

MÔ HÌNH TIÊU THỤ BỀN VỮNG

GS. TS. Gábor Kovács, PhD¹

TÓM TẮT

Hành tinh này hiện đang ở một kỷ nguyên mới của lịch sử, trong đó loài người tác động rất lớn đến các quá trình tiến triển của hành tinh. Hoạt động con người đã gây áp lực rất lớn lên cấu trúc và chức năng của hệ Trái đất với những hậu quả bất lợi.

Sự khởi đầu của kỷ nguyên với sự tăng tốc vĩ đại bắt đầu từ những năm 1950, khi xu hướng hệ thống Trái đất và xu hướng kinh tế xã hội tăng tốc kể từ giữa thế kỷ trước. Theo mô hình tăng tốc lớn, xu hướng kinh tế xã hội đã xấu đi làm thay đổi tương lai của hành tinh và tương lai của nhân loại.

Một phần quyết định của hệ thống kinh tế xã hội bên cạnh sản xuất và phân phối là tiêu dùng. Trong những thập kỷ qua, không chỉ dân số thế giới, mà cả tiêu thụ năng lượng chính, sử dụng nước, tiêu thụ phân bón và giấy, và tiêu thụ các dịch vụ khác nhau đã được tăng theo cấp số nhân.

Liên quan đến tính bền vững, vai trò trung tâm của tiêu dùng đã được Liên Hợp Quốc công nhận. “đảm bảo mô hình sản xuất

¹ Business Ethics Center of Corvinus University of Budapest, Hungary, Người dịch: NS. Hương Nhũ

và tiêu dùng bền vững” là một trong mười bảy mục tiêu phát triển bền vững trong chương trình phát triển của Liên hợp quốc.

Phật giáo nên và có thể phản ánh về vấn đề căng thẳng của mô hình tiêu dùng tăng theo cấp số nhân trong thế giới hiện đại. Theo Phật giáo, tiêu thụ có trách nhiệm là tiêu thụ đúng đắn (*sammā*) được hiểu là địa phương, khôn ngoan và chánh niệm, tạo cơ hội để thực hành các đức tính chia sẻ (*dāna*), mãn nguyện (*appicchatā*) và điều độ (*mattaññutā*).

Theo giáo lý của đức Phật và các quan niệm về kinh tế của Phật giáo, tiêu dùng đúng đắn nhằm thỏa mãn các nhu cầu cơ bản của con người (thực phẩm, quần áo, nơi ở và thuốc men) với tác động môi trường tối thiểu. Hơn nữa, đơn giản hóa các ham muốn xuất hiện trong khi tiêu thụ đúng đắn là một yếu tố quan trọng để giảm bớt áp lực lên các hệ thống Trái đất. Do đó, tiêu thụ đúng đắn góp phần vào lý tưởng hòa bình và hòa hợp của Phật giáo trong kỷ nguyên của Nhân loại (*Anthropocene*).

1. MỞ ĐẦU

Bài viết giới thiệu những đóng góp của Phật giáo cho chủ đề tiêu thụ có trách nhiệm. Một mặt, bài viết trình bày cách tiếp cận của Phật giáo vượt qua quan niệm truyền thống về tiêu thụ bền vững. Mặt khác, bài viết cho thấy cách Phật giáo diễn giải khái niệm tiêu thụ có trách nhiệm. Nghiên cứu đề xuất một số thay đổi cần thiết trong tiêu thụ để đảm bảo mô hình tiêu thụ thích ứng với những thách thức mà nhân loại phải đối mặt trong kỷ nguyên *Anthropocene*.

Phần đầu tiên của bài viết giới thiệu kỷ nguyên mới của lịch sử hành tinh là *Anthropocene*. Bài viết điều tra các xu hướng của Hệ thống Trái đất hiện tại khiến hành tinh rơi vào thảm họa khí hậu và trình bày kỷ nguyên của Đại gia tốc, trong đó cường độ của nhiều chỉ số kinh tế xã hội tăng theo cấp số nhân. Phần thứ hai của bài viết giới thiệu sáng kiến của “Đảm bảo mô hình tiêu thụ và sản xuất bền vững”, là một phần của Chương trình phát triển hàng đầu của Liên

hợp quốc và là một trong mười bảy mục tiêu phát triển bền vững. Phần thứ ba của bài viết nghiên cứu cách tiếp cận của Phật giáo đối với tiêu thụ và đưa ra khuôn khổ tiêu thụ có trách nhiệm, được coi là tiêu thụ đúng theo quan điểm của Phật giáo. Bài thảo luận bao gồm so sánh Liên Hợp Quốc và cách tiếp cận của Phật giáo về chủ đề tiêu thụ. Bài viết kết thúc bằng một kết luận ngắn.

Trong bài viết của mình, Apichai Puntasen (2007) phân tích việc thực hiện giáo lý Phật giáo trong kinh tế. Ông giới thiệu các khái niệm chính của kinh tế Phật giáo trên ba lĩnh vực kinh tế, đó là sản xuất, phân phối và tiêu thụ. Các khuôn khổ sản xuất Phật giáo, phân phối Phật giáo và tiêu thụ Phật giáo được tích hợp trong mô hình hệ thống kinh tế Phật giáo làm nổi bật kịch bản giúp hiện thực hóa hòa bình và yên ổn về khả năng kinh tế.

Mặc dù sản xuất và tiêu thụ có liên quan rất chặt chẽ trong hệ thống kinh tế, bài viết này chỉ nghiên cứu chi tiết về phạm vi tiêu thụ và cung cấp một số hiểu biết sâu sắc hơn về cách tiêu thụ có trách nhiệm được diễn giải theo quan điểm của Phật giáo. Mô hình tiêu thụ và thói quen tiêu thụ về cơ bản được xác định bởi các quyết định cá nhân. Vì sống một cuộc đời theo Bát chánh đạo cũng là một quyết định cá nhân, Phật giáo có thể có những đóng góp có ảnh hưởng để định hình khuôn khổ tiêu thụ có trách nhiệm, có thể được coi là tiêu thụ đúng theo thuật ngữ Phật giáo.

