



Original Research Article

Boonniyom Market's Model in Thai Society

รูปแบบตลาดบุญนิยมในสังคมไทย

Plernpit Soungbunlue^{1*}, Thepprawin Chanraeng², Prisit Kotsupho³,
Virot Vichai⁴, & Jaiphet Klajon⁵

เพลินพิศ สังข์บุญลือ^{1*}, เทพประวิณ จันทร์แรง², พิสิฐ โคตรสุโพธิ์³, วิโรจน์ วิชัย⁴

& ใจเพชร กล้าจน⁵

ARTICLE INFO

Name of Author &
Corresponding Author: *

1. Plernpit Soungbunlue*

เพลินพิศ สังข์บุญลือ

Mahachulalongkornrajavidyalaya
University, Thailand.

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Email: Plernpit2000@gmail.com

2. Thepprawin Chanraeng

เทพประวิณ จันทร์แรง

Mahachulalongkornrajavidyalaya
University, Thailand.

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Email: thepprawinchanreang@gmail.com

3. Prisit Kotsupho

พิสิฐ โคตรสุโพธิ์

Mahachulalongkornrajavidyalaya
University, Thailand.

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Email: phisit1955@gmail.com

4. Virot Vichai

วิโรจน์ วิชัย

Mahachulalongkornrajavidyalaya
University, Thailand.

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Email: virovichai@gmail.com

5. Jaiphet Klajon

ใจเพชร กล้าจน

Mahachulalongkornrajavidyalaya
University, Thailand.

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Email: naboongarden@gmail.com

คำสำคัญ:

ตลาดบุญนิยม, สังคมไทย

Keywords:

Boonniyom Market, Thai Society

Article history:

Received: 26/02/2026

Revised: 20/03/2026

Accepted: 10/04/2026

Available online: 18/05/2026

ABSTRACT

This article aims to examine the concept of Boonniyom within the Asoke community, analyze the Boonniyom market under the Thai social context, and propose a Boonniyom market model applicable to contemporary society. The study is grounded in the problem of moral decline in mainstream market-based economic systems, which has led to issues of product quality, unfair pricing, and social inequality. It seeks to explore a value-based alternative that does not prioritize profit maximization as its central objective. This research employs a qualitative methodology, combining documentary research with fieldwork. Data were collected through in-depth interviews, focus group discussions, and participant observation. Key informants were purposively selected from Asoke communities across the four regions of Thailand, totaling 23 participants. These informants included community coordinators, producers, sellers, consumers, Asoke monastics, and scholars of Buddhism. The data were analyzed using content analysis.

Findings reveal that Boonniyom is a concept aimed at reducing individual selfishness through economic practices. It effectively addresses the problem of high production costs, which is a major weakness and constraint of many alternative markets. As a result, the Boonniyom market is able to produce and distribute good-quality products at low and fair prices, grounded in honesty, generosity, and mutual support. The Boonniyom market model in Thai society consists of five key components: (1) the Four Virtuous Commerce Principles—morally acceptable products, fair pricing, virtuous buyers and sellers, and places conducive to generosity; (2) value-oriented



How to Cite:

Soungbunlue, P. et al. (2026). Boonniyom Market's Model in Thai Society. *Journal of Dhamma for Life*, 431-443.

objectives; (3) operational processes; (4) evaluation mechanisms; and (5) conditions for success, including low production costs, collective production among virtuous networks, and the outcomes of merit and karma. This model reflects the potential of the Boonniyom market as an ethical alternative market within contemporary Thai society.

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวคิด “บุญนิยม” ของชุมชนชาวโศก วิเคราะห์ตลาดบุญนิยมภายใต้บริบทสังคมไทย และเสนอรูปแบบตลาดบุญนิยมที่สามารถประยุกต์ใช้ในสังคมร่วมสมัย งานวิจัยตั้งอยู่บนปัญหาความถดถอยทางจริยธรรมของตลาดในระบบเศรษฐกิจกระแสหลัก ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาด้านคุณภาพสินค้า ราคาที่ไม่เป็นธรรม และความเหลื่อมล้ำทางสังคม โดยมุ่งค้นหาทางเลือกเชิงคุณค่าที่ไม่ยึดกำไรเป็นศูนย์กลาง การวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย การวิจัยเอกสารและการศึกษาภาคสนาม โดยใช้เครื่องมือ ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้ให้ข้อมูลหลักคัดเลือกแบบเจาะจงจากชุมชนชาวโศกทั้งสี่ภูมิภาคของประเทศไทย รวมจำนวน 23 รูป/คน ครอบคลุมผู้ประสานงานชุมชน ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ผู้บริโภค นักบวชชาวโศก และนักวิชาการด้าน

ผลการวิจัยพบว่า “บุญนิยม” เป็นแนวคิดที่มุ่งลดความเห็นแก่ตัวของปัจเจกบุคคลผ่านการปฏิบัติทางเศรษฐกิจ ซึ่งสามารถแก้ปัญหาด้านทุนในการผลิตสูง ซึ่งเป็นจุดอ่อนและอุปสรรคของตลาดทางเลือกทั่วไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้สามารถผลิตและจำหน่ายของดี ราคาถูก ด้วยความซื่อสัตย์และมีน้ำใจ เป็นสินค้าที่มีคุณภาพในราคายุติธรรม ภายใต้คุณค่าของ การเอื้อเพื่อเกื้อกูล รูปแบบตลาดบุญนิยมในสังคมไทย มี 5 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1) หลักการค้า 4 ธรรม (สินค้าถูกหลักศีลธรรม ราคาเป็นธรรม ผู้ซื้อและผู้ขายมีคุณธรรม สถานที่เอื้อต่อจาคะธรรม) 2) วัตถุประสงค์เชิงคุณค่า 3) กระบวนการดำเนินงาน 4) การประเมินผล และ 5) เงื่อนไขความสำเร็จ (ต้นทุนต่ำ การผลิตร่วมของหมู่มิตรดี ผลของบุญกรรม) ซึ่งสะท้อนศักยภาพของตลาดในการเป็นทางเลือกเชิงจริยธรรมในสังคมไทย

บทนำ

ตลาดเป็นกลไกสำคัญของระบบเศรษฐกิจสมัยใหม่ที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อวิถีชีวิต สุขภาพ และคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยเฉพาะในสังคมไทยภายใต้ระบบเศรษฐกิจกระแสหลักที่ประชาชนส่วนใหญ่ไม่สามารถผลิตปัจจัยในการดำรงชีวิตได้ด้วยตนเองอย่างเพียงพอ และจำเป็นต้องพึ่งพาตลาดเป็นช่องทางหลักในการเข้าถึงสินค้าและบริการ ตลาดจึงมิได้ทำหน้าที่เพียงพื้นที่แลกเปลี่ยนทางเศรษฐกิจ หากยังเป็นกลไกที่กำหนดความมั่นคงทางอาหาร สุขภาวะ และความเป็นธรรมในการดำรงชีวิตของผู้นในสังคมร่วมสมัย อย่างไรก็ตาม ภายใต้โครงสร้างเศรษฐกิจแบบการแข่งขันเสรีที่ให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพและการแสวงหากำไรสูงสุด การลดต้นทุนการผลิตและการแข่งขันด้านราคาได้ก่อให้เกิดปัญหาคูณภาพสินค้าและความไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค



ศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย
Thai Journal Citation Index Centre

<https://so08.tci-thaijo.org/index.php/dhammalife/index>

โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภคด้านอาหารซึ่งส่งผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนในวงกว้าง องค์การอนามัยโลก (World Health Organization [WHO], 2015) รายงานว่า ในแต่ละปีมีประชากรทั่วโลกประมาณ 600 ล้านคน หรือเกือบ 1 ใน 10 ของประชากรโลก เจ็บป่วยจากการบริโภคอาหารที่ปนเปื้อนเชื้อแบคทีเรีย ไวรัส พยาธิ หรือสารเคมีอันตราย และมีผู้เสียชีวิตประมาณ 420,000 คนต่อปี ขณะที่เด็กอายุต่ำกว่า 5 ปีคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 30–40 ของผู้เสียชีวิตทั้งหมด นอกจากนี้ WHO ยังระบุว่า โรคที่เกิดจากอาหารปนเปื้อนส่งผลให้สูญเสียปีสุขภาวะ (Disability-Adjusted Life Years: DALYs) กว่า 33 ล้านปีต่อปีทั่วโลก สำหรับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ซึ่งรวมประเทศไทย พบว่ามีผู้ป่วยจากโรคที่เกิดจากอาหารมากกว่า 150 ล้านราย และมีผู้เสียชีวิตประมาณ 175,000 คนต่อปี สถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า ปัญหาความปลอดภัยทางอาหารมิได้เป็นเพียงปัญหาด้านสาธารณสุข หากยังเชื่อมโยงกับโครงสร้างเศรษฐกิจและระบบตลาดที่มุ่งตอบสนองผลกำไรเป็นสำคัญ

ในบริบทของประเทศไทย ผลการสำรวจสารปนเปื้อนในผักและผลไม้โดยเครือข่ายเตือนภัยสารเคมีกำจัดศัตรูพืช (Thai-PAN, 2016) พบการปนเปื้อนของสารเคมีในระดับสูงทั้งในสินค้าที่ไม่ได้รับรองมาตรฐาน และสินค้าที่มีตรารับรองจากภาครัฐและเอกชน สะท้อนให้เห็นข้อจำกัดของกลไกกำกับดูแลคุณภาพสินค้าและข้อจำกัดของตลาดกระแสหลักในการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ ปัญหาดังกล่าวยังเชื่อมโยงกับปัญหาเชิงโครงสร้างของสังคมไทย ทั้งภาวะค่าครองชีพสูง หนี้สินครัวเรือน และภาระค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพ ซึ่งล้วนส่งผลกระทบต่อความเหลื่อมล้ำและคุณภาพชีวิตของประชาชนในระยะยาว ท่ามกลางข้อจำกัดของตลาดกระแสหลักได้เกิดความพยายามในการพัฒนาตลาดทางเลือกที่ให้ความสำคัญกับคุณค่าทางจริยธรรมและสังคมควบคู่กับมิติทางเศรษฐกิจ หนึ่งในนั้นคือ “ตลาดบุญนิยม” ซึ่งตั้งอยู่บนฐานคิดว่ากิจกรรมทางเศรษฐกิจไม่ควรมุ่งแสวงหากำไรสูงสุดเพียงอย่างเดียว หากควรส่งเสริมการลดละความเห็นแก่ตัว การเกื้อกูลกัน และการดำรงไว้ซึ่งคุณธรรมในการผลิต การจำหน่าย และการบริโภค แนวคิดดังกล่าวแตกต่างจากระบบตลาดกระแสหลักที่เน้นการแข่งขันและประสิทธิภาพเชิงทุน โดยตลาดบุญนิยมให้ความสำคัญกับ “คุณค่าประโยชน์แท้ของความเป็นมนุษย์” มากกว่ามูลค่าทางเศรษฐกิจ และมองว่าการลดความโลภ ความเบียดเบียน และการยึดติดในผลประโยชน์ส่วนตน เป็นเงื่อนไขสำคัญของการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

แนวคิดบุญนิยมจึงถูกนำมาประยุกต์ใช้ในกิจกรรมทางเศรษฐกิจผ่านการผลิตและจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพในราคายุติธรรม ภายใต้หลักความซื่อสัตย์ ความเอื้อเฟื้อเกื้อกูล และความรับผิดชอบต่อสังคม อย่างไรก็ตาม แม้ตลาดบุญนิยมจะเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่ดำรงอยู่ในประเทศไทยมาอย่างต่อเนื่อง แต่งานศึกษาส่วนใหญ่ยังมุ่งอธิบายในเชิงศาสนา วิถีชุมชน หรือเศรษฐกิจทางเลือกในระดับแนวคิด ขณะที่การศึกษาที่วิเคราะห์ตลาดบุญนิยมในฐานะ “ระบบตลาดเชิงจริยธรรม” ที่สามารถตอบโจทย์ปัญหาความไม่เป็นธรรมและความไม่ปลอดภัยในตลาดร่วมสมัยยังมีอยู่อย่างจำกัด โดยเฉพาะการศึกษาที่วิเคราะห์ศักยภาพ ข้อจำกัด และความเป็นไปได้ในการยกระดับตลาดบุญนิยมจากปฏิบัติการภายในชุมชนไปสู่รูปแบบตลาดทางเลือกในระดับสังคมยังไม่ปรากฏอย่างชัดเจนในงานวิชาการ

สะท้อนความจำเป็นของการศึกษาที่สามารถอธิบายบทบาทของตลาดบุญนิยมในฐานะกลไกทางเศรษฐกิจเชิงจริยธรรมภายใต้บริบทสังคมร่วมสมัย ทั้งในมิติของคุณค่า หลักปฏิบัติ และศักยภาพในการสร้างความมั่นคงทางอาหาร ความเป็นธรรมทางเศรษฐกิจ และความยั่งยืนทางสังคม บทความนี้จึงมุ่งศึกษาตลาดบุญนิยมในฐานะตลาดทางเลือกเชิงจริยธรรมในสังคมไทย วิเคราะห์ศักยภาพและข้อจำกัดของการดำเนินงานภายใต้บริบทเศรษฐกิจและสังคมปัจจุบัน ตลอดจนเสนอแนวทางพัฒนารูปแบบตลาดบุญนิยมที่สามารถประยุกต์ใช้ได้ในระดับสังคมอย่างเหมาะสมและยั่งยืน

