

พฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
วิทยาเขตศรีธรรมมาโสกราช ห้องเรียนจังหวัดสงขลา ตามหลักมัชฌิมาปฏิปทา
CONSUMPTION BEHAVIOR OF STUDENTS AT MAHAMAKUT BUDDHIST
UNIVERSITY, SRITHAMMASOKKARAT CAMPUS, SONGKHLA LEARNING CENTER,
FROM THE PERSPECTIVE OF THE MIDDLE WAY (MAJJHIMA PATIPADA)

พระปลัดฤทธิพร ทุมสุวรรณ¹, พระมิ่งศิษฐ์ สังข์บริสุทธิ์^{2*}, พระครูบวรชัยวัฒน์ (วันชัย เมธิโก)³

PHRAPALAD RITTHIPORN THUMSUWAN¹, PHRA MINGSIT SANGBORISUT²,

PHRAKRUBOWONCHAIWAT (WANCHAI METHIGO)³

*Corresponding Author E-mail: sawkub222@gmail.com

บทความวิจัย (Research Article)

RECEIVED 26 FEBRUARY 2026, REVISED 26 MARCH 2026, ACCEPTED 9 APRIL 2026

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีธรรมมาโสกราช ห้องเรียนจังหวัดสงขลา และ 2) วิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคตามหลักมัชฌิมาปฏิปทา การวิจัยเป็นเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 16 คน ซึ่งคัดเลือกแบบเจาะจง โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า

1) พฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษาสะท้อนความพยายามบริหารทรัพยากรที่มีจำกัด มีการวางแผนใช้จ่ายในระดับพื้นฐาน แต่ยังไม่ได้รับอิทธิพลจากอารมณ์ ค่านิยม และภาพลักษณ์ส่วนบุคคล ปัจจัยทางสังคม โดยเฉพาะสื่อออนไลน์และกลุ่มเพื่อน มีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ ส่งผลให้เกิดการบริโภคตามกระแส และแรงกดดันทางสังคม ขณะเดียวกันครอบครัวยังคงมีบทบาทในการปลูกฝังทัศนคติด้านการเงิน เช่น ความประหยัดและการหลีกเลี่ยงหนี้สิน นอกจากนี้บริบททางวัฒนธรรมของจังหวัดสงขลาส่งผลให้รูปแบบการบริโภคมีความหลากหลายและยืดหยุ่นตามเทศกาลและกิจกรรมทางศาสนา อีกทั้งสภาพภูมิอากาศภาคใต้ยังมีอิทธิพลต่อการเลือกสินค้าและรูปแบบการใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน แม้นักศึกษาจะมีความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น แต่การตัดสินใจยังคงขึ้นอยู่กับราคาและความสะดวกเป็นหลัก

2) การวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคตามหลักมัชฌิมาปฏิปทา พบว่า ในด้านศีล นักศึกษามีแนวโน้มคำนึงถึงความถูกต้องและเหมาะสม พยายามหลีกเลี่ยงสินค้าที่ขัดต่อศีลธรรม ผิดกฎหมาย หรือฟุ่มเฟือยเกิน

ฐานะ แม้ไม่สามารถปฏิบัติได้อย่างเคร่งครัดทุกครั้ง แต่สะท้อนถึงความรับผิดชอบต่อการใช้จ่าย ด้านสมาธิ นักศึกษาตระหนักว่าการขาดสติ โดยเฉพาะจากอิทธิพลของสื่อออนไลน์และโปรโมชัน อาจนำไปสู่การใช้จ่ายเกินจำเป็นจึงพยายามไตร่ตรองก่อนตัดสินใจซื้อและควบคุมแรงกระตุ้นทางอารมณ์ ด้านปัญญา การบริโภคมุ่งเน้นความคุ้มค่าและพิจารณาผลกระทบระยะยาว ทั้งด้านการเงิน สุขภาพ และสิ่งแวดล้อม โดยยึดหลักความพอดี ไม่สุดโต่ง และเลือกบริโภคอย่างสมดุลให้สอดคล้องกับบริบทชีวิตของตนเอง

คำสำคัญ: นักศึกษามหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีธรรมมาโคกราช, พฤติกรรมการบริโภคอย่างยั่งยืน, มัชฌิมาปฏิปทา

ABSTRACT

This research aimed to: 1) study the consumption behavior of students at Mahamakut Buddhist University, Srithammakosok Campus, Songkhla classroom, and 2) analyze consumption behavior based on the principle of the Middle Way (Majjhima Patipada). This qualitative study employed in-depth interviews with 16 key informants, selected through purposive sampling. A semi-structured interview guide was used, and the data were analyzed through content analysis.

The findings revealed that:

1) Students' consumption behavior reflects an effort to manage limited resources. They demonstrate basic financial planning; however, their decisions are still influenced by emotions, values, personal image, and social factors. Social influences, especially online media and peer groups, play a significant role in purchasing decisions, leading to trend-based consumption and social pressure. Meanwhile, family remains important in shaping financial attitudes, such as frugality and debt avoidance. Furthermore, the multicultural context of Songkhla contributes to diverse and flexible consumption patterns aligned with festivals and religious activities. The southern climate also affects product choices and daily spending habits. Although students show increasing environmental awareness, their decisions are still primarily driven by price and convenience.

