

มูเตลู : ความเชื่อกับการท่องเที่ยว

Mutelu : Beliefs and Tourism

อธิป จันทรสุริย์ / Athip Jansuri^๑

Received: Jan 15, 2021 Revised: May 21, 2021 Accepted: May 27, 2021

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอปรากฏการณ์มูเตลู ความเชื่อกับการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นกับความเชื่อของบุคคลที่เชื่อมโยงให้เกิดแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ส่งเสริมการพัฒนาสภาวะด้านร่างกายและจิตใจของผู้เดินทาง ตลอดจนกิจกรรมทางศาสนาที่เกี่ยวกับความเชื่อ ความศรัทธาที่มีต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในสถานที่นั้น ๆ ในบางกรณีนักท่องเที่ยวที่เยี่ยมชมสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ได้รับแรงบันดาลใจจากเหตุผลทางศาสนา โหราศาสตร์ ศาสตร์แห่งความโชคดี และการบูชาเครื่องรางของขลังเพื่อเสริมความมั่นคงในชีวิตและสมหวัง นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังได้รับความรู้ด้านประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เทศกาลงานประเพณี รวมถึงมรดกทางวัฒนธรรมภูมิปัญญาของชุมชน ปรากฏการณ์มูเตลูเกิดขึ้นจากการใช้คำเรียกบุคคลที่มีความเชื่อ ความศรัทธา และเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ ในการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์รวมถึงเครื่องรางของขลังต่าง ๆ ซึ่งเกิดขึ้นจากปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วย ปัจจัยภายในบุคคล ได้แก่ ความเชื่อในตัวบุคคล ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเชื่อในตัวบุคคล

^๑ หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

ที่มีความเชื่อ ความศรัทธาในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่เคารพนับถือ และปัจจัยภายนอก ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ คือ ความสำคัญด้านประวัติศาสตร์ ตำนาน เรื่องเล่า และความมหัศจรรย์ของธรรมชาติ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพล ซึ่งเป็นกลุ่มพิธีกร นักแสดง และบุคคลที่มีชื่อเสียงซึ่งมีความเชื่อเกี่ยวกับมูเตลู ในการบูชาสักการะและเดินทางไปสักการะขอพรตามสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นบุคคลที่มีผลต่อความคิด และการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และด้านสื่อสังคมออนไลน์ โดยการเผยแพร่ ภาพถ่าย และวิดีโอในการเดินทางตลอดจนกิจกรรมเกี่ยวกับมูเตลูที่กลุ่มพิธีกร นักแสดง และบุคคลที่มีชื่อเสียงได้ไปร่วม และเครื่องรางของขลังที่ตนเองครอบครองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยปัจจัยต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นยังเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้บุคคลที่ติดตามกลุ่มพิธีกร นักแสดง และบุคคลที่มีชื่อเสียงเหล่านั้น ในสื่อสังคมออนไลน์ตัดสินใจเดินทาง เพื่อไปยังสถานที่ศักดิ์สิทธิ์หรือแหล่งท่องเที่ยวนั้น

คำสำคัญ : มูเตลู ความเชื่อ การท่องเที่ยว

Abstract

This article aims to present a phenomenon of Mutelu in the aspect of beliefs and tourism. That is, beliefs are connected to individuals' motivation to travel and promote the physical and mental development of the tourists. The beliefs are also connected to religious activities and individuals' faith in the sacred items in a particular place. Sometimes, visitors of sacred places are inspired by religion, astrology, a science of good fortune, and amulet worship which are believed to yield stability and fulfillment for their life. Moreover, a tourist gains knowledge of history, local art and culture traditional festivals, cultural heritage, and community wisdom. The phenomenon of Mutelu occurred as a result of the word used to call people who have faith and beliefs and travel to sacred places

to worship sacred items including amulets and talismans. The phenomenon arose from various factors including internal factors such as belief in an individual and faith in the sacred items and external factors such as attractions, historical importance, legends, stories, and wonders of nature. Another factor is influential figures such as famous masters of ceremonies, actors, and celebrities who believe in Mutelu and travel to sacred places to worship. They have an influence on people's thought and decision about travel as on social media, pictures and videos of the influential figures' journey, Mutelu activities, and talismans are posted. Such factors lead individuals, the followers of the influential figures, to decide to travel to the same sacred places

Keywords : Mutelu, Beliefs, Tourism

บทนำ

ศาสนาและความเชื่อเป็นสิ่งที่แฝงอยู่ในทุกสังคม ซึ่งเป็นเครื่องมือกำหนดพฤติกรรมกระทำตลอดจนความคิด เพื่อให้มนุษย์สามารถติดต่อกับความเหนือธรรมชาติได้ ดังนั้นการกระทำของมนุษย์ส่วนใหญ่จึงออกมาในรูปแบบของการอ้อนวอน การร้องขอต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ให้ช่วยปัดเป่าความชั่วร้ายหรือเลวร้ายออกจากตนเอง ดังนั้นจึงเป็นเรื่องปกติที่มนุษย์จะเสาะแสวงหาสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ตามความเชื่อ เพื่อให้ได้สัมผัสกับพลังเหนือธรรมชาติ (ประเมศร์พิชญ์พันธ์เคชา, ๒๕๖๑) ความเชื่อเกี่ยวกับศาสนาที่มีการขึ้นำการกระทำตนอาทิ การดูหมอดู การทำนายจากใบเซียมซี หรือการบนบานศาลกล่าว เป็นต้น ซึ่งแต่ละการกระทำล้วนตั้งอยู่บนพื้นฐานความเชื่อในการรักษาโรคร้ายไข้เจ็บของคนในสังคมที่การแพทย์ปัจจุบันไม่สามารถรักษาได้หาย มนุษย์ก็จะอาศัยการรักษาจากอำนาจสิ่งศักดิ์สิทธิ์และคำขอพรต่าง ๆ โดยความเชื่อที่ว่าอำนาจสิ่งศักดิ์สิทธิ์จะช่วยปัดเป่าสิ่งชั่วร้ายที่ทำให้เกิดโรคร้ายไข้เจ็บได้ (ชนัญ วงษ์วิภาค, ๒๕๕๒)

การเดินทางท่องเที่ยวก่อให้เกิดความอึ้งใจสุขใจ เบิกบาน ทั้งกาย และใจ เมื่ออยู่ในสถานที่นั้น ๆ ยิ่งไปกว่านั้นยังก่อให้เกิดปัญญาสั่งสมที่ปลดปล่อยตัวเองจากความทุกข์ได้ การได้เดินทางไปเยี่ยมชมสถาปัตยกรรมอันสวยงามของ วัดวาอาราม สถูปเจดีย์ วิหารรูปเคารพของศาสนาต่าง ๆ ก่อให้เกิดความสงบใจ และรำลึกถึงบุญกุศลอันดีงาม การเที่ยวอย่างใฝ่รู้ อีกทั้งมีความเข้าใจในสถานที่ ทางศาสนาและความเชื่อ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ๒๕๕๙) ซึ่งการเดินทางประเภทนี้ยังก่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตและจิตใจของผู้เดินทาง ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากิจกรรมทางศาสนาเป็นแรงจูงใจหนึ่งที่ทำให้ผู้คน เดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ (จิรนนต์ ไชยงามนอกซ์ และคณะ, ๒๕๕๙) สังคมในปัจจุบันมีความตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวทางศาสนามากขึ้น เช่น การแสวงบุญ กราบไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ เป็นต้น เพื่อเสริมความเป็นสิริมงคล พร้อมทั้งได้รับความรู้ด้านประวัติศาสตร์ความเป็นมา ความสำคัญ ทั้งยังเป็นการได้เห็นศิลปะท้องถิ่น วัฒนธรรมพื้นบ้าน ประเพณีของชุมชนรวมถึงมรดกทางวัฒนธรรมภูมิปัญญาพื้นบ้าน กระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวจึงได้รับความสนใจเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวและมรดกทางวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ชุมชนพื้นที่ภูมิภาควัดมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ไม่เหมือนกัน เช่น ตำนาน เรื่องเล่า ประวัติศาสตร์ ความเป็นมา (ยโสธารา ศิริภาประภากร และคณะ, ๒๕๖๒) ทั้งนี้การท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ และความศรัทธาในพื้นที่ โดยยึดหลักในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ให้ดีที่สุด เพื่อให้สามารถสืบทอดถึงคนรุ่นหลัง อีกทั้งยังก่อให้เกิดการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม มรดกทางวัฒนธรรม และได้สัมผัสถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในประเทศ (อรรถพงศ์ ศรีตะลาวัลย์ และชวลีย์ ณ กลาง, ๒๕๖๓) ประกอบกับกับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นศรัทธาความเชื่อและประเพณีวัฒนธรรมที่มีกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงจิตธรรมที่เน้นความศรัทธา ความเชื่อและวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น เช่น ความเชื่อตามตำนานพระธาตุประจำปีเกิดหรือความเชื่อเรื่องธาตุ ๑๒ ราศี ตลอดจนตำนานหรือความเชื่อประจำท้องถิ่นต่าง ๆ (จิรนนต์ ไชยงามนอกซ์

และคณะ, ๒๕๕๙) สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเชื่อและมีการจัดกิจกรรมทางด้านศาสนาและการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยว เช่น การสวดมนต์ การทำพิธีไหว้สักการะ เป็นต้น (อรรถพงษ์ ศรีตะลาชัย และชวลีย์ ณ ถลาง, ๒๕๖๓)

ความเชื่อของบุคคลที่เชื่อมโยงให้เกิดแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและจิตใจของผู้เดินทาง ตลอดจนกิจกรรมทางศาสนาที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ ดังที่ Mac Cannell (1976) กล่าวว่า บางครั้งนักเดินทางที่เยี่ยมชมสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ได้รับแรงบันดาลใจจากเหตุผลทางศาสนาเป็นหลัก เช่น การแสวงหาเพื่อสัมผัสพลังอันศักดิ์สิทธิ์ การได้รับการรักษา และการได้รับพร ซึ่งสอดคล้องกับমনชนก จุลสิกขี (๒๕๖๒) กล่าวว่า กิจกรรมที่สร้างขวัญและกำลังใจ จากความเชื่อความศรัทธาที่มีต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในวัดนั้น ๆ และเป็นการเปิดโลกทัศน์ทำให้นักท่องเที่ยวหรือผู้แสวงบุญมีทัศนคติที่ดี รวมทั้งได้ผ่อนคลายความเครียดเกิดความสนุกสนาน เป็นการพักผ่อนทั้งทางร่างกายและจิตใจ ทำให้มีความสุขทางใจ ทั้งยังเป็นการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยให้เกิดทางเลือกตามรสนิยมใหม่ที่นักท่องเที่ยวต้องการความสุขทั้งทางกายและใจไปพร้อมกัน (กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม, ๒๕๕๗) สอดคล้องกับกรมการท่องเที่ยว (๒๕๕๙) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจที่ต้องการเสริมสร้างความเจริญทางจิตใจและความเป็นมงคลให้กับชีวิต อีกทั้งเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม เพื่อสนับสนุนให้เกิดการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมอันดีงามและสถาปัตยกรรมของประเทศไทยที่มีอยู่อย่างยั่งยืน ในปัจจุบันบุคคลที่มีความเชื่อความศรัทธา และการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ สำหรับในประเทศไทย มักให้คำเรียกบุคคลดังกล่าวว่า “มูเตลู” หรือ “สายมู” ซึ่งเกิดขึ้นโดยเฉพาะในกลุ่มเหล่าพิธีกร นักแสดง และบุคคลมีชื่อเสียง ซึ่งทำให้คำว่า “มูเตลู” ได้นำมาใช้เรียกบุคคลโดยทั่วไปที่มีการบูชาและความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์เกี่ยวกับเครื่องรางของขลังต่าง ๆ เพื่อทำประโยชน์ด้านการงาน การเงิน

ความมีเสน่ห์ และความปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (๒๕๕๙) กล่าวว่า การท่องเที่ยวที่ประกอบไปด้วยศรัทธา เป็นการท่องเที่ยวที่ผู้เดินทางอาจไปตามลำพังหรือเป็นกลุ่ม เพื่อไปนมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในศาสนา เพื่อความสบายใจ ด้วยความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้นและปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น จึงได้นำเสนอบทความเรื่อง มุเตล : ความเชื่อกับการท่องเที่ยว

