

บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การดำเนินชีวิตในยุคบริโภคนิยมพบว่าก่อให้เกิดปัญหามากมายในสังคม ประกอบด้วย ๑) ปัญหาขยะล้นเมืองเป็นมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม ๒) ปัญหาการใช้ทรัพยากรธรรมชาติมากกว่าการฟื้นตัว เป็นเหตุให้โลกเสียสมดุล เกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติมากมาย เช่น แผ่นดินไหว สึนามิ โลกร้อนขึ้น น้ำท่วมใหญ่เนื่องจากฝนตกมากกว่าปกติ ๓) ปัญหาการเคลื่อนย้ายความมั่งคั่งจากผู้คนไปสะสมยังบรรษัทผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าอย่างเหลือล้น จนกระทั่งสามารถซื้ออำนาจรัฐได้อย่างเบ็ดเสร็จ และเข้าไปกำหนดนโยบายบริหารจัดการบ้านเมืองเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่กลุ่มทุนของตนเองมากขึ้นไปอีก^๑ เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว เหล่านี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาหลักธรรมในพระพุทธศาสนา ในหัวข้อ ปฏิจจสมุปบาท ที่มีความหมายว่า การเกิดขึ้นพร้อมแห่งธรรมทั้งหลายโดยอาศัยกัน การที่สิ่งทั้งหลายอาศัยกันและกันจึงเกิดมีขึ้น เช่นการที่ทุกข์เกิดขึ้นเพราะอาศัยปัจจัยสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกันมา^๒ ปัญหาจากบริโภคนิยมทั้ง ๓ ประการดังกล่าวก็เช่นกันมันอาศัยกันและกันเกิด ดังนั้นการจะแก้ก็ต้องอาศัยกันและกันแก้ จากงานวิจัยเรื่อง “ศึกษาวิเคราะห์การดำเนินชีวิตยุคบริโภคนิยมตามแนวพระพุทธศาสนาเถรวาท” ที่กำหนดให้ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภคแบบใหม่โดยให้กลุ่มผู้บริโภคหรือลูกค้าเป็นเสมือนทรัพย์สินของผู้ผลิต หรือมองอีกมุมหนึ่งได้ว่ากลุ่มผู้บริโภคหรือลูกค้าเป็นที่สะสมความมั่งคั่งของผู้ผลิต^๓ และพัฒนาเป็น ทฤษฎีสมดุลผลิต-สมดุลบริโภค-สมดุลผลประโยชน์

เพราะปัจจุบันนี้ระบบตลาดที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงผู้ผลิตเกือบทุกอุตสาหกรรมโดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมรถยนต์ บรรณานาที่จะมีกลุ่มลูกค้าที่แน่นอนโดยได้ลงทุนอย่างมากมหาศาลในงบประมาณประชาสัมพันธ์เพื่อรักษากลุ่มผู้บริโภคหรือลูกค้าไว้ให้มากที่สุดและนานที่สุด ดังที่ฟิลิป คอตเลอร์ ภูการตลาดโลกได้วิจัยพบว่า อุตสาหกรรมรถยนต์ที่มีแนวความคิด แบบขับเคลื่อนสินทรัพย์ (Asset Driven Thinking) คือ จะพยายามผลิตมาก ๆ และทำการตลาดเพื่อขายรถยนต์ออกไปให้มากที่สุด ในการนี้จะมีรถยนต์ที่ผลิตเสร็จแล้วและรอการขายนับล้าน ๆ คัน ผลที่น่าสะพรึงกลัว คือ รถยนต์จำนวนมากจะอยู่ที่ดีลเลอร์เป็นเวลา ๗๐ วัน และเพื่อผลักดันรถยนต์เหล่านี้สู่ผู้บริโภค ผู้ผลิตจำเป็นต้องให้ส่วนลดและสร้างแรงจูงใจอื่น ๆ อีกมาก โดยงบประมาณและส่งเสริมการขายจะสูงถึง ๑๐ % ของราคารถ ดังนั้นผู้บริโภคจึงต้องจ่ายเงินเพิ่มขึ้นตั้งแต่ ๒,๐๐๐ – ๒๐,๐๐๐ เหรียญ เพื่อช่วยให้ผู้ผลิตคืนทุนด้านการส่งเสริมการขายที่ทุ่มลงไป ถ้าบริษัทรถยนต์บริหารงาน

^๑สมเกียรติ ไชยภูมิ, “ศึกษาวิเคราะห์การดำเนินชีวิตยุคบริโภคนิยมตามแนวพระพุทธศาสนาเถรวาท”, สารนิพนธ์ศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย, ๒๕๕๕), หน้า ๒.

^๒พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตโต), **พุทธธรรม ฉบับปรับขยาย**, พิมพ์ครั้งที่ ๓๒, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์พลีธัมม์, ๒๕๕๕), หน้า ๑๕๒.

^๓สมเกียรติ ไชยภูมิ, “ศึกษาวิเคราะห์การดำเนินชีวิตยุคบริโภคนิยมตามแนวพระพุทธศาสนาเถรวาท”, สารนิพนธ์ศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, หน้า ๒๒๓.

เหมือน Dell Computer ที่ผลิตสินค้าตามการสั่งซื้อโดยไม่สตอกสินค้าเลย จะไม่มีรถยนต์จมอยู่กับดีลเลอร์เป็นเวลา ๗๐ วัน ลูกค้านี้ไม่ต้องจ่าย ๑๐ % เพื่อช่วยผู้ผลิตคืนทุนด้านการส่งเสริมการขายที่ท่วมลงไป^๕ นับเป็นความสัมพันธ์ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการช่วงชิงผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน กล่าวคือผู้บริโภคก็ต้องการสินค้าที่มีคุณภาพดีในราคาถูกที่สุด ในขณะที่ผู้ผลิตก็ต้องการผลิตสินค้าที่ผลิตออกจำหน่ายแล้วได้กำไรสูงสุด เมื่อไม่ได้ตามปรารถนาทั้งสองฝ่ายก็ต้องไปหาคู่ค้ารายใหม่จึงนับเป็นความสัมพันธ์ที่ไม่ยั่งยืน และนี่คือประเด็นของการตลาดแบบองค์รวม นั่นคือบริษัทต้องออกแบบธุรกิจใหม่จากจุดยืนของลูกค้า เพื่อบริษัทจะได้รวบรวมข้อมูลที่ลึกซึ้งเกี่ยวกับลูกค้าและมีความสามารถที่จะเสนอผลิตภัณฑ์ บริการ เพื่อความสัมพันธ์ที่เป็นระบบและองค์รวมดังกล่าว

เพื่อเป็นการต่อยอดแนวคิดการตลาดแบบองค์รวมของฟิลิป คอตเลอร์ โดยการสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนระหว่างผู้บริโภคกับผู้ผลิต ผู้วิจัยมีเห็นว่า ถ้าเปลี่ยนนโยบายประชาสัมพันธ์ให้เป็นเหมือนงบประมาณของกระทรวงต่าง ๆ ของรัฐบาล เช่น กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงพาณิชย์ หรือ กระทรวงสาธารณสุข เพื่อพัฒนาความเป็นอยู่และความมั่งคั่งของผู้บริโภค แล้วส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้บริโภคมีความรักดีอดทนใช้สินค้าของผู้ผลิตนั้น ตามหลักการเกื้อหนุนกันของทิศทั้ง ๖ ในพระพุทธศาสนา^๕ เพื่อให้ข้อเสนอที่เป็นแนวทางการแก้ไขปัญหาดังกล่าวปรากฏชัดเจนว่าสอดคล้องกับหลักธรรมในพระพุทธศาสนา ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาการพัฒนาแบบความสัมพันธ์เชิงดุลยภาพระหว่างผู้บริโภคและผู้ผลิตเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดจากบริโณคนิยม โดยการวิเคราะห์หลักพุทธธรรมเชิงความสัมพันธ์กันระหว่าง อริยสัจ ๔ กฎปฏิจจสมุปบาท และกฎไตรลักษณ์ ซึ่งมีแก่นเป็นเหตุปัจจัยเหมือนกันเปรียบเช่นเดียวกับน้ำ น้ำแข็ง และไอน้ำที่มีสถานะต่างกัน แต่โครงสร้างโมเลกุลเป็นน้ำเหมือนกัน จึงอาจกล่าวได้ว่า หลักพุทธธรรมที่จะใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาสังคมสามารถตีความแสดงเป็นกฎธรรมชาติดังนี้ ๓ ลักษณะ ได้ดังนี้ คือ ๑) สมตาหรือการปรับสมดุล ๒) ความเป็นวัฏฏะ และ ๓) ชีวิตาหรือความมีหน้าที่ต่อกัน

ดังนั้น ด้วยปัญหาที่เกิดจากบริโณคนิยมดังได้กล่าวมาแล้วนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำวิจัยเรื่องรูปแบบความสัมพันธ์อย่างยั่งยืนระหว่างผู้บริโภคกับผู้ผลิตตามแนวทางพระพุทธศาสนา เพื่อนำเสนอองค์ความรู้เป็นแนวทางการปฏิบัติในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวอย่างเป็นรูปธรรม อันจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่ายตามหลักพระพุทธศาสนา คือ ผู้ผลิต ผู้บริโภค และสังคมโดยรวม จะเห็นว่าแนวทางของบริโณคนิยมมีลักษณะที่ตรงกันข้ามกับหลักธรรมที่ผู้วิจัยนำเสนอทั้งหมด ดังนี้ คือ ๑) บริโณคนิยมเน้นการบริโภคอย่างไม่มีขีดจำกัดยิ่งบริโภคมากยิ่งมีความสุขมาก แต่ธรรมนิยามแสดงกฎธรรมชาติดังแสดงความสุข ๒) บริโณคนิยมมองการพัฒนาเป็นการเจริญเติบโตแบบไม่มีขีดจำกัด แต่ธรรมนิยามเป็นกฎธรรมชาติดังแสดงพัฒนาการเป็นแบบวัฏฏะ ๓) บริโณคนิยมมองทุกอย่างเป็นการแข่งขันและช่วงชิง แต่ธรรมนิยามเป็นกฎธรรมชาติดังแสดงความร่วมมือช่วยเหลือเกื้อกูลกันแบบมีหน้าที่ต่อกัน และจาก

^๕ฟิลิป คอตเลอร์ และคณะ., คิดใหม่การตลาด (Marketing Moves), แปล โดย ฉันทวีชัย ไชยตระกูลชัย, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร : ผู้จัดการ, ๒๕๔๕), หน้า ๑๓๗-๑๓๘.

^๕สมเกียรติ ไชยภูมิ, “ศึกษาวิเคราะห์การดำเนินชีวิตยุคบริโณคนิยมตามแนวพระพุทธศาสนาเถรวาท”, สารนิพนธ์ศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, หน้า ๒๑๘.

หลักธรรมดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยจะพัฒนาเป็น ทฤษฎีสมมูลผลิต-สมมูลบริโภค-สมมูลผลประโยชน์ โดยคาดว่าจะผลการวิจัยนี้หากสามารถปฏิบัติได้จริงจะเกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่ายตามหลักพระพุทธศาสนา ได้แก่ ประโยชน์ตนประโยชน์ท่านและประโยชน์ร่วมกัน หรือประโยชน์ของสังคมโดยรวม

๑.๒ วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- ๑.๒.๑ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับผู้ผลิตในสังคมบริโภคนิยม
- ๑.๒.๒ เพื่อศึกษาหลักพุทธธรรมที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับผู้ผลิต
- ๑.๒.๓ เพื่อเสนอรูปแบบความสัมพันธ์อย่างยั่งยืนระหว่างผู้บริโภคกับผู้ผลิตตามแนวทางพระพุทธศาสนา

๑.๓ ปัญหาที่ต้องการทราบ

- ๑.๓.๑ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับผู้ผลิตในสังคมบริโภคนิยมเป็นอย่างไร
- ๑.๓.๒ หลักพุทธธรรมที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับผู้ผลิตเป็นอย่างไร
- ๑.๓.๓ รูปแบบความสัมพันธ์อย่างยั่งยืนระหว่างผู้บริโภคกับผู้ผลิตตามแนวทางพระพุทธศาสนาเป็นอย่างไร

๑.๔ ขอบเขตของการวิจัย

๑.๔.๑ **ขอบเขตเอกสารการวิจัย** เอกสารหลักในพระพุทธศาสนาที่ผู้วิจัยใช้เป็นกรอบในการศึกษาวิจัยและอ้างอิง คือ คัมภีร์พระไตรปิฎกทั้งภาษาไทยและบาลี คัมภีร์อรรถกถา ฎีกา อรรถกถา และปกรณ์วิเสส ในขณะที่เอกสารชั้นรองที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจะใช้หนังสือที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับผู้ผลิต รวมถึงการตลาดและสังคมบริโภคนิยมในยุคโลกาภิวัตน์ของคลื่นลูกที่ ๓ ที่เรียกว่า “ปัจเจกภิวัตน์ (Globalization of People)” ซึ่งผู้คนทั่วโลกสามารถติดต่อเชื่อมโยงเป็นหนึ่งเดียวกันได้โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ๓ ประการ คือ เวลา พื้นที่ และความรู้ ดังนั้น ขอบเขตข้อมูลในงานวิจัยนี้จึงกว้างขวางในระดับโลก

๑.๔.๒ **ขอบเขตเนื้อหาในการวิจัย** ผู้วิจัยจะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับผู้ผลิตในยุคก่อนและยุคสังคมบริโภคนิยมปัจจุบันทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเน้นที่เป็นแหล่งกำเนิดในประเทศแถบตะวันตก และเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย คือ ผลของการใช้ทฤษฎีสมมูลผลิตสมมูลบริโภคและสมมูลผลประโยชน์ เพื่อแก้ปัญหาที่เกิดจากระบบเศรษฐกิจกระแสหลักแบบบริโภคนิยมที่มีความเห็นผิดว่า บุคคลสามารถกอบโกยความมั่งคั่งได้อย่างไรขีดจำกัดโดยไม่ทำให้ผู้อื่นเดือดร้อน งานวิจัยมีเนื้อหามุ่งเน้นไปที่การนำเสนอ รูปแบบความสัมพันธ์อย่างยั่งยืนระหว่างผู้บริโภคกับผู้ผลิตที่มีลักษณะเป็นองค์รวมและมีคุณภาพ ซึ่งพัฒนาการลักษณะของความสัมพันธ์จะเป็นตัวแปรสำคัญในการนำมาเป็นกรอบในการศึกษาวิเคราะห์ และสังเคราะห์ทฤษฎีที่สอดคล้องกับหลักพุทธธรรม เพื่อให้ได้มาซึ่งรูปแบบความสัมพันธ์อย่างยั่งยืนระหว่างผู้บริโภคกับผู้ผลิตตามแนวทางพระพุทธศาสนา

๑.๔.๓ **ขอบเขตของเวลาในการศึกษา** ผู้วิจัยจะดำเนินการศึกษาวิจัยโดยใช้ระยะเวลา ๑๒ เดือน หรือ ๑ ปี โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ ๑ มกราคม ๒๕๕๘ ถึง วันที่ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๕๘

๑.๕ คำนิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่บริโภคหรือรับบริการหรือใช้สินค้าที่ตนเองไม่ได้ผลิต

ผู้ผลิต หมายถึง ผู้ที่นำวัตถุดิบมาผลิตเป็นสินค้าเพื่อจำหน่ายแก่ผู้บริโภค

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับผู้ผลิตในสังคมบริโภคนิยม หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับผู้ผลิตที่ผู้ผลิตออกแบบและวางแผนการ เพื่อผลิตสินค้าจำหน่ายหรือบริการแก่ผู้บริโภค โดยมุ่งเน้นให้ผู้บริโภค บริโภคสินค้าหรือบริการมาก ๆ และต่อเนื่องด้วยการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ หรือลดแลกแจกแถม โดยไม่คำนึงว่าสินค้าหรือบริการนั้นจะเป็นประโยชน์หรือมีคุณค่าต่อผู้บริโภคมากน้อยเพียงใด หรือมีส่วนทำลายสภาพแวดล้อมหรือไม่ และผู้บริโภคก็บริโภคสินค้าหรือบริการตามกระแสการชี้นำของผู้ผลิต ส่งผลให้ความมั่งคั่งถูกสูบไปสะสมยังผู้ผลิตอย่างไร้ขีดจำกัด ทรัพยากรธรรมชาติถูกทำลายเร็วกว่าการฟื้นตัวตามปกติ เกิดปัญหาทั้งสังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อมตามที่ปรากฏชัดเจนในปัจจุบัน

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับผู้ผลิตตามแนวทางพระพุทธศาสนา หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับผู้ผลิตที่ต่างฝ่ายต่างเกื้อหนุนเพื่อให้เกิดการบริโภคหรือบริการ บำบัดความต้องการเพื่อให้ได้รับความพอใจ โดยเกิดคุณภาพชีวิตที่มีลักษณะเป็นความสันโดษที่ไม่มีความต้องการเทียม คือ ไม่เห็นแก่ความต้องการประเภทเสพลึงปรนเปรอตน เป็นการบริโภคที่มีระบบสัมพันธ์แห่งการสร้างสรรค์ของมนุษย์ ทำให้ชีวิตมีความตึงามมากขึ้นและทำสังคมให้มีสันติสุข และสำหรับผู้ผลิตก็ผลิตสินค้าเพื่อสนองการบริโภคด้วยปัญญาเท่านั้น ดังนั้นปริมาณการผลิตจึงพอดีหรือสมดุลกับการบริโภคโดยที่ผู้ผลิตก็ไม่มีกิจกรรมที่ทำให้ผู้บริโภคบริโภคเกินความจำเป็น

รูปแบบความสัมพันธ์อย่างยั่งยืนระหว่างผู้บริโภคกับผู้ผลิตตามแนวทางพระพุทธศาสนา หมายถึง รูปแบบความสัมพันธ์อย่างยั่งยืนที่เกิดจากการเกื้อกูลกันแบบองค์รวมระหว่างผู้บริโภคกับผู้ผลิตอันเกิดจากการนำทฤษฎีที่ผู้วิจัยเสนอไปปฏิบัติ คือ ทฤษฎีสมดุลผลิตสมดุลบริโภคและสมดุลผลประโยชน์ เป็นแนวปฏิบัติที่ทั้งสองฝ่ายต่างช่วยเหลือเกื้อกูลกันตามหลักทศ ๖ ในพระพุทธศาสนา กล่าวคือ ผู้ผลิตจะเปลี่ยนงบประมาณการตลาดที่จะต้องจ่ายไปกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายซึ่งมีจำนวนมากมาเป็นงบประมาณส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีการศึกษาที่เหมาะสมกับงานที่ทำ มีงานการทำที่มั่นคง และมีสุขภาพที่แข็งแรง ในขณะที่ผู้บริโภคก็สนับสนุนผู้ผลิตโดยการใช้สินค้าของผู้ผลิตซึ่งได้ผลิตตรงตามความต้องการของผู้บริโภคทั้งทางด้านปริมาณและคุณภาพ แบบมั่นคงและอย่างยั่งยืน

๑.๖ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ มีเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคและผู้ผลิตอย่างยั่งยืนตามแนวทางพระพุทธศาสนา ดังนี้

๑.๖.๑ เอกสารที่เป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีดังนี้

มบุญ มุกข์ประดิษฐ์ ได้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “วิเคราะห์ปรัชญาและแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงอันเนื่องมาจากพระราชดำริกับหลักธรรมในพระพุทธศาสนา” ได้พบสิ่งที่น่าสนใจอย่างยิ่ง คือ การพัฒนาประเทศในช่วง ๕ ทศวรรษที่ผ่านมาชี้ให้เห็นชัดถึงผลการพัฒนาที่ไม่สมดุลทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำของการกระจายรายได้เกิดปัญหาความยากจนและความเสื่อมโทรมของ

ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ความอ่อนแอของสังคมไทยภายใต้กระแสวัตถุนิยม และบริโภคนิยมยังก่อให้เกิดปัญหาทางศีลธรรม จริยธรรม และค่านิยม ในวิถีชีวิตที่ติงามของคนไทย อย่างรุนแรงอีกด้วย ขณะเดียวกันกับที่โครงการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริกว่า ๓๐๐๐ โครงการที่มุ่งเน้นความ พออยู่ พอกิน พอเพียงและคุณภาพชีวิตของประชากรที่ได้น้อมนำเอาหลัก พระพุทธธรรมมาเป็นแนวทางการพัฒนาของพระองค์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง อันเนื่องมาจากพระราชดำริ ได้ก่อให้เกิดคุณูปการแก่ประชาชนและประเทศชาติเป็นอันมากจนนับ จนกระทั่งภาครัฐได้น้อมนำเอาไปเป็นปรัชญานำในแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับ ที่ ๙ เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาของประเทศ ผลของการศึกษาวิจัยจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ยังได้ ข้อสรุปด้วยว่า การพัฒนาประเทศตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ซึ่งมีรากฐานมาจากหลักธรรมในพระพุทธศาสนานั้น จะทำให้สังคมและประเทศชาติ ดำเนินไปได้ อย่างมั่นคง ยั่งยืน มีภูมิคุ้มกัน มีดุลยภาพและมีคุณภาพชีวิตที่ดีด้วย^๖

ศักดิ์ชัย อนันต์ตรีชัย ได้ทำวิจัยเรื่อง “จริยศาสตร์ในการดำเนินธุรกิจของพระพุทธศาสนานิกายเถรวาท” มีข้อสรุปว่า ปัจจุบัน ธุรกิจ คือ พลังสำคัญในการสร้างความเจริญรุ่งเรืองแก่อารย ธรรมมนุษย์ เป็นพลังขับเคลื่อนสังคมโลกให้เจริญก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง แต่ในขณะเดียวกัน การมุ่ง แสวงหา ผลประโยชน์สูงสุดของเหล่านักธุรกิจก็ได้สร้างปัญหาจำนวนมากเช่นเดียวกัน สามารถพบ เห็นอย่าง สม่าเสมอไม่ว่าที่ใด ๆ บนโลกไม่ว่าจะเป็นการเอารัดเอาเปรียบ การแข่งขันที่ปราศจาก ความเมตตา ปรานี และการแสวงหาผลประโยชน์จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ อย่างไม่รู้จัก จน ก่อให้เกิดปัญหา แก่ผู้คนสังคมและสิ่งแวดล้อมจนยากที่จะเยียวยารักษา ทำให้นักวิชาการ นักการ ศาสนา และนักธุรกิจจำนวนหนึ่ง เห็นพ้องต้องกันว่า จำเป็นที่จะต้องมีการปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ ในการดำเนินธุรกิจกระแสหลัก เพื่อให้ธุรกิจอำนวยประโยชน์และเกื้อกูลอารยธรรมมนุษย์ให้มากที่สุด แต่ขณะเดียวกันก็ต้องสร้างปัญหาน้อยที่สุดแก่สังคม พร้อมกับการสร้างความสุขแก่สถานที่ทำงาน โดยพยายามเสนอให้นำคุณค่าทางศาสนาและจิตวิญญาณ เข้ามาเป็นรากฐานของกระบวนทัศน์ใน การดำเนินธุรกิจ กระบวนทัศน์ทางเลือกใหม่นี้จึงเริ่มเป็นที่แพร่หลาย และได้รับความนิยมมากขึ้น^๗

ศศิวรรณ กำลังสินเสริม ได้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “พุทธกระบวนทัศน์ในการดำเนินชีวิตยุค บริโภคนิยม” มีวัตถุประสงค์ ๓ ประการ คือ ๑) เพื่อศึกษาวิเคราะห์ความหมายและความเป็นมาของ การเปลี่ยนแปลงของสังคมโลกยุคโลกาภิวัตน์ที่มีผลต่อกระบวนทัศน์ในการดำเนินชีวิตของสังคมไทย ในด้านวิถีชีวิต ตัวบุคคล สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ๒) เพื่อศึกษาวิเคราะห์พุทธกระบวนทัศน์ ในการดำเนินชีวิตให้เป็นสุขได้อย่างรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมตามที่ปรากฏในพระไตรปิฎก ๓) เพื่อพัฒนากะบวนทัศน์ตามแนวพุทธมาใช้ในการดำเนินชีวิตยุคบริโภคนิยมอย่างมีความสุขและ ยั่งยืน ผลการวิจัยพบว่า ผลสำเร็จของกระบวนการบริโภคนิยม อยู่ที่ความสามารถในการกุมความคิด ของคนในสังคมให้มี กระบวนทัศน์ในการดำเนินชีวิตว่า ต้องเป็นคนทันสมัยร่ำรวย สิ่งอำนวยความสะดวก

^๖ มนูญ มุกข์ประดิษฐ์, “วิเคราะห์ปรัชญาและแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงอันเนื่องมาจากพระราชดำริกับ หลักธรรมในพระพุทธศาสนา”, วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลง กรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๓).

