

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ พฤติกรรมการเป็นผู้บริโภคของพระสงฆ์ไทย  
ผู้เขียน นายสมบุญ ตาสนธิ  
ปริญญา ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต ( การศึกษานอกระบบ)  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.ชูเกียรติ ลีสูวรรณ์ ประธานกรรมการ

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเป็นผู้บริโภคของพระสงฆ์ โดยมีกรอบแนวคิดพื้นฐานว่า พฤติกรรมการบริโภค ได้แก่ ลักษณะการแสวงหา การครอบครองสะสม และลักษณะการใช้ สอยวัตถุของพระสงฆ์ มีความเหมือนและแตกต่างกัน โดยแบ่งพระสงฆ์ออกเป็นสามกลุ่ม คือ 1. พระสงฆ์ ที่เรียนบาลีและสามัญ 2. พระสงฆ์ที่เรียนอภิธรรม 3. พระสงฆ์ที่ไม่ได้เรียน ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ทำการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยอาศัยแนวคิดทางจิตวิทยาสังคม วัฒนธรรม และแนวคิดทางการศึกษานอกระบบ เป็นกรอบการวิจัยในการวิเคราะห์ปรากฏการณ์ รวมระยะเวลา 1 ปี เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือตัวผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลโดยการสังเกต สัมภาษณ์ สนทนา บันทึก ข้อมูล และศึกษาข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ผลการศึกษาพบว่า

ลักษณะการแสวงหาเพื่อการบริโภค ส่วนใหญ่เป็นการแสวงหาตัวเองและโดยวิธีการที่สุจริต กลุ่มที่เรียนบาลี/สามัญ และกลุ่มที่ไม่ได้เรียนมีลักษณะการแสวงหามากไปเป็นกลุ่ม ส่วนกลุ่มที่เรียน อภิธรรม ลักษณะการแสวงหามากไปแสวงหารูปเดียวหรือฝากชาวบ้าน หรือคน รู้จักไปแสวงหามาให้ แห้งที่ไปแสวงหาในส่วนใหญ่มักเป็นในเมืองเชียงใหม่ เพราะแสวงหาง่าย สะดวก นอกจากในเมือง แล้วยังแสวงหาในพื้นที่ใกล้เคียง เช่น ตามชุมชน อำเภอแมริม

การครอบครองและการสะสม พระสงฆ์ทั้งสามกลุ่ม มีการครอบครองสะสมวัตถุที่เหมือนกัน คือมีการครอบครองวัตถุทันสมัยต่าง ๆ ได้แก่ คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ วีดีโอ โทรศัพท์มือถือ เครื่องเล่นซีดี วิทยุเทป พัดลม

ลักษณะการใช้สอย กลุ่มที่เรียนบาลีสามัญและกลุ่มที่ไม่เรียน ส่วนใหญ่มีพฤติกรรม  
การบริโภคเพื่อการเรียนรู้ 2 ลักษณะ คือ เรียนรู้อย่างชาวโลกทั่วไป และเรียนรู้เพื่อการพัฒนาตนเอง  
และพระพุทธศาสนาควบคู่กันไป ส่วนกลุ่มที่เรียนอภิธรรม ใช้วัตถุประสงค์เทคโนโลยีเพื่อการเรียนรู้เพื่อศึกษา  
ธรรมะ พัฒนาตนเองตลอดถึงสังคมและพระพุทธศาสนา

พฤติกรรมบริโภคทั้งหมดไม่ได้เกิดขึ้นลอย ๆ เกิดจากปัจจัยเงื่อนไขหลายอย่าง ได้แก่  
ความเชื่อ ค่านิยม ความต้องการ การเรียนรู้ วัตถุประสงค์ของการบวช ประเพณีพิธีกรรมทาง  
ศาสนา สื่อ ระดับการศึกษา ทางคมนาคมที่สะดวกสบาย ราคาสินค้า กฎระเบียบกติกาภายในกลุ่ม  
ทั้งหมดนี้ ล้วนเป็นปัจจัยเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเป็นผู้บริโภคทั้งสิ้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

Thesis Title Thai Buddhist Monks' Consumerist Behavior  
Author Mr. Somboon Tasonthi  
Degree Master of Education (Nonformal Education)  
Thesis Adviser Assoc.Prof.Dr.Chukiat Leesuwana Chairperson

### ABSTRACT

The main objective of this research was to study the Buddhist monks' consumerist behaviors within the conceptual framework of consumer behaviors, containing pursuing type, possession and collection types, and material usage types of the Buddhist monks. The conceptual framework was also developed based on the application of the theories and concepts of social psychology, culture, and nonformal education. This qualitative research divided the monks into three groups. Those were the monks who were studying Bali and Sanskrit languages, those who studying the book of Tripitaka (Apithama), and those who did not study anything.

This qualitative research was conducted within 1 year, using observations, interviews, focus group discussion, and content and documentary analysis. The results of the research were as follows.

The pursuing types of the Buddhist monks' consumption were mainly performed by the monks themselves with truthful transparency. The group of Bali and Sanskrit studying monks, and non-studying group had this type of consumption together as a group, while the Apithama studying group normally performed their pursuing type of consumption as a single one or asking villagers or other friendly people to do for them. Most pursuing areas were in Chiang Mai municipality because it was easy and comfortable enough for performing such seeking behavior.

The research found that all three groups of Buddhist monks had types of possession and collection. They collected and owned similar materials such as computer sets, televisions, VDO, mobile telephones, CD players, radios and cassette tape recorders and players, and electric fans. The usage type of consumption of the Buddhist monks identified the learning behaviors in two different patterns. Those patterns were learning as those of the non-Buddhist monks, and learning for self-development and Buddhism development simultaneously. However, another group of Apithaama studying group made use of technological materials and equipment for studying Dhamma or Buddha as well as self-development.

All consuming behaviors did not emerge alone, but were generated from various factors such as beliefs, values, learning needs, the objectives for being ordained, religious rites and practices, media, educational levels, comfortable transportation, brand name of goods, and group regulations and rules.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved