

การวิเคราะห์สัญญาของหมู่บ้านม้งดอยปุย เพื่อการออกแบบ  
เว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยว



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
ตุลาคม 2552

การวิเคราะห์สัญญาของหมู่บ้านม้งดอยปุย เพื่อการออกแบบ  
เว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยว

เลิศฤทธิ์ ใหม่ประเทศ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา  
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
ตุลาคม 2552

การวิเคราะห์สัญญาของหมู่บ้านมั่งคั่งอยู่ เพื่อการออกแบบ  
เว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยว

เลิศฤทธิ์ ใหม่ประเทศ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

.....  
รศ. ชีรภัทร วรรณฤมล

ประธานกรรมการ

.....  
ดร.จิตรลดา บุรพรัตน์

กรรมการ

.....  
นาย อำนวย เพ็ญฟูกิจการ

กรรมการ

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

29 ตุลาคม 2552

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความรู้จาก ดร.จิตรลดา บุรพรัตน์  
 ประธานที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ผู้ซึ่งกรุณาถ่ายทอดความรู้ ให้คำแนะนำ คำปรึกษา ชี้แนะ  
 แนวทางที่ถูกต้องเหมาะสม การตรวจทานแก้ไขและการจัดเรียง จนวิทยานิพนธ์นี้สำเร็จลงอย่าง  
 สมบูรณ์ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมาไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อแดง (ศรีชร) คุณแม่กลิ่น (จำเรียน) ใหม่ประเทศ และญาติ  
 พี่น้อง ที่สนับสนุนส่งเสริมให้มีการศึกษาในระดับปริญญาโทรวมถึงเป็นกำลังใจที่ดีเสมอมา

ขอขอบพระคุณ รศ. ชีรภัทร วรรณฤมล และคุณอำนาจ เฟื่องฟูกิจการ ผู้ใหญ่บ้าน  
 หมู่บ้านมิ่งคอยปุย ที่ให้คำแนะนำปรึกษาและเป็นกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

ขอขอบพระคุณ อาจารย์และบุคลากรในสาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อทุกท่าน  
 โดยเฉพาะอาจารย์อุทิศ อติมานะ อาจารย์ประจำแล็บ Design ที่ได้ให้ความช่วยเหลือทั้งทางด้าน  
 วิชาการและประสบการณ์ที่ดีจากการเรียน อันเป็นรากฐานนำมาใช้ในการค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ พระครูวิทิศศาสนกิจ เจ้าอาวาส สำนักสงฆ์คอยปุย คณาจารย์ โรงเรียน  
 เจ้าพ่อหลวงอุปถัมภ์ 1 พ่อหลวงยิ่งยศ หวังวันวัฒน์ รวมไปถึงผู้ที่ให้เข้าสัมภาษณ์ และผู้ตอบ  
 แบบสอบถาม ประชาชนหมู่บ้านมิ่งคอยปุย นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่ให้ความร่วมมือ  
 และอำนวยความสะดวกในระหว่างการเก็บข้อมูลทุกอย่างจนเสร็จสิ้นสมบูรณ์

ขอขอบคุณ เพื่อนๆ รหัส 50 และพี่ๆ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาสื่อศิลปะและ  
 การออกแบบสื่อทุกท่าน ที่ร่วมทุกข์ร่วมสุขด้วยกันมา เป็นกำลังใจและให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี  
 ดีเสมอมา

สุดท้ายนี้ ผู้เขียนหวังว่าการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานที่  
 เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้ที่สนใจจะศึกษารายละเอียดและนำแนวทางการศึกษาไปปรับใช้กับงานวิจัย  
 และการออกแบบต่างๆ ได้ต่อไป

เลิศฤทธิ์ ใหม่ประเทศ

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

การวิเคราะห์สัญญาณของหมู่บ้านมั่งคอยปุยเพื่อการ  
ออกแบบเว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยว

ผู้เขียน

นายเลิศฤทธิ์ ใหม่ประเทศ

ปริญญา

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ดร.จิตรลดา บุรพรัตน์

**บทคัดย่อ**

การค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์สัญญาณและความต้องการรูปแบบเว็บไซต์หมู่บ้านมั่งคอยปุยของกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และประชากรหมู่บ้านมั่งคอยปุย และออกแบบเว็บไซต์เพื่อเป็นต้นแบบเว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับหมู่บ้านมั่งคอยปุย ซึ่งศึกษาตามกรอบแนวคิดสัณยวิทยา แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แนวคิดทางการตลาด แนวคิดการออกแบบเว็บไซต์และทฤษฎีการสื่อสาร

วิธีการศึกษาประกอบด้วย การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และการสังเกต กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย 100 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 100 คน และประชากรหมู่บ้านมั่งคอยปุย 100 คน การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์และการสังเกต จะนำมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติอนุมาน คือ อธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ โดยนำเสนอในรูปแบบตาราง ความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ยเลขคณิต

ผู้ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และสังเกต ได้สัญญาณหมู่บ้านมั่งคอยปุย คือ ผู้สูงอายุ 107 ปี คุณพระอาทิตย์ตกและวิวคอยอินทนนท์ มัคคุเทศก์น้อยคอยปุย การวิ่งมินิมาราธอนคอยปุย ถนนคนเดิน แหล่งต้นน้ำ รอยเท้าพระพุทธบาท สวนสองแสน เส้นทางท่องเที่ยววิหัง ล้อเลื่อนไม้ ภาพยนตร์มั่ง ข้าวปุก ดารามาท่องเที่ยว คอยผากลอง พันธุ์ไม้ม่างก่อ การเลี้ยงหมูมั่ง โรงเรียนเจ้าพ่อหลวงอุปถัมภ์ 1 สำนักสงฆ์คอยปุย หน้าไม้ เส้นทางรถไฟ การพัฒนาหมู่บ้านมั่งคอยปุย เพลงสาวเจียงใหม่ เพลงเพลินภูพิงค์ และออมสินไม้ไผ่

รูปแบบเว็บไซต์ที่ต้องการของกลุ่มตัวอย่างคือ ต้องการข้อมูลประวัติศาสตร์หมู่บ้าน มังคคอปยุ ต้องการดอกไม้เป็นสัญลักษณ์ ใช้ทั้งภาษาไทยและอังกฤษ มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอและแนะนำในเรื่องของประวัติศาสตร์ของหมู่บ้านมังคคอปยุ ใช้รูปภาพที่ถ่ายทอดตามความเป็นจริง ควรมีคลิปวิดีโอและเพลงภาษาม้ง สีที่ใช้คือ สีเขียว สีชมพูและสีดำ ใช้ชื่อ www.doipuiivillage โดยใช้ตัวอักษรที่ให้ความรู้สึกถึงความเก่า ภาพโดยรวมของเว็บไซต์คือ เว็บไซต์เพื่อการท่องเที่ยวและควรมีการแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น โดยใช้วิธีการติดต่อผ่านอีเมล

ผู้ศึกษานำผลการวิเคราะห์สัญญาณที่ได้จากการสัมภาษณ์และสังเกต มานำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวแนวใหม่ ในเว็บไซต์หมู่บ้านมังคคอปยุเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการนำผลวิเคราะห์สัญญาณมาเสนอข้อมูลที่แตกต่างจากเดิม สามารถให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ เพราะเป็นสัญญาณที่นอกเหนือไปจากที่เคยนำเสนอ ซึ่งสามารถนำมาสู่การท่องเที่ยวที่แตกต่างและผู้ศึกษานำผลการวิเคราะห์สัญญาณหมู่บ้านมังคคอปยุ มาออกแบบต้นแบบเว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวของหมู่บ้านมังคคอปยุและประเมินผลการออกแบบเว็บไซต์

สรุปว่าการออกแบบเว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวหมู่บ้านมังคคอปยุอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

<b>Independent Study Title</b>	Symbolic Analysis of Hmong Doi Pui Village for Tourism Promotion Website Design
<b>Author</b>	Mr. Lerdrith Maiprathed
<b>Degree</b>	Master of Arts (Media Arts and Design)
<b>Independent Study Advisor</b>	Dr. Chitrlada Burapharat

### ABSTRACT

The objective of this independent study was to analyze the symbol and the information demand on website of the Hmong Doi Pui Village to promote tourism. The population samples were picked out from the tourists whose nationality were both Thai and foreigners in addition to the Hmong hill-tribe people of the Doi Pui Village. The goal was to obtain essential information in creating a website to promote tourism at the Doi Pui Hmong Village. The analysis has been studied under the framework of semiotics, cultural tourism, marketing, website design concept and the mass-media theory.

The primary data has been collected via questionnaires and observation. The population sample was with 100 Thai travelers; 100 foreign visitors; and 100 Doi Pui Hmong Villagers. The quantitative and qualitative analyses were on statistics presented in tables with frequency and percentage, including descriptive writing gathered from questionnaires.

As a result, the analysis helped extract various signifier in designing a website such as 107 years old elderly, sunset and mountain view, child guide, Doi Pui minimarathon, walking street, water source, Buddha footprint, Song Saen garden, new travelling route, mountain sledge, Hmong film, Kaw Pook, Star visitors, Pha Klong Peak, Wong Kor species, Hmong Pig, PhorLuang Upatham School, Doi Pui Monastery, Hmong arrow, Off-road route, Hmong Doi-Pui Development Plan, Sao Jian Mai Song, Plern Pleng Phuping, and Bamboo Bank.

The obtained website design, which was conformed to the demand of the population sample, was consisted of the historic events of the Doi Pui Hmong Village. The opium-poppo flowers were considered to be the symbol of the website which displayed in both Thai and

English languages. In order to fulfill the purpose of the historic display of the Doi Pui Hmong Village, pictures and photos were used to reveal the truth of the beauty of the village. Additionally, the website should have Video clips and Musical songs of the Hmong language to enhance the identity of the Hmong hill tribe. The display should be constructed in various colors tonal range such as green, pink and black. And the name of the website would be something like this: [www.doipuivillage.com](http://www.doipuivillage.com). The selection of the font should also be antique and very old.

Next, In short, the website should emphasize upon tourism and there should be some kinds of exchanging ideas through the utilization of e-mail internet connection. In conclusion, according to the data analysis, it was found that the designer of the Doi Pui Hmong Village website aimed at the tourism as the main objective in addition to the estimation of the website design. The Doi Pui Hmong Village website design was believed to be a very satisfied piece of work.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
1.3 ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา	4
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	
2.1 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism)	7
2.1.1 ความหมายและลักษณะทั่วไปของการท่องเที่ยว	8
2.1.2 การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว (Planning for Tourism Development)	11
2.2 แนวคิดสัญวิทยา (Semiology)	13
2.3 แนวคิดทางการตลาด (Marketing concept)	16
2.3.1 การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis)	16
2.3.2 เป้าหมายด้านตำแหน่งทางการตลาด	18
2.4 แนวคิดการออกแบบเว็บไซต์ (Web Design)	18
2.4.1 แนวคิดกระบวนการพัฒนาเว็บไซต์ (Phase of Developed website)	19
2.4.2 การจัดระบบข้อมูลในเว็บไซต์ (Information Architecture)	20
2.4.3 ระบบเนวิเกชัน (Navigation)	21
2.4.4 องค์ประกอบของเว็บไซต์ (Visual Design)	23
2.4.5 แนวคิด กฎแห่ง 3 (The Rule of Thirds)	24
2.5 ทฤษฎีการสื่อสาร (SMCR)	27
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	28

**บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา**

3.1	ขอบเขตการศึกษา	35
3.2	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาข้อมูล	36
3.3	ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ	37
3.4	การเก็บรวบรวมข้อมูล	38
3.5	การวิเคราะห์ข้อมูล	39
3.6	การออกแบบเว็บไซต์หมู่บ้านมั่งคอยปุย	39
3.7	การประเมินผลการออกแบบเว็บไซต์หมู่บ้านมั่งคอยปุย	40
3.8	สรุปขั้นตอนของการศึกษา	40

**บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล**

4.1	สรุปผลการวิเคราะห์ภาคเอกสาร	43
4.1.1	ประวัติศาสตร์การท่องเที่ยวของโลก	43
4.1.2	ประวัติศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศไทย	46
4.1.3	ประวัติศาสตร์ชาวเขาเผ่าม้ง	49
4.1.4	ประวัติศาสตร์หมู่บ้านมั่งคอยปุย	51
4.2	สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม	59
4.2.1	ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการมาท่องเที่ยวหมู่บ้านมั่งคอยปุย จังหวัดเชียงใหม่	59
4.2.2	ส่วนที่ 2 การรับทราบประวัติศาสตร์หมู่บ้านมั่งคอยปุยผ่านสื่อ	66
4.2.3	ส่วนที่ 3 ความต้องการข้อมูลและสัญลักษณ์เมื่อนำเสนอบนเว็บไซต์	69
4.2.4	ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบและนำเสนอบนเว็บไซต์	71

**ที่ต้องการ**

4.2.5	ส่วนที่ 5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	80
4.3	สรุปผลการวิเคราะห์ภาคสนาม	87
4.3.1	สภาพทางภูมิศาสตร์หมู่บ้านมั่งคอยปุย	87
4.3.2	ลักษณะหมู่บ้านหมู่บ้านมั่งคอยปุย	88
4.3.3	การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส วิฤต	89
4.3.4	ผลการศึกษาที่ได้จากการสัมภาษณ์และการสังเกต	90
4.4	การออกแบบเว็บไซต์หมู่บ้านมั่งคอยปุยเพื่อการท่องเที่ยว	95
4.4.1	ขั้นตอนการวางแผน	95
4.4.2	ขั้นเตรียมการผลิต	102

ลิขสิทธิ์ในหนังสือวิทยาศาสตร์หมู่บ้านมั่งคอยปุย เชียงใหม่  
 Copyright © by Chiang Mai University  
 All rights reserved

4.4.3	ขั้นการผลิต	105
4.5	สรุปผลการประเมินความพึงพอใจต่อการออกแบบต้นแบบเว็บไซต์	120
<b>บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปราย ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ</b>		
5.1	สรุปผลการศึกษา	122
5.2	อภิปรายผลการศึกษา	124
5.3	ข้อเสนอแนะ	125
5.4	ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารุ่นต่อไป	126
<b>บรรณานุกรม</b>		127
<b>ภาคผนวก</b>		
ภาคผนวก ก	รายนามผู้ให้สัมภาษณ์	131
ภาคผนวก ข	แบบสอบถาม (ภาษาไทย)	132
ภาคผนวก ค	แบบสอบถาม (ภาษาอังกฤษ)	141
ภาคผนวก ง	แบบสัมภาษณ์	150
ภาคผนวก จ	แบบการประเมินความพึงพอใจต่อการออกแบบเว็บไซต์ หมู่บ้านมังคอปุยเพื่อการท่องเที่ยว (ภาษาไทย)	154
ภาคผนวก ฉ	แบบการประเมินความพึงพอใจต่อการออกแบบเว็บไซต์ หมู่บ้านมังคอปุยเพื่อการท่องเที่ยว (ภาษาอังกฤษ)	155
ภาคผนวก ช	ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	156
ภาคผนวก ซ	ข้อมูลเกี่ยวกับหมู่บ้านมังคอปุย	165

## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
4.1	พฤติกรรมกรรมการมาท่องเที่ยวหมู่บ้านมั่งคอยปุย จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามจำนวนครั้ง ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในหมู่บ้านมั่งคอยปุย ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ	59
4.2	พฤติกรรมกรรมการมาท่องเที่ยวหมู่บ้านมั่งคอยปุย จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามช่วงเวลา การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านมั่งคอยปุย ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	60
4.3	พฤติกรรมกรรมการมาท่องเที่ยวหมู่บ้านมั่งคอยปุย จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม การเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ	60
4.4	พฤติกรรมกรรมการมาท่องเที่ยวหมู่บ้านมั่งคอยปุย จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามพาหนะ ที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านมั่งคอยปุยของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวดังชาติ	61
4.5	พฤติกรรมกรรมการมาท่องเที่ยวหมู่บ้านมั่งคอยปุย จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวหมู่บ้านมั่งคอยปุย ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ	62
4.6	พฤติกรรมกรรมการมาท่องเที่ยวหมู่บ้านมั่งคอยปุย จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในหมู่บ้านมั่งคอยปุย ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ	63
4.7	พฤติกรรมกรรมการมาท่องเที่ยวหมู่บ้านมั่งคอยปุย จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามสื่อ/แหล่งข้อมูล ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่ท่องเที่ยวหรือกระตุ้นให้อยากเดินทางมาเที่ยวมากที่สุด ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ	64
4.8	พฤติกรรมกรรมการมาท่องเที่ยวหมู่บ้านมั่งคอยปุย จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวิธีการจัดการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ	65
4.9	การรับทราบประวัติศาสตร์หมู่บ้านมั่งคอยปุยผ่านสื่อจำแนกตาม การรับทราบประวัติศาสตร์หมู่บ้านมั่งคอยปุย	66
4.10	การรับทราบประวัติศาสตร์หมู่บ้านมั่งคอยปุยผ่านสื่อจำแนกตาม การรับทราบประวัติศาสตร์หมู่บ้านมั่งคอยปุยผ่านสื่อ	67

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.11 การรับทราบประวัติศาสตร์หมู่บ้านมั่งคอยปุยผ่านสื่อจำแนกตาม ความเหมาะสม ต่อการนำเสนอประวัติศาสตร์และข้อมูลของหมู่บ้านมั่งคอยปุยผ่านสื่อเว็บไซต์	68
4.12 ความต้องการข้อมูลเมื่อนำเสนอบนเว็บไซต์	69
4.13 ความต้องการสัญลักษณ์เมื่อนำเสนอบนเว็บไซต์	70
4.14 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบและนำเสนอบนเว็บไซต์ที่ต้องการ จำแนกตาม ความต้องการภาษาในเว็บไซต์	71
4.15 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบและนำเสนอบนเว็บไซต์ที่ต้องการ จำแนกตาม ความต้องการวัตถุประสงค์การสร้างเว็บไซต์	72
4.16 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบและนำเสนอบนเว็บไซต์ที่ต้องการ จำแนกตาม ลักษณะการใช้รูปภาพบนเว็บไซต์	73
4.17 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบและนำเสนอบนเว็บไซต์ที่ต้องการ จำแนกตาม ควรมีคลิปวิดีโอ เกี่ยวกับหมู่บ้านมั่งคอยปุย บนเว็บไซต์	74
4.18 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบและนำเสนอบนเว็บไซต์ที่ต้องการ จำแนกตาม ควรเพลงภาษาม้ง บนเว็บไซต์	74
4.19 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบและนำเสนอบนเว็บไซต์ที่ต้องการ จำแนกตาม การนึกถึงสีหมู่บ้านมั่งคอยปุย	75
4.20 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบและนำเสนอบนเว็บไซต์ที่ต้องการ จำแนกตาม การเลือกชื่อเว็บไซต์หมู่บ้านมั่งคอยปุย เพื่อการท่องเที่ยว	76
4.21 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบและนำเสนอบนเว็บไซต์ที่ต้องการ จำแนกตาม ชนิดตัวอักษรที่ใช้บนเว็บไซต์	77
4.22 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบและนำเสนอบนเว็บไซต์ที่ต้องการ จำแนกตาม ลักษณะภาพโดยรวมเว็บไซต์หมู่บ้านมั่งคอยปุย	78
4.23 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบและนำเสนอบนเว็บไซต์ที่ต้องการ จำแนกตาม การแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นของผู้เข้ามาในเว็บไซต์	79
4.24 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	80
4.25 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	80

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.26 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจังหวัดที่อาศัยอยู่ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและพนักงานขายท้องถิ่น	81
4.27 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเทศของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	82
4.28 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	83
4.29 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อีเมลล์(E-mail)	84
4.30 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการระบุ อีเมลล์(E-mail)	85
4.31 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม	86
4.32 ผลการศึกษาที่ได้จากการสัมภาษณ์และการสังเกต	90
4.33 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจต่อการออกแบบเว็บไซต์	121

## สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1.1 การใช้อินเทอร์เน็ตของประชากรในแต่ละประเทศ	1
2.1 กระบวนการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว	12
2.2 เป้าหมายด้านตำแหน่งทางการตลาด	16
2.3 แสดงแนวคิดการวิเคราะห์ SWOT Analysis	18
2.4 แสดงกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ( Buying Decision Process )	19
2.5 แสดงแนวคิดกระบวนการพัฒนาเว็บไซต์ (Phase of Developed website)	20
2.6 แผนที่ของเว็บไซต์ ในลักษณะbird's eye view	22
2.7 การวางระบบเนวิเกชันในรูปแบบต่างๆ	24
2.8 ภาพแนวคิด กฎแห่ง 3 (The Rule of Thirds)	25
2.9 การร่างแบบ ( layout ) ด้วยดินสอลงบนกระดาษ	25
2.10 การทดลองวางคอลัมน์ โดยใช้แนวคิด กฎแห่ง 3	26
2.11 การทดลองออกแบบการเชื่อมต่อ	27
2.12 แสดงทฤษฎีการสื่อสาร (SMCR)	41
4.1 แผนที่แสดงเส้นทางการเดินทาง ของ Marco Polo นักเดินทางชาวเวนิส	43
4.2 โรงภาพยนตร์โรมัน ประเทศตุรกี	44
4.3 ภาพแสดงการอพยพเข้ามาในประเทศไทยของชาวเขาเผ่าต่างๆ	50
4.4 สภาพทางภูมิศาสตร์หมู่บ้านม้งดอยปุย	87
4.5 ลักษณะหมู่บ้านหมู่บ้านม้งดอยปุย	88
4.6 การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส วิฤตหมู่บ้านหมู่บ้านม้งดอยปุย	89
4.7 ภาพแสดงหน้า แนะนำ (Index) เว็บไซต์การท่องเที่ยวประเทศ สิงคโปร์	97
4.8 ภาพแสดงหน้า แนะนำ (Index) เว็บไซต์การท่องเที่ยวประเทศ ญี่ปุ่น	98
4.9 ภาพแสดงหน้าหลัก (Home) เว็บไซต์การท่องเที่ยวประเทศ มาเลเซีย	99
4.10 ภาพแสดงหน้าหลัก (Home) เว็บไซต์การท่องเที่ยวประเทศ ออสเตรเลีย	100
4.11 ภาพแสดงโครงสร้างเว็บไซต์ ( Site Map )	102
4.12 ภาพแสดงการเชื่อมโยงในแต่ละหน้า ( Navigation )	103

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ	หน้า
4.14 แสดงรูปแบบเค้าโครงหน้าตาเว็บไซต์ (Visual Design & Wire frame)	104
4.15 การออกแบบหน้าตาเว็บเพจหน้า Home/เมนูหลัก	106
4.16 การออกแบบหน้าตาเว็บเพจหน้า History /ประวัติศาสตร์	107
4.17 การออกแบบหน้าตาเว็บเพจหน้า Tourism/การท่องเที่ยว	108
4.18 การออกแบบหน้าตาเว็บเพจหน้า School I/โรงเรียนเจ้าพ่อหลวงอุปถัมภ์ 1	109
4.19 การออกแบบหน้าตาเว็บเพจหน้า Culture/วัฒนธรรม	110
4.20 การออกแบบหน้าตาเว็บเพจหน้า Geographic/สภาพภูมิศาสตร์	111
4.21 การออกแบบหน้าตาเว็บเพจหน้า Costume/ชุดประจำเผ่า	112
4.22 การออกแบบหน้าตาเว็บเพจหน้า Modern Tourism/การท่องเที่ยวแนวใหม่	113
4.23 การออกแบบหน้าตาเว็บเพจหน้า VDO clip/คลิปวิดีโอ	114
4.24 การออกแบบหน้าตาเว็บเพจหน้า Hmong song/เพลงม้ง	115
4.25 การออกแบบหน้าตาเว็บเพจหน้า Fruit products/ผลผลิต	116
4.26 การออกแบบหน้าตาเว็บเพจหน้า Shops and Vendors/ร้านค้าร้านค้าขาย	117
4.27 การออกแบบหน้าตาเว็บเพจหน้า Hmong language/ภาษาม้ง	118
4.28 การออกแบบหน้าตาเว็บเพจหน้า contact/ติดต่อ	119
4.29 การออกแบบหน้าตาเว็บเพจหน้า Links/เว็บที่น่าสนใจ	119

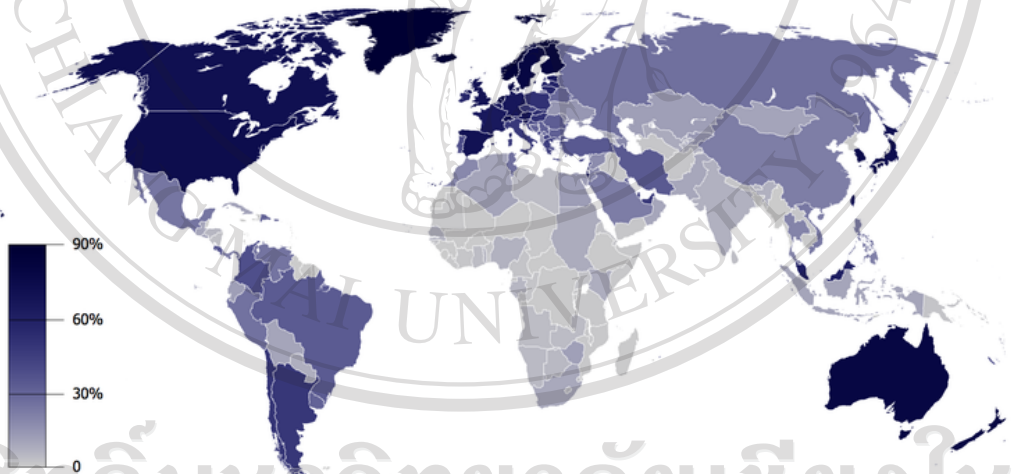


# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 หลักการและเหตุผล

เว็บไซต์ มีบทบาทสำคัญต่อสังคมยุคปัจจุบัน เพราะข้อมูลข่าวสารที่อยู่บน โลกนี้มีมากมาย มนุษย์จึงต้องการจัดเก็บข้อมูลไว้เพื่อประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิต นอกจากนี้ เว็บไซต์ คือ ที่อยู่ของ ข้อมูลข่าวสารในระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งส่งผลให้การดำเนินชีวิตและการทำกิจกรรมต่างๆ ของ มนุษย์เปลี่ยนแปลงไปในลักษณะที่สะดวก รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น องค์กรทั้งภาครัฐ และเอกชน โดยเฉพาะอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว ต่างหันมาให้ความสำคัญกับการใช้เว็บไซต์ใน ระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นช่องทางหนึ่งที่สามารถสื่อสารและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กร ให้แก่ผู้รับสารได้ทราบ



ภาพที่ 1.1 การใช้อินเทอร์เน็ตของประชากรในแต่ละประเทศ

ที่มา : <http://gunn.co.nz/map/> (14 สิงหาคม 2552)

จากแผนภูมิ การใช้อินเทอร์เน็ตของประชากรในแต่ละประเทศ (world internet users and population stat) สํารวจเมื่อเดือนมิถุนายน ปี 2009 พบว่า จำนวนการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศที่เป็นสีน้ำเงินเข้ม คือประชากรมีการใช้อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 60 ถึง ร้อยละ 90 ส่วนมาก คือ Americas Europe และ Oceania รองลงมา ร้อยละ 30 ถึง ร้อยละ 60 คือ East Asia และ South Americas ส่วน ร้อยละ 0 ถึง ร้อยละ 30 ได้แก่ Middle East และ South Asia เป็นประเทศที่มีสีน้ำเงินอ่อน ซึ่ง

ประเทศที่มีค่าเฉลี่ยร้อยละในระดับที่น้อย แนวโน้มในอนาคตก็จะเพิ่มความเข้มของสี่ขึ้น ซึ่งนั่นหมายถึง การใช้อินเทอร์เน็ตของประชากรในแต่ละประเทศก็จะเพิ่มขึ้น จากแนวโน้มการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตที่มากขึ้น ทำให้เราทราบว่า ข้อมูลข่าวสาร ไม่ได้จำกัดแต่ในตำราหรือหนังสือเท่านั้น ในโลกอินเทอร์เน็ต หรือโลกไร้พรมแดน ประชากรสามารถเข้าไปหาข้อมูลข่าวสาร ส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ใช้ช่องทางนี้ในการสื่อสาร ซึ่งจะเห็นว่าในแต่ละประเทศก็จะมีเว็บไซต์นำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว ส่งผลให้มีการเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับการพยากรณ์สถิติการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่จะเกิดใน ปี พ.ศ. 2550 – 2554 ซึ่งจะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น พบว่า พ.ศ. 2550 มีนักท่องเที่ยว 13.72 ล้านคน พ.ศ. 2551 มี 14.49 ล้านคน พ.ศ. 2552 มี 15.30 ล้านคน พ.ศ. 2553 มี 16.16 ล้านคน และ 17.07 ล้านคน เมื่อ พ.ศ. 2554 ( สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2552 )

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรที่สมบูรณ์สวยงาม มีประเพณีและวัฒนธรรมที่หลากหลาย เป็นศูนย์กลางแห่งอนาจักรล้านนา มีอายุมากกว่า 700 ปี ทำให้เชียงใหม่ ได้รับรางวัลเป็นเมืองที่นักท่องเที่ยวใฝ่ฝันอยากมาท่องเที่ยวเป็นอันดับ 3 ของโลก (The 2007 Condé Nast Traveler Readers' Choice Awards ) ของ Condé Nast Traveler Magazine(U.S.A.) (รายงานประจำปีสำนักงานพัฒนา การท่องเที่ยว <http://www.tourism.go.th>, 30 กรกฎาคม 2552) การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีหลากหลาย และการท่องเที่ยวหมู่บ้านชาวเขาได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวตามกระแสของการท่องเที่ยว

ชาวเขาเผ่าม้ง เป็นชนเผ่าที่มีประชากรมากเป็นอันดับที่สองรองจากเผ่ากระเหรี่ยง ชาวเขาเผ่าม้ง มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือของประเทศไทย กระจายออกไปถึง 13 จังหวัด ถิ่นที่พบมากคือจังหวัดตาก เชียงใหม่และเพชรบูรณ์ (กระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานศึกษาธิการเขต เขตการศึกษา 8 สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ, 2535-2539) จากประชากรที่มีจำนวนมาก ทำให้มีการอพยพจากคอกเข้าสู่เมืองของคนม้ง เช่นกลุ่มของชาวบ้านที่เป็นเกษตรกรนั้นมีปัจจัยผลักดันให้ออกจากชุมชนบนภูเขากับปัจจัยดึงดูดในเมืองหลายอย่าง ที่สลับซับซ้อนหลายระดับ นับตั้งแต่ปัจจัยบุคคล ครอบครัว ชุมชนหรือท้องถิ่น รวมไปถึงนโยบายของรัฐและกระแสของโลกาภิวัตน์ เป็นต้น เมื่อเข้ามาแล้วพวกเขาต้องเผชิญการปรับตัวครั้งใหญ่ในชีวิตที่มีสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันโดยสิ้นเชิงกับชุมชนที่ตนเติบโตมา ฉะนั้นแม้ว่าหลายคนจะประสบความสำเร็จแต่ในขณะเดียวกัน อีกหลายคนก็ต้องเผชิญกับความล้มเหลวในการใช้ชีวิตอยู่ในเมือง (ประสิทธิ์ ลีปรีชา, 2548) ซึ่งไม่สอดคล้องกับกรอบนโยบายของคณะกรรมการ ททท. พ.ศ. 2550 – 2554 ที่มีนโยบายส่งเสริม ให้การท่องเที่ยว มีบทบาทในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาคของ

ไทยและเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจก่อให้เกิดการสร้างงานและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ รวมไปถึงไม่สอดคล้องกับแผนการตลาดการท่องเที่ยวปี 2552 ที่ถูกจัดทำขึ้นจากกรอบนโยบายรัฐบาลเน้นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (รายงานประจำปีสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว <http://www.tourism.go.th>, 30 กรกฎาคม 2552) ส่วนทางด้าน การรับรู้สัญญาณทางวัฒนธรรมของเขาเผ่าม้ง นักท่องเที่ยวมักจะรับรู้สัญลักษณ์ที่รวมๆ กัน เช่น เรื่องของหัตถกรรม โดยนักท่องเที่ยวยังไม่เข้าใจความแตกต่างในเรื่องของชาติพันธุ์ ดังนั้นถ้ามองข้ามหรือไม่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับชาติพันธุ์และความละเอียดอ่อนทางวัฒนธรรมตามสัญญาณที่ปรากฏอยู่ ก็อาจจะสูญหายได้ ยกตัวอย่างผ้าของเผ่าม้งจะเป็นลายปักที่เป็นพื้นฐานเดิมๆ แต่รูปแบบนั้นเปลี่ยนไปตามแต่ละยุค แต่ละสมัย แต่ละพื้นที่ที่มีความแตกต่างกัน (ยิ่งยศ หวังงานวัฒน์, 2552) ประกอบกับสัญญาณที่ปรากฏยังหมู่บ้านม้งคอยปุย มีสัญญาณที่ปรากฏอยู่มากมายหลายอย่าง จึงควรดึงลักษณะเด่นออกมาเพื่อ เติมเต็มการเข้าใจสัญญาณที่เป็นเอกลักษณ์ของหมู่บ้านม้งคอยปุย เพื่อนำมาเสนอบนเว็บไซต์ ตามความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวและประชากรหมู่บ้านม้งคอยปุย

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจ วิเคราะห์สัญญาณและความต้องการรูปแบบเว็บไซต์หมู่บ้านม้งคอยปุย ของกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวต่างชาติและประชากรหมู่บ้านม้งคอยปุย ซึ่งหมู่บ้านม้งคอยปุย เป็นหมู่บ้านที่มีชื่อเสียงและมีสภาพภูมิศาสตร์ใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งนำเสนอประวัติศาสตร์ สัญลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี ชีวิตความเป็นอยู่และสภาพภูมิศาสตร์ ที่สามารถนำมาเสนอเพื่อการท่องเที่ยว โดยการนำผลการวิเคราะห์สัญญาณและความต้องการรูปแบบเว็บไซต์หมู่บ้านม้งคอยปุย มาผ่านการออกแบบเว็บไซต์ เพื่อเป็นต้นแบบเว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับหมู่บ้านม้งคอยปุย และเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ให้กับสังคมไทยและสร้างคุณค่าที่ดึงมาให้กับ หมู่บ้านม้งคอยปุย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

<sup>1</sup>สัญญาณ (Sign) คือ เครื่องหมายที่ใช้ในการสื่อความหมายหรือเป็นตัวแทนของความจริงในโลกแห่งวัตถุ โดยประกอบขึ้นจากความสัมพันธ์ระหว่างส่วนที่เป็นรูปธรรม ซึ่งมนุษย์สามารถรับรู้ได้ผ่านผัสสะทั้งหลาย โดยไม่จำกัดว่าจะต้องเป็นแต่เพียงภาษาเท่านั้น แต่รวมถึงกริยาท่าทาง การแสดงออก วัตถุ ฯลฯ และส่วนของนามธรรม อันได้แก่ ความคิด ความหมายที่อ้างอิงถึงวัตถุจริงภายใต้ข้อตกลงบางอย่างทางสังคม-วัฒนธรรม ประกอบขึ้นจาก 2 ส่วนคือรูปสัญญาณ (Signifier) และความหมายสัญญาณ (Signified)

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อวิเคราะห์สัญลักษณ์และความต้องการรูปแบบเว็บไซต์หมู่บ้านมั่งคองปุยของกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวต่างชาติและประชากรหมู่บ้านมั่งคองปุย
2. ออกแบบเว็บไซต์เพื่อเป็นต้นแบบเว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับหมู่บ้านมั่งคองปุย

## 1.3 ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา

1. สามารถนำผลการวิเคราะห์มาออกแบบเว็บไซต์ที่เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวต่างชาติและประชากรหมู่บ้านมั่งคองปุย
2. ได้ต้นแบบเว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยว สำหรับหมู่บ้านมั่งคองปุย

## 1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

**สัญลักษณ์ (Semiotic)** หมายถึง เครื่องหมายที่ใช้ในการสื่อความหมายหรือเป็นตัว แทนของความจริงในโลกแห่งวัตถุ ซึ่งถูกกำหนดขึ้นภายใต้ข้อตกลงบางอย่างทางสังคมวัฒนธรรม โดยประกอบขึ้นจาก 2 ส่วนคือรูปสัญลักษณ์ (Signifier) และความหมายสัญลักษณ์ (Signified) สัญลักษณ์นี้ไม่จำกัดว่าจะต้องเป็นแต่เพียงภาษาเท่านั้นแต่รวมถึงกิริยา ท่าทาง การแสดงออก วัตถุสิ่งของ ฯลฯ

**สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Symbols)** หมายถึง สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่แหล่งท่องเที่ยวกำหนดให้นักท่องเที่ยวได้จดจำวัฒนธรรมนั้น ๆ เช่น สัญลักษณ์ของเชียงใหม่ส่วนมากนำเอารูปพระบรมธาตุศุขเทพมาเป็นสัญลักษณ์การท่องเที่ยว

**การท่องเที่ยว (Tourism)** หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่น ซึ่งมีใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้นและเป็นการเยือนชั่วคราว โดยไม่ใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพหารายได้ องค์การสหประชาชาติในคราวประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี พ.ศ. 2506 ได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ คือ ประการแรกต้องเดินทางจากที่อยู่ปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว ประการต่อมาต้องมีสถานที่ปลายทาง ที่ประสงค์จะไปเยี่ยมชมและด้วยความสมัครใจและประการสุดท้ายต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทาง โดยเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งแต่ต้องมีใช่เพื่อประกอบอาชีพ และไปอยู่ประจำ (สำนักงานพัฒนา การท่องเที่ยว <http://www.tourism.go.th>, 30 กรกฎาคม 2552)

**การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism)** หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่มีมุ่งเรียนรู้จากวัฒนธรรมอื่น ๆ เพื่อให้เกิดโลกทัศน์ใหม่ ๆ ที่กว้างไกล จากการมีประสบการณ์ ในแหล่งวัฒนธรรม ที่คงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นรวมถึงการใช้เวลาในการท่องเที่ยวแสวงหาความรู้ด้านวิชาการเกี่ยวกับวัฒนธรรมของชาติต่าง ๆ หรือเพื่อศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ในแง่มานุษยวิทยาและสังคมวิทยาหรือเพื่อชมโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์

**นักท่องเที่ยว (Tourists)** หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พักอาศัยของตนเอง ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป (มีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน) แต่ไม่เกิน 90 วัน เป็นการเดินทางโดยสมัครใจ ด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่มีใช้การไปประกอบอาชีพหรือหารายได้

**นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศหรือนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (Foreign Tourist or International Tourist)** หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย

**นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourists)** หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่หรือที่พักอาศัยในประเทศไทยในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง อาจจะเป็นคนไทยหรือคนต่างชาตินักอาศัยอยู่ในประเทศไทยก็ได้ และมีการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นอันมิใช่จังหวัดที่เขามีถิ่นที่อยู่หรือพักอาศัย

**ชาวเขาเผ่าม้ง (Hmong)** หมายถึง ชนเผ่าที่มีถิ่นฐานเดิมอยู่แถบมณฑลยูนนานและอพยพเข้าสู่ประเทศจีนเรื่อยมา นับตั้งแต่ในศตวรรษที่ 18 ม้งเริ่มย้ายที่ไปทางทิศใต้ของจีนเนื่องจากความไม่สงบทางการเมืองและเพื่อค้นหาที่ดินที่เหมาะสมแก่การเพาะปลูก ม้งในขณะนี้ยังอยู่ในหลาย ๆ ประเทศใน เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รวมถึงประเทศไทย ม้งอพยพตั้งถิ่นฐานอยู่บนดอยสูงทางภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย

**หมู่บ้านม้งดอยปุย<sup>2</sup>** หมายถึง หมู่บ้านชาวเขาเผ่าม้ง ตั้งอยู่ หมู่ที่ 11 ตำบลสุเทพ อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ห่างจากตัวเมืองเชียงใหม่ประมาณ 30 กิโลเมตรเดินทางขึ้นไปหมู่บ้านม้งดอยปุยจากตัวเมืองเชียงใหม่มุ่งหน้าไปทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ ผ่านสวนสัตว์เชียงใหม่ เข้าสู่เขตอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ – ปุย อนุสาวรีย์ครูบาศรีวิชัย วัดพระธาตุดอยสุเทพราชวรวิหาร พระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์ เข้าสู่หมู่บ้านดอยปุย

<sup>2</sup>หมู่บ้านม้งดอยปุย ผู้ศึกษาจะเรียกแทนหมู่บ้านม้งดอยปุย ซึ่งเรียกตามชื่อกลุ่มชาติพันธุ์ ม้ง เมื่อประมาณปี 2547 ได้มีการประชุมชาวเขาเผ่าต่าง ๆ เพื่อที่จะเลือกชื่อของกลุ่มชาติพันธุ์หรือเผ่าพันธุ์นั้น ๆ เพราะที่ผ่านมามีการเรียกชื่อมีมากมายหลายชื่อ ยกตัวอย่างเช่น กระเหรี่ยง ปากาย ยาง ก็จะเลือกเป็น กระเหรี่ยง ส่วนชาวเขาเผ่าม้งได้เลือกคำว่า ม้ง เป็นชื่อเรียกของเผ่า ทั้งนี้เพราะคำว่าม้ง ถูกเรียกมาจากคนภายนอกเผ่า ซึ่งมีความหมายและสื่อไปในทิศทางที่ค่อนข้างไม่ตรงกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ (อึ้งยศ หวังวนวัฒน์, 2552) ผู้ศึกษาจะใช้คำว่าม้ง แทน คำว่ามั่ว ในการศึกษาในครั้งนี้ เช่น หมู่บ้านม้งดอยปุย จะเรียกเป็นหมู่บ้าน ม้งดอยปุย

**ประชากรหมู่บ้านม้งคอยปุย** หมายถึง กลุ่มตัวอย่างของประชากรหมู่บ้านม้งคอยปุย คือ พ่อค้าแม่ค้าที่ประกอบอาชีพค้าขาย เจ้าของธุรกิจ รวมไปถึงช่างภาพ เป็นอาชีพที่จะต้องติดต่อสื่อสาร ค้าขายและให้ข้อมูลด้านต่างๆ แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติโดยตรง ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ของหมู่บ้านม้งคอยปุย

**เว็บไซต์ (Website)** หมายถึง ที่อยู่ของข้อมูลข่าวสาร ในระบบอินเทอร์เน็ตเป็นข้อมูล HTML (Hypertext Mark-up Language) ที่มีการ นำเสนอ ทั้งข้อมูลภาพ และข้อมูลเสียง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การออกแบบเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหมู่บ้านมั่งคอยปุยนี้ ศึกษาประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม วิวัฒนาการ ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและศึกษาหาสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของหมู่บ้านมั่งคอยปุย เพื่อนำเสนอการรับรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมชาวเขาเผ่ามั่งคอยปุย ผ่านการออกแบบสื่อเว็บไซต์หมู่บ้านมั่งคอยปุย อันมีแนวคิด ทฤษฎีและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องในหลายๆ ด้าน จึงได้แยกเป็นประเด็นในรูปแบบการเขียนเชิงโครงสร้างเพื่อให้สะดวกต่อการทำความเข้าใจดังนี้

- 2.1 แนวคิดสัญวิทยา (Semiology)
- 2.2 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism)
- 2.3 แนวคิดทางการตลาด (Marketing concept)
- 2.4 แนวคิดการออกแบบเว็บไซต์ (Web Design)
- 2.5 ทฤษฎีการสื่อสาร (SMCR)
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism)

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งที่ปรากฏตั้งแต่สมัยโบราณ ในยุคแรกนั้นการท่องเที่ยวเป็นเรื่องของการเดินทางโดยมักมีจุดประสงค์เพื่อทางการค้า ศาสนา การศึกษา การรักษาพยาบาล กระทั่งเพื่อการแข่งขันกีฬา ภายหลังจึงได้เริ่มมีแนวคิดเรื่องการพักผ่อนและความเพลิดเพลินเพิ่มเข้ามา สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่กล่าวถึงในที่นี้

ได้แบ่งออกเป็น 4 หัวข้อย่อยๆ คือ

- 2.1.1 ความหมายและลักษณะทั่วไปของการท่องเที่ยว
- 2.1.2 การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว (Planning for Tourism Development)

### 2.1.1 ความหมายและลักษณะทั่วไปของการท่องเที่ยว

การวิเคราะห์สัญญาณของหมู่บ้านมั่งคองขุขุ เพื่อการออกแบบเว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้ศึกษาจึงเลือกแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ( Cultural Tourism ) มาอธิบายเพราะสิ่งสำคัญที่ผู้ศึกษาจะต้องศึกษาก็คือ เรื่องความหมายและลักษณะทั่วไปของการท่องเที่ยว เพราะจะทำให้ทราบว่าความหมายและลักษณะทั่วไปของการท่องเที่ยว มีส่วนเกี่ยวข้องกับวิเคราะห์สัญญาณเพื่อนำไปวางแผนในการออกแบบต้นแบบเว็บไซต์หมู่บ้านมั่งคองขุขุ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่มุ่งเรียนรู้จากวัฒนธรรมอื่น ๆ เพื่อให้เกิดโลกทัศน์ใหม่ ๆ ที่กว้างไกล จากการมีประสบการณ์ ในแหล่งวัฒนธรรม ที่คงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นรวมถึงการใช้เวลาในการท่องเที่ยวแสวงหาความรู้ด้านวิทยาการเกี่ยวกับวัฒนธรรมของชาติต่าง ๆ หรือเพื่อศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ในแง่มานุษยวิทยาและสังคมวิทยาหรือเพื่อชม โบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์

การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่น ซึ่งมีใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการเยือนชั่วคราว โดยไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหารายได้ องค์การสหประชาชาติในคราวประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี พ.ศ. 2506 ได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขที่เกี่ยวข้อง คือ

1. ต้องเดินทางจากที่อยู่ปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือนและด้วยความสมัครใจ
3. ต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทาง โดยเพื่อวัตถุประสงค์ใดอย่างหนึ่ง แต่

ต้องมีใช่เพื่อการประกอบอาชีพและไปอยู่ประจำ

นอกจากนั้นยังให้คำจำกัดความของคำว่า นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว ถ้าไม่มีนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวก็เกิดขึ้นไม่ได้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว ดังนี้

นักท่องเที่ยว (Tourists) หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พักถาวรของตน ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป (มีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน) แต่ไม่เกิน 90 วัน เป็นการเดินทางโดยสมัครใจ ด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ตามที่มีใช่การไปประกอบอาชีพ หรือหารายได้ ทั้งนี้ผู้โดยสารมาทางเรือสำราญทางทะเลแล้วไม่พักค้างคืนบนฝั่งไม่นับเป็นนักท่องเที่ยว จำแนกเป็น



1. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ หรือนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (Foreign Tourist or International Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย

2. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourists) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่หรือที่พำนักถาวรในประเทศไทยในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง อาจจะเป็นคนไทยหรือคนต่างชาติที่พำนักอาศัยถาวรในประเทศไทยก็ได้ และมีการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นอันมิใช่จังหวัดที่เขามีถิ่นที่อยู่ หรือที่พำนักถาวรนั้น

นักทัศนาจร (Excursionists) หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พำนักถาวรของตน ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวในระยะเวลาสั้นๆ ไม่ถึง 24 ชั่วโมง (ไม่ได้ค้างคืน) และเดินทางไปโดยสมัครใจด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่มีใช้การไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ ทั้งนี้ผู้ที่โดยสารเรือสำราญทางทะเลที่ค้างพักแรมในเรือสำราญจะถูกนับว่าเป็นนักทัศนาจร จำแนกเป็น

1. นักทัศนาจรชาวต่างประเทศ (Foreign Excursionists) หมายถึง นักทัศนาจรชาวต่างประเทศที่เดินทางมาจากต่างประเทศมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

2. นักทัศนาจรภายในประเทศ (Domestic Excursionists) หมายถึง นักทัศนาจรที่มีถิ่นที่อยู่หรือที่พำนักถาวรในประเทศไทย ซึ่งอาจเป็นคนไทยหรือคนต่างชาติที่มีถิ่นที่อยู่หรือที่พำนักถาวรอยู่ในประเทศไทย หรือในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่งก็ได้ เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นอันมิใช่จังหวัดที่เขามีถิ่นที่อยู่ หรือที่พำนักถาวร

นอกจากนั้นยังจะพบคำว่า “ผู้มาเยือน” (Visitors) ซึ่งหมายรวมถึง ผู้ที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย โดยจะจำแนกเป็นนักท่องเที่ยวหรือนักทัศนาจรก็ได้ตามแต่จะตรงกับคุณสมบัติหรือนิยามในข้อใด

จุดมุ่งหมายของการเดินทาง สำหรับจุดมุ่งหมายของการเดินทาง เพื่อการท่องเที่ยวต้องมีใช้เพื่อประกอบอาชีพและไปอยู่ประจำ แต่เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายๆอย่างต่อไปนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Leisure Tour หรือ Recreation Tour หรือ Holiday Tour มีจุดมุ่งหมายเพื่อการพักผ่อนในวันหยุด การแสวงหาความสนุกสนาน บันเทิงรวมถึงการไปเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ ชมการแสดง การเล่นกีฬา และนันทนาการ

2. การท่องเที่ยวเพื่อทำธุรกิจ เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Business Tour หรือ Business Travel หรือ Professional Travel ซึ่งเป็นการเดินทางของนักธุรกิจ โดยมีกิจกรรมด้านธุรกิจเป็นจุดมุ่งหมายหลัก เช่น การเดินทางไปร่วมประชุม สัมมนา เจรจาธุรกิจ ในขณะที่เดียวกันก็อาจมีการพักผ่อนหย่อนใจเป็นส่วนประกอบด้วยก็ได้ ในประเทศอุตสาหกรรม รายได้จากการท่องเที่ยวประเภทนี้มีอยู่สูงมาก เพราะนักท่องเที่ยวประเภทนี้เดินทางตลอดทั้งปี ไม่ขึ้นอยู่กับฤดูกาล ทั้งเป็นผู้ที่สามารถเสียค่าใช้จ่ายได้สูง

3. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจึงใจเป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Incentive Tour ซึ่งมักจัดให้แก่พนักงานและลูกค้ำของบริษัท และหน่วยงานต่างๆ หรือผู้ที่ทำประโยชน์ให้แก่บริษัทและหน่วยงานนั้นๆ การเดินทางอาจมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อธุรกิจรวมอยู่ด้วยก็ได้ เช่น จัดให้ไปชมโรงงานผลิตสินค้า หรือไปประชุมสัมมนา มีการสังสรรค์เพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Meeting Convention & Exhibition Tour โดยนักท่องเที่ยวมีจุดประสงค์เพื่อไปเข้าร่วมประชุมสัมมนา หรือไปชมการแสดงสินค้า การจัดนิทรรศการในโอกาสต่างๆ

5. การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษเฉพาะกลุ่ม เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Special - Interest Group Tour คือจัดขึ้นเป็นพิเศษสำหรับกลุ่มที่มีความสนใจในเรื่องใดโดยเฉพาะ เช่น การเดินทางไปชมการแข่งขันกีฬา หรือเล่นกีฬาบางชนิด การเที่ยวชมธรรมชาติและดูสัตว์ป่า การเที่ยวถ้ำ การดำน้ำดูปะการังและสัตว์น้ำ การชมโบราณสถาน

ความสำคัญของการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีบทบาทสูงยิ่งในการนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเป็นอุตสาหกรรมที่ทำได้อันดับหนึ่ง เมื่อเทียบกับสินค้าส่งออกอื่นๆ การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมดังต่อไปนี้

1. เป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 เป็นต้นมารายได้จากการท่องเที่ยวได้กลายเป็นรายได้ลำดับที่ 1 เมื่อเทียบกับรายได้จากสินค้าส่งออกอื่นๆ

2. ช่วยลดปัญหาการขาดดุลการค้าการชำระเงินระหว่างประเทศ เช่น ในปี พ.ศ. 2527 การท่องเที่ยวทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ 27,317 ล้านบาทนั้น รายจ่ายจากการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทย เป็นเงินเพียงประมาณ 7,208 ล้านบาท ส่วนที่เกินดุลนี้จึงมีส่วนช่วยแก้ไขการขาดดุลในด้านอื่นๆ ได้ (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว <http://www.tourism.go.th>, 30 ก.ค. 2552)

### 2.1.2 การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว (Planning for Tourism Development)

ผู้ศึกษานำแนวคิด การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว (Planning for Tourism Development) มาใช้ เพื่อวางแผนในการออกแบบเว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยว ของหมู่บ้านมั่งคองปุย ซึ่งกระบวนการวางแผน มีขั้นตอนในการวิเคราะห์ลักษณะของหมู่บ้านมั่งคองปุย ซึ่งเป็นกระบวนการที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้และช่วยส่งเสริมการออกแบบเว็บไซต์ให้ประสบผลสำเร็จในเรื่องของการส่งเสริมการท่องเที่ยว

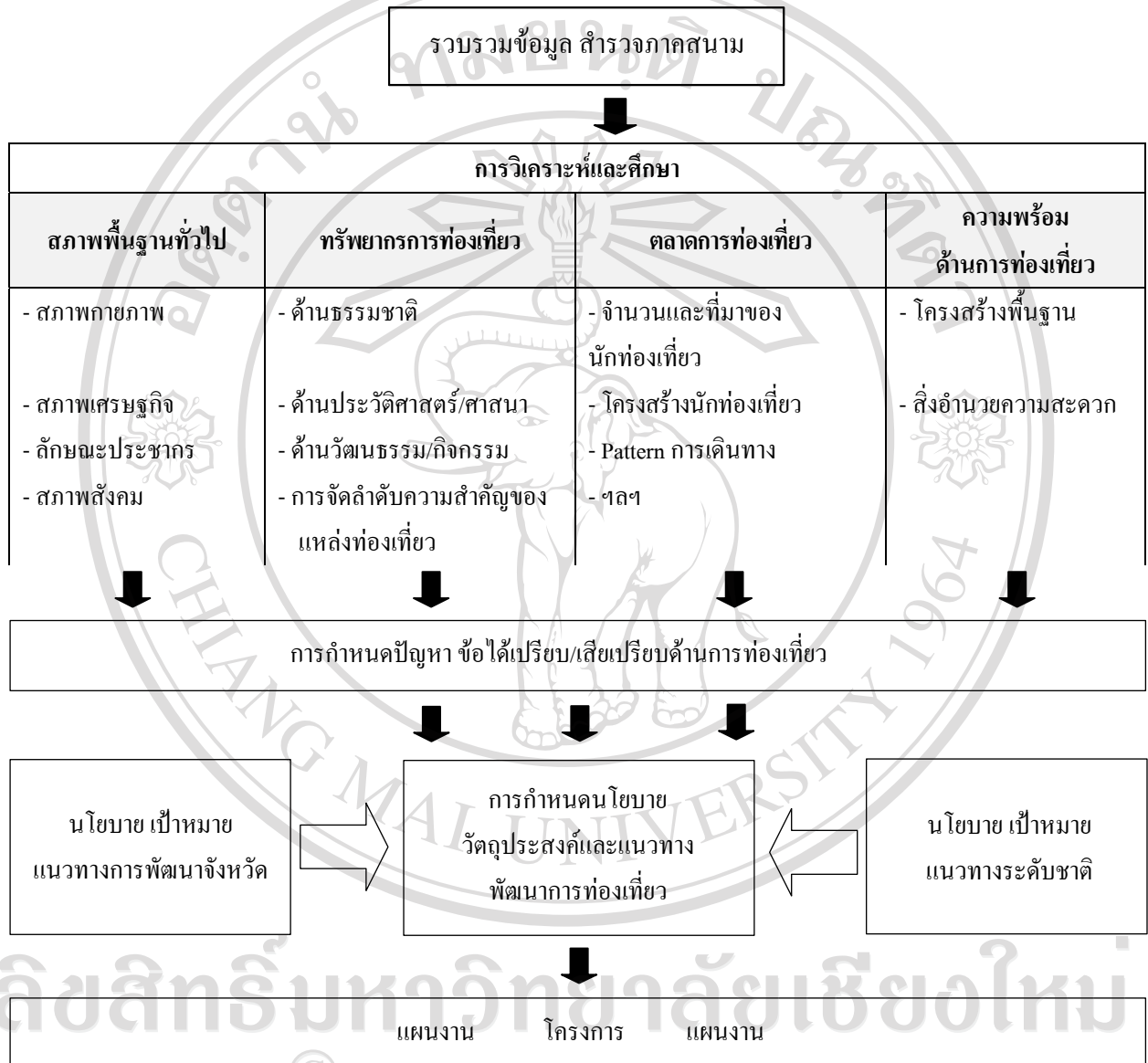
การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นกระบวนการต่อเนื่อง ที่จะต้องอาศัยทรัพยากรหลายอย่าง ทั้งกำลังคน กำลังเงิน และระยะเวลา เช่นเดียวกับกิจกรรมหรือสาขาทางเศรษฐกิจอื่น ๆ และการท่องเที่ยวจะพัฒนาไปในทิศทางและขนาดที่ถูกต้องและเหมาะสมหรือไม่เพียงไร จะขัดแย้งหรือ สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมส่วนรวมหรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับการวางแผนเป็นสำคัญ

#### กระบวนการวางแผน (Planning Process)

1. การรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องและสำรวจภาคสนาม
2. การวิเคราะห์และการศึกษาข้อมูลที่ได้
3. การกำหนดปัญหา ข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่
4. การกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ เป้าหมายและวิธีการพัฒนาการท่องเที่ยว
5. การกำหนดแผนงานของ โครงการ

## สรุปแผนการตลาดการท่องเที่ยวปี 2552

## กระบวนการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว



ภาพที่ 2.1 กระบวนการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว

ที่มา : สำนักงานพัฒนา การท่องเที่ยว <http://www.tourism.go.th>, (30 กรกฎาคม 2552)

## 2.2 แนวคิดสัญวิทยา (Semiology)

แนวคิดสัญวิทยา เป็นแนวคิดที่ผู้ศึกษานำมาศึกษาหาสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของหมู่บ้าน มังคุดยเพื่อนำไปออกแบบเว็บไซต์ ที่สามารถให้ความหมายและเป็นสัญลักษณ์วัฒนธรรมของหมู่บ้านมังคุดย จึงต้องทำความเข้าใจ ด้านความหมายและการยกตัวอย่างประกอบ

สัญศาสตร์ หรือ สัญวิทยา มาจากคำว่า Semiotics และ Semiology ตามลำดับ ทั้งสองคำมาจากรากศัพท์ภาษากรีกคำเดียวกัน คือ Semeion แปลว่า Sign หรือสัญลักษณ์เอง Semiotics เป็นคำที่นักปรัชญาชาวอเมริกัน Charles S. Peirce (ค.ศ. 1839-1914) ใช้และทำให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายในวงวิชาการในสหรัฐอเมริกา ส่วน Semiology เป็นคำที่นักภาษาศาสตร์ชาวสวิสผู้มีชื่อเสียงคือ Ferdinand de Saussure (ค.ศ. 1857-1913) ตั้งขึ้น และนิยมใช้ในหมู่นักวิชาการชาวยุโรป (สรณี วงศ์เบ็ญจัจ, 2544) ความหมายของสัญวิทยานั้น ได้มีผู้ให้คำอธิบายไว้ต่างๆ ดังนี้

Ferdinand de Saussure ได้ให้คำอธิบายถึงสัญวิทยาว่า เป็นศาสตร์ที่ศึกษาถึงวิถีชีวิตของสัญลักษณ์ในสังคมที่สัญลักษณ์นั้นถือกำเนิดขึ้นมา สัญลักษณ์ (Sign) ประกอบขึ้นมาจากองค์ประกอบ 2 ส่วนคือ “รูปสัญลักษณ์” (Signifier) ที่เราสามารถรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสนั่นเอง เช่น เสียง (acoustic-image) ของคำพูดที่เปล่งออกมาและผู้รับสาร ได้ยินกับ “ความหมายสัญลักษณ์” (Signified) ที่เกิดขึ้นภายในใจของผู้รับสาร

การรวมตัวกันระหว่างรูปสัญลักษณ์และความหมายสัญลักษณ์เป็นเรื่องของขนบธรรมเนียมทางวัฒนธรรม (cultural convention) เป็นความสัมพันธ์ที่ไม่เป็นไปตามธรรมชาติ เป็นเพียงการสมมุติขึ้นลอยๆ (arbitrary) การกำหนดให้รูปสัญลักษณ์หนึ่งๆ ต้องใช้กับความหมายสัญลักษณ์หนึ่งๆ ซึ่งกฎเกณฑ์กติกาต่างๆ ที่สร้างขึ้นอย่างเป็นระบบ อันซ่อนอยู่เบื้องหลังการจับคู่กันของรูปสัญลักษณ์และความหมายสัญลักษณ์นั้น เราเรียกว่า รหัส (code) (Saussure, 1974)

ตัวอย่างของการสร้างความหมาย เมื่อเราเห็นของเล่นเด็กที่เป็นหุ่นยนต์ รถยนต์ หรือปิ่นเด็กเล่นที่อยู่ในบ้าน ก็สามารถคิดไปได้ทันทีว่านั่นเป็นของเล่นของเด็กผู้ชาย ทั้งนี้เกิดจากนำเอาองค์ประกอบต่างๆ ที่เห็นมาประกอบสร้างเป็นความหมายแบบจัดรวมขึ้น การสร้างและสื่อความหมาย คือ การใช้รหัสหรือการเลือกและรวม สัญลักษณ์อย่างมีระบบระเบียบตามขนบธรรมเนียมทางวัฒนธรรมหรือกติกาที่ชุมชนหรือสังคมกำหนดไว้เกิดเป็นความสัมพันธ์ที่มีความหมาย สัญลักษณ์ที่ถูกเลือก เกิดจากความหมายของสัญลักษณ์อื่นๆ ที่ไม่ถูกเลือก จึงเป็นการประกอบสร้างความหมายของสัญลักษณ์

**Roland Barthes** เป็นนักคิดที่เริ่มนำเอาการวิเคราะห์แบบสัญวิทยาไปใช้กับวัฒนธรรมศึกษา แนวคิดสำคัญของ Barthes ที่จะกล่าวถึง เกี่ยวข้องกับความหมายของสัญลักษณ์ โดยเขาเห็นว่าความหมาย ของสัญลักษณ์นั้นมีอยู่ 2 ระดับ ได้แก่

1.) ระดับความหมายตรง (Denotation) เป็นระดับความหมายตรง ที่ถูกสร้างขึ้นมาอย่างเป็นภววิสัย เป็นความหมาย ที่ผู้ใช้เข้าใจตามตัวอักษร เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปตามข้อตกลงที่กำหนดขึ้นมา จัดอยู่ในลักษณะของการอธิบายหรือพรรณนา (descriptive level)

2.) ระดับความหมายแฝง (Connotation) เป็นระดับความหมายแฝง ที่เกิดขึ้นจากการตีความโดยอัตวิสัยขึ้น อยู่กับตัวบุคคลจากประสบการณ์ ที่ได้ประสบมาในชีวิตหรือบริบททางสังคมวัฒนธรรมหนึ่งๆ

Barthes เห็นว่าสิ่งต่างๆ ที่อยู่ล้อมรอบตัวเราในสังคมนั้นล้วนเป็นสัญญาณ มีระบบวัฒนธรรมเป็นรหัสหรือกฎเกณฑ์ในการสร้างความหมายของสัญญาณ แต่ด้วยความเคยชินหรือการอำพรางของวัฒนธรรมเราจึงมองข้ามหรือมองไม่เห็นความหมายในระดับที่สรรพสิ่งต่างๆ มีฐานะเป็นสัญญาณหรือถูกทำให้กลายเป็นสัญญาณและมีบทบาทหน้าที่ในเชิงสัญญาณ (sign-function) ไปมองเห็นความหมายของสรรพสิ่งนั้นเป็นเรื่องของธรรมชาติธรรมดาหรือเป็นเพียงสิ่งของเพื่อการใช้สอยเท่านั้น

Barthes เรียกกระบวนการในการเปลี่ยนแปลง ลดทอน ปกปิด อำพราง บิดเบือนฐานะการเป็นสัญญาณของสรรพสิ่งในสังคมให้กลายเป็นเรื่องของธรรมชาติ เป็นสิ่งปกติธรรมดา หรือเป็นสิ่งที่มืบทบาท/หน้าที่ในเชิงใช้สอยแคบๆ ในสังคมว่า “กระบวนการสร้างมายาคติ” และเรียกสิ่งที่เป็นผลลัพธ์ ผลผลิตของกระบวนการนี้ว่า “มายาคติ” (myth/alibi/doxa) หรือความคิด ความเชื่อที่คนส่วนใหญ่ในสังคมยอมรับ โดยไม่ตั้งคำถามและเป็นความคิดความเชื่อ ที่สอดคล้องกับระบบอำนาจที่ดำรงอยู่ในสังคมในขณะนั้น (ไชยรัตน์ เจริญสิน โอปาร์ , 2545)

