

จากความเชื่อสู่ทุนทางวัฒนธรรม:
พลวัตของกระแสเมตลูในสังคมไทย พ.ศ. 2558–2567

From Belief to Cultural Capital: The Dynamics of
the Mutelu Trend in Thai Society
from 2015 to 2024

กฤษบดินทร์ วงศ์คำ
Kridbordin Wongkham

นิสิตหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคม (สหสาขาวิชา)
วิทยาลัยสหศาสตร์บูรณาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Master of Arts Program in Human and Social Development,
College of Interdisciplinary and Integrative Studies, Chulalongkorn University
Email: chettha_vararitz@hotmail.com

ดร.สุภาศพรณ ตั้งตรงไพโรจน์
Supaphan Tangtrongpairaj, Ph.D.

สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Institute of Asian Studies, Chulalongkorn University
Email: supaphan.t@gmail.com

ตอบรับบทความ (Received) : 10 พฤศจิกายน 2568
เริ่มแก้ไขบทความ (Revised) : 26 กุมภาพันธ์ 2569
รับบทความตีพิมพ์ (Accepted) : 14 เมษายน 2569
เผยแพร่ออนไลน์ (Available Online) : 15 มิถุนายน 2569



บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพัฒนาการและอิทธิพลของกระแสமுเตลในสังคมไทย ช่วง พ.ศ. 2558–2567 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ทั้งทางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม โดยการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นล้วนมีผลต่อรูปแบบการปรับตัวของกระแสமுเตลในแต่ละยุคสมัย รวมทั้งส่งผลให้มุเตลกลายเป็นกระแสความเชื่อที่ตอบสนองความต้องการของผู้คนภายใต้สังคมที่มีการเปลี่ยนแปลง โดยการศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพและอาศัยชุดข้อมูลที่ได้มาจากการวิจัยเอกสาร

กระแสமுเตลในสังคมไทยเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่สะท้อนให้เห็นว่าความเชื่อและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในสังคมไทยมีศักยภาพในการปรับตัวสูงแม้อยู่ในบริบทสังคมแบบใดก็ตาม กระแสดังกล่าวจึงไม่เสื่อมถอยไปตามการพัฒนากายใต้บริบทสังคมสมัยใหม่ แต่กลับสามารถเปลี่ยนรูปและปรับตัวให้สอดคล้องกับบริบทสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปได้เสมอ อีกทั้งยังเชื่อมโยงตนเองเข้ากับระบบทุน เทคโนโลยี ตลาด และการบริโภคได้อย่างกลมกลืน กล่าวคือในช่วง พ.ศ. 2558–2562 กระแสமுเตลได้ก่อตัวขึ้นอย่างชัดเจนและถูกผลิตซ้ำผ่านสื่อมวลชนอย่างต่อเนื่อง จนทำให้รสนิยมการบริโภคความเชื่อของผู้คนเริ่มเปลี่ยนแปลงไป ต่อมาในช่วง พ.ศ. 2562–2565 กระแสமுเตลนับว่าเป็นกลไกเยียวยาทางใจที่สำคัญของผู้คนและเป็นช่องทางสร้างรายได้ของผู้ประกอบการท่ามกลางสถานการณ์โรคระบาดที่สังคมและเศรษฐกิจไม่มีความมั่นคง กระทั่งในช่วง พ.ศ. 2565–2567 มุเตลได้ถูกพัฒนาให้กลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมที่สามารถต่อยอดในเชิงพาณิชย์ที่มีมูลค่าสูง รวมถึงเป็นภาพแทนอัตลักษณ์ทางสังคมของผู้คนที่ยังคงมีความเชื่อต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในยุคดิจิทัล

ด้วยเหตุนี้ กระแสமுเตลในสังคมไทยจึงสะท้อนถึงการก้าวพ้นขอบเขตทางศาสนาและคุณประโยชน์ทางจิตวิญญาณของความเชื่อไปสู่การเป็นทุนทางวัฒนธรรมของไทย โดยเฉพาะจากความสามารถในการเปลี่ยนความเชื่อให้มีมูลค่าทางเศรษฐกิจที่มีคุณค่าและมูลค่าสูง ทำให้กระแสமுเตลอาจกลายเป็นตัวแปรสำคัญในระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพของไทยในอนาคต



คำสำคัญ: กระแสมูลเตลู ความเชื่อ พุทธทางวัฒนธรรม
เศรษฐกิจบนฐานความศรัทธา

Abstract

This article aims to Examine the development and influence of the Mutelu trend in Thai society from 2015 to 2024, a period of continuous social, economic, and cultural change. These changes influenced the Mutelu trend's adaptation patterns throughout the era, contributing to its emergence as a belief system that responds to the needs of people in a constantly changing society. This study used a qualitative method and relied on data sets obtained from documentary research.

The Mutelu trend in Thai society is a social phenomenon that reflects the high adaptability of beliefs and sacred objects in Thai society, regardless of social context. Because this trend has not declined with developments in modern society but has consistently transformed and adapted to the changing social context. Furthermore, it seamlessly integrates itself with capital, technology, markets, and consumption systems. Obvious, from 2015 to 2019, the Mutelu trend clearly emerged and was continuously reproduced through the media, leading to a shift in consumer preferences of beliefs. Subsequently from 2019 to 2022, the Mutelu trend became an important psychological healing mechanisms for people and a source of income for entrepreneurs amid the pandemic. Clearly, it affected society and economy instability. Then between 2022 and 2024, Mutelu has evolved into a cultural product capable of high-value commercialization, and it



also represents the social identity of people who still believe in sacred things in the digital age.

Therefore, the Mutelu trend in Thai society represents a transcendence of religious boundaries and the spiritual benefits of belief, transforming it into cultural capital. Its ability to convert beliefs into valuable economic assets makes Mutelu a potential key driver in Thailand's future creative economy.

Keyword: Mutelu Trend, Belief, Cultural Capital, Faith-Based Economy



1. บทนำ¹

สังคมไทยมีพัฒนาการทางความเชื่อต่อศาสนาและสิ่งศักดิ์สิทธิ์อย่างต่อเนื่อง เห็นได้จากการเกิดขึ้นของปฏิบัติการทางความเชื่อที่มีอยู่อย่างหลากหลาย ทั้งในรูปของศาสนาพุทธ ศาสนาพราหมณ์-ฮินดู และความเชื่อท้องถิ่น เช่น คำสอนของวัด พระธรรมกาย การเคารพนับถือพระเกจิอาจารย์ชื่อดัง การบูชาเทพเจ้า การเคารพ วิญญาณศักดิ์สิทธิ์ ฯลฯ กระทั่งต่อมากระแสความเชื่อเหล่านี้ดำรงอยู่ภายใต้สิ่งทัก วิชาการ เรียกว่า “ค่านิยมบูชาความมั่งคั่ง” (Cults of Wealth) หมายถึงการนับถือ บูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อแสวงหาความมั่งมี ความสำเร็จ และโชคลาภ มากกว่าการแสวงหา การหลุดพ้นในทางธรรม อีกทั้งยังสะท้อนถึงการผสมผสานความเชื่อที่หลากหลายเข้า ด้วยกัน จนกลายเป็นความเชื่อแบบลูกผสมที่ตอบสนองความต้องการของคน ทั้ง ทางจิตวิญญาณและเศรษฐกิจในเวลาเดียวกัน² ซึ่งในบริบทสังคมทุนนิยม ความเชื่อ ในสังคมไทยได้กลายเป็นสินค้าที่แลกเปลี่ยน ซื้อขาย และบริโภค ภายใต้กลไกตลาด เช่นเดียวกับสินค้าอื่น ๆ อย่างเสรี³

ขณะเดียวกันภายใต้สังคมไทยสมัยใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยการสะสมทุน การ บริโภค และเทคโนโลยี ซึ่งก่อให้เกิดความกดดันทางสังคมเนื่องจากการพัฒนาที่ไม่ เท่าเทียมก็กลายเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่ผลักดันให้ผู้คนต่างนิยมแสวงหาที่พึ่ง ทางใจเพื่อนำมาใช้รับมือกับความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจและสังคมของตนมากขึ้น ค่านิยมบูชาความมั่งคั่งจึงกลายเป็นภาพสะท้อนความหวังต่ออำนาจและความร่ำรวย ที่ชัดเจนและทวีความสำคัญยิ่งขึ้นเป็นลำดับ⁴ กระทั่งต่อมาจึงมีการเรียกขานในนาม

1. บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท เรื่อง “อิทธิพลของกระแสแมสแดลิในสังคม ไทย ช่วง พ.ศ. 2558–2567 ที่มีผลต่อผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการค้าขายความเชื่อและความ ศรัทธา: กรณีศึกษาผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร”, สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคม (สห สาขาวิชา), (วิทยาลัยสหศาสตร์บูรณาการ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย)
2. อารตี อยู่ทอคร, *ลัทธิพิธีพระพิฆเนศในเชียงใหม่: ความศักดิ์สิทธิ์ ผัสสะและสื่อสังคมออนไลน์*, (เชียงใหม่: ศูนย์อินเดียศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2565), 3.
3. Peter A. Jackson, *เทวา มนตรา คาถา เกจิ: ศาสนาสมัยใหม่กับทุน(ไทย)นิยม*, แปลโดย วิราวรรณ นฤปิติ, (กรุงเทพฯ: มติชน, 2566), 29.
4. เรื่องเดียวกัน, 29–45.

ใหม่ว่า “มูเตลู” (Mutelu)⁵

ทั้งนี้ คำว่ามูเตลูเริ่มแพร่หลายในสังคมไทยจากการนำเสนอในรายการโทรทัศน์ “มูไนท์” (Moo Night) ในปี พ.ศ. 2558 ทำให้มูเตลูเริ่มเป็นที่รู้จักในสังคม โดยเป็นคำที่ใช้สื่อถึงการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อเสริมโชคชะตาและความมั่นใจในชีวิต⁶ รวมถึงถูกใช้เรียกแทนกระแสความเชื่อร่วมสมัยที่ผสมผสานระหว่างไสยศาสตร์กับการเสริมดวงในชีวิตประจำวัน ขอบเขตของมูเตลูจึงไม่ได้จำกัดเพียงการกราบไหว้และการทำพิธีบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์เท่านั้น แต่ยังรวมถึงการใช้เครื่องรางสมัยใหม่ ดูดวงออนไลน์ วอลเปเปอร์เสริมดวง ฯลฯ ซึ่งยิ่งสะท้อนถึงการบูรณาการความเชื่อที่เป็นเรื่องล้าสมัยให้เข้ากับเทคโนโลยีและแฟชั่นสมัยใหม่อย่างสอดประสาน⁷

ดังนั้น มูเตลูจึงเป็นคำที่มีความหมายยืดหยุ่นและเปลี่ยนแปลงได้ตามยุคสมัย เริ่มจากการบูชาและประกอบพิธีกรรมแบบดั้งเดิมไปสู่การบริโภคความเชื่อเชิงสัญลักษณ์ในชีวิตประจำวันเพื่อเสริมดวงและแสวงหาความสำเร็จ ตลอดจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมสมัยนิยม (Popular Culture) ที่ตอบสนองความไม่แน่นอนของผู้คนในสังคมยุคปัจจุบัน⁸ โดยเฉพาะในช่วงที่สังคมประสบภาวะวิกฤติ ซึ่งยิ่งส่งเสริมให้กระแสมูเตลูที่มีความนิยมมากขึ้น เนื่องจากการเผชิญความหวาดกลัวและความไม่มั่นคงทางเศรษฐกิจ ทำให้มูเตลูเป็นเสมือนเครื่องมือจัดการความวิตกกังวลของผู้คน

5. ปุณณทรีย์ เจียวิริยบุญญา, “หมอดูตอกแตก จาก ‘กระเทยอีสาน’ สู่ ‘หมอดูเงินล้าน’: ประสบการณ์ชีวิตของหมอดูหญิงข้ามเพศในชุมชนกะเทยไทยปัจจุบัน”, *ร่างทรงกะเทย หมอดูกะเทย สบงหลากหลาย: ความหลากหลายทางเพศในศาสนาและพิธีกรรม*, (กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน), 2567), 227.
6. ศุภจิรา ศรีมีธรรม และรัตนวดี เศรษฐจิตร, “กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดด้วยความเชื่อมูเตลูในยุคดิจิทัล”, *วารสารนวัตกรรมการสื่อสารและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*, ปีที่ 2 ฉบับที่ 1 (มกราคม–มิถุนายน 2566), 46.
7. นฤพนธ์ ตัวงิเศษ, *มูเตลู: มานุษยวิทยาของเครื่องรางของขลังและโชคชะตา Mutelu: Anthropology of Fortune and Fetishism*, ออนไลน์, <https://sac.or.th/portal/th/article/detail/328>. [11 ตุลาคม 2568].
8. เรื่องเดียวกัน.