ความเชื่อกับการท่องเที่ยว (Beliefs and Tourism)

ศาสนาและการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกันอย่างแยกไม่ออก นักท่องเที่ยวที่นับถือศาสนาและนักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจทางศาสนา สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ซึ่งอุปทานเกิดจากแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ และเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้น (Kreiner and Wall, 2015) ซึ่งศาสนาและความเชื่อมีบทบาทหน้าที่ในด้านจิตวิทยาและสังคม ซึ่งช่วยลดความวิตกกังวลในความไม่รู้ให้เป็นที่เข้าใจ ขณะเดียวกันก็ให้ความสบายใจในการเชื่ออำนาจเหนือธรรมชาติว่าจะช่วยเหลือตนเองเมื่ออยู่ในเวลาวิกฤติ นอกจากนี้ศาสนาและความเชื่อยังเป็นตัวควบคุมพฤติกรรมมนุษย์ให้กระทำในสิ่งที่ถูกและลงโทษในสิ่งที่ผิด (ชนัญ วงษ์วิภาค, ๒๕๕๒) ความเชื่อในเรื่องความศักดิ์สิทธิ์ โหราศาสตร์ ศาสตร์แห่งความโชคดี และการบูชาเพื่อเสริมความมั่นคงในชีวิต มนุษย์จะขึ้นไปกราบเทพเจ้าด้วยหวังประสบผลสำเร็จ ชุมชนเองเข้ามกราบไหว้ขอพร การสร้างปราสาทเสมือนเป็นการจำลองเขาพระสุเมรุที่ประดิษฐานพระผู้เป็นเจ้า (โยธธารา ศิริภาพระภากร และคณะ, ๒๕๖๒) ความเชื่อที่มนุษย์สร้างขึ้นมาเพื่อที่ควบคุมสิ่งที่ยอยู่นอกเหนือจากการควบคุมของมนุษย์ ดังนั้นมนุษย์จึงสร้างพิธีกรรมการบวงสรวงเพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพกับอำนาจสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่มองไม่เห็น ปรากฏเป็นพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ที่เกิดขึ้นเพื่อเคารพบูชาสิ่งที่ยังมองไม่เห็น อาทิ การดูดวง การขอพร การขอฝน เป็นต้น (ชนัญ วงษ์วิภาค, ๒๕๕๒)

ความเชื่อและความศรัทธาตั้งแต่อดีตทั้งในส่วนของตำนาน เรื่องเล่า และในส่วนที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนาส่งผลต่อพฤติกรรมความคิดของคนในท้องถิ่น และมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องถึงการให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวที่มุ่งการอนุรักษ์นิเวศที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์และความเป็นมาของเมืองหรือสถานที่นั้น ๆ

(ศศิพิสิฐ นิวัฒน์มรรคา, ๒๕๖๑) ซึ่งตำนาน เรื่องเล่า ได้ถูกนำมาใช้ผูกโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น โดยการที่คนในท้องถิ่นมีความเชื่อและความศรัทธาตลอดจนให้ความสนใจต่อการสักการบูชาหรือเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา จนสามารถผลักดันให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงประจำท้องถิ่น (พระสุธีรัตนบัณฑิต และพระใบฎีกาสัญญา อภิวัฒน์, ๒๕๕๙) ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา เป็นกิจกรรมที่พัฒนาคุณภาพชีวิตเน้นคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา อีกทั้งยังเป็นกิจกรรมที่สามารถเชื่อมโยงกับกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นที่สามารถเอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา (กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม, ๒๕๕๗)

มูเตลู (Mutelu)

มูเตลู (Mutelu) เป็นชื่อมาจากชื่อของภาพยนตร์สยองขวัญของชาวอินโดนีเซียที่ออกฉายในประเทศไทยในช่วงทศวรรษที่ ๑๙๘๐ หรือ ๑๙๙๐ ซึ่งมีชื่อภาษาไทยว่า มูเตลู ศักดิ์ไสยศาสตร์ (Mutelu: Occult War) ดังแสดงในภาพที่ ๑



ภาพที่ ๑ ภาพยนตร์มูเตลู ศักดิ์ไสยศาสตร์
(ที่มา: แด้ว บกตอโมเดล, ๒๕๕๒)

เรื่องราวของผู้หญิงสองคนที่ใช้ทั้งอาคม เวทมนตร์ และคาถา เพื่อแย่งชิงผู้ชายที่หมายปอง โดยภายในเรื่องตัวเอกทั้งสองยังได้ใช้คาถาที่ส่วนหนึ่งกล่าวว่า “มุเตลู มุเตลู...” อีกด้วย ด้วยเหตุนี้คำว่า “สายมู” หรือ “มุเตลู” กลายเป็นคำที่ถูกกล่าวถึงอยู่บ่อยครั้ง โดยเฉพาะในโลกออนไลน์ที่พอจะอนุมานได้ว่ามีความข้องเกี่ยวในเรื่องความเชื่อและเครื่องรางของขลัง กระนั้นที่มาของกระแสมุเตลูก็ไม่แน่ชัด (มติชนออนไลน์, ๒๕๖๒) มุเตลูในความเข้าใจของคนไทย คำว่า “มุเตลู” นั้นมีความหมายกล่าวถึงเรื่องไสยศาสตร์ คุณไสย เรื่องลี้ลับ ลึกลับ การทำของ การเล่นของ แต่ในประเทศไทย คำว่า “มุเตลู” นั้นหมายถึง การบูชาและความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์เกี่ยวกับเครื่องรางของขลังต่าง ๆ โดยให้ความหมายไปในเชิงบวก ตัวอย่างเช่น ทำให้ร่ำรวยขึ้น ทำให้มีเสน่ห์ดึงดูดเพศตรงข้าม ดึงดูดทรัพย์ โชคดี แคล้วคลาดปลอดภัย มุเตลูในภาพยนตร์นั้นมีความหมายในเชิงลบมากกว่า เช่น มนต์ดำ คุณไสย สิ่งไม่ดี ซึ่งตรงกันข้ามกับความหมายที่คนไทยใช้ในปัจจุบัน สำหรับในประเทศไทย เราต้องยอมรับว่าเราได้ยืม คำว่า มุเตลู มาจากรายการ มูไนท์ ซึ่งเผยแพร่ทางช่องไทยรัฐทีวีช่อง ๓๒ รายการที่เจาะลึกเรื่องราวความเชื่อกับการพิสูจน์ทางวิทยาศาสตร์ จนทำให้เกิดกระแสคำว่า “มุเตลู” เกิดขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มเหล่าดาราดาราและคนมีชื่อเสียง อย่างไรก็ตามความเชื่อและความศรัทธาเป็นสิ่งเฉพาะบุคคลควรใช้วิจารณญาณในการรับชมรับฟัง (มุเตลูไทยแลนด์, ๒๕๖๒)

จากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นทำให้คำว่า “มุเตลู” หรือ “สายมู” ได้นำมาใช้เรียกบุคคลที่มีความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การบูชาเกี่ยวกับเครื่องรางของขลังต่าง ๆ โดยเป็นสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจแก่ผู้ที่ศรัทธา โดยส่วนใหญ่ได้ถูกนำมาใช้เรียกพิธีกร นักแสดง หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงที่มีความเชื่อ ความศรัทธาเกี่ยวกับมุเตลู โดยเชื่อว่าสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะช่วยส่งเสริมทั้งด้านการงาน การเงิน ความมีเสน่ห์ และความแคล้วคลาดปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับชนัญ วงษ์วิภาค (๒๕๕๒) กล่าวว่า พฤติกรรมของมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับศาสนาความเชื่อส่วนใหญ่มีจุดมุ่งหมายหนึ่งในขณะที่ประกอบพิธีกรรม ซึ่งการประกอบพิธีกรรมเหล่านี้ก็เพื่อเป้าหมายที่จะทำให้ได้รับพลังเหนือธรรมชาติ เพื่อตอบสนองความต้องการ

ของมนุษย์เอง โดยหากมองการกระทำทางศาสนาบางอย่างมักมุ่งเน้นการกระทำซึ่งนำของมนุษย์ว่าควรทำตัวอย่างไร นอกจากนี้คำว่า “มูเตลู” ยังได้นำมาใช้ในการตั้งชื่อบริษัท และธุรกิจ เพื่อความเป็นสิริมงคลตามความเชื่อในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจ รวมทั้งการผลิตสินค้าจำหน่ายหिनมงคล และเครื่องรางที่เกี่ยวกับมูเตลู ยกตัวอย่างเช่น ร้าน Praewa Amulet and Lucky Stone จุดเด่นของร้านจะเป็นในเรื่องของการออกแบบสินค้าใหม่โดยตลอด รวมถึงการออกแบบตามความต้องการของลูกค้าแต่ละบุคคล โดยใช้เวลาคูญกับลูกค้าและให้ความเป็นกันเอง โดยอาศัยจากข้อมูลของลูกค้าลักษณะบุคลิกภาพเพื่อนำมาออกแบบเครื่องประดับต่าง ๆ เช่น สินค้าประเพณมูเตลูหรือเครื่องราง (Taokaecafe, 2000)

ปรากฏการณ์มูเตลูกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย

(Mutele Phenomenon and Tourism in Thailand)

ปรากฏการณ์มูเตลูกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย ปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้อง ๒ ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยภายในบุคคล ประกอบด้วย ความเชื่อในตัวบุคคล และปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจ บุคคลที่มีอิทธิพล และสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยภายในบุคคล (Internal Factors)

ความเชื่อในตัวบุคคล (Belief) ปรากฏการณ์มูเตลูมีความเกี่ยวข้องกับความเชื่อในตัวบุคคล ซึ่งความเชื่อและพฤติกรรมอันมีแบบแผนของมนุษย์ ซึ่งตอบสนองกับความต้องการที่มนุษย์ต้องการจะควบคุมสิ่งที่ไม่เห็น โดยความหมายอย่างกว้าง ๆ คือ การกระทำของมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับศาสนามักจะเป็นการสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างมนุษย์กับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลาย แต่ในปัจจุบันศาสนาได้ถูกลดความสำคัญในการครอบงำมนุษย์ในชีวิตประจำวันไปคงเหลือไว้แต่ในโอกาสงานพิเศษ งานสำคัญหรือในการท่องเที่ยว (ชนัญ วงษ์วิภาค, ๒๕๕๒) ทั้งนี้ยังมีความสอดคล้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Religious Tourism) นับเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวในกลุ่มความสนใจ

พิเศษที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในประเทศไทยนักท่องเที่ยวจำนวนมากนิยมเดินทางไปวัดหรือสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ เพื่อร่วมกิจกรรมทางศาสนาและการปฏิบัติธรรมตามคติความเชื่อที่ถือว่าการได้มาสักการะสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ร่วมทำบุญ บริจาคทาน จะนำความเป็นสิริมงคลมาสู่ชีวิต และสร้างจิตใจที่ผ่องใสมาสู่ผู้ปฏิบัติ (พรรณฉวีดา เหล่าพวงศักดิ์, ๒๕๕๙) ทั้งนี้เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้ ความเข้าใจ และเห็นคุณค่าในเรื่องราวประวัติศาสตร์ สามารถปฏิบัติตนในการเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม เพื่อไม่ให้เป็นการละเมิดความเชื่อ ขนบ วิถีปฏิบัติของชุมชนท้องถิ่น (อธิป จันทร์สุริย์ และคณะ, ๒๕๖๓)

ปัจจัยภายนอก (External Factors)

๑. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ซึ่งมีความเกี่ยวเนื่องกับทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของประเทศไทย ร่องรอยและหลักฐานทางโบราณคดีทั้งในยุคก่อนประวัติศาสตร์และยุคประวัติศาสตร์ที่ประกอบด้วยศาสนสถาน ศาสนวัตถุ โบราณสถาน และโบราณวัตถุ ซึ่งมีกระจายอยู่ทั่วทั้งประเทศไทยตลอดจนระบบของสังคม ความเชื่อ และการดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมของแต่ละกลุ่มชน ทรัพยากร การท่องเที่ยว ประเภทนี้มักจะเป็นลักษณะของพิธีกรรม งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ซึ่งล้วนมีความเกี่ยวข้องกับความเชื่อทางศาสนาทั้งสิ้น ซึ่งกลายเป็นจุดแข็งที่สำคัญของสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ซึ่ง Dann (1977) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ทดแทนความต้องการที่ขาดหาย สถานที่ท่องเที่ยว เป็นสิ่งดึงดูดใจให้เกิดแรงกระตุ้นในการท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยดึง (Pull Factors) ดังที่ Crompton (1979) กล่าวว่า เป็นปัจจัยจูงใจจากแหล่งท่องเที่ยว เกี่ยวข้องกับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบกับกระแสค่านิยมในปัจจุบันเกี่ยวกับมูเตลูในการเดินทางเพื่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา เพื่อสักการะ ขอมพร เข้าวัดตฤมงคล เครื่องรางของขลัง ยิ่งทำให้เกิดปัจจัยผลัก (Push Factors) ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่เกี่ยวกับมูเตลูใน

ประเทศไทย ซึ่งเว็บไซต์ (Website) วงใน (Wongnai) ได้จัดอันดับแหล่งท่องเที่ยว
มูเตลูในประเทศไทยที่นักท่องเที่ยวต้องไปสักการะขอพรในปีพ.ศ. ๒๕๖๓
(วงใน, ๒๕๖๓) ได้แก่

๑) วัดเจติย (ไอ้ไข่) จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นสถานที่ที่นิยมกราบ
ไหว้บูชา เพื่อขอพรในเรื่องการงาน การเงิน และการขอโชคลาภ

๒) อุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี การนมัสการ
รอยพระพุทธรูปที่เขาคิชฌกูฏ เปิดให้สักการะปีละ ๑ ครั้งเท่านั้น
โดยตามประเพณีในช่วงระหว่าง ขึ้น ๑ ค่ำ เดือน ๓ ถึง ขึ้น ๑ ค่ำ เดือน ๕
และจะมีพิธีบวงสรวงก่อนเริ่มเปิดให้สักการะ

๓) ปู่ย่านย่ามาน วัดภูมินทร์ จังหวัดน่าน ภาพจิตรกรรม
ฝาผนังที่มีชื่อเสียง “ปู่ย่านย่ามาน” หรือ “กระซิบรักบันลือโลก” ได้รับความ
บูรณะครั้งใหญ่สมัยเจ้านันทวรฤทธิเดช ปลายสมัยรัชกาลที่ ๔ จิตรกรรม
ฝาผนังในวิหารหลวงเขียนขึ้นในช่วงนี้สะท้อนวิถีชีวิตคนยุคสมัยนั้น

๔) วัดมังกรกมลาวาส กรุงเทพมหานคร หรือวัดเล่งเน่ยยี่
เป็นวัดที่มีชื่อเสียงสำหรับชาวไทยเชื้อสายจีนและชาวต่างชาติ นิยมไปกราบไหว้
เทพเจ้าแห่งโชคลาภ

๕) ศาลท้าวมหาพรหมเอราวัณ กรุงเทพมหานคร ซึ่งการบูชา
พระพรหมมีความเชื่อว่าพระพรหมเป็นองค์เทพที่สามารถลิขิตชะตาชีวิตของ
มนุษย์ได้

๖) พระตรีมูรติ กรุงเทพมหานคร เป็นสถานที่ที่นิยมกราบไหว้บูชาเพื่อ
ขอพรเรื่อง ความรัก โดยพระตรีมูรติ แปลว่า รูปสาม ความหมายคือ รูป ๓ องค์
ของเทวะหรือธรรมชาติที่ทรงอำนาจ คือ อัคนี วายุ และสุริยะ ซึ่งเป็นการรวม
พลังของเทพเจ้าทั้งสาม ได้แก่ พระพรหม พระอิศวร และ พระวิษณุ

๗) วัดพระศรีมหาอุมาเทวี (วัดแขก) กรุงเทพมหานคร
เป็นโบสถ์พราหมณ์ที่ผสมผสานสถาปัตยกรรมและศิลปกรรมของเทวสถานที่เป็น
ลักษณะศิลปะประเพณีโบราณของอินเดียตอนใต้ นิยมขอพรพระแม่อุมา
ให้สมปรารถนาในเรื่องต่าง ๆ

๘) วัดบวรนิเวศราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร อดีตเป็นที่ประทับของสมเด็จพระสังฆราชหลายพระองค์ มีสถาปัตยกรรมเก่าแก่สไตล์จีนผสมกับไทย ภายในพระอุโบสถมีพระพุทธรูปสำคัญอยู่ ๒ องค์ คือ พระพุทธรสุวรรณเขต (หลวงพ่โต) และพระพุทธรชินสีห์

๙) วัดพรหมณี (วัดหลวงพ่opakแดง) จังหวัดนครนายกเป็นสถานที่นิยมกราบไหว้บูชา เพื่อขอพรเรื่องโชคลาภ และถือเป็นวัดเก่าแก่วัดหนึ่งของจังหวัด

๑๐) วัดกัลยาณมิตรวรมหาวิหาร กรุงเทพมหานครพระประธานในอุโบสถวัดกัลยาณมิตร คือ พระพุทธไตรรัตนนายก (หลวงพ่โต หรือ ซำปอกง) เพียงองค์เดียวในประเทศไทยที่เป็นพระพุทธรูปหล่อปางป่าเลไลยก์ สถาปัตยกรรมในแบบสมัยรัชกาลที่ ๓ ผสมผสานศิลปะไทยและจีนได้อย่างลงตัว

ด้วยความสำคัญทางด้านประวัติศาสตร์ ศาสนสถาน ศาสนวัตถุ รวมทั้งสถาปัตยกรรมที่ส่งผลต่อความเชื่อเกี่ยวกับมูเตลู ทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนี้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Tourism Attraction) ที่เป็นปัจจัยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว นอกเหนือจากปัจจัยภายในบุคคล (Internal Factors) ได้แก่ ความเชื่อ ความศรัทธาในสิ่งที่ตนเองเคารพนับถือ ซึ่งสอดคล้องกับ Dickman (1996) กล่าวว่า สิ่งดึงดูดใจ จัดเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะเป็นสิ่งที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว และสอดคล้องกับ ปาริฉัตร อึ้งจะนิล (๒๕๕๔) แรงจูงใจในการท่องเที่ยว สิ่งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางท่องเที่ยว เพื่อสนองความต้องการของตนเองการท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นได้นั้นนักท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งบันดาลใจ