^๗ ศักดิ์ชัย อนันต์ตรีชัย, “จริยศาสตร์ในการดำเนินธุรกิจของพระพุทธศาสนานิกายเถรวาท”, วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๐).

สะดวกกลายเป็นค่านิยมที่ไม่ได้ส่งผ่านเฉพาะสื่อสารสนเทศประเภทต่าง ๆ เท่านั้น หากยังได้รับการปลูกฝังโดยสถาบันต่าง ๆ ในสังคม จนกลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมไทย ดังนั้น คนไทยต้องปรับเปลี่ยนวิธีคิดหรือกระบวนทัศน์มาสู่พุทธกระบวนทัศน์ด้วยการนำหลักธรรมคำสอนในพระพุทธศาสนามาประยุกต์ใช้อย่างจริงจัง จนสามารถฝังรากลึกลงในจิตตนจนเป็นลักษณะนิสัยใฝ่ดี มีสัมมาทิฐิ เพื่อให้สัมมาทิฐิเป็นแกนนำในการขับเคลื่อนวิถีชีวิตเข้าสู่กระบวนการพัฒนาชีวิตตามหลักมัชฌิมาปฏิปทา เป็นไปเพื่อสร้างสมดุลให้แก่ชีวิตทั้งด้าน ศีล สมาธิ ปัญญา โดยอาศัยปัจจัยสองด้านคือ การคบถุณมิตร และการคิดอย่างถูกวิธีหรือคิดแบบโยนิโสมนสิการ มีการบริหารจัดการทรัพยากรที่หาได้อย่างมีประสิทธิภาพ พิจารณาถึงคุณค่าแท้ก่อนเสพใช้สอยปัจจัย ๔ ด้วยการบริโภคอย่างมีสติ ตามหลัก อปัสเสนธรรม มีความเป็นอยู่อย่างพอเพียงตามหลักสันโดษ คือ ยินดีตามมี พอใจตามได้ ตามสมควรแก่เพศภาวะและฐานะของตน^๔

พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การใช้การสร้างตัวชี้วัดเพื่อวิเคราะห์เศรษฐกิจพอเพียงโดยเปรียบเทียบกับพุทธเศรษฐศาสตร์” โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพุทธเศรษฐศาสตร์กับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ที่สามารถนำไปสู่การสร้างตัวชี้วัดเพื่อ กำหนดระดับของความเป็นเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพุทธเศรษฐศาสตร์และแนวทางในการประยุกต์ใช้ตัวชี้วัดดังกล่าว ด้วยการวิจัยเชิงเอกสาร ภายใต้กรอบทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ ๔ ทฤษฎี ได้แก่ ทฤษฎีการผลิต ทฤษฎีการบริโภค ทฤษฎีอรรถประโยชน์ และทฤษฎีการกระจายผลผลิตโดยการวิเคราะห์เปรียบเทียบ ได้ข้อสรุปว่า หลักพุทธธรรมที่นำมาใช้ในพุทธเศรษฐศาสตร์ ได้แก่ มัชฌิมาปฏิปทา โยนิโสมนสิการ และอปปมาทธรรม มีความสัมพันธ์กับคุณลักษณะด้านความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ในปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยมัชฌิมาปฏิปาทากับความพอประมาณ เป็นวิธีการหรือหนทางในการพัฒนาตน โยนิโสมนสิการกับความมีเหตุผล เป็นเครื่องอำนวยความสะดวกในการพัฒนาตน และอปปมาทธรรมกับการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี เป็นเครื่องกำกับการพัฒนาตน ผลการศึกษาพบว่า เนื้อหาของเศรษฐศาสตร์กระแสหลักมีขอบเขตจำกัดอยู่เพียงพุทธเศรษฐศาสตร์ที่มีองค์ธรรมในระดับศีลเป็นประธาน โดยองค์ธรรมในระดับศีลที่เกี่ยวข้องกับ ๔ ทฤษฎีหลักทางเศรษฐศาสตร์ ได้แก่ ปาริสุทธิศีล ๔ ที่ประกอบด้วย อาชีวะปาริสุทธิศีลในกิจกรรมการผลิต ปัจจัยสันนิสิตศีลในกิจกรรมการบริโภค อินทริยสังวรศีลในเรื่องอรรถประโยชน์ และปาฏิโมกขสังวรศีลในการกระจายผลผลิต^๕

อุทัย สติมั่น ได้ทำสารนิพนธ์เรื่อง “เศรษฐธรรมแห่งการครอบครองในระบบทุนนิยม” มีสาระสำคัญว่า การครอบครองในระบบทุนนิยมโลกาภิวัตน์มีสาเหตุมาจากอวิชชา คือ ความไม่รู้ทำให้มนุษย์เห็นว่ามีตัวตนและมีอัตตาอันยิ่งใหญ่เข้าไปจัดการกับชีวิตของสัตว์อื่นได้สารพัดอย่าง ทั้งที่ทุกสิ่งทุกชีวิตล้วนเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติที่อาศัยกันและกันเป็นเหตุเป็นผลเป็นปัจจัยต่อกัน ไม่มีใครใหญ่กว่าใครไม่มีใครสำคัญกว่าใครทุกสิ่งทุกอย่างล้วนเป็นองค์ประกอบเพื่อให้เกิดความสมดุลในธรรมชาติ พระพุทธศาสนาไม่ยกย่องการเป็นอยู่อย่างแยกส่วนตัวใครตัวมัน หากเน้นการให้อยู่เป็น

^๔ ศศิวรรณ กำลังสินเสริม, “พุทธกระบวนทัศน์ในการดำเนินชีวิตยุคบริโภคนิยม”, วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๐).

^๕ พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์, “การใช้การสร้างตัวชี้วัดเพื่อวิเคราะห์เศรษฐกิจพอเพียงโดยเปรียบเทียบกับพุทธเศรษฐศาสตร์”, วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๐).

ชุมชนที่บรรสานสอดคล้องกันกับธรรมชาติที่แวดล้อมอย่างเกื้อกูลกัน การครอบครองจึงนับเป็นเรื่องที่ขัดแย้งกับความเป็นไปตามธรรมชาติ เพราะตามความเป็นจริงไม่มีอะไรครองอะไรได้ไม่มีใครครอบครองใครได้ การเข้าไปครอบครองก็คือการเข้าไปยึดเข้าไปถือเอาว่าเป็นของเราและหวงแหนอยากยึดเอาไว้เป็นของตน พระพุทธศาสนาสอนว่า บุคคลใดมีความหวงแหนมากครอบครองมากย่อมหนักและอัดแน่นไปด้วยอัตตาตัวตน คือ ตัวกูของกู ย่อมเป็นทุกข์ แนวทางการแก้ไขปัญหาคือการครอบครองในระบบทุนนิยมนั้นพระพุทธศาสนาได้วางแนวปฏิบัติไว้ ดังนี้ ๑) ระดับบุคคลมุ่งการครอบครองแบบยืมใช้และการครอบครองแบบเฉลี่ยส่วนกัน ๒) ระดับสังคมมุ่งการครอบครองโดยใช้ระบบทุนนิยมมีขีดจำกัด คือ การนำธรรมชาติมากำกับทุนใช้แนวคิดทฤษฎีนิยมนิยามคือกระจายรายได้เป็นทาน^{๑๐}

สมเกียรติ ไชยภูมิ ได้ทำสารนิพนธ์เรื่อง “ศึกษาวิเคราะห์การดำเนินชีวิตยุคบริโภคนิยมตามแนวพระพุทธศาสนาเถรวาท” โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ ๑) เพื่อศึกษาการดำเนินชีวิตยุคบริโภคนิยม ๒) เพื่อศึกษาการดำเนินชีวิตตามแนวพระพุทธศาสนาเถรวาท และ ๓) เพื่อวิเคราะห์คุณค่าการดำเนินชีวิตยุคบริโภคนิยมตามแนวพระพุทธศาสนาเถรวาท เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่เน้นการวิจัยทางเอกสาร โดยศึกษาจากพระไตรปิฎกเป็นหลัก จากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และผลงานของท่านผู้รู้ในทางพระพุทธศาสนา ผลการวิจัยพบว่า การดำเนินชีวิตยุคบริโภคนิยม เป็นการดำเนินชีวิตในยุคที่ผู้คนในสังคมถูกกระตุ้นให้บริโภคมาก ๆ ด้วยความหลากหลายของสินค้า การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย ประกอบกับความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่ทำให้มนุษย์ประดิษฐ์คิดค้นและผลิตเครื่องอำนวยความสะดวกออกมาเป็นสินค้าที่ต้องขับเคลื่อนด้วยพลังงานมากมาย ยิ่งมนุษย์บริโภคมากเท่าไร ทรัพยากรธรรมชาติก็ถูกทำลายมากเท่านั้น พร้อมทั้งปล่อยของเสียหรือขยะสู่สิ่งแวดล้อม รายงานวิจัยนี้ได้สรุปผลเสียจากบริโภคนิยมเป็น ๓ ประการ ดังนี้ ๑) ขยะล้นเมือง ๒) ทรัพยากรธรรมชาติถูกทำลายและเกิดภาวะโลกร้อน ๓) ทรัพยากรถูกดูถูกไปสะสมยังบรรษัทจนมีความมั่งคั่งและอิทธิพลทางเศรษฐกิจเหนืออำนาจรัฐเกิดความโกลาหลทางการเมือง ผลักดันให้สังคมพัฒนาไปสู่ยุค “โลกาภิวัตน์”^{๑๑}

คันสนีย์ ชุมพลบุญขร ได้ทำสารนิพนธ์เรื่อง “การศึกษาวิเคราะห์หลักปฏิบัติต่อทรัพย์ในอาทิยสูตร” มีสาระสำคัญ คือ อาทิยสูตรเป็นพระสูตรที่ว่าด้วยประโยชน์ที่ควรถือเอาจากโภคทรัพย์ซึ่งปรากฏอยู่ในพระสูตรต้นตปิฎก อังคุตตรนิกาย ปัญจกนิบาต เล่มที่ ๒๒ พบว่าประเด็นสำคัญในอาทิยสูตร ได้แก่ การแสวงหาทรัพย์ การใช้จ่ายทรัพย์ และคุณค่าที่ได้รับ โดยอาทิยสูตรได้เสนอหลักปฏิบัติต่อทรัพย์ว่า โภคทรัพย์มีความสำคัญต่อชีวิตให้อยู่ได้ด้วยดีมีความสุข สะดวกสบาย เกิดพัฒนาคุณภาพชีวิตและเป็นฐานเข้าถึงจุดหมายของชีวิตที่ดียิ่งขึ้น แม้ว่าทรัพย์จะมีค่าแต่ก็มีโทษด้วยหากปฏิบัติต่อทรัพย์ผิดวิธี ดังนั้น บุคคลจึงควรมีหลักปฏิบัติต่อทรัพย์ให้ถูกต้อง กล่าวคือ ต้องแสวงหาทรัพย์ด้วยความขยันหมั่นเพียรและโดยสุจริตชอบธรรม หรือ ประกอบสัมมาอาชีพะที่ดำเนินตามหลักกุศลกรรมบถ ๑๐ ครั้นได้ทรัพย์มาแล้วก็ควรใช้จ่ายทรัพย์เพื่อบำรุงตนเองและบุคคลรอบข้างให้มีความสุข

^{๑๐}อุทัย สติมัน, “เศรษฐกิจแห่งการครอบครองในระบบทุนนิยม”, สารนิพนธ์พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๔).