Charles Sanders Peirce ได้จัดแบ่งสัญญาณออกเป็น 3 ประเภทตามความสัมพันธ์ของสัญญาณกับของจริงที่ถูกแทนที่ ได้แก่

1.) Icon หรือ รูปเหมือน เป็นเครื่องหมายที่มีรูปร่างลักษณะเหมือน (resemblance) หรือคล้ายกับของจริง หรือสิ่งที่มันบ่งถึง และเป็นที่ยอมรับได้ง่าย ตัวอย่างเช่นภาพถ่าย แผนที่ ภาพวาด ภาพบนป้ายจราจรที่เป็นรูปจำลองของรถยนต์หรือจักรยานยนต์ กระทั่งคำพูดบางคำที่เป็นการเล่นเสียงธรรมชาติ

2.) Index/indices หรือ “ดัชนี” เป็นเครื่องหมายที่มีความเชื่อมโยงของจริงแบบเป็นเหตุเป็นผลกัน (causal connection) เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ตัวอย่างเช่นควันไฟเป็นเครื่อง บ่งชี้ว่ามีไฟไหม้

3.) Symbol หรือ “สัญลักษณ์” เป็นเครื่องหมายที่แสดงถึงบางสิ่งบางอย่าง แต่มันไม่ได้คล้ายคลึงกับสิ่งที่มันบ่งชี้ ความเชื่อมโยงระหว่างสัญลักษณ์กับของจริงที่มันอ้างอิงถึงนั้น

ไม่ใช่ความเชื่อมโยงกันตามธรรมชาติแต่เป็นผลมาจากข้อตกลงของสังคม (social convention) และ อาศัยการเรียนรู้ ตัวอย่างเช่น เครื่องหมายจราจร เป็นต้น

กระบวนการสร้างความหมาย (Signification) จึงเป็นผลรวมจากการประสบการณ์ในโลก แห่งวัตถุและกระบวนการทางสมองที่ทำงานร่วมกัน องค์ประกอบทั้ง 3 ส่วนนี้สร้างความสัมพันธ์ ระหว่างกัน องค์ประกอบตัวหนึ่งสามารถเปลี่ยนไปอยู่ในฐานะขององค์ประกอบตัวอื่นได้อย่าง อิสระโดยขึ้นอยู่กับสถานการณ์ (circumstances) สัญญะหนึ่งแปร ไปสู่อีกสัญญะหนึ่ง และกระตุ้น ให้เกิดสัญญะอื่นๆ ตามมากมายเป็นกระแสของเครื่องหมายและความหมายที่ไหลต่อเนื่องกันไป อย่างไม่จบสิ้น (Merrell, Floyd, 2001)

จากทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น จะพอสรุปแนวคิดเรื่องสัญวิทยาได้ว่า “สัญญะ” คือ สิ่งใดๆ ที่ ถูกสร้างขึ้นมาจากข้อตกลงทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนหนึ่งๆ เพื่อใช้เป็นสื่อในการแสดง ความหมาย เป็นตัวแทนของวัตถุจริง ด้วยเหตุนี้ สัญญะจึงเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบ 3 ส่วน คือ 1.) วัตถุในโลกจริง ซึ่งเป็นตัวอ้างอิง (reference) ให้กับสัญญะ 2.) รูปสัญญะ ซึ่งเป็นสื่อกลางที่ ใช้บรรจุความหมาย และ 3.) ความหมายสัญญะ ที่เป็นความเข้าใจหรือภาพที่เกิดขึ้นในใจ ด้วยเหตุ ที่ การประกบเข้าคู่กันของรูปสัญญะและความหมายสัญญะเป็นสิ่งที่ไม่ได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ แต่เป็นสิ่งที่ถูกกำหนดขึ้น เป็นข้อตกลงร่วมกันของชุมชน มนุษย์จึงต้องมีการเรียนรู้ที่จะใช้และ สร้างสัญญะต่างๆ นอกจากสิ่งที่ถูกจัดเตรียมโดยมนุษย์แล้ว สิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติอย่างเช่น ลักษณะภูมิประเทศ ภูมิอากาศ พืชและสัตว์ ก็สามารถถูกทำให้กลายเป็นเครื่องหมายสำหรับสื่อ ความคิดเฉพาะเกี่ยวกับบางสิ่งบางอย่างได้ เช่น “ทุ่งบัวตอง” จะทำให้คิดถึงจังหวัดแม่ฮ่องสอน พุด ถึง “ทุเรียนหมอนทอง” ก็จะคิดถึงเมืองนนทบุรี เป็นต้น (วจิ เรื่องพรวิสุทธิ, 2550)

จากที่ผ่านมามองเห็นว่าสัญญะสามารถปรากฏตัวอยู่ในทุกหนทุกแห่ง สำหรับการวิเคราะห์ สัญญะของหมู่บ้านมั่งคองปุย สามารถพบเห็นสัญญะได้โดยทั่วไปเช่นกัน อาจเป็นสัญญะที่มี ลักษณะตรงไปตรงมา ซึ่งเมื่อเห็นแล้วสามารถรับรู้และเข้าใจได้ทันที อาทิเช่น ป้ายแนะนำการ ท่องเที่ยวคองปุย ซึ่งเป็นสัญญะที่ทำหน้าที่บ่งชี้(index) ถึงเส้นทางที่นำไปสู่สถานที่ปลายทาง และ สิ่งที่ประกอบขึ้นเป็นป้ายก็อาจเกิดจากสัญญะต่างๆ ที่ซ้อนทับกันอีกชั้นหนึ่ง เช่น ภาษา (ชื่อ สถานที่และตัวเลขบอกระยะทาง) ซึ่งเป็นสัญญะประเภทสัญลักษณ์ (Symbol) และที่มีรูปของดอก ฝิ่น (ปลูกไว้เพื่อการท่องเที่ยว) ใช้แทนลักษณะของสถานที่ปลายทางก็เป็นสัญญะประเภท ภาพเหมือน (Icon) เป็นต้น แนวคิดเรื่องสัญวิทยา สามารถนำมาใช้ประกอบกับการวิเคราะห์สัญญะ ของหมู่บ้านมั่งคองปุย ซึ่งจะทราบว่ากลุ่มตัวอย่าง คือนักท่องเที่ยวชาวไทย ชาวต่างชาติและ ประชากรหมู่บ้านมั่งคองปุย ต้องการสัญญะอะไรและมีความหมายประมาณไหนเมื่อนำเสนอ

ข้อมูลผ่านสื่อเว็บไซต์ซึ่งเป็นกระบวนการและขั้นตอนในการศึกษา รวมไปถึงเพื่อนำสัญญาณและนำความต้องการรูปแบบเว็บไซต์ของกลุ่มตัวอย่างมาออกแบบเว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยว

### 2.3 แนวคิดทางการตลาด ( Marketing concept )

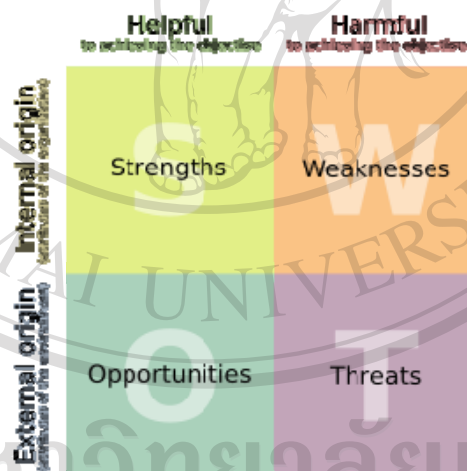
ผู้ศึกษานำแนวคิดทางการตลาด มาศึกษาเพื่อหากกลยุทธ์ วิธีการและเทคนิควิเคราะห์ทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวของหมู่บ้านมั่งคองและยังเป็นแนวทางในการวางแผนการท่องเที่ยวและออกแบบเว็บไซต์เพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งแนวคิดทางการตลาด มีหลายวิธี ประกอบด้วยแนวคิดดังต่อไปนี้

2.3.1 การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ( SWOT Analysis)

2.3.2 เป้าหมายด้านตำแหน่งทางการตลาด

2.3.1 การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ( SWOT Analysis)

## SWOT ANALYSIS



ภาพที่ 2.2 แสดงแนวคิดการวิเคราะห์ SWOT Analysis

ที่มา: [www.excelsia.ch/.../swot-analysis-image.png](http://www.excelsia.ch/.../swot-analysis-image.png), (30 กรกฎาคม 2552)

SWOT Analysis เป็นเครื่องมือสำหรับวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) (หทัยรัตน์ เหล่าบุญสุข, 2552) ([www.thaigoodview.com](http://www.thaigoodview.com), 30 กรกฎาคม 2552) และ ([www.excelsia.ch/.../swot-analysis-image.png](http://www.excelsia.ch/.../swot-analysis-image.png), 30 กรกฎาคม 2552) โดยอธิบายความหมายดังต่อไปนี้



1. Strengths คือ จุดแข็ง หมายถึง ความสามารถและสถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นบวก ซึ่งองค์กรนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง การดำเนินงานภายในที่องค์กรทำได้ดี พิจารณาได้จากประเด็นต่อไปนี้

- อะไรคือความได้เปรียบที่คุณมีอยู่
- คุณทำสิ่งต่างๆ ได้ดีขนาดไหน (เมื่อเทียบกับคู่แข่ง)
- ทรัพยากรอะไร ที่คุณสามารถเข้าถึงได้ และคู่แข่งของคุณไม่สามารถหาได้
- ประเด็นอื่นๆ ที่คุณเห็นว่ามันเป็นจุดแข็งสำหรับธุรกิจของคุณ

2. Weaknesses คือ จุดอ่อน หมายถึง สถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นลบและด้อยความสามารถซึ่งองค์กรไม่สามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง การดำเนินงานภายในที่องค์กรทำได้ไม่ดี พิจารณาได้จากประเด็นต่อไปนี้

- อะไร คือสิ่งที่คุณ หรือคนรอบข้างของคุณเห็นว่าต้องปรับปรุง
- อะไร ที่คุณยังทำได้ไม่ดีนัก
- คู่แข่งของคุณ มีจุดแข็งในด้านไหนบ้าง (นั่นจะกลายเป็นจุดอ่อนของเรา)

3. Opportunities คือ โอกาส หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่เอื้ออำนวยให้การทำงานขององค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการขององค์กร พิจารณาได้จากประเด็นต่อไปนี้

- การเปลี่ยนแปลงภายนอก ที่มีผลดีต่อธุรกิจของคุณมีอะไรบ้าง
- แนวโน้มที่น่าสนใจที่คุณจะต้องคอยจับตาดู มีอะไรบ้าง

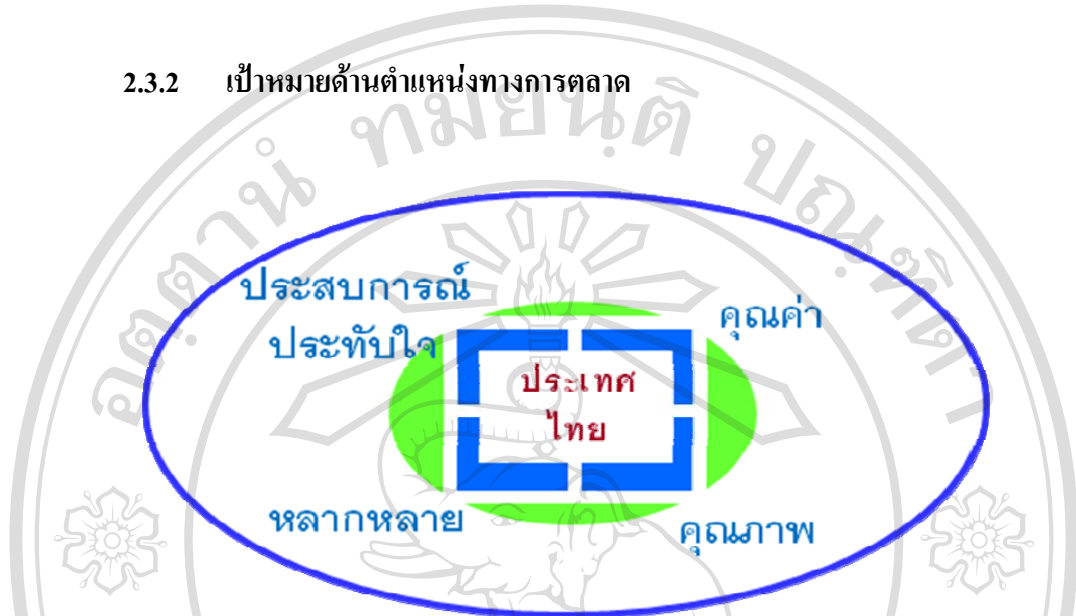
4. Threats คือ อุปสรรค หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่ขัดขวางการทำงานขององค์กรไม่ให้บรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึงสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นปัญหาต่อองค์กร บางครั้งการจำแนกโอกาสและอุปสรรคเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เพราะทั้งสองสิ่งนี้สามารถเปลี่ยนแปลงไปซึ่งการเปลี่ยนแปลงอาจทำให้สถานการณ์ที่เคยเป็นโอกาสกลับกลายเป็นอุปสรรคได้ และในทางกลับกัน อุปสรรคอาจกลับกลายเป็นโอกาสได้เช่นกัน ด้วยเหตุนี้องค์กรมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ของตนให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์แวดล้อม พิจารณาได้จากประเด็นต่อไปนี้

- การเปลี่ยนแปลงภายนอกอะไรบ้าง ที่จะเป็นอุปสรรคกับธุรกิจของคุณ
- คู่แข่งของคุณ กำลังพยายามทำอะไรบ้าง ที่อาจส่งผลกระทบต่อเราในอนาคต

แนวคิดทางการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) นี้ ผู้ศึกษานำแนวคิดมาวิเคราะห์จุดแข็งที่มีอยู่ จุดอ่อนที่ควรต้องแก้ไขปรับปรุง โอกาสที่ส่งผลดีต่อการท่องเที่ยว และอุปสรรคที่ขัดขวางการท่องเที่ยว โดยผู้ศึกษาใช้ควบคู่กับข้อมูลการวิเคราะห์จาก

แบบสัมภาษณ์และการสังเกต เป็นการวิเคราะห์ในเชิงคุณภาพเพื่อการออกแบบ โดยนำข้อมูลต่างๆ ประมวลหาสัญญาณและการออกแบบเว็บไซต์หมู่บ้านมั่งคอยปุย

### 2.3.2 เป้าหมายด้านตำแหน่งทางการตลาด



“แหล่งท่องเที่ยวคุณภาพที่หลากหลาย ให้ประสบการณ์ที่ทรงคุณค่าและน่าประทับใจ”

ภาพที่ 2.3 เป้าหมายด้านตำแหน่งทางการตลาด

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลการตลาดเพื่อธุรกิจท่องเที่ยว <http://www.etourisminsight.com>, (30 กรกฎาคม 2552)

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาสามารถนำแนวคิด เป้าหมายด้านตำแหน่งทางการตลาด มาช่วยในการวิเคราะห์สัญญาณและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดในการออกแบบเว็บไซต์ ของหมู่บ้านมั่งคอยปุยเพื่อการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพเพราะนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย ชาวต่างชาติและผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์คือผู้บริโภคร และยังสามารถนำมาใช้เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทางการตลาด ที่มุ่งตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคสูงสุด ดังคำกล่าวที่ว่า “ลูกค้าคือพระเจ้า”

### 2.4 แนวคิดการออกแบบเว็บไซต์ ( Web Design )

การศึกษาประวัติศาสตร์และสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของหมู่บ้านมั่งคอยปุย นำเสนอบนเว็บไซต์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว หมายถึงการออกแบบเว็บไซต์ ที่ให้ความรู้ทางประวัติศาสตร์และสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม ของหมู่บ้านมั่งคอยปุยเพื่อการท่องเที่ยว มีเป้าหมาย

เพื่อศึกษาวิธีการออกแบบเว็บไซต์ ผู้ศึกษาจึงศึกษาแนวคิดการออกแบบเว็บไซต์ เพื่อใช้เป็นแนวคิด และเป็นกรอบดำเนินการศึกษาและออกแบบเว็บไซต์ ดังนี้

2.4.1 แนวคิดกระบวนการพัฒนาเว็บไซต์ (Phase of Developed website)

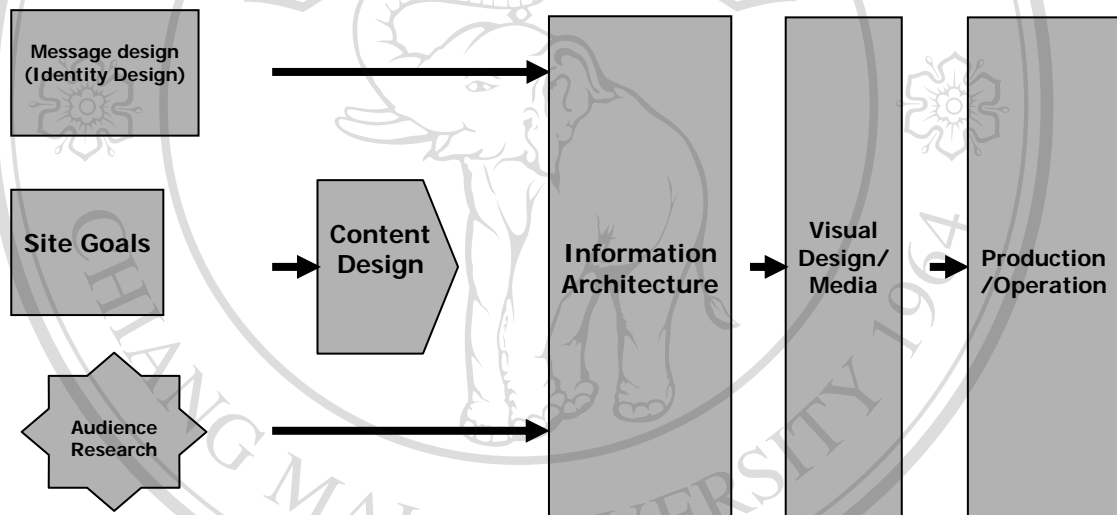
2.4.2 การจัดระบบข้อมูลในเว็บไซต์ (Information Architecture)

2.4.3 ระบบเนวิเกชั่น (Navigation)

2.4.4 องค์ประกอบของเว็บไซต์ (Visual Design)

2.4.5 แนวคิด กฎแห่ง 3 (The Rule of Thirds)

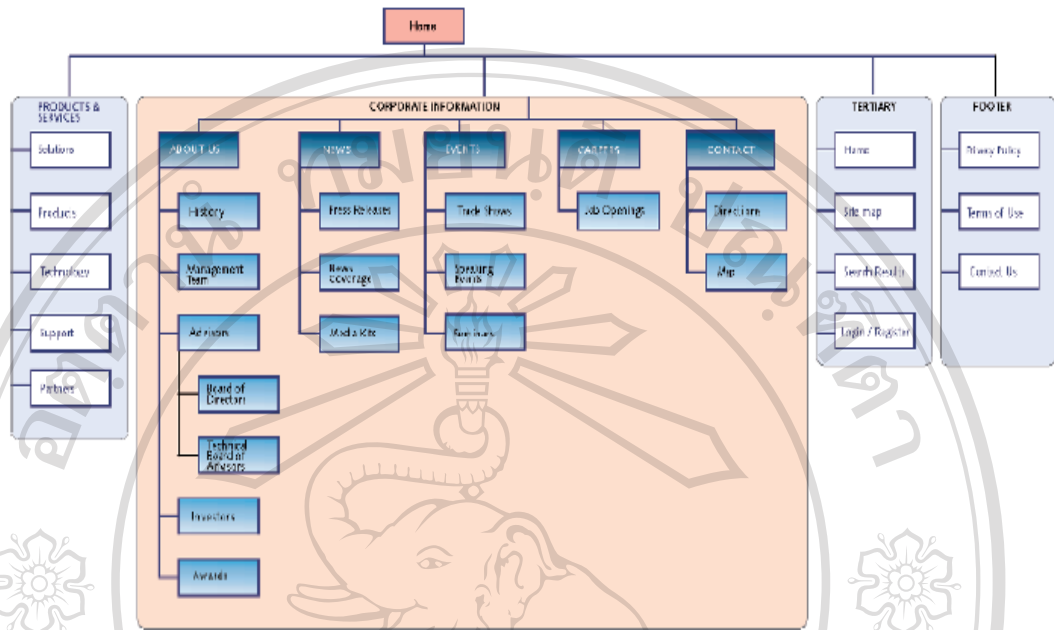
#### 2.4.1 แนวคิดกระบวนการพัฒนาเว็บไซต์ (Phase of Developed website)



ภาพที่ 2.4 แสดงแนวคิดกระบวนการพัฒนาเว็บไซต์ (Phase of Developed website)

โครงสร้างการพัฒนาของเว็บไซต์ (Phase of Developed website) ประกอบด้วยกระบวนการต่าง ๆ คือ กำหนดเป้าหมายของเว็บไซต์ (Site Goals) จากนั้นนำมาสู่ขั้นตอนในการออกแบบ (Content Design) แต่ก่อนที่จะไปถึงขั้นตอนในการออกแบบ ต้องผ่านขั้นตอนการออกแบบอัตลักษณ์ของเว็บไซต์หรือการออกแบบข้อความต่างๆ (Message design/Identity Design) รวมไปถึง การวิเคราะห์ (Audience Research) จากนั้นนำไปสู่ขั้นตอนของการจัดโครงสร้างของเว็บไซต์ (Information Architecture) จากนั้นก็จัดทำในเรื่องของการออกแบบรูปร่างหน้าตา (Visual Design/Media) ที่จะสื่อสารออกไปบนหน้าเว็บ และ Production/Operation คือการเขียนโปรแกรมเป็นขั้นตอนสุดท้าย (Lisa Lopuck, 2006)

## 2.4.2 การจัดระบบข้อมูลในเว็บไซต์ (Information Architecture)



ภาพที่ 2.5 แผนที่ของเว็บไซต์ ในลักษณะbird's eye view (Lisa Lopuck, 2006)

แผนที่ของเว็บไซต์ ในลักษณะbird's eye view ซึ่งแสดงโครงสร้างทั้งหมดของเว็บไซต์ (Lisa Lopuck, 2006) เป็นรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มข้อมูล ซึ่งจะมีผลต่อ ความสะดวกในการท่องเว็บไซต์ของผู้ใช้ ระบบโครงสร้างข้อมูลที่ดี จะช่วยเพิ่มความชัดเจนให้กับ เนื้อหา โครงสร้างหลักของระบบข้อมูลในเว็บไซต์ มีอยู่ด้วยกัน 3 รูปแบบได้แก่

- โครงสร้างระบบข้อมูลแบบลำดับชั้น เป็นพื้นฐานของโครงสร้างระบบ ข้อมูลที่ดี เนื่องจากการแบ่งแยกกลุ่มอย่างชัดเจน อีกทั้งความสัมพันธ์ระหว่างชั้นข้อมูลก็เป็นสิ่งที่ ผู้ใช้คุ้นเคย และเข้าใจโครงสร้างของข้อมูลที่ซับซ้อน ในเว็บไซต์ได้ง่ายและรวดเร็ว มีข้อพึงระวัง เพียง อย่าสร้างโครงสร้างระบบข้อมูลที่ลึกเกินไป หรือมีจำนวนชั้นของข้อมูลในโครงสร้างแคบ และลึกมากเกินไป เพราะจะทำให้ผู้ใช้ต้องคลิกหลายครั้งจนกว่าจะเข้าถึงสิ่งที่ต้องการ

- โครงสร้างระบบข้อมูลแบบไฮเปอร์เท็กซ์ เป็นโครงสร้างระบบข้อมูลแบบใหม่ ที่มีลักษณะคล้ายเครือข่ายโยงใย โครงสร้างระบบนี้ประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือรายการ หรือกลุ่ม ข้อมูลที่ถูกลิงค์ กับลิงค์ที่เชื่อมโยงข้อมูลเหล่านั้น องค์ประกอบ 2 ส่วนนี้เมื่อรวมกัน จะเกิดเป็น ระบบการเชื่อมโยงข้อมูลประเภทต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นตัวอักษร, ข้อมูล, รูปภาพ, เสียง หรือ ภาพยนตร์ โดยการเชื่อมโยงนั้นอาจเป็นไปตามลำดับชั้นข้อมูลหรือไม่เป็นไปตามตามลำดับชั้น ข้อมูล หรือทั้งสองก็ได้

### - โครงสร้างระบบข้อมูลแบบฐานข้อมูล โครงสร้างระบบข้อมูลแบบนี้มัก

นำไปใช้กับเว็บขนาดใหญ่ ที่มีผู้รับผิดชอบเรื่องระบบฐานข้อมูลโดยเฉพาะ การจัดการระบบข้อมูลแบบฐานข้อมูลนี้ ข้อมูลจะถูกจัดอยู่ในรูปแบบและคอลัมน์ด้วยกฎเกณฑ์บางอย่างที่มีการกำหนดไว้ เฉพาะฐานข้อมูลนั้นๆ การนำระบบฐานข้อมูลมาใช้ในเว็บไซต์จะช่วยเพิ่มความสามารถในการค้นหาข้อมูลได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว นอกจากนั้นการใช้ระบบฐานข้อมูลยังช่วยเพิ่มความสะดวก ในการดูแลและปรับปรุงเนื้อหาอีกด้วย (ธวัชชัย ศรีสุเทพ, 2544)

#### 2.4.3 ระบบเนวิเกชัน (Navigation)

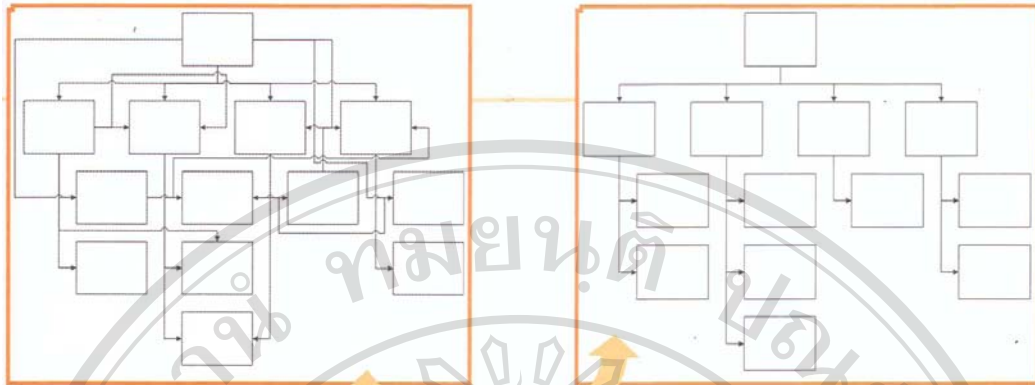
นอกเหนือจากการออกแบบโครงสร้างข้อมูลที่ดี จะช่วยให้ผู้ใช้ เข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้น ระบบเนวิเกชันก็เป็นส่วนเสริมอีกอันหนึ่งในการสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดี ความหมาย เพื่อช่วยให้ผู้ใช้ท่องเว็บได้อย่างคล่องตัว ค้นหาสิ่งที่ต้องการเจออย่างรวดเร็ว รูปแบบ ของเนวิเกชันแบ่งออกเป็น 4 รูปแบบดังนี้

(1) ระบบเนวิเกชันแบบลำดับชั้น ระบบเนวิเกชันแบบลำดับชั้นนี้เป็นแบบพื้นฐาน ที่ผู้คนมักใช้กันตามปกติอยู่แล้ว คือการที่มีโฮมเพจหนึ่งหน้า และมีลิงก์ไปยังหน้าอื่นๆ ภายใน เว็บไซต์นั้นก็ถือว่าเป็นลำดับชั้นอย่างหนึ่งแล้ว อย่างไรก็ตาม เว็บไซต์แบบนี้มีข้อจำกัดในการเคลื่อนที่ ได้เฉพาะแนวตั้ง คือจากหน้าหลัก ไปหน้าย่อยถัดลงไปหรือย้อนกลับขึ้นมา

(2) ระบบเนวิเกชันแบบโกลบอล ระบบเนวิเกชันแบบโกลบอล หรือแบบตลอดทั่วทั้งเว็บไซต์ เป็นระบบที่ช่วยเสริมข้อจำกัดของระบบเนวิเกชันแบบลำดับชั้น ทำให้สามารถเคลื่อนที่ได้ทั้งในแนวตั้งและแนวนอนอย่างมีประสิทธิภาพตลอดทั้งเว็บไซต์ โดยปกติแล้วระบบนี้จะใช้เพื่อเป็นลิงก์ไปยังส่วนต่างๆ ของเว็บไซต์ ซึ่งอาจอยู่ในรูปของเนวิเกชันบาร์ที่วางไว้ด้านบนหรือด้านล่างสุดของเว็บเพจทุกหน้าก็ได้

(3) ระบบเนวิเกชันแบบโลคอล สำหรับเว็บที่มีความซับซ้อนมาก นอกจากระบบเนวิเกชันแบบโกลบอลแล้ว ยังอาจต้องใช้ระบบเนวิเกชันแบบโลคอล หรือแบบเฉพาะส่วนเข้ามาช่วย เมื่อมีบางส่วนของเว็บไซต์ที่ต้องการระบบเนวิเกชันซึ่งมีลักษณะเฉพาะตัว เช่น หัวข้อย่อยของเนื้อหาที่อยู่ภายในส่วนต่างๆ ของเว็บไซต์ เพื่อความสะดวกและสื่อความหมายได้ชัดเจนขึ้น

(4) ระบบเนวิเกชันเฉพาะที่ ระบบเนวิเกชันแบบนี้มีอีกชื่อหนึ่งว่า ระบบเนวิเกชันแบบเฉพาะที่ตามความจำเป็นของเนื้อหา ซึ่งก็คือลิงค์ ของคำหรือข้อความที่น่าสนใจซึ่งฝังอยู่ในประโยค (Embedded Link) ที่เชื่อมโยงไปยังรายละเอียดเกี่ยวกับคำนั้นๆ เพิ่มเติม (ธวัชชัย ศรีสุเทพ, 2544)



**SITEMAPS AND LINKS**  
 A sitemap showing all the links between pages (above) is far more confusing than a sitemap that only shows hierarchical connections (above right).

## ภาพที่ 2.6 การวางระบบเนวิเกชันในรูปแบบต่างๆ

ที่มา : Peter Van Dijck, Information Architecture for Designers.

### การออกแบบระบบเนวิเกชันของเว็บไซต์

- สร้างระบบเนวิเกชันหลัก
- สร้างระบบเนวิเกชันเสริม
- เนวิเกชันแบบกราฟิก vs ตัวอักษร
- เนวิเกชันแบบกราฟิกพร้อมคำอธิบาย
- คำอธิบายของเนวิเกชัน (Navigation Label)

### พื้นฐานของระบบเนวิเกชัน

- ตอนนี้อยู่ที่ไหน
- จากนี้สามารถไปที่ไหนได้บ้าง
- จะไปที่ต่างๆ ได้อย่างไร
- หลังจากไปที่อื่นแล้วจะกลับมาที่เดิมได้อย่างไร
- ได้ผ่านที่ไหนมาบ้างแล้ว

### สร้างสิ่งแวดล้อมที่สื่อความหมาย

- แสดงชื่อองค์กรและที่อยู่ของเว็บไซต์ไว้ในทุกหน้าของเว็บเพจ
- แสดงถึงโครงสร้างของลำดับชั้นข้อมูลอย่างชัดเจนและสม่ำเสมอ
- แสดงตำแหน่งปัจจุบันให้ผู้รู้
- ใช้สีของลิงค์ให้เหมาะสม

### คุณสมบัติสำคัญของระบบเนวิเกชัน

- เข้าใจง่าย
- มีความสม่ำเสมอ
- มีการตอบสนองต่อผู้ใช้
- มีความพร้อมและเหมาะสมต่อการใช้งาน
- นำเสนอหลายทางเลือก
- มีขั้นตอนสั้นและประหยัดเวลา
- มีรูปแบบที่สื่อความหมาย
- มีคำอธิบายที่ชัดเจนและเข้าใจได้ง่าย
- เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์
- สนับสนุนเป้าหมายและพฤติกรรมของผู้ใช้

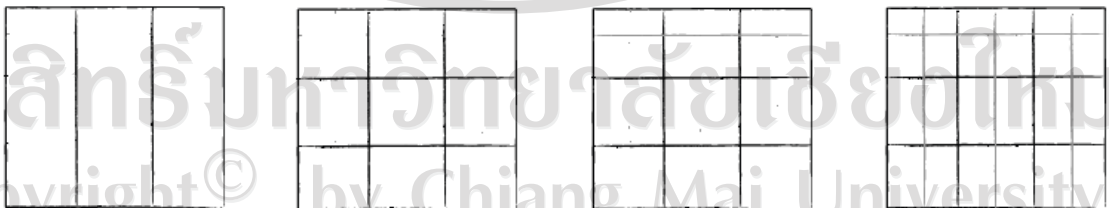
#### 2.4.4 องค์ประกอบของเว็บไซต์ (Visual Design)

องค์ประกอบของเว็บไซต์ที่ดี รัชชชัย ศรีสุเทพ (2544) นั้นได้กล่าวถึงการออกแบบเว็บไซต์ที่ดีต้องมีองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

- (1) **ความเรียบง่าย** ไม่ซับซ้อน ใช้งานได้ง่าย สะดวก ใช้เวลาในการดาวน์โหลด น้อย แสดงผลเร็ว ไม่มีกราฟิกหรือตัวอักษรที่เคลื่อนไหวตลอดเวลา มารบกวนสายตา และสร้าง
- (2) **ความสม่ำเสมอ** โดยมีรูปแบบเดียวกันตลอดทั้งเว็บไซต์ ไม่ว่าจะเป็น รูปแบบของหน้า, สไตล์ของกราฟิก, ระบบเนวิเกชัน หรือโทนสีที่ใช้ เนื่องจาก ลักษณะของแต่ละหน้า แตกต่างกันมาก ผู้ใช้ก็จะเกิดความสับสนและไม่แน่ใจว่า กำลังอยู่ในเว็บเดิมหรือไม่
- (3) **ความเป็นเอกลักษณ์** การออกแบบต้องคำนึงถึงลักษณะขององค์กร เนื่องจาก รูปแบบของเว็บไซต์สามารถสะท้อนถึงเอกลักษณ์และลักษณะขององค์กรได้ ผู้ออกแบบจึงต้อง เลือกรูปแบบองค์ประกอบทั้งชุดสี, ชนิดตัวอักษร, รูปภาพ และกราฟิกอย่างระมัดระวัง
- (4) **เนื้อหาที่มีประโยชน์** เนื้อหาถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในเว็บไซต์ ดังนั้นในเว็บไซต์ ควรมีการจัดเตรียมเนื้อหาและข้อมูลที่ผู้ใช้งานต้องการเอาไว้ให้ถูกต้อง จัดแบ่งเป็นหมวดหมู่ให้ เรียบร้อย ครบถ้วน และสมบูรณ์ โดยมีการปรับปรุงและเพิ่มเติมให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ

- (5) ระบบเนวิเกชันที่ใช้งานง่าย โดยมีกราฟิกที่สื่อความหมาย ร่วมกับคำอธิบายชัดเจน รวมทั้งมีรูปแบบและลำดับของรายการที่สม่ำเสมอ วางเอาไว้ในตำแหน่งเดียวกันของทุก หน้า
- (6) มีลักษณะที่สวยงามน่าดึงดูดใจ แม้เรื่องนี้จะตัดสินได้ยาก เพราะเป็นเรื่องของรสนิยมเฉพาะบุคคล แต่คุณภาพกราฟิกที่ใช้จะต้องสมบูรณ์ ไม่มีร่องรอยเสียหายหรือเป็นขอบขั้ว บันได้ให้เห็น ตัวหนังสือต้องอ่านง่าย สบายตา มีการใช้โทนสีที่เข้ากันอย่างสวยงามเป็นต้น
- (7) ใช้งานอย่างไม่จำกัด เว็บไซต์ที่ดีต้องสามารถเข้าถึงผู้ใช้ส่วนใหญ่ได้มากที่สุด โดยที่ไม่ต้องมีการติดตั้งโปรแกรมใดๆ เพิ่มเติม สามารถแสดงผลได้ในทุกระบบปฏิบัติการ และที่ความละเอียดหน้าจอต่างๆ กันได้อย่างไม่มีปัญหา
- (8) คุณภาพในการออกแบบ ต้องมีการออกแบบและเรียบเรียงจัดเนื้อหาอย่างรอบคอบ เพื่อให้ผู้ใช้เกิดความเชื่อถือ
- (9) ระบบการใช้งานที่ถูกต้อง ต้องคอยตรวจสอบระบบการทำงานต่างๆ ใน เว็บไซต์ว่ามีความแน่นอน และทำหน้าที่ได้อย่างถูกต้องอยู่เสมอ ตัวอย่างเช่น ถ้าคุณมีแบบฟอร์ม สำหรับให้ผู้ใช้กรอก ก็ต้องแน่ใจว่าแบบฟอร์มนั้นใช้งานได้จริง หรือลิงค์ต่างๆ ที่มีอยู่นั้นได้ เชื่อม โยงไปยังหน้าที่ถูกต้อง

#### 2.4.5 แนวคิด กฎแห่ง 3 (The Rule of Thirds)

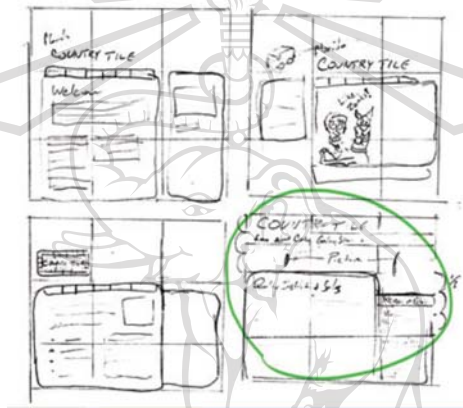


ภาพที่ 2.7 ภาพแนวคิด กฎแห่ง 3 (The Rule of Thirds)

ที่มา : Jason Beard.2007. Beautiful Web Design. Site Point Pty. Ltd.. Canada .P.10

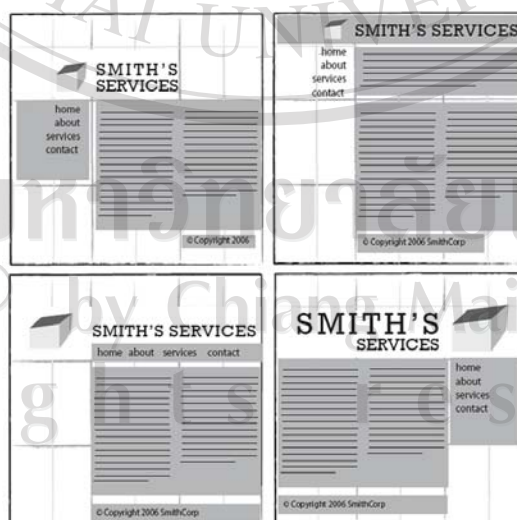


แนวคิด กฎแห่ง 3 (The Rule of Thirds) เป็นกฎเวอร์ชันที่ง่าย ๆ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบกราฟิก คือ การหารส่วนประกอบเข้าไป เป็นวิธีที่จะทราบถึงสัดส่วนโดยประมาณ เริ่มต้นโดยการร่างแบบ ( layout ) ด้วยดินสอลงบนกระดาษในมิติแนวตั้งและแนวนอนและควรพยายามร่างให้ตรงบรรทัดและมุม 90 องศา ส่วนเส้นแนวตั้งและแนวนอนก็ทำการหาร 3 เช่น จากพื้นที่ 3 ช่องเป็น 6 ช่องและ 24 ช่อง ซึ่งภายในพื้นที่เส้นในการร่าง สามารถทดลองวางคอลัมน์ โดยใช้บรรทัดเส้นที่สร้าง 3 เส้นแรกเป็นจุดศูนย์กลาง การทดลองว่านั้นสามารถจัดเรียง



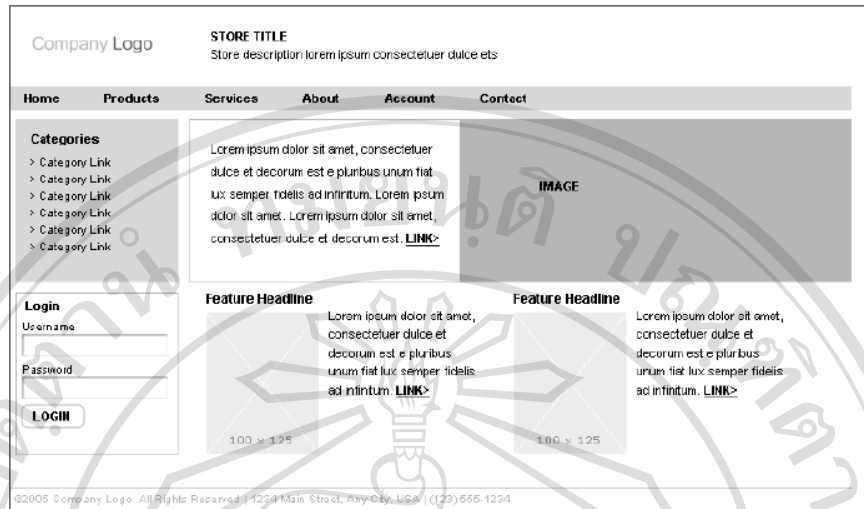
ภาพที่ 2.8 การร่างแบบ ( layout ) ด้วยดินสอลงบนกระดาษ

ที่มา : Jason Beard.2007. Beautiful Web Design. SitePoint Pty. Ltd.. Canada .P.35



ภาพที่ 2.9 การทดลองวางคอลัมน์ โดยใช้แนวคิด กฎแห่ง 3

ที่มา : Jason Beard.2007. Beautiful Web Design. SitePoint Pty. Ltd.. Canada .P.11



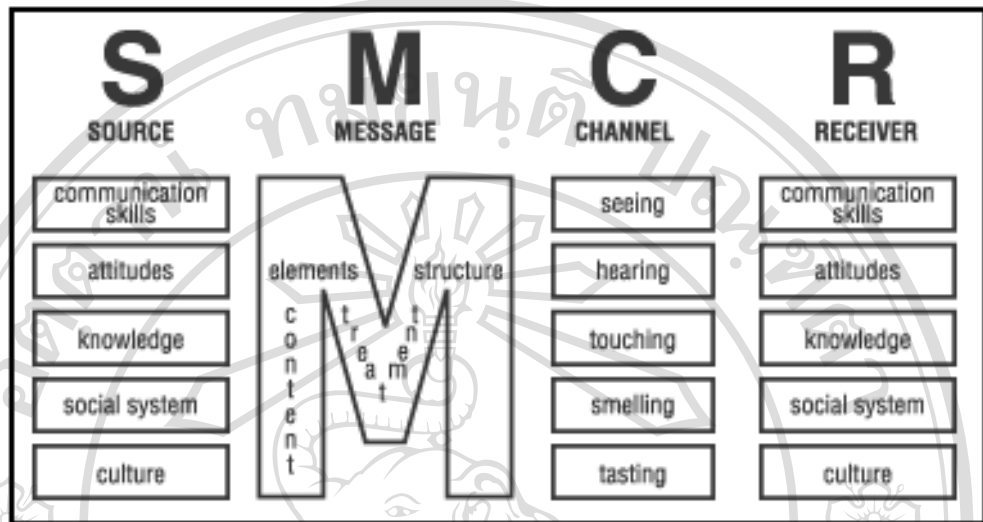
ภาพที่ 2.10 การทดลองออกแบบการเชื่อมต่อ

ที่มา : Lisa Lopuck, 2006. Web Design For Dummies. Wiley Publishing, Inc., Indiana. p.44

การทดลองออกแบบการเชื่อมต่อ เป็นกระบวนการปฏิสัมพันธ์ในการเริ่มต้นการออกแบบ ซึ่งจะทราบว่าอะไรที่ควรจะทำหรือพัฒนาในเรื่องต่างๆ ต่อ เพราะเป็นวิธีที่ดี จะสามารถทราบได้อย่างรวดเร็วและแก้ไขได้ ก่อนที่จะมีการใช้งานจริง ด้านการทดสอบความ สามารถในการออกแบบต้องสามารถเข้าใจกลุ่มของผู้ใช้ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่จะเข้ามาในเว็บไซต์ การวางแผนการวางจุดต่างๆ ต้องตอบสนองกลุ่มผู้ดูแลผู้ฟังได้ เช่นกลุ่มเป้าหมายสามารถคลิกจุดต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Lisa Lopuck, 2006)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## 2.5 ทฤษฎีการสื่อสาร (SMCR)



ภาพที่ 2.11 แสดงทฤษฎีการสื่อสาร (SMCR)

ที่มา : [www.hmmembers.comcomm210Imageschap1GC1T3-2.gif](http://www.hmmembers.comcomm210Imageschap1GC1T3-2.gif) (7 กรกฎาคม 2552)

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้แนวคิดทฤษฎีการสื่อสารของ David K. Berlo เป็นหลัก เนื่องจากการสื่อสารที่เกิดขึ้นบนสื่อเว็บไซต์ของหมู่บ้านมั่งคอบปุย มีลักษณะของการสื่อสารที่มี Source, Message, Channel และ Receiver ซึ่งเดวิด เค.เบอร์โล (David K. Berlo) ได้อธิบายแบบจำลองกระบวนการสื่อสาร SMCR (Source, Message, Channel, Receiver) ดังนี้

ผู้ส่ง (Source) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสารโดยมีความสามารถในการเข้ารหัส (Encode) เนื้อหาข่าวสาร มีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับเพื่อผลในการสื่อสาร มีความรู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่ง และควรจะสามารถในการปรับระดับของข้อมูลนั้นให้เหมาะสมและง่ายต่อระดับความรู้ของผู้รับ ตลอดจนพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้รับ

ข้อมูลข่าวสาร (Message) ข่าวสารต่าง ๆ เช่น ด้านเนื้อหา ด้านสัญลักษณ์ ที่จะส่ง ไปยังผู้รับสาร ซึ่งเกี่ยวข้องกับวิธีการส่งข่าวสาร

ช่องทางในการส่ง (Channel) หมายถึงการที่จะส่งข่าวสารโดยการ ให้ผู้รับได้รับข่าวสาร ข้อมูลโดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 หรือเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง คือ การได้ยิน การดู การสัมผัส การลิ้มรส หรือการได้กลิ่น

ผู้รับ (Receiver) ต้องเป็นผู้มีทักษะความชำนาญในการสื่อสารโดย มีความสามารถในการ “การถอดรหัสสาร” (Decode) เป็นผู้ที่ตีความ ระดับความรู้และพื้นฐานทางสังคม วัฒนธรรม เช่นเดียวหรือคล้ายคลึงกันกับผู้ส่งสารจึงจะทำให้การสื่อความหมายหรือการสื่อสารนั้นได้ผล (Fundamentals of Public Communication Department of Communication Studies Ball State University, 2008)

จากแนวคิดทฤษฎีการสื่อสาร สามารถนำไปประกอบในการใช้วิเคราะห์และเลือกข้อมูลของหมู่บ้านมั่งคองปุยเพื่อนำเสนอผ่านสื่อเว็บไซต์ รวมถึงเพื่อแสดงออกถึงความต้องการข้อมูลและสัญลักษณ์ของนักท่องเที่ยว โดยผ่านช่องทางการสื่อสารคือ โดย ผู้ส่งสาร (Source) คือ ผู้ที่ทำเว็บไซต์ ส่วนข้อมูลข่าวสาร (Message) คือ ข้อมูลและสัญลักษณ์ของหมู่บ้านมั่งคองปุย ช่องทางการสื่อสาร (Channel) คือ เว็บไซต์บนสื่ออินเทอร์เน็ตที่ผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ หรือสื่อโทรศัพท์ก็ได้ และ (Receiver) ผู้รับสารคือ นักท่องเที่ยวและผู้ที่จะมาเยี่ยมชมเว็บไซต์หมู่บ้านมั่งคองปุย

## 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.7.1 ดร. จีราวรรณ ฉายสุวรรณ (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ยุทธศาสตร์การค้าของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยว : สินค้าหัตถกรรมผลิตภัณฑ์จากฝ้าย จากการสำรวจพฤติกรรมการซื้อสินค้าของที่ระลึกหัตถกรรมผ้าฝ้าย ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติแล้วนำเสนอแนวทางในการจัดทำยุทธศาสตร์การค้าของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยว ด้านการพัฒนาวัตถุดิบ การพัฒนาการผลิต การพัฒนาการออกแบบ การพัฒนาการตลาดและการพัฒนาแผนแม่บทแบบองค์รวม เนื้อหาในการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาประวัติศาสตร์และสัญลักษณ์ ทางวัฒนธรรมของหมู่บ้านมั่งคองปุย นำเสนอบนเว็บไซต์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนี้

1. การวิเคราะห์ทิศทางการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย Would tourism Organization ได้วิเคราะห์รูปแบบการท่องเที่ยวในอนาคตว่า นักท่องเที่ยวจะนิยมการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจจากธรรมชาติ ศึกษาวัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย ให้มีเอกลักษณ์ไทยในมาตรฐานสากล โดยมุ่งดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรม ประเพณี เอกลักษณ์ไทยและให้เกิดการกระจายรายได้และอาชีพแก่ประชาชนในชนบท ลักษณะเช่นนี้เป็นโอกาสการทำหลักการตลาดประสบการณ์ (Experiential Marketing) เป็นวิธีการตลาด ที่มุ่งเน้นการสร้างสินค้าและบริการโดยให้ผู้บริโภคได้รับความรู้สึกของการเป็นส่วนหนึ่งหรือมีประสบการณ์ร่วม ในวัฒนธรรมเก่าแก่ย้อนยุคในอดีต เช่น การให้ความรู้ประวัติศาสตร์แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับเรื่องราวของสถานที่และ

วัฒนธรรมท้องถิ่นนั้น เช่นความเชื่อ ชีวิตความเป็นอยู่ อาหารการกิน เป็นต้น เมื่อนักท่องเที่ยวมีประสบการณ์จากการเรียนรู้หรือได้พบวัฒนธรรมท้องถิ่นแล้ว ย่อมเห็นคุณค่าที่สามารถเชื่อมโยงกับประสบการณ์ของเขา

2. สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวไทย อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย นับเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการ ที่สามารถสร้างรายได้หลักกับประเทศเป็นจำนวนมหาศาลจากข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยพบว่า 2546 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 10 ล้านคน สร้างรายได้ 309,300 ล้านบาท ในขณะที่เดียวกันกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้วางเป้าหมายการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเน้นให้เกิดการใช้จ่ายในมูลค่าที่สูงขึ้น จากการคาดการณ์ จะมีรายได้จากการท่องเที่ยวของชาวไทยภายในประเทศเพิ่มขึ้น ร้อยละ 28.28 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2550)

2.7.2 วชิ เรื่องพรวิสุทธิ (2550) ศึกษาเรื่องการบริโภค สัญญาในการท่องเที่ยวของสังคมไทยร่วมสมัย มีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาบทบาทของสัญญาในการสร้างความหมายและคุณค่าที่มีผลต่อการท่องเที่ยว รวมไปถึงเพื่อศึกษาตรรกวิทยาการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวไทยร่วมสมัยที่มีต่อกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ผลการศึกษาแบ่งเนื้อหาออกเป็นสองส่วน ในส่วนแรกนั้น จากการสังเกตพื้นที่ทางการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาถึงบทบาทของสัญญาในการประกอบสร้างความหมายและคุณค่าให้แก่แหล่งท่องเที่ยวผ่านกรณีศึกษา 4 แห่ง อันได้แก่อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ วัดพระธาตุดอยสุเทพ หมู่บ้านหัตถกรรมบ่อสร้าง-สันกำแพง และขันโตกศูนย์วัฒนธรรมเชียงใหม่ พบว่าสถานที่ท่องเที่ยวทั้ง 4 มีลักษณะร่วมกันบางประการ คือสามารถพบเห็นสัญญะหลากหลายลักษณะได้โดยทั่วไปตามจุดต่างๆ ของพื้นที่ และมีกระบวนการสร้างความหมาย (signification) เพื่อช่วยนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวให้มีคุณค่ามีความแตกต่างและมีจุดเด่นที่น่าสนใจ กล่าวคือ ที่อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ สัญญาถูกนำมาใช้ในการประกอบสร้างความเป็นธรรมชาติและความเป็นที่สุกให้เป็นการหมายหลักของพื้นที่ ขณะที่สัญญาถูกนำมาใช้ในการประกอบสร้าง ความหมายของความศักดิ์สิทธิ์สูงส่งและความเป็นท้องถิ่นให้กับแหล่งท่องเที่ยววัดพระธาตุดอยสุเทพ ในกรณีของหมู่บ้านหัตถกรรมบ่อสร้าง-สันกำแพงพบว่าความหมายหลักที่ถูกประกอบสร้าง ขึ้นผ่านสัญญาคือความเป็นชุมชนหัตถกรรม สุดท้ายคือที่ขันโตกศูนย์วัฒนธรรมเชียงใหม่ การนำเสนอสัญญาที่พบค่อนข้างหลากหลายมีทั้งสัญญาที่เป็นวัตถุและอยู่ในรูปของการแสดง โดยความหมายหลักทางการท่องเที่ยวที่ถูกประกอบสร้างขึ้นได้แก่ ความเป็นท้องถิ่น ความเป็นบุคคล พิเศษ/โอกาสพิเศษ และความเก่าแก่ย้อนยุค

ในท้ายที่สุดความหมายสัญญา อาจไม่มีความจำเป็นอีกต่อไปในสังคมที่ขับเคลื่อนด้วยอำนาจของภาพลักษณ์ในปัจจุบัน มีเพียงรูปสัญญะเท่านั้นที่ถูกบริโภคโดยความหมายเกิดขึ้นมาได้

จากการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกันทางรูปลักษณะ เช่น โปสการ์ดและสินค้าที่ระลึกที่ขาย ณ แหล่งท่องเที่ยวซึ่งส่วนใหญ่ล้วนแต่เป็นรูปสัญลักษณ์ที่สื่อถึงการเป็นตัวแทนแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ มากกว่าตัวความหมายจริงๆ

ส่วนที่สองผลการศึกษาพบว่า ธรรมชาติที่อยู่เบื้องหลังการบริโภคทางการท่องเที่ยว สัญลักษณ์ และความหมายยังคงมีบทบาทสำคัญอย่างต่อเนื่องและส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคของนักท่องเที่ยวด้วย ทำให้เห็นว่าทำให้ระดับคุณค่าหรือธรรมชาติของการบริโภคในบริบททางการท่องเที่ยวไม่ได้อ้างอิงอยู่กับธรรมชาติพื้นฐานอย่างเรื่องของประโยชน์ใช้สอยทางกายภาพ (utility) หรือมูลค่าในการแลกเปลี่ยน (monetary exchange) เพียงเท่านั้นแต่ยังมีการเชื่อมโยงไปถึงคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ (sign value) ด้วย

ความหมายที่ประกอบสร้างขึ้นและภาพของสัญลักษณ์แพร่กระจายไปสู่มวลชนเพื่อให้เกิดการเรียนรู้และยอมรับสัญลักษณ์เหล่านั้น เมื่อการยอมรับเกิดขึ้นอย่างสมบูรณ์ จะทำให้ความหมายและรูปสัญลักษณ์พัฒนาไปสู่มาคติที่ฝังไว้ในจิตไร้สำนึก ทำให้ผู้ที่เห็นสัญลักษณ์หนึ่งๆ สามารถนึกโยงความสัมพันธ์ไปยังต้นตอที่มา หรือความหมายได้โดยอัตโนมัติและไม่มีความสงสัยเคลือบแคลงเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างรูปที่เห็นและความหมายที่ตนได้เรียนรู้มาจากสังคมนักท่องเที่ยวอยู่แล้วล่วงหน้าว่าตนเองจะได้พบกับอะไรและรู้ว่าสิ่งใดที่ต้องเข้าไปสัมผัส รู้ว่าอะไรเป็นของขึ้นชื่อเป็นสัญลักษณ์ในการท่องเที่ยวที่แห่งนั้นๆ เมื่อเดินทางไปถึงนักท่องเที่ยวก็จะเริ่มกิจกรรมการเสพและสะสมสัญลักษณ์ในรูปของภาพถ่ายบ้างสินค้าที่ระลึกบ้าง การเข้าถึงสัญลักษณ์ทางการท่องเที่ยวนี้ไม่ได้เป็นแต่เพียงการเสพภาพและความหมายเพราะสิ่งที่เกิดขึ้นไปพร้อมๆ กันก็คือนักท่องเที่ยวได้ผลิตซ้ำสัญลักษณ์และความหมายต่อกันทอดหนึ่งด้วย ซึ่งทำให้สถานะของนักท่องเที่ยวกลายเป็นทั้งผู้บริโภคและผู้ผลิตไปในคราวเดียวกัน

2.7.3 บรรพจน์ โนแบ้ว (2548) ศึกษาการออกแบบสารสนเทศร่วมกับการจัดการสื่อสำหรับนักท่องเที่ยวผู้มาใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ สามารถสรุปผลการวิจัย ในขั้นสุดท้ายได้ดังต่อไปนี้

ก่อนการออกแบบสารสนเทศและการจัดการสื่อ

- ไม่ทราบความต้องการสารสนเทศของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ
- นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาใหม่ประสบปัญหาการเดินทางมาใช้ท่าอากาศยาน
- นักท่องเที่ยวไม่สามารถค้นหาข้อมูลได้ และได้รับข้อมูลที่ไม่ตรงกับความต้องการ
- ไม่มีการจัดการสื่อสารสนเทศที่เป็นระบบทำให้ไม่สามารถวิเคราะห์ได้ถึงจุดเด่นด้อยของสื่อในแต่ละจุดได้

- สารสนเทศด้านการท่องเที่ยวและสื่อในท่าอากาศยานไม่ได้ถูกทำให้มีความเชื่อมโยงกันที่เป็นแบบบูรณาการ

หลังการออกแบบสารสนเทศและการจัดการสื่อ

- นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการสืบค้นข้อมูลมาก โดยใช้มากที่สุด คือ ผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ เมื่อได้มีการจัดทำโครงสร้างเว็บไซต์ และนำไปทำเว็บไซต์แล้วนักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาสืบค้นสารสนเทศได้โดยตรง ทำให้ทราบถึงข้อปฏิบัติต่างๆของท่าอากาศยาน เพื่อการเตรียมตัวรวมทั้งการจัดเตรียมเอกสารต่างๆ และสามารถเชื่อมโยงการค้นหาข้อมูลสารสนเทศอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย เช่น ข้อมูลการท่องเที่ยว พิธีทางศุลกากร โรงแรมและอื่นๆ เป็นต้น
- นักท่องเที่ยวสามารถใช้ค้นหาข้อมูลได้ทันที ณ ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารสารสนเทศที่ให้บริการเช่น แผ่นพับ โบรชัวร์ การดาวโหลดข้อมูลผ่านสื่อใหม่ เช่น คอมพิวเตอร์, โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น และนักท่องเที่ยวสามารถใช้ระบบอินเทอร์เน็ตได้ ณ ที่จุดนี้เพื่อสืบค้นข้อมูลและส่งผ่านข้อมูลได้โดยตรง
- เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางกลับไปยังถิ่นพำนักแล้ว นักท่องเที่ยวสามารถใช้การสืบค้นผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์เพื่อรับทราบสารสนเทศด้านต่างๆ ได้ เช่น โปรแกรมหรือเทศกาลด้านการท่องเที่ยว, การขอรับบริการช่วยเหลือต่างๆ เช่น ดิฉันดื่มสัมภาระ, การให้คำแนะนำด้านการบริการของท่าอากาศยาน เป็นต้น

2.7.4 พรวิไล โพธิ์เผือก (2549) ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษา: หมู่บ้านมั่งคองปุย อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย จังหวัดเชียงใหม่ การศึกษามีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรค ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านมั่งคองปุย ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

1. ประชาชนที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านมั่งคองปุย มีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับสูง โดยแบ่งออกเป็น ร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจ ร่วมปฏิบัติ ร่วมคิดตามผลและร่วมรับผลประโยชน์ พบว่าประชากรส่วนใหญ่ ร่วมรับผลประโยชน์มากที่สุด
2. ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ เพศและอายุ ปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการมีส่วนร่วมได้แก่ ระดับการศึกษาและรายได้
3. ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ นักท่องเที่ยวส่งเสียงดัง ประชาชนขาดความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ปัญหาขยะและขาดงบประมาณ

ข้อเสนอแนะ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านม้งคอยปุยควรรักษาเอกลักษณ์ วัฒนธรรมของตนเองให้สืบทอดต่อไปและควรปฏิบัติตามกฎระเบียบของชุมชนอย่างเคร่งครัด เพื่อที่จะเป็นแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ส่วนภาครัฐควรรณรงค์ให้ประชาชนมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากร เพื่อที่จะมีความเข้าใจและเกิดการมีส่วนร่วมในการจัดการขึ้น

2.7.5 พิษณุลักษณ์ พิษณุกุล(2549) ศึกษาเรื่อง การประเมินระดับความเป็นมาตรฐานของอุทยานแห่งชาติคอยสุเทพ - ปุย เพื่อสร้างกลยุทธ์ระดับปฏิบัติการในการยกระดับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดเชียงใหม่โดยใช้อุทยานแห่งชาติคอยสุเทพ-ปุยเป็นกรณีศึกษา แล้วนำเสนอผลการศึกษาแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการพัฒนาการท่องเที่ยวทางธรรมชาติเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาปรับปรุงจุดอ่อน เสริมจุดแข็ง และสร้างการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน ข้อมูลในการวิจัย จึงได้เลือก 4 พื้นที่ที่มีความแตกต่างกันเป็นพื้นที่ตัวอย่าง ที่ทำการศึกษา คือ น้ำตกแม่สา พระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์ วัดพระธาตุดอยสุเทพวรวิหารและหมู่บ้านชาวเขาคอยปุย การประเมินระดับความเป็นมาตรฐานของอุทยานแห่งชาติคอยสุเทพ-ปุยนั้นเป็นการประเมินโดยใช้เกณฑ์ดัชนีวัดคุณภาพมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว จัดทำโดยโครงการศึกษาวิจัยการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม ภาคเหนือ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ร่วมกับสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย (ปี 2544) ซึ่งประเด็นสำหรับการตรวจสอบมี 7มิติ ประกอบด้วย ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว การรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจและสังคม ศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และโบราณคดี คุณค่าทางการเรียนรู้และการศึกษา และการบริหาร ผลการประเมินระบุว่า หมู่บ้านชาวเขาคอยปุยมีระดับมาตรฐานอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง และได้คะแนนมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวรวมเท่ากับร้อยละ 52 ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของแต่ละพื้นที่ พบว่า หมู่บ้านชาวเขา คอยปุย มีจุดแข็งคือวัฒนธรรมและวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของชนเผ่า จุดอ่อนคือความไม่พร้อมของสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ โอกาสคือการมีเอกลักษณ์ทั้งด้านวัฒนธรรมและวิถีความเป็นอยู่ ส่วนอุปสรรค คือ การขาดงบประมาณในการพัฒนาและอิทธิพลจากสังคมเมืองที่ทำให้วิถีชีวิตแบบเดิมเปลี่ยนไป กลยุทธ์ในการยกระดับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว การวิจัยเป็นกลยุทธ์ที่มีความเหมาะสมที่จะดำเนิน การได้ทันที สามารถดำเนินการได้แล้วเสร็จภายในหนึ่งปีและแต่ละกิจกรรมนั้นควรดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดผลที่ยั่งยืนต่อไปในระยะยาว โดยหมู่บ้านชาวเขา คอยปุยมีกลยุทธ์หลักคือการสืบทอดวัฒนธรรม วิถีชีวิตแบบดั้งเดิมและการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม ทางธรรมชาติ

2.7.6 สุนิสา จันทรัตน์โยธิน(2545) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชน: กรณีศึกษาหมู่บ้านคอยปุย ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ การศึกษาวิจัยนี้ได้ใช้กรอบแนวความคิด 3 แนวคิด คือ การท่องเที่ยว ทุนวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผลจากการศึกษาพบว่า เมื่อ



