

# 'มูเตลู'

ธุรกิจจากความเชื่อ

ความศรัทธา

# “ความเชื่อ ความศรัทธา”

ความเชื่อและความศรัทธา  
ถูกสอดแทรกเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต  
ประเพณีและวัฒนธรรม แพร่กระจายไปทั่วทุกมุมโลก  
โดยเฉพาะในทวีปเอเชีย ที่มีวัฒนธรรมผสมผสาน  
ในเรื่องศาสนา และความเชื่อ ที่คล้ายคลึงกัน

## จุดเริ่มต้นของการ

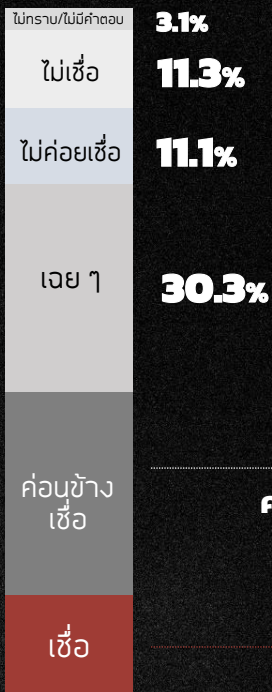
คำว่า มูเตลู มีที่มาจากภาพยนตร์ ของอินโดนีเซีย เรื่อง Penangkal Ilmu Teluh ซึ่งเป็นเรื่องราวของการต่อสู้โดยใช้มนต์ไสยศาสตร์ ระหว่าง 2 หญิงสาว เพื่อแย่งชิงชายที่ตนรัก “มูเตลู” จึงถูกนำมาใช้เพื่อสื่อความหมายในทางไสยศาสตร์

# ‘มูเตลู’

## “ความไม่แน่นอน”

เป็นส่วนหนึ่งของ  
ความเชื่อและความศรัทธา

ความไม่แน่นอนในชีวิต  
การเจ็บป่วย เงิน อาชีพ และเศรษฐกิจ  
ทำให้มนุษย์เกิดความกังวล รู้สึกไม่มั่นคงในชีวิต  
ต้องการสิ่งยึดเหนี่ยวและที่พึ่ง  
เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจ แรงผลักดัน ในการใช้ชีวิต



# คนไทย

มีความเชื่อเรื่อง "มูเตลู" หรือไม่

29.4%

ค่อนข้างเชื่อเรื่อง "มูเตลู"

14.81%

มีความเชื่อเรื่อง "มูเตลู"

ข้อมูลจาก "นอร์ทกรุงเทพโพล"  
เผยให้เห็นข้อมูลที่น่าสนใจจากผลสำรวจ  
เรื่องความเชื่อปีศาจและมูเตลู

พบว่าคนไทยกว่า 14.81% มีความเชื่อเรื่องมูเตลู  
อีก 29.4% ค่อนข้างเชื่อเรื่องมูเตลู  
โดยมักจะมูเตลูในด้าน ดูดวง 33.9%  
เครื่องราง ของขลังพระเครื่อง 30.1%  
สีและเลขมงคล 26.9%  
(เทพและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ 26.4% ดุฤกษ์ยาม 23.3%  
สะเดาะเคราะห์ 19.7% ฮวงจุ้ย 18.0% ฟ้า ฤกษ์ยาม 9.1% อื่นๆ 0.5%  
และไม่ได้มูเตลูเลย 23.8%)

ปัจจัยที่ทำให้คนไทยพึ่งมูเตลู ได้แก่  
โชคลาภ/เงินทอง 39.9%  
สุขภาพ/โรคภัย/ความปลอดภัย 22.3%  
หน้าที่การงานฯ 10.9%  
(ความสุข 8.7% ดูแลคุ้มครองผู้เป็นที่รัก 7.5%  
ความรัก/เนื้อคู่ 5.5% การเรียน/การศึกษา 3.7% อื่นๆ 1.5%)

ข้อมูลจาก สำนักวิจัย มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ  
(นอร์ทกรุงเทพโพล)



# Muketing

## ตลาดของ “สายมูเตลู”

เมื่อ “การมู” เป็นทางออกของใครหลาย ๆ คน และ “ความเชื่อ” ทำให้มนุษย์ยอมจ่าย จึงเกิดสินค้าและบริการที่ตอบสนองเหล่า “สายมู” ทั้งหลาย นอกจากนี้ตัวสินค้าและบริการสำหรับชาวมูแล้ว ความเชื่อในมูเตลู ยังถูกนำมาใช้ในกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจอีกด้วย

## “มูเตลู” ถูกนำมาใช้กับการตลาด

“ช่วยให้สินค้าและบริการ มีความน่าสนใจ เพิ่มมูลค่าและ Story รวมทั้งประสบการณ์ใหม่ ๆ ในการใช้สินค้าและบริการ”

Gen Z กว่า  
73.2%  
เป็น “สายมู”



### คนรุ่นใหม่อินเรื่อง “มู” มากกว่า

จากข้อมูลพบว่า Gen Z มีความสนใจ และเป็นสายมู ตัวแม่ มากกว่า Gen อื่นๆ

วัตถุประสงค์หลักที่ชาว GenZ นิยมมู ได้แก่ เรื่องเรียน 73.7% เรื่องเงิน 60.7% และเรื่องที่ยืดเหนียวจิตใจ 59.9% โดยแหล่งค้นหาข้อมูลอันดับหนึ่งได้แก่ โซเชียลมีเดีย 86.2% เพื่อน 48.9% ครอบครัว 28.5%

ข้อมูลจากการสำรวจความคิดเห็นเรื่อง “เส้นทางสายมูของ GEN Z” ของ เอยูโพล มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

### “อินโซติการมูของคนไทย”

ที่ศึกษาโดยสถาบันวิจัยความเป็นอยู่  
ฮาคูโอด เอเชียน (ประเทศไทย)

เน้นสวดมนต์ – ทำบุญ  
เน้นขอเรื่องสุขภาพ  
มากกว่าเรื่องเงิน

Gen X

Gen Y

มูหมดไม่สนศาสนาไหน  
เน้นขอเรื่อง การเงิน-งาน  
เปิดรับทุกความเชื่อ  
ขอให้ได้ผลลัพธ์

มูนะแต่ไม่ (ค่อย) แสดงออก  
มูแบบเนียน ๆ ในแบบเฟซบุ๊ก  
ชีวิตประจำวัน เน้นขอเรื่องเรียน  
และงาน

Gen Z



# รูปแบบของสินค้าและบริการ

## “มูเตลู”

### เปลี่ยนไปตามยุคสมัย

ธุรกิจต่าง ๆ นำความเชื่อมาผนวกกับความคิดสร้างสรรค์ ออกแบบให้กลมกลืนกับแฟชั่น เพื่อผลิตสินค้าและบริการ ที่สามารถตอบสนองกลุ่มสายมู ในแต่ละ Gen ได้อย่างลงตัว

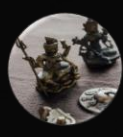
## ไอเทมและรูปแบบสินค้าและบริการที่น่าสนใจในตลาดตอนนี้ “มูเตลู”

### ดูดวง



เช่น แบบโหราศาสตร์ไทย แบบศาสตร์ตัวเลข ไพ่ยิปซี ไพ่ออราเคิล มีทั้งแบบดูกับนักพยากรณ์ App หรือโปรแกรมต่าง ๆ หรือมีการนำการพยากรณ์มาเป็นส่วนหนึ่งในการดึงดูดความสนใจในตัวสินค้า

### วัตถุมงคล/เครื่องราง



เช่น ปิเซี่ยะ หินมงคล พระประจำวันเกิด หยก ตะกรุด ฯลฯ ปัจจุบันมีการออกแบบให้สวยงาม มีความเป็นแฟชั่น เช่น สร้อยข้อมือ แหวน การ์ดต่างๆ

### ตัวเลขและสีมงคล



เช่น เบอร์โทรศัพท์ ทะเบียนรถ ซึ่งส่วนมากมีราคาสูงกว่าทั่วไป สีมงคล นิยมมาผนวกเข้ากับสินค้า แฟชั่น เช่น กระเป๋า เสื้อผ้า ของใช้ต่างๆ

### Wallpaper/เคลโทรศัพท์



Wallpaper โทรศัพท์มือถือ จอคอมพิวเตอร์ เคลโทรศัพท์ ที่เป็นรูปสิ่งศักดิ์สิทธิ์ หรือไพฑาไรต์ ต่าง ๆ



### ฮวงจุ้ย

เป็นศาสตร์หนึ่งของจีนในการสร้างสภาพแวดล้อมกับความเป็นอยู่ ที่ให้คำปรึกษาและแนะนำ ในการปรับที่อยู่อาศัย สำนักงาน ต่าง โดยปัจจุบันธุรกิจฮวงจุ้ย นิยมออกแบบบ้านและอาคาร ให้ตรงกับหลักฮวงจุ้ย ตามความเชื่อ

# MUT การท่องเที่ยวยาม ELU

ช่วยสร้างเม็ดเงิน  
ให้เศรษฐกิจไทย

ภาครัฐ หนุนการท่องเที่ยว “มูเตลู”  
ที่คาดว่าจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว  
ผลักดันให้เป็น “Soft Power” ไทย

“จากรายงานของ Future Markets Insight ตลาดการท่องเที่ยวตามศรัทธาในเอเชียแปซิฟิก มีมูลค่าตลาด ในปี 2566 กว่า 13.7 พันล้านดอลลาร์ โดยอัตราการเติบโตที่คาดการณ์ไว้ อยู่ที่ 10.5% (พ.ศ. 2566 ถึง 2576) ”

การท่องเที่ยวถือว่าเป็นแหล่งสำคัญในการนำรายได้เข้าประเทศมูลค่ามหาศาล ในช่วงเวลาที่ผ่านมการท่องเที่ยว “สายมู” ในประเทศไทยได้รับความนิยมอย่างสูงจากนักท่องเที่ยวทั้งไทย และต่างชาติ โดยเฉพาะจากนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก

ซึ่งการท่องเที่ยวดังกล่าว จะเป็นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็น การจำหน่ายสินค้าที่ระลึกประจำท้องถิ่น โรงแรม ร้านอาหาร การขนส่ง เป็นการหนุนรายได้ให้แก่ชุมชน สร้างงานในพื้นที่ รวมทั้งเป็นการเผยแพร่ประเพณี และวัฒนธรรมท้องถิ่นอีกด้วย

แหล่งท่องเที่ยว สำหรับสายมูที่น่าสนและได้รับความนิยม ได้แก่ เขาคิชฌกูฏ จ.จันทบุรี โดยสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ประมาณ 24,000 ต่อวัน (10 ก.พ.-9 เม.ย.67) / ถ้ำนาคา จังหวัดบึงกาฬ / ไร่ไข่ วัดเจดีย์ จ.นครศรีธรรมราช / ถ้ำเวสสุวรรณ วัดจุฬามณี จ.สมุทรสงคราม / คำชะโนด จ.อุดรธานี / ศาลเจ้าท่ามกงเยี้ย จ.ตรัง / พญาเต่างอย จ.สกลนคร ฯลฯ

ในกรุงเทพมหานคร วัดพระศรีมหาอุมาเทวี (วัดแขก สีลม) / พระตรีมูรติ หน้าตึกเอ็มไพร์ทาวเวอร์ / เทวาลัยพระพิฆเนศ สีแยกห้วยขวาง / ศาลท้าวมหาพรหมเอราวัณ สีแยกราชประสงค์ / ศาลพระแม่ลักษมี ตึกเกษรวิลเลจ / วัดมังกรกมลาวาส (วัดเล่งเน่ยยี่) ฯลฯ

