



บทวิเคราะห์ธุรกิจ SME กลุ่มการท่องเที่ยวด้านความเชื่อ  
ความศรัทธา (SME สายมูเตลู)

# มูลค่าทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวด้านความเชื่อ ความศรัทธา



ประชากร  
52 ล้านคน



มูลค่ากิจกรรมสายมู  
50,000 ลบ.



มูลค่าทางเศรษฐกิจ  
121,231 ลบ.  
เป็น SME 58%



สร้าง GDP SME  
47,952 ลบ.

การ Review Literature เรื่อง Marketing in the Uncertain World การตลาดของคนอยู่เป็น ปี 2564 ของมหาวิทยาลัยมหิดล พบว่า ตั้งแต่ช่วงโควิดปลายปี พ.ศ. 2563 ที่ผ่านมามาจนถึงปัจจุบันมีประชาชนกว่า 52 ล้านคนที่หันมาพึ่งพาสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อที่จะจัดการกับความไม่มั่นคงและความไม่แน่นอนในยุคปัจจุบัน โดย สสว. ประเมินมูลค่ากิจกรรมสายความเชื่อ ความศรัทธาอยู่ประมาณ 50,000 ล้านบาทต่อปี ซึ่งสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อีกกว่า 121,231 ล้านบาท และสร้าง GDP sme ได้กว่า 47,952 ล้านบาท



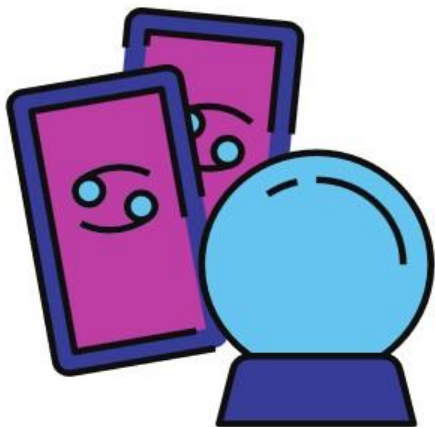
ขายสลากกินแบ่ง 3,525 ราย



ดอกไม้ รูป เทียน 38,155 ราย\*



ร้านขายปลีกสินค้าที่เกี่ยวกับศาสนา  
7,304 ราย



SME ที่เกี่ยวข้อง 352,682 ราย



ธุรกิจแฟชั่น 258,062 ราย\*

โหราศาสตร์และไสยศาสตร์ 7,481 ราย ที่มา: ข้อมูลผู้ประกอบการจาก

# ผลการสำรวจความคิดเห็นและความต้องการของประชาชน

## ธุรกิจสินค้าและบริการของการท่องเที่ยวสายมูเตลู

2,225 ตัวอย่าง 12 จังหวัด 6 ภูมิภาค เพศหญิง 61.8% เพศชาย 35.6% LGBTQ+ 2.6%

### 3 กลุ่มการท่องเที่ยว (Cluster)

1. การท่องเที่ยวเพื่อทำบุญไหว้พระ



2. การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ  
การท่องเที่ยวเชิงเกษตร  
การท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ



3. การท่องเที่ยวสายมูเตลู/ การท่องเที่ยว  
สายวัฒนธรรมและศิลปะวิทยาการ  
การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ  
การท่องเที่ยวเพื่อออกกำลังกายและธุรกิจ



### นักท่องเที่ยวสายมูเตลู

1 Gen Y  
อันดับ อายุ 26 - 41 ปี

2 Gen X  
อันดับ อายุ 42 - 51 ปี



ส่วนใหญ่มียาได้เฉลี่ย  
ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท  
และมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว  
ต่อครั้งมากกว่า 5,000 บาทขึ้นไป

### ข้อค้นพบเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวสายมูเตลู



นักท่องเที่ยวชายสายมูเตลู มีการขอ  
เกี่ยวกับโชคกลาง และหวย เป็นอันดับแรก  
ในขณะที่ นักท่องเที่ยวหญิงสายมูเตลู  
มีการขอเกี่ยวกับด้านการเงิน เป็นอันดับแรก



รูปแบบของความเชื่อในโชคกลาง  
พบว่าวัดกุ่มงคล เครื่องรางของขลัง  
มีสัดส่วนมากที่สุด

รองลงมาคือ พระเครื่อง พญากรณี โหราศาสตร์ สายมือ ไพ่ยิปซี ตัวเลขมงคล/เบอร์มงคล  
เรื่องเหนือธรรมชาติ วอลเปเปอร์มงคล/มูเตลู สีมงคล และ ผ้ายันต์



พบว่าสัดส่วนค่าใช้จ่ายต่อรายได้ของนักท่องเที่ยวอยู่ระหว่าง 10-20 % บนฐานกลุ่มรายได้ไม่เกิน 30,000 บาท และนักท่องเที่ยวสายมูเตลู มีค่าใช้จ่ายโดยประมาณ 975 บาทต่อครั้ง

## เหตุผลของการกลับไปมูเตลูซ้ำที่เดิม

### นักเที่ยวสายมูเตลูชาย



ติดตามที่ขอ ร้อยละ 42.11



ความสะอาด ปลอดภัย และเป็นมิตร ร้อยละ 23.25



ความเชื่อ ความศรัทธา ร้อยละ 19.30



รีวิว อินฟลูเอนเซอร์ ดารา กระเสณิยม ร้อยละ 15.35

### นักเที่ยวสายมูเตลูหญิง



ติดตามที่ขอ ร้อยละ 51.69



ความสะอาด ปลอดภัย และเป็นมิตร และความเชื่อ

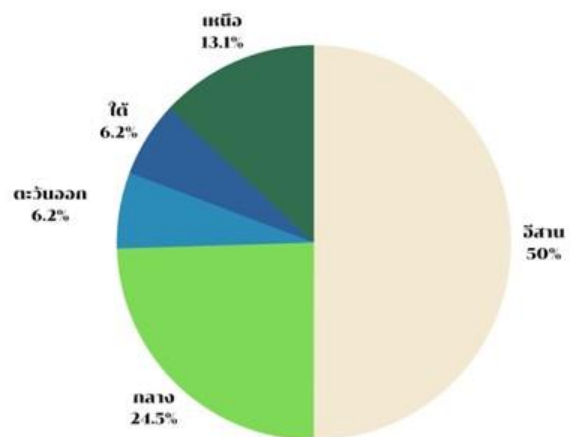
ความศรัทธา อย่างละเท่า ๆ กัน ร้อยละ 20.00



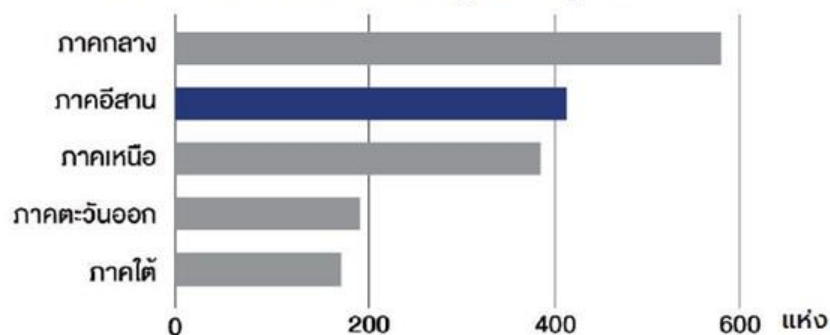
รีวิว อินฟลูเอนเซอร์ ดารา กระเสณิยม ร้อยละ 8.31



# จำนวนวัด / สถานที่ท่องเที่ยวสายความเชื่อ ความศรัทธาในประเทศไทย



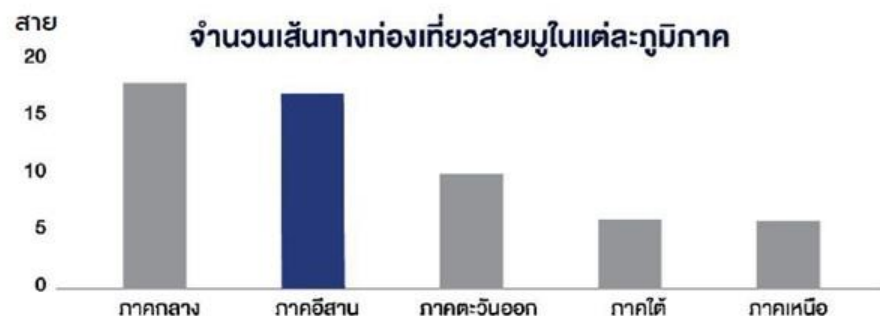
จำนวนสถานที่ท่องเที่ยวสายบุญในแต่ละภูมิภาค