2) The analysis of consumption behavior based on the Middle Way indicates that, in terms of morality (Sila), students tend to consider appropriateness and ethical correctness, attempting to avoid immoral, illegal, or excessively luxurious products beyond their means. Although not always strictly practiced, this reflects a sense of responsibility in spending. In terms of concentration (Samadhi), students recognize that lack of mindfulness—especially due to online media and promotional influences—may lead to unnecessary spending; therefore, they try to reflect before making purchasing decisions and control emotional impulses. In terms of wisdom (Panya), consumption focuses on value and long-term impacts, including financial, health, and environmental aspects. Students adhere to moderation, avoiding extremes, and strive for balanced consumption in accordance with their life context.

Keywords: Students of Mahamakut Buddhist University Srithammakosokkarat Campus, Sustainable Consumption Behavior, Middle Way (Majjhima Patipada)

1. บทนำ

ในบริบทของสังคมไทยร่วมสมัย พฤติกรรมการบริโภคของประชาชนโดยเฉพาะกลุ่มเยาวชน ซึ่งได้รับอิทธิพลอย่างมากจากกระแสโลกาภิวัตน์ ระบบเศรษฐกิจแบบตลาดเสรี และวัฒนธรรมบริโภคนิยมที่เน้นความสะดวกสบาย ความทันสมัย และการแสดงออกเชิงสัญลักษณ์ผ่านสินค้าและบริการต่าง ๆ การพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ยิ่งทำให้การบริโภคมีความรวดเร็วและเข้าถึงได้ง่ายมากขึ้น ส่งผลให้การตัดสินใจใช้จ่ายของผู้คนในปัจจุบันไม่ได้ขึ้นอยู่กับความจำเป็นขั้นพื้นฐาน แต่ยังเกี่ยวข้องกับค่านิยม ภาพลักษณ์ทางสังคม และแรงกดดันจากกลุ่มเพื่อน ปรากฏการณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมที่มีผลต่อวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่อย่างชัดเจน อย่างไรก็ตามการบริโภคที่ขาดความพอดีอาจนำไปสู่ปัญหาทางการเงินส่วนบุคคล หนี้สิน การขาดวินัยในการใช้จ่าย ตลอดจนความเครียดและความไม่มั่นคงทางจิตใจ ในระดับมหภาค การบริโภคเกินความจำเป็นอาจส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ดังนั้น การทำความเข้าใจพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษาในเชิงลึกจึงมีความสำคัญทั้งในมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และจริยธรรม

ในบริบทของสถาบันอุดมศึกษาทางพระพุทธศาสนา เช่น มหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย ซึ่งมีพันธกิจในการส่งเสริมการศึกษาทั้งด้านวิชาการและด้านคุณธรรม การดำเนินชีวิตของนักศึกษาย่อมถูกคาดหวังให้สอดคล้องกับหลักธรรมคำสอนทางพระพุทธศาสนา โดยเฉพาะหลัก “มัชฌิมาปฏิปทา” หรือทางสายกลาง ซึ่งเป็นหลักการสำคัญที่พระพุทธเจ้าทรงแสดงไว้เพื่อหลีกเลี่ยงความสุดโต่งทั้งสองด้าน ได้แก่ การหมกมุ่นในกามสุข และการทรมานตนอย่างเกินควร หลักมัชฌิมาปฏิปทาจึงมิใช่เพียงแนวทางปฏิบัติทางจิตวิญญาณ แต่ยังเป็นกรอบคิดที่สามารถประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวัน รวมถึงการบริโภคอย่างพอเหมาะพอดี (พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต) (2548))

ในทางพุทธปรัชญา การบริโภคมิได้ถูกมองในฐานะการตอบสนองตัณหา หากแต่ควรตั้งอยู่บนพื้นฐานของปัญญาและความเข้าใจในคุณค่าที่แท้จริงของสิ่งที่บริโภค พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต) (2557) ได้อธิบายว่า การดำเนินชีวิตตามหลักพุทธธรรมควรตั้งอยู่บนความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการรู้จักพิจารณาเหตุและผลอย่างรอบคอบ หลักดังกล่าวสามารถเชื่อมโยงกับแนวคิดเศรษฐศาสตร์แนวพุทธ ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตมากกว่าการสะสมวัตถุ ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษาในกรอบมัชฌิมาปฏิปทาจึงเป็นการเชื่อมโยงระหว่างหลักธรรมกับพฤติกรรมทางเศรษฐกิจอย่างเป็นรูปธรรม

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีธรรมมาโคกราช หอเรียนจังหวัดสงขลา ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางศาสนาและวัฒนธรรม จังหวัดสงขลาเป็นพื้นที่ที่มีทั้งชุมชนชาวพุทธและชาวมุสลิมอาศัยอยู่ร่วมกัน การดำรงชีวิตของนักศึกษาจึงอยู่ท่ามกลางบริบทสังคมพหุวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างทางค่านิยมและรูปแบบการบริโภค การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษาในบริบทดังกล่าวจึงมีความสำคัญ

ในการทำความเข้าใจว่า นักศึกษาสามารถประยุกต์ใช้หลักมัชฌิมาปฏิปทาในการตัดสินใจใช้ง่ายและดำรงชีวิตได้อย่างไร ท่ามกลางแรงกระตุ้นจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคม

การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีธรรมโศกราช ห้องเรียนจังหวัดสงขลา ในมุมมองหลักมัชฌิมาปฏิปทา เพื่อทำความเข้าใจมิติของ ความพอดี ความสมดุล และการใช้ปัญญาในการบริโภค โดยใช้แนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพในการสำรวจ ประสพการณ์ ความคิดเห็น และกระบวนการตัดสินใจของนักศึกษา การศึกษาในลักษณะนี้จะช่วยให้เห็นภาพ เชิงลึกของแรงจูงใจ ค่านิยม และกระบวนการคิดที่อยู่เบื้องหลังพฤติกรรมการบริโภค ซึ่งไม่สามารถอธิบายได้ อย่างครบถ้วนด้วยตัวเลขหรือข้อมูลเชิงปริมาณเพียงอย่างเดียว