“ในปี 2566 ที่ผ่านม  
กทท. คาดการณ์  
รายได้ท่องเที่ยว  
สายมู  
ไว้ 1.5 หมื่นล้านบาท”

ข้อมูลจากกระทรวง  
พาณิชย์ ระบุว่าในปี  
2562 การท่องเที่ยว  
เชิงแสงบุญ สร้าง  
รายได้หมุนเวียนใน  
ระบบสูงสุดถึง  
10,800 ล้านบาท

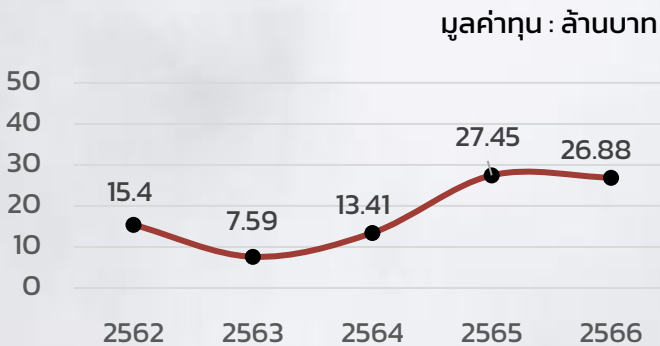
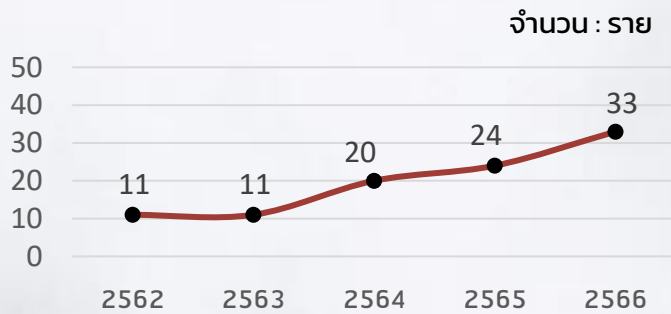
# ข้อมูลการจดทะเบียนธุรกิจ

## 96304 : กิจกรรมโหราศาสตร์และไสยศาสตร์

กิจกรรมเกี่ยวกับโหราศาสตร์และไสยศาสตร์ เช่น การดูดวง ดูดวงจัญ  
กำหนดฤกษ์ยาม การเข้าทรง การทำพิธีบวงสรวง ฯลฯ

### การจัดตั้งธุรกิจ 5 ปีย้อนหลัง (ปี 2562 - 2566)

การจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจใหม่ ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2566 มีการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจใหม่ จำนวน 33 ราย เพิ่มขึ้น จากปี 2565 จำนวน 9 ราย คิดเป็น 37.5% โดยมีทุนจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจ 26.88 ล้านบาท ลดลง จากปีที่ผ่านมา 5.7 แสนบาท คิดเป็น 2.08%



### การเลิกประกอบกิจการ 5 ปีย้อนหลัง (ปี 2562 - 2566)

ในขณะที่การเลิกประกอบกิจการสะสมในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (2562 -2566) มีจำนวน 9 ราย มูลค่าเลิกประกอบกิจการ 9.5 ล้านบาท โดยในปี 2566 มีการจดทะเบียนเลิกธุรกิจ 1 ราย ลดลงจากปี 2565 จำนวน 3 ราย (ปี 2565 จดทะเบียนเลิกประกอบธุรกิจ 4 ราย ) และปี 2566 มีมูลค่าทุนเลิกประกอบกิจการ 5 แสนบาท ลดลงจากปีที่ผ่านมา 2.6 ล้านบาท (ปี 2565 มีมูลค่าจดทะเบียนเลิกประกอบธุรกิจ 3.1 ล้านบาท)