จนทำให้กระแสนิยมต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์เกิดขึ้นอย่างหลากหลาย⁹

อย่างไรก็ดี แม้ว่าสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) จะคลี่คลายไปแล้ว แต่ในสังคมไทยกระแสมูเตลูกลับยังคงเป็นส่วนสำคัญของผู้คน รวมถึงขยายตัวเข้าสู่ตลาดเชิงพาณิชย์มากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการหลายรายเริ่มหันมาให้ความสนใจและมีแนวคิดที่จะผสมผสานความเชื่อเข้ากับกลยุทธ์การตลาดและเทคโนโลยีมากขึ้น กระทั่งเกิดเป็น “กลยุทธ์การตลาดสายมูเตลู” (Muketing) ที่สะท้อนถึงการทำให้ความเชื่อกลายเป็นสินค้า (Commercialized Religiosity)¹⁰ ส่งผลให้มูเตลูไม่ได้มีความสำคัญเพียงเป็นที่พึ่งทางใจของผู้คนเท่านั้น หากแต่ยังเป็นพลังทางเศรษฐกิจที่มีส่วนขับเคลื่อนการค้าในสังคมไทยอย่างที่ไม่เคยเกิดมาก่อน

ด้วยเหตุนี้ การศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาพัฒนาการและอิทธิพลของกระแสมูเตลูในสังคมไทย โดยเฉพาะในช่วงปี พ.ศ. 2558–2567 เนื่องจากช่วงเวลาดังกล่าวสะท้อนถึงการก่อรูปและความเคลื่อนไหวของกระแสมูเตลูอย่างเห็นได้ชัด ทั้งนี้ เพื่อแสดงให้เห็นถึงรูปแบบการปรับตัวของมูเตลูในแต่ละยุคสมัย ซึ่งมีการเปลี่ยนผ่านจากความเชื่อแบบดั้งเดิมที่เน้นพิธีกรรมไปสู่ความเชื่อเชิงพาณิชย์ที่เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมแฟชั่น การตลาด และเทคโนโลยี ซึ่งเป็นการหลอมรวมระหว่างความเชื่อกับทุนนิยมอย่างซับซ้อน เพื่อส่งเสริมความตระหนักรู้ต่อกระแสมูเตลูในฐานะปรากฏการณ์ทางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมไทยร่วมสมัย

2. แนวคิดพื้นฐานที่ใช้มองการเปลี่ยนแปลงทางความเชื่อในสังคมไทย

การทำความเข้าใจการเปลี่ยนแปลงทางความเชื่อในสังคมไทยจำเป็นต้องอาศัยกรอบแนวคิดที่อธิบายพลวัตทางศาสนาและความเชื่อที่สัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงของสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ภายใต้บริบทสังคมสมัยใหม่ โดยเฉพาะสังคมไทยที่ศาสนาและความเชื่อมีความซับซ้อนและหลอมรวมจากหลายแหล่ง ดังนี้

9. อธิวัฒน์ อุตัน, *Welcome to MuTown ‘มูเตลู’ ที่พึ่งทางใจในวันที่โลกไม่มีอะไรแน่นอน*, ออนไลน์, <https://urbancreature.co/welcome-to-mutown-overview/>. [12 ตุลาคม 2568].

10. เรื่องเดียวกัน.

2.1 แนวคิดการเป็นลูกผสมของความเชื่อทางศาสนา

Anthony T. Kirsch ได้เสนอแนวคิดการผสมผสานความเชื่อทางศาสนา (Syncretism) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างศาสนาพุทธ ศาสนาพราหมณ์-ฮินดู และศาสนาผีไทย ที่นำไปสู่การสร้างรูปแบบความเชื่อแบบใหม่ผ่านการผสมผสาน แต่แนวคิดนี้มีข้อจำกัดในการอธิบายสังคมในยุคทุนนิยมเสรีและการสื่อสารมวลชนที่เปลี่ยนศาสนาให้กลายเป็นสินค้าทางสัญลักษณ์¹¹ ขณะที่ Rosalind Shaw และ Charles Stewart ได้ตั้งคำถามต่อศาสนาในเรื่องความบริสุทธิ์ และเสนอให้มองศาสนาในฐานะกระบวนการต่อรองและประกอบสร้างความหมายอย่างต่อเนื่อง ต่อมา Charles Stewart ได้ขยายแนวคิดดังกล่าวด้วยการเสนอให้ใช้ คำว่า “Creolization” และ “Hybridity” เพื่ออธิบายการเปลี่ยนผ่านทางวัฒนธรรมและการสลายเส้นแบ่งระหว่างศาสนา¹² กระทั่ง Pattana Kitiarsa จึงได้นำแนวคิดเหล่านั้นมาวิเคราะห์ปรากฏการณ์ความซับซ้อนทางศาสนาในสังคมไทย โดยชี้ว่าภายใต้ระบบเศรษฐกิจโลกและเทคโนโลยี ศาสนาในไทยได้ผสมผสานกับทุนและสื่อ จนกลายเป็นพื้นที่ใหม่ที่ความเชื่อมีลักษณะเป็นลูกผสม ซึ่งสะท้อนให้เห็นผ่านการบูชาเทพเจ้าที่หลากหลายของคนไทย เช่น พระพิฆเนศ เจ้าแม่กวนอิม ไอ้ไข่เด็กวัดเจดีย์ ฯลฯ โดยความเชื่อทั้งหลายต่างดำรงอยู่ร่วมกันในจักรวาลทางศาสนาใหม่ที่ไร้เส้นแบ่งชัดเจน¹³

2.2 แนวคิดชุดสะสมทางศาสนา

Justin T. McDaniel เสนอแนวคิดชุดสะสมทางศาสนา (Religious Repertoire) เพื่ออธิบายการมีความเชื่อและวิถีปฏิบัติทางความเชื่อของบุคคลที่เลือกใช้ทรัพยากรทางศาสนาอย่างยืดหยุ่นและเปลี่ยนแปลงได้ตามความต้องการ ทำให้คน ๆ หนึ่งอาจมีการบูชาพระเกจิ เทพเจ้า หรือผี พร้อมกันได้โดยไม่จำเป็นต้องยึดถือหลักศาสนาหรือ

11. อารตี อยุทธกร, ลัทธิพิธีพระพิฆเนศในเชียงใหม่: ความศักดิ์สิทธิ์ ผัสสะและสื่อสังคมออนไลน์, 15–16.

12. ประกิตติ สัตตสุข, “มานุษยวิทยาศาสนา”, มานุษยวิทยาที่ปรากฏ: 40 มโนทัศน์ร่วมสมัย, (กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน), 2567), 81.

13. เรื่องเดียวกัน, 84–87.



ลัทธิอย่างใดอย่างหนึ่งเพียงอย่างเดียว¹⁴ แนวคิดนี้จึงสะท้อนถึงลักษณะของศาสนาแบบหลอมรวมที่ยอมรับความหลากหลายและต่อรองเพื่ออยู่ร่วมกันภายใต้โครงสร้างสัญลักษณ์เดียวกัน¹⁵ โดยแนวคิดนี้ได้ถูกนำมาวิเคราะห์รูปแบบการมีความเชื่อและวิถีปฏิบัติทางความเชื่อของผู้คนในสังคมไทย พบว่าชาวพุทธไทยมีความสามารถในการเลือกใช้ชุดความเชื่อที่หลากหลายเพื่อแก้ปัญหาในชีวิตของตนเองได้อย่างไร้ข้อจำกัด ไม่ว่าจะเป็นการดูดวง การถือศีล หรือการบูชาเทพเจ้าต่างชาติ โดยแต่ละคนจะมีชุดสะสมทางศาสนาเฉพาะตัว โดยมีศาสนาพุทธอยู่ในลำดับความสำคัญสูงสุด ซึ่งการเลือกใช้ชุดความเชื่อนั้น ๆ ก็สะท้อนได้ทั้งความเป็นอิสระทางความเชื่อของผู้คน และความเป็นพลวัตของกระแสความเชื่ออันหลากหลายในสังคมไทยที่สามารถปรับตัวต่อกระแสโลกาภิวัตน์และความเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง¹⁶

2.3 แนวคิดการทำให้ศาสนากลายเป็นสินค้า

การทำให้ศาสนากลายเป็นสินค้าเป็นผลมาจากกระบวนการ “Commodification” ภายใต้ระบบทุนนิยมเสรีที่ทำให้สิ่งศักดิ์สิทธิ์และพิธีกรรมกลายเป็นวัตถุลินค้าที่สามารถซื้อขายได้¹⁷ ซึ่งในกรณีของสังคมไทย Pattana Kitiarsa ได้อธิบายว่าศาสนาในสังคมไทยได้หลอมรวมเข้ากับตลาดอย่างแนบแน่น จนมีลักษณะเป็น “พุทธพาณิชย์” (Buddhist Commercialization) ที่เชื่อมโยงความเชื่อและความศรัทธาเข้ากับวัฒนธรรมการบริโภคและการแสวงหาความมั่งคั่งในเวลาเดียวกัน¹⁸ เช่น การผลิตและจำหน่ายพระเครื่องรุ่นพิเศษ การตลาดสายมูเตลูในห้างสรรพสินค้า การใช้สัญลักษณ์ทางความเชื่อเพื่อการโฆษณา ฯลฯ ดังนั้น แนวคิดนี้จึงอธิบายกระแส

14. อารตี อุฑธคร, *ลัทธิพิธีพระพิฆเนศในเชียงใหม่: ความศักดิ์สิทธิ์ ผัสสะและสื่อสังคมออนไลน์*, 17–18.

15. Peter A. Jackson, *เทวา มนตรา คาถา เกจิ: ไสยศาสตร์สมัยใหม่กับทุน(ไทย)นิยม*, 214–216.

16. Justin T. McDaniel, “The Agency between Images: The Relationships among Ghosts, Corpses, Monks, and Deities at a Buddhist Monastery in Thailand”, *Material Religion*, Vol. 7 No. 2 (2011), 242–267.