๒. บุคคลที่มีอิทธิพล (Influencer) นอกจากปัจจัยที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวตามความเชื่อที่ได้กล่าวไปแล้วนั้น ยังพบว่ากลุ่มพิธีกร นักแสดง และบุคคลที่มีชื่อเสียงซึ่งมีความเชื่อเกี่ยวกับมูเตลูในการบูชาสักการะและเดินทางไปสักการะขอพรตามสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ เพื่อขอพรใน

เรื่องของหน้าที่การงาน เงินทอง ความรัก คຸ້ມครองให้แคล้วคลาดจากภัยอันตรายทั้งปวง ทั้งความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับเทวดา สิ่งศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ หรือความเชื่อในสิ่งที่ตนเองนับถือ ความเชื่อและความศรัทธาดังกล่าวทำให้กลุ่มพิธีกร นักแสดง และบุคคลที่มีชื่อเสียงเดินทางไปยังสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับกิตติ บุญนำ (๒๕๖๒) จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเพื่อขอพรเพื่อเสริมมงคลชีวิต ได้แก่ ขอพรจากพระเกจิอาจารย์ที่ศักดิ์สิทธิ์ เพื่อเข้าวัดอุ้มงคล เพื่อขอพรจากพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์

๓. สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) นอกจากบุคคลที่มีอิทธิพลทั้งกลุ่มพิธีกร นักแสดงที่มีชื่อเสียงที่ได้เดินทางไปยังสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ แล้ว ยังได้เผยแพร่ภาพถ่าย และวิดีโอในการเดินทางตลอดจนกิจกรรมเกี่ยวกับมูเตลูที่ตนเองได้ไปร่วม และเครื่องรางของขลังที่ตนเองครอบครองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทั้ง เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) และ ทวิตเตอร์ (Twitter) ยิ่งเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้บุคคลที่ติดตามกลุ่มพิธีกร นักแสดง และบุคคลที่มีชื่อเสียงเหล่านั้นในสื่อสังคมออนไลน์ตัดสินใจเดินทางไปยังสถานที่ศักดิ์สิทธิ์นั้น ซึ่งสอดคล้องกับบัญญัติ พิลา (๒๕๕๙) การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย นักท่องเที่ยวมักรวบรวมความคิดเห็นของผู้อื่นในสื่อสังคมออนไลน์เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อประกอบการตัดสินใจก่อนที่จะออกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่สนใจ ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับวัชร ชัยเขต และคณะ (๒๕๖๑) ผลการศึกษาพบว่า การแบ่งปันรูปถ่ายหรือวิดีโอกิจกรรมท่องเที่ยวลงบนสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งดารา นักแสดง มีอิทธิพลต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว

ปรากฏการณ์มูเตลูกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่เกิดขึ้น ทั้งจากปัจจัยภายในบุคคลและปัจจัยภายนอก โดยสามารถเสนอกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น คือ กรณีศึกษาถ้ำนาคาหรือถ้ำพญานาค อุทยานแห่งชาติภูถ้ำงา อำเภอบึงโขงหลง จังหวัดบึงกาฬ



ภาพที่ ๒ ถ้ำนาคา อุทยานแห่งชาติภูถ้ำกา อำเภอบึงโขงหลง จังหวัดบึงกาฬ
(ที่มา: ผู้จัดการออนไลน์, ๒๕๖๓)

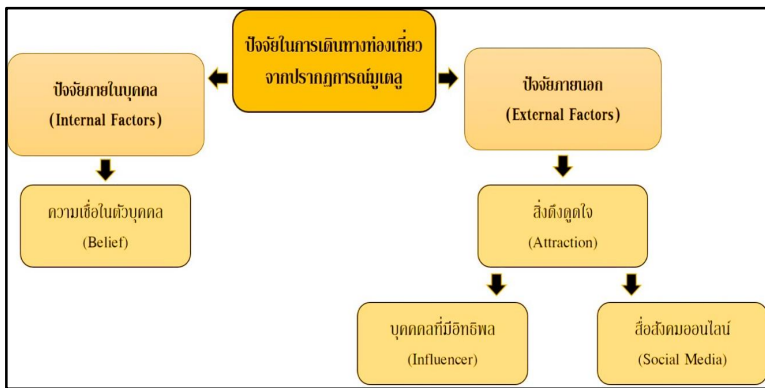
อุทยานแห่งชาติภูถ้ำกา ครอบคลุมพื้นที่ ๒ จังหวัด คือ จังหวัดนครพนม และจังหวัดบึงกาฬ ดังแสดงในภาพที่ ๒ ด้วยตำนานพญานาคที่ถูกสาปเป็นหิน จากตำนานชาวบ้านเรื่องปู่ฮ้อลือที่ข้องเกี่ยวกับภูถ้ำกาและบึงโขงหลงนั้นเชื่อว่าเกิดจากการล่มเมืองของพญานาค ซึ่งเกิดจากความรักที่ไม่สมหวังระหว่างพญานาคกับมนุษย์ทำให้เมืองที่เจริญรุ่งเรืองล่มสลาย ตำนานดินแดนแห่งเมืองบังบด (เมืองลับแล) จากเรื่องเล่าของหลวงปู่ว้าง (เทพเจ้าแห่งภูถ้ำกา) และตำนานดินแดนแห่งเมืองพญานาคราช (เมืองบาดาล) จากตำนานและเรื่องเล่าที่สืบทอดกันมา รวมทั้งลักษณะของหินและผนังถ้ำที่มีลักษณะพิเศษคล้ายกับพญานาคหรือขนาดใหญ่นอนขดตัวโดยมีส่วนสำคัญ ๆ ทั้งส่วนหัว ลำตัว และเกล็ดพญานาค (ตามจินตนาการและความเชื่อของชาวบ้าน) ดังคำกล่าวที่ว่า “ภาพอันน่าอัศจรรย์ของถ้ำนาคาผสมความเชื่อ ความศรัทธากับความสงสัยในประติมากรรมจากธรรมชาติ ซึ่งไม่ได้ว่าด้วยเหตุผลใดทำให้ถ้ำนาคาที่ใครหลาย ๆ คนอยากจะมาเห็นด้วยตาตัวเองสักครั้ง” (รายการส่องโลก,

๒๕๖๓) และการเดินทางเข้ามายังถ้ำนาคาของกลุ่มพีธีกร นักแสดง และบุคคลที่มีชื่อเสียง รวมทั้งการเผยแพร่เรื่องราวผ่านสื่อโทรทัศน์และสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้มีนักท่องเที่ยวที่มีความเชื่อและความศรัทธาเดินทางมายังถ้ำนาคา อุทยานแห่งชาติภูแล้งคาเป็นจำนวนมาก ซึ่งในปัจจุบันถ้ำนาคา อุทยานแห่งชาติภูแล้งคาได้เปิดรับนักท่องเที่ยวให้เที่ยวถ้ำนาคาได้อีกครั้ง หลังจากที่ได้มีการปิดไม่ให้นักท่องเที่ยวเข้าชมมาก่อนหน้านี้ โดยรับนักท่องเที่ยวจำนวน ๓๕๐ คน ต่อวัน และต้องจองล่วงหน้าผ่านแอปพลิเคชัน คิว คิว (Que Q) เท่านั้น ซึ่งสามารถจองได้ไม่เกิน ๑๕ วัน ระยะทางขึ้น ๒ กิโลเมตร ใช้เวลาไปกลับประมาณ ๔ - ๕ ชั่วโมง โดยทางเดินเป็นทางดินดินสลับกับบันได และมีบางช่วงจะต้องดึงเชือก เส้นทางเดินป่าชัดเจนมีป้ายบอกทางและมีเจ้าหน้าที่ประจำจุดต่าง ๆ เพื่อแนะนำและรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ซึ่งการจัดการนักท่องเที่ยว โดยการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ (Carrying Capacity : CC) เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อบริบทธรรมชาติและสภาพทางสังคมเดิมในพื้นที่ ตลอดจนการให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและเคารพขนบ ความเชื่อของคนในชุมชนอย่างเคร่งครัด เพื่อไม่ให้เกิดการท่องเที่ยวขัดต่อขนบและความเชื่อของคนในชุมชน

บทสรุป

จากการเสนอบทความเรื่อง มูเตลู: ความเชื่อกับการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถนำเสนอปัจจัยในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ศักดิ์สิทธิ์หรือแหล่งท่องเที่ยว นั้น ประกอบด้วย ปัจจัยปัจจัยภายในบุคคล ได้แก่ ความเชื่อในตัวบุคคล (Belief) ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเชื่อในตัวบุคคลที่มีความเชื่อ ความศรัทธาในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่เคารพนับถือ และปัจจัยภายนอก ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) คือความสำคัญด้านประวัติศาสตร์ ตำนาน เรื่องเล่า และความมหัศจรรย์ของธรรมชาติ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพล (Influencer) ซึ่งเป็นบุคคลที่มีผลต่อความคิดและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ด้านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) โดยการเผยแพร่ภาพถ่าย และวิดีโอในการเดินทางตลอดจน

กิจกรรมเกี่ยวกับมูเตลูที่กลุ่มพิธีกร นักแสดง และบุคคลที่มีชื่อเสียงได้ไปร่วม และเรื่องราวของคลังที่ตนเองครอบครองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทั้งเฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) และทวิตเตอร์ (Twitter) ด้วยปัจจัยต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นยังเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้บุคคลที่ติดตามกลุ่มพิธีกร นักแสดง และบุคคลที่มีชื่อเสียงเหล่านั้นในสื่อสังคมออนไลน์ตัดสินใจเดินทางเพื่อไปยังสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ หรือแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นดังแสดงในภาพที่ ๓



ภาพที่ ๓ ปัจจัยในการเดินทางท่องเที่ยวจากปรากฏการณ์มูเตลู
(ที่มา: อชิป จันทรสุรีย์, ๒๕๖๔)

อย่างไรก็ตาม ความเชื่อกับการท่องเที่ยวเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นบนพื้นฐานด้านแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ทำให้ทราบถึงกระบวนการคิด การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่กระตุ้นให้บุคคลหนึ่งที่ต้องการแสวงหาความพอใจ โดยการเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่หนึ่ง ๆ ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (๒๕๕๐) ซึ่งคุณค่าทางอิทธิพลของแหล่งท่องเที่ยว มีความสำคัญทำให้เกิดพลังในด้านต่าง ๆ ทำให้ผู้คนได้ปฏิบัติตาม คล้อยตาม เห็นตาม มีความเชื่อในความคุณงามความดี โดยเฉพาะด้านการดำเนินชีวิต ทำให้บุคคลเว้นข้อห้าม ปฏิบัติตามระเบียบ กฎ กติกา ของสังคม ชุมชน และแนวทางในการดำเนินชีวิต (ยโสธารา ศิริภา ประภากร และคณะ, ๒๕๖๒) ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมีอัตลักษณ์ผ่าน

เรื่องราวที่เล่าต่อกันมา โดยอาจใช้เรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยวเป็นจุดสร้างประสบการณ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ ซึ่งผู้เล่าอ้างว่ามีบทบาทสำคัญ (เฉลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว, ๒๕๖๓)

เอกสารอ้างอิง

- กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม. (๒๕๕๗). **คู่มือแนวทางการดำเนินงานโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเส้นทางแสวงบุญในมิติทางศาสนา ปี ๒๕๕๗**. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาคุณธรรมจริยธรรม กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (๒๕๕๙). **รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยวไทย ไตรมาส ๒/๒๕๕๙**. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กิตติ บุญนำ. (๒๕๖๒). **แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดนนทบุรี : กรณีศึกษาวัดตะเคียน วัดแสงสิริธรรม วัดไทรใหญ่และพื้นที่ใกล้เคียง**. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ ๖ มหาวิทยาลัยปทุมธานี. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยปทุมธานี.
- จิรนนต์ ไชยงามนอกซ์, ภัทรีพันธุ์ พันธุ์, และเลหล่า ตรีเอกานุกูล. (๒๕๕๙). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา. ในการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ราชภัฏวชิรภัยครั้งที่ ๔. ๓๗๗-๓๘๗. บุรีรัมย์: มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.**
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (๒๕๕๐). **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ ๖)**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เฉลิมเกียรติ เพ็องแก้ว. (๒๕๖๓). **ประสบการณ์นักท่องเที่ยว: แนวคิดและเครื่องมือสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ ๙. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.**
- ชัญญ วงษ์วิภาค. (๒๕๕๒). **เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการท่องเที่ยววัฒนธรรม. นครปฐม: คณะวิทยาการจัดการและคณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร.**

- แต่ัว บอกต่อโมเดล. (๒๕๕๒). ภาพยนตร์มูเตลู คีทไสยศาสตร์. สืบค้น ๑๓ มกราคม ๒๕๖๔. จาก <http://topicstock.pantip.com/chalermthai/topicstock/2009/11/A8596805/A8596805.html>.
- ประเมษฐ์ พิชญ์พันธ์เดชา. (๒๕๖๑). การจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของ เกาะฮ่องกงที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการมรดกวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปาริฉัตร อัจจะนิล. (๒๕๕๔). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบตลาดเก่า กรณีศึกษาตลาดคลองสวน ๑๐๐ ปี จังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาการจัดการการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ผู้จัดการออนไลน์. (๒๕๖๓). ถ้านาคา อุทยานแห่งชาติภูถ้ำกลองผาง อำเภอบึงโขงหลง จังหวัดบึงกาฬ. สืบค้น ๑๒ มกราคม ๒๕๖๔. จาก <https://mgronline.com/travel/detail/9630000094058>.
- พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์. (๒๕๕๙). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนา เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประชาคมอาเซียน จังหวัดกาญจนบุรี. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี, ๑๐ (๒๑), ๓๕-๔๓.
- พระสุธีรัตนบัณฑิต, และพระใบฎีกาสัญญา อภิวัฒน์. (๒๕๕๙). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของไทยและอาเซียน. วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์, ๑ (๓), ๗-๒๔.
- มนชนก จุลสิกขี. (๒๕๖๒). แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา วัดในพื้นที่ฝั่งธนบุรี. วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์, ๒๑ (๒), ๒๐๓-๒๑๓.
- มติชนออนไลน์. (๒๕๖๒). มูเตลู. สืบค้น ๑๒ มกราคม ๒๕๖๔. จาก https://www.matichon.co.th/lifestyle/news_1398915.
- มูเตลูไทยแลนด์. (๒๕๖๒). มูเตลู. สืบค้น ๑๒ มกราคม ๒๕๖๔. จาก <https://muteluthailand.com/mutelu/>.

- ยโสธารา ศิริภาพระภากร, สุทัศน์ ประทุมแก้ว และสุริยา คลังฤทธิ์. (๒๕๖๒). การส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว ตามเส้นทางแสวงบุญในมิติทางศาสนา : กรณีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านศาสนา วัดโยธาประสิทธิ์ ตำบลนอกเมือง อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์. ใน **การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ ๖ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม**. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- รายการส่องโลก. (๒๕๖๓). **ปิดป่าภูลังกา ๓ (ถ้ำนาคา ๒)**. วีดีโอเผยแพร่ออนไลน์. สืบค้น ๑๒ มกราคม ๒๕๖๔. จาก https://www.youtube.com/watch?v=aK1mxcv_8Fc.
- วงใน. (๒๕๖๓). **๒๐ ที่ขอพรสายบุญ สายมู**. สืบค้น ๙ มกราคม ๒๕๖๔. จาก <https://www.wongnai.com/trips/temple-for-praying-and-mutelu>.
- วัชระ ชัยเขต, ธัญดา แก้วชนะ, युनिดา วิริโย และพล เหลืองรังษี. (๒๕๖๑). ปัจจัยในการเลือก แหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ชุมชนท่องเที่ยวคลองแดน อำเภอกระโนด จังหวัดสงขลา. **วารสารหาดีใหญ่วิชาการ**, ๑๖ (๒), ๑๗๑-๑๙๐.
- ศศิพิสิฐ นิวัฒน์มรรคา. (๒๕๖๑). ความสัมพันธ์ของวิถีความเชื่อล้านนาและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศประวัติศาสตร์ในเขตเมืองเก่าเชียงใหม่. ใน **การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติครั้งที่ ๒ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- อรรถพงศ์ ศรีตะลาสัย และชวลีย์ ณ ถกลาง. (๒๕๖๓). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในด้านความเชื่อเรื่อง “พญานาค” ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดอุดรธานี - จังหวัดหนองคาย - จังหวัดบึงกาฬ -จังหวัดนครพนม) ประเทศไทย. **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี**, ๑๔ (๑), ๕๓-๗๔.

- อธิป จันทรสุริย์, สุดสันต์ สุทธิพิศาล และขวัญณภัทร ขนอนคราม. (๒๕๖๓). แนวทางการพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ความเป็นไทยตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี. วารสารที่ทัศนวัฒนธรรม สำนักศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, ๑๙ (๒), ๑๔๐-๑๖๑.
- Crompton, J. (1979). Motivations of pleasure vacations. *Annals of Tourism Research*, 6 (4), 408-424.
- Dann, G. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, (4), 184-194.
- Dickman, C.R. (1996). **Overview of the Impacts of Feral Cats on Australian Native Fauna.** Australian Nature Conservation Agency: Canberra.
- Kreiner, G., & Wall, G. (2015). **Tourism and Religion: Spiritual Journeys and Their Consequences.** New York: Springer.
- MacCannell, D. (1976). **The tourist: A new theory of the leisure class.** London: University of California Press.
- Taokaecafe. (2020). **Praewa Amulet and Lucky Stone.** Retrieved January 9, 2021. From. <https://www.taokaecafe.com/sme-business-detail.asp?s=143>.