## จังหวัดที่มีจำนวนวัดสูงที่สุด 10 อันดับ



จำนวนเส้นทางท่องเที่ยวสายบุญในแต่ละภูมิภาค

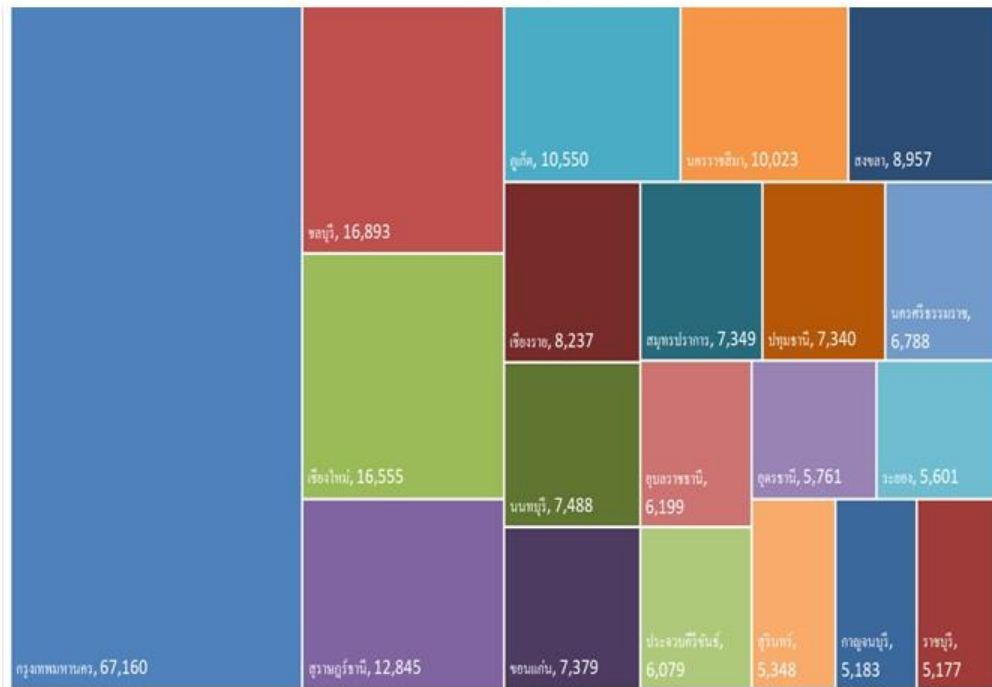
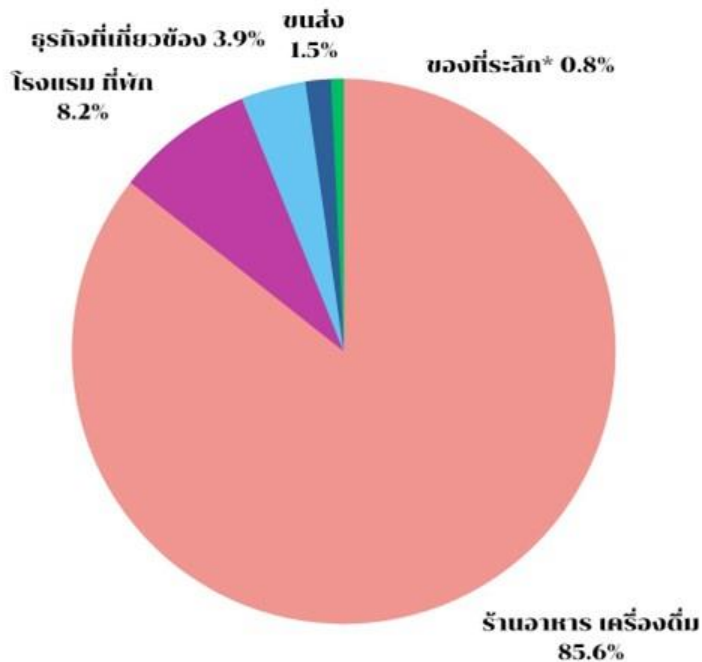


ที่มา : isan insight & outlook เศรษฐกิจอีสาน Q1/2566

# ผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่ได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวสายความเชื่อ ความศรัทธา