^{๑๑}สมเกียรติ ไชยภูมิ, “ศึกษาวิเคราะห์การดำเนินชีวิตยุคบริโภคนิยมตามแนวพระพุทธศาสนาเถรวาท”, สารนิพนธ์ศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๕).

ที่สอดคล้องกับการบำรุงบุคคลตามหลักทศ ๖ คุณค่าที่ได้รับ คือ ความสุข ๔ ประการของคฤหัสถ์ และการบรรลุประโยชน์ทั้งในปัจจุบันและเบื้องหน้า ทั้งนี้ได้ยกกรณีตัวอย่างบุคคลในสมัยพุทธกาล คือ อนาถปิณฑิกเศรษฐี และในปัจจุบันได้แก่ ดร.บุญยง ว่องวานิช^{๑๒}

พระมหาเถรียงไกร กิตติเมธี (พินยารักษ์) ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “พุทธจริยศาสตร์กับการบริโภคปัจจัย ๔” มีสาระสำคัญสรุปได้ว่า พุทธจริยศาสตร์วิเคราะห์การบริโภคของคนไทยที่มีสาเหตุสำคัญจากพฤติกรรมบริโภคนิยม ตามทฤษฎะพุทธจริยศาสตร์เห็นว่าเกิดจากคุณค่าบริโภคนิยมที่สนองความต้องการและความพึงพอใจสูงสุด การบริโภคกลุ่มบริโภคนิยมของคนไทยทำให้เกิดปัญหาทางจริยธรรม คือ ปัญหาครอบครัว ปัญหาการศึกษา ปัญหาเศรษฐกิจ ปัญหาสังคมและวัฒนธรรม พุทธจริยศาสตร์มีทฤษฎะให้บุคคลดำรงชีวิตแบบเรียบง่าย และอยู่ด้วยความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่กัน สนับสนุนการบริโภคด้วยปัญญา พุทธจริยศาสตร์มีทฤษฎะเกี่ยวกับการบริโภคนิยมว่าเป็นเพียงกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สนองความต้องการเท่านั้น สำหรับเหตุผลในฐานะผู้คัดค้านกล่าวคือ คัดค้านการแสวงหาปัจจัย ๔ โดยมีชอบและเกินความจำเป็นโดยมิได้คำนึงถึงจริยธรรมในการบริโภคที่ดี ซึ่งเป็นสาเหตุทำให้เกิดปัญหาทางจริยธรรมและปัญหาอื่น ๆ อีกมากมาย และทำให้ศักยภาพในการเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ลดน้อยลง ดังนั้น การศึกษาพุทธจริยศาสตร์กับการบริโภคปัจจัย ๔ ของคนไทย จะเป็นประโยชน์มาก หากทราบถึงหลักพุทธจริยศาสตร์ในการบริโภคปัจจัย ๔ สามารถทำให้การบริโภคเข้าถึงจิตใจและอาจจะลด ละ เลิกการบริโภคปัจจัย ๔ ที่เกินขอบเขตและเกินความจำเป็นนั้นก็จะอาจจะเป็นไปได้ในที่สุด^{๑๓}

พนพ เกษามา ทำสารนิพนธ์เรื่อง “ศึกษาหลักทศ ๖ ในพระพุทธศาสนากับแนวคิดเรื่องผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร” มีสาระสำคัญเกี่ยวกับหลักธรรมเรื่อง “ทศ ๖” ที่มีปรากฏใน สังคาลสูตร ซึ่งเป็นธรรมที่พระพุทธเจ้าได้ตรัสไว้เพื่อให้มนุษย์พึงปฏิบัติและปฏิสัมพันธ์กับบุคคลรอบข้างให้ดี แล้วจะทำให้มีชีวิตที่ดีและมีความสุขในการดำรงชีวิตประจำวันและในการทำงาน ในการวิจัยนี้ใช้หลักการของทศ ๖ ในพระพุทธศาสนาเปรียบเทียบกับหลักของ “ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders)” ในการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (TQM) ซึ่งผู้นำน้องการจะต้องบริหารและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกคน จึงจะทำให้งานได้รับความร่วมมือและการสนับสนุนอย่างดี ซึ่งสามารถเปรียบเทียบกับหลัก “ทศ ๖” กับหลักของ “ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย” ดังนี้ (๑) ทศเบื้องต้น คือ ลูกค้ายหรือผู้มารับบริการ (๒) ทศเบื้องขวา คือ หน่วยงานของรัฐ (๓) ทศเบื้องหลัง คือ หุ่นส่วนหรือผู้ถือหุ้น (๔) ทศเบื้องซ้าย คือ คู่ค้าและเพื่อนร่วมงาน (๕) ทศเบื้องล่าง คือ คนงานหรือลูกจ้าง (๖) ทศเบื้องบน คือ ที่ปรึกษาของบริษัท ถ้าหากว่าผู้บริหารองค์กรสามารถบริหารและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลรอบข้างได้อย่างดี ก็จะมีส่งผลให้การบริหารงานราบรื่นและประสบผลสำเร็จได้ด้วยดี^{๑๔}

^{๑๒} ศันสนีย์ ชุมพลบุญชร, “การศึกษาวิเคราะห์หลักปฏิบัติต่อทรัพย์ในอาทิยสูตร”, สารนิพนธ์พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๖).

^{๑๓} พระมหาเถรียงไกร กิตติเมธี, “พุทธจริยศาสตร์กับการบริโภคปัจจัย ๔” สารนิพนธ์พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๖).

^{๑๔} พนพ เกษามา, “ศึกษาหลักทศ ๖ ในพระพุทธศาสนากับแนวคิดเรื่องผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร” สารนิพนธ์พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๖).

๑.๖.๒ เอกสารที่เป็นหนังสือทั่วไปที่เกี่ยวข้อง มีดังนี้

ฟิลิป คอตเลอร์ ได้เขียนหนังสือหลายเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ มีดังนี้

๑) การตลาดสำหรับนักปฏิบัติ มีสาระสำคัญที่กล่าวถึง ทฤษฎีการตลาดที่เกิดขึ้นก่อนปี ๑๙๗๐ ทั้งหมดจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับบริษัทที่มุ่งแสวงหากำไร พยายามดันรนขายสินค้าและบริการของตนเพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้ แต่สำหรับองค์กรอื่น ๆ เช่น องค์กรที่ไม่แสวงหากำไรและองค์กรของรัฐก็เผชิญกับปัญหาด้านการตลาด เช่น วิทยาลัยต่างก็แข่งขันกันแย่งนักศึกษา องค์กรดังกล่าวทั้งหมดล้วนแสวงหาเงินทุนด้วยกันทั้งสิ้น เช่นเดียวกับบุคคลที่ดำเนินกิจกรรมการตลาด ไม่ว่าจะเป็นนักการเมืองที่แสวงหาคะแนนเสียง แพทย์แสวงหาคนไข้ ทั้งหมดนี้มีสิ่งร่วมอยู่อย่างหนึ่ง คือ ความปรารถนาที่จะดึงดูดการตอบสนองหรือทรัพยากรจากคนอื่น เช่น ความสนใจ ความปรารถนา การซื้อ การพูดถึงในแง่ดี แต่การจะได้มาซึ่งการตอบสนองที่วุ่นนี้ เราต้องเสนอสิ่งตอบแทนที่คนอื่นเห็นว่ามีค่า อีกฝ่ายจึงจะตอบสนองหรือให้ทรัพยากรเป็นการแลกเปลี่ยน ดังนั้น การแลกเปลี่ยนจึงเป็นกรอบความคิดหลักที่รองรับความสำคัญของการตลาด การตลาดสามารถนำมาใช้กับอะไรก็ได้ที่นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์และบริการ เช่น นำมาใช้กับประชาชนก็เรียกว่า การตลาดบุคคล เป็นต้น นอกจากนี้การตลาดยังมีความหมายครอบคลุมถึงความต้องการลดการบริโภคสินค้าบางชนิดในบางเวลาด้วย ซึ่งเรียกว่าการตลาดเพื่อลดความต้องการสินค้า (Demarketing) รวมถึงการทำลายอุปสงค์ของผลิตภัณฑ์บางชนิดที่อาจก่อให้เกิดโทษแก่ผู้บริโภค เพราะเห็นว่าไม่ถูกสุขอนามัยหรือไม่ปลอดภัย เช่น ยาที่มีสารเสพติด บุหรี่ อาหารที่มีไขมันสูง ปืน และผลิตภัณฑ์ที่เป็นปัญหาอื่น ๆ ภารกิจของตลาดประเภทนี้ก็คือสิ่งที่เรียกว่า การไม่ขายสินค้า (Unselling) เป็นต้น^{๑๕}

๒) คิดใหม่การตลาด (Marketing Moves) ได้นำเสนอกรอบความคิดใหม่ครอบคลุมยุทธศาสตร์ธุรกิจและยุทธวิธีองค์กรด้วยมุมมองด้านการตลาดแนวใหม่แบบองค์รวม โดยบูรณาการจัดการทั้ง ๓ ประเภท คือ การจัดการอุปสงค์ การจัดการทรัพยากร และการจัดการเครือข่าย ด้วยวิธีคิดดังกล่าวบริษัทสามารถขึ้นนำกิจกรรมการตลาดใน ๔ แพลตฟอร์ม คือ ตัวสินค้า กิจกรรมการตลาด สถาปัตยกรรมธุรกิจ และระบบปฏิบัติการ ตัวสินค้าและสถาปัตยกรรมธุรกิจถูกมองในฐานะตัวสร้างกระแสรายรับ ในขณะที่กิจกรรมการตลาดและระบบปฏิบัติการถูกมองในฐานะตัวขับเคลื่อนด้านต้นทุน การตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยระบบการสื่อสารด้วยอินเทอร์เน็ตยุคใหม่ ธุรกิจรวมจำนวนมากตกลงกันได้จากการประสานงานในตลาดแทนที่จะติดอยู่กับระบบภายในบริษัทหลาย ๆ ธุรกิจดำเนินการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ขณะที่ต้นทุนการทำธุรกรรมและการประสานงานลดลงอี-มาร์เก็ตและอี-อินเทอร์เน็ตจะมีความสำคัญมาก บริษัทจะโฟกัสไปที่ลูกค้าและที่มุ่งความเชี่ยวชาญเฉพาะของตน และจ้างบริษัทนอกทำกิจกรรมอื่น ๆ ความสำเร็จในปัจจุบันขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ซัพพลายเออร์ และหุ้นส่วนธุรกิจ ทักษะในการสร้างและจัดการลูกค้าสัมพันธ์จะเป็นความเชี่ยวชาญที่มีความสำคัญมาก^{๑๖}

^{๑๕}ฟิลิป คอตเลอร์, การตลาดสำหรับนักปฏิบัติ, แปลโดย สายฟ้า พลวายุ, (กรุงเทพมหานคร : เอ.อาร์. บีซิเนส เพรส, ๒๕๔๒).

^{๑๖}ฟิลิป คอตเลอร์ และคณะ, คิดใหม่การตลาด (Marketing Moves), แปล โดย ธันยวัชร ไชยตระกูลชัย, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร : ผู้จัดการ, ๒๕๔๕).

