

- ชื่อวิทยานิพนธ์** : รูปแบบความสัมพันธ์อย่างยั่งยืนระหว่างผู้บริโภครักกับผู้ผลิตตามแนวทางพระพุทธศาสนา
- ผู้วิจัย** : นายสมเกียรติ ไชยภูมิ
- ปริญญา** : พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต (พระพุทธศาสนา)
- คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์**
- : พระมหาภุชณะ ตรุโณ (บุชากุล), ป.ธ. ๓, พธ.บ., พธ.ม. (ปรัชญา), Ph.D. (Philosophy), B.H.U., India
 - : ผศ. ดร. ประพันธ์ ศุภษร, ป.ธ.๗, พธ.บ., ศศ.ม. (พุทธศาสนศึกษา), พธ.ด. (พระพุทธศาสนา)
- วันสำเร็จการศึกษา** : ๒๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์นี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ (๑) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภครักกับผู้ผลิตในสังคมบริโภคนิยม (๒) เพื่อศึกษาหลักพุทธธรรมที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภครักกับผู้ผลิต และ (๓) นำเสนอรูปแบบความสัมพันธ์อย่างยั่งยืนระหว่างผู้บริโภครักกับผู้ผลิตตามแนวทางพระพุทธศาสนา เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่เน้นการวิจัยทางเอกสาร โดยศึกษาจากพระไตรปิฎกเป็นหลัก จากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และผลงานของท่านผู้รู้ในทางพระพุทธศาสนา นำมาวิเคราะห์จัดระบบเป็นหมวดหมู่ แล้วสรุปผลวิจัยนำเสนอในเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า

๑. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภครักกับผู้ผลิตในสังคมบริโภคนิยม จากการที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างสูงของภาคอุตสาหกรรมในการผลิตสินค้าคุณภาพมาตรฐานเดียวกันครั้งละมาก ๆ ที่เรียกว่า Mass Production ในสังคมอุตสาหกรรมได้กลายเป็นต้นแบบให้ภาคส่วนอื่น ๆ ในสังคมนำไปใช้ปฏิบัติตาม ไม่ว่าจะเป็น ระบบการศึกษาที่ส่งเสริมให้ผลิตนักเรียนออกมามีคุณภาพเดียวกันครั้งละมาก ๆ โดยใช้หลักสูตรเดียวกันทั้งประเทศโดยมีครูเป็นศูนย์กลาง หรือระบบสาธารณสุขที่กำหนดให้แพทย์เป็นศูนย์กลางมีอำนาจในการรักษาโรคได้แต่ผู้เดียวจนกระทั่งโรงพยาบาลเต็มไปด้วยผู้ป่วยมาเข้าคิวรอให้แพทย์รักษา จนงานล้นมือเกิดความผิดพลาดเป็นโรคหมอกทำ เหล่านี้เป็นต้นเหตุสำคัญของปัญหาในสังคมบริโภคนิยม ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภครักกับผู้ผลิตในระบบสหกรณ์ ที่มีทั้งการพึ่งตนเองและช่วยเหลือเกื้อกูลในชุมชนซึ่งสอดคล้องกับ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภครักกับผู้ผลิตในระบบนิเวศในธรรมชาติที่มีความเกื้อกูลกันจนระบบโดยรวมมีความสมดุลและยั่งยืน

๒. หลักพุทธธรรมที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภครักกับผู้ผลิต ในงานวิจัยนี้ได้จำแนกไว้เป็น ๓ ระดับ คือ ๑) ระดับเบื้องต้นเป็นหลักธรรมระดับศีลธรรมจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการทำคุณและตอบแทนคุณให้แก่กันและกัน ได้แก่ หลักทศ ๖ และหลักกตัญญูกตเวที ๒) ระดับท่ามกลาง ได้แก่ หลักสัมมาอาชีวะที่เกี่ยวกับการประกอบการทำงานชอบไม่เบียดเบียนผู้อื่น และหลักธรรมที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและกลุ่มบุคคล ได้แก่ (๑) มิตตกถา ๗, (๒) สัปป-ริสธรรม ๗, (๓) สัปปาเย ๗, (๔) วัชชือปริหานิยธรรม ๗, (๕) สังคหวัตถุ ๔ และ (๖) อิทธิบาท ๔,

และ ๓) ระดับเบี่ยงสูง ได้แก่ ธรรมเนียม หรือ กฎธรรมชาติ ประกอบด้วย (๑) ความสมดุล (๒) ความเป็นวิญญู และ (๓) ความมีหน้าที่ต่อกัน หรือความเกื้อกูลกัน

๓. รูปแบบความสัมพันธ์อย่างยั่งยืนระหว่างผู้บริโภคกับผู้ผลิตตามแนวทางพระพุทธศาสนา ตั้งอยู่บนพื้นฐานของทฤษฎีสามสมดุล หรือทฤษฎีสมดุลผลิต สมดุลบริโภค และสมดุลผลประโยชน์ มีหลักการ คือ การกำหนดปริมาณการผลิตสมดุลกับปริมาณการบริโภค และผลประโยชน์หรือความมั่งคั่งที่เกิดจากการผลิตและการบริโภคนำมาแบ่งปันอย่างสมดุล และวิธีการคือการนำความมั่งคั่งของผู้ผลิตที่เกิดจากการทำธุรกิจกับผู้บริโภค ไปสะสมในผู้บริโภคโดยการเปลี่ยนงบประมาณทางการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นงบประมาณประชาสัมพันธ์หรือส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถม ไปเป็นงบประมาณเพื่อสร้างความมั่งคั่งในผู้บริโภคแล้วส่งเสริมให้ผู้บริโภคอุดหนุนผู้ผลิต โดยการใช้สินค้าของผู้ผลิตเป็นการตอบแทนตามหลักทศ ๖ ทฤษฎีดังกล่าวสอดคล้องกับหลักธรรมในพระพุทธศาสนาทั้งเบื้องต้น ท่ามกลาง และที่สุด รวมทั้งสอดคล้องกับการตลาดเพื่อสังคมซึ่งได้แสดงตัวอย่างเป็นปรากฏการณ์ที่องค์กรผู้ผลิตได้จัดทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความมั่นคงและมั่งคั่งแก่ชุมชนผู้บริโภค และทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนระหว่างผู้บริโภคกับผู้ผลิตด้วย จึงสรุปได้ว่า ทฤษฎีสามสมดุลเป็นรูปแบบที่สามารถแก้ไขปัญหาคาความไม่สมดุลของการผลิตและการบริโภคในโลกปัจจุบัน ก่อให้เกิดการจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติและความมั่งคั่งอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม