



รายการ ร้อยเรื่อง...เมืองไทย

สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา และสำนักวิชาการ

สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ถนนสามเสน เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300 โทร. 0-2242-5900 ต่อ 5741

เรื่อง “มูเตลู” ธุรกิจแห่งศรัทธา โอกาสสร้างมูลค่าให้เศรษฐกิจไทย

ผู้เรียบเรียง นางสาวพิมพ์ธัญญา ช้องเสนาะ วิทยากรชำนาญการ

กลุ่มงานบริการวิชาการ 2 สำนักวิชาการ

ออกอากาศ กุมภาพันธ์ 2568

ด้วยสถานการณ์ความไม่แน่นอนของสังคมปัจจุบันที่เกิดขึ้นหลายประการ ทั้งความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจ ความไม่มั่นคงในอาชีพการงาน การเงิน การเจ็บป่วยจากการระบาดของโรคอุบัติใหม่ อุตบัติซ้ำ เช่น การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือการเผชิญกับปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ไม่สามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้ ทำให้ผู้คนเกิดความกังวล รู้สึกไม่มั่นคงในการใช้ชีวิต จึงต้องการสิ่งยึดเหนี่ยวที่พึ่งเพื่อสร้างกำลังใจ และแรงผลักดันในการใช้ชีวิตให้ประสบความสำเร็จ ทำให้กระแสปรากฏการณ์ความนิยม “มูเตลู” หรือ “สายมู” ซึ่งเป็นคำที่นำมาใช้แทนความเชื่อความศรัทธาในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ไม่ได้จำกัดอยู่แค่ความเชื่อทางศาสนาเท่านั้น แต่ผสมผสานกับสิ่งเร้นลับทางธรรมชาติ โหราศาสตร์ ตลอดจนวัตถุมงคล/เครื่องราง ของขลังต่าง ๆ ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างมากในประเทศไทย ส่งผลให้ธุรกิจมูเตลู หรือธุรกิจจากความเชื่อและความศรัทธาเติบโตขึ้นต่อเนื่องในช่วงระยะเวลา 5 ปี ที่ผ่านมา

โดยข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ปี 2562-2566 พบว่า รายได้รวมผลประกอบการของนิติบุคคลประเภทธุรกิจในการกิจกรรมเกี่ยวกับโหราศาสตร์และไสยศาสตร์ เช่น การดูดวง ดูดวงจัญญ์ กำหนดฤกษ์ยาม การเข้าทรง การทำพิธีบวงสรวง ฯลฯ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด โดยมีรายได้รวม ปี 2562 จำนวน 24.28 ล้านบาท ปี 2563 จำนวน 28.76 ล้านบาท ปี 2564 จำนวน 61.28 ล้านบาท ปี 2565 จำนวน 152.03 ล้านบาท ปี 2566 จำนวน 231.00 ล้านบาท และข้อมูล ณ วันที่ 14 มกราคม 2568 มีจำนวนนิติบุคคลประเภทดังกล่าว จำนวน 167 ราย ทุนจดทะเบียนรวม 181.75 ล้านบาท ซึ่งสอดคล้องกับการจัดอันดับธุรกิจของศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยที่ระบุว่า ธุรกิจความเชื่อ สายมู หมอจัญญ์ และฮวงจุ้ย จะเป็นหนึ่งในธุรกิจดาวเด่นของปี 2568 ซึ่งมีปัจจัยสนับสนุนจากการเป็นธุรกิจที่ได้รับการผลักดันให้เป็น Soft Power ของไทยในระดับสากล เพื่อสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจและเผยแพร่วัฒนธรรม รวมถึงผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencers) หรือผู้มีชื่อเสียงยังได้สร้างความน่าเชื่อถือและประสบการณ์ร่วมด้านอารมณ์กับลูกค้า จึงทำให้ธุรกิจสายมูยังมีโอกาสเติบโตได้ ทั้งนี้ คาดว่ามีเงินหมุนเวียนในธุรกิจมูเตลู และธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกว่า 10,000-15,000 ล้านบาท

ซึ่งผลสำรวจความเชื่อเรื่อง “มูเตลู” ของคนไทย พบว่า ไม่มีความเชื่อเรื่องมูเตลูเลย ร้อยละ 23.8 มีความเชื่อเรื่องมูเตลู ร้อยละ 14.81 ค่อนข้างเชื่อ ร้อยละ 29.4 ส่วนใหญ่จะมูเตลูในด้านดูดวง เครื่องราง

