

บทความวิจัย (Research Article)

การออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ “มูเตลู” ไหว้พระขอพร
วัดทุ่งเศรษฐี ในจังหวัดขอนแก่น

Design and Development of a 'Mutelu' Location Recommendation
Application for Worshipping at Wat Thung Setthi in Khon Kaen Province

มัธยม อ่อนจันทร์^{1*} บังอร พลมิตร¹ และ ศรารัตน์ วรรณแจ่ม¹

Mathayom Onchan^{1*}, Bangorn Polmitr¹ and Sararat Wannaja¹

¹แผนกอุตสาหกรรมดิจิทัลและเทคโนโลยีสารสนเทศ วิทยาลัยเทคนิคขอนแก่น สถาบันอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3

¹Department of Digital and Information Technology, Khon Kaen Technical College, Institute of Vocational Education,
Northeastern Region 3

Corresponding author email: Mathtara9999@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received) 25 กันยายน 2568 วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 23 พฤศจิกายน 2568 วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 24 พฤศจิกายน 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาข้อมูลสถานที่วัดทุ่งเศรษฐี จังหวัดขอนแก่น (2) วิเคราะห์แนวทางการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้งาน (UX) และการออกแบบส่วนต่อประสานกับผู้ใช้ (UI) (3) ออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ “มูเตลู” ไหว้พระขอพร ณ วัดทุ่งเศรษฐี เพื่อตอบสนองพฤติกรรมกรรมการบริหารของกลุ่ม “สายมูยุคใหม่” และนำไปสู่การพัฒนาบริการที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ วิจัยดำเนินการวิจัย ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพผสมผสาน โดยมีกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงที่มาไหว้พระขอพร ณ วัดทุ่งเศรษฐี จำนวน 60 คน เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ การสำรวจและสังเกตพฤติกรรมในพื้นที่ การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และการทดสอบแอปพลิเคชันต้นแบบ การออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันใช้ ทฤษฎีการออกแบบเว็บไซต์ (Web Design Theory) เป็นพื้นฐานในการประยุกต์ใช้ โดยใช้โปรแกรม MIT App Inventor และ Adobe Illustrator ผลการวิจัย พบว่าผู้ใช้งานแอปพลิเคชันส่วนใหญ่เป็น เพศชาย (63.3%) และ ทำงานเอกชน (61.7%) โดยมีความต้องการหลักคือแอปพลิเคชันที่ให้ข้อมูลที่ครบถ้วน ถูกต้อง และน่าเชื่อถือเกี่ยวกับการ “มูเตลู” ณ วัดทุ่งเศรษฐี ผลการประเมินความพึงพอใจต่อแอปพลิเคชันโดยรวมอยู่ในระดับ “มาก” (\bar{X} = 4.51) โดยเฉพาะในด้าน ความถูกต้อง (\bar{X} = 4.55) และ ตรงตามวัตถุประสงค์ (\bar{X} = 4.57) ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยสูงสุด งานวิจัยนี้ประสบความสำเร็จในการออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันที่ตอบสนองพฤติกรรมของ “สายมูดิจิทัล” โดยการนำทฤษฎีการออกแบบเว็บไซต์มาประยุกต์ใช้ ทำให้แอปพลิเคชันมี ประสบการณ์ผู้ใช้ที่ดี (UX) คือใช้งานง่ายและตรงตามความต้องการ และมี ส่วนหน้า (UI) ที่สวยงามน่าใช้งาน ความสำเร็จนี้ยืนยันว่าการใช้หลักการออกแบบที่เป็นระบบสามารถส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน และนำไปสู่การใช้งานที่ยั่งยืนในอนาคต

คำสำคัญ: มูเตลู, แอปพลิเคชัน, การท่องเที่ยวเชิงศรัทธา, ประสบการณ์ผู้ใช้, เศรษฐกิจสายมู, สายมูดิจิทัล

Abstract

This research aims to (1) study information related to Wat Thung Setthi in Khon Kaen Province, (2) analyze design approaches for User Experience (UX) and User Interface (UI), and (3) design and develop a “Mutelu” location recommendation application for worshipping and making merit at Wat Thung Setthi. The purpose is to respond to the consumption behaviors of “New-Generation Mutelu Believers” and to support the efficient development of services that effectively meet the needs of the target users. A mixed-methods approach with a qualitative emphasis was employed. The purposive sample consisted of 60 individuals who visited Wat Thung Setthi for worship and blessings. Research tools included on-site surveys, behavioral observation, structured interviews, and prototype application testing. The application design and development were based on the principles of Web Design Theory and implemented using MIT App Inventor and Adobe Illustrator. The findings revealed that most application users were male (63.3%) and worked in the private sector (61.7%). Their primary need was an application that provided comprehensive, accurate, and reliable information about “Mutelu” practices at Wat Thung Setthi. The overall user satisfaction level was rated as “high” ($\bar{x} = 4.51$), particularly in the aspects of “accuracy” ($\bar{x} = 4.55$) and “alignment with objectives” ($\bar{x} = 4.57$), which received the highest mean scores. This study successfully designed and developed an application that aligns with the behaviors of digital “Mutelu” believers by applying Web Design Theory. The resulting application demonstrated a strong User Experience (UX)—being easy to use and meeting user expectations—and an appealing User Interface (UI). The results confirm that applying systematic design principles can directly enhance user satisfaction and promote sustainable application use in the future.