๓) **การตลาด ๓.๐** มีสาระสำคัญ คือ การเสนอแนวคิดและวิธีการทำตลาดรูปแบบใหม่ในภาวะที่สภาพแวดล้อมของโลกเสื่อมโทรม และผู้บริโภคมีพฤติกรรมตื่นตัวให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม ในยุคที่เทคโนโลยีสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์มีบทบาทสำคัญในชีวิต ส่งเสริมให้การติดต่อเชื่อมโยงและแสดงความคิดเห็นโต้ตอบเกิดขึ้นได้อย่างง่ายดาย รวดเร็ว ซึ่งผู้บริหารองค์กรธุรกิจรวมทั้งนักการตลาดพึงตระหนักและปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานให้โดนใจลูกค้าในยุคนี้มากขึ้น ที่สำคัญองค์กรในยุคการตลาด ๓.๐ ควรเข้าไปมีบทบาทช่วยแก้ปัญหาทางสังคม โดยพยายามใช้การตลาดนำสินค้าและบริการไปสู่กลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ ที่ฐานของพีระมิด ซึ่งเป็นผู้มีรายได้น้อยอาศัยอยู่ในชนบทห่างไกล ด้วยการช่วยเหลือให้คนกลุ่มนี้มีอาชีพและรายได้เสริม การตลาด ๓.๐ ยังแนะนำว่าบริษัทธุรกิจในยุคใหม่สามารถจะมีส่วนร่วมแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนได้โดยสวมบทบาท “ผู้สร้างนวัตกรรม” (Innovator) “ผู้ลงทุน” (Investor) หรือ “ผู้เผยแพร่” (Propagator) ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับพันธกิจ วิสัยทัศน์ ค่านิยมของแต่ละองค์กร หนังสือเล่มนี้ได้เสนอแนวคิดทางด้านการตลาดที่มองลูกค้าในฐานะมนุษย์อย่างสมบูรณ์แบบด้วยความคิด (mind) จิตใจ (heart) และจิตวิญญาณ (spirit) พร้อมกับเข้าไปมีส่วนร่วมพัฒนาและแก้ไขปัญหาสังคม เช่น ความยากจน การว่างงาน ตลอดจนปัญหาในเรื่องความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อม^{๑๗}

๔) **Good Works!** เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับการแบ่งกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมออกเป็น ๖ ประเภท คือ ๑) การส่งเสริมกิจกรรมเพื่อสาธารณประโยชน์ (Cause Promotion) ๒) การตลาดอิงกิจกรรมเพื่อสาธารณประโยชน์ (Cause-related Marketing) ๓) การตลาดเพื่อสังคม โดยองค์กรธุรกิจ (Corporate Social Marketing) ๔) การบริจาคเพื่อการกุศลโดยองค์กรธุรกิจ (Corporate Philanthropy) ๕) กิจกรรมพนักงานจิตอาสา (Workforce Volunteering) ๖) การประกอบธุรกิจด้วยวิธีที่รับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices) ในหนังสือนี้ยังได้แนะนำวิธีวางแผนงานและการนำไปปฏิบัติให้ได้ผล กิจกรรมประเภทไหนเหมาะกับสถานการณ์อะไร ปัจจัยความสำเร็จพร้อมด้วยตัวอย่างและกรณีศึกษาจากบริษัทชั้นนำระดับโลกเพื่อประโยชน์แก่ธุรกิจและสร้างสรรค์สังคมให้น่าอยู่ยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังได้เสนอวิธีเลือกประเด็นปัญหาสังคมที่จะรณรงค์และประเภทกิจกรรมเพื่อสังคมที่เหมาะสมกับธุรกิจ สินค้า บริการ และพนักงานของบริษัทและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในสังคม และหนังสือเล่มนี้จะพิสูจน์ให้เห็นว่า องค์กรทางธุรกิจสามารถสร้างโลกให้สดใสไปพร้อมกับการสร้างกำไรไปด้วยกัน^{๑๘}

คริสโตเฟอร์ เอส. ควิน เป็นบรรณาธิการหนังสือเรื่อง “พระพุทธศาสนาเพื่อสังคมในตะวันตก” มองประวัติศาสตร์พระพุทธศาสนาว่าได้ผ่านยุคปฏิรูป (Reformations) มาคล้าย ๆ กับคริสต์ศาสนา คือ การปฏิรูปเกิดจากการปฏิเสธจริยธรรมแบบหินยาน ซึ่งถูกมองว่าเป็นยานแคบหรือยานสำหรับปัญญาชน ดังจะเห็นได้จากการกล่าวโจมตีและต่อต้านพวกปัญญาชน ในพระสูตรมหายาน เช่น สัทธรรมปุณฑริกสูตร วัชรกัณฐิกสูตร วัชรกัณฐิกสูตร ควิน ได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนกระบวนทัศน์

^{๑๗}ฟิลิป คอตเลอร์, คนะฯ, **การตลาด ๓.๐**, แปลโดย ณงลักษณ์ จารุวัฒน์, พิมพ์ครั้งที่ ๗, (กรุงเทพมหานคร : เนชั่นบุ๊คส์, ๒๕๕๔).

^{๑๘}ฟิลิป คอตเลอร์, คนะฯ, **Good Works!** แปลโดย ณงลักษณ์ จารุวัฒน์, พิมพ์ครั้งที่ ๗, (กรุงเทพมหานคร : เนชั่นบุ๊คส์, ๒๕๕๖).

ทางศาสนาของนักเทววิทยาชาว สวิส ชื่อ ฮันส์ คุง (Hans Kung) มาอธิบายการเปลี่ยนกระบวนทัศน์ทางจริยธรรมในพระพุทธศาสนา ในบทความเรื่อง “Paradigm Change in Buddhism and Christianity” โดยคุงได้ใช้แนวความคิดการเปลี่ยนกระบวนทัศน์ทางวิทยาศาสตร์ของ โทมัส คูห์น (Thomas Kuhn) ที่เสนอไว้ในงานเรื่อง “The Structure of Scientific Revolution” (๑๙๖๒) มาเป็นตัวแบบในการศึกษาการเปลี่ยนกระบวนทัศน์ในพุทธศาสนาและคริสต์ศาสนา เขาเสนอว่า การเปลี่ยนแปลงรูปแบบทางศาสนาในยุคหนึ่ง ๆ จะถูกกำหนดโดย “ผลโดยรวม (Total Constellation) แห่งความเชื่อมั่นทั้งโดยรู้ตัวและไม่รู้ตัว ระบบคุณค่า และแบบแผนแห่งพฤติกรรม ซึ่งกำลังแพร่หลายขยายขอบเขต และหยั่งรากลงในยุคหนึ่ง ๆ” จากแนวคิดนี้ ควิน จึงได้เสนอกระบวนทัศน์ทางจริยธรรมของพระพุทธศาสนา ๔ แบบ คือ (๑) แบบศีล (Discipline) (๒) แบบธรรม (Virtue) (๓) แบบทำประโยชน์เพื่อผู้อื่น (Altruism) และ (๔) แบบเพื่อสังคม (Engagement) จริยธรรมสองแบบแรกเป็นของพระพุทธศาสนายุคต้น ส่วนแบบที่ ๓ เป็นของพระพุทธศาสนาเถรวาท และแบบที่ ๔ เป็นจริยธรรมของพระพุทธศาสนาเพื่อสังคม^{๑๙}

เดวิด ลอย ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับ “การตลาด” ว่า ระบบทุนนิยมและบริโภคนิยมได้เข้ามาสิ่งสู่และครอบงำจิตวิญญาณของผู้คนส่วนใหญ่ในสังคมไทยและสังคมโลกในฐานะที่เป็น “ศาสนาใหม่” โดยใช้เวลาเพียงไม่กี่ปีมานี้เองและในเวลาเดียวกันก็ได้ทำลายสังคมธรรมะตามไปด้วย การที่ผู้คนเกือบทั้งโลกได้สมานารับเอา “ศาสนาทุนนิยม” ทั้งโดยที่รู้ตัวและไม่รู้ตัวนี้เป็นผลทำให้เกิดปัญหาที่ซับซ้อนมากมายในปัจจุบัน หนังสือเล่มนี้ยังได้ช่วยตอบคำถามที่เคยสงสัยมานานว่าทำไมคนหนุ่มสาวจำนวนมากที่เคยต่อต้านระบบทุนนิยมและบริโภคนิยมอย่างรุนแรงถึงขนาดยอมแค้นชีวิต โดยเฉพาะประเด็นการกระจายรายได้อย่างไม่เป็นธรรมเมื่อ ๓๐ ปีที่แล้ว (พ.ศ. ๒๕๑๖-๒๕๑๙) กลับกลายเป็นคนส่วนใหญ่ที่มีวิถีชีวิตที่กลมกลืนและบางครั้งก็ดูจะขึ้นขอบไปกับระบบทุนนิยมนี้โดยลืมคำถามสำคัญเมื่อครั้งที่ยังเป็นเยาวชนเสียสิ้น และได้นำเอาหลักพุทธธรรมมาอธิบายระบบเศรษฐกิจการตลาดที่มีผลต่อสังคมและวิถีชีวิตเป็นการเตือนสติให้ผู้อ่านได้ตระหนักและใคร่ครวญ ทั้งยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยโน้มน้าคนในยุคสมัยปัจจุบันให้เห็นความสำคัญของการศึกษาธรรมะเพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาทั้งส่วนตัวและสังคมส่วนรวมด้วย^{๒๐}

พุทธทาสภิกขุ สรรนิพนธ์พุทธทาสว่าด้วย “วิถีประชาธิปไตยและหัวใจเศรษฐกิจพอเพียง” มีสาระสำคัญเกี่ยวกับระบบการเมืองที่แท้มี ๒ ระบบ เท่านั้นเอง คือ ๑) ระบบที่ทำให้ประโยชน์ไปตกแก่เอกชนเป็นคน ๆ ไป ตามกฎหมายที่จะอำนวยให้ ๒) ระบบที่ทำให้ประโยชน์ไปตกแก่สังคม คือ คนหมู่มากกระทั้งทั้งแก่ทุกคนในประเทศหรือว่าในโลกก็ได้โดยการออกกฎหมายจะเห็นได้ว่ามีอยู่เพียงเท่านั้น นี่เป็นหัวใจของการปกครองนอกนั้นเป็นเพียงวิธีการเท่านั้น อย่างเช่นว่าเผด็จการมันเป็นเพียงวิธีการหรือเครื่องมือ ถ้าใช้มันถูกก็มีประโยชน์ ถ้าใช้ผิดมันก็เป็นอันตราย ถ้าผู้มีธรรมะเผด็จการมันก็ไม่เสียหายอะไร แต่มันจะได้ประโยชน์เร็วขึ้นเท่านั้นเอง อย่างพระพุทธเจ้าพระองค์ท่านเป็นผู้

^{๑๙} Christopher S. Queen, *Engaged Buddhism in the West*, (Wisdom : Publications, 2000).

^{๒๐} เดวิด ลอย, “ตลาด ทัศนะใหม่ของศาสนา” แปลและเรียบเรียงโดย พระชัยยศ ยโสธร, (กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิโกลดคิมทอง, ๒๕๔๗).