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและกรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดระบบเศรษฐกิจกระแสหลัก เป็นระบบเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยกลไกตลาด โดยมุ่งประสิทธิภาพการแข่งขัน และผลตอบแทนทางเศรษฐกิจเป็นเป้าหมายสำคัญ อัดัม สมิธ (Adam Smith) เป็นผู้วางรากฐานแนวคิดระบบเศรษฐกิจแบบตลาดเสรี โดยเสนอว่ากลไกตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยผลประโยชน์ของปัจเจก (self-interest) ซึ่งในเศรษฐศาสตร์คลาสสิกของอัดัม สมิธเป็นคำเชิงอธิบายแรงจูงใจว่า “คนมักทำสิ่งที่ตนคิดว่าจะเป็นประโยชน์ต่อชีวิต ความอยู่รอดและความก้าวหน้าของตน” ดังนั้น self-interest ในความหมายของอัดัม สมิธจึงทำหน้าที่เป็นคำอธิบายแรงจูงใจของปัจเจกในตลาด ไม่ใช่คำตัดสินเชิงศีลธรรมว่าปัจเจกต้องเห็นแก่ตัวหรือโลก เพราะระเบียบของตลาดในความคิดของอัดัม สมิธยังตั้งอยู่บนเงื่อนไขเรื่องความยุติธรรมและบรรทัดฐานสังคม ในเศรษฐศาสตร์กระแสหลัก self-interest ทำหน้าที่เป็นสมมติฐานเชิงวิธีวิทยา เพื่อให้การอธิบายและคาดการณ์พฤติกรรมในตลาดสามารถสร้างเป็นแบบจำลองได้ (Persky, 1995) ขณะเดียวกัน วงวิชาการก็มีการวิพากษ์ว่าการลดทอนเหตุผลของมนุษย์ให้เหลือเพียงการแสวงหาประโยชน์ตนเองไม่เพียงพอต่อการอธิบายแรงจูงใจเชิงคุณค่าและพันธะทางศีลธรรม (Sen, 1977) แนวคิดของอัดัม สมิธ กลายเป็นสมมติฐานตั้งต้นของเศรษฐศาสตร์กระแสหลัก ที่ยึดการแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตนเป็นฐาน และเปรียบเทียบกับคุณค่าทางจริยธรรมในตลาดบุญนิยมซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาความเหลื่อมล้ำ คุณภาพสินค้า และความถดถอยทางจริยธรรมในสังคม การพัฒนาที่ผ่านมาให้ความสำคัญกับตลาด การแข่งขัน และการแสวงหากำไรเป็นกลไกหลักในการจัดสรรทรัพยากร โดยมีการผลิตและการบริโภคแยกขาดออกจากกัน ผู้คนต้องพึ่งพาตลาดเป็นช่องทางหลักในการดำรงชีวิต ส่งผลให้ตลาดมีบทบาทกำหนดคุณภาพชีวิต สุขภาพ และความเป็นอยู่ของประชาชน งานวิจัยใช้แนวคิดนี้เป็นบริบทเชิงโครงสร้าง เพื่ออธิบายปัญหาและข้อจำกัดของตลาดกระแสหลักในสังคมไทย โดยเฉพาะผลกระทบต่อคุณภาพสินค้าอาหาร ราคาที่ไม่เป็นธรรม และสุขภาพของผู้บริโภค ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญที่นำไปสู่การแสวงหาตลาดทางเลือก

แนวคิดระบบเศรษฐกิจทางเลือก เป็นแนวคิดที่พยายามตอบโต้ข้อจำกัดของระบบเศรษฐกิจกระแสหลัก โดยให้ความสำคัญกับคุณค่าเชิงจริยธรรม สังคม และสิ่งแวดล้อม มากกว่าการแสวงหากำไรสูงสุด เป็นรูปแบบการจัดกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มุ่งสร้างคุณค่าทางสังคมและจริยธรรม ควบคู่กับการดำรงชีพ โดยลดการยึดติดกับการแข่งขันและผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจเป็นศูนย์กลาง ตัวอย่างของตลาดทางเลือก ได้แก่ ตลาดตามแนวคิด



เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตลาดเศรษฐกิจสังคม-นิเวศ ตลาดเศรษฐกิจฟื้นฟู และตลาดการบริโภคเชิงจริยธรรม งานวิจัยนี้ใช้แนวคิดระบบเศรษฐกิจทางเลือกเป็นกรอบในการทำความเข้าใจและวิเคราะห์ “ตลาดบุญนิยม” ของชุมชนชาวโศก ในฐานะตลาดทางเลือกที่พัฒนาขึ้นจากฐานคุณค่าทางจิตวิญญาณและพุทธธรรม โดยนำมาเปรียบเทียบกับตลาดกระแสหลักและตลาดทางเลือกอื่น ๆ เพื่อชี้ให้เห็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรครวมถึงศักยภาพและข้อจำกัดของการแปลงคุณค่าทางจริยธรรมให้สามารถดำรงอยู่ได้ในสังคมไทยร่วมสมัย

แนวคิดเรื่องบุญตามแนวพระพุทธศาสนา ซึ่งเป็นกระบวนการชำระกิเลส ลดความเห็นแก่ตัว และพัฒนาคุณธรรมของปัจเจกบุคคล โดยเชื่อมโยงกับหลักกรรมและผลของกรรม บุญ คือ การทำความดีตามหลักคำสอนในศาสนา ความดี คุณงามตรงกับบาลี คำว่า “บุญญ” ซึ่งแปลว่า ความผ่องแผ้วแห่งดวงจิต, ความสะอาดแห่งดวงจิต บุญ คือการชำระล้างกิเลสให้ออกจากสันดาน ชำระพื้นจิตใจให้สะอาด ทำให้เกิดผลคือภาพที่น่าชื่นชม พระพุทธองค์ทรงตรัสว่า “ผู้หวังประโยชน์สุข ควรฝึกฝนบำเพ็ญบุญนี้เท่านั้น ที่ให้ผลเลิศติดต่อกันไป มีสุขเป็นกำไร” บุญนิยม เกิดขึ้นโดยสมณะโพธิรักษ์ ผู้นำชุมชนชาวโศก มีหลักคิดคือเน้นการลดละฝึกฝน แบ่งปันสู่สาธารณะ และนำแนวคิดนี้มาเป็นพื้นฐานของ “ตลาดบุญนิยม” ซึ่งไม่เพียงแต่ไม่มุ่งเน้นการสร้างผลกำไรทางธุรกิจ (ถึงจะต้องมีกำไรก็เพียงเล็กน้อย) แต่คำนึงถึงการสร้างประโยชน์ต่อสังคมและการพัฒนาจิตใจของคนไปพร้อม ๆ กัน บุญนิยมมีรากฐานมาจากหลักคำสอนของพระพุทธศาสนา คือ เน้นการลดละกิเลส ทำความดีช่วยเหลือผู้อื่น และสร้างความเสมอภาค ดังคำตรัสของพระพุทธองค์ที่ว่า “นัตถิ สันติ ปรมัง สุขัง” งานวิจัยใช้แนวคิดเรื่องบุญเป็นฐานคิดเชิงจิตวิญญาณ เพื่ออธิบายแรงจูงใจและพฤติกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชนชาวโศก โดยเชื่อมโยงการทำบุญกับการค้าขาย การผลิต และการบริโภคในตลาดบุญนิยม