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาการวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีธรรมโศกราช ห้องเรียนจังหวัดสงขลา ตามหลักมัชฌิมาปฏิปทา ซึ่งมีความสำคัญทั้ง ในมิติทางทฤษฎีและเชิงปฏิบัติ อันจะนำไปสู่ความเข้าใจที่ลึกซึ้งเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตอย่างสมดุลในสังคม ร่วมสมัย และเสริมสร้างแนวทางการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่ควบคู่ไปกับการพัฒนาทางจิตใจตามหลัก พระพุทธศาสนา

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย วิทยาเขต ศรีธรรมโศกราช ห้องเรียนจังหวัดสงขลา

2.2 เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย วิทยาเขต ศรีธรรมโศกราช ห้องเรียนจังหวัดสงขลา ตามหลักมัชฌิมาปฏิปทา

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย วิทยาเขต ศรีธรรมโศกราช ห้องเรียนจังหวัดสงขลา ตามหลักมัชฌิมาปฏิปทา” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) (สุรางค์ จันทวานิช, 2557) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) โดยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยไว้ ดังนี้

3.1 การศึกษาทบทวนเอกสาร

การศึกษาค้นคว้านี้ได้ดำเนินการทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการบริโภค และการบริโภคตามหลัก มัชฌิมาปฏิปทา โดยศึกษาข้อมูลจากคัมภีร์และแหล่งข้อมูลสำคัญ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

ก. ชั้นปฐมภูมิ (Primary Sources) ได้แก่ พระไตรปิฎก ซึ่งเป็นคัมภีร์หลักทางพระพุทธศาสนา ใช้เป็นแหล่งข้อมูลต้นฉบับสำหรับการศึกษาหลักธรรมและแนวคิดทางพุทธปรัชญาโดยตรง

ข. **ชั้นทุติยภูมิ (Secondary Sources)** ได้แก่ ข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์ ตีความ และเรียบเรียงโดยนักวิชาการหรือผู้ศึกษาอื่นที่ได้ดำเนินการไว้ก่อนหน้า ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาใช้ประกอบการศึกษาวิจัย อาทิ หนังสือ ตำรา เอกสารทางวิชาการ บทความวิจัย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยใช้เป็นฐานข้อมูลในการวิเคราะห์

3.2 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยครั้งนี้ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กำหนดคุณสมบัติเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยมหาสารคาม วิทยาลัย วิทยาเขตศรีธรรมราช โศกราช ห้องเรียนจังหวัดสงขลาที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1-4 (นักศึกษาบรรพชิตและคฤหัสถ์)

ในเบื้องต้นกำหนดกลุ่มเป้าหมายชั้นปีละ 4 รูป/คน รวมจำนวน 16 รูป/คน และดำเนินการเก็บข้อมูลโดยยึดหลักความอิ่มตัวของข้อมูล (Data Saturation) กล่าวคือ เมื่อข้อมูลที่ได้รับมีลักษณะซ้ำซ้อนและไม่ปรากฏประเด็นใหม่เพิ่มเติมจึงยุติการเก็บข้อมูล

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้เครื่องมือคือ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) โดยแบบสัมภาษณ์มีลักษณะแบบมีโครงสร้าง ซึ่งเป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended Form) โดยศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งกำหนดโครงสร้างของเครื่องมือตามวัตถุประสงค์ โดยแบ่งแบบสัมภาษณ์ออกเป็น 3 ประเด็น คือ

ประเด็นที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์

ประเด็นที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหาสารคามวิทยาลัย วิทยาเขตศรีธรรมราช โศกราช ห้องเรียนจังหวัดสงขลา

ประเด็นที่ 3 พฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหาสารคามวิทยาลัย วิทยาเขตศรีธรรมราช โศกราช ห้องเรียนจังหวัดสงขลา ในมุมมองหลักมัชฌิมาปฏิปทา

3.4 การตรวจสอบคุณภาพข้อมูล

ผู้วิจัยทำการหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องและความครอบคลุมของเนื้อหาที่ต้องการศึกษา จำนวน 3 รูป/คน เพื่อหาค่าดัชนีความตรงตามเนื้อหา (Content Validity Index : CVI) ใช้เกณฑ์ความเห็นสอดคล้องกัน และการยอมรับของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีค่า CVI 0.80 ขึ้นไป โดยผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบความชัดเจนของเนื้อหาแบบสัมภาษณ์ ให้ข้อเสนอแนะ และแก้ไขปรับปรุงคำถามให้ตรงกับวัตถุประสงค์มากขึ้น

ทั้งนี้ ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่มีความสำคัญด้วยการใช้เทคนิคสามเส้า (Triangulation) โดยได้มีการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data triangulation) คือ การพิจารณาถึง เวลา สถานที่ บุคคล การถามคำถามซ้ำ หรือคำถามเดิมในช่วงวัน เวลาอื่น สถานที่อื่น หรือคำถามเดิมกับคนอื่น ๆ เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของข้อมูล