จำนวน SME ในธุรกิจท่องเที่ยว 392,175 ราย

20 จังหวัดที่มีจำนวน SME ธุรกิจท่องเที่ยวสูงสุด มีสัดส่วน 58.3 % ของ SME ธุรกิจท่องเที่ยวทั่วประเทศ



# กรณีศึกษา



## ← วัดเจดีย์ (ไอ้ไข่) นครศรีธรรมราช

วัดเจดีย์ ต.ฉลอง อ.สิชล จ.นครศรีธรรมราช มีไอ้ไข่ เด็กวัดซึ่งนับถือกันว่าเป็นกุมารเทพ เป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในพื้นที่ อ.สิชล ที่ผู้คนต้องถนุกราบไหว้ขอพร/บนบานแล้วได้ดั่งหวังมายาวนาน ต่อมาความศักดิ์สิทธิ์ของไอ้ไข่ถูกบอกกันปากต่อปาก ตลอดจนสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้ผู้คนจากทั่วประเทศ/ต่างประเทศ หลั่งไหลมายังวัดเจดีย์ จ.นครศรีธรรมราช



## คำชะโนด อุดรธานี →

คำชะโนด อ.บ้านดุง จ.อุดรธานี เป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ ที่ชาวบ้านมีความเชื่อและนับถือพญานาค คือ องค์พ่อปู่ศรีสุทโธ แม่ย่าศรีปทุมมา ซึ่งมีคนนิยมมากตั้งแต่ช่วงปี 2559 เนื่องจากใครที่เข้ามาที่แห่งนี้มาราบไหว้และขอพรแล้วได้ดั่งหวัง ประกอบกับกระแสจากละครเรื่องนาคี ในปี 2560 ยิ่งทำให้คนทท.จากทั่วประเทศหลั่งไหลมาตามรอยพญานาค







### พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

- หลังโควิด นักท่องเที่ยว ลดลง 30%  
4-5 พันคน/วัน ในวันธรรมดา  
1-2 หมื่น/วัน ในหยุด  
2-3 ล้านคน/ปี
- ค่าใช้จ่ายขั้นต่ำ 500-1,000 บาท/คน  
เงินหมุนเวียน 1,000-3,000 ล้านบาท/ปี
- คนไทยจากทั่วประเทศ  
มาเลเซีย สิงคโปร์ จีน ฮองกง ยุโรป
- ขอของหาย การงาน ค้าขาย โชคลาภ
- แก๊บน้ำมัน ไก่ปิ้ง ประทัด ของเล่น ชุดทหาร ขนม น้ำ

### ผลกระทบต่อเศรษฐกิจ/สังคม

- สร้างงาน สร้างรายได้ให้คนในพื้นที่ ไม่ต้องไปทำงานในเมืองใหญ่
- ผู้ประกอบการรอบ ๆ วัดเจติยฯ: ร้านขายของไหว้/แก๊บน ร้านเช่าวัดถถมงคล แผงล้อตเตอร์รี่ ร้านขายของฝาก เสื้อผ้า อาหาร บริการแก๊บน
- supply chain ในสาขาการท่องเที่ยว : รถเช่า โรงแรม/ที่พัก ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม ร้านขายของฝาก สายการบิน โดยเฉพาะอำเภอสีชล ขนอม และท่าศาลา