2. TỪ BIẾN ĐỔI KHÍ HẬU ĐẾN THÂM HỌA KHÍ HẬU

Trong thời đại của chúng ta, loài người phải đối mặt với những hậu quả ngày càng lớn của những thay đổi do con người gây ra trên Hệ thống Trái đất. Steffen và cộng sự (2015a) đã xác định chín quy trình và hệ thống điều phối sự ổn định và khả năng phục hồi của Hệ thống Trái đất. Các ranh giới hành tinh này bao gồm biến đổi khí hậu, thay đổi tính toàn vẹn sinh quyển (mất đa dạng sinh học và tuyệt chủng loài), suy giảm tầng ozone tầng bình lưu, axit hóa đại dương, dòng chảy sinh học (chu trình phốt pho và nitơ),

thay đổi hệ thống đất (phá rừng), sử dụng nước ngọt, khí quyển và giới thiệu các thực thể mới (chất ô nhiễm hữu cơ, vật liệu phóng xạ, vật liệu nano, vi nhựa, v.v.). Bốn trong số chín ranh giới hành tinh, cụ thể là biến đổi khí hậu, toàn vẹn sinh quyển, thay đổi hệ thống đất đai và dòng chảy sinh học đã được chuyển từ một không gian hoạt động an toàn đến một khu vực không chắc chắn hoặc thậm chí đến một khu vực có rủi ro cao.

Nhân loại tác động rất lớn đến các quá trình hành tinh thiết yếu và ranh giới hành tinh. Tác động của con người đã trở nên sâu sắc đến mức nó đã đẩy Trái đất ra khỏi kỷ nguyên Holocene mà xã hội loài người đã phát triển trong mười một nghìn năm qua (Steffen và cộng sự 2015b). Dựa trên các hoàn cảnh thay đổi do loài người gây ra, kỷ nguyên địa chất mới của hành tinh được gọi là “Anthococene” (Crutzen 2002, Steffen và cộng sự 2011), một kỷ nguyên khác biệt cơ bản với các dấu hiệu nhân tạo (Waters và cộng sự 2016), trong đó các hoạt động của con người gây áp lực rất lớn lên cấu trúc và hoạt động của Hệ thống Trái đất với những hậu quả bất lợi.

Dựa trên mười hai chỉ số kinh tế xã hội toàn cầu như dân số, GDP thực tế, đầu tư trực tiếp nước ngoài, dân số đô thị, sử dụng năng lượng cơ bản, tiêu thụ phân bón, số lượng đập lớn hiện hữu, sử dụng nước, sản xuất giấy, số lượng xe cơ giới mới hàng năm, tổng số thuê bao điện thoại cố định và điện thoại di động, và số lượng khách du lịch quốc tế mỗi năm, Steffen và cộng sự (2015b) đi đến kết luận rằng động lực chính của sự thay đổi trong Hệ thống Trái đất chủ yếu là hệ thống kinh tế toàn cầu. Tầm quan trọng của mười hai chỉ số kinh tế xã hội tăng theo cấp số nhân từ những năm 1950, trong đó mô tả hiện tượng được gọi là “Đại gia tốc”. Xu hướng hệ thống Trái đất và xu hướng kinh tế xã hội tăng tốc kể từ giữa thế kỷ trước. Nhiều trong số các chỉ số này có liên quan trực tiếp hoặc gián tiếp đến tiêu thụ. Theo mô hình Đại gia tốc, xu hướng kinh tế xã hội và mô hình tiêu thụ phổ biến đang ngày càng xấu đi, làm cho cơ hội tương lai của nhân loại càng xấu đi.

Sự tương tác của đất, đại dương, khí quyển và cuộc sống cùng nhau tạo nên những điều kiện mà tương lai của xã hội chúng ta sẽ phụ thuộc. Kiến thức về hoạt động của con người hiện đang cạnh tranh với các lực lượng địa chất ảnh hưởng đến quỹ đạo của Hệ Trái đất có ý nghĩa quan trọng đối với cả khoa học Hệ thống Trái đất và ra quyết định xã hội (Steffen và cộng sự 2018). Các lựa chọn thích ứng có thể làm giảm rủi ro của biến đổi khí hậu và đóng vai trò trung tâm trong sự tồn tại của loài người trong Anthropocene (Moufouma-Okia và cộng sự 2018).

Các mô hình Đại gia tốc cho thấy các xu hướng kinh tế xã hội có tác động rất lớn đến Hệ thống Trái đất và góp phần vượt qua các ranh giới hành tinh. Phần mang tính quyết định trong hệ thống kinh tế xã hội, bên cạnh sản xuất và phân phối là tiêu thụ. Trong những thập kỷ vừa qua, không chỉ dân số thế giới, mà cả tiêu thụ năng lượng chính, sử dụng nước, tiêu thụ phân bón và giấy, và tiêu thụ các dịch vụ khác đã tăng theo cấp số nhân. Tiêu thụ quá mức, bên cạnh cơ chế hoạt động của các mô hình kinh doanh thịnh hành là yếu tố cốt lõi, thúc đẩy những thay đổi bất lợi trong Anthropocene. Các mô hình kinh doanh và tiêu thụ chính là nguyên nhân chính gây biến đổi điều kiện khí hậu. Vì vậy, giới thiệu và áp dụng các mô hình kinh doanh thay thế trong sản xuất và giới thiệu tiêu thụ có trách nhiệm là cốt lõi của sự thích ứng. Tiêu thụ có trách nhiệm giả định trước các hành vi tiêu thụ mới, góp phần thiết lập các mô hình tiêu thụ cho phép sống sót sau thảm họa khí hậu bằng cách thích nghi với các điều kiện khí hậu thay đổi.

3. MÔ HÌNH TIÊU THỤ BỀN VỮNG

Mặc dù cả sản xuất và phân phối đều ảnh hưởng đến điều kiện khí hậu một cách cơ bản, những vấn đề căng thẳng này đang vượt quá phạm vi của bài viết khi chỉ nghiên cứu chi tiết một phần của hệ thống kinh tế, đó là tiêu thụ. Liên quan đến tính bền vững, vai

trò trung tâm của tiêu thụ đã được Liên Hợp Quốc (LHQ) công nhận là mô hình sản xuất và tiêu thụ bền vững. Đây là một trong mười bảy Mục tiêu phát triển bền vững (SDGs) trong Chương trình phát triển của Liên hợp quốc (Mục tiêu 12...).

Dựa trên dữ liệu toàn cầu, Liên Hợp Quốc cảnh báo rằng hiện tại việc tiêu thụ tài nguyên thiên nhiên đang gia tăng. Chẳng hạn, lấy ví dụ về trường hợp nước, loài người đang gây ô nhiễm sông hồ với tốc độ nhanh hơn tự nhiên có thể tái chế và thanh lọc, mặc dù hơn một tỷ người vẫn không được tiếp cận với nước ngọt. Việc sử dụng quá nhiều nước góp phần gây ra vấn đề căng thẳng về nước trên toàn cầu. Không chỉ việc sử dụng tài nguyên thiên nhiên ngày càng tăng, mà mô hình tiêu thụ xấu và thói quen tiêu thụ làm tăng mức tiêu thụ chung. Ở trường hợp thực phẩm, bên cạnh các tác động môi trường đáng kể trong giai đoạn sản xuất, các hộ gia đình tăng cường áp lực lên môi trường thông qua các lựa chọn chế độ ăn uống và thói quen tiêu thụ. Theo dữ liệu của Liên Hợp Quốc toàn cầu, ước tính một phần ba tổng số thực phẩm được sản xuất cuối cùng bị thối rữa trong thùng rác của người tiêu dùng và nhà bán lẻ, và hơn hai tỷ người bị thừa cân trên toàn cầu. Có thể quan sát sự tăng trưởng tiêu thụ thông qua sự gia tăng quyền sở hữu phương tiện và du lịch hàng không toàn cầu. Nếu dân số toàn cầu đạt 9,6 tỷ vào năm 2050, tương đương với việc cần phải có gần ba hành tinh mới có thể cung cấp các nguồn tài nguyên thiên nhiên cần thiết để duy trì lối sống hiện tại (Mục tiêu 12...).

Mục tiêu phát triển bền vững thứ mười hai là đảm bảo mô hình sản xuất và tiêu thụ bền vững. Khi làm như vậy, một trong những mục tiêu cốt lõi là làm giảm tốc độ tăng trưởng kinh tế thông qua việc sử dụng tài nguyên và suy thoái môi trường thông qua việc cải thiện hiệu quả tài nguyên, đồng thời cải thiện sức khỏe của con người (Biến đổi... 2015). Do đó, tiêu thụ và sản xuất bền vững là để thúc đẩy hiệu quả tài nguyên và năng lượng, cơ sở hạ tầng bền vững, cấp quyền truy cập vào các dịch vụ cơ bản, công việc xanh

và tốt và chất lượng cuộc sống tốt hơn cho tất cả mọi người. Thực hiện việc đó sẽ làm giảm chi phí kinh tế, môi trường và xã hội trong tương lai, tăng cường khả năng cạnh tranh kinh tế và giảm nghèo. Nhìn chung, tiêu thụ và sản xuất bền vững nhằm mục đích “làm nhiều hơn và tốt hơn mà tổn ít hơn” bằng giả định rằng lợi ích ròng từ hoạt động kinh tế có thể tăng bằng cách giảm sử dụng tài nguyên, suy thoái và ô nhiễm trong toàn bộ vòng đời, đồng thời tăng chất lượng cuộc sống. Nhận ra tiêu thụ bền vững cũng cần tập trung vào người tiêu dùng cuối, bao gồm giáo dục họ về tiêu dùng và lối sống, đồng thời cung cấp cho họ thông tin đầy đủ thông qua các tiêu chuẩn và nhãn hiệu (Mục tiêu 12 ...).

Các báo cáo về tiến trình Phát triển bền vững mô tả một bức tranh âm ảm về việc đảm bảo mô hình sản xuất và tiêu thụ bền vững. Mặc dù mục tiêu cốt lõi là làm giảm tốc độ tăng trưởng kinh tế từ sử dụng tài nguyên thiên nhiên, nhưng số liệu toàn cầu năm 2016 đã cho thấy xu hướng xấu đi (Tiến độ 2017). Theo báo cáo tiến độ năm 2018, ngày càng có nhiều quốc gia đang phát triển chính sách để thúc đẩy tiêu thụ và sản xuất bền vững, và nhiều công ty đa quốc gia và các công ty lớn khác đang báo cáo về tính bền vững (...Bền vững 2018). Mặc dù có những thay đổi thoạt nhìn có vẻ tích cực, khi tỷ lệ năng lượng tái tạo trong tiêu thụ năng lượng cuối cùng đã tăng lên, nhưng dữ liệu tổng thể xác nhận nghịch lý Jevons (Alcott 2005), mặc dù tiến bộ công nghệ, sử dụng năng lượng liên tục tăng, khi tốc độ tiêu thụ năng lượng tăng do nhu cầu ngày càng tăng (...Bền vững 2018).