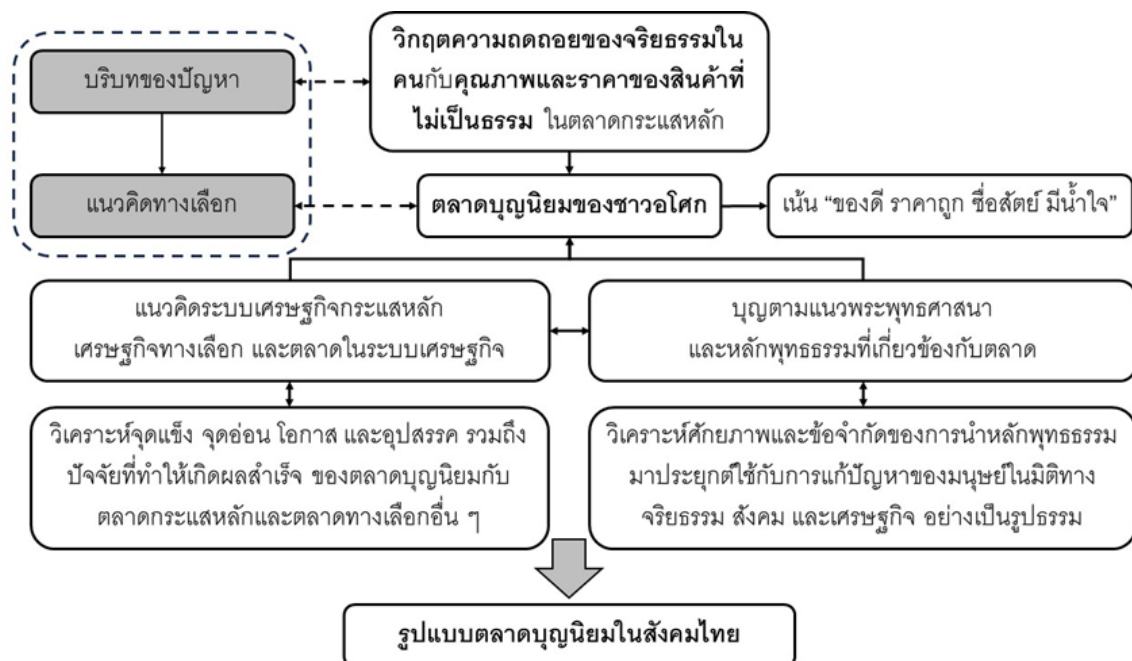
แนวคิดเรื่องตลาดในระบบเศรษฐกิจ ตลาดในความหมายทางเศรษฐศาสตร์ หมายถึง พื้นที่หรือกลไกที่ผู้ซื้อและผู้ขายมาพบปะเพื่อแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ โดยมีราคาเป็นตัวกำหนด (Kotler & Keller, 2016: 34) ซึ่งตลาดในระบบเศรษฐกิจมิได้เป็นเพียงพื้นที่แลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ หากแต่เป็นสถาบันทางเศรษฐกิจและสังคมที่สะท้อนความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ค่านิยม และเป้าหมายของระบบเศรษฐกิจที่ครอบงำอยู่ในสังคม โดยตลาดถูกฝังอยู่ในโครงสร้างทางสังคมและการเมืองมากกว่าจะดำรงอยู่อย่างเป็นกลาง (Polanyi, 1944; Granovetter, 1985) ภายใต้กรอบของ Polanyi และ Granovetter ตลาดถูกมองว่าเป็นพื้นที่ที่ฝังอยู่ในโครงสร้างอำนาจ ค่านิยม และความสัมพันธ์ทางสังคม ขณะที่ตลาดบุญนิยมของชุมชนชาวโศกได้ “ออกแบบการฝังตัวใหม่” ของตลาด โดยแทนที่แรงจูงใจจากการแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตนด้วยหลักบุญนิยมซึ่งมุ่งลดความเห็นแก่ตัวผ่านการปฏิบัติทางเศรษฐกิจจริง อันส่งผลให้โครงสร้างอำนาจในตลาดเปลี่ยนจากทุนและกำไรมาอยู่บนฐานศีลธรรม การเกื้อกูล และการทำงานร่วมกันของชุมชน

หลักพุทธธรรมที่เกี่ยวข้องกับตลาด หมายถึง แนวทางการประกอบอาชีพและการค้าขายที่ไม่เบียดเบียนผู้อื่น ดำรงอยู่บนความซื่อสัตย์ ความพอประมาณ และการเกื้อกูล ซึ่งได้แก่ 1) หลักศีล 5 อันเป็นคุณธรรมขั้นพื้นฐานที่บ่งบอกถึงความเป็นมนุษย์ 2) หลักมัจฉาฉวนิชา 5 หรือการประกอบอาชีพที่ผิดธรรม เพราะส่งผลให้เกิดความเบียดเบียนต่อชีวิต สังคม และความสงบทางจิตใจ โดยปรากฏในพระไตรปิฎก หมายถึง การเลี้ยงชีพที่คลาดเคลื่อนจากสัมมาอาชีวะ ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งของอริยมรรคมีองค์แปด พระพุทธเจ้าทรงระบุไว้ชัดเจน

ว่า อาชีพที่เป็น “มิจฉวนนิชชา” นั้นมี 5 อย่าง ซึ่งล้วนเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้เกิดการเปิดเป็นทั้งทางตรงและทางอ้อม ได้แก่ การค้าอาวุธ (สัตถวนิชชา) การค้ามนุษย์ (สัตถวนิชชา) การค้าสัตว์เพื่อฆ่า (มังสวานิชชา) การค้าของมีนเมา (มัจฉวานิชชา) และการค้ายาพิษและสารอันตราย (วิสวานิชชา) ดังนั้นแนวคิดนี้สะท้อนหลักการพื้นฐานของพระพุทธศาสนาว่า การแสวงหาปัจจัยดำรงชีพควรตั้งอยู่บนฐานแห่งศีลธรรม ไม่ใช่เพียงการมุ่งแสวงหากำไรสูงสุดเพียงอย่างเดียว และหลักทฤษฎีธรรมมีกัตถสังวัตตนิกรรม เป็นกรอบคุณธรรมที่กำกับพฤติกรรมทางเศรษฐกิจของชาวพุทธ 4 ประการได้แก่ 1) ความถึงพร้อมด้วยความหมั่น (อุฏฐานสัมปทา) หมายถึง ความขยัน ไม่เกียจคร้านในการทำงานที่จะต้องช่วยกันทำ ประกอบด้วยปัญญาเป็นเครื่องพิจารณาอันเป็นอุปายในการทำงานที่จะต้องช่วยกันทำ 2) ความถึงพร้อมด้วยการรักษา (อารักขสัมปทา) 3) ความเป็นผู้มีมิตรดี (กัลยาณมิตรตตา) และ 4) ความเป็นอยู่เหมาะสม (สมชีวิตา) ซึ่งบางคนใช้หมวดธรรมนี้โดยนำคำหน้าของ 4 หลักมาเป็นคำคือ “อุ อา กะ สะ” บางตำราเรียกว่า “หัวใจเศรษฐกิจ” แต่โดยหลักการแล้วคือหลักของคุณธรรมในการประกอบสัมมาอาชีวะนั่นเอง