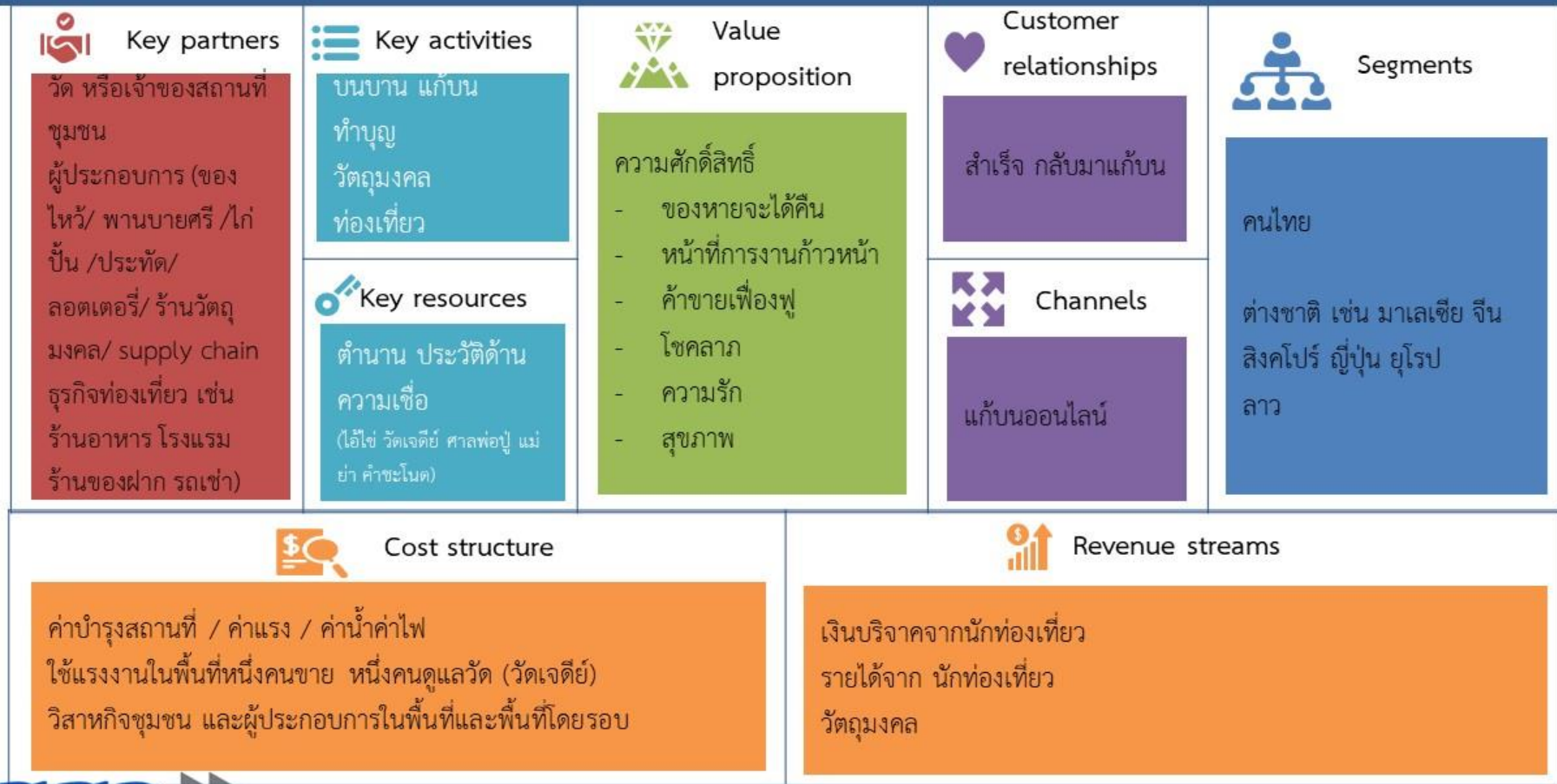
## พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

- 2-3 พันคน/วัน ในวันธรรมดา  
6 พัน - หมื่นคน/วัน ในหยุด  
1-2 ล้านคน/ปี
- จ่ายขั้นต่ำ 500 บาท/คน  
เงินหมุนเวียน 500-1,000 ลบ/ปี
- คนไทยจากทั่วประเทศ  
มีนทท.ลาว เล็กน้อย
- ขอการงาน ลากยศ โชคกลาง

