

นักท่องเที่ยวมูเตลู : ความเชื่อ พฤติกรรม และความต้องการในการท่องเที่ยว*

Mutelu Tourists: Beliefs, Behaviors, and Tourism Needs

¹จริยา สุพรรณ และ สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน

¹Jariya Supun and Supaporn Prasongthan

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Faculty of Humanities, Kasetsart University, Thailand.

¹Corresponding Author's Email: s_prasongthan@hotmail.com



บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาวิถีปฏิบัติ พฤติกรรม และความต้องการท่องเที่ยวมูเตลูของนักท่องเที่ยวชาวไทย 2) เปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์กับวิถีปฏิบัติและความต้องการท่องเที่ยวมูเตลู และ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวิถีปฏิบัติมูเตลูกับความต้องการท่องเที่ยวมูเตลู ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวกด้วยแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์มูเตลู จำนวน 406 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการทดสอบความสัมพันธ์

ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวมูเตลูมีวิถีปฏิบัติมูเตลูโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญสูงสุดกับวัตถุประสงค์ในการขอพรเพื่อความสุขความเจริญอยู่เย็นเป็นสุข พฤติกรรมท่องเที่ยวมูเตลูส่วนใหญ่เดินทางกับครอบครัว ใช้รถยนต์ส่วนตัว เดินทางวันหยุด ใช้จ่ายไม่เกิน 1,500 บาท วางแผนเดินทางด้วยตนเอง และมีความต้องการท่องเที่ยวมูเตลูโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยต้องการไปกราบสักการะศาลเจ้าและเทวสถานมากที่สุด 2) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และสถานภาพ ส่งผลต่อวิถีปฏิบัติและความต้องการท่องเที่ยวมูเตลูอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) 3) วิถีปฏิบัติมูเตลูโดยรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงกับความต้องการท่องเที่ยวมูเตลู ($r = 0.732$) ซึ่งให้เห็ว่ายังมีวิถีปฏิบัติมูเตลูมากความต้องการท่องเที่ยวมูเตลูยิ่งสูงขึ้น ผลการวิจัยสะท้อนว่าความเชื่อและศรัทธาเป็นปัจจัยสำคัญที่ขับเคลื่อนการท่องเที่ยวมูเตลูในไทย และเป็นข้อมูลสนับสนุนการพัฒนาและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวมูเตลูไม่ว่าจะเป็นการออกแบบเส้นทางหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวมุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจ การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจเกี่ยวกับประวัติ ตำนานหรือเรื่องราวความศักดิ์สิทธิ์

คำสำคัญ: มูเตลู; ความเชื่อ; พฤติกรรม; ความต้องการท่องเที่ยว

Abstract

This research article aims to 1) study the practices, behaviors, and Mutelu tourism needs of Thai tourists, 2) compare demographic characteristics with Mutelu practices and tourism needs, and 3) investigate the relationship between Mutelu practices and Mutelu tourism needs. A quantitative research method was employed. Data were collected using convenience sampling via questionnaires from 406 Thai tourists with Mutelu experience. The

*Received October 22, 2025; Revised November 14, 2025; Accepted November 25, 2025

data were analyzed using descriptive and inferential statistics, including percentage, mean, one-way analysis of variance, and correlation analysis.

The results revealed that: (1) The overall Mutelu practices of tourists were at a high level, placing the highest priority on the objective of praying for happiness, prosperity, and well-being. Most Mutelu tourism behaviors involved traveling with family, using private vehicles, traveling during holidays, spending no more than 1,500 Baht, and planning trips independently. The overall Mutelu tourism needs were at a high level, with paying homage to shrines and sacred sites being the most desired activity; (2) Demographic characteristics, namely age, education level, income, occupation, and status, significantly affected Mutelu practices and tourism needs ($p < 0.05$); and (3) Overall Mutelu practices had a high positive correlation with Mutelu tourism needs ($r = 0.732$), indicating that the higher the level of Mutelu practices, the higher the Mutelu tourism needs. The findings reflect that belief and faith are crucial factors driving Mutelu tourism in Thailand, serving as supportive information for the development and promotion of Mutelu tourism activities—whether through route design or activity planning focused on creating memorable experiences, and leveraging social media to generate engaging content regarding history, legends, or sacred narratives.

Keywords: Mutelu; Belief; Behavior; Tourism Needs

บทนำ

สังคมไทยมีลักษณะผสมผสานระหว่างความเชื่อเรื่องผีสงฆ์ เทวดา พราหมณ์ และพระพุทธศาสนาอย่างต่อเนื่องยาวนาน (Koses, 1972) วรรณคดีเรื่องขุนช้างขุนแผนเป็นตัวอย่างที่สะท้อนการผสมผสานความเชื่ออย่างหลากหลายมิติทั้งการสร้างกุมารทอง การเลี้ยงภูตผี การปลุกเสกวัตถุมงคล ตลอดจนความเชื่อเรื่องเวทย์มนต์ ของขลัง โชคลาง ฤกษ์ยาม และคาถาอาคม ซึ่งดำรงอยู่ร่วมกันอย่างกลมกลืน โดยยังคงรักษาแก่นของศาสนาแต่ละระบบไว้อย่างสมดุล (Sudayongk and Nammontree, 2024) ลักษณะดังกล่าวสะท้อนแนวทางหรือกลไกสำคัญของกระบวนการคิดของมนุษย์ในการรับมือกับความไม่แน่นอน ความเปราะบาง ความรู้สึกไม่ปลอดภัยเมื่อเผชิญเหตุการณ์ที่ไม่สามารถอธิบายได้ (Chaiyotha, 1995; Sasiwongsaroj, 2023) ความเชื่อจึงเป็นธรรมชาติของมนุษย์และถือเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมมนุษย์ตั้งแต่โบราณ เป็นกลไกสำคัญในการรับมือกับปรากฏการณ์ทางธรรมชาติและอุปถัมภ์ผ่านการจัดพิธีกรรมเพื่อขอพรหรือปัดเป่าเคราะห์ (Winithasathikun and Phramaha Jirachan Jiramethee (Lowulun), 2015) ศาสนาและความเชื่อดังกล่าวยังมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ (Spiritual Tourism) ซึ่งได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในยุคปัจจุบัน (Kreiner and Wall, 2015) ในบริบทสังคมไทยความเชื่อและศรัทธาได้กลายเป็นกลไกสำคัญในการฟื้นฟูเศรษฐกิจผ่านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงความเชื่อ ซึ่งผสมผสานศาสนา ความเชื่อพื้นถิ่น และคติชนเข้าด้วยกัน (Puangsang and Phuangsuan, 2023) ขณะที่ปัจจัยภายในตัวบุคคล เช่น ความเชื่อและศรัทธาต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ หรือเครื่องราง ของขลังซึ่งเป็นที่ยึดเหนี่ยวและควบคุมสิ่งที่มองไม่เห็น และปัจจัยภายนอก เช่น ศาสนสถาน โบราณสถาน พิธีกรรมท้องถิ่น บุคคลผู้มีอิทธิพล และสื่อสังคมออนไลน์ ล้วนเป็นองค์ประกอบสำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงมูเตลูของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน (Jansuri, 2021)