17. จักรพันธ์ ชัดชุมแสง, “Commodification”, 100 *แนวคิด มานุษยวิทยาร่วมสมัย*, (กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน), 2567), 239.

18. อารตี อุฑธคร, *ลัทธิพิธีพระพิฆเนศในเชียงใหม่: ความศักดิ์สิทธิ์ ผัสสะและสื่อสังคมออนไลน์*, 9–10.

ลูในฐานะกระบวนการที่แปรความเชื่อไปสู่การเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจและคุณค่าทางจิตใจในเวลาเดียวกันได้ ตลอดจนทำให้ความเชื่อไม่ถูกมองเป็นเพียงที่พึ่งทางจิตวิญญาณเท่านั้น หากยังมีความสำคัญและเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) และกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการในสังคมไทยยุคปัจจุบันด้วย

3. พัฒนาการและอิทธิพลของกระแสบุญเตลูในสังคมไทยช่วง พ.ศ. 2558–2567

กระแสบุญเตลูถือเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่มีความสำคัญในสังคมไทย เพราะนอกจากจะแสดงถึงพลวัตความเชื่อในยุคสมัยใหม่แล้วนั้น ยังสะท้อนถึงการปรับตัวทางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม โดยเฉพาะในช่วงที่ผู้คนเผชิญกับความไม่มั่นคงและความเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งบุญเตลูมักจะถูกนำมาใช้เป็นกลไกเยียวยาทางใจผ่านการพึ่งพาความเชื่อที่ถูกปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัย ดังนั้น พัฒนาการและอิทธิพลของกระแสบุญเตลูในสังคมไทยจึงไม่ได้เป็นเพียงการเปลี่ยนแปลงรูปแบบทางความเชื่อเท่านั้น หากแต่ยังเป็นภาพสะท้อนของความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนกันระหว่างความเชื่อ สังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมร่วมด้วย

อนึ่ง เนื่องจากรากฐานของสังคมไทยมีลักษณะเป็นสังคมลูกผสมทางศาสนาที่อยู่ร่วมกันอย่างกลมกลืนมาโดยตลอด การเกิดขึ้นของกระแสบุญเตลูจึงเป็นเพียงส่วนขยายของรากความเชื่อและความศรัทธาดั้งเดิมที่ถูกตีความขึ้นใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับยุคสมัยและการพัฒนาที่เปลี่ยนแปลงไปเท่านั้น ส่งผลให้พัฒนาการและอิทธิพลของกระแสบุญเตลูในสังคมไทย จึงสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงของสภาพสังคมและเศรษฐกิจในแต่ละยุคสมัย อย่างเช่น ในช่วงปี พ.ศ. 2549–2550 ได้เกิด “กระแสจตุคามรามเทพ” ซึ่งเป็นกรณีตัวอย่างของกระแสนิยมทางความเชื่อสมัยใหม่ที่ขยายตัวในระดับมหาชน จนมีการประเมินมูลค่าตลาดของจตุคามรามเทพ เฉพาะในปี



พ.ศ. 2550 ฟุ้งสูงถึงหนึ่งหมื่นล้านบาท¹⁹ และมีการวิเคราะห์ว่ากระแสดังกล่าวเกิดขึ้นจากความไม่มั่นคงทางสังคมและเศรษฐกิจ จากสถานการณ์ทางการเมืองหลังการรัฐประหาร รวมถึงภัยพิบัติและโรคระบาดที่สร้างความหวาดกลัวในสังคม²⁰ กระแสจิตุดรามเทพจึงสะท้อนถึงอิทธิพลของความเชื่อที่ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือเยี่ยวยาความวิตกกังวลทางสังคมในช่วงที่ความมั่นคงทางจิตใจถูกสั่นคลอนได้เป็นอย่างดี

ลักษณะความเชื่อมโยงดังกล่าวยังคงดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง กระทั่งเข้าสู่ช่วงปี พ.ศ. 2558–2567 ซึ่งถือเป็นยุคสมัยของการเปลี่ยนผ่านทางสังคมไทยในหลาย ๆ ด้าน กระแสมูเตลูจึงเป็นเสมือนภาพแทนของความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลง การขยายตัวของมูเตลูจึงเชื่อมโยงโดยตรงกับความเปราะบางของโครงสร้างสังคมและเศรษฐกิจที่ทำให้ผู้คนต้องหันไปพึ่งพาความเชื่อเพื่อนำมาสร้างความมั่นใจและความหวังในการใช้ชีวิต²¹ ขณะเดียวกันกระแสมูเตลูก็ได้เข้าไปเปลี่ยนรูปแบบการนับถือศาสนาแบบดั้งเดิมของผู้คนให้กลายเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างอัตลักษณ์ทางความเชื่อส่วนบุคคล ทำให้ความเชื่อไม่ได้ผูกติดกับสถาบันศาสนาอีกต่อไป แต่กลายเป็นสิ่งที่ผู้คนสามารถเลือกใช้ได้อย่างอิสระเพื่อสื่อสารแทนอารมณ์ ความปรารถนา และรสนิยม เช่น การพกเครื่องรางที่มีลักษณะเฉพาะตัว การบูชาเทพเจ้าที่สื่อถึงความสำเร็จเฉพาะด้าน ฯลฯ สะท้อนให้เห็นถึงการเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการบริโภคและวิถีชีวิตประจำวันของความเชื่อ

ด้วยเหตุนี้ พัฒนาการและอิทธิพลของกระแสมูเตลู ในช่วง พ.ศ. 2558–2567 จึงไม่ได้เป็นเพียงกระแสนิยมทางความเชื่อที่เกิดขึ้นอย่างไม่มีที่มาที่ไป ทว่าเป็นกระแส

19. ศรัณย์ธัช อ่องสกุล, ‘สินค้าสายมู’ ไอเท็มสนองความรู้สึก เมื่อความต้องการของมนุษย์ไม่มีที่สิ้นสุด, ออนไลน์, <https://www.themodernist.in.th/mutelu-line-products-items-that-satisfy-feelings/>. [18 ตุลาคม 2568].

20. วิภา จิรภาไพศาล, ทำไมยุคหนึ่ง “จิตุดรามเทพ” เครื่องรางของขลัง ถึงมีมูลค่านับหมื่นล้าน?, ออนไลน์, https://www.silpa-mag.com/culture/article_100912. [18 ตุลาคม 2568].

21. วรุตม์ พงศ์พิพัฒน์, คมกฤช อยู่เด็กเค่ง: ความไม่มั่นคงทางสังคมและเศรษฐกิจ ทำให้การบูชา เพื่องูในไทย จนเป็นฮับใหญ่เรื่องของขลัง, ออนไลน์, https://brandinside.asia/thiland-hub-of-superstition/?utm_source=chatgpt.com. [18 ตุลาคม 2568].

ที่เปลี่ยนแปลงไปตามบริบทสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม โดยการศึกษาครั้งนี้ได้แบ่งกระแสบุญเตลูในสังคมไทย ออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้

3.1 ระยะต้นตัวทางสังคมต่อกระแสบุญเตลู (พ.ศ. 2558–2562)

ในช่วงปี พ.ศ. 2558–2562 ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการตื่นตัวทางความเชื่อครั้งสำคัญในสังคมไทย ซึ่งเกิดจากการที่ผู้คนหันกลับมาให้ความสนใจสิ่งศักดิ์สิทธิ์และพลังเหนือธรรมชาติที่เกิดขึ้นอย่างหลากหลายในสังคม โดยปรากฏการณ์ดังกล่าวไม่ได้จำกัดอยู่เพียงในศาสนาใดศาสนาหนึ่ง ว่าเป็นการผสมผสานระหว่างความเชื่อในศาสนาต่าง ๆ พิธีกรรมพื้นบ้าน และวัฒนธรรมร่วมสมัย โดยที่มีสื่อมวลชนเป็นตัวกลางในการส่งผ่านกระแสความเชื่อนั้น ๆ ไปสู่สังคม ซึ่งนิยมเรียกโดยรวมว่ากระแสบุญเตลู

ทั้งนี้ การฟื้นตัวของความเชื่อรูปแบบใหม่ภายใต้กระแสบุญเตลูมีที่มาจากบริบทสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นับตั้งแต่หลังเหตุการณ์รัฐประหาร ในปี พ.ศ. 2557 ซึ่งทำให้ประเทศไทยกลับเข้าสู่ช่วงเวลาของความไม่แน่นอนอีกครั้ง ส่งผลให้ผู้คนจำนวนมากรู้สึกถึงความไม่มั่นคงในระบบการเมืองการปกครอง เศรษฐกิจ และการใช้ชีวิตประจำวัน กระแสบุญเตลูจึงกลายเป็นพื้นที่ทางจิตวิญญาณที่ช่วยเติมเต็มช่องว่างระหว่างความหวังกับความกลัว²² ขณะเดียวกันการขยายตัวของเทคโนโลยีดิจิทัลและโซเชียลมีเดียก็ได้ทำให้กระแสบุญเตลูแพร่กระจายอย่างรวดเร็วและกว้างขวางในสังคมไทย

กระแสบุญเตลูในระยะนี้จึงเป็นเสมือนยุคเปลี่ยนผ่านทางความเชื่อและความศรัทธาในสังคมไทย ที่จากเดิมตามกรอบจารีตและดำรงอยู่เฉพาะในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์เปลี่ยนไปสู่ลักษณะใหม่ ๆ และมีที่ทางในสื่อมวลชนมากขึ้น โดยเฉพาะในสื่อบันเทิงทางโทรทัศน์และโซเชียลมีเดีย ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการประกอบสร้างและนำเสนอชุดความเชื่อต่าง ๆ ภายใต้กระแสบุญเตลู เช่น มูไนท์ (ช่องไทยรัฐทีวี 32) ศีกสับสองราศี (ช่อง 3) คนอวดผี (ช่อง 7 และช่อง 5) ฯลฯ โดยรายการโทรทัศน์เหล่านี้ได้เปิดพื้นที่ให้เรื่องราวความเชื่อกลายเป็นความบันเทิงกระแสหลักในสังคม อีกทั้งการเกิดขึ้นของโซเชียลมีเดียช่องทางต่าง ๆ อย่างเฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) ทวิตเตอร์

22. วิภา จิรภาไพศาล, ทำไมยุคหนึ่ง “จิตศรัทธาเทพ” เครื่องรางของขลัง ถึงมีมูลค่านับหมื่นล้าน?.



(Twitter) และยูทูบ (YouTube) ต่างก็กลายเป็นพื้นที่ใหม่ในการใช้แลกเปลี่ยนและผลิตข่าวกระแสหมู่ได้อย่างกว้างขวางเช่นเดียวกัน

นอกจากนี้ กลุ่มคนดังในวงการบันเทิงและผู้มีอิทธิพลทางสังคมก็นับเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนกระแสหมู่อยู่ในระยะนี้ด้วยเช่นกัน อย่างกรรชัย กำเนิดพลอย และมดดำ คชาภา ซึ่งเป็นคนดังในวงการบันเทิงคนแรก ๆ ที่ได้ออกมาเปิดเผยอย่างชัดเจนว่าตนเองเป็นสายหมู่เถลุ่ม รวมถึงในช่วงเวลาดังกล่าวสังคมไทยยังได้เกิดกระแสนิยมหมอดูพยากรณ์ชื่อดังหลายคน เช่น หมอลักษณ์พันธุ์ หมอปลายพรายกระซิบ ฯลฯ ซึ่งบุคคลเหล่านี้ก็ได้กลายมาเป็นผู้มีอิทธิพลด้านความเชื่อที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง อย่างไรก็ตาม การเปิดเผยความเชื่อส่วนตัวของบุคคลสาธารณะย่อมมีผลโดยตรงในการยอมรับของสังคมต่อกระแสหมู่ โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มองว่าความเชื่อไม่จำเป็นต้องขัดแย้งกับโลกสมัยใหม่เสมอไป ทำให้กระแสหมู่เถลุ่มเริ่มเป็นที่ยอมรับและมีผู้สนใจเพิ่มมากขึ้น

อนึ่ง เมื่อวิเคราะห์กระแสหมู่เถลุ่มในเชิงเศรษฐกิจในระยะนี้จะพบว่ากระแสความเชื่อที่เกิดขึ้นภายใต้กระแสหมู่เถลุ่มได้เริ่มถูกแปรสภาพเป็นธุรกิจความเชื่ออย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น ผู้ประกอบการรายย่อยหลายราย ได้เริ่มหันมาผลิตและจำหน่ายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นกำไลหินสี่มงคล เครื่องรางพหุชั้น บริการดูดวงออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ Horolive.com เว็บไซต์ Myhora.com ฯลฯ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้ทำให้เกิดความนิยมในการบริโภคความเชื่อของผู้คน และทำให้ความเชื่อเป็นสินค้าที่ซื้อขายได้ในตลาดเสรีที่มีมูลค่าหมุนเวียนเป็นเงินจำนวนมหาศาล

ส่วนในด้านสังคมนั้นกระแสหมู่เถลุ่มถือเป็นภาพสะท้อนที่แสดงให้เห็นถึงภาวะความเปราะบางของผู้คนในช่วงเวลานี้ได้อย่างน่าสนใจ เนื่องจากการสูญเสียความมั่นใจในระบบโครงสร้างหลักของสังคม ทั้งเศรษฐกิจและศาสนา ทำให้กระแสหมู่เถลุ่มที่อยู่นอกขอบเขตของศาสนากระแสหลักเข้ามาทำหน้าที่เป็นกลไกทางสังคมในการจัดการกับความไม่แน่นอนได้ดีมากกว่า โดยเฉพาะในสังคมเมืองขนาดใหญ่ที่มีแรงกดดันทางเศรษฐกิจสูง หมู่เถลุ่มจึงเป็นเสมือนช่องทางสร้างความมั่นใจที่ทำให้ผู้คนรู้สึกว่าตนเองยังมีสิ่งที่ควบคุมได้

ทั้งนี้ ส่งผลให้กระแสความเชื่อที่โดดเด่นภายใต้กระแสหมู่เถลุ่มในระยะนี้โดยมากจึง

เกี่ยวกับการเป็นพลังศักดิ์สิทธิ์ที่ช่วยสร้างให้เกิดความมั่นใจในชีวิต เช่น “กระแสดูกตา ลูกเทพ” ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก และเป็นกรณีศึกษาที่น่าสนใจของการผสมผสานระหว่างคติผีกุมารทองแบบดั้งเดิมกับวัฒนธรรมบริโภคสมัยใหม่อย่างกลมกลืน เนื่องจากตุ๊กตาลูกเทพนอกจากจะถูกปลุกเสกให้เป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์และวัตถุแห่งโชคลาภแล้วนั้น ในเวลาเดียวกันก็ยังเป็นสินค้าที่ตอบสนองต่อความเหงาและความต้องการยึดเหนี่ยวทางอารมณ์ของผู้คนในเมืองได้อีกด้วย เห็นได้จากการที่เจ้าของบางรายมีการนำตุ๊กตาลูกเทพของตนไปกินข้าว จับแต่งงาน หรือพาไปเที่ยว ซึ่งสะท้อนถึงพรมแดนที่เริ่มพร่าเลือนระหว่างโลกแห่งความศักดิ์สิทธิ์กับโลกความเป็นจริง²³

นอกจากนี้ในระยษณียังมี “กระแสไ้ไข้เด้กั้วเดี๊ย” ที่ได้กลายเป็นปรากฏการณ์ทางความเชื่อที่ได้รับความนิยมระดับมหาชนเช่นเดียวกัน ส่งผลให้ผู้คนจากทั่วสารทิศต่างหลั่งไหลไปบนบานขอโชคลาภที่วัดเจดีย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีการสื่อสารจากสื่อมวลชนผ่านข่าวการถูกลอตเตอรี่ของผู้ศรัทธาเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างแรงจูงใจให้ผู้คนนิยมนับถือในความเชื่อดังกล่าว จนเกิดการผลิตซ้ำภาพลักษณ์ “ไ้ไข้ไ้โซ่ค” ในตลาดวัตถุมงคล ทำให้ไ้ไข้เด้กั้วเดี๊ยกลายเป็นสินค้าทางความเชื่อที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูงมาจนถึงปัจจุบัน²⁴ เนื่องจากวัตถุมงคลที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นเหรียญรุ่นต่าง ๆ รูปหล่อ และเครื่องรางของขลัง ต่างก็ถูกผลิตออกมาในจำนวนจำกัดเพื่อสร้างคุณค่าทางจิตใจและการตลาดพร้อมกัน²⁵

ด้วยเหตุนี้ อาจกล่าวได้ว่ากระแสมูเตลูในสังคมไทย ช่วง พ.ศ. 2558-2562 ถือเป็นระยะที่ความเชื่อและความศักดิ์สิทธิ์ได้ถูกผลิตซ้ำ ทั้งในรูปของวัตถุ สื่อ และบุคคล เพื่อตอบสนองความต้องการทางเศรษฐกิจและอารมณ์ของผู้คนที่ต้องการความมั่นคงในยุคแห่งความไม่แน่นอน กระทั่งได้ถูกแปรรูปให้เข้ากับกลไกตลาดอย่างชัดเจนมาก

23. อินทรชัย พาณิกกุล, “ตุ๊กตาลูกเทพ” นวัตกรรมใหม่ทางไสยศาสตร์, ออนไลน์, <https://www.posttoday.com/politics/412183> [20 ตุลาคม 2568].

24. PPTV Online, ‘จตุคามรามเทพ’ ถึง ‘ไ้ไข้เด้กั้วเดี๊ย’ ผู้รักษาเศรษฐกิจเมืองนคร?, ออนไลน์, <https://shorturl.asia/zrG1W> [20 ตุลาคม 2568].

25. สุรพศ ทวีศักดิ์, วัตถุมงคลกับทุนนิยมแบบวัฒนธรรมในสังคมไทย, ศรัทธากับตลาด, (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2563), 85-110.



ขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการและผู้มีอิทธิพลทางความเชื่อต่างก็เริ่มมองเห็นศักยภาพทางเศรษฐกิจของความเชื่อ และเกิดธุรกิจเกี่ยวกับการค้าขายความเชื่อที่แปลงพลังความศักดิ์สิทธิ์ให้กลายเป็นพลังทางเศรษฐกิจ และทำให้ความศรัทธาไม่ได้เป็นแค่เรื่องงมงาย แต่แปรเปลี่ยนเป็นสินค้าที่สามารถเก็งกำไรในตลาดได้เป็นอย่างดี อีกทั้งในระยะนี้ยังเป็นช่วงเริ่มต้นของกระแสโมเดิร์นในรูปแบบดิจิทัลที่ความเชื่อไม่ได้ถูกจำกัดอยู่เพียงในขอบเขตของศาสนา หากแต่แทรกซึมในชีวิตประจำวันและวัฒนธรรมการบริโภคของผู้คนอย่างแนบแน่น ทำให้กระแสโมเดิร์นกลายเป็นรากฐานสำคัญของวัฒนธรรมความเชื่อและศรัทธารูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องในสังคมไทยมาจนถึงปัจจุบัน

3.2 ระยะเติบโตอย่างก้าวกระโดดท่ามกลางวิกฤติโรคระบาด (พ.ศ. 2562–2565)

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 นับเป็นวิกฤติระดับโลกที่ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตอย่างรุนแรงในทุกมิติ ทั้งยังส่งผลให้สังคมไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2562–2565 ต้องเผชิญกับความสูญเสียทางเศรษฐกิจอย่างมหาศาล ตลอดจนก่อให้เกิดปัญหาทางสังคมอีกหลายประการ เช่น การว่างงาน ความไม่มั่นคงทางรายได้ การเข้าถึงระบบสาธารณสุข ความตึงเครียดทางจิตใจจากมาตรการควบคุมโรค ไม่ว่าจะเป็นการล็อกดาวน์ การปิดสถานประกอบการ และการจำกัดการเดินทาง ฯลฯ ส่งผลให้ผู้คนจำนวนมากเกิดความรู้สึกสูญเสียการควบคุมในชีวิต หวาดกลัว และสิ้นหวัง ภายใต้สถานการณ์ดังกล่าวความเชื่อและสิ่งศักดิ์สิทธิ์จึงได้กลายมาเป็นกลไกเยียวยาจิตใจของผู้คนที่มีความสำคัญมากที่สุดในระยะนี้

อย่างไรก็ดี กระแสโมเดิร์นที่เกิดขึ้นในระยะนี้ไม่ได้เป็นผลที่เกิดขึ้นเองโดยบังเอิญ ทว่าเป็นความต่อเนื่องของกระแสที่เริ่มมีแนวโน้มชัดเจนมาตั้งแต่ระยะก่อนหน้า กล่าวคือเป็นกระแสที่เกิดจากการผสมผสานความเชื่อเข้ากับเศรษฐกิจและสื่อร่วมสมัย ทำให้ในระยะต่อมาเมื่อสังคมไทยเผชิญกับความไม่แน่นอนระดับมหภาคอีกครั้ง ความเชื่อและสิ่งศักดิ์สิทธิ์จึงเข้ามามีบทบาทในการสร้างความมั่นใจและแรงจูงใจในการดำรงชีวิตของผู้คนได้อย่างต่อเนื่องและลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น เห็นได้จากข้อมูลจากการสำรวจของวิทยาลัยการจัดการ (College of Management) มหาวิทยาลัยมหิดล ในปี พ.ศ. 2563 พบว่าในช่วงเวลาดังกล่าวมีคนไทยกว่า 52 ล้านคน หรือคิด

เป็นร้อยละ 80 ของประชากรทั้งหมด เป็นผู้ที่มีความเชื่อและพฤติกรรมเกี่ยวกับมูเตลู ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความเชื่อและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ได้กลายมาเป็นวัฒนธรรมกระแสหลักในสังคมไทยอย่างเห็นได้ชัด²⁶

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาถึงลักษณะเด่นของกระแสมูเตลูในระยะนี้ ก็จะพบว่ามูเตลูในระยะนี้ได้สะท้อนถึงการฟื้นคืนฐานรากของศาสนาและความเชื่ออีกครั้ง กล่าวคือ การมีสถานะเป็นศาสนาแห่งความหวัง (Religion of Hope) และเป็นสิ่งที่คำจูนผู้คนในช่วงที่สังคมเกิดความไม่แน่นอน ส่งผลให้ในระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ผู้คนในสังคมไทยต่างก็แสวงหาพลังทางใจจากความเชื่อและสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อนำมาใช้จัดการกับความเปราะบางในชีวิต มูเตลูจึงกลายเป็นสัญลักษณ์ของความพยายามที่จะควบคุมในสิ่งที่ไม่อาจควบคุมได้ เนื่องจากในแง่จิตวิทยาสังคม ความเชื่อสามารถทำหน้าที่เป็นกลไกในการรับมือ (Coping Mechanism) ต่อความไม่แน่นอนทางสังคมและทำให้ผู้คนรู้สึกมีพลังในการควบคุมสถานการณ์ แม้ในภาวะที่สูญเสียความแน่นอนทุกประการได้อย่างมีประสิทธิภาพ²⁷ ส่งผลให้ในระยะนี้สังคมไทยจึงได้เกิดกระแสนิยมบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่มีพลังศักดิ์สิทธิ์เกี่ยวกับการขจัดความเสี่ยงและเพิ่มโอกาสในชีวิต เช่น “กระแสท้าวเวสสุวรรณ” ซึ่งเป็นกระแสความเชื่อที่ขยายตัวในระดับที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน เนื่องจากผู้คนเชื่อว่าท้าวเวสสุวรรณจะสามารถปิดเป่าภัยร้ายและดลบันดาลความมั่งคั่งได้ ซึ่งกระแสดังกล่าวเกิดจากการนำเสนอผ่านสื่อมวลชนเป็นปัจจัยสำคัญ ส่งผลให้ผู้คนเกิดความต้องการที่จะเดินทางไปการสักการะท้าวเวสสุวรรณที่ประดิษฐานอยู่ในสถานที่สำคัญต่าง ๆ อย่างวัดจุฬามณี จังหวัดสมุทรสงคราม ฯลฯ กระทั่งเกิดการหลั่งไหลของผู้คนจำนวนมาก จนต้องมีการจำกัดจำนวนผู้เข้าสถานที่

26. คณะนักศึกษาวិทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล สาขาการตลาด รุ่น 22A, “Marketing in the Uncertain World การตลาดของคนอยู่เป็น”, รายงานวิจัย, (วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2565), 16.

27. Piangchon Rasdusdee, “Hope in your hand: Constructing ‘sanctity’ through a multimodal case study of modern amulets as coping and resilience tactics among young Thais during the COVID-19 pandemic”, *Journal of Language and Culture*, Vol. 43 No. 1 (January 2024), 154–155.



ในเวลาต่อมา²⁸ ดังนั้น กระแสท้าวเวสสุวรรณในระยะนี้จึงสะท้อนถึงความต้องการแสวงหาความมั่นคงทางจิตวิญญาณของผู้คนที่ดำรงอยู่ภายใต้ภาวะความไม่มั่นคงที่เลือกใช้ความเชื่อเป็นเครื่องมือต่อรองกับสถานการณ์ที่ไม่อาจควบคุมได้

ขณะเดียวกันกระแสมูลในรูปแบบดิจิทัลก็ได้เกิดขึ้นและเติบโตอย่างรวดเร็วเพื่อพัฒนาให้ความเชื่อยังคงตอบสนองความต้องการของผู้คนได้อย่างต่อเนื่องแม้ในสถานการณ์โรคระบาด เช่น “กระแสวิวลเปเปอร์เสริมดวง” ซึ่งเป็นที่นิยมในกลุ่มคนรุ่นใหม่เป็นอย่างมาก เนื่องจากสถานการณ์ดังกล่าวทำให้ผู้คนหันไปบูชาภาพสิ่งศักดิ์สิทธิ์และเทพเจ้าจากอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของตนทดแทนการเดินทางไปกราบไหว้ในสถานที่จริง จึงได้เกิดกระแสนำรูปภาพของสิ่งศักดิ์สิทธิ์มาใช้เป็นภาพวอลเปเปอร์เพื่อเสริมโชคอย่างแพร่หลาย เช่น พระพิฆเนศ หรือสัญลักษณ์มงคลต่าง ๆ ฯลฯ โดยเฉพาะภาพวอลเปเปอร์เสริมดวง จากแบรนด์ “Muwall” ที่ได้รับความนิยมสูงสุด ในช่วงปี พ.ศ. 2564 เนื่องจากบุคคลสาธารณะเข้ามาเป็นปัจจัยเสริมอย่างอาภาพร นครสวรรค์ ที่ได้ออกมาบอกเล่าถึงประสบการณ์ความโชคดีหลังได้หันมาใช้วอลเปเปอร์เสริมดวง ถือเป็นการตอกย้ำให้กระแสดังกล่าวแพร่หลายและกลายเป็นวัฒนธรรมร่วมสมัยที่ถูกผลิตซ้ำในเชิงพาณิชย์อย่างต่อเนื่อง²⁹

อนึ่ง ผลกระทบจากสถานการณ์ดังกล่าวก็ได้ผลักดันให้การบริโภคความเชื่อจำเป็นต้องเคลื่อนย้ายเข้าสู่โลกออนไลน์อย่างเต็มรูปแบบ เพราะข้อจำกัดด้านการประกอบพิธีกรรมและค้าขายในสถานที่จริง ส่งผลให้กระแสความเชื่อส่วนใหญ่ในระยะนี้จึงถูกนำเสนอและถ่ายทอดผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียเป็นหลัก เช่น การถ่ายทอดสดพิธีปลุกเสกวัตถุมงคล การขายเครื่องรางออนไลน์ การจัดพิธีเสริมดวงผ่านไลฟ์สด ฯลฯ³⁰ อย่างเช่นกรณีการจัดงาน “เทศกาลราชประสงค์แปดองค์เทพ” ที่จัดขึ้น

28. ปุรินทร นาคลิงห์, ท้าวเวสสุวรรณ: วัตถุในอุตสาหกรรมความเชื่อ, ออนไลน์, <https://www.sac.or.th/portal/th/article/detail/407> [20 ตุลาคม 2565].

29. TVPOOL Online, “Mu Wall” วอลเปเปอร์ท่านยมมงคลยอดฮิต ที่เหล่าเซเลบ ดารา บูชาติดมือถือทั่ววงการ, ออนไลน์, <https://www.tvpoolonline.com/content/1986148> [20 ตุลาคม 2565].

30. อภิลักษณ์ เกษมผลกุล และสินิกานต์ แก้วกัณหา, “รูปแบบและบทบาทความเชื่อในสถานการณ์ไวรัสโคโรนา: การศึกษาความเป็นพุทธวัฒนธรรมในสังคมไทย”, วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, ปีที่ 28 ฉบับที่ 3 (กันยายน-ธันวาคม 2563), 269–281.

โดยสมาคมผู้ประกอบการวิชาชีพในย่านราชประสงค์ (RSTA) ในปี พ.ศ. 2564 เพื่อรักษากฎบัตรวิชาชีพและนักท่องเที่ยวในช่วงล็อกดาวน์ โดยภายในงานได้มีการนำเอาเทคโนโลยี Virtual Reality และ Photogrammetry มาสร้างประสบการณ์ใหม่ในการสักการะเทพเจ้าผ่านระบบออนไลน์แบบ 3 มิติ เป็นครั้งแรกของโลก³¹ ซึ่งสะท้อนถึงการบูรณาการระหว่างความศรัทธากับเทคโนโลยีที่ทำให้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ยังคงอยู่และมีอิทธิพลต่อผู้คนแม้จะอยู่ในภาวะโลกเสมือนก็ตาม

นอกจากนี้ ในระยะนี้ก็ยังปรากฏการขยายตัวของอุตสาหกรรมความเชื่อในโลกดิจิทัลอีกหลายรูปแบบ เช่น การดูดวงแบบเรียลไทม์ การทำบุญออนไลน์ การจัดพิธีกรรมผ่านไลฟ์สด การสร้างคอนเทนต์มูเตลูในโซเชียลมีเดีย ฯลฯ ซึ่งความเคลื่อนไหวเหล่านี้ไม่เพียงแต่จะสร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการเท่านั้น แต่ยังถือเป็นการผสมผสานระหว่างความเชื่อกับเทคโนโลยีที่เสริมให้กระแสเทคโนโลยีเติบโตอย่างต่อเนื่องภายใต้บริบทสังคมในยุคดิจิทัล และทำให้การสื่อสารความเชื่อเป็นทั้งกระบวนการเยียวยาทางใจและกระบวนการทางเศรษฐกิจในเวลาเดียวกันได้อย่างที่ไม่เคยเกิดมาก่อน

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาถึงอิทธิพลของกระแสเทคโนโลยีในเชิงเศรษฐกิจในระยะนี้จึงพบว่าธุรกิจเกี่ยวกับมูเตลูมีการเติบโตที่สวนกระแสกับการหดตัวของเศรษฐกิจโดยรวม โดยเฉพาะตลาดสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อโดยตรง อย่างเครื่องรางกำไลหินมงคล และบริการดูดวงออนไลน์ ที่มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยถึงร้อยละ 15–20 ต่อปี โดยเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพฯ ซึ่งถือเป็นศูนย์กลางการบริโภควัฒนธรรมมูเตลู³²

ด้วยเหตุนี้ ทำให้อาจกล่าวได้ว่ากระแสเทคโนโลยีในสังคมไทย ช่วง พ.ศ. 2562–2565 จึงเป็นทั้งกระแสนิยมที่เกิดจากการแสวงหาความศักดิ์สิทธิ์เพื่อปลอบโยนจิตใจ อีกทั้งยังเป็นช่องทางหนึ่งในการฟื้นฟูเศรษฐกิจขนาดย่อม ทั้งในระดับบุคคลและธุรกิจ เนื่องจากความเชื่อแทบไม่ได้ลดบทบาทลงแม้ในช่วงวิกฤติ แต่กลับมีความสำคัญมาก

31. ฐานเศรษฐกิจ, ราชประสงค์ ขวนสามู สักการะ 8 องค์เทพ ผ่าน Virtual ครั้งแรกของโลก, ออนไลน์, <https://www.thansettakij.com/technology/501306> [20 ตุลาคม 2565].

32. พรณปพร จันทรฉาย ธิญญรัตน์ ศรีพัฒนโชติ และวรางคณา ประภาวศ์, “พฤติกรรมและทัศนคติ ด้านความเชื่อในการซื้อเครื่องรางประเภทกำไลหินมงคลของกลุ่มผู้หญิงในกรุงเทพมหานคร”, *วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล*, ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม–ธันวาคม 2566), 198–199.



ยิ่งขึ้น แม้ว่ากระแสบุญเตลู่ในระยะนี้จะถูกปรับให้เข้ากับโลกดิจิทัลและระบบตลาดเสรีมากขึ้นก็ตาม ทว่าความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นก็ถือเป็นปรากฏการณ์ที่สอดคล้องกับแนวคิดศาสนาในยุคหลังสมัยใหม่ที่เชื่อว่าความศรัทธาจะไม่ได้ถูกจำกัดอยู่เพียงในวัดหรือพิธีกรรมอีกต่อไป แต่จะสามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีและตลาดได้อย่างกลมกลืน³³ ส่งผลให้กระแสบุญเตลู่มีความลื่นไหลได้โดยไม่จำเป็นต้องขึ้นอยู่กับพื้นที่หรือเวลา ทั้งยังถูกทำให้เข้าถึงได้ง่าย รวดเร็ว และเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการบริโภค ที่สะท้อนถึงความยืดหยุ่นของความเชื่อในสังคมไทยเพื่อตอบสนองกับความเปลี่ยนแปลงในยุคแห่งความไม่แน่นอนอย่างแท้จริง

3.3 ระยะเปลี่ยนผ่านภายใต้บริบทสังคมยุคใหม่ (พ.ศ. 2565–2567)

ภายหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 เริ่มคลี่คลาย นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2565 เป็นต้นมา สังคมไทยก็ได้เริ่มก้าวเข้าสู่ภาวะปกติใหม่ (New Normal) ที่เต็มไปด้วยการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้งอีกครั้ง ในระยะนี้แม้เศรษฐกิจโดยรวมจะเริ่มฟื้นตัวจากวิกฤติ ทว่าก็ยังอยู่ในภาวะที่เปราะบาง สังเกตได้จากผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ในปี พ.ศ. 2566 ที่เติบโตเพียงร้อยละ 1.9 และมีการคาดการณ์ว่าจะขยับขึ้นเป็นร้อยละ 2.4 ในปี พ.ศ. 2567³⁴ แต่ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นก็ยังถือว่าต่ำกว่าความคาดหวัง สภาพการณ์ดังกล่าวย่อมสะท้อนได้ถึงความไม่มั่นคงทางโครงสร้างของเศรษฐกิจไทยที่ไม่สามารถฟื้นตัวได้อย่างที่ควร อีกทั้งยังเผยให้เห็นถึงปัญหาเรื้อรังอย่างปัญหาภาระหนี้ครัวเรือนและ

33. Pattana Kitiarsa, “Buddha Phanit: Thailand’s Prosperity Religion and Its Commodifying Tactics”, *Religious Commodification in Asia: Marketing Gods*, (Routledge: New York, 2008), 1–3.

34. Skye Ferguson, *Thailand’s Economic Recovery: Rebuilding Beyond Tourism*, Online, https://standrewseconomist.com/2024/12/16/thailands-economic-recovery-rebuilding-beyond-tourism/?utm_source=chatgpt.com [22 October 2025].

ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น³⁵

อย่างไรก็ดี แม้ในภาคการท่องเที่ยวจะมีการฟื้นตัวดีขึ้นเป็นลำดับและเริ่มกลับมาเป็นแรงขับเคลื่อนหลักของเศรษฐกิจ เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทว่าการฟื้นตัวก็ยังถือว่าช้าและไม่ทั่วถึง ส่งผลให้ความเหลื่อมล้ำทางรายได้ระหว่างภูมิภาคที่มีอยู่แล้วเพิ่มสูงขึ้น³⁶ เป็นเหตุให้รัฐบาลได้มีการออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจขนาดใหญ่ เช่น โครงการกระเป๋าเงินดิจิทัลเพื่อเพิ่มกำลังซื้อภายในประเทศ ฯลฯ³⁷ แต่ความผันผวนทางเศรษฐกิจทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอกที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องก็ยังคงเป็นแรงกดดันให้ผู้คนจำนวนมาก แรงกดดันที่เกิดขึ้นจึงกลายเป็นสิ่งที่ส่งเสริมให้ความเชื่อเข้ามาเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความมั่นใจในชีวิตอีกกระบอกหนึ่ง เพราะผู้คนจำนวนมากยังต้องเผชิญกับภาวะที่ไม่มั่นคง ทั้งจากปัญหาหนี้สิน การว่างงาน และความรู้สึกสูญเสียจากช่วงเวลาที่ผ่านมา ซึ่งทำให้ความเชื่อและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ โดยเฉพาะในรูปของมูเตลูที่มีการปรับตัวอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่เริ่มก่อตัวในสังคมไทยและผ่านวิกฤติมาพร้อมกัน สามารถแทรกซึมเข้ามามีบทบาทในวิถีชีวิตของผู้คนในยุคหลังโควิด-19 ได้แนบสนยิ่งขึ้น

ดังนั้น ลักษณะที่โดดเด่นของกระแสมูเตลูในระยะนี้จึงมีลักษณะเป็นกระแสที่เกี่ยวกับกระบวนการแปรสภาพความศักดิ์สิทธิ์และค่านิยมต่อเรื่องเหนือธรรมชาติให้กลายเป็นเรื่องปกติธรรมดา (Normalization) ที่อาจพบเจอได้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งแตกต่างจากความเข้าใจเดิมที่เรื่องเหล่านี้มักจะแยกออกจากชีวิตประจำวันอย่างชัดเจน ความทับซ้อนดังกล่าวทำให้ผู้คนสามารถแสดงความศรัทธาผ่านวัตถุสิ่งของและสัญลักษณ์ทางความเชื่อรูปแบบใหม่ได้อย่างไร้ข้อจำกัด เช่น การเกิดขึ้นของ “กระแสล่องสุม

35. Wannaphong Durongkaveroj, *Thailand's post-pandemic economic recovery still trailing behind*, Online, https://eastasiaforum.org/2024/02/09/thailands-post-pandemic-economic-recovery-still-trailing-behind/?utm_source=chatgpt.com [22 October 2025].

36. Ibid.

37. Reuters, *Thailand aims for 3.5% GDP growth in 2025, official says*, Online, https://www.reuters.com/markets/asia/thailand-aims-35-gdp-growth-2025-official-says-2025-0207/?utm_source=chatgpt.com [22 October 2025].

สายมู” และ “กระแสอาร์ตทอยเทพเจ้า” ที่เป็นกระแสนิยมจากการนำสัญลักษณ์ความศักดิ์สิทธิ์ของเทพเจ้าและสิ่งศักดิ์สิทธิ์มาผสมผสานกับรสนิยมสมัยใหม่ ความเป็นแฟชั่น และศิลปะร่วมสมัย ซึ่งถือเป็นการสร้างประสบการณ์ทางจิตวิญญาณรูปแบบใหม่และเป็นการแปรรูปความเชื่อให้กลายเป็นสินค้าเชิงสร้างสรรค์ในรูปแบบที่ไม่เคยเกิดมาก่อน อีกทั้งการเกิดขึ้นของกระแสดังกล่าวยังแสดงให้เห็นถึงกระบวนการทำให้ความศักดิ์สิทธิ์กลายเป็นสินค้าที่เข้าถึงได้และสอดคล้องกับความต้องการของตลาดความเชื่อสมัยใหม่ได้เป็นอย่างดี³⁸

ขณะเดียวกันกระแสมูเตลูในระบายนี้อาจได้สะท้อนถึงรูปแบบการมีชุดสะสมทางศาสนาแบบเลือกเองที่มีความชัดเจนมากขึ้น เพราะในระบายนี้นอกจากผู้คนจะสามารถเลือกหยิบใช้ชุดความเชื่อต่าง ๆ ที่มีอยู่อย่างดาษดื่นได้อย่างเสรีตามสถานการณ์และความต้องการส่วนบุคคลแล้วนั้น ยังพบอีกว่าผู้คนมีการปรับใช้ความเชื่อต่าง ๆ ตามรสนิยมและอัตลักษณ์ส่วนตัวได้อย่างสิ้นไหลอีกด้วย เช่น การเลือกบูชาเทพเจ้าประจำราศี การปรับสีเสื้อประจำวัน การเลือกหมายเลขมงคล การตกแต่งบ้านให้สอดคล้องกับหลักฮวงจุ้ย ฯลฯ

อนึ่ง สืบเนื่องจากสถานการณ์โควิด-19 ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่เข้ามาเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้คน โดยเฉพาะในแง่ของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วทั่วประเทศ ส่งผลให้ผู้คนรู้สึกคุ้นชินกับการดำเนินชีวิตบนโลกออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นการทำงาน การซื้อขาย หรือแม้กระทั่งการประกอบพิธีกรรมและวิถีปฏิบัติทางความเชื่อ³⁹ ซึ่งความเคยชินเช่นนี้ได้ส่งผลให้ความเชื่อสามารถเคลื่อนย้ายตนเองเข้าสู่พื้นที่ดิจิทัลและยังเป็นปัจจัยเร่งให้กระแสมูเตลูกลายเป็นวัฒนธรรมกระแสหลักในสังคมต่อไปได้อย่างมั่นคง

ทั้งนี้ ส่งผลให้ลักษณะสำคัญอีกประการหนึ่งของกระแสมูเตลูในระบายนี้นี้ตั้งอยู่

38. กนกพร โชคจรัสกุล, จาก ‘พระพิฆเนศ’ สู่ ‘กาเนซา’ อาร์ตทอย ศรัทธา ความเชื่อ หรือศิลปะ?, ออนไลน์, <https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/judprakai/1132047> [22 ตุลาคม 2568].

39. Simon Kemp, *Digital 2024: Thailand*, Online, https://datareportal.com/reports/digital-2024-thailand?utm_source=chatgpt.com [22 October 2025].

บนฐานแนวคิดในการทำให้ความเชื่อเป็นดิจิทัล (Digitalization of Faith) ซึ่งทำให้เกิดกระแสการพัฒนาให้ความเชื่อและสิ่งศักดิ์สิทธิ์มีบทบาทที่สอดคล้องกับเทคโนโลยีและรูปแบบการใช้ชีวิตใหม่ ๆ มากขึ้น โดยเฉพาะการสื่อสารผ่านคอนเทนต์มูเตลูในช่องทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เช่น ตี๊กต็อก (TikTok) เฟซบุ๊ก (Facebook) และเอกซ์ (X) ฯลฯ โดยปรากฏการณ์ดังกล่าวทำให้มูเตลูกลายเป็นพื้นที่ร่วมทางอารมณ์ของผู้คนในโลกออนไลน์ที่สามารถแบ่งปันประสบการณ์ บริक्षा หรือร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนกระแสความเชื่อต่าง ๆ ไปพร้อมกันผ่านช่องทางของตนเองได้อย่างไร้พรมแดน ตลอดจนการเข้าสู่ยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทต่อพฤติกรรมของมนุษย์ในแทบทุกมิติ ก็ส่งผลให้ความเชื่อสามารถถูกผลิต จำหน่าย และบริโภค ในระบบตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ได้อย่างแพร่หลาย รวมถึงกลายเป็นช่องทางสำคัญในการคงอยู่ของความเชื่อและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในยุคปัจจุบันอีกด้วย ยกตัวอย่างเช่น การเกิดขึ้นของแอปพลิเคชัน “a ดวง” ที่ให้บริการดูดวงออนไลน์ผ่านโทรศัพท์มือถือทำให้ผู้คนสามารถเข้าถึงคำทำนายได้ตลอดเวลา หรือการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการดูดวง ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในช่วงหนึ่ง นอกจากนี้ แพลตฟอร์มเดลิเวอรีชื่อดัง อย่าง “Line Man Wongnai” ก็ยังได้ออกมาเปิดเผยอีกว่ายอดคำสั่งซื้อของไหว้พระและเทพเจ้าบนแพลตฟอร์มของตน มีอัตราเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 63 ในปี พ.ศ. 2566 โดยมีคำสั่งซื้อรวมกว่าหกแสนรายการ ซึ่งสะท้อนถึงการแทรกซึมของกระแสมูเตลูในพื้นที่ออนไลน์และเศรษฐกิจแพลตฟอร์มอย่างชัดเจน⁴⁰

ในทำนองเดียวกัน การเกิดขึ้นของฟังก์ชันใหม่ในแอปพลิเคชันไลน์ อย่าง “LINE Horo Services” ก็เป็นอีกหนึ่งกรณีศึกษาที่ได้มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเสนอขายความเชื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยฟังก์ชันดังกล่าวจะทำหน้าที่เป็นพื้นที่ให้ผู้ใช้งานสามารถบริโภคความเชื่อได้อย่างครบวงจร ไม่ว่าจะเป็นการทำบุญขอพร หรือดูดวงจากพระเกจิอาจารย์ ก็สามารถทำได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องเดินทาง

40. LINE MAN Services, *เทรนด์มูเตลูปี 2023 มาแรงสุดขีด LINE MAN เผยยอดเดลิเวอรี ของไหว้พระ-เทพพุงทะลุ 660,000 ชิ้น พร้อมเปิดสถิติที่สดแห่งปีทุกบริการ*, ออนไลน์, https://lmwn.com/other-fun-facts-2023/?utm_source=chatgpt.com [22 ตุลาคม 2568].



ไปยังสถานที่จริง⁴¹ ขณะที่แพลตฟอร์มชื่อดัง อย่าง “Mootae World” ซึ่งเริ่มต้นธุรกิจจากการให้บริการรับฝากไห้วศาลเจ้า ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ก็ได้ขยายตัวสู่การเป็นธุรกิจที่ค้าขายความเชื่ออย่างครบวงจรเช่นกัน โดยมีความโดดเด่นอยู่กับการจำหน่ายวอลเปเปอร์เสริมดวง การดูดวงออนไลน์ และการผลิตสินค้าเชิงศรัทธา เช่น การ์ดเสริมดวง นะหน้าทองแบบ DIY ฯลฯ อย่างไรก็ดี ความเคลื่อนไหวเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงพลังของความเชื่อในฐานะตัวแสดงหนึ่งที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างน่าสนใจ⁴²

จากบริบทดังกล่าวกระแสมูเตลูในระยะนี้จึงไม่ได้อยู่ในขอบข่ายของการเป็นความเชื่อและความศรัทธาเพื่อสร้างเสริมพลังทางจิตวิญญาณเพียงมิติเดียวอีกต่อไป หากแต่ได้แปรสภาพเป็นกลไกสำคัญแขนงหนึ่งในระบบเศรษฐกิจบนฐานความศรัทธา (Faith-based Economy) ที่มีมูลค่าสูงและเชื่อมโยงกับระบบการตลาดร่วมสมัย ซึ่งความเชื่อได้ถูกปรับให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภครุ่นใหม่ จนเกิดเป็นกลยุทธ์การตลาดสายมูเตลู (Faith-based Marketing) ที่มีจุดเด่นจากการใช้เรื่องเล่าเกี่ยวกับความเชื่อ สัญลักษณ์ทางความเชื่อ และพิธีกรรม ในการเชื่อมโยงผู้บริโภคกับภาพลักษณ์ธุรกิจ สินค้า และบริการ⁴³

ดังนั้น กระแสมูเตลูที่เกิดขึ้นในระยะหลังสถานการณ์โรคโควิด 19 จนกระทั่งถึงปัจจุบัน จึงเป็นผลผลิตของสภาพทางสังคมที่ผสมระหว่างความกลัว ความหวัง และความต้องการควบคุมชีวิตในสังคมที่ไม่มั่นคงหลังภาวะวิกฤติ ทำให้ความเชื่อไม่ได้เป็นเพียงเครื่องปลอบประโลมจิตใจ หากยังเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่ผู้คนสามารถ

41. Droidsans, วิธีทำบุญตักบาตรออนไลน์ ผ่าน LINE ดูดวง เอาใจสายมู เสริมดวง แก้นัดดวง ขอพรองค์เทพ พระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์ทั่วประเทศ, ออนไลน์, <https://droidsans.com/line-service-feature-for-thai-people/> [22 ตุลาคม 2568].

42. Mootaeworld, ทำไม่ต้องมูเตลูเวิร์ล มูเตลู SAY HI, ออนไลน์, <https://landing.mootaeworld.com/corporate> [22 ตุลาคม 2568].

43. Patpicha Tanakasempipat, COVID to crypto-amulets: young Thais seek fortune-telling upgrades, Online, https://www.reuters.com/world/asia-pacific/covid-crypto-amulets-young-thais-seek-fortune-telling-upgrades-2022-04-15/?utm_source=chatgpt.com [22 October 2025].

นำมาใช้จัดการกับความเปลี่ยนแปลงในโลกสมัยใหม่ได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังทำให้ความเชื่อและสิ่งศักดิ์สิทธิ์กลายเป็นสิ่งปกติธรรมดาที่จับต้องได้ผ่านสื่อ เทคโนโลยี และการตลาดอีกด้วย

ด้วยเหตุนี้ จึงอาจกล่าวได้ว่ากระแสมูเตลู ในช่วง พ.ศ. 2565–2567 คือภาพสะท้อนของการหลอมรวมปรากฏการณ์ทางสังคมที่สำคัญถึง 3 มิติ คือเศรษฐกิจดิจิทัล วัฒนธรรมร่วมสมัย และกลไกการจัดการทางสังคม ซึ่งไม่เพียงบ่งชี้ว่ากระแสมูเตลูเป็นพลวัตทางความเชื่อที่ยืดหยุ่นที่สังคมไทยใช้ในการปรับปรุงความเชื่อให้กลายเป็นกลไกเยียวยาทางใจที่ผู้คนนำมาใช้รับมือกับความไม่แน่นอน เพื่อพิสูจน์ว่าความเชื่ออาจไม่ได้เสื่อมถอยในโลกสมัยใหม่ หากแต่ดำรงอยู่ในรูปร่างใหม่เท่านั้น อีกทั้งกระแสมูเตลูยังมีศักยภาพในมิติอื่นอีกมากมาย โดยเฉพาะในมิติทางเศรษฐกิจ ซึ่งถือโอกาสทางเศรษฐกิจที่ทรงพลังและสร้างมูลค่าในตลาดได้อย่างมหาศาล

4. บทสังเคราะห์กระแสมูเตลูในสังคมไทย

เมื่อพิจารณาพัฒนาการและอิทธิพลของกระแสมูเตลูในสังคมไทยช่วง พ.ศ. 2558–2567 จะพบว่ากระแสดังกล่าวมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องตามบริบทสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกระแสทั้ง 3 ช่วง จะเห็นได้ว่าแม้รูปแบบความเชื่อภายใต้กระแสดังกล่าวจะเปลี่ยนแปลงไปแต่ละยุคสมัย แต่แก่นสำคัญยังคงเหมือนกันคือการเป็นกลไกเยียวยาทางใจที่ช่วยให้ผู้คนจัดการกับความไม่แน่นอนในชีวิต โดยความแตกต่างสำคัญอยู่ที่ระดับของการเชื่อมโยงกับระบบสื่อ เทคโนโลยี และตลาด กล่าวคือระยะแรกเป็นช่วงการก่อตัวและเผยแพร่กระแส ระยะต่อมาเป็นช่วงการขยายตัวอย่างเข้มข้นจากภาวะวิกฤติ และระยะล่าสุดเป็นช่วงที่ความเชื่อถูกทำให้เป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจและวัฒนธรรมร่วมสมัยอย่างเต็มรูปแบบ

ดังนั้น กระแสมูเตลูจึงสะท้อนถึงการปรับตัวของความเชื่อในสังคมไทยที่สามารถเปลี่ยนผ่านจากการเป็นความเชื่อทางจิตวิญญาณเพียงมิติเดียวไปสู่การเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่ผู้คนสามารถนำมาใช้จัดการกับความเปลี่ยนแปลงในโลกสมัยใหม่ และเป็นแหล่งทรัพยากรที่สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างหนึ่งของไทย ทำให้มูเตลูมีศักยภาพในการขับเคลื่อนทั้งเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของประเทศได้อย่างยั่งยืน



5. องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้พยายามที่จะนำเสนอองค์ความรู้ใหม่ในการทำความเข้าใจต่อ กระแสมูเตลูในฐานะปรากฏการณ์ทางความเชื่อร่วมสมัยในสังคมไทยปัจจุบัน โดย มุ่งเน้นอธิบายพัฒนาการและอิทธิพลของกระแสมูเตลูที่มีต่อสังคมไทยด้วยมุมมอง ที่หลากหลาย เพื่อชี้ให้เห็นว่ากระแสมูเตลูในสังคมไทยไม่ได้เป็นเพียงกระแสนิยมต่อ ความเชื่อและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในเชิงสัญลักษณ์เท่านั้น ทว่าความเคลื่อนไหวของกระแส ดังกล่าวยังสะท้อนถึงความสัมพันธ์ที่แนบแน่นระหว่างความเชื่อ เทคโนโลยี ทุนนิยม เสรี และสภาพสังคมสมัยใหม่ ซึ่งนอกจากจะเชื่อมโยงกันอย่างซับซ้อนแล้วนั้น ยัง มีการพัฒนาไปพร้อม ๆ กันอย่างสอดประสานอีกด้วย ดังนั้น กระแสมูเตลูจึงเป็น ข้อพิสูจน์ในเชิงประจักษ์ว่าความเชื่อหรือความศักดิ์สิทธิ์อาจไม่ได้เสื่อมถอยลงและ หายไปตามการเติบโตของโลกสมัยใหม่ หากแต่ยังคงดำรงอยู่ในสังคมได้อย่างมั่นคง และเปิดเผย แม้ว่าจะถูกปรับโครงสร้างให้อยู่ในรูปร่างและสถานะอย่างใหม่ที่ความ ศักดิ์สิทธิ์ไม่ได้ผูกติดอยู่กับสถานที่หรือเวลาอีกต่อไปก็ตาม กระแสมูเตลูจึงเป็นภาพ แทนการเกิดใหม่ของความเชื่อที่ทันสมัยและตอบสนองต่อสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงได้ ตลอดเวลาและทำให้ความเชื่อและสิ่งศักดิ์สิทธิ์สามารถดำรงอยู่ต่อไปในสังคมทุนนิยม ยุคดิจิทัลได้อย่างทรงพลัง

นอกจากนี้ ผลจากการศึกษายังสะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนผ่านของความเชื่อ ในสังคมไทย ซึ่งแต่เดิมมีบทบาทสำคัญในการเยียวยาความไม่มั่นคงทางจิตใจของผู้คน ในภาวะวิกฤติไปสู่การเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนฐานความศรัทธา ที่ผสานความเชื่อกับเทคโนโลยี การตลาด และอัตลักษณ์ของผู้บริโภคยุคใหม่ได้เป็น อย่างดี ทำให้กระแสมูเตลูมีสถานะเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของ ประเทศ ทำให้ผู้คนสามารถนำความเชื่อมาใช้ต่อรองกับความผันผวนในโลกยุคใหม่ รวมถึงเข้ามาเพิ่มความสามารถในการเปลี่ยนความเชื่อให้มีคุณค่าทางเศรษฐกิจที่มี มูลค่าสูง ทำให้กระแสมูเตลูอาจกลายเป็นตัวแปรสำคัญในระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่มีศักยภาพของไทยในอนาคต

ท้ายที่สุด ผู้ศึกษาหวังว่าการศึกษาค้นคว้านี้จะสามารถจุดประเด็นในการประยุกต์ มุมมองที่หลากหลายเพื่อทำความเข้าใจการดำรงอยู่ของความเชื่อภายใต้สภาพสังคม

ที่เปลี่ยนผ่าน รวมถึงช่วยเปิดพื้นที่ให้การศึกษาความเชื่อในอนาคตไม่จำกัดอยู่เพียงแต่ในกรอบของศาสนวิทยา แต่ขยายไปสู่การทำความเข้าใจความเชื่อในฐานะพลังทางสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจของโลกยุคใหม่ เพื่อให้การศึกษาวិเคราะห์ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์ความเชื่อร่วมสมัยในสังคมไทยมีองค์ความรู้ที่รอบด้านมากยิ่งขึ้น

6. บทสรุป

การศึกษาพัฒนาการและอิทธิพลของกระแสนุเตลูในสังคมไทย ช่วง พ.ศ. 2558–2567 เผยให้เห็นว่ากระแสนุเตลูในแต่ละยุคสมัยเป็นเสมือนภาพสะท้อนของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมที่มีความเชื่อมโยงกับพัฒนาการของกระแสความเชื่อและศาสนาในสังคมไทยอย่างลึกซึ้ง โดยภาพสะท้อนดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความสามารถของความเชื่อในการปรับตัวให้สอดคล้องกับบริบททางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ตลอดจนเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง ทำให้อาจกล่าวได้ว่ากระแสนุเตลูในอนาคตมีแนวโน้มที่จะพัฒนาไปในทิศทางที่เชื่อมโยงกับสังคมดิจิทัล และเศรษฐกิจร่วมสมัยมากยิ่งขึ้น ทั้งในรูปแบบของการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ การพัฒนาเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารความเชื่อ และการนำสัญลักษณ์ทางความเชื่อมาสร้างมูลค่าเพิ่มในรูปของสินค้า บริการ และกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่าง ๆ ทำให้ความเชื่อมีบทบาทในฐานะทุนทางวัฒนธรรมที่ปรับตัวและดำรงอยู่ในสังคมไทยได้อย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ดี การขยายตัวของกระแสนุเตลูในฐานะปรากฏการณ์ทางสังคมร่วมสมัยยังเป็นประเด็นสำคัญสำหรับการศึกษาต่อยอดในอนาคตในอีกหลายแง่มุม โดยเฉพาะในแง่มุมที่เกี่ยวข้องกับทุนทางวัฒนธรรมจากความเชื่อ ความเหมาะสมในการนำความเชื่อมาใช้ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ ตลอดจนการศึกษาประเด็นด้านผลกระทบของกระแสนุเตลูในด้านต่าง ๆ การศึกษาประเด็นเหล่านี้เพิ่มเติมจะช่วยให้ทำความเข้าใจกระแสนุเตลูในฐานะปรากฏการณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีความสำคัญต่อสังคมไทยได้ดียิ่งขึ้นในอนาคต



รายการอ้างอิง

- กนกพร โชคจรัสกุล. จาก ‘พระพิฆเนศ’ สู่ ‘กาเนชา’ อาร์ตทอย ศรัทธา ความเชื่อ หรือศิลปะ?. ออนไลน์. <https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/judprakai/1132047> [22 ตุลาคม 2568].
- คณะนักศึกษาวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล สาขาการตลาด รุ่น 22A. “Marketing in the Uncertain World การตลาดของคนอยู่เป็น”. รายงานวิจัย. วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2565.
- จักรพันธ์ ชัดชุมแสง. “Commodification”. 100 แนวคิด มานุษยวิทยาร่วมสมัย. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน), 2567.
- ฐานเศรษฐกิจ. ราชประสงค์ ขวนสายมู สักการะ 8 องค์เทพ ผ่าน Virtual ครั้งแรกของโลก. ออนไลน์. <https://www.thansettakij.com/technology/501306> [20 ตุลาคม 2565].
- นฤพนธ์ ดั่งวิเศษ. มูเตลู: มานุษยวิทยาของเครื่องรางของขลังและโชคลาภ (Mutelu: Anthropology of Fortune and Fetishism). ออนไลน์. <https://sac.or.th/portal/th/article/detail/328> [11 ตุลาคม 2568].
- พรรณปพร จันทร์ฉาย, ธัญญรัตน์ ศรีพัฒนโชติ และ วรางคณา ประภาวงศ์. “พฤติกรรมและทัศนคติด้านความเชื่อในการเข้าซื้อเครื่องรางประเภทกำไลหินมงคลของกลุ่มผู้หญิงในกรุงเทพมหานคร”. วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล. ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม–ธันวาคม 2566). 196–204.
- บุณณทรีย์ เจียวิริยบุญญา. “หมอดูต็อกแตก จาก ‘กระเทยอีสาน’ สู่ ‘หมอดูเงินล้าน’: ประสบการณ์ชีวิตของหมอดูหญิงข้ามเพศในชุมชนกะเทยไทยปัจจุบัน”. ร่างทรงเกย์ หมอดูกะเทย สบงหลากหลาย: ความหลากหลายทางเพศในศาสนาและพิธีกรรม. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน), 2567.
- ปริญทร์ นาคสิงห์. ท้าวเวสสุวรรณ: วัตถุในอุตสาหกรรมความเชื่อ. ออนไลน์. <https://www.sac.or.th/portal/th/article/detail/407> [20 ตุลาคม 2565].

- ประกิตติ สัตตสวด. “มานุษยวิทยาศาสนา”. *มานุษยวิทยาที่ปรากฏ: 40 มโนทัศน์ร่วมสมัย*. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน), 2567.
- วรุตม์ พงศ์พิพัฒน์. *คมกฤช อยู่เด็กเค่ง: ความไม่มั่นคงทางสังคมและเศรษฐกิจทำให้การมูฯ เพื่อฟูในไทย จนเป็นฮับใหญ่เรื่องของขลัง*. ออนไลน์. <https://brandinside.asia/thiland-hub-of-superstition> [18 ตุลาคม 2568].
- วิภา จิรภาไพศาล. *ทำไมยุคหนึ่ง ‘จตุคามรามเทพ’ เครื่องรางของขลัง ถึงมีมูลค่านับหมื่นล้าน?*. ออนไลน์. https://www.silpa-mag.com/culture/article_100912 [18 ตุลาคม 2568].
- ศรัณย์ธิชัย อ่องสกุล. *‘สินค้าสายมู’ ไอเท็มสนองความรู้สึก เมื่อความต้องการของมนุษย์ไม่มีที่สิ้นสุด*. ออนไลน์. <https://www.themodernist.in.th/mutelu-line-products-items-that-satisfy-feelings> [18 ตุลาคม 2568].
- ศุภจิรา ศรีมีธรรม และรัตนวดี เศรษฐจิตร. “กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดด้วยความเชื่อมูเตลูในยุคดิจิทัล”. *วารสารนวัตกรรมการสื่อและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ปีที่ 2 ฉบับที่ 1 (มกราคม–มิถุนายน 2566)*. 41–59.
- สุรพศ ทวีศักดิ์. “วัตถุมงคลกับทุนนิยมแบบวัฒนธรรมในสังคมไทย”. *ศรัทธากับตลาด*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2563.
- อริวัฒน์ อุตัน. *Welcome to MuTown ‘มูเตลู’ ที่พึ่งทางใจในวันที่โลกไม่มีอะไรแน่นอน*. ออนไลน์. <https://urbancreature.co/welcome-to-mutown-overview> [12 ตุลาคม 2568].
- อภิรักษ์ณ เกษมผลกุล และสินีกันต์ แก้วกัณหา. “รูปแบบและบทบาทความเชื่อในสถานการณ์ไวรัสโคโรนา: การศึกษาความเป็นพหุวัฒนธรรมในสังคมไทย”. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*. ปีที่ 28 ฉบับที่ 3 (กันยายน–ธันวาคม 2563). 260–286.
- อารตี อุตฺตรคร. *ลัทธิพิธีพระพิฆเนศในเชียงใหม่: ความศักดิ์สิทธิ์ ผัสสะ และสื่อสังคม*. ออนไลน์. เชียงใหม่: ศูนย์อินเดียศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2565.
- อินทรัชย์ พาณิชกุล. *ตุ๊กตาลูกเทพ นวัตกรรมใหม่ทางไสยศาสตร์*. ออนไลน์. <https://www.posttoday.com/politics/412183> [20 ตุลาคม 2568].



- Droidsans. วิธีทำบุญตักบาตรออนไลน์ผ่าน LINE ดูดวง เอาใจสายมู เสริมดวง แก้นัดตั้ง ขอพรองค์เทพ พระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์ทั่วประเทศ. ออนไลน์. <https://droidsans.com/line-service-feature-for-thai-people/> [22 ตุลาคม 2568].
- Justin T. McDaniel. “The Agency between Images: The Relationships among Ghosts, Corpses, Monks, and Deities at a Buddhist Monastery in Thailand”. *Material Religion*. Vol. 7 No. 2 (2011). 242–267.
- LINE MAN Services. เทรนด์มูเตลูปี 2023 มาแรงสุดขีด LINE MAN เผยยอดเดลิเวอรี่ของไหว้พระ-เทพพวงหรีด 660,000 ชิ้น พร้อมเปิดสถิติที่สุดแห่งปีทุกบริการ. ออนไลน์. https://lmwn.com/other-fun-facts-2023/?utm_source=chatgpt.com [22 ตุลาคม 2568].
- Mootaeworld. ทำไมต้องมูเตลูเวิร์ล มูเต SAY HI. ออนไลน์. <https://landing.mootaeworld.com/corporate> [22 ตุลาคม 2568].
- Patpicha Tanakasempipat. *COVID to crypto-amulets: young Thais seek fortune-telling upgrades*. ออนไลน์. https://www.reuters.com/world/asia-pacific/covid-crypto-amulets-young-thais-seek-fortune-telling-upgrades-2022-04-15/?utm_source=chatgpt.com [22 October 2025].
- Pattana Kitiarsa. “Buddha Phanit: Thailand’s Prosperity Religion and Its Commodifying Tactics”. *Religious Commodification in Asia: Marketing Gods*. New York: Routledge, 2008.
- Peter A. Jackson. *เทว มนตรา คาถา เกจิ: ไสยศาสตร์สมัยใหม่กับทุน (ไทย) นิยม. แปลโดย วีรารรรณ นฤปิติ. กรุงเทพฯ: มติชน, 2566.*
- Piangchon Rasdusdee. “Hope in your hand: Constructing ‘sanctity’ through a multimodal case study of modern amulets as coping and resilience tactics among young Thais during the COVID-19 pandemic”. *Journal of Language and Culture*. Vol. 43 No. 1 (2024). 154–193.
- PPTV Online. ‘จตุคามรามเทพ’ ถึง ‘ไอ้ไข่วัดเจดีย์’ ผู้รักษาเศรษฐกิจเมืองนคร?. ออนไลน์. <https://shorturl.asia/zrG1W> [20 ตุลาคม 2568]



- Reuters. *Thailand aims for 3.5% GDP growth in 2025, official says*. ออนไลน์. <https://www.reuters.com/markets/asia/thailand-aims-35-gdp-growth-2025-official-says-2025-02-07> [22 October 2025].
- Simon Kemp. *Digital 2024: Thailand*. ออนไลน์. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-thailand> [22 October 2025].
- Skye Ferguson. *Thailand's Economic Recovery: Rebuilding Beyond Tourism*. ออนไลน์. <https://standrewseconomist.com/2024/12/16/thailands-economic-recovery-rebuilding-beyond-tourism> [22 October 2025].
- TVPOOL Online. 'Mu Wall' วอลเปเปอร์ทำนยมนงคลยอดฮิต ที่เหล่าเซเลบ ดารา บูชาติดมือถือทั่ววงการ. ออนไลน์. <https://www.tvpoolonline.com/content/1986148> [20 ตุลาคม 2565].
- Wannaphong Durongkaveroj. *Thailand's post-pandemic economic recovery still trailing behind*. ออนไลน์. https://easiaforum.org/2024/02/09/thailands-post-pandemic-economic-recovery-still-trailing-behind/?utm_source=chatgpt.com [22 October 2025].