Keywords: Mutelu, Application Design, Faith-based Tourism, UX, Mutelu economy, Digital Mutelu

บทนำ

ในสถานการณ์ปัจจุบันที่ประเทศไทยกำลังเผชิญกับความท้าทายทางเศรษฐกิจ ผู้คนจำนวนมากต่างพยายามปรับตัวและหาที่พึ่งทางใจ ซึ่ง “ความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์” ได้กลายเป็นรากฐานสำคัญและเป็นที่ยึดเหนี่ยวกับคนไทยทุกเพศทุกวัยมาอย่างยาวนาน [1, 2, 3] ความเชื่อนี้เป็นที่รู้จักกันในชื่อ “มูเตลู” ซึ่งมาจากภาพยนตร์สยองขวัญ/ไสยศาสตร์คลาสสิกของอินโดนีเซียเรื่อง “*Penangkal Ilmu Teluh (1979)*” [4] โดยคนไทยนำคำนี้มาใช้เรียกกิจกรรมนอกเหนือจากความเชื่อทางศาสนาหลักที่เชื่อว่าจะนำมาซึ่งความเป็นสิริมงคล เช่น การดูดวง การบูชาเครื่องรางของขลัง และการเดินทางไปขอพรตามสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ [1] ผู้ที่เชื่อในมูเตลูเชื่อว่าการกระทำเหล่านี้จะช่วยให้ความปรารถนาในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการเงิน ความรัก หรืออำนาจ เป็นจริงได้ แม้จะเป็นความเชื่อที่ไม่อาจหาคำอธิบายทางวิทยาศาสตร์ได้ แต่ก็ยังเป็นสิ่งที่ผู้คนยึดถือเพื่อเป็นที่พึ่งทางใจ [5]

การที่ความเชื่อในมูเตลูยังคงเป็นที่นิยมและขยายไปสู่กลุ่มคนทุกช่วงวัยและทุกชนชั้นในสังคม สะท้อนให้เห็นถึงความไม่มั่นคงในชีวิตและจิตใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากความเหลื่อมล้ำในสังคมไทยที่พุ่งสูงในหลายด้าน เช่น การศึกษา สภาพแวดล้อม และเศรษฐกิจ [5] ความไม่มั่นคงนี้ส่งผลให้คนรู้สึกไร้ที่ยึดเหนี่ยวและขาดความมั่นใจ ทำให้หันมาให้ความสำคัญต่อสิ่งยึดเหนี่ยวในการต่อสู้กับสังคมที่ไม่เป็นธรรมและไร้ความเท่าเทียม [5] การศึกษาที่ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TRB) มาอธิบายพฤติกรรมนี้สรุปว่ารากฐานที่แท้จริงของพฤติกรรมมูเตลูคือ “ความ

เชื่อ” ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการปลูกฝังคุณธรรมและจริยธรรมเพื่อพัฒนาปัญญาให้เกิดความเชื่ออย่างมีเหตุผล หรือ “พุทธจริต” [6]

ความเชื่อในโมเดลไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่กิจกรรมทางศาสนาหรือไสยศาสตร์เท่านั้น แต่ได้ขยายเข้าสู่ภาคธุรกิจจนก่อให้เกิด “เศรษฐกิจสายมู” ซึ่งมีเงินสะพัดจำนวนมหาศาล [7, 8] ธุรกิจต่าง ๆ ได้นำความเชื่อนี้มาใช้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่เรียกว่า “Muketing” [7], [9, 10] โดยผลิตสินค้าและบริการด้านความเชื่อ เช่น เครื่องประดับเสริมดวง วอลเปเปอร์มงคล หรือบริการทัวร์ไหว้พระ [7], [11, 12, 13] งานวิจัยคาดการณ์ว่าในปี 2567 ธุรกิจความเชื่อสายมูจะเป็นธุรกิจที่มาแรงในประเทศไทยและจะมีเงินสะพัดสูงถึง 10,000-15,000 ล้านบาท [7] ปัจจัยสนับสนุนมาจากการที่คนมีความเชื่อในศาสตร์เร้นลับ และมีความกังวลต่อความไม่แน่นอนของสถานการณ์เศรษฐกิจและปัญหาต่าง ๆ ทำให้คนหันมาให้ความสำคัญกับเรื่องเหล่านี้มากขึ้น [8]

แม้โลกจะก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลแล้ว แต่ความเชื่อนี้ก็ยังคงอยู่และปรับตัวไปตามยุคสมัย เกิดเป็นกลุ่ม “สายมูดิจิทัล” ที่ผสมผสานความเชื่อเข้ากับเทคโนโลยี เช่น การดูดวงออนไลน์ หรือการซื้อวัตถุมงคลผ่านอีคอมเมิร์ซ [7, 14] การเติบโตของความเชื่อนี้ยังส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญผ่าน การท่องเที่ยวเชิงศรัทธา ที่มีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่องในระดับโลก [4, 15, 16, 17] สำหรับในประเทศไทย วัดทุ่งเศรษฐี จังหวัดขอนแก่น ซึ่งเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ที่เชื่อว่าเป็นจุดบรรจบกันของสามโลก [18] เป็นตัวอย่างสำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงศรัทธา โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับสถานที่ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมากที่สุด [19] ด้วยความเชื่อและองค์ประกอบทางศิลปะที่แฝงด้วยปริศนาธรรม วัดทุ่งเศรษฐีจึงเป็นสถานที่สำคัญสำหรับผู้ที่ต้องการแสวงหาที่พึ่งทางใจ [18]

ด้วยเหตุผลข้างต้น การวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาและออกแบบแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ “มูเตลู” วัดทุ่งเศรษฐี ในจังหวัดขอนแก่น เพื่อตอบสนองพฤติกรรมบริการบริโภคของกลุ่มสายมูยุคใหม่และนำไปสู่การพัฒนาแอปพลิเคชันและบริการที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณค่า และการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสายมูเตลู โดยมีวัตถุประสงค์ย่อยดังนี้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลสถานที่วัดทุ่งเศรษฐี
2. เพื่อวิเคราะห์แนวทางการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้งาน (UX) และการออกแบบส่วนต่อประสานกับผู้ใช้ (UI)
3. เพื่อออกแบบแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ไหว้พระขอพรวัดทุ่งเศรษฐีอย่างละเอียดแก่ผู้ใช้

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ “มูเตลู” ณ วัดทุ่งเศรษฐี จังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการดำเนินการวิจัยอย่างเป็นระบบ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การวิจัยนี้กำหนดขนาดของตัวอย่างโดยโดยใช้ตาราง Krejcie และ Morgan จำนวน 60 คน มุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายที่มาไหว้พระขอพร ณ วัดทุ่งเศรษฐี เพื่อทำการสำรวจและทดสอบการใช้งาน โดยเลือกแบบเจาะจง
2. เครื่องมือและวิธีการวิจัย ผู้วิจัยใช้เครื่องมือและวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพผสมผสาน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุม ดังนี้

- การสำรวจ (Surveys) ลงพื้นที่ ณ วัดทุ่งเศรษฐี เพื่อสำรวจสถานที่จริง และสังเกตพฤติกรรมของผู้มาเยือนในพื้นที่ โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างผู้เกี่ยวข้อง
- การสังเกต (Observation): สังเกตพฤติกรรมของผู้ใช้งานในขณะที่ทดลองแอปพลิเคชันต้นแบบ เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการใช้งานโดยใช้แบบสังเกตแบบมีโครงสร้างผู้เกี่ยวข้อง
- การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง (Interviews): สุ่มสัมภาษณ์ตัวแทนจากกลุ่มตัวอย่างหลังการทดลองใช้งานแอปพลิเคชัน เพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านความง่ายในการใช้งาน ความสวยงาม และการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างผู้เกี่ยวข้อง

3. การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล การรวบรวมข้อมูลประกอบการทบทวนวรรณกรรมและการวิเคราะห์เพื่อนำไปสู่การออกแบบแอปพลิเคชัน

- ทบทวนวรรณกรรม (Literature Review): รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากแหล่งต่าง ๆ ได้แก่:
 - ข้อมูลสถานที่ศักดิ์สิทธิ์: ครอบคลุมข้อมูลทั่วไป (เช่น ประวัติ, เวลาเปิด-ปิด, ที่จอดรถ), วิธีการไหว้ (ขั้นตอน, บทสวด), พิธีกรรม (เคล็ดลี้ลับการขอพร, วิธีการแก้บน), และข้อปฏิบัติ (การแต่งกาย, ข้อห้าม)
 - ข้อมูลการเดินทาง: ศึกษาเส้นทางการเดินทางด้วยยานพาหนะต่าง ๆ ที่ได้รับความนิยมในจังหวัดขอนแก่น โดยเฉพาะรถยนต์
- ทฤษฎีและแนวคิด (Theories and Concepts) ศึกษาทฤษฎีการออกแบบเว็บไซต์ (Web Design Theory) เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบแอปพลิเคชันให้มีประสิทธิภาพ

4. การออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชัน

ขั้นตอนการออกแบบและพัฒนาจะดำเนินการดังนี้:

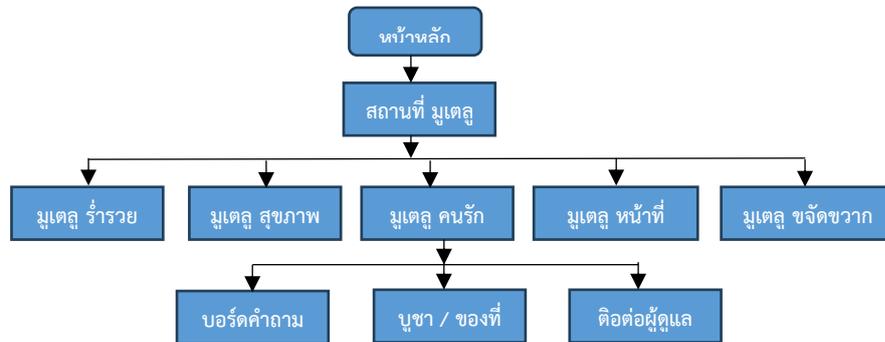
- เครื่องมือที่ใช้:
 - MIT App Inventor: ใช้สำหรับออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันเบื้องต้น เนื่องจากใช้งานง่ายและมีเครื่องมือที่ครบครัน
 - Adobe Illustrator: ใช้ในการออกแบบกราฟิก เช่น โลโก้, ไอคอน และองค์ประกอบอื่น ๆ ที่ช่วยเสริมภาพลักษณ์ของแอปพลิเคชัน
- การออกแบบเนื้อหา (Content Design): จัดเรียงข้อมูลให้เป็นระเบียบและออกแบบฟังก์ชันการใช้งานบนแอปพลิเคชัน เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวก
- การสร้างแอปพลิเคชัน (Application Development): พัฒนาแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับแนะนำสถานที่และเส้นทางไปยังสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ ภายในวัดทุ่งเศรษฐี โดยใช้ ทฤษฎีการออกแบบเว็บไซต์ (Web Design Theory)

การสำรวจและเก็บข้อมูลภาคสนาม

เริ่มต้นด้วยการลงพื้นที่เพื่อสำรวจและสังเกตพฤติกรรม การ "มูเตลู" และการขอพร ณ สถานที่จริง เพื่อทำความเข้าใจถึงความต้องการและปัญหาของผู้ใช้งาน จากการวิจัยเชิงสำรวจและสัมภาษณ์ผู้ใช้งานกลุ่มเป้าหมาย (ผู้ที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงมูเตลูในพื้นที่) พบว่า ความต้องการหลัก ผู้ใช้ต้องการแอปพลิเคชันที่ให้ข้อมูลที่ครบถ้วนและถูกต้องเกี่ยวกับสถานที่มงคลภายในวัดทุ่งเศรษฐี รวมถึงประวัติความเป็นมา, สิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ประดิษฐานอยู่, และวิธีการบูชาที่ถูกต้อง ความท้าทายในการใช้งานผู้ใช้จำนวนมากรู้สึกว่าการค้นหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เป็นเรื่องที่ยุ่งยากและไม่น่าเชื่อถือ และไม่มีแหล่งข้อมูลที่รวบรวมไว้เป็นระบบในแอปพลิเคชันเดียว การออกแบบที่คาดหวัง ผู้ใช้ให้ความสำคัญกับ การออกแบบส่วนหน้า

(UI) ที่สวยงาม สะอาดตา และ ใช้งานง่าย (UX) โดยเฉพาะการนำทางที่ชัดเจน การใช้ภาพประกอบที่ดึงดูด และเนื้อหาที่จัดลำดับความสำคัญได้ดี

1. การวางแผนและโครงสร้าง นำข้อมูลที่ได้มาจัดทำแผนผังการไหลของข้อมูล (Flowchart) เพื่อออกแบบการแสดงผลเนื้อหาให้เป็นระบบ โดยจะเน้นข้อมูลที่สำคัญสำหรับการไหว้พระขอพร ได้แก่ ข้อมูลสถานที่สำคัญภายในวัด, วิธีการเดินทางไปยังจุดต่าง ๆ



ภาพที่ 1 การออกแบบผังโครงสร้าง

2. การออกแบบให้ตอบสนอง (Responsive Design) การออกแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ตรงกับการวิจัยของ การศึกษาของ อภิไทย แก้วจรัส,ชลิดา ช่วยสุข, จิราภรณ์ พรหมเทพ และอัจฉริยา ทุมพาดนิชย ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนมีวัตถุประสงค์เพื่อชมโบราณสถาน และโบราณวัตถุ และ สวนใหญ่รู้จักแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนจากสื่อเฟสบุค (Facebook) [12] สุรพร อ่อนพุทธา ,วิญญู ปรอยกระโทก,วรางกูร อิศรางกูร ณ อยุธยา, สัจจากาง จอมโนนเขวา ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของวัดสายมูเตลู ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทาง มาไหว้ขอพรของนักท่องเที่ยวสายมูเตลูเจนซี ผ่านตัวแปรการรับรู้ คุณค่าทางด้านการบริการมูเตลู พบว่า มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการของวัดสายมูเตลูและการตัดสินใจ เดินทางมาไหว้ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ [13]

3. องค์ประกอบด้านภาพลักษณ์

การใช้สี สีฟ้า PANTONE 12-4611 TCX Saltwater Slide สีขาว PANTONE 11-0601 TCX Bright White เป็นสีของ กระเบื้อง

