

การศึกษาเชิงประยุกต์หลักพุทธธรรมกับการแก้ปัญหา บริโภคนิยมของวัยรุ่น จังหวัดอุบลราชธานี A Study of Buddhadhamma Applying for in Solving the Problems of Consumerism of Youth in Ubonrachathani Province

¹นคร จันทรราช, พระมหาขวัญชัย กิตติเมธี, สิปปมงคล ปองภา,
เพ็ญพรรณ เพื่องฟูลอย และ นัฐสุภรณ์ เตียวเพชรภัสกร

¹Nakhon Jantharach, Phramaha Khwanchai Kittimethi, Sipmongkol Pongpha,
Penphan Fuangfooloy and NutsuKorn Tiewpetpuasakorn

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Mahachulalongkornrajavidyalaya University

Wang-noi, PhraNakorn Si Ayutthaya 13170, Thailand.

¹Corresponding Author. Email: Nakhonsingh@hotmail.com



Doi : 10.14456/jmcpupeace.2017.69

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษามโนทัศน์เรื่องปัญหาบริโภคนิยมของวัยรุ่นในปัจจุบัน 2) เพื่อศึกษามโนทัศน์เรื่องการบริโภคตามหลักพุทธธรรมในพระพุทธศาสนา และ 3) เพื่อการประยุกต์หลักพุทธธรรมในการแก้ปัญหาบริโภคนิยมของวัยรุ่นจังหวัดอุบลราชธานี เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการศึกษาเอกสาร และสัมภาษณ์ความเห็นนิสิตและนักเรียนจำนวน 20 คน โดยวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า

วัยรุ่นในสังคมไทยมีค่านิยมเสพวัตถุนิยม มีความฟุ้งเฟ้อและฟุ่มเฟือย การใช้จ่ายฟุ่มเฟือยเกินวัยทำให้เกิดปัญหาที่เกิดจากบริโภคของวัยรุ่นในสังคมไทยมี 3 อย่างคือ 1) วิกฤติด้านกายภาพ 2) วิกฤติด้านจิตภาพ และ 3) วิกฤติทางสังคม

การบริโภคตามหลักพุทธธรรมในพุทธศาสนามีหลักพุทธธรรมว่าด้วยเรื่องของการบริโภคตามหลักพุทธศาสนามี 2 อย่าง คือ หลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการบริโภคตามหลักพุทธศาสนามี 9 หลัก คือ 1) หลักโยนิโสมนสิการ 2) หลักอินทริยสังวร 3) หลักสติสัมปชัญญะ 4) หลักโภชน มัตตัญญูตา 5) หลักมัชฌิมาปฏิปทา 6) หลักสันโดษ 7) หลักคิเลสข 8) หลักวิมละ 9) หลักทิวฐิมิกถัตประโยชน์ และ 2) หลักพุทธธรรมที่ขัดแย้งการบริโภคตามหลักพุทธศาสนามี 3 หลัก คือ 1) ตัณหา 2) อกุศลมูล และ 3) อบายมุข

ส่วนการประประยงค์หลักพุทธธรรมกับแก้ปัญหบริโณคณยมของวัยรุ่นจังหวัดอุบลราชธานีมี 2 กลุ่ม พบว่า วัยรุ่นสามารถประยงค์หลักพุทธธรรมเกี่ยวกับการบริโณคตามหลักพุทธศาสนาทำให้มีประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นมีความขยันและอดทน รู้จักความประหยัด รู้จักใช้จ่ายทรัพย์ในสิ่งที่ เป็นประโยชน์ในดำเนินชีวิตด้วยความพอดีและความพอเพียง

คำสำคัญ: หลักพุทธธรรม; การแก้ปัญหบริโณคณยม; วัยรุ่น

Abstract

This research entitled ‘A Study of Buddhadhamma Application for Solving the Consumerism Problems of Youth in Ubonrachathani Province had three objectives: 1) to study the consumerism concept of the contemporary youth, 2) to study the consumption concept in Buddhism, and 3) to apply Buddhadhamma for solving the consumerism problems of the youth in Ubonratchathani Province.

The study revealed that the youth is a stage of changing behavior from childhood to adult. The youth’s behavior of consumption is mainly based on addiction in materials, luxury goods and over consumption. As the result, it leads to three main problems: 1) physical crisis, 2) mental crisis, and 3) social crisis.

For the consumption according to Buddhism, there are nine principles of ideal consumption. They are: 1) Yonisomanasikara, critical reflection, 2) Indriyasamvara, Sense-restraint, 3) Sati and Sampacanna, mindfulness and awareness, 4) Bhojane mattannuta, moderation in consumption, 5) Majjhimapatipada, moderate way, 6) Santosa, contentment, 7) Gihisukha, household life happiness, 8) Vatthanamukha, channels of growth, and 9) Ditthadhammikattha, virtues conducive to benefits in the present. Whereas, there are three principles that contrast with the consumption in Buddhism: 1) Tanha, desire, 2) Akusalamula, root causes of bad deeds, and 3) Apayamukha, causes of ruins.

Accordingly, applying of Buddhadhamma for solving the problems of youth consumerism in Ubonratchathani Province; there are the twenty samples in which ten students are studying in each institution; ten students at Mahachulalongkornrajavidyalaya University in Ubonratchathani Campus, and ten students are studying in Ubonratchathani Vocational College. All of the students accepted that all the aforesaid Buddhist principles for consumption that are effectively applicable for solving the consumerism problems.