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผล

พฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหาสารคาม วิทยาเขตศรีธรรมมาโคกราช ห้างเรียนจังหวัดสงขลา ตามหลักมีขมิมาปฏิบทา ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยใช้การวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analytic Induction) กล่าวคือ จัดจำแนกข้อมูลที่ได้มาตามวัตถุประสงค์ เขียนรวบรวมนออกมาตามเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงไว้ แบ่งหัวข้อของข้อมูลตามสิ่งที่ได้มา ออกเป็นประเด็นสำคัญแล้วพรรณนาวิเคราะห์สร้างข้อสรุปตามวัตถุประสงค์

4. ผลการวิจัย

การผลการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหาสารคาม วิทยาเขตศรีธรรมมาโคกราช ห้างเรียนจังหวัดสงขลา ตามหลักมีขมิมาปฏิบทา” สามารถสรุปผลได้ดังนี้

4.1 ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหาสารคาม วิทยาเขตศรีธรรมมาโคกราช ห้างเรียนจังหวัดสงขลา ซึ่งผลการศึกษาแบ่งเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1) ด้านปัจจัยส่วนบุคคล ผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษาในปัจจุบัน สะท้อนความพยายามในการบริหารจัดการทรัพยากรที่มีจำกัด นักศึกษาส่วนใหญ่วางแผนการใช้จ่ายในระดับพื้นฐาน เช่น การกำหนดงบประมาณรายเดือน การแยกค่าใช้จ่ายที่จำเป็นออกจากค่าใช้จ่ายเพื่อความพึงพอใจ และการใช้แอปพลิเคชันธนาคารเพื่อติดตามรายจ่าย อย่างไรก็ตาม แม้จะมีการวางแผน แต่การตัดสินใจซื้อยังคงได้รับอิทธิพลจากอารมณ์ ความเครียด และแรงจูงใจระยะสั้น เช่น การให้รางวัลตนเองหลังสอบเสร็จ หรือการซื้อสินค้าช่วงโปรโมชั่น นอกจากนี้ บุคลิกภาพและค่านิยมส่วนบุคคลมีบทบาทสำคัญในการกำหนดรูปแบบการบริโภค โดยที่นักศึกษาได้ให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าและพิจารณาก่อนซื้อ ขณะที่บางคนให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์และการแสดงตัวตนผ่านสินค้า เช่น เสื้อผ้า หรือไลฟ์สไตล์การแต่งตัว จึงเป็นลักษณะเด่นของการบริโภคในกลุ่มนี้

2) ปัจจัยด้านสังคมในยุคดิจิทัล ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านสังคมถือเป็นแรงกระตุ้นที่กำหนดพฤติกรรมการบริโภคที่ทรงอิทธิพลอย่างยิ่ง โดยเฉพาะอิทธิพลจากสื่อสังคมออนไลน์และกลุ่มเพื่อน นักศึกษาที่ได้รับข้อมูลสินค้าและบริการผ่านทางออนไลน์ ซึ่งทำให้เกิดการรับรู้ซ้ำ ๆ จนนำไปสู่การซื้อ เป็นปรากฏการณ์การบริโภคตามกระแส และความกลัวตกกระแส เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นทั่วไป อีกทั้งกลุ่มเพื่อนยังมีอิทธิพลสำคัญต่อนักศึกษา เช่น การเลือกร้านอาหาร การแต่งกาย หรือกิจกรรมยามว่าง ซึ่งส่งผลให้การบริโภคมีลักษณะสอดคล้องกับกลุ่มเพื่อน เพื่อรักษาความสัมพันธ์และการยอมรับทางสังคม ขณะเดียวกัน ครอบครัวก็มีบทบาทในเชิงการปลูกฝังทัศนคติด้านการเงิน เช่น ความประหยัด อดออมหรือการหลีกเลี่ยงหนี้สิน ดังนั้น พฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษาจึงมีผลมาจากแรงกดดันทางสังคมและการตัดสินใจของตนเอง

3) ปัจจัยด้านประเพณีและวัฒนธรรม ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะท้องถิ่นภาคใต้ บริบทของจังหวัดสงขลา เป็นสังคมพหุวัฒนธรรม ส่งผลต่อรูปแบบการบริโภคของนักศึกษาอย่างมาก ความหลากหลาย

ทางศาสนาและวัฒนธรรม เช่น ไทยพุทธ ไทยมุสลิม และไทยเชื้อสายจีน ทำให้เกิดการบริโภคที่เปิดกว้างและยืดหยุ่นตามเทศกาลหรือกิจกรรมทางศาสนา ตัวอย่างเช่น การเลือกซื้ออาหารเฉพาะช่วงเทศกาล การร่วมทำบุญ หรือการเข้าร่วมกิจกรรมชุมชน นอกจากนี้ การสนับสนุนสินค้าท้องถิ่น เช่น ผลิตภัณฑ์พื้นบ้านหรือสินค้าแปรรูป สะท้อนความผูกพันกับชุมชน แม้ว่าปัจจัยด้านราคาจะยังมีบทบาทในการตัดสินใจ แต่แนวโน้มของคนรุ่นใหม่เริ่มให้ความสำคัญกับการบริโภคที่เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ท้องถิ่นและการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนมากขึ้น การบริโภคจึงไม่ได้เป็นเพียงกิจกรรมทางเศรษฐกิจ แต่ยังเป็นการแสดงออกทางวัฒนธรรมด้วย

4) ปัจจัยด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ผลการวิจัย พบว่า สภาพภูมิอากาศของภาคใต้ที่มีความร้อนชื้นและฝนตกชุก ส่งผลโดยตรงต่อรูปแบบการบริโภค นักศึกษามีแนวโน้มบริโภคเครื่องดื่มเย็น เสื้อผ้าที่ระบายอากาศได้ดี และอุปกรณ์ป้องกันฝนในช่วงฤดูมรสุม ปัจจัยทางธรรมชาติจึงเป็นตัวกำหนดความต้องการสินค้าในชีวิตประจำวันอย่างชัดเจน ในด้านสิ่งแวดล้อม นักศึกษาให้ความสนใจเรื่องความยั่งยืนเพิ่มขึ้น เช่น การพกถุงผ้าลดการใช้พลาสติก หรือเลือกสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม การตัดสินใจยังอยู่ภายใต้ข้อจำกัดด้านราคาและความสะดวก เป็นการลดแรงจูงใจในการซื้อได้ ดังนั้น แม้แนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืนจะเติบโต แต่ยังคงต้องอาศัยแรงสนับสนุนจากโครงสร้างเศรษฐกิจและนโยบายสาธารณะจากรัฐ

4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหาสารคามวิทยาเขตศรีธรรมมาศกราช ห้องเรียนจังหวัดสงขลา ในมุมมองหลักมัชฌิมาปฏิบัติ ซึ่งผลการวิเคราะห์แบ่งเป็น 4 ด้านดังนี้

1) ด้านศีล (ความพอประมาณและความรับผิดชอบทางจริยธรรม) ผลการวิจัยพบว่า ในมุมมองของนักศึกษา การบริโภคไม่ได้พิจารณาเพียงความต้องการส่วนตัว แต่เริ่มคำนึงถึงความถูกต้องและความเหมาะสมมากขึ้น เช่น การหลีกเลี่ยงสินค้าที่ขัดต่อศีลธรรม หรือผิดกฎหมาย สินค้าที่ฟุ่มเฟือยเกินฐานะ หรือสินค้าที่อาจส่งผลเสียต่อสังคม แม้ไม่สามารถปฏิบัติได้อย่างเคร่งครัดทุกครั้ง แต่มีแนวโน้มมีความตระหนักและพยายามไม่บริโภคเกินกำลังของตน หลักของศีลจึงสะท้อนออกมาในรูปแบบของการควบคุมความโลภและการมีความรับผิดชอบต่อการใช้จ่าย

2) ด้านสมาธิ (ความมีสติและการควบคุมตนเอง) ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ยอมรับว่ามีการขาดสติ โดยเฉพาะการซื้อสินค้าผ่านสื่อออนไลน์หรือช่วงโปรโมชั่น อาจทำให้ใช้จ่ายเกินความจำเป็น อย่างไรก็ตาม หลายคนพยายามฝึกไตร่ตรองก่อนซื้อ เช่น การตั้งคำถามกับตนเองว่าสินค้านั้นจำเป็นจริงหรือไม่ หรือการเว้นระยะเวลาเพื่อคิดทบทวนก่อนตัดสินใจ หลักสมาธิในที่นี้จึงหมายถึงการมีสติรู้เท่าทันแรงกระตุ้นทางอารมณ์ และควบคุมตนเองไม่ให้ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของกระแสบริโภคนิยม

3) ด้านปัญญา (การพิจารณาเหตุผลและผลกระทบ) ผลการวิจัยพบว่า การบริโภคอย่างมีปัญญานำมาจากการพิจารณาคุณค่า คุณค่าที่แท้จริงของสินค้า และผลกระทบระยะยาว ทั้งในด้านการเงิน สุขภาพ และสิ่งแวดล้อม นักศึกษาที่ตระหนักถึงหลักทางสายกลางมักมองว่าการใช้จ่ายอย่างพอดีช่วยลด

ความเครียดทางการเงินและสร้างความมั่นคงในชีวิต การประยุกต์ใช้ปรัชญาปฏิบัติกับการบริโภคจึงหมายถึง การไม่สุดโต่งทั้งในด้านความฟุ่มเฟือยหรือความตระหนี่เกินไป แต่เลือกบริโภคอย่างสมดุล มีเหตุผล และเหมาะสมกับบริบทชีวิตของตนเอง

5. อภิปรายผล

5.1 อภิปรายพฤติกรรมผู้บริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหาสารคามวิทยาเขตศรีธรรมมาโคตรราช ห้องเรียนจังหวัดสงขลา

1) ด้านบุคคล ผลการศึกษาที่พบว่านักศึกษา มีการวางแผนการใช้จ่ายขั้นพื้นฐาน แยกค่าใช้จ่ายที่จำเป็นออกจากค่าใช้จ่ายเพื่อความพึงพอใจ แต่ยังได้รับอิทธิพลจากอารมณ์และแรงจูงใจระยะสั้น สอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง “เหตุผลจำกัด” ของ Simon (1957) ที่เสนอว่าการตัดสินใจของมนุษย์ไม่ได้เป็นเหตุผลสมบูรณ์ หากแต่อยู่ภายใต้ข้อจำกัดด้านข้อมูลและอารมณ์ ขณะเดียวกัน พฤติกรรมการให้รางวัลตนเอง หรือซื้อช่วงโปรโมชั่น สามารถอธิบายผ่านแนวคิดการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ของ Belk (1988) ซึ่งมองว่าสินค้าเป็นเครื่องมือสะท้อนอัตลักษณ์และตัวตน และยังสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช (อภิชัย พันธเสน, 2560) ที่เน้นความพอประมาณ มีเหตุผล และมีภูมิคุ้มกัน สามารถอธิบายความพยายามของนักศึกษาในการแยก “ความจำเป็น” ออกจาก “ความพึงพอใจ” ได้อย่างชัดเจน จึงเห็นได้ว่าพฤติกรรมผู้บริโภคส่วนบุคคลของนักศึกษาเป็นการผสมผสานระหว่างแรงจูงใจทางอารมณ์กับกรอบคิดเรื่องความพอประมาณ

2) ด้านปัจจัยด้านสังคม อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์และกลุ่มเพื่อนที่มีต่อการบริโภค สอดคล้องกับทฤษฎีอิทธิพลทางสังคม (Social Influence Theory) ของ Kelman (1958) ซึ่งอธิบายว่าบุคคลปรับพฤติกรรมเพื่อให้ได้รับการยอมรับจากกลุ่ม นอกจากนี้ แนวคิดการบริโภคเพื่อแสดงสถานะ (conspicuous consumption) ของ Veblen (1899) ยังสามารถอธิบายพฤติกรรมผู้บริโภคตามกระแส หรือความกลัวตกเทรนด์ได้ และยังสอดคล้องกับ เสรี วงษ์มณฑา (2542) อธิบายว่าพฤติกรรมผู้บริโภคไทยได้รับอิทธิพลจากกลุ่มอ้างอิง อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในสังคมที่ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ดังนั้น ผลการศึกษานี้จึงสอดคล้องทั้งแนวคิดตะวันตกและบริบทสังคมไทย ที่ชี้ว่าการบริโภคมิได้เป็นการตัดสินใจโดดเดี่ยว แต่เป็นผลจากแรงกดดันและบรรทัดฐานทางสังคม

3) ด้านปัจจัยด้านประเพณีและวัฒนธรรม ท้องถิ่นภาคใต้การที่บริบทวัฒนธรรมของจังหวัดสงขลาส่งผลต่อรูปแบบการบริโภค สอดคล้องกับแนวคิดวัฒนธรรมกับพฤติกรรมผู้บริโภคของ Hofstede (2001) ที่ชี้ว่าค่านิยมทางวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอย่างลึกซึ้ง การเลือกบริโภคตามเทศกาลหรือกิจกรรมศาสนาแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของค่านิยมส่วนรวมที่เด่นในสังคมเอเชีย ในบริบทไทย แนวคิดเรื่องทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) ของอังจนา ธารพร (2562) ชี้ว่าการบริโภคโดยทำหน้าที่เป็น “มูลค่าเพิ่ม” ที่เปลี่ยนวิถีชีวิต ภูมิปัญญา ประเพณี และสถานที่ท่องเที่ยว ให้กลายเป็นสินค้าและบริการเชิงสร้างสรรค์ (Creative Consumption) ซึ่งสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ (Economic Value) โดยเปลี่ยนความเชื่อ

และเอกลักษณ์ท้องถิ่นให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้และตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคยุคใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบว่าแม้ราคาจะมีบทบาท แต่คนรุ่นใหม่เริ่มตระหนักถึงคุณค่าทางวัฒนธรรมมากขึ้น

4) ด้านปัจจัยด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม อิทธิพลของภูมิอากาศต่อพฤติกรรมผู้บริโภคสามารถอธิบายผ่านแนวคิดสิ่งแวดล้อมกำหนดพฤติกรรม ที่เสนอว่าสภาพแวดล้อมทางกายภาพมีผลต่อรูปแบบการดำรงชีวิต (Kotler & Keller, 2016) ขณะเดียวกัน ความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมของนักศึกษา สอดคล้องกับแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืน (sustainable consumption) ของ Jackson (2005) ที่ชี้ว่าผู้บริโภครุ่นใหม่เริ่มตระหนักถึงผลกระทบระยะยาว และยังสอดคล้องกับ แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง (อภิชัย พันธเสน, 2560) ที่เน้นความสมดุลและความยั่งยืน สามารถเชื่อมโยงกับการลดการใช้ทรัพยากรและการเลือกสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้ อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาที่พบว่าราคาและความสะดวกยังเป็นอุปสรรค สอดคล้องกับงานของ Peattie (2010) ที่ระบุว่าความตั้งใจด้านสิ่งแวดล้อมมักไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมจริง (attitude-behavior gap)

5.2 อภิปรายพฤติกรรมผู้บริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหาสารคามวิทยาเขตศรีธรรมมาโคกราช ห้องเรียนจังหวัดสงขลา ในมุมมองหลักปรัชญาปฏิบัติ

1) ด้านศีล (ความพอประมาณและความรับผิดชอบทางจริยธรรม) ผลการวิเคราะห์พบว่า นักศึกษามีแนวโน้มคำนึงถึงความเหมาะสมทางศีลธรรมในการบริโภค เช่น การหลีกเลี่ยงสินค้าที่ผิดกฎหมาย ขัดต่อศีลธรรม หรือเกินฐานะ สะท้อนแนวคิดเรื่อง “การบริโภคอย่างมีจริยธรรม” (ethical consumption) ซึ่งสอดคล้องกับ Shaw และ Shiu (2003) ที่อธิบายว่าผู้บริโภคจำนวนมากตัดสินใจซื้อโดยพิจารณาประเด็น คุณธรรมและผลกระทบต่อสังคมควบคู่กัน ในบริบทพุทธศาสนา แนวคิดมัชฌิมาปฏิปทาในพระไตรปิฎก (ที.ม. 10/299/348) เน้นการหลีกเลี่ยงความสุดโต่งทั้งด้านความฟุ่มเฟือยและความทรมานตน หลักศีลจึงทำหน้าที่ควบคุม “ความอยาก” ไม่ให้เกินขอบเขต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงที่เน้นความพอประมาณและความมีเหตุผล (อภิชัย พันธเสน, 2560) ผลการศึกษาจึงสะท้อนว่าการบริโภคของนักศึกษา กลุ่มนี้มีฐานคิดเชิงจริยธรรมกำกับอยู่ แม้ยังไม่สมบูรณ์ในทางปฏิบัติ

2) ด้านสมาธิ (ความมีสติและการควบคุมตนเอง) ผลการศึกษาที่พบว่านักศึกษาตระหนักถึง ปัญหาการใช้จ่ายตามอารมณ์ โดยเฉพาะจากสื่อออนไลน์ สอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง “การควบคุมตนเอง” (self-control theory) ที่เสนอว่าความสามารถในการยับยั้งแรงกระตุ้นมีผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้จ่าย (Baumeister, 2002) นอกจากนี้ พฤติกรรมซื้อแบบฉับพลัน ยังได้รับการอธิบายโดย Rook (1987) ว่าเป็นผลจากแรงกระตุ้นทางอารมณ์มากกว่าเหตุผล ในมิติทางพุทธปรัชญา สมาธิหมายถึงการตั้งจิตมั่น รู้เท่าทันอารมณ์ (พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต), 2546) การที่นักศึกษาพยายามเว้นระยะก่อนซื้อหรือไตร่ตรองความจำเป็น จึงสะท้อนการประยุกต์ใช้หลักสติสมาธิในการบริโภค เพื่อลดการตกอยู่ภายใต้กระแสบริโภคนิยมสมัยใหม่

3) ด้านปัญญา (การพิจารณาเหตุผลและผลกระทบ) การพิจารณาความคุ้มค่าและผลกระทบระยะยาว สอดคล้องกับแนวคิด “เหตุผลจำกัด” (bounded rationality) ของ Simon (1957) ที่ชี้ว่ามนุษย์

พยายามตัดสินใจอย่างมีเหตุผลภายใต้ข้อจำกัดข้อมูล ขณะเดียวกัน แนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืน (sustainable consumption) ของ Jackson (2005) อธิบายว่าผู้บริโภคใหม่เริ่มคำนึงถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิตระยะยาว ในทางพุทธศาสนา ปัญญาเป็นองค์ประกอบที่ทำให้เกิดความเข้าใจตามความเป็นจริง และนำไปสู่การดำเนินชีวิตอย่างสมดุล (พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต), 2548) ผลการศึกษาจึงสะท้อนว่าการบริโภคตามหลักมัชฌิมาปฏิปทาไม่ใช่เพียงการประหยัด แต่เป็นการเลือกบริโภคอย่างมีเหตุผล ไม่สุดโต่ง และสอดคล้องกับบริบทชีวิตของตนเอง

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการวิจัยที่พบว่านักศึกษามีความพยายามบริโภคอย่างพอประมาณ มีสติ และคำนึงถึงผลกระทบ แต่ยังเผชิญแรงกระตุ้นจากสื่อออนไลน์และข้อจำกัดด้านรายได้ จึงมีข้อเสนอเชิงนโยบายดังนี้

(1) มหาวิทยาลัยควรบูรณาการหลักมัชฌิมาปฏิปทาในกิจกรรมพัฒนานักศึกษาควรจัดกิจกรรมหรือรายวิชาที่ส่งเสริมการบริโภคอย่างมีสติ (mindful consumption) เช่น เวิร์กช็อป (Workshop) การวางแผนการเงิน การตระหนักรู้ด้านจริยธรรมผู้บริโภค และการใช้สื่อออนไลน์อย่างรู้เท่าทัน เพื่อเสริมสร้างศีล สมาธิ และปัญญาในการใช้จ่าย

(2) ส่งเสริมสภาพแวดล้อมเอื้อต่อการบริโภคอย่างพอเพียง จากผลการวิจัยที่พบว่าราคาและความสะดวกมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ มหาวิทยาลัยควรสนับสนุนร้านค้าภายในที่มีราคายุติธรรม โปร่งใส และส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นหรือสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในราคาที่เข้าถึงได้

(3) พัฒนานโยบายสื่อสารสร้างค่านิยม “พอดี ไม่สุดโต่ง” ควรมีการรณรงค์สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ให้คุณค่ากับความพอประมาณ มากกว่าการบริโภคตามกระแส เพื่อลดแรงกดดันทางสังคมในกลุ่มนักศึกษา โดยอาศัยสื่อของมหาวิทยาลัยเป็นเครื่องมือหลัก

6.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

(1) ควรศึกษาเรื่อง “การพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างศีล สมาธิ ปัญญา กับพฤติกรรมการบริโภคอย่างยั่งยืนของนักศึกษา”

(2) ควรศึกษาเรื่อง “อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ต่อการเบี่ยงเบนจากหลักมัชฌิมาปฏิปทาในการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยสายพุทธศาสนา”

(3) ควรศึกษาเรื่อง “รูปแบบการส่งเสริมการบริโภคอย่างมีสติในสถาบันอุดมศึกษาภาคใต้: การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research)”

7. องค์ความรู้ที่ได้รับ

องค์ความรู้ใหม่จากงานวิจัยนี้ คือ การนำหลักมัชฌิมาปฏิปทาใช้เป็นกรอบทฤษฎีกำกับพฤติกรรมผู้บริโภค กล่าวคือ การบริโภคอย่างพอดีไม่ได้เกิดจากปัจจัยทางรายได้เพียงอย่างเดียว หากแต่เกิดจาก

กระบวนการพัฒนาภายในที่ประกอบด้วยจริยธรรม สติ และปัญญา ซึ่งมีความสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบ และนำไปสู่ความสมดุลทั้งด้านเศรษฐกิจ จิตใจ และความยั่งยืนในระยะยาว

จากผลการวิจัย พบว่า โครงสร้างความสัมพันธ์เชิงกระบวนการของพฤติกรรมการบริโภค เริ่มจากระดับ “แรงกระตุ้นภายนอก” ซึ่งประกอบด้วยอารมณ์ สื่อออนไลน์ โปรโมชัน กลุ่มเพื่อน และค่านิยมทางสังคม ปัจจัยเหล่านี้ทำหน้าที่เป็นบริบทแวดล้อมที่ส่งอิทธิพลโดยตรงต่อความต้องการและการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งสะท้อนว่าพฤติกรรมการบริโภคมิได้เกิดขึ้นโดยลำพัง แต่อยู่ภายใต้เงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรมร่วมสมัยที่เร้าเร้าและสร้างแรงกดดันอย่างต่อเนื่อง

ขณะที่ “กระบวนการตัดสินใจบริโภค” ซึ่งเป็นพื้นที่เชิงจิตวิทยาที่ความจำเป็น ความต้องการ และการเป็นการสร้างอัตลักษณ์ส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กันกับการตัดสินใจ และมีความพยายามวางแผนและใช้เหตุผลในการใช้จ่าย แต่การตัดสินใจยังแฝงด้วยแรงจูงใจทางอารมณ์และความต้องการการยอมรับทางสังคม จึงเกิดความตึงเครียดระหว่างเหตุผลกับแรงกระตุ้นอยู่เสมอ

เมื่อนำหลักธรรม “มัชฌิมาปฏิปทา” อันเป็นกลไกกำกับภายใน (internal regulatory mechanism) ที่ทำหน้าที่ปรับสมดุลพฤติกรรมการบริโภคผ่านองค์ประกอบสามประการ ได้แก่ ศีล สมาธิ และปัญญา ศีลทำหน้าที่กำหนดกรอบจริยธรรมของการบริโภค โดยควบคุมไม่ให้เกิดการใช้จ่ายละเมิดหลักความเหมาะสมหรือเกินศักยภาพของตน สมาธิทำหน้าที่เสริมสร้างสติและการยับยั้งชั่งใจ เพื่อป้องกันการตัดสินใจภายใต้แรงกระตุ้นฉับพลัน ขณะที่ปัญญาทำหน้าที่พิจารณาเหตุผล ความคุ้มค่า และผลกระทบระยะยาวในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

เมื่อการบูรณาการองค์ประกอบทั้งสามก่อให้เกิดผลลัพธ์เชิงสมดุล คือ “การบริโภคอย่างพอดี” ซึ่งมีใช้การลดทอนการใช้จ่ายเพียงเชิงปริมาณ แต่เป็นกระบวนการตัดสินใจที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของจริยธรรม สติ และเหตุผลอย่างสอดคล้องกัน ดังนั้น การประยุกต์หลักมัชฌิมาปฏิปทาสามารถทำหน้าที่เป็นกรอบทฤษฎีเชิงบูรณาการในการอธิบายและกำกับพฤติกรรมผู้บริโภคในบริบทสังคมร่วมสมัยได้อย่างเป็นระบบ

8. เอกสารอ้างอิง

- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต). (2548). *เศรษฐศาสตร์แนวพุทธ*. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: บริษัท สหธรรมิก จำกัด.
- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต). (2557). *พุทธธรรม ฉบับปรับขยาย*. พิมพ์ครั้งที่ 39. กรุงเทพฯ: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- สุภาวงศ์ จันทวานิช. (2557). วิจัยเชิงคุณภาพ. (พิมพ์ครั้งที่ 22). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

- อัจฉนา ชราพร. (2562). การศึกษาทุนทางวัฒนธรรมประเภทของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กรณีศึกษา แบรินด์ “โฮเลน (HOLEN)”. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, สาขาวิชาการบริหารงานวัฒนธรรม.
- อภิชัย พันธเสน. (2560). เศรษฐกิจพอเพียง พระอัจฉริยภาพและพระมหากรุณาธิคุณของในหลวงรัชกาลที่ ๙. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- Baumeister, R. F. (2002). Yielding to temptation: Self-control failure, impulsive purchasing, and consumer behavior. *Journal of Consumer Research*, 28(4), 670–676.
- Belk, R. W. (1988). Possessions and the extended self. *Journal of Consumer Research*, 15(2), 139–168. <https://doi.org/10.1086/209154>
- Hofstede, G. (2001). *Culture’s consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations* (2nd ed.). Sage Publications.
- Jackson, T. (2005). *Motivating sustainable consumption: A review of evidence on consumer behaviour and behavioural change*. Sustainable Development Research Network.
- Kelman, H. C. (1958). Compliance, identification, and internalization: Three processes of attitude change. *Journal of Conflict Resolution*, 2(1), 51–60. <https://doi.org/10.1177/002200275800200106>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Peattie, K. (2010). Green consumption: Behavior and norms. *Annual Review of Environment and Resources*, 35, 195–228. <https://doi.org/10.1146/annurev-environ-032609-094328>
- Rook, D. W. (1987). The buying impulse. *Journal of Consumer Research*, 14(2), 189–199.
- Shaw, D., & Shiu, E. (2003). Ethics in consumer choice. *Journal of Consumer Behaviour*, 2(2), 148–160.
- Simon, H. A. (1957). *Models of man: Social and rational*. Wiley.
- Veblen, T. (1899). *The theory of the leisure class*. Macmillan