ภายใต้บริบทของเศรษฐกิจแบบทุนนิยมและความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม เหล่านี้ล้วนมีผลกระทบต่อชุมชนท้องถิ่น (Duangwiset, 2017) ส่งผลให้สิ่งศักดิ์สิทธิ์กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการจัดการกับความไม่แน่นอนในชีวิตทางเศรษฐกิจของผู้คนในปัจจุบัน (Malangpoo, 2023) ดังข้อมูลการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคที่สะท้อนความเชื่อมโยงระหว่างสิ่งศักดิ์สิทธิ์และเศรษฐกิจพบว่า 3 อันดับแรกในการขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ได้แก่ เพื่อเป็นขวัญและกำลังใจในชีวิต ขอโชคลาภเงินทอง และขอเรื่องธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจและสังคมไทยในปัจจุบัน (Hanphichai, 2025) จากสถานการณ์ดังกล่าวส่งผลต่อการเติบโตอย่างรวดเร็วของ “ตลาดความเชื่อ” ที่มุ่งนำเสนอเนื้อหาภายใต้การขายความศักดิ์สิทธิ์ให้ผู้ซื้อรู้สึกสบายใจและหลุดพ้นว่าตนจะได้รับความมั่งคั่งในอนาคต (Sitthidamrong, 2023) ในช่วงเวลาปัจจุบันความเชื่อและความศรัทธาในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของคนไทยได้รับความนิยมนิยมเพิ่มขึ้นจึงได้พัฒนาต่อยอดไปสู่การท่องเที่ยวในการสร้างประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้พหุวัฒนธรรมซึ่งผสมผสานวัฒนธรรมทางศาสนาและความเชื่อของคนไทย จนเกิดเป็นปรากฏการณ์ท่องเที่ยวเชิงความเชื่อ หรือ “การท่องเที่ยวเชิงมูเตลู” ซึ่งถือเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงศรัทธา (Faith-Based Tourism) หรือการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ (Spiritual Tourism) ที่ได้รับความนิยมและขยายตัวอย่างรวดเร็วทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ผลสำรวจของกระทรวงพาณิชย์พบว่าในปี พ.ศ. 2563 การท่องเที่ยวเชิงแสวงบุญสามารถสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบให้กับประเทศไทยประมาณ 1.08 หมื่นล้านบาทต่อปี (Trade Policy and Strategy office, Ministry of Commerce, 2020) ดังนั้นกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจึงพยายามผลักดันการท่องเที่ยวมูเตลูให้โตถึง 1.5 หมื่นล้านบาทในปี พ.ศ. 2566-2567 โดยเปิด 12 เส้นทางท่องเที่ยวสายมูเพื่อสนับสนุนการเติบโตดังกล่าว อีกทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยวมูเตลูยังช่วยเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นต่าง ๆ ของไทยไปพร้อม ๆ กัน และสร้างรายได้ให้กับชุมชนตามมา (Department of International Trade, Ministry of Foreign Affairs, 2023)

ทรัพยากรการท่องเที่ยวมูเตลูของไทยไม่ได้จำกัดอยู่แต่ความเชื่อทางศาสนาเท่านั้นแต่ยังผสมผสานกับสิ่งเร้าทางธรรมชาติ โหราศาสตร์ ตลอดจนวัตถุมงคลและเครื่องรางของขลังต่าง ๆ ที่ผู้คนนับถือ สามารถจำแนกได้เป็นมูเตลูที่เป็นสถานที่ ได้แก่ วัด โบสถ์ มัสยิด ศาลเจ้า เทวสถาน และรูปจำลองสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และมูเตลูที่ไม่ใช่สถานที่ ได้แก่ เครื่องรางของขลัง พิธีกรรม และบุคคล (Thansettakij, 2023) ปรากฏการณ์นี้ไม่เพียงเป็น ช่องทางการจัดการความไม่แน่นอนทางจิตใจหากยังกลายเป็นอำนาจละมุน (Soft Power) ทางวัฒนธรรมของประเทศไทย ที่สะท้อนถึงการผสมผสานระหว่างความเชื่อทางศาสนาและความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ มาเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเพื่อสร้างประสบการณ์การในเส้นทางท่องเที่ยวแห่งความเชื่อศรัทธาซึ่งเป็นการหลอมรวมวัฒนธรรมจนกลายเป็นวิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรมท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาคได้อย่างน่าสนใจ จนสามารถสร้างรายได้และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตามข้อมูลองค์ความรู้เกี่ยวกับลักษณะความเชื่อ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวมูเตลูในประเทศไทยนั้นมียังอยู่อย่างจำกัดและขาดการศึกษาเชิงลึก ดังนั้นการศึกษารุ่นนี้จึงมีความสำคัญในการเติมเต็มองค์ความรู้ที่ช่วยให้เข้าใจลักษณะความเชื่อ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวมูเตลูในบริบทสังคมไทย บทความวิจัยนี้จะนำเสนอผลการวิจัยเรื่อง “นักท่องเที่ยว มูเตลู: ความเชื่อ พฤติกรรม และความต้องการในการท่องเที่ยว” เพื่อเป็นแนวทางพัฒนากลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับบริบทสังคมร่วมสมัย อันจะช่วยให้หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่นใช้ประโยชน์ในการวางแผนพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและความเชื่อที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนเป็นฐานข้อมูลต่อยอดองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงศรัทธาในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิถีปฏิบัติ พฤติกรรม และความต้องการท่องเที่ยวหมู่เตลูนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. เพื่อเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับวิถีปฏิบัติและความต้องการท่องเที่ยวหมู่เตลูนักท่องเที่ยว
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวิถีปฏิบัติหมู่เตลูนักท่องเที่ยวชาวไทยกับความต้องการท่องเที่ยวหมู่เตลูนักท่องเที่ยวชาวไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มุ่งศึกษาวิถีปฏิบัติ พฤติกรรม และความต้องการท่องเที่ยวหมู่เตลูนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาด้านเนื้อหาเอกสารแนวคิดทฤษฎี (Documentary Study) ดำเนินการผ่านการค้นคว้าและทบทวนวรรณกรรมทางวิชาการ บทความ งานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับประเด็นความเชื่อการปฏิบัติพิธีกรรมหมู่เตลูนในสังคมไทย และการท่องเที่ยวเชิงศรัทธา ผลจากการทบทวนเอกสารสะท้อนให้เห็นว่าความเชื่อเป็นรากฐานสำคัญที่ส่งผลต่อวิถีปฏิบัติ พฤติกรรมการเดินทาง และความต้องการท่องเที่ยวโดยเฉพาะในบริบทการท่องเที่ยวหมู่เตลูนซึ่งขยายตัวอย่างรวดเร็วในสังคมไทย ความเชื่อดังกล่าว ไม่เพียงสะท้อนมิติทางจิตวิญญาณแต่ยังทำหน้าที่เป็นกรอบความหมายทางวัฒนธรรมที่กำหนดรูปแบบการบริโภคทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน ด้วยเหตุนี้บทความวิจัยจึงนำแนวคิดหลักจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ และอธิบาย แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวหมู่เตลูนอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงใช้เป็นฐานในการกำหนดนิยามการท่องเที่ยวหมู่เตลูนและจัดทำกรอบแนวคิดการวิจัยให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยที่ศึกษา

นิยาม การท่องเที่ยวหมู่เตลูนในงานวิจัยนี้ หมายถึง รูปแบบของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับความเชื่อ ศรัทธา และวิถีวัฒนธรรมของคนไทยซึ่งไม่จำกัดเฉพาะการแสวงบุญหรือการเยี่ยมชมวัดเท่านั้น หากครอบคลุมถึงการเข้าถึงวัตถุประสงค์ของ และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อทางจิตวิญญาณ โดยแบ่งเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่ 1) การท่องเที่ยวหมู่เตลูนที่เป็นสถานที่ เช่น 1.1) วัด โบสถ์ มัสยิด 1.2) ศาลเจ้า เทวสถาน และรูปจำลองสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และ 1.3) รูปเคารพพระเกจิอาจารย์หรือรูปปั้นบุคคลสำคัญที่เป็นที่เคารพ และ 2) การท่องเที่ยวหมู่เตลูนที่ไม่ใช่สถานที่ เช่น 2.1) การเข้าบูชาพระเครื่อง และเครื่องรางของขลัง และ 2.2) การเข้าร่วมพิธีกรรมต่าง ๆ เช่น สักยันต์ ดูดวง ต่อหรือเสริมดวงชะตา และสะเดาะเคราะห์ เป็นต้น

กรอบแนวคิดการวิจัยของบทความวิจัยนี้พิจารณาจากความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ วิถีปฏิบัติ พฤติกรรม และความต้องการท่องเที่ยวหมู่เตลูน ดังแสดงในรูปภาพที่ 1

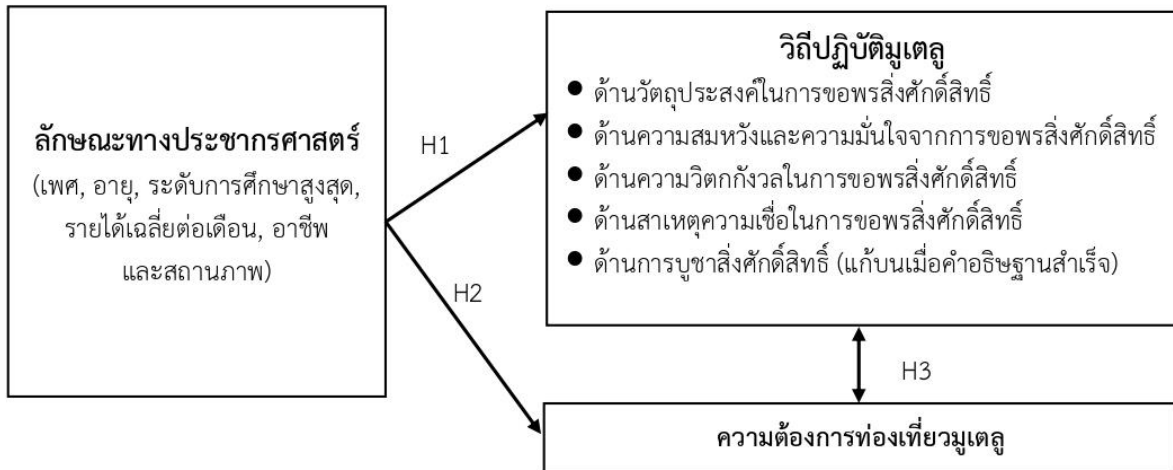


Figure 1: Conceptual Framework

สมมุติฐานในการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ประกอบด้วยเพศ, อายุ, ระดับการศึกษาสูงสุด, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน, อาชีพ, และสถานภาพ แตกต่างกันไปมีวิธีปฏิบัติมูลเหตุแตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ประกอบด้วยเพศ, อายุ, ระดับการศึกษาสูงสุด, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน, อาชีพ, และสถานภาพ แตกต่างกันไปมีความต้องการท่องเที่ยวมูลเหตุแตกต่างกัน
3. วิธีปฏิบัติมูลเหตุมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความต้องการท่องเที่ยวมูลเหตุ

ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ยินยอมเข้าร่วมการวิจัย ใช้เกณฑ์คัดเลือก ได้แก่ (1) ต้องเป็นผู้มีอายุ 18 ปีขึ้นไปเพื่อให้ตอบแบบสอบถามได้โดยสมัครใจและมีวุฒิภาวะทางความคิด (2) ต้องมีประสบการณ์ท่องเที่ยวมูลเหตุเพื่อขอพรหรือบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เนื่องจากจะทำให้ได้ข้อมูลที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์โดยตรง ขนาดกลุ่มตัวอย่างคำนวณตามสูตรของ Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้จำนวน 385 คน เก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) ผ่านสื่อออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวมูลเหตุได้โดยตรง เช่น กลุ่มการท่องเที่ยวและกลุ่มพนักงานใน Facebook เป็นต้น เพื่อรองรับการตอบแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเก็บจริงทั้งหมด 400 คน และสามารถรวบรวมข้อมูลได้ครบถ้วนจำนวน 406 คน ซึ่งผ่านการตรวจสอบความสมบูรณ์ก่อนนำไปวิเคราะห์

ขั้นตอนที่ 3 การจัดทำเครื่องมือในการวิจัย ใช้แบบสอบถามเชิงปริมาณที่พัฒนามาจากการทบทวนวรรณกรรม ประกอบด้วยคำถามแบบเลือกตอบ และมาตราส่วนประเมินค่าแบบลิเคิร์ต (Likert) 5 ระดับ (5 = มากที่สุด ถึง 1 = น้อยที่สุด) โดยกำหนดการแปลผลตามช่วงของค่าเฉลี่ยดังนี้ 1.00-1.79 = น้อยที่สุด 1.80-2.59 = น้อย 2.60-3.39 = ปานกลาง 3.40-4.19 = มาก และ 4.20-5.00 = มากที่สุด (Silanoi and Chindaprasert, 2019) แบบสอบถามแบ่งเป็น 5 ส่วน คือ 1) ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ 2) วิธีปฏิบัติในการมูลเหตุ 3) พฤติกรรมท่องเที่ยวมูลเหตุ 4) ความต้องการท่องเที่ยวมูลเหตุ และ 5) ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ขั้นตอนที่ 4 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวจำนวน 3 ท่าน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.97 และทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง 30 คนก่อนเก็บข้อมูลจริง วิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สูตรของครอนบาค (Cronbach) พบว่า ด้านวิธีปฏิบัติมูลเหตุมีค่าเท่ากับ 0.93 และด้านความต้องการท่องเที่ยวมูลเหตุมีค่าเท่ากับ 0.87

ขั้นตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลครบถ้วนทำการวิเคราะห์ประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา เช่น การแจกแจงความถี่ การหาค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย นอกจากนี้ในการทดสอบสมมุติฐาน มีการใช้สถิติอนุมานในการวิเคราะห์ ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: ANOVA) และการทดสอบความสัมพันธ์ (Correlation)

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาวิถีปฏิบัติ พฤติกรรม และความต้องการท่องเที่ยวหมู่เตลูนของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการวิจัยพบว่า

1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 267 คน อายุระหว่าง 18-25 ปี จำนวน 141 คน มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรีจำนวน 265 คน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากที่สุด 15,001-35,000 บาท จำนวน 162 คน มีอาชีพเป็นข้าราชการ/เจ้าหน้าที่รัฐวิสาหกิจ จำนวน 159 คน และมีสถานภาพเป็นโสด จำนวน 280 คน

2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับวิถีปฏิบัติในการหมู่เตลูนของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$) เมื่อจำแนกตามองค์ประกอบหลัก 5 ด้าน เรียงตามลำดับความสำคัญได้ดังนี้ 1) ด้านวัตถุประสงค์ในการขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์สูงสุด ($\bar{X} = 4.26$) โดยให้ความสำคัญสูงสุดกับการขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อความ สุขความเจริญอยู่เย็นเป็นสุข ($\bar{X} = 4.53$) 2) ด้านสาเหตุความเชื่อในการขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ($\bar{X} = 4.00$) โดยส่วนใหญ่เชื่อว่าการหมู่เตลูนทำให้เกิดความสบายใจ ปราศจากความทุกข์ และแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ของชีวิต ($\bar{X} = 4.13$) 3) ด้านความสมหวังและความมั่นใจจากการขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ($\bar{X} = 3.79$) โดยมีความสมหวังจากการหมู่เตลูนขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) 4) ด้านความวิตกกังวลในการขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ($\bar{X} = 3.45$) พบว่าความกังวลเรื่องโรคภัยไข้เจ็บและโรคระบาดเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ต้องขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ($\bar{X} = 3.78$) และ 5) ด้านการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ (แก้บนเมื่อคำอธิษฐานสำเร็จ) ($\bar{X} = 3.06$) นิยมถวายวัตถุสิ่งของ (เช่น อาหาร เครื่องดื่ม ดอกไม้ของหอม และรูปปั้นสัตว์ต่าง ๆ ฯลฯ) เพื่อบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ($\bar{X} = 3.50$)

3) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวหมู่เตลูนของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าส่วนใหญ่เดินทางกับครอบครัว (48.8%) ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล (78.8%) มีประสบการณ์ท่องเที่ยวหมู่เตลูนน้อยกว่า 3 ครั้ง (66.5%) ค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวหมู่เตลูนจากเพื่อน/ญาติ/ครอบครัว (60.8%) นิยมเดินทางท่องเที่ยววันหยุดสุดสัปดาห์ (44.8%) มีค่าใช้จ่ายต่อคนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1,500 บาท (50.0%) นิยมเดินทาง 1 วัน (10.3%) วางแผนท่องเที่ยวด้วยตนเอง (49.5%) โดยนิยมเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวหมู่เตลูนที่เป็นสถานที่ เช่น วัด โบสถ์ มัสยิด ศาลเจ้า เทวสถาน รูปจำลองสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ฯลฯ (87.9%)

4) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการท่องเที่ยวหมู่เตลูนของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$) โดยต้องการกราบสักการะขอพรศาลเจ้าและเทวสถานมากที่สุด ($\bar{X} = 4.06$) รองลงมาคือ กราบสักการะขอพรจากวัด โบสถ์ และมัสยิด ($\bar{X} = 4.01$) กราบสักการะขอพรรูปจำลองสิ่งศักดิ์สิทธิ์ กราบสักการะขอพรพระพุทธรูป รูปเคารพพระเกจิอาจารย์ และรูปปั้นบุคคลสำคัญ ($\bar{X} = 4.00$) การเข้าร่วมพิธีกรรมหมู่เตลูน เช่น สักยันต์ ดูดวง ต่อดวงชะตา เสริมดวงชะตา แก้ปีชง และสะเดาะเคราะห์ เป็นต้น ($\bar{X} = 3.69$) และเข้าบูชา พระเครื่อง และเครื่องรางของขลัง ($\bar{X} = 3.29$) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับวิถีปฏิบัติและความต้องการท่องเที่ยวหมู่เตลุม ผลการวิจัยพบว่า

1) ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีวิถีปฏิบัติหมู่เตลุมแตกต่างกัน จากตารางที่ 1 พบว่า เพศ มีวิถีปฏิบัติหมู่เตลุมไม่แตกต่างกันซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ในขณะที่ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และสถานภาพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อวิถีปฏิบัติหมู่เตลุมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ดังนั้นจึงนำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบความแตกต่างโดยใช้วิธี LSD เป็นรายคู่ พบว่า

1.1) กลุ่มอายุมากกว่า 26-35 ปี อายุ 36-45 ปี และอายุ 46-55 ปีขึ้นไป มีวิถีปฏิบัติหมู่เตลุมมากกว่ากลุ่มอายุ 18-25 ปี

1.2) กลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรีมีวิถีปฏิบัติหมู่เตลุมมากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี

1.3) กลุ่มที่มีรายได้ 15,000-35,000 บาท และ 35,001-45,000 บาท มีวิถีปฏิบัติหมู่เตลุมมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท

1.4) ข้าราชการ เจ้าหน้าที่รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน และผู้เกษียณอายุราชการ มีวิถีปฏิบัติ หมู่เตลุมมากกว่านิสิตนักศึกษา ในขณะที่ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัวมีวิถีปฏิบัติหมู่เตลุมมากกว่าพนักงานบริษัทเอกชน และ ผู้เกษียณอายุงาน

1.5) กลุ่มที่โสดมีวิถีปฏิบัติหมู่เตลุมมากกว่ากลุ่มที่สมรส/อยู่ด้วยกัน

2) ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 2 ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีความต้องการท่องเที่ยวหมู่เตลุมแตกต่างกัน จากตารางที่ 1 พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และสถานภาพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อความต้องการท่องเที่ยวหมู่เตลุมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ จึงนำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบความแตกต่างโดยใช้วิธี LSD เป็นรายคู่ พบว่า

2.1) เพศชายต้องการท่องเที่ยวหมู่เตลุมมากกว่าเพศหญิง

2.2) กลุ่มอายุ 26-35 ปี อายุ 36-45 ปี และ อายุ 46-55 ปีขึ้นไป ต้องการท่องเที่ยวหมู่เตลุมมากกว่ากลุ่มอายุ 18-25 ปี

2.3) กลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ต้องการท่องเที่ยวหมู่เตลุมมากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี

2.4) กลุ่มที่มีรายได้ 15,000-35,000 บาท และ 35,001-45,000 บาท ต้องการท่องเที่ยวหมู่เตลุมมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 35,001-45,000 บาท ต้องการท่องเที่ยวหมู่เตลุมมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 15,000-35,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาทขึ้นไปต้องการท่องเที่ยวหมู่เตลุมมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 35,001-45,000 บาท

2.5) ข้าราชการ เจ้าหน้าที่รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน และผู้เกษียณอายุราชการ ต้องการท่องเที่ยวหมู่เตลุมมากกว่านิสิตนักศึกษา

2.6) กลุ่มที่โสดต้องการท่องเที่ยวหมู่เตลุมมากกว่ากลุ่มที่สมรส/อยู่ด้วยกัน ในขณะที่กลุ่มหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ ต้องการท่องเที่ยวหมู่เตลุมมากกว่ากลุ่มที่สมรส/อยู่ด้วยกัน

ตารางที่ 1 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อวิถีปฏิบัติและความต้องการท่องเที่ยวมุเตลู

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	ค่าสถิติ	วิถีปฏิบัติมุเตลู	ความต้องการท่องเที่ยวมุเตลู
เพศ	F test	1.005	5.107
	P-Value	0.367	0.006**
อายุ	F test	8.939	15.094
	P-Value	0.000**	0.000**
ระดับการศึกษาสูงสุด	F test	4.803	8.775
	P-Value	0.009**	0.000**
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	F test	9.464	19.129
	P-Value	0.000**	0.000**
อาชีพ	F test	7.959	11.033
	P-Value	0.000**	0.000**
สถานภาพ	F test	4.241	5.599
	P-Value	0.015**	0.004**

**มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$)

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวิถีปฏิบัติมุเตลูกับความต้องการท่องเที่ยวมุเตลูของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการวิจัยพบว่า

จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวิถีปฏิบัติมุเตลูกับความต้องการท่องเที่ยวมุเตลู ตารางที่ 2 พบว่า โดยรวมวิถีปฏิบัติมุเตลูมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความต้องการท่องเที่ยวมุเตลูในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($r = 0.732$) สะท้อนให้เห็นว่าผู้ที่มีวิถีปฏิบัติมุเตลูมากขึ้นมีแนวโน้มที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงมุเตลูมากขึ้น เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความสนใจและความมั่นใจจากการขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ($r = 0.649$) และด้านสาเหตุความเชื่อในการขอพร สิ่งศักดิ์สิทธิ์ ($r = 0.625$) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความต้องการท่องเที่ยวมุเตลูระดับสูง ขณะที่ด้านความวิตกกังวลในการขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ($r = 0.0593$) ด้านการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ($r = 0.545$) และด้านวัตถุประสงค์ในการขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ($r = 0.478$) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความต้องการท่องเที่ยวมุเตลูระดับปานกลาง

ตารางที่ 2 แสดงค่าสถิติสหสัมพันธ์ระหว่างวิถีปฏิบัติในการมูเตลูแต่ละด้านกับความต้องการท่องเที่ยวมูเตลู

ความสัมพันธ์	ความต้องการท่องเที่ยวมูเตลู ของนักท่องเที่ยวชาวไทย		
	r	P-value	ระดับ ความสัมพันธ์
วิถีปฏิบัติมูเตลูด้านวัตถุประสงค์ในการขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์	0.478**	0.000	ปานกลาง
วิถีปฏิบัติมูเตลูด้านความสมหวังและความมั่นใจ จากการขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์	0.649**	0.000	สูง
วิถีปฏิบัติมูเตลูด้านความวิตกกังวลในการขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์	0.593**	0.000	ปานกลาง
วิถีปฏิบัติมูเตลูด้านสาเหตุความเชื่อในการขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์	0.625**	0.000	สูง
วิถีปฏิบัติมูเตลูด้านการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ (แก้บนเมื่อคำอธิษฐาน สำเร็จ)	0.545**	0.000	ปานกลาง
โดยรวม	0.732**	0.000	สูง

** มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.01$)

เกณฑ์การแปลผล: 1) 0.00 ถึง 0.20 หมายถึง ต่ำมาก 2) 0.21 ถึง 0.40 หมายถึง ต่ำ 3) 0.41-0.61 หมายถึง ปานกลาง 4) 0.61 ถึง 0.80 หมายถึง สูง 5) 0.81 ถึง 1.00 หมายถึง สูงมาก (Bartz, 1999 as cited in Wijitwanna, 2022)

องค์ความรู้ใหม่

ผลการวิจัยได้องค์ความรู้ใหม่ที่อธิบาย “การท่องเที่ยวมูเตลู” ในฐานะพฤติกรรมการบริโภคทางวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงความเชื่อ และศรัทธาเข้ากับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ โดยพบว่าวิถีปฏิบัติมูเตลูมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงกับความต้องการท่องเที่ยวมูเตลู ($r = 0.732$) สะท้อนบทบาทของ “ความเชื่อ” ในฐานะกลไกขับเคลื่อนตลาดการท่องเที่ยวเชิงศรัทธามากกว่าจะเป็นเพียงปัจจัยทางจิตใจส่วนบุคคล งานวิจัยนี้ยังค้นพบรูปแบบพฤติกรรมเฉพาะของนักท่องเที่ยวมูเตลูชาวไทยในลักษณะ “การท่องเที่ยวเชิงศรัทธาส่วนบุคคลที่มีต้นทุนต่ำและเข้าถึงได้ง่าย” ซึ่งนักท่องเที่ยวมีวางแผนเดินทางด้วยตนเอง ใช้จ่ายไม่สูง และผกผันการเดินทางเข้ากับการแสวงหาความสงบและความมั่นคงทางจิตใจ พฤติกรรมดังกล่าวสะท้อนการเปลี่ยนผ่านความศรัทธาส่วนบุคคลไปสู่วิถีการบริโภควัฒนธรรมยุคใหม่ที่เชื่อมโยงมิติศาสนา วัฒนธรรม และเศรษฐกิจเข้าด้วยกัน นอกจากนี้ผลการวิจัยยังยืนยันว่า ความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทำหน้าที่เป็น “ทุนทางวัฒนธรรม” ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นได้อย่างเป็นรูปธรรม องค์ความรู้นี้จึงมีส่วนสำคัญต่อการพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวเชิงศรัทธาที่บูรณาการทางจิตวิญญาณเข้ากับเศรษฐกิจสร้างสรรค์และพลวัตวัฒนธรรมไทยร่วมสมัยอย่างมีนัยสำคัญ รายละเอียดดังปรากฏในแผนภาพที่ 2

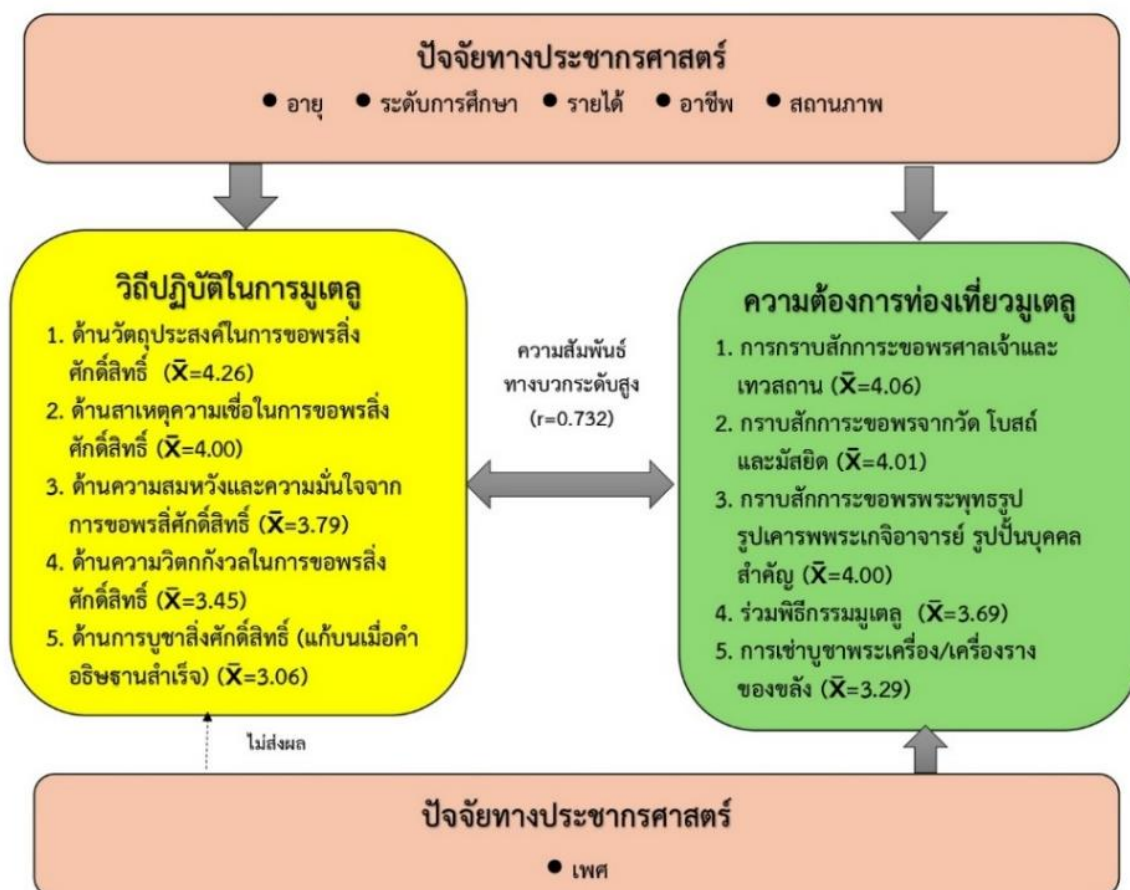


Figure 2: The New Body of Knowledge

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 วิถีปฏิบัติ พฤติกรรม และความต้องการท่องเที่ยวมูเตลูของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า **ด้านวิถีปฏิบัติมูเตลู** นักท่องเที่ยวชาวไทยมีวิถีปฏิบัติมูเตลูโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$) สะท้อนถึงความสำคัญและการยอมรับของสังคมไทยต่อการท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าว ทั้งนี้ในงานศึกษาของ Jansuri (2021) ชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวมูเตลูในประเทศไทยเป็นปรากฏการณ์ที่ได้รับความนิยมสูงในปัจจุบัน Ngozi, Goodluck, Okpoko, and Okpoko (2022) ยังสะท้อนว่าการท่องเที่ยวเชิงศรัทธากลายเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมากขึ้นเรื่อย ๆ เมื่อพิจารณาองค์ประกอบหลักพบว่าด้านวัตถุประสงค์ในการขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.26$) โดยให้ความสำคัญสูงสุดเพื่อความสุข ความเจริญอยู่เย็นเป็นสุข สะท้อนให้เห็นว่าการแสวงหาความมั่นคงและความสำเร็จในชีวิตเป็นแรงจูงใจสำคัญในการปฏิบัติมูเตลู สอดคล้องกับงานศึกษาของ Sarakong, Laptaned, and Tiyapongphaphan (2024) นำเสนอว่านักท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณมุ่งหวังผลลัพธ์ที่ดีต่อสุขภาพกายและใจโดยมักมองหาสถานที่สงบและกิจกรรมที่ช่วยบำบัดหรือเยียวยาจิตใจ **ด้านพฤติกรรม การท่องเที่ยวมูเตลู** พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางกับครอบครัว ใช้รถยนต์ส่วนตัว และเดินทางในวันหยุด สอดคล้องกับงานศึกษาของ Jaipeng (2022) ศึกษาลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความเชื่อของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว เดินทางร่วมกับครอบครัวและคู่รัก มีประสบการณ์ 2-3 ครั้ง และนิยมเดินทางช่วงวันหยุด ในงานศึกษาของ Siriborwonphitak, Poksawat, Khamsing, and Panich (2024); Kaewjuras, Chuaysook, Phromthep,

and Thumphanit (2024) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวมุเตลุนิยมเดินทางเยี่ยมชมสถานที่ศักดิ์สิทธิ์กับญาติหรือครอบครัว นิยมใช้รถยนต์ส่วนตัว นิยมเดินทางน้อยกว่า 1 วัน มีค่าใช้จ่ายไม่สูงมาก และค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากสื่อโซเชียลมีเดีย เช่นเดียวกับงานศึกษาของ Fongon and Punyasiri (2024) พบว่าการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อแสดงออกถึงความเชื่อของบุคคลในการขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ตามสถานที่ต่าง ๆ โดยอาจเดินทางคนเดียวหรือเป็นหมู่คณะและมักเกิดขึ้นในช่วงเวลาสำคัญของสถานที่นั้น ๆ **ด้านความต้องการท่องเที่ยวมุเตลุน** พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการท่องเที่ยวมุเตลุนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$) โดยต้องการกราบสักการะขอพรศาลเจ้าและเทวสถาน มากที่สุด ($\bar{X} = 4.06$) รองลงมาคือ การกราบสักการะขอพรจากวัด โบสถ์ และมัสยิด ($\bar{X} = 4.01$) สอดคล้องกับงานของศึกษาของ Chanchai and Damnet (2024) ระบุว่ากรมมุเตลุนเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อกราบไหว้รูปจำลอง สิ่งศักดิ์สิทธิ์ หรือบูชาสิ่งของ เช่น เครื่องรางของขลัง และเข้าร่วมในการทำพิธีกรรมต่าง ๆ สะท้อนถึงความหลากหลายทางศาสนาและความเชื่อในสังคมไทย ขณะทำงานศึกษาของ Krutwayscho et al. (2022) นำเสนอว่าการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวควรให้ครอบคลุมทั้งมิติของศาสนาและเชื่อมโยงกับวิถีความเชื่อไทยในด้านโชคลาภ ด้านการงาน และด้านความรัก Ezenagu, Okpoko, and Okpoko (2022) ระบุกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศรัทธาเป็นปัจจัยกระตุ้นการท่องเที่ยวและการขยายตัวของอุตสาหกรรมบริการที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม ของที่ระลึก และวัตถุทางจิตวิญญาณ ซึ่งล้วนมีส่วนสนับสนุนต่อการเพิ่มรายจ่ายและรายได้จากการท่องเที่ยว

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 การศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ และสถานภาพ ส่งผลต่อวิถีปฏิบัติและความต้องการท่องเที่ยวมุเตลุนอย่างเด่นชัด ขณะที่เพศส่งผลเฉพาะด้านความต้องการท่องเที่ยวมุเตลุน โดยเพศชายมีความต้องการท่องเที่ยวมุเตลุนมากกว่าเพศหญิง จากผลการศึกษาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับวิถีปฏิบัติและความต้องการท่องเที่ยวมุเตลุนอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย สอดคล้องกับงานศึกษาของ Praditbathuga, Sukpom, Papan, and Tangsilat (2024) ซึ่งว่าการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงและประสบการณ์ส่วนตนมีอิทธิพลต่อวิถีปฏิบัติมุเตลุนในแต่ละกลุ่มประชากร อีกทั้งสอดคล้องกับงานศึกษาของ Kaewjuras, Chuaysook, Phromthep, and Thumphanit (2024) ที่พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ มีพฤติกรรมเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวมุเตลุนที่แตกต่างกันไปตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ Saengthong, Samart, and Kwamkhunkoe (2024) ระบุว่านักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครซึ่งมีความแตกต่างกันด้านปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานะ ระดับการศึกษา และรายได้ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดของการท่องเที่ยวมุเตลุนในพื้นที่ดังกล่าวไม่แตกต่างกัน ยกเว้นปัจจัยด้านอาชีพซึ่งพบว่ามี ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลจากการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 3 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวิถีปฏิบัติมุเตลุนกับความต้องการท่องเที่ยวมุเตลุน พบว่า วิถีปฏิบัติมุเตลุนมีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับสูงกับความต้องการท่องเที่ยวมุเตลุน โดยเฉพาะด้านความสมหวังและความมั่นใจจากการขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และด้านสาเหตุความเชื่อในการขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ($r = 0.649$ และ $r = 0.625$ ตามลำดับ) สอดคล้องกับงานศึกษาของ Onputtha, Proykratok, Issaragura Na Ayuthaya, and Jomnonkwao (2023) ระบุว่า การรับรู้คุณค่าเกี่ยวกับความสงบทางใจ รู้สึกสมองปลอดโปร่ง การได้รับประสบการณ์ทางวัฒนธรรม ตลอดจนความรู้สึกถึงความสวยงามของภูมิภาครูปปั้น และอาคารของวัดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาไหว้ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ สอดคล้องกับงานศึกษาของ Sarakong, Laptaned, and Tiyapongphaphan (2024) ที่ระบุว่าความเชื่อและศรัทธาเป็นปัจจัยหลัก

ในการขับเคลื่อนวิถีปฏิบัติและความต้องการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ สอดคล้องกับงานศึกษาของ Hanphichai (2025) ซึ่งมีมุมมองว่าการพึ่งพาศรัทธาและความเชื่อเป็นอีกหนึ่งแนวทางที่มนุษย์ใช้สร้างความมั่นใจจนผลักดันให้เกิดธุรกิจความเชื่อและการท่องเที่ยวเชิงความเชื่อความศรัทธาในประเทศไทย และสอดคล้องกับงานศึกษาของ Promthong (2025) ระบุว่า ปัจจัยด้านการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหมู่เตลู่ทั้งทางตรงและทางอ้อมประกอบด้วย 5 มิติสำคัญได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การให้ความเชื่อมั่น สิ่งที่ต้องได้ การเห็นอกเห็นใจ และการตอบสนอง

สรุป

สรุปผลการวิจัยในภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีวิถีปฏิบัติหมู่เตลู่โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญสูงสุดกับการขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อความสุข ความเจริญ พฤติกรรมท่องเที่ยวหมู่เตลู่ส่วนใหญ่เดินทางกับครอบครัว ใช้รถยนต์ส่วนตัว ใช้จ่ายต่อคนไม่เกิน 1,500 บาท เดินทางในวันหยุด วางแผนท่องเที่ยวเอง ค้นหาข้อมูลจากคนใกล้ชิด และนิยมไปแหล่งท่องเที่ยวหมู่เตลู่ที่เป็นสถานที่ ความต้องการท่องเที่ยวหมู่เตลู่โดยรวมอยู่ระดับมาก โดยต้องการไปกราบสักการะศาลเจ้าและเทวสถานมากที่สุด ในการเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และสถานภาพ ส่งผลต่อทั้งวิถีปฏิบัติและความต้องการท่องเที่ยวหมู่เตลู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) โดยเฉพาะกลุ่มอายุ 26-55 ปีขึ้นไป การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า รายได้ 35,001-45,000 บาท มีวิถีปฏิบัติและความต้องการท่องเที่ยวหมู่เตลู่มากกว่ากลุ่มอื่น ส่วนเพศมีผลเฉพาะความต้องการท่องเที่ยวหมู่เตลู่ โดยเพศชายมากกว่าเพศหญิง สะท้อนได้ว่าการออกแบบกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญตามกลุ่มอายุ ระดับการศึกษา รายได้ เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคมเป็นหลักเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงศรัทธาอย่างเหมาะสมต่อแหล่งท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างวิถีปฏิบัติกับความต้องการท่องเที่ยวหมู่เตลู่ พบว่าวิถีปฏิบัติหมู่เตลู่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความต้องการท่องเที่ยวหมู่เตลู่ระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.732, p < 0.01$) โดยเฉพาะด้านความสมหวังและความมั่นใจจากการขอพร ($r = 0.649, p < 0.01$) และด้านสาเหตุของความเชื่อ ($r = 0.6252, p < 0.01$) สะท้อนว่ายิ่งวิถีปฏิบัติหมู่เตลู่มากความต้องการท่องเที่ยวหมู่เตลู่ยิ่งเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 หน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นออกแบบเส้นทางหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เจาะจงตามกลุ่มความเชื่อที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญสูงสุด อีกทั้งควรจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ที่ลึกซึ้งและน่าประทับใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมมากกว่าแค่การเยี่ยมชมหรือการให้ความรู้เกี่ยวกับความเชื่อและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง

1.2 ควรส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวหมู่เตลู่เพื่อสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น รวมถึงการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น การเดินทางที่เข้าถึงง่าย ความสะอาด และความปลอดภัยของสถานที่ รวมทั้งพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับประสบการณ์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

1.3 ควรมุ่งเน้นการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อกระตุ้นให้เกิดการบอกต่อ โดยสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจเกี่ยวกับประวัติ ตำนานหรือเรื่องราวความศักดิ์สิทธิ์ของสถานที่นั้น ๆ เพื่อสร้างแรงจูงใจในการเดินทาง

ท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวมูลู โดยมุ่งเน้นไปที่กลุ่มนักท่องเที่ยวเพศชาย มีสถานะโสด หย่าร้าง หมาย หรือแยกกันอยู่ มีอายุมากกว่า 26 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป และมีรายได้สูงกว่า 15,000 บาท

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับประเด็นในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาเชิงลึกโดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษา ปรากฏการณ์ทางสังคมและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวผ่านเครื่องมือที่หลากหลาย นอกจากนี้ควรมีการ เปรียบเทียบพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวมูลูในแหล่งท่องเที่ยวเชิงศรัทธาที่แตกต่างกัน ในประเทศไทย ในมิติมุมมองอุปทานการท่องเที่ยว ควรมีการวิจัยเพื่อประเมินผลกระทบของการท่องเที่ยว มูลูที่มีต่อชุมชนท้องถิ่นทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม เพื่อหาแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนและ ลดผลกระทบเชิงลบต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประจำปี งบประมาณ 2567 และได้รับหนังสือรับรองการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย COE No. COE67/109 จาก คณะกรรมการจริยธรรมวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ณ วันที่ 30 กันยายน 2567

