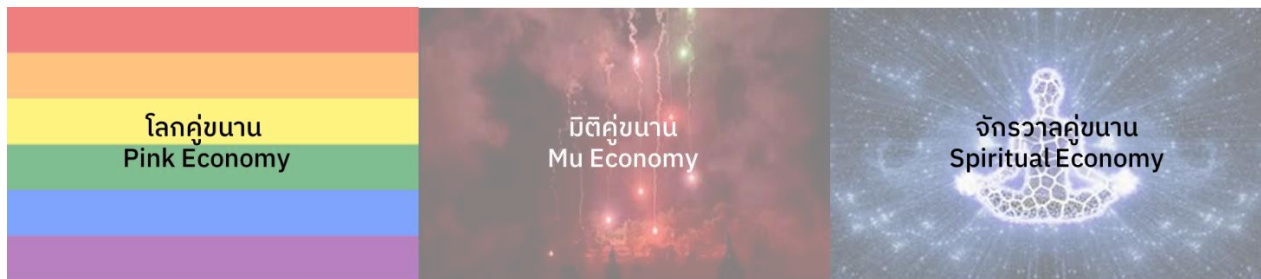


# โมเดลธุรกิจจากโลกคู่ขนาน, มิติคู่ขนาน และจักรวาลคู่ขนาน โมเดลธุรกิจที่ไทยจะทำได้ดี และทำได้ทันที

"ประเทศไทยไม่ได้มีความสามารถในการค้นคว้าและผลิตสินค้าด้านเทคโนโลยีขั้นสูง ในขีดความสามารถที่ "เรา" จะเป็นผู้นำของโลกได้ อย่างน้อยก็ในช่วงชีวิตของผู้เขียน แต่ "เรา" ดันทุรังที่จะใช้โมเดลซิลิคอนวัลเลย์ที่ "เรา" จะไม่มีทางไปได้ถึง "เรา" จึงควรเพิ่มมุมมองในการสร้างโมเดลธุรกิจจากสิ่งที่เราซ้ำของ เขียวชาญ และเป็นผู้นำของโลกได้ และจะสามารถมองเห็นได้ในอนาคตอันใกล้ โดยใช้โมเดลธุรกิจจากโลกคู่ขนาน มิติคู่ขนาน และจักรวาลคู่ขนาน เป็นแหล่งพลังงานที่ "เรา" สร้างเองได้ จากวัฒนธรรมและสังคมที่เปิดกว้างของเรา เป็นทรัพยากรที่เรามีอย่างไม่จำกัด ผลักดันเครื่องยนต์ในทางเศรษฐกิจของเรา ด้วยพลังพิเศษที่มีเฉพาะในประเทศไทย" – พี่แวนหน้าดำดี P3Y Academy และ MonsoonSIM Thailand

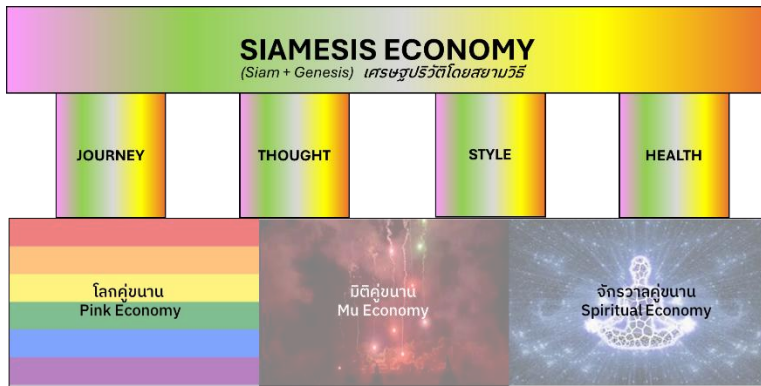


รูป 1 ภาพแสดงถึงโมเดลธุรกิจที่ไทยจะทำได้ และทำได้ทันที 3 กลุ่ม โดย กลุ่มแรกคือ โมเดลธุรกิจจากโลกคู่ขนาน คือ กลุ่ม LGBTQ+ ที่ร่วมในสังคมไทยมาช้านาน เป็นที่ยอมรับในทางกฎหมายเมื่อปี 2024 แต่ยังเป็น "โลกคู่ขนาน" ในสังคมวัฒนธรรมการทำงานและการใช้ชีวิตสามัญแบบไทย กลุ่มที่สอง คือ โมเดลธุรกิจจากมิติคู่ขนาน เรื่องของธุรกิจบนความเชื่อ ทั้งสายดำสายขาว ทั้งสายเทพอินดู เทพไทย เทพจีน นิทานปรัมปรา ตัวแทนความศักดิ์สิทธิ์พื้นถิ่น ตัวแทนความศักดิ์สิทธิ์จากตำนานและพิธีกรรม เรียกว่า เศรษฐกิจสายมู และ กลุ่มที่สาม คือ โมเดลธุรกิจจากจักรวาลคู่ขนาน ที่เรียกว่า Spiritual Economy ที่กำลังเติบโตทั่วโลกและในประเทศไทยเอง เช่น การฝึกจิต ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของญาณสมาธิ ในศาสนาต่าง ๆ การเชื่อมโยงกับพลังธรรมชาติ เช่น การ manifestation เป็นต้น ซึ่งทั้งสามกลุ่มนี้ เป็นกลุ่มที่ผู้เขียนเชื่อว่าไทยมีศักยภาพ ทรัพยากร ฐานทางวัฒนธรรม มลสารต่าง ๆ ที่จะเป็นแรงผลักดันธุรกิจ ที่เราเป็นผู้นำระดับโลกไม่ได้ยาก แตกต่างจากความพยายามเป็น ดิทรอยซ์แห่งเอเชีย เสื้อตัวที่ห้า และซิลิคอนวัลเลย์ ที่เราเอาแต่ลอกเลียนแนวทางที่เราไม่มีรากฐานและทรัพยากรเพียงพอ

บทความนี้มาจากความประสงค์ที่จะเขียนบทสรุป (แบบทุกหักเอา) ของผู้เขียนที่มาจากหัวข้อ Peach Economy โดย ดร.พันธุอาจ ชัยรัตน์ และคิดว่าน่าจะเพิ่มมุมมองในโมเดลธุรกิจแบบใหม่ที่ประเทศไทยมีความสามารถและทำได้เพิ่มลงไปจาก Peach Economy ซึ่งก็หวังว่าจะไม่เกินไปเลยออกไปจากเนื้อหาตั้งแต่ที่ตีพิมพ์ไปแล้ว โดยใช้ metaphor เกี่ยวกับ โลกคู่ขนาน มิติคู่ขนาน และจักรวาลคู่ขนานมาเป็นการวางโครงเรื่อง

โลกคู่ขนาน มิติคู่ขนาน เป็นคำเปรียบเปรย ในที่นี้คือ "โลกคู่ขนานกับโลกที่เราอาศัยอยู่" ซึ่งสะท้อนวิธีคิดของวัฒนธรรมไทย ที่รู้ว่า "โลกนี้มีอยู่" และ "ไม่ได้ยอมรับ" ซึ่งหมายถึงการมีอยู่ของสังคมของความหลากหลายทางเพศ (ซึ่งมีความหลากหลายจนไม่อาจเข้าใจได้) จากจากการสำรวจของ UNDP ในปี 2019 พบว่า **69%** ของคนไทยที่ไม่ใช่ LGBTQ+ มีทัศนคติเชิงบวก และเปิดรับต่อกลุ่มความหลากหลายทางเพศสภาพติดอันดับโลก แต่ทว่าก็ยังมีอีกหนึ่งในสามที่ยังคงไม่เปิดรับ และกลุ่มเหล่านี้นิยมที่จะไม่พูดให้ชัดเจนในการยอมรับสถานภาพ การมีอยู่ การชมเชยหรือมอบโอกาสให้กลุ่มคน LGBTQ+ และหลีกเลี่ยงการชื่นชมในเรื่องที่โลกคู่ขนานทำดี เน้นการวิพากษ์เมื่อ คน LGBTQ+ ที่ใช้ชีวิตบนโลกคู่ขนานของสังคมทำสิ่งที่ขัดกับวัฒนธรรม ความคิด ที่เป็นพื้นฐานของสังคมเดิม การให้คุณค่าในความเท่าเทียมกัน ท่านสามารถอ่าน Source เพิ่มเติมเรื่อง **"ทนรับแต่ไม่ยอมรับ" ใต้ที่ <https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2021-09/UNDP-TH-LGBT-Tolerance-but-not-Inclusion-THA-2021.pdf>** ผู้เขียนจึงเรียกแทนโมเดล Peach Economy โดยเรียกว่าโมเดลที่มาจาก "โลกคู่ขนาน" และความรู้สึกในการรู้ถึงการมีอยู่ แต่ไม่ได้เปิดกว้างก็มีกระจายอยู่ทั่วโลก และทำให้คน LGBTQ+ เป็นเป้าหมายทางธุรกิจที่น่าสนใจ และมีอำนาจการซื้อที่น่าตกตะลึง

ทั้งนี้โมเดลธุรกิจ Pink Economy ที่มารวมกับความสร้างสรรค์ Orange Economy น่าจะทำให้ ผู้ที่มองโลกในแง่ร้ายว่าโมเดลธุรกิจกับคนที่มีความหลากหลายทางเพศนั้นจะเป็นสีเทา ซึ่งไม่ได้แปลลกะอะไรสำหรับความโน้มเอียง แต่ผู้อ่านที่โดดไปยังบทสรุปเชิงลบต้องไม่ลืมว่า โมเดลธุรกิจสีเทาก็เกิดขึ้นกับกลุ่มเพศที่เรียกว่า "มาตรฐาน" ก็ไม่ได้เป็นโมเดลที่น่ารักหรือมีศีลธรรมพอ ๆ กัน และธุรกิจที่สีเทาด้านเพศก็เป็นของคู่โลกใบนี้มายาวนาน