## ผลกระทบต่อเศรษฐกิจ/สังคม

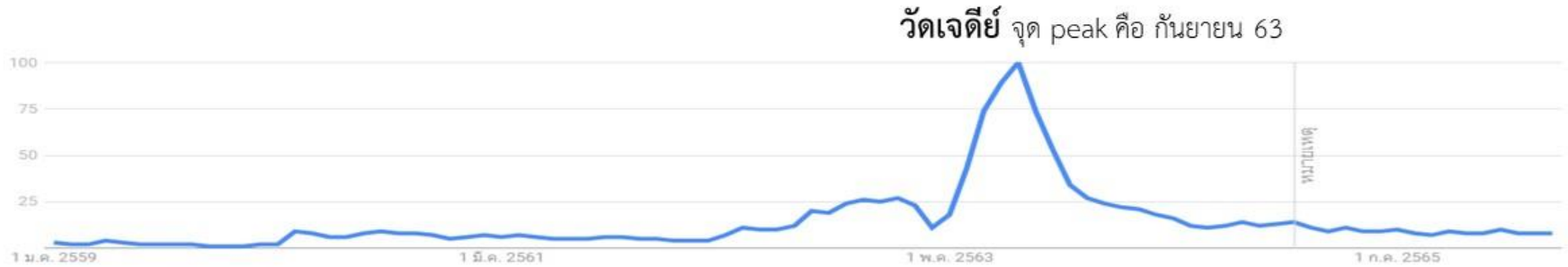
- สร้างงาน สร้างรายได้ให้คนในพื้นที่ ไม่ต้องไปทำงานในเมืองใหญ่
- ผู้ประกอบการรอบ ๆ คำชะโนดมี 69 ร้าน: พานบายศรี ร้านเช่าวัตถุมงคล แผงล็อตเตอรี่ ร้านขายของฝาก เสื้อผ้า อาหาร บริการแก็บ
- supply chain ในสาขาการท่องเที่ยว : รถเช่า โรงแรม/ที่พัก ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม ในจังหวัด

# Business Model ของสถานที่ท่องเที่ยวสายมู

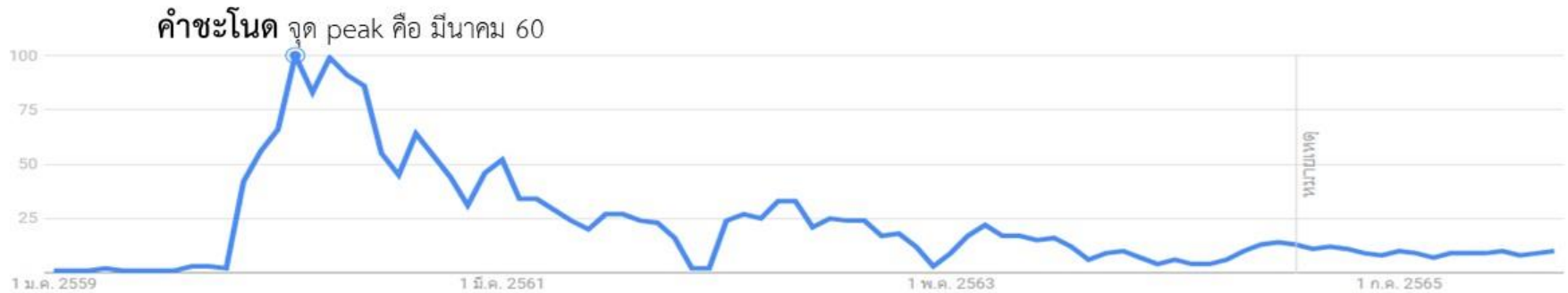


# ความยั่งยืนของสายมู

ระดับความสนใจตลอดเวลาที่ผ่านมา ⓘ



ระดับความสนใจตลอดเวลาที่ผ่านมา ⓘ



# KSF วัดเจตีย์ / คำชะโนด



ความมีเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ เรื่องเล่าที่เป็น  
ตำนานของสถานที่



มีกรณีของความสำเร็จจากการขอสิ่งศักดิ์สิทธิ์



วัตถุมงคลมีการควบคุมปริมาณ และมี  
กระบวนการรับประกันของแท้



ชุมชนมีผู้นำเป็นนักพัฒนา มีสำนึกรักบ้านเกิด



การจัดการ  
Stakeholder

การบริหารจัดการผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชน มีประสิทธิภาพ



ชุมชนมีการเรียนรู้อยู่เสมอ

# ข้อเสนอแนะ



เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆในจังหวัด หรือจังหวัดใกล้เคียงเพื่อเพิ่มจำนวนวันท่องเที่ยวให้มากขึ้น



สามารถใช้โมเดลธุรกิจการท่องเที่ยวสายมูในจังหวัดอื่นๆ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่



ส่งเสริมการจัดงาน อีเว้นท์ระดับจังหวัด หรือระดับชาติ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ๆ ให้มากขึ้น



ส่งเสริมการเพิ่ม Productivity ของผู้ประกอบการในพื้นที่ โดยเฉพาะกลุ่มรายย่อยและวิสาหกิจชุมชน