การท่องเที่ยวเข้าสู่หมู่บ้านคอยปุย ชาวบ้านเรียนรู้ที่จะนำลักษณะทางวัฒนธรรมของตนมาปรับเปลี่ยนเป็นสินค้าและบริการต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในการบริโภควัฒนธรรมที่แปลกแตกต่างจากตนเอง นั่นคือ ความเป็นมั่งและยังได้มีการจัดฉากนำเสนอความจริงแท้เพื่อสร้างจุดดึงดูดใจให้แก่แหล่งท่องเที่ยวคอยปุยอีกด้วย สินค้าทางวัฒนธรรมในหมู่บ้านคอยปุยมีมากมาย เช่น เครื่องแต่งกาย งานหัตถกรรม ของที่ระลึก ฯลฯ อย่างไรก็ตาม วัฒนธรรมมั่งมิได้นำไปเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมทั้งหมด เช่น พิธีศพ สิ่งนี้แสดงว่า มั่งได้ตระหนักว่าสิ่งใดเป็นสินค้าที่ขายได้ และสิ่งใดขายไม่ได้ นอกจากนี้สินค้าวัฒนธรรมที่จำหน่ายอาจเป็นของในชุมชนหรือนำมาจากภายนอกซึ่งผู้ขายได้โยงสินค้านั้นเข้ากับเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมมั่ง และการนำเสนอความจริงแท้ของการความเป็นมั่งภายในหมู่บ้านมิได้ถูกนำเสนอ โดยคนมั่งเท่านั้น คนต่างกลุ่มชาติพันธุ์ก็ได้มีการใช้เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมมั่งเพื่อวัตถุประสงค์ในการค้าขาย เช่นเดียวกับคนมั่งยังไปกว่านั้น การท่องเที่ยวก่อให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนในด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม โดยทางตรงและโดยทางอ้อม ซึ่งมีผลกระทบต่อทั้งด้านบวกและด้านลบ เช่น การท่องเที่ยวทำให้ชาวบ้านมีอาชีพมากมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ทำให้มีรายได้มากขึ้น มีการขยายตัวด้านการลงทุน มีการสร้างประเพณีประเพณี มีการเปลี่ยนแปลงสถานภาพและบทบาทของหญิงและชาย มีปัญหาสังคมและปัญหาขยะเกิดขึ้น เป็นต้น นอกจากนี้ ในส่วนท้ายของวิทยานิพนธ์ชิ้นนี้ได้กล่าวถึงศักยภาพความเป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของหมู่บ้านที่ กำลังจะดำเนินการในอนาคต พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะบางประการเพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งมีหลักเกณฑ์พื้นฐานจากการรวมตัวกันขององค์กรประชาชนในระดับชุมชนเพื่อแสวงหาทางเลือกในการพัฒนาตนเอง และมีจุดมุ่งหมายด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ความหลากหลายทางชีวภาพ วิถีชีวิต วัฒนธรรม และประเพณีท้องถิ่น

2.7.7 อภิสัทธี ชวนไชยสิทธิ์ (2550) ศึกษาเรื่อง การออกแบบภาพสำเร็จรูปแนววัฒนธรรมล้านนา การศึกษาค้นคว้า มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา วิเคราะห์หารูปแบบของ ภาพสำเร็จรูป แนววัฒนธรรมล้านนา และออกแบบภาพสำเร็จรูปแนววัฒนธรรมล้านนา สำหรับนำมาใช้ประกอบการผลิตสื่อทางด้านวัฒนธรรมล้านนา วิธีการศึกษา มีดังนี้ เก็บรวบรวม ข้อมูลภาคเอกสาร และข้อมูลภาคสนามทางด้านวัฒนธรรมล้านนา ดำเนินการวิเคราะห์ หาผลสรุปลักษณะของรูปแบบของภาพสำเร็จรูป ดำเนินการออกแบบภาพสำเร็จรูป และประเมินผลงาน โดยผู้เชี่ยวชาญ และผู้ที่ทำงานผลิตสื่อด้านวัฒนธรรมล้านนา จากนั้นจึงมีการวิจารณ์ อภิปราย และหาข้อสรุปเพื่อแก้ไขผลงาน ให้ถูกต้องเพื่อสามารถนำไปใช้ประกอบการผลิตสื่อทางด้านวัฒนธรรมล้านนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการศึกษสามารถสรุปรูปแบบภาพสำเร็จรูป แนววัฒนธรรมล้านนา ดังต่อไปนี้ ชุดชุมชนและชาติพันธุ์ ชุดเครื่องแต่งกายแบบล้านนา ชุดประเพณีพื้นบ้านล้านนา ชุดศิลปปะคนตรีและการแสดงพื้นบ้านล้านนา ชุดศิลปกรรมล้านนา ชุดการละเล่นพื้นบ้านล้านนา และ ชุดหัตถกรรมล้านนา ส่วนวัฒนธรรมล้านนาในเรื่อง ชุมชนและชาติพันธุ์ในดินแดนล้านนา สนใจที่จะศึกษาตั้งแต่เริ่มก่อตั้งอาณาจักรล้านนา จวบจนถึงปัจจุบัน เนื่องจากแต่ละกลุ่มชุมชน และชาติพันธุ์ มีอยู่อย่างหลากหลาย ที่เข้ามาอาศัย หรืออพยพในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน จึงต้องศึกษาตั้งอดีตจนถึงปัจจุบัน เพื่อให้เกิดความครอบคลุม และเห็นพัฒนาการได้อย่างชัดเจน ตัวอย่างเช่น ชุมชนชาวเขาในดินแดนล้านนานั้นก็เพิ่งอพยพมาจากประเทศจีนมาประมาณไม่ถึง 100 ปี ซึ่งไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์การก่อตั้งอาณาจักรล้านนาใดๆ ทั้งสิ้น

2.7.7 กฤตณัฐ สัตยสุนทร (2552) ศึกษาเรื่อง การออกแบบเว็บไซต์การศึกษาสำหรับการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ : กรณีศึกษางานวิจัยเวดเวียงเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาและออกแบบเว็บไซต์เพื่อการเรียนรู้ประวัติศาสตร์สำหรับนักศึกษาภาควิชา ประวัติศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่และทำให้ทราบถึงแนวทางการออกแบบเว็บไซต์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้แนวคิดกระบวนการพัฒนา เว็บไซต์เป็นแนวทางในการศึกษา ได้ทำการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เจ้าของงานวิจัยเวดเวียงเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ความต้องการเบื้องต้นต่อ การออกแบบเว็บไซต์จาก รศ.อุษณีย์ ธงไชย ผู้เป็นเจ้าของผลงานวิจัยเวดเวียงเชียงใหม่และสัมภาษณ์ตัวอย่างนักศึกษาจากภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัย เชียงใหม่ นำมาออกแบบระบบฟังก์ชันการใช้งาน โดยให้ระบบนำทาง (Navigation) เป็นตัวหลัก เมื่อออกแบบแล้วให้กลุ่มนักศึกษาภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งเป็น กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ในระดับมาก โดยมีระดับความพึงพอใจต่อการออกแบบ หน้าเว็บเพจในแต่ละหน้าที่มีความน่าสนใจและการเลือกใช้โทนสีและรูปภาพ ในส่วนของ อินเทอร์เน็ตพลิกกลับปรากฏว่านักศึกษาสามารถใช้งานได้ไม่ติดขัดแต่มีข้อแนะนำคือ อินเทอร์เน็ตรูปแบบนี้ยังไม่สามารถใช้งานได้เต็มประสิทธิภาพ หากมีการออกแบบที่เหมาะสมอาจจะทำให้มี ประสิทธิภาพดีขึ้น ซึ่งสามารถนำมาเป็นวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องของการศึกษาประวัติศาสตร์และการออกแบบเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีศึกษา

การวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของ การวิเคราะห์สัญญาณหมู่บ้านมั่งคองปุยเพื่อออกแบบเว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวในครั้งนี้ ผู้ศึกษามีระเบียบวิธีศึกษา ดังนี้

- 3.1 ขอบเขตการศึกษา
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาข้อมูล
- 3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 การออกแบบเว็บไซต์หมู่บ้านมั่งคองปุย
- 3.7 การประเมินผลการออกแบบเว็บไซต์หมู่บ้านมั่งคองปุย
- 3.8 สรุปขั้นตอนของการศึกษา

#### 3.1 ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านระยะเวลา : เริ่มเดือนกรกฎาคม พ.ศ.2552 ถึงเดือนตุลาคม 2552
2. ขอบเขตด้านพื้นที่ : พื้นที่ตัวอย่างในการศึกษาในครั้งนี้ คือหมู่บ้านมั่งคองปุย ผู้ศึกษาเลือกพื้นที่นี้เพราะที่ตั้งของหมู่บ้านมั่งคองปุย อยู่เส้นทางเดียวกับวัดพระธาตุคอกสุเทพราชวรวิหาร และพระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมาท่องเที่ยวมาก ซึ่งเป็นกลุ่ม ตัวอย่างในการศึกษาเหมาะกับการพัฒนาส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและสร้างคุณค่าให้กับหมู่บ้านมั่งคองปุย
3. ขอบเขตด้านประชากร : กลุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi Sampling) เริ่มจากการกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวหมู่บ้านมั่งคองปุย 100 คน นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวหมู่บ้านมั่งคองปุย 100 คน ประชากรหมู่บ้านมั่งคองปุย 100 คน จากนั้นใช้ การสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด คือ 300 คน
4. ขอบเขตด้านเนื้อหา : ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบไปด้วย ข้อมูลของทางประวัติศาสตร์หมู่บ้านมั่งคองปุย จังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลของประวัติศาสตร์การท่องเที่ยวของโลก และข้อมูลของประวัติศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศไทย รวมไปถึงเนื้อหาแนวคิดสัญวิทยา แนวคิดการ

ห้องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แนวคิดทางการตลาด แนวคิดการออกแบบเว็บไซต์ “ในการศึกษารุ่นนี้ จะศึกษาความต้องการรูปแบบเว็บไซต์หมู่บ้านมั่งคอบยุคของกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและประชากรหมู่บ้านมั่งคอบยุค รวมไปถึงข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาด้วย”

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาข้อมูล

เครื่องมือที่ผู้ศึกษาใช้ในการรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วยเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาข้อมูล คือ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์และการสังเกต นำมาวิเคราะห์สัจจะหมู่บ้านมั่งคอบยุคเพื่อออกแบบเว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยว สามารถสรุปและอธิบายได้ดังนี้

#### 3.2.1 แบบสอบถาม

ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถาม ในการศึกษาในครั้งนี้ได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ชุด เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลและประเมินผลการออกแบบเว็บไซต์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ก. แบบสอบถามชุดที่หนึ่ง<sup>3</sup> เป็นแบบสอบถามข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทย ประชากรหมู่บ้านมั่งคอบยุคและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งเป็นประชากรในการศึกษารุ่นนี้ ประกอบด้วย 5 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการมาท่องเที่ยวหมู่บ้านมั่งคอบยุค จังหวัดเชียงใหม่ (สำหรับนักท่องเที่ยว)

ส่วนที่ 2 การรับทราบประวัติศาสตร์หมู่บ้านมั่งคอบยุคผ่านสื่อ

ส่วนที่ 3 ความต้องการข้อมูลและสัญลักษณ์เมื่อนำเสนอบนเว็บไซต์

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบและนำเสนอบนเว็บไซต์ที่ต้องการ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถาม โดยใช้การตั้งคำถามปลายเปิด (open - ended question) เพื่อให้ผู้ตอบเลือกระบุคำตอบตามแนวทางที่ผู้ศึกษากำหนดให้ บางข้อสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ และคำถามปลายปิด (closed - ended questions) เป็นคำถามที่ผู้ศึกษาไม่ได้จัดเตรียมคำตอบไว้ให้ผู้ตอบแบบสอบถามล่วงหน้า ส่วนแบบสอบถามข้อมูลประชากรหมู่บ้านมั่งคอบยุค ไม่ต้องตอบคำถามในส่วน ที่ 1 คือ พฤติกรรมการมาท่องเที่ยวหมู่บ้านมั่งคอบยุค จังหวัดเชียงใหม่ เพราะพนักงานขายท้องถิ่นเป็นประชากรในหมู่บ้านมั่งคอบยุค ซึ่งไม่ใช่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังหมู่บ้านมั่งคอบยุค

<sup>3</sup> ชุดแบบสอบถามชุดที่หนึ่ง ที่ใช้ในการเก็บข้อมูลได้ในภาคผนวก ข (ภาษาไทย) และ ภาคผนวก ค (ภาษาอังกฤษ)

ข. แบบสอบถามชุดที่สอง<sup>4</sup> เป็นแบบสอบถามการประเมินความพึงพอใจต่อการออกแบบเว็บไซต์หมู่บ้านมั่งคอยปุຍเพื่อการท่องเที่ยว ที่ได้จากการออกแบบตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยทำการสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว อาจารย์ นักเรียน ใกล้เคียง นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ รวมทั้งหมด 20 คน

### 3.2.2 แบบสัมภาษณ์

ผู้ศึกษาใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกโดยอิงโครงสร้างปานกลาง (semi - structural interviews) โดยผู้ศึกษามีประเด็นคำถามเกี่ยวกับ การศึกษาประวัติศาสตร์และสัญลักษณ์ของหมู่บ้านมั่งคอยปุຍ ไว้จำนวนหนึ่งและในขณะเดียวกันก็เปิดโอกาสให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ มีอิสระในการให้ข้อมูลต่างๆ เพิ่มเติม

### 3.2.3 การสังเกต

ผู้ศึกษาเลือกใช้การสังเกต โดยการบันทึกข้อความและการบันทึกภาพ รวมไปถึงการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ (observer's rating) ตามประเด็นและองค์ประกอบต่างๆ ที่ผู้ศึกษาต้องการสังเกต

## 3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. ลงพื้นที่ภาคสนามโดยการสำรวจ สังเกตและสอบถามนักท่องเที่ยวเบื้องต้น เพื่อนำข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับหมู่บ้านมั่งคอยปุຍ มาเป็นแนวทางการสร้างเครื่องมือ
3. สร้างเครื่องมือ แล้วเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ ซึ่งพบว่า ในที่ 3 ความต้องการข้อมูลและสัญลักษณ์เมื่อนำเสนอบนเว็บไซต์ ยังไม่ได้ระบุค่าชี้แจงว่าให้ผู้ตอบแบบสอบถามทำอย่างไร รวมไปถึงยังไม่ระบุวัตถุประสงค์ว่าสอบถามแล้ว มีวัตถุประสงค์ไว้เพื่ออะไรและในส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบและนำเสนอบนเว็บไซต์ที่ต้องการ ยังมีคำถามที่น้อยเกินไป จึงควรเพิ่มในเรื่องของการปฏิสัมพันธ์ ระหว่างเว็บไซต์และนักท่องเที่ยวว่าต้องการในเรื่องของอะไรอีกบ้างเกี่ยวกับการออกแบบและนำเสนอบนเว็บไซต์
4. ปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือ เสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบอีกครั้ง ผลพบว่าได้มีการปรับปรุงแก้ไขและเพิ่มเติมในส่วนต่างๆ เครื่องมือค่อนข้างความสมบูรณ์ในระดับหนึ่ง ควรนำไปทดลองใช้เพื่อจะได้ทราบว่า กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าใจเครื่องมือได้หรือไม่

<sup>4</sup>ดูแบบแบบสอบถามชุดที่สอง การประเมินความพึงพอใจต่อการออกแบบเว็บไซต์ (ภาษาไทย)ได้ในภาคผนวก จ และ (ภาษาอังกฤษ) ภาคผนวก ฉ

5. นำเครื่องมือไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และ ประชากรหมู่บ้านมั่งคอยปุย ผลพบนักท่องเที่ยวเข้าใจเครื่องมือและสามารถตอบคำถามได้ทุกข้อ ส่วนข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวบางส่วน ยังไม่ค่อยเข้าใจในส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบและนำเสนอบนเว็บไซต์ที่ต้องการ เพราะเป็นตารางระดับการรับรู้ ระดับความต้องการและระดับความเป็นจริง ซึ่ง 5 หมายถึง มากที่สุด, 4 หมายถึงมาก, 3 หมายถึง ปานกลาง, 2 หมายถึง น้อย, 1 หมายถึง น้อยที่สุด

6. ปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือในส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบและนำเสนอ บนเว็บไซต์ที่ต้องการ ผู้ศึกษาจึงเปลี่ยนรูปแบบจากตารางระดับการรับรู้ ระดับความต้องการและระดับความเป็นจริง เป็นการตั้งคำถามปลายเปิด (open - ended question) เพื่อให้ผู้ตอบเลือกระบุ คำตอบตามแนวทางที่ผู้ศึกษากำหนดให้ ผู้ศึกษายังปรับปรุงแก้ไขการจัดรูปแบบและการจัดพิมพ์ ให้เหมาะสมสวยงาม เนื่องจากแบบสอบถามมีจำนวนหลายหน้าและการจัดรูปแบบยังขาดความเหมาะสม จากนั้นเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบอีกครั้ง พบว่า แบบสอบถามมีรูปแบบเหมาะสมสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้

7. ลงมือเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้เครื่องมือที่สร้างขึ้น

### 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาแบ่งได้เป็น 2 ประเภทดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ผู้ศึกษาทำหนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูล แจกแบบสอบถามและเข้าสัมภาษณ์ ต่อผู้ใหญ่บ้านหมู่บ้านมั่งคอยปุยและผู้ที่เกี่ยวข้อง ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลภาคสนามที่หมู่บ้านมั่งคอยปุย โดยการสัมภาษณ์ผู้มีความรู้ทางด้านประวัติศาสตร์ของหมู่บ้านมั่งคอยปุย ในลักษณะเชิงลึกแบบอิงโครงสร้างปานกลาง (semi-structural interviews) และใช้วิธีการแจกแบบสอบถามแล้วรับกลับคืนรวมถึง การสังเกต โดยการบันทึกข้อความและการบันทึกภาพ ประชากรในการศึกษาคั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวที่หมู่บ้านมั่งคอยปุย จังหวัดเชียงใหม่ และประชากรหมู่บ้านมั่งคอยปุย โดยกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวไทย 100 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 100 คน และประชากรหมู่บ้านมั่งคอยปุย 100 คน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร บทความ ข้อมูลจากเว็บไซต์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์และการสังเกต จะนำมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา(Descriptive Statistics) ส่วนข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะเพิ่มการวิเคราะห์สถิติอนุมาน คือ อธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ โดยนำเสนอในรูปแบบตาราง (Table) ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)

### 3.6 การออกแบบเว็บไซต์หมู่บ้านมั่งคั่งอยู่เพื่อการท่องเที่ยว

เมื่อได้ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลแล้ว จึงทำการออกแบบเว็บไซต์หมู่บ้านมั่งคั่งอยู่เป็นการนำผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ นำมาออกแบบตามขั้นตอนและกระบวนการต่างๆ ตามที่ได้ศึกษามา โดยขั้นตอนต่างๆในการออกแบบเว็บไซต์ดังนี้

1. ขั้นตอนการวางแผน (Planning) เป็นขั้นตอนการศึกษารวบรวมวิเคราะห์ข้อมูลในด้านต่างๆ ได้แก่

- วัตถุประสงค์
- กลุ่มเป้าหมายตามหลักประชากรศาสตร์
- สิ่งสำคัญของเว็บไซต์ ลักษณะเนื้อหาภายในเว็บไซต์ ( Content )
- แนวโน้มในอนาคต

2. ขั้นตอนการผลิต (Preproduction) เป็นการนำข้อมูลจากการวางแผนมาดำเนินการออกแบบโครงสร้างได้แก่

- โครงสร้างเว็บไซต์
- การเชื่อมโยงในแต่ละหน้า ( Site Map/ Navigation )
- รูปแบบเค้าโครงหน้าตาเว็บไซต์ (Visual Design & Wire frame)
- องค์ประกอบศิลป์ที่ใช้ในการออกแบบ

3. ขั้นตอนการผลิต (Production) เมื่อทำการออกแบบโครงร่างทั้งหมดแล้ว จึงนำมาผลิตจริง ด้วยกระบวนการทางคอมพิวเตอร์โปรแกรมต่างๆ ประกอบด้วย

- Microsoft windows XP
- Microsoft Internet Explorer
- Dream weaver
- Macromedia Flash MX
- Adobe Photoshop CS2
- Adobe Illustrator CS2

### 3.7 การประเมินผลการออกแบบเว็บไซต์หมู่บ้านมั่งคั่งคอบุญ

การประเมินผลการออกแบบเว็บไซต์ ผู้ศึกษามีวิธีการประเมินผลดังนี้

1. การประเมินผลขั้นต้น ผู้ศึกษานำเสนอโครงร่างการออกแบบและสั้มภาษณ์ ผู้เชี่ยวชาญ และกลุ่มนักวิชาการทางชาติพันธุ์ เพื่ออภิปราย วิเคราะห์ หาข้อบกพร่องต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น และนำไปแก้ไขปรับปรุง

2. การประเมินผลขั้นสุดท้าย ผู้ศึกษานำเสนอผลการออกแบบเว็บไซต์ ใช้วิธีการสอบถาม โดยใช้แบบสอบถามชุดที่สอง การประเมินความพึงพอใจ ต่อการออกแบบเว็บไซต์หมู่บ้านมั่งคั่งคอบุญเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งทำการสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว อาจารย์ นักเรียน ใกล้เคียง กลุ่มนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ รวมทั้งหมด 20 คน เพื่อประเมินคุณภาพของผลงาน โดยการคำนวณหา ค่าเฉลี่ยเพื่อหาระดับความพึงพอใจมีรายละเอียดดังนี้

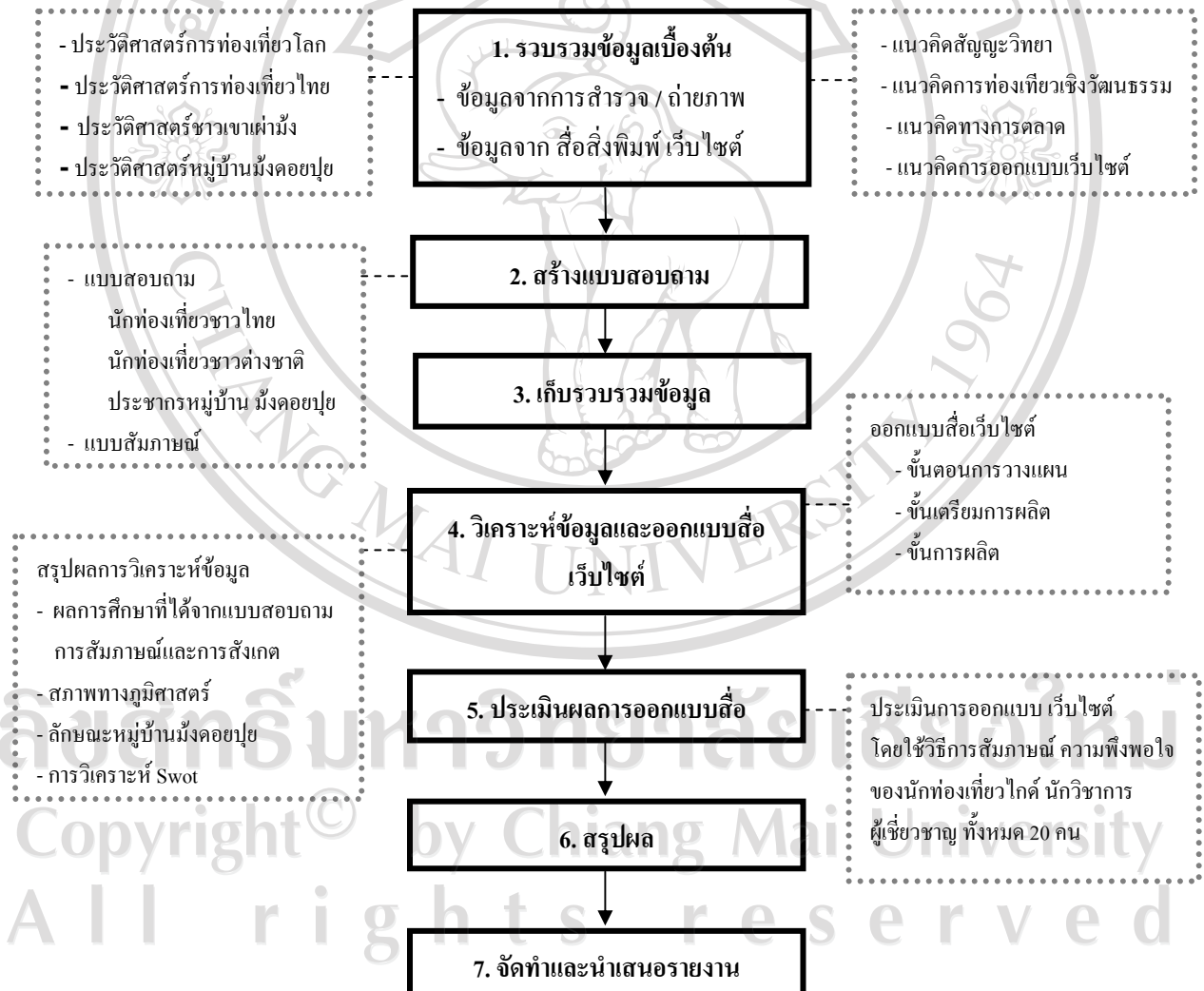
ค่าเฉลี่ย	1.00-1.49	หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย	1.50-2.49	หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย	2.50-3.49	หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	3.50-4.49	หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย	4.50-5.00	หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

### 3.8 สรุปขั้นตอนของการศึกษา

ในการวิเคราะห์สัณญะของหมู่บ้านมั่งคั่งคอบุญเพื่อออกแบบเว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยว สามารถสรุปขั้นตอนของการศึกษาที่สำคัญดังนี้



1. รวบรวมข้อมูลเบื้องต้น
2. สร้างแบบสอบถาม
3. เก็บรวบรวมข้อมูล
4. วิเคราะห์ข้อมูลและออกแบบสื่อเว็บไซต์
5. ประเมินผลการออกแบบสื่อเว็บไซต์
6. สรุปผล
7. จัดทำและนำเสนอรายงาน



ภาพที่ 3.1 ขั้นตอนของการศึกษา

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้ ศึกษาข้อมูลทั้งภาคเอกสาร และภาคสนาม เพื่อนำมาวิเคราะห์ และทำการออกแบบเว็บไซต์หมู่บ้านมั่งคอยปุยเพื่อการท่องเที่ยว โดยมีเนื้อหาในการศึกษาดังต่อไปนี้

#### 4.1 สรุปผลการวิเคราะห์ภาคเอกสาร

4.1.1 ประวัติศาสตร์การท่องเที่ยวของโลก

4.1.2 ประวัติศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศไทย

4.1.3 ประวัติศาสตร์ชาวเขาเผ่าม้ง

4.1.4 ประวัติศาสตร์หมู่บ้านมั่งคอยปุย

#### 4.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม

4.2.1 ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการมาท่องเที่ยวหมู่บ้านมั่งคอยปุย จังหวัดเชียงใหม่

4.2.2 ส่วนที่ 2 การรับทราบประวัติศาสตร์หมู่บ้านมั่งคอยปุยผ่านสื่อ

4.2.3 ส่วนที่ 3 ความต้องการข้อมูลและสัญลักษณ์เมื่อนำเสนอบนเว็บไซต์

4.2.4 ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบและนำเสนอบนเว็บไซต์ที่

ต้องการ

4.2.5 ส่วนที่ 5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

#### 4.3 สรุปผลการวิเคราะห์ภาคสนาม

4.3.1 สภาพทางภูมิศาสตร์หมู่บ้านมั่งคอยปุย

4.3.2 ลักษณะหมู่บ้านมั่งคอยปุย

4.3.3 การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส วิกฤต

4.3.2 ผลการศึกษาที่ได้จากการสัมภาษณ์และการสังเกต

#### 4.4 การออกแบบเว็บไซต์หมู่บ้านมั่งคอยปุยเพื่อการท่องเที่ยว

4.4.1 ขั้นตอนการวางแผน

4.4.2 ขั้นตอนเตรียมการผลิต

4.4.3 ขั้นตอนการผลิต

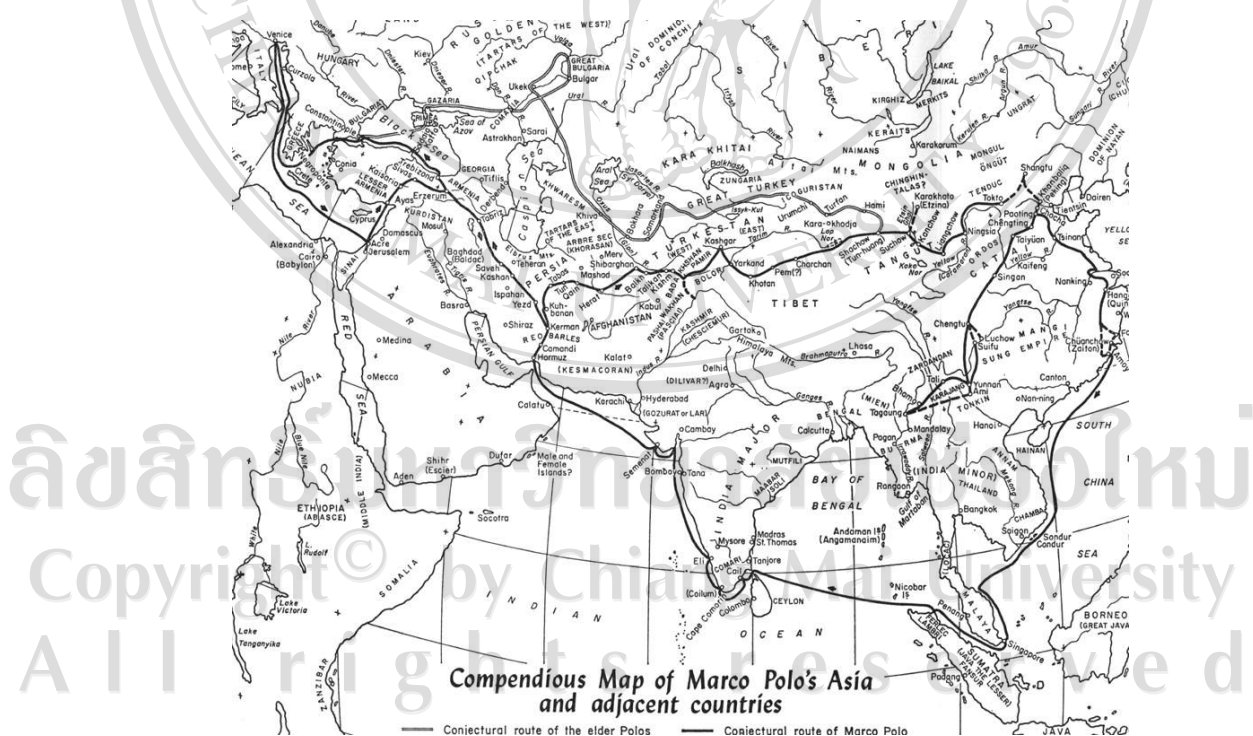
#### 4.5 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจต่อการออกแบบเว็บไซต์

## 4.1 สรุปผลการวิเคราะห์ภาคเอกสาร

### 4.1.1 ประวัติศาสตร์การท่องเที่ยวของโลก

การศึกษาถึงประวัติความเป็นมาของการเดินทาง และการท่องเที่ยวตั้งแต่สมัยโบราณ นับว่าเป็นประโยชน์ที่จะช่วยให้เรามองเห็นภาพรวมและภูมิหลัง พร้อมทั้งประวัติความเป็นมาของความสัมพันธ์ของส่วนต่างๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีอยู่ในปัจจุบัน

ประวัติการเดินทางท่องเที่ยวของโลกในสมัยโบราณ มีขอบเขตที่จำกัดมาก เนื่องจากการขาดความสะดวกในการเดินทาง การคมนาคมมีไม่เพียงพอ ต้องเสียเวลาในการเดินทางมากล่าช้า ไม่สะดวกสบาย อีกทั้งยังเสี่ยงอันตรายต่างๆ นานัปการ และส่วนใหญ่ของการเดินทางในสมัยโบราณมักจะเป็นการสำรวจ เพื่อสนองตอบต่อความอยากรู้อยากเห็นของคนหรือเพื่อขยายอำนาจทางการเมือง การค้า การแสวง โชคกลาง การอพยพไปตั้งถิ่นฐานในดินแดนต่างถิ่น ซึ่งเป็นเรื่องของความหิวโหยและการหนีภัยนั่นเอง การท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินจึงยังมีน้อยมาก จะเห็นได้จากแผนที่การเดินทางของ Marco Polo นักเดินทางชาวเวนิส ผู้เดินทางมายังเอเชียตะวันออก ค.ศ.1254-1324



ภาพที่ 4.1 แผนที่แสดงเส้นทางการเดินทาง ของ Marco Polo นักเดินทางชาวเวนิส

ที่มา : [www.silk-road.com/maps/images/polomap.jpg](http://www.silk-road.com/maps/images/polomap.jpg) (11 สิงหาคม 2552)

ในยุคโบราณของทางตะวันตก การเดินทางในสมัยต้นๆ เป็นการเดินทางไปเพื่อการค้า การพาณิชย์ การศาสนา การรักษาพยาบาล หรือการศึกษา แม้ในพระคริสต์ธรรมคัมภีร์ฉบับเก่า ยังมีบันทึกถึงการค้าและขบวนเดินทางขนาดใหญ่ๆ ในในประเทศกรีกโบราณได้มีการเดินทางไปร่วมกีฬาโอลิมปิกเป็นครั้งแรก ทำให้เกิดธุรกิจที่พักรวมขึ้น อันเป็นสิ่งจำเป็นทั้งของนักกีฬาและผู้เดินทางอื่น ๆ และปัจจุบันนี้กีฬาโอลิมปิก ได้กลายเป็นกิจกรรมที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวอย่างหนึ่งและยิ่งกว่านั้น ชาวโรมันในสมัยโบราณได้ช่วยกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปโดยสะดวกขึ้น เพราะมีการสร้างทางหลายสายเป็นเครือข่ายเชื่อมถึงกัน มีที่พักสำหรับม้าที่ใช้ขี่เป็นระยะ ๆ มีการเดินทางไปชมวัดสำคัญ ๆ ในเขตเมดิเตอร์เรเนียน แหล่งท่องเที่ยวในสมัยแรกนั้นส่วนใหญ่เน้นที่โบราณสถานเป็นสำคัญ เช่น โรงภาพยนตร์โรมัน (Roman theater at Ephesus) ประเทศตุรกี เป็นต้น



ภาพที่ 4.2 โรงภาพยนตร์โรมัน ประเทศตุรกี

(tourism – Past and present : Roman theater at Ephesus Turkey)

ที่มา : [www.travelpod.com/travelphoto/globedecker/rtw\\_20062007/1156523520](http://www.travelpod.com/travelphoto/globedecker/rtw_20062007/1156523520)

[/theater\\_eph.jpg/tpod.html](http://theater_eph.jpg/tpod.html) (11 สิงหาคม 2552)

ต่อมาก็ได้สนใจสถานที่ทางธรรมชาติที่แปลกๆ และน่าสนใจ (โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวสมัยใหม่) และนอกจากสนใจในแหล่งน้ำแร่ที่ชาวโรมันชื่นชอบกันมากแล้ว ความนิยมก็ได้แพร่มาที่ประเทศอังกฤษและทวีปยุโรป ในศตวรรษที่ 18 บ่อน้ำแร่เป็นที่นิยมกันมากในหมู่คนชั้นสูง ทั้งในแง่การบำบัดรักษาโรคและการแสดงฐานะทางสังคม รวมทั้งมีการเดินป่าและเล่นเกมต่างๆ ที่นั่นด้วย ซึ่งจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการสมาคมที่ประสบความสำเร็จมากที่สุดเท่าที่เคยมีมาในประวัติศาสตร์ (Roy A. Cook, 2006)

ในศตวรรษที่ 17 และ 18 ก็มีการท่องเที่ยวเรียกว่า แกรนด์ทัวร์ (Grand Tour) เกิดขึ้นซึ่งประกอบด้วย นักการทูต นักธุรกิจ และนักเรียนเดินทางไปทั่วยุโรป โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมืองใหญ่ๆ ในฝรั่งเศสและอิตาลี เพราะดูเหมือนจะเป็นเรื่องน่าสนใจ ที่นักเรียนจะต้องเดินทางไปศึกษาวิชาการต่างๆ ที่ปารีส โรม ฟลอเรนซ์ และเมืองที่เป็นศูนย์กลางทางวัฒนธรรมอื่นๆ จึงกล่าวได้ว่า แกรนด์ทัวร์นี้เป็นเรื่องของการเดินทาง เพื่อแสวงหาประสบการณ์ทางการศึกษา ต่อมาก็กลายสภาพไปบ้าง คือหันไปในทางแสวงหาความเพลิดเพลิน คำว่า “แกรนด์ทัวร์” ยังคงปรากฏอยู่ในปัจจุบัน โดยเป็นการเดินทางไปทั่วยุโรป แต่ไม่ได้ใช้ระยะเวลาอันยาวนานหลายปีอย่างเมื่อก่อน หากแต่เป็นเวลาสั้นๆ แค่ 3 สัปดาห์เท่านั้น (จิราภรณ์ อัมพรพรรค์, 2547)

ประวัติการเดินทางท่องเที่ยวในสมัยใหม่ของโลก การท่องเที่ยวสมัยใหม่สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน

1. หลังการปฏิวัติอุตสาหกรรม คือ ตั้งแต่ตอนปลายของคริสต์ศตวรรษที่ 18 จนถึงก่อนหน้าสงครามโลกครั้งที่ 2 การท่องเที่ยวได้ขยายตัวขึ้นเป็นลำดับ ซึ่งการขยายตัวของการท่องเที่ยวในช่วงระยะเวลาดังกล่าวนี้ เป็นผลมาจากปัจจัยดังต่อไปนี้

- 1.1 การพัฒนาด้านการคมนาคมขนส่ง มีการพัฒนาด้านการคมนาคมขนส่งทางรถไฟ ทางรถยนต์ ทางเรือ และทางเครื่องบิน ทำให้การเดินทางสะดวกรวดเร็วและเสียค่าใช้จ่ายน้อยลง อีกทั้งยังใช้เวลาเดินทางน้อยลง ทำให้สามารถเดินทางไปทั่วโลกได้สะดวก

- 1.2 การพักผ่อนหย่อนใจของสังคมอุตสาหกรรม การปฏิวัติอุตสาหกรรมเป็นผลให้ประเทศทางตะวันตกเปลี่ยนเป็นสังคมอุตสาหกรรม ซึ่งประชาชนมีรายได้สูงขึ้น และอยู่กันหนาแน่นตามเมืองใหญ่ๆ ประกอบอาชีพตามโรงงานอุตสาหกรรม หรือบริษัทห้างร้านที่มีกำหนดเวลาทำงานและเวลาพักผ่อนที่แน่นอน ลักษณะเช่นนี้ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวขยายตัวกว้างขวางมากขึ้น เพราะประชาชนมีทั้งเงินและเวลาที่จะใช้ไปในการท่องเที่ยว รวมทั้งต้องการที่จะพักผ่อน

2. การท่องเที่ยวสมัยปัจจุบันตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นต้นมา กล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวได้พัฒนาไปอย่างมาก ในปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ได้กลายเป็นธุรกิจที่สำคัญของหลายประเทศ ทั้งที่เป็นประเทศพัฒนาแล้วและประเทศที่กำลังพัฒนาและการท่องเที่ยวได้ขยายตัวออกไปอย่างกว้างขวางครอบคลุมทุกๆ ทวีปที่มีประชากรอาศัยอยู่ จนมีผู้กล่าวว่า ปัจจุบันนี้เราได้เคลื่อนจากการท่องเที่ยวชนิดที่เป็นตัวแตรกเล็กๆ ทางด้านบัญชีมาเป็นสิ่งที่ใหญ่โตที่สุดในด้านการค้าของโลก และในหลายๆ ประเทศ การท่องเที่ยวก็ได้กลายเป็นแหล่งสำคัญของรายได้จากการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลายเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุด อุตสาหกรรมหนึ่งในโลก (Roy A. Cook, 2006)

#### 4.1.2 ประวัติศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศไทย

การเดินทางท่องเที่ยวเกิดขึ้นจากวิถีชีวิตประเพณีตาม บริบทของคนไทย เช่น การไปทำบุญที่วัด โดยการอาศัยวัดเป็นศูนย์กลางของการชุมนุมและเป็น ศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่สำคัญ เพื่อใช้ในการประกอบพิธีกรรมและสำหรับพบปะกับระหว่างเพื่อนฝูงญาติพี่น้อง โดยมีมหรสพเป็นปัจจัยดึงดูดใจให้ประชาชนที่อยู่ในหมู่บ้าน และหมู่บ้านใกล้เคียงไป ทำบุญตลอดจนเที่ยวชมมหรสพเพื่อพักผ่อนหย่อนใจรวมทั้งเป็นการพบซึ่งเป็นธรรมเนียม ประเพณีนิยมของวัฒนธรรมไทยที่ปฏิบัติสืบต่อกันมา และการเดินทางในสมัยนั้นจะใช้เกวียนเป็น พาหนะในการเดินทางและโดยอาศัย บ้าน วัด วัง ศาลา (ที่พักคนเดินทางริมทางเดินในป่า) เป็นที่พักแรม

สมัยสมเด็จพระเจ้าทรงธรรม ทรงโปรดฯให้สร้างมณฑลครอบรอบรอยพระพุทธรบาท จึงเกิดเทศ กาล “ นูชาพระพุทธรบาท ” เป็นที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวเพื่อไปไหว้พระบาท ทุกคนชั้นตั้งแต่พระ มหาภคิตรีย์ เจ้านายขุนนางตลอดจนชาวบ้าน มาจนกระทั่งทุกวันนี้

ช่วงยุคสมัยรัชกาลที่ 4 พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงเปิดประตูการค้าขายกับชาว ตะวันตกมีการลงนามในสัญญาเบาริ่งในปี พ.ศ. 2398 เป็นสนธิสัญญาทางการค้ากับประเทศ อังกฤษโดย Sir John Bowring พร้อมๆกับการท่องเที่ยวของไทยเริ่มเกิดขึ้นในระยะนั้น โรงแรม และ บ้านพักของ ชาวตะวันตก ได้เริ่มเข้ามาตั้งอยู่แล้วในประเทศไทย

สมัยรัชกาลที่ 5 (พ.ศ. 2411 – 2453) การท่องเที่ยวภายในประเทศนั้น รัชกาลที่ 5 เสด็จประพาสหัวเมืองเป็นการส่วนพระองค์ ต่อมาทรงเสด็จประพาสอาณานิคมตะวันตก เช่น สิงคโปร์, ปีนัง (มลายู), ย่างกุ้ง (พม่า), กัลกัตตา (เมืองหลวงของอินเดียในสมัยนั้น) และทรงเสด็จประพาสยุโรป เป็นครั้งแรก 13 ประเทศ ในปีพ.ศ 2440 โดยเรือพระที่นั่งมหาจักรี รวมเป็นเวลา 8 เดือน 9 วัน ซึ่งเรียกกันในวงการท่องเที่ยวว่า “แกรนด์ทัวร์” มีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ไขปัญหา มหาอำนาจอังกฤษ และฝรั่งเศสเข้าแทรกแซงกิจการภายในของไทย ถือว่าเป็นการเผยแพร่ชื่อเสียงของสยามในเวลา นั้น ทรงนำความรู้และวิทยาการมาปรับใช้ ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในบ้านเมืองทุกด้าน นับตั้งแต่ ประเพณีราชสำนัก การเลิกระบบทาส ระบบไปรษณีย์ ก่อตั้งกิจการสำคัญต่างๆ เช่น

การแพทย์ โทรเลข ไปรษณีย์ ไฟฟ้า น้ำประปา ตัดถนน คูคลอง ฯลฯ ส่งผลให้ประเทศเจริญก้าวหน้าทัดเทียมกับ อารย ประเทศ ครั้งหลัง พ.ศ. 2450 เสด็จประพาสยุโรป เป็น การประพาสแบบท่องเที่ยวตากอากาศเพื่อรักษาพระวรกาย

สมัยรัชกาลที่ 6 เป็นพระมหากษัตริย์ไทยพระองค์แรกที่ทรงศึกษา ณ ประเทศอังกฤษ หลังจาก เสด็จกลับจากอังกฤษเสด็จประพาสสหรัฐฯ (ฟิลาเดเฟีย) พ.ศ. 2445 แล้วข้ามมหาสมุทร Pacific มา แวะที่ประเทศญี่ปุ่นก่อนเดินทางกลับไทย ในสมัยนั้นเกิดการพัฒนาคมนาคมขนส่งที่พักรวมมีโรงแรมชั้นนำเกิดขึ้นหลายแห่ง ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว ทรงมีพระราชดำริ ให้จัดงานแสดงนิทรรศการระดับนานาชาติ “สยามรัฐพิพิธภัณฑ์” เพื่อนำเสนอทรัพยากรและผลผลิตแต่ต้องประกาศยกเลิกงานเนื่องจากพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวสวรรคต

ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 7 พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว ด้านการท่องเที่ยว รัชกาลที่ 7 ได้ทรงสนองพระราชประสงค์ของรัชกาลที่ 6 ที่จะให้เปลี่ยนแปลงแก้ไขวังพญาไทเป็นโรงแรม ในปี พ.ศ.2469 ได้ทรงเสด็จเยือนภาคเหนือหลายจังหวัดในปีเดียวกัน ทรงออกพระราชบัญญัติการจัดบำรุงสถานที่ชายทะเลทิศตะวันตก เพื่อจัดเป็นสถานที่ตากอากาศ ส่งเสริมการท่องเที่ยวและขยายความเจริญให้ราษฎรในท้องถิ่น รัชสมัยนี้การคมนาคมขนส่ง การส่งเสริมการท่องเที่ยวและโรงแรมชั้นนำพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ต่อมาเสด็จเยือนต่างประเทศในระหว่างปี พ.ศ. 2472-2474 โดยได้เสด็จไปยังสิงคโปร์ ซวาบาหลี อินโดจีน ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น แคนาดา และสหรัฐอเมริกา ระหว่างนั้นก็มีการเยี่ยมชมเขื่อนกรุงเทพฯ กันเป็นจำนวนมากไม่ใช่น้อยเช่นเดียวกัน ในระยะนั้นการท่องเที่ยวโลกก็กำลังเข้าสู่ยุคของ “การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ” ท่องเที่ยวรอบโลกชนิดรวมกิจกรรมสำเร็จ (Packaged) อย่างแท้จริง มีการจัดนำเที่ยวทาง เรือเดินสมุทรขนาดใหญ่และพักในโรงแรมชั้นดี และนักท่องเที่ยวเหล่านั้น ก็ได้มาเยือนกรุงเทพฯ ด้วย

จากนั้นต่อมาในสมัยหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 อิทธิพลของฝรั่งเศสและอังกฤษลดลง สหรัฐอเมริกาเริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้นและก็เริ่มเป็นประเทศส่งออก “นักท่องเที่ยว” ให้แก่ประเทศไทย และสงครามได้ส่งผลให้มีการพัฒนาการขนส่งจากการใช้เรือมาเป็นเครื่องบิน ทำให้ประเทศไทยได้รับประโยชน์อย่างมาก ในฐานะมีที่ตั้งอันเหมาะสมทางภูมิศาสตร์ ได้เป็นศูนย์กลางทางการบินในภูมิภาค เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (จิราภรณ์ อัมพรพรรค, 2547)

รัชกาลที่ 9 การท่องเที่ยวของประเทศไทยเริ่มเห็นภาพชัดเจนในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น และปรากฏเป็นระบบขึ้นอย่างมั่นคง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ก่อตั้งโดยพระราชกฤษฎีกาในราชกิจจานุเบกษา ตอนที่ 74 เล่มที่ 36 ลงวันที่ 28 กรกฎาคม พ.ศ. 2502 ในสมัยรัฐบาลจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ เป็นนายกรัฐมนตรี ให้เป็นองค์การส่งเสริมการ

ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ใช้ตัวย่อ อสท. และประกอบพิธีเปิดสำนักงานเป็นทางการ เมื่อวันที่ 18 มีนาคม พ.ศ. 2503 ต่อมาได้รับการยกฐานะตามมติ สภานิติบัญญัติแห่งชาติทำหน้าที่รัฐสภา ลงประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 96 ตอนที่ 72 ลงวันที่ 4 พฤษภาคม พ.ศ. 2522 ยกฐานะ อสท. ขึ้นเป็นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ใช้ตัวย่อ ททท. ปัจจุบัน ททท. ยังคงทำงานส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศมาอย่างต่อเนื่อง 47 ปี โดยกำหนดวิสัยทัศน์ที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศในการส่งเสริมและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว โดยยึดอยู่บนพื้นฐานการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน คงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ความสวยงามของความเป็นไทยและมีมาตรฐานระดับสากล เพื่อให้เกิดคุณภาพทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (รายงานประจำปี สำนักงานพัฒนา การท่องเที่ยว <http://www.tourism.go.th>, 30 กรกฎาคม 2552) ในปี พ.ศ. 2522 อันเป็น ปีที่ได้มีพระราชกฤษฎีกา จัดตั้ง “องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว” ขึ้นเพื่อเป็นองค์กรที่ทำหน้าที่ พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ชาติ “โดยย้มาถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวว่า รายได้อาจ จะไม่ได้เข้าสู่รัฐบาล โดยตรง แต่จะกระจาย ไปสู่ประชาชนทุกหมู่เหล่าและเหนือสิ่งอื่นใดก็คือ รายได้ที่ยังมองไม่เห็น อันได้แก่ความนิยมยกย่องคนไทยเมื่อได้เห็นวัฒนธรรมและคุณธรรมของคน ไทย ซึ่งมีค่ากว่าเงินตรา เสียอีก” ส่งผลให้การขยาย ตัวทางเศรษฐกิจสาขาการท่องเที่ยวมีอัตราสูง กว่า การขยายตัวทาง เศรษฐกิจส่วนรวม การลงทุนภาค เอกชนในกิจการโรงแรมได้เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะ โรงแรม สำคัญที่เป็นต้นแบบโรงแรมเคออล์กซ์ คือ โรงแรมเอราวัณ และโรงแรมราม

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คือ International Union of Tourist Publicity Organization จัดตั้งเมื่อปี พ.ศ.2468 เปลี่ยนชื่อเป็น International Union of Official Travel Organization ( IUOTO ) หรือ สหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ( การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นสมาชิกเมื่อปี พ.ศ.2495 ขณะเป็นเพียง “สำนักงานท่องเที่ยว กรมโฆษณาการ”)

1970 International Union of Official Travel Organization (IUOTO) หรือ สหพันธ์ องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ปรับปรุงองค์การ เปลี่ยนชื่อมาเป็น World Tourism Organization (WTO) หรือ องค์การท่องเที่ยวแห่งโลกสหรัฐอเมริกา และ 1980 จัดตั้งองค์การ บริหารการเดินทาง และการท่องเที่ยว ประเทศไทยจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว เมื่อปี พ.ศ. 2503 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550)

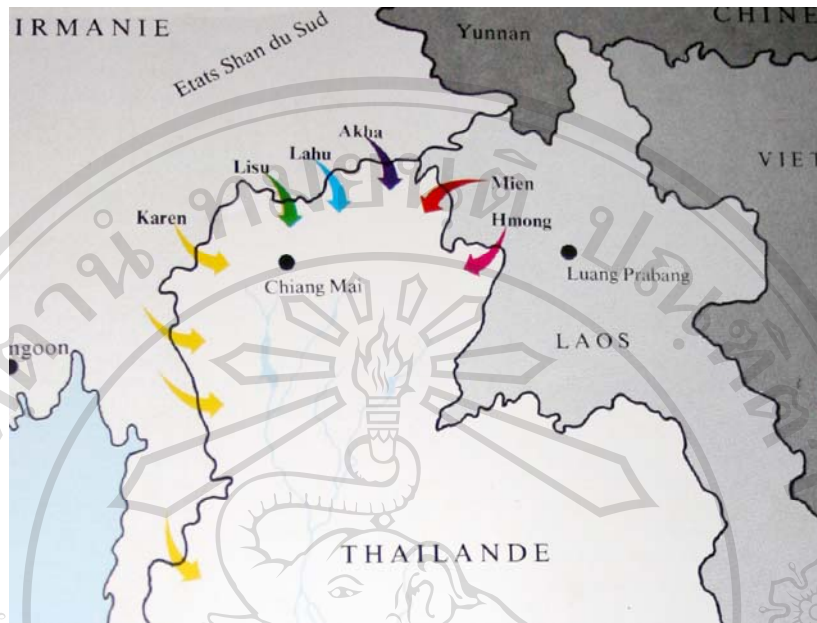


#### 4.1.3 ประวัติศาสตร์ชาวเขาเผ่าม้ง

ชาวเขาเผ่าม้ง เรียกตนเองว่า "ฮม้ง" หรือ "ม้ง" มีถิ่นกำเนิดดั้งเดิมไม่แน่ชัดแต่มีข้อสันนิษฐานแตกต่างกันเป็นหลายทาง บ้างมีความเห็นว่า ชาวม้งเป็นเผ่าพันธุ์อิสระหรือไม่ก็เป็นเผ่าพันธุ์ผสม มีข้อสันนิษฐานหนึ่งกล่าวว่า ถิ่นฐานดั้งเดิมของชาวม้งอยู่ทางแถบเหนือของเอเชีย เมื่ออพยพลงใต้ได้ผสมกับเผ่าพันธุ์อื่น ๆ บ้างในช่วงของการอพยพ จากที่ราบสูงทิเบต ไชบีเรีย และมองโกเลีย เข้าสู่ประเทศจีน และตั้งหลักแหล่งอยู่แถบลุ่มแม่น้ำเหลือง (แม่น้ำฮวงโห) เมื่อราว 3,000 ปีมาแล้ว ซึ่งชาวเขาเผ่าม้งจะตั้งถิ่นฐานอยู่ในมณฑลไกวเจา ฮุนหน่า กวางสี และมณฑลยูนนาน ม้งอาศัยอยู่ในประเทศจีนมาหลายศตวรรษ

จนกระทั่ง ประมาณคริสตศตวรรษที่ 17 ราชวงศ์แมนจู (เหิงมิ่ง) มีอำนาจในประเทศจีน กษัตริย์จีนในราชวงศ์เหิงมิ่งได้เปลี่ยนนโยบายเป็นการปราบปราม เพราะเห็นว่าม้งที่เป็นผู้ชายส่วนใหญ่แล้วรูปร่างหน้าตาคล้ายกับคนรัสเซีย ทำให้คนจีนคิดว่า ม้งเป็นคนรัสเซีย จึงเป็นเหตุให้มีการปราบปรามม้งเกิดขึ้น โดยให้ชาวม้งยอมจำนน และยอมรับวัฒนธรรมของจีน (พงษ์ศักดิ์ อังกสิทธิ์, 2531)

อีกประการหนึ่งคือเห็นว่า ม้งเป็นพวกอนารยชนแห่งขุนเขา (คนป่าเถื่อน) จึงได้มีการต่อสู้กันอย่างรุนแรงในหลายแห่ง เช่น ในเมืองฝงหยุนในปี พ.ศ.2009 และการต่อสู้ในมณฑลไกวเจาในระหว่าง พ.ศ. 2276 - 2278 และการต่อสู้ในที่สุด ชาวม้งประสบกับความพ่ายแพ้ สูญเสียพลรบ และประชากรเป็นจำนวนมาก ในที่สุดม้งก็เริ่มอพยพถอยร่นสู่ ทางใต้ และกระจายเป็นกลุ่มย่อย ๆ กลับขึ้นอยู่บนที่สูงป่าเขาในแคว้นสิบสองจุไทย สิบสองปันนาและอีกกลุ่มได้อพยพไปตามทิศตะวันตก ออกเฉียงเหนือของราชอาณาจักรลาวบริเวณทุ่งไหหินเดียนเบียนฟู และอพยพเข้าสู่ประเทศไทยเมื่อประมาณ พ.ศ. 2400 เศษ เป็นต้นมา (กระทรวง ศึกษาธิการฯ เขตการศึกษา 8 สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ, 2535-2539)



ภาพที่ 4.3 ภาพแสดงการอพยพเข้ามาในประเทศไทยของชาวเขาเผ่าต่างๆ  
ที่มา : Paul and Elaine Lewis.1994. Peuples du Triangle d'Or. editions OLIZANE.

ชาวเขาเผ่าม้ง เพิ่งอพยพเข้ามาในประเทศไทยครั้งแรกประมาณปี พ.ศ. 2432 โดยเข้ามาจากสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวทางอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย และอำเภอทุ่งช้าง จังหวัดน่าน และมาตั้งถิ่นฐานอยู่ตามบริเวณภูเขาในประเทศไทย ชาวเขาเผ่าม้ง เป็นชนเผ่าที่มีประชากรมากเป็นอันดับที่สองรองจากเผ่ากระเหรี่ยง ชาวเขาเผ่าม้ง กระจายตัวอยู่ใน 12 จังหวัดทางภาคเหนือ ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน ลำปาง แม่ฮ่องสอน ดาก เพชรบูรณ์ กำแพงเพชร พิษณุโลก และสุโขทัย นอกจากนี้ในภาคตะวันออกเฉียงเหนืออีก 1 จังหวัด คือ จังหวัดเลย โดยจังหวัดที่มีชาวม้งอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากคือ เชียงใหม่ เชียงราย น่าน ดาก และเพชรบูรณ์ (กระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานศึกษาการเขต เขตการศึกษา 8 สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ, 2535-2539)

#### 4.1.4 ประวัติศาสตร์หมู่บ้านมั่งคอยปุย

ประวัติศาสตร์หมู่บ้านคอยปุยก่อตั้งครั้งแรกเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2489 หลังสงครามโลกครั้งที่สองผ่านไปหนึ่งปี โดยกลุ่มชาวม้งได้อพยพเข้ามาอยู่ในพื้นที่ป่าดอยสุเทพ ซึ่งในขณะนั้นเรียกชื่อหมู่บ้านที่อยู่ชื่อว่า หมู่บ้านปางขมุก โดยบริเวณใกล้เคียงมีหมู่บ้านปางป่าคา ส่วนมากจะเรียกกันว่า หมู่บ้านป่าคา เหตุผลที่กลุ่มชาวม้งอพยพเข้ามาอยู่ในพื้นที่นี้เพราะการหนีโรคฝีดาษขณะนั้นคอยปุยเป็นภูเขาที่เป็นป่าใหญ่อุดมสมบูรณ์ จึงเหมาะเป็นที่อาศัยให้พ้นจากโรคภัยไข้เจ็บ ต่อมาได้มีชาวม้งสามครอบครัว คือ นายชงเหลือ แซ่ว่าง นายไซเหลือ แซ่ลี และนายจู้สืบ แซ่ว่าง เข้ามาทำไร่และตั้งบ้านเรือนอยู่ที่หมู่บ้านคอยปุยในปี พ.ศ. 2494 ต่อมาได้มีกลุ่มจีนฮ่อค้ำฝิ่นเข้ามาปะปนกับชาว ทำให้ชาวม้งและชาวจีนฮ่อที่อพยพหนีภัยจากการปราบปรามจีนฮ่อค้ำฝิ่นเสียดชีวิตของตำรวจตระเวนชายแดน ที่หมู่บ้านป่าคา และเข้ามาตั้งถิ่นฐานที่หมู่บ้านคอยปุยเพิ่ม ผลจากการปราบปรามยาเสพติด ทำให้หมู่บ้านป่าคาและหมู่บ้านปางขมุก ได้ล้มสลายเหลือแต่หมู่บ้านมั่งคอยปุย ชาวม้งเข้ามาอยู่ในพื้นที่ป่าดอยสุเทพก่อนการประกาศให้พื้นที่เป็นป่าสงวนในเขตอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย ต่อมา พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและสมเด็จพระนางเจ้า ฯ พระบรมราชินีนาถ ทรงเสด็จพระราชดำเนินหมู่บ้านมั่งคอยปุยหลายครั้ง หมู่บ้านมั่งคอยปุยจึงได้รับพระมหากรุณาธิคุณเป็นล้นพ้น ซึ่งสำนักราชเลขาธิการ ได้บันทึกไว้ดังนี้ ปี 2507 เสด็จพระราชดำเนินหมู่บ้านมั่งคอยปุย

#### การท่องเที่ยว

1. พิพิธภัณฑสถานชาวนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ก่อตั้งขึ้น เมื่อปี พ.ศ.2527 คณะรัฐมนตรีมอบหมาย นายเลิศ ฤทธิเนติกุล นายยิ่งยศ หวังวนวัฒน์ นายสมเกียรติ ศรีลัมภ์ และนายเข้ม มฤคพิทักษ์ ได้ระดมทุนคนละ 2,500 บาท เพื่อฟื้นฟูอาคารสถานที่ขึ้นมาใหม่ ใช้ชื่อว่า พิพิธภัณฑสถานชาวนาชาวนา มีนักท่องเที่ยวเข้าชมอย่างสม่ำเสมอตลอดปีเฉลี่ยวันละประมาณ 600 คน ส่วนการจัดแสดงในพิพิธภัณฑสถานชาวนา ประกอบด้วย ส่วนที่หนึ่ง การแสดงวิถีชีวิตของชาวม้ง เช่น การทำฝิ่น อุปกรณ์ ในการดำรงชีพ อุปกรณ์ ที่ใช้ในงานพิธีต่าง ๆ รวมไปถึงให้ความรู้เกี่ยวกับชาวนาเผ่าอื่น ๆ ด้วย ส่วนที่สองเป็นการแสดง อุปกรณ์ที่ใช้ในอดีต เช่น ที่ไม่ข้าวโบราณ และการจัดแสดง การแต่งกายของชาวนาเผ่าม้ง มีอุปกรณ์ในการทำผ้าใยกล้วยและยังมีตัวอย่างผ้าม้งให้ได้รับชม รวมไปถึง การจัดแสดงบ้านตัวอย่างของชาวมั่งคอยปุย ส่วนที่สาม เป็นส่วนการจัดแสดงสวนไม้ดอกไม้ประดับที่สำคัญมีส่วนการจัดแสดงการปลูกดอกไม้ให้ไว้ศึกษาและถ่ายภาพ รวมไปถึง ยังมี สัญลักษณ์สถานแห่งการเสด็จพระราชดำเนินของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงปฏิบัติพระราชกรณียกิจ เพื่อบำบัดทุกข์ บำรุงสุข แก่ประชาชน เฉลิมพระเกียรติ เนื่องในโอกาสมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ที่เคยเสด็จพระราชดำเนินยัง

หมู่บ้านมั่งคองปุย เป็นสถาปัตยกรรมแบบล้านนาประยุกต์ทรงสูง มีการวางแนวคิดให้เปียเลขมงคล โดยมีการออกแบบ ขนาดกว้าง 9 เมตร ยาว 9 เมตร รวมเป็น 81 ตารางเมตร ภายนอกมีศาลาพักทรงล้านนา ระหว่างบันไดขึ้น 2 ด้าน ภายในอาคารประดิษฐานตราสัญลักษณ์พระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ตั้งอยู่บนแท่งหินแกรนิตสีดำ แกะสลักอักษรทองพระบรมราโชวาททั้ง 4 ด้าน ประดับอาคารด้วยภาพพระราชกรณียกิจขนาดใหญ่ และส่วนที่สี่ เป็นร้านเช่าชุดมั่งเพื่อไว้ให้นักท่องเที่ยวได้ใส่ถ่ายรูป และ ร้านขายของที่ระลึกสามารถเดินเชื่อมโยงไปยังร้านขายของที่อยู่มiddleหมู่บ้านได้ (เทศบาลตำบลสุเทพ, 2551)

2. สวนน้ำตกคองปุย เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชม ในปี พ.ศ.2529 เป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีการก่อตั้งโดย นายหวังตัว แซ่ลี นายจ่งเถ่ แซ่ว่างและนายชงหือ แซ่ย่าง เจ้าของสวนลื่นจีที่ติดกับหมู่บ้าน มาร่วมกันจัดทำสวนดอกไม้และพิพิธภัณฑสถานกลางแจ้ง โดยสวนดอกไม้มีน้ำตกติดทางทิศตะวันออกและมีอ่างเก็บน้ำกลางสวน การเปลี่ยนแปลงสวนลื่นจีให้เป็นสวนดอกไม้และพิพิธภัณฑสถานกลางแจ้งครั้งนี้ มีผู้เข้าร่วมดำเนินการทั้งหมด 6 คน คือ นายหวังตัว แซ่ลี นายจ่งเถ่ แซ่ว่าง นายชงหือ แซ่ย่าง นายสี่ แซ่ลี นายปายี แซ่ว่าง และนายจ่งเถ่ แซ่ย่าง ใช้ชื่อว่า “สวนน้ำตก” สวนน้ำตกคองปุย มีการจัดสวนดอกไม้เมืองหนาวต่าง ๆ รวมไปถึงดอกไม้ มีน้ำตกธรรมชาติอยู่ทางด้านทิศตะวันออก ส่วนการจัดแสดงพิพิธภัณฑสถานกลางแจ้งใช้ในการดำรงชีพของชาวเขาเผ่ามั่ง ที่สำคัญยังมีบ้านเรือนของชาวเขาเผ่ามั่งตั้งอยู่ทางด้านหลัง นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังคองผากลองและแม่ปานได้โดยผ่านสวนน้ำตก

3. ศูนย์แสดงหุ่นจำลองประเพณีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชาวมั่ง นักท่องเที่ยวสามารถชม การแสดงศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตจริงของชาวมั่งตั้งแต่การเกิดถึงการตาย ซึ่งสามารถสัมผัสศิลปวัฒนธรรมที่ถ่ายทอดแบบสมจริง ยกตัวอย่างเช่น ความเชื่อเกี่ยวกับการเกิด การทำนายโดยใช้กระดูกไก่ การหุงข้าวและประเพณีการแต่งงาน เป็นต้น นอกจากการแสดงหุ่นจำลองทางประเพณีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตแล้ว ยังมีการนำเสนอในเรื่องของสมุนไพรของมั่งและวิธีการดูแลสุขภาพและบำบัดโรคแบบมั่ง ซึ่งจะเป็นการจัดแสดงสมุนไพรและการต้มยาสมุนไพรต่างๆ เช่น สมุนไพรแก้การมีบุตรยาก แก้โรคกลัวสามี สมุนไพรเพิ่มพลังให้ร้อนแรง เสริมกำลังให้ทนทานและสามารถรักษาแผลภายใน สภาพแวดล้อม ของศูนย์แสดงหุ่นจำลองประเพณีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชาวมั่ง ด้านนอกมีกอล์ฟขนาดใหญ่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส ซึ่งพื้นที่จัดแสดงใกล้ กับบริเวณ โรงเรียนเจ้าพ่อหลวงอุปถัมภ์ 1 และสามารถ เดินทางเข้ามาชม จากทางเดินตลาดในหมู่บ้านได้อีกทางหนึ่ง และช่วงเทศกาลสำคัญหรือวันหยุด นักท่องเที่ยวจะได้ชมการแสดงเครื่องดนตรีของชาวมั่ง คือ เฆมหรือที่เรียกกันว่าแคน เป็นเครื่องดนตรีที่ดำรงอยู่คู่กับชาวเขาเผ่ามั่งมานานหลายชั่วอายุคน รวมไปถึงศิลปะการแสดงรำดาบ ซึ่งมักจะรำในช่วงปีใหม่ เป็นการแสดงที่หาชมได้ไม่บ่อยนัก

## โรงเรียนเจ้าพ่อหลวงอุปถัมภ์ 1

ในปี พ.ศ. 2500 กองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนเขต 5 (ค่ายดาราธรรมิ) ได้เข้ามาช่วยเหลือและพัฒนาหมู่บ้าน โดยจัดตั้ง โรงเรียนเจ้าพ่อหลวงอุปถัมภ์ ๑ ขึ้น เมื่อ ปี พ.ศ 2501 เปิดดำเนินการสอน เมื่อวันที่ 5 กันยายน พ.ศ. 2502 โดยมี นายจรัส มหาวังษ์ ผู้ตรวจราชการเขตการศึกษา 8 เป็นประธานในพิธีเปิดป้ายอาคารเรียน และตั้งชื่อโรงเรียนแห่งนี้ว่า “โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนสงเคราะห์ 11 (คอยปุย)” มีนักเรียนทั้งหมด 45 คน ครูผู้สอนเป็นตำรวจตระเวนชายแดน ต่อมาในปี พ.ศ. 2505 ถึง ปี พ.ศ.2507 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ เสด็จพระราชดำเนินทรงเยี่ยมราษฎรชาวเมืองบ้านคอยปุย พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ทรงโปรดเกล้าฯ พระราชทานทรัพย์ส่วนพระองค์ จำนวน 30,000 บาท สำหรับก่อสร้างอาคารเรียนไม้ชั้นเดียว ขนาด 2 และ มีพิธี วางศิลาฤกษ์ เมื่อวันที่ 24 กันยายน พ.ศ. 2507 และทรงพระราชทานนามของโรงเรียนนี้ว่า “โรงเรียนคอยปุย” แต่ชาวบ้านติดป้ายชื่อโรงเรียนว่า “โรงเรียนเจ้าพ่อหลวงอุปถัมภ์” เพื่อเป็นการระลึกถึงพระกรุณาธิคุณของในหลวงและแสดงความภาคภูมิใจว่าหมู่บ้านคอยปุยนี้ในหลวงให้ความสนใจเป็นพิเศษ โรงเรียนเจ้าพ่อหลวงอุปถัมภ์ 1 ทำพิธีเปิด เมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน พ.ศ. 2507 เวลา 11.00 น. โดยสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนีเสด็จเป็นองค์ประธานในพิธี

### วัฒนธรรม

1. ประเพณีปีใหม่ม้ง ประเพณีนี้เป็นช่วงระยะเวลาที่ดีมากอย่างหนึ่งของม้งเป็นช่วงระยะเวลาที่สนุกสนานมากตลอดทั้งปี อีกทั้งยังเป็นช่วงที่ลูกหลานกลับมาเยี่ยมพ่อแม่ และญาติผู้ใหญ่ในหมู่บ้าน ช่วงประเพณีปีใหม่ม้งจะเริ่มประมาณวันขึ้นเดือนหนึ่งหรือสอง หรือประมาณช่วงเดือนธันวาคมของทุกปี กิจกรรมก่อนเทศกาลปีใหม่ม้ง จะมีการเตรียมข้าวของอาหารการกิน เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มให้พร้อมสรรพเช่น ไก่และไข่ใช้เรียกขวัญและเช่นผีบ้านผีเรือนต่างๆ หมูเพื่อฉลองปีใหม่นอกจากนี้ยังมีการตำขนมข้าวปุก (ทำมาจากข้าวโพดสุก) เพื่อนำมาใช้กินในช่วงปีใหม่ม้งและเลี้ยงบรรพชนต่างๆ

2. พิธีปิดรังควาน การลือได้ หรือเรียกว่าการปิดรังควานสิ่งชั่วร้ายออกไป โดยเป็นวิธีการหนึ่งที่สามารถจะปิดกวาดสิ่งที่ไม่ดี โรคภัยไข้เจ็บให้ออกไปเพื่อมิให้มารุกรายคนได้ โดยเอาหญ้าไม้กวาดมาปิดกวาดทิ้งออกไป เป็นการปิดกวาดโรคภัยไข้เจ็บ เรื่องคดีความ ใบไม้กวาดเป็นสิ่งที่สามารถที่จะปิดกวาดขจัดสิ่งที่ไม่ดีสิ่งชั่วร้ายออกไปจากวิถีชีวิตได้เป็นอย่างดี ช่วงระยะเวลาที่เหมาะสมในการทำพิธีกรรมคือ ช่วงวันที่ 25 – 29 เดือนกุมภาพันธ์ การปิดกวาดนี้ใช้ใบหญ้าไม้กวาดมัดด้วยผ้าสีแดง สีแดงหมายถึงสิ่งที่ไม่ดี หลังจากที่ปิดกวาดเรียบร้อยแล้วนั้นนำเอาไปมัดไว้ที่ต้นเสา แล้วเอามัดพันใบหญ้าไม้กวาดนั้นทิ้งเสีย ด้วยการทำลายสิ่งไม่ดีนั้น โดยต้องพันให้ขาด

ทั้งหมดถ้าสามารถฟื้นขาดภายในที่เดียวในปีนั้นทุกคนจะอยู่อย่างร่มเย็นสงบสุข ไม่มีโรคภัยไข้เจ็บ แต่ถ้าไม่สามารถฟื้นให้ขาดภายในที่เดียวต้องพยายามฟื้นให้ขาดให้ได้ เพื่อที่จะสามารถทำลายสิ่งชั่วร้ายนั้นได้ลง แม้ว่าจะไม่ได้ทั้งหมด

**3. ความเชื่อ** จากการศึกษาพบว่าศาสนาหรือความเชื่อมีบทบาทสูงมากต่อวิถีชีวิตหรือประเพณีวัฒนธรรมของชาวม้งบ้านคอยปุย โดยแยกตามกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้ กลุ่มนับถือผี ชาวม้งกลุ่มนี้ยังคงรักษาวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิมอย่างเหนียวแน่น กลุ่มนับถือคริสต์ เป็นคนส่วนน้อย คนกลุ่มนี้นับถือศาสนาคริสต์นิกายโปรแตสแตนต์อย่างหลวม ๆ ไม่เคร่งครัด และกลุ่มนับถือพุทธ มีการปฏิบัติศาสนกิจในวันสำคัญ ๆ พอสมควร พิธีศพทำตามศาสนาพุทธ แต่ไม่เผาใช้วิธีการฝัง

**4. การเลี้ยงสัตว์** สัตว์เลี้ยงที่ยังมีเลี้ยงในปัจจุบัน คือ หมูมั่งและไก่ซึ่งประกอบด้วย ไก่ชน ไก่แม่ไข่และไก่กระดูกดำ โดยจะเลี้ยงไว้ขายหรือใช้ในพิธีกรรมต่าง ๆ ตามประเพณีความเชื่อของชาวม้ง การเลี้ยงหมูมั่ง มีวิธีการเลี้ยงแบบดั้งเดิมคือ เลี้ยงในคอก การให้อาหารโดยการสับหยาวกกล้วยตามแบบฉบับของชาวม้ง ส่วนการเลี้ยงไก่มีวิธีการเลี้ยงแบบไม่กักบริเวณและกักบริเวณ

#### สภาพภูมิศาสตร์

ที่ตั้งและลักษณะทางภูมิศาสตร์ หมู่บ้านคอยปุย ตั้งอยู่หมู่ที่ 11 ตำบลสุเทพ อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในความรับผิดชอบของเทศบาลตำบลสุเทพ อยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติคอยสุเทพ-ปุย มีเนื้อที่ทั้งสิ้น 10.85 ตารางกิโลเมตร คิดเป็น 6,781 ไร่ หมู่บ้านคอยปุยตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของตัวเมืองเชียงใหม่ อยู่สูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง ประมาณ 700-1,685 เมตร เป็นแหล่งต้นน้ำลำธารที่สำคัญของแม่น้ำปิง หมู่บ้านคอยปุย มีอาณาเขตติดต่อ ดังต่อไปนี้

ทิศเหนือ ติดกับ คอยผากลองและบ้านแม่สาใหม่ อำเภอแมริม

ทิศใต้ ติดกับ พระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์

ทิศตะวันออก ติดกับ ยอดคอยปุย

ทิศตะวันตก ติดกับ น้ำตกศรีสวางค์และบ้านทุ่งโป่ง อำเภอหางดง

มีสภาพอากาศที่เย็นตลอดปี โดยมีอุณหภูมิเฉลี่ย 16 องศาเซลเซียส อุณหภูมิต่ำสุด 7 องศาเซลเซียส และสูงสุด 29 องศาเซลเซียส ฤดูหนาวอากาศหนาวจัด ส่วนในฤดูฝนอากาศเย็นและชื้น

#### การเดินทาง

หมู่บ้านคอยปุย ห่างจากตัวเมืองเชียงใหม่ประมาณ 30 กิโลเมตร การเดินทางไปยังหมู่บ้านคอยปุย จากตัวเมืองเชียงใหม่มุ่งหน้าไปทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ ผ่านสถานที่สำคัญและสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ผ่านหน้าสวนสัตว์เชียงใหม่ อนุสาวรีย์ครูบาศรีวิชัย วัดพระธาตุดอยสุเทพราชวรวิหาร ที่ทำการอุทยานแห่งชาติคอยสุเทพ - ปุย ผ่านพระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์ เข้าสู่หมู่บ้านคอยปุย การเดินทางสามารถนำรถยนต์ส่วนตัว รถจักรยานยนต์ รถตู้และรถสอง

แถว ขึ้นไปหมู่บ้านม้งคอยปุยได้ตลอดเวลา แต่ถนนหมู่บ้าน ม้งคอยปุยค่อนข้างที่จะชำรุด แต่ยังสามารถเดินทางโดยสารกับรถประจำทาง(รถแดง)ได้ทุกคัน

### เครื่องแต่งกาย

หมู่บ้านม้งคอยปุยส่วนใหญ่เป็นม้งลายหรือม้งน้ำเงิน ในอดีตการแต่งกายมีวิธีการแบบง่ายๆ ผู้หญิงม้งจะเกล้าผมมวยใหญ่ มีผ้าโพกผม สวมตุ้มหู ใตเสื้อสีดำซึ่งปักลวดลายด้วยมือ ด้านหลังมีการประดับคล้ายรูปผีเสื้อทำจากลายปัก มีผ้าสีดำหรือสีน้ำเงินสำหรับปกหน้าขา สวมกระโปรงน้ำเงิน ปักลายที่บริเวณปลายกระโปรง และมีผ้าสีดำพันบริเวณเอว สำหรับผู้ชาย สวมเสื้อสีดำเอวลอยไม่มีลวดลาย กางเกงถ่วงขามีผ้าปักมัดไว้ตรงบริเวณเอว นิยมสวมห่วงคอเงิน ในปัจจุบันการแต่งกายของหมู่บ้านม้งคอยปุยมีการเปลี่ยนแปลงไปจากอดีตไม่มากนัก ผู้หญิงจะมีผ้าที่มีลวดลายเพิ่มขึ้น มวยผมก็มีการประดับตกแต่งสวยงามกว่าในอดีต ผู้ชายมีการเพิ่มผ้าปกหน้าที่มีลวดลายที่ขนาดใหญ่ ทั้งการแต่งกายของชายและหญิงจะนิยมตกแต่งด้วยเหรียญที่ทำจากเงินและจะประดับด้วยห่วงคอเงินที่มีมากกว่าในอดีต ซึ่งเป็นการบ่งบอกถึงฐานะ งานหัตถกรรมของม้งเป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของม้ง เสื้อผ้าของม้งทำจากใยกล้วยซึ่งมาถักทอเป็นผืนย้อมด้วยสีธรรมชาติ เขียนลายด้วยขี้ผึ้ง และตกแต่งด้วยการเย็บปักลวดลายแบบครอสติส ซึ่งมีลวดลายที่หลากหลาย

### การท่องเที่ยวแนวใหม่

#### 1. เส้นทางกรอออฟโรด

หมู่บ้านม้งคอยปุยมีเส้นทางที่สามารถออฟโรด แอดเวนเจอร์ ผจญภัยท่ามกลางธรรมชาติสองข้างทาง พื้นที่เป็นคอยสูง ระหว่าง 700-1,685 เมตร เส้นทางที่ออฟโรด จากหมู่บ้านม้งคอยปุย มีอยู่สามเส้นทางที่นิยมไป ดังต่อไปนี้ เส้นทางที่หนึ่งคือ เส้นทางจากสวนน้ำตกคอยปุยไปยังคอยผาหลวง ซึ่งมีลักษณะพื้นที่สูงชัน สามารถเห็นวิวอำเภอหางดงและอำเภอแม่ริม จากนั้นมุ่งหน้าไปยังกัวแม่ปาน ซึ่งสองข้างทางสามารถสัมผัสกับการปลูกสวนลิ้นจี่ของชาวม้งได้ จากนั้นผ่านน้ำตกศรีสวางค์ ผ่านน้ำตกศรีสวางค์และบ้านทุ่งโป่ง เข้าที่อำเภอแม่เหิยะ ซึ่งสามารถออกทางอำเภอหางดงได้ เส้นทางนี้ควรเดินทางช่วงต้นฤดูฝน ระหว่างเดือนมิถุนายน ถึงต้นเดือนสิงหาคม เพราะเป็นช่วงเวลาที่ลิ้นจี่กำลังออกผล เหมาะสำหรับรถจักรยานและจักรยานยนต์ ซึ่งมีถนนค่อนข้างแคบและขรุขระ เส้นทางที่สองคือ จากหมู่บ้านม้งคอยปุย ไปยังเส้นทางยอดคอยปุย ผ่านอุทยานแห่งชาติคอยปุย-ปุย หมู่บ้านขุนช้างเคียน ลงมาทางห้วยตึงเต่า (ทะเลสาบขนาดกลาง เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจของคนเชียงใหม่) มุ่งหน้าไปเส้นทางหลวงหมายเลข 108 เข้าในตัวเมืองเชียงใหม่ และเส้นทางที่สามเป็นเส้นทางจากหมู่บ้านม้งคอยปุย ไปยังคอยผาหลวงแล้วแยกไปหมู่บ้านแม่สา ซึ่งสามารถผ่านปางขมุก ซึ่งเป็นหมู่บ้านเก่าของม้งก่อนอพยพไปยังคอยปุย จากนั้นผ่านหมู่บ้านแม่ใน มุ่งหน้าไปยัง ห้วยตึงเต่า เข้าในตัวเมืองเชียงใหม่ เส้นทางที่สามเหมาะกับการ

เดินทางในช่วงหน้าหนาว ช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนมกราคม เพราะสามารถเห็นดอกซากุระ หรือพญาเสือโคร่งได้ เส้นทางที่สองกับสามสามารถนำรถ ขับรถ ATV (260 CC) ได้ ส่วนเส้นทาง เข้าหมู่บ้านมั่งคองปุยจากพระตำหนักภูพิงศ์ ประมาณ 4 กิโลเมตรเป็นถนนที่ค่อนข้างขรุขระ สอง ข้างทางเป็นป่าไม้อุดมสมบูรณ์และสามารถเห็นวิวคอยอินทนนท์ได้ นักท่องเที่ยวนิยมใช้เสือภูเขา รถจักรยาน จักรยานยนต์ รถ ATV รถจี๊ป รวมไปถึงรถออฟโรด รถซาเล่ รถเวสป่า รถยนต์ส่วนตัว ก็ สามารถมาท่องเที่ยวหมู่บ้านมั่งคองปุยได้เช่นกัน

## 2. ผู้สูง อายุ 107 ปี

หมู่บ้านมั่งคองปุยมีผู้สูงอายุอยู่มาก ซึ่งอายุมากที่สุดคือ 107 ปี เป็นญาติผู้ใหญ่ ของมั่งตระกูลแซ่หาง ซึ่งเป็นที่เคารพนับถือของคนรุ่นใหม่ เมื่อมีการประชุมหารือเกี่ยวกับประเพณี ของมั่ง ผู้อาวุโสมักจะได้รับเกียรติให้เป็นประธานอยู่เสมอ การมีอายุที่ยืนยาวขึ้นอยู่กับการใช้ชีวิต ของแต่ละคนซึ่งประกอบสภาพแวดล้อมรอบตัวด้วย ผู้เฒ่าอายุ 107 ปี หรือคนส่วนมากเรียกว่าปู่ หนวด ปัจจุบันมีร่างกายที่แข็งแรงไปไหนเองได้ มีชีวิตความเป็นอยู่ที่เรียบง่ายปกติ ซึ่งทานมาอยู่ คอยปุยประมาณ 70 กว่าปีแล้ว เมื่อก่อนก็ปลูกฝิ่นไว้ขายส่วน ข้าวโพด ข้าวเปลือก ฟักทอง ก็ปลูกไว้ บริโภคเอง และก็นำมาขายเรื่อย ๆ ถึง 107 ปี ถึงแม้ปู่หนวดจะบอกว่ากินอยู่แบบธรรมดา แต่คน รุ่นหลังมองว่าการมีอายุที่ยืนนานของปู่หนวดนั้น น่าจะเป็นเพราะมีวิถีการกิน คือ เว้นของแสลง รส เฝื่อนจัดและรสเผ็ดจัด กินผักเป็นส่วนใหญ่และปลูกผักเอง ซึ่งถ้าเทียบกับคนรุ่นใหม่ที่ต้องบริโภค สารเคมีเข้าไป เช่นบริโภคไก่ที่กินกะหล่ำปนเปื้อนสารพิษ จึงทำให้สารพิษสะสมในร่างกายส่งผล ให้อายุไม่ยืน ประกอบกับสภาพแวดล้อมที่เป็นผลเสียต่อสุขภาพจิต เพราะในอดีตอยู่แบบพอเพียง ไม่มีหนี้สิน มีความไว้ใจกัน มีข้าวกิน มีเสื้อผ้าใส่ ก็พอใจ มีชีวิตอยู่กับลูกหลานอย่างมีความสุข ส่งผลให้สุขภาพจิตดี อายุยืนเป็นร่ม โพธิ์ร่มไทรให้กับลูกหลาน ปัจจุบันปู่หนวด อายุ 107 ปี อยู่บ้าน บริเวณที่จอดรถของหมู่บ้านมั่งคองปุย นักท่องเที่ยวสามารถมาเยี่ยมชมเพื่อให้กำลังใจในการเป็น ร่มโพธิ์ร่มไทรให้กับลูกหลานต่อไป

## 3. คอยปุยมินิมาราธอน

คอยปุยมินิมาราธอน เป็นกิจกรรมใหม่ของหมู่บ้านมั่งคองปุย ซึ่งจัดการวิ่งตั้งแต่ ปี 2550 เป็นปีแรก โดยใช้ชื่อว่า คอยปุยมินิมาราธอนเทิดพระเกียรติ 80 พรรษา ครั้งที่ 1 ส่วนครั้งที่ 2 มีการใช้ชื่อว่า เดิน-วิ่ง คอยปุยมินิมาราธอนเฉลิมพระเกียรติ 116 วัน จากวันแม่ถึงวันพ่อสร้าง สามัคคี ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพให้แก่ประชากรในหมู่บ้านมั่งคองปุย เป็นกิจกรรม นักท่องเที่ยวสามารถมาชมการเดิน-วิ่ง คอยปุยมินิมาราธอน ได้ ส่วนในอนาคต การจัดกิจกรรมมี แนวโน้มให้นักท่องเที่ยวรวมไปถึงบุคคลที่มีความสนใจสามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ เพื่อเป็นการ



ส่งเสริมสุขภาพ ตามนโยบายของ สสส (กระทรวงสาธารณสุข) และยังสามารถสื่อถึงการมีความสามัคคีของหมู่บ้านมังคุดอยู่ในการร่วมทำกิจกรรมของชุมชน

#### 4. สวนสองแสน

สวนสองแสน หรือสถานีวิจัยคอกอญ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นพื้นที่การวิจัยพืชและผลไม้เมืองหนาว สามารถดูวิธีการวิจัยพืชต่าง ๆ รวมไปถึง สามารถดูวีดิโอพระอาทิตย์ตกได้อย่างสวยงามและเห็นคอกอินทนน ในระยะใกล้ได้อีก สถานีวิจัยคอกอญ ได้รับพระกรุณาธิคุณจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ ทรงพระราชดำเนียรยังสถานีวิจัยคอกอญ วันพุธที่ ๘ มกราคม ๒๕๒๖ เวลา ๑๗.๐๕ น. เสด็จ ฯ ถึงสวนสองแสน นายสืบศักดิ์ นวจินดา หัวหน้าสถานีทดลองปลูกไม้ผลเมืองหนาวของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ฝัา ฯ กราบบังคมทูลรายงานกิจการของสถานีพอสรุปได้ว่า ที่ดินซึ่งพระราชทานให้เป็นสถานีทดลองของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ๑๐๐ ไร่เศษนั้น ได้ทดลองปลูกไม้ผลเมืองหนาว อาทิ แอปเปิ้ล สาลี่ ท้อ บ๊วย ฯลฯ เพื่อศึกษาวิธีขยายพันธุ์ และกระจายพันธุ์ไปปลูก ซึ่งในการกระจายพันธุ์ให้ทดลองปลูกตามหมู่บ้านชาวเขานั้น ได้จำหน่ายให้โครงการหลวงพัฒนาชาวเขาเป็นประจำ ต่อจากนั้น เสด็จ ฯ ไปประทับเสวยพระสุธารส แล้วเสด็จ ฯ กลับถึงพระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์ เมื่อเวลา ๑๘.๐๐ น. ปัจจุบันสถานีวิจัยคอกอญมีบริการห้องพัก เป็นหลังไว้ให้นักท่องเที่ยวลัมผัสบรรยากาศนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาพักในช่วงฤดูหนาว ซึ่งมีทะเลหมอกและเป็นช่วงที่พืชพันธุ์ ดอกไม้ ผลไม้เมืองหนาวกำลังออกผล เช่น ลูกท้อ บ๊วย และดอกไม้เมืองหนาวพันธุ์ เป็นต้น

#### 5. สำนักสงฆ์คอกอญ

หมู่บ้านมังคุดอญยังมีสำนักสงฆ์คอกอญ ที่มีอาศรมของ สมเด็จพระญาณสังวร สมเด็จพระสังฆราช สกลมหาสังฆปริณายก ซึ่งพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ และพระบรมวงศานุวงศ์ เสด็จพระราชดำเนินเพื่อทรงบำเพ็ญพระกุศล อยู่หลายครั้ง สำนักสงฆ์คอกอญ ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของหมู่บ้านมังคุดอญ ประวัติการก่อตั้งสำนักสงฆ์คอกอญ เริ่มแรกมีการตั้งสำนักสงฆ์ ในปี 2511 โดยพระอาจารย์ถวิลและพระอาจารย์ไพโรจน์ พระภิกษุที่ร่วมกันก่อตั้งสำนักสงฆ์คอกอญ ต่อมาปี 2512 นำโดยคุณเชิด อธิยาชัย วิสุทธิ์และคณะคตทก. 1 เริ่มทำการสร้างกุฏิจนถึงประมาณปี 2514

ปัจจุบันสำนักสงฆ์คอกอญ มี พระครูวิฑิตศาสนกิจ (พระอาจารย์ไพโรจน์) เป็นเจ้าอาวาส สำนักสงฆ์คอกอญเป็นสำนักสงฆ์ฝ่ายธรรมยุติ มีการสอนปฏิบัติธรรม เหมาะแก่การปฏิบัติธรรมท่ามกลางธรรมชาติ อากาศดี บรรยากาศเงียบสงบ พระภิกษุสำนักสงฆ์คอกอญ ทำวัดเช้าเวลาตีสี่ ออกเดินบิณฑบาตในหมู่บ้านมังคุดอญในเวลาประมาณ หกโมงเช้า ทำวัดเย็นในเวลา หนึ่งทุ่ม-สองทุ่ม จากนั้นนั่งภาวนา ถึงสี่ทุ่ม สำนักสงฆ์คอกอญ มีกองทุนช่วยเหลือ ทางด้านวัด โรงพยาบาล

หมู่บ้าน และการศึกษา ที่ส่งเสริมให้เด็กนักเรียนเรียนตั้งแต่ ประถมปีที่ 1 ถึง ระดับปริญญาโท สามารถผลิตนักเรียนนักศึกษาที่ดีให้แก่สังคม

ส่วนการเดินทางมาสำนักสงฆ์คอยปุยสามารถทำได้ 2 เส้นทางคือ เส้นทางที่ 1 สามารถเดินขึ้นบันไดจากหมู่บ้านม้งคอยปุยไปยังสำนักสงฆ์ ซึ่งสร้างจากเงินบริจาคของชาวบ้านเป็นระยะทาง 300 เมตร และเส้นทางที่ 2 เดินทางจากถนนบ้านคอยปุยถึงสามแยกหมู่บ้านคอยปุย-ขุนช่างเคี่ยน เข้าไปถึงสำนักสงฆ์

### ผลผลิต

ชาวหมู่บ้านม้งคอยปุยมีผลผลิตจากการทำไร่ทำสวนหลายอย่างคือ ลิ้นจี่ เป็นพืชเศรษฐกิจที่ยังปลูกอยู่ทั่วไปภายในหมู่บ้าน ส่วนผลไม้ชนิดอื่น ๆ ได้แก่ ท้อ สาลี่ ลูกพลับ ข้าวโพด ข้าวสาลี เป็นต้น ผลผลิตจากการปลูกผัก โดยส่วนใหญ่แล้วจะปลูก เช่น ผักกาดแก้ว ผักกาดขาว กะหล่ำปลี ค้าน้ำ ยอดมะระหวาน(ซาโยเต้) มะเขือเทศ ผักชี เป็นต้น การผลิต ในด้านต่างๆ ปลูกเพื่อบริโภคในครัวเรือน และจะนำมาขายในหมู่บ้านให้เพื่อนบ้านและนักท่องเที่ยว ส่วนผลผลิตไหนมีผลผลิตที่มากก็จะมีการนำไปขายหรือว่านำไปส่งโรงงานต่าง ๆ ในตัวเมืองเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

#### 4.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม

- 4.2.1 ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการมาท่องเที่ยวหมู่บ้านม้งดอยปุย จังหวัดเชียงใหม่
- 4.2.2 ส่วนที่ 2 การรับทราบประวัติศาสตร์หมู่บ้านม้งดอยปุยผ่านสื่อ
- 4.2.3 ส่วนที่ 3 ความต้องการข้อมูลและสัญลักษณ์เมื่อนำเสนอบนเว็บไซต์
- 4.2.4 ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบและนำเสนอบนเว็บไซต์ที่ต้องการ
- 4.2.5 ส่วนที่ 5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

##### 4.2.1 ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการมาท่องเที่ยวหมู่บ้านม้งดอยปุย จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 4.1 พฤติกรรมการมาท่องเที่ยวหมู่บ้านม้งดอยปุย จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในหมู่บ้านม้งดอยปุย ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ

จำนวนครั้ง	นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ	
	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	128	64.0
2 ครั้ง	32	16.0
มากกว่า 5 ครั้ง	15	7.5
5 ครั้ง	11	5.5
3 ครั้ง	10	5.0
4 ครั้ง	4	2.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยว 1 ครั้ง ร้อยละ 64.0 รองลงมา 2 ครั้ง ร้อยละ 16.0 และมากกว่า 5 ครั้ง ร้อยละ 7.5

ตารางที่ 4.2 พฤติกรรมการมาท่องเที่ยวหมู่บ้านม้งดอยปุย จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามช่วงเวลาการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านม้งดอยปุย ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ช่วงเวลาการเดินทางท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ	
	จำนวน	ร้อยละ
ลาพักร้อน	83	41.5
วันหยุดประจำสัปดาห์	72	36.0
ช่วงวันหยุดเทศกาล (วันนักขัตฤกษ์)	20	10.0
อื่นๆ	15	7.5
ปิดภาคการศึกษา	10	5.0
รวม	200	100.0

อื่นๆ ได้แก่ ส่วนราชการจัดการทัศนศึกษา (5) ไม่นานอน (3) เมื่อมีโปรแกรม (5) เมื่อว่าง (2)

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ช่วงเวลาการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านม้งดอยปุย ในช่วงลาพักร้อน ร้อยละ 41.5 รองลงมาช่วงวันหยุดประจำสัปดาห์ร้อยละ 36.0 และช่วงวันหยุดเทศกาล (วันนักขัตฤกษ์) ร้อยละ 10.0

ตารางที่ 4.3 พฤติกรรมการมาท่องเที่ยวหมู่บ้านม้งดอยปุย จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม การเดินทางท่องเที่ยวกับใคร ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ

การเดินทางท่องเที่ยวกับใคร	นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ	
	จำนวน	ร้อยละ
ครอบครัว/ญาติ	84	42.0
เพื่อน	59	29.5
คณะทัวร์	39	19.5
คนเดียว	12	6.0
อื่นๆ	6	3.0
รวม	200	100.0

อื่นๆ ได้แก่ Boyfriend (2) แฟน (4)

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติ ร้อยละ 42.0 รองลงมา กับเพื่อน ร้อยละ 29.5 และกับคณะทัวร์ ร้อยละ 19.5

ตารางที่ 4.4 พฤติกรรมการมาท่องเที่ยวหมู่บ้านมั่งคองอยู่ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านมั่งคองอยู่ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ

พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง	นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ	
	จำนวน	ร้อยละ
รถยนต์ตู้	78	39.0
รถยนต์ส่วนตัว	48	24.0
รถจักรยานยนต์	39	19.5
รถยนต์โดยสาร	30	15.0
ไม่ตอบ	2	1.0
รถจักรยาน	2	1.0
อื่นๆ	1	0.5
รวม	200	100.0

อื่นๆ ได้แก่ ATV (1)

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทาง คือ รถยนต์ตู้ ร้อยละ 39.0 รองลงมา รถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 24.0 และรถจักรยานยนต์ ร้อยละ 19.5

ตารางที่ 4.5 พฤติกรรมการมาท่องเที่ยวหมู่บ้านมั่งคอยปุย จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวหมู่บ้านมั่งคอยปุย ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ

วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ					
	ไม่เลือก		เลือก		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ท่องเที่ยวชมธรรมชาติ	83	41.5	117	58.5	200	100.0
ท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรม	125	62.5	75	37.5	200	100.0
ท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์	162	81.0	38	19.0	200	100.0
ท่องเที่ยวเพื่อความบันเทิง	163	81.5	37	18.5	200	100.0
ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	164	82.0	36	18.0	200	100.0
ท่องเที่ยวเน้นจับจ่ายซื้อของ	172	86.0	28	14.0	200	100.0
อื่นๆ	192	96.0	8	4.0	200	100.0
ท่องเที่ยวทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	196	98.0	4	2.0	200	100.0
ท่องเที่ยวเพื่อเกมส์กีฬา	197	98.5	3	1.5	200	100.0
ท่องเที่ยวเพื่อประชุม	197	98.5	3	1.5	200	100.0
รวม	165	82.6	35	17.4	200	100.0

ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 200 ราย

อื่นๆ ได้แก่ เพื่อนำชมหมู่บ้าน (3) ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน (4) Visit friend (1)

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามและทดสอบส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวหมู่บ้านมั่งคอยปุย คือ ท่องเที่ยวชมธรรมชาติ ร้อยละ 58.5 รองลงมา ท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรม ร้อยละ 37.5 และท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ ร้อยละ 19.0

ตารางที่ 4.6 พฤติกรรมการมาท่องเที่ยววันหยุดบ้านม้งคอยปุย จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในหมู่บ้านม้งคอยปุย ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ					
	ไม่เลือก		เลือก		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความเป็นธรรมชาติ	58	29.0	142	71.0	200	100.0
ความสวยงาม	99	49.5	101	50.5	200	100.0
ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวแห่งอื่นๆ	105	52.5	95	47.5	200	100.0
มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั่วไป	117	58.5	83	41.5	200	100.0
ใกล้ตัวเมือง	144	72.0	56	28.0	200	100.0
ความดั้งเดิมของวิถีชีวิต-ศิลปวัฒนธรรม-ประเพณี	157	78.5	43	21.5	200	100.0
แปลก, มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	168	84.0	32	16.0	200	100.0
มีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่างๆ เช่น ห้องน้ำ ร้านอาหาร	170	85.0	30	15.0	200	100.0
การคมนาคมสะดวก	173	86.5	27	13.5	200	100.0
ความปลอดภัย	177	88.5	23	11.5	200	100.0
ความสะอาด	178	89.0	22	11.0	200	100.0
เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เพิ่งค้นพบใหม่ ยังมีความ บริสุทธิ์อยู่มาก	188	94.0	12	6.0	200	100.0
อื่นๆ	196	98.0	4	2.0	200	100.0
กลัวจะเป็นคนล่าสมัยถ้ายังไม่ได้ไป	197	98.5	3	1.5	200	100.0
รวม	152	76.0	48	24.0	200	100.0

ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 200 ราย

อื่นๆ ได้แก่ มีเส้นทางที่สามารถออฟโรด (1) Good weather (1) Good person (1) Hmong people (1)

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในหมู่บ้านม้งคอยปุย คือ ความเป็นธรรมชาติ ร้อยละ 71.0 รองลงมา ความสวยงาม ร้อยละ 50.5 และใกล้สถานที่ท่องเที่ยวแห่งอื่นๆ ร้อยละ 47.5

ตารางที่ 4.7 พฤติกรรมการมาท่องเที่ยวหมู่บ้านม้งดอยปู่ย จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม สื่อ/  
แหล่งข้อมูล ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่ท่องเที่ยวหรือกระตุ้นให้อยากเดินทางมาเที่ยวมาก  
ที่สุด ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ

สื่อ/แหล่งข้อมูล	นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ	
	จำนวน	ร้อยละ
อินเทอร์เน็ต	66	33.0
คำบอกเล่า	24	12.0
สำนักงาน/บริษัททัวร์	22	11.0
วิทยุ	18	9.0
หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว	18	9.0
นิตยสาร, วารสาร	15	7.5
ป้ายโฆษณา, โปสเตอร์	15	7.5
อื่นๆ	14	7.0
โทรทัศน์	4	2.0
แผ่นพับ, ใบปลิว, โบชัวร์	4	2.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกสื่อ/แหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อ  
การตัดสินใจเลือกหรือกระตุ้นให้เดินทางมาเที่ยวมากที่สุด คือ อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 33.0 รองลงมา  
คำบอกเล่า ร้อยละ 12.0 และสำนักงาน/บริษัททัวร์ ร้อยละ 11.0



ตารางที่ 4.8 พฤติกรรมการมาท่องเที่ยวหมู่บ้านม้งดอยปุย จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม วิธีการจัดการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ

วิธีการจัดการเดินทาง	นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ	
	จำนวน	ร้อยละ
จัดการเองทั้งหมด	73	36.5
เพื่อน/หรือคนรู้จักในท้องถิ่นจัดการให้	63	31.5
ซื้อแพ็คเกจทัวร์ในประเทศ	38	19.0
ซื้อแพ็คเกจทัวร์ในต่างประเทศ	24	12.0
อื่นๆ	2	1.0

อื่นๆ ได้แก่ เป็นแพ็คเกจทางการท่องเที่ยวที่ควบคู่มากับการท่องเที่ยวดอยสุเทพ (1) packaged tour student (1)

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกวิธีการจัดการเดินทางมากที่สุด คือ จัดการเองทั้งหมด ร้อยละ 36.5 รองลงมา ซื้อแพ็คเกจทัวร์ในประเทศไทย ร้อยละ 19.0 และ เพื่อน/หรือคนรู้จักในท้องถิ่นจัดการให้ ร้อยละ 31.5

#### 4.2.2 ส่วนที่ 2 การรับทราบประวัติศาสตร์หมู่บ้านม้งคอยปุยผ่านสื่อ

ตารางที่ 4.9 การรับทราบประวัติศาสตร์หมู่บ้านม้งคอยปุยผ่านสื่อจำแนกตาม การรับทราบประวัติศาสตร์หมู่บ้านม้งคอยปุย

การรับทราบประวัติศาสตร์หมู่บ้านม้งคอยปุย	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคย	196	65.3
เคย	102	34.0
ไม่ตอบ	2	0.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยรับทราบประวัติศาสตร์หมู่บ้านม้งคอยปุยร้อยละ 65.3 และ เคย ร้อยละ 34.0 ซึ่งผู้ศึกษาได้นำผลจากกลุ่มเป้าหมายที่ไม่เคยทราบประวัติศาสตร์หมู่บ้านม้งคอยปุย มาวางแผนการกำหนดสัญญาณในการนำเสนอข้อมูลในเว็บไซต์ คือ ผู้ศึกษานำเอาสัญญาณด้านประวัติศาสตร์และรูปภาพ มานำเสนอเพื่อเป็นสัญญาณที่กลุ่มเป้าหมายจะได้ทราบข้อมูลบนสื่อเว็บไซต์ของหมู่บ้านม้งคอยปุย

ตารางที่ 4.10 การรับทราบประวัติศาสตร์หมู่บ้านมั่งคอยปุยผ่านสื่อจำแนกตาม การรับทราบประวัติศาสตร์หมู่บ้านมั่งคอยปุยผ่านสื่อ

ทราบประวัติศาสตร์ผ่านสื่อ	ไม่เคย				เคย				รวม	
	ไม่เลือก		เลือก		ไม่เลือก		เลือก			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ท่านเคยทราบประวัติศาสตร์หมู่บ้านมั่งคอยปุยผ่านสื่อต่างๆ	104	34.7	196	65.3	198	66.0	102	34.0	300	100.0
คำบอกเล่า	-	-	-	-	245	81.7	55	18.3	300	100.0
โทรทัศน์	-	-	-	-	273	91.0	27	9.0	300	100.0
แผ่นพับ, ใบปลิว, โบรชัวร์	-	-	-	-	276	92.0	24	8.0	300	100.0
อินเทอร์เน็ต	-	-	-	-	278	92.7	22	7.3	300	100.0
หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว	-	-	-	-	281	93.7	19	6.3	300	100.0
นิตยสาร, วารสาร	-	-	-	-	289	96.3	11	3.7	300	100.0
ป้ายโฆษณา, ไปสเตอร์	-	-	-	-	290	96.7	10	3.3	300	100.0
วิทยุ	-	-	-	-	295	98.3	5	1.7	300	100.0
อื่นๆ	-	-	-	-	297	99.0	3	1.0	300	100.0
สำนักงาน/บริษัททัวร์	-	-	-	-	298	99.3	2	0.7	300	100.0
รวม	104	34.7	196	65.3	275	91.5	25	8.5	300	100.0

อื่นๆ ได้แก่ เสียงตามสาย (3)

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยรับทราบประวัติศาสตร์หมู่บ้านมั่งคอยปุยผ่านสื่อร้อยละ 65.3 และ เคย ร้อยละ 34.7 ส่วนผู้ที่ตอบเคยรับทราบประวัติศาสตร์หมู่บ้านมั่งคอยปุยผ่านสื่อ ส่วนใหญ่เลือกคำบอกเล่า ร้อยละ 18.3 รองลงมา โทรทัศน์ ร้อยละ 9.0 และ แผ่นพับ, ใบปลิว, โบรชัวร์ ร้อยละ 8.0

ตารางที่ 4.11 การรับทราบประวัติศาสตร์หมู่บ้านม้งดอยปู่ผ่านสื่อจำแนกตาม ความเหมาะสมต่อการนำเสนอประวัติศาสตร์และข้อมูลของหมู่บ้านม้งดอยปู่ผ่านสื่อเว็บไซต์

ความเหมาะสม	จำนวน	ร้อยละ
เหมาะสม	276	92.0
ไม่เหมาะสม	17	5.7
ไม่ตอบ	7	2.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกความเหมาะสมต่อการนำเสนอประวัติศาสตร์และข้อมูลหมู่บ้านม้งดอยปู่ผ่านสื่อเว็บไซต์คือ เหมาะสม ร้อยละ 92.0 และไม่เหมาะสม ร้อยละ 5.7

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

### 4.2.3 ส่วนที่ 3 ความต้องการข้อมูลและสัญลักษณ์เมื่อนำเสนอบนเว็บไซต์

ตารางที่ 4.12 ความต้องการข้อมูลเมื่อนำเสนอบนเว็บไซต์

ความต้องการข้อมูลเมื่อนำเสนอบนเว็บไซต์	ไม่เลือก		เลือก		รวม		ลำดับ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ประวัติศาสตร์หมู่บ้านม้งคอยปุย ( การอพยพ, ดอกฝิ่น, ในหลวงเสด็จฯ )	53	17.7	247	82.3	300	100.0	1
การท่องเที่ยว ( พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ, สวนน้ำตก, พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ, โครงการหลวง )	63	21.0	237	79.0	300	100.0	2
การศึกษา ( โรงเรียนเจ้าพ่อหลวงอุปถัมภ์ 1 )	111	37.0	189	63.0	300	100.0	3
สภาพภูมิศาสตร์ ( อากาศ, วิถีชีวิต )	136	45.3	164	54.7	300	100.0	4
การแต่งกายของม้งคอยปุย ( ชุดประจำเผ่า )	142	47.3	158	52.7	300	100.0	5
ประเพณีม้ง ( ระบบเครือญาติ, พิธีกรรมปีใหม่, การทำขวัญ )	168	56.0	132	44.0	300	100.0	6
ศิลปกรรม ( ผ้าเขียนเทียน )	174	58.0	126	42.0	300	100.0	7
ศิลปะดนตรี และการแสดง ( การเป่าแคน, การเป่าขลุ่ย )	180	60.0	120	40.0	300	100.0	8
การละเล่นพื้นบ้าน ( การละเล่นลูกข่าง, การโยนลูกผ้า )	188	62.7	112	37.3	300	100.0	9
ภาษา และวรรณกรรม ( อักษรม้ง, วรรณกรรมม้ง )	191	63.7	109	36.3	300	100.0	10
การเกษตร ( ปลูกลิ้นจี่, ปลูกผัก, การเลี้ยงสัตว์ )	199	66.3	101	33.7	300	100.0	11
อาหารม้ง ( อาหารคาว-หวาน, อาหารว่าง )	203	67.7	97	32.3	300	100.0	12
หัตถกรรม ( เครื่องเงิน, ผ้าทอใยกันซง, จักสาน )	207	69.0	93	31.0	300	100.0	13
สมุนไพร ( ยารักษาโรค, อาหารการกิน )	215	71.7	85	28.3	300	100.0	14
ศาสนา, ความเชื่อ ( นับถือผี, นับถือคริสต์, นับถือพุทธ, สำนักสงฆ์คอยปุย )	214	71.3	86	28.7	300	100.0	15
เครื่องสักการะ ( ชุ่มประตู่, การตัดกระดาษสา )	238	79.3	62	20.7	300	100.0	16
อื่นๆ	295	98.3	5	1.7	300	100.0	17
รวม	175	58.4	125	41.6	300	100.0	

ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 300 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ไม่ควรทำเว็บไซต์ (1) การสุบพื้น (1) สภาพการจราจรและถนนหนทาง (2) ต้นกัญชา (2)

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความต้องการข้อมูล เมื่อนำเสนอบนเว็บไซต์ คือ ประวัติศาสตร์หมู่บ้านม้งคอยปุย ร้อยละ 82.3 รองลงมา การท่องเที่ยว ร้อยละ 79.0 การศึกษา ร้อยละ 63.0 สถาปัตยกรรม ร้อยละ 54.7 และการแต่งกายของม้งคอยปุย ร้อยละ 52.7

ตารางที่ 4.13 ความต้องการสัญลักษณ์เมื่อนำเสนอบนเว็บไซต์

ความต้องการสัญลักษณ์ เมื่อนำเสนอบนเว็บไซต์	ไม่เลือก		เลือก		รวม		ลำดับ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ดอกฝิ่น	95	31.7	205	68.3	300	100.0	1
ชุดประจำเผ่า	166	55.3	134	44.7	300	100.0	2
ในหลวงเสด็จพระราชดำเนิน	186	62.0	114	38.0	300	100.0	3
เด็กม้ง	189	63.0	111	37.0	300	100.0	4
พิพิธภัณฑสถาน	204	68.0	96	32.0	300	100.0	5
วิวทิวทัศน์	217	72.3	83	27.7	300	100.0	6
โรงเรียนเจ้าพ่อหลวงอุปถัมภ์ 1	240	80.0	60	20.0	300	100.0	7
อักษรม้ง	251	83.7	49	16.3	300	100.0	8
สวนน้ำตก	255	85.0	45	15.0	300	100.0	9
หน้าไม้	263	87.7	37	12.3	300	100.0	10
ผ้าเขียนเทียน	265	88.3	35	11.7	300	100.0	11
พิพิธภัณฑสถาน	267	89.0	33	11.0	300	100.0	12
การละเล่นลูกข่าง	268	89.3	32	10.7	300	100.0	13
ผ้าทอใยกันขง	269	89.7	31	10.3	300	100.0	14
การโยนลูกผ้า	272	90.7	28	9.3	300	100.0	15
ตำนานสงฆ์คอยปุย	274	91.3	26	8.7	300	100.0	16
การเป่าแคน	275	91.7	25	8.3	300	100.0	17
ลินจี่	276	92.0	24	8.0	300	100.0	18
เครื่องเงิน	282	94.0	18	6.0	300	100.0	19
หม่มม้ง	282	94.0	18	6.0	300	100.0	20
อื่น ๆ	283	94.3	17	5.7	300	100.0	21
เครื่องจักสาน	292	97.3	8	2.7	300	100.0	22
ซุ้มประตู	296	98.7	4	1.3	300	100.0	23
รวม	246	82.1	54	17.9	300	100.0	

ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 300 ราย

อื่นๆ ได้แก่ อากาศดี (5) ชายแหวนชายสร้อย (1) ร้านค้า (2) The tree (2) The hill Hmong people (2) สัญลักษณ์สถานเสด็จพระราชดำเนินทรงงาน (2) ร้านค้ามีของที่ระลึกที่ต้องจำหน่ายสินค้าและขอให้ทุกคนมีอาชีพอยู่ในคอยปุย (1) ไม่ตอบ (2)

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความต้องการสัญลักษณ์เมื่อนำเสนอบนเว็บไซต์ คือ ดอกฝิ่น ร้อยละ 68.3 รองลงมา ชูคปประจำเผ่า ร้อยละ 44.7 ในหลวงเสด็จพระราชดำเนิน ร้อยละ 38.0 เด็กม้ง ร้อยละ 37.0 และพิพิธภัณฑชาวนา ร้อยละ 32.0

#### 4.2.4 ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบและนำเสนอบนเว็บไซต์ที่ต้องการ

ตารางที่ 4.14 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบและนำเสนอบนเว็บไซต์ที่ต้องการ จำแนกตามความต้องการภาษาในเว็บไซต์

ความต้องการภาษาในเว็บไซต์	จำนวน	ร้อยละ
ทั้งภาษาไทยและอังกฤษ	204	68.0
ภาษาไทย	62	20.7
ไม่ตอบ	17	5.7
ภาษาอังกฤษ	9	3.0
อื่นๆ	8	2.6
รวม	300	100.0

อื่นๆ ได้แก่ ไทย อังกฤษและภาษาฝรั่งเศส (1) French (1) Italian (1) Japanese (2) จีน (2) ม้ง (1)

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามและทดสอบส่วนใหญ่ มีความต้องการภาษาในเว็บไซต์ คือ ทั้งภาษาไทยและอังกฤษ ร้อยละ 68.0 รองลงมา ภาษาไทย ร้อยละ 20.7 และอื่นๆ ร้อยละ 2.6

ตารางที่ 4.15 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบและนำเสนอบนเว็บไซต์ที่ต้องการ จำแนกตามความต้องการวัตถุประสงค์การสร้างเว็บไซต์

วัตถุประสงค์	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อนำเสนอและแนะนำในเรื่องของประวัติศาสตร์ของหมู่บ้านมั่งคองปุย	94	31.3
เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของหมู่บ้านมั่งคองปุย	73	24.3
เพื่อนำเสนอสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของหมู่บ้านมั่งคองปุย	67	22.3
ไม่ตอบ	23	7.7
เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	21	7.0
เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีจำนวนมากขึ้น	18	6.0
อื่นๆ	4	1.3
รวม	300	100.0

อื่นๆ ได้แก่ ทุกข้อที่กล่าวอ้าง (1) รูป (1) เพื่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (1) เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว และทำความเข้าใจกันและกัน (1)

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกความต้องการวัตถุประสงค์การสร้างเว็บไซต์ คือ เพื่อนำเสนอและแนะนำในเรื่องของประวัติศาสตร์ของหมู่บ้านมั่งคองปุย 31.3 ร้อยละ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของหมู่บ้านมั่งคองปุย ร้อยละ 24.3 และเพื่อนำเสนอสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของหมู่บ้านมั่งคองปุย ร้อยละ 22.3



ตารางที่ 4.16 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบและนำเสนอบนเว็บไซต์ที่ต้องการ จำแนกตามลักษณะการใช้รูปภาพบนเว็บไซต์

ลักษณะการใช้รูปภาพบนเว็บไซต์	ไม่เลือก		เลือก		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รูปภาพที่ถ่ายทอดตามความเป็นจริง (Realistic)	110	36.7	190	63.3	300	100.0
รูปภาพที่ถ่ายทอดด้วยการดัดแปลง (Distortion) เช่น ภาพในลักษณะการ์ตูน	237	79.0	63	21.0	300	100.0
รูปแบบภาพที่ถ่ายทอดตามความรู้สึกรู้สึก (Abstraction) เช่น ภาพตามจินตนาการ	254	84.7	46	15.3	300	100.0
อื่นๆ	296	98.7	4	1.3	300	100.0
รวม	224	74.8	76	25.2	300	100.0

ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 300 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ภาพที่ถ่ายทอดตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ลักษณะเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย (1)  
ไม่ตอบ (3)

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการลักษณะการใช้รูปภาพบนเว็บไซต์ คือ รูปภาพที่ถ่ายทอดตามความเป็นจริง (Realistic) ร้อยละ 63.3 รองลงมา รูปภาพที่ถ่ายทอดด้วยการดัดแปลง (Distortion) ร้อยละ 21.0 และรูปแบบภาพที่ถ่ายทอดตามความรู้สึกรู้สึก (Abstraction) ร้อยละ 15.3

ตารางที่ 4.17 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบและนำเสนอบนเว็บไซต์ที่ต้องการ จำแนกตามควรมีคลิปวิดีโอ เกี่ยวกับหมู่บ้านมั่งคอยปุย บนเว็บไซต์

เว็บไซต์ควรมี คลิปวิดีโอ เกี่ยวกับหมู่บ้านมั่งคอยปุย	จำนวน	ร้อยละ
ควรมี คลิปวิดีโอ	151	50.3
ไม่ควรมี คลิปวิดีโอ	127	42.3
ไม่ตอบ	22	7.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เลือก ควรมีคลิปวิดีโอ ร้อยละ 50.3 และไม่ควรมีคลิปวิดีโอ ร้อยละ 42.3

ตารางที่ 4.18 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบและนำเสนอบนเว็บไซต์ที่ต้องการ จำแนกตามควรมีเพลงภาษาม้ง บนเว็บไซต์

การนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์ควรมี เพลงภาษาม้ง	จำนวน	ร้อยละ
ควรมี เพลงภาษาม้ง	192	64.0
ไม่ควรมี เพลงภาษาม้ง	87	29.0
ไม่ตอบ	21	7.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เลือก ควรมี เพลงภาษาม้ง ร้อยละ 64.0 และไม่ควรมีเพลงภาษาม้ง ร้อยละ 29.0

ตารางที่ 4.19 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบและนำเสนอบนเว็บไซต์ที่ต้องการ จำแนกตามการ  
นึกถึงสีหมู่บ้านม้งคอยปุย

นึกถึงสีหมู่บ้านม้งคอยปุย	จำนวน	ร้อยละ
สีเขียว	81	27.0
สีชมพู	46	15.3
สีดำ	33	11.0
สีบานเย็น	30	10.0
สีเหลือง	27	9.0
ไม่ตอบ	23	7.7
สีน้ำตาล	22	7.3
สีเทา	12	4.0
สีน้ำเงิน	9	3.0
สีม่วง	9	3.0
อื่นๆ	8	2.7
รวม	300	100.0

อื่นๆ ได้แก่ ฟ้ำ (1) แดง (1) ขาว (1) ส้ม (1) คราม, อ่อม (1) ขาว, น้ำเงิน, ชมพู (1) สีอะไรก็ได้ขอให้  
พัฒนาคอยปุย (1) ไม่รู้ (1)

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ นึกถึงสีหมู่บ้านม้งคอยปุย คือ สีเขียว ร้อย  
ละ 27.0 รองลงมา สีชมพู ร้อยละ 15.3 สีดำ ร้อยละ 11.0 สีบานเย็นร้อยละ 10.0 และสีเหลืองร้อยละ

9.0

ตารางที่ 4.20 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบและนำเสนอบนเว็บไซต์ที่ต้องการ จำแนกตามการเลือกชื่อเว็บไซต์หมู่บ้านม้งคอยปุย เพื่อการท่องเที่ยว

การเลือกชื่อเว็บไซต์หมู่บ้านม้งคอยปุยของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
www.doipuivillage. (หมู่บ้านคอยปุย)	57	19.0
www.mongdoipui. (ม้งคอยปุย)	54	18.0
www.doipui. (คอยปุย)	46	15.3
www.doipuitourism. (ท่องเที่ยวคอยปุย)	30	10.0
www.culturaldoipui. (วัฒนธรรมคอยปุย)	27	9.0
ไม่ตอบ	26	8.7
www.visitdoipui.(เยี่ยมเยือนคอยปุย)	23	7.7
www.historydoipui.(ประวัติศาสตร์คอยปุย)	21	7.0
www.beautifuldoipui. (คอยปุยสวย)	14	4.7
อื่นๆ	2	0.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีต้องการ ชื่อเว็บไซต์หมู่บ้านม้งคอยปุยเพื่อการท่องเที่ยว คือ www.doipuivillage. (หมู่บ้านคอยปุย) ร้อยละ 19.0 รองลงมา www.mongdoipui. (ม้งคอยปุย) ร้อยละ 18.0 และ www.doipui. (คอยปุย) ร้อยละ 15.3

ตารางที่ 4.21 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบและนำเสนอบนเว็บไซต์ที่ต้องการ จำแนกตาม  
ชนิดตัวอักษรที่ใช้บนเว็บไซต์

ชนิดตัวอักษรที่ใช้บนเว็บไซต์	จำนวน	ร้อยละ
Serif หรือตัวอักษรแบบโรมัน ให้ความรู้สึกถึงความเก่า	115	38.3
San Serif หรือตัวอักษรแบบ Gothic ให้ความรู้สึกถึงความทันสมัย	87	29.0
Script หรือตัวอักษรเลียนแบบลายมือ ให้ความรู้สึกไม่เป็นทางการ อิสระ สนุกสนาน	50	16.7
Display type หรือตัวอักษรประดิษฐ์	18	6.0
ไม่ตอบ	30	10.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีต้องการ ชนิดตัวอักษรที่ใช้บนเว็บไซต์ คือ Serif หรือตัวอักษรแบบโรมัน ให้ความรู้สึกถึงความเก่า ร้อยละ 38.3 รองลงมา San Serif หรือตัวอักษรแบบ Gothic ให้ความรู้สึกถึงความทันสมัย ร้อยละ 29.0 และ Script หรือตัวอักษรเลียนแบบลายมือ ให้ความรู้สึกไม่เป็นทางการ อิสระ สนุกสนาน ร้อยละ 16.7

ตารางที่ 4.22 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบและนำเสนอบนเว็บไซต์ที่ต้องการ จำแนกตาม ลักษณะภาพโดยรวมเว็บไซต์หมู่บ้านมั่งคองปุย

ลักษณะภาพโดยรวมเว็บไซต์หมู่บ้านมั่งคองปุย	จำนวน	ร้อยละ
เว็บไซต์การท่องเที่ยว	221	73.7
เว็บไซต์ภาครัฐกิจ	31	10.3
เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์	23	7.7
ไม่ตอบ	25	8.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เลือกลักษณะภาพโดยรวมเว็บไซต์หมู่บ้านมั่งคองปุย คือ เว็บไซต์การท่องเที่ยว ร้อยละ 73.7 รองลงมา เว็บไซต์ภาครัฐกิจ ร้อยละ 10.3 และเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 7.7

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.23 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบและนำเสนอบนเว็บไซต์ที่ต้องการ จำแนกตาม การแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นของผู้เข้ามาในเว็บไซต์

การแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น ของผู้เข้ามาในเว็บไซต์	ไม่ควรมีการแลกเปลี่ยน ข้อคิดเห็น				ควรมีการแลกเปลี่ยน ข้อคิดเห็น(โปรดระบุ)				รวม		ลำดับ
	ไม่เลือก		เลือก		ไม่เลือก		เลือก				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
รูปแบบการแลกเปลี่ยน ข้อคิดเห็นของผู้เข้ามา ในเว็บไซต์	219	73.0	81	27.0	101	33.7	199	66.3	300	100.0	-
การติดต่อผ่านอีเมล	-	-	-	-	192	64.0	108	36.0	300	100.0	1
การตั้งกระทู้ถามตอบ	-	-	-	-	255	85.0	45	15.0	300	100.0	2
การส่งรูปภาพ หรือการโหลดรูปภาพ	-	-	-	-	262	87.3	38	12.7	300	100.0	3
การวิจารณ์(Comments) บทความหรือรูปภาพ	-	-	-	-	282	94.0	18	6.0	300	100.0	4
อื่นๆ...(โปรดระบุ).....	-	-	-	-	282	94.0	18	6.0	300	100.0	5
รวม	219	73.0	81	27.0	229	76.3	71	23.7	300	100.0	

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกการแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นของผู้เข้ามาในเว็บไซต์ คือ ควรมีการแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น ร้อยละ 66.3 และไม่ควรมีการแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น ร้อยละ 33.7 ส่วนผู้ที่เลือกควรมีการแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นส่วนใหญ่เลือก การติดต่อผ่านอีเมล ร้อยละ 36.0 รองลงมา การตั้งกระทู้ถามตอบ ร้อยละ 15.0 และการส่งรูปภาพหรือการโหลดรูปภาพ ร้อยละ 12.7

#### 4.2.5 ส่วนที่ 5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

##### ตารางที่ 4.24 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	167	55.6
หญิง	122	40.6
ไม่ตอบ	11	3.8
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามและทดสอบส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 55.6 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 40.6

##### ตารางที่ 4.25 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
18 - 35 ปี	149	49.7
35 - 50ปี	70	23.3
ต่ำกว่า 18 ปี	68	22.7
สูงกว่า 50 ปี	11	3.7
ไม่ตอบ	2	0.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 18 - 35 ปี ร้อยละ 49.7 รองลงมา 35 - 50ปี ร้อยละ 23.3 และ ต่ำกว่า 18 ปี ร้อยละ 22.7



ตารางที่ 4.26 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจังหวัดที่อาศัยอยู่ ของนักท่องเที่ยวยุโรปและพนักงานขายท้องถิ่น

จังหวัด	ผู้ตอบแบบสอบถาม					
	นักท่องเที่ยวชาวไทย		พนักงานขายท้องถิ่น		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เชียงใหม่	24	24.0	100	100.0	124	62
สงขลา	17	17.0	0	0.0	17	8.5
กรุงเทพฯ	15	15.0	0	0.0	15	7.5
นครราชสีมา	11	11.0	0	0.0	11	5.5
ขอนแก่น	7	7.0	0	0.0	7	3.5
อื่นๆ	26	26.0	0	0.0	26	13
รวม	100	100.0	100	100.0	200	100.0

อื่นๆ ได้แก่ ยะลา (11) ลำปาง (3) จันทบุรี (2) พิษณุโลก (2) สุรินทร์ (2) นครศรีธรรมราช (1) นครสวรรค์ (1) น่าน (1) สตูล (1) นราธิวาส (1) ลำพูน (1)

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ของนักท่องเที่ยวยุโรปและพนักงานขายท้องถิ่นส่วนใหญ่ มีที่อาศัยอยู่ คือ เชียงใหม่ ร้อยละ 62 รองลงมา อื่นๆ ร้อยละ 13 และสงขลา ร้อยละ 8.5

ตารางที่ 4.27 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเทศ ของนักท่องเที่ยวนานาชาติ

ประเทศ	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	
	จำนวน	ร้อยละ
American	25	25.0
อื่นๆ	23	23.0
Australian	16	16.0
Japanese	14	14.0
French	9	9.0
Chinese	6	6.0
German	5	5.0
Canadian	2	2.0
รวม	100	100.0

อื่นๆ ได้แก่ Kuwait (5) Spain (1) New Zealand (4) Malaysia (1) Sweden (1) Laos (2) Italy (2) American (5) India (1) Thailand (1)

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่อยู่ใน Australian ร้อยละ 25.0 รองลงมา อื่นๆ ร้อยละ 23.0 และ Australian ร้อยละ 16.0

ตารางที่ 4.28 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ผู้ตอบแบบสอบถาม							
	นักท่องเที่ยว ชาวไทย		นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ		พนักงานขาย ท้องถิ่น		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของธุรกิจ	8	8.0	11	11.0	61	61.0	80	26.7
นักเรียน/นักศึกษา	18	18.0	34	34.0	12	12.0	64	21.3
พนักงานบริษัทเอกชน	32	32.0	25	25.0	2	2.0	59	19.7
รับราชการ	26	26.0	13	13.0	8	8.0	47	15.7
อื่นๆ	14	14.0	14	14.0	17	17.0	45	15.0
ไม่ตอบ	2	2.0	3	3.0	0	0.0	5	1.7
รวม	100	100.0	100	100.0	100	100.0	300	100.0

อื่นๆ ได้แก่ ทำสวน (2) ก่อสร้าง (1) ไกด์ (3) ทำนา (2) อาสาสมัคร (3) แม่บ้าน (1) ลูกจ้างประจำ (1) ค้าขาย (1) Housekeeper (1) Market women (1) Guide (1) Volunteer-Fornication (1) Master (2) housewife (1) lawyer (1) Artist (1) Writer (1) Teacher (2) Government (1) Official (1) ช่างภาพ (6) แม่ค้า (2) ค้าขาย (5) ค้าขายทำไร (1) ทำสวน (1) รับจ้าง (2)

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพ เจ้าของธุรกิจร้อยละ 26.7 รองลงมา นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 21.3 และพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 19.7

ตารางที่ 4.29 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อีเมล(E-mail)

E-mail	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี E-mail	175	58.3
มี E-mail (โปรดระบุ).....	99	33.0
ไม่ตอบ	26	8.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่มี อีเมล ร้อยละ 58.3 และมี E-mail ร้อยละ 33.0

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 4.30 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการระบุ อีเมลล์(E-mail)

ลำดับ	อีเมลล์(E-mail)	จำนวนผู้ตอบ
1	rukminnie_kawail@hotmail.com	1
2	jib_bo@hotmail.com	1
3	tt_sornthananan@hotmail.com	1
4	fantang_113@hotmail.com	1
5	phisa_m@yahoo.com	1
6	roadweary@aol.com	1
7	soo_ji@hotmail.com	1
8	ann_one44@hotmail.com	1
9	vilatprat.som@hotmail.com	1
10	nannut2008@hotmail.com	1
11	jira7099@hotmail.com	1
12	www.orange_456@hotmail.com	1
13	edtech46_825@hotmail.com	1
14	puy_varit@hotmail.com	1
รวม		14

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการระบุ มีทั้งหมด 14 ลำดับ และรวม จำนวนผู้ระบุอีเมลล์ ทั้งหมดคือ 14 คน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.31 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

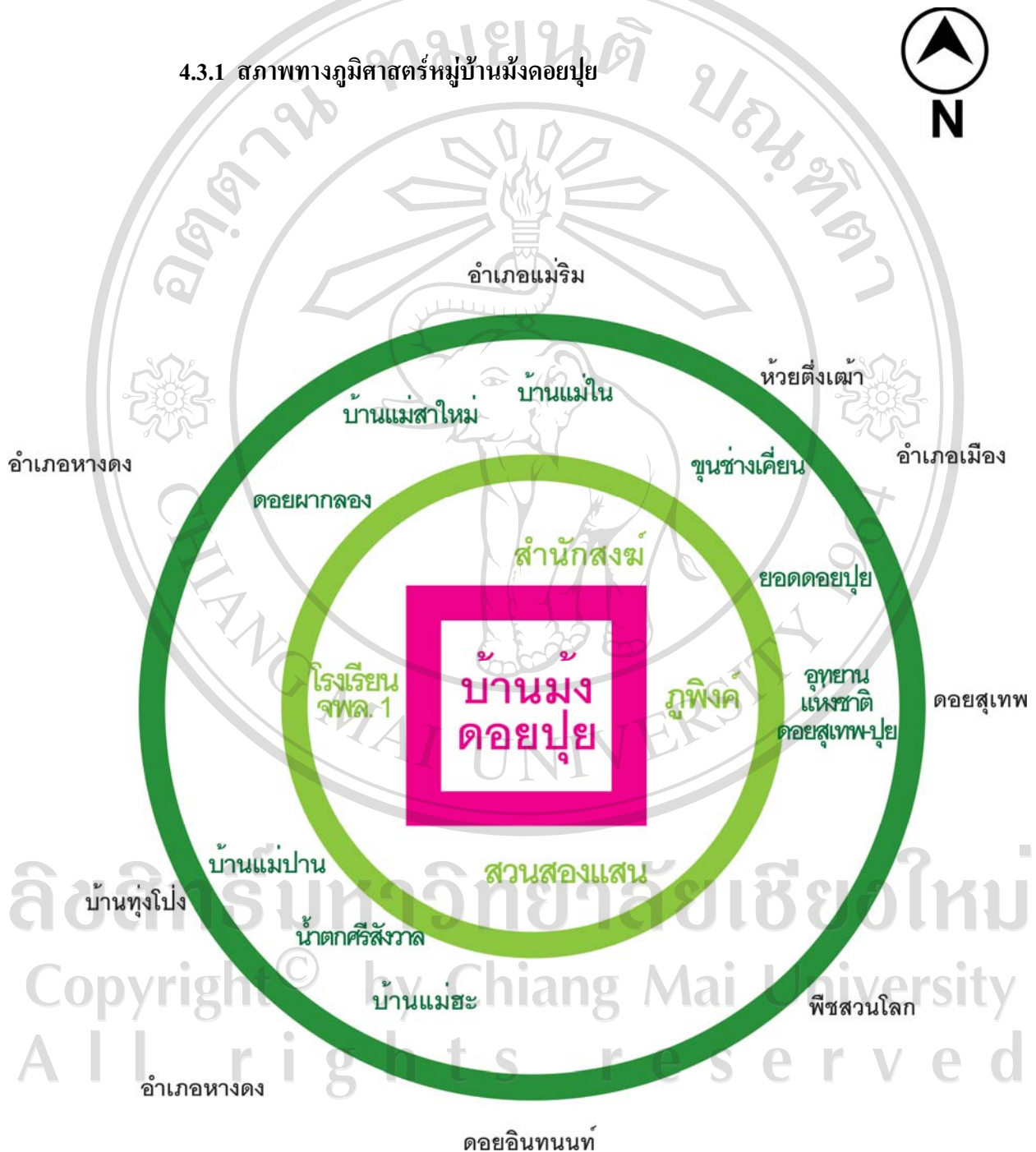
ลำดับ	ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวนผู้ตอบ
1	ควรทำถนนทางเข้าหมู่บ้านให้ดีกว่านี้/ควรให้มีการจัดการถนนที่ดีกว่านี้/เนื่องจากการทางเข้าหมู่บ้านชำรุดมาก/เพื่อสะดวกในการเดินทาง	4
2	มีคฤเทศ์น้อยน่ารักมาก	1
3	ไม่ควรมีเว็บไซต์เพราะจะไม่คงสภาพความเป็นธรรมชาติ	1
4	อยากให้รักษาสภาพเดิมของหมู่บ้านมั่งไว้ คือ ไม่อยากให้มีการแต่งหรือเพื่อการท่องเที่ยวมากเกินไป ให้คงเอกลักษณ์ไว้	1
5	I don't	1
6	ด้านประเพณีวัฒนธรรม ควรได้รับการเก็บข้อมูล ทั้งภาพ วิดีโอ เสียง ในทุกๆ กิจกรรม เพื่อการศึกษาในหมู่คนที่ยังไม่รู้	1
7	ดอกฝิ่นปลูกไว้เพื่อดู	1
8	การเกษตร ควรเน้นการปลูกถั่วลิสงและด้านหัตถกรรมการทำเครื่องเงินในหมู่บ้านเมื่อก่อนมีแต่ปัจจุบันไม่มีแล้ว	1
9	ควรเขียนเรื่องประวัติศาสตร์ของหมู่บ้านถึงปัจจุบันอย่างย่อ ลงในเว็บไซต์หรือเรื่องราวของหมู่บ้านและภาพถ่ายต่างๆ ลงในเว็บไซต์	1
10	ถ้ามีการโฆษณาแบบนี้ควรสร้างถนนให้ดีกว่านี้	1
11	ควรพัฒนาสวนดอกไม้ให้ดีกว่านี้	1
12	ควร Link เว็บไซต์อื่นๆ ด้วย	1
13	ขอให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามา	1
14	การทำวิจัยเพื่อสร้างเว็บไซต์ของหมู่บ้านคอปุยนี้ ควรจะให้ชุมชน ได้รับรู้ข้อมูลทุกส่วนอย่างอิสระ หลังจากผ่านการตรวจของคณะกรรมการแล้ว และควรประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์ เพื่อความรู้และการเข้าถึงของเยาวชนหรือนักเรียน	1
	รวม	17

จากตารางที่ 4.31 พบว่า จำนวนข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม มีทั้งหมด 14 ลำดับ และรวม จำนวนข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งหมดคือ 17 คน ผู้ศึกษาสรุปข้อเสนอแนะ

เพราะจะได้ทราบว่าจุดไหนเป็นข้อดี ซึ่งสามารถเป็นสัญญาณของหมู่บ้านมั่งคอบอยู่ได้ ส่งผลให้นำสัญญาณที่ได้มาออกแบบและนำเสนอเว็บไซต์ของหมู่บ้านมั่งคอบอยู่เพื่อการท่องเที่ยว

#### 4.3 สรุปผลการวิเคราะห์ภาคสนาม

##### 4.3.1 สภาพทางภูมิศาสตร์หมู่บ้านมั่งคอบอยู่



ภาพที่ 4.4 สภาพทางภูมิศาสตร์หมู่บ้านมั่งคอบอยู่

### 4.3.2 ลักษณะหมู่บ้านม้งบ้านม้งคอยปุย



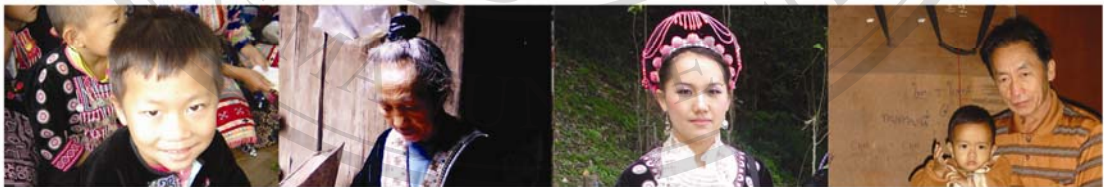
## Architectural Ideas



## Fruit products



## Shops and Souvenir



## Population



## Element Mood

ภาพที่ 4.5 ลักษณะหมู่บ้านม้งบ้านม้งคอยปุย



4.3.3 การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส วิฤต หมู่บ้านหมู่บ้านมั่งคอยปุย



ภาพที่ 4.6 การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส วิฤตหมู่บ้านหมู่บ้านมั่งคอยปุย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright © by Chiang Mai University  
 All rights reserved

การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อนโอกาสและอุปสรรค ( SWOT Analysis) ตามแนวคิดทางการตลาด ผู้ศึกษาได้นำมาประกอบการวิเคราะห์สัจญะของหมู่บ้านมั่งคอยปุยเพื่อนำมาออกแบบเว็บไซต์ที่เหมาะสมและตามความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง เช่น จุดแข็งคือ ดอกฝืนซึ่งปลูกไว้เพื่อการท่องเที่ยว สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ผู้ศึกษาจึงนำมาออกแบบให้เป็นสัจญะของเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหมู่บ้านมั่งคอยปุย

#### 4.3.4 ผลการวิเคราะห์สัญญาณที่ได้จากการสัมภาษณ์และสังเกต

ผู้ศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และสังเกต โดยการบันทึกข้อความและการบันทึกภาพ รวมไปถึงการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบอิงโครงสร้าง ผู้ศึกษาจะมีประเด็นคำถามที่เตรียมไว้บางส่วนที่ได้จากการสังเกต ซึ่งเป็นประเด็นคำถามได้แก่ การศึกษาประวัติศาสตร์และสัญญาณของหมู่บ้านม้งคอยปุย รวมไปถึงประเด็นคำถามซึ่งถามเกี่ยวกับสิ่งที่นอกเหนือไปจากที่เคยนำเสนอ สิ่งที่สามารนำมาสู่การท่องเที่ยวที่แตกต่าง สิ่งที่ควรฟื้นฟูและอนุรักษ์ต่อและสิ่งที่สามารถเป็นสัญญาณแบบใหม่ของหมู่บ้านม้งคอยปุย ผู้ศึกษานำผลการวิเคราะห์ข้อมูล มาสรุปในรูปแบบของตาราง ผลการวิเคราะห์สัญญาณซึ่งสามารถสรุปตามหัวข้อดังต่อไปนี้

หัวข้อ	ผลการวิเคราะห์สัญญาณที่ได้จากการสัมภาษณ์และสังเกต	รูปภาพ
1.	<p><b>ผู้สูงอายุ 107 ปี</b> อายุยืนเป็นร่มโพธิ์ร่มไทรให้กับลูกหลาน เป็นที่เคารพนับถือของคนรุ่นใหม่ การมีอายุที่ยืนยาวสามารถนำเสนอให้แก่คนรุ่นใหม่นำไปใช้</p>	
2.	<p><b>ดูพระอาทิตย์ตกและวิวดอยอินทนนท์</b> หมู่บ้านม้งคอยปุยสามารถดูพระอาทิตย์ตกได้สวยงามและยังสามารถเห็นวิวดอยอินทนนท์ ที่ตั้งตระหง่านอยู่ทางเบื้องหน้า เป็นบรรยากาศที่เงียบสงบและโรแมนติก</p>	
3.	<p><b>มัดลูกเทศกั๋นน้อยคอยปุย</b> เป็นเด็กนักเรียนโรงเรียนเจ้าพ่อหลวงอุปถัมภ์ 1 ซึ่งในช่วงเวลาวันหยุดเสาร์และอาทิตย์ เป็นไกด์พานักท่องเที่ยวเยี่ยมชมหมู่บ้านและให้ข้อมูลต่างๆ</p>	
4.	<p><b>การวิ่งมินิมารทอนคอยปุย</b> เป็นกิจกรรมใหม่ที่ส่งเสริมสุขภาพให้แก่ประชากรในหมู่บ้านม้งคอยปุยนักท่องเที่ยวสามารถมาชมการเดิน-วิ่งคอยปุยมินิมารทอน ได้ จัดขึ้นปีละครั้ง</p>	

5.	<b>ถนนคนเดิน</b> เป็นการจัดงานตามฤดูกาล มีสินค้าหัตถกรรม ของที่ระลึก รวมไปถึงผลผลิตตามฤดูกาล เช่น ลิ้นจี่ พลับ สาลี่ ฝักยอค พักแมว ซึ่งมีแสดงทางวัฒนธรรมและภาพในอดีต	
6.	<b>แหล่งต้นน้ำ (น้ำซับ)</b> ซึ่งมีน้ำไหลมาจากพื้นดินตามธรรมชาติ ซึ่งเป็นแหล่งน้ำในพระราชพิธีสำคัญต่างๆ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงเสด็จพระราชดำเนิน ทอดพระเนตรหลังครั้ง	
7.	<b>รอยเท้าพระพุทธบาท</b> ชาวเมืองเชื่อว่าเป็นรอยเท้าพระพุทธบาท พบที่บริเวณคอกยผาคลอง และปัจจุบันเพิ่งมีการหาได้อีกสองรอย ซึ่งอยู่บริเวณ ด้านหลังสวนน้ำคอกคอยปุย ซึ่งเดินทางไปได้	
8.	<b>สวนสองแสน</b> หรือสถานีวิจัยคอกคอยปุยเป็นพื้นที่การวิจัยพืชและผลไม้เมืองหนาว สามารถดูวิธีการวิจัยพืชต่าง ๆ และมีเก็งจิ้นไว้ดูวิพระอาทิตย์ตก ปัจจุบันมีบ้านพักไว้สำหรับนักท่องเที่ยว	
9.	<b>เส้นทางท่องเที่ยวใหม่</b> เป็นเส้นทางที่กำหนดขึ้นของโครงการขยายผลโครงการหลวง ซึ่งมีเส้นทาง 3 เส้นทาง ซึ่งแต่ละเส้นทางสามารถสัมผัสกับหมู่บ้านคอกคอยปุยได้ทั้งหมู่บ้าน	
10.	<b>ล้อเลื่อนไม้</b> ผู้คนมีการเล่นล้อเลื่อนไม้ ในเทศกาลปีใหม่ม้ง ซึ่งจะมีลักษณะเพื่อการแข่งขัน โดยการขับเคลื่อนความเร็วบนพื้นลาดชัน ปัจจุบันนักท่องเที่ยวนิยมถ่ายรูปกับล้อเลื่อน	
11.	<b>ภาพยนตร์ม้ง</b> ภาพยนตร์ม้งในที่นี่หมายถึง ภาพยนตร์ที่มีเรื่องราวความเป็นชาติพันธุ์ม้งอยู่ เช่น เรื่องเสื่อภูเขา เรื่องก่อนบ่าย เดอะมูฟวี่ รวมถึงภาพยนตร์ม้ง ที่มีการถ่ายทำในหมู่บ้านคอกคอยปุย กำกับโดยม้ง มีดาราม้งและแสดงเป็นภาษาม้ง	

12.	<b>ข้าวปุก</b> การตำขนมข้าวปุก ทำมาจากข้าวโพดหรือข้าวเหนียว เพื่อนำมาใช้กินในช่วงปีใหม่มั้งและเลี้ยงบรรพชนต่างๆ	
13.	<b>คารามาท่องเที่ยว</b> คาราหรือผู้มีชื่อเสียงเคยเดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านม้งคอยปุย ซึ่งสามารถนำมาเสนอเพื่อเป็นการ จูงใจในการเดินทางมาเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว	
14.	<b>คอยผากลอง</b> นอกจากมีเส้นทางรถไฟแล้ว คอยผากลองยังเป็นจุดชมวิวและนักท่องเที่ยวจะสัมผัสได้คือ หินรูปกลองเมื่อตีแล้วดัง รวมถึงหินลิ่ง ฉาบ และรอยพระพุทธรบาท	
15.	<b>พันธุ์ไม้วงก่อ</b> นักท่องเที่ยว สามารถสัมผัสกับพันธุ์ไม้วงศ์ก่อ ที่ขึ้นตามบริเวณหมู่บ้าน ซึ่งผลก่อที่สุกขาวม้งคอยปุยนิยมนำมาบริโภคและนำมาตั้งไฟใส่กระทะคั่วขายในช่วงฤดูฝน	
16.	<b>การเลี้ยงหมูม้ง</b> เป็นหมูลักษณะ มีตัวสีดำ ซึ่งมีวิธีการเลี้ยงโดย เลี้ยงไว้ในคอก ส่วนตัวเล็กสามารถเลี้ยงไว้ตามบริเวณหมู่บ้านได้ นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสวิธีการเลี้ยง มักเลี้ยงเพื่อพิธีกรรม	
17.	<b>โรงเรียนเจ้าพ่อหลวงอุปถัมภ์ 1</b> เป็นโรงเรียนพระราชทานทุนทรัพย์ จากในหลวง ซึ่งปัจจุบัน มีนักเรียนประมาณ 120 คน เปิดสอนระดับอนุบาลถึงป.6 สามารถมาดูงานและการเรียนของเด็กม้งได้	
18.	<b>สำนักสงฆ์คอยปุย</b> มีพระตำหนักของสมเด็จพระสังฆราช ซึ่งบรรยากาศเงียบสงบ เย็นสบาย เหมาะกับการปฏิบัติธรรม ฝึกนั่งภาวนา	
19.	<b>หน้าไม้</b> นักท่องเที่ยวสามารถฝึกยิงหน้าไม้ โดยจะต้องยิงลูกดอกไปที่มะนาวหวานลูกโตๆและชื้อกลับบ้านได้	

20.	<b>เส้นทางรถออฟโรด</b> มีเส้นทางรถออฟโรดหลายเส้นทาง จักรยานเสือภูเขา จักรยานยนต์ ออสติน ATV สามารถเดินทางผจญภัย และสัมผัสกับธรรมชาติสองข้างทาง	
21.	<b>การพัฒนาหมู่บ้านม้งดอยปุย</b> หมู่บ้าน มีกิจกรรมที่ร่วมกันทำมากมาย แสดงถึงความสามัคคีและการร่วมมือของชาวบ้าน เพราะหมู่บ้านมีชาติพันธุ์ที่หลากหลาย สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข	
22.	<b>เพลงสาวเจียงใหม่</b> เป็นเพลงที่ตั้งเพลงหนึ่งของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งในเนื้อเพลง มีการกล่าวถึงหมู่บ้านม้งดอยปุย เช่น ชายแหวนชายสร้อยอยู่บนดอยปุย คำร้องและทำนองโดย จรัส มโนเพชร	
23.	<b>เพลงเพลินภูพิงค์</b> พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ภูมิพลอดุลยเดช ทรงแต่งทำนอง ส่วนคำร้อง โดย ท่านผู้หญิงมณีรัตน์ บุนนาค ซึ่งเนื้อเพลง กล่าวถึง ชาวเขาเผ่าม้งและการมาเยือนดอยปุย	
24.	<b>การออมทรัพย์ (ออมสินไม้ไผ่)</b> ออมสินไม้ไผ่ เป็นการส่งเสริมการออมทรัพย์ ของหมู่บ้านม้งดอยปุย ตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งออมสินไม้ไผ่จะถูกแจกให้ประชาชนในหมู่บ้าน โดยเฉพาะเด็กๆ เมื่อครบ 1 ปี จะมีการเปิด และแจกรางวัล ข้อดีคือไม่สามารถเปิดออกได้นอกจากจะใช้มีดผ่าออกเท่านั้น	

ตารางที่ 4.32 แสดงผลการวิเคราะห์สัญญาณที่ได้จากการสัมภาษณ์และสังเกต

ผู้ศึกษานำผลการวิเคราะห์สัญญาณที่ได้จากการสัมภาษณ์และสังเกต มานำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวแนวใหม่ ในเว็บไซต์หมู่บ้านมั่งคอยปุยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการนำผลวิเคราะห์สัญญาณมาเสนอข้อมูลที่แตกต่างจากเดิม สามารถให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ เพราะเป็นสัญญาณที่นอกเหนือไปจากที่เคยนำเสนอ ซึ่งสามารถนำมาสู่การท่องเที่ยวที่แตกต่าง ส่วนสิ่งที่ควรฟื้นฟูและอนุรักษ์ต่อรวมไปถึงสิ่งที่สามารถเป็นสัญญาณของหมู่บ้าน ผู้ศึกษาเลือกนำเสนอ ข้อมูลในเว็บไซต์ตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. คอยปุยมินิมาราธอน
2. ผู้สูง อายุ 107 ปี
3. สวนสองแสน
4. สำนักสงฆ์คอยปุย
5. เส้นทางกรอโฟโรด
6. เพลงสาวเจียงใหม่
7. เพลงเพลินภูพิงค์

จากข้อมูลที่ผู้ศึกษาได้จากการวิเคราะห์สัญญาณและความต้องการรูปแบบเว็บไซต์ ของกลุ่มเป้าหมายที่ได้จากการสรุปแบบสอบถาม รวมถึงการศึกษาเรื่อง ประวัติศาสตร์การท่องเที่ยวของโลก ประวัติศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศไทย ประวัติศาสตร์ชาวเขาเผ่าม้งและประวัติศาสตร์หมู่บ้านมั่งคอยปุย ผู้ศึกษาจึงกำหนดวัตถุประสงค์ในการออกแบบเว็บไซต์หมู่บ้านมั่งคอยปุย เพื่อการท่องเที่ยว โดยอาศัย แนวคิดสัญวิทยา แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แนวคิดทางการตลาด ทฤษฎีการสื่อสารและแนวคิดการออกแบบเว็บไซต์ มาเป็นตัวกำหนดในการกำหนดสัญญาณและเนื้อหาภายในเว็บไซต์และนำมาออกแบบเป็นเว็บไซต์ หมู่บ้านมั่งคอยปุยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

<sup>5</sup> ดูแบบสัมภาษณ์ได้ในภาคผนวก ง

#### 4.4 การออกแบบเว็บไซต์หมู่บ้านมั่งคอยปุยเพื่อการท่องเที่ยว

##### 4.4.1 ขั้นตอนการวางแผน

- วัตถุประสงค์
- กลุ่มเป้าหมายตามหลักประชากรศาสตร์
- สิ่งสำคัญของเว็บไซต์ ลักษณะเนื้อหาภายในเว็บไซต์ ( Content )
- แนวโน้มในอนาคต

##### 4.4.2 ขั้นตอนเตรียมการผลิต

- โครงสร้างเว็บไซต์
- โครงสร้างเว็บไซต์ ( Site Map )
- การเชื่อมโยงในแต่ละหน้า ( Navigation )
- การร่างแบบ ( layout ) ด้วยดินสอลงบนกระดาษ
- รูปแบบเค้าโครงหน้าตาเว็บไซต์ ( Visual Design & Wire frame )
- องค์ประกอบศิลป์ที่ใช้ในการออกแบบ

##### 4.4.3 ขั้นตอนการผลิต

- Microsoft windows XP
- Dream weaver
- Macromedia Flash MX
- Adobe Photoshop CS2
- Adobe Illustrator CS2
- การออกแบบหน้าตาเว็บไซต์

##### 4.4.1 ขั้นตอนการวางแผน

- วัตถุประสงค์
  1. วัตถุประสงค์หลัก คือ เพื่อนำเสนอและแนะนำในเรื่องของประวัติศาสตร์หมู่บ้านมั่งคอยปุยและเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของหมู่บ้านมั่งคอยปุย
  2. วัตถุประสงค์รอง คือ เพื่อนำเสนอสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของหมู่บ้านมั่งคอยปุยและเพื่อเป็นสื่อในการเรียนและการเรียนรู้ เกี่ยวกับประวัติศาสตร์หมู่บ้านมั่งคอยปุย ของนักเรียนโรงเรียนเจ้าพ่อหลวงอุปถัมภ์ 1 และประชาชนหมู่บ้านมั่งคอยปุย

- กลุ่มเป้าหมายตามหลักประชากรศาสตร์

1. เพศ คือ นักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิง ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพราะเป็นเว็บไซต์ที่นำเสนอและแนะนำ ในเรื่องของประวัติศาสตร์และเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของหมู่บ้านมั่งคอบปูยทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
2. กลุ่มเป้าหมาย คือ อายุ 18 – 35 ปี เพราะเป็นกลุ่มอายุของนักเรียน นักศึกษา ซึ่งมีความรู้และสนใจ เกี่ยวกับข้อมูลที่น่าสนใจบนสื่อเว็บไซต์ ส่วนวัยทำงาน เป็นกลุ่มที่ได้ใกล้ชิดกับสื่อเว็บไซต์และที่สำคัญ เป็นกลุ่มที่มีรายได้ ซึ่งสามารถศึกษาเลือกข้อมูลและตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวได้
3. การศึกษา คือ กลุ่มเป้าหมายที่สามารถมีความรู้และเข้าใจในการใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์ และ การสื่อสารบนเว็บไซต์ ซึ่งไม่เน้นไปที่ระดับของการศึกษาของกลุ่มเป้าหมาย
4. รสนิยม คือ รสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย มีการสนใจในเรื่องชีวิตความเป็นอยู่ เช่น เมื่อมีเวลาว่างจากการทำงานหรือการศึกษาแล้ว ซึ่งจะต้องชอบให้รางวัลแก่ชีวิต เช่น การท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ การพักผ่อนหย่อนใจ การใส่ใจสุขภาพ และสนใจในเรื่องของอาหารการกิน

- สิ่งสำคัญของเว็บไซต์ ลักษณะเนื้อหาภายในเว็บไซต์ ( Content )

การออกแบบและการนำเสนอเนื้อหาภายในเว็บไซต์ ผู้ศึกษาเลือกศึกษาเว็บไซต์การท่องเที่ยวของประเทศต่างๆ ได้แก่ สิงคโปร์ ญี่ปุ่น มาเลเซียและออสเตรเลีย ในที่นี้ผู้ศึกษาได้เลือกศึกษาเว็บไซต์การท่องเที่ยวที่มีลักษณะให้ข้อมูลการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ โดยเน้นศึกษาจากแนวคิดการออกแบบเว็บไซต์ คือ แนวทางการในออกแบบหน้าเว็บ การนำเสนอข้อมูล รวมไปถึงเทคนิคที่ใช้ เพื่อสามารถวิเคราะห์ ตำราจรูปแบบและนำมาประยุกต์ในการวิเคราะห์ลักษณะและออกแบบเว็บไซต์หมู่บ้านมั่งคอบปูยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมไปถึงการวิเคราะห์จุดเด่นและจุดด้อยที่ได้จากการศึกษามีดังนี้





#### 4.7 ภาพแสดงหน้า แนะนำ (Index) เว็บไซต์การท่องเที่ยวประเทศ สิงคโปร์

ที่มา : <http://www.visitsingapore.com> (25 สิงหาคม 2552)

การนำเสนอหน้าแนะนำ มีข้อมูล อยู่สองเรื่องคือ เรื่องของการแข่งขัน รถ F 1 Rocksและการแสดงดนตรี บนเวทีกลางแจ้ง ซึ่งใช้เทคนิคการเคลื่อนไหวของ ผู้มาดูการแสดงดนตรี เหมือนการกระโดดเดินตามจังหวะดนตรี ทำให้กลุ่มเป้าหมายเป็นวัยรุ่น อายุประมาณ 18 – 25 ปี เพราะเป็นกลุ่มเป้าหมายในการจัดแสดงดนตรี เน้นที่เวลากลางคืน โดยใช้ภาพเวทีแสดงกลางแจ้ง เน้นสีสรรค์ในเวลากลางคืน คือ สีดำ ม่วง บานเย็น และสีแดง เพื่อแสดงถึงความสนุกสนาน และแสงสีเสียงในเวลากลางคืน ส่งผลให้กลุ่มเป้าหมายเกิดแรงจูงใจที่จะไปร่วมงานแข่งขันรถ F 1 และไปฟังดนตรีกลางแจ้ง ส่วนตัวอักษรที่ใช้ในการนำเสนอ มีลักษณะที่แข็ง มีความขลัง แข็งแกร่ง แผงไปด้วยความอึดอัด ซึ่งส่งผลให้กลุ่มเป้าหมาย ต้องการจะมาระบายออกมา โดยมาชมการแข่งขันความแรงของรถ F 1 และมาปลดปล่อยอารมณ์กับการแสดงดนตรีแสงสีเสียงที่ยิ่งใหญ่ ที่พร้อมจะเป็นที่รองรับกลุ่มเป้าหมายแล้ว จุดเด่น มีการนำเสนอข้อมูลที่หลายภาษา เน้นรูปแบบการท่องเที่ยวแนวสมัยใหม่ จุดด้อย การนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวหน้าแนะนำ (Index) ไม่ค่อยสอดคล้องกับ

หน้าต่างๆ ของเว็บไซต์ ซึ่งอาจจะมาจากการนำเสนอข้อมูลในช่วงที่มีกิจกรรมการแข่งขันและ



#### 4.8 ภาพแสดงหน้า แนะนำ (Index) เว็บไซต์การท่องเที่ยวประเทศ ญี่ปุ่น

ที่มา : <http://www.jnto.go.jp> (25 สิงหาคม 2552)

ภาพที่นำเสนอบนเว็บไซต์ เป็นภาพเกี่ยวกับวัฒนธรรมของชาวญี่ปุ่น ไม่ว่าจะเป็นภาพการแต่งกายในลักษณะต่างๆ รวมไปถึงประเพณีที่เก่าแก่ ซึ่งส่งผลต่อการกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ จะเป็นผู้ใหญ่ มีรสนิยมชอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เพราะไม่ค่อยเน้นไปที่การท่องเที่ยวแบบใหม่หรือเรื่องแฟชั่น โดยข้อมูลที่น่าสนใจจะอยู่ในรูปของการแนะนำเทศกาลที่สำคัญต่างๆ ของชาวญี่ปุ่น ซึ่งมีเทคนิคการเปลี่ยนภาพ ไปมา ทำให้ไม่หน้าเบื่อ ส่วนสีที่ใช้ในการออกแบบคือ สีขาว ดำ แดง ตัดด้วยสีเหลืองและสีน้ำเงิน ทำให้รู้สึกเรียบง่าย สบายๆ โทนสีของผู้ใหญ่ ทางด้านการออกแบบตัวอักษร จะมีแนวโน้มไปในทางที่สื่อถึงความเก่าแก่ของวัฒนธรรมประเพณี ซึ่งใช้ตัวอักษรแบบการใช้พู่กันเขียน จุดเด่น คือ เน้นรูปภาพทางวัฒนธรรมประเพณี ซึ่งเหมาะกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ใหญ่ จุดด้อย ไม่มีตัวอักษรที่จะ

สื่อในการให้ข้อมูลในหน้าต่อไป เช่นการใช้ข้อความเชิญชวนให้เข้าไปดูข้อมูลการท่องเที่ยว ทำให้ขาดความน่าค้นหา ซึ่งการวิเคราะห์ อาจจะเน้นสื่อความหมายที่รูปภาพมากกว่าตัวอักษร



#### 4.9 ภาพแสดงหน้าหลัก (Home) เว็บไซต์การท่องเที่ยวประเทศ มาเลเซีย

ที่มา : <http://www.tourism.gov.my> (25 สิงหาคม 2552)

จุดเด่นเว็บไซต์การท่องเที่ยวประเทศ มาเลเซีย คือ การใช้รูปภาพเป็นการสื่อความหมาย เน้นข้อมูลการจับจ่ายซื้อของ ห้างสรรพสินค้า ของปลอดภาษี เน้นการนำเสนอข้อมูลให้กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยทำงาน เพราะเป็นวัยที่มีเงินเดือน สามารถที่จะซื้อของได้ ส่วนการนำเสนอข้อมูลในลักษณะอื่นๆ คือ นำเสนอ ข้อมูลการท่องเที่ยวที่นิยม 10 อันดับแรก เช่น การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เกาะ ทะเล วัฒนธรรม อาหารการกินและอาชีพ เป็นต้น เป็นการนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เทคนิคที่ใช้ มีรูปแบบที่น่าสนใจคือ เป็นรูปแบบของการผสมผสานการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต แอคทิฟเข้ามาช่วยในการนำเสนอข้อมูล ผ่านคลิปวิดีโอ ภาพวิวต่างๆ เมื่อเข้าชมหน้าต่างๆ แล้ว ผู้ชมสามารถทราบได้ว่าตอนนี้อยู่ที่หน้าไหน และสามารถจะ

ไปต่อหน้าไหนได้อีก ส่วนตัวอักษรที่ใช้ เป็นตัวอักษรที่ สื่อถึง ความสนุกสนาน ไม่เป็นทางการ เน้นที่สโลแกน มาเลเซีย ที่นี้ เอเชีย จุดด้อย ไม่ค่อยเน้นการอธิบายข้อมูลการท่องเที่ยวด้วยตัวอักษร และการใช้โทนสี ยังไม่ค่อยสมดุลกัน คือ สีขาว น้ำเงินและน้ำตาล



4.10 ภาพแสดงหน้าหลัก (Home) เว็บไซต์การท่องเที่ยวประเทศ ออสเตรเลีย  
ที่มา : <http://www.tourism.australia.com> (25 สิงหาคม 2552)

ประเทศ ออสเตรเลีย ขึ้นได้ชื่อว่าเป็นเมือง จิงโจ้ ส่งผลให้มีการออกแบบดีไซน์โนโครม คือ ลีส์ม ลีเจียวและขาว ให้ความรู้สึกอบอุ่น บรรยากาศแบบทุ่งหญ้าแห้งๆ ที่จิงโจ้ชอบอาศัยอยู่ เว็บไซต์การท่องเที่ยว ออสเตรเลียเน้นสื่ออารมณ์ด้วยรูปภาพ จากการวิเคราะห์ กลุ่มเป้าหมายอายุ ประมาณ 27-35 ปี เป็นวัยที่กำลังสร้างครอบครัว จึงนำเสนอการท่องเที่ยวแบบครอบครัว สถานที่อันนิยม รวมไปถึงการท่องเที่ยวทางทะเลและที่พักผ่อนหย่อนใจ เพราะส่วนมากกลุ่มเป้าหมายต้องให้ชีวิตในเมืองที่มีแต่ความวุ่นวาย เลยนำเสนอข้อมูลและสถานที่ คลายเครียด เจ็บๆ สบายๆ จุดเด่นนอกจากการใช้สีที่เป็นเอกลักษณ์แล้ว การวางระบบเนวิเกชั่นที่ใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน โดยมีตัวอักษรกราฟิกที่สื่อถึงความไม่เป็นทางการ สนุกสนาน ซึ่งการวางตัวอักษรสื่อความหมาย และคำอธิบาย ชัดเจน มีลักษณะที่สวยงามน่าดึงดูดใจ การลิงค์ต่างๆ ที่มีอยู่นั้นได้มีการเชื่อมโยงไปยัง

หน้าต่างๆ ที่ถูกต้อง ข้อดีของเว็บไซต์นี้ คือ การออกแบบที่เน้นสื่ออารมณ์ทางด้านรูปภาพ การออกแบบภาพเคลื่อนไหวที่ใช้โปรแกรม Macromedia Flash มาก ทำให้การโหลดช้า กว่าภาพจะนำเสนอได้ใช้เวลานาน แต่เมื่อมีการนำเสนอภาพเคลื่อนไหวแล้วมีความต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

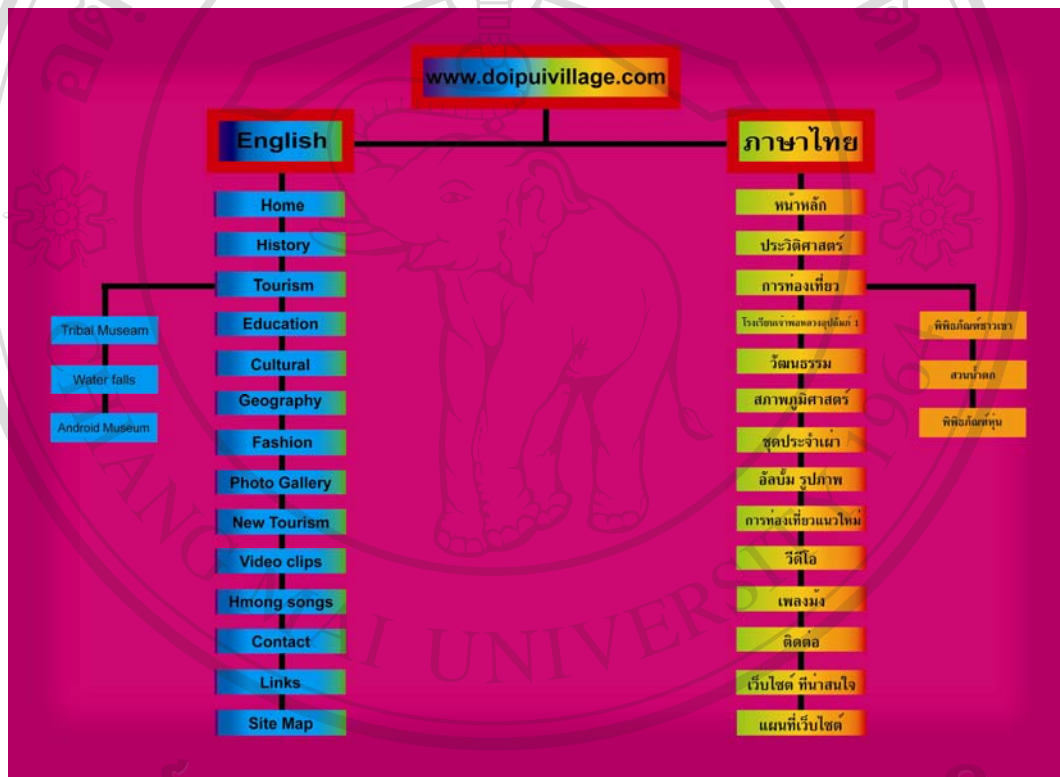
■ แนวโน้มในอนาคต

1. กลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มผู้รับสาร สามารถรับข้อมูลของหมู่บ้านมั่งคอดอยปุยแล้ว ได้เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่จริง เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของหมู่บ้านมั่งคอดอยปุย และจังหวัดเชียงใหม่ ตามแผนนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย
2. กลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มผู้รับสาร สามารถติดต่อผ่าน อีเมลล์ รวมไปถึงแสดงข้อคิดเห็น โดยผ่านกระทู้ถามตอบบนเว็บไซต์ เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน
3. กลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มผู้รับสาร สามารถนำรูปภาพของหมู่บ้านมั่งคอดอยปุยที่ได้จากที่อื่นๆ รวมไปถึงที่ได้จากการที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังหมู่บ้านมั่งคอดอยปุย มาส่งทางเว็บไซต์และยังสามารถมีการวิจารณ์รูปภาพต่าง ๆ ที่มีอยู่ในเว็บไซต์ได้ด้วย
4. นาคลปวีดีโอการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับหมู่บ้านมั่งคอดอยปุย มาอัปขึ้นบนเว็บไซต์ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มผู้รับสารคนอื่น ๆ ได้รับข้อมูลการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจของหมู่บ้านได้เพิ่มมากขึ้น เช่นผู้ที่เคยมาท่องเที่ยวในหมู่บ้านแล้วสามารถนำคลิปลวีดีโอของตนเองมาอัปขึ้นบนเว็บไซต์ ให้กลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ ได้ชม ซึ่งสอดคล้องกับโลกยุคใหม่ที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ
5. การพัฒนาเรื่องของภาษา นอกจากภาษาอังกฤษแล้วภาษาที่ได้รับความนิยมเช่น ภาษาจีน ภาษาฝรั่งเศส ภาษาญี่ปุ่น เป็นต้น เพราะจะทำให้กลุ่มเป้าหมายได้เพิ่มขึ้น ส่วนการแลกเปลี่ยนหรือการแนะนำ ในเรื่องของข้อมูลและสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งจะสามารถทำให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นและได้รับความนิยมจากทั่วโลกต่อไป
6. การพัฒนาในเรื่องของวัตถุประสงค์ คือ เพื่อการท่องเที่ยว ส่วนในอนาคตจะมีแนวโน้มเพื่อประชาสัมพันธ์หมู่บ้าน เช่นกิจกรรมที่คนในชุมชนร่วมกันทำ ส่วนวัตถุประสงค์ที่สำคัญอีกข้อหนึ่งคือ พัฒนาเป็นเว็บไซต์เพื่อธุรกิจ เช่น การขายสินค้า และจองที่พัก ใ้บนเว็บไซต์ ซึ่งสามารถส่งเสริมรายได้ สร้างงาน สร้างอาชีพให้กับหมู่บ้านมั่งคอดอยปุย

#### 4.4.2 ขั้นเตรียมการผลิต

##### ▪ โครงสร้างเว็บไซต์ ( Site Map )

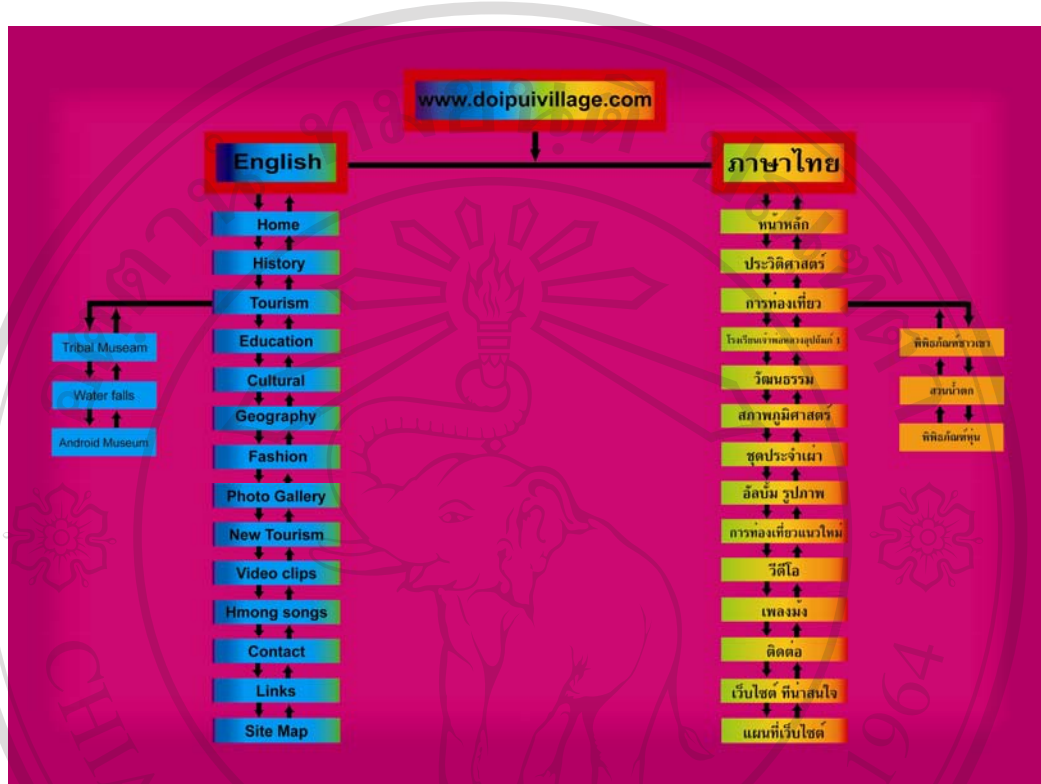
ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้เลือกใช้ โครงสร้างเว็บไซต์ ( Site Map ) แบบลำดับขั้น ที่ใช้ในการออกแบบเว็บไซต์หมู่บ้านม้งคอยปุยเพื่อการท่องเที่ยว โดยมีจุดเริ่มต้นจากหน้านำเสนอ (Index) แล้วจึงไปยังหน้าโฮมเพจต่างๆ ที่มีการแบ่งแยกกลุ่มชัดเจนและมีลิงค์ไปยังหน้าอื่นๆ ภายในเว็บไซต์



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

4.11 ภาพแสดงโครงสร้างเว็บไซต์ ( Site Map )

- การเชื่อมโยงในแต่ละหน้า ( Navigation )

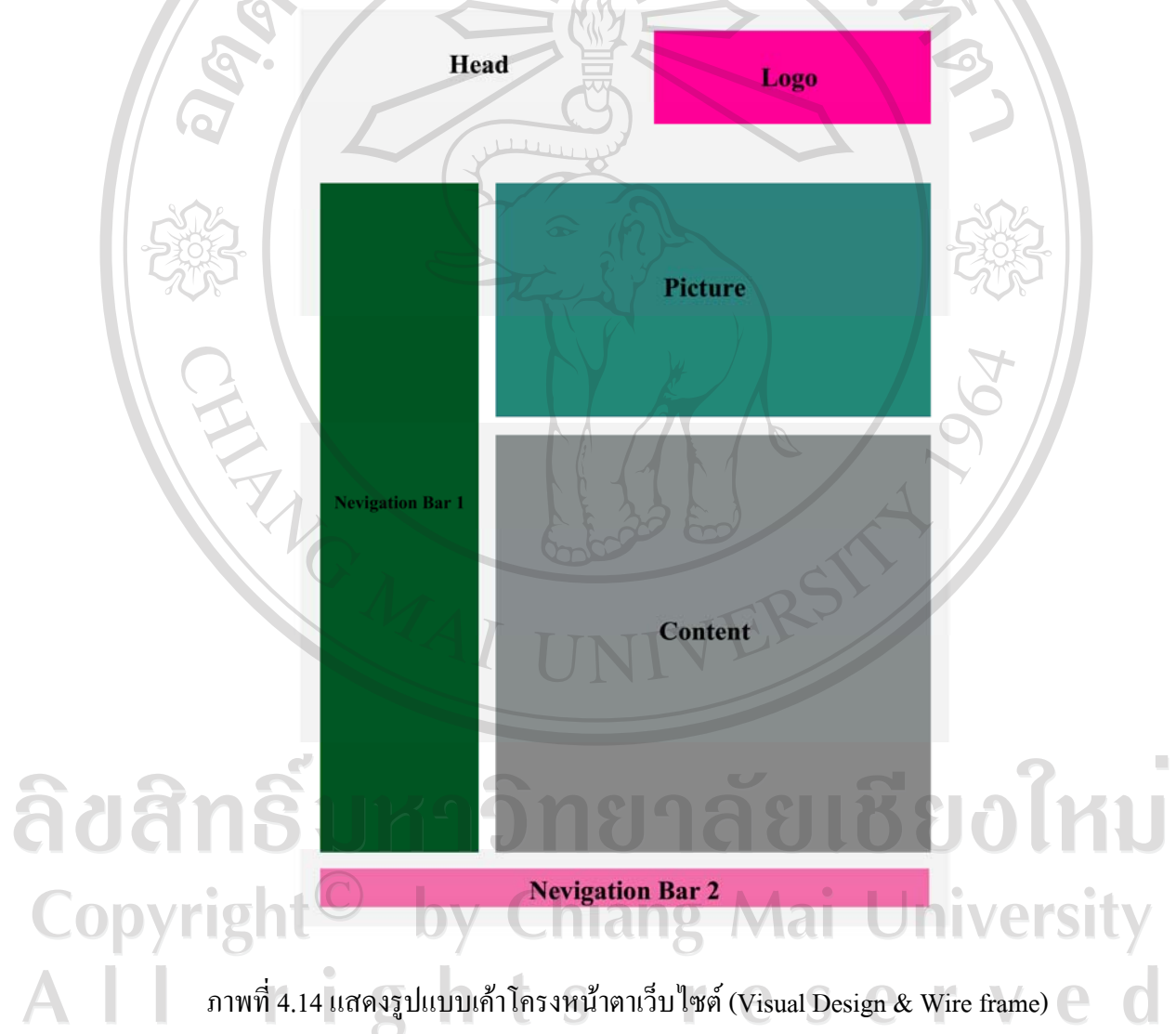


4.12 ภาพแสดงการเชื่อมโยงในแต่ละหน้า ( Navigation )

จากภาพจะเห็นได้ว่า การเชื่อมโยงในแต่ละหน้า หรือการวางระบบ ( Navigation ) ผู้ศึกษา ออกแบบโดย ให้ หน้าแรก(Home) สามารถเดินทางไปยังโฮมเพจต่างๆ และเมื่อผู้ใช้เข้าไปยัง โฮมเพจต่างๆแล้ว โฮมเพจทุกหน้าก็สามารถเดินทางกลับมายังหน้าแรกได้ เพื่อความสะดวกในการ ใช้งานของผู้ใช้ ซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนด สัญลักษณ์ ลูกศร หมายถึง การเดินทางหรือการเคลื่อนที่

- รูปแบบเค้าโครงหน้าตาเว็บไซต์ (Visual Design & Wire frame)

การออกแบบโครงร่างของหน้าเว็บไซต์ ซึ่งมีความสำคัญ คือ เป็นกระบวนการในการเริ่มต้นการออกแบบ ซึ่งจะทราบว่าอะไรที่ควรจะดำเนินการหรือพัฒนาในเรื่องต่างๆ ต่อ เพราะเป็นวิธีที่ดี ซึ่งสามารถแก้ไขการออกแบบโครงร่างของหน้าเว็บไซต์ได้ก่อนที่จะมีการใช้งานจริง ผู้ศึกษาได้ออกแบบโครงร่างของหน้าเว็บไซต์ของหมู่บ้านมั่งคองเพื่อการท่องเที่ยว ดังนี้



ภาพที่ 4.14 แสดงรูปแบบเค้าโครงหน้าตาเว็บไซต์ (Visual Design & Wire frame)



#### 4.4.2 ขั้นการผลิต

ขั้นการผลิตผู้ศึกษาเลือกโปรแกรมที่ใช้ในการออกแบบเว็บไซต์หมู่บ้านมั่งคองปุยเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยโปรแกรมต่างๆ คือ

- Microsoft windows XP
- Microsoft Internet Explorer
- Dream weaver
- Macromedia Flash MX
- Adobe Photoshop CS2
- Adobe Illustrator CS2

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. It features a central figure of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai symbol, the 'Chang' (a hand holding a flame). The emblem is surrounded by a circular border containing the university's name in Thai script at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' in English at the bottom. There are also decorative floral motifs on the sides.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

■ การออกแบบหน้าตาเว็บไซต์

เมื่อขั้นตอนการวางแผนและขั้นเตรียมการผลิตเรียบร้อยแล้ว จึงนำไปสู่ขั้นตอนการออกแบบหน้าตาเว็บไซต์ ซึ่งขั้นตอนการออกแบบหน้าตาเว็บไซต์ผู้ศึกษาได้ออกแบบหน้าตาเว็บไซต์หมู่บ้านม้งคอยปุยเพื่อการท่องเที่ยว ดังนี้



ภาพที่ 4.15 การออกแบบหน้าตาเว็บเพจหน้า Home/เมนูหลัก

**Doi Pui Village**  
www.doipuivillage.com

TH ENG

**ประวัติศาสตร์**

หมู่บ้านคอยปุยก่อตั้งครั้งแรกเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2489 หลังสงครามโลกครั้งที่สองผ่านไประยะหนึ่ง โดยกลุ่มชาวม้งได้อพยพเข้ามาอยู่ในพื้นที่ป่าดอยสุเทพ ซึ่งในขณะนั้นเรียกชื่อหมู่บ้านที่อยู่นั้นว่า หมู่บ้านปางงุมขก โดยบริเวณใกล้เคียงมีหมู่บ้านปางป่าคา ส่วนมากจะเรียกกันว่า หมู่บ้านป่าคา เหตุผลที่กลุ่มชาวม้งอพยพเข้ามาอยู่ในพื้นที่นี้เพราะการหนีโรคติดต่อขณะนั้นคอยปุยเป็นภูเขาที่เป็นป่าใหญ่ล้อมสมบูรณ์

จึงเหมาะเป็นที่อาศัยให้พ้นจากโรคภัยได้ติดตามได้มีชาวม้งสามครอบครัวคือ นายฮงหลือ แซ่หว่าง นายไซหลือ แซ่ลี และนายจุลีน แซ่หว่าง เข้ามาทำไร่และตั้งบ้านเรือนอยู่ที่หมู่บ้านคอยปุยในปี พ.ศ. 2494 ต่อมาได้มีกลุ่มจีนฮ่อคำตันเข้ามาปะปนกับชาว ทำให้ชาวม้งและชาวจีนฮ่อที่อพยพหนีภัยจากการปราบปรามจีนฮ่อคำตันเสียดชีวิตของตำรวจตระเวนชายแดนที่หมู่บ้านป่าคาและเข้ามาตั้งถิ่นฐานที่หมู่บ้านคอยปุยเพิ่มผลจากการปราบปรามยาเสพติด ทำให้หมู่บ้านป่าคาและหมู่บ้านปางงุมขก ได้ล้มสลายเหลือแต่หมู่บ้านคอยปุย

ชาวม้งเข้ามาอยู่ในพื้นที่ป่าคอยปุยก่อนการประกาศให้พื้นที่เป็นป่าสงวนในเขตอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย ต่อมา พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและสมเด็จพระนางเจ้า ฯ พระบรมราชินีนาถ ทรงเสด็จพระราชดำเนินเยี่ยมบ้านม้งคอยปุยหลายครั้ง หมู่บ้านคอยปุยจึงได้รับพระมหากรุณาธิคุณเป็นล้นพ้น ซึ่งสำนักราชเลขาธิการ ได้ขึ้นทูลเกล้าฯ ถวายเมื่อวันที่ 2507 เสด็จพระราชดำเนินเยี่ยมบ้านม้งคอยปุย

หน้าแรก | ประวัติ | ท่องเที่ยว | โรงเรียน | วิถีธรรม | ดนตรีศาสตร์ | การแสดงกาย | อื่นๆ | ห้องเพื่อเยาวชนใหม่ |  
| วิดีโอ | แหล่งมั่ง | อีเมล | เว็บไซต์ | ผลผลิต | ร้านค้าชาว | ภาพข่าว |

ลิขสิทธิ์ © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ภาพที่ 4.16 การออกแบบหน้าตาเว็บเพจหน้า History /ประวัติศาสตร์



ภาพที่ 4.17 การออกแบบหน้าตาเว็บไซต์เว็บเพจหน้า Tourism/การท่องเที่ยว



ภาพที่ 4.18 การออกแบบหน้าตาเว็บไซต์เพจหน้า School I/โรงเรียนเจ้าพ่อหลวงอุปถัมภ์ 1

**Doi Pui Village**  
www.doipuivillage.com

TH ENG

**วัฒนธรรม**

ประเทศไทยใหม่หนึ่ง ประเพณีเป็นช่วงระยะเวลาที่ตีมาอย่างหนึ่งของเมืองหนึ่งเป็นช่วงระยะเวลาที่สนุกสนานมากตลอดทั้งปี อีกหนึ่งยังเป็นช่วงที่ลูกหลานกลับมาเยี่ยมพ่อแม่ และญาติผู้ใหญ่ในหมู่บ้าน ช่วงประเทศไทยใหม่จะเริ่มประมาณวันขึ้นเดือนหนึ่งหรือสอง หรือประมาณช่วงเดือนธันวาคมของทุกปี กิจกรรมก่อนเทศกาลปีใหม่ จะมีการเตรียมข้าวของอาหารการกิน เลือกผ้าเครื่องนุ่งห่มให้พร้อมสรรพเช่นโกและใช้ใช้ศิษย์บุญและเข้คีนบ้านดีเรือนต่างๆ หมู่เพื่อฉลองปีใหม่นอกจากนี้ยังมีการสาขนมข้าวบึก (พามาจากข้าวโพดสกล) เพื่อนำมาใช้กินในช่วงปีใหม่และเลี้ยงบรรพชนด้วย

**พิธีปัดรังควาน การสื้โด้ หรือเรียกว่าการปัดรังควานสิ่งชั่วร้ายออกไป** โดยเป็นวิธีการหนึ่งที่สามารถจะปัดกวาดสิ่งที่ไม่ดีโรคร้ายไข้เจ็บให้ออกไปเพื่อไม่ให้มารุ่กรรคนได้ โดยเอาหญ้าไม้กวาดมาปัดกวาดทั้งออกไป เป็นการปัดกวาดโรคร้ายไข้เจ็บ เรื่องคลีความ ไม่นึกกวาดเขียนสิ่งหนึ่งที่สามารถที่จะปัดกวาดขจัดสิ่งที่ไม่ดีสิ่งชั่วร้ายออกไปจากวิถีชีวิตได้เป็นอย่างดี ช่วงระยะเวลาที่เห้จะสมนั้การทำพิธีกรรมคือ ช่วงวันที่ 25 – 29 เดือนเก่า้ม การปัดกวาดนี้ใช้ใบหญ้าไม้กวาดมัดด้วยผ้าสีแดง สีแดงหมายถึงสิ่งที่ไม่ดี หลังจากปัดกวาดเรียบร้อยแล้วก็นำเอาไปมัดไว้ที่ต้นเสา แล้วเอาไม้ฟันในหญ้าไม้กวาดนั้นทิ้งเสีย ดังการทำลายสิ่งไม่ดีนั้น โดยค้ดงั้ฟันให้ขาดทั้งหมดถ้าสามารถฟันขาดภายในที่เดียวในนี้ในทุกคนประลัญชัยารมเย็นสงบสุข ไม่มีโรคร้ายไข้เจ็บ แต่ถ้าไม่สมกรฟันให้ขาดภายในที่เดียวต้องพยายาพฟันให้ขาดให้ได้ เพื่อที่จะลัญชัยารมทำลายสิ่งชั่วร้ายนั้นได้ลง แม้ว่าจะไม่ได้ทั้งหมด

**ความเชื่อ** จากการศึกษาพบว่าศาสนาหรือความเชื่อมีบทบาทอย่างมากต่อวิถีชีวิตหรือประเพณีวัฒนธรรมของชาวม้งบ้านดอยปุย โดยแยกตามกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้ กลุ่มนี้คือคือ ชาวม้งกลุ่มนี้ยังคงรักษาวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิมอย่างเหนียวแน่น กลุ่มขบถือคริสต์ เป็นคนส่วนน้อย คนกลุ่มนี้นับถือศาสนาคริสต์นิกายโปรเตสแตนต์อย่างเคร่งครัด และไม่เคร่งครัด และกลุ่มนับถือพุทธ มีการปฏิบัติศาสนกิจในวันสำคัญ ๆ พอสวมคร ที่ยึดพาไปตามศาสนาพุทธ แต่ไม่เอาใช้วิธีการเิง

**การเลี้ยงสัตว์** สัตว์เลี้ยงที่ยังมีเลี้ยงในปัจจุบัน คือ หมูและไก่ซึ่งประกอบด้วย ไก่ชน ไก่แม่ไขและไก่กระดุกตา โดยจะเลี้ยงไว้ขายหรือใช้ในพิธีกรรมต่าง ๆ ตามประเพณีความเชื่อของชาวม้ง การเลี้ยงหมูมีวิธีการเลี้ยงแบบดั้งเดิมคือ เลี้ยงในคอก การให้อาหารโดยการสับหยากรักกล้วยตามแบบฉบับของชาวม้ง ส่วนการเลี้ยงไก่มีวิธีการเลี้ยงแบบไม่กรักเรวแ และกักรเิวแ

หน้าแรก | ประเพณี | พิธีเพื่อ | โรงเรียน | วัฒนธรรม | ดนตรี | การแต่งกาย | อื่น ๆ | พิธีเพื่อแนวใหม่ | วิถีโด้ | เพลงม้ง | สื้โด้ | วันปีใหม่ | ผลผลิต | ร้านค้าขาย | ภาษาขบถ

ลิขสิทธิ์ © 2015 by Chiang Mai University  
All rights reserved

ภาพที่ 4.19 การออกแบบหน้าตาเว็บเพจหน้า Culture/วัฒนธรรม

**Doi Pui Village**  
www.doipuivillage.com

TH ENG

**HOME**  
**สภาพภูมิศาสตร์**  
**ที่ตั้งและลักษณะทางภูมิศาสตร์**  
หมู่บ้านดอยปุย ตั้งอยู่หมู่ที่ 11 ตำบลลพเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในความรับผิดชอบของเทศบาลตำบลลพเทพ อยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย มีเนื้อที่ทั้งสิ้น 10.85 ตารางกิโลเมตร คิดเป็น 6,781 ไร่ หมู่บ้านดอยปุยตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของตัวเมืองเชียงใหม่ อยู่สูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง ประมาณ 700-1,685 เมตร เป็นแหล่งต้นน้ำลำธารที่สำคัญของแม่น้ำปิง หมู่บ้านดอยปุย มีอาณาเขตติดต่อ ตั้งแต่ไป๋น ทิศเหนือ ติดกับ ดอยผาหลวงและบ้านแม่สาใหม่ อำเภอแม่ริม ทิศใต้ ติดกับ พระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์ ทิศตะวันออก ติดกับ ยอดดอยปุย ทิศตะวันตก ติดกับ น้ำตกศรีสังวาลย์และบ้านทุ่งโป่ง อำเภอหางดง มีสภาพอากาศที่เย็นตลอดปี โดยมีอุณหภูมิเฉลี่ย 16 องศาเซลเซียส อุณหภูมิต่ำสุด 7 องศาเซลเซียสและสูงสุด 29 องศาเซลเซียส ฤดูหนาวอากาศหนาวจัด ส่วนในฤดูฝนอากาศเย็นและชื้น

**HISTORY**  
**TOURISM**  
**EDUCATION**

**การเดินทาง**  
หมู่บ้านดอยปุย ห่างจากตัวเมืองเชียงใหม่ประมาณ 30 กิโลเมตร การเดินทางไปยังหมู่บ้านดอยปุย จากตัวเมืองเชียงใหม่มุ่งหน้าไปทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ ผ่านสถานที่สำคัญและสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ผ่านทุ่งฟ้าสามัคคี เชียงใหม่ อุบลารวีศรีนครศรีวิชัย วัดพระธาตุดอยสุเทพราชวรวิหาร ที่ทำการอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย ผ่านพระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์ เข้าสู่หมู่บ้านดอยปุย การเดินทางสามารถนำรถยนต์ส่วนตัว รถจักรยานยนต์ รถดีและรถสองแถวขึ้นไปยังหมู่บ้านดอยปุยได้ตลอดเวลา แต่ถนนหมู่บ้าน ดอยปุยค่อนข้างที่จะขรุขระ แต่ยังสามารถเดินทางโดยสายรถประจำทาง(รถแดง)ได้ทุกคืน

วัฒนธรรม  
สภาพภูมิศาสตร์  
เครื่องแต่งกาย  
อักษรมัน รูปภาพ  
การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม  
ดึกปัวอ้อ  
พดงม้ง  
กิดตอกร  
รับทำขนมใจ  
ผดขมิ้น  
ร้านกาแฟ  
ภาษาหม้ง

หน้าแรก | ประวัติ | ห้องเที่ยว | โรงเรียน | วัฒนธรรม | ภูมิศาสตร์ | การตลาด | สื่อใหม่ | ห้องเขียนแบบใหม่ |  
วิไลโอ | เพลงม้ง | สื่อสี | เว็บไซต์ | ยลผดุง | ร้านค้าขาย | ภาษาหม้ง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ภาพที่ 4.20 การออกแบบหน้าตาเว็บเพจหน้า Geographic/สภาพภูมิศาสตร์

**Doi Pui Village**  
www.doipuivillage.com

TH ENG

**ชุดประจำเผ่า**

หมู่บ้านม้งคอยปุยส่วนใหญ่เป็นม้งหลายหรือม้งน้ำเงิน ในอดีตการแต่งกายมีวิธีการแบบง่าย ๆ ผู้หญิงมักจะเกล้าผมมวยใหญ่ มีผ้าโพกผม สวมคัมพู่ ใส่เสื้อสีดำซึ่งปักลวดลายด้วยมือด้านหลังมีการประดับคล้ายรูปผีเสื้อทำจากลายปัก มีผ้าสีดำหรือสีน้ำเงินสำหรับปกหน้าขาว สวมกระโปรงน้ำเงิน ปักลายที่บริเวณปลายกระโปรง และมีผ้าสีดำพันบริเวณเอว สำหรับผู้ชายสวมเสื้อสีดำหรือลวดลายไม่มีลวดลาย กางเกงตัวขามีสีก้นสีดำไว้ตรงบริเวณเอว นิชยสวมห้วงคอเงิน ในปัจจุบันการแต่งกายของหมู่บ้านคอยปุยมีการเปลี่ยนแปลงไปจากอดีตไปมาก ผู้หญิงจะมีผ้าที่มีลวดลายเพิ่มขึ้น มวยผมก็มีการประดับตกแต่งสวยงามกว่าในอดีต

ผู้ชายมีการเพิ่มผ้าปกหน้าขาวที่มีลวดลายที่ขนาดใหญ่ ทั้งการแต่งกายของชายและหญิงจะนิยมตกแต่งด้วยเหรียญที่ทำจากเงินและประดับด้วยทองคำเงินที่มีมากกว่าในอดีต ซึ่งเป็นการบ่งบอกถึงฐานะ งานหัตถกรรมของที่นี่เป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของเมือง เสื้อผ้าของม้งทำจากฝ้ายที่ปลูกขึ้นในพื้นที่ของม้งเป็นต้นย้อมด้วยสีธรรมชาติ เขียนลายด้วยขี้ผึ้ง และตกแต่งด้วยการเย็บปักลวดลายแบบโครสสติล ซึ่งม้งลวดลายที่หลากหลาย

วัฒนธรรม  
สภาพภูมิศาสตร์  
เครื่องแต่งกาย  
อักษรม้ง รูปภาพ  
การทำของที่ระลึก  
คติประเพณี  
เพลงม้ง  
ติดต่อเรา  
เว็บไซต์ที่น่าสนใจ  
แผนที่  
บ้านดักขาง  
ภาษา

หน้าแรก | ประวัติ | ท่องเที่ยว | โรงเรียน | วัฒนธรรม | ภูมิศาสตร์ | การแต่งกาย | อัลบั้มรูป | ท่องเที่ยวแนวใหม่ |  
วิถีโอ | แหล่งมรดก | ลีตล่อ | เว็บไซต์ | ผลผลิต | ร้านค้าขาย | ภาษา