ส่วน “มิติคู่ขนาน” และ “จักรวาลคู่ขนาน” คือ อีกมิติ และจักรวาลที่ขนานกับโลกที่เราอาศัย และใช้ชีวิตอยู่ จับต้องไม่ได้ และคนส่วนใหญ่ยอมรับในการมีอยู่ของมิติ และจักรวาลคู่ขนานที่ “จับต้องไม่ได้” สันหนึ่งมาจากเป็นรากฐาน และวัฒนธรรมของไทยและอาเซียน ไปจนถึงเอเชีย แอฟริกา อเมริกาใต้ และมุมต่างๆ ของโลก (ซึ่งก็คือ Target Market ของโมเดลธุรกิจนี้) โดยมิติคู่ขนาน คือ ตัวแทนของโมเดล เศรษฐกิจสายมู บนความเชื่อต่างๆ ที่คนไทย “รับเอา

ทุกความเชื่อ” และ “เลือกเชื่ออย่างหลากหลาย” ทั้งในศาสนา (พุทธ คริสต์ อิสลาม เต๋า ซินโต ฯลฯ) และลัทธินอกศาสนา ทั้งในวัฒนธรรมไทย ที่เป็นพหุวัฒนธรรมจีนผสมอินเดีย อินเดียและจีนผสมมลายู และนานาชาติผสมไทย และคู่ผสมจากวัฒนธรรมและความเชื่ออื่นๆ อันไกลจากดินแดนของเรา กลุ่มนี้เป็นตลาดของ Boomer, เจนเอ็กซ์ และ เจนวาย ซึ่งคนไทย มีความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้ หรืออย่างน้อยไม่เชื่อก็ไม่ลบหลู่

จักรวาลคู่ขนาน เป็นกลุ่มของความเชื่อในเวอร์ชันล่าสุด เป็นกลุ่มที่ให้ความสนใจใน Spiritual; จิตวิญญาณ คุณค่าภายในจิตใจ จิตสำนึก การให้และการแบ่งปัน การทำงานเพื่อเป้าหมายที่สูงส่ง โดยเกี่ยวข้องกับเรื่องของพลังจากต่างจักรวาล เรื่องของการเดินทางข้ามจักรวาลคู่ขนาน การเดินทางข้ามกาลเวลา การฝึกจิต การเข้าสมาธิเพื่อเป็นเครื่องมือในการเดินทาง การเชื่อมโยงกับมิติอื่นๆ โดยใช้จักระ, Manifestation หรือรวมไปถึงศาสตร์อย่าง QMDJ ของจีน รวมไปถึงข้อความจากต่างดาว being, Matrix และปัญญาประดิษฐ์ ฯลฯ ผ่านวิธีการที่หลากหลาย ซึ่งรวมเรียกว่า Metaphysics บ้างเรียก Quantum Physics ฯลฯ ซึ่งส่วนใหญ่ของ Spiritual Economy นั้น มีรากฐานจาก ศาสนาปรัชญา การทำสมาธิในรูปแบบต่าง ๆ ที่มีฐานจากวัฒนธรรม อาจตีความว่าส่วนหนึ่งเป็นการต่อยอดจาก Mu Economy ก็ได้

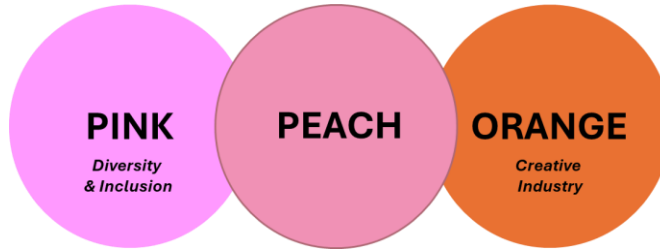
ด้วยเหตุผลเหล่านี้จึงเป็นที่มา “ความมะโน” ของผู้เขียนในการชี้ชวนให้ประเทศไทยควาโอกาสจากโมเดลนี้ เพราะเห็นว่า “จะทำได้ดี” และ “ทำได้ทันที” โดยเชื่อมโยงโมเดลธุรกิจทั้งสาม ผ่านกิจกรรมที่คนไทยถนัด วัฒนธรรมที่เราคุ้นเคย ความหลากหลาย และความสร้างสรรค์ของคนไทย เบ้าหลอมทางวัฒนธรรมและความเชื่อที่มาจากหลายแหล่งพร้อมเปิดรับ และพัฒนาต่อยอดซึ่งคนไทยเป็นเอกอุทางด้านนี้ โดยยังขออาศัยโมเดลธุรกิจแกนทั้งสิ้นที่ได้รับฟังจาก ดร.พันธุ์อาจ ชัยรัตน์ ได้แก่ Journey, Thought, Style และ Health มาต่อยอด เพราะคงไม่สามารถสรุปได้ดีเท่า ดร.พันธุ์อาจ ชัยรัตน์ ในบริบทที่เป็น Technology (Trust Tech) และ Non Tech (หรือ Touch ใจ) แต่เพิ่มจาก Peach Economy โดยเพิ่มทางเลือก คือ Mu Economy และ Spiritual Economy เข้าไปด้วย ทั้งนี้ผู้เขียนไม่ใช่นักวิชาการ แต่เป็นนักจินตนาการ และไม่ได้เขียนบทความนี้ในฐานะงานวิชาการ ไม่สามารถใช้ในการอ้างอิงได้

ที่แวนหน้าตาดี; P3Y Academy และ MonsoonSIM Thailand

## โมเดลเศรษฐกิจที่ 1: โมเดลธุรกิจจากโลกคู่ขนาน Pink Economy

โมเดลเศรษฐกิจนี้เพื่อให้ท่านผู้อ่านได้นำและเนื้อ จึงนำเอาข้อมูลและการบรรยายของ ดร.พันธุ์อาจ ชัยรัตน์ มาเรียบเรียงให้ฟัง ทว่าจะได้เนื้อหาสาระที่สมบูรณ์หากได้รับฟังจากต้นฉบับจริงๆ

เมื่อวันที่ 27 กันยายน 2569 ที่ผ่านมา ได้มีโอกาสฟังการบรรยายในหัวข้อ PEACH Economy โดย ดร. พันธุ์อาจ ชัยรัตน์ ที่จัดโดย Club Tiger Community for Leader ของคุณสุวรรณชัย โลหะวัฒนกุล จึงได้นำเอาเนื้อหาบางส่วนมาสรุปเท่าที่ปัญญาและความสามารถอันน้อยนิดจะจับใจความได้ และได้เพิ่มเติมสิ่งที่ผู้เขียนเห็นว่าจะเป็นประโยชน์มาเล่าสู่กันฟัง (ซึ่งหากสรุปผิดจากความตั้งใจของต้นฉบับ ผู้เขียนขออภัยในความผิดพลาดนี้ไว้เองครับ)



รูป 2 สี PEACH เกิดจากการผสมของสี Pink เข้ากับ Orange เป็นที่มาของ Model Peach Economy โดยสีชมพู (Pink Economy) หมายถึงธุรกิจที่มีความหลากหลาย และต้องการการให้ค่ายอมรับ ส่วนสีส้ม (Orange Economy) คือกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ ดังนั้น Peach Economy คือ โมเดลการสร้างธุรกิจสตาร์ทอัพที่สนใจธุรกิจทั้งสองกลุ่มนี้ เป็นสำคัญ (ภาพโดยผู้เขียน)

PEACH ECONOMY; เศรษฐกิจสีพีช ตามนิยามของ ดร.พันธุ์อาจ หมายถึง กลุ่มของธุรกิจที่บริษัท Canvas Venture International (CVI)<sup>1</sup> ในฐานะ Venture Studio ในความร่วมมือกับบริษัทจากฝรั่งเศส Venture Studio เป็นลูกผสม ของโมเดลการสร้างสตาร์ทอัพที่ ดร.พันธุ์อาจ ชัยรัตน์ ใช้ในรูปแบบที่เรียกว่า **"Venture Studio"**<sup>2</sup> is an organization that systematically creates new startup companies from scratch ซึ่งเป็นความหมายที่ Gemini ให้ไว้ ซึ่งเป็นโมเดลการสร้างธุรกิจสตาร์ทอัพที่เข้าไปร่วมสร้างธุรกิจใหม่ตั้งแต่ต้นหาแนวคิดในการสร้างโมเดลธุรกิจ การวางรากฐานของบริษัท การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย จาก MVP และแตกออกเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ต่างๆ ตามความต้องการ ซึ่งแตกต่างจาก Venture Capital; VC ที่จะลงทุนในสตาร์ทอัพที่ผ่านกระบวนการ seeding แล้ว และทำหน้าที่แตกต่างจาก Incubator ซึ่ง Venture Studio; VS จะร่วมก่อวิญญาน สร้างร่างให้เกิด ขุนให้แกร่ง เพื่อลงชิงชัย (ผู้เขียนนิยมใช้คำว่า Seeding, Grounding, Growing, Expanding เพื่อให้เข้าใจ การเกิด หยั่งราก เติบโต แผ่กิ่งก้าน อย่างธรรมชาติ ซึ่งปรับใช้กับพัฒนาการของธุรกิจและสรรพสิ่ง) โดยปรกติ หลังจากการให้ทุนของ VC โดยทั่วไปเมื่อพ้นระยะ Burn-out แล้ว ก็หมดอายุชัยของแรงบันดาลใจ (Passion) และทั้งหมดโอกาสทางธุรกิจไปพร้อมกันในตัว

ดร.พันธุ์อาจ ชัยรัตน์ ในฐานะ Venture Studio ในความร่วมมือกับบริษัทจากฝรั่งเศส สนใจที่จะ "ร่วมสร้าง" และ "ร่วมพัฒนา" โดยสนใจในสองกลุ่มธุรกิจซึ่งในที่นี้ใช้ "สี" เป็นตัวแทนของธุรกิจต่างๆ



รูป 3 ภาพนี้มาจากภาพถ่ายสไลด์ของ ดร.พันธุ์อาจ ชัยรัตน์ แสดงถึงความหมายของสีต่างๆ กับกลุ่มธุรกิจที่ใช้สีนั้น ๆ เป็นตัวแทน

ในแผนระยะแรก จะเริ่มต้นที่ **เศรษฐกิจสีชมพู (Pink Economy)** ซึ่งหมายถึง ธุรกิจที่สนับสนุนความหลากหลายเพื่อสร้างให้เกิดการยอมรับและได้รับการยอมรับจากสังคม โดยค่านิยมที่จำกัดความลงไปคือ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มลูกค้า LGBTQ+ (คำย่อที่ใช้เรียกกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ประกอบด้วย Lesbian (หญิงรักหญิง), Gay (ชายรักชาย), Bisexual (รักสองเพศ), Transgender (ข้ามเพศ), และ Queer (ผู้ที่ไม่ปิดกั้นหรือตั้งคำถามเกี่ยวกับเพศ

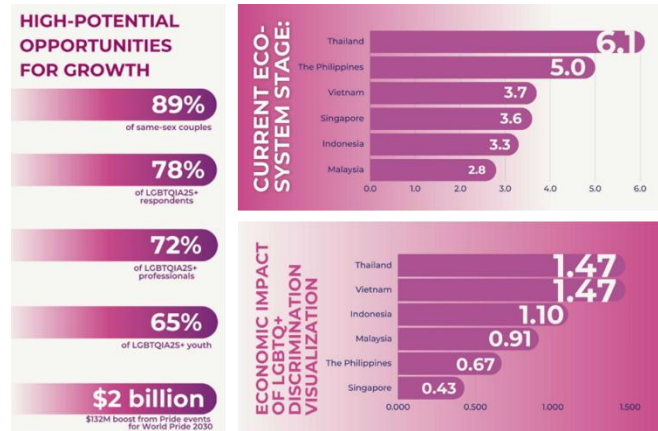
สภาพ/รสนิยม) โดยเครื่องหมาย + หมายถึงอัตลักษณ์อื่นๆ ที่ไม่ได้ระบุในตัวย่อนี้ เช่น Intersex (ภาวะเพศกำกวม) หรือ Asexual (ผู้ที่ไม่มีแรงดึงดูดทางเพศ); ความหมายจาก Gemini) ซึ่งในกลุ่มนี้จากข้อมูลอ้างอิงของ TAM (Total Address Market) หรือมูลค่าตลาดรวม มีมูลค่าถึง 4.7 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ<sup>3</sup>จากข้อมูลในปี 2024 (โดยเพิ่มจากมูลค่า 3.6-3.9 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2018; อ้างอิงโดยแหล่งข้อมูลจาก Perplexity) ในตลาดของสหรัฐอเมริกา ตลาดเม็กซิโกมีมูลค่าประมาณ 65,000 ล้านดอลลาร์ และตลาดจีนมีมูลค่า

<sup>1</sup> หน้สำหรับผู้สนใจรายละเอียดของบริษัท <https://canvasventures.vc/> สามารถอ่านรายงานสรุปจาก กิจกรรม Canvas Forum ได้ที่ <https://canvasventures.vc/ebook/22>

<sup>2</sup> สามารถอ่านบทความเพิ่มเติมเกี่ยวกับ Venture Studio ได้ที่นี่ <https://addventures.co.th/venture-studio-omedlladsuukhwaamsamerchkh-nq-ngkhkryukhdicchithal/> อย่างไรก็ตามความเห็นส่วนตัวของผู้เขียนยังคงกังขา โมเดล Venture Studio ในเชิงการปฏิบัติ และ การครอบครองธุรกิจสตาร์ทอัพว่าจะสลับภาพการช่วยเพื่อครอบครองแบบที่ Venture Capital ของไทยนิยมทำกันหรือไม่

<sup>3</sup> ในการบรรยายตัวเลข 4.7 Trillion ของ Pink Economy และ 3.15 Trillion ของ Orange Economy จากการค้นหาข้อมูล (และหากไม่เข้าใจผิด) เป็นตัวเลขเฉพาะของตลาดในสหรัฐอเมริกา ไม่ใช่ในภาพรวมของมูลค่าเศรษฐกิจทั้งโลก ทั้งนี้แหล่งข้อมูลที่มีตัวเลขตรงกัน เกือบทั้งหมดอยู่ในฐานะ Secondary sources ที่ส่วนอ้างอิงมาจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกัน แหล่งเดียวกัน คือ ข้อมูลจาก Canvas Forum 2025 โดย VCI จึงขอให้ท่านผู้อ่านเข้าใจว่าข้อมูลเหล่านี้อาจมีความคลาดเคลื่อน เนื่องจากไม่ทราบและไม่สามารถอ้างอิงจาก Primary source จึงได้เพิ่มคำอธิบายว่า เป็นตัวเลขในตลาดในสหรัฐอเมริกาประกอบไว้ จาก context ของ secondary sources ต่างๆ

ระหว่าง 300,000 ถึง 500,000 ล้านดอลลาร์ ในการสำรวจปี 2024 Source: <https://intelligence.busesseventsthaiand.com/th/blog/lgbtq-power-amp-pink-economy> และมูลค่าตลาด Pink Economy ในประเทศไทยปีล่าสุด (ปี 2568) อยู่ที่ประมาณ 1.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นเงินไทยราว 5 หมื่นล้านบาท Source: <https://theopener.co.th/2025/06/20> และกลุ่มธุรกิจที่สอง ที่แทนด้วย เศรษฐกิจสีส้ม (Orange Economy) ซึ่งหมายถึงกลุ่มธุรกิจที่สนใจเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งมีมูลค่า TAM มากถึง 3.15 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ในตลาดสหรัฐอเมริกา ในขณะที่มูลค่าของ Orange Economy ในประเทศไทย อยู่ที่ประมาณ 1.4 ล้านล้านบาท ส่วนในอินเดีย Orange Economy มีมูลค่ากว่า 30,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ Source: <https://www.sanook.com/money/941576/>

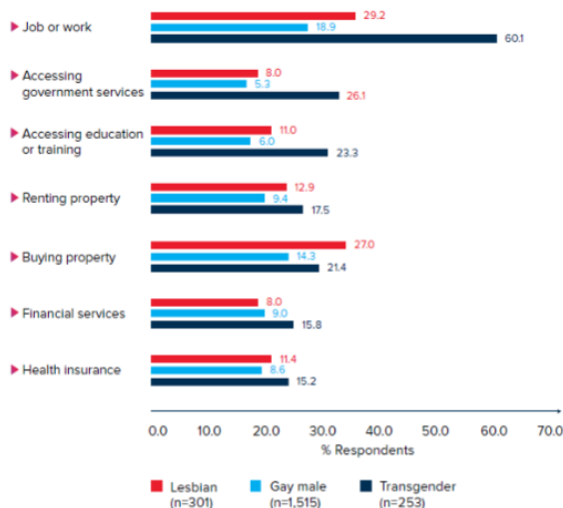


รูป 4 แผนภูมิภาพซ้ายแสดงถึงโอกาสในการเติบโตใน Pink Economy แผนภูมิภาพขวามองแสดงถึงรายงานความพร้อมในระบบนิเวศที่ซับซ้อนในประเทศต่าง ๆ เปรียบเทียบกัน และ แผนภูมิขวาแสดงถึงการสูญเสียจากการกีดกัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า Pink Economy จะสามารถเติบโตได้ลึกหากการกีดกันความหลากหลายที่น้อยลง (อ้างอิงจาก Canvas Forum 2025 Report, VCI)

ซึ่ง ดร.พันธอจ ชัยรัตน์ ได้ให้ข้อสังเกตว่า มูลค่าของตลาดทั้ง Pink และ Orange มีมูลค่ารวมกันมากถึง 7.85 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็นมูลค่าทางตลาดที่สูงและเป็นที่มาของความสนใจในโมเดลธุรกิจสีฟ้าที่สนใจกับกลุ่มธุรกิจของทั้งสองสี (ซึ่งน่าจะมาจากความน่าสนใจของไทยที่เป็นประเทศหลักในภูมิภาคของตลาด LGBTQ+ ของภูมิภาค และระดับโลก กับพื้นฐานของ ดร.พันธอจ ที่มาจาก NIA ที่มีความคลุกคลีกับกลุ่มธุรกิจ Innovation ในไทย) และเป็นเหตุผลในการเลือกสร้างตัวตนในสาย Venture Studio จากโมเดลธุรกิจที่ร่วมพัฒนากับสตาร์ทอัพในไทย ซึ่งเป็นโอกาสทางธุรกิจที่มาจากความสนใจและความคุ้นเคยและเครือข่ายจากพื้นฐานเดิมของ ดร.พันธอจนั่นเอง (และสามารถร่วมกำหนดแนวทางและเข้าครอบครองบางส่วนหรือ ส่วนใหญ่แล้วแต่นโยบายในอนาคต ในต้นทุนที่ต่ำกว่า และมี impact

เชิงวัฒนธรรมสังคมไทยกับ founder มากกว่า) ทั้งนี้ แผนของ VCI จะขยายครอบคลุมไปยังธุรกิจสีเขียว ด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติและที่ยั่งยืน และสีเงิน ที่อาจหมายถึง ธุรกิจออกแบบ แฟชั่น ธุรกิจที่อาศัยเทคโนโลยี ในระดับสูง เพื่อสร้างสรรค์สินค้าและบริการระดับพรีเมียม

ภาพที่ 1 กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทยรายงานว่ามีการเลือกปฏิบัติในทุก ๆ ด้านของชีวิตในทางเศรษฐกิจและสังคม ข้อมูลแจกแจงตามกลุ่มย่อย (ร้อยละ)



รูป 5 อ้างอิงสถิติจากการเลือกปฏิบัติอันมาจากความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย อ่านเพิ่มเติมที่ [https://documents1.worldbank.org/curated/en/319291524720667423/pdf/124554-v2-main-report-Economic-Inclusion-of-LGBTI-Groups-in-Thailand-Report-Thai-Version-PUBLIC](https://documents1.worldbank.org/curated/en/319291524720667423/pdf/124554v2main-report-Economic-Inclusion-of-LGBTI-Groups-in-Thailand-Report-Thai-Version-PUBLIC)

ในรายละเอียดอื่นๆ จะมีการแบ่งปันให้เห็นถึงภาพและโอกาส รวมถึงระบบนิเวศที่ VCI สร้างขึ้นใน Peach Economy ที่ สัดส่วนของสีชมพูน่าสีส้ม ในสัดส่วนที่มากกว่า เข้มข้นกว่า ในความเห็นของผู้เขียน กลุ่ม LGBTQ+ ของไทย เป็นสัดส่วนของความสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นในสังคมไทย ซึ่งโมเดลนี้มาถูกทาง ในรายละเอียดที่ ดร.พันธอจ ให้ไว้ มีตัวเลขคร่าวๆ ของสัดส่วน LGBTQ+ ในกลุ่มเยาวชน ส่วนของผู้ประกอบการ ส่วนของเจ้าของกิจการ และภาคส่วนๆ อื่นๆ ทั้งที่แสดงตัวและยังไม่แสดงตัวจำนวนมาก สอดคล้องกับความเห็นของคุณ สุทธิศักดิ์ วงศ์ปิยะ จากการสำรวจตัวเลขของผู้บริหารในการเป็น LGBTQ+ เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งหมายถึง กลุ่มผู้นำธุรกิจที่สามารถจัดสินใจดำเนินการได้มี สัดส่วนของการเป็น LGBTQ+ ในจำนวนสูงและมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้โอกาสของโมเดลธุรกิจภายใต้ Pink Economy ของไทยเป็นไปได้สูง ซึ่งตรงกับงานวิจัยของมหาวิทยาลัยมหิดล ว่าไทยมีสัดส่วนของ LGBTQ+

ถึง 9% ของจำนวนประชากร และมี 6.3%-6.9% ของกลุ่มวัยรุ่นและหนุ่มสาว ทว่าก็ยังมึปัญหาที่คนเหล่านี้ถูกกีดกันจากระบบต่างๆ ของสังคม โดยผลกระทบจากการกีดกันนี้ ไทย และอินโดนีเซียมีค่าอยู่ที่ 1.47 สูงที่สุดในประเทศในอาเซียน นั้นแปลว่า Pink Economy ยังมีโอกาสเติบโตเพิ่มขึ้นได้อีก หากภาครัฐกิจและสังคมให้การยอมรับความหลากหลายนี้เพิ่มขึ้น (นี่จึงเป็นสิ่งที่ผู้เขียนเปรียบเทียบเปรยว่า เป็นโลกคู่ขนานนั่นเอง)



ในการบรรยายยังมีการแสดงให้เห็นถึงการเติบโตในระบบนิเวศน์ของ Pink Economy ที่เติบโตขึ้นในประเทศไทย โดยเกิดจากการเข้ามามีส่วนร่วมของภาครัฐกิจ ภาคสังคม ภาคการศึกษา ฯลฯ ที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น จากปี 2024 มาถึง ปี 2025 ที่มีจำนวนภาคีเข้าร่วมเพราะเห็นถึงโอกาสจาก Pink Economy ที่มาเสริม Orange Economy ซึ่งในอนาคตอันใกล้คงจะเห็นธุรกิจเดิม และธุรกิจสตาร์ทอัพทั้งจาก VCI ในฐานะ VR และจาก VC และ Incubator ในไทยเพิ่มมากขึ้น ซึ่งโมเดลหลักของ VCI มุ่งไปที่ 4 เสาหลัก คือ Journey การเดินทางท่องเที่ยว, Thought ธุรกิจสร้างสรรค์เชิงความคิด ศิลปะ งานแสดง, Style ธุรกิจเกี่ยวกับการดำรงชีวิต ความสวยงาม แฟชั่น และเสาชของ Health ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ ซึ่งแต่ละเสาจะมุ่งเน้นไปที่ 4 กลุ่มย่อย ทั้ง Tech และ Non-Tech รวม 16 ประเภทที่ VCI ในฐานะ Venture Studio ให้การครอบคลุม และเชื่อว่าจะมีกลุ่มอื่นๆ เพิ่มอีกมากมาย

ตลาด (โอกาส) ของ Pink Economy กับตำแหน่งทางการตลาดของไทยในเวทีการแข่งขันธุรกิจสีชมพู เป็นหัวข้อที่ไม่ได้มีรายละเอียดมากนักในการบรรยายในระยะเวลาสั้นๆ 1 ชม. ทว่าเป็นส่วนสำคัญที่ผู้เขียนขอถือวิสาสะเพิ่มเติมลงไปเพื่อให้ภาพของผู้อ่านชัดเจนขึ้น

- "ประเทศไทยได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางว่าเป็นจุดหมายปลายทางที่เป็นมิตรและปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว LGBTQ+ โดยเฉพาะในปี 2025 ที่ประเทศไทยถูกจัดให้เป็น "จุดหมายปลายทางที่ดีที่สุดของ LGBTQ" จากนิตยสาร Spartacus และติดอันดับ 1 ใน 6 ของจุดหมายปลายทาง LGBTQ ที่ดีที่สุดในโลกโดยสำนักข่าวบีบีซี" Source: <https://today.line.me/th/v3/article/Op2zOmm>
- "นักท่องเที่ยว LGBTQ+ มีพฤติกรรมและความต้องการบริโภคที่เฉพาะเจาะจงและมูลค่าการใช้จ่ายในกลุ่มนี้มักสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป เนื่องจากมองหาประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและเป็นมิตร" Source: <https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/3344/1/TP%20MS.046%202562.pdf>
- "นักท่องเที่ยว LGBTQ+ มักใช้เงินต่อวันที่สูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป เพราะมักเลือกที่พัก ร้านอาหาร และกิจกรรมที่ตอบสนองต่อความหลากหลายทางเพศและความต้องการเฉพาะตัว กลุ่มนี้มีแนวโน้มการใช้จ่ายที่มากขึ้นในธุรกิจที่เป็นมิตรกับ LGBTQ+ เช่น โรงแรม ร้านค้า แหล่งบันเทิง และบริการที่มีมาตรฐาน inclusive tourism และยินดีจ่ายมากขึ้นเพื่อความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว" Source: <https://www.workpointtoday.com/lgbtq-more-travelers-767756-2>

- “ตลาดท่องเที่ยว LGBTQ+ ในภูมิภาคนี้ได้รับการประเมินว่า จะเติบโตเฉลี่ยปีละประมาณ 12.1% ในช่วงปี 2567-2575 โดยมูลค่าตลาดทั่วโลกคาดว่าจะสูงถึง 6 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2575 ซึ่งสะท้อนถึงศักยภาพของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูงและนิยมใช้จ่ายในบริการและสินค้าเฉพาะกลุ่ม” Source: <https://kmc.exim.go.th/detail/20190927191211/20240709185555>
- กลุ่มตลาดเป้าหมาย คือ ประชากรเกย์จากประเทศจีน, ไต้หวัน, ฮองกง, มาเลเซีย, สิงคโปร์ เป็นกลุ่มลูกค้าหลักในช่วงเทศกาลสงกรานต์ของไทย และมีแนวโน้มเติบโตจากกรุงเทพฯ ไปยังเมืองท่องเที่ยวหลักในภูมิภาค
- ไทยมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เฉพาะ เช่น งานสงกรานต์ที่ถนนสีลม, งาน G-Circuit, Bangkok Pride, การประกวด Miss Diamond ที่เป็นการประกวดของกลุ่ม Transgender โดยเฉพาะ โดยมีกรุงเทพฯ, หัวหิน, เชียงใหม่, เมืองเก๋านานและเชียงใหม่ และภูเก็ต เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ Gay Friendly ที่พร้อมด้วยโรงแรม ร้านอาหาร แหล่งที่เที่ยวเฉพาะ ที่มีชื่อเสียงระดับโลก และระดับภูมิภาค ทั้งใน กรุงเทพฯ และเมืองอื่นๆ เช่น
  - สีลม: เป็นแหล่งรวมบาร์และคลับเกย์ยอดนิยม เช่น DJ Station, The Stranger Bar, Telephone Pub, Balcony Bar, G Bangkok และ Rush Bar ซึ่งมีทั้งโซว้แตร็ก ฟลอร์เต้นรำ และบรรยากาศชิลๆ ที่ตอบโจทย์กลุ่ม LGBTQ อย่างครบวงจร
  - รัชดาซอย 4: มี Fake Club BKK เป็นผับชื่อดังที่ดึงดูดทั้งชาวไทยและต่างชาติ
  - ริเวอร์ไซด์: Lost and Found BKK บาร์สุดล้ำที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา เสนอความบันเทิงพร้อมบรรยากาศสบายๆ
  - พัทยา: มี Moonlight Bar และ Boyz Boyz Boyz ที่เป็นบาร์เกย์ชื่อดัง
  - เชียงใหม่: มีบาร์เกย์และคลับในตัวเมือง เช่น แรมบาร์เชียงใหม่ ที่เป็นแหล่งพบปะของชาว LGBTQ
  - ตลาดของความบันเทิง BL; Boy Love ที่ไทยทำได้ดี ที่นักแสดงได้รับการเปย์จากแม่จิ้น เป็นรถยนต์และแบรนด์เนมหรู มีกิจกรรมดีกว่า Traditional Love Story ตลาดที่ตามมาดูสถานที่ในภาพยนตร์จากภาพยนตร์แนว Boy Love ก็เติบโตขึ้น เพลงประกอบและศิลปินก็ได้เอาแรงบันดาลใจจากสร้างสรรค์ และความฟินของความบันเทิงแนวนี้เช่นกัน หากไทยมีแนวคิดประสานมือ ร่วมกันดี แบบที่เกาหลีได้ทำได้ ไทยจะทรงอำนาจมากกว่า K-Pop และ K-Drama