Keywords: Buddhadhamma; Solving the Problems of Consumerism; Youth

บทนำ

ในปัจจุบันสังคมโลกได้ก้าวเข้าสู่พหุวัฒนธรรมที่ขนานนามกันว่า ยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) เป็นยุคที่ผู้คนในสังคมโลกสมัยใหม่ต่างมีกิจกรรม บรรทัดฐาน ความคิด ข้อมูล สินค้าและการบริการพร้อมกับเงินตราได้ล้นดลบทบาทที่เคยอยู่ภายในความจำกัดของขอบเขตทางภูมิศาสตร์หรือเคยมีวิถีปฏิบัติแบบดั้งเดิมที่แตกต่างกันให้มาอยู่รวมกันในขอบเขตระดับโลกและมีวิถีปฏิบัติอย่างเดียวกันเป็นยุคของ “หมู่บ้านโลก” (Global Village) ซึ่งในยุคโลกาภิวัตน์นี้กระแสบริโภคนิยม (Consumerism) ได้แผ่ปกคลุมไปทั่วระแวกทุกมุมโลก ในสังคมไทยมีการปรับเปลี่ยนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศชาติและสังคมโดยมีเป้าหมายสำคัญของการพัฒนาประเทศชาติและสังคม คือ การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชนให้มีคุณภาพชีวิต แนวคิดเรื่องการพัฒนาคุณภาพชีวิตของมนุษย์ถูกพัฒนาผ่านปรัชญาเศรษฐกิจแบบทุนนิยมโดยมีความเชื่อว่า “มนุษย์มีความต้องการที่ไร้ขีดจำกัด” ซึ่งเศรษฐกิจแบบทุนนิยมนำมาเป็นสมมุติฐานเบื้องต้น (Basic Assumption) ในการพัฒนาสังคมไทยจึงปรับเปลี่ยนไปตามกระแสการพัฒนาจากตะวันตก ได้มีส่วนสำคัญและเริ่มขึ้นอย่างจริงจัง ภายหลังยุคสงครามโลกครั้งที่ 2 สิ้นสุดลง จากนั้นได้เกิดองค์การสหประชาชาติ (United Nation-UN) ประเทศต่างๆ ก็ได้รู้จักความเปลี่ยนแปลงใหม่นี้ภายใต้ชื่อ การพัฒนา (Development) พร้อมๆ กับการค้าและการพาณิชย์ในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมและลัทธิบริโภคนิยม (Capitalism and Consumerism) โดยทางองค์การสหประชาชาติ ได้ประกาศให้ ปี ค.ศ.1960-1970 เป็นทศวรรษแห่งการพัฒนา (Development Decade) (P.A.Payutto, 1997)

-นโยบายดังกล่าวส่งเสริมให้มีการผลิตสินค้าและบริการจำนวนมาก (Mass Production) โดยเฉพาะในประเทศโลกที่สาม ประเทศด้อยพัฒนาหรือกำลังพัฒนา ได้เร่งการพัฒนากันขนานใหญ่ เพื่อมุ่งเน้นความเจริญเติบโตของเศรษฐกิจ (Economics Growth) ซึ่งเป็นผลสัมฤทธิ์ของการพัฒนา และใช้จำนวนตัวเลขของ “ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ” (Gross National Product -GNP) เป็นเครื่องชี้วัดการพัฒนา ทั้งนี้ก็เพื่อแก้ปัญหาของโลกคือ “ความยากจน” (Poverty) ความไม่รู้หนังสือ (Ignorance) การเจ็บป่วย (Disease) ในสมมุติฐานที่ว่า เมื่อประชากรมีการศึกษาสูงขึ้นและมีจำนวนมาก จะทำให้ประสิทธิภาพการผลิตของประเทศสูงขึ้นและเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่ออัตราความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ในความเป็นจริงพบว่าการพัฒนาดังกล่าวเป็นเพียงสโลแกนที่ส่งเสริมกิจกรรมของการกินดีและอยู่ดีของประชาชนเป็นเพียงหลักการส่งเสริมให้มนุษย์แสวงหาความสุขในนามของ “ความมั่งคั่ง” (Wealth) ของวัตถุเพียงประการเดียวเท่านั้น ผลที่เกิดจากการปรับเปลี่ยนการพัฒนาสังคมไทยปัจจุบัน ส่งผลทำให้เกิดการบริโภคเปลี่ยนแปลงไปจากสังคมแบบดั้งเดิม ในปัจจุบันการบริโภคเป็นเพียงแค่ทางผ่านไปสู่ “ความหมายอื่น” (Mean for other-being) หรือเกิดการมองการบริโภคว่าไร้ความหมายและคุณค่าในตัว หมกมุ่นแต่เรื่องการผลิตและการบริโภค ทำให้มองข้ามประโยชน์หรือ “คุณค่าการใช้สอย” (Use Value) ซึ่งเป็นประโยชน์แท้จริงและยั่งยืน อีกทั้งมาตรฐานการบริโภคปัจจุบันถูกวัดด้วยปริมาณและมูลค่าเป็นหลัก โดยผู้บริโภคเน้นการบริโภคเพียงเพื่อ “โอ้อวดตัวตน” (Self- Conspicuous Consumption) เป็นเป้าหมายสำคัญ กลายเป็น “สังคมอุคตมกิน”

(The Society of Consumption) แม้แต่ความสุขในปัจจุบันก็เหลือเพียงแค่ “สุขที่ได้เสพ” (Pleasure of Consumption) สร้างฐานะหรืออัตลักษณ์ทางสังคม ส่งผลทำให้มีการแข่งขันวิ่งตามกระแสบริโภคนิยมให้เท่าทันไร้พลังสร้างสรรค์ประดิษฐ์คิดค้นสิ่งที่จะมาแก้ตนเองและสังคม มอมเมาตัวตนอย่างไม่รู้จักเห็นดีเห็นงาม โดยมุ่งสนองต่อการ “กิน กาม เกียรติ” (Buddhadasa Bhikkhu, 2003)

ภายใต้บรรยากาศของบริโภคนิยมที่กำลังแผ่ไปทุกหย่อมหญ้าเช่นนี้ วัยรุ่นมีความสำคัญเป็นรากฐานในอนาคตของสังคมแล้ว วัยรุ่นกลายเป็นวัยที่มีช่วงอายุวัยรุ่นนับเป็นช่วง “อายุวิกฤติ” เพราะเป็นช่วงวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางร่างกาย จิตใจ และสังคม และที่สำคัญเป็นอย่างยิ่งคือเป็นช่วงวัยที่มีการสร้าง “อัตลักษณ์” (Identity formation) หรือตัวตนของบุคคล ทักษะคิด ความพึงใจ และพฤติกรรมทั้งหลายที่พัฒนาขึ้นในช่วงนี้ รวมทั้งทักษะเกี่ยวกับการใช้จ่าย และพฤติกรรมการซื้อส่วนใหญ่จะกลายเป็นบุคลิกลักษณะนิสัยส่วนตัวที่ถาวรต่อไป อีกทั้งวัยรุ่นเป็นวัยที่ยังขาดประสบการณ์ที่จะช่วยตัดสินใจในการวินิจฉัยเมื่อเกิดสถานการณ์ต่างๆที่ต้องตัดสินใจทำให้การตัดสินใจต่างๆของวัยรุ่นรวมทั้งการตัดสินใจซื้อมีแนวโน้มที่จะเป็นการตัดสินใจด้วยอารมณ์ (Emotional buying) ประเด็นนี้อาจทำให้วัยรุ่นตกเป็นเหยื่อของการใช้เทคนิคการสื่อสารของเจ้าของผลิตภัณฑ์ พยายามหาทางออกในการจัดการกับปัญหาทั้งของตนเองหรือผู้อื่น และกล้าที่จะปรึกษา ขอความช่วยเหลือจากผู้อื่น (Phophichit, 2017)

นอกจากนี้ การรู้และการเข้าใจลักษณะทางจิตวิทยาและจุดอ่อนไหวของวัยรุ่น สามารถช่วงใช้เพื่อเร่งรัดความต้องการซื้อและการตัดสินใจซื้อ อีกทั้งยังสามารถเข้าถึงวัยรุ่นโดยผ่านช่องทางการสื่อสารในปัจจุบันที่มีความหลากหลาย เข้าถึงได้อย่างรวดเร็วและชาญฉลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การใช้สื่อสังคม (Social media) ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมของวัยรุ่น ทำให้วัยรุ่นนั้นมีความลุ่มหลงและคลั่งไคล้ในการซื้อ การเสพ และการครอบครองโดยเกินความจำเป็น ฉะนั้น วัยรุ่นในสังคมไทยในปัจจุบัน มีค่านิยมใคร่เสพด้านวัตถุเพียงอย่างเดียวเกิดปรากฏการณ์โอ้อวด ความฟุ้งเฟ้อและฟุ่มเฟือยสิ้นเปลือง สรุยสร่ายไร้คุณค่า การใช้จ่ายฟุ่มเฟือยเกินวัย (Premature affluence) “การบริโภคเพื่อโอ้อวด” (Conspicuous consumption) การตัดสินใจซื้อที่ขาดการไตร่ตรอง (Impulsive buying) ตกเป็นทาสของ “วัตถุนิยม” (Materialism) มองข้ามการพัฒนาจิตใจเป็นความสุดโต่งของการดำเนินชีวิตในสังคมปัจจุบัน ทำให้เกิดปัญหาต่อชีวิตของวัยรุ่นอย่างหลากหลายมากมาย เช่น ปัญหาสุขภาพ ปัญหาเศรษฐกิจ ปัญหาความยากจน ปัญหาความเกียจคร้าน ปัญหาความเครียด และปัญหาการเสื่อมทรามทางด้านศีลธรรม และด้านวัฒนธรรม เป็นต้น ประเด็นปัญหาที่เกิดจากบริโภคนิยมของวัยรุ่นในสังคมไทยยังคงเป็นปัญหาควรได้รับการแก้ไขต่อไป มีภาวะอารมณ์ที่ไม่เป็นสุข ซึ่งส่งผลต่อชีวิตอย่างน้อยสองประการ คือ ทำให้การดำเนินชีวิตเป็นไปในแนวทางที่ไม่ถูกต้องและไม่สามารถค้นหาสิ่งที่เป็นคุณค่าในตัวเองได้ (Suntawong & Panyapa, 2016) เกิดการละเลยต่อศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ การรู้เท่าทันต่ออัตลักษณ์ดังกล่าวจึงเป็นสิ่งสำคัญอันทำให้เด็กและเยาวชนที่ถูกมองว่าก้าวพลาดเกิดความตระหนักรู้และต้องการปรับเปลี่ยนตัวตนเพื่อให้พวกเขามีพื้นที่ทางสังคม (Social Space) การพยายามดำรงตัวตนใหม่ด้วยการปรับเปลี่ยนทัศนคติของตนเองในการมองโลก มองสังคม มองตนเองและมองผู้อื่น รวมถึงการสร้างความรู้ใหม่ให้ผู้อื่นในสังคมได้ร่วมเรียนรู้และรู้เท่าทันต่อความรู้ที่มีอยู่อย่างหลากหลาย

หลายในอันที่จะปรับเปลี่ยนจากผู้ถูกกระทำ ไปสู่การเป็นผู้กระทำเพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างเท่าเทียมและมีศักดิ์ศรี (Chaowata, Pipatpen & Dhammasaccakarn, 2015)