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบความคิดในการวิจัยนี้ตั้งอยู่บนการมองตลาดในฐานะพื้นที่ทางเศรษฐกิจและสังคมที่ถูกกำกับด้วยค่านิยมและหลักธรรม โดยอาศัยแนวคิดเรื่องการฝังตัวของตลาดในโครงสร้างสังคมเป็นฐานในการอธิบายปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจ งานวิจัยมุ่งศึกษาตลาดบุญนิยมของชุมชนชาวอโศก ซึ่งใช้บุญเป็นหลักนำในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ผ่านการลดความเห็นแก่ตัวและการแสวงหากำไรเป็นศูนย์กลาง การผลิตและการแลกเปลี่ยนจึงถูกกำกับด้วยหลักธรรมทางพุทธศาสนา



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวคิดเรื่องบุญนิยมของชาวโอศก
2. เพื่อวิเคราะห์ตลาดบุญนิยมของชุมชนชาวโอศกภายใต้บริบทสังคมไทย
3. เพื่อเสนอรูปแบบตลาดบุญนิยมในสังคมไทย

สมมติฐานการวิจัย

ตลาดบุญนิยมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อความปลอดภัยและคุณภาพของสินค้า กล่าวคือ ยิ่งผู้บริโภคมีประสบการณ์หรือการรับรู้ต่อตลาดบุญนิยมมากขึ้น ความเชื่อมั่นต่อความปลอดภัยของสินค้าและกระบวนการผลิตจะยิ่งเพิ่มขึ้น

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบตลาดบุญนิยมในสังคมไทย” ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการวิจัยเอกสาร (Documentary Study) โดยข้อมูลเอกสาร รวบรวม วิเคราะห์ และจัดลำดับเอกสารงานวิจัย สิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้อง พร้อมตรวจสอบความถูกต้องและเทียบเคียงกับพระไตรปิฎกฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ร่วมกับการศึกษาภาคสนาม (Field Work Study) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ด้านพื้นที่การวิจัยนี้ ใช้การศึกษาภาคสนามกิจกรรมตลาดบุญนิยมของชุมชนชาวโอศกทั้ง 4 ภาค ดังนี้

- 1) ภาคเหนือ ชุมชนภูผาฟ้า น้ำ บ้านทุ่งจ้อ ตำบลป่าแป๋ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่
- 2) ภาคกลาง ชุมชนสันตือโศก ซอยนวมินทร์ 44 แขวงคลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร
- 3) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ภาคอีสาน) ชุมชนราชธานีโศก ตำบลบึงไผ่ อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี
- 4) ภาคใต้ ชุมชนทะเลธรรม เลขที่ 41 หมู่ 3 ตำบลบ้านควน อำเภอเมือง จังหวัดตรัง

โดยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) จากชุมชนชาวโอศกทั้ง 4 ภาค รวมทั้งสิ้น 23 รูป/คน ดังนี้

- 1) ผู้ประสานงานชุมชนชาวโอศก จำนวน 4 คน (คัดเลือกภาคละ 1 คน)
- 2) ผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าในตลาดบุญนิยมของชุมชนชาวโอศก จำนวน 4 คน (คัดเลือกภาคละ 1 คน)
- 3) ผู้ซื้อสินค้าในตลาดบุญนิยมของชุมชนชาวโอศก จำนวน 8 คน (คัดเลือกภาคละ 2 คน)
- 4) นักบวชชาวโอศก จำนวน 4 รูป (คัดเลือกภาคละ 1 รูป)
- 5) นักวิชาการด้านพระพุทธศาสนา จำนวน 1 คน (คัดเลือกโดยตำแหน่ง)



สำหรับเครื่องมือในการวิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ด้วยแบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง เพื่อใช้ตอบวัตถุประสงค์ข้อ 1–3 การสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) ใช้เพื่อรวบรวมความคิดเห็นและสังเคราะห์ข้อเสนอ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) เก็บข้อมูลจากการเข้าร่วมกิจกรรมภายในชุมชน และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลจากการสังเกตพฤติกรรมโดยไม่เข้าไปมีส่วนร่วม ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือวิจัยเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ซึ่งผลการตรวจสอบพบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหามีค่าเท่ากับ 0.9 ทั้งนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยวิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยถอดเทปคำต่อคำจากการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม จัดเตรียมและบันทึกข้อมูลที่ได้จากภาคสนาม ให้รหัส จัดหมวดหมู่ หรือทำดัชนีข้อมูล สรุปชั่วคราวและตัดข้อมูลที่ไม่มีเกี่ยวข้อง นำเสนอข้อมูลเพื่อวิเคราะห์เชื่อมโยงประเด็นสรุปและตรวจสอบข้อเท็จจริงเพื่อตอบคำถามวิจัย และตรวจสอบคุณภาพของข้อมูลโดยผู้ให้สัมภาษณ์ หลังสัมภาษณ์/สนทนากลุ่ม

ผู้วิจัยสรุปประเด็นและอ่านให้ผู้ให้ข้อมูลตรวจทาน หากพบความคลาดเคลื่อนจะปรับแก้ทันที กับการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) ด้านข้อมูล เปรียบเทียบข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ผู้ให้ข้อมูลต่างเวลา ต่างสถานที่ ต่างบุคคล ข้อมูลที่ได้จะเหมือนกันหรือไม่ ด้านวิธีการเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้มาจากวิธีการเก็บข้อมูลที่ต่างกัน จากเอกสาร การสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้ได้นำเสนอโดยอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 23 รูป/คน ครอบคลุมชุมชนชาวโศกทั้ง 4 ภูมิภาค โดยมุ่งตอบวัตถุประสงค์การวิจัย 3 ประการ ได้แก่ การศึกษาแนวคิดบุญนิยมของชาวโศก การวิเคราะห์ตลาดบุญนิยมภายใต้บริบทสังคมไทย และการเสนอรูปแบบตลาดบุญนิยมในสังคมไทย โดยผลการวิจัยสามารถอธิบายเป็นความเรียงเชิงบูรณาการได้ดังนี้

แนวคิดบุญนิยมของชาวโศกมีลักษณะเป็นระบบความคิดที่พัฒนาขึ้นจากการตีความ “บุญ” ในความหมายที่ลึกซึ้งกว่าการให้ทานหรือการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา โดยมุ่งเน้น “บุญ” ในฐานะกระบวนการขัดเกลาจิตใจและการลดความเห็นแก่ตัวของปัจเจกบุคคลเป็นสำคัญ แนวคิดดังกล่าวตั้งอยู่บนฐานความเชื่อที่ว่าความยึดติดในตัวตนเป็นรากเหง้าของปัญหาทางศีลธรรมและความไม่สงบในสังคม ดังนั้นการสร้างสังคมที่ดีจึงจำเป็นต้องเริ่มจากการปรับเปลี่ยนภายในจิตใจของมนุษย์เป็นหลัก แนวคิดบุญนิยมได้รับการพัฒนาและขับเคลื่อนอย่างเป็นระบบโดยสมณะโพธิรักษ์ ซึ่งได้นำหลักพุทธธรรมมาประยุกต์ใช้ในวิถีชีวิตประจำวันและขยายผลไปสู่การจัดระบบทางสังคมในหลายมิติ ทั้งด้านเศรษฐกิจ การศึกษา การเกษตร และสุขภาพ จากการศึกษา พบว่า บุญนิยมมิได้เป็นเพียงแนวคิดเชิงศาสนา หากแต่เป็นระบบคุณค่าที่ถูกนำไปใช้กำกับพฤติกรรมทางสังคมอย่างเป็นรูปธรรม โดยประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ อิสรเสรีภาพที่เกิดจากการลดความเห็นแก่ตัว ภารดรภาพที่เกิดจากความเกื้อกูลและการอยู่ร่วมกันแบบสาธารณโภคี สันติภาพที่เกิดจากการดำเนินชีวิตตามหลักพุทธธรรม สมรรถภาพที่เกิดจากการประกอบสัมมาอาชีพอ่างขยันขันแข็งและพอเพียง