### การจัดตั้งธุรกิจ 2567 (ม.ค.-มี.ค.)

จัดตั้งใหม่จำนวน

**12** ราย

มูลค่าทุน

**7.51** ล้านบาท

การจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจใหม่ในปี 2567 (ม.ค.-มี.ค.) จำนวน 12 ราย เพิ่มขึ้น 2 รายคิดเป็น 20% และมีทุนจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจ 7.51 ล้านบาท ลดลง 0.11 ล้านบาท คิดเป็น 1.44% เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน (ม.ค. - มี.ค. 2566 จำนวน 10 ราย ทุน จดทะเบียน 7.62 ล้านบาท )

### 100% เป็นธุรกิจขนาดเล็ก (S)



โดยทั้งหมดเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ในขณะที่เมื่อแบ่งตามประเภทนิติบุคคล พบว่ามีการจดทะเบียนจัดตั้งนิติบุคคลประเภท บริษัทจำกัด10 ราย และประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัด/ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล จำนวน 2 ราย

## ข้อมูลนิติบุคคลดำเนินกิจการอยู่

นิติบุคคลดำเนินกิจการอยู่  
ณ 31 มีนาคม 2567

จำนวน  
**134** ราย

มูลค่าทุน  
**135.89** ล้านบาท



**100%**  
ขนาด S

เป็นธุรกิจขนาดเล็ก (S)  
100 %

จำนวน = 134 ราย  
(มูลค่าทุน = 135.89 ล้านบาท)

## แยกตามประเภทนิติบุคคล

บจ.	80.60%	หจก./หสน.	19.40%
จำนวน 108 ราย		จำนวน 26 ราย	
มูลค่าทุน 116.64 ล้านบาท		มูลค่าทุน 19.25 ล้านบาท	

ข้อมูล ณ วันที่ 31 มีนาคม 2567 นิติบุคคลที่ดำเนินกิจการอยู่จำนวน 134 ราย มูลค่าทุนจดทะเบียน 135.89 ล้านบาท โดยทั้งหมดเป็นธุรกิจขนาดเล็ก แบ่งเป็นบริษัทจำกัด 108 ราย มูลค่าทุนจดทะเบียน 116.64 ล้านบาท และห้างหุ้นส่วนจำกัด/ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล 26 ราย มูลค่าทุนจดทะเบียน 19.25 ล้านบาท

## แยกตามพื้นที่ตั้งธุรกิจ

<b>46.27%</b>		<b>กรุงเทพมหานคร</b> จำนวน 62 ราย / มูลค่าทุน 63.46 ล้านบาท
<b>26.12%</b>		<b>ภาคกลาง</b> จำนวน 35 ราย / มูลค่าทุน 34.34 ล้านบาท
<b>9.70%</b>		<b>ภาคตะวันออก</b> จำนวน 13 ราย / มูลค่าทุน 11.05 ล้านบาท
<b>5.22%</b>		<b>ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ</b> จำนวน 7 ราย / มูลค่าทุน 6.55 ล้านบาท
<b>5.22%</b>		<b>ภาคเหนือ</b> จำนวน 7 ราย / มูลค่าทุน 2.99 ล้านบาท
<b>4.48%</b>		<b>ภาคใต้</b> จำนวน 6 ราย / มูลค่าทุน 14.40 ล้านบาท
<b>2.99%</b>		<b>ภาคตะวันตก</b> จำนวน 4 ราย / มูลค่าทุน 3.10 ล้านบาท

ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร 62 ราย คิดเป็น 46.27% รองลงมาคือ ภาคกลาง 35 ราย คิดเป็น 26.12% ภาคตะวันออก 13 ราย คิดเป็น 9.70% และพื้นที่อื่นๆ 24 ราย คิดเป็น 17.91%

## การลงทุนต่างชาติ ในนิติบุคคลไทย



ในขณะที่การลงทุนแบ่งตามสัญชาติในธุรกิจความเชื่อ เป็นการลงทุนโดยสัญชาติไทยทั้งหมด ทั้งนี้ไม่พบนักลงทุนสัญชาติอื่นๆ ลงทุนในธุรกิจดังกล่าว

## งบการเงินนิติบุคคล

นิติบุคคลที่ส่งงบการเงินปี 2565  
ณ 31 มีนาคม 2567

จำนวน **71** ราย

รายได้รวม

**148.99** ล้านบาท  
(+ 143.13%)

จากงบปี 2564

กำไร (ขาดทุน) สุทธิ

**- 0.17** ล้านบาท  
(+ 90.86%)

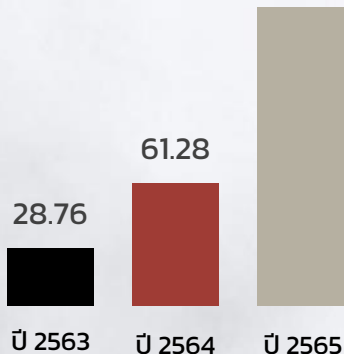
จากงบปี 2564

ภาพรวมผลประกอบการของธุรกิจความเชื่อในปี 2563–2565 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด โดยรายได้รวมในปี 2563 มีจำนวน 28.76 ล้านบาท ในขณะที่ปี 2564 มีรายได้รวมอยู่ที่ 61.28 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1.13 เท่า เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2563 และปี 2565 มีรายได้รวมอยู่ที่ 148.99 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1.43 เท่า เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2564

ในขณะที่ กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจ ในปี 2563 มีกำไรสุทธิ 1.52 ล้านบาท แต่ในปี 2564 มีการขาดทุนสุทธิ -1.86 ล้านบาท ลดลง 2.22 เท่า และในปี 2565 มีการขาดทุนสุทธิ -0.17 ล้านบาท โดยถือว่าธุรกิจมีแนวโน้มประสิทธิภาพการดำเนินงานที่ดีขึ้นจากการขาดทุนที่ลดลง

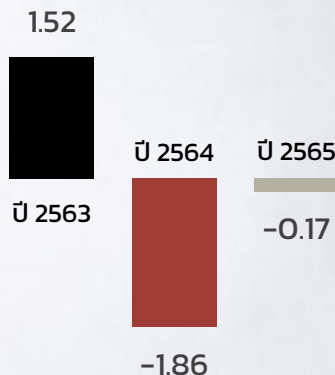
รายได้รวม

(หน่วย : ล้านบาท)



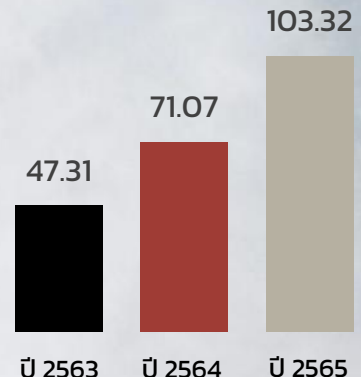
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ

(หน่วย : ล้านบาท)



สินทรัพย์รวม

(หน่วย : ล้านบาท)



ในขณะที่สินทรัพย์รวมของธุรกิจมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2565 มีสินทรัพย์รวม 103.32 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2564 ถึง 32.25 ล้านบาท คิดเป็น 45.38% และเมื่อพิจารณาจากงบการเงินย้อนหลัง 3 ปี (2563 –2565) มีการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์รวมอย่างต่อเนื่อง โดยส่วนใหญ่เป็นการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์ที่เป็นสินค้าเกี่ยวกับความเชื่อ สอดคล้องกับรายละเอียดงบการเงินของนิติบุคคลในธุรกิจความเชื่อที่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายทางการขายและการบริการ เช่น ค่าจัดการงานพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับสินค้า ค่าส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์ ค่าตอบแทนบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับพิธีกรรมดังกล่าว

โดยในปี 2564 และ ปี 2565 ธุรกิจได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมากทั้งในด้านพฤติกรรมของประชาชนจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโรค Covid-19 ที่กระทบต่อการใช้ชีวิต และกระทบต่อสถานะ

การเงินของประชาชนโดยทั่วไป ทำให้เกิดความวิตกกังวลกับสถานการณ์ดังกล่าว จึงหวังพึ่ง “บุญเตลู” เพื่อเป็นทางเลือกในการยึดเหนี่ยวและสร้างกำลังใจ

รวมทั้งความเชื่อทางด้านโหราศาสตร์ได้ให้ความคิดเห็นเชิญชวนไปกราบไหว้บูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในสถานที่ต่างๆ เพื่อเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของประชาชน ประกอบกับความเชื่อเกี่ยวกับการเคลื่อนย้ายของดวงดาวต่างๆ ที่อาจมีผลต่อการดำเนินชีวิต เป็นผลให้เกิดการประกอบพิธีกรรมของสินค้าเกี่ยวกับความเชื่อในช่วงเวลาดังกล่าว

นอกจากสินค้าเกี่ยวกับความเชื่อที่ได้รับความนิยมแล้ว ภายหลังจากแพร่ระบาดของเชื้อโรค Covid-19 รัฐบาลได้ผ่อนปรนมาตรการต่างๆ ส่งผลให้ธุรกิจด้านความเชื่อ ยังได้รับประโยชน์จากการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อแสวงบุญเพื่อสร้างความสบายใจในการใช้ชีวิตของประชาชนอีกด้วย

# บทสรุป

การ “บูเตลุ” นั้นเกิดจากความเชื่อและความศรัทธาของมนุษย์ เติบโตและขยายฐานกลุ่มสายบูเตลุอย่างเป็นกว้างขวาง อยู่ในทุกยุคทุกสมัย “ความไม่แน่นอน” ความรู้สึกที่ไม่มั่นคงที่เกิดขึ้นในชีวิต ไม่ว่าจะเป็นสุขภาพ การเงิน งาน และสภาพเศรษฐกิจ เป็นหนึ่งในปัจจัยที่ทำให้ผู้คนต้องการหาสิ่งยึดเหนี่ยว การบูเตลุ ซึ่งเข้ามาเติมเต็มในส่วนที่ขาดหายทางด้านจิตใจ และความรู้สึก ของผู้คน

**ธุรกิจจึงเปลี่ยนความเชื่อ เป็นสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความเชื่อและความศรัทธาที่มีซึ่งสินค้าและบริการมีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย มีการนำแฟชั่นเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของสินค้า การออกแบบและรูปแบบของสินค้า เพื่อตอบสนองแต่ละกลุ่มบุคคล ซึ่งในปัจจุบันสินค้าที่อยู่ในท้องตลาดมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น และได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็น Wallpaper สำหรับหน้าจอมือถือ สร้อยข้อมือ พวงกุญแจ การ์ดสำหรับพกพา สติกเกอร์ต่าง ๆ เครื่องสำอาง น้ำหอม การสักลายบนร่างกาย ฯลฯ**

นอกจากนี้ธุรกิจ ได้นำความเชื่อไปแฝงรวมกับสินค้าหรือนำไปส่งเสริมการตลาด เช่น สีมงคล สำหรับกระเป๋า เสื้อผ้า เครื่องแต่งกายต่าง ๆ เบอร์โทรศัพท์มงคล ทะเบียนรถมงคล ที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้เป็นอย่างมาก รวมทั้งธุรกิจสังฆกรรมพิธีคอนโด หมู่บ้านจัดสรร ก็ยังมีการออกแบบให้ตรงกับหลักฮวงจุ้ย เพื่อเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจซื้อของลูกค้า