อย่างไรก็ตาม ในพุทธศาสนามีหลักพุทธธรรมว่าด้วยเรื่องการบริหารโคมิจำนวนหลายชุดในแต่ละหลักคำสอนล้วนเป็นการสืบทอดจากพระพุทธเจ้าที่มีพุทธประสงค์ให้บริโศคด้วยการรู้จักประมาณอย่างพอดีพอเพียงและพอประมาณ ซึ่งมีหลักปฏิบัติทั้งก่อนการบริโศค ในขณะบริโศค และภายหลังบริโศคไว้อย่างชัดเจน โดยมีวัตถุประสงค์คือให้เป็นไปตามความหมายและประโยชน์ของสิ่งนั้น โดยพิจารณาให้เห็นคุณค่าแท้คือประโยชน์และความจำเป็นของสิ่งนั้นเป็นคุณค่าการใช้สอย (Use Value) จริงๆ ส่วนคุณค่าเทียมคือสิ่งที่ไม่เป็นประโยชน์และไม่มีความจำเป็นกล่าวคือเป็นสิ่งที่เรียกกันว่าเกินความจำเป็น การบริโศคตามหลักของทางสายกลางทำให้ไม่ติดอยู่กับรูปเสียง กลิ่น รส ค่านิยมหรือกระแสนิยมของสังคม ไม่ตระหนี่จนเกินไปและสรวุ่ยสรวายพุ่มเพื่อจนเกินขอบเขต โดยยึดหลักความพอดีให้สอดคล้องกับฐานะทางเศรษฐกิจและความสามารถของตน และพร้อมที่จะสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีไทยให้คงอยู่ต่อไป (Sitsira-at, 2017) สอดรับกับด้านความต้องการของตลาดแรงงาน สังคม มีคุณธรรมจริยธรรมและมีความรู้ความสามารถพร้อมที่จะช่วยเหลือสังคม (Phra Mangaladhamvitan)

จากหลักการบริโศคตามหลักพุทธศาสนาข้างต้นนั้น ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตบางประการว่า หลักการบริโศคตามหลักพุทธธรรมในพุทธศาสนาเป็นอีกมรรควิธีหรือทางเลือกอีกอย่างในการแก้ปัญหาบริโศคนิยมในสังคมไทย เพราะหลักคำสอนในพุทธศาสนานั้นทำให้มีความรู้หลักการดำเนินชีวิตที่ถูกต้องเหมาะสม รู้จักแยกแยะในสิ่งที่จำเป็นและไม่จำเป็นต่อชีวิตหลีกเลี่ยงจากทางหายน่ะเป็นอยู่อย่างเหมาะสมโดยมีปัญญเป็นเครื่องนำทาง การบริโศคที่ผิด เช่น การใช้จ่ายจนเกินฐานะความเป็นอยู่ของตน การหลงติดอยู่กับสิ่งยั่วทางกามารมณ์ การพนัน ยาเสพติดล้วนก่อให้เกิดปัญหาทางเศรษฐกิจ ฉะนั้น ผู้บริโศคจะต้องคำนึงถึงความจำเป็นและประโยชน์ของสิ่งนั้นเสียก่อนจึงบริโศคด้วยสติปัญญา มิใช่บริโศคที่ตอบสนองต่อกิเลสตัณหาโดยปราศจากปัญญา การบริโศคหรือแม้แต่การใช้จ่ายทรัพย์สินที่หามาได้จากกิจกรรมทางเศรษฐกิจตามหลักพุทธศาสนาโดยมีอุดมการณ์อยู่ว่า ควรให้เป็นไปตามความจำเป็น ถูกต้อง และมีเหตุผล

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยมองว่า แม้ว่าสภาพปัญหาที่เหล่านี้นั้นเป็นปัญหาที่ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตที่ถูกต้องตามหลักคำสอนของพุทธศาสนาคือการรู้จัก “การครองตน ครองคน ครองงาน และครองสุข” แต่เป็นสิ่งที่ยังไม่สายเกินแก้ หากแต่เป็นสิ่งที่ควรได้รับการแก้ไขอย่างถูกต้องต่อไปดังนั้น ผู้วิจัยมีความสนใจจะศึกษาหลักคำสอนว่าด้วยเรื่องการบริหารโคมิจำนวนหลายชุดในพุทธศาสนาอย่างที่เราเรียกว่า “พุทธธรรม” ตามที่ปรากฏในพระไตรปิฎก โดยผู้วิจัยได้คัดสรรหรือขมวดหลักพุทธธรรมที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับการบริโศคโดยตรงซึ่งหลักพุทธธรรมดังกล่าวนี้สามารถการประยุกต์หรือแก้ปัญหาของบริโศคนิยมในสังคมไทยได้อย่างไรต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวคิดเรื่องปัญหาบริโศคนิยมของวัยรุ่นในสังคมไทยปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาแนวคิดเรื่องการบริโศคตามหลักพุทธธรรมในพระพุทธศาสนา
3. เพื่อประยุกต์หลักพุทธธรรมกับแก้ปัญหบริโศคนิยมวัยรุ่นจังหวัดอุบลราชธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาเชิงประยุกต์หลักพุทธธรรมในการแก้ปัญหบริโศคนิยมของวัยรุ่นจังหวัดอุบลราชธานีเป็นการวิจัยเชิงวิเคราะห์เอกสารมีวิธีดำเนินการวิจัยอยู่ 5 ตามลำดับดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย คือ ผู้วิจัยสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลที่ปรากฏในชั้นปฐมภูมิ (Primary Sources) ได้แก่ พระไตรปิฎก และในทุติยภูมิ (Secondary Sources) หมายถึง หนังสือ เอกสาร ตำรา วารสารงานวิจัย และวิทยานิพนธ์อันเป็นผลงานด้านวิชาการของนักวิชาการและนักวิจัยอื่น ๆ ที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง

2. ประชากร คือ กลุ่มประชากรผู้ให้การสัมภาษณ์ข้อมูลมีกลุ่มวัยรุ่นที่กำลังศึกษาในสถานศึกษาในจังหวัดอุบลราชธานีจำนวน 20 คน โดยตัวแทนนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยวิทยาเขตอุบลราชธานีจำนวน 10 คน และนักเรียนจากวิทยาลัยศึกษาอาชีวะอุบลราชธานี จำนวน 10 คน

3. เครื่องมือการวิจัย คือ เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงปลายเปิด ที่ไม่เฉลยคำตอบให้นักศึกษาตอบได้อย่างเสรีโดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์และศึกษาเอกสาร ใช้กลุ่มเป้าหมายที่เป็นบุคคล โดยมีเครื่องบันทึกเสียง และกล้องถ่ายรูปประกอบการเก็บข้อมูล โดยมีประเด็นคำถามเกี่ยวกับการบริโศคตามหลักพุทธธรรมในพุทธศาสนา

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ และการบันทึกข้อมูลจากนิสิตและนักศึกษาถึงการประยุกต์หลักพุทธธรรมเพื่อแก้ปัญหบริโศคนิยมได้อย่างไร โดยให้นักศึกษาตอบได้อย่างเสรีโดยมีเครื่องบันทึกเสียง และกล้องถ่ายรูปประกอบการเก็บข้อมูล

5. การวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์และสังเคราะห์หลักพุทธธรรมในพุทธศาสนาที่เป็นชุดคำสอนเกี่ยวกับการบริโศคตามหลักพุทธศาสนาเพื่อเสนอแนวทางในการประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหบริโศคนิยมในจังหวัดอุบลราชธานี

ผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาเชิงประยุกต์หลักพุทธธรรมในการแก้ปัญหาบริโภคนิยมของวัยรุ่นจังหวัดอุบลราชธานี” สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยตามลำดับดังนี้

1. แนวคิดเรื่องปัญหาบริโภคนิยมของวัยรุ่นในสังคมไทยปัจจุบัน

วัยรุ่นเป็นวัยที่มีช่วงอายุระหว่าง 12 - 25 ปี โดยแบ่งออกเป็น 3 ช่วงวัย 1) วัยรุ่นตอนต้นอายุ 12-14 ปี 2) วัยรุ่นตอนกลางอายุ 15-17 ปี และ 3) วัยรุ่นตอนปลายอายุ 18-25 ปี เป็นวัยที่เปรียบได้กับสะพานเชื่อมต่อระหว่างวัยเด็กกับวัยผู้ใหญ่ ส่วนใหญ่ยังเป็นวัยที่อยู่ในสถานศึกษา วัยรุ่นจะมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการทางร่างกายอย่างรวดเร็วมาก จนวัยรุ่นเกิดความสับสน เครียด ทำให้เกิดอารมณ์ที่แปรปรวนอย่างรวดเร็ว ในช่วงวัยรุ่นอายุ 17-18 ปี จะมีการพัฒนาความคิดเป็นรูปแบบที่ชัด วัยรุ่นที่ไม่เข้าใจพัฒนาการในวัยตนเองจะทำให้เกิดความวิตกกังวลและความเครียดมีผลทำให้การพัฒนาทางด้านต่างๆ ไม่ดีพอในช่วงรอยต่อระหว่าง “ถ่ายโอน” วัยเด็กก้าวไปสู่วัยรุ่นนั้นเป็นช่วงอายุวัยรุ่นนับเป็นช่วง “อายุวิกฤติ” เพราะเป็นช่วงวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางร่างกาย จิตใจ และสังคม และที่สำคัญเป็นอย่างยิ่งคือเป็นช่วงวัยที่มี “การสร้างอัตลักษณ์” (Identity formation) หรือตัวตนของบุคคล ทักษะคิด ความมั่นใจ และพฤติกรรมทั้งหลายที่พัฒนาขึ้นในช่วงนี้ รวมทั้งทัศนคติเกี่ยวกับการใช้จ่าย และพฤติกรรมการซื้อส่วนใหญ่จะกลายเป็นบุคลิกลักษณะนิสัยส่วนตัวที่ถาวรต่อไป

วัยรุ่นเป็นวัยที่ยังขาดประสบการณ์ที่จะช่วยตัดสินใจหรือ “ขาดการวินิจฉัย” เมื่อเกิดสถานการณ์ต่างๆ ที่ต้องตัดสินใจทำให้การตัดสินใจต่างๆ ของวัยรุ่นรวมทั้งการตัดสินใจซื้อจะมีแนวโน้มที่จะเป็นการตัดสินใจด้วย “อารมณ์” (Emotional buying) ประกอบกับ “อิทธิพลของสื่อ” (Mass Media) ทำให้วัยรุ่นตกเป็นเหยื่อของการใช้เทคนิคการสื่อสารของเจ้าของผลิตภัณฑ์ โดยมีจิตวิทยาที่มี “การรู้” และ “การเข้าใจถึง” “จุดอ่อนไหว” ของวัยรุ่นโดยตรง สามารถ “เร่งเร้า” กระตุ้นหรือสร้างความต้องการซื้อและการตัดสินใจซื้อเป็นการผลิตซ้ำความต้องการ สร้างแรงจูงใจ (Motivation) เติมความหมาย (Meaning Broker) พร้อมกับให้คุณค่า (Value Taker) ผ่านช่องทางการสื่อสารในปัจจุบันที่มีความหลากหลายได้อย่างรวดเร็วและชาญฉลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “การใช้สื่อสังคม” (Social media) ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมของวัยรุ่น ทำให้วัยรุ่นนั้นมี “ความลุ่มหลง” และ “คลั่งไคล้” ในการซื้อ การเสพและการครอบครองโดยเกินความจำเป็นเพื่อ “ลบล้างความล่าช้า” (Lag) และสร้างความทันสมัย (Modernize) เพียงเพื่อให้ตนเองมีตัวตนที่ทันสมัย (Phra Pisala Visalo, 2010)

ฉะนั้น วัยรุ่นในสังคมไทยในปัจจุบัน มีค่านิยมใคร่เสพด้านวัตถุเพียงอย่างเดียวเกิดปรากฏการณ์ โอ้อวด ความฟุ้งเฟ้อและฟุ่มเฟือยสิ้นเปลือง สรุยสุรายรั้คุณค่า การใช้จ่ายฟุ่มเฟือยเกินวัย (Premature affluence) “การบริโภคเพื่อโอ้อวด” (Conspicuous consumption) “การตัดสินใจซื้อที่ขาดการไตร่ตรอง” (Impulsive buying) ปลดปล่อยความโลภ ความโกรธและความหลงครอบงำจิตใจ (P.A. Payutto,

2006) ตกเป็นทาสของ “วัตถุนิยม” (Materialism) มองข้ามการพัฒนาด้านจิตใจเป็นความสุดโต่งของการดำเนินชีวิตในสังคมปัจจุบัน ทำให้เกิดปัญหาต่อชีวิตของวัยรุ่นอย่างหลากหลายมากมาย โดยมี 3 ด้าน คือ 1) วิกฤติด้านกายภาพ คือ ปัญหาด้านสุขภาพร่างกาย โดยมี โรคอ้วน โรคหัวใจและหลอดเลือด เบาหวานและความดัน เป็นต้น 2) วิกฤติด้านจิตภาพ คือ ผลกระทบด้านจิตใจ โดยมีความทุกข์ ความซึมเศร้า และมีความกระวนกระวาย เป็นต้น และ 3) วิกฤติทางสังคม คือ ผลกระทบทางสังคม โดยมีปัญหาทางด้านวิถีชีวิต เศรษฐกิจ ประเพณีและวัฒนธรรมตลอดจนธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นวิกฤติที่เกิดจากกิจกรรมต่างๆ ของบริโภคนิยม

2. แนวคิดเรื่องการบริโภคตามหลักพุทธธรรมในพระพุทธศาสนา

หลักพุทธธรรม คือ ประมวลชุดคำสอนของพระพุทธเจ้าที่ทรง “ประกาศ” และ “บัญญัติ” ไว้โดยรวบรวมไว้ในวรรณกรรมสำคัญที่สุดในพระพุทธศาสนาเรียกว่า “พระไตรปิฎก” ที่เกิดขึ้นจาก “การตื่นรู้” (the Awakened One) เป็นการ “การค้นพบ” (Discovery) ของพระพุทธเจ้าแล้วพระพุทธองค์ทรง “ประกาศ” และ “เปิดเผย” ชุดคำสอนดังกล่าวทำให้หลักคำสอนในพุทธศาสนานั้นเป็นคำ “ชี้แนะ ชี้นำและชี้ชวน” เกี่ยวกับ “วิถีชีวิต” เป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตที่พระพุทธเจ้าทรงแนะนำให้มาพิสูจน์เรียกว่า “เอหิภิกขุธรรม” และควรน้อมนำปฏิบัติตามเรียกว่า “โอปนยิทธิธรรม” การดำเนินชีวิตตามหลักของศาสนาดังกล่าวถือว่าเป็น “ชีวิตทางด้านศาสนา” (Religions Life is Life) เป็นหลักคำสอนที่สามารถชี้ทางออกและบอกทางถูกให้ปฏิบัติตามได้ โดยเฉพาะหลักคำสอนว่าเรื่องการบริโภคเป็นชุดคำสอนสำคัญอย่างหนึ่งที่พระพุทธเจ้าทรงแนะนำไว้อย่างหลากหลายเพียงเพื่อให้ผู้บริโภคได้คุณสมบัติอันประเสริฐจากการบริโภคที่สามารถเพิ่มและพัฒนาคุณภาพชีวิตของมนุษย์การบริโภคปัจจัย 4 ตามหลักพุทธศาสนามีหลักการบริโภคอย่างชัดเจนคือ มี “ความพึงพอใจ” และมี “คุณภาพชีวิตที่ดี” ที่เกิดจากการบริโภคตามหลักของ “มัชฌิมาปฏิปทา” ที่ประกอบด้วย “ปัญญา” และ “สติ” เป็นสิ่งกระตุ้น สัมผัสและย้ำเตือนผู้บริโภคเสมอว่า “กำลังบริโภคอะไร” และ “บริโภคเพื่ออะไร” เป็นการบริโภคเชิงสัมปชัญญะ (Intellectual Consciousness) ทำให้ก้าว “ข้ามพ้นรสนิม” (Beyond Taste) หรือแม้การ “เลื่อนขั้นตัวเอง” (Self - Development) โดยรู้จักเลือกสรรหรือค้นหาคุณค่าหรือประโยชน์ที่ต้งามเพื่อ “คุณค่าที่แท้จริง” ซึ่งเป็น “คุณค่าการใช้สอย” (Use Value) ของปัจจัย 4 โดยตรง เช่น การบริโภคจิวรหรือเครื่องนุ่งห่มเพียงเพื่อเพียงเพื่อปกปิดอวัยวะ ความร้อน ความหนาว เหลือบ ยุง ฝน แดด เป็นต้น (Mahachulalongkornrajavidyalaya University, 1996/1/23/23) โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับการบริโภคอย่างถูกต้องกล่าวคือมีการแสวงหาโดยไม่เบียดเบียน ครอบครองพอประมาณ เสพและบริโภคหรือใช้สอยอย่างรู้คุณค่า สรรวมระวังโดยไม่ตกเป็นทาสของสิ่งเสพบริโภคใช้สอย มีความเป็นอยู่อย่างเรียบง่าย รู้ประมาณของความพอดี

โดยหลักคำสอนว่าด้วยเรื่องการบริโภคปัจจัย 4 ตามหลักพุทธศาสนามี 2 อย่าง คือ 1) หลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมเป็นการสนับสนุนการบริโภคตามหลักพุทธศาสนาอย่างถูกต้องเป็นการบริโภคเชิงสร้างสรรค์ มีจำนวน 10 หลักธรรม คือ 1) หลักเบญจศีล 2) หลักโยนิโสมนสิการ 3) หลักอินทริยสังวร

4) หลักสติสัมปชัญญะ 5) หลักโภชน มัตตัญญูตา 6) หลักมัชฌิมาปฏิปทา 7) หลักสันโดษ 8) หลักคิหิสุข 9) หลักวัณณมุข 10) หลักทวิภูริธัมมิกถัตประโยชน์ และ 2) หลักพุทธธรรมที่ขัดแย้งการบริโภคนั้นเป็นหลักคำสอนที่ไม่สนับสนุนการบริโภคอย่างถูกต้อง แต่เป็นการส่งเสริมการบริโภคที่สนองตอบต่อกิเลสตัณหาและสร้างวิฤติหรือปัญหาต่างๆแก่ผู้บริโภคตามหลักพุทธศาสนามี 3 หลัก คือ 1) หลักตัณหา 2) หลักอกุศลมูล และ 3) หลักอบายมุข

3. ประยุกต์หลักพุทธธรรมกับแก้ปัญหาบริโภคนิยมวัยรุ่นจังหวัดอุบลราชธานี

สำหรับหลักพุทธธรรมกับการแก้ปัญหาบริโภคนิยมวัยรุ่นจังหวัดอุบลราชธานีนี้มีหลักของการประยุกต์เพื่อแก้ปัญหาบริโภคนิยมดังนี้ 1) การประยุกต์หลักพุทธธรรมการแก้ปัญหาเรื่องขาดการไตร่ตรองในการบริโภคมีหลักพุทธธรรมจำนวน 3 ชุดคือ 1) หลักปัญญาเป็นการบริโภคเชิงปัญญา 2) หลักโยนิโส-มนสิการ 3) หลักสติ สัมปชัญญะ 2) การประยุกต์หลักพุทธธรรมในการแก้ปัญหาการบริโภคเชิงสัญญาะมีหลักพุทธธรรมจำนวน 3 ชุดคือ 1) หลักมัชฌิมาปฏิปทา 2) หลักอินทริยสังวร 3) หลักสันโดษ 3) การประยุกต์หลักพุทธธรรมในการแก้ปัญหาเรื่องการใช้จ่ายแบบฟุ่มเฟือยมีจำนวน 1 ชุดคือ 1) หลักหลักทวิภูริธัมมิกถัตประโยชน์คือธรรมที่เป็นไปเพื่อให้ได้มาซึ่งประโยชน์ในปัจจุบัน หลักพุทธธรรมทั้งหมดล้วนเป็นชุดคำสอนที่มีสภาพเอื้อต่อการแก้ปัญหาบริโภคนิยมของวัยรุ่นในจังหวัดอุบลราชธานีได้และเป็นหลักธรรมที่ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของวัยรุ่นให้เป็นวัยรุ่นที่พึงประสงค์ของสังคมไทยได้

หลักพุทธธรรมว่าด้วยการบริโภคตามหลักพุทธธรรมดังกล่าวเป็นหลักคำสอนที่ส่งเสริมและเสริมสร้างการบริโภคที่เป็นคุณประโยชน์ต่อผู้บริโภค ไม่ได้บริโภคเพียงเพื่อบำบัดความต้องการเพื่อให้ได้รับความพอใจ แต่บริโภคเพื่อให้ได้คุณภาพชีวิตด้วย โดยการบริโภคนั้นจะต้องมีจุดหมายว่าจะบริโภคเพื่ออะไร และจุดหมาย ควรจะเป็นการได้มาซึ่งคุณภาพชีวิตที่ดีที่สุดด้วย การบริโภคน้อยที่สุด การลดการบริโภค และการแข่งขันให้มาแบ่งปันกันจะช่วยเพิ่มคุณภาพชีวิตของมนุษย์และสันติสุขได้ การมีพฤติกรรมบริโภคที่ถูกต้องนั้นต้องเริ่มต้นที่ครอบครัว สังคม เพื่อน และสื่อมวลชน เป็นต้น (P.A.Payutto, 2000) แต่ละฝ่ายต่างเป็นกลยุธมิตรที่ดีต่อกัน ทำให้วัยรุ่นรู้จักการกิน การใช้ บริโภคด้วยปัญญา ไม่บริโภคด้วยตัณหา จึงเป็นการบริโภคที่ตอบสนองความต้องการพัฒนาคุณภาพชีวิต จะเกิดความสุขทางปัญญา โดยเปลี่ยนจากตัณหาเป็นฉันทะ โดยทำให้การบริโภคคือ การใช้ ตา หู จมูกลิ้น กาย ในการรับรู้ในทางที่เป็นประโยชน์ต่อ คือ ได้รับความรู้ประโยชน์ การบริโภคตามหลักพุทธธรรมนั้นจึงเป็นการฝึกให้มีปัญญา (P.A. Payutto, 2003) ทำให้รู้จักแยกแยะระหว่างคุณค่าแท้และคุณค่าเทียม หากบริโภคเพื่อคุณค่าแท้เพื่อหล่อเลี้ยงชีวิต เพื่อสุขภาพ จึงเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาชีวิตตนการอยู่ร่วมกันในสังคม และส่งเสริมการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ผลจากการสัมภาษณ์นักศึกษาจากและนักเรียนจากสถานศึกษา 2 แห่ง คือ 1) สัมภาษณ์นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตอุบลราชธานีจำนวน 10 คน และ 2) สัมภาษณ์นักเรียนจากวิทยาลัยศึกษาอาชีวะอุบลราชธานี จำนวน 10 คน ทั้งหมดมองว่าหลักพุทธธรรมว่าด้วยการ

บริโภคตามหลักพุทธศาสนาสามารถใช้แก้ปัญหาบริโภคนิยมได้จริง เช่น หลักของความเพียรพยายาม ทำให้ นิสิตและนักเรียนนั้นมีความขยันอดทนในการทำหน้าที่ตนเอง หากอยากได้เสื้อผ้า สินค้า เป็นต้น ทำให้ นิสิต และนักเรียนมีความขยันหมั่นเพียรมากยิ่งขึ้น โดยขยันทำงานเพิ่มเติมนอกเวลาเรียน มากกว่าจะขอเงินจาก พ่อแม่อย่างเดียว และหลักของโยนิโสมนสิการทำให้นิสิตและนักเรียนรู้จักพิจารณาไตร่ตรองอย่างรอบคอบใน เรื่องของการครอบครอง การเสพ การบริโภค ซึ่งเป็นกิจกรรมของการบริโภค โดยรู้จักเลือกเฟ้นสิ่งที่เหมาะสม กับตนเองทั้งโดยฐานะและรายได้ของตนเอง และหลักของอินทริยสังวรนี้ทำให้นิสิตและนักเรียนรู้จักใช้ รู้จัก ควบคุม รู้จักระมัดระวังในการใช้ตา หู จมูก ลิ้น และกาย เพื่อให้ได้รับประโยชน์จากการบริโภคโดยมีสติและ สัมปชัญญะเป็นหลักสำคัญในการกำกับหรือกำกับในการบริโภคด้วย จะเห็นว่าการบริโภคตามหลักพุทธธรรม ดังกล่าวนั้น ทำให้นิสิตและนักเรียนนั้นบริโภคตามความจำเป็นและได้รับคุณค่าแท้จริงที่เกิดจากการบริโภค เป็นการบริโภคที่เกิดจากหลักของสติและปัญญาประกอบหรือกำกับการบริโภค ทำให้การบริโภคปัจจัย 4 คือ เครื่องนุ่งห่ม อาหาร ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรคเป็นไปตามวัตถุประสงค์ในการบริโภคการเสพ และการ ครอบครองอย่างชัดเจนคือการพัฒนา “คุณภาพชีวิตที่ดี” (Inthasara, 2002) การบริโภคปัจจัย 4 ตามหลัก พุทธศาสนาไม่ได้เป็นแค่เพียง “มรรควิถี” (Means) ที่จะนำไปสู่ “ความหมายอื่น” (Means for other-being) เช่น ความเท่าเทียม ความบริสุทธิ์ ความสวยงามและทันสมัย เป็นต้นทั้งหมดเป็น “การบริโภคเชิงสัญญา” (Consumption of Sing) แต่การบริโภคตามหลักพุทธศาสนาเป็นการบริโภคเพื่อประโยชน์เชิงใช้สอย (Use Value) เป็นคุณค่าในตัว (Intrinsic Value) ของปัจจัย 4 เองด้วยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญคือการพัฒนา คุณภาพชีวิต (P.A. Payutto, 2005) ส่งผลดีต่อการดำเนินชีวิตในสังคมได้อย่างมีความสุขต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีอบรมและสั่งสอนวัยรุ่นให้เห็นความสำคัญของหลักพุทธธรรมที่ว่าด้วยการบริโภคตาม หลักพุทธศาสนา ทำให้เห็นคุณค่าและประโยชน์ที่เกิดจากการการดำเนินชีวิตตามหลักพุทธธรรมที่เป็น ประโยชน์ต่อตนเองสังคมตลอดจนธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมต่อไป
2. สถาบันสำคัญทางสังคมต่างๆที่มีความสัมพันธ์กับวัยรุ่นต้องร่วมกันสร้างสรรค์หลักคุณธรรมและ จริยธรรมในดำเนินชีวิตที่ดี โดยเฉพาะวัฒนธรรมการบริโภคเชิงสัมปชัญญะแทนการบริโภคเชิงสัญญาทาง สังคมตามกระแสบริโภคนิยมในท่ามกลางสังคมยุคโลกาภิวัตน์ เพราะหลักคุณธรรมและจริยธรรมเสมือน ภูมิคุ้มกันเป็นภูมิคุ้มกันการตกเป็นทาสบริโภคนิยมที่จะนำไปสู่การบริโภคที่เสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี
3. สื่อมวลชน ควรนำเสนอสื่อที่ดีและเป็นประโยชน์ต่อวัยรุ่น โดยไม่นำเสนอแต่เรื่องเร้าความ ต้องการผู้บริโภคต่อวัยรุ่นแต่เพียงประการเดียว ควรสร้างวิธีการคิดอย่างถูกต้องตามหลักการบริโภคที่ดี ตลอดจนนำเสนอกรณีบุคคลตัวอย่างที่ดี ที่ดำรงและดำเนินชีวิตตามหลักมัชฌิมาปฏิปทาด้วยความพอเพียง พอดี และพอประมาณ ซึ่งจะทำให้อั้วรุ่นเลียนแบบอย่างตามบุคคลตัวอย่างที่ดี

References

- Buddhadasa Bhikkhu. (2003). *The Ethic for Resolution Society's Problem*. Bangkok: Tathata Publication.
- Chaowata, K., Pipatpen, M. & Dhammasaccakarn, W. (2015). Knowledge Building for Self-Identity Changes of Miss-Stepping Children and Youth. *Srinakharinwirot Research and Development, Journal of Humanities and Social Sciences*, 7 (13), 1-15.
- Inthasara, V. (2002). *The Happiness is very easy*. Bangkok: Ruendham.
- MahachulalongkornrajavidyalayaUniversity. (1996). *Tripitaka : Thai version*. Bangkok: MCU Press.
- Phophichit, N. (2017). Buddhist Psychological Factors Related to Resilience of Adolescents in Bangkok. *Journal of MCU Peace studies*, 5 (1), 253-263.
- Phra Mangaladhammavitan. (2017). The Satisfaction of Students on the Graduate Programs of Mahamakut Buddhist University. *Journal of Graduate Studies Review*. 13 (1), 139-154.
- Phra Pisala Visalo. (2010). *The non-civilization live: Attitude against consumerisms*. Nontaburi: Product-Published.
- P.A. Payutto. (1997). *The Dhamma's View Decade into Abhidhamma Pitaka: Educational Science*. Bangkok: Thammasapa.
- _____. (2000). *How should be development human Being?*. Bangkok: Sukkhapabjai Group.
- _____. (2003). *Buddhadahmma*. Bangkok: Sahadhammika.
- _____. (2005). *The Buddhist Economic Way*. Bangkok: Sahadhammika.
- _____. (2006). *The Primary Education when human is good life*. Bangkok: Thammasapa.
- Sitsira-at, S. (2017). A Study of Psychosocial Factors Related to Thai-Valued Behavior of Undergraduate Students. *Journal of MCU Peace studies*, 5 (1), 28-40.
- Suntawong, K. & Panyapa, R. (2016). The Development of Youths' Self-Esteem through the Implementation of Sammadhitti. *Journal of MCU Peace studies*, 4 (2), 74-88.