และบูรณาภาพที่เกิดจากการอยู่ร่วมกันในสังคมที่มี “หมุ่มิตรดี” ซึ่งเกื้อหนุนให้เกิดการพัฒนาทั้งตนเองและส่วนรวมอย่างต่อเนื่อง

ในส่วนของตลาดบุญนิยมภายใต้บริบทสังคมไทย ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าเป็นรูปแบบเศรษฐกิจทางเลือกที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองต่อข้อจำกัดของระบบเศรษฐกิจกระแสหลัก ซึ่งมีลักษณะการแข่งขันสูงและมุ่งแสวงหากำไรสูงสุดเป็นศูนย์กลาง ส่งผลให้เกิดปัญหาทางด้านความเป็นธรรมของราคา คุณภาพสินค้า และความปลอดภัยของผู้บริโภค โดยเฉพาะในภาคการผลิตอาหาร ในทางตรงกันข้าม ตลาดบุญนิยมได้พัฒนาขึ้นในฐานะ “พื้นที่เศรษฐกิจเชิงศีลธรรม” ที่นำหลักพุทธธรรมเข้ามาเป็นฐานในการกำหนดความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ โดยมีคุณลักษณะสำคัญคือการเน้นของดี ราคาถูก ความซื่อสัตย์ และความมีน้ำใจควบคู่กันไป ระบบการผลิตในตลาดบุญนิยมตั้งอยู่บนแนวคิดการพึ่งตนเองและการลดการพึ่งพาทรัพยากรภายนอก โดยให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างเรียบง่าย การรวมกลุ่ม และการแบ่งปันปัจจัยการผลิต โดยเฉพาะในรูปแบบกิจกรรมไร่สารพัดและการผลิตอาหารในชุมชน ผู้ผลิตถูกกำกับด้วย “หลักการค้า 4 ธรรม” ซึ่งเป็นกรอบจริยธรรมสำคัญที่ครอบคลุมทั้งคุณภาพสินค้า ความซื่อสัตย์ในการผลิต และความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ส่งผลให้กระบวนการผลิตมิได้มุ่งเน้นเพียงผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจ แต่เน้นการสร้างความน่าเชื่อถือและความบริสุทธิ์ทางศีลธรรมควบคู่กันไป ในด้านระบบการจำหน่าย พบว่ามีลักษณะเป็นระบบคัดกรองผู้ผลิตและผู้จำหน่ายอย่างเป็นระบบ โดยคณะทำงานส่วนกลางทำหน้าที่ประเมินความพร้อมของสินค้า กระบวนการผลิต และความสอดคล้องกับหลักการค้า 4 ธรรม ก่อนอนุญาตให้เข้าร่วมตลาด การจัดจำหน่ายมีความยืดหยุ่นตามบริบทพื้นที่ ทั้งในชุมชน สถานที่ราชการ หรือพื้นที่สาธารณะ โดยมีได้ตั้งอยู่บนการแข่งขันทางการตลาด แต่เน้นความไว้วางใจ ความเป็นธรรม และความร่วมมือระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคเป็นสำคัญ ในประเด็นด้านราคาและการแลกเปลี่ยน ตลาดบุญนิยมมิได้ยึดโยงกับระบบกำไรสูงสุดตามกลไกตลาดเสรี หากแต่ให้ความสำคัญกับการลดความยึดติดในผลประโยชน์ส่วนตน การกำหนดราคาจึงมีลักษณะยืดหยุ่น ตั้งแต่ราคาต่ำกว่าท้องตลาด ราคาตามต้นทุน ไปจนถึงการให้เปล่า ขึ้นอยู่กับเจตนาของผู้ผลิตและบริบทของสินค้า การขายในราคาต่ำกว่าทุนในบริบทนี้มิได้ถูกตีความว่าเป็นการขาดทุนทางเศรษฐกิจ แต่ถูกมองว่าเป็นการแปรเปลี่ยนทรัพยากรทางเศรษฐกิจไปสู่การสร้างคุณค่าทางศีลธรรมและจิตวิญญาณ ทั้งนี้ แนวคิดเรื่องกำไรยังคงมีอยู่ แต่ถูกจัดลำดับความสำคัญใหม่ โดยกำไรทางเศรษฐกิจถูกวางอยู่ภายใต้ “กำไรทางบุญ” และ “กำไรทางสังคม”

สำหรับรูปแบบตลาดบุญนิยมในสังคมไทย สามารถสังเคราะห์ได้เป็นโครงสร้างที่ประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 5 ประการ ได้แก่ หลักการค้า 4 ธรรม วัตถุประสงค์เชิงต่อรองกับระบบเศรษฐกิจกระแสหลัก ระบบการผลิตเชิงพึ่งตนเอง ระบบการดำเนินงาน และระบบการประเมินผล โดยแต่ละองค์ประกอบมีบทบาทร่วมกันในการสร้างระบบเศรษฐกิจที่มีได้มุ่งเน้นเฉพาะประสิทธิภาพเชิงตัวเลข แต่ให้ความสำคัญกับคุณค่าทางศีลธรรมและการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้คนควบคู่กันไป ในมิติของกระบวนการดำเนินงาน ตลาดบุญนิยมมีขั้นตอนการพัฒนาอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การสร้างตระหนักรู้ต่อปัญหาของระบบเศรษฐกิจกระแสหลัก การอบรมเพื่อปลูกฝังความเข้าใจในหลักพุทธธรรม การสำรวจและเตรียมความพร้อมของพื้นที่ ไปจนถึงการจัดตลาดจริงในชุมชน โดยมุ่งเน้นให้ผู้เข้าร่วมสามารถนำหลักการค้า 4 ธรรมไปประยุกต์ใช้ในชีวิตจริง ในส่วนของ

การประเมินผล พบว่าไม่ได้ใช้ตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจแบบดั้งเดิม เช่น รายได้หรือกำไรเป็นหลัก แต่ใช้หลักการค่า 4 ธรรมและการเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมเป็นเกณฑ์สำคัญ โดยให้ความสำคัญกับการลดความเห็นแก่ตัว ความมีจาคะ และบรรยากาศทางศีลธรรมภายในตลาด ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าตลาดบุญนิยมถูกทำหน้าที่เป็น “พื้นที่ฝึกปฏิบัติทางศีลธรรม” มากกว่าพื้นที่ทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว

ท้ายที่สุด ผลการวิจัยยังพบว่า เงื่อนไขความสำเร็จของตลาดบุญนิยมประกอบด้วยทั้งปัจจัยภายนอก ได้แก่ การลดต้นทุน การรวมกลุ่ม และระบบภูมิคุ้มกัน และปัจจัยภายใน ได้แก่ ความเข้าใจในหลักบุญและกรรม ตลอดจนความเพียรในการดำเนินชีวิตตามหลักพุทธธรรมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งทั้งสองมิติดังกล่าวมีความสัมพันธ์เกื้อหนุนกันในการทำให้ระบบตลาดบุญนิยมสามารถดำรงอยู่และพัฒนาได้อย่างยั่งยืนในบริบทสังคมไทยร่วมสมัย

อภิปรายผล

แนวคิดเรื่องบุญนิยมของชาวโอศกในฐานะระบบคุณค่าเชิงศีลธรรม

ผลการวิจัยสะท้อนว่า “บุญนิยม” ของชาวโอศกมิได้เป็นเพียงระบบเศรษฐกิจทางเลือก หากแต่เป็น “ระบบคุณค่าเชิงศีลธรรม” ที่ตั้งอยู่บนฐานพุทธจริยธรรม โดยมีเป้าหมายสำคัญในการลดละอัตตา การลดการแสวงหากำไรส่วนตน และการยกระดับคุณภาพมนุษย์ผ่านการบูรณาการระหว่างเศรษฐกิจและธรรมะ ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับงานของ ทิวเมฆ นาวาบุญนิยม (2020) ที่อธิบายว่า ระบบบุญนิยมประกอบด้วยโครงสร้างความคิดสำคัญ ได้แก่ แนวคิดเรื่อง “บุญ” ในฐานะทุนทางจิตวิญญาณ การนิยามเศรษฐกิจเชิงบุญนิยม ตลอดจนการประยุกต์หลักอริยมรรคมีองค์ 8 และไตรสิกขาในการพัฒนามนุษย์อย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาในกรอบพุทธปรัชญา ยังพบความสอดคล้องกับหลัก “บุญกิริยาวัตถุ 10” และ “สาราณียธรรม” ที่เน้นการอยู่ร่วมกันอย่างเกื้อกูล ซึ่งสะท้อนว่าบุญนิยมมิได้เป็นเพียงกลไกทางเศรษฐกิจ แต่เป็นระบบจริยธรรมเชิงสังคม (Mahachulalongkornrajavidyalaya University, 1996) ในเชิงทฤษฎี แนวคิดดังกล่าวสามารถอธิบายได้ผ่านกรอบ “เศรษฐกิจฝังตัวในสังคม” (embeddedness) ของ Granovetter (1985) ซึ่งชี้ว่า พฤติกรรมทางเศรษฐกิจมิได้แยกขาดจากโครงสร้างทางสังคมและคุณค่าทางวัฒนธรรม แต่ถูกกำกับโดยความสัมพันธ์เชิงสังคมและบรรทัดฐานทางศีลธรรมอย่างลึกซึ้ง

การวิเคราะห์ตลาดบุญนิยมในบริบทสังคมไทย

ผลการวิเคราะห์พบว่า “ตลาดบุญนิยม” ของชุมชนชาวโอศกมีลักษณะเป็นการปรับโครงสร้างตรรกะทางเศรษฐกิจ จากการมุ่ง “กำไรสูงสุด” ไปสู่การมุ่ง “ประโยชน์สูงสุดต่อส่วนรวม” โดยมีการตีความส่วนประสมทางการตลาดใหม่ภายใต้กรอบจริยธรรม ได้แก่ การผลิตที่เน้นคุณภาพและความปลอดภัย การกำหนดราคาที่เป็นธรรมตามต้นทุนจริง ช่องทางการจัดจำหน่ายที่โปร่งใส และการสื่อสารทางการตลาดที่ตั้งอยู่บนความซื่อสัตย์



มากกว่าการโน้มน้าวเชิงพาณิชย์ การเปลี่ยนผ่านดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการตลาดเชิงจริยธรรม (ethical marketing) ซึ่งเน้นความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค สังคม และสิ่งแวดล้อมควบคู่กับกิจกรรมทางธุรกิจ (Crane & Matten, 2010) อีกทั้งยังสามารถอธิบายผ่านกรอบ “เศรษฐกิจเชิงสถาบัน” ของ Polanyi (1944) ที่เสนอว่า ระบบเศรษฐกิจถูกฝังอยู่ในโครงสร้างทางสังคมและคุณค่าทางวัฒนธรรม มิได้ดำรงอยู่อย่างเป็นอิสระ นอกจากนี้ แนวคิด “ความเป็นเหตุผลการเชิงวิพากษ์ต่อมนุษย์เศรษฐกิจ” ของ Sen (1977) และ Persky (1995) ยังสนับสนุนข้อค้นพบว่า พฤติกรรมเศรษฐกิจของมนุษย์มิได้ขับเคลื่อนด้วยผลประโยชน์เชิงวัตถุเพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมถึง มิติของคุณธรรม ศีลธรรม และความร่วมมือในสังคม

รูปแบบตลาดบุญนิยมกับการพัฒนามนุษย์เชิงพุทธ

ผลการวิจัยยังชี้ว่า รูปแบบตลาดบุญนิยมมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับการพัฒนามนุษย์เชิงพุทธ โดยเฉพาะผ่านกลไก “จิตอาสา” และ “การเสียสละ” ซึ่งทำหน้าที่เป็นทุนทางสังคมและทุนทางจิตวิญญาณในระบบเศรษฐกิจ ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับงานของ ใจเพชร กล่าจน (2015) ที่ระบุว่า การให้และจิตอาสาในวิถีพุทธไม่เพียงสร้างประโยชน์แก่ผู้รับ แต่ยังส่งผลต่อการยกระดับจิตใจของผู้ให้ อันเป็นกระบวนการพัฒนามนุษย์เชิงองค์รวมในกรอบพุทธจริยธรรม ในมิติการผลิตเชิงชุมชน งานของ อารังค์ แสงสุริยจันทร์ และอรนุช แสงสุริยจันทร์ (2018) ยังสนับสนุนว่า ความสำเร็จของการผลิตข้าวไร้สารพิษในชุมชนบุญนิยมเกิดจากการเปลี่ยนแปลง “จิตสำนึกของผู้ผลิต” ควบคู่กับการปฏิบัติตามหลักศีลธรรม ซึ่งสะท้อนการบูรณาการระหว่างเศรษฐกิจ สุขภาพ และสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ แนวคิดเรื่องทุนมนุษย์และพฤติกรรมที่ไม่เห็นแก่ตัว (altruism) ยังสอดคล้องกับการวิพากษ์ Homo economicus ที่เสนอโดย Sen (1977) และ Persky (1995) ซึ่งชี้ว่ามนุษย์มีพฤติกรรมเชิงคุณธรรมและความร่วมมือเป็นฐานสำคัญของการตัดสินใจทางเศรษฐกิจ