ลิขสิทธิ์ © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ภาพที่ 4.21 การออกแบบหน้าตาเว็บเพจหน้า Costume/ชุดประจำเผ่า





ภาพที่ 4.22 การออกแบบหน้าตาเว็บไซต์เพจหน้า Modern Tourism/การท่องเที่ยวแนวใหม่



ภาพที่ 4.23 การออกแบบหน้าต่างเว็บเพจหน้า VDO clip/คลิปวิดีโอ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

**Doi Pui Village**  
www.doipuivillage.com

TH ENG

**เพลงม้ง**

**เพลงม้ง**  
ท่านลอง: พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว อภิพลอดุลยเดช  
คำร้อง: ท่านผู้หญิงเผ่าไตน์ บุนนาค

สมัยก่อนที่เคยอยากชมเขางาม  
ตามทุ่งผาหง ไพร่ได้ทำบนภูตึงคืนแหวพราย  
สวดยังดอกไม้อะไรบ้างบ้านทั้งนี้  
ดูหลายลิเรียงรายไขยกลิ่นหอมชวลอนชื่นใจ  
ดูจจะลอยฟ้าส่งทิพย์มาบ่วง  
แห่งอินทพรหมสองเสกสนององค์ท้าวไท  
แสนเพลินสุขสมสลับแสนเสียงเพลง  
วังเครื่องมาไกลช่วยกล่อมขวัญทุกกรนเพลินเพลิน  
สมัยก่อนที่เคยอยากชมเขางาม  
ยามอ่อนแสงรำไรได้ไปอิงค้อยปโยเดี่ยวคาลัย  
สูงจจะเลือกที่ตระหง่านเป็นทำสาม  
ชมยอดศิวเรียงรายคราหมันแสงดวงสุริยา  
ดูจจะลอยฟ้าอู่อธิเจดีย์เด่นเคียงเงา  
จิ๋มมิตกหนาวระรวยดูราบอุรา  
แสนเพลินดีดังลิ้มลิ้มลิ้มลิ้มเสียงเพลง  
ชาวเผ่าเขาคระกุนาสนุกเหลือไม้เบืออุคิงค์  
สุขจจะรันทมาเขียงใหม่แสนสร้างแสนเพลิน

**เพลง สาวเชียงใหม่**

หน้าแรก | ประวัติ | ท่องเที่ยว | โรงเรียน | วัฒนธรรม | ดนตรีศาสตร์ | การแสดงกาย | อีอีบีบี | ท่องเที่ยวแนวใหม่ |  
| วิดีโอ | เพลงม้ง | ลีดคอ | เว็บไซต์ | แผลผล | วันคล้าย | ภาษา | ภาษา |

ลิขสิทธิ์ในภาพคือ เลอเซอแห่ง  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ภาพที่ 4.24 การออกแบบหน้าตาเว็บเพจหน้า Hmong song/เพลงม้ง



ภาพที่ 4.25 การออกแบบหน้าตาเว็บไซต์ Fruit products/ผลไม้

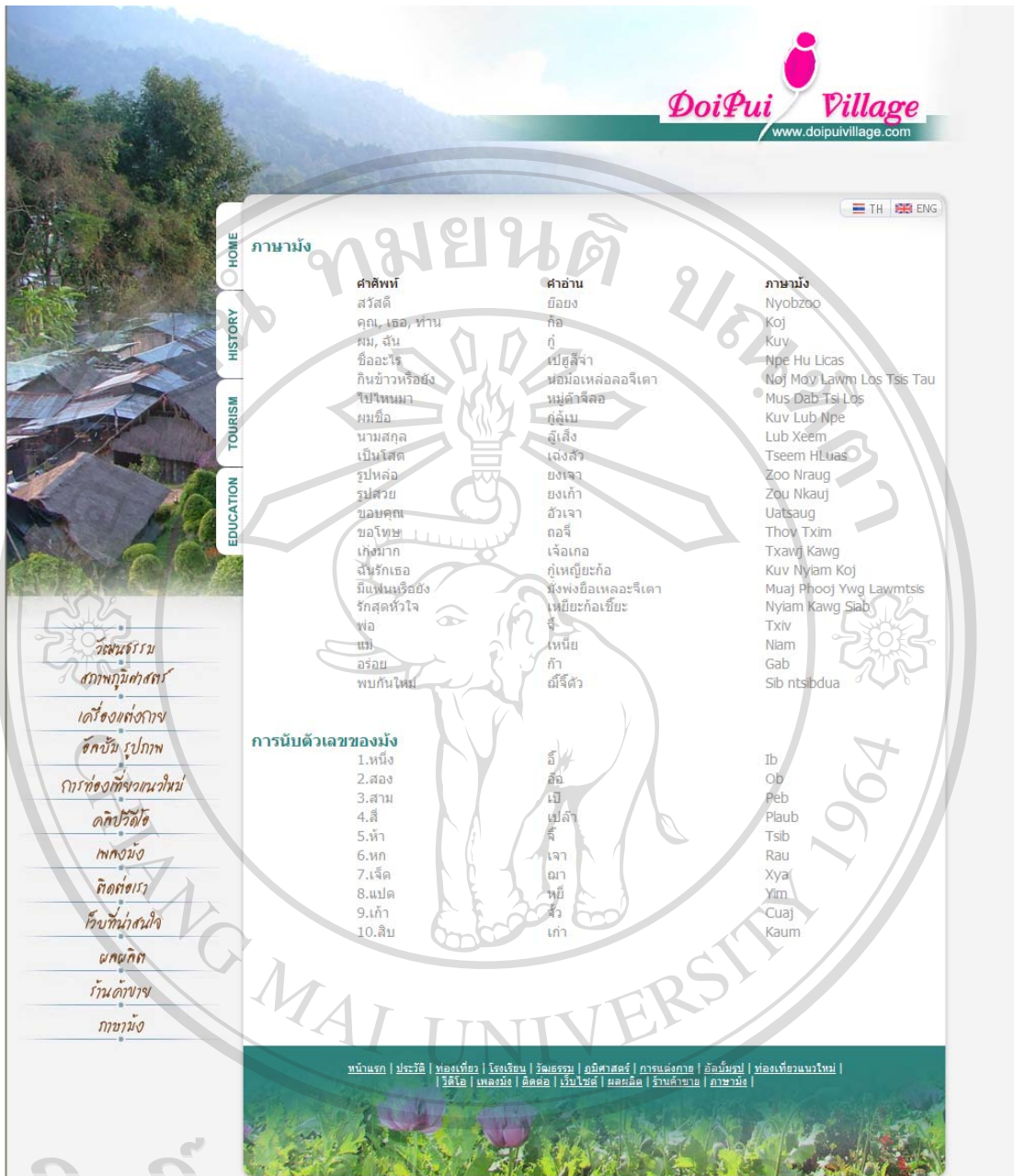
ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved



# ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ภาพที่ 4.26 การออกแบบหน้าตาเว็บไซต์เพจหน้า Shops and Vendors/ร้านค้าร้านค้าขาย

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ภาพที่ 4.27 การออกแบบหน้าตาเว็บไซต์ภาษาหม้ง

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved



ภาพที่ 4.28 การออกแบบหน้าตาเว็บเพจหน้า contact/ติดต่อ



ภาพที่ 4.29 การออกแบบหน้าตาเว็บเพจหน้า Links/เว็บที่น่าสนใจ

#### 4.5 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจต่อการออกแบบเว็บไซต์

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการออกแบบเว็บไซต์ หมู่บ้านมั่งคองปุยเพื่อการท่องเที่ยว ผู้ศึกษา นำเสนอผลการออกแบบเว็บไซต์ ใช้วิธีการสัมภาษณ์ โดยแจกแบบประเมินความพึงพอใจ ต่อการออกแบบเว็บไซต์ กับกลุ่มเป้าหมาย ทั้งหมด 20 คนซึ่งสามารถสรุปผู้ประเมินดังต่อไปนี้

1. นักท่องเที่ยวชาวไทย 1
2. นักท่องเที่ยวชาวไทย 2
3. นักท่องเที่ยวชาวไทย 3
4. นักท่องเที่ยวชาวไทย 4
5. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 1
6. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 2
7. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 3
8. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 4
9. ประชากรหมู่บ้านมั่งคองปุย 1
10. ประชากรหมู่บ้านมั่งคองปุย 2
11. ประชากรหมู่บ้านมั่งคองปุย 3
12. ประชากรหมู่บ้านมั่งคองปุย 4
13. ไกด์ 1
14. ไกด์ 2
15. ไกด์ 3
16. กลุ่มนักวิชาการ รองศาสตราจารย์พลอยศรี โปราณนันทน์ สาขาวิชาการท่องเที่ยว ภาควิชามนุษยสัมพันธ์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
17. ผู้เชี่ยวชาญ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เขต 3
18. ผู้เชี่ยวชาญ นายถาวร พู่เฟื่อง นักพัฒนาสังคมชำนาญการ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ
19. ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ดูแลเว็บไซต์ การพัฒนาพื้นที่สูง องค์กรมมหาน
20. ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ดูแลเว็บไซต์ สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

พบว่าความพึงพอใจต่อเว็บไซต์หมู่บ้านมั่งคองปุยเพื่อการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.79 จัดอยู่

ในระดับมาก

<sup>6</sup> รูปแบบประเมินความพึงพอใจต่อการออกแบบเว็บไซต์ (ภาษาไทย) ได้ในภาคผนวก จ และ (ภาษาอังกฤษ) ภาคผนวก ฉ



ตารางที่ 4.33 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจต่อการออกแบบเว็บไซต์

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ (n = 20)					รวม	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S,D.)	ระดับความ พึงพอใจ
	5	4	3	2	1				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	100			
1. การนำไปใช้เพื่อการท่องเที่ยว	5	14	1	-	-	84.00	4.20	.52315	มาก
2. เนื้อหาที่น่าสนใจมีความถูกต้อง	4	11	5	-	-	79.00	3.95	.68633	มาก
3. สัญลักษณ์ที่ใช้บนเว็บไซต์	5	12	2	-	1	81.00	4.05	.88704	มาก
4. การสื่อความหมาย ทางวัฒนธรรม	3	15	1	1	-	80.00	4.00	.64889	มาก
5. การแบ่งหมวดหมู่เนื้อหา	3	11	5	-	1	75.00	3.75	.91047	มาก
6. การนำเสนอท่องเที่ยวแนวใหม่	2	10	8	-	-	74.00	3.70	.65695	มาก
7. สีที่ใช้ในการออกแบบเว็บไซต์	6	13	1	-	-	85.00	4.25	.55012	มาก
8. รูปภาพที่ใช้ในเว็บไซต์	3	14	3	-	-	80.00	4.00	.56195	มาก
9. การออกแบบตัวอักษรและกราฟิก	-	8	11	1	-	67.00	3.35	.58714	ปานกลาง
10. ความสวยงาม น่าดึงดูดใจ	9	8	2	1	-	85.00	4.25	.85070	มาก
11. การใช้ภาษาในเว็บไซต์	1	8	11	-	-	70.00	3.50	.60698	มาก
12. การนำเสนอคลิปวิดีโอ	-	6	8	5	1	59.00	2.95	.88704	ปานกลาง
13. การนำเสนอเพลงภาษาแม่	-	7	10	2	1	63.00	3.15	.81273	ปานกลาง
14. มีรูปแบบที่เรียบง่ายไม่ซับซ้อน	7	9	4	-	-	83.00	4.15	.74516	มาก
15. การออกแบบระบบนำทาง (Navigation)	-	14	6	-	-	74.00	3.70	.47016	มาก
16. ออกแบบการใช้งานที่เข้าใจง่าย	9	6	5	-	-	84.00	4.20	.83351	มาก
17. การติดต่อและแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น	1	7	8	3	1	64.00	3.20	.95145	มาก
18. ภาพรวมของการออกแบบเว็บไซต์	-	18	1	-	1	76.00	3.80	.69585	มาก
รวมค่าเฉลี่ย						75.72	3.79	0.7148	มาก

จากข้อมูลตารางที่ 4.33 สรุปได้ว่าความพึงพอใจต่อการออกแบบต้นแบบเว็บไซต์ หมู่บ้านมั่งคองปุ๋ยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยวัดจาก ค่าเฉลี่ยของระดับความพอใจ ของผู้ประเมินความพึงพอใจทั้งหมด 20 คน มีค่าเฉลี่ย 3.79 จัดอยู่ในความพึงพอใจระดับมาก

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปราย ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์สัญญาณของหมู่บ้านมั่งคอยปุยเพื่อออกแบบเว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์ เพื่อ วิเคราะห์สัญญาณและความต้องการรูปแบบเว็บไซต์หมู่บ้านมั่งคอยปุย ของกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวต่างชาติและประชากรหมู่บ้านมั่งคอยปุยและออกแบบเว็บไซต์เพื่อเป็นต้นแบบเว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับหมู่บ้านมั่งคอยปุย

ลักษณะของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม (Questionnaire) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก(Indepth Interview) และการสังเกต(Observation Note) จะนำมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา(Descriptive Statistics) ส่วนข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะเพิ่มการวิเคราะห์สถิติอนุมาน คือ อธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ โดยนำเสนอในรูปแบบตาราง (Table) ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)โดยใช้แนวคิดการออกแบบเว็บไซต์ ( Web Design ) เป็นแนวทางในการศึกษา ได้ทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์และการสังเกต สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

5.1.1 การวิเคราะห์ความต้องการสัญญาณและความต้องการรูปแบบเว็บไซต์หมู่บ้านมั่งคอยปุย ของผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกความเหมาะสม ที่จะมีการนำเสนอประวัติศาสตร์และข้อมูลหมู่บ้านมั่งคอยปุยผ่านสื่อเว็บไซต์ ร้อยละ 92.0 ต้องการข้อมูล ประวัติศาสตร์หมู่บ้านมั่งคอยปุย ร้อยละ 82.3 ต้องการสัญญาณ คือ ดอกฝิ่น ร้อยละ 68.3 ต้องการภาษาไทยและอังกฤษ ร้อยละ 68.0 ต้องการวัตถุประสงค์ เพื่อนำเสนอและแนะนำในเรื่องของประวัติศาสตร์ของหมู่บ้านมั่งคอยปุย ร้อยละ 31.3 ต้องการลักษณะการใช้รูปภาพถ่ายทอดตามความเป็นจริง (Realistic) ร้อยละ 63.3 เลือก ควรมีคลิปวิดีโอ ร้อยละ 50.3 เลือก ควรมีเพลงภาษาถิ่น ร้อยละ 64.0 นึกถึงสีหมู่บ้านมั่งคอยปุย คือ สีเขียว ร้อยละ 27.0 ต้องการ ชื่อเว็บไซต์ คือ www.doipui.village. ต้องการ ชนิดตัวอักษรให้ความรู้สึกถึงความเก่า ร้อยละ 38.3 เลือกลักษณะภาพโดยรวมคือ เว็บไซต์การท่องเที่ยว ร้อยละ 73.7 และเลือก การติดต่อผ่านอีเมล ร้อยละ 36.0

5.1.2 การวิเคราะห์ที่ได้จากการสัมภาษณ์และการสังเกต ผู้ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการสังเกต โดยการบันทึกข้อความและการบันทึกภาพ รวมไปถึงการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบอิงโครงสร้าง ผู้ศึกษาจะมีประเด็นคำถามที่เตรียมไว้บางส่วนที่ได้จากการสังเกต ซึ่งเป็นประเด็นคำถามได้แก่ การศึกษาประวัติศาสตร์และสัญญาของหมู่บ้านม้งคอยปุย รวมไปถึงประเด็นคำถามซึ่งถามเกี่ยวกับสิ่งที่นอกเหนือไปจากที่เคยนำเสนอ สิ่งที่สามารถนำมาสู่การท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน สิ่งที่ควรฟื้นฟูและอนุรักษ์ต่อและสิ่งที่สามารถเป็นสัญญาแบบใหม่ของหมู่บ้านม้งคอยปุย ผู้ศึกษานำผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิเคราะห์สัญญาซึ่งสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้ ผู้สูงอายุ 107 ปี คุณพระอาทิตย์ตกและวิวคอยอินทนนท์ มัคคุเทศก์น้อยคอยปุย การวิ่งมินิมารทอนคอยปุย ถนนคนเดิน แหล่งต้นน้ำ รอยเท้าพระพุทธบาท สวนสองแสน เส้นทางการท่องเที่ยวใหม่ ล้อเลื่อนไม้ ภาพยนตร์ม้ง ข้าวปลูก ดารามาท่องเที่ยว คอยผาคลอง พันธุ์ไม้วงศ์ การเลี้ยงหมูม้ง โรงเรียนเจ้าพ่อหลวงอุปถัมภ์ 1 สำนักสงฆ์คอยปุย หน้ไม้ เส้นทางออพโรด การพัฒนาหมู่บ้านม้งคอยปุย เพลงสาวเจียงใหม่ เพลงเพลินภูพิงค์และออมสินไม้ไผ่

ผู้ศึกษานำผลการวิเคราะห์สัญญาที่ได้จากการสัมภาษณ์และการสังเกต มานำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวแนวใหม่ ในเว็บไซต์หมู่บ้านม้งคอยปุยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการนำผลวิเคราะห์สัญญามาเสนอข้อมูลที่แตกต่างจากเดิม สามารถให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ เพราะเป็นสัญญาที่นอกเหนือไปจากที่เคยนำเสนอ ซึ่งสามารถนำมาสู่การท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่วนสิ่งที่ควรฟื้นฟูและอนุรักษ์ต่อรวมไปถึงสิ่งที่สามารถเป็นสัญญาของหมู่บ้านม้งคอยปุย ผู้ศึกษาเลือกนำเสนอข้อมูลในเว็บไซต์ตามแนวคิดทางการตลาด ในเรื่องการบริหาร วิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ( SWOT Analysis) ของหมู่บ้านม้งคอยปุย ดังต่อไปนี้คอยปุยมินิมาราธอน ผู้สูง อายุ 107 ปี สวนสองแสน สำนักสงฆ์คอยปุย เส้นทางออพโรด เพลงสาวเจียงใหม่และเพลงเพลินภูพิงค์

5.1.3 การออกแบบเว็บไซต์ ขั้นตอนการออกแบบเว็บไซต์ ผู้ศึกษานำเอาผลการวิเคราะห์สัญญาและความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อการออกแบบเว็บไซต์หมู่บ้านม้งคอยปุยและข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการสังเกต มาออกแบบเว็บไซต์ตามขั้นตอนในการออกแบบเว็บไซต์ คือ ขั้นตอนการวางแผน โดยการกำหนด วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย สิ่งสำคัญของเว็บไซต์ ลักษณะเนื้อหาภายในเว็บไซต์และแนวโน้มในอนาคต ทางด้านขั้นเตรียมการผลิต ผู้ศึกษาอิงตามแนวคิดการออกแบบเว็บไซต์ ประกอบด้วย โครงสร้างเว็บไซต์ การเชื่อมโยงในแต่ละหน้า การร่างรูปแบบเค้าโครงหน้าตาเว็บไซต์และองค์ประกอบศิลป์ที่ใช้ในการออกแบบ ส่วนขั้นการผลิตผู้ศึกษา ได้นำข้อมูลจากขั้นเตรียมการผลิต มาผลิตในโปรแกรมต่าง ๆ คือ โปรแกรม Microsoft windows XP โปรแกรม Dream weaver โปรแกรม Macromedia Flash MX โปรแกรม Adobe

Photoshop CS และโปรแกรม Adobe Illustrator CS2 จากนั้นก็จะได้ ต้นแบบหน้าตาเว็บไซต์ของ หมู่บ้านมังคดยปุยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

5.1.4 สรุปการประเมินความพึงพอใจต่อการออกแบบเว็บไซต์ ผู้ศึกษาใช้วิธีการสัมภาษณ์โดยแจกแบบประเมินความพึงพอใจ ต่อการออกแบบเว็บไซต์ต้นแบบของหมู่บ้าน มังคดยปุย กับกลุ่มตัวอย่างและกลุ่มผู้ประเมิน ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ ประชากรหมู่บ้านมังคดยปุย ใกล้เคียง กลุ่มนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ ทั้งหมด 20 คน สรุปได้ว่าความพึงพอใจต่อการออกแบบเว็บไซต์ต้นแบบหมู่บ้านมังคดยปุยเพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยว โดยวัดจากค่าเฉลี่ยของระดับความพอใจ มีค่าเฉลี่ย 3.79 จัดอยู่ในความพึงพอใจระดับมาก

## 5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์สัญญาณของหมู่บ้านมังคดยปุยเพื่อออกแบบเว็บไซต์ ส่งเสริมการท่องเที่ยว สามารถอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

5.2.1 ในการศึกษาการออกแบบเว็บไซต์นั้น ขั้นตอนที่มีความจำเป็นต้องศึกษาโดยรอบ คอบเป็นอย่างมากคือ ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา โดยการสัมภาษณ์เกี่ยวกับ เรื่องสัญญาณ ข้อมูลทางด้านประวัติศาสตร์ของหมู่บ้านมังคดยปุยและการแจกแบบสอบถาม เนื่องจากเป็นขั้นตอนที่ศึกษาเพื่อให้ทราบ ถึงสัญญาณและความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อ การออกแบบเว็บไซต์หมู่บ้านมังคดยปุย อันเป็นเป้าหมายหลักของการศึกษา เมื่อได้ข้อมูลจากการ วิเคราะห์แล้วจึงจะสามารถทำการออกแบบเว็บไซต์ ในขั้นตอนต่อไป

5.2.2 การนำไปทดสอบหรือการประเมินความพึงพอใจต่อการออกแบบเว็บไซต์ ผู้ศึกษา ได้นำต้นแบบเว็บไซต์หมู่บ้านมังคดยปุยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไปทดสอบ กับกลุ่มตัวอย่าง กลุ่ม นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ ได้ข้อคิดเห็นคือ มีความพึงพอใจในส่วนของการนำไปใช้เพื่อการ ท่องเที่ยว การสื่อความหมาย ทางวัฒนธรรม การแบ่งหมวดหมู่เนื้อหาโดยเฉพาะภาพรวมของการ ออกแบบเว็บไซต์มีความน่าสนใจในด้านการจัดองค์ประกอบการใช้โทนสี แต่ส่วนที่ต้องปรับปรุงคือ หน้าลิงค์ภาษาอังกฤษ ควรตรวจสอบความหมายเช่น การศึกษา (EDUCATION) ให้เป็นชื่อโรงเรียนเจ้า พ่อหลวงอุปถัมภ์ 1 เลข ส่วนการนับถือผี (Ghost) ให้เปลี่ยนเป็นการนับถือผีบรรพบุรุษ (Ancestor Ghost) ก็จะสามารถสื่อความหมายได้ตรง ทางด้านการออกแบบอินเตอร์แอคทิฟ คือการแลกเปลี่ยน ความคิดเห็น นอกจากติดต่อผ่าน E-mail ควรมีการตั้งกระทู้หรือการตอบคำถามจากทางเว็บบอร์ด เพื่อ เพิ่มเติมเว็บไซต์และเมื่อนำไปใช้จริงก็จะมีประสิทธิภาพดีขึ้น

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 การวิเคราะห์สัญญาณของหมู่บ้านมั่งคอบปุ๋ยและความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง ต่อการออกแบบเว็บไซต์ มีกลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและประชากรหมู่บ้านมั่งคอบปุ๋ย ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างคนละกลุ่มกัน ผลจากการวิเคราะห์สัญญาณและความต้องการเว็บไซต์หมู่บ้านมั่งคอบปุ๋ย บางอย่างไม่เหมือนกัน เช่น นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการสัญญาณการท่องเที่ยว คือการถ่ายรูปกับดอกไม้และจับจ่ายซื้อของ ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการสัญญาณการท่องเที่ยวคือ การชมธรรมชาติและเยี่ยมชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ซึ่งผลจากการวิเคราะห์สัญญาณของหมู่บ้านมั่งคอบปุ๋ยและความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง ภาพโดยรวมแล้วก็จะมีทิศทางที่คล้าย ๆ กัน ไม่ได้แย้งกันโดยสิ้นเชิง

5.3.2 จำนวนของประชากรของนักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวหมู่บ้านมั่งคอบปุ๋ย ยังมีตัวเลขที่ไม่ค่อยชัดเจนมากนัก ส่วนประชากรหมู่บ้านมั่งคอบปุ๋ย มีจำนวนที่แน่นอน ผู้ศึกษาจึงเลือกวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างคือ ใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi Sampling) เริ่มจากการกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวหมู่บ้านมั่งคอบปุ๋ย 100 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวหมู่บ้านมั่งคอบปุ๋ย 100 คน ประชากรหมู่บ้านมั่งคอบปุ๋ย 100 คน ให้แต่ละกลุ่มเท่าๆ กัน จากนั้นใช้ การสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด คือ 300 คน

5.3.3 จากการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์สัญญาณของหมู่บ้านมั่งคอบปุ๋ยเพื่อออกแบบเว็บไซต์ ส่งเสริมการท่องเที่ยว ครั้งนี้มีข้อเสนอแนะ คือ การวิเคราะห์ข้อมูลบางเรื่องยังไม่ละเอียด ส่งผลต่อการให้ข้อมูลที่น้อยและการใช้รูปภาพนำเสนอในเว็บไซต์บางภาพ ยังอธิบายผ่านรูปภาพเพื่อการท่องเที่ยว ยังไม่สามารถสื่อสารให้เกิดประสิทธิภาพได้ตรงตามความต้องการ

5.3.4 การค้นหาเว็บไซต์ในระบบอินเทอร์เน็ต ยังมีการค้นหาชื่อเว็บไซต์ที่อยากต่อการเจอจึงควร วางแผนในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์ ทางด้านการสื่อสารและทางการตลาด เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้ทราบและง่ายต่อการค้นหา

5.3.5 ภาพถ่ายที่นำมาใช้ประกอบการออกแบบเว็บไซต์ควรมีการศึกษาเรื่ององค์ประกอบ การถ่ายภาพเช่น แสงหรือมุมกล้อง เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของเว็บไซต์

#### 5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

5.4.1 กลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มผู้รับสาร สามารถนำรูปภาพของหมู่บ้านมั่งคอบปุ๋ยที่ได้จากที่อื่นๆ รวมไปถึงที่ได้จากการที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังหมู่บ้านมั่งคอบปุ๋ย มาส่งทางเว็บไซต์และยังสามารถมีการวิจารณ์รูปภาพต่าง ๆ ที่มีอยู่ในเว็บไซต์ได้ด้วย

5.4.2 การนำคลิปวิดีโอ มาแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับหมู่บ้านมั่งคอบปุ๋ย มาอัปขึ้นบนเว็บไซต์ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มผู้รับสารคนอื่น ๆ ได้รับข้อมูลการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจของหมู่บ้านได้เพิ่มมากขึ้น เช่นผู้ที่เคยมาท่องเที่ยวในหมู่บ้านแล้วสามารถนำคลิปวิดีโอของตนเองมาอัปขึ้นบนเว็บไซต์ ให้กลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ ได้ชม ซึ่งสอดคล้องกับโลกยุคใหม่ที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

5.4.3 การพัฒนาเรื่องของภาษา นอกจากภาษาอังกฤษแล้วภาษาที่ได้รับความนิยม เช่น ภาษาจีน ภาษาฝรั่งเศส ภาษาญี่ปุ่น เป็นต้น เพราะจะทำให้กลุ่มเป้าหมายได้เพิ่มขึ้นส่วนการแลกเปลี่ยนหรือการแนะนำ ในเรื่องของคุณภาพและสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งจะสามารถทำให้นักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นและได้รับความนิยมจากทั่วโลกต่อไป

5.4.4 การพัฒนาในเรื่องของวัตถุประสงค์ คือ เพื่อการท่องเที่ยว ส่วนสำหรับการศึกษาค้างต่อไป ควรเพื่อพัฒนาเป็นเว็บไซต์เพื่อธุรกิจ เช่น การขายสินค้าและจองที่พักได้บนเว็บไซต์ ซึ่งสามารถส่งเสริมรายได้ สร้างงาน สร้างอาชีพให้กับหมู่บ้านมั่งคอบปุ๋ย

5.4.5 สัญญาที่ได้จากการวิเคราะห์ในครั้งนี้ นอกเหนือจากที่จะนำมาใช้ในการออกแบบเว็บไซต์แล้ว ยังมีสัญญาและข้อมูลจากการวิเคราะห์ของหมู่บ้านมั่งคอบปุ๋ย ที่สามารถนำไปใช้ในรูปแบบอื่น เช่น นำสัญญาและข้อมูลของหมู่บ้านมั่งคอบปุ๋ย ไปออกแบบทางสื่อสารมวลชน คือ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ เอกสารแนะนำการท่องเที่ยว รวมไปถึงข้อมูลจากการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังหมู่บ้านมั่งคอบปุ๋ย ไปวางแผนด้านการท่องเที่ยวหรือการวางแผนทางด้านการพัฒนาสังคม เป็นต้น

5.4.6 แนวโน้มในอนาคต การพัฒนาเทคโนโลยีทางด้านหน้าจอกอมพิวเตอร์ จากจอแบนแบบ TCL ก็จะมีการพัฒนาเป็นจอ LCD เช่น ความกว้าง จาก 17 นิ้ว ก็จะพัฒนาขึ้น เป็น 19 นิ้ว เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้หน้าจอกอมพิวเตอร์มีและขนาดความยาวเพิ่มขึ้น ทั้งนี้รวมถึงคอมพิวเตอร์โน้ตบุคด้วย ส่งผลให้การออกแบบรูปร่างหน้าตาเว็บไซต์ในอนาคตควรมีการปรับการออกแบบให้รองรับกับเทคโนโลยีทางด้านหน้าจอกอมพิวเตอร์

## บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2550. ยุทธศาสตร์การพัฒนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.2547-2551. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.tat.or.th> (5 กันยายน 2551).
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2550. สรุปผลการดำเนินงานคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ ปี 2550-2551. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.tat.or.th> (5 กันยายน 2551).
- กระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานศึกษาธิการเขต เขตการศึกษา 8 สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ. 2535-2539. ชาวเขาในประเทศไทยและแผนพัฒนาการศึกษาบนพื้นที่สูง.
- กระเนจ. 2552. สาละวินโพสต์. นิตยสารราย 2 เดือน. มกราคม-กุมภาพันธ์. หน้า35-37
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2550. ประวัติศาสตร์การท่องเที่ยวของไทย. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [http://www2.tat.or.th/stat/web/static\\_index.php](http://www2.tat.or.th/stat/web/static_index.php). (24 มิถุนายน 2551).
- จิราภรณ์ อัมพรพรรค์. 2547. ประวัติศาสตร์การท่องเที่ยวของโลก. ภาควิชาอุตสาหกรรมบริการ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยศรีปทุม. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://elearning.spu.ac.th/allcontent/svi314/class2.htm> (24 มิถุนายน 2551).
- จิราวรรณ ฉายสุวรรณ. 2547. ยุทธศาสตร์การค้าของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวสินค้าหัตถกรรมผลิตภัณฑ์จากฝ้าย. สถาบันยุทธศาสตร์การค้า.
- ไชยรัตน์ เจริญสิน โอฟาร. 2545. ศัญวิทยา โครงสร้างนิยม หลังโครงสร้างนิยมกับการศึกษารัฐศาสตร์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิภาษา.
- เทศบาลตำบลสุเทพ. 2551. เอกสารเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ วารสารเทศบาลตำบลสุเทพ. ปีที่ 1. ฉบับที่ 1. กรกฎาคม-สิงหาคม. หน้า 13
- วิชชัย ศรีสุเทพ. 2544. คัมภีร์ Web Design : คู่มือออกแบบเว็บไซต์ฉบับมืออาชีพ. กรุงเทพฯ: โปรวิชั่น.
- ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. 2544. Strategic IMC กลยุทธ์สื่อสารการตลาดแบบครบวงจร. Tipping Point Press.
- บรรพจน์ โนแก้ว. 2548. การออกแบบสารสนเทศร่วมกับการจัดการสื่อสำหรับนักท่องเที่ยวผู้มาใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ: ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- ประสิทธิ์ ลีปรีชา. 2548. มั่ง หลากหลายชีวิตจากขุนเขาสู่เมือง. เอกสารวิชาการชาติพันธุ์ศึกษาและ  
การพัฒนา ชุม ทูทางสังคม ลำดับที่ 4. กลุ่มศึกษาชาติพันธุ์และการพัฒนา.  
สถาบันวิจัยสังคม. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พงษ์ศักดิ์ อังกสิทธิ์. 2531. การพัฒนาเกษตรพื้นที่สูง HIGHLAND ASRICULTURAL  
DEVELOPMENT. คณะเกษตรศาสตร์. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พรวิไล โพธิ์เฟือก. 2547. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ  
กรณีศึกษา:หมู่บ้านม้งดอยปุย อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย จังหวัดเชียงใหม่.  
คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พิชญ์ลักษณ์ พิชญกุล. 2549. การประเมินระดับความเป็นมาตรฐานของอุทยานแห่งชาติ  
ดอยสุเทพ-ปุย. ภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.  
[ระบบออนไลน์].แหล่งที่มา  
[http://www.ba.cmu.ac.th/mis/research/res>DataDisplay.php?res\\_code=107](http://www.ba.cmu.ac.th/mis/research/res>DataDisplay.php?res_code=107)
- ไพโรทพิย์ ยิงยสมงคลแสน. 2551. สรุปโครงการเดิน-วิ่งดอยปุยมินิมาราธอนเฉลิมพระเกียรติ 116  
วัน จากวันแม่ถึงวันพ่อ สร้างสามัคคี. ชมรมออกกำลังกายเพื่อสุขภาพหมู่บ้านดอยปุย.  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมนิราช. การศึกษาการพัฒนาภาคเหนือ : หมู่บ้านดอยปุย ตำบลสุเทพ  
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (พ.ศ.2547-2551). [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา  
[http://www.stou.ac.th/Thai/Grad\\_Stdy/Loadtext/Content/12741-14.doc](http://www.stou.ac.th/Thai/Grad_Stdy/Loadtext/Content/12741-14.doc)  
(24 มิถุนายน 2551)
- โรงเรียนเจ้าพ่อหลวงอุปถัมภ์ 1. 2552. บันทึกจดหมายเหตุ.
- วชิ เรื่องพรวิสุทธิ์. 2550. การบริโภคสัญญาณในการท่องเที่ยวของสังคมไทยร่วมสมัย. สาขาวิชาสื่อ  
ศิลปะและการออกแบบสื่อ.บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิวัฒน์ รุ่งเรืองผล. 2552. หลักการตลาด Principle of Marketing. ภาควิชาการตลาด  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิวัฒน์ ตามี. 2550. เสียงชนเผ่า สื่อแนวราบจากชุมชนบนพื้นที่สูง. ปีที่1 .ฉบับที่ 2.  
เชียงใหม่ : โคชยัน มีเดีย.
- สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง. 2551. เอกสารแนะนำเทศกาลการท่องเที่ยวหมู่บ้านม้งดอยปุย.  
โครงการขยายผลโครงการหลวงดอยปุย.
- สรณี วงศ์เบ็ญสังข์. 2544. รายงานการวิจัยเรื่องวาทกรรมสื่อโฆษณาการท่องเที่ยว : ภาพตัวแทน  
ตัวตนและความเป็นไทย. ภาควิชาภาษาอังกฤษ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.



สุนิสา ฉันทรัตน์โยธิน. 2545. ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชน : กรณีศึกษาหมู่บ้านคอยปุย  
 ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่. แผนกวิชามานุษยวิทยา คณะมนุษยศาสตร์  
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด. 2539-2540. รายงานการสำรวจฝิ่น  
 ประจำปี 2539-2541.

อภิสิทธิ์ ชวนไชยสิทธิ์. 2550. การออกแบบภาพสำเร็จรูปแนววัฒนธรรมล้านนา. การค้นคว้าแบบ  
 อิสระ: ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ. บัณฑิตวิทยาลัย  
 มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Bob McKercher and Hilary du Cros. 2002. **Cultural Tourism**. The Haworth Hospitality Press.  
 London. New York. Oxford.

David Crouch. 1999. **LEISURE/TOURISM GEOGRAPHIES**. London. New York.  
 Department of Communication Studies. 2008. **Fundamentals of Public Communication**.  
 Ball State University.

Jason Beard. 2007. **The Principles of Beautiful Web Design**. SitePoint Pty. Ltd.. Canada.

Joseph J. Marqua. 2006, 2002, 1999. **Tourism The Business of Travel**. Pearson Education  
 International.

Lisa Lopuck. 2006. **Web Design For Dummies**. Wiley Publishing, Inc. Indianapolis. Indiana

Merrell, Floyd. 2001 “**Charles Sanders Peirce’s concept of the sign**” in Semiotics and  
 Linguistics. (London and New York : Routledge,) pp. 28-30.

Paul and Elaine Lewis. 1994. **Peuples du Triangle d’Or**. editions olizane.

Peter Van Dijck. **Information Architecture for Designers**. Struring webdites for business  
 success.

Roy A. Cook. 2006. **Tourism the Business of Travel**. Pearson Education International.

Saussure, Ferdinand de. 1974. **Course in General Linguistics**. London : Fontana.



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## ภาคผนวก ก

## รายนามผู้ให้สัมภาษณ์

พระครูวิทิศาสนกิจ (พระอาจารย์ไพโรจน์ วิโรจโน)		เจ้าอาวาส สำนักสงฆ์คอยปุย
นายอำนาจ	เฟื่องฟูกิจการ	ผู้ใหญ่นบ้านหมุ่มบ้านคอยปุย
นายพนา	เลาว่าง	ผู้เชี่ยวชาญทางด้านภาษาม้ง
นายยิ่งยศ	หวังวนวัฒน์	ผู้เชี่ยวชาญทางด้านประวัติศาสตร์หมุ่มบ้านคอยปุย
ไพโรทิพย์	ยิ่งยศมงคลแสน	ประธานชมรมออกกำลังกายเพื่อสุขภาพหมุ่มบ้านคอยปุย
นายหู่	เลาว่าง	ผู้อาวุโส หมุ่มบ้านคอยปุย
นางยาหิ	หวังวนวัฒน์	ประธานแม่บ้านหมุ่มบ้านคอยปุย
นายเลาลี	แสงลี	ชาวจีนฮ่อที่มาอยู่คอยปุย ตั้งแต่เริ่มเป็นหมุ่มบ้าน
นายชูชาติ	เลาว่าง	ผู้เชี่ยวชาญด้านเส้นทางการอพยพโรคหมุ่มบ้านคอยปุย
ลุงเลาฝ้าง	แซ่หาง	ผู้สูงอายุ 107 ปี สัมภาษณ์โดยการ ใช้ ภาษาม้ง โดยนายเน้ง แซ่หาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## ภาคผนวก ข

## แบบสอบถาม (ภาษาไทย)

## แบบสอบถามเพื่อการค้นคว้าอิสระ

## การวิเคราะห์สัญญาณของหมู่บ้านมั่งคอยปุยเพื่อการออกแบบเว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยว

แบบสอบถามนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ การรับรู้และความคาดหวังต่อสัญญาณทางวัฒนธรรมของหมู่บ้านมั่งคอยปุย จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อจัดทำ การค้นคว้าอิสระ ของนักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผู้ศึกษาใคร่ขอความช่วยเหลือจากท่านในการตอบคำถามต่าง ๆ ที่ปรากฏอยู่ในแบบสอบถาม ความเห็นใด ๆ ของท่าน ถือว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง ข้อมูลที่ได้รับจะนำไปใช้ประกอบในการศึกษาวิจัยเท่านั้น

## แบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการมาท่องเที่ยวหมู่บ้านมั่งคอยปุย จังหวัดเชียงใหม่
- ส่วนที่ 2 การรับทราบประวัติศาสตร์หมู่บ้านมั่งคอยปุยผ่านสื่อ
- ส่วนที่ 3 ความต้องการข้อมูลและสัญญาณเมื่อนำเสนอบนเว็บไซต์หมู่บ้านมั่งคอยปุย
- ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบและนำเสนอบนเว็บไซต์ที่ต้องการ
- ส่วนที่ 5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ศึกษาขอขอบคุณท่านผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ได้สละเวลาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved  
สื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Tel.053 - 944846

(สำหรับผู้วิจัย - ผู้เก็บข้อมูล)

เลขที่ : .....วันที่ : .....สถานที่ : .....

ผู้เก็บข้อมูล.....

## แบบสอบถาม

การวิเคราะห์สัญญาณของหมู่บ้านมั่งคองปุ๋ยเพื่อการออกแบบเว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยว  
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ให้ตรงกับ  หน้าข้อความที่เป็นคำตอบของท่านหรือเขียน  
 คำตอบในบรรทัดที่เว้นไว้ให้

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการมาท่องเที่ยวในหมู่บ้านมั่งคองปุ๋ย จังหวัดเชียงใหม่  
 (สำหรับนักท่องเที่ยว)

- จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในหมู่บ้านมั่งคองปุ๋ย จังหวัดเชียงใหม่
 

1 ครั้ง	2 ครั้ง	3 ครั้ง
4 ครั้ง	5 ครั้ง	อื่นๆ...(โปรดระบุ).....
- โดยส่วนใหญ่แล้ว ท่านจะใช้ช่วงเวลาใดเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านมั่งคองปุ๋ย  
 ปกติภาคการศึกษา วันหยุดประจำสัปดาห์ ลาพักร้อน  
 ช่วงวันหยุดเทศกาล (วันนักขัตฤกษ์)      อื่นๆ...(โปรดระบุ).....
- ท่านมักเดินทางท่องเที่ยวกับใคร
 

คนเดียว	ครอบครัว/ญาติ	เพื่อน
คณะทัวร์	อื่นๆ...(โปรดระบุ).....	
- พาหนะประเภทใด ที่ท่านมักใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในหมู่บ้านมั่งคองปุ๋ย
 

รถยนต์ส่วนตัว	รถยนต์ตู้	รถยนต์โดยสาร
รถจักรยาน	รถจักรยานยนต์	อื่นๆ.....
- วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวหมู่บ้านมั่งคองปุ๋ย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |                              |                                      |
|------------------------------|--------------------------------------|
| ท่องเที่ยวชมธรรมชาติ         | ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์               |
| ท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์  | ท่องเที่ยวทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี |
| ท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรม   | ท่องเที่ยวเพื่อความบันเทิง           |
| ท่องเที่ยวเน้นจับจ่ายซื้อของ | ท่องเที่ยวเพื่อเกมส์กีฬา             |
| ท่องเที่ยวเพื่อประชุม        | อื่นๆ...(โปรดระบุ).....              |

6. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในหมู่บ้านมั่งคองปุย สำหรับท่าน คืออะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั่วไป

การคมนาคมสะดวก

ใกล้ตัวเมือง

ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวแห่งอื่นๆ

มีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่างๆ เช่น ห้องน้ำ ร้านอาหาร

ความปลอดภัย

แปลก, มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

ความสะอาด

ความสวยงาม

ความเป็นธรรมชาติ

ความดั้งเดิมของวิถีชีวิต-ศิลปวัฒนธรรม-ประเพณี

เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เพิ่งค้นพบใหม่ ยังมีความบริสุทธิ์อยู่มาก

กลัวจะเป็นคนล่าสมัยถ้ายังไม่ได้ไป

อื่นๆ...(โปรดระบุ).....

7. สื่อ/แหล่งข้อมูลใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่ท่องเที่ยวหรือกระตุ้นให้ท่านอยากเดินทางมาเที่ยวมากที่สุด

โทรทัศน์

วิทยุ

แผ่นพับ, ใบปลิว, โบรชัวร์

ป้ายโฆษณา, โปสเตอร์

นิตยสาร, วารสาร

หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว

สำนักงาน/บริษัททัวร์

คำบอกเล่า

อินเทอร์เน็ต

อื่นๆ...(โปรดระบุ).....

8. วิธีการจัดการเดินทางของท่าน

ซื้อแพคเกจทัวร์

เพื่อน/หรือคนรู้จักในท้องถิ่นจัดการให้

จัดการเองทั้งหมด

อื่นๆ...(โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 2 การรับทราบประวัติศาสตร์หมู่บ้านมั่งคอยปุยผ่านสื่อ

9. ท่านทราบประวัติศาสตร์หมู่บ้านมั่งคอยปุยหรือไม่

ไม่เคย

เคย

10. ท่านเคยทราบประวัติศาสตร์หมู่บ้านมั่งคอยปุยผ่านสื่อหรือไม่

ไม่เคย

เคย (โปรดระบุสื่อ)

โทรทัศน์

วิทยุ

แผ่นพับ, ใบปลิว, โบรชัวร์

ป้ายโฆษณา, โปสเตอร์

นิตยสาร, วารสาร

หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว

สำนักงาน/บริษัททัวร์

คำบอกเล่า

อินเทอร์เน็ต

อื่นๆ...(โปรดระบุ).....

11. ท่านคิดว่าการนำเสนอประวัติศาสตร์และข้อมูลของหมู่บ้านมั่งคอยปุยผ่านสื่อเว็บไซต์

เหมาะสมหรือไม่

เหมาะสม

ไม่เหมาะสม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ส่วนที่ 3      ความต้องการข้อมูลและสัญญาณเมื่อนำเสนอบนเว็บไซต์

12. ท่านต้องการข้อมูลที่นำเสนอบนเว็บไซต์ของหมู่บ้านมั่งคั่งคอบุญมีอะไรบ้าง  
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ประวัติศาสตร์หมู่บ้านมั่งคั่งคอบุญ ( การอพยพ, ดอกฝิ่น, ในหลวงเสด็จฯ )  
 การศึกษา ( โรงเรียนเจ้าพ่อหลวงอุปถัมภ์ 1 )  
 การท่องเที่ยว ( พิพิธภัณฑ์ชาวเขา, สวนน้ำตก, พิพิธภัณฑ์หุ่น, โครงการหลวง )  
 ภาษา และวรรณกรรม ( อักษรมั่ง, วรรณกรรมมั่ง )  
 อาหารมั่ง ( อาหารคาว – หวาน , อาหารว่าง )  
 การแต่งกายของมั่งคั่งคอบุญ ( ชุดประจำเผ่า )  
 ประเพณีมั่ง ( ระบบเครือญาติ , พิธีกรรมปีใหม่, การทำขวัญ )  
 ศาสนา, ความเชื่อ ( นับถือผี , นับถือคริสต์, นับถือพุทธ, สำนักสงฆ์คอบุญ )  
 ศิลปะดนตรี และการแสดง ( การเป่าแคน, การเป่าขลุ่ย )  
 ศิลปกรรม ( ผ้าเขียนเทียน )  
 เครื่องสักการะ ( ชุ่มประตู่, การตัดกระดาษสา )  
 การละเล่นพื้นบ้าน ( การละเล่นลูกข่าง, การโยนลูกผ้า )  
 สมุนไพร ( ยารักษาโรค, อาหารการกิน )  
 หัตถกรรม ( เครื่องเงิน, ผ้าทอใยกันขง, จักสาน )  
 การเกษตร ( ปลูกลิ้นจี่, ปลูกผัก, การเลี้ยงสัตว์ )  
 สถาปัตยกรรม ( อากาศ, วิถีชีวิต )  
 อื่นๆ...(โปรดระบุ).....



13. ท่านคิดว่าสัญลักษณ์ที่เหมาะสมบนเว็บไซต์ของหมู่บ้านม้งคอยปุยคืออะไร  
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ดอกฝิ่น

ในหลวงเสด็จพระราชดำเนิน

อักษรม้ง

ชุดประจำเผ่า

วิวทิวทัศน์

การเป่าแคน

ลีนจี่

ผ้าเขียนเทียน

ซุ้มประตู

การละเล่นลูกข่าง

การโยนลูกผ้า

เครื่องเงิน

ผ้าทอใยกันซง

เครื่องจักสาน

เด็กม้ง

หน้าไม้

โรงเรียนเจ้าพ่อหลวงอุปถัมภ์ 1

สำนักสงฆ์คอยปุย

พิพิธภัณฑ์ชาวเขา

สวนน้ำตก

พิพิธภัณฑ์หุ่น

หมูม้ง

อื่นๆ...(โปรดระบุ).....

ลิขสิทธิ์ในเอกสารนี้สงวนลิขสิทธิ์โดย  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบและนำเสนอบนเว็บไซต์ที่ท่านต้องการ

14. ท่านคิดว่าเว็บไซต์ควรรีใช้ภาษาใด

ภาษาไทย

ภาษาอังกฤษ

ทั้งภาษาไทยและอังกฤษ

อื่นๆ...(โปรดระบุ).....

15. วัตถุประสงค์การสร้างเว็บไซต์

เพื่อนำเสนอและแนะนำในเรื่องของประวัติศาสตร์ของหมู่บ้านมั่งคอยปุย

เพื่อนำเสนอสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของหมู่บ้านมั่งคอยปุย

เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของหมู่บ้านมั่งคอยปุย

เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีจำนวนมากขึ้น

เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อื่นๆ...(โปรดระบุ).....

16. ท่านคิดว่ารูปภาพบนเว็บไซต์ควรรีใช้รูปภาพลักษณะใด(เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

รูปภาพที่ถ่ายทอดตามความเป็นจริง (Realistic)

รูปภาพที่ถ่ายทอดด้วยการตัดแปลง (Distortion) เช่น ภาพในลักษณะการ์ตูน

รูปแบบภาพที่ถ่ายทอดตามความรู้สึก (Abstraction) เช่น ภาพตามจินตนาการ

อื่นๆ...(โปรดระบุ).....

17. การนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์ควรมี คลิปวิดีโอ เกี่ยวกับหมู่บ้านมั่งคอยปุย หรือไม่

ควรมี คลิปวิดีโอ

ไม่ควรมี คลิปวิดีโอ

18. การนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์ควรมี เพลงภาษาฝรั่งหรือไม่

ควรมี เพลงภาษาฝรั่ง

ไม่ควรมี เพลงภาษาฝรั่ง

19. ถ้าคุณนึกถึงหมู่บ้านม้งคอยปุย คุณนึกถึงสีอะไร

- |           |                         |
|-----------|-------------------------|
| สีดำ      | สีชมพู                  |
| สีบานเย็น | สีน้ำตาล                |
| สีเทา     | สีม่วง                  |
| สีเขียว   | สีเหลือง                |
| สีน้ำเงิน | อื่นๆ...(โปรดระบุ)..... |

20. ชื่อเว็บไซต์หมู่บ้านม้งคอยปุยควรเป็นชื่ออะไร

- |                                      |   |
|--------------------------------------|---|
| www.doipui. (คอยปุย)                 | www.hmongdoipui. (ม้งคอยปุย)            |
| www.doipuivillage. (หมู่บ้านคอยปุย)  | www.historydoipui.(ประวัติศาสตร์คอยปุย) |
| www.culturaldoipui. (วัฒนธรรมคอยปุย) | www.doipuitourism. (ท่องเที่ยวคอยปุย)   |
| www.visitdoipui.(เยี่ยมชมคอยปุย)     | www.beautifuldoipui. (คอยปุยสวย)        |
| อื่นๆ...(โปรดระบุ).....              |   |

21. ชนิดตัวอักษรที่ใช้บนเว็บไซต์

- Serif หรือตัวอักษรแบบ โรมัน ให้ความรู้สึกถึงความเก่า
- San Serif หรือตัวอักษรแบบ Gothic ให้ความรู้สึกถึงความทันสมัย
- Script หรือตัวอักษรเลียนแบบลายมือ ให้ความรู้สึกไม่เป็นทางการ อิสระ สนุกสนาน
- Display type หรือตัวอักษรประดิษฐ์

22. ภาพโดยรวมเว็บไซต์หมู่บ้านม้งคอยปุยควรเป็นเว็บไซต์ลักษณะใด

- เว็บไซต์ภาคธุรกิจ
- เว็บไซต์การท่องเที่ยว
- เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์

23. การแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นของผู้เข้ามาในเว็บไซต์ควรเป็นแบบใด

- ไม่ควรมีการแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น
- ควรมีการแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น(โปรดระบุ)
- การติดต่อผ่านอีเมล
- การตั้งกระทู้ถามตอบ
- การวิจารณ์(Comments) บทความหรือรูปภาพ
- การส่งรูปภาพหรือการโหลดรูปภาพ
- อื่นๆ...(โปรดระบุ).....

24. ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

ส่วนที่ 5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

25. เพศ

ชาย

หญิง

26. อายุ

ต่ำกว่า 18 ปี

35 - 50 ปี

18 - 35 ปี

สูงกว่า 50 ปี

27. ปัจจุบันท่านอาศัยอยู่ที่จังหวัด

กรุงเทพฯ

เชียงใหม่

ขอนแก่น

นครราชสีมา

สงขลา

อื่นๆ...(โปรดระบุ).....

28. อาชีพ

นักเรียน/นักศึกษา

รับราชการ

พนักงานบริษัทเอกชน

เจ้าของธุรกิจ

อื่นๆ...(โปรดระบุ).....

29. E-mail

มี E-mail (โปรดระบุ E-mail).....

ไม่มี E-mail

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม (ภาษาอังกฤษ)

**Questionnaire**

**Symbolic Analysis of Hmong Doi Pui Village for Tourism Promotion Website Design**

This questionnaire is a part of a historic data collection. The data was concerned about recognition and speculation on the cultural symbols of the Ban Mong Doi Pui village, which was located on the top of Doi Suthep, Chiangmai province, Thailand.

The objective of this independent research was to fulfill the need to complete the course of the Master Degree Education of a student whose major was in the Mass Media Arts and Design Department of the Chiangmai University.

The researcher would gladly to ask you for a cooperation to answer the questions presented in this questionnaire in order to see your ideas and opinion. The information obtained from you would be used for the purpose of completion the independent research.

**The questionnaire was divided into 5 following sections :**

- Sections 1** Dealt with the tourist behaviors when they came to visit Ban Mong Doi Pui Village, Chiangmai province.
- Sections 2** Dealt with the past history of the Ban Mong Doi Pui Village through the utility of mass media.
- Sections 3** Dealt with the demand information and symbols when presented on the Ban Mong Doi Pui Village website.
- Sections 4** Dealt with the suggestion and the recommendation on the methodology of the website presentation in the internet.
- Sections 5** Dealt with the general information obtained from the replies on the questionnaires.
- Thank you very much for taking the time to answer the following questions.

The student a Master of Arts (Media Arts and Design)

Chiang Mai University Tel.053 - 440506

**(Interviewer only)**

No : .....Date : .....Place: .....

Interviewer.....

**Research Questionnaires**

**Note:** This is the Symbolic Analysis of Hmong Doi Pui Village for Tourism Promotion Website Design.

**Instructional Statement:** Please make a correct symbol (  ) in the square  in front of the statement or write your own answer in the blank space.

**Sections 1** Dealt with the tourist behaviors when they came to visit Ban Mong Doi Pui Village, Chiangmai province.

1. The number of times you have visited the Ban Mong Doi Pui Village, Chiangmai province?

- 1 times      2 times      3 times  
 4 times      5 times      others (please indicate).....

2. For the greater part of your time, which period of time, did you travel to the Ban Mong Doi Pui Village, Chiangmai province?

- End of the semester      Weekend      Holidays  
 Vacation      others (please indicate).....

3. Who do you usually travel with?

- Alone      Family      Friends  
 Tour Party      others (please indicate).....

4. What type of vehicle did you use to travel to the Ban Mong Doi Pui Village, Chiangmai province?

- Personal sedan      Van      Bus  
 Bicycle      Motorcycle      others .....

5. Purpose of traveling for this trip?

- Nature tour      Eco tour  
 History tour      Science and Technology tour  
 Culture tour      Entertainment tour  
 Shopping tour      Sports tour  
 Meetings tour      others (please indicate).....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright © by Chiang Mai University  
 All rights reserved

6. What were the decisive factors in the traveling to the Ban Mong Doi Pui Village, Chiangmai province? (It could be more than one item.)

- Famous
- Good transportation
- Close to township
- Near other Tourist attractions
- Good restaurants and restrooms
- Safety and security
- Uniqueness, strange
- Cleanliness
- Beautiful
- Natural
- Primitive living condition
- Newness, purity
- Not modern, if not go
- others (please indicate).....

7. What kind of mass media that had the result on decision making to travel to the Ban Mong Doi Pui Village, Chiangmai province?

- Television
- Radio
- Pamphlets, leaflets
- Poster and advertisement
- Magazine and Journal
- Travel recommendation Booklets
- Travel Agents
- Mouth to mouth story telling
- Internet
- others (please indicate).....

8. Travelling arrangement

- Purchased packaged tour from overseas
- Purchased packaged tour in Thailand
- Own arrangement
- Friend/ acquaintance in the local make the arrangement
- others (please indicate).....

**Sections 2** Dealt with the past history of the Ban Mong Doi Pui Village through the utility of mass media.

9. Do you know the history of the Ban Mong Doi Pui Village, Chiangmai province?

I don't know.

I know.

10. Do you know the history of the Ban Mong Doi Pui Village, Chiangmai province from mass media?

I don't know.

I know. (Please indicate)

Television

Radio

Pamphlets, leaflets

Poster and advertisement

Magazine and Journal

Travel recommendation Booklets

Travel Agents

Mouth to mouth story telling

Internet

others (please indicate).....

11. What do you think about the appropriateness or suitability of the Ban Mong Doi Pui Village history presentation through the advertisement on the internet?

Suitable

Unsuitable



**Sections 3** Dealt with the level of knowledge, recognition, needs, and demands on the Ban Mong Doi Pui Village website.

12. What do you think about the demand information on the Ban Mong Doi Pui Village website?  
(It could be more than one item.)

**Ban Doi Pui History** [*Migration and settlement Opium Poppy, King traveled*]

**Education** [*King Patronage School 1*]

**Tourism** [*Tribal Museum, Water falls, Android Museum, King Project*]

**Language and Literature** [*Hmong Alphabets and Hmong literature*]

**Hmong Foods** [*Normal meals and dessert as well as light meals*]

**Hmong Doi Pui garments** [*Hmong Tribe clothing fashion*]

**Hmong Traditions** [*Kinship and family linkage, Rituals new Year and Morale ceremony*]

**Religion and beliefs** [*Ghost worshipping, Christianity and Buddhism, Buddhist temple*]

**Music, Arts, Drama** [*Flute and flute displaying*]

**Arts** [*Candle-screening on cloth*]

**Worshipping Idols** [*Gate Pillars, and Sa paper cutting*]

**Domestic Folklores** [*Top playing and Cloth-throwing*]

**Herbs** [*Herbal medicine and treatment, herbal foods*]

**Handicrafts** [*Silverwares, Cloth yarn weaving, and bamboo handicrafts*]

**Agriculture** [*Lychee cultivation, vegetables growing, and cattle keeping*]

**Geography** [*Weather and Scenery*]

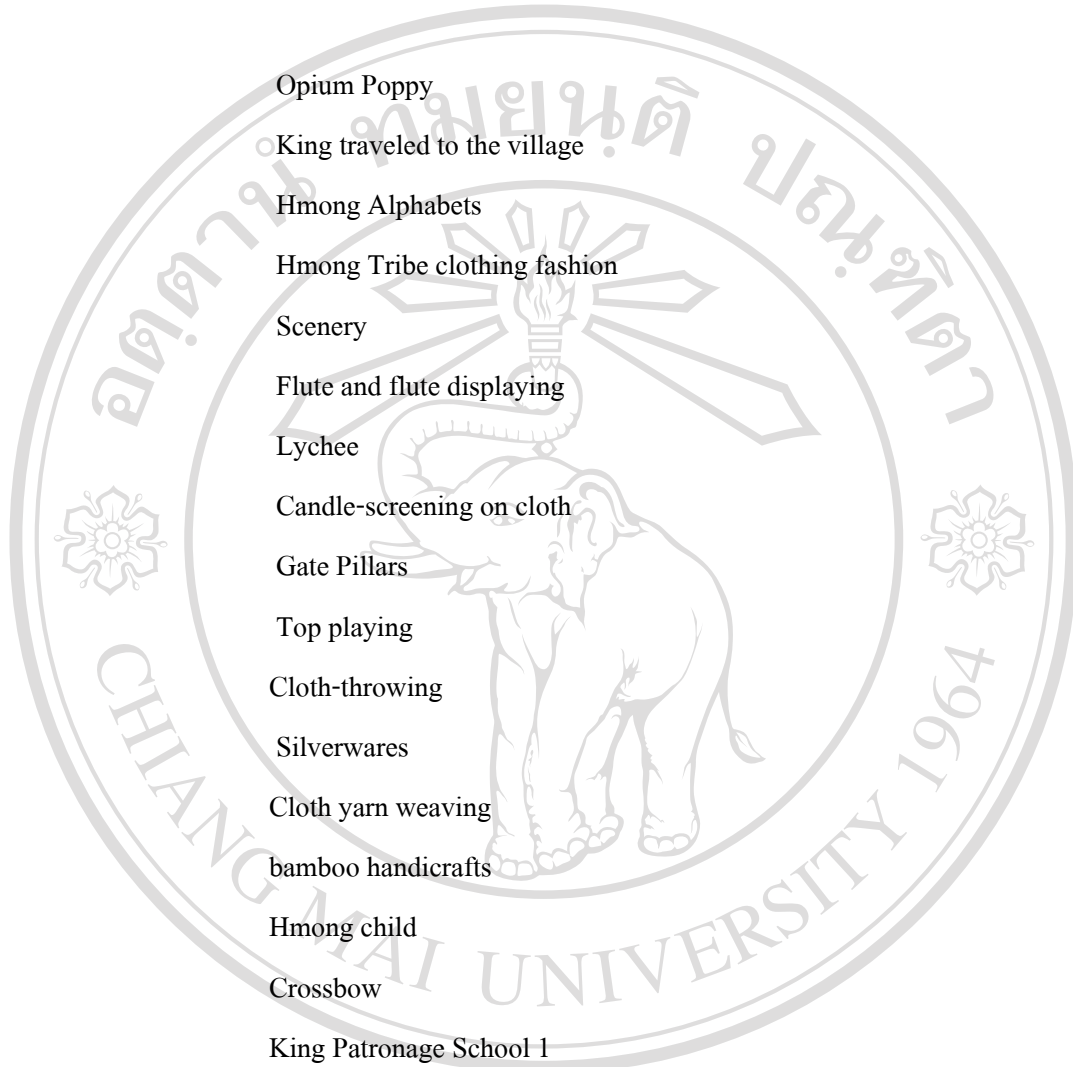
others (please indicate).....

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

13. What do you think about the demand symbols on the Ban Mong Doi Pui Village website?

(It could be more than one item.)



Doi Pui Buddhist temple

Tribal Museum

Water falls

Android Museum

pig of momg

others (please indicate).....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

**Sections 4** Dealt with the suggestion and the recommendation on the methodology of the website presentation in the internet.

14. What do you think about the website language?

Thai language

English language

Thai and English languages

others (please indicate).....

15. What were the website construction objectives?

To present the historic suggestions on the Ban Mong Doi Pui Village,  
Chiangmai province

To present the cultural recommendation on the Ban Mong Doi Pui Village,  
Chiangmai province

To support the Ban Mong Doi Pui Village tourism

To increase the number of tourists and travelers

To increase the toyrsim potentiality of the Ban Mong Doi Pui Village,  
Chiangmai province

others (please indicate).....

16. What do you think about the kind of pictures on the Ban Mong Doi Pui Village website?

(It could be more than one item.)

Realistic pictures

Distortion pictures such as cartoons and animation

Abstraction pictures such as imagination pictures

others (please indicate).....

17. Should it have Video clips about Ban Mong Doi Pui Village, Chiangmai province?

It should have Video clips

It should not have Video clips

18. Should the web presentation have Hmong songs?

It should have Hmong songs.

It should not have Hmong songs.

19. When you think of Ban Mong Doi Pui Village, Chiangmai province, what color came into your mind?

- |                               |        |        |
|-------------------------------|--------|--------|
| Black                         | Pink   | Brown  |
| Magenta                       | Purple | Yellow |
| Gray                          | Green  | Blue   |
| others (please indicate)..... |        |        |

20. What would be the appropriate name for the Website?

- |                               |                      |
|-------------------------------|----------------------|
| www.doipui.                   | www.hmongdoipui.     |
| www.doipuivillage.            | www.historydoipui.   |
| www.culturaldoipui.           | www.doipuitourism.   |
| www.visitdoipui.              | www.beautifuldoipui. |
| others (please indicate)..... |                      |

21. Kind of Font being used in the Website?

- Serif or Roman Alphabets would be used to indicate old times or ancient periods.
- San Serif or Gothic Alphabets would be used to designate the modern time.
- Script or the imitation of hand writing would give the feeling of informality and independence as well as fun and pleasure.
- Display type or Inventive Alphabets

22. What kind of website it would be suitable for the Ban Meo Doi Pui Hmong village?

- Business website
- Tourism website
- Information website

23. What form of opinion exchange in the website it would be appropriate?

- There should not be any exchange of ideas or opinion.
- There should be some exchange of ideas or opinion. (Please indicate)
- E-mail contacts
- Questions and answers
- Comments or pictures or articles
- Membership
- Picture download
- others (please indicate).....

24. Suggestion

.....

.....

.....

.....

.....