การท่องเที่ยว “เชิงศรัทธา” ยังคงได้รับความนิยมอย่างมากไม่เพียงแต่นักท่องเที่ยวไทยเท่านั้น นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยเฉพาะชาวเอเชีย ยังนิยมมาท่องเที่ยวสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในประเทศไทยในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก ด้วยวัฒนธรรมและความเชื่อที่มีรากฐานคล้ายคลึงกัน ซึ่งการท่องเที่ยวถือเป็นรายได้สำคัญสำหรับไทย สามารถกระจายรายได้สู่ธุรกิจอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นโรงแรม ร้านอาหาร ร้านขายสินค้าชุมชน เกิดรายได้ลงสู่ท้องถิ่น “กระตุ้นระบบเศรษฐกิจ” โดยรวมของประเทศ

“บูเตลุ” นั้นได้รับความนิยมจากทุกกลุ่มอายุ โดยแต่ละกลุ่มอายุจะมีวิธีการบูเตลุ ที่แตกต่างกัน ซึ่งกลุ่มที่มีความเชื่อค่อนข้างสูงได้แก่ กลุ่ม Gen Z โดยการเข้าถึงข้อมูลส่วนใหญ่จะมาจากโซเชียลมีเดีย ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่ม Gen Z ซึ่งมีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตสูงที่สุดกว่าทุกช่วงกลุ่มวัย หากธุรกิจสามารถพัฒนาสินค้า และส่งเสริมการตลาดได้ตรงกลุ่ม ย่อมส่งผลต่อโอกาสในการขายสินค้าและบริการได้สูงขึ้นเช่นกัน

หากวิเคราะห์จากข้อมูลการจดทะเบียนธุรกิจ จะพบว่าตัวเลขการจดทะเบียนจัดตั้งนิติบุคคลนั้นยังคงมีไม่สูงมากนัก ส่วนใหญ่ยังคงประกอบธุรกิจในรูปแบบบุคคล และบางส่วนเป็นการดำเนินธุรกิจภายใต้ธุรกิจหลัก เช่น การขายส่งเครื่องสำอางที่มีการขายเครื่องสำอางทั่วไป และเครื่องสำอางที่ผ่านการบูเตลุ หรือการจัดจำหน่ายบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ พระเครื่อง ยังคงแฝงอยู่ในธุรกิจอื่น ๆ อาทิเช่น ร้านขายของโบราณ ร้านแผงลอยตลาด (ซึ่งมีตัวเลขของนิติบุคคลดำเนินกิจการอยู่ ที่มีการระบุถึงการจำหน่ายพระเครื่อง ประมาณ 195 ราย)

จากข้อมูล ณ 31 มีนาคม 2567 มีนิติบุคคลที่ดำเนินกิจการอยู่จำนวน 134 ราย โดยรูปแบบธุรกิจทั้งหมดเป็นธุรกิจขนาดเล็ก (S) ที่มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 5 ล้านบาท จากข้อมูลงบการเงินปี 2565 ธุรกิจในกลุ่มดังกล่าว ยังมีความสามารถในการทำกำไรไม่มากนัก ซึ่งธุรกิจดังกล่าวสามารถทำรายได้ 148.99 ล้านบาท แต่มีค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ ด้านต้นทุนสินค้าและการตลาดค่อนข้างสูงทำให้ธุรกิจมีผลขาดทุน แต่ธุรกิจยังคงมี “โอกาส” ในการสร้างผลกำไรหากมีการบริหารจัดการที่ดี รวมทั้งไม่หยุดนิ่งที่จะพัฒนาสินค้าและบริการ ที่สามารถตอบสนองความต้องการที่มีการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว

ธุรกิจบูเตลุ ยังเป็นหนึ่งในธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้ให้กับเศรษฐกิจไทยได้เป็นอย่างดี トラบไต้ที่มนุษย์ยังคงมี “ความเชื่อ” การบูก็ยังคงเป็นหนึ่งในสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจไม่ว่าอยู่ท่ามกลางสภาวะใดก็ตาม