สรุปเชิงสังเคราะห์ ตลาดบุญนิยมในฐานะระบบเศรษฐกิจเชิงคุณธรรม

โดยสรุป ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า “ตลาดบุญนิยม” เป็นระบบเศรษฐกิจทางเลือกที่บูรณาการระหว่างเศรษฐกิจ จริยธรรม และการพัฒนามนุษย์อย่างเป็นองค์รวม โดยมีพุทธธรรมเป็นฐานคิดสำคัญ การประยุกต์แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดจึงมิได้มุ่งเพียงประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ แต่ถูกปรับให้สอดคล้องกับคุณค่าทางศีลธรรมและสังคม แนวคิดดังกล่าวสามารถอธิบายร่วมกับกรอบการตลาดสมัยใหม่ของ Kotler และ Keller (2016) ที่เน้นการสร้างคุณค่าร่วม (value creation) มากกว่าการแสวงหากำไรเพียงด้านเดียว และยังสอดคล้องกับแนวคิด embedded economy ของ Polanyi (1944) รวมถึงแนวคิด embeddedness ของ Granovetter (1985) ดังนั้น ตลาดบุญนิยมจึงมิใช่เพียงรูปแบบเศรษฐกิจเชิงชุมชน แต่เป็น “ระบบเศรษฐกิจเชิงคุณธรรม (moral economy system)” ที่มีศักยภาพในการเป็นทางเลือกเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาสังคมไทยอย่างยั่งยืน

สรุป

ในการศึกษาแนวคิดเรื่องบุญนิยมของชาวโอศก ข้อค้นพบจากงานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า แนวคิดบุญนิยมของชาวโอศกตั้งอยู่บนการทำความเข้าใจ “บุญ” ในฐานะการลดกิเลสและความเห็นแก่ตัว ผ่านการปฏิบัติจริงในชีวิตประจำวัน มิใช่เพียงความเชื่อเชิงนามธรรม บุญนิยมจึงทำหน้าที่เป็นกรอบคิดและกรอบปฏิบัติที่กำกับการดำเนินชีวิต เศรษฐกิจ และความสัมพันธ์ทางสังคมของสมาชิกชุมชนอย่างเป็นระบบ และเมื่อวิเคราะห์ตลาดบุญนิยมของชุมชนชาวโอศกภายใต้บริบทสังคมไทย สะท้อนให้เห็นว่าตลาดดังกล่าวทำหน้าที่เป็นพื้นที่ทางเศรษฐกิจและสังคมที่ต่อรองกับระบบเศรษฐกิจกระแสหลัก โดยลดบทบาทของการแข่งขันและกำไรเป็นศูนย์กลาง และแทนที่ด้วยคุณค่าทางศีลธรรม การเกื้อกูล และความรับผิดชอบต่อผู้บริโภครวม โดยเฉพาะในด้านอาหาร ตลาดบุญนิยมจึงสามารถดำรงอยู่ในบริบทสังคมไทยร่วมสมัยในฐานะตลาดทางเลือกที่ตอบสนองปัญหาด้านคุณภาพสินค้า ราคา และความเหลื่อมล้ำได้อย่างเป็นรูปธรรม สำหรับรูปแบบตลาดบุญนิยมในสังคมไทยซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 5 ประการ ได้แก่ หลักการค้า 4 ธรรม วัตถุประสงค์เชิงคุณค่า กระบวนการดำเนินงาน การประเมินผล และเงื่อนไขความสำเร็จ รูปแบบดังกล่าวสะท้อนการจัดวางตลาดบนฐานบุญและหลักธรรมอย่างเป็นระบบ และแสดงให้เห็นศักยภาพของตลาดบุญนิยมในการเป็นต้นแบบตลาดเชิงจริยธรรมที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในสังคมร่วมสมัยได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาศึกษาตลาดบุญนิยม เพื่อยกระดับจากปฏิบัติการเชิงจิตวิญญาณภายในกลุ่มสู่การออกแบบเชิงนโยบายและวัฒนธรรมสาธารณะ
2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ ชุมชนบุญนิยมแต่ละแห่งควรมีการแปลงคุณค่าตลาดบุญนิยมให้สอดคล้องกับสภาพสังคมที่ซับซ้อนและอ่อนแอทางจริยธรรมในปัจจุบัน พร้อมทั้งมีการดำเนินการจัดตลาดบุญนิยมควบคู่ไปกับการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความตระหนักรู้ที่เหมาะสมกับแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย เพื่อให้ง่ายต่อการที่สังคมวงกว้างจะสามารถนำไปปรับใช้ได้
3. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาและพัฒนาารูปแบบตลาดบุญนิยมในสังคมไทยกับศักยภาพและข้อจำกัดในการเข้าถึงกลุ่มคนที่แตกต่างกัน อาทิ กลุ่มคนวัยทำงาน กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มคนรุ่นใหม่ เป็นต้น



เอกสารอ้างอิง

- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต). (2546). *พุทธธรรม: ฉบับปรับขยาย*. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พระไตรปิฎก. (ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย). มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- Thamrong, S., & Aranuch, S. (2018). การส่งเสริมการผลิตข้าวไร้สารพิษโดยชุมชนบุญนิยมราชธานีอโศก อำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 12(25), 255–270.
- Thiamek, N. (2020). การพัฒนาคุณภาพมนุษย์ด้วยระบบบุญนิยมของชุมชนชาวอโศกเชิงพุทธบูรณาการ (ดุสิต นินพนธ์ปริญญาดุสิตบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย.
- Adam Smith. (1776). *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*. W. Strahan and T. Cadell.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2015). *Food safety and quality: Global perspectives*. <https://www.fao.org/food-safety>
- Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481–510. <https://doi.org/10.1086/228311>
- International Buddhist Texts Commission, Mahachulalongkornrajavidyalaya University. (1996). *The Thai Tripitaka*, Mahachulalongkornrajavidyalaya Edition. Mahachulalongkornrajavidyalaya University Printing House.
- Jaipetch, K. (2015). *Buddhist-based medical volunteerism for humanity (Doctoral dissertation)*. Surin Rajabhat University.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Persky, J. (1995). Retrospectives: The ethology of Homo economicus. *Journal of Economic Perspectives*, 9(2), 221–231.
- Polanyi, K. (1944). *The great transformation: The political and economic origins of our time*. Farrar & Rinehart.
- Sen, A. K. (1977). Rational fools: A critique of the behavioral foundations of economic theory. *Philosophy & Public Affairs*, 6(4), 317–344.
- Thai Pesticide Alert Network (Thai-PAN). (2016). Report on the results of random testing for pesticide residues in vegetables and fruits in Thailand, 2016.
- World Bank Group. (2018). *The cost of food safety failures in low- and middle-income countries*. <https://www.worldbank.org>
- World Health Organization. (2015). *WHO estimates of the global burden of foodborne diseases: Foodborne disease burden epidemiology reference group 2007–2015*. <https://www.who.int/publications/i/item/9789241565165>

