

นครพนม



เยือนนครพนม ชม 3 ที่สุด

“นครพนมเหมาะที่จะเป็นเมืองแห่งการพักผ่อน”

พักกาย พักใจ พักความคิด

นครพนม

RESTINATION

สู่เมืองหลักแห่งการพักผ่อน

		TARGET				
	2566	**2567**	2568	2569	2570	2571
		7%	7%	7%	7%	7%
GPP (ล้านบาท)	49,677	53,154	56,875	60,856	65,116	69,675
		5%	5%	5%	5%	5%
รายได้ต่อหัว (บาท/หัว)	90,642	95,174	99,933	104,929	110,176	115,684
		40%	20%	15%	15%	10%
มูลค่าการท่องเที่ยว (ล้านบาท)	3,526	5,007	6,008	6,910	7,946	8,741
		7%	15%	15%	2%	2%
อัตรานักท่องเที่ยว (คน)	2,500,000	2,675,000	3,076,250	3,537,688	3,608,441	3,680,610



นครพนม
RESTINATION

สู่เมืองหลักแห่งการพักผ่อน

กลยุทธ์สู่ นครพนม RESTINATION

เปิดตัวให้โลกรู้จัก / เพิ่ม VALUE ให้ทุกเอกลักษณ์ / มอบประสบการ์ณการพักผ่อนที่สบายที่สุดแห่งนึงในประเทศ

สร้างตัว

1

CITY FACILITIES

สร้างโครงสร้างพื้นฐาน

มุ่งสู่เมือง Net Zero

สร้างภาพ

2

BRANDING

สร้างการรับรู้ และการ

โปรโมท

สร้างเรื่อง

3

ODOD

สร้างคุณค่าและเรื่อง

ราวลงไปในผลิตภัณฑ์

สร้างชื่อ

4

NAKHONPHANOM FASHION WEEK

ต่อยอดผลิตภัณฑ์สู่

ระดับประเทศ

สร้างโลก

5

ILLUMINATED BOAT PROCESSION FESTIVAL

ยกระดับเทศกาลระดับ

ประเทศให้เป็นระดับโลก

สร้างตัว



1

CITY FACILITIES

โครงสร้างพื้นฐานมุ่งสู่เมือง Net Zero เพื่อความพร้อมในทุกมิติ เพื่อให้ได้รับประสบการณ์ให้ SMOOTH ที่สุดในการมาเยือนนครพนม

- พัฒนา CITY FACILITIES ระบบน้ำ, ไฟ, การสัญจร, ขยะ
- ความปลอดภัย สายด่วย 24 ชม
- ความสะอาดทั่วเมือง ขยะน้อย ทางเท้าเป็นระเบียบ
- พัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการ

QUICK WIN PROJECT

1. WATSE WATER TREATMENT 368 ล้านบาท

โครงการก่อสร้างระบบรวบรวม และบำบัดน้ำเสียในเขตพื้นที่เทศบาลเมืองนครพนม 3 จุด

2. COMMUNICATION SYSTEM 21 ล้านบาท

โครงการพัฒนาด้านเทคโนโลยี และการสื่อสารเพื่อยกระดับและกระตุ้นเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

3. MekongRiverEye, พัฒนาถนนคนเดิน, จัดสร้างหอชมเมือง 515 ล้านบาท

โครงการโดย เทศบาลเมืองนครพนม



สร้างภาพ

2

BRANDING

เพื่อเสริมสร้างภาพจำของจังหวัดนครพนม และไปในทิศทางที่ชัดเจน

- จัดทำ CITY BRANDING พร้อมคู่มือใช้งาน
- ตั้งทีม Brand Ambassador ที่เกี่ยวข้องกับนครพนมโดยตรง ภายใต้คอนเซ็ป
  “ใครเกิดที่นครพนมบ้าง… แล้วใครหล่ะที่เกิดอยากไปเที่ยวที่นครพนม”
- จัดทำแผน โฆษณาจังหวัดนครพนมให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

QUICK WIN PROJECT

1. CITY BRANDING 50 ล้านบาท

โครงการสร้างอัตลักษณ์เมือง (DNA) และ Marketing ภายใต้ 3 Must

MUST DO / MUST EAT / MUST SHOP

สร้างเรื่อง



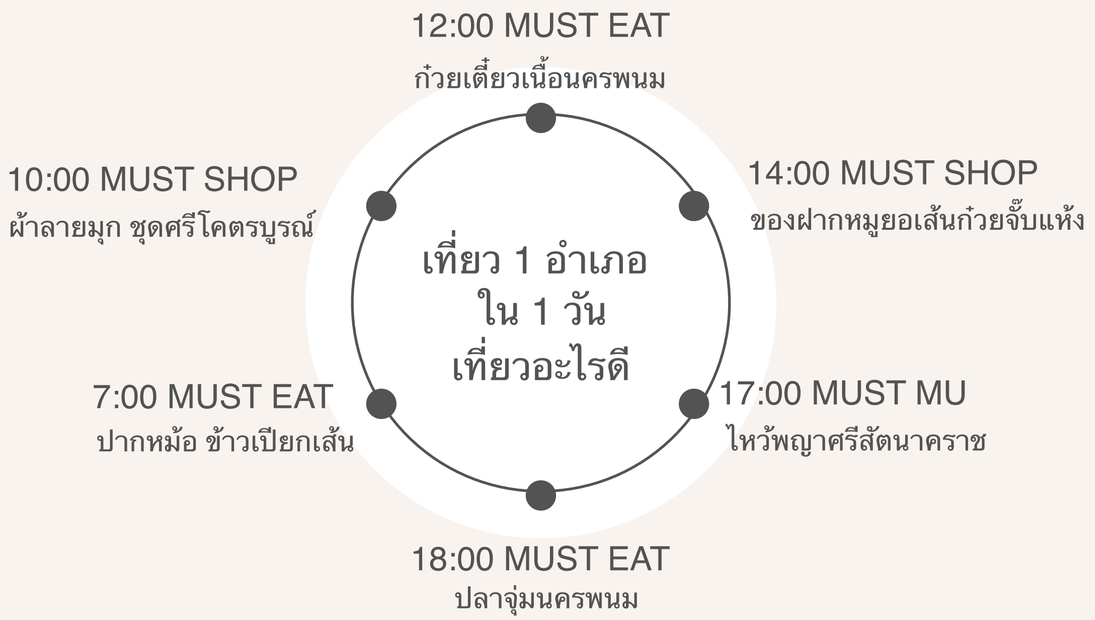
3

ODOD (One Day One District)

สร้างคุณค่า เติมเต็มเรื่องราว ให้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น
รายอำเภอ เพื่อสร้างเศรษฐกิจรายได้อย่างยั่งยืน

MUST EAT - MUST VISIT - MUST SHOP

MUST MU - MUST REST





สร้างชื่อ

4

NAKHONPHANOM FASHION WEEK

ต่อยอดผลิตภัณฑ์สู่ระดับประเทศ ยกระดับ อำเภอนาหว้า หรือ นาหว้า โมเดล ผ่านการจัด #RealFASHIONWEEK หรือ Co-Branding กับ Designer ทีมมีชื่อเสียงในไทย

QUICK WIN PROJECT

1. NAKHONPHANOM FASHION WEEK 100 ล้านบาท

สืบสาน รักษา ต่อยอด พระราชปณิธานของ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชชนนีพระพันปีหลวง โดยได้จัดตั้งศูนย์ศิลปชีพ เมื่อปี 2515 ปัจจุบัน มีกิจกรรมต่างๆ ที่จะต้องต่อยอดผ่านโครงการ นาหว้า โมเดล เพื่อนำไปสู่อำเภอต้นแบบในการสร้างเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน



สร้างโลก

5

CITY EVENTS

ยกระดับกิจกรรมต่างๆของจังหวัดนครพนม ภานใต้แนวทาง FAITH CITY (เมืองแห่งศรัทธา) ผลักดันให้กิจกรรมในระดับ อำเภอ > จังหวัด > ประเทศ > โลก

QUICK WIN PROJECT

1. CITY EVENTS 200 ล้านบาท

โครงการยกระดับ ขับเคลื่อนงานเทศกาลประจำปีสู่เมือง Faith City (เมืองแห่งศรัทธา) เพื่อชูเอกลักษณ์ท้องถิ่น และสร้างภาพจำให้เกิดการเข้าร่วมงานอย่างต่อเนื่อง ด้วยกรอบยุทธศาสตร์ SOFT POWER (event เดือน 1, 3, 5, 7, 10, 12)



IGNITE TOURISM
THAILAND



NAGA LEGACY

นครพนม – สกลนคร – บึงกาฬ

ตามรอยศรัทธาพญานาค

ค้นพบวิถีชีวิต ความเชื่อท้องถิ่น

THAILAND
TOURISM 2025

นครพนม
RESTINATION
สู่เมืองหลักแห่งการพักผ่อน

CITY EVENTS



ยกระดับ
เทศกาลไหลเรือไฟโลก

ผลักดันวัฒนธรรม และส่งเสริมเศรษฐกิจกลุ่มจังหวัดสนุก นครพนม สกลนคร มุกดาหาร



365 DAYS QUICK WIN PROJECT

นครพนม
RESTINATION
สู่เมืองหลักแห่งการพักผ่อน

UNLOCK POTENTIAL เมืองรอง

CITY BRANDING 50 ลบ.

โครงการการสร้างอัตลักษณ์เมือง (DNA)
และ Marketing ภายใต้ 3 Must (Visit, Eat, Shop)

CITY EVENTS 200 ลบ.

โครงการยกระดับ ขับเคลื่อนงานเทศกาลประจำปี
สู่เมือง Faith Festival (เทศกาลแห่งศรัทธา)
เพื่อชูเอกลักษณ์ท้องถิ่น และสร้างภาพจำให้เกิด
การเข้าร่วมงานอย่างต่อเนื่อง ด้วยกรอบยุทธศาสตร์
SOFT POWER (Event เดือน 1,3,5,7,11,12)

NEW LANDMARK 515 ลบ.

Mekong River Eye
พัฒนา/ยกระดับ ถนนคนเดิน
จัดสร้างหอชมเมือง

765
ล้านบาท

สร้างสังคม และสิ่งแวดล้อมที่ดี

WASTE WATER TREATMENT 368 ลบ.

โครงการก่อสร้างระบบรวบรวม และบำบัดน้ำเสียใน
เขตพื้นที่เขตเทศบาลเมืองนครพนม 3 จุด

COMMUNICATION SYSTEM 21 ลบ.

โครงการพัฒนาด้านเทคโนโลยี และการสื่อสาร
เพื่อการยกระดับเมืองและกระตุ้นเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

389
ล้านบาท

ช่วยเหลือเศรษฐกิจท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

NAKHONPHANOM FASHION WEEK 100 ลบ.

สืบสาน รักษา และต่อยอด พระราชปณิธานของ
สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ
พระบรมราชชนนีพันปีหลวง โดยได้จัดตั้ง
ศูนย์ศิลปาชีฟ เมื่อปี 2515 ปัจจุบัน มีกิจกรรมต่าง
ที่จำเป็นจะต้องต่อยอดผ่านโครงการ นาหว้าโมเดล
เพื่อนำไปสู่อำเภอต้นแบบในการสร้างเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

100
ล้านบาท


นครพนม
RESTINATION
สู่เมืองหลักแห่งการพักผ่อน
สร้างตัว – สร้างภาพ – สร้างเรื่อง – สร้างชื่อ – สร้างโลก