ฟอนต์ ใช้ฟอนต์ที่อ่านง่าย TH SarabunPSK

ความสอดคล้อง หน้า Main หลัก ออกแบบภาษาไทยตัวใหญ่ มูเตลู และมีรูปโบสถ์วัดทุ่งเศรษฐี



ภาพที่ 3 PANTONE 11-0601 TCX Bright White และ PANTONE 12-4611 TCX Saltwater Slide

https://www.pantone.com/?srsltid=AfmBOo0FzXl_L41THvCs3AlNuw-gqzL-fKXrFSYOwrH4QV1H96F7f-N

การสร้างแบรนด์ หุ่นเศรษฐกิจเป็นวัดที่มีชื่อเสียง และนิยมในการมาขอพร การออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ “มูเตลู” ให้อัปเกรดขอพร วัดหุ่นเศรษฐกิจ ในจังหวัดขอนแก่น เป็นการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในองค์กร สร้างภาพลักษณ์ และการสืบค้นเพื่อให้ กลุ่มลูกค้าเข้าถึงข้อมูลได้เป็นอย่างดี

การทดสอบ (User Testing): นำแอปพลิเคชันต้นแบบไปทดสอบกับกลุ่มเป้าหมาย รวม 60 คน เพื่อประเมินผลและปรับปรุงแอปพลิเคชันให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ตารางที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของประชากรนักท่องเที่ยวด้านเพศสภาพ วัดหุ่นเศรษฐกิจ ในจังหวัดขอนแก่น

ข้อมูลทั่วไป (เพศ)	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	38	63.3
หญิง	22	36.7
รวม	60	100

ตารางที่ 2 ข้อมูลส่วนบุคคลของประชากรนักท่องเที่ยวด้านอาชีพ วัดหุ่นเศรษฐกิจ ในจังหวัดขอนแก่น

ข้อมูลทั่วไป (อาชีพ)	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของกิจการ	14	23.3
ทำงานเอกชน	37	61.7
รับราชการ	9	15
รวม	60	100

ตารางที่ 3 ระดับความพึงพอใจต่อแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ “มูเตลู” ให้อัปเกรดขอพร วัดหุ่นเศรษฐกิจ ในจังหวัดขอนแก่น ของประชากร นักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไป

ความพึงพอใจ	\bar{x}	SD	ระดับความคิดเห็น
ความงาม	4.48	0.62	มาก
ใช้งานง่าย	4.50	0.59	มาก
การค้นหาข้อมูล	4.48	0.67	มาก
ตรงความต้องการ	4.50	0.65	มาก
มีความถูกต้อง	4.55	0.62	มาก
ตรงตามวัตถุประสงค์	4.57	0.59	มาก
เฉลี่ย	4.51	0.62	มาก

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ในการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (UX) สำหรับแอปพลิเคชัน ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลสถานที่วัดทุ่งเศรษฐี วัดทุ่งเศรษฐี มี มหารัตนเจดีย์ศรีไตรโลกธาตุ ตั้งอยู่ ตำบล พระลับ อำเภอเมืองขอนแก่น ขอนแก่น 40000 มหารัตนเจดีย์ศรีไตรโลกธาตุซึ่งสร้างตามคติไตรภูมิที่จำลอง บาดาล โลกและสวรรค์ไว้ที่นี่ เพื่อเป็นพุทธบูชาและที่ระลึกถึงองค์เจดีย์สำคัญทั้งสามโลก คือ เจดีย์จุฬามณีบนสวรรค์ชั้นดาวดึงส์ นารเจดีย์ในนาคพิภพ และมหารัตนเจดีย์ศรีไตรโลกธาตุนั้นบนโลกมนุษย์นี้ เพื่อให้คนที่มาจะได้สักการะเจดีย์ทั้งสามโลกด้วย สิ่งสำคัญภายในวัด 1 มหารัตนเจดีย์ศรีไตรโลกธาตุ 2 มณฑปองค์ปฐม 3 สวนนรก 4 รูปปั้นพญานาค เป็นการเก็บข้อมูลแบบสำรวจพื้นที่ กระบวนการมูลแต่ละที่ ผลการมูลจะได้อย่างไร เช่น ด้านการเงิน ด้านความรัก

2. วิเคราะห์แนวทางการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (UX) และการออกแบบส่วนต่อประสานกับผู้ใช้ (UI) การออกแบบแอปพลิเคชันนี้ได้นำเอา ทฤษฎีการออกแบบเว็บไซต์ (Web Design Theory) มาประยุกต์ใช้เพื่อแก้ไขปัญหาและความต้องการที่พบจากการวิจัย ดังนี้ การออกแบบเชิงประสบการณ์ผู้ใช้ (UX)

- ความสามารถในการนำทาง: โครงสร้างของแอปพลิเคชันถูกออกแบบให้ง่ายต่อการค้นหา โดยจัดเมนูหลัก (เช่น "สิ่งศักดิ์สิทธิ์", "ประวัติวัด", "เส้นทาง") ไว้ในตำแหน่งที่เข้าถึงง่าย ช่วยให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้โดยไม่สับสน

- เนื้อหาที่มีประโยชน์: ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์แต่ละองค์ถูกนำเสนออย่างละเอียด ทั้งเรื่องราว, คำอธิษฐาน, และวิธีการไหว้ที่ถูกต้อง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ในเรื่องความน่าเชื่อถือและประโยชน์ของข้อมูล

3. ออกแบบแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ไหว้พระขอพรวัดทุ่งเศรษฐีอย่างละเอียดแก่ผู้ใช้งานการออกแบบการใช้งาน (UX/UI) การออกแบบส่วนหน้า (UI) การใช้สีและไทโปกราฟิ เลือกใช้โทนสีที่ให้ความรู้สึกสงบและเป็นมงคล เช่น สีฟ้า, สีขาว โดยใช้ฟอนต์ที่อ่านง่ายและมีขนาดเหมาะสมสำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ เพื่อให้ผู้ใช้รู้สึกสบายตาขณะใช้งาน วัดมีกระเบื้องโทนสีฟ้า ขาว จึงนำโทนสีฟ้าของกระเบื้อง เข้ามาออกแบบ



ภาพที่ 2 การออกแบบแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ “มูเตลู” ไหว้พระขอพร วัดทุ่งเศรษฐี ในจังหวัดขอนแก่น ด้วยโปรแกรม MIT App Inventor

การจัดวาง (Layout) : ใช้หลักการจัดวางที่เรียบง่าย โดยมีพื้นที่ว่าง (Whitespace) เพียงพอ เพื่อให้องค์ประกอบต่าง ๆ ไม่แออัด และเน้นให้ภาพสิ่งศักดิ์สิทธิ์มีความโดดเด่น ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ที่ต้องการแอปพลิเคชันที่สวยงามและน่าใช้งาน

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ระดับความพึงพอใจโดยรวม (ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.51$) ของกลุ่มตัวอย่างต่อแอปพลิเคชันอยู่ในระดับ "มาก" เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่าทุกองค์ประกอบได้รับการประเมินอยู่ในระดับ "มาก" เช่นกัน โดยเฉพาะในด้าน "ความถูกต้อง" ($\bar{X} = 4.55$) และ "ตรงตามวัตถุประสงค์" ($\bar{X} = 4.57$) ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยสูงสุด แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาของแอปพลิเคชันมีความน่าเชื่อถือและตอบโจทย์เป้าหมายหลักของการออกแบบได้อย่างดีเยี่ยม

งานวิจัยนี้ประสบความสำเร็จในการออกแบบและพัฒนา แอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ "มูเตลู" ให้อาจารย์ วัตถุประสงค์ จังหวัดขอนแก่น โดยอาศัยการประยุกต์ใช้ ทฤษฎีการออกแบบเว็บไซต์ (Web Design Theory) อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้แอปพลิเคชันได้รับความพึงพอใจในระดับสูงจากผู้ใช้งานในทุกมิติที่สำคัญ ดังนี้ 1 ด้านการออกแบบเชิงประสบการณ์ผู้ใช้ (UX): แอปพลิเคชันมีคุณสมบัติเด่นคือ ใช้งานง่าย และ ตรงตามความต้องการ ของผู้ใช้ โดยผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและไม่ซับซ้อน ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักของการออกแบบที่เน้นความสะดวกและประโยชน์สูงสุด 2 ด้านการออกแบบส่วนหน้า (UI): ผลการประเมินด้าน ความงาม, ใช้งานง่าย, การค้นหาข้อมูล, ตรงกับความต้องการ, มีความถูกต้อง และตรงตามวัตถุประสงค์ ผลการประเมินความพึงพอใจโดยรวมต่อแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ "มูเตลู" วัดทุ่งเศรษฐี ในจังหวัดขอนแก่น ของกลุ่มประชากรนักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไป อยู่ในระดับ "มาก" โดยมีค่าเฉลี่ยรวม (\bar{X}) เท่ากับ 4.51 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม (SD) เท่ากับ 0.62 **ด้านที่พึงพอใจสูงสุด:** ด้านที่ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ "ตรงตามวัตถุประสงค์" โดยมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) อยู่ที่ 4.57 **ด้านมีความถูกต้อง** ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) อยู่ที่ 4.55 **ด้านตรงตามความต้องการและด้านใช้งานง่าย**ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) อยู่ที่ 4.50 และด้านความงาม กับด้านการค้นหาข้อมูล ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) อยู่ที่ 4.48 **ความพึงพอใจโดยรวมสูง:** ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจต่อแอปพลิเคชันโดยรวมในระดับสูงมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.51 **ข้อค้นพบที่สำคัญ** จากค่า SD **ความคิดเห็นมีความสอดคล้องสูง:** ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) โดยรวมอยู่ที่ 0.62 ซึ่งถือว่าต่ำ แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นของผู้ใช้งานต่อแอปพลิเคชันมีความสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันในระดับที่สูง **ด้านที่ความคิดเห็นใกล้เคียงกันที่สุด:** ด้าน "ตรงตามวัตถุประสงค์" และ "ใช้งานง่าย" มีค่า SD ต่ำที่สุด (0.59) บ่งชี้ว่าผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีความเห็นตรงกันมากที่สุดประเด็นเหล่านี้ **ด้านที่ความคิดเห็นหลากหลายที่สุด:** ด้าน "การค้นหาข้อมูล" มีค่า SD สูงที่สุด (0.67) แม้ว่าจะยังถือว่าต่ำโดยรวม แต่เป็นด้านที่แสดงให้เห็นถึงความหลากหลายของความคิดเห็นของผู้ใช้งานมากที่สุด เมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ สรุปได้ว่า แอปพลิเคชันได้รับความพึงพอใจในระดับสูงอย่างสม่ำเสมอในทุกด้าน และผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีความเห็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งบ่งชี้ว่าข้อมูลที่นำเสนอในแอปพลิเคชันมีความแม่นยำและตอบโจทย์ความต้องการเชิงลึกของผู้ใช้งานได้อย่างแท้จริง ทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกไว้วางใจในแอปพลิเคชัน ความสำเร็จนี้เป็นผลมาจากการผสมผสานหลักการออกแบบที่เป็นสากลเข้ากับความต้องการเฉพาะของกลุ่ม "สายมูเตลู" ได้อย่างลงตัว