References

- Chaiyotha, D. (1995). *Religious Doctrines and Belief Systems in Relation to Local Traditions*. Bangkok: Odean Store.
- Chanchai, P., & Damnet, A. (2024). Development of Historical Tourism with Mutelu in Thailand. *Santapol College Academic Journal*, 10(2), 177–185.
- Cochran, W. G. (1953). *Sampling Techniques*. New York, NY: John Wiley & Sons.
- Department of International Trade, Ministry of Foreign Affairs. (2023). Mutelu Economy Generates Enormous Value for the Thai Economy (pp. 8–9). In *Inter Econ Newsletter*. Retrieved August 7, 2025, from <https://globthailand.com/InterEcon/INTERECON20/#p=11>
- Duangwiset, N. (2017). Anthropological Concepts and the Studies of Animistic Beliefs in Thai Society. *Journal of Humanities and Social Sciences, Burapha University*, 25(47), 173–197.
- Hanphichai, S. (2025). Mutelu Economics: Belief-Based Business and Value Creation for the Thai Economy. *Journal of Administration Management and Sustainable Development*, 3(1), 1–14.
- Ezenagu, N. E., Okpoko, P. U., & Okpoko, C. C. (2022). Contribution of Faith-Based Activities to Tourism Development in Two Religious Sites in Southwest Nigeria. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 10(3), 36–54.
- Fongon, N., & Punyasiri, S. (2024). The Analysis of Confirmatory Factors in Terms of Potentials and Factors Affecting the Learning to Be a Local Interpreter to Promote Faith Tourism: A Case Study in Kham Chanod, Ban Dung, Udon Thani. *Rajapark Journal*, 18(59), 273–296.

- Jaipeng, C. (2022). Tourism and Beliefs in Vessavana of Thai Tourists: A Case Study of Wat Chulamanee, Tambon Bang Chang, Amphawa, Samut Songkhram. *Journal of MCU Haripunchai Review*, 6(2), 111–126.
- Jansuri, A. (2021). Mutelu: Beliefs and Tourism. *Journal of Thithat Watthanatham*, 20(1), 220–240.
- Kaewjuras, A., Chuaysook, C., Phromthep, C., & Thumphanit, A. (2024). The Study Behavior of Thai Tourists Toward “Mutelu Tourism” in Nakhon Phanom Province. *Management Sciences Valaya Alongkorn Review*, 5(3), 1–12.
- Koses, S. (1972). *Heavenly Realms and Spirits and Deities*. Bangkok: Bannakarn.
- Kreiner, G., & Wall, G. (2015). *Tourism and Religion: Spiritual Journeys and Their Consequences*. New York, NY: Springer.
- Krutwaysho, O., et al. (2022). Spiritual Tourism Routes Relating to Thai Ways of Belief in Chiang Mai. *Christian University Journal*, 28(3), 1–19.
- Malangpoo, N. (2023). Sacred Beings Worship and the Uncertain Economy: Religious Practices of the Contemporary Thai Neoliberal Subjects. *Journal of Social Sciences, Chiang Mai University*, 35(1), 162–187.
- Ngozi, E., Goodluck, L., Okpoko, P. U., & Okpoko, C. C. (2022). Exploring Faith-Based Tourism Products in Selected Sacred Spaces of South-Western Nigeria. *Pharos Journal of Theology*, 103, 1–23.
- Onputtha, S., Proyktratok, W., Issaragura Na Ayuthaya, V., & Jomnonkwao, S. (2023). Service Quality Influencing Value Perception and Traveling Decision: Mutelu Gen Z Tourists. *Siam Academic Review*, 24(1), 75–94.
- Praditbathuga, T., Sukpom, T., Papan, N., & Tangsilsat, T. (2024). Mutelu in Thai Society: Behavioral Science Perspectives. *Journal of Chandrakasemsarn*, 30(2), A31–A46.
- Promthong, S. (2025). Causal Factors of Service Quality Affecting Perceived Value and Decision-Making of Mu Te Lu Tourism Travelers in Nong Khai, Bueng Kan, and Udon Thani Provinces. *Rajapark Journal*, 19(62), 182–203.
- Puangsang, M., & Phuangsuan, P. (2023). Beliefs and Faith-Encouraging Tourism in Phatthalung Province. *Journal of Liberal Arts, RMUTT*, 4(2), 58–71.
- Saengthong, K., Samart, A., & Kwamkhunkoe, J. (2024). Marketing Factors of Mutelu Tourism in the Bangkok Metropolitan Area. *The Journal of Sirindhornparithat*, 25(2), 2733–2742.
- Sarakong, S., Laptaned, U., & Tiyaongphaphan, W. (2024). Spiritual Tourism. *Journal of Multidisciplinary in Social Science*, 20(1), 102–107.
- Sasiwongsaroj, K. (2023). Superstition or Media Literacy: Belief or Reason. *ICEM E-Bulletin*, 4, 1–4.
- Silanoi, L., & Chindaprasert, K. (2019). The Use of Rating Scale in Quantitative Research on Social Sciences, Humanities, Hotel and Tourism Study. *Journal of Management Science, Ubon Ratchathani University*, 8(15), 112–126.

- Siriborwonphitak, C., Poksawat, A., Khamsing, N., & Panich, W. (2024). Behavioral Intention Regarding Faith-Based Tourism in Maha Sarakham Province. *Journal of Management Science, Chiang Rai Rajabhat University*, 19(2), 27–49.
- Sitthidamrong, A. (2023). “Thewa Mantra Spells of the Monks: Modern Witchcraft and Thai Capitalism” by Peter A. Jackson (2023). Retrieved August 7, 2025, from <https://hist.human.cmu.ac.th/node/153>
- Sudayongk, T. S., & Nammontree, N. (2024). Multicultural of Religious: Animism-Brahmanism-Buddhism in Thai Textbooks. *Mangrai Saan Journal of Humanities and Social Science*, 12(2), 16–32.
- Thansettakij. (2023, May 23). “Mu-Telu” Tourism Continues to Grow and Is Expected to Reach 1.4 Trillion Baht Within Ten Years. Retrieved September 1, 2025, from <https://www.thansettakij.com/business/economy/566036>
- Trade Policy and Strategy Office, Ministry of Commerce. (2020). *Survey on Consumer Behavior Regarding Religious Beliefs and Sacred Objects*. Retrieved August 7, 2025, from <https://shorturl.asia/pd2IU>
- Wijitwanna, S. (2022). Correlation in Statistics: How to Use. *Journal of Humanities and Social Sciences, Rajapruk University*, 8(2), 1–15.
- Winithasathikun, P., & Phra Maha Jirachan Jiramethee (Lowulun). (2015). Folkloristics: Beliefs and Thai Society. *Journal of MCU Humanities Review*, 1(1), 31–43.