เผด็จการโดยดำรงพระองค์เหนือวินัย เหนืออะไรทุกอย่างแล้วทำอย่างเผด็จการ ทำไมเรื่องของพระองค์ท่านจึงสำเร็จเป็นประโยชน์ยั่งยืนมาจนกระทั่งถึงทุกวันนี้ เพราะว่าพระพุทธเจ้าพระองค์ท่านทรงมีระบบการเมืองแบบสังคมนิยม อย่างที่ทรงตรัสว่า “นี่จึงเป็นประโยชน์แก่อุคโลกทั้งเทวดาและมนุษย์” คุณสังคมของท่านชิมันใหญ่เท่าไร แต่วิธีปฏิบัติงานของพระองค์ท่านเป็นเผด็จการทุกอย่างเลย ฉะนั้นอย่าใช้คำพูดผิด ๆ ว่า เผด็จการแล้วจะเลวร้ายเสียหมดด้านเดียวมันอยู่ที่คนใช้ต่างหาก เราจะใช้วิธีการอย่างประชาธิปไตยก็ต้องประกอบไปด้วยธรรม ถ้าไม่ประกอบไปด้วยธรรมแล้วระบบประชาธิปไตยนั้นแหละจะเลวร้ายที่สุดยิ่งกว่าระบบใด ๆ^{๒๑}

มัน เสือสูงเนิน เขียนหนังสือเรื่อง “พระพุทธศาสนากับนิเวศวิทยา” มีเนื้อหาเกี่ยวกับระบบสิ่งแวดล้อมตลอดถึงปัญหาและแนวทางในการอนุรักษ์ธรรมชาติ เพื่อให้คงอยู่ในโลกนี้อย่างยั่งยืน เพราะสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติเป็นศูนย์รวมของปัจจัย ๔ ที่มนุษย์ได้นำมาใช้ในการดำรงชีวิต การศึกษานิเวศวิทยา คือ การศึกษากระบวนการของเหตุปัจจัยของการดำรงชีพของสิ่งทั้งหลายที่ต้องอาศัยกันและกัน ไม่มีสิ่งใดที่จะดำรงอยู่ได้ตามลำพังโดยไม่ต้องพึ่งพาอาศัยสิ่งอื่น เพราะทุกอย่างล้วนไม่มีความสมบูรณ์ในตัวเอง จำเป็นจะต้องหาสิ่งอื่นมาช่วยเสมอ จึงจะทำให้กระบวนการดำรงอยู่เป็นไปได้ และสิ่งที่ทุกชีวิตนำมาใช้เติมความบกพร่องของตนให้สมบูรณ์ขึ้นนั้น ส่วนใหญ่ได้มาจากแหล่งธรรมชาติ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องใช้อย่างประหยัดเพื่อให้คงอยู่คู่กับโลกต่อไป หนังสือเล่มนี้ได้แบ่งองค์ประกอบของชีวิตไว้ ๔ ส่วน คือ ๑) ส่วนนำเข้า (Input) คือ ส่วนที่เป็นทรัพยากร ๒) ส่วนกระบวนการ (Process) เป็นส่วนที่ทำหน้าที่แปรสภาพวัตถุดิบให้ได้เป็นผลลัพธ์หรือผลผลิต ๓) ส่วนผลลัพธ์ (Output) เป็นส่วนที่เกิดขึ้นหรือผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นเมื่อส่วนนำเข้าได้ผ่านกระบวนการแล้วซึ่งก็แตกต่างกันไปตามชนิดของระบบ ๔) ส่วนป้อนกลับ (Feed Back) เป็นส่วนที่ใช้ในการควบคุมกำกับการทำงานของกระบวนการ เพื่อให้เกิดผลผลิตหรือผลลัพธ์ตามที่กำหนดไว้^{๒๒}

มานิต รัตนสุวรรณ และคณะฯ ได้เขียนหนังสือเรื่อง “ยุทธศาสตร์การตลาดทฤษฎีและภาคปฏิบัติ” ชี้ให้เห็นว่าวิวัฒนาการทางการตลาดของโลกตะวันตกได้มาถึงจุดสูงสุดแล้วเพราะเขาได้ค้นพบแล้วว่ามนุษย์ธรรมดาอย่างเราทั้งหลาย คือ ผลิตผลอันอัจฉริยะที่สุดในโลกที่เกิดขึ้นมาด้วยอำนาจอะไรก็แล้วแต่ แล้วกลับมาให้ความสนใจศึกษาเรื่องราวในตัวมนุษย์ วิชามนุษย์กับจิต มนุษย์กับอำนาจแห่งจักรวาล พลังจิตกลายเป็นวิชาที่กำลังโด่งดังไปทั่วโลก และโลกตะวันตกกำลังวิ่งเข้ามาทางโลกตะวันออก วิชา Spirituality หรือ จิตวิญญาณพลังอำนาจแห่งจิตในตัวมนุษย์ ไม่น่าเชื่อเลยที่วันนี้ นักบริหารระดับโลกเริ่มสนใจวิชาพลังในตัวมนุษย์ โดยการเริ่มใช้สมาธิควบคุมจิตของนักบริหารระดับโลก ผู้นำระดับโลก นักการตลาดระดับโลก ประธานบริษัทระดับโลกเริ่มหันมามองตนเอง จนกลายเป็นที่มาของหนังสือเล่มดัง คือ Megatrends ๒๐๑๐ โดยแพทรีเซีย อาเบอดิน ที่ทำนายว่านักบริหารในอนาคตจะสนใจพลังแห่งจิตในตัวมนุษย์มากขึ้น หนังสือโด่งดังอีกเล่มที่ขายดีมากติดอันดับโลก คือ The Secrets ที่สัมภาษณ์คนดังทั่วสหรัฐ และค้นพบว่ามนุษย์มีอำนาจดังุดในตัวมนุษย์ ที่

^{๒๑}พุทธทาสภิกขุ, **สรณิพนธ์พุทธทาสว่าด้วย วิธีประชาธิปไตยและหัวใจเศรษฐกิจพอเพียง**, (กรุงเทพมหานคร : สุขภาพใจ, ๒๕๕๐).

^{๒๒}มัน เสือสูงเนิน, **พระพุทธศาสนากับนิเวศวิทยา**, (ฉะเชิงเทรา : มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๒).

สามารถดึงดูดความสำเร็จและความร่ำรวยได้ ซึ่งตรงกับหลักการบริหารเชิงพุทธที่ชาวพุทธรู้หลักนี้มา ๒ พันปีแล้วและหลายคนก็พบความลับ ในตัวมนุษย์ด้วยการนั่งสมาธิฝึกจิต สร้างสติและพลังแห่งจิต เรียกศักยภาพจิต ในฐานะนักการตลาดก่อนที่จะไปบริหารสินค้าบริหารคนอื่น ตัวเราก็เหมือนทรัพย์สินที่มีค่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพสูงและเราเองก็รู้จักตัวเราเองดีที่สุด รู้ว่ามีจุดแข็งที่ไหนจุดอ่อนที่ไหน ถ้าเรารู้แบบนี้ เราก็รู้จักสร้างคุณค่าเพิ่มในตัวเองให้มีค่าสูงสุดและทำตลาดตัวเองได้^{๒๓}

อัลวิน และไฮดี้ ทอฟฟ์เลอร์ ใช้เวลา ๑๒ ปี ในการรวบรวมข้อมูลเพื่ออธิบายการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจและความมั่งคั่งที่กำลังเกิดขึ้นในทุกวันนี้ด้วยความเร็วอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน เป็นการเปลี่ยนแปลงแบบพลิกจากหน้ามือเป็นหลังมือที่คล้ายกับการปฏิวัติอุตสาหกรรมแต่ทว่ามีขอบเขตกว้างขวางยิ่งกว่า เมื่อปัจจัยต่าง ๆ นับพันที่ดูเหมือนจะไม่เกี่ยวข้องกันเลยมารวมกัน เป็นระบบเศรษฐกิจใหม่ ควบคู่กับวิถีชีวิตที่เต็มไปด้วยข้อมูลข่าวสารในยุคโลกาภิวัตน์ ปีบให้มนุษย์ต้องทำความเข้าใจเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ อัลวิน และไฮดี้ ทอฟฟ์เลอร์ ได้นำข้อมูลเหล่านี้มานำเสนอเป็นความคิดใหญ่ ๆ ๓ ประการ ในหนังสือ ชื่อ ความมั่งคั่งปฏิวัติ (Revolutionary Wealth) ได้แก่ (๑) วิธีสร้างความมั่งคั่งในโลกกำลังอยู่ระหว่างการเปลี่ยนแปลงครั้งประวัติศาสตร์ เป็นส่วนหนึ่งของการอุบัติขึ้นของวิถีชีวิตใหม่หรืออารยธรรมใหม่ (๒) การเปลี่ยนแปลงปัจจัยพื้นฐานที่เกี่ยวกับเวลา พื้นที่ และความรู้ มีปัจจัยพื้นฐานลึกซึ้งที่อยู่ลึกกว่าปัจจัยพื้นฐานผิวเผินที่นักธุรกิจ นักลงทุน และนักเศรษฐศาสตร์เฝ้าติดตามอย่างใกล้ชิด และพบว่ากำลังเกิดการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ระหว่างเรากับปัจจัยพื้นฐานนั้น อย่างชนิดที่เรียกว่า “พลิกฟ้าคว่ำแผ่นดิน” (๓) ความเห็นผิดว่า “ระบบเศรษฐกิจเงินตรา” เท่านั้น เป็นเพียงส่วนเดียวของระบบความมั่งคั่งในปัจจุบัน แต่ต้องพึ่งพามูลค่าที่มองไม่เห็นของระบบเศรษฐกิจที่ไม่ใช้เงินที่มีขนาดมหึมาระดับโลก เป็นระบบเศรษฐกิจที่ตั้งอยู่บนกิจกรรมที่เรียกว่า “การผลิต-บริโภค” หรือการผลิตเพื่อบริโภคเอง^{๒๔}

दनัย จันทรเจ้าฉาย ได้เขียนหนังสือเรื่อง “กลยุทธ์ธุรกิจสีขาว (White Ocean Strategy)” ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับการกำหนดพื้นฐานการบริหารองค์กรแบบองค์รวม ครอบคลุมตั้งแต่วิสัยทัศน์ นโยบาย พันธกิจ กลยุทธ์การดำเนินงาน ไปจนถึงแนวทางในการปฏิบัติทุกภาคส่วนขององค์กร ตั้งแต่การบริหารงานบุคคล การตลาดและการขาย การปฏิบัติการ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ องค์กรธุรกิจสีขาวไม่ได้มองว่าตัวเองเป็นศูนย์กลาง ผลกำไรที่ผู้ถือหุ้นได้รับไม่ใช่สิ่งสำคัญสูงสุดแต่จะให้ความสำคัญกับสังคมในทุกภาคส่วน รวมทั้งสิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบตัวเราไปพร้อม ๆ กัน เราสามารถนำ กลยุทธ์ธุรกิจสีขาว ไปใช้ในการบริหารได้ทุก ๆ ระดับ ตั้งแต่ระดับนโยบาย ระดับบริหาร ระดับปฏิบัติ กระทั่งการเจรจาการค้าต่าง ๆ เราสามารถนำ กลยุทธ์ธุรกิจสีขาว ไปต่อยอด เสริมส่งให้กระบวนการบรรษัทภิบาล แข็งแรงยิ่งขึ้น ในระดับบุคคล กลยุทธ์ธุรกิจสีขาว จะช่วยกระตุ้นเตือนให้ทุก ๆ คนมอบโอกาสให้เพื่อนร่วมโลก เห็นถึงความสำคัญของการเสริมสร้างความดีงามต่อสังคม สิ่งแวดล้อม ช่วยกันคนละไม้ละมือจรรโลงโลก กลยุทธ์ธุรกิจสีขาวมีความยืดหยุ่นในตัว ไม่ได้มองโลกด้วยความสุดโต่ง

^{๒๓} มานิต รัตนสุวรรณ และคณะ, ยุทธศาสตร์การตลาดทฤษฎีและภาคปฏิบัติ, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร : สุขุมวิทการพิมพ์, ๒๕๕๓).

^{๒๔} อัลวินและไฮดี้ ทอฟฟ์เลอร์, ความมั่งคั่งปฏิวัติ (Revolutionary Wealth), แปลโดย สฤณี อาชวานันทกุล, พิมพ์ครั้งที่ ๔, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มติชน, ๒๕๕๓).

รวมถึงยอมรับว่าผลกำไรจากการดำเนินธุรกิจไม่ใช่สิ่งเลวร้าย เราสามารถนำ กลยุทธ์ธุรกิจสีขาวไปใช้เคียงคู่ในการกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจทุกรูปแบบ สามารถใช้คู่กับกลยุทธ์ทะเลสีแดง (Red Ocean Strategy) ที่มุ่งเอาชนะคู่แข่งด้วยวิธีตาต่อตาฟันต่อฟันเพื่อความอยู่รอด หรือจะใช้คู่กับกลยุทธ์ทะเลสีคราม (Blue Ocean Strategy) ที่พิชิตใจผู้บริโภคด้วยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่เหนือชั้นกว่า มุ่งสร้างตลาดใหม่ ๆ ด้วยการนำเสนอคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่นึกไม่ถึง สรุปลกลยุทธ์ธุรกิจสีขาว คือ พื้นฐานสำคัญที่จะทำให้การประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาดสี่ใดก็ตามมีความมั่นคง แข็งแกร่งและยั่งยืน^{๒๕}

วัชร งามจิตรเจริญ ได้เขียนหนังสือเรื่อง “แนวคิดในการนำเศรษฐกิจเชิงพุทธศาสนาสู่การปฏิบัติ” โดยปรับปรุงจากงานวิจัยเรื่อง “แนวคิดในการใช้พุทธธรรมเพื่อดำเนินการทางเศรษฐกิจในสังคมทุนนิยม : กรณีศึกษา” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิธีนำพุทธธรรมไปใช้ในการดำเนินการทางเศรษฐกิจ การเปรียบเทียบพุทธธรรมกับหลักการและวิธีการของทุนนิยมและการตัดสินว่าพุทธธรรมกับทุนนิยมขัดกันหรือไม่ โดยมีแนวคิดของนักธุรกิจชาวพุทธที่นำเอาพุทธธรรมไปใช้ในการดำเนินการทางธุรกิจเป็นกรณีศึกษา เช่น วสันต์ โพธิ์พานนท์ ซีอีโอของเบนซ์ของหล่อที่ใช้พุทธธรรมในการดำเนินธุรกิจ โดยใช้สมาธิในการเผชิญหน้ากับปัญหาทางเศรษฐกิจ ดนัย จันทรเจ้าฉาย ประธานเจ้าหน้าที่บริหารบริษัทซี คอนซัลแทนส์ แอนด์ มาร์เก็ตติ้ง คอมมูนิเคชั่นส์ จำกัด ได้ใช้หลักการลดตัวตนเป็นกลยุทธ์ในการสร้างทีมเวิร์ก ฉันทนา วัฒนารมย์ รองประธานกรรมการบริหารการตลาด บริษัท วอลโว่ คาร์ฯ ได้ใช้หลักพุทธธรรมพรหมวิหารสี่และอิทธิบาทสี่ในการทำงาน หรืออย่างวิกรม กรมดิษฐ์ ประธานบริษัทอมตะฯ ใช้หลักคุณธรรมและจริยธรรมเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมพร้อมกับการดูแลประโยชน์ส่วนตัวไปด้วยกัน เป็นต้น^{๒๖}

พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต) ได้เขียนหนังสือเรื่อง “พุทธธรรม” ที่มีสาระมุ่งแสดงแต่ในขอบเขตที่ว่า พุทธธรรมสอนว่าอย่างไร มีเนื้อหาอย่างไรเท่านั้น ส่วนที่ว่าพุทธธรรมจะเป็นปรัชญาหรือไม่ ให้เป็นเรื่องของปรัชญาเองที่จะมีขอบเขตครอบคลุมหรือสามารถตีความให้ครอบคลุมถึงพุทธธรรมได้หรือไม่ โดยที่ว่าพุทธธรรมก็คือพุทธธรรมและยังเป็นพุทธธรรมอยู่นั่นเอง มีข้อจำกัดอยู่อย่างเดียวว่า หลักการหรือคำสอนใดก็ตามที่เป็นเพียงการคิดค้นหาเหตุผลในเรื่องความจริงเพื่อสนองความต้องการทางปัญญา โดยมีได้มุ่งหมายและมีได้แสดงแนวทางสำหรับประพฤติปฏิบัติในชีวิตจริง อันนั้น ให้ถือว่า ไม่ใช่พระพุทธศาสนาโดยเฉพาะอย่างที่ว่า เป็นคำสอนเดิมแท้ของพระพุทธเจ้าซึ่งในที่นี้เรียกว่าพุทธธรรม การประมวลคำสอนเดิมแท้ของพระพุทธศาสนาอาจเป็นข้อสรุปลงไปว่า พุทธธรรมที่พระพุทธเจ้าทรงสอนและทรงมุ่งหมายแท้จริงเป็นอย่างไรนั้นเป็นเรื่องยาก แม้จะยกข้อความในคัมภีร์ซึ่งถือกันว่าเป็นพุทธพจน์มาอ้างเพราะคำสอนในคัมภีร์มีปริมาณมากมาย มีระดับความลึกต่าง ๆ กัน และขึ้นต่อการตีความของบุคคลโดยใช้สติปัญญาและความสุจริตใจหรือไม่เพียงไรด้วย ในบางกรณี ผู้ถือความเห็นต่างกันสองฝ่าย อาจยกข้อความในคัมภีร์มาสนับสนุนความคิดเห็น

^{๒๕} ดนัย จันทรเจ้าฉาย, กลยุทธ์ธุรกิจสีขาว (White Ocean Strategy), (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์เอ็มจี, ๒๕๕๔).

^{๒๖} วัชร งามจิตรเจริญ, แนวคิดในการนำเศรษฐกิจเชิงพุทธศาสนาสู่การปฏิบัติ, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๔).

ของตนได้ด้วยกันทั้งคู่ การวินิจฉัยความจริงขึ้นอยู่กับความแม่นยำในการจับสาระสำคัญ และความกลมกลืนสอดคล้องแห่งหลักการและหลักฐานที่แสดงทั้งหมดโดยรวมเป็นข้อสำคัญ^{๒๗}

พระมหาหรรษา ธมฺมหาโส, รศ.ดร. ได้นำเสนอแง่มุมของพระพุทธศาสนากับวิทยาการสมัยใหม่ในประเด็นที่หลากหลาย ในหนังสือชื่อ “พระพุทธศาสนากับวิทยาการสมัยใหม่” โดยนำหลักการที่ว่าด้วย “โลก ๓” ในมุมมองของพระพุทธศาสนาเป็นกรอบในการนำเสนอเนื้อหาของบทต่าง ๆ โดยแบ่งออกเป็น ๓ กลุ่มใหญ่ คือ (๑) โลกที่เกี่ยวกับอวกาศ (โอกาสโลก) ที่เน้นอธิบายแง่มุมทางวิทยาศาสตร์ที่เกี่ยวกับดวงดาว โลก และจักรวาล อีกทั้งปรากฏการณ์ที่เกี่ยวกับบราहฺมาจันทรและอมพระอาทิตย์ ที่เป็นประเด็นถกเถียงกันต่อปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ แต่พระพุทธศาสนาได้นำมาอธิบายในเชิงธรรมาธิฐานและบุคลาธิฐานเพื่อรองรับการอธิบายและตีความพระธรรมให้มีชีวิตชีวามากขึ้น (๒) โลกเกี่ยวกับหมู่มนุษย์ (มนุษย์โลก) โดยการนำเสนอแง่มุมต่าง ๆ ของพระพุทธศาสนาที่สัมพันธ์กับแง่มุมใหม่ในวิธีแห่งโลก คือ พระพุทธศาสนากับสันติภาพ พระพุทธศาสนากับเศรษฐศาสตร์ พระพุทธศาสนากับเศรษฐศาสตร์การเมือง พระพุทธศาสนากับการสื่อสารทางการเมือง และพระพุทธศาสนากับสิ่งแวดล้อม (๓) โลกเกี่ยวกับการปรุงแต่ง (สังขารโลก) ได้เสนอแง่มุมระหว่างพระพุทธศาสนากับการฆ่าตัวตาย พระพุทธศาสนากับสุขภาพแบบองค์รวม ซึ่งทั้งสองประเด็นนี้จะชี้ให้เห็นว่า กระบวนการปรุงแต่งทางจิตมีผลต่อการฆ่าตัวตายอย่างไร และกระบวนการมองสุขภาพแบบองค์รวมที่สัมพันธ์ทั้งกายและจิต จะเข้ามาช่วยทำให้มนุษย์มองเห็นความสำคัญในการเอาใจใส่ดูแลตนเองอย่างไร จึงทำให้เรามองเห็นความสัมพันธ์ของทั้งสองสิ่งนี้เป็นหนึ่งเดียวซึ่งจะส่งผลต่อการดูแลและรักษาภายในใจให้เกิดดุลยภาพต่อไป^{๒๘}

ทันพงษ์ รัตนานันท์ เขียนหนังสือเรื่อง “กำเนิดทุนสามัญ เผด็จการ (เงิน) ยึดโลก” มีสาระที่น่าสนใจเกี่ยวกับพัฒนาการของตลาดในระบบทุนนิยมโลก ดังนี้ (๑) ยุคระบบตลาดเสรี หลังการปฏิวัติอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลไอน้ำ (ยุคอิทธิพลแนวคิดมือที่มองไม่เห็นของอดัม สมิท) อันเป็นยุคต้นที่รุ่งเรืองหรือเรียกได้ว่าเป็น “รุ่งอรุณของทุนนิยม” (๒) ยุคที่ตลาดถูกควบคุมโดยรัฐและสถาบันเปรียบเสมือนยุคเที่ยงวันของทุนนิยมที่ได้รับอิทธิพลจากแนวความคิดของ จอห์น เมย์นาร์ด เคนส์ เป็นยุคกลางหลังจากประสบวิกฤติรอบแรก มีการรวมศูนย์ทุนเพื่อการผูกขาด ยุคแห่งการครองโลกขององค์กรโลกบาล อย่างธนาคารโลก องค์กรการค้าโลก (WTO) กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) เป็นต้น (๓) ยุคเสรีนิยมใหม่ เป็นยุคแห่งการร่วมมือกันของจักรวรรดิมหาอำนาจเก่าอย่างอังกฤษกับจักรวรรดิมหาอำนาจใหม่ คือ สหรัฐอเมริกา (มาร์กาเรต แทตเชอร์ และโรนัลด์ เรแกน) เป็นยุคตะวันตกดินของทุนนิยมมีการผ่อนคลายกฎเกณฑ์เป็นยุคที่อำนาจรัฐของแต่ละประเทศถอยหลังและหลีกทางให้กับอำนาจโลก หรือจักรพรรดิแห่งทุน ยุคนี้เริ่มต้นราวปี ค.ศ. ๑๙๘๐ มีการเฟื่องฟูของตลาดหุ้นและตลาดเงินทั่วโลกหลังการปฏิวัติเทคโนโลยีสารสนเทศ^{๒๙}

^{๒๗} พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต), **พุทธธรรม ฉบับปรับขยาย**, พิมพ์ครั้งที่ ๓๒, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ผลิธรรม, ๒๕๕๕).

^{๒๘} พระมหาหรรษา ธมฺมหาโส, **พระพุทธศาสนากับวิทยาการสมัยใหม่**, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์สุขุมวิทการพิมพ์, ๒๕๕๕).

^{๒๙} ทันพงษ์ รัตนานันท์, **กำเนิดทุนสามัญ เผด็จการ (เงิน) ยึดโลก**, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์กรีน ปัญญาญาณ, ๒๕๕๖).

จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าว มีผู้ทำวิจัยเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับผู้ผลิต และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลรอบข้างในพระพุทธศาสนาหลายเรื่อง เช่น ศันสนีย์ ชุมพลบุญพร ทำวิจัยเรื่อง “พัฒนาการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในมุมมองทางพระพุทธศาสนา” โดยศึกษาสภาพปัญหาและแนวคิดของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ พบว่าแนวคิดซีเอสอาร์ (CSR) ในปัจจุบันมีรากฐานส่วนหนึ่งจากพระพุทธศาสนาตั้งแต่สมัยพุทธกาลและพัฒนาโดยนักคิดนักวิชาการต่าง ๆ เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน และพนพ เกษามา ทำสารนิพนธ์เรื่อง “ศึกษาหลักทศ ๖ ในพระพุทธศาสนากับแนวคิดเรื่องผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร” มีสาระสำคัญเกี่ยวกับหลัก “ทศ ๖” ที่มีปรากฏใน สังคาลสูตร ซึ่งเป็นธรรมที่เกี่ยวกับปฏิสัมพันธ์แบบเกื้อกูลกันระหว่างกับบุคคลรอบข้าง ในการวิจัยนี้ใช้หลักการของทศ ๖ ในพระพุทธศาสนาเปรียบเทียบกับเหมือนหลักของ “ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders)” ผู้วิจัยเห็นว่ายังไม่มีเอกสารเล่มใดกล่าวถึง รูปแบบความสัมพันธ์อย่างยั่งยืนระหว่างผู้บริโภคกับผู้ผลิตตามแนวทางพระพุทธศาสนา ซึ่งมีแนวทางการวิจัยที่มุ่งเน้นการนำเสนอรูปแบบความสัมพันธ์อย่างยั่งยืนระหว่างผู้บริโภคกับผู้ผลิตที่สอดคล้องกับหลักธรรมคำสั่งสอนในพระพุทธศาสนาที่สามารถแก้ไขปัญหาทั้งสิ่งแวดล้อม สังคม และการเมืองที่เกิดจากการตลาดแบบทุนนิยมและบริโภคนิยมในยุคปัจจุบัน ผู้วิจัยจึงประสงค์จะทำวิจัยเรื่องดังกล่าวนี้

๑.๗ วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมุ่งศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลชั้นปฐมภูมิ (Primary Source) คือ พระไตรปิฎกและอรรถกถา และข้อมูลชั้นทุติยภูมิ (Secondary Source) คือ คัมภีร์ ข้อมูลจากวารสาร เอกสารต่าง ๆ ซึ่งเป็นวรรณกรรมพระพุทธศาสนาในยุคปัจจุบัน (Documentary Research) และข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ต ทั้งในส่วนที่เป็นแนวคิด ทฤษฎี และการปฏิบัติเกี่ยวกับ “ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับผู้ผลิต” ทั้งในต่างประเทศและในสังคมไทย ซึ่งใช้วิธีการศึกษาวิเคราะห์จากเอกสาร และการสัมมนาวิจารณ์งานวิจัย (Public Hearing) ดังนั้น ในการวิจัยเรื่อง “รูปแบบความสัมพันธ์อย่างยั่งยืนระหว่างผู้บริโภคกับผู้ผลิตตามแนวทางพระพุทธศาสนา” ผู้วิจัยจึงได้จัดขั้นตอนของการดำเนินการวิจัย (Research Process) ดังนี้

๑.๗.๑ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับผู้ผลิต ในสังคมทั่วไปจากเอกสารตำรา หนังสือ และงานวิจัยต่าง ๆ ทั่วไป ศึกษาและสังเคราะห์แนวคิดทฤษฎี – สมดุลผลิต สมดุลบริโภค และสมดุลผลประโยชน์ แล้วสรุปความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับผู้ผลิตที่เป็นปัญหา และแนวทางแก้ไขที่เหมาะสมรวมถึงแนวทางการปฏิบัติที่เป็นไปได้

๑.๗.๒ ศึกษาหลักพุทธธรรม โดยศึกษาจากพระไตรปิฎก และอรรถกถาต่าง ๆ แล้วสรุปหลักพุทธธรรมที่ควรนำมาใช้ทั้ง ๓ ระดับ ได้แก่ (๑) ระดับสูงสุด คือ ธรรมนิยาม เป็นกฎธรรมชาติที่แสดงลักษณะ ๓ ประการ ได้แก่ สมดุล วัฏฏะ และความมีหน้าที่ต่อกัน (๒) ระดับท่ามกลาง คือ สัมมาอาชีวะ (๓) ระดับเบื้องต้นหรือระดับศีลธรรม ได้แก่ หลักทศ ๖ เพื่อให้เห็นหลักธรรมทั้ง ๓ ระดับ ที่สอดคล้องกับทฤษฎีที่จะสังเคราะห์ คือ ทฤษฎีสามสมดุล

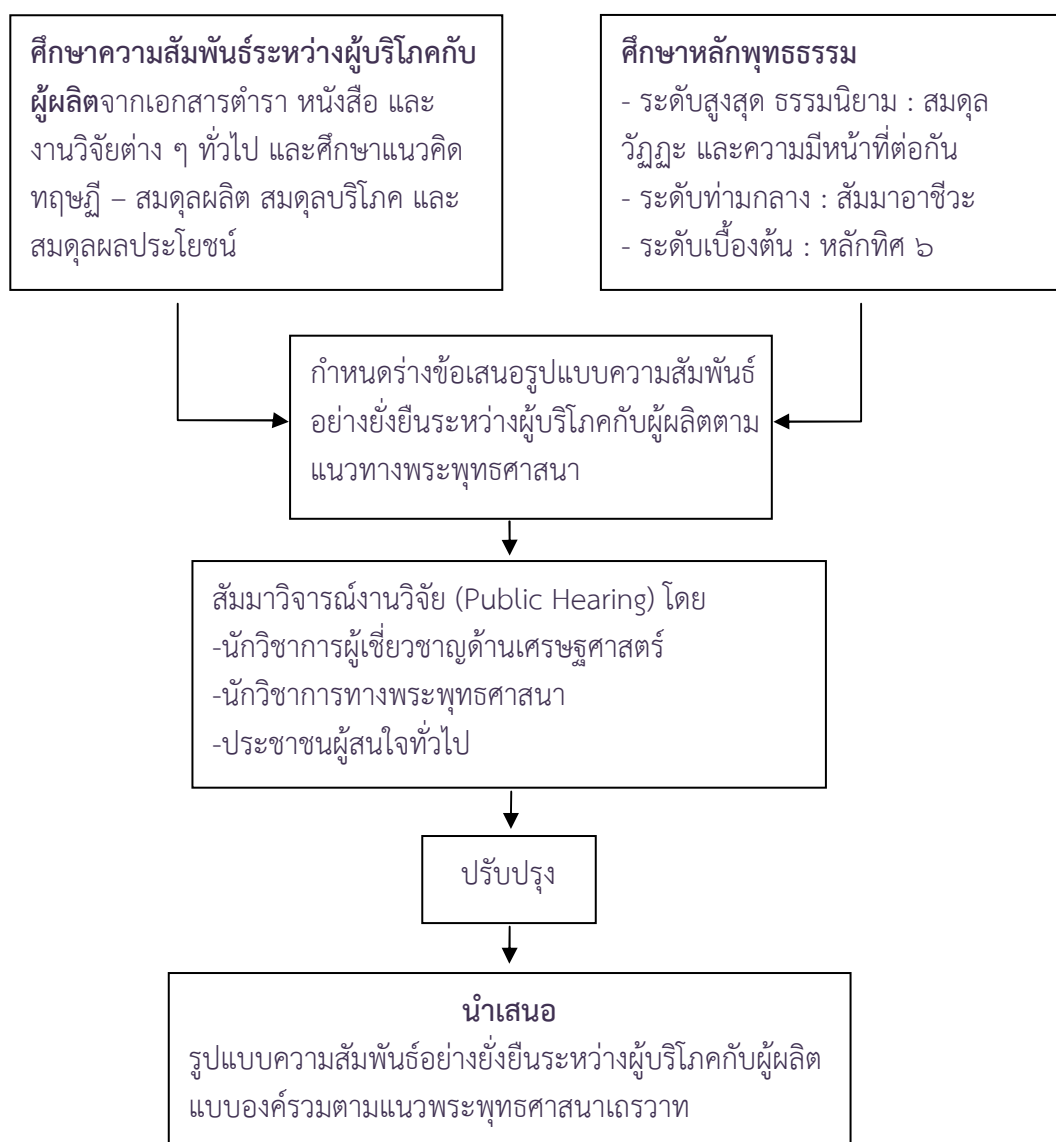
๑.๗.๓ กำหนดร่างข้อเสนอ โดยประมวลผลข้อมูลทั้งหมดที่เกี่ยวข้องแล้วสังเคราะห์และสรุปออกมาเป็น “รูปแบบความสัมพันธ์อย่างยั่งยืนระหว่างผู้บริโภคร่วมกับผู้ผลิตตามแนวทางพระพุทธศาสนา”

๑.๗.๔ สัมมนาประชาพิจารณ์งานวิจัย (Public Hearing) ผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ นักวิชาการผู้เชี่ยวชาญด้านเศรษฐศาสตร์ นักวิชาการทางพระพุทธศาสนา ประชาชนผู้สนใจทั่วไป

๑.๗.๕ นำเสนอ “รูปแบบความสัมพันธ์แบบยั่งยืนระหว่างผู้บริโภคร่วมกับผู้ผลิตตามแนวทางพระพุทธศาสนา”

และได้แสดงขั้นตอนของการดำเนินการวิจัย (Research Process) เป็นแผนผังดังนี้

Research Process



ในการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) จะศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารชั้นปฐมภูมิ (Primary Source) คือ พระไตรปิฎก และชั้นทุติยภูมิ (Secondary Source) คือ อรรถกถาฎีกา เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูล ดังนี้ คือ (๑) หอสมุดมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย (๒) หอสมุดมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย (๓) หอสมุดมหาวิทยาลัยมหิดล (๔) หอสมุดจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (๕) หอสมุดมหาวิทยาลัยศิลปากร (๖) หอสมุดมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (๗) หอสมุดแห่งชาติ และ (๘) ข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ต

๑.๘ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

๑.๘.๑ ทำให้ทราบความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคร่วมกับผู้ผลิตในสังคมบริโภคนิยม ว่าเป็นความสัมพันธ์แบบไม่ยั่งยืนเพราะมีพื้นฐานทางความคิดจากการแข่งขันและแย่งชิงผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน และจากธรรมชาติอย่างไม่มีขีดจำกัด อีกทั้งต้องการเอาชนะซึ่งกันและกันและการเอาชนะธรรมชาติด้วย

๑.๘.๒ ทำให้ทราบหลักพุทธธรรมที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคร่วมกับผู้ผลิต ว่าเป็นความสัมพันธ์อย่างยั่งยืนเพราะตั้งอยู่บนพื้นฐานของกฎธรรมชาติหรือธรรมนิยาม ๓ ประการ ได้แก่ (๑) ความสมดุล คือ ความสมดุลทั้งการผลิต การบริโภค และผลประโยชน์ที่เกิดจากการผลิตและบริโภคนั้น ๆ (๒) การเกื้อกูลกันระหว่างผู้บริโภคร่วมกับผู้ผลิต และ (๓) ความเป็นวัฏฏะ หมายถึง การบริหารจัดการส่วนเกินและส่วนขาดของทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคโดยอาศัยหลักการ ๒ ข้อแรก คือ ความสมดุลและการเกื้อกูลกัน ซึ่งเป็นพุทธธรรมในระดับสูงที่สอดคล้องกับธรรมระดับกลาง คือ สัมมาอาชีวะ และธรรมระดับเบื้องต้น คือ หลักทศ ๖

๑.๘.๓ ได้เสนอรูปแบบความสัมพันธ์อย่างยั่งยืนระหว่างผู้บริโภคร่วมกับผู้ผลิตตามแนวทางพระพุทธศาสนา ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของทฤษฎี ๓ สมดุล คือ ทฤษฎีสมดุลผลิตสมดุลบริโภคและสมดุลผลประโยชน์ ที่นำเสนอโดยผู้วิจัยที่สามารถจะแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมได้อย่างสิ้นเชิง เป็นทฤษฎีที่เพียบพร้อมไปด้วยทั้งกลยุทธ์และกลวิธี กล่าวคือ กลยุทธ์ ได้แก่ ทฤษฎีสมดุลผลิตสมดุลบริโภคและสมดุลผลประโยชน์ กลวิธี ได้แก่ การกำหนดความมั่งคั่งของผู้ผลิตสะสมในผู้บริโภคโดยการปรับเปลี่ยนงบประมาณโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า เป็นงบประมาณสร้างความมั่งคั่งและความรู้ในการประกอบอาชีพให้กับผู้บริโภค แล้วส่งเสริมให้ผู้บริโภคช่วยใช้สินค้าของผู้ผลิตอย่างยั่งยืนเป็นการตอบแทน ด้วยวิธีการนี้จะทำให้เกิดประโยชน์ทั้ง ๓ ด้าน ได้แก่ (๑) ประโยชน์ผู้ผลิต คือ ได้ลูกค้าที่รักดีใช้สินค้าของตนในระยะยาวเป็นการลดต้นทุนการดำเนินงานหลายอย่างโดยเฉพาะการผลิตที่พอดีกับการบริโภคทำให้สต็อกสินค้าน้อยหรือไม่ต้องสต็อกเลย (๒) ประโยชน์ผู้บริโภค คือ ได้บริโภคสินค้าที่มีประโยชน์และคุณค่าในการดำรงชีวิต รวมถึงการสนับสนุนทางการศึกษา การมีอาชีพและการสาธารณสุข (๓) ประโยชน์ร่วมกัน คือ ประโยชน์ของสังคมส่วนรวมที่มีระบบสังคมที่เกื้อกูลกันจนไม่มีผู้ตกทุกข์ได้ยากเลย