โดยสรุปแล้ว ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้งานแอปพลิเคชันส่วนใหญ่เป็นผู้ชายและมีอาชีพในภาคเอกชนมากที่สุด (อ้างอิงจากตารางที่ 1) งานวิจัยนี้ยืนยันว่าการนำ ทฤษฎีการออกแบบเว็บไซต์มาเป็นพื้นฐานในการพัฒนาแอปพลิเคชันมีความสำคัญอย่างยิ่งและสามารถส่งผลโดยตรงต่อ ความสำเร็จและความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ในระดับสูง ความสำเร็จดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถของแอปพลิเคชันในการตอบสนองต่อพฤติกรรมของกลุ่ม "สายมูเตลู" ซึ่งเป็นกลุ่มที่ผสมผสานความเชื่อเข้ากับเทคโนโลยีได้อย่างลงตัว

ข้อเสนอแนะ (Suggestions)

จากผลการวิจัยที่ประสบความสำเร็จในการออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ "มูเตลู" ณ วัดทุ่งเศรษฐี จังหวัดขอนแก่น โดยมีระดับความพึงพอใจสูงมากจากผู้ใช้งาน โดยเฉพาะด้านความถูกต้องและการใช้งานง่าย มีข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาแอปพลิเคชันต่อไปสำหรับการต่อยอดและพัฒนาในอนาคต ดังนี้

1. เพิ่มฟังก์ชันการโต้ตอบและส่วนบุคคล (Personalization):
 - เพิ่มฟังก์ชัน "ปฏิทินมงคล" สำหรับแจ้งเตือนวันสำคัญ วันฤกษ์ดี หรือวันเกิดสิ่งศักดิ์สิทธิ์
2. บูรณาการเทคโนโลยีขั้นสูง:

- พัฒนาฟังก์ชัน แผนที่นำทางแบบเรียลไทม์ (In-App Navigation) ที่ละเอียดภายในพื้นที่วัด เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางไปยังจุดสำคัญต่าง ๆ
- พิจารณาการใช้เทคโนโลยี Augmented Reality (AR) ในการแสดงข้อมูลสิ่งศักดิ์สิทธิ์หรือประวัติวัด เมื่อผู้ใช้ส่องกล้องไปยังสถานที่จริง เพื่อสร้างประสบการณ์ที่น่าสนใจยิ่งขึ้นสำหรับกลุ่ม "สายมูดิจิทัล"

เอกสารอ้างอิง

- 1 อธิป จันท์สุริย์. HOTEL + HOSPITAL = HOSPITEL: กลยุทธ์การปรับตัวของธุรกิจโรงแรมภายใต้สถานการณ์โรคระบาด COVID-19. วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ. กรกฎาคม - ธันวาคม 2564 ; 8(2) :114-31. DOI: 10.58837/CHULA.THE.2021.515. <https://kuojs.lib.ku.ac.th/index.php/jfam/article/view/4754/2252>
- 2 นายถนอม บุชบางาม. การเปลี่ยนแปลงความเชื่อทางศาสนาในกลุ่มเยาวชนคนรุ่นใหม่ของประเทศไทย. วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์ศึกษา. 2568 ; 1(1) : 39-49. <https://so09.tci-thaijo.org/index.php/interjo/article/download/6031/3774/30751>
- 3 นฤพนธ์ คังวิเศษ. แนวคิดมานุษยวิทยากับการศึกษาความเชื่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในสังคมไทย. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. มกราคม - เมษายน 2560 ; 25(47) : 173-97. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/husojournal/article/view/76724/61652>
- 4 Future Market Insights. Faith-based Tourism Market Outlook from 2024 to 2034. 2024. [เข้าถึงเมื่อ 1 ตุลาคม 2567]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.futuremarketinsights.com/reports/faith-based-tourism-sector-overview>
- 5 วรดา ซาติจิรกาล. ‘มูเตลู’ คำสะท้อนปัญหาของสังคมไทย. Varasarn Press. 14 ธันวาคม 2565. [เข้าถึงเมื่อ 29 ตุลาคม 2568]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.varasarnpress.co/archives/3393>
- 6 เทวิกา ประดิษฐ์บาทุกา, ฐิติวิสต์ สุขป้อม, ณิชฎฐกรณ์ ปะพาน, กฤตย์ชนนธ์ ตั้งศีลสัตย์. การมูเตลูในสังคมไทย : มุมมองทางพฤติกรรมศาสตร์. Journal of Chandrakasemsarn. 2567 กรกฎาคม - ธันวาคม ; 30(2) : A31-46. <https://li01.tci-thaijo.org/index.php/crujournal/article/view/263657/179387>
- 7 วิจัยกรุงศรี. มูเตลู ผู้บริโภคไทยกับธุรกิจแห่งศรัทธา. 2567 ธ.ค. 18. [เข้าถึงเมื่อ 29 ตุลาคม 2568]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.krungsri.com/th/research/research-intelligence/Muteluh-2024>
- 8 กรุงเทพธุรกิจ. “ธุรกิจสายมู” สุดปัง จัดตั้งใหม่เพิ่มทุกปี. 6 เมษายน 2567. [เข้าถึงเมื่อ 29 ต.ค. 2568]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.bangkokbiznews.com/business/economic/1121072>
- 9 ศุภจิรา ศรีมีธรรม, รัตนาดี เศรษฐจิตร. กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดด้วยความเชื่อมูเตลูในยุคดิจิทัล. วารสารนวัตกรรมสื่อและการสื่อสาร. มกราคม - มิถุนายน 2566 ; 2(1). DOI: <https://doi.org/10.60101/jimc2023.705>
- 10 สุริยะ หาญพิชัย. เศรษฐศาสตร์มูเตลู ธุรกิจบนฐานความเชื่อกับการสร้างมูลค่าให้เศรษฐกิจไทย. วารสารการบริหารจัดการและการพัฒนาที่ยั่งยืน. 2568 ; 3(1). <https://so15.tci-thaijo.org/index.php/jamsd/article/view/1446/886>
- 11 พรธณปพร จันท์ฉาย, อนามัย ดำเนตร. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์กับการมูเตลูในประเทศไทย. วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล. กรกฎาคม - ธันวาคม 2567 ;10(2) : 177-85. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/scaj/article/view/270444/182838>

- 12 พัทธนันท์ อธิตั้ง, เตชิตา สุทธิรักษ์, กุลวดี จันทร์วิเชียร, วิสูตร เพชรรัตน์, วราพร กาญจนตลอด. การท่องเที่ยวสายมูเตลู : วัดเจดีย์ (ไอ้ไข่) จังหวัดนครศรีธรรมราช. Journal of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University. 2024 มกราคม - มิถุนายน ; 11(1) : 244-53. DOI: <https://doi.org/10.14456/jmsnpru.2024.18>. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMSNPRU/article/view/279366/184228>
- 13 อภิไทย แกวจรัส, ชลิตา ช่วยสุข, จิราภรณ์ พรหมเทพ, อัจฉริยา ทุมพาศิษย์. การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวมูเตลูของจังหวัดนครพนม. Management Sciences Valaya Alongkorn Review. 2567 กันยายน - ธันวาคม ; 5(3) :1-16. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/MSVAR/article/view/280363/186512>
- 14 วรณภา นิ่มอ่อน. มูเตลู: ปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมกับการสื่อสารธุรกิจความเชื่อในยุคดิจิทัลสู่ Soft Power ไทย. วารสารนิเทศศาสตร์ มสธ. มกราคม – มิถุนายน 2568 ; 15(1) : 74-88. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JOCASTOU/article/view/280125/185652>
- 15 สุรพร อ่อนพุทธา, วิญ ปรอยกระโทก, วรางกูร อิศรางกูร ณ อยุธยา, สัจจากาจ จอมโนนเขวา. คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณค่าและการตัดสินใจ ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเจนซีสายมูเตลู. วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม. 2566 มีนาคม – กรกฎาคม ; 24(1) : 75-95. <https://so07.tci-thaijo.org/index.php/sujba/article/view/1768/1688>
- 16 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. วัดทุ่งเศรษฐี. 2564. [เข้าถึงเมื่อ 12 มกราคม 2565]. เข้าถึงได้จาก: <https://thailandtourismdirectory.go.th/th/attraction/22130>
- 17 ขนิษฐา ทองเชื้อ, ดาริกาญจน์ วิชาเดช และ วัชโรบล โกศลวิทยานันต์. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดทุ่งเศรษฐีช่วงสถานการณ์โควิด-19 (COVID-19) จังหวัดขอนแก่น. ใน: การประชุมวิชาการและนำเสนองานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 9 และระดับนานาชาติครั้งที่ 7 มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ; 2565. หน้า 1029-38. https://idcneu.com/neunic22/file_article/be/neunic2022-be-18.pdf