Mục tiêu của Liên hợp quốc nhằm đảm bảo mô hình sản xuất và tiêu thụ bền vững hoạt động chủ yếu ở cấp quốc gia và tổ chức. Chỉ có hai trong số mười mục tiêu của của LHQ tương ứng với mức độ cá nhân của người tiêu dùng, cụ thể là giảm chất thải và cung cấp cho mọi người thông tin và nhận thức liên quan để phát triển bền vững và lối sống hài hòa với thiên nhiên (Mục tiêu 12...) Có thể thực hiện giảm chất thải bằng nhiều cách, từ đảm bảo không

vứt bỏ thực phẩm đến giảm tiêu thụ nhựa. Mang túi có thể tái sử dụng, từ chối sử dụng ống hút nhựa và tái chế chai nhựa cũng là những cách giảm thiểu chất thải tốt (...Trách nhiệm, 2018), nhưng đặt ra câu hỏi liệu các biện pháp này có đủ để tránh thảm họa khí hậu hoặc thích ứng với điều kiện khí hậu thay đổi.

4. TIÊU THỤ ĐÚNG (CÓ TRÁCH NHIỆM)

Phật giáo, giống như các truyền thống tâm linh khác, không thể tránh phải đối mặt với các vấn đề hiện đại, phải đưa ra câu trả lời cho những câu hỏi cấp bách nhất, nếu muốn duy trì truyền thống sống (Schmithausen 1997). Vì vậy, Phật giáo nên phản ánh - bên cạnh các tôn giáo khác - về vấn đề tiêu dùng tăng theo cấp số nhân trong thế giới hiện đại. Phần tiếp theo của bài viết bàn về cách tiếp cận và những đóng góp của Phật giáo trong cuộc tranh luận về tiêu thụ bền vững bằng cách đưa ra những ý tưởng tương ứng của kinh tế Phật giáo, nhiều trong số đó liên quan đến hành vi cá nhân trong đời sống kinh tế.

Mục tiêu cuối cùng của Phật giáo là đạt đến giác ngộ và chấm dứt đau khổ. Đó là sự phát triển tâm linh bên trong, chỉ đòi hỏi một mức độ thoải mái vật chất tối thiểu (Zsolnai - Kovács, sắp xuất bản). Phật giáo hoạt động ở cấp độ cá nhân, khi dẫn dắt cuộc sống theo Bát chánh đạo có nghĩa là sự hoàn hảo của bản thân đến giai đoạn hoàn thiện cao nhất có thể.

Fredrick Pryor (1991) lập luận rằng về ý nghĩa kinh tế, có những khác biệt cơ bản giữa mong muốn và nhu cầu. Hòa thượng P. A. Payutto (1994) cũng thu hút sự chú ý vào việc giảng dạy hai loại mong muốn, đó là tanhā và chanda, cả hai đều có vai trò cơ bản trong tiêu thụ. Theo Phật giáo, tanhā có nghĩa là mong muốn đối tượng khoái lạc và chanda có nghĩa là nỗ lực cho hạnh phúc. Tanhā có thể được gọi là muốn, còn chanda là khát vọng cho sự đúng đắn và khéo léo. Tiêu thụ được thúc đẩy bởi tanhā hoặc tiêu thụ theo mong muốn dẫn đến có được và sở hữu, nhưng tiêu thụ dẫn đến kết quả là sự thỏa mãn nhu

cầu cơ bản trong cuộc sống, góp phần mang lại hạnh phúc và tạo cơ sở vững chắc cho sự phát triển hơn nữa của tiềm năng con người. Do đó, chanda góp phần phát triển tâm linh. Điểm này thường bị các nhà kinh tế bỏ qua, vì tư duy kinh tế hiện đại không tạo ra sự khác biệt giữa hai loại mong muốn. Xem 2 loại này là như nhau dẫn đến tình huống cả hai đều được thỏa mãn bằng cách tối đa hóa mức tiêu thụ theo tinh thần “Càng nhiều và càng lớn thì càng tốt”.

Trước nhu cầu cơ bản trong cuộc sống, người ta nên giảm thiểu mức tiêu thụ của mình, từ đó giảm thiểu chức năng khách quan của mô hình tiêu thụ và thói quen tiêu thụ trong trường hợp ham muốn và tiêu dùng theo mong muốn. Tư duy kinh tế hiện đại khuyến khích mức tiêu thụ tối đa để thỏa mãn ham muốn, nhưng không giải quyết được những gì xảy ra sau khi một ham muốn đã được thỏa mãn (Payutto 1994). Theo lời dạy của Đức Phật, ba loại tanhā là những phần vốn có của đời sống con người: chúng không thể được thỏa mãn, chúng không bao giờ xuất hiện và tạo căn nguyên của sự đau khổ (SN 56.11).

Dựa trên sự phân biệt giữa tanhā và chanda, và trên thực tế là những ham muốn dẫn đến đau khổ, Phật giáo đề nghị không nên nhân lên mà nên đơn giản hóa những ham muốn trước nhu cầu vật chất. Sẽ là khôn ngoan khi cố gắng giảm bớt một ham muốn, vì muốn ít hơn có thể mang lại lợi ích đáng kể không chỉ cho người đó mà còn cho cộng đồng và cho tự nhiên (Zsolnai 2007). Từ đó, cách tiếp cận của Phật giáo đối với tiêu thụ theo mong muốn hiểu rằng không tiêu thụ - hoặc giảm thiểu tối đa tiêu thụ - có thể góp phần đem lại hạnh phúc. Hơn nữa, những nhu cầu nhất định chỉ có thể được thỏa mãn thông qua việc không tiêu thụ, một vị trí mà tư duy kinh tế truyền thống khó có thể đánh giá cao (Payutto 1994).

Phật giáo đưa ra các phương pháp Nỗ lực đúng đắn, chánh niệm và tập trung đúng đắn là một phần trong Bát chánh đạo để thay đổi sở thích và thói quen tiêu thụ. Noi gương đời sống Phật giáo bao gồm thực hành thiền định, có thể sử dụng để giải quyết

với tanhā luôn xuất hiện, đó là gốc rễ của sự đau khổ. Trong mô hình chính thức của mình, Serge-Christophe Kolm (1985) kết nối tiêu thụ và thiền định. Ông lập luận rằng tiêu thụ đòi hỏi thời gian lao động, vì người tiêu thụ phải làm việc để kiếm được số tiền cần thiết cho việc đó. Nói chung, thời gian có thể được dành cho thiền và công việc. Chúng tôi khuyên bạn chỉ nên dành nhiều thời gian cho công việc cho phép đáp ứng nhu cầu cơ bản trong cuộc sống. Thời gian còn lại nên dành cho thiền định, hoặc có thể dành cho công việc để chuyển đổi mô hình tiêu thụ và thói quen tiêu dùng của những nhu cầu cơ bản trong cuộc sống để đẩy lùi các dấu hiệu Đại gia tốc.

Payutto (1994) khẳng định rằng tập luyện tâm trí thông qua thiền định góp phần giúp trong lòng được mãn nguyện ít nhiều, đó là một đức tính, liên quan đến tiêu thụ và sự thỏa mãn. Phật giáo đặt ra quy tắc hài lòng là một mục tiêu khéo léo. Định nghĩa chính xác của sự hài lòng có nghĩa là không còn sự ham muốn giả tạo. Khi chúng ta dễ dàng hài lòng với những thứ vật chất, chúng ta tiết kiệm thời gian và năng lượng có thể bị lãng phí khi tìm kiếm hàng hóa tiêu dùng. Thời gian và năng lượng chúng ta tiết kiệm có thể dùng để phát triển hạnh phúc thực sự.

Theo Phật giáo, theo đuổi những ham muốn dẫn đến đau khổ, dù cuối cùng không thể thỏa mãn ham muốn được. Do đó, phần tiếp theo của bài viết nghiên cứu cách tiếp cận của Phật giáo đối với việc tiêu thụ nhu cầu cơ bản trong cuộc sống. Từ giờ trở đi, thuật ngữ tiêu thụ trong bài viết chỉ được sử dụng trong bối cảnh tiêu thụ bốn điều cần thiết cơ bản trong cuộc sống, đó là thực phẩm, quần áo, nhà ở và thuốc men. Khi đó, sẽ đề cập đến những ý tưởng về kinh tế Phật giáo liên quan đến tiêu dùng và hành vi cá nhân trong đời sống kinh tế.

Trong cuốn sách “Nhỏ là đẹp” của mình, Ernst Friedrich Schumacher (1973) đã mô tả hai đặc điểm chính của kinh tế Phật giáo là sự đơn giản và không bạo lực. Cả hai đều góp phần tiêu thụ

ít hơn đối với các nguồn tài nguyên khan hiếm trong môi trường, và dẫn đến sự nhìn nhận về nội địa hóa. Schumacher là một trong những người đầu tiên chú ý đến sự khác biệt cơ bản giữa tài nguyên tái tạo và không tái tạo, và thúc đẩy việc sử dụng năng lượng tái tạo, đây cũng là một phần quan trọng trong cuộc tranh luận về tính bền vững hôm nay.

Pryor (1991) nhấn mạnh tầm quan trọng của sự điều độ trong nền kinh tế và tiêu thụ, phù hợp với tinh thần của Trung đạo. Payutto (1994) diễn đạt về điều đó thậm chí còn mạnh mẽ hơn, khi ông khẳng định rằng cốt lõi của Phật giáo là sự khôn ngoan khi biết điều độ, và hoạt động kinh tế phải được kiểm soát bằng sự điều độ, ví dụ như tiêu thụ làm nhằm hướng đến việc đạt được hạnh phúc hơn là sự thỏa mãn tối đa. Theo Peter Daniels (2006), sự điều độ hoặc cố ý tiết giảm lưu lượng vật chất và năng lượng trong nền kinh tế trở nên quan trọng. Khả năng thích ứng thành công phụ thuộc vào sự tiết giảm, nhất quán với đạo đức điều độ trong Phật giáo.

Tiết kiệm có nghĩa là ít tiêu thụ vật chất, lối sống đơn giản và cởi mở tâm trí dành cho của cải tinh thần. Từ đồng nghĩa của từ này là tự giới hạn, lựa chọn thiếu thốn và tự nguyện đơn giản. Đức Phật đã đi đến kết luận rằng tiết kiệm là một đức tính hợp lý, bởi vì những ham muốn là vô độ trong tự nhiên, và sự đơn giản hóa những ham muốn sẽ góp phần làm giảm bớt đau khổ (Bouckaert - Opdebeeck - Zsolnai 2011).

Dựa trên sự điều độ, cùng với việc thực hành thiền định, có thể tránh được cái bẫy tiêu thụ quá mức. Người ta phải nhận thức được bao nhiêu là đủ về nhu cầu cơ bản trong cuộc sống, bởi vì xã hội ngày nay khuyến khích tiêu thụ quá mức. Ví dụ, rất nhiều người làm tổn hại sức khỏe của chính họ bằng cách ăn quá nhiều, do đó làm cho bản thân bị bệnh trong thời gian dài. Một số người bị thiếu một số vitamin và khoáng chất, mặc dù ăn nhiều bữa thịnh soạn. Ngoài việc làm hại bản thân, việc họ ăn quá nhiều sẽ làm thiếu hụt thức ăn của người

khác. Do đó, chi phí xã hội và môi trường do tiêu thụ quá mức, chẳng hạn như cạn kiệt tài nguyên thiên nhiên và chi phí phát sinh do chăm sóc sức khỏe là rất lớn. Mặt khác, Phật giáo giúp nhận ra sự điều độ và sự hài lòng để từ đó có thể đạt được sự cân bằng mà không tiêu thụ quá mức (Payutto 1994).

Richard Welford (2006) khẳng định rằng các đặc điểm chính trong kinh tế Phật giáo là sự điều độ trong tiêu thụ, và sự sáng tạo hoặc vận dụng trí tuệ tích cực của con người. Chánh niệm và sáng tạo cho phép loại bỏ suy nghĩ đơn giản, những vấn đề nghiêm trọng nhất của sự hiện đại dẫn đến hủy hoại môi trường và bắt nguồn từ chủ nghĩa duy vật khoa học. Như Clair Brown (2017) khẳng định, áp dụng kinh tế Phật giáo ở cấp độ cá nhân có nghĩa là áp dụng chánh niệm trong tiêu thụ, cùng làm việc với những người khác và thực hiện các hành động đúng đắn. Có những sáng kiến hiệu quả để áp dụng chánh niệm trong tiêu thụ trong thế giới đương đại. Ví dụ, chủ nghĩa tiêu thụ đạo đức (Boda - Gulyas 2006) là một trong những sáng kiến phù hợp với quan niệm của Phật giáo về tiêu thụ chánh niệm. Do đó, chánh niệm là một phần cơ bản để tận hưởng cuộc sống mà không cần dựa vào chủ nghĩa tiêu thụ, vì ham muốn nhiều hơn và nuôi dưỡng những ham muốn chỉ đem lại sự thất vọng và tuyệt vọng (Brown 2017).

Dựa trên những giáo lý cơ bản của Phật giáo, tiêu thụ có trách nhiệm hoặc đúng đắn không liên quan gì đến sự thỏa mãn dục vọng mà chú trọng hơn vào sự thỏa mãn những nhu cầu trong cuộc sống. Theo các ý tưởng của kinh tế học Phật giáo, tiêu thụ đúng đắn tạo cơ hội nhận ra các giá trị Phật giáo về bất bạo động, điều độ, thanh đạm (đơn giản), chánh niệm và sáng tạo. Tất cả các giá trị này là các bộ phận cấu thành chức năng khách quan của việc tiêu dùng đúng đắn đối với nhu cầu cơ bản trong cuộc sống. Thực hành các giá trị này trong tiêu thụ có thể góp phần tạo điều kiện thuận lợi cho việc bảo tồn môi trường và giảm thiểu tác động môi trường căn bản do tiêu thụ.

5. THẢO LUẬN

Cách tiếp cận của các Mục tiêu Phát triển Bền vững của Liên Hợp Quốc đối với các mô hình sản xuất và tiêu thụ bền vững là phương pháp khoa học kỹ thuật (Mitroff 1998), trong đó tăng trưởng kinh tế được coi là một tiên đề để đạt được sự bền vững bằng cách tăng cường hiệu quả bằng cách giới thiệu các công nghệ mới.

Mục tiêu cốt lõi của mục tiêu này là tách rời tăng trưởng kinh tế với việc sử dụng tài nguyên và suy thoái môi trường. Mục tiêu này sử dụng vốn từ vựng về kinh tế như là cơ sở hạ tầng bền vững, tiếp cận các dịch vụ cơ bản, công việc xanh và tốt và khả năng cạnh tranh kinh tế, theo dõi tiến trình bền vững với các điều khoản kinh tế như chi phí kinh tế, môi trường và xã hội, và hiệu quả tài nguyên và năng lượng. Ở cấp độ cá nhân liên quan đến tiêu thụ, tầm quan trọng của giáo dục và giám sát thái cũng được nhấn mạnh thông qua các thuật ngữ về mô hình kinh tế như đưa ra các tiêu chuẩn và nhãn hiệu.

Mục tiêu đảm bảo mô hình sản xuất và tiêu thụ bền vững được thực hiện theo cách tiếp cận từ trên xuống từ cấp độ của các quốc gia và tổ chức. Tuy nhiên, câu hỏi vẫn còn là liệu sáng kiến này có thể giúp nhân loại thành công trong việc thích nghi với các điều kiện khí hậu thay đổi trong kỷ nguyên Anthropocene hay không.

Cách tiếp cận của Phật giáo về tiêu thụ có trách nhiệm mở rộng phân tích khoa học kỹ thuật của LHQ về khía cạnh tinh thần hiện sinh, ảnh hưởng đáng kể đến các khía cạnh hệ thống và liên hệ đa chiều giữa cá nhân và xã hội của vấn đề (Mitroff 1998).

Mục tiêu tiêu thụ đúng là gấp đôi. Một mặt, nhằm mục đích giảm triệt để hoặc loại bỏ hoàn toàn việc tiêu thụ theo ham muốn, mặt khác, nhằm áp dụng các giá trị phi bạo lực, điều độ, tiết kiệm (đơn giản), chánh niệm và sáng tạo trong trường hợp tiêu thụ nhu cầu cơ bản trong cuộc sống, cụ thể là thực phẩm, quần áo, nhà ở và thuốc men. Tiêu thụ, theo các giá trị Phật giáo, góp phần bảo tồn môi trường, và giảm thiểu tác động môi trường.

Tiêu thụ đúng bắt đầu bằng lập luận liên quan đến bản chất con người và bản chất của ham muốn. Cách tiếp cận của Phật giáo cố gắng giải thích vấn đề tiêu thụ và đưa ra giải pháp khả thi ở cấp độ cá nhân, do đó trình bày chủ đề theo cách tiếp cận từ dưới lên. Tiêu thụ đúng bổ sung và vượt qua quan niệm thông thường về tính bền vững, do hiện tượng có bản chất vô thường, theo Phật giáo tính bền vững khó có thể đạt được (Kovács 2011).

Các cách tiếp cận thông thường của mô hình tiêu thụ bền vững và thói quen tiêu dùng giải quyết cơ bản với câu hỏi làm thế nào để đạt được sự bền vững. Giải thích của Phật giáo không chỉ đơn giản là các phương pháp tiêu thụ đúng, mà còn giả định việc giảm số lượng triệt để hoặc loại bỏ hoàn toàn tiêu dùng theo ham muốn. Điều kiện hiện nay của Hệ thống Trái đất và các điều kiện khí hậu không cho phép con người tự do theo đuổi ham muốn của mình, hoặc hầu như không cho phép thực hành điều độ trong trường hợp thực hành tiêu thụ theo ham muốn. Do đó, không chỉ đơn giản là điều độ hoặc thỏa mãn, mà tối thiểu hóa triệt để phải là chức năng khách quan trong việc giảm thiểu trong trường hợp tiêu thụ theo ham muốn.

Cách tiếp cận của Phật giáo về tiêu thụ có trách nhiệm đề xuất giảm triệt để hoặc loại bỏ hoàn toàn tiêu thụ theo ham muốn, hơn là cho phép mọi người thực hành một số giá trị Phật giáo liên quan đến việc tiêu thụ nhu cầu cơ bản trong cuộc sống, từ đó ảnh hưởng đến khái niệm tiêu thụ đúng dẫn trong thực tế.

6. KẾT LUẬN

Khả năng xảy ra thảm họa khí hậu sắp tới trong kỷ nguyên Anthropocene khiến nhân loại cần phải thích nghi với điều kiện khí hậu thay đổi trong tương lai gần theo mọi cách khả thi. Các Mục tiêu Phát triển Bền vững của Liên Hợp Quốc bao gồm một số sáng kiến đầy hứa hẹn nhằm đạt được sự thích ứng, mặc dù các sáng kiến đó cũng có những hạn chế.

Bài viết giới thiệu cách tiếp cận, theo đó Phật giáo đóng góp vào cuộc tranh luận về tiêu thụ bền vững. Cách tiếp cận truyền thống, chủ yếu là khoa học-kỹ thuật về chủ đề này được bổ sung bằng quan điểm hiện sinh - tâm linh. Trước tiên, Phật giáo kêu gọi giảm triệt để hoặc loại bỏ hoàn toàn tiêu thụ theo ham muốn, nhờ đó giảm bớt đau khổ cá nhân, xã hội và môi trường. Hơn nữa, tiêu thụ đúng đắn tạo cơ hội để thực hiện các giá trị Phật giáo về phi bạo động, điều độ, tiết kiệm (đơn giản), chánh niệm và sáng tạo trong việc tiêu thụ các nhu cầu cơ bản trong cuộc sống. Do đó, tiêu thụ đúng không đòi hỏi tiêu dùng theo ham muốn, mà chỉ tập trung vào nhu cầu cơ bản trong cuộc sống, do đó tiêu thụ đúng có thể là một phần quan trọng trong mô hình thích ứng với điều kiện khí hậu thay đổi.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Alcott, B. (2005): 'Jevons' paradox', *Ecological Economics*, Vol. 54. pp. 9-21.
- Boda, Zs. – Gulyas, E. (2006): 'The Ethical Consumerism Movement', in Zsolnai, L. (ed.): *Interdisciplinary Yearbook of Business Ethics 2006*, Peter Lang Academic Publishers, Oxford, pp. 137-149.
- Bouckaert, L. – Opdebeeck, H. – Zsolnai, L. (2011): 'Frugality', in Bouckaert, L. – Zsolnai, L. (eds.): *The Palgrave Handbook of Spirituality and Business*, Palgrave Macmillan, Houndmills, pp. 269-276.
- Brown, C. (2017): *Buddhist Economics: An Enlightened Approach to the Dismal Science*, Bloomsbury Press, New York – London – Oxford – New Delhi – Sydney.
- Crutzen, P.J. (2002): 'Geology of Mankind', *Nature*, Vol. 415. No. 3.
- Daniels, P. (2006): 'Reducing Society's Metabolism', in Zsolnai, L. – Ims, K.J. (eds.): *Business within Limits. Deep Ecology and Buddhist Economics*, Peter Lang AG, International Academic Publishers, Bern, pp. 103-149.
- Goal 12: Ensure sustainable consumption and production patterns: United Nations, New York, on-line at: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-consumption-production/> [accessed: 28/1/2019].
- Kolm, S-C. (1985): 'The Buddhist theory of 'no-self'', in Elster, J. (ed.): *The Multiple Self*, Cambridge University Press, Cambridge, pp. 233-265.
- Kovács, G. (2011): 'Sustainability and Buddhism', in Majumdar, S.K. (ed.): *SusCon 2011. People, Planet & Prosperity. 2nd International Conference, Conference Volume*, IIM Shillong,

Shillong, pp. 21-34, on-line at: https://www.academia.edu/35777459/Sustainability_and_Buddhism [accessed: 28/1/2019].

Mitroff, I. (1998): *Smart Thinking for Crazy Times. The Art of Solving the Right Problems*, Berrett-Koehler Publishers, San Francisco.

Moufouma-Okia, W. – Masson-Delmotte, V. – Pörtner, H-O. – Skea, J. – Pirani, A. – Pidcock, R. – Chen, Y. – Lonnoy, E. – Connors, S. – Zhou, X. – Maycock, T. – Tignor, M. – Zhai, P. – Roberts, D. – Shukla, P.R. – Péan, C. – Matthews, J.B.R. – Gomis, M.I. – Waterfield, T. (2018): *Global Warming of 1.5 °C, an IPCC special report on the impacts of global warming of 1.5 °C above pre-industrial levels and related global greenhouse gas emission pathways, in the context of strengthening the global response to the threat of climate change, sustainable development, and efforts to eradicate poverty*, on-line at: http://www.ipcc.ch/pdf/special-reports/sr15/sr15_spm_final.pdf [accessed: 23/11/2018].

Payutto, Ven P.A. (1994): *Buddhist Economics: A Middle Way for the Market Place*, on-line at: https://www.urbandharma.org/pdf/Buddhist_Economics.pdf [accessed: 28/1/2019].

Progress towards the Sustainable Development Goals (2017): United Nations, New York, On-line at: http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=E/2017/66&Lang=E [accessed: 28/1/2019].

Pryor, F.L. (1991): 'A Buddhist Economic System – in Practice: The Rules of State Policy Making of the Ideal Kings Sought a 'Middle Way' Between Right and Left', *American Journal of Economics and Sociology*, Vol. 50. No. 1. pp. 17-33.

Puntasen, A. (2007), 'Buddhist Economics as a New Paradigm towards Happiness', *Society and Economy*, Vol. 29. Issue 2. pp 181-200.

- Responsible Consumption and Production: Why It Matters?* (2018): United Nations, New York, on-line at: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/wp-content/uploads/2018/09/Goal-12.pdf> [accessed: 28/1/2019].
- Schmithausen, L. (1997): 'The Early Buddhist Tradition and Ecological Ethics', *Journal of Buddhist Ethics*, Vol. 4 pp. 1-42.
- Schumacher, E.F. (1973): *Small is beautiful: Economics as if People Mattered*, Blond & Briggs, London.
- SN 56.11: Setting the Wheel of Dhamma in Motion, *Samyutta Nikaya* 56.11, on-line at: <http://www.accesstoinight.org/tipitaka/sn/sn56/sn56.011.than.html> [accessed: 28/1/2019].
- Steffen, W. – Persson, A. – Deutsch, L. – Zalasiewicz, J. – Williams, M. – Richardson, K. – Crumley, C. – Crutzen, P. – Folke, C. – Gordon, L. – Molina, M. – Ramanathan, V. – Rockström, J. – Scheffer, M. – Schellnhuber, H.J. – Svedin, U. (2011): 'The Anthropocene: From Global Change to Planetary Stewardship', *AMBIO*, Vol. 40. pp. 739–761.
- Steffen, W. – Richardson, K. – Rockström, J. – Cornell, S.E. – Fetzer, I. – Bennett, E.M. – Biggs, R. – Carpenter, S.R. – Vries, de W. – Wit, C. de A. – Folke, C. – Gerten, D. – Heinke, J. – Mace, G.M. – Persson, L.M. – Ramanathan, V. – Reyers, B. – Sörlin, S. (2015a): 'Planetary Boundaries: Guiding human development on a changing planet', *Science*, Vol. 347. Issue 6223.
- Steffen, W. – Broadgate, W. – Deutsch, L. – Gaffney, O. – Ludwig, C. (2015b): 'The trajectory of the Anthropocene: the Great Acceleration', *The Anthropocene Review*, Vol. 2. pp. 81-98.
- Steffen, W. – Rockström, J. – Richardson, K. – Lenton, T.M. – Folke, C. – Liverman, D. – Summerhayes, C.P. – Barnosky, A.D. – Cornell, S.E. – Crucifix, M. – Donges, J.F. – Fetzer, I.

– Lade, S.J. – Scheffer, M. – Winkelmann, R. – Schellnhuber, H.J. (2018): ‘Trajectories of the Earth System in the Anthropocene’, *PNAS*, Vol. 115. Issue 33. pp 8252-8259.

The Sustainable Development Goals Report 2018: United Nations, New York, on-line at: <https://unstats.un.org/sdgs/files/report/2018/TheSustainableDevelopmentGoalsReport2018-EN.pdf> [accessed: 28/1/2019].

Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development (2015). United Nations, New York, on-line at: http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/70/1&Lang=E [accessed: 28/1/2019].

Waters, C.N. – Zalasiewicz, J. – Summerhayes, C. – Barnosky, A.D. – Poirier, C. – Gałuszka, A. – Cearreta, A. – Edgeworth, M. – Ellis, E.C. – Ellis, M. – Jeandel, C. – Leinfelder, R. – McNeill, J.R. – deB. Richter, D. – Steffen, W. – Syvitski, J. – Vidas, D. – Wagreich, M. – Williams, M. – Zhisheng, A. – Grinevald, J. – Odada, E. – Oreskes, N. – Wolfe, A.P. (2016): ‘The Anthropocene is functionally and stratigraphically distinct from the Holocene’, *Science*, Vol. 351. Issue 6269.

Welford, R. (2006): ‘Tackling Greed and Achieving Sustainable Development’, in Zsolnai, L. – Ims, K.J. (eds.): *Business within Limits. Deep Ecology and Buddhist Economics*, Peter Lang AG, International Academic Publishers, Bern, pp. 25-57.

Zsolnai, L. (2007): ‘Western Economics versus Buddhist Economics’, *Society and Economy*, Vol. 29. Issue 2. pp. 145-153.

Zsolnai, L. – Kovács, G. (forthcoming): ‘Buddhism and the Markets’, working paper for the conference: *Religious and Worldview Perspectives on Human Flourishing and Markets*.