และ ดร.พันธุ์อาจ ยังมีแนวคิดของการสร้าง Pink & Peach Square ที่จะยกระดับให้กรุงเทพฯ ในย่านธุรกิจสำคัญกลางกรุงเทพฯ เป็น Pink & Peach Capital City เชื่อมโยงความหลากหลาย เน้นภาพลักษณ์ของสังคมสมัยใหม่และความหรูหรา ซึ่งเป็นโครงการที่ดี และจะสร้างเม็ดเงินจากเสาหลักทั้งสี่ในกิจกรรมธุรกิจเดิม และเพิ่มโมเดลดึงเงินจากกระเป๋าคคนต่างชาติ และคนไทยเองเพิ่มขึ้นได้อย่างมาก ซึ่งเมื่อดูจากรายการกิจกรรมการท่องเที่ยวเดิมที่มีอยู่ กับทรัพยากรทางการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ห้างสรรพสินค้า บริการต่างๆ ทั้งในเขตราชประสงค์, รัชดา, สีลม ก็คงทำให้ Pink & Peach Square เป็นรูปร่างได้โดยเร็ว ทั้งนี้ผู้เขียนอยากให้มีการเชื่อมโยง และบูรณาการโครงการอื่นๆ ผนวกเข้าไปร่วมกัน เช่น Smart City เป็น Smart Pink City มีการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวและการเสนอบริการผ่าน Travel Pink Tech ที่หลากหลาย Up-sales และ Cross-Sales หนึ่งในความเห็นของผู้เข้าร่วมฟังการบรรยาย ให้ความเห็นว่าอยากเห็น ควรส่งเสริมให้ ย่านสีลม นั้นเทียบเทียบ มีขนาด และมีความพร้อมแบบ Shinjuku San-Chome ของญี่ปุ่น หรือ Soho และ Old Compton ของ London ซึ่งเป็น Task แรกๆ ที่สร้างจากพื้นฐานที่มี และอาจทำให้เป็นพื้นที่ที่มีกฎหมายพิเศษควบคุมแบบที่ย่าน Shinjuku Ni-chome และ San-chome เป็นพื้นที่ของ Adult and LGBTQ+

Pink Economy หรืออาจใช้คำเดิม คือ Rainbow Economy เป็นโมเดลธุรกิจที่ต้องเสริมฐานเดิมให้มั่นคง เช่น การให้วงเงินแก่เจ้าของกิจการเดิมในพื้นที่ที่สร้างชื่อเสียงมาอย่างยาวนาน ได้พัฒนาต่อยอด และเพิ่มโอกาสใหม่ๆ เข้าไป และขยายพื้นที่ ขอบเขต คุณภาพ และประสบการณ์ของกลุ่มเป้าหมาย การเกิดขึ้นของ Pink Economy อาจมีอุปสรรคได้จากกฎเกณฑ์ และความเชื่อเดิมๆ ซึ่งต้องหา “จุดร่วม” เพราะปฏิเสธได้ยากว่า ฐานเดิมมาจาก “สีเทา” ในเชิงจริยธรรม ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลัก ทว่า การเพิ่มมูลค่า และแรงดึงดูดด้วยโมเดลใหม่ ๆ อาจเป็นทางเจ็องสีเทาด้วยสีชมพู หรือสีเงินปน สีเมทัลลิกชมพู หรือ เมทัลลิกพิช ได้ไม่ยาก และสังคมไทย นักธุรกิจใจ มีทั้งความใจกว้าง

และความคิดสร้างสรรค์เป็นทุนเดิมที่ชาติอื่นๆ หาได้มีเท่ากับไทย จึงเชื่อว่าโมเดลธุรกิจสีชมพู สีพีช ที่จะใส่ความสร้างสรรค์ด้วยสีส้มจะเป็นแนวทางที่เป็นโอกาส และเป็นโมเดลแรกๆ ที่ไทยสามารถทำได้ดี และทำได้ในทันที

หากได้สรุปความผิดพลาด และอาจต่อเพิ่มเติมไป ก็ขอภัย ดร.พันธุ์อาจ ชัยรัตน์ ในความด้อยประสิทธิภาพอ่อนนุมนมองและขาดข้อมูลของผู้เขียน และขอภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

---

## โมเดลเศรษฐกิจที่ 2: โมเดลธุรกิจจากมิติชุมชน Mu Economy

*เข้าใจที่มาและความหมายของ โมเดล และเศรษฐกิจสายมู*

- “คำว่า “มูเตลู” หรือ “สายมู” มาจากชื่อภาพยนตร์สยองขวัญสัญชาติอินโดนีเซียเรื่อง Penangkal Ilmu Teluh (แปลเป็นไทยว่า มูเตลู ศักดิ์ไสยศาสตร์) ซึ่งออกฉายครั้งแรกในปี 1979 เรื่องราวเกี่ยวกับสองหญิงสาวที่ใช้ไสยศาสตร์และมนตร์ดำในการแย่งชายหนุ่มคนเดียวกัน โดยคำว่า Ilmu Teluh ในภาษาอินโดนีเซียแปลว่า “เวทมนตร์” หรือ “ไสยศาสตร์” ตัวหนึ่งมีการท่องคาถาที่มีคำว่า “มูเตลู มูเตลู” อยู่ด้วย ซึ่งหมายถึงการใช้ไสยศาสตร์นั่นเอง ในปัจจุบันคำว่า “มูเตลู” ได้รับความหมายและการใช้งานที่กว้างขึ้น โดยหมายถึงความเชื่อเรื่องไสยศาสตร์ รวมถึงการดูดวง การบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การเสริมดวงโชคลาภ และพิธีกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อในสิ่งเร้นลับต่างๆ ซึ่งกลายเป็นกระแสที่ได้รับความนิยมในไทย โดยเฉพาะในกลุ่มคนที่สนใจเรื่องโชคลาภและเครื่องรางของขลังจนเป็นที่รู้จักในชื่อ “สายมู”” Source: <https://www.nigao-brand.com/story/storywhat-is-mutelu/>
- “คำว่า “มูเตลู” หรือที่เรียกย่อ ๆ ว่า “สายมู” มาจากหนังอินโดนีเซียเรื่อง Penangkal ilmu Teluh หรือภาษาไทย คือ มูเตลู ศักดิ์ไสยศาสตร์ ฉายใน ค.ศ. 1979 โดยในหนังมีเนื้อหาเกี่ยวกับผู้หญิงสองคนที่ใช้ไสยศาสตร์ในการแย่งผู้ชาย ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมจีน กล่าวต่อไปว่า ไม่น่าเชื่อว่าใครเป็นคนนำชื่อหนังนี้ให้กลายเป็นคำว่ามูเตลูอย่างที่เรารู้จักกันในปัจจุบัน แต่จากข้อสันนิษฐานน่าจะเป็กลุ่ม LGBTQ+ หรือกลุ่มความหลากหลายทางเพศในไทย เพราะกลุ่มนี้มีความสามารถในการเลือกสรรหาคำใหม่ ๆ มาใช้และนิยาม” Source : [https://www.silpa-mag.com/culture/article\\_130177](https://www.silpa-mag.com/culture/article_130177)

เนื่องจากไม่มีนิยามอ้างอิงของเศรษฐกิจมูเตลู ผู้เขียนจึงขอกำหนดความหมายไว้เพื่อประกอบบทความนี้ดังนี้

**เศรษฐกิจมูเตลู** หมายถึง รูปแบบการทำธุรกิจที่เกิดจาก

- การเชื่อมโยงเอาความเชื่อ ความศรัทธา มาแปลงเป็นสินค้า และหรือบริการ ให้กับกลุ่มเป้าหมายที่มีความเชื่อ ศรัทธาในเรื่องใด ๆ โดยคาดหวังผลที่เกิดขึ้น และมีเหตุผลต่างๆ ที่จะเชื่อมั่นต่อไปแม้ไม่เกิดผลตามที่ต้องการ โดยมีหลายวัตถุประสงค์ เช่น การนัดเหยี่ยวจิตใจ, การเสริมกำลังใจ, การป้องกันภัย, ความต้องการในโชคลาภ เงินทอง การสมหวังในความรัก, การแข่งขัน หรือแม้กระทั่งการต้องการเอาชนะเข้าศึก ศัตรูโดยต้องการตัวช่วยพิเศษ ฯลฯ ซึ่งความต้องการนี้เกิดจากหลากหลายโอกาส ตามช่วงชีวิต เกิด แก่ เจ็บ ตาย ตามกิจกรรมย่อย ๆ ต่างๆ ในชีวิต ที่ต้องการ “คุณวิเศษ หรือพลังพิเศษ” จากสิ่งที่ยึดถือ เชื่อมั่น มาเป็นทางลัด ทางเสริม ในความประสงค์ต่างๆ
- แบ่งออกเป็นความเชื่อ ความศรัทธาใน **สายขาว** คือ สายไฟดี สายพระ และสายเทพ โดยอาศัยความเชื่อ และเรื่องราวที่ปรากฏในตำนาน เชิงอิทธิปาฏิหาริย์ในศาสนาพุทธ (พุทธคุณ), ฮินดู พรหมณ์ และเต๋า (เทพคุณ) รวมไปถึงศาสนาผีฝ่ายดี ผีบรรพบุรุษหรือเทพท้องถิ่น และลัทธิบูชาพลังธรรมชาติ
- ความลุ่มหลงมัวเมา โดยเกิดจากกิเลสความต้องการของมนุษย์ โลกะ โทสะ โมหะ ซึ่งอาจแทนได้ใน **สายดำ** คือ ความเชื่อ ความศรัทธาในอำนาจของผีฝ่ายร้าย ไสยศาสตร์ มนต์ดำ

- มาเปลี่ยนเป็น**สินค้า**(พระเครื่อง เครื่องราง ของขลัง ของบูชา กระเป่า ตะกรุด เครื่องประดับมงคล ฯลฯ) ซึ่งมีทั้งรูปแบบตามจารีตประเพณี และรูปแบบใหม่ๆ ตามยุคสมัยเพื่อเข้าถึงคนหลากหลายกลุ่มวัย และ**บริการ** (ท่านายทนายทัก, พิธีกรรมต่างๆ)
- **โดยมีการซื้อขาย กำหนดมูลค่า เพื่อแลกเปลี่ยน สร้างและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ**
- ใช้กลยุทธ์ที่หลากหลาย เช่น การสร้างตำนาน, การแบ่งปันประสบการณ์จริง หรือแม้กระทั่งการสร้างฉากและบรรยากาศให้เชื่อถือ, โอกาสพิเศษที่หาได้ยาก (ปลุกเสกหรือสร้าง), จำนวนจำกัด การจำกัดการเข้าถึง เป็นต้น

## โอกาสของเศรษฐกิจมูเตลู และการเติบโต

เศรษฐกิจมูเตลู เติบโตได้จากการขาดความมั่นใจ และการเติบโตของปัญหาของคน ซึ่งความไม่มั่นใจและปัญหาของคนนั้น ไม่ได้จำกัดเฉพาะการเป็นคนไทย ความเชื่อ ความศรัทธา ในพลังที่เหนือธรรมชาติเฉพาะในสิ่งที่มนุษย์เข้าใจ คือ โลก พลังธรรมชาติ ความเชื่อความศักดิ์สิทธิ์ทั้งศาสนาและนอกศาสนาเป็นของคู่กับมนุษยชาติมาช้านาน ทว่าหากหาสิ่งที่เชื่อมโยงความเชื่อเหล่านั้น ก็น่าจะตลาดเศรษฐกิจสายมูจากเศรษฐกิจมั่งคั่งในประเทศไทยเป็นสินค้าและบริการส่งออกไปได้ยังกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ที่มีกำลังซื้อ และประสบปัญหาเช่นเดียวกันกับคนไทยได้ไม่ยาก และกลุ่มปัญหาก็มีความคล้ายกัน เช่น ปัญหาทางธุรกิจ, ปัญหาความรัก, ปัญหาด้านสุขภาพ, ปัญหาด้านเศรษฐกิจ, การสอบเลื่อนชั้น, ปัญหาการทำงานและความก้าวหน้า เป็นต้น ปัญหาเหล่านี้สามารถเป็นความต้องการที่ต้องการการเพิ่มเติมในเศรษฐกิจมูเตลูได้ เพียงสร้างตลาดให้ความต้องการกับวิถีมูเตลูมาพบกัน

การเติบโตจากมูเตลูท้องถิ่นสู่ตลาดสากล มีหลายวิธีด้วยกัน วิธีพื้นฐานเมื่อมีคนไทยไปที่ ความเชื่อ และวิถีมูก็ จะตามไปเผยแพร่ ซึ่งประวัติศาสตร์บอกว่เกิดขึ้นกับความเชื่อและมีหลักฐานทั่วไป เช่น คนจีนโพ้นทะเลเดินทางมาในประเทศไทยหรืออุซาคเนย์ ก็นำเอาความเชื่อ เทพเจ้าท้องถิ่นตามมาด้วย เป็นที่มาของศาลเจ้า และพิธีกรรม ดังนั้นการส่งออกวัฒนธรรม และเศรษฐกิจสายมูไม่ใช่เรื่องใหม่ หากแต่เติบโตไปถาวรวิถิ และใช้เวลา การจะทำเศรษฐกิจมูเตลูจึงต้องอาศัยการสร้างเรื่องราว การเล่าเรื่อง ซึ่งไทยนั้นมีความเชี่ยวชาญในการทำโฆษณา หรือสื่อในรูปแบบต่างๆ เช่น เพลง ภาพยนตร์ เพียงแต่ยังไม่ได้ผนวกเอาเรื่องมูเตลูมาเป็นส่วนของการตลาดอย่างจริงจัง และนี่เป็นพื้นฐานที่ไทยทำได้ดีอยู่แล้ว ภาพยนตร์ในแนวของขลังและความเชื่อก็เป็นช่องทางที่ดี ภาพยนตร์และละครไทยเป็นที่นิยมในต่างประเทศมากกว่าที่คนไทยรู้จัก ภาพยนตร์แนวผีและไสยศาสตร์ ความกลัวและความน่าพิศวงเป็นเรื่องสากล และผีไทยเป็นที่ชื่นชอบ ซึ่แทนที่จะขายเฉพาะความน่ากลัว และความแฟนตาซีของผีไทย เครื่องรางของขลัง สินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันผี การปราบผีอาจเติบโตในกลุ่มลูกค้าในเซกเมนต์เฉพาะ เช่น กลุ่มชาวจีนโพ้นทะเลที่กระจายอยู่ทั่วโลกซึ่งมีจำนวนมากและกำลังซื้อมหาศาล ทว่ายังไม่เห็นการทำตลาดที่ครบวงจรในสินค้าและบริการมูเตลูที่พร้อม Bundel ไปกับสินค้าเชิงวัฒนธรรมที่เรียกว่า Soft Power เท่านั้นเอง

กลุ่มลูกค้าต่างชาติหลักๆ ในเศรษฐกิจมูเตลูมีความรู้ทางผลิตภัณฑ์และบริการของไทยน้อย และมีกำแพงด้านภาษา แต่เรื่องของความเชื่อในเรื่องเหล่านี้เป็นที่ยอมรับมานานแล้ว โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าในเอเชียอาคเนย์ เช่น มาเลเซีย สิงคโปร์ ที่เศรษฐกิจระดับ Elite ครอบครองพระเครื่อง และเครื่องรางของขลังอยู่แล้ว กลุ่มของเอเชียตะวันออก เช่น คนฮ่องกง ไต้หวัน ที่ความศักดิ์สิทธิ์ของพระพรหมเอราวัณเป็นที่เลื่องลือ หรือในตลาดใหม่อย่างคนจีนแผ่นดินใหญ่ ซึ่งกลายเป็นกลุ่มที่มีความต้องการสูง ทว่าการพัฒนาของการสื่อสารที่ทะลุกำแพงภาษาไทยเราทำได้ไม่ดี รูปแบบและข้อมูลของสินค้าและผลิตภัณฑ์ ที่เข้าไม่ถึงกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้ เพียงไทยปรับกลยุทธ์เพื่อแก้ช่องว่างของปัญหานี้ เช่น มีการสื่อสารที่หลากหลายภาษา ร่วมกับการสร้าง Mu-Ecosystem ให้เหมือนกับ Universal Studio เชื่อว่า การเข้าถึงข้อมูลของสินค้าและบริการ จะสร้างมูลค่ามากกว่าสินค้าและบริการเดิมของไทยในปัจจุบัน ถ้าเลือกลูกค้าถูกเซกเมนต์ และเข้าใจความต้องการของลูกค้า

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์และบริการมูเตลูที่คนต่างชาติรู้จัก

- พระเครื่อง และผ้ายันต์ เป็นสิ่งที่ชาวต่างชาติมองหา พระเครื่องที่คนต่างชาติรู้จักมาก เช่น หลวงปู่ทวด เป็นที่นิยมของชาวมลายูและสิงคโปร์ หลวงปู่โต๊ะ หลวงพ่อคุณ ล้วนเป็นที่รู้จักของคนต่างชาติแต่ในวงแคบ แต่เริ่มขยายตัว และไม่มีปัญหาด้านราคา หากได้รับฟังประสบการณ์ได้จากคนรอบข้าง การเลี่ยมพระซึ่งเป็นบริการเสริมที่จะหาไม่ได้ในต่างประเทศ ประเทศจีน: ถือเป็นตลาดใหญ่มากสำหรับพระเครื่องไทย โดยเฉพาะพระเครื่องสายเมตตามหานิยม เช่น พระปิดตาลวงปู่โต๊ะ หลวงปู่ทวด หลวงปู่ทิม ที่ได้รับความนิยมสูงและมีกระแสความเชื่อในพุทธคุณอย่างกว้างขวาง นักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาซื้อพระเครื่องในไทยและยังมีการนำเข้าผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อขายในจีนด้วย Source: <https://www.bangkokbiznews.com/world/1123076>
- พระพรหมเอราวัณ เป็นที่เชื่อมั่นเชื่อถือของคนฮ่องกง สิงคโปร์ และคนไต้หวัน ซึ่งจะต้องมากราบสักครั้งในชีวิต มีดารานักแสดงชาวฮ่องกงนับถืออย่างมาก ซึ่งเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่ใช้ภาษากวางตุ้งมีราว 84 ล้านคน และกวางตุ้งเป็นมณฑลที่มีความเชื่อและวัฒนธรรมมูเตลู
- น้ำมันต์ ตะกุด สีผึ้ง น้ำมันมงคล เป็นของสายมูที่เป็นที่ต้องการของชาวต่างประเทศเช่นกัน
- การสักยันต์ เป็นที่ชื่นชอบของชาวต่างประเทศ ยันต์ห้าแฉกบนแผ่นหลังของแอนเจลีนาโจลีโดยอาจารย์หนู เป็นที่กล่าวขวัญและนิยม
- การทำสมาธิ เรียนพระธรรม เป็นที่สนใจของชาวตะวันตกมากขึ้น และเป็นสิ่งที่ Mike White ร่วมถ่ายทอดใน White Lotus Season 3
- การดูดวง เสริมชะตา พิธีกรรมเสริมชะตา การไหว้ครุในมวยไทยที่ชาวต่างชาติที่ชื่นชอบมวยไทยให้ความสนใจ

### มูลค่าเศรษฐกิจสายมูยังเป็นปัญหาในการทราบมูลค่าที่แท้จริง

ปัญหาหลักของการกำหนดมูลค่าของเศรษฐกิจสายมู คือ ขอบเขตของสินค้า บริการของเศรษฐกิจสายมูมีหลากหลาย และไม่มีการจัดหมวดหมู่ชัดเจน ไม่มีข้อมูลมูลค่าที่แท้จริง หรือกำหนดมาตรฐานราคาได้ จึงไม่สามารถรู้มูลค่าตลาดของเศรษฐกิจสายมูได้ เฉพาะเท่าที่มีการสำรวจและวิจัยจะเป็นมูลค่าเฉพาะกลุ่มสินค้า เช่น

- ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทยประมาณตลาดพระเครื่องปี 2562 ไว้ที่ 17,000-23,000 ล้านบาท และ ส่วนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับมูเตลูมีการเงินสะพัดปีละ 10,000-15,000 ล้านบาท (เฉพาะการค้ำคะเนมูลค่าในกลุ่มนี้ อยู่ที่ 27,000 – 38,000 ล้านบาท)
- รายงานล่าสุดจาก Marketing Insight & Technology Conference 2024 และมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยระบุว่าตลาดมูเตลูในไทยอยู่ที่ประมาณ 15,000 ล้านบาท และยังมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง เพราะผู้คนส่วนใหญ่ (เกือบ 96%) มีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการดูดวงหรือทำบุญ และกว่า 75% มีความเชื่อมูเตลู

การประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจมูเตลูน่าจะยังห่างไกลจากความเป็นจริง เพราะหากผู้อ่านติดตามข่าวฉาวในวงการพระพุทธศาสนาของไทยในรอบหลายเดือนที่ผ่านมา จะพบว่าเพียงเม็ดเงินของวัดที่เป็นที่นิยมกัน มีเม็ดเงินต่อวัดประมาณ หนึ่งถึงสองพันล้านต่อวัด หากนับรวมมูลค่าเหล่านี้เข้าไป มูลค่าตามรายงานจะห่างไกลจากความเป็นจริงอย่างแน่นอน และมูลค่าเท่าที่อ้างถึงล้วนเป็นการบริโภคภายในประเทศ หากเราสามารถส่งออกสินค้า และบริการในขอบข่ายของเศรษฐกิจมูเตลูไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เป็นตลาดต่างประเทศ น่าจะมีสร้างมูลค่าในเชิงเศรษฐกิจของไทยได้อย่างมหาศาล และเป็นเครื่องยนต์ใหม่ของเศรษฐกิจไทยที่ถูกมองข้ามไป

ทิศทางของการเติบโตและอนาคตของเศรษฐกิจมูเดลู



- ปัญหาด้านเศรษฐกิจ สังคม ที่มีความไม่แน่นอนที่มากขึ้นจะสร้างโอกาสให้เศรษฐกิจมูเดลูกระจายออกไป เพราะคนทั่วไปมีแนวโน้มจะมีปัญหาที่แก้ไขด้วยตนเองไม่ได้ การเติบโตมาในสังคมที่ทำให้คนมีจิตใจเปราะบางแตกหักกว่าเดิม
- การต้องการความสำเร็จที่รวดเร็วและง่ายขึ้น ทำให้มีแนวโน้มที่คนจะให้ความสนใจเรื่องความเชื่อมากขึ้นคนเจนใหม่นิยมความเป็นตัวของตัวเองและการแสดงออก จึงนิยมสินค้าหรือบริการสายมูที่สามารถสื่อถึงบุคลิกภาพและความเชื่อเฉพาะตัว เช่น สายมูแบบมินิมอล หรือลูกเล่นในเครื่องรางและพิธีกรรม
- อิทธิพลของวัฒนธรรม ที่ส่งต่อกัน และความเข้าใจ และมองข้ามข้อจำกัดของจารีต และศาสนา ที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้จะเกิดตลาดใหม่ใน Segment ใหม่มากขึ้น ตลาดมูเดลูลักษณะนี้ขยายตัวและเติบโตไม่เพียงในไทย แต่ในระดับภูมิภาคและโลกที่มีความสนใจในวัฒนธรรมและไลฟ์สไตล์ลักษณะนี้
- ทิศทางโลกกำลังเห็นการผสมผสานระหว่างความเชื่อโบราณกับเทคโนโลยี เช่น การใช้ AI วิเคราะห์ดวงชะตาหรือแพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับพิธีกรรมต่างๆ ที่ช่วยให้การเข้าถึงและการมีส่วนร่วมของคนรุ่นใหม่มากขึ้น
- มีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ สายมูเดลูที่เข้าถึงได้ เช่น วอลเปเปอร์มงคล, แอปพลิเคชันเลือกสีเสื้อผ้า, การสักการะสิ่งศักดิ์ผ่านการให้บริการทางดิจิทัล เป็นต้น

เศรษฐกิจสายมูมีแนวโน้มที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีผู้เข้าสู่จักรวาลแห่งการมูเดลูมากขึ้น และเป็นโอกาสที่ไทยจะพลิกฟื้นเศรษฐกิจของตน ตัวอย่างเช่น ปรากฏการณ์ไอโซซ์ ที่ทำให้เศรษฐกิจของจังหวัดนครศรีธรรมราช และสุราษฎร์ธานีเติบโตขึ้น หรือปรากฏการณ์ภูสิงคาที่พลิกโฉมเศรษฐกิจบึงกาฬ เพียงแต่ใครจะมองเห็นโอกาส มีเศรษฐกิจของไทยจะมีมุมมองต่อเศรษฐกิจสายมูอย่างไร แค่อคิดเล่นๆ ว่า หากชาวต่างชาติหันมามูแบบชาวไทย นอกเหนือจากการสะสมพระเครื่อง ตะกรุดแล้ว เม็ดเงินจะสะพัดอีกมากเท่าใด

### โมเดลเศรษฐกิจที่ 3: โมเดลธุรกิจจากจักรวาลคู่ขนาน Spiritual Economy

ผู้เขียนได้จัดแยก จักรวาลคู่ขนาน ออกจากมิติคู่ขนาน เพื่อให้เห็นถึงความสดใหม่ของ Spiritual Economy โมเดลธุรกิจแห่งจิตวิญญาณ ซึ่งจะไม่เน้นความเชื่อในระบบที่คนไทยคุ้นเคย แต่จะมุ่งเน้นความเชื่อในแบบใหม่ โดยกลุ่มความเชื่อที่ท่านผู้อ่านรู้จักคุ้นเคยทั้งหมดจะถูกจัดใน Mu Economy โมเดลธุรกิจจากมิติคู่ขนาน สิ่งที่เกิดขึ้นกว่าขอบเขตและอธิบายด้วยวิธีการเดิมๆ ไม่ได้ จะจัดอยู่ในกลุ่ม Spiritual Economy ในบทความนี้

Spiritual Economy เป็นระบบเศรษฐกิจที่เชื่อมโยงกับศีลธรรม จิตวิญญาณ และการให้เพื่อความ เป็นอยู่ที่ดีของทุกคน แทนการแข่งขันและการสะสมทรัพย์สินเพียงอย่างเดียว อีกทั้งมีการย้าว่าเศรษฐกิจควรมี "วิญญาณ" เป็นหัวใจ มิฉะนั้นตลาดจะกลายเป็นสิ่งที่บูชาความมั่งคั่งและทำให้เงินกลายเป็น "ไอดอล" หรือวัตถุที่คนยึดถือมากเกินไป ซึ่งกล่าวโดยง่ายคือ เป็นความเชื่อสายชาวจีนไม่มีสี; บริสุทธิ์ อาจออกแนวเพี้ยนยิ่งกว่าสังคมแบบ Utopia ของโทมัส มอร์ แต่สิ่งที่เชื่อมโยงนั้น กลับกลายเป็นสิ่งที่ไกลออกไป เช่น การเชื่อมโยงกับพลังของจักรวาล หรือการเชื่อมโยงกับจักรวาลอื่นๆ ที่ไกลออกไป ทั้งในและนอกทางช้างเผือก; Begin จากนอกโลก, Matrix หรือสภาวะจิตภายใน ฯลฯ ผ่านพื้นฐานทางจิตวิทยาและควอนตัมฟิสิกส์ หรือบ้างใช้การเชื่อมโยงกับสิ่งแทนของอภิปรัชญา เช่น การเชื่อมโยงกับ Deity ในระบบของ Qi Men Dun Jia แบบจีน เชื่อมโยงผ่านจักระสัมพันธ์ทั้ง 9 ระบบ ฯลฯ

โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มความได้แก่

1. การเน้นคุณค่าภายในและจิตสำนึก (Consciousness) ความมั่งคั่งที่แท้จริง: ไม่ได้วัดจากจำนวนเงินในบัญชีหรือทรัพย์สินภายนอก แต่วัดจาก "สภาวะของจิตสำนึก" เช่น ความสงบสุข ความกตัญญู ความเมตตา และความอุดมสมบูรณ์ภายใน เปลี่ยนจากความขาดแคลนเป็นความอุดมสมบูรณ์: ทำทนายแนวคิดที่ว่าทรัพยากรมีจำกัด โดยเชื่อว่าเมื่อเราเชื่อมโยงกับ "แหล่งพลังงานอันไม่มีที่สิ้นสุด" (Infinite Spirit) เราจะสามารถสร้างสรรค์และดึงดูดความอุดมสมบูรณ์เข้ามาได้
2. การให้และการแบ่งปัน (Giving and Sharing) กฎแห่งการให้: ตรงกันข้ามกับเศรษฐศาสตร์ทางโลกที่มุ่งเน้นการ "ได้รับ" หรือ "รักษา" สิ่งที่ดีมี แนวคิดนี้เชื่อว่า "กำไรหรือการได้มาของเราเกิดขึ้นจากการให้และแบ่งปัน" เช่น การแบ่งปันความรู้ ความสามารถ หรือความจริงที่ค้นพบ การแลกเปลี่ยนพลังงาน: Spiritual Economy ถูกมองว่าเป็นการแลกเปลี่ยนพลังงานเพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการสร้างสรรค์ (Creativity) ของผู้อื่น ซึ่งมีเป้าหมายคือการเสริมพลัง (Empowerment) ไม่ใช่แค่การทำกำไร
3. การทำงานเพื่อเป้าหมายที่สูงส่ง (Higher Purpose) งานคือการบำเพ็ญ: การทำงานไม่ได้เป็นเพียงหนทางหาเลี้ยงชีพ แต่เป็นของขวัญ เป็นโอกาสในการใช้พรสวรรค์ แสดงออกถึงความคิดสร้างสรรค์ และการบำเพ็ญประโยชน์ต่อส่วนรวม ความยั่งยืนและความรับผิดชอบ: การแสวงหาความมั่งคั่งจะต้องไม่เป็นไปเพื่อประโยชน์ส่วนตนอย่างเดียว แต่ต้องเป็นไปเพื่อสวัสดิภาพของสังคมโดยรวม และเคารพในความเป็นผู้ดูแลทรัพยากรธรรมชาติ (Caretaker of Nature)
4. การบูรณาการศีลธรรมและจริยธรรม (Ethics and Morality) แนวคิดนี้ต้องการบูรณาการหลักการทางจิตวิญญาณ เช่น ความซื่อสัตย์ ความยุติธรรม ความไม่โลภ เข้าไปในระบบเศรษฐกิจและกิจกรรมทางธุรกิจ เพื่อต่อต้านปัญหาที่เกิดจากความโลภ การแข่งขัน และความเห็นแก่ตัวที่ครอบงำเศรษฐกิจแบบวัตถุนิยม

ปัญหาหลักของการสร้างโมเดลธุรกิจของจักรวาลคู่ขนานนี้คือ เป็นเรื่องใหม่ ที่มีข้อมูลจำกัด หากไทยที่มีพื้นฐานด้าน Spiritual (อย่างน้อยก็ในส่วนของการทำงานสมาธิ และนามปฏิบัติ) พร้อมทั้งมีพื้นฐานของ Mu Economy ที่แข็งแกร่ง หากลงทุนศึกษาจะเกิดโอกาสอย่างมหาศาล ในโลกที่คนรุ่นปัจจุบันมีปัญหาด้านสภาพจิตใจ, มุ่งหาความสำเร็จที่รวดเร็ว, มุ่งหาความสุขสงบจากภายใน เศรษฐกิจจิตวิญญาณเป็นเรื่องที่กำลังเป็นที่นิยม คนกำลังพูดถึงการ "ตื่นรู้" Awakening และเชื่อมโยงตนไปยังจักรวาลคู่ขนาน ซึ่งจะสามารถเข้าสู่สภาวะของการตื่นรู้ ได้จากหลายวิธี ซึ่งวิธีเหล่านี้ ล้วนต้องใช้การ Coaching ซึ่งในช่วงเวลานี้ NLP; Neuro-linguistic programming หรือธุรกิจที่เกี่ยวกับ Self-Reflection คาดการณ์มูลค่าของเฉพาะตลาด NLP และบริการที่เกี่ยวข้อง ระยะสั้นในช่วงปี 2025-2030 แสดงให้เห็นถึงการเติบโตอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว โดยมีตัวเลขที่น่าสนใจดังนี้:

- มูลค่าตลาด NLP ในปี 2025 ประมาณ 16.59 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ
- คาดว่ามูลค่าตลาดจะเพิ่มขึ้นเป็น 39.21 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2030
- อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) อยู่ที่ประมาณ 18.9% ในช่วง 2025-2030

ตลาด NLP นอกจากจะขยายตัวเร็วแล้ว ยังถูกผลักดันโดยการประยุกต์ใช้ AI ในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะในงานด้านการตลาด ที่ซึ่ง AI ถูกนำมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพในกลยุทธ์และการสื่อสารกับลูกค้าอย่างกว้างขวาง นอกจากนี้ ภูมิภาคต่าง ๆ ยังมีการเติบโตที่แตกต่างกัน โดยอเมริกาเหนือครองส่วนแบ่งตลาดสูงสุดและเอเชีย-แปซิฟิกเติบโตเร็วที่สุดในอัตราประมาณ 25% ต่อปี Source: <https://neuron.expert/news/artificial-intelligence-in-marketing-market-global-forecast-report-2025-2030-personalized-omnichannel-customer-journey-orchestration-using-ai-driven-predictive-analytics-and-triggers/14330/th/>

### วิธีการทั่วไปในปัจจุบันที่เข้าสู่ Spiritual Stage เพื่อไปยังการตื่นรู้

- วิธีการต่อมาในการเข้าถึงสภาวะของจิตวิญญาณเพื่อการตื่นรู้ ที่เป็นที่นิยมเรียกว่า Manifestation หรือภาษาไทยนิยมแปลว่า "จิตดลบันดาล" เป็นที่นิยมขึ้นมาก โดยจิตดลบันดาลนี้เป็นวิธีการที่ก้ำกึ่งระหว่าง Mu Economy และ Spiritual Economy เพราะว่ามันไปนิยมการทำจิตดลบันดาลเพื่อการคาดหวังการพัฒนา หรือได้สิ่งที่ตนปรารถนา ซึ่งใช้หลักการของ Law of Attraction เป็นแกนซึ่งครอบคลุม 3 ระดับแรกได้แก่ ระดับกายภาพ อารมณ์ จิต แต่ทว่าในการ Manifestation ขั้นสูง จะเป็นขั้นตอนที่ก้าวสู่ Spiritual Stage ระดับจิตวิญญาณ ซึ่งจะไปเชื่อมโยงกับระดับของความถี่ที่เกี่ยวข้องกับ Quantum Physics<sup>4</sup> ซึ่งประจวบเหมาะกับการสื่อสารเรื่อง Multiverse ผ่านภาพยนตร์ Sci-Fi ของจักรวาลมาร์เวลทำให้คนให้ความสนใจเรื่องนี้เพิ่มมากขึ้น และเปิดประตูสู่การพาตัวเองไปยังสภาวะ Spiritual ในปัจจุบันพบว่า จิตดลบันดาลเป็นที่นิยมและมีการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว และเป็นคนรุ่น Gen Z ที่ให้ความสนใจอย่างมากสอดคล้องกับทวิเคราะห์การตลาดของสายมูเดล วิธีการเข้าสู่การตื่นรู้จากตัวตนสู่จักรวาลอื่นๆ อย่างไรก็ตามพบว่าไม่มีการสำรวจถึงมูลค่าของ Manifestation แต่หากทำ Social Listening ก็พบว่ามีการค้นหา และพูดถึง manifestation อย่างกว้างขวาง
- วิธีการต่อมา คือ การเข้าถึงสมาธิ และผ่านการปฏิบัติในรูปแบบของโยคะ และจักระที่เชื่อมโยงจิตไปสู่สภาวะการรู้ตัว ซึ่งวิธีการเช่นนี้ผ่านการศึกษาโยคะ การปฏิบัติสมาธิ การเข้าฌาน รวมไปถึงการสะกดจิตแบบพิเศษ ต่างเป็นกระบวนการที่เกี่ยวกับ Spiritual ทั้งสิ้น ในประเทศไทยการฝึกจิตในระดับญาณและนามสมาธิ มีการเรียนการสอน และเติบโตอย่างกว้างขวาง แต่เช่นเดิม ไม่มีการทำวิจัยถึงมูลค่าทางการตลาดเพื่อเป็นการอ้างอิงถึงความน่าสนใจ
- ในอีก 3-5 ปีจากวันนี้ ในสายของความเชื่อเรื่องผู้มาเยือนจากต่างดาว; Being ที่ปัจจุบันกลุ่มคนที่เชื่อในการติดต่อกับ จิตวิญญาณในกลุ่มนี้ตื่นตัวและขยายวงมากขึ้น เพื่อที่จะมีโอกาสที่จะสื่อสารกับมนุษย์ต่างดาว หรือ เข้าใจสภาวะจิตคล้ายๆ กับภาพยนตร์เรื่อง Matrix ที่มีสาวกที่ค้นคว้าเรื่องพวกนี้อย่างมากมาย

<sup>4</sup> สามารถอ่านพื้นฐานเพิ่มเติมได้ที่ Source: [https://www.reddit.com/r/Manifestation/comments/1an25y3/the\\_link\\_to\\_quantum\\_physics/](https://www.reddit.com/r/Manifestation/comments/1an25y3/the_link_to_quantum_physics/)

ต่อคำถามที่ว่า ความนิยมด้านจิตวิญญาณจะเติบโตไปอีกนานเท่าใด คงจะเป็นเรื่องที่ต้องได้ยาก ทว่าในช่วง 2024-2043 (ราว 20 ปี) ในศาสตร์ของ Chinese Metaphysics เรียนว่ายุคเก่า เป็นยุคแห่งอารมณ์ ความแปรเปลี่ยนทางอารมณ์ ซึ่งเป็นโอกาสของธุรกิจตามแนวทางการตีความของศาสตร์ด้านนี้ และในยุคถัดไป คือ 2044-2063 จะเข้าสู่ยุคหนึ่ง ยุคแห่งภูมิปัญญา หากใช้ศาสตร์พิเศษในการตอบคำถามก็เห็นแนวโน้มว่าธุรกิจด้าน Spiritual จะมีอายุ Shelf-life ที่ยาวนาน และมีฐานของลูกค้ากว้างขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งใครก็ตามที่มองเห็นโอกาสของจักรวาลคู่ขนาน อย่างน้อยก็ชาว Gen Z ที่จะเติบโต และครองฐานของเศรษฐกิจอย่างแน่นอนในรอบ 20 ปีจากวันนี้

นี่คือโมเดลธุรกิจที่ผู้เขียนเชื่อว่า เป็นโมเดลที่คนไทยสามารถทำได้ดี และสามารถทำได้ทันที จากทุนวัฒนธรรม ทุนสังคม ทุนความรู้ หรือทุนในรูปแบบอื่นๆ ที่เรามี การเข้าใจ "ปัญหาของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย" โดยมองจาก โลกคู่ขนาน, มิติคู่ขนาน และ จักรวาลคู่ขนาน คงจะสร้างโมเดลทางธุรกิจง่ายๆ ด้วยความสร้างสรรค์ของคนไทยได้ไม่ยาก ถ้าท่านผู้อ่านคิดว่าแนวคิดเหล่านี้เป็นเรื่องไร้สาระ ก็คงจะไร้สาระ แต่ถ้าท่านผู้อ่านเห็นโอกาส ก็คงจะได้ร่วมขบวนของเศรษฐกิจที่พิเคราะห์จากมุมมองพิศดารนี้ได้ไม่ยาก ท้ายสุดนี้ คนที่มองเห็นความเป็นไปได้ต่างจากคนอื่นๆ คงเป็นเมล็ดพันธุ์แห่ง Orange Economy ที่ไทยใฝ่ฝัน และไปถูกทางกว่าการพยายามเป็น STEM ของการศึกษาและ master narrative ของไทย ท้ายสุดนี้ขอให้ท่านมองเห็นโมเดลใหม่จาก โลกคู่ขนาน และขอให้ท่านเข้าใจกระแสธารของปัญหาในใจมนุษย์เพื่อสร้างโมเดลใหม่จาก มิติคู่ขนาน และขอให้ดวงตามที่สามเปิดออก เพื่อพาตัวเองไปยังโมเดลจากจักรวาลคู่ขนาน