พระเครื่อง สีและเลขมงคล เทพและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ดุฤกษ์ยาม สะเดาะเคราะห์ และฮวงจุ้ย โดยมีเป้าหมายหลักได้แก่ เรื่องโชคลาภ เงินทอง สุขภาพ ความปลอดภัย หน้าที่การงาน ความสุข ความรัก/เนื้อคู่ การศึกษา เป็นต้น พฤติกรรมการมูเตลูของคนแต่ละรุ่น หรือ Generation พบว่า Gen X จะเน้นการสวดมนต์ ทำบุญ ไหว้พระ มักขอเรื่องสุขภาพมากกว่าการเงิน Gen Y เน้นเรื่องการเงิน การงาน เปิดรับทุกความเชื่อ ไม่จำกัดศาสนา เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ในสิ่งที่ตนต้องการ และ Gen Z คนรุ่นใหม่ที่เกิดในยุคดิจิทัล พร้อมปรับเปลี่ยนเพื่อให้ได้เจอสิ่งใหม่ ๆ และสนุกสนานกับการใช้ชีวิตในทุกสถานการณ์ การมูเตลูจะมีลักษณะมินิมอล และกลมกลืนไปกับชีวิตประจำวันผ่านแฟชั่น สีเส้นและลูกเล่น (Gimmick) เช่น การสวมใส่เสื้อผ้าสีมงคลพาสเทล เครื่องประดับมงคลชิ้นเล็ก ๆ วอลล์เพเปอร์หน้าจอ หรืออิมแอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือลายมงคล เน้นขอเรื่องการเงิน และการเรียนมากกว่าคนรุ่นอื่น ๆ เนื่องจากคนกลุ่มนี้ยังอยู่ในวัยเรียนและกำลังเริ่มเข้าสู่วัยทำงาน จึงเป็นช่วงเวลาสำคัญในการค้นหาตัวเอง การเลือกอาชีพที่สร้างรายได้อย่างมั่นคง เพื่ออนาคตที่สดใสและการมีชีวิตที่ดีขึ้นจากเดิม โดยแหล่งค้นหาข้อมูลหลักคือ โซเชียลมีเดีย เพื่อน และบุคคลในครอบครัว

สำหรับสินค้าและบริการสายมูที่น่าสนใจในตลาดปัจจุบันมีทั้งรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ เช่น การดูดวงแบบโหราศาสตร์ไทย ศาสตร์ตัวเลข ไพ่ยิปซี ไพ่ออราเคิลกับนักพยากรณ์ หรือผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ วัตถุประสงค์/เครื่องราง เช่น หินมงคล พระประจำวันเกิด ปีเซี่ยะ ตะกรุด ที่มีการออกแบบอย่างสวยงาม เป็นแฟชั่น และสามารถพกพาได้ เช่น กำไล/สร้อยข้อมือ สร้อยคอ พวงกุญแจ ตัวเลขและสีมงคล เช่น เบอร์โทรศัพท์ ทะเบียนรถยนต์ สีมงคลที่นิยมนำมาผนวกเข้ากับสินค้า เช่น กระเป๋า เสื้อผ้า ของใช้ เครื่องสำอาง/น้ำหอมที่มีส่วนผสมจากวัตถุมงคลตามหลักความเชื่อ วอลล์เพเปอร์หน้าจอโทรศัพท์มือถือ และคอมพิวเตอร์รูปลักษณ์สิ่งศักดิ์สิทธิ์ ต้นไม้มงคล อาหาร และเครื่องดื่มต่าง ๆ เช่น เมนูอาหารมงคล ขนมเสริมดวงประจำราศี หรือแก้วบรรจุน้ำดื่ม ดวงดีตามสีวันเกิด การให้คำปรึกษาและคำแนะนำในการออกแบบปรับเปลี่ยนที่อยู่อาศัย อาคารสำนักงาน ให้ตรงกับหลักฮวงจุ้ย ไกด์ทัวร์/ไกด์ท้องถิ่นที่บริการนักท่องเที่ยวไปสักการะสถานที่และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับ หรือการท่องเที่ยวเชิงศรัทธา (Faith-Based Tourism) ทั้งศาสนสถาน เช่น วัด โบสถ์ มัสยิด ศาลเจ้าและเทวสถาน รวมทั้งรูปจำลองสิ่งศักดิ์สิทธิ์ นอกจากนี้ ยังมีบริการรับจ้างเพื่อเป็นตัวแทนไปประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ โดยติดต่อผ่านช่องทางออนไลน์อีกด้วย

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าเรื่องมูเตลูจะเป็นความเชื่อส่วนบุคคล และจำเป็นต้องใช้วิจารณญาณ แต่ปฏิเสธไม่ได้ว่าเรื่องดังกล่าวได้นำมาซึ่งโอกาสของธุรกิจในการพัฒนาสินค้าและบริการประเภทต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าสายมูทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งนอกจากจะเพิ่มรายได้และผลกำไรแล้ว ธุรกิจมูเตลูยังเป็นหนึ่งในธุรกิจที่สามารถกระจายรายได้ไปสู่ภาคส่วนต่าง ๆ นับเป็นการช่วยสร้างมูลค่าและกระตุ้นเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศเป็นอย่างมาก

บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2567). 'มูเตลู' ธุรกิจจากความเชื่อ ความศรัทธา. สืบค้น 20 ธันวาคม 2567 จาก <https://www.dbd.go.th/data-storage/attachment/f05d9927fb4277cd309d4053.pdf>
- _____. (14 มกราคม 2568). 96304. สืบค้น 13 มกราคม 2568 จาก <https://datawarehouse.dbd.go.th/searchBusinessObject?type=business>
- _____. (14 มกราคม 2568). งบการเงินแบบย่อ ประเภทธุรกิจ 96304 กิจกรรมโหราศาสตร์และไสยศาสตร์ ธุรกิจทุกขนาด ข้อมูลปีงบการเงิน 2564-2566 (ยอดรวม). สืบค้น 13 มกราคม 2568 จาก <https://datawarehouse.dbd.go.th/business/96304?type=business>
- “ธุรกิจสายมู” สุดปัง จัดตั้งใหม่เพิ่มทุกปี. (6 เมษายน 2567). กรุงเทพธุรกิจ. สืบค้น 20 ธันวาคม 2567 จาก <https://www.bangkokbiznews.com/business/economic/1121072>
- เปิดพฤติกรรมคนไทยสายมู วยต่าง พฤติกรรมเปลี่ยน. (19 มีนาคม 2567). ไทยรัฐออนไลน์. สืบค้น 5 มกราคม 2568 จาก <https://www.thairath.co.th/lifestyle/life/2771575>
- มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญกรุงเทพ. (2567). ผลการสำรวจความคิดเห็นเรื่องความเชื่อและปีซง. สืบค้น 20 ธันวาคม 2567 จาก https://nbupoll.northbkk.ac.th/survey_detail.php?id=q2
- “มูเตลู” สู่ Muketing เจาะลึกพฤติกรรมกลุ่ม Gen X-Y-Z. (19 มีนาคม 2567). ฐานเศรษฐกิจ. สืบค้น 15 พฤศจิกายน 2567 จาก <https://www.thansettakij.com/business/marketing/591235>
- วิจัยกรุงศรี. (2567). มูเตลู ผู้บริโภคไทยกับธุรกิจแห่งศรัทธา. สืบค้น 11 มกราคม 2568 จาก <https://www.krungsri.com/th/research/research-intelligence/Muteluh-2024>
- ศุภิชฐา นาราวงค์. (2562). 'กำไลมูเตลู' แฟชั่น หรือ ความเชื่อ. สืบค้น 11 มกราคม 2568 จาก <https://www.the101.world/amulet-bracelet/>
- สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. (2567). การตลาดสายมูกับตลาดอาหารและเครื่องดื่ม. สืบค้น 20 ธันวาคม 2567 จาก <https://uploads.tps.go.th/การตลาดสายมูกับตลาดอาหารและเครื่องดื่ม.pdf>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2567). ETDA เปิดปรากฏการณ์ “มูเกิดขึ้น” ความเชื่อผสมานดิจิทัล สร้างพลังซอฟต์แวร์ไทย. สืบค้น 20 ธันวาคม 2567 จาก <https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/mugating.aspx>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). ภาวะสังคมไทยไตรมาสหนึ่ง ปี 2566. สืบค้น 20 ธันวาคม 2567 จาก https://www.nesdc.go.th/download/Social/Social_Report/2566_q1_001_report.pdf
- หอการค้าไทย. (ม.ป.ป.). 10 อันดับธุรกิจดาวรุ่ง-ดาวร่วง ปี 2568. สืบค้น 8 มกราคม 2568 จาก <https://www.thaichamber.org/news/view/591/3390/10-อันดับธุรกิจดาวรุ่ง-ดาวร่วง-ปี-2568>
- อริวัฒน์ อุดัน. (2567). Welcome to MuTown 'มูเตลู' ที่เพิ่งทางใจในวันที่โลกไม่มีอะไรแน่นอน. สืบค้น 11 มกราคม 2568 จาก <https://urbancreature.co/welcome-to-mutown-overview/>