**Sections 5** Dealt with the general information obtained from the replies on the questionnaires.

25. Sex



Male

Female



26. Age

younger than 18

18-35

36-50

older than 50

27. Nationality

Japanese

Chinese

American

French

German

Canadian

Australian

others (please indicate).....

28. Occupation

Student

Government service

Officer in private sector

Business owner

others others (please indicate).....

29. E-mail

Yes. I have E-mail (please indicate .....

No. I don't have E-mail

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright © by Chiang Mai University  
 All rights reserved

## ภาคผนวก ง

## แบบสัมภาษณ์

## แบบสอบถามและคำถามในการสัมภาษณ์เพื่อการคัดคว้าอิสระ

## 1. คำถามเกี่ยวกับการรับทราบประวัติศาสตร์หมู่บ้านมั่งคองปุย

- การก่อตั้งหมู่บ้านมั่งคองปุย มีความเป็นมาอย่างไร
- การอพยพตั้งรกรากของหมู่บ้านมั่งคองปุย
- การบุกทลายโรงงานผลิตฝิ่นเถื่อนของพวกจีนฮ่อ ของตำรวจพลร่มและตำรวจชายแดน ที่บ้านแม่ป่างป่าคา หลังคองปุย บนคองสุเทพ เมื่อปี พ.ศ. 2496
- การจัดตั้งโรงเรียนเจ้าพ่อหลวงอุปถัมภ์ 1 ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว
- ฯลฯ

## 2. คำถามเกี่ยวกับข้อมูลประวัติศาสตร์หมู่บ้านมั่งคองปุยที่น่าสนใจ

- ท่านพบเห็นบนเว็บไซต์การนำเสนอประวัติศาสตร์และข้อมูลของหมู่บ้านมั่งคองปุยผ่านสื่ออะไรมาบ้าง มากน้อยอย่างไร
- ท่านคิดว่าสื่ออินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อการนำเสนอประวัติศาสตร์และข้อมูลของหมู่บ้านหรือไม่
- ท่านคิดว่าการนำเสนอประวัติศาสตร์และข้อมูลบนเว็บไซต์เหมาะสมหรือไม่
- สื่ออินเทอร์เน็ตสามารถกระตุ้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ของหมู่บ้านได้อย่างไร
- การนำเสนอประวัติศาสตร์และสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมบนเว็บไซต์ควรมีอะไรบ้าง
- ถ้าท่านเป็นนักท่องเที่ยวแล้วนึกถึงคองปุย คุณจะนึกถึงอะไร
- ฯลฯ

## 3. คำถามเกี่ยวกับทัศนคติการออกแบบและนำเสนอบนเว็บไซต์

- วัตถุประสงค์การสร้างเว็บไซต์
  - เพื่อนำเสนอและแนะนำในเรื่องของประวัติศาสตร์ของหมู่บ้านมั่งคองปุย
  - เพื่อนำเสนอสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของหมู่บ้านมั่งคองปุย
  - เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของหมู่บ้านมั่งคองปุย
  - เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีจำนวนมากขึ้น
  - เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

4. คำถามเกี่ยวกับสิ่งที่นอกเหนือไปจากที่นำเสนอ สิ่งที่สามารถนำมาสู่การท่องเที่ยวที่แตกต่าง จากเดิม สิ่งที่ควรฟื้นฟูหรือควรรักษาต่อ

การนำเสนอประวัติศาสตร์และสัญลักษณ์ ทางวัฒนธรรมบนเว็บไซต์	สิ่งที่นอกเหนือไปจากที่นำเสนอ สิ่งที่สามารถนำมาสู่การท่องเที่ยวที่แตกต่าง สิ่งที่ควรฟื้นฟูและอนุรักษ์ต่อ	หมายเหตุ/ ขอเสนอแนะ
1.ประวัติศาสตร์หมู่บ้านม้งคอยปุย	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ การอพยพตั้งรกราก</li> <li>▪ ดอกฝิ่น</li> <li>▪ ในหลวงเสด็จพระราชดำเนิน</li> </ul>	
2.ภาษา และวรรณกรรม	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ อักษรม้ง, วรรณกรรมม้ง</li> </ul>	
3.อาหารม้ง	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ อาหารคาว –หวาน ,อาหารว่าง</li> </ul>	
4.การแต่งกายของม้งคอยปุย	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ชุดประจำเผ่า</li> </ul>	
5.ประเพณีม้ง	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ระบบเครือญาติ</li> <li>▪ พิธีกรรม ปีใหม่ ทำขวัญ</li> </ul>	
6.ศาสนา,ความเชื่อ	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ นับถือผี ,นับถือคริสต์,นับถือพุทธ</li> <li>▪ สำนักสงฆ์คอยปุย</li> </ul>	
7.ศิลปะดนตรี และการแสดง	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ การเป่าแคน,การเป่าขลุ่ย</li> </ul>	
8.ศิลปกรรมล้านนา	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ผ้าเขียนเทียน,หน้าไม้</li> </ul>	
9.เครื่องสักการะ	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ชุ่มประตู่,การตัดกระดาษสา</li> </ul>	
10.การละเล่นพื้นบ้าน	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ การละเล่นลูกข่าง,การ โยนลูกผ้า</li> </ul>	

การนำเสนอประวัติศาสตร์และสัญลักษณ์ ทางวัฒนธรรมบนเว็บไซต์	สิ่งที่นอกเหนือไปจากที่นำเสนอ สิ่งที่สามารถนำมาสู่การท่องเที่ยวที่แตกต่าง สิ่งที่ควรฟื้นฟูและอนุรักษ์ต่อ	หมายเหตุ/ ข้อเสนอแนะ
11. สมุนไพร ▪ ยารักษาโรค, อาหารการกิน		
12. หัตถกรรม ▪ เครื่องเงิน, ผ้าทอใยกันซง, จักสาน		
13. การเกษตร ▪ ปลูกลิ้นจี่, ปลูกผัก, การเลี้ยงสัตว์		
14. การศึกษา ▪ โรงเรียนเจ้าพ่อหลวงอุปถัมภ์ 1		
15. สถาปัตยกรรม ▪ อากาศ, วิถีทัศน์,		
16. การท่องเที่ยว ▪ พิพิธภัณฑ์ชาวเขา, สวนน้ำตก, พิพิธภัณฑ์หุ่น, โครงการหลวง		
17. อื่นๆ...(โปรดระบุ).....		

ลิขสิทธิ์ © การศึกษาเชียงใหม่  
 .....  
 Copyright © by Chiang Mai University  
 .....  
 All rights reserved  
 .....  
 .....  
 .....



## 6. เอกสารประกอบการสัมภาษณ์

สิ่งที่นอกเหนือไปจากที่นำเสนอ/สิ่งที่สามารถนำมาสู่การท่องเที่ยวที่แตกต่างจากเดิม/สิ่งที่ควรฟื้นฟูและอนุรักษ์ต่อ

คอยผากลอง

พันธุ์ไม้วงศ์ก่อ

การฆ่าสัตว์ในพิธีกรรม

การเลี้ยงหมูมิ่ง

โรงเรียนเจ้าพ่อหลวงอุปถัมภ์ 1

สำนักสงฆ์คอยปุย

หน้าไม้

การร่วมกันพัฒนาหมู่บ้านมิ่งคอยปุย

เพลงสาวเจียงใหม่

ผู้คนหลากหลายชาติพันธุ์อยู่ร่วมกัน

การออมทรัพย์ (ออมสิน ไม้ไฟ)

เส้นทางรถไฟโรด/จักรยานและจักรยานยนต์

อื่นๆ.....

ภาพการนำเสนอสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมหมู่บ้านมิ่งคอยปุยบนเว็บไซต์

ดอกฝิ่น

ผ้าทอใยกันซง

ในหลวงเสด็จพระราชดำเนิน

เครื่องจักสาน

อักษรมิ่ง

เค็กมิ่ง

ชุดประจำเผ่า, ลายดอก

หน้าไม้

วิวทิวทัศน์

โรงเรียนเจ้าพ่อหลวงอุปถัมภ์ 1

การเป่าแคน, แคนมิ่ง

สำนักสงฆ์คอยปุย

ลินจี่

พิพิธภัณฑ์ชาวเขา

ผ้าเขียนเทียน

สวนน้ำตก

ซุ้มประตู

พิพิธภัณฑ์หุ่น

การละเล่นลูกข่าง

หมูมิ่ง

การโยนลูกผ้า

เครื่องเงิน

อื่นๆ.....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

## ภาคผนวก จ

## แบบการประเมินความพึงพอใจต่อการออกแบบต้นแบบเว็บไซต์หมู่บ้านมั่งคั่งอยู่

โดย นายเลิศฤทธิ์ ใหม่ประเทศ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชา สื่อศิลปะ และการออกแบบสื่อ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในตัวเลือกที่ต้องการ

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
1. การนำไปใช้เพื่อการท่องเที่ยว					
2. เนื้อหาที่นำเสนอมีความถูกต้อง					
3. สัญลักษณ์ที่ใช้บนเว็บไซต์					
4. การสื่อความหมาย ทางวัฒนธรรม					
5. การออกแบบระบบการสื่อสาร					
6. การนำเสนอท่องเที่ยวแนวใหม่					
7. สีที่ใช้ในการออกแบบเว็บไซต์					
8. รูปภาพที่ใช้ในเว็บไซต์					
9. การออกแบบตัวอักษรและกราฟิก					
10. ความสวยงาม น่าดึงดูดใจ					
11. การใช้ภาษาในเว็บไซต์					
12. การนำเสนอคลิปวิดีโอ					
13. การนำเสนอเพลงภาษาม้ง					
14. มีรูปแบบที่เรียบง่ายไม่ซับซ้อน					
15. การออกแบบระบบนำทาง (Navigation)					
16. ออกแบบการใช้งานที่เข้าใจง่าย					
17. การติดต่อและแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น					
18. ภาพรวมของการออกแบบเว็บไซต์					

คำแนะนำเพิ่มเติม .....

.....

.....

ผู้ศึกษาขอขอบคุณท่านผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ได้สละเวลาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

**ภาคผนวก จ**

**แบบการประเมินความพึงพอใจต่อการออกแบบต้นแบบเว็บไซต์หมู่บ้านม้งดอยปุย (ภาษาอังกฤษ)**

**The assess of satisfied for** Symbolic Analysis of Hmong Doi Pui Village for Tourism Promotion Website Design

By Mr.Lerdlidt Maiprated The student a Master of Arts (Media Arts and Design) Chiang Mai University

**Instructional Statement :** Please make a correct symbol  $\surd$  in the square present

The assess	Satisfied Level (When presented on the internet)				
	Much 5	Much 4	Medi 3	Little 2	Little 1
1.Website Design for Promote Tourism					
2.The right of Data					
3.The Symbols of Website Design					
4.Cultural Presentation on the Website					
5.Information Architecture for Design					
6.Modern Tourism of Presentation					
7.Color Design					
8.Pictures on the Website					
9.Font and Graphic being in the Website					
10.Beautiful and Interesting					
11.Language					
12.Video clips					
13.Hmong songs					
14.Easily and not complex					
15. Navigation					
16.Understand					
17.The contacts and opinion exchange					
18.All Website Design					

**Suggestion**.....  
 .....

Thank you very much for taking the time to answer the following questions.

**ภาคผนวก ข**  
**ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว**

**1. กลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงานในปี 2552**

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด ในปี 2552 ททท. จะเน้นการสร้างกระแสการเดินทาง ทั้งตลาดต่างประเทศและในประเทศให้เกิดขึ้นตลอดทั้งปี ภายใต้กลยุทธ์รณรงค์ส่งเสริม “ปีท่องเที่ยวไทย 2551-2552” ตามนโยบายของรัฐบาล สนองร่วมกับการดำเนินงานสานต่อกลยุทธ์การตลาดในปีที่ผ่านมา ซึ่งจะมีจุดเน้นที่แตกต่างกันไปตามสภาวะและแนวโน้มตลาดในแต่ละพื้นที่

**2. เป้าหมายด้านเศรษฐกิจ**

	ตลาดต่างประเทศ	ตลาดในประเทศ
เป้าหมายรายได้	เพิ่มขึ้นร้อยละ 5	เพิ่มขึ้นร้อยละ 5
ทางการท่องเที่ยว	(ประมาณการรายได้ 630,000 ล้านบาท)	(ประมาณการรายได้ 407,600 ล้านบาท)

ประมาณการ	16 ล้านคน	87.06 ล้านคน
จำนวนนักท่องเที่ยว		

ตารางที่ 2.1 แสดงเป้าหมายด้านเศรษฐกิจ

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลการตลาดเพื่อธุรกิจท่องเที่ยว <http://www.etourisminsight.com>, (30 กรกฎาคม 2552)

**3. กลยุทธ์ส่งเสริมปีท่องเที่ยวไทยทั้งในตลาดต่างประเทศและในประเทศ**

แนวทางการดำเนินงาน

สร้างกระแสให้เกิดการรับรู้และความร่วมมือสนับสนุนปีท่องเที่ยวไทย โดยยังคงนำเสนอแคมเปญ “Amazing Thailand” และสินค้าหลัก 7 หมวด (7 Wonders of Amazing Thailand) ในตลาดต่างประเทศ ซึ่งได้แก่

01 Thainess : The World’s Friendliness Culture – นำเสนอความเป็นตัวตนของคนไทย วิถีชีวิตที่เป็นรากเหง้า ที่มีความเรียบง่าย สงบ เป็นเสน่ห์ของไทย โดยนำเสนอสินค้าที่สะท้อนแนวคิดของสังคมไทย อาทิ วิถีชีวิตของชุมชน การทำอาหารไทย มวยไทย ประเพณีไทย ฯลฯ

02 Treasures : Land of Heritage and History - นำเสนอกลุ่มสินค้าด้านวัฒนธรรมไทย ที่สร้างความภูมิใจในความเป็นชาติ และพร้อมที่จะอวดคู่สายตาชาวโลก กลุ่มสินค้าเหล่านี้ อาทิ สถานที่ซึ่งเป็นมรดกโลก แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ สถานที่ท่องเที่ยวทางศาสนา รวมไปถึงพิพิธภัณฑ์ต่างๆ ฯลฯ

03 Beaches : Sun Surf and Serenity – นำเสนอความแตกต่างที่หลากหลายของทะเลไทย สามารถสร้างความสุข และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทุกรูปแบบ อาทิ พักผ่อน หิว-ชะอำ ฯลฯ

04 Nature : The Beauty of Natural Wonders- นำเสนอกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ Green Tourism การท่องเที่ยวแบบประหยัดพลังงาน สร้างความตระหนักและเกิดความเข้าใจคุณค่าของการเป็นผู้ห่วงใยสิ่งแวดล้อม อาทิ การเดินชมเส้นทางศึกษาธรรมชาติและระบบนิเวศ ส่องสัตว์ ดูนก การล่องแก่ง ฯลฯ

05 Health & Wellness : The Beauty of Wellness and Wellbeing – นำเสนอสินค้าและบริการที่ให้ความสำคัญต่อการบำรุงและบำบัดสุขภาพกายและใจ อาทิ สปา สมาธิ การแพทย์ที่ทันสมัย ฯลฯ

06 Trends : Your Senses with Unique Trends - นำเสนอกลุ่มสินค้าบริการที่สอดคล้องตามกระแสนิยม หรือ In Trend ซึ่งเป็นจุดขายด้วยรูปแบบที่ทันสมัย แปลกตาในแนว Chic, Hip, Modern ทั้งร้านอาหาร แหล่งช้อปปิ้ง บูติกโฮเต็ล รวมถึงสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น อาทิ สวนสนุก ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ฯลฯ

07 Festivities : The Land of Year Round Festivities- กิจกรรมท่องเที่ยวที่ควบคู่ไปกับการความสนุกสนาน รื่นเริง และความบันเทิง โดยนำเอางานเทศกาลระดับโลกและระดับนานาชาติต่างๆ เป็นตัวดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว และสื่อมวลชนต่างชาติ อาทิ Pattaya Music Festival, The Royal Trophy Europe vs Asia Golf Championship ฯลฯ

นอกจากนี้ ในส่วนของ Festivities จะนำเสนอแนวคิดหลัก (Theme) ในการท่องเที่ยวในแต่ละเดือน เพื่อให้ประเทศไทยมีสิ่งที่น่าสนใจตลอดทั้งปี คือ

- เดือนมกราคม: สวรรค์เมืองไทย - Thailand Extravaganza
- เดือนกุมภาพันธ์: ดอกไม้กับความรัก - Flower Paradise
- เดือนมีนาคม: ھرรษา กีฬา คนตรี – Summer Music & Sports
- เดือนเมษายน: เย็นทั่วหล้า มหาสงกรานต์ – Songkran Splendours
- เดือนพฤษภาคม: อร่อยทุกไร่ ชิมไปทุกสวน – Thai Fruit
- เดือนมิถุนายน: เที่ยวไทยหัวใจสีเขียว – Lively Green Journey
- เดือนกรกฎาคม: สืบศาสตร์ สานศิลป์ – Timeless Thai Elegance
- เดือนสิงหาคม: ครอบครัวสุขสันต์ – Family Festival
- เดือนกันยายน: สูดยอเรือสยาม – International Boat Races
- เดือนตุลาคม: มหัศจรรย์ฝั่งโขง – The Magnificent Mekhong River
- เดือนพฤศจิกายน: สีสันแห่งสายน้ำ มหกรรมลอยกระทง – Loi Krathong Festival
- เดือนธันวาคม: สยามสนุก – Siam Sanook

ผนวกกับการต่อยอดแข็งในด้านภาพลักษณ์มิตรไมตรี และสีสันของแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ภายใต้การชูจุดขายภาพลักษณ์ที่โดดเด่นและแตกต่างของแต่ละพื้นที่ในแต่ละภาค ซึ่งได้แก่

- ภาคเหนือ: ชูภาพลักษณ์ “แหล่งวัฒนธรรมล้านนาผสานความมีระดับ” (Classy Lanna) นำเสนอความโดดเด่นของเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมล้านนา ผสมผสานกับความมีสไตล์และมีระดับของสินค้าและบริการ

- กรุงเทพฯ: ชูภาพลักษณ์ “วิถีชีวิตเมืองกรุง” (The Touch of Bangkok) นำเสนอบรรยากาศของชุมชนชาวบางกอกดั้งเดิม ที่แฝงอยู่ในชีวิตทันสมัยสไตล์ชาวกรุงปัจจุบัน

- ภาคกลาง: ชูภาพลักษณ์ “การท่องเที่ยวแบบถวิลหาอดีต” (Nostalgia Tourism) นำเสนอความสงบสบายตามรูปแบบการใช้ชีวิตของชาวไทยภาคกลางในอดีต

- ภาคตะวันออก: ชูภาพลักษณ์ “เที่ยวสนุกทุกระดับ” (Affordable Active Beach) นำเสนอความสนุกสนานของกิจกรรมชายหาด ที่ทุกคนสามารถสัมผัสได้

- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ: ชูภาพลักษณ์ “แหล่งเรียนรู้ อู่อารยธรรม” (The Cradle of Learning and Civilization) นำเสนอความลึกซึ้งของอารยธรรมอีสาน ที่สืบสาวย้อนไปได้ถึงยุคดึกดำบรรพ์

● ภาคใต้ : ชูภาพลักษณ์ “ป่าสวย ทะเลใส” (Blue and Green: Clean and Clear) นำเสนอความบริสุทธิ์ สดใสของผืนป่าและท้องทะเล ที่ได้รับการยอมรับในระดับโลก (<http://www.tourismthailand.org>, 30 กรกฎาคม 2552)

#### **4. กรอบนโยบายของคณะกรรมการ ททท. พ.ศ. 2550 – 2554**

1. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิต ของประชาชนทั่วทุกภูมิภาคของไทย และเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจก่อให้เกิดการสร้างงานและเพิ่มรายได้ ให้กับประเทศ

2. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืน โดยเน้นการขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ ทั้งในพื้นที่ใหม่และในตลาดเฉพาะกลุ่ม ภายใต้การสร้าง ความเข้มแข็งของตราสินค้า (Brand) ประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง

3. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนไทย โดยเน้นการประสานงานระหว่างเครือข่ายภาครัฐกับภาคเอกชน กระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ และการสร้างสรรค์ประโยชน์ทั้งต่อสถาบันครอบครัวและสังคมโดยรวม อันนำไปสู่การสร้างและ กระตุ้นจิตสำนึกรักชาติสิ่งแวดล้อมรวมทั้งให้เกิดความรักและภาคภูมิใจในเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย

4. ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กระจายตัวสู่แหล่งท่องเที่ยวรองมากขึ้น เพื่อสร้างสมดุลระหว่างพื้นที่ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มจังหวัดและข้ามภูมิภาค

5. ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยการทำการตลาดร่วมกัน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวทั้งภายในภูมิภาคและภายนอกภูมิภาค อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานร่วมกันอย่างเป็นระบบและช่วยเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันของภูมิภาคนี้ในตลาดท่องเที่ยวโลก

6. มุ่งพัฒนาองค์กร ระบบบริหารจัดการ และเสริมสร้างบุคลากรให้มีทักษะและจิตความสามารถทางการตลาดท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นองค์กรแห่งการขับเคลื่อน (Driving Force) ที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และมีศักยภาพทางการแข่งขันระดับนานาชาติภายใต้หลักธรรมาภิบาล รวมทั้งพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรในบทบาทเชิงวิชาการและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการตลาด

7. พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (e - Tourism) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประเทศไทย และเสริมสร้างศักยภาพในการส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อสารสนเทศ

8. ส่งเสริมการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว โดยประสานความร่วมมือ และแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน (สำนักงานพัฒนา การท่องเที่ยว <http://www.tourism.go.th>, 30 กรกฎาคม 2552)

### 5. ตารางแสดงจังหวัดท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทย 10 จังหวัดแรก

จังหวัด	ปี พ.ศ. 2550		จังหวัด	ปี พ.ศ. 2554	
	จำนวนนักท่องเที่ยว (พันคน - ครั้ง)	รายรับจากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)		จำนวนนักท่องเที่ยว (พันคน - ครั้ง)	รายรับจากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)
กรุงเทพมหานคร	16,535	181,800	กรุงเทพมหานคร	19,735	255,446
นครราชสีมา	3,219	6,131	นครราชสีมา	3,628	6,438
เชียงใหม่	2,605	18,731	เชียงใหม่	2,847	24,958
ระยอง	1,828	7,243	พัททยา	2,126	13,332
พัททยา	1,800	9,588	ภูเก็ต	1,988	13,952
ขอนแก่น	1,718	4,980	ระยอง	1,931	9,619
ภูเก็ต	1,599	11,772	ขอนแก่น	1,823	5,825
กาญจนบุรี	1,489	5,419	อุดรธานี	1,667	3,232
อุดรธานี	1,484	3,406	กาญจนบุรี	1,564	8,651
สงขลา (หาดใหญ่)	1,472	6,576	ตราด	1,563	6,292
อื่นๆ	29,805	75,899	อื่นๆ	35,317	102,711
<b>รวมทั้งประเทศ</b>	<b>63,552</b>	<b>331,546</b>	<b>รวมทั้งประเทศ</b>	<b>74,190</b>	<b>430,455</b>

ตารางที่ 2.2 แสดงจังหวัดท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทย 10 จังหวัดแรก

ที่มา:สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

[http://www.sri.cmu.ac.th/~gmstourismdownloadForecasting\\_Foreigner.htm](http://www.sri.cmu.ac.th/~gmstourismdownloadForecasting_Foreigner.htm), (30 กรกฎาคม 2552)

### 6. ตารางแสดงจังหวัดท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ 10 จังหวัดแรก



ปี พ.ศ. 2550			ปี พ.ศ. 2554		
จังหวัด	จำนวนนักท่องเที่ยว (พันคน - ครั้ง)	รายรับจาก การท่องเที่ยว (ล้านบาท)	จังหวัด	จำนวน นักท่องเที่ยว (พันคน - ครั้ง)	รายรับจาก การ ท่องเที่ยว (ล้านบาท)
กรุงเทพมหานคร	12,200	166,226	กรุงเทพมหานคร	14,697	216,100
พัทธยา	4,093	48,277	ภูเก็ต	5,844	129,350
ภูเก็ต	3,276	65,548	พัทธยา	4,476	57,161
เชียงใหม่	1,989	22,256	เชียงใหม่	2,506	30,242
สมุทร	969	14,660	สมุทร	1,468	24,037
กระบี่	942	14,348	กระบี่	1,339	22,804
สงขลา (หาดใหญ่)	704	5,332	สงขลา (หาดใหญ่)	666	5,412
ประจวบคีรีขันธ์ (หัว หิน)	454	4,558	ประจวบคีรีขันธ์ (หัว หิน)	657	7,152
เพชรบุรี (ชะอำ)	328	2,726	ยะลา (เบตง)	589	2,044
ระยอง	294	2,070	พระนครศรีอยุธยา	537	3,440
อื่นๆ	3,285	1,722	อื่นๆ	4,257	1,813
<b>รวมทั้งประเทศ</b>	<b>28,533</b>	<b>347,721</b>	<b>รวมทั้งประเทศ</b>	<b>37,035</b>	<b>499,554</b>

ตารางที่ 2.3 ตารางแสดงจังหวัดท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ 10 จังหวัดแรก  
ที่มา:สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

[http://www.sri.cmu.ac.th/~gmstourismdownloadForecasting\\_Foreigner.htm](http://www.sri.cmu.ac.th/~gmstourismdownloadForecasting_Foreigner.htm), (30 กรกฎาคม 2552)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

7. ตารางแสดงผลการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ในตลาดที่สำคัญของประเทศไทย

หน่วย : ล้านคน

ภูมิภาค	พ.ศ. 2550	พ.ศ. 2551	พ.ศ. 2552	พ.ศ. 2553	พ.ศ. 2554
รวมทุกประเทศ	13.72	14.49	15.30	16.16	17.07
เอเชียตะวันออก	7.86	8.24	8.64	9.06	9.50
อาเซียน	3.55	3.80	4.06	4.34	4.64
มาเลเซีย	1.36	1.38	1.41	1.44	1.47
สิงคโปร์	0.90	0.95	1.01	1.07	1.13
จีน	1.01	1.06	1.11	1.15	1.20
ฮ่องกง	0.48	0.49	0.50	0.52	0.53
ญี่ปุ่น	1.33	1.38	1.43	1.47	1.52
เกาหลีใต้	1.05	1.12	1.19	1.27	1.37
ไต้หวัน	0.24	0.19	0.15	0.12	0.10
ยุโรป	3.29	3.52	3.76	4.02	4.30
ฝรั่งเศส	0.31	0.34	0.36	0.39	0.42
เยอรมนี	0.51	0.53	0.56	0.58	0.61
สวีเดน	0.32	0.36	0.41	0.47	0.53
สหราชอาณาจักร	0.82	0.90	0.98	1.07	1.17
อเมริกา	0.85	0.91	0.97	1.04	1.11
แคนาดา	0.16	0.18	0.20	0.23	0.25
สหรัฐอเมริกา	0.66	0.70	0.74	0.78	0.83
เอเชียใต้	0.60	0.64	0.68	0.73	0.78
อินเดีย	0.46	0.52	0.59	0.66	0.74
โอเชียเนีย	0.67	0.75	0.84	0.94	1.05
ออสเตรเลีย	0.57	0.64	0.72	0.81	0.91
ตะวันออกกลาง	0.40	0.44	0.49	0.54	0.59
แอฟริกา	0.08	0.08	0.09	0.09	0.09

ตารางที่ 2.4 ตารางแสดงผลการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ในตลาดที่สำคัญของประเทศไทย

ที่มา : สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

[http://www.sri.cmu.ac.th/~gmstourismdownloadForecasting\\_Foreigner.htm](http://www.sri.cmu.ac.th/~gmstourismdownloadForecasting_Foreigner.htm), (30 กรกฎาคม 2552)

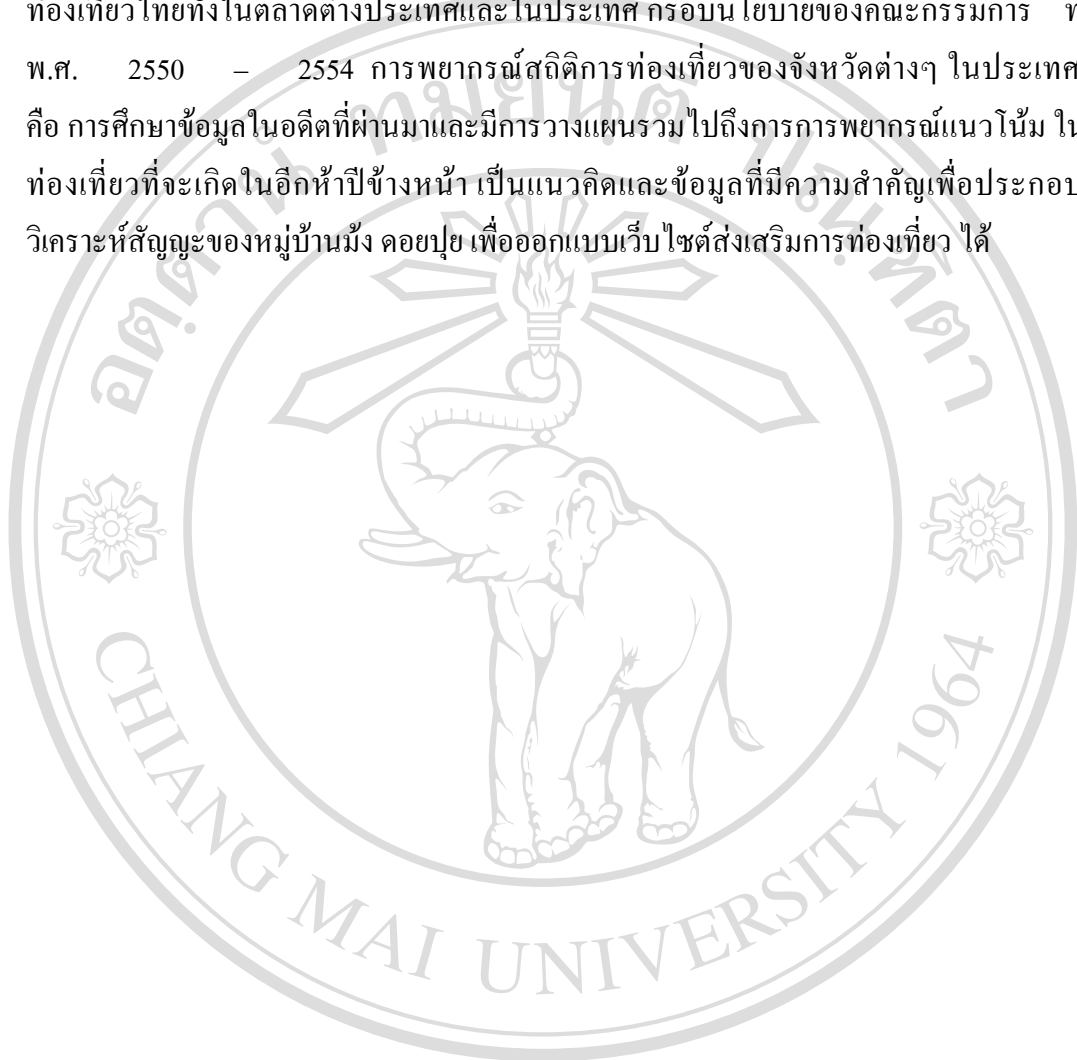
การพยากรณ์สถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดต่างๆ ในประเทศไทยเป็นการประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวและรายรับจากการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยใช้

ข้อมูลสถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดต่างๆ ที่มีการสำรวจโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ททท.) ระหว่างปี พ.ศ. 2530 – 2549 เป็นฐานในการพยากรณ์และประยุกต์ใช้วิธีการที่เสนอโดย สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย ในการประมาณการดังกล่าว ส่วนการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยแยกเป็นรายตลาดที่สำคัญ ที่จะเกิดขึ้นในอีก 5 ปีข้างหน้า (ปี พ.ศ. 2550 – 2554) ใช้สมการพยากรณ์จากชุดข้อมูลรายเดือนระหว่างเดือนมกราคม 2528 – ธันวาคม 2548 โดยเป็นข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย แยกเป็นรายตลาดที่สำคัญ ซึ่งจากชุดข้อมูลนี้จะถูกนำมาสร้างสมการพยากรณ์ด้วยวิธีSARIMA Intervention ( สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2552 )

จากทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น จะพอสรุปแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้ว่า ความหมายและลักษณะทั่วไปของการท่องเที่ยว คือการเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่นของนักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ นักท่องเที่ยวภายในประเทศ จุดมุ่งหมายของการเดินทาง เพื่อการท่องเที่ยว ในรูปแบบต่างๆ เช่น การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ทำให้การท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นอันดับต้นๆ นอกเหนือจากอุตสาหกรรมอื่น

ด้านการจัดการมรดกทางวัฒนธรรม หมายถึงการวางแผนงาน และการส่งเสริมสนับสนุนให้มีการอนุรักษ์ดูแลรักษา การจัดการข้อมูล สถานที่ พื้นที่ และการตรวจสอบเรื่องราวในอดีตของชาติของกลุ่มชนเผ่าพันธุ์ต่างๆ รวมถึงสิ่งที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมของโลก เป็นแนวคิดที่ยกตัวอย่างในการพัฒนาทรัพยากร การท่องเที่ยวของต่างประเทศ ยกตัวอย่างเช่น ดินแดนที่ตกเป็นอาณานิคมของชาวยุโรปเริ่มตระหนักว่าอดีตและประวัติศาสตร์ของตนเองกำลังถูกทำลายลงและจะไม่เหลือสิ่งใดไว้ให้ลูกหลานของตนเอง ในสหรัฐอเมริกา พื้นที่ที่ถือว่าเป็นมรดกทางประวัติศาสตร์ซึ่งสมควรจะได้รับการคุ้มครอง ถูกจัดอยู่ในมาตรการเดียวกับทรัพยากร และสิ่งมีชีวิตที่กำลังสูญพันธุ์ ทำให้ทิศทางของการจัดการทางวัฒนธรรมจะต้องคำนึงถึงประชาชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ด้วย เมื่อมีการจัดการมรดกทางวัฒนธรรมแล้วสิ่งที่ตามมาคือ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ในด้านการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันก็ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จึงต้องหันมาพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ เช่น ด้านความปลอดภัยและด้านป้ายบอกทางในแหล่งท่องเที่ยว ส่วนในเรื่องของการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว จะต้องอาศัยทรัพยากรหลายอย่าง ทั้งกำลังคน กำลังเงิน ระยะเวลา และกระบวนการวางแผน ประกอบไปด้วยการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง สืบหาทัศนคติ วิเคราะห์ กำหนดปัญหา กำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ เป้าหมายและกำหนดแผนงานด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่

ส่วนกรอบแนวคิดของแผนการตลาดการท่องเที่ยว เป้าหมายด้านตำแหน่งทางการตลาด เป้าหมายด้านเศรษฐกิจ กลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงานในปี 2552 กลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยทั้งในตลาดต่างประเทศและในประเทศ กรอบนโยบายของคณะกรรมการ ททท. พ.ศ. 2550 – 2554 การพยากรณ์สถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดต่างๆ ในประเทศไทย คือ การศึกษาข้อมูลในอดีตที่ผ่านมาและมีการวางแผนรวมไปถึงการพยากรณ์แนวโน้ม ในการท่องเที่ยวที่จะเกิดในอีกห้าปีข้างหน้า เป็นแนวคิดและข้อมูลที่มีความสำคัญเพื่อประกอบการวิเคราะห์สัญญาณของหมู่บ้านมั่งคอง เพื่อออกแบบเว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ภาคผนวก ข

ข้อมูลเกี่ยวกับหมู่บ้านมั่งคอง

การรวบรวมข้อมูล จากแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ การสังเกต และศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุป ประวัติศาสตร์การก่อตั้งหมู่บ้านม้งคอยปุยได้ดังนี้ จากเอกสารชุมชนเกี่ยวกับประวัติหมู่บ้านคอยปุยซึ่งจัดทำโดยอดีตผู้ใหญ่บ้านชื่อยังยศ หวังวนวัฒน์ กล่าวว่าหมู่บ้านคอยปุยก่อตั้งครั้งแรกเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2489 หลังสงครามโลกครั้งที่สองผ่านไปหนึ่งปี โดยกลุ่มชาวม้งได้อพยพเข้ามาอยู่ในพื้นที่ป่าคอยสุเทพ ในบริเวณเขตอำเภอแมริมและอำเภอหางดงปัจจุบัน ซึ่งในขณะนั้นเรียกชื่อหมู่บ้านที่อยู่ชื่อว่า หมู่บ้านปางขมุก โดยบริเวณใกล้เคียงมีหมู่บ้านปางป่าคา ส่วนมากจะเรียกกันว่า หมู่บ้านป่าคา ห่างกันประมาณ 3 กิโลเมตร เหตุผลที่กลุ่มชาวม้งอพยพเข้ามาอยู่ในพื้นที่นี้เพราะการหนีโรคฝีดาษขณะนั้นคอยปุยเป็นภูเขาที่เป็นป่าใหญ่อุดมสมบูรณ์ จึงเหมาะเป็นที่อาศัยให้พ้นจากโรคภัยได้ดี ต่อมาได้มีชาวม้งสามครอบครัว คือ นายซงหลือ แซ่ว่าง นายไซหลือ แซ่ลี และนายจู้สืบ แซ่ว่าง เข้ามาทำไร่และตั้งบ้านเรือนอยู่ที่หมู่บ้านคอยปุยในปี พ.ศ. 2494 ต่อมาได้มีกลุ่มจีนฮ่อคำฝั้นเข้ามาปะปนกับชาว ทำให้ชาวม้งและชาวจีนฮ่อที่อพยพหนีภัยจากการปราบปรามจีนฮ่อคำฝั้นเสียดิของตำรวจตระเวนชายแดน ที่หมู่บ้านป่าคา ตำบลแม่แรม อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ และเข้ามาตั้งถิ่นฐานที่หมู่บ้านคอยปุยเพิ่มอีก 30 ครอบครัว โดยมีนายเลาปะ แซ่ย่าง เป็นหัวหน้าและต่อมามีผู้อพยพย้ายมาจากที่ต่างๆ อีกมากเช่นอำเภอฮอด อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดตาก และจังหวัดแม่ฮ่องสอนเป็นต้น ผลจากการปราบปรามยาเสพติดทำให้หมู่บ้านป่าคาและหมู่บ้านปางขมุก ได้ล้มสลายเหลือแต่หมู่บ้านม้งคอยปุย ปัจจุบันพื้นที่หมู่บ้านป่าคาและหมู่บ้านปางขมุก ได้กลายเป็นพื้นที่กว้างๆ ไว้ทำไร่ทำสวนของชาวม้งเท่านั้น (ยังยศหวังวนวัฒน์ , 2552) จากประวัติหมู่บ้านข้างต้น ได้ชี้ว่า ชาวม้งเข้ามาอยู่ในพื้นที่ป่าคอยสุเทพ ก่อนการประกาศให้พื้นที่เป็นป่าสงวนในเขตอุทยานแห่งชาติคอยสุเทพ-ปุย

ในอดีตการตั้งหมู่บ้านของชาวม้งมีลักษณะไม่ถาวร ชาวม้งมักมีการอพยพเคลื่อนย้ายบ่อยครั้ง เมื่อที่ดินทำกินเริ่มขาดความอุดมสมบูรณ์ หรือเมื่อเกิดโรคระบาดหรือภัยธรรมชาติอื่นๆ ในกระบวนการเคลื่อนย้ายที่ตั้งหมู่บ้านจากบ้านแม่สาใหม่มาอยู่ที่คอยป่าคาและคอยปุยนั้น หน้าที่ในการแสวงหาที่ตั้งหมู่บ้านเป็นหน้าที่ของผู้นำแซ่สกุล ตามความเชื่อของม้งที่ตั้งหมู่บ้านที่เหมาะสมต้องเป็นพื้นที่ที่มีภูเขาล้อมรอบ โดยเฉพาะด้านหน้าของหมู่บ้าน ต้องหันไปทางทิศตะวันตกสามารถมองเห็นได้ไกล โดยไม่มีภูเขาขวางกั้น ส่วนด้านหลังของหมู่บ้านซึ่งเป็นทิศตะวันออกต้องเป็นภูเขาสูง และมีแหล่งน้ำที่อุดมสมบูรณ์เพียงพอสำหรับอุปโภคบริโภค ซึ่งทำเลที่ตั้งของหมู่บ้านคอยปุยนี้ สอดคล้องกับการเลือกทำเลที่ตั้งหมู่บ้านตามความเชื่อของกลุ่มม้ง

การเลือกทำเลที่ตั้งหมู่บ้านของชาวม้ง มีความสัมพันธ์กับลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อมของพื้นที่ เช่น ลักษณะดิน น้ำ และป่าไม้ เป็นต้น กล่าวคือ ชนิดพืชที่ปลูกซึ่งคือฝิ่นซึ่งเป็นพืชที่สำคัญของกลุ่มชาติพันธุ์ม้ง เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกที่ตั้งหมู่บ้าน

ดังนั้นการเลือกทำเลที่ตั้งหมู่บ้านจึงเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมกับการปลูกฝิ่น ซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ที่ระดับความสูงประมาณ 1,200 เมตร ซึ่งตรงกับระดับความสูงของที่ตั้งหมู่บ้าน นอกจากนี้การตั้งถิ่นฐานอย่างถาวรของชาวม้งบ้านคอยปุยังสัมพันธ์กับรัฐ โดยนโยบายสนับสนุนการตั้งถิ่นฐานอย่างถาวร และนโยบายการปราบปรามฝิ่น(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมชิวราช. การศึกษาการพัฒนาภาคเหนือ : หมู่บ้านคอยปุ ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ.2547-2551)

ในปี พ.ศ. 2500 กองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนเขต 5 (ค่ายดาราธรรม) ได้เข้ามาช่วยเหลือและพัฒนาหมู่บ้าน โดยจัดตั้ง โรงเรียนเจ้าพ่อหลวงอุปถัมภ์ ๑ ขึ้น เมื่อ ปี พ.ศ 2501 เปิดดำเนินการสอน เมื่อวันที่ 5 กันยายน พ.ศ. 2502 โดยมี นายจรัส มหาวิจน์ ผู้ตรวจราชการเขตการศึกษา 8 เป็นประธานในพิธีเปิดป้ายอาคารเรียน และตั้งชื่อโรงเรียนแห่งนี้ว่า “โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนสงเคราะห์ 11 ( คอยปุ)” มีนักเรียนทั้งหมด 45 คน ครูผู้สอนเป็นตำรวจตระเวนชายแดน จำนวน 2 นาย มี ส.ต.อ.วิโรจน์ เมืองวุฒิ เป็นครูใหญ่ ต่อมาในปี พ.ศ. 2505 ถึง ปี พ.ศ.2507 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ เสด็จพระราชดำเนินทรงเยี่ยมราษฎรชาวม้งบ้านคอยปุ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ทรงโปรดเกล้าฯ พระราชทานทรัพย์ส่วนพระองค์ จำนวน 30,000 บาท ( สามหมื่นบาทถ้วน ) สำหรับก่อสร้างอาคารเรียนไม้ชั้นเดียว ขนาด 2 ห้องเรียน ขึ้นโดยมอบหมายให้กองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดน (กท.ชด.) จัดสร้าง และ พล.ต.ต.กระจ่าง ผลเพิ่ม รอง ผบช.ภ.ตชด. ได้บังคับทูลขอพระราชทาน แผ่นศิลาฤกษ์ นำมาประกอบพิธี วางศิลาฤกษ์ เมื่อวันที่ 24 กันยายน พ.ศ. 2507 และทรงพระราชทานนามของโรงเรียนนี้ว่า “โรงเรียนคอยปุ” แต่ชาวบ้านติดป้ายชื่อโรงเรียนว่า “โรงเรียนพ่อหลวงอุปถัมภ์” เพื่อเป็นการระลึกถึงพระกรุณาธิคุณของในหลวงและแสดงความภาคภูมิใจว่าหมู่บ้านคอยปุนี้ในหลวงให้ความสนใจเป็นพิเศษ โรงเรียนพ่อหลวงอุปถัมภ์ 1 ทำพิธีเปิด เมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน พ.ศ. 2507 เวลา 11.00 น. โดยสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนีเสด็จเป็นองค์ประธานในพิธี

พล.ต.ท. เจริญฤทธิ์ จำรัสโรมรัน อดีตผู้บัญชาการตำรวจตระเวนชายแดน กล่าวไว้ในหนังสือ 40 ปี โรงเรียน ตชด. ว่า “เมื่อพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว แปรพระราชไปประทับแรมที่พระตำหนักคอยบวกห้า ซึ่งกรมป่าไม้ได้สร้างถาวรหลังคอยสุเทพ พระตำหนักกุงพิงค์ฯ ยังไม่ได้สร้าง และเคยใช้สถานที่นี้เป็นที่รับรอง ดร.ชุกาโน ประธานาธิบดีอินโดนีเซีย เป็น พระราชอาคันตุกะ ระหว่างทางเสด็จพระราชดำเนิน ครู โรงเรียน ตชด. ได้นำเด็กนักเรียนชาวเขาเผ่าม้ง (คอยปุ) ภายหลังเปลี่ยนชื่อเป็น โรงเรียน ตชด.(เจ้าพ่อหลวงอุปถัมภ์ ๑) มาเข้าแถวรับเสด็จ เมื่อรถพระที่นั่งผ่านได้ร้องเพลงสรรเสริญพระบารมีถวาย รถพระที่นั่งหยุดและได้รับสั่งถามผู้ตามเสด็จว่า

ใครเป็นผู้สอนให้เด็กชาวเขาร้องเพลง ทรงได้รับคำตอบว่า ตชด. เป็นผู้สอน และต่อมาได้ตั้งโรงเรียนสอนชาวเขาม้งที่คอยปุย”(โรงเรียนเจ้าพ่อหลวงอุปถัมภ์ 1, 2552)

นอกจากการพระราชทานทรัพย์ส่วนพระองค์สำหรับก่อสร้างโรงเรียนเจ้าพ่อหลวงอุปถัมภ์ 1 แล้ว พระองค์ทรงแนะนำอาชีพใหม่ด้านเกษตรกรรมแก่ชาวบ้าน ได้พระราชทานพันธุ์ลินจี่ให้กับชาวบ้านโดยพระราชทานครัวเรือนละ 16 ต้น เพื่อปลูกและขยายพันธุ์ พระองค์ยังทรงรับสั่งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง(ฝ่ายปกครอง) ตำรวจประชากรของหมู่บ้าน และให้สัญญาชาติไทยแก่หมู่บ้านและชาวบ้านก็ได้รับสัญญาชาติไทยเมื่อปี พ.ศ. 2507 เป็นต้นมา หมู่บ้านยังได้รับพระกรุณาธิคุณจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงพระราชทานทุนทรัพย์ส่วนพระองค์ ผ่านยังกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนค่ายดาราวัศมิ เพื่อเป็นกองทุนหมู่บ้านในการสร้างอาชีพด้านการค้าขายซึ่งเป็นอาชีพที่เหมาะสมกับหมู่บ้านและหมู่บ้านได้รับไว้เป็นกองทุนเมื่อปี 2510 จึงทำให้ชาวบ้าน ได้ลดการปลูกฝิ่นหันมาปลูกไม้ผลแทนและรู้จักการค้าขายตั้งแต่บัดนั้นเป็นต้นมา

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและสมเด็จพระนางเจ้า ฯ พระบรมราชินีนาถ ทรงเสด็จพระราชดำเนินหมู่บ้านม้งคอยปุยหลายครั้ง หมู่บ้านม้งคอยปุยจึงได้รับพระมหากรุณาธิคุณเป็นล้นพ้น ซึ่งสำนักราชเลขาธิการ ได้บันทึก การพระราชดำเนินหมู่บ้านม้งคอยปุยไว้ดังนี้

วันที่ ๒๓ มกราคม ๒๕๑๒ เวลาบ่าย พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงเยี่ยมชาวเขาเผ่าแม้วเป็นการส่วนพระองค์ ที่หมู่บ้านแม้วคอยปุย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ในโอกาสนี้ ได้พระราชทานผ้าห่มกันหนาว เสื้อกันหนาว ขนมห่มและยารักษาโรค แก่บรรดาชาวแม้วหญิงชายทั้งผู้ใหญ่บ้านและเด็กที่มาเข้าเฝ้า ฯ ประมาณ ๒๕๐ คน กับได้พระราชทานเสื้อผ่านักเรียนและสมุดดินสอแก่นักเรียนโรงเรียนเจ้าพ่อหลวงอุปถัมภ์ ๑ หนึ่งโปรดเกล้า ฯ ให้แพทย์หลวงที่ตามเสด็จ ฯ ไปด้วย ทำการตรวจรักษาชาวแม้วผู้เจ็บป่วยโดยทั่วถึงทุกคน นอกจากนี้ยังได้พระราชทานลูกสุกรพันธุ์ผสม พันธุ์ข้าวฟ่าง มันสำปะหลัง และถั่วกระด้าง แก่ผู้ใหญ่บ้านของหมู่บ้านดังกล่าว เพื่อนำไปเลี้ยงและทำการเพาะปลูกแพร่พันธุ์ พร้อมกับพระราชทานคำแนะนำในการเพาะปลูกและการเลี้ยงสุกรที่ถูกต้อง ตามหลักวิชาการแก่ชาวแม้ว บรรดาชาวแม้วที่มาเฝ้าฯ ต่างพากันปลาบปลื้มและสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณเป็นล้นพ้น

วันพุธ ที่ ๒๘ มกราคม ๒๕๑๓ เวลา ๑๖.๐๐ น. พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และสมเด็จพระนางเจ้า ฯ พระบรมราชินีนาถ เสด็จพระราชดำเนิน โดยรถยนต์พระที่นั่งไปทรงเยี่ยมชาวเขาเผ่าแม้ว คอยปุย หลังจากประทับรถยนต์พระที่นั่งได้ ๑๕ นาที ได้เสด็จ ฯ ลงทางเล็กๆ ตามไหล่เขาไปยังหมู่บ้านแม้ว ก่อนถึงหมู่บ้านได้ทอดพระเนตรแหล่งน้ำซับ ซึ่งมีน้ำไหลมาจากพื้นดินตามธรรมชาติและพระราชทานกระแสพระราชดำริแก่เจ้าหน้าที่กรมพัฒนาที่ดิน กระทรวงพัฒนาการแห่งชาติ ให้ร่วมมือกับบรรดาเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในการที่จะหาวิธีการกักเก็บน้ำ ที่ไหลออก

จากแหล่งน้ำซับนี้ เพื่อไว้ใช้ในครัวเรือนและใช้เป็นประโยชน์ในด้านการเพาะปลูกของชาวเขาในบริเวณนั้นด้วย นอกจากนี้ ได้พระราชทานคำแนะนำแก่ชาวเขาเกี่ยวกับการรักษาพื้นดินและการใช้ปุ๋ยในการเพาะปลูกพืชผัก ครั้นแล้ว เสด็จ ฯ ทอดพระเนตรการสาธิตของเจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ในการนำกิ่งพืชพันธุ์ฝรั่งมาต่อกับต้นท้อพันธุ์พื้นเมือง ซึ่งปรากฏว่าได้ผลดีในระยะเวลาอันสั้น พระราชทานพระราชดำริแก่เจ้าหน้าที่ว่า ทรงเห็นสมควรส่งเสริมการปลูกต้นไม้เมืองหนาวบางชนิด เช่น ต้นพีชและต้นแอปเปิ้ลเป็นต้น อันจะเป็นการช่วยเหลือชาวเขาในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงจากการทำไร่เลื่อนลอย มาเป็นการทำไร่แบบถาวร เมื่อเสด็จ ฯ ถึงหมู่บ้าน มีชาวเขามาเฝ้า ฯ ประมาณ ๒๐๐ คน

**วันพุธที่ ๘ มกราคม ๑๕๑๗** เวลา ๑๖.๑๕ น. พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และสมเด็จพระนางเจ้า ฯ พระบรมราชินีนาถ เสด็จ ฯ จากพระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์ ไปทรงเยี่ยมราษฎรที่บ้านแม้งคอยปุย อำเภอเมือง เชียงใหม่ เสด็จ ฯ ถึงบ้านแม้งคอยปุย ทิปตำรวจตรี นิพนธ์ ร้อยดวง ครูใหญ่โรงเรียนเจ้าพ่อหลวงอุปถัมภ์ ๑ เฝ้า ฯ กราบบังคมทูลรายงานแล้ว พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงพระราชดำเนินไปทอดพระเนตรร้านค้าชาวเขาคอยปุย ในพระบรมราชูปถัมภ์ โดยมีนายเล่าหรือ แซ่ลี่ ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านเฝ้า ฯ รับเสด็จ ฯ ทรงตรัสชมถึงการที่สมาชิกร้านค้าได้ดำเนินการจัดทำสินค้าเพื่อจำหน่ายได้มากขึ้น ต่อจากนั้นทรงพระราชดำเนินไปทอดพระเนตรบ่อน้ำของหมู่บ้าน ได้มีกระแสพระราชดำรัสทรงแนะนำให้มีการกักน้ำให้ดีขึ้น เพื่อจะได้ท่อน้ำไปใช้ในการเพาะปลูกให้เหมาะสมกับพันธุ์พืช และมีพระราชกระแสในอันที่จะให้เจ้าหน้าที่คำนวณค่าวางสายไฟฟ้า เพื่อจำหน่ายกระแสไฟฟ้าไปยังหมู่บ้าน ตามความประสงค์ของราษฎรที่กราบบังคมทูลว่า ราษฎรจะเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น หลังจากนั้น ทรงพระราชดำเนินไปทอดพระเนตรหมู่บ้านและบ้านผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน และทรงพระราชดำเนินไปยังหน้าโรงเรียนซึ่งเป็นที่ประทับของสมเด็จพระนางเจ้า ฯ พระบรมราชินีนาถ ในการพระราชทานสมุดดินสอและขนม แก่นักเรียนและเด็ก

เวลา ๑๗.๐๕ น. เสด็จ ฯ ถึงสวนสองแสน นายสืบศักดิ์ นวจินดา หัวหน้าสถานีทดลองปลูกไม้ผลเมืองหนาวของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เฝ้า ฯ กราบบังคมทูลรายงานกิจการของสถานีพอสรุปได้ว่า ที่ดินซึ่งพระราชทานให้เป็นสถานีทดลองของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ๑๐๐ ไร่เศษนั้น ได้ทดลองปลูกไม้ผลเมืองหนาว อาทิ แอปเปิ้ล สาลี่ ท้อ บ๊วย ฯลฯ เพื่อศึกษาวิธีขยายพันธุ์ และกระจายพันธุ์ไปปลูก ซึ่งในการกระจายพันธุ์ให้ทดลองปลูกตามหมู่บ้านชาวเขานั้น ได้จำหน่ายให้โครงการหลวงพัฒนาชาวเขาเป็นประจำ ต่อจากนั้น เสด็จ ฯ ไปประทับเสวยพระสุธารส แล้วเสด็จ ฯ กลับถึงพระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์ เมื่อเวลา ๑๘.๐๐ น.(สำนักพระราชเลขานุการ. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://www.ohmpps.go.th> .11 สิงหาคม 2552)



หมู่บ้านคอยปุยจะเป็นหมู่บ้านพิเศษที่ใกล้ชิดและได้รับพระมหากรุณาธิคุณ จากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว หมู่บ้านยังมีสำนักสงฆ์คอยปุย ที่มีอาศรมของ สมเด็จพระญาณสังวร สมเด็จพระสังฆราช สกลมหาสังฆปริณายก ซึ่งพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ และพระบรมวงศานุวงศ์ เสด็จพระราชดำเนินอยู่หลายครั้ง ทำให้ชาวเขาเผ่าม้งคอยปุยมีโอกาสรับเสด็จอย่างใกล้ชิด สำนักสงฆ์คอยปุย ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของหมู่บ้านม้งคอยปุย ประวัติการก่อตั้งสำนักสงฆ์คอยปุย เริ่มแรกมีการตั้งสำนักสงฆ์ ในปี 2511 โดยพระอาจารย์ถวิลและพระอาจารย์ไพโรจน์ พระภิกษุที่ร่วมกันก่อตั้งสำนักสงฆ์คอยปุย ต่อมาปี 2512 นำโดยคุณเชิด อธิยาศัยวิสุทธิ์และคณะคมทก. 1 เริ่มทำการสร้างกุฏิจนถึงประมาณปี 2514 ต่อมา พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ ทรงเสด็จพระราชดำเนินแปรพระราชฐานมาประทับแรม ณ พระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์ เพื่อทรงงานในเขตพื้นที่ภาคเหนือ และทุกๆวันที่ 25 มกราคม ของทุกปี ซึ่งเป็นวันกองทัพไทย สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ ทรงนิมนต์ สมเด็จพระญาณสังวร สมเด็จพระสังฆราช สกลมหาสังฆปริณายก วัดบวรนิเวศวิหาร เพื่อทรงบำเพ็ญพระกุศล ณ พระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์ สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ ทรงปรารภกับสมเด็จพระสังฆราชฯ ว่า มีพระราชเสาวนีย์ จะทรงสร้างกุฏิของสมเด็จพระสังฆราชฯ ภายในพระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์ ซึ่งสมเด็จพระสังฆราชฯ ไม่ทรงโปรดที่จะประทับในพระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์ ต่อมา สมเด็จพระสังฆราชฯ ทรงตรัสกับพระวิทยาพร เจ้าคณะจังหวัดเชียงใหม่ ว่าบริเวณนี้มีสำนักสงฆ์หรือไม่ พระวิทยาพร ก็ตอบว่าบริเวณนี้มีสำนักสงฆ์คอยปุย ซึ่งมีพระอาจารย์ไพโรจน์ จำพรรษาอยู่ ต่อมาสมเด็จพระสังฆราชฯ เสด็จพระราชดำเนินจากพระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์เพื่อทอดพระเนตร บนพื้นที่สำนักสงฆ์คอยปุย สมเด็จพระสังฆราชฯ ทรงโปรดที่จะประทับและสร้างกุฏิที่สำนักสงฆ์คอยปุย สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ ทรงมีพระราชเสาวนีย์สร้างกุฏิ สมเด็จพระสังฆราชฯ ในปี 2516 และทรงนิมนต์ พระเกียรติกิจอริยานุมาพานักหลายองค์ ต่อมา ในปี 2538 สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ มีพระราชประสงค์จัดสร้าง พระตำหนักของสมเด็จพระสังฆราชฯ ขึ้นมาใหม่ ภายในสำนักสงฆ์คอยปุย ซึ่งตั้งอยู่บริเวณด้านล่างของพระตำหนักองค์เดิม (พระอาจารย์ไพโรจน์, 2552)

ปัจจุบันสำนักสงฆ์คอยปุย มีพระครูวิฑิตศาสนกิจ (พระอาจารย์ไพโรจน์ วิโรจโน) เป็นเจ้าอาวาส สำนักสงฆ์คอยปุยเป็นสำนักสงฆ์ฝ่ายธรรมยุติ มีการสอนปฏิบัติธรรม เหมาะแก่การปฏิบัติธรรม ท่ามกลางธรรมชาติ อากาศดี บรรยากาศเงียบสงบ พระอาจารย์ไพโรจน์กล่าวว่า “ ถ้ามาปฏิบัติธรรมก็จะให้ฟังเทศน์ฟังธรรม สอนให้เลิกชั่วทำดี ทำใจให้สะอาด สอนให้เลิกทำความชั่ว จะทำบุญกุศลและแต่งจิตให้สะอาดตามหลักปัญญาสมาธิ ให้ไปนั่งภาวนาและให้ฝึกปฏิบัติเอง ” พระภิกษุสำนักสงฆ์คอยปุย ทำวัตรเช้าเวลาตีสี่ ออกเดินบิณฑบาตในหมู่บ้านม้งคอยปุยในเวลา

ประมาณ หกโมงเช้า ทำวัดเย็นในเวลา หนึ่งทุ่ม-สองทุ่ม จากนั้นนั่งภาวนา ถึงสี่ทุ่ม สำนักสงฆ์คอยปุย มีกองทุนช่วยเหลือ ทางด้านวัด โรงพยาบาล หมู่บ้าน และการศึกษา โดยเฉพาะโรงเรียนเจ้าพ่อหลวงอุปถัมภ์ 1 ที่ส่งเสริมให้เด็กนักเรียนเรียนตั้งแต่ ประถมปีที่ 1 ถึง ระดับปริญญาโท สามารถผลิตนักเรียนนักศึกษาที่ดีให้แก่สังคม สำนักสงฆ์คอยปุยยังเป็นตัวเชื่อมระหว่างเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติคอยสุเทพ-ปุย กับชาวบ้านหมู่บ้านม้งคอยปุย เพื่อให้มีความเข้าใจกันในการช่วยรักษาป่า และปลูกต้นไม้ให้อุดมสมบูรณ์ ส่วนการเดินทางมาสำนักสงฆ์คอยปุยสามารถทำได้ 2 เส้นทางคือ เส้นทางที่ 1 สามารถเดินขึ้นบันไดจากหมู่บ้านม้งคอยปุยไปยังสำนักสงฆ์ ซึ่งสร้างจากเงินบริจาคของชาวบ้านเป็นระยะทาง 300 เมตร และเส้นทางที่ 2 เดินทางจากถนนบ้านคอยปุยถึงสามแยกหมู่บ้านคอยปุย-ขุนช่างเคี่ยน เข้าไปถึงสำนักสงฆ์

ในอดีตวิถีการดำเนินชีวิต มีการผลิตในภาคการเกษตรเป็นระบบการผลิตแบบกึ่งยังชีพ และอยู่ในรูปแบบการทำไร่แบบย้ายที่ พืชที่ปลูก ได้แก่ ข้าวไร่ ข้าวโพด และฝิ่น โดยจะมีการปลูกข้าวไร่เพื่อใช้บริโภคในครัวเรือน ปลูกข้าวโพดไว้ใช้เลี้ยงสัตว์และหมักทำเหล้าเพื่อใช้ในพิธีกรรม และมีการปลูกฝิ่นเพื่อใช้ในครัวเรือนโดยมีการใช้ฝิ่นเป็นยาและใช้ในพิธีกรรม ฝิ่นที่ผลิตได้บางส่วนได้ขายให้กับชาวจีนฮ่อที่เข้ามาอยู่ในหมู่บ้าน รายได้จากการขายฝิ่นชาวม้งได้นำไปซื้อเกลือ และสิ่งของที่จำเป็นอื่นๆ เช่น เสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่มที่จำเป็นบางอย่าง และมีการปลูกพืชผักผสมในแปลงฝิ่น แปลงข้าวไร่และแปลงข้าวโพดด้วยเพื่อใช้บริโภคในครัวเรือน และมีการเลี้ยงสัตว์ต่างๆ เช่น หมูและไก่ เพื่อใช้ในการประกอบพิธีกรรมและบริโภคในครัวเรือน การผลิตแบบนี้ทำให้ครัวเรือนสามารถพึ่งพาตนเองได้ ครัวเรือนมีการนำผลผลิตมาแลกเปลี่ยนกันและมีการแบ่งปันอาหารซึ่งกันและกัน จากการสัมภาษณ์ นายหู้ เลาว้าง ผู้อาวุโสของหมู่บ้านม้งคอยปุยกล่าวว่า รุ่นพ่อรุ่นแม่ก็มี การปลูกข้าวโพด ข้าว เลี้ยงหมู เลี้ยงไก่ อยู่แบบพอเพียง ไม่มีหนี้สิน ซึ่งจะมีแนวคิดที่ว่า เรามีข้าวกิน มีเสื้อผ้าใส มีเกลือไว้ถนอมอาหารก็พอแล้ว เพราะเมื่อก่อนเกลือมีประโยชน์มากในการถนอมอาหาร เช่น การหมักเนื้อสัตว์ การดองผักกาด หรือการตากพืชผัก เพื่อสามารถนำมาบริโภคในหน้าแล้งได้ ด้านความไว้เนื้อเชื่อใจ ก็มีมาก เมื่อก่อนสามารถฝากบ้านให้กับเพื่อนบ้านได้โดยไม่ต้องล๊อกประตูบ้านก็ได้ ส่วนคนภายนอกมักจะมองว่า ประชาชนในหมู่บ้านมักจะย้ายมาจากที่อื่น แต่ความเป็นจริงแล้ว ม้งที่อยู่และเจริญเติบโตมาในหมู่บ้านคิดเป็นร้อยละ 90 และที่เหลือก็เป็นม้งและชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่ย้ายเข้ามาในหมู่บ้าน (หู้ เลาว้าง, 2552)

**ด้านสาธารณูปโภค** ของหมู่บ้านม้งคอยปุย จากอดีตถึงปี พ.ศ. 2545 ชาวบ้านคอยปุยยังไม่มีไฟฟ้าเข้ามายังหมู่บ้าน เมื่อก่อนใช้วิธีการจุดเทียนไขเพื่อให้แสงสว่างในตอนกลางคืน ต่อมาครอบครัวที่มีฐานะดีก็จะซื้อเครื่องปั่นไฟมาใช้เอง ซึ่งมีจำนวนไม่กี่เครื่องเท่านั้น รวมไปถึงบางครัวเรือนใช้เครื่องปั่นไฟร่วมกัน ซึ่งเป็นการรวมเงินกันในกลุ่มเครือญาติเพื่อซื้อเครื่องปั่นไฟมา

ใช้สำหรับครัวเรือน ในอดีตที่ผ่านมาชาวบ้านได้พยายามเรียกร้องเป็นอย่างมากในเรื่องไฟฟ้าแต่เพราะติดขัดในเรื่องของนโยบายของทางอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ - ปุย ทำให้ไม่สามารถติดตั้งสาธารณูปโภคไฟฟ้าได้ ต่อมาเดือนกันยายน พ.ศ. 2545 ความพยายามในการร้องขอติดตั้งไฟฟ้าจากรัฐ (ประมาณ 30 ปี) ได้ประสบผลสำเร็จ มีการติดตั้งเสาไฟฟ้าเข้าสู่หมู่บ้านม้งดอยปุย

**ที่ตั้งและลักษณะทางภูมิศาสตร์** หมู่บ้านดอยปุย ตั้งอยู่หมู่ที่ 11 ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในความรับผิดชอบของเทศบาลตำบลสุเทพ มีเนื้อที่ทั้งสิ้น 10.85 ตารางกิโลเมตร คิดเป็น 6,781 ไร่ หมู่บ้านดอยปุยตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของตัวเมืองเชียงใหม่ อยู่สูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 1,200 เมตร รอบ ๆ หมู่บ้านเป็นป่าดิบเขาซึ่งส่วนใหญ่วิวัฒนาการมาจากป่ารุ่นที่ 2 อันเนื่องมาจากพื้นที่ส่วนใหญ่เคยถูกแผ้วถางเพื่อปลูกฝิ่น ต่อมาเมื่อชาวม้งมีรายได้จากการท่องเที่ยวและการปลูกไม้ผลซึ่งใช้พื้นที่ระดับต่ำกว่ามาทดแทน พื้นที่รอบ ๆ หมู่บ้านจึงได้รับการอนุรักษ์ให้ฟื้นฟูเป็นป่ารุ่นที่ 2 ขึ้นมาใหม่ ด้วยระยะเวลาประมาณ 35 ปี ป่าไม้ได้เจริญจนเป็นป่าดิบเขาหรือกลายเป็นป่ารุ่นแรกแล้ว หมู่บ้านดอยปุยอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย มีอาณาเขตติดต่อดังต่อไปนี้

ทิศเหนือ	ติดกับ	ดอยผาคล่องและบ้านแม่สาใหม่ อำเภอแมริม
ทิศใต้	ติดกับ	พระตำหนักภูพิงศ์ราชนิเวศน์
ทิศตะวันออก	ติดกับ	ยอดดอยปุย
ทิศตะวันตก	ติดกับ	น้ำตกศรีสังวาลย์และบ้านทุ่งโป่ง อำเภอหางดง

**การประกอบอาชีพ** ภายในหมู่บ้านดอยปุยมีหลากหลายอาชีพที่สร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน อาชีพหลัก คือ ค้าขาย อาชีพรองเกษตรกรรม เช่น ทำสวนลิ้นจี่ และทำอาชีพนอกภาคเกษตรกรรม คือ การรับจ้างทั่วไปทั้งภายในและนอกหมู่บ้าน

ชาวม้งและชาวจีนฮ่อ ส่วนใหญ่จะปลูกฝิ่นเพื่อการค้า ส่วนพื้นที่การทำไร่และทำสวนอยู่หมู่บ้านป่าคาและหมู่บ้านปางขมุก การทำไร่ทำสวนส่วนมากจะปลูกลูกท้อ ข้าวสาร ข้าวโพดและมันสำปะหลัง ส่วนมากปลูกเพื่อบริโภคตนเอง ส่วนที่นำมาขาย คือลูกท้อ ซึ่งจะต้องมีใส่ตะกร้าและแบกไว้ด้านหลัง เดินทางจากสวนที่ป่าคามายังภูพิงศ์ ใช้ระยะเวลาเดินเท้าประมาณ 2-3 ชั่วโมง เพราะเมื่อก่อนยังไม่มีถนน ต้องเดินขึ้นเขาไปยังภูพิงศ์ เพื่อขายลูกท้อ เมื่อมีการค้าขายมากขึ้น นอกการใช้แรงงานแบกของคนแล้ว ยังใช้แรงงานจากม้าและวัวในการขนสินค้าไปขาย (เลาลี เลาว้าง, 2552) การทำไร่ทำสวนของม้งนั้นผู้หญิงและผู้ชายจะช่วยกัน ทำอย่างเท่าเทียมกัน แต่หลังจากกลับจากการทำไร่ทำสวนแล้ว ผู้ชายก็จะไปนั่งพักผ่อนหรือพูดคุยกับเพื่อนๆ ส่วนผู้หญิงกลับมาถึงก็จะต้องทำกับข้าว เลี้ยงลูก ปักผ้าในตอนกลางคืน ส่วนเวลาเดินทางไปและกลับจากรั้ว

ผู้หญิงชาววังก็ต้องต่อเส้นใยกันขึงไปด้วย เส้นใยกันขึงจะมีอยู่สองขนาด คือ ขนาดเล็ก ซึ่งนำมาทอผ้าเพื่อนำมาเย็บเสื้อผ้า ส่วนเส้นใยกันขึงขนาดใหญ่ ก็จะนำมาทอไว้เพื่อปกคลุมเตียงและนำมาเขียนลาย ซึ่งการเขียนลายจะมีวิธีเขียนด้วยเทียนจากนั้นก็ให้นำมาข้อมในน้ำส้มที่ได้จากต้นส้ม 2-3 ครั้งและกลับมาเขียนซ้ำ จากนั้นนำมาข้อมอีกประมาณ 30 ครั้งและขึ้นคอนสุดท้ายนำมาต้ม ลายที่เขียนด้วยเทียนก็จะละลายกลายเป็นลายที่อยู่บนตัวผ้า ปัจจุบันไม่ค่อยนิยมทำแล้วซึ่งจะใช้ สีข้อมผ้าหรือสีเคมีแทน ส่วนต้นฮ้อนในปัจจุบันยังคงใช้เป็นยาสมุนไพรอยู่ โดยมีความเชื่อว่าจะต้องมีการเก็บใบให้เป็นเลขจี เช่น 7 ยอด 9 ยอด นำมาผสมข้าวสวยแล้วประคบ ก็จะ แก้ไข้ตัวร้อนได้ (ยาหิ หวังวันวิวัฒน์, 2552)

**การผลิต** ชาวหมู่บ้านมั่งคอบปลูกพืชมีผลผลิตจากการทำไร่ทำสวนหลายอย่างคือ ลิ้นจี่ เป็นพืชเศรษฐกิจที่ยังปลูกอยู่ทั่วไปภายในหมู่บ้าน ส่วนผลไม้ชนิดอื่น ๆ ได้แก่ ท้อ สาลี่ ลูกพลับ ข้าวโพด ข้าวสาลี เป็นต้น ผลผลิตจากการปลูกผัก โดยส่วนใหญ่แล้วจะปลูก เช่น ผักกาดแก้ว ผักกาดขาว กะหล่ำปลี ถั่วฝักยาว ขอบมะระหวาน(ขาโยตี้) มะเขือเทศ ผักชี เป็นต้น การผลิต ในด้านต่างๆ ปลูกเพื่อบริโภคในครัวเรือน และจะนำมาขายในหมู่บ้านให้เพื่อนบ้านและนักท่องเที่ยว ส่วนผลผลิตไหนมีผลผลิตที่มากก็จะมีการนำไปขายหรือขนานไปส่งโรงงานต่าง ๆ ในตัวเมืองเชียงใหม่

**การเลี้ยงสัตว์** สัตว์เลี้ยงที่ยังมีเลี้ยงในปัจจุบัน คือ หมูมั่งและไก่ซึ่งประกอบด้วย ไก่ชน ไก่แม่ไข่และไก่กระดูกดำ โดยจะเลี้ยงไว้ขายหรือใช้ในพิธีกรรมต่าง ๆ ตามประเพณีความเชื่อของชาวมั่ง การเลี้ยงหมูมั่ง มีวิธีการเลี้ยงแบบดั้งเดิมคือ เลี้ยงในคอก การให้อาหารโดยการดับหยวกกล้วยตามแบบฉบับของชาวมั่ง ส่วนการเลี้ยงไก่มีวิธีการเลี้ยงแบบไม่กักบริเวณและกักบริเวณ

**โครงการขยายผลโครงการหลวงดอยปุย** เมื่อปี พ.ศ.2548 ประธานประชาคมบ้านดอยปุย ได้ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์สนับสนุนโครงการพัฒนาหมู่บ้านดอยปุยมายังประธานมูลนิธิโครงการหลวง เพื่อขอจัดตั้งศูนย์สาธิตและการพัฒนาส่งเสริมการเกษตรของโครงการหลวงขึ้นที่บ้านดอยปุย เนื่องจากผลผลิตทางการเกษตรโดยเฉพาะลิ้นจี่มีราคาตกต่ำ ไม่คุ้มค่ากับการลงทุนทำให้เกษตรกรขาดรายได้ ประธานมูลนิธิโครงการหลวงจึงได้มอบหมายให้สถาบันวิจัยพัฒนาพื้นที่สูงร่วมกับ สถานีวิจัยดอยปุย ไปศึกษาสภาพพื้นที่และวางแผนพัฒนาหมู่บ้านดอยปุย ภายใต้อาสาว่า โครงการขยายผลโครงการหลวงดอยปุย โดยการนำเอาความรู้จากโครงการหลวงไปถ่ายทอดและประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับสภาพภูมิสังคม (สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง, 2551)

**การเมืองและการปกครอง** ด้านการปกครองของหมู่บ้านดอยปุย นับตั้งแต่การก่อตั้งหมู่บ้านจนกระทั่งปลายทศวรรษ พ.ศ. 2520 การปกครองภายในหมู่บ้านแต่เดิมใช้ระบบผู้อาวุโสตามภูมิปัญญาของชนเผ่ามั่ง จนกระทั่ง พ.ศ. 2520 ได้มีการแต่งตั้งผู้ใหญ่บ้านเพื่อ

ประสานงานกับทางราชการตามหลักการปกครองส่วนท้องถิ่นของประเทศไทยจนกระทั่งปัจจุบัน จนกระทั่งปี พ.ศ. 2527 ได้ย้ายเขตปกครองหมู่บ้านจากอำเภอหางดงมาอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ เพื่อเอื้ออำนวยนโยบายการท้องถิ่น ซึ่งป็นหนทางที่พึงหลักของรายได้

บ้านคอยปุย ได้แบ่งออกเป็น 9 เขต ปกครอง แต่ละเขตจะมีหัวหน้าเขตคอย ประสานงานและเข้าประชุมร่วมกับผู้นำหมู่บ้าน มีผู้ใหญ่บ้าน 1 คน และ สมาชิกเทศบาล . ซึ่งสังกัด เทศบาลตำบลสุเทพ 1 คน คือนายพนา เลาวัง นอกจากนี้แล้วยังมีกลุ่มผู้นำธรรมชาติซึ่งจะเป็น กลุ่มผู้อาวุโส เป็นผู้นำด้านความเชื่อ และพิธีกรรมต่าง ๆ ที่ชาวบ้านให้ความเคารพนับถือ

รายนามผู้ใหญ่บ้านที่ปกครองหมู่บ้านตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

1. นายแข็ง แซ่ว่าง (พ.ศ. 2518 - 2526)
2. นายยิ่งยศ หวังวนวัฒน์ (พ.ศ. 2526 - 2535)
3. นายสิทธิโชค เฟื่องฟูกิจการ (พ.ศ. 2535 - 2536)
4. นายยิ่งยศ หวังวนวัฒน์ (พ.ศ. 2536 - 2540)
5. นายไทรภพ แซ่ย่าง (พ.ศ. 2540 - 2551)
6. นายอำนาจ เฟื่องฟูกิจการ (พ.ศ. 2551 - ปัจจุบัน)

**การตั้งถิ่นฐานบ้านเรือน** ในอดีตชาวบ้านก่อสร้างบ้านเรือนแบบจารีตประเพณี ตั้งเดิมด้วยการใช้วัสดุที่หาได้ภายในชุมชน กล่าวคือ สร้างบ้านอยู่บนพื้นดิน หลังคามุงด้วยหญ้าคา หรือใบตองดิ่ง ฝาบ้านเป็นไม้เนื้อแข็ง เมื่อความเจริญเข้าไปในหมู่บ้าน รูปแบบของสิ่งก่อสร้างค่อย ๆ เปลี่ยนกลายเป็นหลังคามุงสังกะสีและกระเบื้องลอนคู่ ฝาบ้านเปลี่ยนจากไม้ผ่ามาเป็นไม้เลื่อย เนื่องจากวัสดุที่เคยหาได้ในท้องถิ่นเริ่มร่อยหรอลง และการที่หมู่บ้านคอยปุยได้รับการประกาศให้อยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติคอยสุเทพ - ปุย ทำให้ทางการห้ามตัดไม้ทำลายป่า และควบคุมการก่อสร้างอาคารบ้านเรือน ประกอบกับวัสดุอุปกรณ์ในการสร้างบ้านสมัยใหม่มีความสะดวกและหาซื้อได้ทั่วไปจากตัวเมือง ถึงแม้ว่า จะมีการเปลี่ยนแปลงวัสดุหรือโครงสร้างให้แข็งแรงมากขึ้น แต่รูปแบบภายในยังคงไม่มีการเปลี่ยนแปลง กลุ่มชาติพันธุ์ม้งมีความเชื่อและเคารพนับถือผีหรือวิญญาณตามจุดต่าง ๆ ภายในบ้าน พวกเขาเชื่อว่าทุก ๆ จุดในบริเวณอาคารบ้านนับตั้งแต่ประตูบ้าน เสา เตาไฟ ใต้เตียง และแท่นบูชาผีบรรพบุรุษ ต่างก็มีวิญญาณศักดิ์สิทธิ์ควบคุมอยู่ รูปแบบบ้านสมัยที่ดูแข็งแรงคงทนถาวร แต่จุดต่าง ๆ ภายในบ้านยังคงมีอย่างครบถ้วนเช่นเดิม

**ระบบเครือญาติ** กลุ่มชาวม้งบ้านคอยปุย มีระบบการถือสายตระกูลฝ่ายผู้ชาย เช่นเดียวกับชาวม้งทั่วไป มีระบบการตั้งบ้านเรือนในฝ่ายชาย และถือระบบชายเป็นใหญ่ เมื่อผู้หญิงม้งจากตระกูลหนึ่งออกไปแต่งงานกับสามีอีกตระกูลหนึ่ง ถือว่าผู้หญิงคนนั้นได้เป็นสมาชิกในตระกูล

กุลของสามีทั้งร่างกายและจิตวิญญาณโดยสมบูรณ์ ประเพณีของชาวม้ง ห้ามแต่งงานในตระกูลเดียวกันอย่างเด็ดขาด ชาวม้งถือว่ากลุ่มตระกูลใช้เซ็กซ์มีบรรพบุรุษร่วมกันไม่ว่าจะเป็น กลุ่มเงินฮ่อ กลุ่มลีซอ และกลุ่มเย้า หากมีตระกูลหรือแซ่เหมือนกันจะไม่แต่งงานกัน แต่จะมีความรู้สึกเป็นพี่น้องหรือเครือญาติกัน ปราภฏการณ์นี้เป็นการสร้างเสริมความเป็นกลุ่ม เป็นการรวมตัวและสร้างความเข้มแข็งในการปฏิสัมพันธ์กันในกลุ่มให้เพิ่มขึ้น ทำให้เกิดความรู้สึกว่าตนเองมีญาติมากขึ้น ซึ่งจะมีผลให้มีอำนาจต่อรองทางการเมืองมากขึ้นด้วย กลุ่มม้งบ้านคอยปุยมีแซ่หรือตระกูลที่สำคัญ

**ชุดประจำเผ่า** หมู่ม้งคอยปุยส่วนใหญ่เป็นม้งลายหรือม้งน้ำเงิน ในอดีตการแต่งกายมีวิธีการแบบง่าย ๆ ผู้หญิงม้งจะเกล้าผมมวยใหญ่ มีผ้าโพกผม สวมคัมพู ใส่เสื้อสีดำซึ่งปักลวดลายด้วยมือด้านหลังมีการประดับคล้ายรูปผีเสื้อทำจากลายปัก มีผ้าสีดำหรือสีน้ำเงินสำหรับปกหน้า สวมกระโปรงน้ำเงิน ปักลายที่บริเวณปลายกระโปรง และมีผ้าสีดำพันบริเวณน่อง สำหรับผู้ชาย สวมเสื้อสีดำเอวลอยไม่มีลวดลาย กางเกงถ่วงขามีผ้าปักมัดไว้ตรงบริเวณเอว นิยมสวมห้วงคอเงิน ในปัจจุบันการแต่งกายของหมู่ม้งคอยปุยมีการเปลี่ยนแปลงไปจากอดีตไม่มากนัก ผู้หญิงจะมีผ้าที่มีลวดลายเพิ่มขึ้น มวยผมก็มีการประดับตกแต่งสวยงามกว่าในอดีต ผู้ชายมีการเพิ่มผ้าปกหน้าขาที่มีลวดลายที่ขนาดใหญ่ ทั้งการแต่งกายของชายและหญิงจะนิยมตกแต่งด้วยเหรียญที่ทำจากเงิน และจะประดับด้วยห้วงคอเงินที่มีมากกว่าในอดีต ซึ่งเป็นการบ่งบอกถึงฐานะ งานหัตถกรรมของม้งเป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของม้ง เสื้อผ้าของม้งทำจากใยกล้วยซึ่งมาถักทอเป็นผืนย้อมด้วยสีธรรมชาติ เขียนลายด้วยขี้ผึ้ง และตกแต่งด้วยการเย็บปักลวดลายแบบครอสติส ซึ่งมีลวดลายที่หลากหลาย ด้วยการที่ชาวบ้านมักแต่งกายเป็นคนเมือง ทำให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาไม่เห็นการแต่งกายของม้ง ส่งผลให้นักท่องเที่ยวลดลง ชาว ม้งจึงได้ตระหนักว่าการแต่งกายของม้งนั้นเป็นจุดขายและเป็นจุดดึงดูดที่ดี ทำให้ผู้นำชุมชนออกกฎให้มีการแต่งชุดม้ง ทุกวันศุกร์ เสาร์และอาทิตย์ เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของหมู่ม้งคอยปุย

**ความเชื่อ** จากการศึกษาพบว่าศาสนาหรือความเชื่อมีบทบาทสูงมากต่อวิถีชีวิตหรือประเพณีวัฒนธรรมของชาวม้งบ้านคอยปุย โดยแยกตามกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้

- 1) กลุ่มนับถือผี ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตระกูลอย่าง ตระกูลลี ตระกูลว่างล่าง และตระกูลอื่น ๆ ชาวม้งกลุ่มนี้ยังคงรักษาวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิมอย่างเหนียวแน่น
- 2) กลุ่มนับถือคริสต์ เป็นคนส่วนน้อยในตระกูลลี และตระกูลอย่าง คนกลุ่มนี้นับถือศาสนาคริสต์นิกายโปรเตสแตนต์อย่างหลวม ๆ ไม่เคร่งครัด ไม่มีการปฏิบัติศาสนกิจในวันอาทิตย์ สิ่งที่พวกเขาปฏิบัติอันเป็นสัญลักษณ์ว่าเขาเป็นคริสเตียนมีอยู่อย่างเดียว คือ พืชีพ

3) กลุ่มนับถือพุทธ กลุ่มตระกูลว่างบน (หวังวันวัฒน์) และกลุ่มตระกูลว่างล่างส่วนน้อย กลุ่มนี้ได้ละทิ้งพิธีกรรมต่าง ๆ ตั้งแต่ทั้งหมด หันมานับถือพระพุทธศาสนา มีการปฏิบัติศาสนกิจ ในวันสำคัญ ๆ พอสมควร พิธีศพทำตามศาสนาพุทธ แต่ไม่เอาใช้วิธีการฝัง

**วัฒนธรรมประเพณีและพิธีกรรมที่สำคัญ** ในรอบชีวิตหนึ่งของคนม้งจะมีพิธีกรรมต่างๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของคนม้งเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นพิธีกรรมเฉพาะบุคคล พิธีกรรมเฉพาะตระกูลหรือพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับสังคมและชุมชนของม้ง ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

#### 1) พิธีกรรมเกี่ยวกับการเกิด

สำหรับการคลอดลูกโดยหมอต้าแย แม่มักใส่หมวกตอนคลอดด้วยความเชื่อที่ว่าจะทำให้ไม่เจ็บไข้ ส่วนคนที่อายุน้อยจะใส่หมวกที่พันกับหญ้า โดยใส่คาถาไว้ด้วยเชื่อว่าสามารถกันผีร้ายได้เมื่อคลอดลูกเสร็จจะนำรกไปฝังดินให้มิดชิด รกผู้ชายฝังข้างเสาเอก รกผู้หญิงฝังใต้ห้องนอนที่เสาเตียงชาวม้งบางคนคลอดที่โรงพยาบาลในเมืองจึงไม่มีการฝังรก ไรก็ตามหญิงม้งที่คลอดลูกแล้วจะมีการอยู่ไฟเป็นระยะเวลา 1 เดือนซึ่งมีข้อปฏิบัติมากมาย เช่น ให้ฆ่าไก่ให้รับประทาน ห้ามกินอาหารแสลง ห้ามทำงานหนัก ต้องอาบน้ำอุ่น เป็นต้น การอยู่ไฟทำขึ้นเพื่อให้สุขภาพแม่แข็งแรง และไม่เจ็บไข้ตอนแก่เต่า หลังจากที่แม่คลอดลูกและลูกมีอายุครบสามเช้าจะมีการแยกขวัญเพื่อที่จะตั้งชื่อให้เด็กและเรียกขวัญให้แม่ด้วย ผู้ทำพิธีคือผู้นำแซ่ตระกูล โดยจะมีการเลี้ยงและแจ้งให้ผีบ้านทราบบและช่วยคุ้มครองตัวเด็ก จะมีการฆ่าไก่หนึ่งตัวเพื่อที่จะเลี้ยงขอบคุณ และแจ้งพ่อเกิดแม่เกิด ณ ตรงหน้าประตูด้านนอกตรงเสาฝั่งซ้ายว่าพ่อและแม่รับเด็กคนนี้มาเลี้ยง ไม่ต้องเป็นห่วง ส่วนการเลี้ยงคุณบุตรนั้นเมื่อตอนเป็นเด็กม้งเชื่อว่าจะไม่สามารถดูแลดีได้ หากดูแลดีจะทำให้ลูกไม่สบาย เมื่อลูกไม่สบายก็ต้องมีการไหว้ขอมาพ่อเกิดแม่เกิด เมื่อเด็กอายุประมาณ 4 – 5 ขวบจึงจะสามารถดูว่ากล่าวและตักเตือนได้ กรณีที่เด็กอายุมากแต่ยังมีพัฒนาการไม่สมวัย จะมีการทำพิธีต่อสะพานขวัญ เพราะเชื่อว่าขวัญของเด็กนั้นมาไม่หมดจึงมีการสร้างสะพานเพื่อรับขวัญของเด็กให้ข้ามและผ่านมาได้ ผู้ทำพิธีคือคนกลาง(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช. การศึกษาการพัฒนาภาคเหนือ : หมู่บ้านคอยปุย ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (พ.ศ.2547-2551))

#### 2) ประเพณีการแต่งงาน

ในอดีต การแต่งงานจะมีการหมั้นหมายกันระหว่างคนในครอบครัว เช่นเมื่อลูกรุ่นหลานเกิดมาก็จะมีการหมั้น หลานชายและหลานสาวตั้งแต่ตอนเด็ก ๆ บางครอบครัวผู้ชายเพิ่งเกิดแต่คู่หมั้นเดินได้แล้วก็มี จากนั้นเมื่ออายุ ประมาณ 7-8 ขวบ ก็จะบังคับให้ฝ่ายหญิงมาแต่งงาน ส่วนอีกวิธีหนึ่งคือ วิธีการจุด คือผู้ชายต้องการภรรยาต้องหมู่บ้าน คนในครอบครัวก็จะติดต่อหามาให้ เช่นเมื่องานปีใหม่ม้งซึ่งจะมีม้งทุกหมู่บ้านมารวมกันทำให้ได้พบปะและโยนลูกช่วงร่วมกัน เมื่อเจอ

สาวที่หมายปองก็จะสืบหาข้อมูลต่าง ๆ เพื่อที่จะให้ทางครอบครัวติดต่อให้ ปัจจุบันการแต่งงานก็เปลี่ยนไป ส่วนมากมักเป็นในกรณีที่หญิงและชายมีความสัมพันธ์กันแล้วและอยู่กินกันก่อน แต่มักจะมีการบอกกล่าวแก่ผู้ใหญ่ฝ่ายเจ้าสาวให้ทราบเรื่อง โดยวันแรกที่รับหญิงมาที่บ้านจะมีการทำพิธีเรียกขวัญ โดยหัวหน้าตระกูลฝ่ายชายจะนำไก่มาปิดเป่า (จับขาและกวาดแขนที่ถือไก่ผ่านด้านหน้าของฝ่ายชายและหญิง) และเรียกขวัญให้ทั้งสองอยู่ด้วยกันยาวนาน พอรุ่งเช้าวันใหม่ต้องให้คนไปแจ้งว่า ลูกบ่าวเอาลูกสาวเขามา พอครบสามวัน ฝ่ายชายก็นำผู้ใหญ่ไปเยี่ยมพ่อ แม่ สำหรับงานแต่งงานนิยมจัดงานแต่งงานโดยมีการเตรียมข้าวของเล็กน้อยส่งเลี้ยงพ่อตาแม่ยายเพื่อที่จะเจรจาจ่ายค่าน้ำนม ค่าสินสอดต่างๆ และความผิดพลาดต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างสองตระกูล ค่าสินสอดนั้นมีการตกลงเป็นกฎเกณฑ์ของเครือข่ายมั่ง 12 หมู่บ้านว่าเป็นจำนวน 12,000 บาท ส่วนจำนวนหมูและเหล้าขึ้นอยู่กับกำลังฐานะไม่มีการกำหนดแน่นอนตายตัว และเตรียมไก่สองตัวเพื่อที่ใช้ตัดความสัมพันธ์กับผีบ้านผีเรือนและบรรพชนของฝ่ายหญิง ค่าใช้จ่ายในการจัดงานแต่งงานอย่างต่ำก็ประมาณ 30,000 - 40,000 บาท ชาวเมืองจึงมักแต่งงานเมื่อพร้อมโดยส่วนมากมักจะมีบุตรก่อนแล้วและมีจำนวนบุตรก็คนที่ได้ถึงค่อยทำพิธีแต่งงาน (ยาหีย หวังวันวัฒน์, 2552) โดยทั่วไปก็จะจัดพิธีให้แก่ฝ่ายสาวเพราะถือเป็นการให้เกิดดีฝ่ายหญิงและเป็นการกระทำให้ถูกต้องตามธรรมเนียมประเพณี กฎข้อห้ามการแต่งงานระหว่างสมาชิกตระกูลเดียวกันไม่สามารถแต่งงานกันได้ เช่นมั่งแซ่อย่าง แต่งกับมั่งแซ่อย่างไม่ได้ ส่วนกฎข้อห้ามอีกข้อหนึ่งคือระหว่างตระกูลแซ่ลีและแซ่ว่าง ด้วยความเชื่อที่ว่าสองตระกูลนี้บรรพบุรุษเคยสาบานเป็นพี่น้องกัน อย่างไรก็ตามกฎข้อสุดท้าย หนุ่มสาวสมัยใหม่ อายุ 10 กว่าปีขึ้นไปก็ไม่เคร่งครัดกฎนี้เท่าที่ควร

หลังจากการแต่งงานมีคู่ครองและครอบครัวเรียบร้อยแล้วนั้น จะต้องมีการเปลี่ยนและตั้งชื่อใหม่ให้กับฝ่ายชายซึ่งเป็นชื่อสำหรับผู้อาวุโสโดยพ่อตาจะเป็นคนตั้งให้ และจะไม่ใช้ชื่อที่เคยเรียกมาแต่เดิม (ชื่อเดิมเป็นการเรียกขวัญตั้งชื่อมาอยู่กับพ่อแม่ ไม่รังควานพ่อแม่ ส่วนชื่อที่ตั้งทีหลังเป็นชื่อที่เรียกมาอยู่กับพี่น้อง ไม่รังควานญาติพี่น้อง) การตั้งชื่ออาวุโสนั้นเป็นหน้าที่ของญาติฝ่ายภรรยาซึ่งมักจะเป็นพ่อตา การทำพิธีเปลี่ยนชื่อคล้ายกับพิธีแต่งงานจะมีการตั้งโต๊ะคัมเกล้า ในการทำพิธีจะมีการฆ่าหมูและไก่ สำหรับผู้ใหญ่จะมีสรรพนามที่เปลี่ยนไป ถูกเรียกว่า เมียตามด้วยชื่อสามี อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนชื่อเรียกนี้ปรากฏในชาวเมืองดอยปุยซึ่งมีอายุประมาณ 40 ปีขึ้นไป

### 3) พิธีกรรมงานศพ

สมัยก่อนเมื่อมีคนตายต้องมีการยิงปืนขึ้นฟ้าเป็นจำนวน 3 นัด เพื่อส่งวิญญาณผู้ตายและเป็นการแจ้งให้คนในชุมชนได้รู้หลังจากนำศพมาแต่งตัวใส่ชุดศพ แต่หลังจากการเปิด



พระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์ รัฐได้สั่งห้ามยิงปืนขึ้นฟ้าสำหรับงานศพ การยิงปืนเลยยกเลิกไป สำหรับเสื้อผ้าที่ใส่ศพต้องเป็นผ้าที่สามารถย่อยสลายได้ง่าย เช่นจำพวกผ้าดิบผ้าใยกล้วยง มีการชี้ทางสวดส่งชี้ทางให้กับวิญญาณผู้ตาย และมีการฆ่าไก่ตัวผู้เพื่อที่จะนำทางช่วยเรียกวิญญาณผู้ตาย และมีการเป่าทแคนสั้นใจเสร็จจึงนำไปขึ้นห้าง

หลังจากที่มีการแต่งศพสวมเสื้อผ้าเรียบร้อยแล้วจึงสวดชี้นำทางให้กับผู้ตาย โดยจะเอาเงินให้ผู้ตายกลับไปจ่ายค่าหนี้สินให้เจ้าที่เจ้าทางตามที่คุณตายเคยอาศัยอยู่ตามสถานที่ต่างๆ โดยจะเล่าเรื่องราวในอดีตตามตำนานการสร้างโลก สร้างฟ้า สร้างแผ่นดิน การสร้างสรรพสิ่งในโลก และบอกให้รู้ว่าทำไมมนุษย์จึงมีการตายและชี้ทางผู้ตายไปแก้ความเจ็บป่วย กลับไปอารกที่ฝังที่บ้านและเดินทางไปหาบรรพชน โดยจะมีการฆ่าไก่เพื่อเป็นเพื่อนร่วมทางกับผู้ตาย และมีการเป่าแคนในบทแคนสั้นใจซึ่งกล่าวว่าวิญญาณต้องเดินทางผ่านไปทางไหนถึงสามารถที่จะขึ้นไปหาสิ่งสูงสุดจนถึงที่อาศัยของบรรพชนได้ จึงมีการนำศพขึ้นม้าหรือแท่นวางศพ โดยนำผ้าปิดหน้าสมัยก่อนจะมีลูกสะไภ้คอยปิดแมลงวันแต่ปัจจุบันไม่มี ก่อนการฆ่าหมูทุกครั้งต้องนำมามอบให้ผู้ตายโดยนำค้ายใยกล้วยงมามัดคอหมูและอีกข้างของเชือกวางบนมือของผู้ตาย คนเป่าแคนต้องเป่าตลอดงาน แคนอาหารเช้า แคนอาหารเที่ยง และแคนอาหารเย็น นอกจากนี้ยังมีการตีกลองตลอดงานเช่นกัน สำหรับคนมีฐานะทางเศรษฐกิจจัดงานศพ 5-7 วัน ส่วนคนมีฐานะทางเศรษฐกิจไม่ดีจะจัดงานศพ 2-3 วัน

การจัดงานศพจะมีการแบ่งหน้าที่เป็น 2 ฝ่ายสำคัญ ได้แก่ ฝ่ายหัวหน้าแขก และฝ่ายช่วยดูแลงาน ได้แก่ พ่อครัว (จื่อกะ tshwj kab) คนชูดหลุมศพ (txiv txhiag) คนตัดพิน (txiav taw) คนตักน้ำ (qa dej) และ คนหุงข้าว (miam ua mov) เป็นสำคัญ ในการเคารพศพจะมีคนต้อนรับ 2 คน ซึ่งเป็นลูกหลานคอยรินเหล้าให้ดื่มก่อนเคารพศพ

วันแขกครบ (Qhuatxws) เป็นวันที่แขกมาครบพร้อมเพรียงกัน วันแรกเป็นคัวจื่อจะมีการเลี้ยงวัวตามจำนวนลูกชายของผู้ตาย (หากลูกชายมีเมียสองคนก็ต้องไหว้หมูสองตัว) จำนวนวัวแสดงถึงขนาดของครอบครัวเพราะฝ่ายชายเป็นชายเป็นผู้สืบทอดตระกูล และจำนวนแขกหรือบ่งบอกถึงฐานะและความมีหน้ามีตาในสังคมของผู้ตาย วันที่สองเป็นวันเสียศพจะมีการร้องสวดจิไซ้ (นิยมให้คนเสียดิสด) ซึ่งเป็นบทคำสอนคำอวยพรให้ลูกหลานมีชีวิตที่สงบสุข และมีการเผากระดาษเงินกระดาษทองให้กับผู้ตาย เมื่อสวดจิไซ้เสร็จ จึงนำศพออกจากบ้านไปหาที่พักหรือที่ฝัง โดยคนเป่าแคนจะเป็นคนนำ (ผู้เป่าจะเป่าไปถึงลานจอดรถ นำศพขึ้นรถและไม่เป่าต่อจนกว่าจะถึงที่ฝังศพ) และมีผู้ถือคบเพลิงนำหน้าศพ ส่วนวัวและหมูจะมีการนำไปผูกบริเวณที่ฝังศพตอนเช้าแล้ว เมื่อไปถึงต้องวนรอบที่พักก่อนที่นำศพไปพัก เดินวนรอบที่พัก ผู้ชายวนไป 5 รอบ วนกลับ 4 รอบ ผู้หญิงวนไป 4 รอบวนกลับ 3 รอบ (สมัยก่อนไปค้อยให้ผู้หญิงเข้าร่วม เนื่องจากกระยะทางไกลและ

เดินทางลำบาก) แล้วจึงนำศพไปวางบนที่พักได้ และมีการฆ่าวัวหรือหมูให้ผู้ตายโดยต้องส่งมอบให้ผู้ตายทุกครั้งทุกตัว เว้นแต่จะฆ่าเพื่อที่นำมาทำเป็นอาหาร โดยเฉพาะ เมื่อนำเนื้อสัตว์มาทำอาหารทานกันเสร็จ และต้องมีการจัดเตรียมอาหารเพื่อเลี้ยงขอบคุณทุกท่านที่มาช่วยงานหรือที่เรียกว่า “จ้อเทียน้อง” และเรียกขวัญทุกคนให้กลับมาอยู่กับร่างกายมิให้คิดตามวิญญาณผู้ตายไปได้ เวลาประมาณบ่าย 2 โมงถึงบ่าย 3 โมงจึงนำเอาศพไปฝังโดยจะมีคนเป่าแคนนำหน้าศพอีกเช่นกัน หลังจากกลับเข้าหมู่บ้าน เจ้าบ้านจะต้องไปทำไร่ไถ่กันวิญญาณบริเวณทางเข้าหมู่บ้านและมีการก่อไฟไว้เพื่อให้วิญญาณมาติดอยู่ที่นี้ ไม่สามารถเข้าบ้านได้โดยจะทำใหม่ทุกวัน เป็นเวลา 3 วันติดต่อกัน

เมื่อนำศพไปฝังครบหนึ่งจู่ หรือ 13 วันจะมีการ “จี” โดยนำขวัญคนตายกลับมาเยี่ยมบ้านอีกครั้ง เพราะได้เวลาพอสมควรที่จะไปเป็นผีโดยสมบูรณ์ จะมีการฆ่าไก่เพื่อเลี้ยงส่ง ถ้าเป็นผู้หญิงจะใช้ไก่ตัวผู้ ถ้าเป็นผู้ชายจะใช้ไก่ตัวเมีย ส่วนการปล่อยขวัญวิญญาณ/กิ้งกระดิ่ง ทำขึ้นเพื่อเลี้ยงส่งวิญญาณ โดยนำขวัญวิญญาณไปปล่อย ให้ขวัญวิญญาณได้ช่องทางไปเกิดใหม่ได้อย่างหมดห่วง กรณีถ้าตายไม่ดีจะมีการทำพิธีเลี้ยงเพราะเชื่อว่าวิญญาณจะไปเกิดลำบาก ถ้าหากตายดี ผ่านไปหลายปีจะค่อยทำ และการทำพิธีครั้งหนึ่งก็จะปล่อยขวัญวิญญาณที่หลายวิญญาณ (ประมาณ 4-5 คน)

### ประเพณีปีใหม่ม้ง

ประเพณีนี้เป็นช่วงระยะเวลาที่ตีมากอย่างหนึ่งของม้งเป็นช่วงระยะเวลาที่สนุกสนานตลอดทั้งปี อีกทั้งยังเป็นช่วงที่ลูกหลานกลับมาเยี่ยมพ่อแม่ และญาติผู้ใหญ่ในหมู่บ้าน ช่วงประเพณีปีใหม่จะเริ่มประมาณวันขึ้นเดือนหนึ่งหรือสอง หรือประมาณช่วงเดือนธันวาคมของทุกปี กิจกรรมก่อนเทศกาลปีใหม่ จะมีการเตรียมข้าวของอาหารการกิน เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มให้พร้อมสรรพเช่น ไก่และไข่ใช้เรียกขวัญและเช่นผีบ้านผีเรือนต่างๆ หมูเพื่อฉลองปีใหม่หรือเช่นผีทรงเน้ง โดยปล่อยให้เหล่าผีต่างๆ กลับไปสนุกสนานกับเทศกาลปีใหม่ และมีการเช่นผีต่างๆ ที่เช่นเป็นประจำทุกปี และยังมีการเรียกขวัญสรรพสิ่งพืชพันธุ์จากไร่ให้มาร่วมเฉลิมฉลองร่วมสนุกสนานเทศกาลปีใหม่นอกจากนี้ยังมีการตำขมข้าวบุก (ทำมาจากข้าวโพดสุก) เพื่อนำมาใช้กินในช่วงปีใหม่และเลี้ยงบรรพชนต่างๆ วันส่งท้ายปีเก่า ต้อนรับปีใหม่ จะต้องมีการเตรียมต้นหนามเพื่อปักรั้วคาน มีการเตรียมอาหารการกินใหม่เพื่อที่จะนำมาเลี้ยงผีบ้านผีเรือนบรรพชน และนำมาเป็นอาหารใหม่ในปีใหม่ บางบ้านอาจไม่ทำเนื่องจากทำพิธีปักรั้วคานไปแล้วในช่วงเดือนสิงหาคมและเดือนกันยายน

วันปีใหม่ จะมีพิธีเฉลิมฉลอง 3 วัน ดังนี้ วันขึ้นหนึ่งค่ำ วันแรกนั้นเมื่อรุ่งเช้าก่อนรับประทานอาหารเช้าจะมีการยิงปืนเพื่อรับขวัญวันใหม่ ผู้อาวุโสจะเลี้ยงบรรพชนที่ล่วงลับไปแล้ว วัน

ขึ้นสองคำหรือวันที่สองจะมีการค้าหัวอวยพรและขอพรจากผู้อาวุโสไปร่วมผู้อาวุโสส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ อวยพรให้อยู่เย็นเป็นสุข ส่วนวันขึ้นสามค่ำวันที่สามจะไปทำความเคารพบรรพชนและทำความสะอาดบริเวณหลุมศพ เป็นการขอพรจากผู้ล่วงลับไปแล้ว เป็นวันส่งท้ายช่วงเทศกาลปีใหม่ โดยจะมีการเลี้ยงผีเป็นการส่งท้ายปีใหม่ และมีการละเล่นในลานกว้างไม่ว่าจะเป็นการเล่นลูกช่วง ตีลูกข่างสมัยก่อนนั้นเรียกว่าแจ้และ แจ้ขง การโยนลูกฟ้าหรือการเล่นลูกช่วงเป็นสิ่งที่สนุกสนานสำหรับคนที่ยังโสดอยู่ เพราะได้พบปะได้คุยกัน เป็นกิจกรรมเพื่อให้หนุ่มสาวได้มีโอกาสรู้จักกัน เกี่ยวพาราสีกัน โดยที่หญิงสาวจะเอาลูกฟ้าที่ตนทำไว้แล้ว ฝากคนไปให้ชายหนุ่มที่ตนเองชอบ ส่วนมากชายหนุ่มมักจะไม่ปฏิเสธจะเล่นด้วย ซึ่งก็แสดงว่าชอบสาวคนนั้นเช่นกัน การเล่นจะโยนเป็นคู่ ๆ มีการพนันกัน ถ้าใครทำลูกฟ้าตกก็มักจะต้องเสียสิ่งของ ส่วนมากชายหนุ่มมักจะมีข้อต่อรองให้หญิงสาวมาใกล้ชิดหรือสัมผัสกับตนมากๆ จึงจะยอมรับของที่ตนได้มาเพราะขณะการเล่นลูกช่วง ด้านการเล่นลูกข่างเป็นการทำมาจากไม้เนื้อแข็งและมีน้ำหนักมาก การตีลูกข่างด้วยเชือกนั้นต้องใช้บริเวณพื้นที่กว้างและพื้นแน่นแข็ง ลูกข่างจึงสามารถที่จะหมุนได้ดีและนาน ผู้ชนะคือผู้ที่ตีลูกข่างอื่นเก่งและลูกข่างหมุนดีและหมุนได้นาน ส่วนกลุ่มผู้หญิงและผู้ที่ไม่โสดจะนั่งชมลูกหลานเล่นลูกช่วงมานั่งเลือกคู่ครองให้ลูกให้หลานตัวเอง ส่วนกลุ่มผู้ชายก็จะเล่นตีลูกข่างแข่งกันอย่างสนุกสนาน การละเล่นในเทศกาลปีใหม่นั้นจะมีการเล่นกี่วันก็ได้ตามแต่จำนวนคนที่มีมากน้อยเพียงใด มีคนมากก็มีการละเล่นนานวัน บางหมู่บ้านมีการละเล่นนานเป็นสัปดาห์ มีบางคนถือโอกาสไปเที่ยวต่างหมู่บ้าน ไปเล่นสนุกสนานหรือไปเยี่ยมญาติ(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมวิราช. การศึกษาการพัฒนาภาคเหนือ : หมู่บ้านคอยบุย ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (พ.ศ. 2547-2551))

### พิธีกรรมทางความเชื่อที่สำคัญ

การประกอบพิธีกรรมทางความเชื่อนั้นมีอยู่ด้วยกันหลายอย่าง และสำคัญมากสำหรับการดำรงชีพของม้ง การประกอบพิธีกรรมจะทำเมื่อเจ็บไข้ได้ป่วยและหาวิธีการรักษาไม่ได้จึงไปพบหมอผี โดยจะมีการจตุรูป 3 ดอก และเป่าลมผ่านรูป และหมอจะบอกถึงสาเหตุ และจะมีการทำพิธีแก้ไข นอกจากนี้อาจจะเป็นความรู้สึกของชาวม้งที่หวงคิดถึงสิ่งศักดิ์สิทธิ์ต่างๆ และรู้สึกว่าจะต้องทำพิธีกรรม จึงทำพิธีกรรมขึ้นมา (สัมภาษณ์นายสิริพงษ์ อายุ 29 ปี และเพื่อนๆ ชาวม้งซึ่งมาช่วยให้อุปกรณ์ในการสัมภาษณ์)

#### 1. ผีวัว

ผีวัวนั้นเป็นการฆ่าวัวให้กับบรรพชนพ่อแม่ผู้ล่วงลับไปนานแล้ว บ้านที่อยู่อาศัยของเขาเหล่านั้นได้เสื่อมโทรมลง ต้องกลับมาหาลูกหลานเพื่อขอให้ลูกหลานช่วยเหลือเพื่อซ่อมแซมบ้าน พ่อแม่กลับมาหาและขอความช่วยเหลือจากลูกชายเท่านั้น เพราะลูกชายเป็นผู้ที่

สืบสายตระกูลของพ่อแม่ลูกๆ ที่เป็นชายต้องนำวัวประกอบพิธีกรรมส่งให้พ่อแม่ การประกอบพิธีกรรมวัวอยู่ที่ความเชื่อว่าเป็นอย่างไรบางคนทำเพียงครั้งเดียวต่อคน บางคนทำหลายครั้ง

## 2. หมูผี

หมูผี (อัวบัวลั้ง) นั้นเป็นผีที่อยู่หน้าประตูห้องนอน ผีตนนี้ติดตามผู้หญิงเท่านั้น เพราะว่าสมัยก่อนนั้นมีเรื่องเล่ากันว่าพิธีกรรมนี้ผู้หญิงเป็นผู้ประกอบพิธีกรรม เพราะความอยากเป็นผู้นำผู้ชายจึงลวงมาเป็นผู้ประกอบพิธีกรรมแทน การประกอบพิธีกรรมต้องเป็นบุคคลที่แต่งงานและมีลูกแล้วเท่านั้น และภรรยายังมีชีวิตอยู่ การประกอบพิธีกรรมจะกระทำเมื่อผีคนนี้เข้ามาขอให้ทำพิธีเช่นไหว้ของ (การขอนี้ก็คือเป็นการที่มึงมีจิตคิดถึง) และไม่ได้ประกอบพิธีนี้มานานแล้วจึงทำพิธี ซึ่งส่วนมากจะเป็น 2-3 ปีต่อครั้ง การประกอบพิธีกรรมนี้จะใช้หมูตัวเมียมาประกอบพิธีกรรมเท่านั้น และช่วงประกอบพิธีกรรมนั้นจะห้ามมิให้พูดภาษาอื่นนอกจากภาษาม้งเท่านั้น (นายเน้ง อายุ 26 ปี กล่าวว่า “ไม่พูดภาษาม้งผีไม่มา”)

## 3. ผีฟ้า

ผีฟ้าเป็นผีอีกตัวหนึ่งที่มีการประกอบพิธีกรรมด้วย เพราะสมัยก่อนนั้นเมื่อสมัยที่อพยพหนีสงครามต้องเดินทางผ่านทางน้ำ แต่ไม่สามารถที่จะผ่านได้อย่างราบรื่น จึงมีการบนผีฟ้า โดยเอาลูกชายคนเล็กมาแก้บน คนจึงสามารถที่จะข้ามน้ำมาได้ และให้สัญญาว่าจะส่งหมูทุกปีมาให้ลูกชายคนเล็กที่อยู่ที่นั่นรอ ฉะนั้นปัจจุบันจึงมีการทำพิธีกรรมเช่นผีฟ้า เพื่อส่งหมูไปให้ลูกชายคนเล็ก และมีบางสายตระกูลที่ไม่มีมีการประกอบพิธีกรรมนี้ การประกอบพิธีกรรมนี้ต้องเป็นมดหรือจิ้งมีว (Txiv muas) บุคคลที่ถูกคัดเลือกโดยผีเป็นผู้คัดเลือกโดยไม่สามารถเรียนรู้กันได้ ในช่วงพิธีกรรมจะมีการเป่าแคนหมูที่นำมาประกอบพิธีกรรมเป็นหมูตัวเมีย ผีฟ้าเป็นผีที่อยู่กับฝ่ายชาย เมื่อประกอบพิธีกรรมจะให้ผู้หญิงเห็นไม่ได้ และไม่เข้าร่วมรับประทานในช่วงที่กำลังประกอบพิธีกรรม การประกอบพิธีกรรมจะประกอบเมื่อการย้ายบ้านแต่ละครั้งเท่านั้น เพราะว่าการย้ายบ้านแต่ละครั้งเปรียบเสมือนการเปลี่ยนเรือเพื่อข้ามน้ำไปอีกฝั่งหนึ่ง และเพื่อส่งหมูไปให้คนที่ได้บนไว้เมื่อเวลาอพยพหนีสงครามมา

## 4. การบนบาน

การบน คือการบน อัญเชิญสิ่งศักดิ์สิทธิ์เทพเจ้าบนฟ้า เพื่อมาคุ้มครองสิ่งต่างๆ ที่ต้องการคุ้มครอง ถ้าคุ้มครองได้จึงมีการแก้บน หรือว่าจะเป็นการเซ่น (จี Txiv) การบนนั้นมีอยู่ด้วยหลายอย่าง หลายวิธี การบนเพื่อคุ้มครองของมนุษย์เป็นอีกอย่างหนึ่งซึ่งมักเป็นการบน โดยขอให้คุ้มครองตลอดปีและคุ้มครองสรรพสิ่งอย่างอื่นมีอีกอย่างหนึ่ง เช่น ไร่นาและสวน ตัวอย่างเช่นเมื่อได้ข้าวใหม่ จะมีการไหว้โดยซื้อไก่ หมู และนำข้าวใหม่มาไหว้บรรพบุรุษ

อุปกรณ์ และสิ่งของการบน ได้แก่ รูป กระจาดสา กระจาดเงิน กระจาดทอง สัตว์ต่างๆ เช่น ไก่ หมู วัว และควาย เป็นต้น เมื่อใช้สิ่งใดบนจะต้องใช้สิ่งนั้นในการแก้บน การบน จะมีการกล่าวว่บนสัตว์ประเภทใดจำนวนกี่ตัว กระจาดสา กี่ช่อ และกระจาดเงินกระจาดทองกี่ แผ่น สัตว์ที่ใช้การแก้บนนั้นจะใช้เฉพาะตัวผู้เท่านั้น การเตรียมกระจาดสา 9 แผ่น บุขากรณีที่เป็น การบนรอบปีและการบนสัตว์ใหญ่ หรือสัตว์สี่ขา แต่ถ้าเป็นการบนเจ็บไข้ได้ป่วยนั้นจะใช้กระจาด สา 5 แผ่นหรือว่าการบนสัตว์เล็กสัตว์ปีก ส่วนการบนเพื่อให้คุ้มครองผลิตผล โดยส่วนใหญ่จะ อัญเชิญเทพเจ้าที่คุ้มครองเฉพาะส่วนเท่านั้นจะไม่อัญเชิญเทพเจ้าบนฟ้าองค์อื่น ๆ หรือการอัญเชิญ เจ้าที่เจ้าทางมาคุ้มครองผลผลิตพืชพันธุ์ ธัญญาหารต่างๆ การแก้บนนั้นจะแก้ต่อเมื่อสามารถที่จะ เก็บผลผลิตได้เรียบร้อยแล้วเท่านั้น

#### 5. การถือได้ การปิดรังควาน

การถือได้ หรือเรียกโดยตรงว่าการปิดรังควานสิ่งชั่วร้ายออกไป โดยเป็นวิธีการ หนึ่งที่สามารถจะปิดกวดสิ่งที่ไม่ดี โรคภัยไข้เจ็บให้ออกไปเพื่อมิให้มารุกรายคนได้ โดยเอา หนุ้าไม้กวาดมาปิดมากวาดทิ้งออกไป เป็นการปิดกวดโรคภัยไข้เจ็บ เรื่องคติความ ใจไม้กวาดเป็น สิ่งหนึ่งที่สามารถที่จะปิดกวดขจัดสิ่งที่ไม่ดีสิ่งชั่วร้ายออกไปจากวิถีชีวิตได้เป็นอย่างดี ช่วง ระยะเวลาที่เหมาะสมในการทำพิธีกรรมคือ ช่วงวันที่ 25 – 29 เดือนก่ำม้ง อยู่ที่ว่สายตระกูลแซ่ใด มีความเชื่ออย่างไร กลุ่มสายตระกูลแซ่ที่มีการปิดกวดสิ่งไม่ดีออกไปในช่วงเดือนก่ำแล้วนั้นจะไม่ มีการทำพิธีกรรมอีกในช่วงเทศกาลปีใหม่ การปิดกวดนี้ใช้ใบหนุ้าไม้กวาดมัดด้วยผ้าสีแดง สีแดง หมายถึงสิ่งที่ไม่ดี หลังจากทีปิดกวดเรียบร้อยแล้วนั้นนำเอาไปมัดไว้ที่ต้นเสา แล้วเอามัดพันใบ หนุ้าไม้กวาดนั้นทิ้งเสีย ดั่งการทำลายสิ่งไม่ดีนั้น โดยต้องพันให้ขาดทั้งหมดถ้าสามารถพันขาด ภายใหนที่เดียวใปีนั้นทุกคนจะอยู่อย่างร่มเย็นสงบสุข ไม่มีโรคภัยไข้เจ็บ ไม่มีคติความ แต่ถ้าไม่ สามารถพันให้ขาดภายใหนที่เดียวต้องพยายามพันให้ขาดให้ได้ด้วยเพื่อที่จะสามารถทำลายสิ่งชั่ว ร้ายนั้นได้ลง แม้ว่าจะไม่ไ้ทั้งหมด

#### 6. การเลี้ยงผี

เมื่อมีการประกอบพิธีกรรมใดต้องมีการทำบุญเลี้ยงผี หรือว่าเป็นการเลี้ยงบรรพ ชนต่างๆ ทีได้ล่วงลับไปแล้ว และผีบ้านผีเรือนได้มาร่วมกินร่วมรับประทานอาหาร ร่วมดื่มกิน ด้วยกัน หรือว่าเป็นการแบ่งอาหารให้เหล่าบรรพชนได้ร่วมดื่มกินด้วย เพื่อที่จะให้ช่วยคุ้มครอง ลูกหลานให้สามารถที่จะกระทำอันใดก็ได้เพื่อที่จะสามารถหามาเลี้ยงชีพได้ และสามารถที่จะเลี้ยง เหล่าบรรพชนและผีบ้านผีเรือนได้ด้วย ไม่ว่าจะทำประกอบพิธีกรรมใดก็ต้องการเลี้ยงผีบรรพชน ด้วย แม้ว่าการฆ่าสัตว์เพื่อการกินเลี้ยง หรือว่าได้ผลผลิตใหม่ต้องการเลี้ยงบรรพชน (มักเป็นการ เวียนมากินอาหาร) และผีบ้านผีเรือนก่อน (มักเป็นการเผาเงินไปให้ใช้) ก่อนที่จะให้ทุกคนใน

ครอบครัวได้รับประทานซึ่งมักเป็นข้าว หรือว่าต้องการเพื่อที่จะขอให้เหล่าบรรพชนช่วยคุ้มครอง จึงมีการเลี้ยงขอ เมื่อมีการเดินทางไกล (ไม่ค่อยเคร่งครัด) หรือว่ามี การไปเที่ยวต่างแดนต่างถิ่น เมื่อมีการรับประทานอาหารในช่วงเย็นจะมีการเลี้ยงผีเจ้าที่เจ้าทางก่อนที่จะลงมือกิน (เคร่งครัด)

#### 7. การดูฤกษ์ ดูยาม

การดูฤกษ์ หรือ ชั่วซี (Tshuaj sij) เป็นการดูฤกษ์เพื่อทำมาหากิน และประกอบพิธีกรรม เช่น ของหายจะหาได้หรือไม่ คนเจ็บป่วยจะหายหรือจะตาย อาการจะหนักตอนไหน ส่วนการดูฤกษ์แบบชำแม่ง (Xammemm) ใช้ในลักษณะของการว่าคตีความและการดูการเจ็บป่วยซึ่งมักเกี่ยวกับเรื่อง ผี และการรักษาคนไข้

#### 8. การอยู่กรรม

กลุ่มพี่น้องในเครือญาติตระกูลเดียวกันมีความเชื่อและพิธีกรรมที่เหมือนกัน จะอยู่กรรมเมื่อมีคนฝ่าฝืนทำผิดจารีตที่ทำให้คนในตระกูลเดือดร้อน ต้องทำพิธีกรรมขอมาบรรพชน และบั้งขวัญ และต้องอยู่กรรมเพื่อหลีกเลี่ยงความเสี่ยงอื่นๆ หรือเพื่อหลีกเลี่ยงโรคร้ายไข้เจ็บ ทุกคนต้องหยุดกิจกรรมนอกบ้านทุกอย่างเพื่ออยู่กรรม การอยู่กรรมนี้จะห้ามมิให้ผู้อื่นที่มีโชฎิญาดีพี่น้องที่มีความเชื่อและพิธีกรรมแตกต่างจากตนเข้าบ้าน การอยู่กรรมอาจเป็นหนึ่งหรือสองวัน ตามแต่ที่ผู้ทรงจะแนะนำให้อยู่กรรมเพื่อพ้นจากช่วงระยะเวลาที่ไม่ดี แต่ละกลุ่มแซ่ตระกูลจะมีวันอยู่กรรมไม่ตรงกัน แต่เขาบอกว่าพิธีอาจจะต่างกันเพียงเล็กน้อย การอยู่กรรมนั้นเป็นการรวมเฉพาะกลุ่มเครือญาติ

#### 9. การมัดมือ

การมัดมือทำเพื่ออวยพรให้อยู่ร่มเย็นเป็นสุข การมัดมือมีหลายประเภท เช่น การให้ผู้เอาธูปมัดมือและอวยพรให้ การมัดมือเมื่อครบขวบปีเพื่อปลดสิ่งไม่ดีออกไป การมัดมือเมื่อเจ็บป่วยและการมัดมือเพื่อเรียกขวัญให้กลับมาอยู่กับตัวและอยู่กับพ่อแม่พี่น้อง ชาวม้งเชื่อว่าร่างกายจะเจ็บป่วยหรือมีการผิดปกติเมื่อวิญญาณหรือขวัญหลงออกไปจากร่างกายอาจเกิดจากการตกใจกลัว หรือการละเมิดเจ้าที่เจ้าทางแล้วถูกจับไป ดังนั้น จึงต้องเรียกขวัญให้กลับร่าง หากเกิดกรณีร้ายแรงไม่สามารถรักษาโดยการเรียกขวัญจะต้องทำพิธีกรรมที่ซับซ้อนขึ้นไปอีก คือ การเข้าทรงหรืออ้วเน้ง การเข้าทรงมี 2 ประเภท ประเภทที่หนึ่ง เป็นการทำให้ผีเน้งมั่วตัว ซึ่งหมายถึงว่าวิญญาณผู้ป่วยได้ถูกนำไปยังปรโลกแล้ว การเข้าทรงของหมอผีหมายถึงการขี้ม้าเข้าสู่ปรโลกเพื่อไล่วิญญาณผู้ป่วยกลับมา การทรงเช่นนี้ต้องเป็นผู้ที่เรียนมาและมีคุณสมบัติครบถ้วน

#### 10. ศิลปะดนตรีและการละเล่น

เครื่องดนตรีของชาวม้ง คือ เฆม ในภาษาม้ง หรือแคน ในภาษาไทย เป็นเครื่องดนตรีที่ดำรงอยู่กับชาวเขาเผ่าม้งมานานหลายช่วงอายุคน และทำหน้าที่สำคัญในการนำทางดวง

วิญญาณผู้ล่วงลับให้เดินทางกลับไปหาบรรพชนที่อยู่ในอีกภพหนึ่ง เสียงแคนที่ถูกบรรเลงทุกเพลงล้วนมีความหมายสอดแทรกบอกเล่าเรื่องราวต่าง ๆ ให้กับดวงวิญญาณได้รับรู้ เป็นเหมือนเครื่องดนตรีที่สื่อระหว่างโลกมนุษย์และโลกวิญญาณ ดังนั้นหากงานศพใดไม่มีเสียงแคน งานศพนั้นก็ยังไม่สมบูรณ์เพราะดวงวิญญาณไม่สามารถไปสู่สุคติได้ แคนมิ่งแบบดั้งเดิมจะทำด้วยไม้ไผ่ 6 ลำ ประกอบด้วยเสียงโน้ต 6 เสียง คือ โด เร มี ซอล และลา เสียงโด้จะเกิดจากไม้ไผ่ที่มีขนาดสั้นและลำปล้องหนาที่สุดในบรรดาไม้ไผ่ทั้งหมด หลังจากนั้นไม้ไผ่จะบางลงและยาวมากขึ้นเรื่อย ๆ แต่ละปล้องไม้ไผ่จะเจาะรูหนึ่งรู ด้านในมีลิ้นโลหะเพื่อให้เกิดเสียงต่าง ๆ ไม้ไผ่ทั้งหมดจะถูกยึดรวมกันด้วย “เต้า” ซึ่งทำจากไม้เนื้อแข็ง เวลาเล่นจะใช้ปากเป่าที่ปลายเต้า ส่วนแคนสมัยใหม่จะทำจากท่อพีวีซีซึ่งเพิ่มความดังของเสียง แต่ความไพเราะและความนิยมสู้แคนไม้ไผ่ไม่ได้ นอกจากงานศพแล้ว ยังนิยมเป่าแคนในงานรื่นเริง เช่น งานปีใหม่ โดยเนื้อหาของบทเพลงที่เป่าจะมีความแตกต่างออกไป รวมทั้งมีทำเต้าประกอบการเป่าเพื่อดึงดูดความสนใจจากคนดู แตกต่างจากการเป่าในงานศพซึ่งย่อตัวและเป่าวนรอบศพเท่านั้น ส่วนศิลปะการแสดง ได้แก่ การรำดาบ (มักจะรำตอนปีใหม่แต่ไม่บ่อยนัก จะมีการรำเมื่อคนในหมู่บ้านอยากดู และขอให้รำ) ส่วนการละเล่น นอกจากมีการเล่นลูกช่วง เล่นลูกข่างในตอนปีใหม่แล้ว ยังมีการยิงหน้าไม้ซึ่งมักนำมาให้บริการนักท่องเที่ยว (สาละวินโพสท์ , 2552) ปัจจุบันศิลปะดนตรี การแสดงและการละเล่นที่หมู่บ้านม้งคอยปุยมีการเปลี่ยนแปลง ไปในทางอนุรักษ์เพื่อการท่องเที่ยว เช่นรวมเอาการเป่าแคนและการแสดงรำกระดังงาในพิธีเปิดงานเทศกาลการท่องเที่ยวหมู่บ้านม้งคอยปุย ส่วนการยิงหน้าไม้มักจะจัดให้นักท่องเที่ยวที่มาเยือนหมู่บ้าน ม้งคอยปุยได้ทดลองยิงเพื่อเป็นกิจกรรมหนึ่งในการท่องเที่ยว(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมชิวราช. การศึกษาการพัฒนาภาคเหนือ : หมู่บ้านคอยปุย ตำบลสุเทพ อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ (พ.ศ.2547-2551))

**การเดินทาง** หมู่บ้านคอยปุย ห่างจากตัวเมืองเชียงใหม่ประมาณ 30 กิโลเมตร การเดินทางไปยังหมู่บ้านคอยปุย จากตัวเมืองเชียงใหม่มุ่งหน้าไปทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ ผ่านสถานที่สำคัญและสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ดังนี้ ผ่านหน้าสวนสัตว์เชียงใหม่ น้ำตกห้วยแก้ว อนุสาวรีย์ครูบาศรีวิชัย สถานีวัดความสันสะเทือน จุดตรวจทางขึ้น อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ – ปุย น้ำตกวังบัวบาน ผาเจิบ น้ำตกมณฑาธาร วัดผาลาด สถานีควบคุมไฟฟ้า หอดูดาวสิรินธร วัดพระธาตุดอยสุเทพราชวรวิหาร ที่ทำการอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ – ปุย โรงเรียนศรีสังวาลย์ เข้าสู่ดอยบวกห้าซึ่งเป็นที่ตั้งของพระตำหนักภูพิงศ์ราชนิเวศ และผาดำ เข้าสู่หมู่บ้านคอยปุย การเดินทางสามารถนำรถยนต์ส่วนตัว รถจักรยานยนต์ รถตู้และรถสองแถว ขึ้นไปหมู่บ้านม้งคอยปุยได้ตลอดเวลา แต่ถนนหมู่บ้านม้งคอยปุยค่อนข้างที่จะชำรุด แต่ยังสามารถเดินทางโดยสารกับรถประจำทาง(รถแดง)ตามคิวรถต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ คิวรถหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คิวรถหน้าสวนรุก

ชาติห้วยแก้ว      คีรชนหน้าสวนสัตว์เชียงใหม่      คีรชนวัดพระธาตุดอยสุเทพและคีรชนหน้า  
พระตำหนักภูพิงค์



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

นายเลิศฤทธิ์ ใหมประเทศ



วัน เดือน ปีเกิด

4 มีนาคม 2527

ประวัติการศึกษา

สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย สายศิลป์-ภาษา(ฝรั่งเศส)  
โรงเรียนนวมินทราชูทิศ พายัพ ปีการศึกษา 2544

สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีนิเทศศาสตรบัณฑิต  
ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยพายัพ ปีการศึกษา 2548



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved