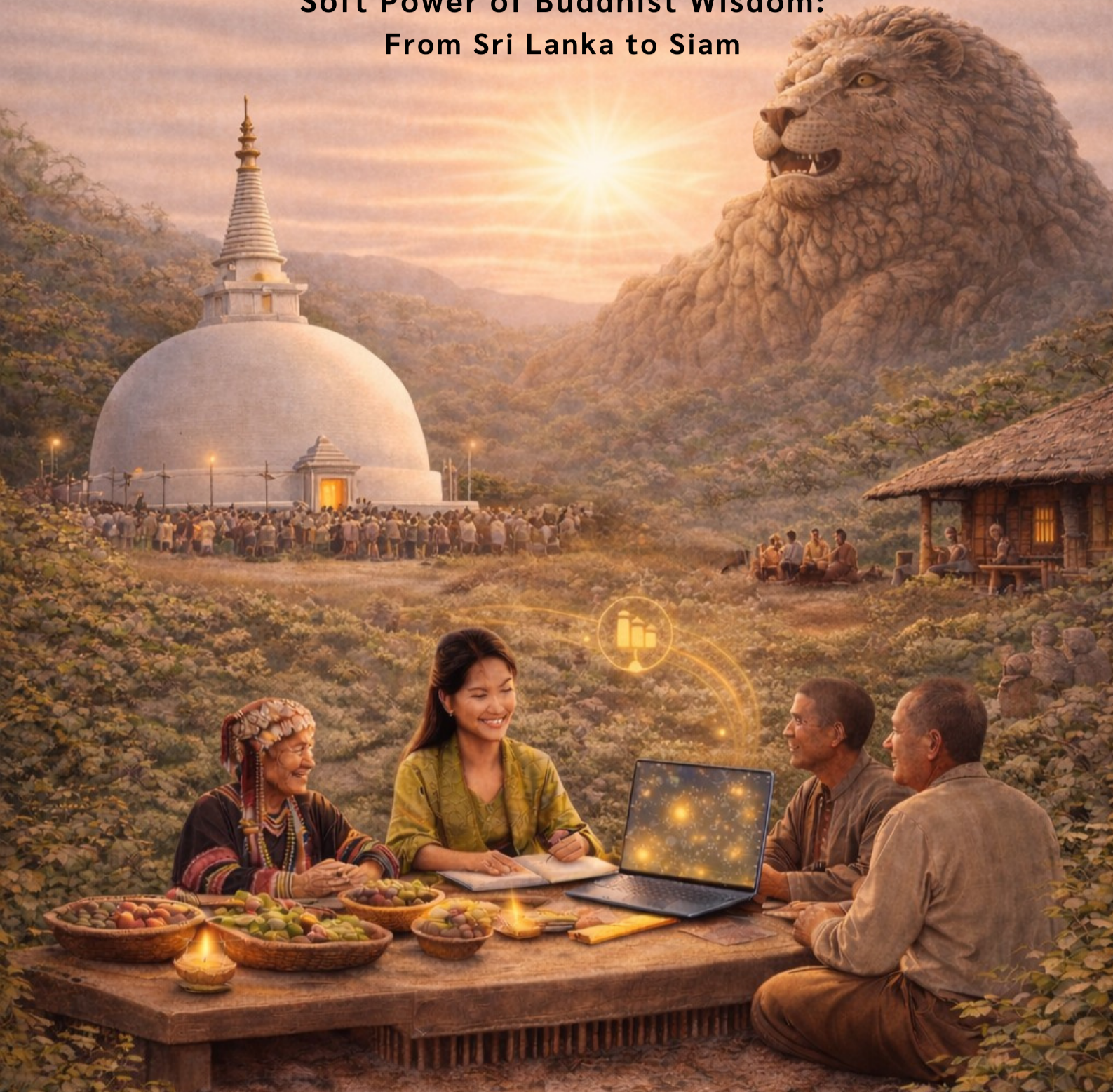




ภูมิพลังปัญญาพุทธ: จากศรีลังกาสู่สยาม

Soft Power of Buddhist Wisdom:
From Sri Lanka to Siam



ผศ.ดร.ขวัญชนก เหล่าสุนทร

ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ภูมิพลังปัญญาพุทธ

จากศรีลังกาสู่สยาม

Soft Power of Buddhist Wisdom: From Sri Lanka to Siam

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญชนก เหล่าสุนทร

คณะสังคมศาสตร์

ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ภูมิพลังปัญญาพุทธ: จากศรีลังกาสู่สยาม

(Soft Power of Buddhist Wisdom: From Sri Lanka to Siam)

ผู้ทรงคุณวุฒิ : รองศาสตราจารย์ ดร.วิวัฒน์ หามนตรี

รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒินัน กันทะเตียน

รองศาสตราจารย์ ทรงคุณ จันทจร

ผู้แต่ง : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญชนก เหล่าสุนทร

พิมพ์ครั้งที่ ๑ : ๑๐ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๙ จำนวน ๕๐ เล่ม

ลิขสิทธิ์ของ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญชนก เหล่าสุนทร

อาจารย์ประจำหลักสูตรบัณฑิตศึกษา

ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ราคา : ๔๕๐ บาท

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของสำนักหอสมุดแห่งชาติ

ขวัญชนก เหล่าสุนทร

ภูมิพลังปัญญาพุทธ: จากศรีลังกาสู่สยาม = Soft Power of Buddhist Wisdom:

From Sri Lanka to Siam — พระนครศรีอยุธยา: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย,
2026.

300 หน้า.

1. พุทธศาสนากับการพัฒนาชุมชน. 2. ซอฟต์พาวเวอร์. I. ดร.ขวัญชนก เหล่าสุนทร,
ผู้วาดภาพประกอบ. II. ชื่อเรื่อง.

294.3

ISBN 978-616-630-382-7

จัดทำโดย : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญชนก เหล่าสุนทร

พิมพ์ที่ : โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พระนครศรีอยุธยา

๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐

โทรศัพท์ ๐๓๕ ๒๔๘ ๕๕๕-๕๕ โทรสาร ๐๓๕ ๒๔๘ ๕๕๕๕

คำนำ

ในโลกยุคปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันสูง อิทธิพลของประเทศในเวทีโลกมิได้จำกัดอยู่เพียงอำนาจทางการทหารหรือเศรษฐกิจ หากแต่รวมถึงพลังอำนาจที่เกิดจากวัฒนธรรม ค่านิยม และภูมิปัญญา ซึ่งปรากฏในแนวคิด “ภูมิพลังปัญญา” หรือ Soft Power of Wisdom ที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมร่วมสมัยสำหรับประเทศที่มีรากฐานทางพุทธศาสนาเถรวาท เช่น ประเทศไทย (สยาม) และศรีลังกา พุทธปัญญามิได้เป็นเพียงระบบความเชื่อทางศาสนา หากแต่เป็นภูมิปัญญาที่ทำหน้าที่เป็นกรอบคิดในการดำเนินชีวิต การจัดการสังคม และการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างสมดุลและยั่งยืน หลักธรรมสำคัญ เช่น มัชฌิมาปฏิปทา ปฏิจจสมุปบาท และอหิงสา จึงสามารถทำความเข้าใจได้ในฐานะรากฐานของการพัฒนาเชิงโครงสร้าง

หนังสือเล่มนี้เป็นการศึกษาทางสังคมวิทยา ที่มุ่งวิเคราะห์บทบาทของพุทธศาสนาในฐานะทุนทางวัฒนธรรมและพลังเชิงบรรทัดฐาน ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และโครงสร้างสังคมร่วมสมัย ผ่านการศึกษาเชิงเปรียบเทียบกรณีศรีลังกาและบริบทของประเทศไทย โดยอาศัยการวิเคราะห์เอกสาร งานวิจัย และรายงาน จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสังเคราะห์บทเรียนที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ เนื้อหาในแต่ละบทนำเสนอกรณีศึกษา การวิเคราะห์เชิงโครงสร้าง และข้อเสนอเชิงวิชาการ เพื่อทำความเข้าใจว่าพุทธศาสนา ภูมิปัญญาท้องถิ่น และความคิดสร้างสรรค์สมัยใหม่สามารถผสานกันเป็นพลังทางเศรษฐกิจและสังคมได้อย่างไร หนังสือเล่มนี้จึงมุ่งเสนอกรอบความคิดสำหรับนักวิชาการ ผู้กำหนดนโยบาย ผู้ประกอบการ พระสงฆ์ และผู้นำชุมชน ในการพัฒนาและใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน บนหลักมัชฌิมาปฏิปทาและปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ผู้เขียนหวังว่าหนังสือเล่มนี้จะมีส่วนช่วยขยายความเข้าใจต่อบทบาทของภูมิพลังปัญญาพุทธในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และเป็นสะพานเชื่อมความรู้และประสบการณ์ระหว่างสยามและศรีลังกา เพื่อการเรียนรู้และการพัฒนาร่วมกันในสังคมพุทธร่วมสมัย

ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ-ดร.ชยา ย เหล่าสุนทร และ คุณแม่-ดร.เฉลิมศรี เหล่าสุนทร ผู้เป็นรากฐานสำคัญของชีวิตและการศึกษาของข้าพเจ้า ท่านทั้งสองได้ปลูกฝังความรักในวัฒนธรรมไทยและพุทธปัญญา และสนับสนุนให้ข้าพเจ้าได้เรียนรู้และซึมซับคุณค่า

ของมรดกทางวัฒนธรรมของเราตั้งแต่เยาว์วัย คุณพ่อและคุณแม่คือแบบอย่างของความวิริยะ
อุตสาหะ ความคิดสร้างสรรค์ และการอุทิศตนเพื่อส่วนรวม ซึ่งเป็นแรงบันดาลใจสำคัญในการ
ศึกษาวิจัยและเขียนหนังสือเล่มนี้ ขอขอบพระคุณสำหรับความรัก การอบรมสั่งสอน และการ
สนับสนุนที่ไม่มีวันสิ้นสุด หนังสือเล่มนี้จึงขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณของคุณพ่อและคุณแม่
ผู้เป็นดั่งภูมิพลังปัญญาในชีวิตของข้าพเจ้าเอง

ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และ
ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ ที่ให้โอกาสและสนับสนุนการ
ศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้และเป็น
แบบอย่างที่ดี

หากหนังสือเล่มนี้มีข้อบกพร่องประการใด ข้าพเจ้าขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว และ
หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับคำแนะนำและข้อเสนอแนะจากท่านผู้อ่าน เพื่อนำไปพัฒนาและ
ปรับปรุงในโอกาสต่อไป

ด้วยความเคารพอย่างสูง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญชนก เหล่าสุนทร
ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มจร
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

สารบัญ

สารบัญ.....	ค
สารบัญตาราง.....	ข
บทที่ ๑ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทพุทธศาสนาและสังคมวิทยา.....	๑
๑.๑ ภูมิพลังปัญญาพุทธ แนวคิดและความหมาย.....	๑
๑.๒ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ แนวคิดและองค์ประกอบ.....	๖
๑.๓ มุมมองทางสังคมวิทยา.....	๑๓
๑.๔ พุทธศาสนากับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	๒๔
๑.๕ ความเหมือนและความแตกต่างระหว่างสยามและศรีลังกา.....	๓๓
๑.๖ ความสำเร็จของศรีลังกาในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	๓๗
๑.๗ ภาพรวมศรีลังกา ประวัติศาสตร์ สังคม และวัฒนธรรม.....	๔๔
บทสรุป: กรอบการทำความเข้าใจภูมิพลังปัญญาพุทธ.....	๔๘
บทที่ ๒ พุทธสังคมวิทยากับการพัฒนาเศรษฐกิจ บทเรียนจากศรีลังกา.....	๕๑
๒.๑ พุทธสังคมวิทยา: แนวคิดพื้นฐาน.....	๕๑
๒.๒ ประวัติศาสตร์และบริบทสังคมศรีลังกา.....	๕๕
๒.๓ พุทธศาสนาเถรวาทกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม.....	๖๑
๒.๔ โครงสร้างสังคมและการจัดการทรัพยากร.....	๖๖
๒.๕ สังคมพุทธวัฒนธรรมศรีลังกา.....	๗๑
๒.๖ เปรียบเทียบรูปแบบการพัฒนาสยามและศรีลังกา.....	๗๖
บทสรุป : พุทธสังคมวิทยาในฐานะฐานการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม.....	๘๒
บทที่ ๓ ทูทางสังคมและวัฒนธรรมในเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	๘๓
๓.๑ ทูทางสังคม (Social Capital).....	๘๓
๓.๒ ทูทางวัฒนธรรม (Cultural Capital).....	๘๖
๓.๓ การแปลงทุนทางวัฒนธรรมเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจ.....	๘๙
๓.๔ การสร้างอัตลักษณ์และแบรนด์ทางวัฒนธรรม.....	๙๓
๓.๕ หัตถกรรมพุทธศิลป์และของที่ระลึก.....	๙๖
๓.๖ กรณีศึกษาจากศรีลังกา.....	๙๙

สารบัญ

๓.๗ เปรียบเทียบกับหัตถกรรมไทย.....	๑๐๓
บทสรุป: ทนุพุทธกับศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	๑๑๒
บทที่ ๔ ระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มุมมองทางสังคมวิทยา.....	๑๑๓
๔.๑ ระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	๑๑๓
๔.๒ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระบบนิเวศ.....	๑๑๗
๔.๓ เครือข่ายทางสังคมและความร่วมมือ.....	๑๒๑
๔.๔ ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain).....	๑๒๔
๔.๕ กรอบสังเคราะห์ระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนฐานพุทธ.....	๑๒๙
๔.๖ กรณีศึกษา: ระบบนิเวศอุตสาหกรรมชาศรีลังกา (Ceylon Tea).....	๑๓๐
๔.๗ กรณีศึกษา: ระบบนิเวศเครื่องเทศอินทรีย์.....	๑๓๗
๔.๘ เปรียบเทียบกับระบบนิเวศไทย.....	๑๔๑
บทสรุป: ระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในฐานะภูมิพลัมปัญญาพุทธ.....	๑๔๕
บทที่ ๕ เกษตรอินทรีย์และภูมิปัญญาท้องถิ่น – มิติทางสังคมและเศรษฐกิจ.....	๑๔๗
๕.๑ เกษตรกรรมยั่งยืนและเกษตรอินทรีย์.....	๑๔๗
๕.๒ หลักธรรมะกับการเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม.....	๑๕๑
๕.๓ ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการเกษตร.....	๑๕๔
๕.๔ การรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์.....	๑๕๙
๕.๕ กรอบสังเคราะห์เกษตรอินทรีย์และภูมิปัญญาท้องถิ่นในฐานะภูมิพลัมปัญญาพุทธ.....	๑๖๔
๕.๖ กรณีศึกษา: เกษตรอินทรีย์ศรีลังกา.....	๑๖๕
๕.๗ สวนเครื่องเทศอินทรีย์.....	๑๗๐
บทสรุป: เกษตรอินทรีย์ในฐานะภูมิพลัมปัญญาพุทธ.....	๑๗๔
บทที่ ๖ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและจิตวิญญาณ.....	๑๗๕
๖.๑ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism).....	๑๗๕
๖.๒ การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ (Spiritual Tourism).....	๑๘๐
๖.๓ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและจิตวิญญาณในฐานะภูมิพลัมปัญญาพุทธ.....	๑๘๔
๖.๔ การจัดการแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมโลก.....	๑๘๕

สารบัญ

๖.๕ มรดกโลก UNESCO ในศรีลังกา.....	๑๙๒
๖.๖ วัดพระธาตุเขี้ยวแก้วและถ้ำทองดัมบูลลา.....	๑๙๗
๖.๗ พระราชวังและวิหารพระธาตุเขี้ยวแก้วกันดี.....	๒๐๓
๖.๘ เส้นทางจาริกแสวงบุญ (Buddhist Circuit).....	๒๐๘
๖.๙ เปรียบเทียบการท่องเที่ยวไทย.....	๒๑๓
บทสรุป: การท่องเที่ยวในฐานะพลังอ่อนเชิงพุทธ.....	๒๒๒
บทที่ ๗ ทุนนิยมแบบมีสติกับเศรษฐกิจพอเพียง.....	๒๒๓
๗.๑ วิพากษ์ทุนนิยมสมัยใหม่.....	๒๒๓
๗.๒ มุมมองพุทธสังคมวิทยาต่อทุนนิยม.....	๒๒๖
๗.๓ ทุนนิยมแบบมีสติ (Mindful Capitalism).....	๒๒๘
๗.๔ เศรษฐกิจพอเพียง.....	๒๓๑
๗.๕ มัชฌิมาปฏิปทา (ทางสายกลาง) กับการพัฒนาเศรษฐกิจ.....	๒๓๓
๗.๖ Corporate Social Responsibility (CSR) ในบริบทพุทธ.....	๒๓๕
๗.๗ ทุนนิยมแบบมีสติและเศรษฐกิจพอเพียงในฐานะภูมิพลังปัญญาพุทธ.....	๒๓๘
๗.๘ กรณีศึกษาจากศรีลังกา.....	๒๓๙
๗.๙ เปรียบเทียบแนวทางสยามและศรีลังกา.....	๒๔๒
บทสรุป: ภูมิพลังปัญญาพุทธกับการออกแบบระบบเศรษฐกิจแห่งอนาคต.....	๒๔๗
บทที่ ๘ บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	๒๔๙
๘.๑ สังเคราะห์บทเรียนสำคัญจากศรีลังกา.....	๒๔๙
๘.๒ การเปรียบเทียบสยาม-ศรีลังกา.....	๒๕๒
๘.๓ โมเดล "ภูมิพลังปัญญาพุทธ" สำหรับการพัฒนาชุมชนสยาม.....	๒๕๔
๘.๔ ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ.....	๒๕๗
๘.๕ ทิศทางการศึกษาและพัฒนาในอนาคต.....	๒๖๒
๘.๖ พุทธปัญญากับการพัฒนาที่ยั่งยืนในศตวรรษที่ ๒๑.....	๒๖๔
บทสรุป.....	๒๖๗
บรรณานุกรม.....	๒๖๘
ประวัติผู้เขียน.....	๒๘๕

สารบัญญัตินาม

ตารางที่ ๑ สรุปลักษณะที่ ๑.....	๔๙
ตารางที่ ๒.๑ กรอบสังเคราะห์พุทธสังคมวิทยาการพัฒนาเศรษฐกิจ.....	๕๕
ตารางที่ ๒.๒ บทเรียนจากการพัฒนาการสังคมศรีลังกา.....	๖๑
ตารางที่ ๓ การแปลงทุนพุทธสู่มูลค่าทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	๙๓
ตารางที่ ๔ ระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนฐานพุทธ: มุมสังคมวิทยาและพุทธปัญญา.....	๑๓๐
ตารางที่ ๕ เกษตรอินทรีย์บนฐานพุทธ: มิติ กลไก และผลลัพธ์.....	๑๖๔
ตารางที่ ๖ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและจิตวิญญาณ: กรอบภูมิพลังปัญญาพุทธ.....	๑๘๕
ตารางที่ ๗ การเปรียบเทียบระบบเศรษฐกิจ: ทุนนิยมกระแสหลัก ทุนนิยมแบบมีสติ และเศรษฐกิจพอเพียง.....	๒๓๙

"ภูมิพลังปัญญาพุทธ คือ
แก่นแท้แห่งการพัฒนาที่ยั่งยืน

บทที่ ๑

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทพุทธศาสนาและสังคมวิทยา

ในยุคที่โลกาภิวัตน์และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีกำลังเปลี่ยนแปลงโฉมหน้าของเศรษฐกิจโลก ประเทศต่างๆ ต่างแสวงหาแนวทางการพัฒนาที่สมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจกับการรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจสร้างสรรค์กลายเป็นทางเลือกสำคัญที่ผสานความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และทุนทางวัฒนธรรมเข้าด้วยกัน สร้างมูลค่าที่แท้จริงทั้งในมิติเศรษฐกิจและสังคม สำหรับประเทศที่มีรากฐานทางพุทธศาสนาเถรวาทอย่างไทยและศรีลังกา การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีความหมายพิเศษ เพราะมีทุนทางวัฒนธรรมที่สั่งสมมาหลายพันปี มีหลักธรรมที่สอนให้ดำเนินชีวิตอย่างสมดุล และมีภูมิปัญญาที่สามารถนำมาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีเอกลักษณ์ "ภูมิพลังปัญญาพุทธ" จึงไม่ได้เป็นเพียงมรดกทางวัฒนธรรม แต่เป็นพลังขับเคลื่อนที่สามารถนำพาสังคมไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนและมีความหมาย หนังสือเล่มนี้นำเสนอการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างศรีลังกาและไทย โดยมุ่งเน้นการเรียนรู้จากความสำเร็จและความท้าทายของศรีลังกาในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีรากฐานจากพุทธปัญญา เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในบริบทไทยอย่างสร้างสรรค์ ผ่านกรอบทฤษฎีทางสังคมวิทยาและหลักธรรมทางพุทธศาสนา ผู้เขียนหวังว่าหนังสือเล่มนี้จะเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างเส้นทางการพัฒนาที่เหมาะสมกับบริบทและเป็นไปเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีของผู้คนและสังคมอย่างแท้จริง

๑.๑ ภูมิพลังปัญญาพุทธ แนวคิดและความหมาย

๑.๑.๑ ความหมายของ "ภูมิพลังปัญญา" (Soft Power of Wisdom)

ภูมิพลังปัญญา หมายถึง พลังอำนาจอ่อน (Soft Power) ที่เกิดจากปัญญาและภูมิปัญญา ซึ่งแตกต่างจากอำนาจแข็ง (Hard Power) ที่อาศัยการบังคับหรือการใช้กำลัง ภูมิพลังปัญญาเป็นพลังที่เกิดจากความน่าดึงดูดใจ ความน่าเชื่อถือ และความสามารถในการสร้างอิทธิพลผ่านคุณค่าทางวัฒนธรรม ความรู้ และหลักธรรมทางจริยธรรม (Nye, 2021) ในบริบทของพุทธศาสนา ภูมิพลังปัญญาพุทธ หมายถึง การใช้หลักธรรมทางพุทธศาสนา ค่านิยม และภูมิปัญญาที่สั่งสมมาหลายพันปีเป็นกลไกในการสร้างอิทธิพลเชิงบวกต่อสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม แนวคิดภูมิพลัง

ปัญญาพุทธมีรากฐานมาจากการตระหนักว่าพุทธศาสนาไม่ได้เป็นเพียงระบบความเชื่อทางศาสนาเท่านั้น แต่เป็นระบบความรู้และปัญญาที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืน ในโลกยุคใหม่ที่ความรุนแรง การแข่งขันที่รุนแรง และวัตถุนิยมเป็นปัญหาสำคัญ ภูมิพลังปัญญาพุทธจึงกลายเป็นทางเลือกที่สำคัญในการสร้างสมดุลและความยั่งยืน

องค์ประกอบสำคัญของภูมิพลังปัญญาพุทธประกอบด้วย

๑.๑.๑.๑. ปัญญา (Wisdom) ความเข้าใจในความจริงของชีวิตและสังคม การมองเห็นความเชื่อมโยงของทุกสิ่ง และความสามารถในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ปัญญาในพุทธศาสนาไม่ได้หมายถึงเพียงความรู้ทางวิชาการ แต่รวมถึงความเข้าใจเชิงลึกในธรรมชาติของ ความทุกข์และวิธีการบรรเทาความทุกข์

๑.๑.๑.๒. ศีลธรรม (Ethics) หลักการดำเนินชีวิตที่ถูกต้อง การไม่เบียดเบียนผู้อื่น ความซื่อสัตย์สุจริต และความรับผิดชอบต่อสังคม ศีลธรรมทางพุทธศาสนาเป็นรากฐานสำคัญที่สร้างความไว้วางใจและความยั่งยืนในสังคม

๑.๑.๑.๓. สมาธิและสติ (Mindfulness and Concentration) การมีสติรู้ตัวในปัจจุบัน การตัดสินใจอย่างรอบคอบ และการทำงานอย่างตั้งใจ สมาธิและสติเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และการแก้ปัญหา

๑.๑.๑.๔. เมตตากรุณา (Compassion and Loving kindness) ความเอื้ออาทรต่อผู้อื่น ความเห็นอกเห็นใจ และความปรารถนาดีต่อความสุขของทุกชีวิต เมตตากรุณาเป็นพลังขับเคลื่อนสำคัญในการสร้างสรรค์สังคมที่เป็นธรรมและยั่งยืน

๑.๑.๑.๕. ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom) ความรู้และทักษะที่สั่งสมผ่านประสบการณ์และการปฏิบัติในบริบทท้องถิ่น ภูมิปัญญานี้สะท้อนการบูรณาการหลักธรรมทางพุทธศาสนากับวิถีชีวิตประจำวัน

การนำภูมิพลังปัญญาพุทธมาใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะช่วยให้การพัฒนามีความสมดุลระหว่างมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ไม่เน้นแต่ผลกำไรเพียงอย่างเดียว แต่คำนึงถึงความเป็นอยู่ที่ดีของมนุษย์และความยั่งยืนของสังคม

๑.๑.๒ พุทธปัญญาเป็นรากฐานของการพัฒนา

พุทธปัญญาเป็นมรดกทางปัญญาที่ได้รับการสั่งสมและพัฒนาามากว่า ๒,๕๐๐ ปี มีความลึกซึ้งและครอบคลุมทั้งมิติส่วนบุคคลและมิติสังคม การนำพุทธปัญญาเป็นรากฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีความสำคัญในหลายด้าน ดังนี้

๑.๑.๒.๑. การมองเห็นความเชื่อมโยง (Interconnectedness) พุทธปัญญาสอนให้เห็นว่าทุกสิ่งเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน ไม่มีสิ่งใดที่อยู่โดดเดี่ยว (ปัจจุสมุปบาท) แนวคิดนี้สอดคล้องกับมุมมองทางสังคมวิทยาที่เน้นความสำคัญของโครงสร้างสังคมและความสัมพันธ์เชิงระบบ ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ความเข้าใจในความเชื่อมโยงนี้ช่วยให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรม เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ทำให้การพัฒนาความยั่งยืนและสมดุล

๑.๑.๒.๒. ความไม่เที่ยงและการปรับตัว (Impermanence and Adaptation) พุทธปัญญาสอนให้เข้าใจว่าทุกสิ่งไม่เที่ยง เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ (อนิจจัง) ความเข้าใจนี้ช่วยให้สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงได้ดี ซึ่งเป็นคุณสมบัติสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ต้องสร้างนวัตกรรมและปรับตัวอยู่ตลอดเวลา

๑.๑.๒.๓. ทางสายกลาง (Middle Way) มัชฌิมาปฏิปทาหรือทางสายกลางเป็นหลักการสำคัญที่สอนให้เลี่ยงความสุดโต่ง การนำหลักนี้มาใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะช่วยให้เกิดความสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม ระหว่างนวัตกรรมกับประเพณี และระหว่างความทันสมัยกับความยั่งยืน

๑.๑.๒.๔. จริยธรรมในการดำเนินชีวิต พุทธปัญญาเน้นความสำคัญของศีลธรรมและจริยธรรมในทุกการกระทำ หลักการเช่น การไม่เบียดเบียนผู้อื่น (อหิงสา) ความซื่อสัตย์สุจริต และการแบ่งปันเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เป็นธรรมและยั่งยืน

๑.๑.๒.๕. การพัฒนาจากภายใน พุทธปัญญาเน้นการพัฒนาจิตใจและปัญญาเป็นหลัก การพัฒนาที่ยั่งยืนจึงต้องเริ่มต้นจากการพัฒนาคน พัฒนาจิตสำนึก คุณค่า และทัศนคติ ไม่ใช่แค่พัฒนาโครงสร้างภายนอกเท่านั้น หลักการนี้สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เน้นความคิดสร้างสรรค์และศักยภาพของมนุษย์เป็นทรัพยากรหลัก

ประเทศที่มีพื้นฐานทางพุทธศาสนาอย่างศรีลังกาและไทยจึงมีโอกาสพิเศษในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์และความยั่งยืน โดยอาศัยพุทธปัญญาเป็นรากฐาน ซึ่งจะทำให้การพัฒนาแตกต่างจากแบบตะวันตกที่เน้นวัตถุนิยมและการแข่งขันอย่างรุนแรง

๑.๑.๓ ความเชื่อมโยงระหว่างปัญญากับเศรษฐกิจและสังคม

ในมุมมองทางสังคมวิทยา ปัญญาไม่ได้เป็นเพียงคุณสมบัติของปัจเจกบุคคล แต่เป็นทรัพยากรทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีความเชื่อมโยงอย่างซับซ้อนกับระบบเศรษฐกิจและโครงสร้างสังคม ความเชื่อมโยงนี้สามารถวิเคราะห์ได้หลายมิติ ดังนี้

๑.๑.๓.๑. ปัญญาเป็นทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital)

ตามแนวคิดของ Bourdieu (2022) ปัญญาและความรู้เป็นรูปแบบหนึ่งของทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถแปลงเป็นทุนทางเศรษฐกิจได้ ในบริบทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พุทธปัญญาและภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าสูง สามารถนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์บริการ หรือประสบการณ์ที่มีเอกลักษณ์และสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้ ตัวอย่างเช่น ภูมิปัญญาในการทำงานศิลปะพุทธ การออกแบบสถาปัตยกรรมพุทธ หรือการประยุกต์ใช้หลักธรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ล้วนเป็นการแปลงพุทธปัญญาเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจ

๑.๑.๓.๒. ปัญญาสร้างทุนทางสังคม (Social Capital)

พุทธปัญญาที่เน้นเมตตากรุณา การแบ่งปัน และความร่วมมือเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างทุนทางสังคม ซึ่งหมายถึงเครือข่ายความสัมพันธ์ ความไว้วางใจ และบรรทัดฐานของความร่วมมือในสังคม ทุนทางสังคมที่เข้มแข็งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เติบโตได้ เพราะส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้ การร่วมมือ และการสร้างนวัตกรรมร่วมกัน ตัวอย่างเช่น ชุมชนทอผ้าที่มีรากฐานทางพุทธศาสนามักมีวัฒนธรรมของการแบ่งปันความรู้และช่วยเหลือกัน ทำให้เกิดการพัฒนาร่วมกันและนวัตกรรมร่วมกัน ซึ่งส่งผลดีต่อความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนของชุมชน

๑.๑.๓.๓. ปัญญาขับเคลื่อนนวัตกรรมทางสังคม (Social Innovation)

พุทธปัญญาที่เน้นการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์และความเห็นอกเห็นใจผู้อื่นเป็นพลังขับเคลื่อนสำคัญของนวัตกรรมทางสังคม นวัตกรรมทางสังคมหมายถึงแนวคิด ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือรูปแบบการทำงานใหม่ที่ตอบสนองความต้องการของสังคมและสร้างคุณค่าทางสังคมมากกว่าแค่กำไร ตัวอย่างเช่น โครงการธนาคารขยะที่พัฒนาโดยชุมชนพุทธในหลายพื้นที่ของไทยและศรีลังกา ซึ่งบูรณาการหลักธรรมทางพุทธศาสนาเรื่องความไม่เห็นแก่ตัวและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมกับการจัดการขยะและสร้างรายได้ให้ชุมชน

๑.๑.๓.๔. ปัญญาสร้างความหมายและคุณค่าทางวัฒนธรรม (Cultural Meaning and Value)

ในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการไม่ได้ขึ้นอยู่กับวัตถุดิบหรือการผลิตเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับความหมายและคุณค่าทางวัฒนธรรมที่ฝังอยู่ในนั้น พุทธปัญญาเป็นแหล่งสำคัญของความหมายและคุณค่าทางวัฒนธรรมที่สามารถนำมาสร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างเช่น ชาจากศรีลังกา (Ceylon Tea) มีมูลค่าสูงไม่ได้เพราะคุณภาพของใบชาเท่านั้น แต่เพราะเรื่องเล่าและความหมายทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับประเพณีการดื่มชา ภูมิปัญญาในการปลูก และความเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตที่สงบและเป็นสมาธิตามหลักพุทธศาสนา

๑.๑.๓.๕. ปัญญาเป็นเครื่องมือในการต่อรองและเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอำนาจ

จากมุมมองสังคมวิทยาเชิงวิพากษ์ ปัญญาสามารถเป็นเครื่องมือในการต่อรองและเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอำนาจที่ไม่เป็นธรรม พุทธปัญญาที่เน้นความเสมอภาคและความเป็นธรรมสามารถใช้ในการวิพากษ์และเปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจที่สร้างความเหลื่อมล้ำ ตัวอย่างเช่น แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงที่มีรากฐานจากพุทธปัญญาได้ถูกนำมาใช้ในการวิพากษ์รูปแบบการพัฒนาแบบทุนนิยมที่เน้นการเติบโตทางเศรษฐกิจโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ความเชื่อมโยงระหว่างปัญญากับเศรษฐกิจและสังคมนี้แสดงให้เห็นว่า การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนไม่สามารถแยกออกจากการพัฒนาปัญญาและวัฒนธรรมของสังคมได้ การลงทุนในการพัฒนาพุทธปัญญาและภูมิปัญญาท้องถิ่นจึงเป็นการลงทุนในอนาคตทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

ในทางวิชาการ ผู้เขียนขอเน้นย้ำว่า แนวคิด “ภูมิพลังปัญญาพุทธ” ที่ใช้ในหนังสือเล่มนี้แตกต่างจากแนวคิด Soft Power ในความหมายทั่วไปตรงที่ มิได้มุ่งเน้นการสร้างอิทธิพลเชิงภาพลักษณ์หรือการแข่งขันเชิงอำนาจ หากแต่มุ่งเน้นกระบวนการพัฒนาจากภายในของบุคคลและสังคม โดยยึดปัญญาและจริยธรรมเป็นฐานในการสร้างคุณค่าและความยั่งยืน แนวคิดนี้จึงเป็นกรอบวิเคราะห์เฉพาะ (context-specific framework) สำหรับสังคมที่มีรากฐานทางพุทธศาสนา

๑.๒ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ แนวคิดและองค์ประกอบ

๑.๒.๑ ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)

เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแนวคิดทางเศรษฐกิจที่ให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์ ความรู้ และทุนทางวัฒนธรรมเป็นปัจจัยการผลิตหลัก แทนที่จะเน้นทรัพยากรธรรมชาติหรือแรงงานราคาถูกเหมือนในระบบเศรษฐกิจแบบดั้งเดิม (Howkins, 2021) คำว่า "เศรษฐกิจสร้างสรรค์" ถูกใช้อย่างแพร่หลายครั้งแรกโดย John Howkins ในปี ค.ศ. ๒๐๐๑ ในหนังสือ "The Creative Economy How People Make Money from Ideas"

องค์การการค้าและการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (UNCTAD, 2022) ให้คำนิยามเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าเป็น "แนวคิดที่พัฒนาขึ้นซึ่งอาศัยทรัพย์สินทางวัฒนธรรมที่อาจสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจและการพัฒนา" โดยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ การส่งเสริมการสร้างรายได้ การจ้างงาน และรายได้จากการส่งออก การส่งเสริมการรวมตัวทางสังคมและความหลากหลายทางวัฒนธรรม และการพัฒนามนุษย์ การรวบรวมด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และเทคโนโลยีไว้ด้วยกัน การมุ่งหวังที่จะบรรลุเป้าหมายระดับมหภาคและจุลภาค และการนำไปสู่นโยบายข้ามสาขาที่สร้างสรรค์และนวัตกรรม

Florida (2023) ให้ความหมายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในแง่ของชนชั้นสร้างสรรค์ (Creative Class) โดยเห็นว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นระบบเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนโดยคนที่ทำงานสร้างสรรค์ ซึ่งรวมถึงนักวิทยาศาสตร์ วิศวกร ศิลปิน นักออกแบบ นักเขียน และผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ ที่สร้างคุณค่าผ่านความคิดสร้างสรรค์ จากมุมมองทางสังคมวิทยา เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นมากกว่าระบบเศรษฐกิจ แต่เป็นการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างสังคมและวัฒนธรรมที่สะท้อนการเปลี่ยนผ่านจากสังคมอุตสาหกรรมไปสู่สังคมข้อมูลข่าวสารและความรู้ (Castells, 2020) ในบริบทนี้

๑.๒.๑.๑. เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการสร้างมูลค่า จากการผลิตสินค้าจับต้องได้ไปสู่การสร้างประสบการณ์ ความหมาย และความรู้ มูลค่าของผลิตภัณฑ์ไม่ได้อยู่ที่ตัวสินค้าเอง แต่อยู่ที่เรื่องเล่า ความหมายทางสัญลักษณ์ และความเชื่อมโยงทางอารมณ์ที่ผู้บริโภคมีกับผลิตภัณฑ์

๑.๒.๑.๒. เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นการทำให้วัฒนธรรมเป็นสินค้า (Commodification of Culture) แม้จะมีมุมมองวิพากษ์ว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์อาจทำให้

วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้าและสูญเสียความหมายเดิม แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นโอกาสในการอนุรักษ์และพัฒนาวัฒนธรรมผ่านกลไกตลาด

๑.๒.๑.๓. เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการพัฒนาท้องถิ่น หลายพื้นที่ใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นกลยุทธ์ในการฟื้นฟูเมืองและพัฒนาท้องถิ่น โดยการสร้างย่านศิลปะ เทศกาลวัฒนธรรม หรือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ในบริบทของประเทศพุทธอย่างศรีลังกาและไทย เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีความหมายพิเศษเพราะมีฐานทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่สมบูรณ์และเป็นเอกลักษณ์ การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศเหล่านี้ไม่ใช่แค่การเลียนแบบรูปแบบตะวันตก แต่เป็นการสร้างรูปแบบของตนเองที่มีรากฐานจากพุทธปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น

๑.๒.๒ องค์ประกอบสำคัญ วัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญสามประการที่เชื่อมโยงและสนับสนุนกัน ได้แก่ วัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม

๑.๒.๒.๑. วัฒนธรรม (Culture)

วัฒนธรรมเป็นรากฐานและเป็นวัตถุดิบหลักของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตาม UNESCO (2022) วัฒนธรรมในบริบทนี้ หมายถึง **มรดกทางวัฒนธรรม** ทั้งที่จับต้องได้ (สถาปัตยกรรม โบราณสถาน งานหัตถกรรม) และจับต้องไม่ได้ (ภาษา ความเชื่อ ประเพณี ภูมิปัญญา) การแสดงออกทางศิลปะ ดนตรี การแสดง ศิลปะทัศนศิลป์ วรรณกรรม สื่อและเนื้อหา ภาพยนตร์ วิทยุกระบายเสียง สื่อดิจิทัล และการออกแบบ แฟชั่น ศิลปะภายใน สถาปัตยกรรม ผลิตภัณฑ์

จากมุมมองทางสังคมวิทยา วัฒนธรรมไม่ได้เป็นสิ่งที่คงที่และแยกจากสังคม แต่เป็นกระบวนการเคลื่อนไหวที่สร้างและสร้างสรรค์ใหม่อยู่ตลอดเวลาผ่านการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม วัฒนธรรมในเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงไม่ใช่แค่การอนุรักษ์อดีต แต่เป็นการสร้างสรรค์สิ่งใหม่จากรากฐานทางวัฒนธรรม

ในบริบทพุทธ วัฒนธรรมรวมถึง **ศิลปะพุทธ** ประติมากรรม จิตรกรรม สถาปัตยกรรมวัด ซึ่งสะท้อนหลักธรรมและความงามทางจิตวิญญาณ **วรรณกรรมพุทธ** ชาดก ธรรมบท วรรณกรรมที่เล่าเรื่องราวทางธรรม **ดนตรีและการแสดง** ดนตรีบูชา นาฏศิลป์ที่บอกเล่าเรื่องราวพุทธประวัติ และงาน **หัตถกรรม** การทอผ้า การแกะสลัก การจัดดอกไม้ ที่ผสมผสานความเชื่อทางพุทธและภูมิปัญญาท้องถิ่น

๑.๒.๒.๒. ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)

ความคิดสร้างสรรค์เป็นแกนกลางของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ Amabile (2020) นิยามความคิดสร้างสรรค์ว่าเป็น "การผลิตแนวคิด กระบวนการ หรือผลิตภัณฑ์ใหม่และเป็นประโยชน์" ความคิดสร้างสรรค์ไม่ได้จำกัดอยู่แค่ในศิลปะ แต่รวมถึงการแก้ปัญหา การพัฒนากระบวนการ และการสร้างนวัตกรรมในทุกสาขา

องค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์ประกอบด้วย **ความใหม่ (Originality)** ความสามารถในการสร้างสิ่งที่แตกต่าง ไม่ซ้ำใคร **ความเป็นประโยชน์ (Usefulness)** ความคิดสร้างสรรค์ต้องมีคุณค่าและตอบโจทย์ความต้องการ **ความเหมาะสม (Appropriateness)** สอดคล้องกับบริบทและข้อจำกัด **ความน่าประหลาดใจ (Surprise)** ทำให้เกิดมุมมองหรือประสบการณ์ใหม่

จากมุมมองพุทธศาสนา ความคิดสร้างสรรค์เกิดจาก **สติและสมาธิ** จิตที่สงบและมีสติ ช่วยให้เห็นความเป็นไปของสิ่งต่างๆ ได้ชัดเจนและสร้างสรรค์ **ปัญญา** ความเข้าใจในธรรมชาติของสิ่งต่างๆ ช่วยให้สามารถคิดนอกกรอบและหาแนวทางใหม่ **เมตตากรุณา** ความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น เป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์สิ่งที่เป็นประโยชน์ **ความไม่ยึดติด** การปล่อยวางความคิดเดิมๆ เปิดใจรับความเป็นไปได้ใหม่ๆ

๑.๒.๒.๓. นวัตกรรม (Innovation)

นวัตกรรมคือการนำความคิดสร้างสรรค์มาปฏิบัติจนเกิดมูลค่าจริง Schumpeter (2021) นิยามนวัตกรรมว่าเป็น "การรวมกันของปัจจัยการผลิตในรูปแบบใหม่ๆ" นวัตกรรมอาจเป็น **นวัตกรรมผลิตภัณฑ์** สินค้าหรือบริการใหม่ **นวัตกรรมกระบวนการ** วิธีการผลิตหรือส่งมอบใหม่ **นวัตกรรมทางการตลาด** วิธีการนำเสนอหรือกระจายสินค้าใหม่ **นวัตกรรมองค์กร** โครงสร้างหรือวิธีการจัดการใหม่ **นวัตกรรมทางสังคม** วิธีการตอบสนองความต้องการทางสังคมใหม่

ในบริบทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีรากฐานทางพุทธศาสนา นวัตกรรมควรคำนึงถึง **ความยั่งยืน** ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมหรือทรัพยากร สอดคล้องกับหลักอหิงสา **ความเป็นธรรม** สร้างผลประโยชน์ที่กระจายอย่างเป็นธรรม ไม่สร้างความเหลื่อมล้ำ **การรักษาอัตลักษณ์** นวัตกรรมไม่ทำลายคุณค่าและความหมายทางวัฒนธรรมการมีส่วนร่วม กระบวนการนวัตกรรมเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วม

ความสัมพันธ์ระหว่างสามองค์ประกอบนี้เป็นแบบวงจร วัฒนธรรมเป็นแหล่งแรงบันดาลใจและวัตถุดิบสำหรับความคิดสร้างสรรค์ ความคิดสร้างสรรค์ถูกแปลงเป็นนวัตกรรมที่สร้างมูลค่า และนวัตกรรมย้อนกลับไปสร้างสรรค์และพัฒนาวัฒนธรรมให้เข้มแข็งขึ้น

๑.๒.๓ ประเภทของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

องค์การการค้าและการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (UNCTAD, 2022) แบ่งอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ออกเป็น ๔ กลุ่มหลัก ดังนี้

๑.๒.๓.๑. มรดกทางวัฒนธรรม (Heritage)

กลุ่มนี้รวมถึงอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์และพัฒนา มรดกทางวัฒนธรรม แบ่งเป็น นิพจน์ทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม งานหัตถกรรมพื้นบ้าน เทศกาลประเพณี การแสดงพื้นบ้าน แหล่งมรดกทางวัฒนธรรม แหล่งโบราณคดี พิพิธภัณฑ์ ห้องสมุด แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ในบริบทพุทธ ตัวอย่างรวมถึง พระพุทธรูปและงานศิลปกรรมพุทธ สถาปัตยกรรมวัด และเจดีย์ พิธีกรรมทางศาสนาและเทศกาลทางพุทธศาสนา งานหัตถกรรมที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา เช่น การทอผ้าลายพุทธ การแกะสลักไม้

๑.๒.๓.๒. ศิลปะ (Arts)

กลุ่มนี้รวมถึงอุตสาหกรรมศิลปะการแสดงและทัศนศิลป์ แบ่งเป็น ทัศนศิลป์ จิตรกรรม ประติมากรรม ภาพถ่าย ศิลปะการแสดง ดนตรีสด ละคร นาฏศิลป์ โอเปร่า ละครชีวิต

ในบริบทพุทธ ตัวอย่างรวมถึง จิตรกรรมฝาผนัง (ภาพชาดกในวัด) ประติมากรรม พระพุทธรูปร่วมสมัยดนตรีบูชาและดนตรีสมาธิ (Meditation Music) นาฏศิลป์ที่บอกเล่าเรื่องราวพุทธประวัติ

๑.๒.๓.๓. สื่อ (Media)

กลุ่มนี้รวมถึงอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีในการผลิตและกระจายเนื้อหา แบ่งเป็น สำนักพิมพ์และสื่อสิ่งพิมพ์ หนังสือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อภาพและเสียง ภาพยนตร์ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง พอดแคสต์

ในบริบทพุทธ ตัวอย่างรวมถึง สื่อธรรมะดิจิทัล (แอปพลิเคชันสมาธิ พอดแคสต์ธรรม) สารคดีพุทธศาสนา การ์ตูนและแอนิเมชันที่เล่าเรื่องราวทางธรรม สื่อสิ่งพิมพ์ทางพุทธศาสนา

๑.๒.๓.๔. การสร้างสรรค์เชิงหน้าที่ (Functional Creations)

กลุ่มนี้รวมถึงอุตสาหกรรมที่ผสมผสานความคิดสร้างสรรค์กับการใช้งานจริง แบ่งเป็น การออกแบบ ออกแบบภายใน กราฟิก แฟชั่น เครื่องประดับ ของเล่น บริการสร้างสรรค์ใหม่ สถาปัตยกรรม โฆษณา วัฒนธรรม นันทนาการ วิจัยและพัฒนาเชิงสร้างสรรค์ สื่อดิจิทัล ซอฟต์แวร์ เกมวิดีโอ

ในบริบทพุทธ ตัวอย่างรวมถึง แฟชั่นที่ได้แรงบันดาลใจจากศิลปะพุทธ ผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์สำหรับการทำสมาธิและการใช้ชีวิตอย่างมีสติ สถาปัตยกรรมร่วมสมัยที่บูรณาการหลักการออกแบบวัดพุทธ เกมและแอปพลิเคชันที่ส่งเสริมความรู้เรื่องพุทธศาสนา

นอกจากนี้ ยังมีการจำแนกประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในลักษณะอื่นๆ เช่น แบบจำแนกของสหราชอาณาจักร (DCMS Model) แบ่งเป็น ๑๓ กลุ่ม โฆษณา สถาปัตยกรรม ตลาดศิลปะและโบราณวัตถุ งานฝีมือ การออกแบบ แฟชั่น ภาพยนตร์และวิดีโอ ดนตรี ศิลปะการแสดง สำนักพิมพ์ ซอฟต์แวร์และเกม โทรทัศน์และวิทยุ เกม แบบจำแนกของ WIPO (World Intellectual Property Organization) เน้นอุตสาหกรรมที่อาศัยลิขสิทธิ์ แบ่งเป็น อุตสาหกรรมลิขสิทธิ์หลัก (หนังสือ ดนตรี ภาพยนตร์ ซอฟต์แวร์) อุตสาหกรรมลิขสิทธิ์เชื่อมโยง (เครื่องเล่นดนตรี อุปกรณ์การถ่ายภาพ) อุตสาหกรรมลิขสิทธิ์บางส่วน (แฟชั่น ของเล่น) และ อุตสาหกรรมสนับสนุนลิขสิทธิ์ (โฆษณา คลังข้อมูล)

ในบริบทของศรีลังกาและไทย อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพสูงและเกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา ได้แก่ งานหัตถกรรมพื้นบ้าน การทอผ้า เครื่องปั้นดินเผา แกะสลักไม้ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แหล่งมรดกโลกทางพุทธศาสนา เส้นทางธรรมยาตรา อาหารและเครื่องดื่ม อาหารพื้นบ้านที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมพุทธ ชา สมุนไพร แฟชั่นและสิ่งทอ ผ้าไหม ผ้าบาติก แฟชั่นที่มีลวดลายพุทธ สื่อดิจิทัลและเนื้อหาสร้างสรรค์ แอปพลิเคชันธรรมะ คอนเทนต์สร้างสรรค์

การเข้าใจประเภทของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ช่วยให้สามารถวางแผนพัฒนาและสนับสนุนแต่ละประเภทอย่างเหมาะสม โดยคำนึงถึงจุดแข็งและศักยภาพของแต่ละพื้นที่

๑.๒.๔ บทบาทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในโลกปัจจุบัน

เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีบทบาทสำคัญในโลกปัจจุบันทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ดังนี้

๑.๒.๔.๑. บทบาททางเศรษฐกิจ

เศรษฐกิจสร้างสรรค์กลายเป็นกำลังสำคัญของเศรษฐกิจโลก ข้อมูลจาก UNCTAD (2022) แสดงให้เห็นว่า มูลค่าการค้าสินค้าและบริการสร้างสรรค์ระดับโลกสูงถึง ๑.๐๓ ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐในปี ๒๐๒๔ สร้างการจ้างงานมากกว่า ๕๐ ล้านคนทั่วโลก เป็นภาคเศรษฐกิจที่เติบโตเร็วกว่าภาคเศรษฐกิจแบบดั้งเดิมในหลายประเทศ

UNESCO (2023) ระบุว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สร้าง GDP ประมาณ ๓% ของเศรษฐกิจโลก คิดเป็น ๖.๒% ของการจ้างงานทั่วโลก เป็นภาคส่งออกที่มีการเติบโตสูงในหลายประเทศกำลังพัฒนา

สำหรับประเทศไทย สำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ รายงานว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีมูลค่าประมาณ ๑.๒ ล้านล้านบาท คิดเป็น ๗.๘% ของ GDP สร้างการจ้างงานกว่า ๒.๕ ล้านคนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่สำคัญ ได้แก่ อาหาร สิ่งทอและแฟชั่น การออกแบบ สื่อและเนื้อหาดิจิทัล

สำหรับศรีลังกา กระทรวงอุตสาหกรรม (๒๕๖๕) รายงานว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์คิดเป็นประมาณ ๕.๓% ของ GDP สร้างการจ้างงานกว่า ๗๐๐,๐๐๐ คน อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่สำคัญ ได้แก่ งานหัตถกรรม แฟชั่นและสิ่งทอ อาหารและเครื่องดื่ม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

๑.๒.๔.๒. บทบาทในการสร้างความยั่งยืน

เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีศักยภาพในการสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ของสหประชาชาติ ดังนี้คือ SDG ๘ การจ้างงานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ เศรษฐกิจสร้างสรรค์สร้างงานที่มีคุณภาพและรายได้ที่ดี โดยเฉพาะสำหรับคนรุ่นใหม่และผู้หญิง SDG ๑๑ เมืองและชุมชนที่ยั่งยืน เศรษฐกิจสร้างสรรค์ช่วยฟื้นฟูเมืองและชุมชน สร้างพื้นที่สาธารณะที่มีชีวิตชีวา SDG ๑๒ การผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า การนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่อย่างสร้างสรรค์ SDG ๑๓ การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เศรษฐกิจสร้างสรรค์มักใช้ทรัพยากรน้อยและปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำกว่าอุตสาหกรรมแบบดั้งเดิม

ในบริบทพุทธศาสนา การสร้างความยั่งยืนสอดคล้องกับหลักธรรม มัชฌิมาปฏิปทา การพัฒนาที่สมดุล ไม่สุดโต่ง ปฏิจจนมุปบาท การเห็นความเชื่อมโยงและพึ่งพาอาศัยกันของทุกสิ่ง อริยสัจ ๔ การไม่เบียดเบียนสิ่งแวดล้อมและชีวิตอื่น

๑.๒.๔.๓. บทบาทในการอนุรักษ์และพัฒนาวัฒนธรรม

เศรษฐกิจสร้างสรรค์สร้างแรงจูงใจทางเศรษฐกิจในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้แก่ **สร้างคุณค่าให้กับวัฒนธรรม** เมื่อวัฒนธรรมกลายเป็นทรัพยากรทางเศรษฐกิจ คนในชุมชนจะเห็นคุณค่าและช่วยกันอนุรักษ์ **ถ่ายทอดความรู้สู่คนรุ่นใหม่** เมื่อภูมิปัญญาท้องถิ่นสร้างรายได้ คนรุ่นใหม่มีแรงจูงใจที่จะเรียนรู้และสืบทอด **สร้างความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์** การพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์จากวัฒนธรรมท้องถิ่นช่วยสร้างความภาคภูมิใจและความเป็นเจ้าของ ตัวอย่างความสำเร็จในศรีลังกาและไทย **ชาจากศรีลังกา (Ceylon Tea)** การพัฒนาชาเป็นผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมช่วยอนุรักษ์ประเพณีการปลูกชาและวัฒนธรรมการดื่มชาผู่ไทย และการทอผ้าพื้นบ้าน การพัฒนาผ้าไทยเป็นแฟชั่นร่วมสมัยช่วยฟื้นฟูภูมิปัญญาการทอผ้าในหลายชุมชน

๑.๒.๔.๔. บทบาทในการสร้างความหลากหลายและการรวมตัวทางสังคม

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรมและการรวมตัวทางสังคม **เปิดพื้นที่ให้เสียงที่หลากหลาย** ศิลปะและสื่อสร้างสรรค์เป็นช่องทางให้กลุ่มคนที่ถูกกีดกันสามารถแสดงออกและมีเสียงในสังคม **สร้างความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรม** การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมผ่านผลิตภัณฑ์และบริการสร้างสรรค์ช่วยสร้างความเข้าใจและความเคารพระหว่างวัฒนธรรมที่แตกต่าง **สร้างโอกาสที่เท่าเทียม** เศรษฐกิจสร้างสรรค์เปิดโอกาสให้คนที่มีความคิดสร้างสรรค์แต่ไม่มีทุนหรือการศึกษาระดับสูงสามารถสร้างรายได้และพัฒนาตนเองได้

ในบริบทพุทธศาสนา บทบาทนี้สอดคล้องกับหลักการ **เมตตากรุณา** ความเอื้ออาทรและการเปิดโอกาสให้ทุกคน **ความเสมอภาค** พุทธศาสนาสอนว่าทุกคนมีศักยภาพเท่าเทียมกันในการพัฒนา **สังฆะ** ชุมชนที่มีความหลากหลายแต่อยู่ร่วมกันด้วยหลักธรรมร่วมกัน

๑.๒.๔.๕. บทบาทในการสร้างอัตลักษณ์และภูมิพลังอ่อนของชาติ (National Soft Power)

เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างภูมิพลังอ่อนของประเทศ **สร้างภาพลักษณ์ของประเทศ** ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์ช่วยสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศ **ดึงดูดนักท่องเที่ยวและนักลงทุน** วัฒนธรรมที่มีชีวิตชีวาและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เข้มแข็งดึงดูดนักท่องเที่ยวและนักลงทุน **สร้างอิทธิพลทางวัฒนธรรม** การแพร่กระจายของวัฒนธรรมผ่านผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์สร้างอิทธิพลและความร่วมมือระหว่างประเทศ

สำหรับศรีลังกาและไทย ภูมิพลัมปัญญาพุทธเป็นเอกลักษณ์สำคัญที่สามารถพัฒนาเป็น ภูมิพลัมอ่อนได้ เช่น ศรีลังกา มรดกโลกทางพุทธศาสนา (Sigiriya, Anuradhapura) ชา Ceylon Tea สมุนไพรและแพทย์แผนอายุรเวท ไทย ศิลปะและสถาปัตยกรรมพุทธ อาหารไทย นวดไทย เศรษฐกิจพอเพียง

๑.๓ มุมมองทางสังคมวิทยา

๑.๓.๑ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในมิติสังคมวิทยา

จากมุมมองทางสังคมวิทยา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ไม่ได้เป็นเพียงระบบเศรษฐกิจที่สร้างมูลค่าจากความคิดสร้างสรรค์ แต่เป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่สะท้อนการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างสังคม ความสัมพันธ์ทางอำนาจ และการสร้างความหมายทางวัฒนธรรมในยุคหลังอุตสาหกรรม การวิเคราะห์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ทางสังคมวิทยาจึงต้องพิจารณาหลายมิติ ดังนี้

๑.๓.๑.๑. มิติโครงสร้างสังคม (Social Structure)

เศรษฐกิจสร้างสรรค์สะท้อนและสร้างโครงสร้างสังคมใหม่ที่แตกต่างจากยุคอุตสาหกรรม Florida (2023) เสนอแนวคิด "ชนชั้นสร้างสรรค์" (Creative Class) ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่ทำงานด้านความคิดสร้างสรรค์และมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ชนชั้นนี้มีลักษณะเฉพาะ คือ ให้ความสำคัญกับความหลากหลาย ความเป็นตัวของตัวเอง และความคิดสร้างสรรค์ ทำงานที่ยืดหยุ่น มีอิสระในการตัดสินใจ มีความสามารถในการเคลื่อนย้ายและเลือกที่อยู่ตามคุณภาพชีวิต สร้างมูลค่าจากความรู้และความคิดสร้างสรรค์มากกว่าแรงงานกาย แต่ Hesmondhalgh (2021) ให้มุมมองที่วิพากษ์ว่า การเกิดขึ้นของชนชั้นสร้างสรรค์ก่อให้เกิดความเหลื่อมล้ำใหม่ระหว่าง ผู้ที่มีทุนทางวัฒนธรรมสูงกับผู้ที่มีทุนต่ำ งานที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์กับงานบริการทั่วไป เมืองสร้างสรรค์กับพื้นที่ชนบทที่ถูกทิ้งไว้ข้างหลัง

๑.๓.๑.๒. มิติความสัมพันธ์ทางอำนาจ (Power Relations)

เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์กับอำนาจในหลายลักษณะ ตามแนวคิดของ Foucault (2020) ได้แก่ อำนาจในการกำหนดคุณค่า ใครเป็นผู้กำหนดว่าอะไรคือ "สร้างสรรค์" อะไรไม่ใช่ มักเป็นชนชั้นนำและสถาบันทางวัฒนธรรมที่มีอำนาจ อำนาจในการเข้าถึงทรัพยากร ทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางสังคมกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มคนบางกลุ่ม อำนาจในการสร้างความหมาย การตีความและนำเสนอวัฒนธรรมอาจถูกครอบงำโดยมุมมองตะวันตกหรือชนชั้นนำ

ในบริบทของประเทศพุทธ ประเด็นอำนาจที่ต้องพิจารณา คือ ใครเป็นผู้กำหนดว่าอะไรคือ "วัฒนธรรมพุทธที่แท้จริง" สงฆ์ นักวิชาการ หรือชุมชน การพาณิชย์วัฒนธรรมพุทธอาจเป็นการยึดครอง (Appropriation) โดยบริษัทข้ามชาติหรือไม่ ชุมชนท้องถิ่นมีอำนาจในการตัดสินใจเกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของตนเองหรือไม่

๑.๓.๑.๓. มิติการสร้างอัตลักษณ์และความหมาย (Identity and Meaning Construction)

จากมุมมองของ Giddens (2021) เศรษฐกิจสร้างสรรค์เกี่ยวข้องกับการสร้างและต่อรองอัตลักษณ์ในสังคมสมัยใหม่ที่มีความหลากหลายและการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ได้แก่ อัตลักษณ์ของผู้ผลิต ศิลปิน ช่างฝีมือ ผู้ประกอบการสร้างสรรค์สร้างอัตลักษณ์ของตนผ่านผลงาน อัตลักษณ์ของผู้บริโภค ผู้คนแสดงตัวตนผ่านการบริโภคผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ อัตลักษณ์ของชุมชน ชุมชนสร้างและรักษาอัตลักษณ์ร่วมผ่านวัฒนธรรมและผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์

ในบริบทพุทธศาสนา การสร้างอัตลักษณ์ผ่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีความซับซ้อน ได้แก่ ความตึงเครียดระหว่างการไม่ยึดติด (Non attachment) กับการสร้างแบรนด์ พุทธศาสนาสอนให้ไม่ยึดติดในอัตตา แต่การสร้างแบรนด์ต้องการการสร้างอัตลักษณ์ที่ชัดเจน ความหมายของ "ของแท้" (Authenticity) อะไรคือผลิตภัณฑ์พุทธที่แท้จริง ไม่ใช่การจำลองหรือแสวงหากำไร การสร้างสมดุลระหว่างประเพณีกับความทันสมัย การพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ต้องสมดุลระหว่างการรักษาความหมายทางวัฒนธรรมกับการตอบสนองความต้องการสมัยใหม่

๑.๓.๑.๔. มิติการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Change)

เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นทั้งผลและสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม Castells (2020) วิเคราะห์ว่าการเปลี่ยนผ่านสู่ "สังคมเครือข่าย" (Network Society) สร้างโอกาสและความท้าทายใหม่ ได้แก่ การกระจายอำนาจ เทคโนโลยีดิจิทัลทำให้ผู้คนสามารถผลิตและกระจายเนื้อหาสร้างสรรค์ได้ง่ายขึ้น การเชื่อมต่อข้ามพรมแดน ศิลปินและผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงตลาดโลกได้โดยตรง การเปลี่ยนแปลงของงาน งานสร้างสรรค์มักไม่มีเส้นแบ่งชัดเจนระหว่างเวลาทำงานกับเวลาส่วนตัว ความเปราะบางใหม่ งานสร้างสรรค์มักไม่มั่นคง รายได้ไม่แน่นอน ต้องแข่งขันกับผู้ผลิตทั่วโลก

ในบริบทของประเทศพุทธ การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ คือ การฟื้นฟูภูมิปัญญาท้องถิ่น เศรษฐกิจสร้างสรรค์สร้างแรงจูงใจให้คนรุ่นใหม่เรียนรู้และสืบทอดภูมิปัญญา การสร้างชุมชนที่

เข้มแข็ง การพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ร่วมกันสร้างความเป็นชุมชน การต่อรองกับโลกาภิวัตน์ ชุมชนใช้วัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นเครื่องมือในการต่อรองกับกระแสวัฒนธรรมโลก

๑.๓.๑.๕. มติคุณธรรมและจริยธรรม (Ethics and Morality)

จากมุมมองสังคมวิทยา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ยกประเด็นคุณธรรมและจริยธรรมหลายประการ ได้แก่ การแสวงหาผลกำไรจากวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ยอมรับได้หรือไม่ โดยเฉพาะวัฒนธรรมศักดิ์สิทธิ์เช่นพุทธศาสนา ใครควรได้รับผลประโยชน์ ผู้สร้างสรรค์ ชุมชน บริษัท หรือสังคมโดยรวม ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม การผลิตสร้างสรรค์ควรคำนึงถึงผลกระทบอะไรบ้าง **ความยุติธรรมในการเข้าถึง** ทุกคนมีโอกาสเข้าถึงทรัพยากรและผลประโยชน์จากเศรษฐกิจสร้างสรรค์เท่าเทียมกันหรือไม่

ในบริบทพุทธศาสนา หลักธรรมที่เกี่ยวข้องกับประเด็นเหล่านี้ คือ **สัมมาอาชีวะ** (การเลี้ยงชีพชอบ) การประกอบอาชีพที่ถูกต้อง ไม่เอาเปรียบ ไม่หลอกลวง **อปริคหะ** (ความไม่ถือของ) การไม่ยึดติดในทรัพย์สิน ความสมดุลระหว่างการสร้างรายได้กับความพอเพียง **สังคหวัตถุ ๔** (ธรรมที่เป็นเหตุให้สามัคคี) การแบ่งปัน การพูดจาดี การช่วยเหลือ ความเสมอภาค

๑.๓.๒ ทูทางสังคมและทูทางวัฒนธรรม

แนวคิดเรื่องทุน (Capital) ในมิติต่างๆ เป็นกรอบคิดสำคัญในการวิเคราะห์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ทางสังคมวิทยา โดยเฉพาะแนวคิดของ Bourdieu (2020) ที่เสนอว่านอกจากทุนทางเศรษฐกิจแล้ว ยังมีทุนรูปแบบอื่นที่มีความสำคัญ คือ ทุนทางสังคมและทุนทางวัฒนธรรม

๑.๓.๒.๑ ทุนทางสังคม (Social Capital)

Putnam (2021) นิยามทุนทางสังคมว่าเป็น "คุณลักษณะของการจัดองค์กรทางสังคม เช่น เครือข่าย บรรทัดฐาน และความไว้วางใจที่อำนวยความสะดวกในการประสานงานและความร่วมมือเพื่อผลประโยชน์ร่วมกัน" ทุนทางสังคมมีองค์ประกอบสำคัญ ดังนี้

๑.๓.๒.๑.๑. เครือข่ายความสัมพันธ์ (Networks) การเชื่อมโยงระหว่างบุคคลและกลุ่ม แบ่งเป็น **Bonding Social Capital** เครือข่ายภายในกลุ่มที่มีความเหมือนกัน (ครอบครัว เพื่อนสนิท ชุมชน) ให้ความรู้สึกร่วมเป็นเจ้าของและการสนับสนุนทางอารมณ์ **Bridging Social Capital** เครือข่ายข้ามกลุ่มที่มีความแตกต่าง เชื่อมต่อคนที่มีทรัพยากรและข้อมูลที่แตกต่างกัน **Linking Social Capital** เครือข่ายที่เชื่อมระหว่างระดับอำนาจที่ต่างกัน เข้าถึงทรัพยากรและอำนาจจากสถาบัน

๑.๓.๒.๑.๒. บรรทัดฐานและค่านิยม (Norms and Values)

กฎเกณฑ์และความเชื่อที่แบ่งปันกันในสังคม เช่น การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน (Reciprocity) ความรับผิดชอบต่อส่วนรวม ความซื่อสัตย์และความเป็นธรรม

๑.๓.๒.๑.๓. ความไว้วางใจ (Trust) ความเชื่อมั่นระหว่างสมาชิกในสังคม แบ่งเป็น ความไว้วางใจระหว่างบุคคล (Interpersonal Trust) ความไว้วางใจในสถาบัน (Institutional Trust) ความไว้วางใจทั่วไป (Generalized Trust)

ในบริบทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทูทางสังคมมีบทบาทสำคัญ คือ ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้ เครือข่ายที่เข้มแข็งทำให้ศิลปินและผู้สร้างสรรค์แบ่งปันความรู้และเทคนิค ลดต้นทุนการทำธุรกรรม ความไว้วางใจช่วยลดความจำเป็นในการทำสัญญาที่ซับซ้อน สร้างการร่วมมือและนวัตกรรม บรรทัดฐานของความร่วมมือส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมร่วมกัน เข้าถึงทรัพยากร เครือข่ายช่วยเข้าถึงเงินทุน ตลาด และโอกาสต่างๆ

ในบริบทพุทธศาสนา ทูทางสังคมมีรากฐานจาก สังฆะ (Community) แนวคิดชุมชนพุทธที่เน้นความเป็นพี่น้องและการสนับสนุนกัน สังคหวัตถุ ๔ ทาน (การให้) ปิยวาจา (การพูดจาดี) อตถจริยา (การช่วยเหลือ) สมานัตตตา (ความเสมอภาค) กัลยาณมิตร (เพื่อนที่ดี) เครือข่ายที่สนับสนุนการพัฒนาทางจิตวิญญาณและโลกียะ ปรมัตถประโยชน์ (ประโยชน์สูงสุด) การมุ่งผลประโยชน์ส่วนรวม ไม่ใช่เฉพาะตนเอง ตัวอย่างทูทางสังคมในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ชุมชนทอผ้าในอีสาน มีการแบ่งปันลวดลายและเทคนิค ช่วยเหลือกันในการผลิตและการตลาด เครือข่ายศิลปินในศรีลังกา ศิลปินรุ่นใหม่เรียนรู้จากช่างฝีมือรุ่นพ่อ มีการส่งต่อภูมิปัญญา กลุ่มผู้ประกอบการสร้างสรรค์ มีการแบ่งปันข้อมูลตลาด เทคโนโลยี และการตลาดร่วมกัน

๑.๓.๒.๒. ทูทางวัฒนธรรม (Cultural Capital)

Bourdieu (2020) นิยามทูทางวัฒนธรรมว่าเป็นความรู้ ทักษะ การศึกษา และรสนิยมที่สามารถแปลงเป็นสถานะทางสังคมและประโยชน์ทางเศรษฐกิจได้ ทูทางวัฒนธรรมมี ๓ รูปแบบ

๑.๓.๒.๒.๑. ทูทางวัฒนธรรมที่รวมกาย (Embodied Cultural Capital) ความรู้ ทักษะ และนิสัยที่ฝังลึกในตัวบุคคล เช่น ทักษะทางศิลปะและงานฝีมือ รสนิยม และความเข้าใจทางศิลปะ ภาษาและการสื่อสาร มารยาทและพฤติกรรมทางสังคม

๑.๓.๒.๒.๒. ทูทางวัฒนธรรมที่เป็นวัตถุ (Objectified Cultural Capital)

วัตถุทางวัฒนธรรมที่บุคคลเป็นเจ้าของ เช่น หนังสือและงานศิลปะ เครื่องดนตรีและอุปกรณ์สร้างสรรค์ มรดกทางวัฒนธรรม

๑.๓.๒.๒.๓. ทูทางวัฒนธรรมที่เป็นสถาบัน (Institutionalized Cultural Capital) คุณวุฒิและการรับรองทางสถาบัน เช่น ปริญญาทางศิลปะและการออกแบบ รางวัลและการยอมรับจากสถาบัน ใบอนุญาตประกอบอาชีพ

ในบริบทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทูทางวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญ ได้แก่ สร้างความแตกต่างและคุณค่า ผู้ที่มีทูทางวัฒนธรรมสูงสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าและเป็นเอกลักษณ์ เข้าถึงโอกาสและเครือข่าย ทูทางวัฒนธรรมช่วยเปิดประตูสู่โอกาสทางการศึกษาและอาชีพ สร้างอำนาจในการกำหนดรสนิยม ผู้ที่มีทูทางวัฒนธรรมสูงมีอำนาจในการกำหนดว่าอะไรคือ "ศิลปะชั้นสูง" หรือ "สร้างสรรค์"

ในบริบทพุทธศาสนา ทูทางวัฒนธรรมรวมถึง ความรู้ทางธรรม ความเข้าใจหลักธรรม และปรัชญาพุทธ ทักษะทางศิลปะพุทธ การแกะสลัก การวาดภาพ การสร้างพระพุทธรูป ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความรู้เรื่องสมุนไพร การทอผ้า พิธีกรรม ภาษาบาลี สันสกฤต ความสามารถในการอ่านและเข้าใจคัมภีร์ทางพุทธศาสนา

ความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางสังคมและทุนทางวัฒนธรรม เสริมกำลังกัน ทุนทางสังคมช่วยในการส่งถ่ายทุนทางวัฒนธรรม เครือข่ายที่แข็งแกร่งทำให้ภูมิปัญญาถ่ายทอดได้ดี สามารถแปลงกันได้ ทุนทางวัฒนธรรมสามารถสร้างทุนทางสังคม (คนที่มีความรู้มักได้รับการยอมรับและสร้างเครือข่าย) และทุนทางสังคมช่วยเพิ่มทุนทางวัฒนธรรม (เครือข่ายช่วยเข้าถึงความรู้และโอกาสการเรียนรู้) สร้างความเหลื่อมล้ำ ทั้งสองรูปแบบของทุนมักกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มคนบางกลุ่ม สร้างความไม่เท่าเทียม

ความท้าทายในการพัฒนาทุนทั้งสอง คือ การเข้าถึงที่ไม่เท่าเทียม คนในเมืองมีโอกาสเข้าถึงมากกว่าคนในชนบท การสูญเสียภูมิปัญญา เมื่อคนรุ่นเก๋าล่วงลับ ภูมิปัญญาอาจสูญหายไป ด้วย การครอบงำโดยวัฒนธรรมหลัก วัฒนธรรมท้องถิ่นอาจถูกมองว่าด้อยกว่าวัฒนธรรมสากล

กลยุทธ์ในการเสริมสร้างทุนทั้งสอง การศึกษาและการฝึกอบรม พัฒนาทักษะและความรู้ทางวัฒนธรรม การสร้างเครือข่ายและชุมชนการเรียนรู้ ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้

การบันทึกและจัดเก็บภูมิปัญญา ทำให้ความรู้เข้าถึงได้ง่ายและยั่งยืน การยกย่องและให้คุณค่าวัฒนธรรมท้องถิ่น สร้างความภาคภูมิใจและแรงจูงใจในการเรียนรู้

๑.๓.๓ ความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

จากมุมมองทางสังคมวิทยาเศรษฐกิจ (Economic Sociology) เศรษฐกิจไม่ได้แยกออกจากสังคมและวัฒนธรรม แต่ฝังตัว (Embedded) อยู่ในการสัมพันธ์ทางสังคมและบริบททางวัฒนธรรม การเข้าใจความสัมพันธ์นี้มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ยั่งยืน

๑.๓.๓.๑ แนวคิดการฝังตัวของเศรษฐกิจ (Economic Embeddedness)

Granovetter (2020) เสนอว่าการกระทำทางเศรษฐกิจทุกรูปแบบฝังตัวอยู่ในเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคม การซื้อขาย การลงทุน การผลิต ล้วนได้รับอิทธิพลจาก **ความสัมพันธ์ส่วนบุคคล** ความไว้วางใจระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย **บรรทัดฐานทางสังคม** กฎเกณฑ์ที่ไม่เป็นลายลักษณ์อักษรเกี่ยวกับการค้าขาย **สถาบันทางสังคม** ครอบครัว ชุมชน สมาคม ที่รองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

ในบริบทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การฝังตัวนี้ชัดเจนเป็นพิเศษเพราะ **คุณค่าของผลิตภัณฑ์ขึ้นอยู่กับความหมายทางสังคมและวัฒนธรรม** ผ้าไทยมีคุณค่าไม่ใช่เพราะด้ายเพียงอย่างเดียว แต่เพราะเรื่องเล่า ความหมาย และความเชื่อมโยงทางวัฒนธรรม การผลิตอาศัยความสัมพันธ์ทางสังคม ช่างฝีมือมักเรียนรู้จากครอบครัว ชุมชน ผ่านความสัมพันธ์แบบพ่อลูกหรือครู ศิษย์ การตลาดอาศัยเครือข่ายและความไว้วางใจ ผู้ซื้อมักซื้อจากคนที่รู้จักหรือได้รับการแนะนำ

๑.๓.๓.๒ รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

Zelizer (2020) เสนอแนวคิด "วงจรเศรษฐกิจและวัฒนธรรม" (Economic and Cultural Circuits) ที่แสดงให้เห็นว่าเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมมีปฏิสัมพันธ์กันในลักษณะวงจร

๑.๓.๓.๒.๑. วัฒนธรรมสร้างรูปแบบเศรษฐกิจ ค่านิยมและความเชื่อ

ทางวัฒนธรรมกำหนดว่าอะไรมีคุณค่า สมควรผลิตและบริโภค ประเพณีและพิธีกรรมสร้างความต้องการสินค้าและบริการบางประเภท ความหมายทางสัญลักษณ์เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ตัวอย่าง วัฒนธรรมการถวายภัตตาหารพระในประเทศไทยพุทธสร้างความต้องการอาหารบางประเภท ภาชนะบาตร และดอกไม้

๑.๓.๓.๒.๒. เศรษฐกิจสร้างรูปแบบสังคมและวัฒนธรรม การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างงานและบทบาททางสังคมใหม่ การค้าขายทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม รายได้จากเศรษฐกิจสร้างสรรค์สนับสนุนการจัดงานเทศกาลและพิธีกรรม ตัวอย่าง รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมช่วยฟื้นฟูประเพณีและเทศกาลที่เคยถูกลืม

๑.๓.๓.๒.๓. สังคมเชื่อมโยงเศรษฐกิจและวัฒนธรรม สถาบันทางสังคม (ครอบครัว ชุมชน สมาคม) เป็นพื้นที่ที่เศรษฐกิจและวัฒนธรรมมาบรรจบกัน เครือข่ายทางสังคมเป็นช่องทางในการกระจายผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ บรรทัดฐานทางสังคมควบคุมการผลิตและการค้าขายให้สอดคล้องกับค่านิยมทางวัฒนธรรม ตัวอย่าง วัดในประเทศพุทธเป็นทั้งสถาบันทางศาสนา ศูนย์กลางชุมชน และตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ทางศาสนา

๑.๓.๓.๓ ในบริบทพุทธศาสนา ความสัมพันธ์นี้มีลักษณะพิเศษ

๑.๓.๓.๓.๑. เศรษฐกิจเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตทางธรรม คือ การทำมาหากินไม่ได้แยกออกจากการปฏิบัติธรรม (สัมมาอาชีวะ การเลี้ยงชีพชอบ) การทำงานเป็นการฝึกสติ สมาธิ และปัญญา การแบ่งปันผลกำไรเป็นการทำบุญและสร้างกุศล

๑.๓.๓.๓.๒. วัฒนธรรมพุทธเป็นทั้งทรัพยากรและข้อจำกัดทางเศรษฐกิจ ได้แก่ ทรัพยากร ศิลปะ สถาปัตยกรรม วรรณกรรม พิธีกรรมเป็นแหล่งของผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ ข้อจำกัด หลักธรรมบางข้อจำกัดการแสวงหากำไร (เช่น ความไม่โลภ การไม่เอาเปรียบ)

๑.๓.๓.๓.๓. สังคมพุทธมีโครงสร้างที่รองรับเศรษฐกิจแบบพุทธ ได้แก่ วัด เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ชุมชน มีวัฒนธรรมการช่วยเหลือกัน (บุญคุณ แรงงานแลกเปลี่ยน) เครือข่ายพุทธ เชื่อมโยงชุมชนพุทธทั่วโลก สร้างโอกาสทางการค้าและความร่วมมือ

Payutto (2020) เสนอแนวคิด "พุทธเศรษฐศาสตร์" ที่เน้นความสมดุลและความสัมพันธ์เชิงระบบระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม คือ เศรษฐกิจต้องรับใช้สังคมและวัฒนธรรม ไม่ใช่ให้สังคมและวัฒนธรรมรับใช้เศรษฐกิจ การพัฒนาต้องมุ่งความเป็นอยู่ที่ดี (Well being) ไม่ใช่แค่ความมั่งคั่งทางวัตถุ ความยั่งยืนเกิดจากความสมดุล ระหว่างความต้องการกับทรัพยากร ระหว่างส่วนตัวกับส่วนรวม ระหว่างปัจจุบันกับอนาคต

๑.๓.๔ การวิเคราะห์เชิงโครงสร้างและเชิงตัวแสดง

การวิเคราะห์ทางสังคมวิทยามักใช้สองมุมมองที่เสริมกัน คือ การวิเคราะห์เชิงโครงสร้าง (Structural Analysis) และการวิเคราะห์เชิงตัวแสดง (Agency Analysis) ทั้งสองมุมมองนี้สำคัญต่อการเข้าใจเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างรอบด้าน

๑.๓.๔.๑ การวิเคราะห์เชิงโครงสร้าง (Structural Analysis)

มุมมองนี้เน้นที่โครงสร้างทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองที่กำหนดขอบเขตและโอกาสของการกระทำของบุคคล องค์ประกอบของโครงสร้างที่สำคัญ ได้แก่

๑.๓.๔.๑.๑. โครงสร้างทางเศรษฐกิจ ได้แก่ ระบบทุนนิยม กลไกตลาด การแข่งขัน การสะสมทุน โหมตการผลิต วิธีการจัดการการผลิตและการกระจายผลผลิต **ห่วงโซ่มูลค่า** ตั้งแต่วัตถุดิบ การผลิต การกระจาย ถึงผู้บริโภค **โครงสร้างตลาด** ผู้เล่นหลัก อำนาจการต่อรอง การแข่งขัน

ในบริบทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ศิลปินและผู้สร้างสรรค์มักอยู่ในตำแหน่งที่อ่อนแอในห่วงโซ่มูลค่า มีอำนาจต่อรองน้อย บริษัทข้ามชาติมีอำนาจในการกำหนดรสนิยมและราคา เทคโนโลยีดิจิทัลเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการผลิตและการกระจาย

๑.๓.๔.๑.๒. โครงสร้างทางสังคม ได้แก่ **ชนชั้น** การแบ่งชั้นตามทุนรายได้ อาชีพ การศึกษา **เพศสภาพ** บทบาทและโอกาสที่แตกต่างของเพศต่างๆ **ชาติพันธุ์** ความหลากหลายและความเหลื่อมล้ำทางชาติพันธุ์ **ภูมิภาค** ความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท

ในบริบทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คนชนชั้นกลางและสูงมีโอกาเข้าถึงการศึกษาทางศิลปะมากกว่า ผู้หญิงมีบทบาทสำคัญในงานหัตถกรรม แต่อาจได้รับรายได้น้อยกว่าผู้ชาย ชุมชนชนเผ่า น้อยมักมีภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์แต่ขาดการสนับสนุน

๑.๓.๔.๑.๓. โครงสร้างทางการเมือง ได้แก่ **นโยบายของรัฐ** การสนับสนุน การควบคุม ภาษี **กฎหมายและระเบียบ** ลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า มาตรฐานผลิตภัณฑ์ **สถาบันทางวัฒนธรรม** กระทรวงวัฒนธรรม พิพิธภัณฑ์ มหาวิทยาลัย

ในบริบทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นโยบายของรัฐมีผลโดยตรงต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ กฎหมายลิขสิทธิ์ปกป้องผู้สร้างสรรค์แต่อาจจำกัดการเข้าถึงวัฒนธรรม สถาบันทางวัฒนธรรมมีอำนาจในการกำหนดว่าอะไรคือ "ศิลปะชั้นสูง"

๑.๓.๔.๑.๔. โครงสร้างทางวัฒนธรรม ได้แก่ **วาทกรรมหลัก** (Dominant Discourse) แนวคิดและค่านิยมที่ครอบงำสังคม **อุดมการณ์** ระบบความเชื่อที่ชอบธรรมให้กับโครงสร้างอำนาจ **บรรทัดฐานทางสังคม** กฎเกณฑ์และความคาดหวังทางสังคม

ในบริบทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ วาทกรรมเรื่อง "ความทันสมัย" อาจทำให้วัฒนธรรมท้องถิ่นถูกมองว่าล้าสมัย อุดมการณ์ทุนนิยมเน้นกำไรและการเติบโต อาจขัดแย้งกับค่านิยมทางวัฒนธรรม บรรทัดฐานเรื่องเพศสภาพอาจจำกัดโอกาสของผู้หญิงในบางสาขา

โครงสร้างเหล่านี้มีผลต่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดย **สร้างโอกาสและข้อจำกัด** บางกลุ่มมีโอกาสมากกว่าบางกลุ่ม **กำหนดกฎเกณฑ์** สิ่งที่ทำได้และทำไม่ได้ **สร้างความไม่เท่าเทียม** การกระจายทรัพยากรและอำนาจที่ไม่เท่ากัน

๑.๓.๔.๒ การวิเคราะห์เชิงตัวแสดง (Agency Analysis)

มุมมองนี้เน้นที่ความสามารถของบุคคลและกลุ่มในการตัดสินใจ กระทำ และเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ของตนเอง แม้ภายใต้ข้อจำกัดของโครงสร้าง Giddens (2021) เรียกความสามารถนี้ว่า "ตัวแสดง" (Agency)

องค์ประกอบของตัวแสดง ได้แก่

๑.๓.๔.๒.๑. ความสามารถในการตัดสินใจ (Autonomy) เลือกที่จะทำอะไร อย่างไร และเมื่อไหร่ ปฏิเสธหรือต่อรองกับข้อบังคับทางโครงสร้าง สร้างทางเลือกใหม่ที่ไม่มีอยู่เดิม

ในบริบทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ศิลปินเลือกสร้างสรรค์ผลงานที่สะท้อนอัตลักษณ์และค่านิยมของตนเอง ผู้ประกอบการตัดสินใจพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากกระแสหลัก ชุมชนเลือกรูปแบบการพัฒนาที่สอดคล้องกับบริบทของตนเอง

๑.๓.๔.๒.๒. ความสามารถในการกระทำ (Action) ได้แก่ การลงมือทำ ทดลอง สร้างสรรค์ ระดมทรัพยากรและพันธมิตรแก้ปัญหาและปรับตัวตามสถานการณ์

ในบริบทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ช่างฝีมือพัฒนาเทคนิคและนวัตกรรมใหม่ ผู้ประกอบการสร้างเครือข่ายและตลาดใหม่ ชุมชนจัดงานเทศกาลและกิจกรรมทางวัฒนธรรม

๑.๓.๔.๒.๓. ความสามารถในการสะท้อนคิด (Reflexivity) ได้แก่ ทบทวนและประเมินการกระทำของตนเอง เรียนรู้จากประสบการณ์และปรับปรุง ตระหนักถึงตำแหน่งและบทบาทของตนในโครงสร้าง

ในบริบทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ศิลปินวิพากษ์และพัฒนาผลงานอย่างต่อเนื่อง ชุมชน ทบทวนและปรับกลยุทธ์การพัฒนา ผู้ประกอบการเรียนรู้จากความสำเร็จและความล้มเหลว

๑.๓.๔.๒.๔. ความสามารถในการต่อต้านและเปลี่ยนแปลง (Resistance and Transformation) ได้แก่ ความท้าทายโครงสร้างและบรรทัดฐานที่ไม่เป็น ธรรม สร้างทางเลือกและแนวปฏิบัติใหม่ รวมตัวกันเพื่อเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง

ในบริบทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ศิลปินใช้ผลงานวิพากษ์สังคมและต่อต้านความไม่เป็น ธรรม ชุมชนสร้างระบบการค้าที่เป็นธรรม (Fair Trade) กลุ่มผู้ผลิตรวมตัวเป็นสหกรณ์เพื่อเพิ่ม อำนาจต่อรอง

ในบริบทพุทธศาสนา ตัวแสดงมีลักษณะพิเศษ ได้แก่ **กรรม** การกระทำของบุคคลมีผล ต่ออนาคตของตนเอง (คำสอนเรื่องกรรม) **วิริยะ (ความเพียร)** ความพยายามและการลงมือทำเป็น คุณสมบัติสำคัญ **สติปัญญา** การตัดสินใจอย่างรอบคอบด้วยสติและปัญญา **เมตตากรุณา** การ กระทำเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นและส่วนรวม

๑.๓.๔.๓ ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างและตัวแสดง

Giddens (2021) เสนอทฤษฎี "การจัดโครงสร้าง" (Structuration Theory) ที่อธิบาย ว่าโครงสร้างและตัวแสดงมีความสัมพันธ์แบบสองทาง (Duality)

๑.๓.๔.๓.๑. โครงสร้างทำให้เกิดตัวแสดง (Structure Enables Agency) ได้แก่ โครงสร้างให้ทรัพยากร (เงินทุน ความรู้ เครือข่าย) โครงสร้างให้กฎเกณฑ์และ แนวทาง โครงสร้างสร้างโอกาสและช่องทาง ตัวอย่าง โครงสร้างทางการศึกษาทำให้ศิลปินมี โอกาสพัฒนาทักษะ

๑.๓.๔.๓.๒. โครงสร้างจำกัดตัวแสดง (Structure Constrains Agency) ได้แก่ โครงสร้างสร้างอุปสรรคและข้อจำกัด โครงสร้างกำหนดสิ่งที่ยอมรับได้และไม่ได้ โครงสร้างสร้างความไม่เท่าเทียมในการเข้าถึงทรัพยากร ตัวอย่าง โครงสร้างทางเศรษฐกิจทำให้ ศิลปินจากครอบครัวยากจนเข้าถึงการศึกษาได้ยากกว่า

๑.๓.๔.๓.๓. ตัวแสดงสร้างสรรคและทำซ้ำโครงสร้าง (Agency Reproduces Structure) ได้แก่ การกระทำของบุคคลตามกฎเกณฑ์ทำให้โครงสร้างคงอยู่ การใช้ ทรัพยากรตามวิถีเดิมเสริมสร้างโครงสร้าง นิสัยและแบบแผนทางสังคมสืบทอดโครงสร้าง ตัวอย่าง ศิลปินที่ทำงานตามระบบแกลเลอรีแบบเดิมช่วยคงไว้ซึ่งโครงสร้างตลาดศิลปะ

๑.๓.๔.๓.๔. ตัวแสดงเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง (Agency Transforms Structure) ได้แก่ การกระทำที่แตกต่างสร้างแบบแผนใหม่ การรวมตัวและการเคลื่อนไหวท้าทายโครงสร้าง นวัตกรรมทางสังคมสร้างโครงสร้างใหม่ตัวอย่าง ศิลปินที่ขายผลงานผ่านออนไลน์ โดยตรงเปลี่ยนโครงสร้างตลาดศิลปะ

การวิเคราะห์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ต้องพิจารณาทั้งสองมิติ ได้แก่ **มองโครงสร้าง** เพื่อเข้าใจข้อจำกัดและโอกาสที่มีอยู่ **มองตัวแสดง** เพื่อเห็นศักยภาพและทางเลือกในการเปลี่ยนแปลง **มองความสัมพันธ์** เพื่อออกแบบการแทรกแซงที่เหมาะสม

นโยบายและโครงการที่ดีควร **เปลี่ยนแปลงโครงสร้างที่ไม่เป็นธรรม** เช่น กฎหมาย นโยบาย สถาบัน **เสริมพลังให้ตัวแสดง** เช่น การศึกษา การสร้างเครือข่าย การเข้าถึงทุน **สร้างพื้นที่ให้ตัวแสดงเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง** เช่น เวทีมีส่วนร่วม แพลตฟอร์มใหม่

จากการทบทวนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในมิติพุทธศาสนาและสังคมวิทยาตั้งที่กล่าวมา ผู้เขียนเห็นว่า แม้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และ Soft Power จะได้รับการพัฒนาอย่างกว้างขวางในบริบทตะวันตก แต่การนำแนวคิดดังกล่าวมาใช้ในสังคมที่มีรากฐานทางพุทธศาสนา จำเป็นต้องมีกรอบการวิเคราะห์ที่คำนึงถึงมิติทางปัญญา จริยธรรม และการพัฒนาภายในของมนุษย์อย่างจริงจัง

ผู้เขียนจึงเสนอแนวคิด “ภูมิพลังปัญญาพุทธ” ในฐานะกรอบแนวคิดเฉพาะ (context-specific framework) สำหรับการวิเคราะห์และพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในสังคมพุทธ โดยมองว่า พลังอ่อนที่ยั่งยืนมิได้เกิดจากการดึงดูดเชิงภาพลักษณ์หรือการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว หากแต่เกิดจากการผสานปัญญา ศีลธรรม และความสัมพันธ์ทางสังคมเข้าด้วยกัน ในความหมายนี้ ภูมิพลังปัญญาพุทธมิใช่เพียงเครื่องมือทางเศรษฐกิจหรือวัฒนธรรม แต่เป็นกระบวนการพัฒนาสังคมที่เริ่มต้นจากการพัฒนาคน ชุมชน และสถาบันทางสังคม ซึ่งสอดคล้องกับหลักพุทธปัญญาเรื่องการพัฒนาจากภายในสู่ภายนอก แนวคิดดังกล่าวจะถูกนำไปใช้เป็นกรอบหลักในการวิเคราะห์กรณีศึกษาศรีลังกา การเปรียบเทียบกับบริบทของประเทศไทย และการเสนอแนวทางเชิงนโยบายในบทถัดไปของหนังสือเล่มนี้

๑.๔ พุทธศาสนากับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

๑.๔.๑ หลักธรรมทางพุทธศาสนาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา

พุทธศาสนาเถรวาทมีหลักธรรมมากมายที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน หลักธรรมสำคัญที่เกี่ยวข้องโดยตรง ได้แก่

๑.๔.๑.๑. อริยสัจ ๔ (The Four Noble Truths)

อริยสัจ ๔ เป็นหลักการพื้นฐานของพุทธศาสนาที่สามารถประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาการพัฒนา ได้แก่ **ทุกข์ (Dukkha)** การรับรู้ปัญหาและความทุกข์ที่มีอยู่ในบริบทการพัฒนา คือ การระบุปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างตรงไปตรงมา เช่น ความยากจน ความเหลื่อมล้ำ การสูญเสียวัฒนธรรม **สมุทัย (Samudaya)** การวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา ในการพัฒนา คือ การทำความเข้าใจรากเหง้าของปัญหา เช่น ระบบเศรษฐกิจที่ไม่เป็นธรรม โครงสร้างอำนาจที่เหลื่อมล้ำ ความโลภและวัตถุนิยม **นิโรธ (Nirodha)** ความเป็นไปได้ในการแก้ไขปัญหาในการพัฒนา คือ การมองเห็นศักยภาพและทางออก เช่น การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ยั่งยืน การสร้างชุมชนที่เข้มแข็ง **มรรค (Maggā)** วิธีการแก้ไขปัญหา ในการพัฒนา คือ กลยุทธ์และแผนปฏิบัติ เช่น การพัฒนาทักษะ การสร้างเครือข่าย การพัฒนานวัตกรรม

หลักอริยสัจ ๔ สอนให้คิดอย่างเป็นระบบ ไม่กระโดดไปแก้ปัญหาโดยไม่เข้าใจสาเหตุ และต้องมีวิธีการที่ชัดเจนในการแก้ไข

๑.๔.๑.๒. อริยมรรคมีองค์ ๘ (The Noble Eightfold Path)

อริยมรรคมีองค์ ๘ เป็นหลักปฏิบัติที่สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้แก่ **สัมมาทิฐิ (Right View)** การมองเห็นอย่างถูกต้อง ในการพัฒนา คือ การมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนและเป็นจริงเกี่ยวกับเป้าหมายและวิธีการพัฒนา **สัมมาสังกัปปะ (Right Intention)** ความตั้งใจที่ถูกต้อง คือ การมีเจตนาที่บริสุทธิ์ในการพัฒนา ไม่เอารัดเอาเปรียบ มุ่งประโยชน์ส่วนรวม **สัมมาวาจา (Right Speech)** การพูดจาถูกต้อง คือ การสื่อสารอย่างตรงไปตรงมา ซื่อสัตย์ ไม่หลอกลวงในการตลาดหรือการสื่อสาร **สัมมากัมมันตะ (Right Action)** การกระทำที่ถูกต้อง คือ การประกอบธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ไม่ทำร้ายผู้อื่นหรือสิ่งแวดล้อม **สัมมาอาชีวะ (Right Livelihood)** การเลี้ยงชีพชอบ คือ การประกอบอาชีพที่ไม่ผิดศีลธรรม ไม่เอารัดเอาเปรียบ สร้างคุณค่าที่แท้จริงให้สังคม **สัมมาวายามะ (Right Effort)** ความเพียรพยายามที่ถูกต้อง คือ การลงมือทำอย่างสม่ำเสมอ พัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง **สัมมาสติ (Right Mindfulness)**

ความระลึกได้ที่ถูกต้อง คือ การทำงานอย่างมีสติ ตระหนักถึงผลกระทบของการกระทำ **สัมมาสมาธิ (Right Concentration)** ความตั้งมั่นที่ถูกต้อง คือ การมีสมาธิและมุ่งมั่นในการทำงาน ไม่ฟุ้งซ่าน (Bodhi, 2020)

๑.๔.๑.๓. อิทธิบาท ๔ (Four Bases of Success)

อิทธิบาท ๔ เป็นหลักธรรมเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จ ประกอบด้วย **ฉันทะ (Desire/Aspiration)** ความต้องการและความปรารถนาที่จะบรรลุเป้าหมาย ในการพัฒนา คือ วิสัยทัศน์และแรงบันดาลใจที่ชัดเจน **วิริยะ (Effort)** ความเพียรพยายาม ในการพัฒนา คือ การลงมือทำอย่างจริงจัง ไม่ย่อท้อ **จิตตะ (Mind/Thought)** ความคิดที่มุ่งมั่น ในการพัฒนา คือ การคิดวิเคราะห์อย่างรอบคอบ วางแผนอย่างรัดกุม **วิมังสา (Investigation/Wisdom)** ปัญญาในการพิจารณา ในการพัฒนา คือ การศึกษาวิจัย เรียนรู้ และประเมินผลอย่างสม่ำเสมอ

๑.๔.๑.๔. สังคหัตถุ ๔ (Four Bases of Social Cohesion)

หลักธรรมนี้เกี่ยวข้องโดยตรงกับการสร้างทุนทางสังคมและความร่วมมือ ได้แก่ **ทาน (Generosity)** ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ การแบ่งปันความรู้ ทรัพยากร และโอกาส **ปิยวาจา (Kind Speech)** การพูดจาที่อ่อนหวาน ให้กำลังใจ สร้างกำลังใจ **อรรถจริยา (Beneficial Action)** การช่วยเหลือให้เกิดประโยชน์แก่กันและกัน **สมานัตตตา (Equality)** การปฏิบัติต่อกันอย่างเสมอภาค ไม่เลือกปฏิบัติ หลักธรรมนี้เป็นรากฐานของทุนทางสังคมในชุมชนพุทธ ช่วยสร้างความเข้มแข็งและความยั่งยืนของเศรษฐกิจชุมชน

๑.๔.๑.๕. ปฏิจจสมุปบาท (Dependent Origination)

หลักปฏิจจสมุปบาทสอนว่าทุกสิ่งเกิดขึ้นเพราะเหตุและปัจจัย เชื่อมโยงและพึ่งพาอาศัยกันทั้งสิ้น (Braun, 2020) ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง **ความเชื่อมโยงระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม** การพัฒนาหนึ่งด้านส่งผลต่ออีกด้าน ต้องคำนึงถึงความสมดุล **ความเป็นระบบ** ปัญหาและการแก้ไขต้องมองในเชิงระบบ ไม่ใช่แบบแยกส่วน **ความรับผิดชอบร่วม** ทุกคนเป็นส่วนหนึ่งของระบบ มีความรับผิดชอบต่อกัน **การพัฒนาแบบองค์รวม** ต้องพัฒนาหลายด้านควบคู่กัน ไม่สามารถแยกเฉพาะด้านเดียว

๑.๔.๑.๖. อนิจจัง ทุกขัง อนัตตา (Impermanence, Suffering, Non self)

สามลักษณะของปรากฏการณ์ทั้งปวงนี้มีความหมายต่อการพัฒนา ได้แก่ **อนิจจัง (Impermanence)** ทุกสิ่งไม่เที่ยง เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ในการพัฒนา คือ ต้องพร้อมปรับตัว

เปิดรับการเปลี่ยนแปลง สร้างความยืดหยุ่น **ทุกขัง (Unsatisfactoriness)** การยึดติดนำมาซึ่งความทุกข์ ในการพัฒนา คือ ไม่ควรยึดติดในวิธีการหรือผลลัพธ์มากเกินไป **อนัตตา (Non self)** ไม่มีสิ่งใดที่เป็นตัวตนอิสระ ในการพัฒนา คือ การมองเห็นความเชื่อมโยง ไม่คิดแบบเห็นแก่ตัว

๑.๔.๑.๗. **ขันติ สันติ นิพพาน (Patience, Peace, Nirvana)**

หลักทั้งสาม มีรายละเอียดดังนี้ **ขันติ (Patience)** ความอดทน ในการพัฒนา คือ การยอมรับว่าการเปลี่ยนแปลงใช้เวลา ไม่เร่งรีบจนสร้างปัญหา **สันติ (Peace)** ความสงบ ในการพัฒนา คือ การสร้างสภาพแวดล้อมที่ปราศจากความรุนแรง ความขัดแย้ง **นิพพาน (Liberation)** ความพ้นทุกข์ ในการพัฒนา คือ เป้าหมายสูงสุดของการพัฒนาคือความเป็นอยู่ที่ดี เสรีภาพจากความทุกข์

การนำหลักธรรมเหล่านี้มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะช่วยให้การพัฒนามีความยั่งยืน สมดุล และก่อให้เกิดความเป็นอยู่ที่ดีที่แท้จริง ไม่ใช่แค่ความมั่งคั่งทางวัตถุ

๑.๔.๒ **มัชฌิมาปฏิปทา (ทางสายกลาง) กับการพัฒนาที่สมดุล**

มัชฌิมาปฏิปทา หรือทางสายกลาง เป็นหลักธรรมพื้นฐานของพุทธศาสนาที่พระพุทธเจ้าทรงค้นพบก่อนตรัสรู้ หลักการนี้สอนให้หลีกเลี่ยงความสุดโต่งทั้งสองข้าง คือ การตามใจตนเองจนเกินไป (กามสุขัลลิกานุโยค) และการทรมานตนเองจนเกินไป (อัตตทกิลมถานุโยค) แนวทางที่ถูกต้อคือทางสายกลางที่สมดุล

การประยุกต์ใช้มัชฌิมาปฏิปทาในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

๑.๔.๒.๑. **ความสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจกับความเป็นอยู่ที่ดี**

ความสุดโต่งที่ควรหลีกเลี่ยง ได้แก่ **สุดโต่งด้านการเติบโต** เน้นแต่ GDP การส่งออก รายได้ โดยไม่คำนึงถึงคุณภาพชีวิต ความสุข และสิ่งแวดล้อม **สุดโต่งด้านการอนุรักษ์**ต่อต้านการพัฒนาทุกรูปแบบ ยึดติดกับอดีต ปฏิเสธความเปลี่ยนแปลง

ทางสายกลาง ได้แก่ การพัฒนาเศรษฐกิจให้เติบโตอย่างเหมาะสมและยั่งยืน คำนึงถึงความเป็นอยู่ที่ดีของคน (Well being) เป็นตัวชี้วัดหลัก รักษาสมดุลระหว่างการสร้างรายได้กับคุณภาพชีวิต

ตัวอย่าง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในศรีลังกาและไทยควรสร้างรายได้ให้ชุมชนโดยไม่ทำลายวิถีชีวิตและสิ่งแวดล้อม

๑.๔.๒.๒. ความสมดุลระหว่างประเพณีกับนวัตกรรม

ความสุดโต่งที่ควรหลีกเลี่ยง ได้แก่ ยึดติดประเพณีเกินไป ปฏิเสธการเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรม ทำให้ตกยุค ทั้งประเพณีโดยสิ้นเชิง เลียนแบบตะวันตกจนสูญเสียอัตลักษณ์

ทางสายกลาง ได้แก่ สืบทอดและพัฒนาประเพณี ไม่ใช่เก็บรักษาแบบตายตัว นำนวัตกรรมมาใช้โดยคำนึงถึงบริบทและความหมายทางวัฒนธรรม สร้างสรรค์สิ่งใหม่บนรากฐานของภูมิปัญญาเดิม ตัวอย่าง การพัฒนาผ้าไทยเป็นแฟชั่นร่วมสมัยโดยคงไว้ซึ่งเทคนิคการทอแบบดั้งเดิมและลวดลายที่มีความหมาย

๑.๔.๒.๓. ความสมดุลระหว่างส่วนบุคคลกับส่วนรวม

ความสุดโต่งที่ควรหลีกเลี่ยง ได้แก่ เห็นแก่ตัวเกินไป แสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัวโดยไม่คำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม เสียสละตนเองเกินไป ละเลยความต้องการของตนเองจนเป็นทุกข์

ทางสายกลาง ได้แก่ สร้างความเป็นอยู่ที่ดีทั้งส่วนตัวและส่วนรวม พัฒนาตนเองไปพร้อมกับมีส่วนร่วมพัฒนาสังคม กระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม ตัวอย่าง โมเดลสหกรณ์หรือวิสาหกิจชุมชนที่สร้างรายได้ให้สมาชิกโดยมีการแบ่งปันผลกำไรและพัฒนาชุมชนร่วมกัน

๑.๔.๒.๔. ความสมดุลระหว่างโลกกับธรรม

ความสุดโต่งที่ควรหลีกเลี่ยง ได้แก่ โลภียสุข (Worldly Success) เท่านั้น มุ่งแต่ความสำเร็จทางโลก ละเลยการพัฒนาจิตใจ โลกุตรรธรรม (Spiritual Pursuit) เท่านั้น หลีกหนีโลก ไม่สนใจปัญหาสังคม

ทางสายกลาง ได้แก่ ผสมผสานการดำเนินชีวิตทางโลกกับการปฏิบัติธรรม ใช้หลักธรรมเป็นแนวทางในการทำงานและดำเนินธุรกิจ สร้างสรรค์ผลงานที่มีทั้งคุณค่าทางเศรษฐกิจและความหมายทางจิตวิญญาณ ตัวอย่าง ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไม้สอยที่ออกแบบด้วยหลักการทางพุทธ (simple living, mindfulness) ทั้งสวยงาม ใช้ประโยชน์ได้จริง และสะท้อนปรัชญาทางพุทธ

๑.๔.๒.๕. ความสมดุลระหว่างท้องถิ่นกับสากล

ความสุดโต่งที่ควรหลีกเลี่ยง ได้แก่ ชาตินิยมสุดโต่ง ปิดกั้นตนเอง ปฏิเสธสิ่งที่มาจากภายนอก สากลนิยมสุดโต่ง ลืมรากเหง้าของตนเอง เลียนแบบสากลจนสูญเสียเอกลักษณ์

ทางสายกลาง ได้แก่ รักษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นขณะที่เปิดกว้างต่อโลก (Glocalization) เรียนรู้และแลกเปลี่ยนกับวัฒนธรรมอื่นโดยไม่สูญเสียตัวตน พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีรากฐานท้องถิ่นแต่

น่าสนใจในตลาดสากลตัวอย่าง ศิลปินพุทธร่วมสมัยที่ผสมผสานเทคนิคและแนวคิดสมัยใหม่กับเนื้อหาและสุนทรียะทางพุทธ สามารถจัดแสดงได้ทั่วโลก

๑.๔.๒.๖. ความสมดุลระหว่างการใช้และการอนุรักษ์ทรัพยากร

ความสุดโต่งที่ควรหลีกเลี่ยง ได้แก่ การใช้ทรัพยากรสิ้นเปลือง แสวงหากำไรสูงสุดโดยไม่คำนึงถึงความยั่งยืน การอนุรักษ์จนไม่มีการพัฒนา เกษตรกรไม่สามารถใช้ประโยชน์

ทางสายกลาง ได้แก่ ใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่าและยั่งยืน พัฒนาโดยคำนึงถึงขีดจำกัดของธรรมชาติ ฟื้นฟูและสร้างสมดุลระบบนิเวศ ตัวอย่าง การใช้วัสดุธรรมชาติในงานหัตถกรรมอย่างยั่งยืน เช่น การปลูกไม้ไผ่เพื่อใช้ทำผลิตภัณฑ์ ไม่ตัดจากป่าธรรมชาติ

Payutto (2020) สรุปความหมายของมัชฌิมาปฏิปทาในการพัฒนาว่า "ไม่ใช่การหาจุดกึ่งกลางทางคณิตศาสตร์ แต่เป็นการหาจุดสมดุลที่เหมาะสมตามบริบทและสถานการณ์ เป็นการใช้ปัญญาในการตัดสินใจ ไม่ใช่การประนีประนอมหรือยอมแพ้"

การนำหลักมัชฌิมาปฏิปทามาใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะช่วยให้ **หลีกเลี่ยงปัญหาที่เกิดจากความสุดโต่ง** เช่น การพัฒนาที่สร้างความเหลื่อมล้ำหรือการอนุรักษ์ที่ทำให้ตกยุค **สร้างความยั่งยืน** เพราะคำนึงถึงมิติต่างๆ อย่างสมดุล **เพิ่มความยืดหยุ่น** สามารถปรับตัวตามสถานการณ์ได้ดี **ลดความขัดแย้ง** ระหว่างกลุ่มที่มีผลประโยชน์ต่างกัน

๑.๔.๓ พุทธเศรษฐศาสตร์และเศรษฐกิจพอเพียง

๑.๔.๓.๑ พุทธเศรษฐศาสตร์ (Buddhist Economics)

พุทธเศรษฐศาสตร์เป็นแนวคิดที่พัฒนาขึ้นโดยนักคิดหลายท่าน โดยเฉพาะ E.F. Schumacher (2021) ในหนังสือ "Small is Beautiful" ที่นำหลักธรรมทางพุทธมาประยุกต์ใช้กับเศรษฐศาสตร์ และพระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตฺโต) ที่พัฒนาแนวคิดนี้ในบริบทไทยอย่างลึกซึ้ง

หลักการสำคัญของพุทธเศรษฐศาสตร์

๑.๔.๓.๑.๑. เป้าหมายของเศรษฐกิจคือความเป็นอยู่ที่ดี ไม่ใช่การบริโภคสูงสุด

เศรษฐศาสตร์กระแสหลักมองว่าเป้าหมายคือการเพิ่มการบริโภคและ GDP ให้สูงที่สุด แต่พุทธเศรษฐศาสตร์มองว่าเป้าหมายคือ **ความเป็นอยู่ที่ดี (Well being)** ทั้งทางกายและจิตใจ ความพอเพียง ไม่ใช่ความมากมาย คุณภาพของชีวิต ไม่ใช่ปริมาณของการบริโภค

๑.๔.๓.๑.๒. การทำงานเป็นการพัฒนาตนเอง ไม่ใช่แค่การหารายได้

ในพุทธเศรษฐศาสตร์ การทำงานมีวัตถุประสงค์สามประการ พัฒนาทักษะและความสามารถของตนเอง ร่วมมือกับผู้อื่นเพื่อเอาชนะอัตตา (ความเห็นแก่ตัว) ผลิตสินค้าและบริการที่จำเป็นสำหรับการมีชีวิตที่ดี

๑.๔.๓.๑.๓. การบริโภคเป็นเครื่องมือ ไม่ใช่เป้าหมาย

ได้แก่ บริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการที่แท้จริง ไม่ใช่ตามความอยาก บริโภคอย่างมีสติ รู้จักพอ ไม่ฟุ้งเฟ้อ เลือกบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพ ยั่งยืน เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

๑.๔.๓.๑.๔. ทรัพยากรต้องใช้อย่างรู้คุณค่าและยั่งยืน

ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติไม่ใช่ของฟรี แต่เป็นมรดกร่วมที่ต้องดูแล ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับบริบท (Appropriate Technology) ไม่ใช่เทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สุด ลดการใช้ทรัพยากร นำกลับมาใช้ใหม่ และรีไซเคิล

๑.๔.๓.๑.๕. ความร่วมมือสำคัญกว่าการแข่งขัน

ได้แก่ เน้นการช่วยเหลือและแบ่งปันกัน ธุรกิจควรมุ่งสร้างคุณค่าร่วมกัน ไม่ใช่การแข่งขันส่วนแบ่งตลาด ความสำเร็จของคนหนึ่งไม่ควรมาจากความล้มเหลวของอีกคน

๑.๔.๓.๒ เศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy)

เศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญาที่พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร พระราชทานไว้เป็นแนวทางการพัฒนาประเทศไทย มีรากฐานมาจากหลักธรรมทางพุทธศาสนา โดยเฉพาะมัชฌิมาปฏิปทา

๑.๔.๓.๒.๑ หลักการเศรษฐกิจพอเพียง

๑.๔.๓.๒.๑.๑. ความพอประมาณ (Moderation) ได้แก่ มีและใช้ในระดับที่พอดี ไม่สุดโต่งจนเกินไป รู้จักพอ ไม่โลภ ไม่ฟุ้งเฟ้อ สร้างความสมดุลในทุกมิติของชีวิต

๑.๔.๓.๒.๑.๒. ความมีเหตุผล (Reasonableness) ได้แก่ ตัดสินใจโดยอาศัยเหตุผล ไม่หลงใหลตามกระแส พิจารณาสาเหตุ ผลกระทบ และความเป็นไปได้ วิเคราะห์อย่างรอบคอบก่อนลงมือทำ

๑.๔.๓.๒.๑.๓. การสร้างภูมิคุ้มกันที่ดี (Risk Management)

ได้แก่ เตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบ สร้างความหลากหลายเพื่อกระจายความเสี่ยง มีแผนสำรอง มีเงินออม มีทุนทางสังคม

๑.๔.๓.๒.๒ เจาะใจความรู้และคุณธรรม

๑.๔.๓.๒.๒.๑ ความรู้ ความรู้รอบด้านที่เกี่ยวข้อง การศึกษาอย่างรอบคอบ การนำความรู้มาประยุกต์ใช้อย่างรอบคอบ

๑.๔.๓.๒.๒.๒ คุณธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต ความอดทน ความเพียร การแบ่งปัน การมีส่วนร่วม

๑.๔.๓.๓ การประยุกต์ใช้ในเศรษฐกิจสร้างสรรค์

๑.๔.๓.๓.๑. การผลิตที่พอเพียง ได้แก่ ผลิตตามความต้องการที่แท้จริง ไม่ผลิตมากเกินไป ใช้ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างคุ้มค่า พัฒนานวัตกรรมที่เหมาะสมกับบริบท ตัวอย่าง กลุ่มทอผ้าที่รับคำสั่งซื้อก่อนทอ ไม่ผลิตมากเกินไปจนเหลือคลังสินค้า

๑.๔.๓.๓.๒. การตลาดที่พอเพียง ได้แก่ ขายในราคาที่เป็นธรรม ไม่เอาเปรียบ สร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า ไม่หลอกลวงโฆษณาด้วยความซื่อสัตย์ ไม่เกินจริง ตัวอย่าง ผู้ประกอบการที่ขายผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์โดยเล่าเรื่องจริงของช่างฝีมือและชุมชน

๑.๔.๓.๓.๓. การจัดการที่พอเพียง ได้แก่ เติบโตในอัตราที่พอดี ไม่เร่งรีบจนสร้างปัญหา สร้างความหลากหลายในผลิตภัณฑ์และตลาด ดูแลพนักงานและชุมชนอย่างดี ตัวอย่าง วิสาหกิจชุมชนที่เติบโตช้าแต่มั่นคง ดูแลสมาชิกทุกคนอย่างเป็นธรรม

๑.๔.๓.๓.๔. การลงทุนที่พอเพียง ได้แก่ ลงทุนตามศักยภาพ ไม่กู้ยืมมากเกินไป เลือกเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับความพร้อม มีเงินสำรองเพื่อรับมือกับวิกฤต ตัวอย่าง ศิลปินที่ลงทุนในอุปกรณ์ที่ละน้อยตามรายได้ ไม่ก่อหนี้ซื้ออุปกรณ์ราคาแพงตั้งแต่เริ่มต้น

พุทธเศรษฐศาสตร์และเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ยั่งยืน เพราะ เน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณ ตรงกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เน้นคุณค่าทางวัฒนธรรมและความหมาย ใช้ทรัพยากรท้องถิ่น ลดการพึ่งพาภายนอก เพิ่มความเข้มแข็งของชุมชน สร้างความสัมพันธ์ที่ดี ระหว่างผู้ผลิต ผู้บริโภค และชุมชน ยั่งยืนในระยะยาว ไม่สร้างหนี้สิน ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ดูแลคนในชุมชน

๑.๔.๔ ความไม่เบียดเบียนและความยั่งยืน

๑.๔.๔.๑ ความไม่เบียดเบียน หรือ อหิงสา (Ahimsa) อหิงสา หรือความไม่เบียดเบียน เป็นหลักการพื้นฐานของพุทธศาสนาที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน Harvey (2021) อธิบายว่าอหิงสาไม่ใช่แค่การไม่ทำร้ายร่างกาย แต่รวมถึง

๑.๔.๔.๑.๑ ความไม่เบียดเบียนทางกาย ได้แก่ ไม่ทำร้ายสิ่งมีชีวิต ไม่ทำลายธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ไม่ผลิตสินค้าที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ

ในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้แก่ ใช้วัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม กระบวนการผลิตที่ไม่สร้างมลพิษผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัย ไม่มีสารพิษ

๑.๔.๔.๑.๒. ความไม่เบียดเบียนทางจิตใจและสังคม ได้แก่ ไม่เอารัดเอาเปรียบ ไม่หลอกลวงหรือสร้างความเข้าใจผิด ไม่สร้างความเหลื่อมล้ำหรือความขัดแย้ง

ในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้แก่ การค้าที่เป็นธรรม (Fair Trade) การตลาดที่ซื่อสัตย์ ไม่เกินจริง การกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม

๑.๔.๔.๑.๓. ความไม่เบียดเบียนทางวัฒนธรรม ได้แก่ ไม่ดูหมิ่นหรือบิดเบือนวัฒนธรรม ไม่ยึดครองวัฒนธรรมของผู้อื่นมาหากำไร (Cultural Appropriation) เคารพและรักษาความหมายทางวัฒนธรรม

ในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้แก่ ใช้สัญลักษณ์ทางศาสนาด้วยความเคารพ ให้เครดิตและแบ่งปันผลประโยชน์กับเจ้าของภูมิปัญญา พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความหมายทางวัฒนธรรม

ตัวอย่างการนำอหิงสามาประยุกต์ใช้

ตัวอย่างที่ ๑ สิ่งทอจากไหมปราศจากความรุนแรง (Peace Silk) ได้แก่ ไหมทั่วไปต้องต้มรังไหมขณะที่ตัวหนอนยังมีชีวิต ไหมปราศจากความรุนแรงรอให้ผีเสื้อออกจากรังก่อนนำรังมาปั่นเป็นไหม แม้จะมีต้นทุนสูงกว่า แต่ก็สอดคล้องกับหลักอหิงสา

ตัวอย่างที่ ๒ ผลิตภัณฑ์ไม้จากไม้ปลูก ได้แก่ แทนที่จะตัดไม้จากป่าธรรมชาติ ปลูกไม้เพื่อใช้ทำผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะ ช่วยอนุรักษ์ป่าไม้และระบบนิเวศ

ตัวอย่างที่ ๓ การออกแบบที่ไม่ใช้หนังสัตว์ ได้แก่ ใช้วัสดุทางเลือกเช่น หนังสังเคราะห์จากพืช พัฒนานวัตกรรมวัสดุใหม่ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

๑.๔.๔.๒ ความยั่งยืน (Sustainability)

ความยั่งยืนในพุทธศาสนามีรากฐานมาจากการหลายประการ

๑.๔.๔.๒.๑. ปฏิจสุมุปาบท การเห็นความเชื่อมโยง

ทุกสิ่งเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน ดังนั้นการกระทำใดๆ ย่อมส่งผลกระทบไปถึงสิ่งอื่น การพัฒนาที่ยั่งยืนต้อง มองเห็นผลกระทบในวงกว้าง (ทั้งปัจจุบันและอนาคต) คำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ สร้างความสมดุลของระบบทั้งหมด

๑.๔.๔.๒.๒. อนิจจัง การยอมรับการเปลี่ยนแปลง

ทุกสิ่งเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ความยั่งยืนจึงไม่ได้หมายถึงการคงไว้ตายตัว แต่หมายถึงความสามารถในการปรับตัว (Resilience) การพัฒนาที่เป็นพลวัตแต่สมดุลการเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลง

๑.๔.๔.๒.๓. กาลังความ ความเหมาะสมตามกาลเทศะ

การกระทำต้องพิจารณาบริบท สถานที่ เวลา และความเหมาะสม ความยั่งยืนจึงต้องเหมาะสมกับบริบทท้องถิ่น ปรับให้เข้ากับสถานการณ์ ไม่เหมือนกันในทุกที่

๑.๔.๔.๓ มิติของความยั่งยืนในเศรษฐกิจสร้างสรรค์

๑.๔.๔.๓.๑. ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ คือ การสร้างรายได้และการจ้างงานในระยะยาว มีความมั่นคงทางการเงิน กระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม

๑.๔.๔.๓.๒. ความยั่งยืนทางสังคม คือ การเสริมสร้างทุนทางสังคมและความเข้มแข็งของชุมชน รักษาและพัฒนาความรู้และทักษะ สร้างความเป็นธรรมและโอกาสที่เท่าเทียม

๑.๔.๔.๓.๓. ความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม คือ การใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า ไม่เกินขีดความสามารถของธรรมชาติ ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม พืชพันธุ์และอนุรักษ์ธรรมชาติ

๑.๔.๔.๓.๔. ความยั่งยืนทางวัฒนธรรม คือการรักษาและพัฒนามรดกทางวัฒนธรรม ส่งถ่ายความรู้สู่คนรุ่นใหม่สร้างสรรค์วัฒนธรรมใหม่บนรากฐานเดิม

กรณีศึกษา โครงการหมู่บ้านหัตถกรรมยั่งยืนในศรีลังกา

หมู่บ้านทำเครื่องปั้นดินเผาแห่งหนึ่งในศรีลังกาประยุกต์ใช้หลักพุทธศาสนาในการพัฒนา ได้แก่ ทางเศรษฐกิจ สร้างรายได้ที่มั่นคง มีการแบ่งปันผลกำไรอย่างเป็นธรรม มีกองทุนชุมชน

ทางสังคม ช่างรุ่นพ่อสอนรุ่นลูก มีการช่วยเหลือกัน มีกิจกรรมทางศาสนาร่วมกัน **ทางสิ่งแวดล้อม** ใช้ดินจากพื้นที่ที่กำหนด ใช้เตาเผาที่ประหยัดพลังงาน ปลุกต้นไม้เพื่อฟื้นฟูดิน **ทางวัฒนธรรม** รักษาพลัดและเทคนิคแบบดั้งเดิม พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สอดคล้องกับความต้องการสมัยใหม่ การนำหลักอหิงสาและความยั่งยืนมาใช้ในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไม่เพียงแต่สอดคล้องกับหลักพุทธศาสนา แต่ยังตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและจริยธรรม เป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและความยั่งยืนในระยะยาว

๑.๕ ความเหมือนและความแตกต่างระหว่างสยามและศรีลังกา

ศรีลังกาและไทย (สยาม) เป็นสองประเทศที่มีความเหมือนและความแตกต่างที่น่าสนใจ การเข้าใจความเหมือนและความต่างนี้จะช่วยให้สามารถเรียนรู้และประยุกต์ใช้บทเรียนจากกันและกันอย่างเหมาะสม

๑.๕.๑ ความเหมือนระหว่างสองประเทศ

๑.๕.๑.๑. รากฐานทางพุทธศาสนาเถรวาท

ทั้งสองประเทศเป็นศูนย์กลางสำคัญของพุทธศาสนาเถรวาทในเอเชียใต้และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Gombrich, 2020) ได้แก่ พุทธศาสนามีอิทธิพลต่อวัฒนธรรม ค่านิยม และวิถีชีวิต วัดเป็นศูนย์กลางของชุมชน พิธีกรรมและประเพณีทางศาสนามีความคล้ายคลึงกัน สงฆ์มีบทบาทสำคัญในสังคม

๑.๕.๑.๒. ประวัติศาสตร์การพัฒนาที่คล้ายกัน

ทั้งสองประเทศมีประสบการณ์ทางประวัติศาสตร์ที่คล้ายคลึง ได้แก่ เคยเป็นอาณานิคม หรือได้รับอิทธิพลจากตะวันตก (ศรีลังกาเป็นอาณานิคมของอังกฤษ ไทยไม่เป็นอาณานิคมแต่ได้รับอิทธิพล) ผ่านการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจจากเกษตรกรรมสู่อุตสาหกรรมและบริการ เผชิญกับความท้าทายในการรักษาอัตลักษณ์ท่ามกลางโลกาภิวัตน์

๑.๕.๑.๓. ความหลากหลายทางวัฒนธรรม

ทั้งสองประเทศมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์และวัฒนธรรม ได้แก่ มีกลุ่มชาติพันธุ์หลากหลายกลุ่มอาศัยอยู่ร่วมกัน มีศาสนาหลากหลาย (แม้พุทธศาสนาจะเป็นศาสนาหลัก) มีภาษาและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่หลากหลาย

๑.๕.๑.๔. ทนทางวัฒนธรรมที่สมบูรณ์

ทั้งสองประเทศมีมรดกทางวัฒนธรรมที่อุดมสมบูรณ์ ได้แก่ ศิลปะและสถาปัตยกรรม พุทธสิ่งดงาม หัตถกรรมพื้นบ้านที่มีเอกลักษณ์ ดนตรี การแสดง และวรรณกรรมที่หลากหลาย ภูมิปัญญาท้องถิ่นในด้านต่างๆ เช่น การแพทย์แผนโบราณ เกษตรกรรม

๑.๕.๑.๕. เศรษฐกิจที่ขึ้นอยู่กับการท่องเที่ยวและการส่งออก

ทั้งสองประเทศมีโครงสร้างเศรษฐกิจที่คล้ายกัน ได้แก่ การท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้สำคัญ การส่งออกสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์แปรรูป มีภาคบริการที่เติบโต

๑.๕.๒ ความแตกต่างระหว่างสองประเทศ

๑.๕.๒.๑. ขนาดและภูมิศาสตร์

๑.๕.๒.๑.๑ ศรีลังกา เป็นประเทศเกาะขนาดเล็ก พื้นที่ ๖๕,๖๑๐ ตารางกิโลเมตร ประชากรประมาณ ๒๒ ล้านคน

๑.๕.๒.๑.๒ ไทย มีขนาดใหญ่กว่า พื้นที่ ๕๑๓,๑๒๐ ตารางกิโลเมตร ประชากรประมาณ ๗๐ ล้านคน มีความหลากหลายทางภูมิศาสตร์มากกว่า

๑.๕.๒.๒ โครงสร้างชาติพันธุ์และภาษา

๑.๕.๒.๒.๑ ศรีลังกา มีความซับซ้อนและความขัดแย้งทางชาติพันธุ์ (สิงหล ทมิฬ มัวร์) เคยมีสงครามกลางเมืองยาวนาน มีภาษาราชการสองภาษา (สิงหลและทมิฬ)

๑.๕.๒.๒.๒ ไทย มีความหลากหลายแต่คนไทยเป็นกลุ่มใหญ่ มีภาษาไทยเป็นภาษาราชการและใช้กันทั่วประเทศ ความขัดแย้งทางชาติพันธุ์มีน้อยกว่า (ยกเว้นในบางพื้นที่)

๑.๕.๒.๓. ระดับการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

๑.๕.๒.๓.๑ ศรีลังกา GDP per capita ประมาณ ๓,๘๐๐ ดอลลาร์สหรัฐ เติบโตวิกฤตเศรษฐกิจในปี 2022-2023 กำลังฟื้นตัว

๑.๕.๒.๓.๒ ไทย GDP per capita ประมาณ ๗,๒๐๐ ดอลลาร์สหรัฐ เศรษฐกิจมีความมั่นคงกว่า แต่เติบโตช้า

๑.๕.๒.๔. จุดแข็งของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

๑.๕.๒.๔.๑ ศรีลังกา มีชื่อเสียงด้าน ชา (Ceylon Tea) อัญมณี (Sapphires) เครื่องเทศ (อบเชย) สิ่งทอ (Batik) งานหัตถกรรมไม้และโลหะ

๑.๕.๒.๔.๒ ไทย มีชื่อเสียงด้าน อาหาร สปา/นวดไทย ผ้าไหม ศิลปหัตถกรรม เครื่องประดับ ภาพยนตร์และดนตรี

๑.๕.๒.๕. บริบททางการเมือง

๑.๕.๒.๕.๑ ศรีลังกา ผ่านสงครามกลางเมือง มีประชาธิปไตยที่มีความไม่มั่นคง เคยมีวิกฤตการเมืองและเศรษฐกิจรุนแรง

๑.๕.๒.๕.๒ ไทย มีความไม่แน่นอนทางการเมืองบ้าง แต่ไม่เคยมีสงครามกลางเมือง มีสถาบันพระมหากษัตริย์เป็นศูนย์รวมใจ

๑.๕.๒.๖. ตำแหน่งทางภูมิศาสตร์

๑.๕.๒.๖.๑ ศรีลังกา เป็นเกาะในมหาสมุทรอินเดีย ใกล้อินเดีย เป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างเอเชียตะวันออกเฉียงและตะวันตก

๑.๕.๒.๖.๒ ไทย อยู่ใจกลางอาเซียน เป็นประตูสู่อินโดจีน เชื่อมต่อกับตลาดขนาดใหญ่หลายประเทศ

ความเหมือนและความแตกต่างเหล่านี้ทำให้การศึกษาศรีลังกามีคุณค่าสำหรับไทย เพราะ เรียนรู้จากความสำเร็จ สิ่งที่ศรีลังกาทำได้ดี ไทยสามารถนำมาประยุกต์ เรียนรู้จากความท้าทาย ปัญหาที่ศรีลังกาเผชิญ ไทยสามารถเตรียมรับมือหรือหลีกเลี่ยง เข้าใจบริบทที่แตกต่าง ปรับประยุกต์ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ของไทย

๑.๕.๓ พุทธศาสนาเถรวาทเป็นรากฐานร่วม

พุทธศาสนาเถรวาทเป็นรากฐานทางวัฒนธรรมร่วมที่สำคัญที่สุดระหว่างศรีลังกาและไทย รากฐานนี้มีความหมายต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์หลายประการ

๑.๕.๓.๑. ประวัติศาสตร์ร่วมทางพุทธศาสนา

๑.๕.๓.๑.๑. ศรีลังกา ได้รับพุทธศาสนาจากพระมหินทเถระในรัชสมัยพระเจ้าอโศกมหาราช (พ.ศ. ๓๐๐ ปีก่อนคริสตกาล) เป็นศูนย์กลางของพุทธศาสนาเถรวาทมาอย่างต่อเนื่อง เป็นที่เก็บรักษาพระไตรปิฎกบาลีที่สมบูรณ์ (Gombrich, 2020)

๑.๕.๓.๑.๒. ไทย ได้รับพุทธศาสนาเถรวาทจากศรีลังกาผ่านพม่าและมอญในสมัยสุโขทัย (พ.ศ. ๑๘๐๐) พระมหากษัตริย์สุโขทัยส่งพระสงฆ์ไปศึกษาที่ศรีลังกาและนำพระธรรมลังกาวงศ์กลับมา

ความเชื่อมโยงทางประวัติศาสตร์นี้สร้าง ความรู้สึกเป็นพี่น้องทางธรรม การแลกเปลี่ยนภูมิปัญญาและศิลปวัฒนธรรมมาอย่างยาวนาน แบบแผนการปฏิบัติและพิธีกรรมที่คล้ายคลึงกัน

๑.๕.๓.๒. อิทธิพลต่อวิถีชีวิตและวัฒนธรรม

พุทธศาสนาเถรวาทมีอิทธิพลต่อทุกมิติของชีวิตในทั้งสองประเทศ

๑.๕.๓.๒.๑. ด้านค่านิยมและความเชื่อ ได้แก่ การให้ความสำคัญกับความเมตตากรุณา การให้ การแบ่งปัน การเคารพผู้อาวุโส ครูบาอาจารย์ ความเชื่อเรื่องกรรม บุญบาป การมุ่งความสงบและความพอเพียง

๑.๕.๓.๒.๒. ด้านการศึกษา ได้แก่ วัดเป็นสถานการศึกษาแห่งแรก พระสงฆ์เป็นครูสอนการอ่านเขียนและศีลธรรม การศึกษาผสมผสานความรู้สมัยใหม่กับคุณธรรม

๑.๕.๓.๒.๓. ด้านศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ ศิลปะและสถาปัตยกรรมพุทธมีบทบาทสำคัญ วรรณกรรมมากมายเกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา ดนตรีและการแสดงมีต้นกำเนิดจากพิธีกรรมทางศาสนา

๑.๕.๓.๓. อิทธิพลต่อเศรษฐกิจและสังคม

พุทธศาสนามีอิทธิพลต่อวิถีการดำเนินธุรกิจและการพัฒนา

๑.๕.๓.๓.๑ หลักการทางเศรษฐกิจ ได้แก่ สัมมาอาชีวะ การประกอบอาชีพสุจริต อปริศคะ ความไม่ถือของ ความพอเพียง ทาน การแบ่งปัน การทำบุญ วิริยะ ความเพียรพยายาม

๑.๕.๓.๓.๒ โครงสร้างสังคม ได้แก่ วัดเป็นศูนย์กลางชุมชน เป็นสถานที่รวมตัวและทำกิจกรรมร่วมกัน ระบบอุปถัมภ์ คนมีฐานะดีดูแลคนยากจน การทำงานเป็นหมู่คณะ การช่วยเหลือกัน

๑.๕.๓.๔. ความคล้ายคลึงในศิลปะและหัตถกรรมพุทธ

ศรีลังกาและไทยมีศิลปะและหัตถกรรมพุทธที่มีความคล้ายคลึงและมีความสวยงาม

๑.๕.๓.๔.๑ ศิลปกรรม ได้แก่ พระพุทธรูป ทั้งสองประเทศมีรูปแบบพระพุทธรูปที่เป็นเอกลักษณ์ แต่มีพื้นฐานร่วมกัน จิตรกรรมฝาผนัง ภาพชาดก ภาพพุทธประวัติ มีเทคนิคและสีสันทที่คล้ายคลึง ประติมากรรม การแกะสลักไม้ หิน โลหะ ที่มีลวดลายพุทธ

๑.๕.๓.๔.๒ สถาปัตยกรรม ได้แก่ เจดีย์/ดาครอบ รูปทรงระฆังคว่ำที่มีต้นกำเนิดร่วมกัน วิหาร สถาปัตยกรรมวัดที่มีองค์ประกอบคล้ายกัน ศาลาการเปรียญ/ สถานที่ศึกษาพระธรรม

๑.๕.๓.๔.๓ หัตถกรรม ได้แก่ ผ้าและสิ่งทอ การทอผ้าที่มีลวดลายทางศาสนา โลหะและอัญมณี เครื่องราชูปโภคและเครื่องบูชา เครื่องไม้ กลองใส่พระ โต๊ะหมู่บูชา

๑.๕.๓.๕. ศักยภาพในการพัฒนาร่วมกัน

รากฐานพุทธศาสนาร่วมกันเปิดโอกาสสำหรับความร่วมมือ

๑.๕.๓.๕.๑ การแลกเปลี่ยนภูมิปัญญา ได้แก่ ช่างฝีมือสามารถเรียนรู้เทคนิคจากกัน การจัดนิทรรศการและเวิร์คช็อปร่วมกัน การส่งเสริมการท่องเที่ยวทางศาสนา ระหว่างกัน

๑.๕.๓.๕.๒ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่ผสมผสานเอกลักษณ์ของทั้งสองประเทศ การสร้างแบรนด์ "พุทธศิลป์เถรวาท" ในตลาดโลก การร่วมมือในการอนุรักษ์และพัฒนามรดกทางวัฒนธรรม

๑.๕.๓.๕.๓ การสร้างเครือข่าย ได้แก่ เครือข่ายศิลปินและผู้ประกอบการสร้างสรรค์พุทธ การจัดงานและเทศกาลร่วมกัน แพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับแบ่งปันความรู้

รากฐานพุทธศาสนาเถรวาทร่วมกันนี้เป็นจุดแข็งที่สำคัญที่ทั้งศรีลังกาและไทยควรใช้ประโยชน์ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นจุดเชื่อมต่อที่ทำให้การเรียนรู้ซึ่งกันและกันเป็นไปได้อย่างราบรื่นและมีความหมาย

๑.๖ ความสำเร็จของศรีลังกาในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

แม้ศรีลังกาจะเผชิญกับความท้าทายหลายประการ แต่ก็มีความสำเร็จหลายด้านในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่น่าสนใจและเป็นแบบอย่างได้ ดังนี้

๑.๖.๑. ความสำเร็จของศรีลังกา

๑.๖.๑.๑ ความสำเร็จในการสร้างแบรนด์ชาติ ศรีลังกาประสบความสำเร็จในการสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์ระดับโลก

Ceylon Tea เป็นแบรนด์ชาที่มีชื่อเสียงที่สุดในโลก มีการปกป้องชื่อทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication) ราคาสูงกว่าชาจากประเทศอื่นเพราะคุณภาพและชื่อเสียง สร้างรายได้ส่งออกกว่า ๑.๕ พันล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี (Export Development Board, 2023)

Ceylon Cinnamon (อบเชยซีลอน) เป็น "อบเชยแท้" คุณภาพสูงที่สุดในโลก แตกต่างจาก Cassia ที่ราคาถูกกว่า มีการส่งออกไปทั่วโลก โดยเฉพาะตลาดพรีเมียม สร้างอาชีพให้เกษตรกรหลายหมื่นครอบครัว

Ceylon Sapphires (ไพลินซีลอน) เป็นอัญมณีที่มีชื่อเสียงระดับโลก มีช่างฝีมือที่มีทักษะสูงในการเจียระไน เป็นแหล่งรายได้จากการส่งออกและการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ประสบความสำเร็จ คือ การใช้คำว่า "Ceylon" เป็นแบรนด์ระดับชาติที่บ่งบอกคุณภาพ การควบคุมคุณภาพอย่างเข้มงวด การเล่าเรื่องราว (Storytelling) เกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวิธีการผลิต การตลาดที่เน้นความพรีเมียมและความเป็นธรรมชาติ

๑.๖.๑.๒. ความสำเร็จในการฟื้นฟูและพัฒนางานหัตถกรรม

ศรีลังกาประสบความสำเร็จในการอนุรักษ์และพัฒนางานหัตถกรรมท้องถิ่น

Batik และสิ่งทอ มีการพัฒนา Batik จากงานพื้นบ้านเป็นแฟชั่นร่วมสมัย ผู้ออกแบบรุ่นใหม่ผสมผสานลวดลายดั้งเดิมกับการออกแบบสมัยใหม่ ส่งออกไปยังตลาดระดับโลก

งานหัตถกรรมไม้และโลหะ มีการรักษาเทคนิคการแกะสลักและหล่อโลหะแบบดั้งเดิม พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ตลาดสมัยใหม่ มีการจัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมช่างฝีมือ

เครื่องหนังและหวาย มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากหนังและหวายคุณภาพสูง ส่งออกไปยังตลาดยุโรปและอเมริกา

ปัจจัยความสำเร็จ คือ มีการสนับสนุนจากรัฐผ่านหน่วยงานเช่น Export Development Board การจัดตั้งศูนย์ออกแบบและนวัตกรรม การเชื่อมโยงช่างฝีมือกับนักออกแบบสมัยใหม่ การจัดแสดงสินค้าในงาน Trade Fair ระดับนานาชาติ

๑.๖.๑.๓. ความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ศรีลังกามีมรดกโลกทางวัฒนธรรม ๘ แห่ง (UNESCO World Heritage Sites) รวมถึง

มรดกทางพุทธศาสนา ได้แก่ เมืองศักดิ์สิทธิ์ Anuradhapura และ Polonnaruwa เมืองเก่า Dambulla พร้อมจิตรกรรมฝาผนังโบราณ วัด Temple of the Tooth ใน Kandy ที่เก็บพระเขี้ยวแก้วพระพุทธเจ้า Sigiriya (หินผาสีงหัลลังก์) ที่มีภาพจิตรกรรมโบราณ

ความสำเร็จ ได้แก่ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยรักษาความสมบูรณ์ การจัดเส้นทางธรรมยาตรา (Buddhist Circuit) การผสมผสานการท่องเที่ยวกับการเรียนรู้วัฒนธรรม การสร้างรายได้ให้ชุมชนโดยรอบแหล่งท่องเที่ยว

๑.๖.๑.๔. ความสำเร็จในการผสมผสานประเพณีกับความทันสมัย

ศรีลังกามีตัวอย่างที่ดีของการพัฒนาที่สมดุล

แฟชั่นและการออกแบบ มีนักออกแบบศรีลังกาสร้างชื่อในเวทีโลก เช่น Sonali Dharmawardena และ Farah Naushan ผสมผสานเทคนิคการทอและย้อมแบบดั้งเดิมกับการออกแบบร่วมสมัย ใช้ผ้าไหมและผ้ายทอมือในคอลเล็กชันแฟชั่นระดับไฮเอนด์

สถาปัตยกรรม มีสถาปนิกเช่น Geoffrey Bawa สร้างสถาปัตยกรรมที่ผสมผสานความทันสมัยกับวัฒนธรรมท้องถิ่น โรงแรมและรีสอร์ทที่ออกแบบด้วยแนวคิด "Tropical Modernism" ได้รับการยอมรับระดับสากลและเป็นแรงบันดาลใจให้สถาปนิกทั่วโลก

ศิลปะร่วมสมัย มีศิลปินศรีลังกาสร้างผลงานที่ผสมผสานเอกลักษณ์ท้องถิ่นกับกระแสศิลปะสมัยใหม่ มีแกลเลอรีและพื้นที่ศิลปะที่ทันสมัยในโคลัมโบ มีตลาดศิลปะที่เติบโตทั้งในประเทศและต่างประเทศ

๑.๖.๑.๕. ความสำเร็จในการสร้างเศรษฐกิจชุมชน

ศรีลังกามีตัวอย่างการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระดับชุมชนที่ประสบความสำเร็จ

กลุ่มทอผ้า มีสหกรณ์สตรีทอผ้าในหลายภูมิภาค มีระบบการฝึกอบรมและถ่ายทอดความรู้ สร้างรายได้มั่นคงให้ครอบครัว

หมู่บ้านหัตถกรรม มีหมู่บ้านเฉพาะทาง เช่น หมู่บ้านทำเครื่องปั้นดินเผา หมู่บ้านแกะสลักไม้ มีการจัดการแบบชุมชน แบ่งปันผลกำไรและความรู้ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สร้างรายได้เพิ่ม

วิสาหกิจชุมชน มีการรวมกลุ่มของช่างฝีมือเพื่อต่อรองและเข้าถึงตลาด มีระบบการจัดการที่โปร่งใส เป็นธรรม ได้รับการสนับสนุนจากรัฐและองค์กรพัฒนาเอกชน

๑.๖.๑.๖. ความสำเร็จในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

ศรีลังกาเริ่มใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

E commerce มีแพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับขายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ช่วยให้ช่างฝีมือเข้าถึงตลาดโลก

Digital Marketing มีการใช้โซเชียลมีเดียในการโปรโมทผลิตภัณฑ์และแบรนด์ การเล่าเรื่องผ่านวิดีโอและเนื้อหาดิจิทัล

Online Learning มีคอร์สออนไลน์สอนหัตถกรรมและทักษะต่างๆ การถ่ายทอดความรู้ข้ามรุ่น

ความสำเร็จเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าศรีลังกามีศักยภาพและประสบการณ์ที่ไทยสามารถเรียนรู้ได้ โดยเฉพาะในด้าน การสร้างแบรนด์ระดับชาติ การผสมผสานประเพณีกับความทันสมัย การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน การใช้วัฒนธรรมและมรดกเป็นทรัพยากรทางเศรษฐกิจ

๑.๖.๒ บทเรียนที่สยามสามารถเรียนรู้ได้ จากความสำเร็จและประสบการณ์ของศรีลังกา ประเทศไทยสามารถเรียนรู้บทเรียนสำคัญหลายประการ

๑.๖.๒.๑. การสร้างและปกป้องแบรนด์ระดับชาติ

บทเรียนจากศรีลังกา การใช้ "Ceylon" เป็นแบรนด์ที่บ่งบอกคุณภาพและแหล่งกำเนิด การจดทะเบียนปกป้องชื่อทางภูมิศาสตร์ (GI) การควบคุมคุณภาพอย่างเข้มงวดเพื่อรักษาชื่อเสียง

การประยุกต์ใช้ในไทย ได้แก่ ผ้าไทย สร้างแบรนด์ "Thai Silk" หรือ "Siam Silk" ที่มีมาตรฐานชัดเจน ข้าวหอมมะลิ เพิ่มความเข้มแข็งของแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักทั่วโลกเหมือน Ceylon Tea สมุนไพรไทย พัฒนาแบรนด์สมุนไพรไทยที่มีคุณภาพสูง มีมาตรฐานสากล นวดไทย สร้างแบรนด์และมาตรฐาน "Thai Massage" ที่ได้รับการยอมรับทั่วโลก

กลยุทธ์ ควรมีการจัดตั้งหน่วยงานกลางในการควบคุมคุณภาพและรับรองมาตรฐาน สร้างเรื่องเล่าและความหมายเบื้องหลังผลิตภัณฑ์ ทำการตลาดที่เน้นความพรีเมียมและเอกลักษณ์ไทย ปกป้องทางกฎหมายและบังคับใช้อย่างจริงจัง

๑.๖.๒.๒. การผสมผสานประเพณีกับความทันสมัย

บทเรียนจากศรีลังกา ศิลปินและนักออกแบบศรีลังกาประสบความสำเร็จในการผสมผสานเอกลักษณ์ท้องถิ่นกับรูปแบบสมัยใหม่ สถาปัตยกรรม Tropical Modernism ของ Geoffrey Bawa เป็นตัวอย่างที่ดี

การประยุกต์ใช้ในประเทศไทย ได้แก่ แฟชั่น พัฒนาแฟชั่นไทยร่วมสมัยที่ใช้ผ้าไทย ลวดลายไทย แต่ตัดเย็บในรูปแบบสากล **สถาปัตยกรรม** สร้างสถาปัตยกรรมร่วมสมัยที่บูรณาการหลักการออกแบบไทย เช่น การระบายอากาศ การใช้แสงธรรมชาติ **ผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์** พัฒนาเครื่องใช้ในบ้านที่มีเอกลักษณ์ไทยแต่ใช้งานได้จริงในชีวิตสมัยใหม่ **อาหาร** พัฒนาอาหารไทยร่วมสมัย (Modern Thai Cuisine) ที่รักษารสชาติแต่นำเสนอในรูปแบบใหม่

แนวทาง ควรสนับสนุนการทำงานร่วมกันระหว่างช่างฝีมือแบบดั้งเดิมกับนักออกแบบรุ่นใหม่ จัดตั้งศูนย์ออกแบบและนวัตกรรมที่เชื่อมโยงประเพณีกับเทคโนโลยี ส่งเสริมการศึกษาที่สอนทั้งภูมิปัญญาดั้งเดิมและทักษะสมัยใหม่

๑.๖.๒.๓. การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างเป็นระบบ

บทเรียนจากศรีลังกา หมู่บ้านหัตถกรรมและสหกรณ์ที่ประสบความสำเร็จ การจัดการแบบชุมชนที่โปร่งใสและเป็นธรรม การเชื่อมโยงชุมชนกับตลาด

การประยุกต์ใช้ในประเทศไทย ได้แก่ การพัฒนาหมู่บ้านหัตถกรรมเฉพาะทาง เช่น หมู่บ้านทอผ้า หมู่บ้านเครื่องเงิน หมู่บ้านเครื่องปั้นดินเผา ให้ความเข้มแข็งและยั่งยืน สร้างเครือข่ายชุมชนเชื่อมโยงชุมชนที่ทำงานคล้ายกันเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และช่วยเหลือกัน พัฒนาระบบการจัดการให้ชุมชนมีระบบบัญชี การตลาด การจัดการคุณภาพที่ดี

กลยุทธ์ ควรจัดตั้งศูนย์เรียนรู้ชุมชน (Community Learning Center) สนับสนุนการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนและสหกรณ์ เชื่อมโยงชุมชนกับตลาดผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชุมชนที่สร้างรายได้เสริม

๑.๖.๒.๔. การใช้มรดกทางวัฒนธรรมอย่างชาญฉลาด

บทเรียนจากศรีลังกา การพัฒนามรดกโลกเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยรักษาความสมบูรณ์ การจัดเส้นทางธรรมยาตราที่เชื่อมโยงหลายแหล่ง การสร้างประสบการณ์ที่มีความหมาย ไม่ใช่แค่ชมสถานที่

การประยุกต์ใช้ในประเทศไทย เช่น พัฒนาเส้นทางธรรมยาตรา เชื่อมโยงวัดและแหล่งมรดกทางพุทธศาสนาในไทย การสร้างประสบการณ์เชิงลึก ไม่ใช่แค่ชมวัด แต่มีกิจกรรมเรียนรู้ เช่น การปฏิบัติธรรม การเรียนศิลปะพุทธ การพัฒนาศูนย์การเรียนรู้ ที่แหล่งมรดกสำคัญเพื่อให้ความรู้และสร้างความเข้าใจ การเชื่อมโยงกับชุมชน ให้ชุมชนรอบแหล่งท่องเที่ยวมีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์

ตัวอย่าง เส้นทางธรรมยาตราภาคเหนือ (เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง พะเยา) เส้นทางมรดก
สุโขทัย กำแพงเพชร พิษณุโลก การพัฒนาวัดสำคัญให้เป็นทั้งสถานที่ปฏิบัติธรรมและเรียนรู้
วัฒนธรรม

๑.๖.๒.๕. การสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน

บทเรียนจากศรีลังกา เช่น Export Development Board มีบทบาทสำคัญในการ
สนับสนุนผู้ประกอบการ มีการจัดงานแสดงสินค้าและส่งเสริมการส่งออกอย่างเป็นระบบ ภาครัฐ
สนับสนุนการวิจัยและพัฒนา

การประยุกต์ใช้ในไทย เช่น เสริมความเข้มแข็งของ CEA (สำนักงานเศรษฐกิจ
สร้างสรรค์แห่งชาติ) ให้มีอำนาจและงบประมาณเพียงพอ One Stop Service ศูนย์บริการครบ
วงจรสำหรับผู้ประกอบการสร้างสรรค์ กองทุนสนับสนุน เงินทุนดอกเบี้ยต่ำหรือทุนสนับสนุน
สำหรับโครงการสร้างสรรค์ การส่งเสริมการส่งออก พาผู้ประกอบการไปร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติ

๑.๖.๒.๖. การเตรียมรับมือกับความท้าทาย

บทเรียนจากศรีลังกา ศรีลังกาเผชิญวิกฤตเศรษฐกิจและการเมืองหลายครั้ง แต่
เศรษฐกิจสร้างสรรค์ช่วยให้ฟื้นตัวได้เร็วกว่า การพึ่งพาการส่งออกสินค้าเพียงไม่กี่ชนิดมีความเสี่ยง

การประยุกต์ใช้ในไทย สร้างความหลากหลาย พัฒนาผลิตภัณฑ์และตลาดที่
หลากหลาย ไม่พึ่งพาเพียงไม่กี่ชนิด สร้างภูมิคุ้มกัน ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ให้ชุมชนและ
ผู้ประกอบการมีความพร้อมรับมือวิกฤต พัฒนาตลาดภายในประเทศ ไม่พึ่งพาการส่งออกเพียง
อย่างเดียว การศึกษาและฝึกอบรม เพื่อให้คนมีทักษะหลากหลายและปรับตัวได้

บทเรียนเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าศรีลังกามีประสบการณ์และความรู้ที่มีค่าที่ไทยสามารถ
เรียนรู้และนำมาประยุกต์ใช้ได้ โดยคำนึงถึงบริบทที่แตกต่างและปรับให้เหมาะสมกับสถานการณ์
ของไทย

๑.๖.๓ ความเป็นไปได้ในการประยุกต์ใช้

๑.๖.๓.๑ ปัจจัยเอื้อต่อการประยุกต์ใช้

การนำบทเรียนจากศรีลังกามาประยุกต์ใช้ในไทยมีความเป็นไปได้สูง เพราะ

๑.๖.๓.๑.๑. ความคล้ายคลึงทางวัฒนธรรมและสังคม รากฐานพุทธศาสนาเถรวาทร่วมกัน โครงสร้างสังคมและค่านิยมที่คล้ายคลึง ความสำคัญของชุมชนและความสัมพันธ์ทางสังคม การให้ความเคารพต่อประเพณีและผู้อาวุโส

๑.๖.๓.๑.๒. ศักยภาพทางเศรษฐกิจ ไทยมีศักยภาพที่เหนือกว่าศรีลังกาในหลายด้าน เช่น เศรษฐกิจที่ใหญ่กว่าและมั่นคงกว่า โครงสร้างพื้นฐานที่ดีกว่า ตลาดภายในประเทศที่ใหญ่กว่า ตำแหน่งทางภูมิศาสตร์ที่เป็นจุดศูนย์กลางอาเซียน

๑.๖.๓.๑.๓. ทูทุนทางวัฒนธรรมที่สมบูรณ์ ไทยมีทุนทางวัฒนธรรมที่อุดมสมบูรณ์ เช่น มรดกทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สั่งสมมายาวนาน ช่างฝีมือที่มีทักษะสูง ศิลปินและนักออกแบบที่มีศักยภาพ

๑.๖.๓.๑.๔. การสนับสนุนจากภาครัฐ รัฐบาลไทยให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จัดตั้ง CEA (สำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ) มีแผนพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

๑.๖.๓.๑.๕. ความพร้อมของภาคเอกชน ภาคเอกชนไทยมีความพร้อมผู้ประกอบการที่มีความรู้และประสบการณ์ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง สตาร์ทอัพและผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีความคิดสร้างสรรค์

๑.๖.๓.๒ ปัจจัยที่ต้องคำนึง

๑.๖.๓.๒.๑. ความแตกต่างของบริบท ไทยมีขนาดใหญ่และหลากหลายกว่า ต้องปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสม โครงสร้างการเมืองและการบริหารที่แตกต่าง พฤติกรรมผู้บริโภคที่อาจแตกต่าง

๑.๖.๓.๒.๒. การปรับประยุกต์อย่างสร้างสรรค์ ไม่ควรลอกเลียนแบบ แต่ควรประยุกต์ให้เหมาะสม ต้องคำนึงถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของไทย สร้างสรรค์รูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของไทยเอง

๑.๖.๓.๒.๓. การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง จัดการแลกเปลี่ยนระหว่างไทยและศรีลังกา ส่งบุคลากรไปศึกษาดูงานและฝึกอบรม เชิญผู้เชี่ยวชาญจากศรีลังกาให้คำแนะนำ

๑.๖.๓.๒.๔. การสร้างความร่วมมือ ความร่วมมือระหว่างรัฐบาลทั้งสองประเทศ ความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนโครงการร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และตลาด

การศึกษาศรีลังกาจึงไม่ใช่เพียงการศึกษาวิชาการ แต่เป็นการเรียนรู้เชิงปฏิบัติที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยได้อย่างเป็นรูปธรรม

๑.๗ ภาพรวมศรีลังกา ประวัติศาสตร์ สังคม และวัฒนธรรม

๑.๗.๑ ประวัติศาสตร์โดยสังเขป

ศรีลังกามีประวัติศาสตร์อันยาวนานกว่า ๒,๕๐๐ ปี เป็นประเทศที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ในภูมิภาคเอเชียใต้

๑.๗.๑.๑ ยุคโบราณ (ก่อน ค.ศ. 500) ประมาณ ๕๐๐ ปีก่อนคริสตกาล ชาวสิงหลจากอินเดียเหนือเข้ามาตั้งถิ่นฐานและสร้างอาณาจักร ค.ศ. 247 ก่อนคริสตกาล พระมหินทเถระนำพุทธศาสนาเถรวาทมาเผยแพร่ในรัชสมัยพระเจ้าเทวานัมปิยติสสะ การสร้างเมืองศักดิ์สิทธิ์ Anuradhapura เป็นเมืองหลวง มีการสร้างวัด สถูป และระบบชลประทานขนาดใหญ่ ศรีลังกากลายเป็นศูนย์กลางพุทธศาสนาเถรวาท มีการจารึกพระไตรปิฎกเป็นครั้งแรก (Gombrich, 2020)

๑.๗.๑.๒ ยุคกลาง (ค.ศ. 500- 1500) ค.ศ. 993 เมืองหลวงย้ายไปที่ Polonnaruwa หลังจาก Anuradhapura ถูกรุกราน มีการพัฒนาศิลปะ สถาปัตยกรรม และวัฒนธรรมที่รุ่งเรือง มีการสร้างระบบชลประทานที่ซับซ้อน แสดงถึงความรู้ทางวิศวกรรม มีการค้าขายกับอินเดีย จีน และชาวอาหรับ ศรีลังกาเป็นจุดพักสำคัญในเส้นทางการค้าทางทะเล

๑.๗.๑.๓ ยุคอาณานิคมยุโรป (ค.ศ. 1505-1948) ค.ศ. 1505 ชาวโปรตุเกสเข้ามาควบคุมพื้นที่ชายฝั่ง ค้าขายเครื่องเทศ ค.ศ. 1658 ดัตช์ขับไล่โปรตุเกส ควบคุมการค้าเครื่องเทศและอบเชย ค.ศ. 1796 อังกฤษเข้ามาควบคุม ค.ศ. 1815 ผนวกทั้งเกาะเป็นอาณานิคม อังกฤษพัฒนาสวนชา ยาง และมะพร้าว สร้างโครงสร้างพื้นฐานสมัยใหม่ นำคนทมิฬจากอินเดียใต้เข้ามาทำงานในสวนชา สร้างปัญหาชาติพันธุ์ในภายหลัง

๑.๗.๑.๔ ยุคเอกราช (ค.ศ. 1948- ปัจจุบัน) ค.ศ. 1948 ได้เอกราชจากอังกฤษ เปลี่ยนชื่อจาก Ceylon เป็น Sri Lanka ในปี ค.ศ. 1972- ค.ศ. 1983 สงครามกลางเมืองระหว่างรัฐบาล (สิงหล) กับกลุ่ม LTTE (ทมิฬ) สร้างความเสียหายอย่างมาก เมื่อสงครามสิ้นสุด เริ่มยุคของการฟื้นฟูและสร้างสมานฉันท์ เผชิญวิกฤตเศรษฐกิจรุนแรง แต่กำลังฟื้นตัว (De Silva, 2021)

๑.๗.๒ ภูมิศาสตร์และประชากร

๑.๗.๒.๑ ภูมิศาสตร์ ตั้งอยู่ในมหาสมุทรอินเดีย ทางใต้สุดของอินเดีย พื้นที่ ๖๕,๖๑๐ ตารางกิโลเมตร (เล็กกว่าไทย ๘ เท่า) เป็นประเทศเกาะ มีภูเขาตอนกลาง ที่ราบชายฝั่ง อากาศแบบร้อนชื้นเขตร้อน มีมรสุมสองช่วง มีความอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเกษตร โดยเฉพาะปลูกชา

๑.๗.๒.๒ ประชากร ประชากรประมาณ ๒๒ ล้านคน (ข้อมูลปี ๒๐๒๓) ความหนาแน่นประชากรสูง ประมาณ ๓๔๐ คนต่อตารางกิโลเมตร ประชากรส่วนใหญ่อาศัยในชนบท แต่มีแนวโน้มเคลื่อนย้ายเข้าเมือง อายุเฉลี่ย ๗๗ ปี อัตราการรู้หนังสือสูง (๙๒%) อัตราการเกิดลดลง ประชากรเริ่มสู่สังคมสูงวัย (World Bank, 2023)

๑.๗.๓ โครงสร้างสังคมและวัฒนธรรม

๑.๗.๓.๑ โครงสร้างชาติพันธุ์ ศรีลังกามีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ที่ซับซ้อน

๑.๗.๓.๑.๑. สิงหล (Sinhalese) ๗๕% ของประชากร กลุ่มชาติพันธุ์เด่น พูดภาษาสิงหล ส่วนใหญ่นับถือพุทธศาสนา อาศัยกระจายทั่วเกาะ โดยเฉพาะภาคใต้และตะวันตก

๑.๗.๓.๑.๒. ทมิฬ (Tamil) ๑๑% ของประชากร แบ่งเป็น Sri Lankan Tamil (อยู่มาเก่าแก่) และ Indian Tamil (มาในสมัยอังกฤษ) พูดภาษาทมิฬ นับถือศาสนาฮินดู ตั้งถิ่นฐานหนาแน่นในภาคเหนือและภาคตะวันออก เคยมีความขัดแย้งกับรัฐบาลกลางถึงขั้นสงครามกลางเมือง

๑.๗.๓.๑.๓. มัวร์ (Moor) ๙% ของประชากร ชาวมุสลิมที่มีบรรพบุรุษจากพ่อค้าชาวอาหรับ พูดภาษาทมิฬ แต่นับถือศาสนาอิสลาม อาศัยกระจายทั่วไป มีชุมชนหนาแน่นในชายฝั่งตะวันออก

๑.๗.๓.๑.๔. กลุ่มอื่นๆ ๕% Burghers (ลูกผสมยุโรป) Malays (มาเลย์) และชนเผ่าดั้งเดิม Vedda

๑.๗.๓.๒ โครงสร้างทางสังคม ได้แก่ ครอบครัว เป็นหน่วยพื้นฐาน มีความเคารพผู้ใหญ่ ศาสนา มีอิทธิพลอย่างมากต่อวิถีชีวิต วัด/วิหาร/มัสยิดเป็นศูนย์กลางชุมชน การศึกษา ให้ความสำคัญสูง การศึกษาฟรีตั้งแต่ประถมถึงมหาวิทยาลัย ชนชั้น ระบบวรรณะแบบ

อินเดียมีบ้าง แต่ไม่เข้มงวด สามารถเคลื่อนที่ทางสังคมได้ **บทบาทเพศ** กำลังเปลี่ยนแปลง ผู้หญิงมีบทบาทมากขึ้นในสังคม แต่ยังมีความเหลื่อมล้ำ

๑.๗.๓.๓ วัฒนธรรมและวิถีชีวิต ได้แก่ **อาหาร** ข้าวเป็นอาหารหลัก มีแกงรสจัด (เผ็ด เปรี้ยว) กินกับผักและโปรตีน **เครื่องแต่งกาย** ผู้หญิงนิยมใส่ Saree (ผ้าซาทรี) ผู้ชายใส่ Sarong ในชีวิตประจำวัน **ดนตรีและการแสดง** มีดนตรีพื้นบ้าน การฟ้อนรำ ละครหุ่น Kandyan Dance (การเต้นรำแบบ Kandy) กีฬา คริกเก็ตเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมสูงสุด **เทศกาล** เทศกาลทางศาสนาหลายเทศกาล เช่น Vesak (วันวิสาขบูชา), Esala Perahera (ขบวนแห่ที่ Kandy)

๑.๗.๔ ความหลากหลายทางศาสนาและชาติพันธุ์ ความหลากหลายนี้เป็นทั้งจุดแข็งและความท้าทายของศรีลังกา ได้แก่

ศาสนา มี พุทธศาสนา ๗๐% (ส่วนใหญ่เป็นเถรวาท) **ฮินดู** ๑๒% **อิสลาม** ๑๐% **คริสต์** ๗% **อื่นๆ** ๑%

๑.๗.๔.๑ ผลกระทบต่อสังคมและเศรษฐกิจ

๑.๗.๔.๑.๑ ด้านบวก ความหลากหลายทางวัฒนธรรมสร้างความอุดมสมบูรณ์ มีเทศกาลและประเพณีหลากหลายที่น่าสนใจ มีอาหาร ศิลปะ ทัศนกรรมที่หลากหลาย เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สนใจวัฒนธรรม

๑.๗.๔.๑.๒ ด้านลบ เคยมีความขัดแย้งรุนแรงถึงขั้นสงครามกลางเมือง ยังมีความตึงเครียดและความไม่ไว้วางใจระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์บ้าง ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์ การแย่งชิงทรัพยากรและอำนาจทางการเมือง

๑.๗.๔.๒ บทเรียนสำหรับไทย ความสำคัญของการสร้างสมานฉันท์และความเข้าใจระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์ การส่งเสริมความหลากหลายโดยไม่สร้างการแบ่งแยก การกระจายโอกาสและทรัพยากรอย่างเป็นธรรม การใช้วัฒนธรรมเป็นสะพานเชื่อมโยง ไม่ใช่กำแพงแบ่งแยก

๑.๗.๕ สถานะทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน

๑.๗.๕.๑ ภาพรวมเศรษฐกิจ ได้แก่ GDP ประมาณ ๘๔ พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (๒๐๒๓) GDP per capita ประมาณ ๓,๘๐๐ ดอลลาร์สหรัฐ **อัตราการเติบโต** คาดการณ์ว่าจะฟื้นตัว ๓.๔% ในปี ๒๐๒๔ หลังจากวิกฤต **เงินเฟ้อ** ลดลงจากระดับสูงในปี ๒๐๒๒-๒๐๒๓ (World Bank, 2023)

๑.๗.๕.๒ โครงสร้างเศรษฐกิจ

๑.๗.๕.๒.๑. ภาคบริการ ๖๐% ของ GDP ได้แก่ การท่องเที่ยว (ก่อนโควิด ๑๙ สร้างรายได้กว่า ๔ พันล้านดอลลาร์ต่อปี) การขนส่งและโลจิสติกส์ การเงินและธนาคาร ไอที และ BPO (Business Process Outsourcing)

๑.๗.๕.๒.๒. ภาคอุตสาหกรรม ๒๖% ของ GDP ได้แก่ สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม (ส่งออกหลัก) ยางและผลิตภัณฑ์ยาง อัญมณีและเครื่องประดับ อาหารแปรรูป

๑.๗.๕.๒.๓. ภาคเกษตร ๗% ของ GDP แต่จ้างงาน ๒๕% ได้แก่ ชา (ส่งออกหลัก) ยางพารา มะพร้าว เครื่องเทศ

๑.๗.๕.๒.๔. เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประมาณ ๕.๖% ของ GDP ได้แก่ งานหัตถกรรม แพชั่นและสิ่งทอ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สื่อและเนื้อหาดิจิทัล

๑.๗.๕.๓ ความท้าทายทางเศรษฐกิจ ได้แก่ หนี้สาธารณะสูง (เกิน ๑๐๐% ของ GDP) การพึ่งพาการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ โดยเฉพาะน้ำมันและอาหาร ความไม่สมดุลทางการค้า ความเหลื่อมล้ำรายได้ การขาดแคลนเงินตราต่างประเทศ ความไม่มั่นคงทางการเมือง

๑.๗.๕.๔ โอกาสในการพัฒนา ได้แก่ ตำแหน่งยุทธศาสตร์เป็นจุดเชื่อมต่อการค้าทะเล แรงงานที่มีการศึกษาดีและราคาแข่งขันได้ ทุนทางวัฒนธรรมที่อุดมสมบูรณ์ ศักยภาพในการท่องเที่ยวที่ยังพัฒนาไม่เต็มที่ การพัฒนาอุตสาหกรรมไอทีและดิจิทัล

๑.๗.๕.๕ แผนการพัฒนา

รัฐบาลศรีลังกามีแผนพัฒนาที่เน้น การฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังวิกฤต การส่งเสริมการส่งออก โดยเฉพาะสินค้ามูลค่าสูง การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลและนวัตกรรม การพัฒนาทุนมนุษย์และทักษะ

การเข้าใจภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ สังคม และเศรษฐกิจของศรีลังกานี้จะช่วยให้เข้าใจบริบทของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และสามารถวิเคราะห์บทเรียนที่จะนำมาประยุกต์ใช้กับไทยได้อย่างเหมาะสม

บทสรุป: กรอบการทำความเข้าใจภูมิพลปัญญาพุทธ

บทที่หนึ่งนี้ทำหน้าที่วางรากฐานทางแนวคิดและกรอบการวิเคราะห์สำหรับหนังสือทั้งเล่ม โดยมุ่งอธิบายความหมาย ความสำคัญ และความเชื่อมโยงของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทพุทธศาสนาและสังคมวิทยาอย่างเป็นระบบ การอภิปรายในบทนี้ชี้ให้เห็นว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์มิใช่เพียงกลไกทางเศรษฐกิจ หากแต่เป็นปรากฏการณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมที่ฝังตัวอยู่ในโครงสร้างอำนาจ ความสัมพันธ์ทางสังคม และกระบวนการสร้างความหมายของสังคมร่วมสมัย สารสำคัญประการแรกของบทนี้ คือ การเสนอแนวคิด “ภูมิพลปัญญาพุทธ” ในฐานะกรอบแนวคิดเฉพาะสำหรับสังคมที่มีรากฐานทางพุทธศาสนา โดยชี้ให้เห็นว่าพลังอ่อนที่ยั่งยืนมิได้เกิดจากการดึงดูดเชิงภาพลักษณ์หรือการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว หากแต่เกิดจากการผานปัญญา ศีลธรรม สมาธิ เมตตากรุณา และภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม กรอบคิดดังกล่าวช่วยขยายความหมายของ Soft Power ให้ครอบคลุมมิติทางจริยธรรมและการพัฒนาภายในของมนุษย์ สารสำคัญประการที่สอง คือ การอธิบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ผ่านมุมมองทางสังคมวิทยา โดยเน้นความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างและตัวแสดง ทูทางสังคมและทุนทางวัฒนธรรม รวมถึงบทบาทของอำนาจ อัตลักษณ์ และคุณค่าทางจริยธรรม การวิเคราะห์นี้ชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนไม่อาจแยกออกจากบริบททางสังคมและวัฒนธรรม และจำเป็นต้องคำนึงถึงความเป็นธรรม ความเหลื่อมล้ำ และการมีส่วนร่วมของชุมชน

ในภาพรวม บทที่หนึ่งได้ทำหน้าที่สร้างกรอบการทำความเข้าใจเชิงบูรณาการ ซึ่งเชื่อมโยงเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสังคมเข้าด้วยกันบนฐานของพุทธปัญญา กรอบแนวคิดนี้มีได้มุ่งนำเสนอ “ต้นแบบ” ที่สามารถลอกเลียนแบบได้โดยตรง หากแต่เป็นเครื่องมือทางความคิดสำหรับการเรียนรู้ การเปรียบเทียบ และการประยุกต์ใช้ในบริบทที่แตกต่างกัน

ในบทต่อไป หนังสือเล่มนี้จะขยายการอภิปรายจากกรอบแนวคิดดังกล่าวไปสู่การวิเคราะห์เชิงทฤษฎีอย่างเป็นระบบ โดยมุ่งสังเคราะห์แนวคิด Soft Power เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพุทธปัญญา เพื่อวางฐานสำหรับการศึกษาคณิศรีลังกาและการเปรียบเทียบกับบริบทของประเทศไทยในบทถัด ๆ ไป

ตาราง๑ สรุปแก่นบทที่๑

มิติ	ประเด็นสำคัญในบทที่ ๑
แนวคิดหลัก	ภูมิพลังปัญญาพุทธ = Soft Power เชิงปัญญาและจริยธรรม
ฐานทฤษฎี	Soft Power, Creative Economy, Sociology
มุมมอง	ปัญญา ศิล สมาธิ เมตตา ทางสายกลาง
มุมมองสังคมวิทยา	โครงสร้าง-ตัวแสดง อำนาจ อัตลักษณ์
ข้อเสนอของผู้เขียน	ต้องพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จาก “ภายในสู่ภายนอก”

บทที่ ๒

พุทธสังคมวิทยากับการพัฒนาเศรษฐกิจ

บทเรียนจากศรีลังกา

พุทธสังคมวิทยาเป็นสาขาวิชาที่บูรณาการหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเข้ากับการวิเคราะห์ปรากฏการณ์ทางสังคม เพื่อสร้างความเข้าใจที่ลึกซึ้งและครอบคลุมทั้งมิติทางวัตถุและจิตใจ ศรีลังกา ดินแดนแห่งธรรมที่ได้รับการถ่ายทอดพระพุทธศาสนาเถรวาทมาตั้งแต่ศตวรรษที่ ๓ ก่อนคริสตกาล นับเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้หลักธรรมในการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจ ตลอดประวัติศาสตร์กว่า ๒,๓๐๐ ปี พุทธศาสนาได้หล่อหลอมสังคมศรีลังกาในทุกมิติ ตั้งแต่การศึกษา สาธารณสุข การจัดการทรัพยากร ไปจนถึงการจัดการความขัดแย้งในสังคมพหุวัฒนธรรม

บทนี้มุ่งนำเสนอภาพรวมของพุทธสังคมวิทยาและการประยุกต์ใช้ในบริบทของศรีลังกา โดยเริ่มจากการทำความเข้าใจแนวคิดพื้นฐานและหลักการสำคัญทางพุทธศาสนาที่เกี่ยวข้องกับสังคม จากนั้นจะสำรวจประวัติศาสตร์และบริบทสังคมศรีลังกา เพื่อทำความเข้าใจรากเหง้าและวิวัฒนาการของสังคม บทบาทของพุทธศาสนาเถรวาทในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะบทบาทของพระสงฆ์และวัดในฐานะศูนย์กลางของชุมชน รวมถึงการจัดการทรัพยากรและความหลากหลายทางวัฒนธรรม และสุดท้ายจะเปรียบเทียบรูปแบบการพัฒนาระหว่างสยามและศรีลังกา เพื่อสกัดบทเรียนที่มีคุณค่าสำหรับการพัฒนาสังคมไทยในอนาคต การศึกษาบทเรียนจากศรีลังกาจะช่วยให้เราเข้าใจถึงความเป็นไปได้และข้อจำกัดของการนำหลักธรรมมาใช้ในการพัฒนาสังคมร่วมสมัย

๒.๑ พุทธสังคมวิทยา: แนวคิดพื้นฐาน

๒.๑.๑ ความหมายของพุทธสังคมวิทยา (Buddhist Sociology)

พุทธสังคมวิทยา เป็นสาขาวิชาที่บูรณาการหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเข้ากับแนวคิดและวิธีการทางสังคมวิทยา เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปรากฏการณ์ทางสังคมในมิติที่ลึกซึ้งกว่าการวิเคราะห์ทางสังคมวิทยาทั่วไป แนวคิดนี้มีใช้เป็นเพียงการนำหลักธรรมมาประยุกต์ใช้กับสังคม แต่เป็นการสร้างกรอบความคิดใหม่ที่มองสังคมผ่านเลนส์แห่งปัญญาพุทธที่เน้นความเข้าใจในเรื่องของ

อิทธิพลซึ่งกันและกัน ความไม่เที่ยง และการลดทูลทุกข์ของสังคัม ในบริบทของศรีลังกาและสยาม พุทธสังคัมวิทยาได้พัฒนามาจากประสบการณ์การอยู่ร่วมกันของสังคัมที่มีพุทธศาสนาเป็นรากฐานทางวัฒนธรรมมายาวนาน โดยเฉพาะในศรีลังกา ซึ่งได้รับการถ่ายทอดพระพุทธศาสนาเถรวาทมาตั้งแต่สมัยพระเจ้าอโศกมหาราช (ประมาณ ๒๘๖-๒๔๗ ปีก่อนคริสตกาล) และได้รับกาสาสืบทอดคำสอนของพระพุทธองค์ไว้อย่างครบถ้วน ทำให้พุทธสังคัมวิทยาในศรีลังกามีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากภูมิภาคอื่น โดยเน้นการบูรณาการระหว่างหลักธรรม กับการปฏิบัติในชีวิตประจำวัน และการสร้างสังคัมที่ยุติธรรม พื้นฐานสำคัญของพุทธสังคัมวิทยาอยู่ที่แนวคิดเรื่อง "ปฏิจจสมุปบาท" ที่อธิบายว่าปรากฏการณ์ทั้งหลายในสังคัมเกิดขึ้นจากเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้องกัน ไม่มีสิ่งใดเกิดขึ้นโดยลำพัง หลักการนี้ช่วยให้นักสังคัมวิทยาเข้าใจว่าปัญหาสังคัมใดๆ ล้วนมีสาเหตุหลายประการที่เชื่อมโยงกัน และการแก้ไขปัญหาก็จำเป็นต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์เชิงระบบนี้ ตัวอย่างเช่น ปัญหาความยากจนในชุมชนไม่ได้เกิดจากปัจจัยทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว แต่เกี่ยวข้องกับการศึกษา สุขภาพ โครงสร้างสังคัม ทุนทางวัฒนธรรม และค่านิยมของสังคัมด้วย

นอกจากนี้ พุทธสังคัมวิทยายังให้ความสำคัญกับแนวคิด "อริยสัจ ๔" ในการวิเคราะห์ปัญหาสังคัม โดยเริ่มจากการรับรู้ว่ามี "ทุกข์" การค้นหา "สาเหตุของทุกข์" การมองเห็น "ความเป็นไปได้ในการดับทุกข์" และการกำหนด "แนวทางในการดับทุกข์" กรอบความคิดนี้ทำให้การวิเคราะห์ปัญหาสังคัมมีความเป็นระบบและนำไปสู่การแก้ไขที่ยั่งยืน

๒.๑.๒ หลักการสำคัญทางพุทธศาสนาที่เกี่ยวข้องกับสังคัม

หลักธรรมทางพุทธศาสนาที่มีความสำคัญต่อการวิเคราะห์สังคัมประกอบด้วยหลายองค์ประกอบที่เชื่อมโยงกันเป็นระบบ ดังนี้

๒.๑.๒.๑ หลักไตรลักษณ์ (อนิจจัง ทุกขัง อนัตตา) เป็นรากฐานสำคัญในการทำ ความเข้าใจการเปลี่ยนแปลงทางสังคัม ความไม่เที่ยง (อนิจจัง) ช่วยอธิบายว่าโครงสร้างสังคัม สถาบัน และวัฒนธรรมล้วนเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การยึดติดกับรูปแบบเดิมๆ จึงเป็นต้นเหตุของ ความทุกข์ทางสังคัม (ทุกขัง) ส่วนความไม่มีตัวตน (อนัตตา) ช่วยให้เข้าใจว่าอัตลักษณ์ทางสังคัม บทบาท และสถานะต่างๆ ล้วนเป็นสิ่งที่สร้างขึ้น ไม่ใช่สภาพที่แท้จริงถาวร

๒.๑.๒.๒ หลักกรรม เป็นกลไกสำคัญในการอธิบายความเหลื่อมล้ำทางสังคัมและ ความยุติธรรมในมิติทางพุทธศาสนา แม้ว่าในอดีตหลักกรรมอาจถูกนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการทำ ให้ระบบชนชั้นถาวร แต่ในพุทธสังคัมวิทยาร่วมสมัย หลักกรรมถูกตีความใหม่ในเชิงสร้างสรรค์ โดย

เน้นที่การรับผิดชอบต่อการกระทำของตนเองและผลกระทบต่อสังคม การกระทำที่ดี (กุศลกรรม) ไม่ใช่เพียงการสร้างบุญส่วนตัว แต่รวมถึงการสร้างสรรค์สังคมที่ดีขึ้นด้วย

๒.๑.๒.๓ หลักพรหมวิหาร ๔ (เมตตา กรุณา มุทิตา อุเบกขา) เป็นพื้นฐานของการอยู่ร่วมกันในสังคมพหุวัฒนธรรม เมตตา (ความรักเมตตาต่อทุกคน) และกรุณา (ความปรารถนาให้ผู้อื่นพ้นทุกข์) เป็นรากฐานของนโยบายสวัสดิการสังคมและการพัฒนาชุมชน มุทิตา (ความยินดีในความสุขของผู้อื่น) ช่วยลดความอิจฉาริษยาและสร้างความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันในสังคม ส่วนอุเบกขา (ความวางเฉยอย่างมีปัญญา) ช่วยให้สังคมจัดการกับความขัดแย้งได้อย่างสันติ

๒.๑.๒.๔ หลักอิทธิบาท ๔ (ฉันทะ วิริยะ จิตตะ วิมังสา) นำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาชุมชนและการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ความปรารถนา (ฉันทะ) เป็นแรงจูงใจในการพัฒนา ความเพียร (วิริยะ) เป็นพลังในการทำงาน ความตั้งใจ (จิตตะ) เป็นสมาธิในการทำงาน และปัญญา (วิมังสา) เป็นการใช้เหตุผลในการตัดสินใจ องค์ประกอบทั้ง ๔ นี้จำเป็นต่อการสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืนในสังคม

๒.๑.๓ การประยุกต์ใช้พุทธธรรมในการวิเคราะห์สังคม

การนำหลักธรรมทางพุทธศาสนามาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์สังคมได้รับการพัฒนาอย่างเป็นระบบในหลายประเทศที่นับถือพุทธศาสนา โดยเฉพาะในศรีลังกาและประเทศไทย กรอบการวิเคราะห์ทางพุทธสังคมวิทยามีหลายมิติที่สามารถนำมาใช้ได้ตามบริบทของปัญหา

๒.๑.๓.๑ การวิเคราะห์โครงสร้างสังคมผ่านหลักปฏิจจสมุปบาท ช่วยให้เห็นความเชื่อมโยงระหว่างระดับจุลภาค (บุคคล) มัชฌิมภาค (ชุมชน องค์กร) และมหภาค (สังคม ประเทศ โลก) ของปรากฏการณ์ทางสังคม ตัวอย่างเช่น การวิเคราะห์ปัญหาความยากจนต้องพิจารณาตั้งแต่ระดับความเชื่อและค่านิยมของบุคคล (มีจิตวิสัยที่ว่าความมั่งคั่งมาจากบุญเก่า) ระดับชุมชน (โครงสร้างทางสังคมที่จำกัดโอกาส) และระดับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศ (ระบบทุนนิยมที่สร้างความเหลื่อมล้ำ)

๒.๑.๓.๒ การวิเคราะห์อำนาจและความเหลื่อมล้ำผ่านหลักอริยสัจ ๔ ช่วยให้เข้าใจรากเหง้าของปัญหาสังคมได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น ทุกข้อคือการรับรู้ว่าสังคมมีความทุกข์ เช่น ความยากจน ความรุนแรง การเลือกปฏิบัติ สมุทัยสัจคือการค้นหาสาเหตุของความทุกข์เหล่านั้น เช่น ความโลภ ความโกรธ ความหลง ของผู้มีอำนาจ โครงสร้างที่ไม่เป็นธรรม ค่านิยมที่บิดเบือน นิโรธ

สัจคือการเห็นว่าสังคมที่ปราศจากความทุกข์เหล่านั้นเป็นไปได้ และมรรคสัจคือแนวทางในการสร้างสังคมดังกล่าว ผ่านการพัฒนาศีล สมาธิ ปัญญา ในระดับบุคคลและสังคม

๒.๑.๓.๓ การวิเคราะห์การพัฒนาผ่านหลักอริยมรรคมีองค์ ๘ เป็นการกำหนดเส้นทางการพัฒนาที่สมดุล ซึ่งครอบคลุมทั้งมิติปัญญา (สมาธิฐิฐิ สมาสังกัปปะ) มิติศีลธรรม (สมมาวาจา สมมากัมมันตะ สมมาอาชีวะ) และมิติจิตใจ (สมมาวายามะ สมมาสติ สมมาสมาธิ) การพัฒนาสังคมที่แท้จริงต้องคำนึงถึงทั้ง ๓ มิตินี้ไปพร้อมกัน ไม่ใช่เน้นเพียงการพัฒนาเศรษฐกิจเพียงด้านเดียว

๒.๑.๔ ความแตกต่างระหว่างสังคมวิทยาทั่วไปกับพุทธสังคมวิทยา

ความแตกต่างพื้นฐานระหว่างสังคมวิทยาตะวันตกกับพุทธสังคมวิทยาอยู่ที่ฐานคติและมุมมองต่อธรรมชาติของสังคมและมนุษย์

๒.๑.๔.๑ ด้านญาณวิทยา สังคมวิทยาตะวันตกมักเน้นความรู้เชิงประจักษ์ ที่ได้จากการสังเกตและวัดผลจากภายนอก ในขณะที่พุทธสังคมวิทยาให้ความสำคัญกับความรู้ทั้งจากภายนอก และภายใน รวมถึงปัญญาที่เกิดจากการพิจารณาธรรมะ (วิปัสสนา) นักพุทธสังคมวิทยาเชื่อว่าความเข้าใจที่แท้จริงของปรากฏการณ์ทางสังคมต้องมาจากการวิเคราะห์เชิงวิทยาศาสตร์ และการตรึกตรองเชิงธรรมะ

๒.๑.๔.๒ ด้านภาษวิธี สังคมวิทยาตะวันตกมองสังคมเป็นสิ่งที่มีความเป็นอิสระจากบุคคล ตามแนวคิดของ Emile Durkheim ในขณะที่พุทธสังคมวิทยามองว่าสังคมเป็นเพียงการรวมตัวของบุคคลที่เชื่อมโยงกันด้วยกรรมและเหตุปัจจัย ไม่มีอัตตาของสังคม

๒.๑.๔.๓ ด้านค่านิยม (Axiology) สังคมวิทยาตะวันตกมักพยายามรักษาความเป็นกลางทางค่านิยม ในขณะที่พุทธสังคมวิทยายอมรับว่าการศึกษามีค่านิยมแฝงอยู่ และควรมุ่งไปสู่เป้าหมายในการลดความทุกข์และสร้างความเป็นอยู่ที่ดีของสังคม

๒.๑.๔.๔ ด้านระเบียบวิธีวิจัย สังคมวิทยาตะวันตกเน้นการวิจัยเชิงปริมาณและการทดสอบสมมติฐาน ในขณะที่พุทธสังคมวิทยาใช้วิธีการผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงประจักษ์กับการไตร่ตรองเชิงพุทธธรรม รวมถึงการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ที่เน้นการเรียนรู้และการเปลี่ยนแปลงไปพร้อมกัน (ธีรพันธ์ โลหิตกุล, ๒๕๖๖)

๒.๑.๕ กรอบสังเคราะห์พุทธสังคมวิทยาเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจ

จากการอธิบายแนวคิดพุทธสังคมวิทยาในหัวข้อที่ผ่านมา สามารถสังเคราะห์กรอบการวิเคราะห์เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมได้ ๔ ประการ ได้แก่

๒.๑.๕.๑. การมองสังคมแบบองค์รวมผ่านหลักปฏิจจนูปบาท ซึ่งเชื่อมโยงบุคคล ชุมชน และโครงสร้างทางสังคมเข้าด้วยกัน

๒.๑.๕.๒. การวิเคราะห์ปัญหาเชิงกระบวนการตามกรอบอริยสัจ ๔ ที่เริ่มจากการเข้าใจทุกข์ สาเหตุ และแนวทางการแก้ไขอย่างเป็นระบบ

๒.๑.๕.๓. การพัฒนาที่เน้นความสมดุลระหว่างมิติทางวัตถุและมิติทางจิตใจ ผ่าน ศิล สมาธิ และปัญญา

๒.๑.๕.๔. การให้ความสำคัญกับบทบาทของสถาบันทางสังคม โดยเฉพาะวัดและพระสงฆ์ ในฐานะตัวแสดงสำคัญของการพัฒนา

กรอบสังเคราะห์นี้จะถูกใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์กรณีศึกษาศรีลังกาในส่วนถัดไป และเป็นฐานในการเปรียบเทียบกับบริบทของประเทศไทยในบทต่อ ๆ ไป

ตารางที่ ๒.๑ กรอบสังเคราะห์พุทธสังคมวิทยากับการพัฒนาเศรษฐกิจ

มิติการวิเคราะห์	พุทธสังคมวิทยา	นัยต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ
ฐานคิด	ปฏิจจนูปบาท	มองปัญหาเชิงระบบ ไม่แยกส่วน
วิธีวิเคราะห์	อริยสัจ ๔	วิเคราะห์ปัญหาอย่างเป็นขั้นตอน
เป้าหมาย	ลดทุกข์ สร้างสมดุล	พัฒนาที่ยั่งยืน ไม่เร่งเติบโตเกิน
ตัวแสดงหลัก	วัด พระสงฆ์ ชุมชน	การพัฒนาแบบมีส่วนร่วม
เครื่องมือ	ศิลป สมาธิ ปัญญา	พัฒนาคนควบคู่โครงสร้าง

๒.๒ ประวัติศาสตร์และบริบทสังคมศรีลังกา

๒.๒.๑ ประวัติศาสตร์พุทธศาสนาในศรีลังกา

ประวัติศาสตร์พุทธศาสนาในศรีลังกามีความยาวนานกว่า ๒,๓๐๐ ปี และมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำรงอยู่ของพุทธศาสนาเถรวาททั่วโลก (กัลยาณี เขียวมณี, ๒๕๖๔) ศรีลังกาได้รับ

การยกย่องว่าเป็น "ดินแดนแห่งธรรม" ที่ได้รับรักษาพระธรรมวินัยไว้อย่างบริสุทธิ์และสืบทอดต่อมาจนถึงปัจจุบัน

๒.๒.๑.๑ ยุคการเผยแผ่พุทธศาสนาครั้งแรก (ศตวรรษที่ ๓ ก่อนคริสตกาล)

พุทธศาสนาเข้าสู่ศรีลังกาอย่างเป็นทางการในรัชสมัยของพระเจ้าเทวานัมปิยติสสะ ราวปี ๒๔๗ ก่อนคริสตกาล โดยพระมหินทะ (Mahinda) บุตรของพระเจ้าอโศกมหาราช พร้อมด้วยพระภิกษุอีก ๔ รูป และสามเณร ๑ รูป ได้เดินทางมาเผยแผ่พระพุทธศาสนา (วรเดช จันทรศร, ๒๕๖๕) การพบกันครั้งแรกเกิดขึ้นที่เขามิหินตเล ซึ่งปัจจุบันเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์สำคัญของพุทธศาสนาศรีลังกา พระมหินทะได้แสดงธรรมเรื่องจุฬหัตถิปโทปมสูตร แก่พระเจ้าเทวานัมปิยติสสะ ซึ่งทรงเลื่อมใสศรัทธาและทรงรับพระพุทธศาสนาเป็นศาสนาประจำราชอาณาจักร

ต่อมาพระสังฆมิตตา พระธิดาของพระเจ้าอโศกมหาราช ได้นำต้นพระศรีมหาโพธิ์ ซึ่งเป็นกิ่งจากต้นโพธิ์ที่พระพุทธเจ้าตรัสรู้ที่พุทธคยา มาปลูกที่อนุรாதปุระ ในปี ๒๓๖ ก่อนคริสตกาล ต้นพระศรีมหาโพธิ์นี้ยังคงมีชีวิตอยู่จนถึงปัจจุบัน เป็นต้นไม้ที่มีอายุที่สุดในโลกที่มีบันทึกประวัติศาสตร์อย่างชัดเจน

๒.๒.๑.๒ ยุคอนุรாதปุระ (ศตวรรษที่ ๓ ก่อนคริสตกาล - ศตวรรษที่ ๑๑) เป็น

ยุคทองของพุทธศาสนาศรีลังกา ในรัชสมัยของพระเจ้าทูลฐคามนี ได้สร้างมหาเจดีย์รวันเวลีเสยะ ซึ่งเป็นหนึ่งในเจดีย์ที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในโลก ในรัชสมัยของพระเจ้าวัฏฐคามินิอภัย ได้มีการจารึกพระไตรปิฎกเป็นลายลักษณ์อักษรครั้งแรกที่ถ้ำอาโลกะเลนะ ซึ่งเป็นเหตุการณ์สำคัญที่ทำให้พระธรรมคำสอนได้รับการถนอมรักษาไว้อย่างมั่นคง

ในศตวรรษที่ ๕ พระเจ้าชาตุเสนะ ได้สร้างระบบชลประทานที่ทันสมัย เช่น อ่างเก็บน้ำกาละเววา ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเจริญของอารยธรรมศรีลังกาที่บูรณาการระหว่างเทคโนโลยีกับพุทธศาสนา (Bandaranayake, 2020)

๒.๒.๑.๓ ยุคโปโลนนารูวะ (ศตวรรษที่ ๑๑-๑๓) หลังจากอนุรாதปุระตกอยู่ใน

ภาวะเสื่อมโทรม เมืองหลวงได้ย้ายไปยังโปโลนนารูวะ ในรัชสมัยของพระเจ้าปราคัรมาพาหุที่ ๑ พุทธศาสนาได้รับการฟื้นฟูอย่างยิ่งใหญ่ มีการสร้างวัดและเจดีย์มากมาย รวมทั้งพระพุทธรูปกัลวิหารสุบรรณที่มีชื่อเสียง (Liyanagama, 2021) พระองค์ทรงรวมนิกายต่างๆ เข้าด้วยกันและทำให้สังฆะเป็นเอกภาพ ซึ่งเป็นแบบอย่างสำคัญในประวัติศาสตร์พุทธศาสนา

๒.๒.๑.๔ ยุคอาณานิคมและการฟื้นฟูพุทธศาสนา (ศตวรรษที่ ๑๖-๒๐) ในศตวรรษที่ ๑๖ ศรีลังกาตกเป็นอาณานิคมของโปรตุเกส ดัตช์ และอังกฤษ ตามลำดับ ซึ่งส่งผลกระทบต่อพุทธศาสนา (De Silva, 2020) ในช่วงอาณานิคมโปรตุเกส มีการกดขี่พุทธศาสนาอย่างรุนแรง ทำลายวัดและเจดีย์ และบังคับให้ประชาชนเปลี่ยนมานับถือศาสนาคริสต์

ในรัชสมัยของพระเจ้ากิริติศรีราชสิงห์แห่งราชอาณาจักรกัณที ได้มีการฟื้นฟูพุทธศาสนาอย่างยิ่งใหญ่ โดยเชิญพระสงฆ์จากสยามมาบวชชาวศรีลังกาใหม่ เนื่องจากสายอุปสมบทในศรีลังกาขาดสูญไป การฟื้นฟูครั้งนี้เป็นจุดเริ่มต้นของนิกายสยาม ในศรีลังกา ซึ่งกลายเป็นนิกายใหญ่ที่สุดในประเทศ ความสัมพันธ์ทางพุทธศาสนาระหว่างสยามกับศรีลังการั้งนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำรงอยู่ของพุทธศาสนาเถรวาท

๒.๒.๑.๕ ยุคฟื้นฟูชาติและความเป็นอิสระ (ศตวรรษที่ ๒๐-ปัจจุบัน) ในช่วงต้นศตวรรษที่ ๒๐ มีการเกิดขบวนการฟื้นฟูพุทธศาสนาและชาตินิยม โดยมีบุคคลสำคัญเช่น อนุคาริกะ ธรรมปาละ ผู้ก่อตั้งมหาโพธิสมาคม ในปี ๑๘๙๑ ธรรมปาละได้เดินทางไปฟื้นฟูสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ทางพุทธศาสนาในอินเดีย โดยเฉพาะพุทธคยา และได้เผยแผ่พุทธศาสนาไปยังตะวันตก

หลังจากศรีลังกาได้รับเอกราชในปี ๑๙๔๘ พุทธศาสนาได้รับการยกย่องให้เป็นศาสนาหลักของประเทศตามรัฐธรรมนูญ แม้ว่าจะรับรองเสรีภาพทางศาสนาด้วย ปัจจุบันชาวศรีลังกาประมาณ ๗๐% นับถือพุทธศาสนา มีพระสงฆ์ประมาณ ๓๐,๐๐๐ รูป และมีวัดมากกว่า ๖,๐๐๐ วัดทั่วประเทศ

๒.๒.๒ การแพร่พระพุทธศาสนาสู่ศรีลังกา

การแพร่พระพุทธศาสนาสู่ศรีลังกาถือเป็นหนึ่งในเหตุการณ์สำคัญที่สุดในประวัติศาสตร์พุทธศาสนาโลก เนื่องจากเป็นการเผยแผ่ครั้งแรกที่มีบันทึกประวัติศาสตร์ที่ชัดเจน และเป็นการวางรากฐานของพุทธศาสนาเถรวาทที่ยังคงดำรงอยู่จนถึงปัจจุบัน

๒.๒.๒.๑ พื้นฐานการเผยแผ่ พระเจ้าอโศกมหาราช (Ashoka the Great, ๒๖๘-๒๓๒ ก่อนคริสตกาล) แห่งอาณาจักรมคธ ได้ส่งพระธรรมทูตไปยังดินแดนต่างๆ ทั้ง ๙ ทิศตามที่บันทึกไว้ในจารึกหินของพระองค์และในมหาवंส (Mahavamsa) การส่งพระธรรมทูตไปศรีลังกานี้เป็นส่วนหนึ่งของนโยบายธรรมวิชัย ที่มุ่งเผยแผ่หลักธรรมแทนการพิชิตด้วยอาวุธ

๒.๒.๒.๒ กระบวนการเผยแผ่ พระมหินทะได้ใช้วิธีการเผยแผ่ที่เหมาะสมกับบริบทของศรีลังกา โดยเริ่มจากการแสดงธรรมแก่พระมหากษัตริย์ก่อน จากนั้นจึงเผยแผ่สู่ชนชั้นสูง

และประชาชนทั่วไป พระมหินทระได้สร้างความน่าเชื่อถือผ่านการแสดงปาฏิหาริย์และการอธิบายธรรมะอย่างมีเหตุผล พระเจ้าเทวานัมปิยติสสะทรงถามพระมหินทระว่า "พระพุทธศาสนาได้ตั้งมั่นแล้วหรือยัง?" พระมหินทระตอบว่า "พุทธศาสนาจะตั้งมั่นแท้จริงเมื่อบุตรบุตรีของแผ่นดินนี้บวชและศึกษาระรมวินัยบนแผ่นดินนี้" ซึ่งแสดงให้เห็นวิสัยทัศน์ระยะยาวในการทำให้พุทธศาสนาเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมท้องถิ่น

๒.๒.๒.๓ การสถาปนาสังฆะ พระสังฆมิตตาได้นำชาวศรีลังกาหญิงเป็นกลุ่มแรกบวชเป็นภิกษุณี ซึ่งรวมถึงพระนางอนุลา พระชนนีของพระเจ้าเทวานัมปิยติสสะด้วย การมีทั้งภิกษุสงฆ์และภิกษุณีสงฆ์ทำให้พุทธศาสนาในศรีลังกามีความสมบูรณ์ แม้ว่าต่อมาสายอุปสมบทภิกษุณีจะขาดสูญไปในศตวรรษที่ ๑๑

๒.๒.๒.๔ การสร้างสถาบัน พระเจ้าเทวานัมปิยติสสะได้ถวายมหาเมฆวัน (Mahavihara) แห่งแรกที่อนุราชปุระ ซึ่งกลายเป็นศูนย์กลางการศึกษาพระพุทธศาสนาที่สำคัญที่สุดในโลกตลอดหลายศตวรรษ มหาเมฆวันได้เป็นที่เก็บรักษาและศึกษาพระไตรปิฎกบาลี และได้ผลิตพระสงฆ์นักวิชาการที่มีชื่อเสียงมากมาย เช่น พุทธโฆสจารย์ ผู้แต่งวิสุทธิมรรค

๒.๒.๓ วิวัฒนาการของสังคมศรีลังกา

สังคมศรีลังกามีวิวัฒนาการที่สลับซับซ้อนตลอดประวัติศาสตร์กว่า ๒,๕๐๐ ปี โดยมีพุทธศาสนาเป็นแกนกลางในการหล่อหลอมอัตลักษณ์และโครงสร้างสังคม

๒.๒.๓.๑ สังคมยุคโบราณ (ก่อนศตวรรษที่ ๑๖) สังคมศรีลังกาในยุคนี้มีโครงสร้างที่ซับซ้อน แบ่งออกเป็นชนชั้นต่างๆ ตามระบบวรรณะที่ได้รับอิทธิพลจากอินเดีย แต่ปรับเปลี่ยนให้เข้ากับบริบทท้องถิ่น ในยุคนี้มีระบบเศรษฐกิจที่เจริญรุ่งเรืองจากการเกษตร โดยเฉพาะการปลูกข้าว ที่ได้รับการสนับสนุนจากระบบชลประทานที่ทันสมัย เช่น อ่างเก็บน้ำพารากรมสมุทร ที่สร้างโดยพระเจ้าปราคักรมพาหุที่ ๑

สังคมในยุคนี้มีวัดเป็นศูนย์กลาง วัดไม่เพียงแต่เป็นสถานที่ประกอบศาสนกิจ แต่ยังเป็นศูนย์การศึกษา โรงพยาบาล และศูนย์กลางเศรษฐกิจของชุมชน วัดหลายแห่งได้รับการถวายที่ดินและทรัพยากร กลายเป็นเจ้าของที่ดินขนาดใหญ่และมีอำนาจทางเศรษฐกิจมาก

๒.๒.๓.๒ สังคมยุคอาณานิคม (ศตวรรษที่ ๑๖-๒๐) การเข้ามาของชาติตะวันตกได้เปลี่ยนแปลงโครงสร้างสังคมศรีลังกาอย่างมาก ชาวโปรตุเกสได้นำระบบแพลนเทชันเข้ามา โดยเฉพาะการปลูกอบเชย ซึ่งเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินและระบบเศรษฐกิจแบบดั้งเดิม ชาว

ดัชต์ได้พัฒนาระบบกฎหมายและการปกครองที่เป็นระบบมากขึ้น และได้ขยายการผลิตอบเชยและพืชเศรษฐกิจอื่นๆ

อังกฤษได้นำระบบแพลนเทชันชาและกาแฟเข้ามา ซึ่งต่อมากลายเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศ (การนำคนงานชาวทมิฬจากอินเดียใต้เข้ามาทำงานในไร่ชาได้เปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรและสร้างปัญหาชาติพันธุ์ที่ยังคงมีอยู่จนถึงปัจจุบัน การจัดตั้งระบบการศึกษาแบบตะวันตกได้สร้างชนชั้นกลางใหม่ที่มีการศึกษาสูง และกลายเป็นผู้นำในขบวนการเรียกร้องเอกราช

๒.๒.๓.๓ สังคมหลังเอกราช หลังได้รับเอกราชในปี ๑๙๔๘ สังคมศรีลังกาต้องเผชิญกับความท้าทายหลายประการ ความขัดแย้งระหว่างชาวสิงหลกับชาวทมิฬได้ทวีความรุนแรงขึ้น นำไปสู่สงครามกลางเมืองที่ยาวนานตั้งแต่ปี ๑๙๘๓ จนถึง ๒๐๐๙ สงครามนี้ได้สร้างความเสียหายอย่างมากต่อทั้งเศรษฐกิจและสังคม มีผู้เสียชีวิตมากกว่า ๑๐๐,๐๐๐ คน

แม้จะมีความขัดแย้ง แต่สังคมศรีลังกาก็มีการพัฒนาในหลายด้าน โดยเฉพาะด้านการศึกษาและสาธารณสุข ศรีลังกามีอัตราการรู้หนังสือสูงถึง ๙๒% และมีระบบสุขภาพที่ดี หลังจากสงครามกลางเมืองสิ้นสุดในปี ๒๐๐๙ ประเทศได้มีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในด้านการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน และเทคโนโลยี

๒.๒.๔ เหตุการณ์สำคัญที่ส่งผลต่อสังคมปัจจุบัน

สังคมศรีลังกาปัจจุบันได้รับการหล่อหลอมจากเหตุการณ์สำคัญหลายประการในประวัติศาสตร์ที่ส่งผลกระทบต่อโครงสร้างทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง

๒.๒.๔.๑ การได้รับเอกราชและนโยบาย "Sinhala Only" หลังจากได้รับเอกราชในปี ๑๙๔๘ รัฐบาลศรีลังกาภายใต้การนำของนายกรัฐมนตรี S.W.R.D. Bandaranaike ได้ประกาศใช้นโยบาย "Sinhala Only Act" ในปี ๑๙๕๖ ซึ่งกำหนดให้ภาษาสิงหลเป็นภาษาราชการเพียงภาษา นโยบายนี้ได้สร้างความขัดแย้งกับชาวทมิฬที่ใช้ภาษาทมิฬ และเป็นจุดเริ่มต้นของความตึงเครียดทางชาติพันธุ์ที่รุนแรงขึ้น

๒.๒.๔.๒ ความขัดแย้งชาติพันธุ์และสงครามกลางเมือง ความไม่พอใจของชาวทมิฬต่อนโยบายของรัฐบาลได้นำไปสู่การก่อตั้งกลุ่มเสื้อปลดปล่อยทมิฬอีแลม (LTTE) ในปี สงครามกลางเมืองที่ยาวนาน ๒๖ ปี ได้สร้างความเสียหายอย่างมหาศาล ทั้งในด้านชีวิตมนุษย์ เศรษฐกิจ และโครงสร้างสังคม มีผู้อพยพภายในประเทศมากกว่า ๘๐๐,๐๐๐ คน และมีผู้พลัดถิ่นไปต่างประเทศอีกหลายแสนคน

สงครามได้สิ้นสุดในเดือนพฤษภาคม ๒๐๐๙ เมื่อกองทัพศรีลังกาปราบปรามกลุ่ม LTTE ได้สำเร็จ แต่ปัญหาการสร้างความปรองดองและความยุติธรรมหลังความขัดแย้งยังคงเป็นประเด็นสำคัญ (นิธิ เอียวศรีวงศ์, ๒๕๖๕) รัฐบาลได้จัดตั้งคณะกรรมการความจริงและความปรองดอง แต่ก็ยังมีข้อถกเถียงเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิมนุษยชนที่เกิดขึ้นในช่วงท้ายของสงคราม

๒.๒.๔.๓ คลื่นยักษ์สึนามิมหาสมุทรอินเดีย เหตุการณ์สึนามิเมื่อวันที่ ๒๖ ธันวาคม ๒๐๐๔ ได้สร้างความเสียหายอย่างมหาศาลต่อชายฝั่งศรีลังกา มีผู้เสียชีวิตมากกว่า ๓๕,๐๐๐ คน และผู้ได้รับผลกระทบมากกว่า ๑ ล้านคน (สุรพล บุญช่วย, ๒๕๖๖) เหตุการณ์นี้ได้แสดงให้เห็นความเปราะบางของชุมชนชายฝั่งและความจำเป็นในการบริหารจัดการความเสี่ยงจากภัยพิบัติ ขณะเดียวกันก็ได้แสดงให้เห็นความเข้มแข็งของชุมชนและบทบาทของวัดในการฟื้นฟูและให้ความช่วยเหลือ

๒.๒.๔.๔ การระเบิดในวันอีสเตอร์ การโจมตีด้วยระเบิดพลีชีพพร้อมกันที่โบสถ์และโรงแรมหรูในเมืองโคลัมโบและเมืองอื่นๆ เมื่อวันที่ ๒๑ เมษายน ๒๐๑๙ ได้สร้างความสั่นสะเทือนอย่างมาก มีผู้เสียชีวิตมากกว่า ๒๕๐ คน (เกรียงศักดิ์ เจริญธรรม, ๒๕๖๕) เหตุการณ์นี้ได้กระตุ้นความตึงเครียดทางศาสนาระหว่างพุทธกับมุสลิม และทำให้เกิดความไม่ไว้วางใจระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์และศาสนาต่างๆ

๒.๒.๔.๕ วิกฤตเศรษฐกิจ ศรีลังกาประสบวิกฤตเศรษฐกิจรุนแรงในปี ๒๐๒๒ เนื่องจากหนี้สินต่างประเทศสูง การขาดแคลนเงินตราต่างประเทศ และการบริหารจัดการที่ไม่มีประสิทธิภาพ (Kelegama, 2022) วิกฤตนี้นำไปสู่การประท้วงครั้งใหญ่ที่เรียกว่า "Aragalaya" (การต่อสู้) และการลาออกของประธานาธิบดี โกตาปายา ราชปักษะ เหตุการณ์นี้แสดงให้เห็นถึงพลังของประชาชนและความท้าทายในการพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืน

๒.๒.๔.๖ บทเรียนจากประวัติศาสตร์พุทธศาสนาศรีลังกา

ประวัติศาสตร์พุทธศาสนาในศรีลังกาชี้ให้เห็นบทเรียนสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมร่วมสมัยอย่างน้อยสามประการ ได้แก่ ประการแรก ความต่อเนื่องของสถาบันศาสนาเป็นปัจจัยสำคัญของความยั่งยืนทางสังคม ประการที่สอง การบูรณาการศาสนากับรัฐสามารถสร้างพลังทางสังคมได้ แต่หากขาดความระมัดระวังอาจนำไปสู่ความขัดแย้ง และประการที่สาม วิกฤตการณ์ต่าง ๆ ในประวัติศาสตร์ได้แสดงให้เห็นบทบาทของวัดและชุมชนในการฟื้นฟูสังคม ซึ่งเป็นต้นทุนทางสังคมที่มีคุณค่าอย่างยิ่ง

ตารางที่ ๒.๒ บทเรียนจากพัฒนาการสังคมศรีลังกา

ช่วงเวลา	บทบาทพุทธศาสนา	บทเรียนต่อไทย
ยุคโบราณ	วัดเป็นศูนย์กลาง	ชุมชนเข้มแข็ง
ยุคอาณานิคม	พุทธเป็นฐานอำนาจ	ศาสนากับอัตลักษณ์
หลังเอกราช	ศาสนากับรัฐ	ต้องระวังชาตินิยม
ร่วมสมัย	พุทธกับการพัฒนา	หลังฟื้นฟูสังคม

๒.๓ พุทธศาสนาเถรวาทกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

๒.๓.๑ บทบาทของพุทธศาสนาในสังคมศรีลังกา

พุทธศาสนามีบทบาทสำคัญในการกำหนดรูปแบบและทิศทางของสังคมศรีลังกามาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน บทบาทของพุทธศาสนาไม่ได้จำกัดอยู่เพียงในมิติทางจิตวิญญาณ แต่ครอบคลุมทุกมิติของชีวิตสังคม

๒.๓.๑.๑ บทบาทในการสร้างอัตลักษณ์ชาติ พุทธศาสนาเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์ของชาวสิงหล ซึ่งเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ใหญ่ที่สุดในศรีลังกา แนวคิด "ทีปวงค์" และ "มหาวงค์" ซึ่งเป็นตำนานประวัติศาสตร์ของศรีลังกา ได้เชื่อมโยงชาวสิงหลกับพันธกิจในการปกป้องและเผยแผ่พุทธศาสนา ความเชื่อที่ว่าศรีลังกาเป็น "ธรรมทวีป" หรือเกาะแห่งธรรม ได้หล่อหลอมจิตสำนึกของชาวสิงหลให้มองตนเองเป็นผู้พิทักษ์พระพุทธศาสนาเถรวาท

ดังนั้น การผูกพันระหว่างศาสนากับชาติพันธุ์นี้ได้สร้างปัญหาในสังคมพหุวัฒนธรรม โดยเฉพาะการสร้างความรู้สึกกีดกันต่อชาวทมิฬที่นับถือศาสนาฮินดูและอิสลาม ในช่วงหลังเอกราช มีการใช้พุทธศาสนาในการสร้างชาตินิยมสิงหล-พุทธ ซึ่งมีส่วนทำให้เกิดความขัดแย้งทางชาติพันธุ์

๒.๓.๑.๒ บทบาทในการศึกษา วัดในศรีลังกาเป็นศูนย์กลางการศึกษามาตั้งแต่สมัยโบราณ ระบบการศึกษาแบบ "ปิริเวณ" ซึ่งเป็นโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในวัด ได้ผลิตบัณฑิตและนักปราชญ์มากมาย ไม่เพียงแต่ในด้านพุทธศาสนา แต่รวมถึงวรรณคดี คณิตศาสตร์ โหราศาสตร์ และการแพทย์แผนดั้งเดิม ในยุคปัจจุบัน ระบบปิริเวณยังคงมีบทบาทสำคัญ มีปิริเวณมากกว่า ๗๐๐ แห่งทั่วประเทศ ที่สอนทั้งหลักสูตรพุทธศาสนาและหลักสูตรสามัญ (นงนุช สุขสม, ๒๕๖๕;

Wijayaratna, 2020) มหาวิทยาลัยพุทธศาสนาหลายแห่ง เช่น มหาวิทยาลัยศรีชยวรรธนปุระ และสถาบันพุทธศาสนานานาชาติ ได้ผลิตบัณฑิตทางพุทธศาสนาที่มีคุณภาพสูง

๒.๓.๑.๓ บทบาทในการสาธารณสุข วัดในศรีลังกามีบทบาทในการดูแลสุขภาพของประชาชนมาตั้งแต่สมัยโบราณ ตำราแพทย์แผนอายุรเวทของศรีลังกา เช่น สารารถสังคหะ ได้บูรณาการความรู้ทางการแพทย์จากอินเดียกับภูมิปัญญาท้องถิ่น พระสงฆ์หลายรูปมีความรู้ทางการแพทย์และเป็นหมอประจำหมู่บ้าน ปัจจุบันวัดหลายแห่งมีคลินิกอายุรเวทที่ให้บริการรักษาโรคแบบดั้งเดิม โดยเฉพาะโรคเรื้อรังและโรคที่การแพทย์แผนปัจจุบันรักษายาก (อนันต์ สุวรรณรัตน์, ๒๕๖๔) การผสมผสานระหว่างการแพทย์แผนดั้งเดิมกับการแพทย์แผนปัจจุบันได้กลายเป็นลักษณะเฉพาะของระบบสาธารณสุขศรีลังกา

๒.๓.๑.๔ บทบาทในการสวัสดิการสังคม วัดเป็นแหล่งสวัสดิการสังคมที่สำคัญ โดยเฉพาะสำหรับผู้ยากไร้ ผู้สูงอายุ และผู้ด้อยโอกาส (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, ๒๕๖๕) วัดหลายแห่งดำเนินสถานสงเคราะห์เด็กกำพร้า บ้านพักคนชรา และศูนย์ฟื้นฟูผู้ติดยาเสพติด การให้ทานเป็นกิจกรรมสำคัญของพุทธศาสนิกชนศรีลังกา โดยมีการถวายภัตตาหารแก่พระสงฆ์เป็นประจำทุกวัน และการจัดงาน "ทานศาลา" ในเทศกาลสำคัญต่างๆ ซึ่งให้อาหารและเครื่องดื่มฟรีแก่ประชาชน

๒.๓.๒ พระสงฆ์กับการพัฒนาชุมชน

พระสงฆ์ศรีลังกามีบทบาทที่หลากหลายในการพัฒนาชุมชน ตั้งแต่การเป็นผู้นำทางจิตใจ ไปจนถึงการเป็นนักพัฒนาและนักสังคม

๒.๓.๒.๑ รูปแบบการพัฒนาชุมชนโดยพระสงฆ์ การพัฒนาชุมชนโดยพระสงฆ์ในศรีลังกามีหลายรูปแบบ ได้แก่ (๑) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน สะพาน ระบบน้ำ โรงเรียน (๒) การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน เช่น สหกรณ์ กลุ่มออมทรัพย์ โครงการสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ (๓) การพัฒนาสังคมและวัฒนธรรม เช่น การจัดกิจกรรมชุมชน การอนุรักษ์ประเพณี (๔) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เช่น การฝึกอบรมอาชีพ การให้ทุนการศึกษา (Abeysekara, 2021)

กรณีตัวอย่าง: ขบวนการ Sarvodaya Shramadana ขบวนการชาวไวทยา ศรมทานะ ก่อตั้งโดย Dr. A.T. Ariyaratne ในปี ๒๕๐๑ เป็นองค์กรพัฒนาชุมชนที่ใหญ่ที่สุดในศรีลังกา ครอบคลุมมากกว่า ๑๕,๐๐๐ หมู่บ้าน (สุรัชย์ หวันเจริญ, ๒๕๖๖) คำว่า "Sarvodaya" แปลว่า "การตื่นขึ้นของทุกคน" ส่วน "Shramadana" หมายถึง "การแบ่งปันแรงงาน" แนวคิดหลักของขบวนการนี้คือการพัฒนาที่เน้นคน โดยใช้หลักธรรมทางพุทธศาสนาเป็นพื้นฐาน

โครงการของชาร์โวทยาเริ่มต้นด้วยการจัดค่ายสร้างถนน สะพาน บ่อน้ำ โดยอาสาสมัครจากชุมชนและนักเรียน ต่อมาได้ขยายไปสู่โครงการพัฒนาด้านต่างๆ เช่น สหกรณ์ออมทรัพย์ โรงเรียนก่อนวัยเรียน สถานีวิทย์ชุมชน และโครงการพลังงานทดแทน ชาร์โวทยาได้พัฒนาแนวคิด "สิบความต้องการพื้นฐาน" ที่ครอบคลุมทั้งความต้องการทางวัตถุ (น้ำสะอาด อาหาร ที่อยู่ อาศัย เสื้อผ้า สุขภาพ พลังงาน การสื่อสาร) และความต้องการทางจิตใจ (การศึกษา สภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมและจิตใจ ระเบียบทางสังคม)

๒.๓.๒.๒ บทบาทของพระสงฆ์ในการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท พระสงฆ์ในศรีลังกามีบทบาทสำคัญในการแก้ไขข้อพิพาทในชุมชน ด้วยความเป็นกลางทางอำนาจและศีลธรรมที่สูง พระสงฆ์จึงเป็นที่เคารพนับถือและไว้วางใจของชาวบ้าน การแก้ไขข้อพิพาทโดยพระสงฆ์มักใช้หลักธรรมเป็นแนวทาง เช่น หลักสังคหวัตถุ ๔ (การวางตนเป็นที่รักของหมู่คณะ) ประกอบด้วยการให้ทาน (ทาน) การพูดจาไพเราะ (ปิยวาจา) การช่วยเหลือเกื้อกูล (อัตถจริยา) และการปฏิบัติตามหน้าที่ของตน (สมานัตตตา)

๒.๓.๓ วัดเป็นศูนย์กลางของชุมชน

วัดในศรีลังกามีบทบาทที่สำคัญในฐานะศูนย์กลางของชุมชน ทั้งในมิติทางศาสนา สังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม

๒.๓.๓.๑ วัดในฐานะศูนย์กลางทางศาสนา วัดเป็นสถานที่ประกอบศาสนกิจของชาวพุทธ มีการทำบุญตักบาตรทุกวัน การสวดมนต์ไหว้พระในวันพระ ซึ่งตรงกับวันเพ็ญและวันแรม ๘ ค่ำของทุกเดือน และการจัดงานสำคัญทางพุทธศาสนา เช่น เทศกาลเวสาก ที่ระลึกถึงการประสูติ ตรัสรู้ และปรินิพพานของพระพุทธเจ้า และเทศกาลโปสน ที่ระลึกถึงการนำพุทธศาสนาเข้าสู่ศรีลังกา

การประกอบศาสนกิจในศรีลังกามีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากประเทศไทย เช่น ประเพณี "ทานศาลา" ที่มีการตั้งเต็นท์ตามถนนเพื่อแจกอาหารและเครื่องดื่มฟรีในเทศกาลเวสาก การทำ "เวสลักกุง" ซึ่งเป็นโคมไฟขนาดใหญ่ที่มีภาพเล่าเรื่องชาดก และการทำ "ภักติ" หรือเพลงสวดสรรเสริญพระพุทธเจ้า

๒.๓.๓.๒ วัดในฐานะศูนย์กลางทางสังคม วัดเป็นสถานที่รวมตัวของชุมชน มีการจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น การประชุมหารือเรื่องของชุมชน การจัดงานศพ การจัดงานบุญ และ

การจัดกิจกรรมเพื่อสาธารณประโยชน์ วัดยังเป็นสถานที่ที่ผู้นำชุมชนมาพบปะและปรึกษาหารือกับพระสงฆ์ในเรื่องต่างๆ

ในสังคมชนบทของศรีลังกา วัดมักเป็นสถานที่เดียวที่มีพื้นที่กว้างพอสำหรับการจัดกิจกรรมชุมชนขนาดใหญ่ ศาลาวัดจึงถูกใช้เป็นสถานที่จัดงานต่างๆ เช่น งานแต่งงาน งานบวช งานขึ้นบ้านใหม่ และการประชุมชาวบ้าน

๒.๓.๓.๓ วัดในฐานะศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ วัดในศรีลังกามีบทบาททางเศรษฐกิจที่หลากหลาย วัดหลายแห่งเป็นเจ้าของที่ดินขนาดใหญ่ที่ให้ชาวบ้านเช่าทำกิน มีการจัดตั้งสหกรณ์ออมทรัพย์และสินเชื่อ มีการดำเนินโครงการสร้างอาชีพ เช่น การทอผ้า การแกะสลัก การทำเครื่องปั้นดินเผา

นอกจากนี้ วัดยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ โดยเฉพาะวัดที่มีพระธาตุหรือโบราณสถานสำคัญ เช่น วัดพระธาตุเขี้ยวแก้วกัณธี ถ้ำทองดัมบุลลา พระพุทธรูปกัลวิหารสุบรรณ รายได้จากการท่องเที่ยวช่วยสนับสนุนการบำรุงรักษาวัดและกิจกรรมพัฒนาชุมชน

๒.๓.๓.๔ วัดในฐานะศูนย์กลางทางวัฒนธรรม วัดเป็นที่เก็บรักษาและสืบทอดศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่น จิตรกรรมฝาผนังในวัด ประติมากรรม สถาปัตยกรรม และหัตถกรรมต่างๆ เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สำคัญ วัดยังเป็นศูนย์การเรียนรู้ศิลปะแบบดั้งเดิม เช่น การเต้นรำ กันดิยัน การดนตรีแบบดั้งเดิม การทำหน้ากากและเครื่องประดับ

๒.๓.๓.๕ การจัดการวัด วัดในศรีลังกามีระบบการจัดการที่แตกต่างจากประเทศไทย วัดแต่ละแห่งมีคณะกรรมการวัด ซึ่งประกอบด้วยฆราวาสที่เลือกตั้งกันเอง ทำหน้าที่ดูแลกิจการของวัดร่วมกับเจ้าอาวาส คณะกรรมการวัดมีอำนาจในการบริหารจัดการทรัพย์สินของวัด จัดหารายได้ และตัดสินใจในเรื่องสำคัญต่างๆ ระบบนี้ทำให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการบริหารวัดมากกว่าในประเทศไทย

๒.๓.๔ การบูรณาการธรรมะกับการพัฒนา

การบูรณาการหลักธรรมทางพุทธศาสนากับการพัฒนาเป็นลักษณะเด่นของแนวทางการพัฒนาในศรีลังกา การพัฒนาที่ยั่งยืนต้องคำนึงถึงทั้งมิติทางวัตถุและมิติทางจิตใจ

๒.๓.๔.๑ หลักธรรมสำคัญที่ใช้ในการพัฒนา หลักธรรมที่นำมาใช้ในการพัฒนาชุมชนในศรีลังกา ได้แก่

๒.๓.๔.๑.๑ หลักอิทธิบาท ๔ (ฉันทะ วิริยะ จิตตะ วิมังสา) ใช้เป็นแนวทางในการสร้างแรงจูงใจและพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชน ฉันทะ (ความปรารถนา) คือการสร้างวิสัยทัศน์และเป้าหมายที่ชัดเจน วิริยะ (ความเพียร) คือการลงมือทำอย่างต่อเนื่อง จิตตะ (ความตั้งใจ) คือการรักษาสมาธิและไม่ท้อถอย วิมังสา (ปัญญา) คือการใช้เหตุผลและการเรียนรู้

๒.๓.๔.๑.๒ หลักสังคหวัตถุ ๔ (ทาน ปิยวาจา อตถจริยา สมานัตตตา) ใช้ในการสร้างความสามัคคีและความร่วมมือในชุมชน ทาน (การให้) คือการแบ่งปันทรัพยากรและความรู้ ปิยวาจา (วาจาไพเราะ) คือการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ อตถจริยา (การช่วยเหลือ) คือการทำงานร่วมกัน สมานัตตตา (ความเสมอภาค) คือการปฏิบัติต่อกันอย่างเท่าเทียม

๒.๓.๔.๑.๓ หลักอปปริหานิยธรรม ๗ (ธรรมที่ทำให้ไม่เสื่อม) ใช้ในการบริหารจัดการองค์กรชุมชน ได้แก่ การประชุมปรึกษาหารือกันสม่ำเสมอ ความสามัคคีในหมู่คณะ การเคารพกฎระเบียบ การเคารพผู้ใหญ่ การปกป้องสตรีและเด็ก การบำรุงรักษาสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ และการอุปถัมภ์พระสงฆ์

๒.๓.๔.๑.๔ หลักจักรวาล หรือวงล้อแห่งเศรษฐกิจพุทธ ที่เน้นความสมดุลระหว่างการผลิต การบริโภค และการแจกจ่ายควรผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภคควรบริโภคอย่างพอประมาณและรู้จักแบ่งปัน และการแจกจ่ายควรเป็นธรรม

ตัวอย่างโครงการบูรณาการธรรมะกับการพัฒนา

โครงการธนาคารข้าว เป็นโครงการที่พระสงฆ์เริ่มในชุมชนชนบท โดยใช้หลักการให้ กุ้ย้มข้าวแก่เกษตรกรที่ขาดแคลนในช่วงก่อนการเก็บเกี่ยว และให้คืนพร้อมดอกเบี้ยเป็นข้าวเมื่อเก็บเกี่ยวได้ (Silva, 2021) ดอกเบี้ยที่ได้นำไปใช้ในกิจกรรมสาธารณประโยชน์ของชุมชน โครงการนี้ใช้หลักธรรมเรื่องการให้ (ทาน) และการช่วยเหลือเกื้อกูล (อตถจริยา)

โครงการป่าชุมชนแบบพุทธ เป็นโครงการอนุรักษ์ป่าที่ผสมผสานความเชื่อทางพุทธศาสนากับการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ (Darlington, 2020) พระสงฆ์ทำพิธีห่มผ้าเหลืองต้นไม้ใหญ่เพื่อให้ชาวบ้านเกิดความเคารพและไม่ตัดต้นไม้ โครงการนี้ได้ผลดีในการอนุรักษ์ป่าและสร้างจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อม

โครงการเยาวชนพุทธ เป็นโครงการพัฒนาเยาวชนผ่านกิจกรรมค่ายธรรมะ การบริการสังคม และการฝึกอบรมทักษะชีวิต โครงการเหล่านี้ช่วยปลูกฝังคุณธรรมและพัฒนาทักษะการเป็นผู้นำในเยาวชน

๒.๔ โครงสร้างสังคมและการจัดการทรัพยากร

๒.๔.๑ ระบบชนชั้นและกลุ่มสังคมในศรีลังกา

โครงสร้างสังคมศรีลังกามีความซับซ้อนและหลากหลาย ประกอบด้วยมิติทางชาติพันธุ์ ศาสนา ชนชั้น และภูมิภาค (วิชัย ณ นคร, ๒๕๖๔; Roberts, 2020) ความเข้าใจในโครงสร้างสังคมนี้เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการวิเคราะห์ปัญหาสังคมและการพัฒนา

๒.๔.๑.๑ โครงสร้างทางชาติพันธุ์ ประชากรศรีลังกาประมาณ ๒๒ ล้านคน แบ่งออกเป็นกลุ่มชาติพันธุ์หลักดังนี้ (๑) ชาวสิงหล ประมาณ ๗๔.๙% ส่วนใหญ่นับถือพุทธศาสนา พูดภาษาสิงหล (๒) ชาวทมิฬศรีลังกา ประมาณ ๑๑.๒% นับถือศาสนาฮินดู พูดภาษาทมิฬ (๓) ชาวทมิฬอินเดีย ประมาณ ๔.๒% เป็นผู้ที่มาทำงานในไร่ชาในสมัยอาณานิคม (๔) ชาวมัวร์ ประมาณ ๙.๒% นับถือศาสนาอิสลาม (๕) ชาวเบอร์เกอร์ และกลุ่มอื่นๆ ประมาณ ๐.๕%

การกระจายตัวของกลุ่มชาติพันธุ์ไม่สม่ำเสมอทั่วประเทศ ชาวสิงหลกระจายตัวอยู่ทั่วประเทศ โดยเฉพาะในภาคใต้และภาคกลาง ชาวทมิฬศรีลังกามีความหนาแน่นสูงในภาคเหนือและภาคตะวันออก ชาวทมิฬอินเดียอาศัยอยู่ในเขตไฮแลนด์กลางที่มีไร่ชา ส่วนชาวมัวร์กระจายตัวอยู่ตามชายฝั่งตะวันออก

๒.๔.๑.๒ ระบบชนชั้นในสังคมสิงหล ระบบชนชั้น ในสังคมสิงหลมีความซับซ้อนและแตกต่างจากระบบวรรณะของอินเดีย แม้พุทธศาสนาจะสอนเรื่องความเสมอภาค แต่ระบบชนชั้นยังคงมีอิทธิพลในสังคม ชนชั้นหลักในสังคมสิงหลประกอบด้วย:

๒.๔.๑.๒.๑ โควิกรม เป็นชนชั้นเกษตรกร คิดเป็นประมาณ ๕๐% ของประชากรสิงหล เป็นชนชั้นที่มีอำนาจมากที่สุดทั้งทางการเมืองและเศรษฐกิจ ผู้นำส่วนใหญ่ของประเทศมาจากชนชั้นนี้

๒.๔.๑.๒.๒ การาวะ เป็นชนชั้นชาวประมงและพ่อค้า อาศัยอยู่ตามชายฝั่ง มีความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจแต่มีสถานะทางสังคมต่ำกว่าโควิกรม ในยุคปัจจุบันชนชั้นนี้มีอิทธิพลทางเศรษฐกิจมาก

๒.๔.๑.๒.๓ สาละกม เป็นชนชั้นผู้ปลูกและค้าอบเชย มีความมั่งคั่งจากการค้าขายในสมัยอาณาจักรมอญ

๒.๔.๑.๒.๔ ทูราเว เป็นชนชั้นคนทำเหล้าทอดดีและทำน้ำตาลโตนด (๕) ชนชั้นต่ำสุด เช่น โรติยา ซึ่งถูกกีดกันทางสังคม

แม้ว่ารัฐธรรมนูญศรีลังกาจะห้ามการเลือกปฏิบัติตามชนชั้น แต่ในทางปฏิบัติระบบชนชั้นยังคงมีอิทธิพล โดยเฉพาะในเรื่องการสมรส การเข้าถึงตำแหน่งสำคัญ และแม้กระทั่งการบวชพระในนิกายบางนิกาย นิกายสยาม ซึ่งเป็นนิกายใหญ่ที่สุด ยอมรับเฉพาะผู้ที่มาจากชนชั้นโควิกรมเท่านั้น ส่วนนิกายอมรปุระ และนิกายรามัญนิกายะ เปิดกว้างกว่า

๒.๔.๑.๓ โครงสร้างทางเศรษฐกิจและชนชั้น โครงสร้างทางเศรษฐกิจของศรีลังกาได้สร้างชนชั้นใหม่ที่ทับซ้อนกับระบบชนชั้นเดิม ได้แก่

๒.๔.๑.๓.๑ ชนชั้นนำทางเศรษฐกิจและการเมือง ประกอบด้วย นักการเมือง เจ้าของธุรกิจขนาดใหญ่ ข้าราชการระดับสูง มีอำนาจในการกำหนดนโยบายและทิศทางของประเทศ

๒.๔.๑.๓.๒ ชนชั้นกลาง ประกอบด้วยผู้มีการศึกษาสูง ข้าราชการ ครู อาจารย์ นักวิชาชีพต่างๆ เจ้าของธุรกิจขนาดกลาง ชนชั้นนี้เติบโตขึ้นมากหลังเอกราชและมีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

๒.๔.๑.๓.๓ ชนชั้นแรงงาน ประกอบด้วยคนงานในโรงงาน พนักงานบริการ แรงงานในไร่นา มีรายได้น้อยและมักถูกเอารัดเอาเปรียบ

๒.๔.๑.๓.๔ เกษตรกรรายย่อย ยังคงเป็นกลุ่มใหญ่ในชนบท มีที่ดินเล็กน้อยหรือไม่มีที่ดินเป็นของตนเอง ประสบปัญหาความยากจนเรื้อรัง

๒.๔.๒ การจัดการทรัพยากรแบบชุมชน

การจัดการทรัพยากรแบบชุมชนในศรีลังกามีประวัติศาสตร์ยาวนานและมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับพุทธศาสนา ระบบการจัดการทรัพยากรแบบชุมชนที่สำคัญประกอบด้วย

๒.๔.๒.๑ ระบบชลประทานแบบดั้งเดิม ศรีลังกามีระบบชลประทานที่ซับซ้อนและมีประสิทธิภาพสูงมาตั้งแต่สมัยโบราณ ระบบนี้ประกอบด้วยอ่างเก็บน้ำขนาดใหญ่ คลองส่งน้ำ และนาข้าว อ่างเก็บน้ำบางแห่งสร้างมากกว่า ๒,๐๐๐ ปีมาแล้ว เช่น อ่างเก็บน้ำบัสวักกุลม ที่อนุราชปุระ การจัดการระบบชลประทานใช้หลักการมีส่วนร่วมของชุมชน มีการแบ่งน้ำอย่างเป็นธรรม

ตามหลัก "เบธมา" ซึ่งกำหนดให้ทุกคนได้รับน้ำเท่าๆ กัน หากน้ำไม่พอก็จะแบ่งพื้นที่การเพาะปลูกให้เล็กลงเท่าๆ กัน ระบบนี้สะท้อนหลักธรรมทางพุทธศาสนาเรื่องความเสมอภาคและความเป็นธรรม ชุมชนมีผู้รับผิดชอบในการบำรุงรักษาระบบ เรียกว่า "เวล์วิดานะ" ซึ่งได้รับการเลือกตั้งจากชาวบ้าน มีหน้าที่ดูแลการแบ่งน้ำ การซ่อมแซมคันดิน และการระงับข้อพิพาท การทำงานร่วมกันในการซ่อมแซมระบบชลประทานเรียกว่า "ศรมทานะ" ซึ่งกลายเป็นแนวคิดสำคัญในการพัฒนาชุมชนของศรีลังกา

๒.๔.๒.๒ การจัดการป่าไม้แบบชุมชน ป่าไม้ในศรีลังกามีทั้งป่าที่อยู่ในความดูแลของรัฐและป่าที่ชุมชนดูแลร่วมกัน การจัดการป่าแบบชุมชนมักเชื่อมโยงกับวัด โดยมีพื้นที่ป่าที่อยู่ในความดูแลของวัดเรียกว่า "เทวาละยา คานดะ" (ป่าศักดิ์สิทธิ์) พระสงฆ์มีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์ป่า โดยการสอนให้ชาวบ้านเห็นคุณค่าของป่าไม้ทั้งในแง่ประโยชน์ใช้สอยและในแง่จิตวิญญาณการตัดไม้ในป่าศักดิ์สิทธิ์ถือเป็นบาปกรรมที่ร้ายแรง ความเชื่อนี้ช่วยอนุรักษ์ป่าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๒.๔.๒.๓ การจัดการทรัพยากรทางทะเล ชุมชนชาวประมงในศรีลังกา มีระบบการจัดการทรัพยากรทางทะเลแบบดั้งเดิม มีการกำหนดพื้นที่ประมง ฤดูกาลห้ามจับปลา และเครื่องมือที่ใช้ในการจับปลา ชุมชนมีผู้นำที่เรียกว่า "มุตาลาลิ" ทำหน้าที่ประสานงานและแก้ไขข้อพิพาท ความเชื่อทางพุทธศาสนาเรื่องอหิงสา (ไม่ทำร้ายสัตว์) มีอิทธิพลต่อวิธีการจับปลา ชาวประมงหลายคนจะปล่อยปลาที่ตั้งท้องหรือปลาเล็กเกินไป และจะไม่จับสัตว์ทะเลบางชนิดที่หายาก

๒.๔.๒.๔ การจัดการที่ดินแบบชุมชน ในสมัยโบราณ ที่ดินส่วนใหญ่เป็นของพระมหากษัตริย์ที่มอบให้วัดและชาวบ้านใช้ประโยชน์ มีระบบ "กรมริยะ" ซึ่งเป็นพื้นที่ที่หมู่บ้านจัดการร่วมกัน แต่ละครอบครัวมีสิทธิ์ใช้ประโยชน์ในส่วนที่ได้รับมอบหมาย ในสมัยอาณานิคมระบบการถือครองที่ดินแบบดั้งเดิมถูกทำลาย มีการแนะนำระบบกรรมสิทธิ์ที่ดินแบบตะวันตก ซึ่งทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำในการถือครองที่ดินปัจจุบันมีความพยายามฟื้นฟูระบบการจัดการที่ดินแบบชุมชนผ่านโครงการปฏิรูปที่ดินและการจัดตั้งสหกรณ์การเกษตร

๒.๔.๓ ระบบเศรษฐกิจพื้นบ้านและภูมิปัญญาท้องถิ่น

ระบบเศรษฐกิจพื้นบ้านของศรีลังกาสะท้อนภูมิปัญญาที่สั่งสมมาหลายชั่วอายุคน และมีความสอดคล้องกับหลักธรรมทางพุทธศาสนา

๒.๔.๓.๑ การเกษตรแบบผสมผสาน เกษตรกรศรีลังกาปลูกพืชหลายชนิดในพื้นที่เดียวกัน ทั้งข้าว พืชผัก ผลไม้ และเครื่องเทศ ระบบนี้ช่วยกระจายความเสี่ยง ลดการใช้สารเคมี และรักษาความสมดุลของระบบนิเวศ มีการหมุนเวียนพืช การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ และการควบคุมศัตรูพืชด้วยวิธีธรรมชาติ

ระบบการเกษตรนี้สะท้อนหลักปรัชญาสมุปบาทที่ว่าทุกสิ่งเกี่ยวพันกัน พืชแต่ละชนิดช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เช่น พืชตระกูลถั่วช่วยเพิ่มไนโตรเจนในดิน ต้นไม้ใหญ่ให้ร่มเงาแก่พืชเตี้ย

๒.๔.๓.๒ สวนครัวแบบดั้งเดิม สวนครัว หรือ "พะละเวตตะ" เป็นลักษณะเด่นของชนบทศรีลังกา ในพื้นที่เล็กๆ รอบบ้าน มีการปลูกต้นไม้มากมายหลายชนิด รวมถึงต้นไม้ให้ผลไม้ ต้นไม้ให้ร่มเงา พืชผัก สมุนไพร และต้นไม้มีค่าทางเศรษฐกิจ เช่น มะพร้าว อบเชย กระวาน สวนครัวแบบนี้เป็นระบบเกษตรที่ยั่งยืน ให้ผลผลิตตลอดปี ไม่ต้องการการดูแลมากนัก และช่วยรักษาความหลากหลายทางชีวภาพ สวนครัวยังเป็นแหล่งอาหารที่มั่นคงสำหรับครอบครัว ช่วยลดการพึ่งพาตลาด

๒.๔.๓.๓ หัตถกรรมพื้นบ้าน ศรีลังกามีหัตถกรรมพื้นบ้านที่หลากหลาย ได้แก่ การทอผ้า การแกะสลักไม้ การทำเครื่องปั้นดินเผา การทำหน้ากาล การสานตะกร้า การทำเครื่องประดับ หัตถกรรมเหล่านี้มักเกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา เช่น การแกะสลักรูปพระพุทธรูป การทำหน้ากาลสำหรับการแสดงชาดก การผลิตหัตถกรรมใช้วัสดุท้องถิ่นและเทคนิคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ช่างฝีมือมักเรียนรู้จากบรรพบุรุษและถ่ายทอดให้ลูกหลาน ความรู้และทักษะจึงสั่งสมและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

๒.๔.๓.๔ การค้าและการแลกเปลี่ยน ในสมัยโบราณ ศรีลังกาเป็นศูนย์กลางการค้าระหว่างตะวันออกและตะวันตก สินค้าสำคัญที่ส่งออกได้แก่ อบเชย พลอย ไข่มุก และงาช้าง การค้าขายมีหลักศีลธรรม ผู้ค้าต้องซื่อสัตย์ ไม่โกง ไม่คดโกง ตามหลัก "สัมมาอาชีวะ" (อาชีพชอบธรรม) ในชนบท มีการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างกัน เรียกว่า "อัตตมานะ" ระบบนี้ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชนและลดการพึ่งพาเงินตรา

๒.๔.๔ การมีส่วนร่วมของชุมชน

การมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืนในศรีลังกา แนวทางการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมมีพื้นฐานจากหลักธรรมทางพุทธศาสนาและวัฒนธรรมดั้งเดิม

๒.๔.๔.๑ แนวคิด Shramadana คำว่า "ศรมทานะ" แปลว่า "การแบ่งปันแรงงาน" เป็นแนวคิดพื้นฐานของการมีส่วนร่วม (Ariyaratne, 2021) ชาวบ้านร่วมกันทำงานเพื่อสาธารณประโยชน์ เช่น สร้างถนน ขุดบ่อน้ำ ซ่อมแซมวัด โดยไม่คิดค่าจ้าง การทำงานร่วมกันนี้ไม่เพียงแต่ทำให้งานสำเร็จ แต่ยังสร้างความสามัคคีและความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกัน

ศรมทานะสะท้อนหลักธรรมหลายประการ ได้แก่ ทาน (การให้) อุตถจริยา (การช่วยเหลือ) และเมตตา (ความรักเมตตา) การทำงานร่วมกันยังเป็นโอกาสในการพัฒนาจิตใจ ฝึกการให้ การอดทน และการทำงานเป็นทีม

๒.๔.๔.๒ ระบบ Gansabha กันสภา หรือสภาหมู่บ้าน เป็นองค์กรการปกครองท้องถิ่นระดับล่างสุด สมาชิกของกันสภาได้รับการเลือกตั้งจากชาวบ้าน มีหน้าที่ตัดสินใจในเรื่องการพัฒนาหมู่บ้าน จัดสรรงบประมาณ และแก้ไขปัญหาต่างๆ กันสภาเป็นกลไกสำคัญในการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในการ แต่ในทางปฏิบัติ ประสิทธิภาพของกันสภาแตกต่างกันไปตามพื้นที่ ปัญหาสำคัญได้แก่ การขาดงบประมาณ การแทรกแซงของนักการเมืองระดับสูง และการขาดความรู้ความสามารถของสมาชิก

๒.๔.๔.๓ การประชุมหมู่บ้าน การประชุมหมู่บ้านเป็นกลไกสำคัญในการตัดสินใจร่วมกัน การประชุมมักจัดที่วัดหรือศาลาหมู่บ้าน พระสงฆ์มักจะเป็นประธานหรือที่ปรึกษา การประชุมใช้หลักฉันทานุมัติ (การตัดสินใจโดยความเห็นพ้องกัน) มากกว่าการลงคะแนนเสียง วิธีการนี้สะท้อนหลักธรรมเรื่องสันติวิธี (ทางแห่งสันติ) และสมานัตตตา (ความเสมอภาค) ทุกคนมีสิทธิ์แสดงความคิดเห็น และพยายามหาข้อยุติที่ทุกคนพอใจ

๒.๔.๔.๔ บทบาทของสตรี สตรีศรีลังกามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาชุมชน แม้ว่าในอดีตสตรีจะมีบทบาทจำกัด แต่ในยุคปัจจุบันสตรีมีส่วนร่วมมากขึ้น โดยเฉพาะในโครงการพัฒนาชุมชนที่ริเริ่มโดยองค์กร NGO สตรีศรีลังกามีอัตราการรู้หนังสือสูงถึง ๙๒% เทียบเท่ากับผู้ชาย และมีส่วนร่วมในกำลังแรงงานมากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะในภาคบริการและอุตสาหกรรม การส่งเสริมบทบาทของสตรีถือเป็นกลยุทธ์สำคัญในการพัฒนา

๒.๕ สังคมพหุวัฒนธรรมศรีลังกา

๒.๕.๑ ความหลากหลายทางศาสนา: พุทธ ฮินดู อิสลาม คริสต์

ศรีลังกาเป็นสังคมพหุวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายทางศาสนาสูง โดยมีศาสนาหลักสี่ศาสนาที่อยู่ร่วมกันมา แต่ละศาสนามีบทบาทสำคัญในการหล่อหลอมสังคมและวัฒนธรรมศรีลังกา

๒.๕.๑.๑ พุทธศาสนา ศาสนาพุทธเถรวาทเป็นศาสนาของชาวสิงหลประมาณ ๗๐.๒% ของประชากร พุทธศาสนามีอิทธิพลครอบงำในด้านวัฒนธรรม การศึกษา และการเมือง มีวัดพุทธมากกว่า ๖,๐๐๐ วัดทั่วประเทศ และพระสงฆ์ประมาณ ๓๐,๐๐๐ พุทธศาสนาในศรีลังกาแบ่งออกเป็นนิกายหลัก ๓ นิกาย คือ นิกายสยาม ซึ่งเป็นนิกายใหญ่ที่สุดและมีความเคร่งครัดในเรื่องขนาน นิกายอมรปุระ ที่เปิดกว้างกว่าและยอมรับผู้บวชจากทุกชนชั้น และนิกายรามัญนิกายะ ที่เน้นการปฏิบัติธรรมอย่างเคร่งครัด

๒.๕.๑.๒ ศาสนาฮินดู ชาวทมิฬศรีลังกาและชาวทมิฬอินเดียส่วนใหญ่นับถือศาสนาฮินดู คิดเป็นประมาณ ๑๒.๖% ของประชากร ศาสนาฮินดูในศรีลังกาเป็นนิกายไศวะ (Shaivism) ที่เคารพพระศิวะเป็นเทพสูงสุด มีวัดฮินดูที่สำคัญหลายแห่ง เช่น วัดนัลลूरกันทสวามีในจัฟนา และวัดมุนเนสวรัม ในชิลาว ศาสนาฮินดูมีอิทธิพลต่อศิลปะและวัฒนธรรมของศรีลังกา โดยเฉพาะการเต้นรำกรรณายัม ดนตรีกรณาทิก และเทศกาลสำคัญเช่น ทิปาวลี และไทโปงคล ความสัมพันธ์ระหว่างพุทธกับฮินดูในศรีลังกามีทั้งการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมและความขัดแย้งทางการเมือง

๒.๕.๑.๓ ศาสนาอิสลาม ชาวมุสลิมศรีลังกาคิดเป็นประมาณ ๙.๗% ของประชากร แบ่งเป็นสองกลุ่มหลัก คือ ชาวมัวร์ ที่เป็นลูกหลานของพ่อค้าอาหรับที่มาตั้งถิ่นฐานตั้งแต่ศตวรรษที่ ๘ และชาวมะลายู ที่มาจากเกาะชวาและมลายูในสมัยอาณานิคมดัตช์ ชาวมุสลิมศรีลังกาส่วนใหญ่ นับถืออิสลามสุหนี่ มีมัสยิดมากกว่า ๒,๐๐๐ แห่งทั่วประเทศ ชาวมุสลิมมีบทบาทสำคัญในด้านการค้าขาย โดยเฉพาะการค้าอัญมณีและเครื่องเทศ ในช่วงหลังมีความตึงเครียดระหว่างชาวมุสลิมกับชาวพุทธบางกลุ่ม โดยเฉพาะหลังจากเหตุการณ์ระเบิดในวันอีสเตอร์ปี ๒๕๖๒

๒.๕.๑.๔ ศาสนาคริสต์ ชาวคริสต์คิดเป็นประมาณ ๗.๔% ของประชากร แบ่งเป็นคาทอลิกประมาณ ๖.๑% และโปรเตสแตนต์ประมาณ ๑.๓% ศาสนาคริสต์เข้าสู่ศรีลังกาในศตวรรษที่ ๑๖ พร้อมกับชาวโปรตุเกส และได้รับการส่งเสริมในสมัยอาณานิคมดัตช์และอังกฤษ

ชาวคริสต์ศรีลังกามีบทบาทสำคัญในด้านการศึกษาและสาธารณสุข โดยมีโรงเรียนและโรงพยาบาล มีชนนารีที่มีคุณภาพสูง ชาวคริสต์หลายคนอยู่ในชนชั้นกลางและมีการศึกษาสูง

๒.๕.๑.๕ ความสัมพันธ์ระหว่างศาสนา ในประวัติศาสตร์ ศาสนาต่างๆ ในศรีลังกาอยู่ร่วมกันอย่างสันติส่วนใหญ่ มีการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมและมีส่วนร่วมในเทศกาลของกันและกัน ตัวอย่างเช่น ชาวฮินดูและชาวพุทธร่วมกันเคารพสถานที่ศักดิ์สิทธิ์บางแห่ง เช่น ยอดเขาศรีปาทะ ที่ชาวพุทธเชื่อว่าเป็นรอยพระพุทธรูป ชาวฮินดูเชื่อว่าเป็นรอยเท้าของพระศิวะ ชาวมุสลิมเชื่อว่าเป็นรอยเท้าของอาดัม และชาวคริสต์เชื่อว่าเป็นรอยเท้าของนักบุญโยรมัส

ดังนั้น ในช่วงไม่กี่ทศวรรษที่ผ่านมา มีความตึงเครียดทางศาสนาเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการเกิดขึ้นของกลุ่มชาตินิยมพุทธที่ต่อต้านศาสนาอื่น เช่น กลุ่ม Bodu Bala Sena (BBS) ที่ต่อต้านชาวมุสลิม ความขัดแย้งเหล่านี้สะท้อนปัญหาการใช้ศาสนาในทางการเมืองและความจำเป็นในการส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ

๒.๕.๒ การอยู่ร่วมกันของกลุ่มชาติพันธุ์

การอยู่ร่วมกันของกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลายเป็นทั้งจุดแข็งและความท้าทายของสังคมศรีลังกา

๒.๕.๒.๑ ความหลากหลายทางภาษา ศรีลังกามีภาษาราชการสองภาษา คือ ภาษาสิงหลและภาษาทมิฬ และมีภาษาอังกฤษเป็นภาษาเชื่อมโยง ภาษาสิงหลเป็นภาษาอินโด-อารยัน มีความคล้ายคลึงกับภาษามัลดีส์ ส่วนภาษาทมิฬเป็นภาษาทราวาท มีความคล้ายคลึงกับภาษาทมิฬในอินเดียใต้

ประเด็นภาษาเป็นสาเหตุสำคัญของความขัดแย้งทางชาติพันธุ์ นโยบาย "Sinhala Only" ในปี ๒๔๙๙ ที่กำหนดให้ภาษาสิงหลเป็นภาษาราชการเพียงภาษาเดียวได้สร้างความไม่พอใจอย่างมากในหมู่ชาวทมิฬ แม้ว่าต่อมาได้มีการแก้ไขรัฐธรรมนูญให้ภาษาทมิฬเป็นภาษาราชการด้วย แต่ในทางปฏิบัติภาษาสิงหลยังคงมีอำนาจเหนือกว่า

๒.๕.๒.๒ รูปแบบการอยู่ร่วมกัน ในพื้นที่ต่างๆ ของศรีลังกามีรูปแบบการอยู่ร่วมกันที่แตกต่างกัน

๒.๕.๒.๒.๑ พื้นที่เอกพันธุ์ ในบางพื้นที่มีกลุ่มชาติพันธุ์เดียวเป็นส่วนใหญ่ เช่น จังหวัดทางภาคเหนือที่มีชาวทมิฬเกือบ ๑๐๐% หรือพื้นที่ทางใต้ที่มีชาวสิงหลเกือบทั้งหมด ในพื้นที่เหล่านี้ปัญหาความขัดแย้งทางชาติพันธุ์มีน้อย

๒.๕.๒.๒.๒ พื้นที่พหุพันธุ์ ในเมืองใหญ่เช่น โคลัมโบ และพื้นที่ชายฝั่งตะวันออก มีกลุ่มชาติพันธุ์ผสมกัน ในพื้นที่เหล่านี้มีการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมมากกว่า แต่ก็มีความเสี่ยงของความขัดแย้งเช่นกัน

๒.๕.๒.๒.๓ เขตชายแดน พื้นที่ที่อยู่ระหว่างเขตที่มีชาวสิงหลและชาวมิฬเป็นส่วนใหญ่ เช่น จังหวัดตะวันออก มักเป็นพื้นที่ที่มีความตึงเครียดสูง

๒.๕.๒.๓ กลไกการจัดการความหลากหลาย สังคมศรีลังกาได้พัฒนากลไกต่างๆ ในการจัดการความหลากหลาย

๒.๕.๒.๓.๑ การแบ่งเขตการปกครอง มีการจัดตั้งสภาจังหวัด (Provincial Councils) ที่ให้อำนาจการปกครองตนเองในระดับหนึ่งแก่จังหวัดต่างๆ โดยเฉพาะจังหวัดทางภาคเหนือและภาคตะวันออกที่มีชาวมิฬเป็นส่วนใหญ่

๒.๕.๒.๓.๒ การรับรองสิทธิทางภาษา รัฐธรรมนูญรับรองสิทธิในการใช้ภาษามิฬในการติดต่อราชการและการศึกษา

๒.๕.๒.๓.๓ การจัดสรรตามสัดส่วน ในบางกรณีมีการจัดสรรตำแหน่งหรือทรัพยากรตามสัดส่วนของประชากรแต่ละกลุ่ม

ดังนั้น กลไกเหล่านี้ยังไม่เพียงพอในการแก้ไขปัญหาความขัดแย้ง ยังคงมีความไม่ไว้วางใจระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์ และยังคงมีการเลือกปฏิบัติในทางปฏิบัติ

๒.๕.๓ ความท้าทายและโอกาสของสังคมพหุวัฒนธรรม

สังคมพหุวัฒนธรรมของศรีลังกานำมาซึ่งทั้งความท้าทายและโอกาส

๒.๕.๓.๑ ความท้าทายของสังคมพหุวัฒนธรรม

๒.๕.๓.๑.๑ การสร้างอัตลักษณ์ชาติร่วม หนึ่งในความท้าทายที่ยิ่งใหญ่ที่สุดคือการสร้างอัตลักษณ์ชาติที่ครอบคลุมทุกกลุ่มชาติพันธุ์ ในอดีต มีความพยายามสร้างอัตลักษณ์ชาติที่เน้นความเป็นสิงหล-พุทธ ซึ่งทำให้กลุ่มอื่นรู้สึกถูกกีดกัน ปัจจุบันมีความพยายามสร้างอัตลักษณ์ "ศรีลังกา" ที่รวมทุกกลุ่ม แต่ก็ยังมีอุปสรรคมาก

๒.๕.๓.๑.๒ การแบ่งแยกทางการเมือง นักการเมืองหลายคนใช้ความแตกต่างทางชาติพันธุ์และศาสนาเป็นเครื่องมือทางการเมือง การเล่นการเมืองแบบแบ่งแยกนี้ทำให้ความขัดแย้งทวีความรุนแรงขึ้นและขัดขวางการสร้างความปลอดภัย

๒.๕.๓.๑.๓ ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์และภูมิภาคเป็นแหล่งเพาะความไม่พอใจ ภาคเหนือและภาคตะวันออกที่มีชาวทมิฬเป็นส่วนใหญ่มิ่ระดับการพัฒนาต่ำกว่าภูมิภาคอื่น ส่วนหนึ่งเป็นผลจากสงครามกลางเมือง

๒.๕.๓.๑.๔ ความยุติธรรมหลังความขัดแย้ง หลังจากสงครามกลางเมืองสิ้นสุด ยังคงมีปัญหาความยุติธรรมหลังความขัดแย้ง มีข้อกล่าวหาการละเมิดสิทธิมนุษยชนทั้งจากฝ่ายรัฐบาลและกลุ่ม LTTE ที่ยังไม่ได้รับการแก้ไข การขาดความยุติธรรมนี้เป็นอุปสรรคต่อการสร้างความปรองดอง

๒.๕.๓.๑.๕ การเพิ่มขึ้นของชาตินิยมสุดโต่ง ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา มีการเพิ่มขึ้นของกลุ่มชาตินิยมสุดโต่งทั้งในหมู่ชาวพุทธและชาวมุสลิม กลุ่มเหล่านี้ใช้ความรุนแรงและการโฆษณาชวนเชื่อเพื่อสร้างความแตกแยก

๒.๕.๓.๒ โอกาสของสังคมพหุวัฒนธรรม

๒.๕.๓.๒.๑ ความหลากหลายทางวัฒนธรรม ความหลากหลายทางวัฒนธรรมเป็นทรัพยากรที่มีค่า ศิลปะ ดนตรี วรรณกรรม และอาหารที่หลากหลายทำให้ศรีลังกามีเอกลักษณ์และน่าสนใจ ความหลากหลายนี้สามารถเป็นแหล่งรายได้จากการท่องเที่ยววัฒนธรรม

๒.๕.๓.๒.๒ การแลกเปลี่ยนความรู้และทักษะ กลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ มีความรู้และทักษะที่แตกต่างกัน การแลกเปลี่ยนและเรียนรู้จากกันและกันสามารถเพิ่มศักยภาพของสังคมโดยรวม ตัวอย่างเช่น ชาวทมิฬมีความเชี่ยวชาญในด้านคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ ชาวสิงหลมีความเชี่ยวชาญในด้านศิลปะและวรรณกรรม ชาวมัวร์มีความเชี่ยวชาญในการค้าขาย

๒.๕.๓.๒.๓ เครือข่ายระหว่างประเทศ ชุมชนศรีลังกาในต่างประเทศมีเครือข่ายกว้างขวาง มีชาวศรีลังกาที่อาศัยในต่างประเทศประมาณ ๒ ล้านคน โดยเฉพาะในประเทศตะวันตก ตะวันออกกลาง และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เครือข่ายเหล่านี้สามารถเป็นแหล่งเงินทุน ความรู้ และเทคโนโลยี

๒.๕.๓.๒.๔ ประสบการณ์ในการจัดการความขัดแย้ง ประสบการณ์ที่ยากลำบากในการจัดการความขัดแย้งทำให้ศรีลังกามีความรู้และทักษะที่สามารถแบ่งปันกับ

ประเทศอื่น ศรีลังกาสามารถเป็นกรณีศึกษาสำคัญในการจัดการความขัดแย้งทางชาติพันธุ์และการสร้างสันติภาพ

๒.๕.๔ บทเรียนการจัดการความหลากหลาย

จากประสบการณ์ของศรีลังกา สามารถสกัดบทเรียนสำคัญหลายประการในการจัดการความหลากหลาย

บทเรียนที่ ๑ อย่าให้ศาสนาและชาติพันธุ์ถูกใช้เป็นเครื่องมือทางการเมือง การใช้ความแตกต่างทางศาสนาและชาติพันธุ์เพื่อผลประโยชน์ทางการเมืองเป็นต้นเหตุหลักของความขัดแย้ง ต้องมีกลไกป้องกันการเล่นการเมืองแบบแบ่งแยก เช่น กฎหมายต่อต้านการกระทำที่ก่อให้เกิดความเกลียดชัง การส่งเสริมพรรคการเมืองข้ามชาติพันธุ์ และการศึกษาเพื่อสันติภาพ

บทเรียนที่ ๒ ความเสมอภาคต้องเป็นทั้งในกฎหมายและในทางปฏิบัติ การมีกฎหมายที่รับรองความเสมอภาคไม่เพียงพอ ต้องมีการดำเนินการอย่างจริงจังเพื่อให้แน่ใจว่าทุกกลุ่มมีโอกาสเท่าเทียมกันในการเข้าถึงการศึกษา การจ้างงาน และบริการสาธารณะ การเลือกปฏิบัติในทางปฏิบัติสร้างความไม่พอใจที่สะสมและนำไปสู่ความขัดแย้ง

บทเรียนที่ ๓ การกระจายอำนาจสามารถลดความตึงเครียด การให้อำนาจการปกครองตนเองในระดับภูมิภาคสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีความเข้มข้นในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง ดังนั้น การกระจายอำนาจต้องระมัดระวังไม่ให้กลายเป็นการแบ่งแยกดินแดน

บทเรียนที่ ๔ การพัฒนาเศรษฐกิจที่เท่าเทียมเป็นพื้นฐานของสันติภาพ ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจระหว่างภูมิภาคและกลุ่มชาติพันธุ์เป็นแหล่งเพาะความขัดแย้ง การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน การศึกษา และการสร้างงานในพื้นที่ที่ด้อยพัฒนาเป็นสิ่งจำเป็น

บทเรียนที่ ๕ ความยุติธรรมหลังความขัดแย้งเป็นพื้นฐานของการปรองดอง การไม่จัดการกับการละเมิดสิทธิมนุษยชนในอดีตทำให้แผลเก่าไม่หาย ต้องมีกลไกความยุติธรรมที่เป็นธรรมและครอบคลุม ซึ่งอาจรวมถึงศาลยุติธรรมหลังความขัดแย้ง คณะกรรมการความจริง และการชดเชยเหยื่อ

บทเรียนที่ ๖ การศึกษาเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความเข้าใจ หลักสูตรการศึกษาควรส่งเสริมความเข้าใจและความเคารพในความแตกต่างการสอนประวัติศาสตร์ควรนำเสนอมุมมองของทุกกลุ่ม ไม่ใช่แค่กลุ่มใหญ่ การส่งเสริมการเรียนหลายภาษาและการแลกเปลี่ยนระหว่างนักเรียนจากกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ สามารถสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกัน

บทเรียนที่ ๗ บทบาทของสถาบันศาสนาในการสร้างสันติภาพ ผู้นำทางศาสนามีอิทธิพลอย่างมากต่อสังคม การส่งเสริมให้ผู้นำศาสนาจากศาสนาต่างๆ ทำงานร่วมกันเพื่อสันติภาพเป็นสิ่งสำคัญ มีตัวอย่างความร่วมมือระหว่างศาสนาที่ประสบความสำเร็จ เช่น โครงการ Inter-Religious Peace Foundation ที่รวมผู้นำจากทุกศาสนาเพื่อส่งเสริมความเข้าใจและความร่วมมือ

บทเรียนที่ ๘ สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญ สื่อมวลชนสามารถเป็นได้ทั้งเครื่องมือสร้างสันติภาพหรือเชื้อเพลิงของความขัดแย้ง การส่งเสริมสื่อมวลชนที่รับผิดชอบ ที่นำเสนอข้อมูลที่ถูกต้องและไม่ปลุกกระตือรือร้นความเกลียดชัง เป็นสิ่งจำเป็น การฝึกอบรมนักข่าวในการรายงานข่าวสารที่ละเอียดอ่อนและการมีกลไกตรวจสอบข่าวปลอมเป็นสิ่งสำคัญ

๒.๖ เปรียบเทียบรูปแบบการพัฒนาสยามและศรีลังกา

๒.๖.๑ ความเหมือนและความต่าง

การเปรียบเทียบรูปแบบการพัฒนาระหว่างสยาม (ประเทศไทย) และศรีลังกาให้ข้อมูลเชิงลึกที่มีคุณค่าเกี่ยวกับบทบาทของพุทธศาสนาในการพัฒนาสังคม

๒.๖.๑.๑ ความเหมือน

๒.๖.๑.๑.๑ พุทธศาสนาเถรวาทเป็นรากฐานทางวัฒนธรรม ทั้งสยามและศรีลังกามีพุทธศาสนาเถรวาทเป็นศาสนาหลัก และพุทธศาสนามีอิทธิพลอย่างลึกซึ้งต่อวัฒนธรรม ค่านิยม และสถาบันสังคม ทั้งสองประเทศมีวัดเป็นศูนย์กลางของชุมชน และพระสงฆ์มีบทบาทสำคัญในการให้การศึกษาและสวัสดิการสังคม

๒.๖.๑.๑.๒ ประวัติศาสตร์ความสัมพันธ์ทางพุทธศาสนา สยามและศรีลังกามีความสัมพันธ์ทางพุทธศาสนาที่ยาวนาน โดยเฉพาะในศตวรรษที่ ๑๘ เมื่อสยามได้ส่งพระสงฆ์ไปฟื้นฟูสายอุปสมบทในศรีลังกา นิกายสยามในศรีลังกาได้รับชื่อจากความสัมพันธ์นี้ และยังคงเป็นนิกายใหญ่ที่สุดในประเทศ

๒.๖.๑.๑.๓ การใช้หลักธรรมในการพัฒนา ทั้งสองประเทศได้พัฒนาแนวทางการพัฒนาที่บูรณาการหลักธรรมทางพุทธศาสนา ในประเทศไทยมีปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ในศรีลังกามีขบวนการ Sarvodaya Shramadana ทั้งสองแนวทางเน้นการพัฒนาที่สมดุลระหว่างมิติวัตถุและมิติจิตใจ

๒.๖.๑.๑.๔ ระบบชนชั้นที่ได้รับอิทธิพลจากอินเดีย ทั้งสองประเทศมีระบบชนชั้นที่ได้รับอิทธิพลจากระบบวรรณะของอินเดีย แม้ว่าพุทธศาสนาจะสอนเรื่องความเสมอภาค ดังนั้น ระบบชนชั้นในทั้งสองประเทศได้พัฒนาเป็นรูปแบบเฉพาะที่แตกต่างจากอินเดีย

๒.๖.๑.๑.๕ ประสบการณ์การรับมือกับอิทธิพลตะวันตก ทั้งสองประเทศต้องเผชิญกับอิทธิพลและแรงกดดันจากชาติตะวันตก แม้ว่าสยามจะไม่เคยตกเป็นอาณานิคม แต่ก็ต้องทำการปฏิรูปและปรับตัวเพื่อรักษาเอกราช ส่วนศรีลังกาตกเป็นอาณานิคมแต่ก็สามารถรักษาพุทธศาสนาและวัฒนธรรมไว้ได้

๒.๖.๑.๒ ความต่าง

๒.๖.๑.๒.๑ ประสบการณ์ทางประวัติศาสตร์ สยามไม่เคยตกเป็นอาณานิคม ในขณะที่ศรีลังกาถูกปกครองโดยชาติตะวันตกเป็นเวลากว่า ๔๐๐ ปี ประสบการณ์การเป็นอาณานิคมได้สร้างผลกระทบอย่างมากต่อโครงสร้างสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองของศรีลังกา โดยเฉพาะการนำระบบแพลนเทชันเข้ามาและการนำแรงงานชาวทมิฬจากอินเดีย

๒.๖.๑.๒.๒ ความหลากหลายทางชาติพันธุ์และศาสนา ศรีลังกามีความหลากหลายทางชาติพันธุ์และศาสนาสูงกว่าประเทศไทย ในศรีลังกามีกลุ่มชาติพันธุ์และศาสนาหลักหลายกลุ่มที่มีขนาดใหญ่พอที่จะมีเสียงทางการเมือง ในขณะที่ประเทศไทยมีชาวไทยพุทธเป็นกลุ่มใหญ่ที่สุดอย่างท่วมท้น ความหลากหลายนี้เป็นทั้งความมั่งคั่งทางวัฒนธรรมและแหล่งของความขัดแย้งในศรีลังกา

๒.๖.๑.๒.๓ ความขัดแย้งทางชาติพันธุ์ ศรีลังกาประสบสงครามกลางเมืองที่ยาวนานกว่า ๒๖ ปี ส่วนประเทศไทยแม้จะมีความขัดแย้งในจังหวัดชายแดนภาคใต้ แต่ไม่รุนแรงเท่า ประสบการณ์ความขัดแย้งนี้ได้สร้างผลกระทบอย่างมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของศรีลังกา

๒.๖.๑.๒.๔ บทบาทของสถาบันกษัตริย์ ในประเทศไทย สถาบันพระมหากษัตริย์ยังคงมีบทบาทสำคัญและเป็นศูนย์รวมจิตใจของคนไทย ในขณะที่ศรีลังกาเปลี่ยนจากระบอบกษัตริย์เป็นสาธารณรัฐตั้งแต่ปี ๒๕๑๕ ความแตกต่างนี้ส่งผลต่อการจัดโครงสร้างทางการเมืองและสังคม

๒.๖.๑.๒.๕ ระบบการศึกษาพระสงฆ์ ทั้งสองประเทศมีระบบการศึกษาพระสงฆ์ แต่มีโครงสร้างที่แตกต่างกัน ประเทศไทยมีมหาวิทยาลัยสงฆ์ที่เป็นระบบมากขึ้น ส่วนศรีลังกามีระบบบริเวณที่มีความหลากหลายและเป็นอิสระมากกว่า

๒.๖.๑.๒.๖ เศรษฐกิจและการค้าระหว่างประเทศ ประเทศไทยมีเศรษฐกิจที่ใหญ่กว่าและหลากหลายกว่า มี GDP ต่อหัวสูงกว่า และมีการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลกมากกว่า ศรีลังกายังคงพึ่งพาการส่งออกสินค้าเกษตรและสิ่งทอเป็นหลัก และมีปัญหาหนี้สินต่างประเทศสูง

๒.๖.๒ จุดแข็งและจุดอ่อนของแต่ละประเทศ

๒.๖.๒.๑ จุดแข็งของศรีลังกา

๒.๖.๒.๑.๑ ทุนมนุษย์ที่มีคุณภาพสูง ศรีลังกามีอัตราการรู้หนังสือสูงถึง ๙๒.๓% และมีระบบการศึกษาที่ดี การศึกษาฟรีตั้งแต่ระดับประถมจนถึงมหาวิทยาลัยทำให้คนจากทุกชนชั้นสามารถเข้าถึงการศึกษาได้

๒.๖.๒.๑.๒ ระบบสาธารณสุขที่ดี ศรีลังกามีระบบสาธารณสุขที่ครอบคลุมและเข้าถึงได้ โดยมีบริการฟรีสำหรับประชาชน อายุขัยเฉลี่ยของศรีลังกาสูงกว่าประเทศในภูมิภาคส่วนใหญ่ และอัตราการตายของเด็กต่ำ

๒.๖.๒.๑.๓ ความหลากหลายทางวัฒนธรรม ความหลากหลายทางชาติพันธุ์และศาสนาทำให้ศรีลังกามีความมั่งคั่งทางวัฒนธรรมสูง มีศิลปะ ดนตรี วรรณกรรม และอาหารที่หลากหลาย ซึ่งเป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยว

๒.๖.๒.๑.๔ ท่าเลที่ตั้งทางยุทธศาสตร์ ศรีลังกาดังอยู่ในตำแหน่งทางยุทธศาสตร์บนเส้นทางการค้าระหว่างตะวันออกและตะวันตก มีศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางการขนส่งและโลจิสติกส์

๒.๖.๒.๑.๕ ประสบการณ์ในการจัดการความขัดแย้ง ประสบการณ์ที่ยากลำบากในการจัดการสงครามกลางเมืองและการสร้างสันติภาพทำให้ศรีลังกามีความรู้และทักษะที่สามารถนำไปใช้ในบริบทอื่นได้

๒.๖.๒.๒ จุดอ่อนของศรีลังกา

๒.๖.๒.๒.๑ ความขัดแย้งทางชาติพันธุ์ที่ยังไม่คลี่คลาย แม้สงครามกลางเมืองจะสิ้นสุดแล้ว แต่ปัญหารากเหง้าของความขัดแย้งยังไม่ได้รับการแก้ไข ยังมีความไม่ไว้วางใจระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์ ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนา

๒.๖.๒.๒.๒ เศรษฐกิจที่ไม่มั่นคง ศรีลังกามีปัญหาหนี้สินต่างประเทศสูง การขาดดุลการค้า และการพึ่งพาการส่งเงินกลับจากแรงงานต่างประเทศ วิกฤตเศรษฐกิจในปี ๒๕๖๕ แสดงให้เห็นถึงความเปราะบางของเศรษฐกิจ

๒.๖.๒.๒.๓ การเมืองที่ไม่มั่นคง ศรีลังกามีประวัติการรัฐประหารและความไม่มั่นคงทางการเมือง การเปลี่ยนแปลงนโยบายบ่อยครั้งทำให้การพัฒนาขาดความต่อเนื่อง

๒.๖.๒.๒.๔ โครงสร้างพื้นฐานที่ยังไม่เพียงพอ แม้จะมีการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานในช่วงหลัง แต่ยังไม่เพียงพอและกระจายไม่ทั่วถึง โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบทและภาคเหนือ-ตะวันออก

๒.๖.๒.๓ จุดแข็งของประเทศไทย

๒.๖.๒.๓.๑ เสถียรภาพทางการเมืองและสังคมที่สูงกว่า แม้ว่าประเทศไทยจะมีการรัฐประหารบ่อย แต่ไม่มีสงครามกลางเมืองหรือความขัดแย้งทางชาติพันธุ์รุนแรงในระดับประเทศ

๒.๖.๒.๓.๒ เศรษฐกิจที่แข็งแกร่งและหลากหลาย ประเทศไทยมีเศรษฐกิจที่ใหญ่กว่าและหลากหลายกว่า มีอุตสาหกรรมการผลิตที่เข้มแข็ง ภาคบริการที่พัฒนา และภาคเกษตรที่มีประสิทธิภาพ

๒.๖.๒.๓.๓ การท่องเที่ยวที่เจริญมาก ประเทศไทยเป็นหนึ่งในจุดหมายการท่องเที่ยวชั้นนำของโลก มีโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวที่ดีและบริการที่มีคุณภาพ

๒.๖.๒.๓.๔ สถาบันพระมหากษัตริย์ที่เป็นที่เคารพ สถาบันพระมหากษัตริย์เป็นศูนย์รวมจิตใจของคนไทยและช่วยรักษาเสถียรภาพทางสังคม

๒.๖.๒.๓.๕ ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่ดี ประเทศไทยมีความสัมพันธ์ที่ดีกับประเทศต่างๆ ทั้งในภูมิภาคและนอกภูมิภาค

๒.๖.๒.๔ จุดอ่อนของประเทศไทย

๒.๖.๒.๔.๑ ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคม ประเทศไทยมีความเหลื่อมล้ำทางรายได้สูง โดยเฉพาะระหว่างกรุงเทพฯ กับต่างจังหวัด

๒.๖.๒.๔.๒ ปัญหาในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ความขัดแย้งในจังหวัดชายแดนภาคใต้ยังคงดำเนินต่อไป แม้จะไม่รุนแรงเท่าในอดีต

๒.๖.๒.๔.๓ ระบบการศึกษาที่ยังต้องพัฒนา แม้ว่าจะมีอัตราการเข้าเรียนสูง แต่คุณภาพการศึกษายังไม่เพียงพอ โดยเฉพาะในพื้นที่ห่างไกล

๒.๖.๒.๔.๔ ความขัดแย้งทางการเมืองที่ยืดเยื้อ ความแตกแยกทางการเมืองระหว่างกลุ่มต่างๆ ยังคงเป็นปัญหา

๒.๖.๓ บทเรียนที่เรียนรู้ได้จากกันและกัน

การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างสยามและศรีลังกาสามารถเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาของทั้งสองประเทศ

๒.๖.๓.๑ บทเรียนที่ไทยสามารถเรียนรู้จากศรีลังกา

๒.๖.๓.๑.๑ การให้ความสำคัญกับการศึกษาและสาธารณสุขฟรี ระบบการศึกษาและสาธารณสุขฟรีของศรีลังกาช่วยให้คนจากทุกชนชั้นสามารถเข้าถึงบริการเหล่านี้ได้ ประเทศไทยอาจพิจารณาขยายการให้บริการฟรีหรือราคาถูกลง

๒.๖.๓.๑.๒ การส่งเสริมบทบาทของสตรี ศรีลังกามีอัตราการมีส่วนร่วมของสตรีในกำลังแรงงานและการเมืองสูงกว่าประเทศไทย ประเทศไทยสามารถเรียนรู้จากนโยบายและมาตรการส่งเสริมความเสมอภาคทางเพศของศรีลังกา

๒.๖.๓.๑.๓ แนวทางการพัฒนาชุมชนแบบมีส่วนร่วม ขบวนการ Sarvodaya Shramadana ของศรีลังกาเป็นแบบอย่างที่ดีของการพัฒนาชุมชนที่เน้นการมีส่วนร่วมและการพึ่งพาตนเอง ประเทศไทยสามารถนำแนวคิดและวิธีการบางอย่างมาประยุกต์ใช้

๒.๖.๓.๑.๔ การจัดการความหลากหลายทางวัฒนธรรม แม้ว่าศรีลังกาจะประสบปัญหาความขัดแย้ง แต่ก็มีประสบการณ์และบทเรียนมากมายเกี่ยวกับการจัดการความหลากหลาย ประเทศไทยสามารถเรียนรู้ทั้งสิ่งที่ควรทำและไม่ควรทำ

๒.๖.๓.๒ บทเรียนที่ศรีลังกาสามารถเรียนรู้จากประเทศไทย

๒.๖.๓.๒.๑ การรักษาเสถียรภาพทางการเมืองและสังคม ประเทศไทยสามารถรักษาความสงบภายในประเทศได้ดีกว่า แม้จะมีความขัดแย้งทางการเมือง บทบาทของสถาบันพระมหากษัตริย์และวัฒนธรรมการประนีประนอมของไทยเป็นสิ่งที่น่าศึกษา

๒.๖.๓.๒.๒ การพัฒนาเศรษฐกิจที่สมดุล ประเทศไทยสามารถพัฒนาเศรษฐกิจได้อย่างสมดุลระหว่างภาคเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ ศรีลังกาอาจเรียนรู้จากนโยบายและกลยุทธ์การพัฒนาเศรษฐกิจของไทย

๒.๖.๓.๒.๓ การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประเทศไทยมีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เจริญมาก มีการตลาดที่มีประสิทธิภาพ และบริการที่มีคุณภาพ ศรีลังกาซึ่งมีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูงสามารถเรียนรู้จากประสบการณ์ของไทย

๒.๖.๓.๒.๔ ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร มีความสอดคล้องกับหลักธรรมทางพุทธศาสนา ศรีลังกาสามารถนำแนวคิดนี้มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนา

๒.๖.๓.๒.๕ การบูรณาการพุทธศาสนากับการศึกษาสมัยใหม่ ประเทศไทยมีระบบการศึกษาพระสงฆ์ที่ทันสมัยและมีมาตรฐาน ศรีลังกาสามารถเรียนรู้จากการพัฒนาหลักสูตรและระบบการจัดการของไทย

บทนี้ได้นำเสนอภาพรวมของพุทธสังคมวิทยาและการประยุกต์ใช้ในบริบทของศรีลังกา โดยเริ่มจากการอธิบายแนวคิดพื้นฐานของพุทธสังคมวิทยา ซึ่งเป็นการบูรณาการหลักธรรมทางพุทธศาสนากับการวิเคราะห์ปรากฏการณ์ทางสังคม จากนั้นได้สำรวจประวัติศาสตร์และบริบทสังคมศรีลังกา ตั้งแต่การเข้ามาของพุทธศาสนาในศตวรรษที่ ๓ ก่อนคริสตกาล จนถึงสังคมปัจจุบันที่ซับซ้อนและหลากหลาย บทบาทของพุทธศาสนาเถรวาทในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของศรีลังกาเป็นสิ่งที่โดดเด่น โดยเฉพาะบทบาทของพระสงฆ์ในการพัฒนาชุมชนและวัดในฐานะศูนย์กลางของชุมชน การบูรณาการหลักธรรมกับการพัฒนาได้สร้างรูปแบบการพัฒนาที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ขบวนการ Sarvodaya Shramadana ที่เน้นการมีส่วนร่วมและการพึ่งพาตนเอง โครงสร้างสังคมและการจัดการทรัพยากรของศรีลังกาสะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สั่งสมมาจากระบบชลประทานแบบดั้งเดิม การจัดการป่าไม้แบบชุมชน และเศรษฐกิจพื้นบ้านล้วนมีพื้นฐานจากหลักธรรมทางพุทธศาสนาและการมีส่วนร่วมของชุมชน สังคมพหุวัฒนธรรมของศรีลังกานำมาซึ่ง

ทั้งความมั่งคั่งทางวัฒนธรรมและความท้าทาย ความหลากหลายทางศาสนาและชาติพันธุ์สร้างพลวัตทางสังคมที่น่าสนใจ แต่ก็ยังเป็นแหล่งของความขัดแย้งเช่นกัน บทเรียนจากศรีลังกาในการจัดการความหลากหลายมีคุณค่าอย่างยิ่งสำหรับสังคมพหุวัฒนธรรมอื่นๆ การเปรียบเทียบระหว่างสยามและศรีลังกาแสดงให้เห็นถึงความคล้ายคลึงและความแตกต่าง ทั้งสองประเทศมีรากฐานทางวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกันในพุทธศาสนาเถรวาท แต่มีประสบการณ์ทางประวัติศาสตร์และบริบททางสังคมที่แตกต่างกัน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างสองประเทศสามารถเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาของทั้งสองฝ่าย

จากการศึกษาในบทนี้ พบว่าพุทธสังคมวิทยาเป็นกรอบความคิดที่มีประโยชน์ในการวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาสังคม โดยเน้นการบูรณาการระหว่างความรู้ทางวิทยาศาสตร์สังคมกับภูมิปัญญาทางพุทธศาสนา การพัฒนาที่ยั่งยืนต้องคำนึงถึงทั้งมิติทางวัตถุและมิติทางจิตใจ ทั้งการเติบโตทางเศรษฐกิจและความเป็นธรรมทางสังคม บทเรียนจากศรีลังกาเป็นแหล่งความรู้ที่สำคัญสำหรับการพัฒนาแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมกับบริบทของแต่ละสังคม

บทสรุป พุทธสังคมวิทยาในฐานะฐานการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

บทที่สองนี้ได้แสดงให้เห็นว่า พุทธสังคมวิทยาไม่ใช่เพียงกรอบคิดเชิงทฤษฎี หากแต่เป็นเครื่องมือในการทำมาเข้าใจและขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในบริบทจริงของศรีลังกา ผ่านบทบาทของวัด พระสงฆ์ และชุมชน ในฐานะตัวแสดงทางสังคมที่สำคัญ การวิเคราะห์ประวัติศาสตร์และโครงสร้างสังคมศรีลังกาชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาที่ฝังรากในพุทธศาสนาสามารถสร้างความเข้มแข็งทางสังคมได้ในระยะยาว แต่ขณะเดียวกันก็ต้องเผชิญกับความท้าทายจากความหลากหลายทางชาติพันธุ์และการเมือง บทนี้จึงทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมระหว่างกรอบแนวคิดในบทที่หนึ่งกับการวิเคราะห์กรณีศึกษาเชิงลึกในบทถัดไป โดยเฉพาะการศึกษารูปธรรมของ “ภูมิพลังปัญญาพุทธ” ในภาคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของศรีลังกา

บทที่ ๓

ทุนทางสังคมและวัฒนธรรมในเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ในศตวรรษที่ ๒๑ การพัฒนาเศรษฐกิจไม่ได้อาศัยเพียงทุนทางการเงินและทรัพยากรธรรมชาติเท่านั้น แต่ยังต้องอาศัยทุนในมิติที่ลึกซึ้งกว่า คือ ทุนทางสังคมและทุนทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่กำลังได้รับความสนใจอย่างมากทั่วโลก นักสังคมวิทยาชั้นนำอย่าง Pierre Bourdieu, James Coleman และ Robert Putnam ได้แสดงให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ทางสังคม ความไว้วางใจ เครือข่าย และคุณค่าทางวัฒนธรรม ล้วนเป็นทรัพยากรที่สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้จริงสำหรับชุมชนพุทธในศรีลังกาและไทย ทุนทั้งสองประเภทนี้มีความอุดมสมบูรณ์เป็นพิเศษ พุทธศาสนาที่ยังรากลึกมากกว่าสองพันปีได้สร้างสรรค์มรดกทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย ตั้งแต่ศิลปะ สถาปัตยกรรม ทัศนกรรม ไปจนถึงภูมิปัญญาการดำเนินชีวิต ขณะเดียวกัน วัดและชุมชนพุทธก็เป็นศูนย์กลางของการสร้างเครือข่ายทางสังคมที่เหนียวแน่น ซึ่งทั้งหมดนี้คือโอกาสในการพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืนและเป็นธรรม

บทนี้จะพาผู้อ่านสำรวจว่า ทุนทางสังคมและวัฒนธรรมในชุมชนพุทธสามารถแปลงเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างไร ผ่านการวิเคราะห์แนวคิดทางทฤษฎี กระบวนการสร้างมูลค่า การสร้างแบรนด์และอัตลักษณ์ รวมถึงกรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จจากทั้งสองประเทศ เพื่อเป็นบทเรียนสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้สามารถแข่งขันในเวทีโลกได้

๓.๑ ทุนทางสังคม (Social Capital)

๓.๑.๑ ความหมายและองค์ประกอบของทุนทางสังคม

ทุนทางสังคมเป็นแนวคิดที่ได้รับความสนใจอย่างมากในวงการสังคมวิทยาและเศรษฐศาสตร์ในช่วงสามทศวรรษที่ผ่านมา แม้จะมีนักวิชาการหลายท่านให้คำนิยามที่แตกต่างกัน แต่แก่นสำคัญของทุนทางสังคมคือ ทรัพยากรที่ฝังอยู่ในเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคมที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ (Putnam, 2020)

๓.๑.๑.๑ องค์ประกอบสำคัญของทุนทางสังคมประกอบด้วย

๓.๑.๑.๑.๑. ความไว้วางใจ - เป็นรากฐานของความร่วมมือทางสังคม ความไว้วางใจลดต้นทุนในการติดต่อสื่อสารและการทำธุรกรรม ในสังคมพุทธศรีลังกาและไทย

ความไว้วางใจมักสร้างขึ้นจากพื้นฐานของศีลธรรมและคุณธรรมทางพุทธศาสนา การที่คนในชุมชนเชื่อถือซึ่งกันและกันทำให้สามารถร่วมมือกันทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สมบัติ อารังธัญวงศ์, ๒๕๖๕)

๓.๑.๑.๑.๒. บรรทัดฐานทางสังคม - กฎเกณฑ์ที่ไม่เป็นทางการแต่สมาชิกในสังคมยอมรับและปฏิบัติตาม บรรทัดฐานทางพุทธศาสนา เช่น การให้ทาน การรักษาศีล การทำบุญ เป็นกลไกสำคัญในการสร้างความเหนียวแน่นของชุมชนและการแบ่งปันทรัพยากร

๓.๑.๑.๑.๓. เครือข่ายความสัมพันธ์ - โครงสร้างของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและกลุ่มต่างๆ ในชุมชนพุทธ วัดมักเป็นศูนย์กลางของเครือข่ายทางสังคม การร่วมทำบุญและกิจกรรมทางศาสนาสร้างโอกาสในการพบปะและสร้างความสัมพันธ์

๓.๑.๑.๑.๔. การมีส่วนร่วมทางพลเมือง - การเข้าร่วมกิจกรรมสาธารณะและองค์กรต่างๆ ในชุมชนพุทธ การทำบุญ การเข้าร่วมพิธีกรรม และการบำเพ็ญสาธารณประโยชน์เป็นรูปแบบหนึ่งของการมีส่วนร่วมที่สร้างทุนทางสังคม

๓.๑.๑.๒ ทฤษฎีทุนทางสังคมของ Bourdieu, Coleman และ Putnam

นักสังคมวิทยาสามท่านที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการศึกษาทุนทางสังคมมีแนวคิดที่แตกต่างกันแต่เสริมซึ่งกันและกัน:

๓.๑.๑.๒.๑ Pierre Bourdieu (๑๙๘๖) มองทุนทางสังคมเป็นทรัพยากรที่บุคคลหรือกลุ่มสามารถใช้เพื่อผลประโยชน์ของตนเอง Bourdieu เน้นว่าทุนทางสังคมเป็นส่วนหนึ่งของระบบการสะสมทุนที่รวมถึงทุนเศรษฐกิจ ทุนวัฒนธรรม และทุนสัญลักษณ์ ซึ่งสามารถแปลงไปมาระหว่างกันได้ แนวคิดนี้สำคัญในการทำความเข้าใจว่าชุมชนพุทธสามารถแปลงความสัมพันธ์ทางสังคมและวัฒนธรรมให้เป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างไร

๓.๑.๑.๒.๒ James Coleman (๑๙๘๘) มองทุนทางสังคมในฐานะโครงสร้างทางสังคมที่อำนวยความสะดวกในการกระทำของสมาชิก Coleman เน้นถึงหน้าที่ของทุนทางสังคมในการสร้างความสามารถในการให้บุคคลบรรลุเป้าหมายที่ไม่สามารถทำได้หากขาดทุนทางสังคม แนวคิดนี้ช่วยอธิบายว่าทำไมชุมชนที่มีความเหนียวแน่นจึงสามารถดำเนินโครงการพัฒนาได้สำเร็จกว่าชุมชนที่แตกแยก

๓.๑.๑.๒.๓ Robert Putnam (๒๐๐๐) แบ่งทุนทางสังคมเป็นสองประเภท คือ ทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงภายใน ที่เกิดขึ้นระหว่างคนในกลุ่มเดียวกัน และ ทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงข้ามกลุ่ม ที่เกิดขึ้นระหว่างกลุ่มที่แตกต่างกัน

ในชุมชนพุทธศรีลังกาและไทย เป็นทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงภายใน มักเกิดจากความสัมพันธ์ภายในหมู่บ้านหรือชุมชนที่มีพื้นฐานทางศาสนาร่วมกัน ในขณะที่ ทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงข้ามกลุ่ม เกิดจากการเชื่อมโยงระหว่างชุมชนกับตลาด นักท่องเที่ยว หรือเครือข่ายธุรกิจภายนอก ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

๓.๑.๑.๓ ความสำคัญของทุนทางสังคมต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ

ทุนทางสังคมมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในหลายมิติ

๓.๑.๑.๓.๑. ลดต้นทุนการทำธุรกรรม - ความไว้วางใจและบรรทัดฐานทางสังคมช่วยลดความจำเป็นในการทำสัญญาที่ซับซ้อนและการบังคับใช้กฎหมาย ในชุมชนหัตถกรรมพุทธที่มีทุนทางสังคมสูง ช่างฝีมือสามารถทำงานร่วมกันโดยอาศัยความไว้วางใจ ไม่ต้องกังวลเรื่องการถูกโกงหรือการละเมิดสิทธิ

๓.๑.๑.๓.๒. อำนวยความสะดวกในการแลกเปลี่ยนข้อมูล - เครือข่ายทางสังคมทำหน้าที่เป็นช่องทางในการแพร่กระจายข้อมูลเกี่ยวกับโอกาสทางธุรกิจ เทคนิคการผลิต และแนวโน้มตลาด ในชุมชนผู้ผลิตผ้าไหมหรือเครื่องเงิน ความรู้และทักษะมักถ่ายทอดผ่านเครือข่ายญาติพี่น้องและเพื่อนบ้าน (ชัยยศ สันตวงษ์, ๒๕๖๖)

๓.๑.๑.๓.๓. ส่งเสริมการประสานงานและความร่วมมือ - ทุนทางสังคมช่วยให้สมาชิกในชุมชนสามารถร่วมมือกันทำโครงการที่ต้องใช้ทรัพยากรมาก เช่น การจัดตั้งกลุ่มผู้ผลิต การรวมตัวกันเจรจาราคากับผู้ซื้อ หรือการลงทุนในเครื่องจักรร่วมกัน

๓.๑.๑.๓.๔. เสริมสร้างนวัตกรรม - การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่หลากหลายกระตุ้นการแลกเปลี่ยนความคิดและการเรียนรู้ ชุมชนที่มีทุนทางสังคมสูงมักมีความสามารถในการปรับตัวและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ได้ดีกว่า

๓.๑.๑.๔ การวัดและประเมินทุนทางสังคม

การวัดทุนทางสังคมเป็นเรื่องท้าทายเนื่องจากเป็นแนวคิดที่เป็นนามธรรม นักวิชาการได้พัฒนาวิธีการวัดหลายแบบ

๓.๑.๑.๔.๑. ตัวชี้วัดด้านความไว้วางใจ - สำรวจระดับความไว้วางใจที่ผู้คนมีต่อเพื่อนบ้าน สมาชิกชุมชน และสถาบันต่างๆ ธนาคารโลกได้พัฒนาแบบสอบถามมาตรฐานที่ใช้วัดความไว้วางใจในหลายประเทศ (World Bank, 2021)

๓.๑.๑.๔.๒. ตัวชี้วัดด้านการมีส่วนร่วม - นับจำนวนองค์กรและกิจกรรมทางสังคมที่ผู้คนเข้าร่วม เช่น การเป็นสมาชิกกลุ่มออมทรัพย์ การเข้าร่วมกิจกรรมของวัด หรือการเข้าร่วมประชุมหมู่บ้าน

๓.๑.๑.๔.๓. การวิเคราะห์เครือข่าย - ใช้เทคนิคทางคณิตศาสตร์วิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์ในชุมชน เช่น ความหนาแน่นของเครือข่าย จำนวนการเชื่อมโยง และตำแหน่งของบุคคลสำคัญในเครือข่าย

๓.๑.๑.๔.๔. แบบสอบถามแบบผสม - องค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) และธนาคารโลกได้พัฒนาเครื่องมือวัดทุนทางสังคมที่ครอบคลุมหลายมิติ รวมถึงความไว้วางใจ บรรทัดฐาน เครือข่าย และการมีส่วนร่วม

ในบริบทของไทยและศรีลังกา การวัดทุนทางสังคมควรคำนึงถึงมิติทางพุทธศาสนาด้วย เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางศาสนา การให้และรับความช่วยเหลือตามหลักทาน และการยึดมั่นในศีลธรรมจรรยา ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่สะท้อนทุนทางสังคมในชุมชนพุทธ

๓.๒ ทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital)

๓.๒.๑ ความหมายของทุนทางวัฒนธรรม

แนวคิดทุนทางวัฒนธรรมถูกพัฒนาโดย Pierre Bourdieu เพื่ออธิบายว่าความรู้ ทักษะ การศึกษา และคุณลักษณะทางวัฒนธรรมของบุคคลมีบทบาทต่อความสำเร็จทางสังคมและเศรษฐกิจอย่างไร ทุนทางวัฒนธรรมไม่ใช่เพียงความรู้ที่ได้จากการศึกษาในระบบโรงเรียน แต่รวมถึงความรู้และทักษะที่ได้มาจากการเลี้ยงดูในครอบครัวและการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

ในบริบทของชุมชนพุทธ ทุนทางวัฒนธรรมหมายถึงความรู้เกี่ยวกับประเพณี พิธีกรรม ศิลปะ ทัศนคติ และภูมิปัญญาที่สั่งสมมาจากรุ่นสู่รุ่น รวมถึงความเข้าใจในหลักธรรมทางพุทธศาสนาและวิถีชีวิตที่สอดคล้องกับคำสอน ทุนทางวัฒนธรรมเหล่านี้กลายเป็นทรัพยากรสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

๓.๒.๒ ประเภทของทุนทางวัฒนธรรม

Bourdieu แบ่งทุนทางวัฒนธรรมออกเป็นสามประเภท

๓.๒.๒.๑. ทุนทางวัฒนธรรมที่ฝังอยู่ในตัวบุคคล (Embodied Cultural Capital) - เป็นความรู้ ทักษะ และนิสัยที่ฝังลึกอยู่ในตัวบุคคลผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่ใช้เวลานาน ตัวอย่างในชุมชนพุทธ ได้แก่ ทักษะการแกะสลักพระพุทธรูปหรือการวาดจิตรกรรมฝาผนังที่ต้องฝึกฝนมาหลายปี ความรู้เกี่ยวกับสัญลักษณ์และความหมายทางพุทธศาสนา มารยาทและพิธีกรรมทางศาสนาที่เรียนรู้มาตั้งแต่เด็ก ความสามารถในการสวดมนต์หรือปฏิบัติธรรมตามแบบแผนที่ถูกต้อง

๓.๒.๒.๒. ทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Objectified Cultural Capital) - เป็นวัตถุทางวัฒนธรรมที่สามารถถ่ายโอนได้ เช่น พระพุทธรูป พระเครื่อง และเครื่องรางของขลัง ผ้าไหม ผ้าบาติก และสิ่งทอที่มีลวดลายทางพุทธศาสนา หนังสือพระไตรปิฎกและคัมภีร์ทางศาสนา เครื่องประดับและของใช้ที่มีสัญลักษณ์ทางพุทธศาสนา

๓.๒.๒.๓. ทุนทางวัฒนธรรมที่สถาบันรับรอง (Institutionalized Cultural Capital) - เป็นคุณสมบัติหรือความรู้ที่ได้รับการรับรองจากสถาบัน เช่น ปริญญาด้านพุทธศาสตร์หรือศิลปะพุทธ ใบรับรองช่างหัตถกรรมมรดกทางวัฒนธรรม การรับรองจากองค์กร UNESCO เรื่องมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ คุณวุฒิพระนักเทศน์หรือครูสอนพระพุทธศาสนา

๓.๒.๓ วัฒนธรรมพุทธเป็นทุนทางวัฒนธรรม

วัฒนธรรมพุทธศาสนามีศักยภาพสูงในการเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้หลายทาง

๓.๒.๓.๑. มรดกทางวัฒนธรรมที่สั่งสมมานาน - ทั้งศรีลังกาและไทยมีประวัติศาสตร์พุทธศาสนายาวนานกว่า ๒,๐๐๐ ปี สร้างมรดกทางวัฒนธรรมที่อุดมสมบูรณ์ ตั้งแต่สถาปัตยกรรม ประติมากรรม จิตรกรรม ดนตรี วรรณกรรม จนถึงประเพณีและพิธีกรรมต่างๆ มรดกเหล่านี้เป็นแหล่งแรงบันดาลใจสำหรับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ

๓.๒.๓.๒. ความหลากหลายและเอกลักษณ์ - แม้จะมีพื้นฐานจากพุทธศาสนาเดียวกัน แต่วัฒนธรรมพุทธในแต่ละภูมิภาคมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว พุทธศาสนาในศรีลังกามีอิทธิพลจากวัฒนธรรมสิงหล ทมิฬ และโปรตุเกส ในขณะที่พุทธศาสนาไทยผสมผสานกับความเชื่อดั้งเดิมและศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ความหลากหลายนี้สร้างโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างและน่าสนใจ

๓.๒.๓.๓. ความเชื่อมโยงกับชีวิตประจำวัน - พุทธศาสนาไม่ใช่แค่ศาสนาที่นับถือในวันสำคัญ แต่เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตประจำวัน การทำบุญ การไหว้พระ การรักษาศีล เป็นกิจกรรมที่คนทำเป็นประจำ ความใกล้ชิดนี้ทำให้วัฒนธรรมพุทธมีความเกี่ยวข้องและมีความหมายกับผู้คนในปัจจุบัน

๓.๒.๓.๔. มูลค่าจากการเป็นสัญลักษณ์ของสันติภาพและภูมิปัญญา - ในยุคที่โลกเผชิญกับความเครียดและวิกฤติต่างๆ พุทธศาสนาถูกมองว่าเป็นแหล่งภูมิปัญญาเรื่องการใช้ชีวิตอย่างสงบและมีสติ การทำสมาธิ โยคะ และแนวคิดเรื่องความพอเพียงที่มีรากฐานจากพุทธศาสนากำลังได้รับความนิยมทั่วโลก

๓.๒.๔ การสะสมและถ่ายทอดทุนทางวัฒนธรรม

การสะสมทุนทางวัฒนธรรมเป็นกระบวนการที่ใช้เวลานานและต้องอาศัยความต่อเนื่อง:

๓.๒.๔.๑. การถ่ายทอดในครอบครัว - ครอบครัวเป็นสถาบันแรกและสำคัญที่สุดในการถ่ายทอดทุนทางวัฒนธรรม เด็กๆ เรียนรู้พิธีกรรม ประเพณี และค่านิยมทางพุทธศาสนาจากพ่อแม่และญาติผู้ใหญ่ ในครอบครัวช่างฝีมือ ทักษะการแกะสลัก การทอผ้า หรือการทำเครื่องเงินมักถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นภายในครอบครัวเดียวกัน

๓.๒.๔.๒. การศึกษาในระบบ - โรงเรียนและมหาวิทยาลัยมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมพุทธอย่างเป็นระบบ ในศรีลังกาและไทยมีการสอนพุทธศาสนาในโรงเรียน และมหาวิทยาลัยหลายแห่งเปิดสอนพุทธศาสตร์ ศิลปศาสตร์ และหัตถศิลป์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมพุทธ (สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ, ๒๕๖๕)

๓.๒.๔.๓. การเรียนรู้จากชุมชน - วัดและศูนย์วัฒนธรรมชุมชนเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญ การร่วมกิจกรรมทางศาสนา การฟังเทศน์ การเข้าค่ายบรรพชาสามเณร และการฝึกสมาธิเป็นช่องทางในการเรียนรู้ทุนทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังมีการจัดอบรมหัตถกรรมและงานศิลป์ในชุมชน

๓.๒.๔.๔. การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล - ในยุคปัจจุบัน การถ่ายทอดทุนทางวัฒนธรรมใช้ช่องทางดิจิทัลมากขึ้น มีการบันทึกวิดีโอการสอนทักษะหัตถกรรม การถ่ายทอดสดพิธีกรรม และการสร้างพิพิธภัณฑ์เสมือนจริง ช่วยให้คนรุ่นใหม่เข้าถึงทุนทางวัฒนธรรมได้ง่ายขึ้น

๓.๒.๕ ความท้าทายในการถ่ายทอด

ดังนั้น การถ่ายทอดทุนทางวัฒนธรรมในยุคปัจจุบันเผชิญกับความท้าทายหลายประการ ได้แก่ การเมืองเมืองและการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตทำให้คนรุ่นใหม่ห่างเหินจากวัฒนธรรมดั้งเดิม ค่าตอบแทนจากการทำหัตถกรรมต่ำกว่าการทำงานในโรงงานหรือธุรกิจสมัยใหม่ การขาดแคลนครู และช่างฝีมือที่มีความรู้ความสามารถสูง การแข่งขันจากผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่ราคาถูกกว่า

๓.๓ การแปลงทุนทางวัฒนธรรมเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจ

๓.๓.๑ กระบวนการสร้างมูลค่าจากวัฒนธรรม

การแปลงทุนทางวัฒนธรรมให้เป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจเป็นกระบวนการที่ซับซ้อนและต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ กระบวนการนี้ประกอบด้วยหลายขั้นตอน:

๓.๓.๑.๑. การระบุและรวบรวมทุนทางวัฒนธรรม - ขั้นตอนแรกคือการสำรวจและบันทึกทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในชุมชน เช่น ภูมิปัญญาการทำหัตถกรรม สูตรการย้อมผ้าด้วยสีธรรมชาติ หรือเทคนิคการแกะสลัก ชุมชนต้องตระหนักถึงคุณค่าของทุนที่ตนมีและมีการจัดการความรู้อย่างเป็น

๓.๓.๑.๒. การวิเคราะห์ตลาดและโอกาส - ศึกษาความต้องการของตลาด แนวโน้มการบริโภค และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น นักท่องเที่ยวที่สนใจวัฒนธรรม ผู้สนใจสินค้าเพื่อสุขภาพ หรือผู้ชื่นชอบสินค้าแฮนด์เมด การวิเคราะห์ตลาดช่วยให้ทราบว่าควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทใดจึงจะมีโอกาสขายได้ดี

๓.๓.๑.๓. การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ - นำทุนทางวัฒนธรรมมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด โดยคำนึงถึงทั้งการรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและการปรับให้เหมาะกับการใช้งานในปัจจุบัน เช่น การนำลวดลายจากจิตรกรรมฝาผนังมาออกแบบบนเสื้อผ้าหรือของใช้ในบ้าน

๓.๓.๑.๔. การสร้างเรื่องเล่าและความหมาย - การเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ด้วยการเล่าเรื่องราว เกี่ยวกับที่มา ความหมาย และกระบวนการผลิต ผู้บริโภคในปัจจุบันไม่ได้ซื้อแค่สินค้า แต่ซื้อประสบการณ์และความหมายที่มาพร้อมกับสินค้า การเล่าเรื่องที่น่าสนใจช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์

๓.๓.๑.๕. การสร้างแบรนด์และภาพลักษณ์ - พัฒนาเอกลักษณ์ของแบรนด์ที่สะท้อนคุณค่าทางวัฒนธรรม ออกแบบโลโก้ บรรจุภัณฑ์ และสื่อการตลาดที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ที่ต้องการสื่อ แบรนด์ที่แข็งแกร่งช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและความจงรักภักดีของลูกค้า

๓.๓.๒ ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มจากวัฒนธรรม

๓.๓.๒.๑. ชาซีลอน - ตัวอย่างที่โดดเด่นจากศรีลังกา ที่แปลงชาจากสินค้าเกษตรธรรมดาให้เป็นแบรนด์ระดับโลกด้วยการเน้นคุณภาพ ประวัติศาสตร์ และวิธีการผลิตที่ดั้งเดิม การใช้ชื่อ "Ceylon" เป็นการบอกกล่าวถึงต้นกำเนิดและมาตรฐานที่เป็นเอกลักษณ์

๓.๓.๒.๒. ผ้าไทยและผ้าลังกา - ผ้าทอมือที่มีลวดลายและเทคนิคการทอที่ถ่ายทอดกันมาหลายรุ่น เมื่อนำมาออกแบบให้ทันสมัยและสร้างเรื่องเล่าเกี่ยวกับชุมชนผู้ผลิตสามารถขายได้ในราคาที่สูงกว่าผ้าอุตสาหกรรมหลายเท่า โครงการผ้าไหม "ควีน ซีริกิต" ของไทย และผ้า Handloom ของศรีลังกาเป็นตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จ

๓.๓.๒.๓. เครื่องเงินและอัญมณี - เครื่องเงินของไทยและอัญมณีของศรีลังกามีชื่อเสียงในตลาดโลก โดยเฉพาะพลอยจากศรีลังกา และเครื่องเงินนครศรีธรรมราช การเพิ่มคุณค่าด้วยการเล่าเรื่องเกี่ยวกับที่มาของวัตถุดิบ ฝีมือช่าง และความหมายทางวัฒนธรรมทำให้สินค้าเหล่านี้มีมูลค่าสูง

๓.๓.๒.๔. อาหารและเครื่องเทศ - อบเชยลังกา กระเทียมดำ และเครื่องเทศอื่นๆ ที่ผลิตตามวิธีดั้งเดิม การได้รับการรับรอง GI ช่วยป้องกันการลอกเลียนและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์

๓.๓.๒.๕. ผลิตภัณฑ์ spa และสมุนไพร - การแพทย์แผนโบราณและสมุนไพรที่มีรากฐานจากพุทธศาสนาและอายุรเวท เช่น สินค้า spa ที่ใช้สูตรโบราณ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวจากสมุนไพร และน้ำมันหอมระเหยธรรมชาติ กลายเป็นสินค้าที่มีตลาดขนาดใหญ่ทั้งในและต่างประเทศ

๓.๓.๓ กลยุทธ์การตลาดที่ใช้เรื่องราวทางวัฒนธรรม

๓.๓.๓.๑. Storytelling Marketing - การใช้เรื่องเล่าเพื่อสร้างความเชื่อมโยงทางอารมณ์กับผู้บริโภค เช่น การเล่าเรื่องของชุมชน ชีวิตของช่างฝีมือ หรือกระบวนการผลิตที่พิถีพิถัน แบรนด์ต่างๆ ใช้วิดีโอ บทความ และโซเชียลมีเดียเพื่อเล่าเรื่องราวเหล่านี้

๓.๓.๓.๒. Experiential Marketing - การสร้างประสบการณ์ให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วมกับวัฒนธรรม เช่น การจัดให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมเวิร์กช็อปทอผ้า การเรียนรู้การทำอาหารที่บ้าน หรือการเยี่ยมชมกระบวนการผลิต ประสบการณ์เหล่านี้สร้างความประทับใจและกระตุ้นการซื้อ

๓.๓.๓.๓. Social Media Marketing - การใช้โซเชียลมีเดียในการเผยแพร่เรื่องราวและภาพสวยงามของผลิตภัณฑ์ Instagram, Facebook และ TikTok เป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ที่ชอบสินค้าที่มีเอกลักษณ์

๓.๓.๓.๔. Influencer และ KOL Marketing - การร่วมมือกับผู้ที่มีอิทธิพล (influencers) หรือผู้นำความคิด ที่มีค่านิยมสอดคล้องกับแบรนด์ ช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและขยายการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ

๓.๓.๓.๕. Cause-related Marketing - การเชื่อมโยงแบรนด์กับการทำกิจกรรมเพื่อสังคม เช่น การสนับสนุนชุมชน การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม หรือการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้บริโภคในปัจจุบันมักเลือกซื้อสินค้าจากธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

๓.๓.๔ ความท้าทายในการแปลงทุน

การแปลงทุนทางวัฒนธรรมเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจไม่ใช่เรื่องง่าย มีความท้าทายหลายประการ:

๓.๓.๔.๑. ความขัดแย้งระหว่างการรักษาความเป็นต้นฉบับกับการปรับให้เข้ากับตลาด - การปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์เพื่อให้เหมาะกับความต้องการของตลาดอาจทำให้สูญเสียเอกลักษณ์ดั้งเดิม ในขณะเดียวกัน การยึดติดกับแบบแผนเดิมเกินไปอาจทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่น่าสนใจต่อผู้บริโภคใหม่ การหาจุดสมดุลระหว่างสองสิ่งนี้จึงเป็นเรื่องสำคัญ

๓.๓.๔.๒. การขาดทักษะด้านการตลาดและการจัดการธุรกิจ - ช่างฝีมือและชุมชนมักมีความเชี่ยวชาญด้านการผลิต แต่ขาดความรู้ด้านการตลาด การบริหารจัดการ และการเงิน ทำให้ไม่สามารถนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๓.๓.๔.๓. ปัญหาด้านการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา - ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์มักถูกลอกเลียนโดยผู้ผลิตรายใหญ่ที่มีทุนมากกว่า การขาดระบบคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาที่มีประสิทธิภาพทำให้ชุมชนผู้สร้างสรรค์ไม่ได้รับผลตอบแทนที่เป็นธรรม

๓.๓.๔.๔. การขาดเงินทุนในการลงทุน - การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดต้องใช้เงินลงทุน แต่ชุมชนขนาดเล็กมักขาดการเข้าถึงแหล่งเงินทุน สถาบันการเงินมักไม่ให้สินเชื่อกับธุรกิจขนาดเล็กที่ไม่มีหลักประกัน

๓.๓.๔.๕. การแข่งขันจากสินค้าอุตสาหกรรม - สินค้าที่ผลิตด้วยเครื่องจักรมีราคาถูกกว่าและผลิตได้ในปริมาณมาก ทำให้หัตถกรรมที่ทำด้วยมือต้องแข่งขันในด้านราคาได้ยาก จึงต้องสร้างความแตกต่างด้วยคุณภาพ เอกลักษณ์ และเรื่องเล่า

จากการวิเคราะห์ทุนทางสังคม ทุนทางวัฒนธรรม และกระบวนการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจในกรณีศึกษาต่าง ๆ ข้างต้น สามารถสังเคราะห์กรอบการแปลงทุนพุทธสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้อย่างเป็นระบบ โดยมีไข่มองการพัฒนาในมิติของผลิตภัณฑ์หรือการตลาดเพียงอย่างเดียว หากแต่พิจารณาเป็นกระบวนการที่เชื่อมโยงบุคคล ชุมชน วัฒนธรรม และสถาบันเข้าด้วยกัน

ผู้เขียนเสนอว่า การแปลงทุนพุทธสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์สามารถอธิบายได้ในสี่ระดับที่สัมพันธ์กัน ได้แก่ ระดับปัจเจก ระดับชุมชน ระดับผลิตภัณฑ์และแบรนด์ และระดับตลาดและสถาบัน ในระดับปัจเจก ทุนสำคัญประกอบด้วยทักษะ ความรู้ ความชำนาญ และจริยธรรมของผู้ผลิต ซึ่งเป็นฐานของคุณภาพและความน่าเชื่อถือของสินค้าและบริการ ในระดับชุมชน ความไว้วางใจ ความร่วมมือ และบรรทัดฐานทางพุทธศาสนา เช่น ความซื่อสัตย์ ความเอื้ออาทร และการไม่เอาเปรียบ ทำหน้าที่เป็นทุนทางสังคมที่ช่วยลดต้นทุนการทำธุรกรรม และเอื้อต่อการจัดการทรัพยากรร่วมกันอย่างยั่งยืน ในระดับผลิตภัณฑ์และแบรนด์ ทุนทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ถูกแปลงเป็นมูลค่าเพิ่มผ่านการออกแบบ การเล่าเรื่อง และการสร้างความหมาย ซึ่งช่วยให้สินค้าและบริการแตกต่างจากการแข่งขันเชิงราคาเพียงอย่างเดียว ส่วนในระดับตลาดและสถาบัน กลไกด้านมาตรฐาน การรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (GI) แพลตฟอร์มตลาด และนโยบายสาธารณะ ทำหน้าที่สนับสนุนให้กระบวนการแปลงทุนดังกล่าวสามารถขยายผลได้ในวงกว้างและมีความยั่งยืน

กรอบสังเคราะห์นี้สะท้อนให้เห็นว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์บนฐานพุทธมิใช่การทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า หากแต่เป็นกระบวนการพัฒนาที่ให้คุณค่ากับคน ชุมชน และความหมายทางสังคมควบคู่กับมูลค่าทางเศรษฐกิจ

ตารางที่ ๓ การแปลงทุนพุทธสู่มูลค่าทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ระดับการแปลง ทุน	ทุนหลัก	กลไกสำคัญ	ผลลัพธ์ทาง เศรษฐกิจและสังคม
ปัจเจก	ทักษะ ความรู้ จริยธรรม	การฝึกฝน การเรียนรู้	คุณภาพสินค้า ความ น่าเชื่อถือ
ชุมชน	ความไว้วางใจ เครือข่าย	ความร่วมมือ การจัดการ ร่วม	ลดต้นทุน เพิ่มพลัง ต่อรอง
ผลิตภัณฑ์/แบ รด์	อัตลักษณ์ วัฒนธรรม	การออกแบบ การเล่า เรื่อง	มูลค่าเพิ่ม ความ แตกต่าง
ตลาด/สถาบัน	มาตรฐาน นโยบาย	GI แพลตฟอร์มตลาด	ความยั่งยืนในระยะ ยาว

๓.๔ การสร้างอัตลักษณ์และแบรนด์ทางวัฒนธรรม

๓.๔.๑ ความสำคัญของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม คือลักษณะเฉพาะที่ทำให้วัฒนธรรมหนึ่งแตกต่างจากวัฒนธรรมอื่น เป็นสิ่งที่บอกว่า "เราคือใคร" และ "เราแตกต่างจากผู้อื่นอย่างไร" ในบริบทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเป็นทรัพยากรสำคัญที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (กระทรวงวัฒนธรรม, ๒๕๖๕)

๓.๔.๒ ความสำคัญของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมต่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์:

๓.๔.๒.๑. สร้างความแตกต่าง - ในตลาดที่มีสินค้าคล้ายคลึงกันมากมาย อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมช่วยให้ผลิตภัณฑ์โดดเด่นและจดจำได้ง่าย ผ้าไทยมีลวดลายและสีสันทันที่แตกต่างจากผ้าของประเทศอื่น อัญมณีลังกามีคุณภาพและลักษณะเฉพาะที่เป็นที่รู้จัก

๓.๔.๒.๒. สร้างมูลค่าเพิ่ม - ผู้บริโภคยินดีจ่ายเงินมากขึ้นสำหรับสินค้าที่มีเอกลักษณ์และความหมายทางวัฒนธรรม การเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์กับวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า

๓.๔.๒.๓. สร้างความภาคภูมิใจและแรงจูงใจ - อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ชัดเจนทำให้คนในชุมชนรู้สึกภาคภูมิใจและมีแรงจูงใจในการรักษาและพัฒนาภูมิปัญญาของตน

๓.๔.๒.๔. ป้องกันการลอกเลียน - อัตลักษณ์ที่เป็นเอกลักษณ์และมีการจดทะเบียนคุ้มครองช่วยป้องกันการถูกลอกเลียนโดยผู้อื่น สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า และ GI เป็นเครื่องมือในการคุ้มครองอัตลักษณ์ (สำนักงานทรัพย์สินทางปัญญา, ๒๕๖๖)

๓.๔.๓ กระบวนการสร้างแบรนด์

การสร้างแบรนด์ คือกระบวนการสร้างภาพลักษณ์และความหมายให้กับผลิตภัณฑ์หรือธุรกิจ แบรนด์ที่แข็งแกร่งช่วยสร้างความไว้วางใจและความจงรักภักดีของลูกค้า กระบวนการสร้างแบรนด์ประกอบด้วย:

๓.๔.๓.๑. การกำหนดวิสัยทัศน์และค่านิยม - กำหนดว่าแบรนด์ต้องการเป็นอะไร เชื่อในอะไร และต้องการสื่อสารอะไรกับลูกค้า สำหรับแบรนด์ที่มีรากฐานจากวัฒนธรรมพุทธ ค่านิยมอาจรวมถึง ความซื่อสัตย์ การใช้ชีวิตอย่างมีสติ ความยั่งยืน และการเคารพธรรมชาติ

๓.๔.๓.๒. การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย - ทำความเข้าใจว่าลูกค้าเป้าหมายคือใคร มีความต้องการอะไร มีค่านิยมอย่างไร การรู้จักกลุ่มเป้าหมายช่วยให้สามารถสื่อสารได้อย่างตรงใจ

๓.๔.๓.๓. การสร้างเอกลักษณ์ของแบรนด์ - พัฒนาองค์ประกอบที่มองเห็นได้ของแบรนด์ เช่น ชื่อแบรนด์ โลโก้ สี รูปแบบการออกแบบ และบรรจุภัณฑ์ ในกรณีของแบรนด์วัฒนธรรมพุทธ การใช้สัญลักษณ์ทางพุทธศาสนา ที่มีความหมาย และภาพที่สะท้อนความสงบ เป็นสิ่งที่พบเห็นบ่อย

๓.๔.๓.๔. การกำหนดตำแหน่งในตลาด - กำหนดว่าต้องการให้แบรนด์อยู่ในตำแหน่งใดในใจของลูกค้า เทียบกับคู่แข่ง เช่น การวางตำแหน่งเป็นแบรนด์พรีเมียม แบรนด์สำหรับคนรุ่นใหม่ หรือแบรนด์เพื่อความยั่งยืน

๓.๔.๓.๕. การสร้างประสบการณ์แบรนด์ - พัฒนาทุกจุดสัมผัสระหว่างลูกค้ากับแบรนด์ให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์ที่ต้องการสื่อ ตั้งแต่การออกแบบร้านค้า การให้บริการ ไปจนถึงการสื่อสารหลังการขาย

๓.๔.๓.๖. การสื่อสารแบรนด์ - ใช้ช่องทางต่างๆ ในการเผยแพร่เรื่องราวและข้อความของแบรนด์ ทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อดิจิทัล ความสม่ำเสมอและความสอดคล้องของข้อความเป็นสิ่งสำคัญ

๓.๔.๔ การเล่าเรื่อง เพื่อสร้างคุณค่า

การเล่าเรื่องเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างแบรนด์และเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ เรื่องเล่าที่ดีช่วยสร้างความเชื่อมโยงทางอารมณ์กับลูกค้าและทำให้ผลิตภัณฑ์มีความหมายมากกว่าแค่วัตถุชิ้นหนึ่ง

๓.๔.๔.๑ องค์ประกอบของการเล่าเรื่องที่มีประสิทธิภาพ

๓.๔.๔.๑.๑. ความเป็นจริง - เรื่องเล่าต้องเป็นเรื่องจริงและตรงกับความ เป็นจริงของผลิตภัณฑ์และผู้ผลิต ลูกค้ายุคใหม่สามารถตรวจสอบความจริงได้ง่าย การสร้าง เรื่องเล่าปลอมจะส่งผลเสียต่อชื่อเสียง

๓.๔.๔.๑.๒. ความเกี่ยวข้อง - เรื่องเล่าต้องมีความเกี่ยวข้องกับ กลุ่มเป้าหมายและสอดคล้องกับความสนใจของพวกเขา เช่น เรื่องเล่าเกี่ยวกับความยั่งยืนจะดึงดูด ผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

๓.๔.๔.๑.๓. ความเป็นเอกลักษณ์ - เรื่องเล่าที่แตกต่างและไม่เหมือนใครช่วยให้แบรนด์จดจำได้ง่าย เช่น เรื่องเล่าของช่างฝีมือรุ่นที่ ๕ ที่สืบทอดภูมิปัญญาการทอผ้า

๓.๔.๔.๑.๔. อารมณ์ - เรื่องเล่าที่สัมผัสอารมณ์ เช่น ความภาคภูมิใจ ความซาบซึ้ง หรือแรงบันดาลใจ สร้างความประทับใจและจดจำได้นาน

๓.๔.๔.๑.๕. โครงสร้างที่ชัดเจน - เรื่องเล่าที่ดีมีจุดเริ่มต้น พัฒนาการ และบทสรุป มีตัวละคร ความขัดแย้ง และการแก้ปัญหา โครงสร้างแบบนี้ทำให้เรื่องน่าติดตาม

๓.๔.๔.๒ ตัวอย่างการเล่าเรื่องที่ประสบความสำเร็จ ได้แก่ Dilmah Tea ของ ศรีลังกา เล่าเรื่องของครอบครัว Fernando ที่อุทิศตนเพื่อผลิตชาคุณภาพสูง โดยยึดมั่นใน ความซื่อสัตย์และการแบ่งปันผลกำไรกับชุมชน (Dilmah, 2022) **ผ้าไทยราชินี** เล่าเรื่องของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ที่ทรงอุปถัมภ์และฟื้นฟูผ้าไทย โดยเฉพาะผ้าไหมอัสสัมเบต **Good Market** เล่าเรื่องของเกษตรกรและช่างฝีมือท้องถิ่นที่ใช้วิธีการผลิตที่ยั่งยืนและเป็นธรรม

๓.๔.๕ การปกป้องและพัฒนาอัตลักษณ์

การรักษาและพัฒนาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมต้องอาศัยความพยายามอย่างต่อเนื่อง:

๓.๔.๕.๑. การจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา - การจดเครื่องหมายการค้า สิทธิบัตร และ Geographical Indication (GI) ช่วยคุ้มครองอัตลักษณ์จากการถูกลอกเลียน Ceylon Cinnamon และ Basmati Rice เป็นตัวอย่างของผลิตภัณฑ์ที่มีการคุ้มครอง GI

๓.๔.๕.๒. การถ่ายทอดความรู้สู่คนรุ่นใหม่ - จัดอบรมและสร้างแรงจูงใจให้เยาวชนสนใจเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น โครงการทุนการศึกษาและการยกย่องช่างฝีมือดีเด่นช่วยสร้างแรงจูงใจ

๓.๔.๕.๓. การปรับปรุงและนวัตกรรม - รักษาเอกลักษณ์แกนกลางแต่ปรับให้เข้ากับยุคสมัย เช่น การใช้เทคโนโลยีช่วยในกระบวนการผลิตบางส่วนโดยไม่สูญเสียลักษณะที่สำคัญ

๓.๔.๕.๔. การสร้างชุมชนและเครือข่าย - รวมกลุ่มผู้ผลิตและผู้สนใจอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้และสนับสนุนซึ่งกันและกัน การจัดงานเทศกาลและนิทรรศการช่วยสร้างความตระหนักรู้

๓.๕ หัตถกรรมพุทธศิลป์และของที่ระลึก

หัตถกรรมพุทธศิลป์เป็นส่วนสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เชื่อมโยงศาสนา ศิลปะ และการค้า ทั้งในศรีลังกาและไทย หัตถกรรมเหล่านี้ไม่เพียงแต่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ แต่ยังเป็นสื่อในการเผยแพร่คำสอนและสร้างความกลมไสในพุทธศาสนา

๓.๕.๑ พระพุทธรูปและเครื่องรางของขลัง

๓.๕.๑.๑. พระพุทธรูป

พระพุทธรูปเป็นศิลปวัตถุที่มีความหมายทางศาสนาและเป็นที่เคารพบูชา การสร้างพระพุทธรูปต้องอาศัยทักษะ ความรู้ และความศรัทธา พระพุทธรูปมีหลากหลายรูปแบบตามประเพณีและยุคสมัย ได้แก่ **พระพุทธรูปศรีลังกา** มีลักษณะเฉพาะคือใบหน้าที่สูงบ่ง ริมฝีปากโค้งเล็กน้อย จมูกสูง และตามีรูปดอกบัวครึ่งบาน พระพุทธรูปสมัยอนูราธปุระและโปโลนนารูวะเป็นที่ชื่นชมในแง่ศิลปะ **พระพุทธรูปไทย** แบ่งตามยุคสมัยและภูมิภาค เช่น พระพุทธรูปสมัยสุโขทัยที่มีความอ่อนช้อยสง่างาม พระพุทธรูปล้านนาที่มีลักษณะเฉพาะในภาคเหนือ

ในปัจจุบัน พระพุทธรูปขนาดเล็กเป็นของที่ระลึกยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยว ผู้ผลิตต้องระมัดระวังเรื่องความเคารพต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์และต้องมีความรู้เรื่องอิริยาบถและลักษณะที่ถูกต้องตามพุทธศาสตร์

๓.๕.๑.๒. เครื่องรางของขลัง

เครื่องรางของขลังทางพุทธศาสนามีความหลากหลาย ได้แก่ **พระเครื่อง** ของไทยมีตลาดที่ใหญ่มากทั้งในและต่างประเทศ การสร้างพระเครื่องเป็นศิลปะที่ต้องใช้ความรู้ในการผสมผสานวัสดุ การปั้น การหล่อ และการปลุกเสก **Pirith Nool** (เชือกพิธ) และ **Yantra** (ยันต์) ของศรีลังกามักมีคาถาหรือสัญลักษณ์ที่เชื่อว่ามีพลังป้องกันอันตราย **สายสิญจน์ ตะกรุด และ ผ้ายันต์** ของไทยที่นิยมใช้สำหรับความเป็นสิริมงคลและการป้องกันภัย

การผลิตเครื่องรางของขลังต้องมีความรับผิดชอบทางจริยธรรม ไม่ควรหลอกลวงหรือสร้างความเชื่อที่ผิดๆ ผู้ผลิตควรเน้นที่ความหมายทางจิตวิญญาณและการเป็นเครื่องเตือนใจในการปฏิบัติธรรมมากกว่าการอ้างอิงพลังเหนือธรรมชาติ

๓.๕.๒ จิตรกรรมฝาผนังและศิลปะพุทธ

๓.๕.๒.๑. จิตรกรรมฝาผนัง

จิตรกรรมฝาผนังในวัดเป็นศิลปะที่สำคัญของพุทธศาสนา ได้แก่ **จิตรกรรมศรีลังกา** พบมากในถ้ำและวัด มีภาพพุทธประวัติ ชาดก และเทวดา ที่มีชื่อเสียงที่สุดคือจิตรกรรมในถ้ำ Sigiriya และวัด Kelaniya **จิตรกรรมไทย** มีความวิจิตรงดงามและมีรายละเอียดมาก ภาพเขียนมักเล่าเรื่องพุทธประวัติ นิทานชาดก ตำนานท้องถิ่น และวรรณคดี จิตรกรรมวัดพระแก้วและวัดสุทัศน์เทพวรารามเป็นตัวอย่างที่สำคัญ

ในปัจจุบันมีการนำลวดลายจากจิตรกรรมฝาผนังมาประยุกต์ใช้ในผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น ภาพพิมพ์และโปสเตอร์ ลวดลายบนผ้า เสื้อผ้า และกระเป๋า การออกแบบบรรจุภัณฑ์และสินค้าที่ระลึก การใช้ลวดลายเหล่านี้ต้องเคารพต่อต้นฉบับและไม่ทำให้เสียศักดิ์ศรี การร่วมมือกับศิลปินและนักอนุรักษ์ช่วยให้การนำไปใช้เป็นไปอย่างเหมาะสม

๓.๕.๒.๒. ประติมากรรมและสถาปัตยกรรม

นอกจากพระพุทธรูปแล้ว ยังมีงานประติมากรรมและสถาปัตยกรรมพุทธอื่นๆ ที่เป็นแรงบันดาลใจสำหรับผลิตภัณฑ์ ได้แก่ รูปแบบเจดีย์และสถูปที่มีเอกลักษณ์ ลวดลายประดับเสมา เช่น ปูนปั้นและไม้แกะสลัก รูปนักษัตรและเทวดา สัญลักษณ์ธรรมจักร ดอกบัว และต้นโพธิ์ การจำลองหรือสร้างของที่ระลึกจากงานสถาปัตยกรรมเหล่านี้ช่วยอนุรักษ์และเผยแพร่งานงามของศิลปะพุทธ

๓.๕.๓ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมร่วมสมัย

๓.๕.๓.๑. เครื่องประดับและเครื่องแต่งกาย ได้แก่ เครื่องประดับ ที่มีสัญลักษณ์พุทธ เช่น จีพระพุทธรูป สร้อยข้อมือด้วยลูกประคำไม้ และแหวนที่มีคาถา นิยมทั้งในกลุ่มชาวพุทธและผู้ที่สนใจความเป็นสิริมงคล ผ้าและเสื้อผ้า ที่มีลวดลายทางพุทธศาสนา เช่น ผ้าพิมพ์ลายพระพุทธรูป เสื้อผ้าที่มีคาถาหรือมนต์ และผ้าฝ่ายธรรมชาติที่สอดคล้องกับหลักการใช้ชีวิตอย่างพอเพียง

๓.๕.๓.๒. ของใช้ในบ้านและของตกแต่ง ได้แก่ ฐูป เทียน และน้ำมันหอมระเหย ที่ใช้ในพิธีกรรมและการทำสมาธิ ผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีตลาดทั้งในกลุ่มชาวพุทธและผู้ที่สนใจการบำบัดด้วยกลิ่นหอม เบาะนั่งสมาธิ พระประจำตัว และ โต๊ะสวดมนต์ ที่ออกแบบให้สวยงามและใช้งานได้จริง ภาพและงานจิตรกรรม รูปแบบใหม่ที่นำเสนอพุทธประวัติหรือธรรมะในรูปแบบร่วมสมัย

๓.๕.๓.๓. หนังสือและสื่อธรรม ได้แก่ หนังสือธรรมะ ที่ออกแบบให้สวยงามและอ่านง่าย การ์ด ที่คั่นหนังสือ และ โน้ตบุ๊ก ที่มีข้อความธรรมะหรือภาพสวยๆ แอปพลิเคชันและเว็บไซต์ ที่มีเนื้อหาธรรมะ การสวดมนต์ และการทำสมาธิ

๓.๕.๔ การสร้างมูลค่าจากฝีมือช่าง

๓.๕.๔.๑. การรับรองฝีมือและมาตรฐาน

การสร้างระบบรับรองฝีมือช่างช่วยเพิ่มมูลค่าและความน่าเชื่อถือ ได้แก่ การจัดอันดับช่างเป็น "ช่างฝีมือดีเด่น" หรือ "ศิลปินแห่งชาติ" การออกไปรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ การสร้างตราสัญลักษณ์คุณภาพ เช่น "Thai Handicraft" หรือ "Ceylon Authentic"

๓.๕.๔.๒. การเล่าเรื่องของช่าง

การนำเสนอเรื่องราวของช่างฝีมือช่วยสร้างมูลค่าเพิ่ม ได้แก่ วิดีโอสัมภาษณ์ช่างและการถ่ายทอดกระบวนการทำงาน การติดป้ายชื่อช่างผู้สร้างบนผลิตภัณฑ์ การจัดนิทรรศการและพบปะช่างฝีมือ

๓.๕.๔.๓. การพัฒนาทักษะและนวัตกรรม ได้แก่ การอบรมเทคนิคใหม่ๆ โดยไม่สูญเสียภูมิปัญญาดั้งเดิม การใช้เทคโนโลยีช่วยในบางขั้นตอน เช่น การออกแบบด้วยคอมพิวเตอร์ การทดลองวัสดุและเทคนิคใหม่ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

๓.๖ กรณีศึกษาจากศรีลังกา

๓.๖.๑ Good Market โคลัมโบ: แพลตฟอร์มผลิตภัณฑ์ชุมชน

๓.๖.๑.๑ ประวัติและแนวคิด

Good Market เป็นตลาดชุมชนที่ก่อตั้งขึ้นในปี ๒๕๕๕ โดย Good Market Foundation ซึ่งเป็นองค์กรไม่แสวงหากำไรในศรีลังกา วัตถุประสงค์หลักคือการเชื่อมโยงเกษตรกรข้างฝีมือ และผู้ประกอบการขนาดเล็กที่ผลิตสินค้าอย่างยั่งยืนกับผู้บริโภคในเมือง Good Market จัดขึ้นทุกวันเสาร์ที่ Colombo Racecourse และมีสาขาในเมืองอื่นๆ

๓.๖.๑.๒ หลักการดำเนินงาน

Good Market มีหลักการที่ชัดเจนในการคัดเลือกผู้ขาย:

๓.๖.๑.๒.๑. ความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม - ผลิตภัณฑ์ต้องผลิตด้วยวิธีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ใช้วัตถุดิบธรรมชาติ ไม่ใช้สารเคมีที่เป็นอันตราย และลดการใช้พลาสติก ผู้ขายส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรออร์แกนิกและช่างฝีมือที่ใช้วัสดุรีไซเคิล

๓.๖.๑.๒.๒. ความเป็นธรรมทางสังคม - การจ้างงานและการจ่ายค่าแรงต้องเป็นธรรม ไม่มีการใช้แรงงานเด็ก และส่งเสริมการจ้างงานกลุ่มผู้ด้อยโอกาส Good Market สนับสนุนให้ผู้ขายพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเองและชุมชน

๓.๖.๑.๒.๓. สันติภาพ - ผลิตภัณฑ์ต้องมีคุณภาพดี ปลอดภัย และมีประโยชน์ต่อผู้บริโภค Good Market มีคณะกรรมการตรวจสอบคุณภาพและให้คำแนะนำแก่ผู้ขายในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์

๓.๖.๑.๒.๔. ราคาที่เป็นธรรม - ผู้ผลิตได้รับราคาที่เป็นธรรมโดยไม่มีพ่อค้าคนกลางมาหักค่านายหน้า ในขณะเดียวกัน ผู้บริโภคจ่ายในราคาที่สมเหตุสมผลสำหรับสินค้าคุณภาพ

๓.๖.๑.๓ ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย

Good Market มีผลิตภัณฑ์หลากหลาย ได้แก่ ผักผลไม้และอาหารออร์แกนิก จากเกษตรกรทั่วศรีลังกา ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเกษตร เช่น น้ำผึ้ง แยม น้ำผลไม้ ชา และกาแฟ หัตถกรรม เช่น สิ่งทอ เครื่องประดับ กระเป๋า และของตกแต่งบ้าน เครื่องสำอาง และ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว จากสมุนไพรธรรมชาติ เสื้อผ้า จากผ้าฝ้ายออร์แกนิกและผ้าทอมือ หลายผลิตภัณฑ์มีรากฐานจากวัฒนธรรมพุทธ เช่น สบู่สมุนไพรที่ใช้สูตรโบราณจากอายุเวท รูปและน้ำมันหอม

ระเหยสำหรับการทำสมาธิ และเครื่องประดับที่มีสัญลักษณ์ความเป็นสิริมงคล (Wijesinghe, 2023)

๓.๖.๑.๔ ผลกระทบต่อชุมชน

Good Market สร้างผลกระทบเชิงบวกหลายด้าน ได้แก่ การสร้างรายได้ให้กับผู้ผลิตขนาดเล็กกว่า ๕๐๐ ราย การถ่ายทอดความรู้ ผ่านการอบรมและให้คำปรึกษาด้านการผลิต การตลาด และการบริหารจัดการ การสร้างเครือข่าย ระหว่างผู้ผลิตที่สามารถแลกเปลี่ยนประสบการณ์และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การสร้างความตระหนักรู้ให้กับผู้บริโภคเรื่องการบริโภคที่รับผิดชอบและการสนับสนุนชุมชนท้องถิ่น

๓.๖.๑.๕ บทเรียนสำหรับไทย

แนวคิดของ Good Market สามารถประยุกต์ใช้ในประเทศไทยได้ โดยเฉพาะในเมืองใหญ่ที่มีกลุ่มผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพและสิ่งแวดล้อม การสร้างตลาดที่มีมาตรฐานและเน้นความยั่งยืนจะช่วยยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนไทยและสร้างช่องทางจำหน่ายที่มั่นคงให้กับผู้ผลิต (จิราพร อัครเวศมณี, ๒๕๖๖)

๓.๖.๒ ODEL: ห้างสรรพสินค้าที่ยกระดับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

๓.๖.๒.๑ ประวัติและพัฒนาการ

ODEL เริ่มต้นเป็นร้านเสื้อผ้าเล็กๆ ในปี ๒๕๑๓ และพัฒนาเป็นห้างสรรพสินค้าชั้นนำของศรีลังกาที่มีสาขาหลายแห่ง ODEL มุ่งเน้นการจำหน่ายผลิตภัณฑ์คุณภาพดีที่ออกแบบและผลิตในศรีลังกา รวมถึงการนำเสนอหัตถกรรมท้องถิ่นในรูปแบบที่ทันสมัย (ODEL, 2022)

๓.๖.๒.๒ กลยุทธ์การยกระดับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

๓.๖.๒.๒.๑. การออกแบบให้ทันสมัย - ODEL ทำงานร่วมกับดีไซน์เนอร์ท้องถิ่นในการนำลวดลายและเทคนิคดั้งเดิมมาออกแบบให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้งานได้จริงและตอบสนองความต้องการของลูกค้าสมัยใหม่ ตัวอย่างเช่น ผ้า Batik ที่นำมาทำกระเป๋ เสื้อผ้า และของใช้ในบ้านที่มีดีไซน์ร่วมสมัย

๓.๖.๒.๒.๒. การคัดสรรคุณภาพ - ผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นที่จำหน่ายใน ODEL ต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพอย่างเข้มงวด ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าว่าจะได้สินค้าที่มีคุณภาพดีแม้จะเป็นผลิตภัณฑ์จากช่างฝีมือท้องถิ่น

๓.๖.๒.๒.๓. การสร้างแบรนด์ - ODEL พัฒนาแบรนด์ย่อยหลายแบรนด์ที่เน้นความเป็นศรีลังกา เช่น "ODEL Living" สำหรับของใช้ในบ้าน "ODEL Kids" สำหรับเด็ก การสร้างแบรนด์ช่วยให้ผลิตภัณฑ์มีตำแหน่งที่ชัดเจนในใจลูกค้า

๓.๖.๒.๒.๔. การเล่าเรื่อง - ODEL ให้ความสำคัญกับการเล่าเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ มีป้ายบอกข้อมูลเกี่ยวกับที่มา วิธีการผลิต และช่างฝีมือ การเล่าเรื่องช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มและความหมายให้กับผลิตภัณฑ์

๓.๖.๒.๒.๕. การจัดแสดงสินค้าอย่างสวยงาม - การจัดวางและแสดงสินค้าใน ODEL ทำอย่างมีอาชีพ สร้างบรรยากาศที่น่าชอบ และทำให้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นดูมีคุณค่าไม่แพ้สินค้านำเข้า

๓.๖.๒.๓ ผลิตภัณฑ์พุทธศิลป์และวัฒนธรรม

ODEL จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมพุทธหลายประเภท ได้แก่ **ของตกแต่งบ้าน** ที่มีลวดลายจากจิตรกรรมฝาผนังและสถาปัตยกรรมพุทธ **เครื่องประดับ** ที่ใช้สัญลักษณ์ทางพุทธศาสนาในการออกแบบ **ผลิตภัณฑ์สปา** ที่ใช้สูตรจากอายุรเวทและสมุนไพรท้องถิ่น **หนังสือและของที่ระลึก** เกี่ยวกับวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ศรีลังกา

๓.๖.๒.๔ บทเรียนสำหรับไทย

แนวทางของ ODEL แสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสามารถยกระดับเป็นสินค้าพรีเมียมได้หากมีการออกแบบที่ดี คุณภาพที่เชื่อถือได้ และการนำเสนอที่เป็นมืออาชีพ ในไทยมีห้างสรรพสินค้าที่พยายามทำในทิศทางนี้ เช่น 'ไอคอนสยาม' ที่มี "SookSiam" พื้นที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ไทยคุณภาพดี (สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์, ๒๕๖๕)

๓.๖.๓ เครื่องแก้วและเครื่องประดับศรีลังกา

๓.๖.๓.๑ อุตสาหกรรมพลอยและอัญมณี

ศรีลังกาเป็นหนึ่งในแหล่งผลิตพลอยที่สำคัญที่สุดของโลก โดยเฉพาะไพลิน ทับทิม และพลอยแมว อุตสาหกรรมพลอยมีประวัติยาวนานกว่า ๒,๕๐๐ ปี และเป็นแหล่งรายได้สำคัญของประเทศ

๓.๖.๓.๒ การสร้างมูลค่าเพิ่ม

๓.๖.๓.๒.๑. การรับรอง Ceylon Sapphire - พลอยจากศรีลังกามีการจดทะเบียนเป็น Geographical Indication ในชื่อ "Ceylon Sapphire" ซึ่งรับประกันแหล่งที่มาและคุณภาพ การรับรองนี้ช่วยเพิ่มมูลค่าและป้องกันการปลอมแปลง

๓.๖.๓.๒.๒. การตัดเจียรไนที่มีฝีมือสูง - ช่างตัดเจียรไนศรีลังกามีฝีมือสูงและชื่อเสียงระดับโลก การเน้นฝีมือช่างและประสบการณ์หลายรุ่นช่วยสร้างความน่าเชื่อถือ

๓.๖.๓.๒.๓. การออกแบบเครื่องประดับ - นอกจากการขายพลอยเปล่าแล้ว ยังมีการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องประดับที่ใช้พลอยและทองคำในการสร้างผลงาน โดยผสมผสานการออกแบบดั้งเดิมและสมัยใหม่

๓.๖.๓.๒.๔. การเล่าเรื่องและการตลาด - การเล่าเรื่องเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของพลอยลังกา ตำนานต่างๆ และกระบวนการขุดและตัดเจียรไนช่วยสร้างมูลค่าเพิ่ม การจัดทัวร์ชมเหมืองพลอยเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวที่นิยม

๓.๖.๓.๓ ความเชื่อมโยงกับพุทธศาสนา

พลอยและเครื่องประดับมีความเชื่อมโยงกับพุทธศาสนาหลายด้าน ได้แก่ **พลอยเป็นของถวายพระ** - ในพุทธศาสนาเถรวาทมีประเพณีถวายพลอยเพื่อประดับพระพุทธรูปและสถูป **ความเชื่อเรื่องอัญมณีเก้าประการ (Navaratna)** - เครื่องประดับที่ใช้อัญมณี ๙ ชนิดตามความเชื่อทางโหราศาสตร์และพุทธศาสนา **เครื่องรางความเป็นสิริมงคล** - พลอยบางชนิดเชื่อว่ามีคุณสมบัติในการป้องกันภัยและเสริมดวง

๓.๖.๔ ผ้าไหม Giwaxa และสิ่งทอพื้นเมือง

๓.๖.๔.๑ ผ้าไหมและผ้าฝ้าย Handloom

ศรีลังกามีประเพณีการทอผ้าด้วยมือมายาวนาน โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบท ผ้า Handloom (ผ้าทอมือ) เป็นสัญลักษณ์ของงานฝีมือและความอดทนของช่างทอ ในอดีตผ้าไหมและผ้าฝ้ายคุณภาพดีถูกส่งไปขายในอินเดียและยุโรป

๓.๖.๔.๒ Giwaxa: การฟื้นฟูผ้าไหมศรีลังกา

Giwaxa เป็นโครงการที่ริเริ่มโดยรัฐบาลศรีลังกาในทศวรรษที่ ๑๙๗๐ เพื่อฟื้นฟูอุตสาหกรรมผ้าไหม โครงการนี้มุ่งเน้น

๓.๖.๔.๒.๑. การปลูกหม่อนและเลี้ยงไหม - สนับสนุนเกษตรกรในการปลูกต้นหม่อนและเลี้ยงหนอนไหม โดยให้ความรู้และกล้าพันธุ์

๓.๖.๔.๒.๒. การพัฒนาทักษะการทอ - อบรมช่างทอให้มีทักษะในการทอลวดลายต่างๆ และการใช้สีธรรมชาติ

๓.๖.๔.๒.๓. การออกแบบผลิตภัณฑ์ - พัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม เช่น ผ้าซิ่น ผักคลุมไหล่ เสื้อผ้า ผ้าม่าน และของใช้ในบ้าน

๓.๖.๔.๒.๔. การสร้างตลาด - จัดตั้งศูนย์จำหน่ายผ้าไหม Giwaxa ในเมืองสำคัญๆ และส่งเสริมการส่งออก

๓.๖.๔.๓ ลวดลายและความหมายทางพุทธศาสนา

ผ้าทอศรีลังกามีลวดลายที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนาและธรรมชาติ เช่น ลายดอกบัว สัญลักษณ์ของความบริสุทธิ์ในพุทธศาสนา ลายธรรมจักร สัญลักษณ์ของพระพุทธรูปศาสนา ลายช้าง สัตว์ศักดิ์สิทธิ์ในพุทธศาสนา ลายเรือเกา และ ลายดอกไม้ จากธรรมชาติ การทอลวดลายเหล่านี้ต้องใช้ความชำนาญและความอดทน ช่างทอบางคนใช้เวลาหลายวันหรือหลายสัปดาห์ในการทอผ้าผืนเดียว

๓.๖.๔.๔ การสร้างมูลค่าจากเรื่องเล่า

ผู้ผลิตผ้า Giwaxa ให้ความสำคัญกับการเล่าเรื่อง เรื่องราวของช่างทอที่สืบทอดภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษ กระบวนการผลิตที่ใช้เวลานานและพิถีพิถัน การใช้สีธรรมชาติจากพืชและแร่ธาตุ ความหมายของลวดลายและสัญลักษณ์ การเล่าเรื่องเหล่านี้ช่วยให้ลูกค้าเข้าใจคุณค่าของผ้าและยินดีจ่ายในราคาที่สูงกว่าผ้าที่ผลิตด้วยเครื่องจักร

๓.๗ เปรียบเทียบกับหัตถกรรมไทย

๓.๗.๑ โอท็อป (OTOP) และผลิตภัณฑ์ชุมชนไทย

๓.๗.๑.๑ ประวัติและแนวคิด

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เริ่มต้นในปี ๒๕๔๔ โดยมีแนวคิดจากโครงการ One Village One Product (OVOP) ของญี่ปุ่น วัตถุประสงค์คือการส่งเสริมให้แต่ละตำบลพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น สร้างรายได้และพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก

๓.๗.๑.๒ ผลิตภัณฑ์ OTOP ที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา

๓.๗.๑.๒.๑. ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม ได้แก่ ชาสมุนไพร น้ำผัก และผลไม้ที่มีคุณสมบัติบำรุงสุขภาพตามหลักการแพทย์แผนไทย ขนมไทยที่ใช้ในพิธีกรรมทางศาสนา เช่น ขนมต้ม ขนมครก ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรเพื่อสุขภาพ

๓.๗.๑.๒.๒. ผ้าและเครื่องแต่งกาย ได้แก่ ผ้าไทย เช่น ผ้าไหม ผ้าฝ้าย ผ้าขาวม้า ที่มีลวดลายประจำท้องถิ่น ผ้าที่ใช้ในพิธีกรรม เช่น ผ้าห่มพระ ผ้ายันต์

๓.๗.๑.๒.๓. ของใช้และของที่ระลึก ได้แก่ เครื่องเงิน เครื่องถม จากนครศรีธรรมราช เครื่องปั้นดินเผา เช่น เครื่อง เบญจรงค์ ดอกไม้ประดิษฐ์ พระพุทธรูปจำลองและของที่ระลึกจากวัดต่างๆ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ๒๕๖๖)

จุดแข็งของ OTOP ได้แก่ ความหลากหลาย – มีผลิตภัณฑ์หลากหลายจากทุกภูมิภาคของไทย การสนับสนุนจากภาครัฐ – มีการจัดอบรม ให้คำปรึกษา และสนับสนุนเงินทุน ช่องทางจำหน่ายที่กว้างขวาง – มีร้าน OTOP ในห้างสรรพสินค้า สนามบิน และออนไลน์ การรับรองคุณภาพ – มีระบบการจัดอันดับ ๑-๕ ดาว

ข้อจำกัดของ OTOP ได้แก่ คุณภาพไม่สม่ำเสมอ – ผลิตภัณฑ์บางชิ้นมีคุณภาพไม่ตรงตามมาตรฐาน การออกแบบยังไม่ทันสมัย – บางผลิตภัณฑ์ยังยึดติดกับรูปแบบเดิมเกินไป การตลาดและการสร้างแบรนด์อ่อน – ขาดการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ การพึ่งพาภาครัฐ – เมื่อขาดการสนับสนุนจากภาครัฐอาจดำเนินกิจการได้ลำบาก

๓.๗.๒ ผ้าไทย เครื่องเงิน เครื่องถม

๓.๗.๒.๑ ผ้าไทย

ผ้าไทยเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สำคัญและมีความหลากหลายตามภูมิภาค:

๓.๗.๒.๑.๑. ผ้าไหมไทย ได้แก่ ผ้าไหมไทยอีสาน มีลวดลายและสีสันสดใส เช่น ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าไหมยกดอก ผ้าไหมจังหวัดนครราชสีมา มีชื่อเสียงในเรื่องคุณภาพและลวดลายที่ประณีต ผ้าไหมเชียงใหม่ มีลักษณะเนื้อผ้าเบาบางและลวดลายล้านนา

๓.๗.๒.๑.๒. ผ้าฝ้ายพื้นเมือง ได้แก่ ผ้าขาวม้า จากชุมชนกะเหรี่ยงและชาวเขา ผ้าป่า จากจังหวัดในภาคเหนือ ผ้าโหล จากเวียดนามเหนือที่มีชุมชนในไทย

๓.๗.๒.๑.๓. ผ้าที่มีความเกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา ได้แก่ ผ้าขึ้นดินจกที่ใช้ในพิธีกรรมสำคัญ ผ้าห่มพระ และผ้าไตรที่ถวายพระสงฆ์ ผ้าธรรม และผ้าประดับพิธี (กาญจนา นาคสกุล, ๒๕๖๖)

การสร้างมูลค่าเพิ่มจากผ้าไทย คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่นที่ใช้ผ้าไทยในการออกแบบ การจดทะเบียน GI สำหรับผ้าบางประเภท เช่น ผ้าไหมไทยอีสาน การร่วมมือกับนักออกแบบระดับโลกเพื่อนำผ้าไทยสู่เวทีสากล การเล่าเรื่องของช่างทอและกระบวนการผลิต

๓.๗.๒.๒ เครื่องเงินนครศรีธรรมราช

เครื่องเงินนครศรีธรรมราชเป็นหัตถกรรมที่มีชื่อเสียงระดับโลก:

๓.๗.๒.๒.๑. ประวัติและเอกลักษณ์ เครื่องเงินนครศรีได้รับอิทธิพลจากศิลปะพุทธ อินเดีย และมลายู เทคนิคการถม (Nielloware) ที่ใช้โลหะผสมสีดำนับเงิน ลวดลายที่ประณีตและมีความหมาย เช่น ลายดอกไม้ ลายเถาวัลย์ ลายพุทธศาสนา

๓.๗.๒.๒.๒. ผลิตภัณฑ์ เครื่องประดับ เช่น กำไล แหวน ต่างหู สร้อยคอ ภาชนะและของใช้ เช่น ถาด ชาม กาน้ำชา ของที่ระลึกและของขวัญ เช่น ที่เสียบปากกา กล่องเครื่องประดับ

๓.๗.๒.๒.๓. การสร้างมูลค่า คือ การจดทะเบียน GI เป็น "เครื่องเงินนครศรีธรรมราช" การพัฒนาดีไซน์ให้ทันสมัยโดยยังคงเอกลักษณ์ การอบรมช่างรุ่นใหม่ให้สืบทอดภูมิปัญญา การส่งออกต่างประเทศ โดยเฉพาะตะวันออกกลาง

๓.๗.๓ จุดแข็งและโอกาสในการพัฒนา

๓.๗.๓.๑ จุดแข็งของหัตถกรรมไทย

๓.๗.๓.๑.๑. ความหลากหลายทางวัฒนธรรม - ไทยมีวัฒนธรรมที่หลากหลายจากทุกภูมิภาคและกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ สร้างความมั่นคงหลายมิติของผลิตภัณฑ์

๓.๗.๓.๑.๒. ภูมิปัญญาที่สั่งสม - มีความรู้และทักษะที่สะสมมาหลายรุ่น ช่างฝีมือไทยมีความชำนาญสูงในหลายด้าน

๓.๗.๓.๑.๓. วัตถุดิบที่อุดมสมบูรณ์ - ไทยมีวัตถุดิบธรรมชาติที่หลากหลาย เช่น ไหม ผ้าฝ้าย ไม้ไผ่ ดินเหนียว สมุนไพร

๓.๗.๓.๑.๔. ตลาดท่องเที่ยวที่ใหญ่ - นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาไทยเป็นตลาดสำคัญสำหรับหัตถกรรม

๓.๗.๓.๑.๕. การสนับสนุนจากภาครัฐ - มีนโยบายและโครงการหลายโครงการที่ส่งเสริมหัตถกรรมและผลิตภัณฑ์ชุมชน (กระทรวงอุตสาหกรรม, ๒๕๖๕)

๓.๗.๓.๒ โอกาสในการพัฒนา

๓.๗.๓.๒.๑. ตลาดสินค้าพรีเมียมและสินค้าเพื่อสุขภาพ - ผู้บริโภคยุคใหม่ยินดีจ่ายเงินมากขึ้นสำหรับสินค้าคุณภาพดีและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

๓.๗.๓.๒.๒. เทคโนโลยีดิจิทัล - การใช้โซเชียลมีเดีย อีคอมเมิร์ซ และเทคโนโลยีดิจิทัลช่วยเข้าถึงตลาดที่กว้างขวางขึ้น

๓.๗.๓.๒.๓. ความต้องการสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ - ผู้บริโภคต้องการสินค้าที่มีเรื่องราวและความหมาย ไม่ใช่สินค้าที่ผลิตจากโรงงานเหมือนกันหมด

๓.๗.๓.๒.๔. ความร่วมมือระหว่างประเทศ - โอกาสในการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนกับประเทศอื่นๆ เช่น ศรีลังกา ภูฏาน เมียนมาร์

๓.๗.๓.๒.๕. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม - แนวโน้มการท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมและมีส่วนร่วมับชุมชนเพิ่มขึ้น

๓.๗.๔ ความท้าทายที่ต้องเผชิญ

๓.๗.๔.๑. การขาดแคลนช่างฝีมือรุ่นใหม่ - เยาวชนไม่สนใจเรียนรู้ภูมิปัญญาเนื่องจากรายได้ต่ำและไม่ทันสมัย

๓.๗.๔.๒. คุณภาพและมาตรฐานไม่สม่ำเสมอ - ผลิตภัณฑ์บางชิ้นมีคุณภาพต่ำทำให้ภาพลักษณ์โดยรวมได้รับผลกระทบ

๓.๗.๔.๓. การลอกเลียนและสินค้าปลอม - มีการลอกเลียนดีไซน์และใช้ชื่อที่คล้ายคลึงเพื่อหลอกลวง

๓.๗.๔.๔. การขาดการตลาดและการสร้างแบรนด์ - ชุมชนส่วนใหญ่เน้นการผลิตแต่ขาดความรู้ด้านการตลาด

๓.๗.๔.๕. ต้นทุนการผลิตสูง - หัตถกรรมที่ทำด้วยมือใช้เวลานานและมีต้นทุนแรงงานสูง ทำให้แข่งขันด้านราคากับสินค้าอุตสาหกรรมได้ยาก

๓.๗.๕ ตัวอย่างกรณีศึกษา

๓.๗.๕.๑ กรณีศึกษาที่ ๓.๑: Ceylon Cinnamon - การสร้างแบรนด์อบเชยลังกา

๓.๗.๕.๑.๑ ภูมิหลัง

อบเชยลังกา (Ceylon Cinnamon หรือ *Cinnamomum verum*) เป็นเครื่องเทศที่มีคุณภาพสูงกว่าอบเชยชนิดอื่นๆ มีรสหวานละมุน กลิ่นหอมอ่อนๆ และมีสารที่เป็นอันตรายต่อดื่บต่ำ ศรีลังกาเป็นผู้ผลิตอบเชยคุณภาพสูงที่สุดในโลก แต่ในตลาดโลกอบเชยจากจีนและอินโดนีเซีย (Cassia) ที่มีราคาถูกกว่ากลับครองตลาดมากกว่า

ปัญหา ได้แก่ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ทราบความแตกต่างระหว่าง Ceylon Cinnamon กับ Cassia ราคาของ Ceylon Cinnamon สูงกว่า Cassia ๒-๓ เท่า มีการปลอมแปลงโดยนำ Cassia มาขายเป็น Ceylon Cinnamon เกษตรกรผู้ปลูกอบเชยได้รับราคาที่ไม่เป็นธรรม

๓.๗.๕.๑.๒ กลยุทธ์การแก้ปัญหา

๓.๗.๕.๑.๒.๑. การสร้างมาตรฐานและการรับรอง จัดตั้ง Ceylon Cinnamon Exporters Association กำหนดมาตรฐานคุณภาพที่เข้มงวด จดทะเบียน Geographical Indication (GI) เพื่อคุ้มครองชื่อ "Ceylon Cinnamon" พัฒนาเครื่องหมายรับรอง "Pure Ceylon Cinnamon" ที่ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบได้

๓.๗.๕.๑.๒.๒. การให้ความรู้ผู้บริโภค จัดทำเนื้อหาให้ความรู้เกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างอบเชยชนิดต่างๆ เผยแพร่ผลการวิจัยเรื่องประโยชน์ต่อสุขภาพของ Ceylon Cinnamon จัดกิจกรรมสาธิตการทำอาหารและการใช้อบเชย ใช้โซเชียลมีเดียและอินฟลูเอนเซอร์ด้านอาหารและสุขภาพ

๓.๗.๕.๑.๒.๓. การสร้างเรื่องเล่า เล่าประวัติศาสตร์ของอบเชยลังกาที่มีมานานกว่า ๕,๐๐๐ ปี นำเสนอกระบวนการผลิตที่พิถีพิถัน ต้องใช้ฝีมือช่างที่เรียนรู้มาหลายปี เล่าเรื่องของเกษตรกรและชุมชนที่ปลูกอบเชย เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมและการแพทย์แผนโบราณ (อายุรเวท)

๓.๗.๕.๑.๒.๔. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ พัฒนาผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม เช่น น้ำมันอบเชย ชาอบเชย สบู่อบเชย สร้างบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและบอกเรื่องราวพัฒนาอบเชยออร์แกนิกสำหรับตลาดพรีเมียม

๓.๗.๕.๑.๒.๕. การตลาดเฉพาะกลุ่ม เน้นตลาดผู้ที่ใส่ใจสุขภาพและยินดีจ่ายเพื่อคุณภาพ เข้าถึงร้านอาหารเพื่อสุขภาพและร้านขายของออร์แกนิก ร่วมมือกับแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านอายุรเวทและการแพทย์ทางเลือก

๓.๗.๕.๑.๓ ผลลัพธ์ ราคาของ Ceylon Cinnamon ในตลาดโลก เพิ่มขึ้น ๔๐-๕๐% ยอดส่งออกเพิ่มขึ้นจาก ๑๕,๐๐๐ ตัน เป็น ๒๕,๐๐๐ ตันภายใน ๕ ปี ผู้บริโภคในตลาดหลักเริ่มรู้จักและเลือกซื้อ Ceylon Cinnamon เกษตรกรได้รับราคาที่สูงขึ้น เฉลี่ย ๖๐% จากเดิม มีการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เกี่ยวข้องกับอบเชย

๓.๗.๕.๑.๔ บทเรียนสำหรับไทย

ผลิตภัณฑ์เกษตรไทยหลายอย่างมีคุณภาพสูงแต่ยังขาดการสร้างแบรนด์ที่แข็งแกร่ง เช่น กะปิไทย น้ำปลาไทย พริกไทย สมุนไพรไทย

การเรียนรู้จากกรณีของ Ceylon Cinnamon สามารถนำมาประยุกต์ใช้ โดยเน้น การสร้างมาตรฐานและการรับรอง GI การให้ความรู้ผู้บริโภคเรื่องคุณภาพที่เหนือกว่า การสร้างเรื่องเล่าที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม

๓.๗.๕.๒ กรณีศึกษาที่ ๓.๒: หัตถกรรมเครื่องแก้วศรีลังกา - จากฝีมือสู่ตลาดโลก

ศรีลังกาเป็นแหล่งพลอยที่สำคัญของโลก โดยเฉพาะไพรีน (Sapphire) งานตัดเจียรไนและทำเครื่องประดับมีประวัติยาวนานหลายศตวรรษ ดังนั้น ในอดีตศรีลังกามักส่งออกพลอยดิบไปตัดและทำเครื่องประดับในประเทศอื่น ทำให้สูญเสียมูลค่าเพิ่ม

๓.๗.๕.๒.๑ การเปลี่ยนแปลง

ในช่วง ๓๐ ปีที่ผ่านมา ศรีลังกาได้พัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องประดับและพลอยอย่างมีนัยสำคัญ:

๓.๗.๕.๒.๑.๑. การพัฒนาทักษะช่าง จัดตั้งโรงเรียนสอนการตัดเจียรไนและทำเครื่องประดับ ส่งช่างไปฝึกงานในต่างประเทศ โดยเฉพาะอิตาลีและไทย เชิญผู้เชี่ยวชาญต่างชาติมาอบรม สร้างระบบฝึกงาน (apprenticeship) ที่เป็นทางการ

๓.๗.๕.๒.๑.๒. การลงทุนในเทคโนโลยี นำเข้าเครื่องมือที่ทันสมัยสำหรับการตัดเจียรไน ใช้เทคโนโลยี CAD/CAM ในการออกแบบ ติดตั้งระบบรับรองคุณภาพตามมาตรฐานสากล

๓.๗.๕.๒.๑.๓. การสร้างแบรนด์ พัฒนาแบรนด์เครื่องประดับระดับโลก เช่น Ceyhinz, Vogue Jewellery เน้นการผสมผสานระหว่างการออกแบบดั้งเดิมกับสมัยใหม่ สร้างเอกลักษณ์ "Ceylon Craftsmanship" ที่เน้นฝีมือระดับสูง

๓.๗.๕.๒.๑.๔. การเข้าสู่ตลาดโลก เข้าร่วมงานแสดงเครื่องประดับระดับโลก เช่น Baselworld, JCK Las Vegas สร้างความสัมพันธ์กับห้างสรรพสินค้าหรือระดับโลก ใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อเข้าถึงลูกค้าทั่วโลก

๓.๗.๕.๒.๑.๕. การเล่าเรื่องผ่านวัฒนธรรม เชื่อมโยงการออกแบบกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมศรีลังกา ใช้วลิตายจากสถาปัตยกรรมและศิลปะโบราณบอกเล่าความหมายทางพุทธศาสนาของสัญลักษณ์ต่างๆ นำเสนอเรื่องราวของช่างฝีมือที่สืบทอดภูมิปัญญา

๓.๗.๕.๒.๒ ตัวอย่างผลิตภัณฑ์

เครื่องประดับ "White Lotus" ออกแบบเป็นดอกบัวสีขาว สัญลักษณ์ของความบริสุทธิ์ในพุทธศาสนา ใช้พลินสีขาวจากศรีลังกาและเพชร ราคา ๑๕,๐๐๐ ดอลลาร์สหรัฐ มีการบอกเล่าเรื่องราวของช่างที่ใช้เวลา ๒๐๐ ชั่วโมงในการทำชิ้นนี้ รายได้ส่วนหนึ่งสมทบกองทุนอนุรักษ์วัดโบราณในศรีลังกา

ผลลัพธ์ มูลค่าการส่งออกเครื่องประดับเพิ่มจาก ๒๐๐ ล้านดอลลาร์เป็น ๗๐๐ ล้านดอลลาร์ใน ๑๐ ปี จำนวนช่างฝีมือเพิ่มขึ้นจาก ๒๐,๐๐๐ คนเป็น ๕๐,๐๐๐ คน ราคาเฉลี่ยของผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น ๑๕๐% ศรีลังกากลายเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับผู้สะสมเครื่องประดับระดับโลก

๓.๗.๕.๒.๓ การเชื่อมโยงกับพุทธศาสนา

อุตสาหกรรมเครื่องประดับศรีลังกามีความเชื่อมโยงกับพุทธศาสนาหลายด้าน **สัญลักษณ์ทางศาสนา** การใช้สัญลักษณ์อย่างดอกบัว ธรรมจักร พระพุทธรูป ในการออกแบบ **การบริจาค** ผู้ประกอบการหลายรายบริจาคส่วนหนึ่งของการกำไรเพื่อบูรณะวัดและสนับสนุนกิจกรรมทางศาสนา **จริยธรรม** การเน้นการได้มาของพลอยอย่างมีจริยธรรม ไม่เอารัดเอาเปรียบคนขุด **การทำสมาธิ** ช่างบางคนนำหลักสติและสมาธิมาใช้ในการทำงานเพื่อความประณีต

๓.๗.๕.๒.๔ บทเรียนสำหรับเครื่องเงินไทย

เครื่องเงินนครศรีธรรมราชของไทยมีคุณภาพและชื่อเสียง แต่ยังมีโอกาสพัฒนาให้แข็งแกร่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ ได้แก่ **การพัฒนาทักษะ** จัดตั้งโรงเรียนช่างเงินที่มีหลักสูตรทันสมัย **การออกแบบ** ร่วมมือกับนักออกแบบระดับโลกในการสร้างคอลเล็คชันพิเศษ **การสร้างแบรนด์** พัฒนา

แบรนด์ไทยที่มีเอกลักษณ์ชัดเจน การเล่าเรื่อง เน้นเรื่องราวของฝีมือช่างและความหมายทางวัฒนธรรม การเข้าถึงตลาด เข้าร่วมงานแสดงสินค้าระดับโลกและใช้แพลตฟอร์มออนไลน์

๓.๗.๕.๓ กรณีศึกษาที่ ๓.๓: ผ้าไหม Giwaxa - การเล่าเรื่องของช่างฝีมือ

ผ้าไหม Giwaxa เป็นโครงการที่รัฐบาลศรีลังกาเริ่มในทศวรรษที่ ๑๙๗๐ เพื่อฟื้นฟูอุตสาหกรรมผ้าไหมที่เคยรุ่งเรืองในอดีตแต่เสื่อมถอยลง โครงการนี้นับการพัฒนาตั้งแต่ต้นน้ำ (การเลี้ยงไหม) จนถึงปลายน้ำ (การผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์)

๓.๗.๕.๓.๑ การดำเนินงาน

๓.๗.๕.๓.๑.๑. การพัฒนาวัตถุดิบ สนับสนุนเกษตรกรปลูกต้นหม่อนและเลี้ยงหนอนไหม ให้ความรู้เรื่องเทคนิคการเลี้ยงที่ทำให้ได้ไหมคุณภาพดี จัดตั้งศูนย์รวบรวมและคัดเลือกเส้นไหม พัฒนาการผลิตสียธรรมชาติจากพืช

๓.๗.๕.๓.๑.๒. การอนุรักษ์และพัฒนาภูมิปัญญา บันทึกองค์ความรู้เรื่องลวดลายและเทคนิคการทอจากช่างเก่า อบรมช่างรุ่นใหม่ให้เรียนรู้ทักษะดั้งเดิม ทดลองพัฒนาลวดลายใหม่ๆ ที่ผสมผสานระหว่างดั้งเดิมและสมัยใหม่ สร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้ของช่างทอ

๓.๗.๕.๓.๑.๓. การสร้างเรื่องเล่า

โครงการ Giwaxa ให้ความสำคัญกับการเล่าเรื่องของช่างฝีมือ

เรื่องของนาง Chandralatha "นางชั้นทรลาลาธา อายุ ๖๒ ปี เป็นช่างทอรุ่นที่ ๔ ในครอบครัว ทอผ้ามาตั้งแต่อายุ ๘ ขวบ คุณยายสอนให้เธอทอลายบัว ลายเครือเถา และลายธรรมจักร ซึ่งล้วนมีความหมายทางพุทธศาสนา การทอผ้าผืนหนึ่งเป็นเหมือนการทำสมาธิ ทุกครั้งที่เธอนั่งทอผ้า เธอก็จะสวดมนต์และตั้งใจให้สงบก่อน เธอเชื่อว่าจิตใจของผู้ทอจะถ่ายทอดไปยังผืนผ้า ผ้าที่ทอด้วยใจที่สงบจะมีความสุขแก่ผู้สวมใส่ ลูกสาวของนางชั้นทรลาลาธาเรียนจบมหาวิทยาลัยและทำงานในเมือง แต่ตัดสินใจกลับมาเรียนทอผ้ากับแม่ เธอนำความรู้สมัยใหม่มาผสมผสานกับภูมิปัญญาดั้งเดิม สร้างผลิตภัณฑ์ที่ทั้งสวยงามและใช้งานได้จริง"

๓.๗.๕.๓.๑.๔. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น ผ้าชิ้นและผ้าคลุมไหล่แบบดั้งเดิม เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีดีไซน์สมัยใหม่ ของใช้ในบ้าน เช่น ผ้าปูโต๊ะ ปลอกหมอน ผ้าปูโต๊ะ ของที่ระลึก เช่น ผ้าพันคอ กระเป๋า

๓.๗.๕.๓.๑.๕. การสร้างช่องทางจำหน่าย เช่น ร้าน Giwaxa ในเมืองหลักของศรีลังกา จุดจำหน่ายในโรงแรมและสถานที่ท่องเที่ยว การขายออนไลน์ผ่านเว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย การส่งออกไปต่างประเทศ

๓.๗.๕.๓.๑.๖. การเชื่อมโยงกับท่องเที่ยว เช่น จัดทัวร์ชมหมู่บ้านทอผ้า เปิดให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้การทอผ้า (workshop) มีโฮมสเตย์ในชุมชนช่างทอ จัดเทศกาลผ้าไหมประจำปี

๓.๗.๕.๓.๒ ผลลัพธ์

๓.๗.๕.๓.๒.๑ ทางเศรษฐกิจ ได้แก่ รายได้ของครอบครัวช่างทอเพิ่มขึ้นเฉลี่ย ๘๐% การจ้างงานเพิ่มขึ้นจาก ๕,๐๐๐ คนเป็น ๑๕,๐๐๐ คน มูลค่าการผลิตเพิ่มจาก ๕ ล้านดอลลาร์เป็น ๓๐ ล้านดอลลาร์ใน ๑๕ ปี

๓.๗.๕.๓.๒.๒ ทางสังคมและวัฒนธรรม ได้แก่ เยาวชนสนใจกลับมาเรียนรู้การทอผ้ามากขึ้น ภูมิปัญญาการทอผ้าได้รับการบันทึกและอนุรักษ์ ชุมชนช่างทอมีความเข้มแข็งและภาคภูมิใจในอาชีพ ผ้าไหม Giwaxa กลายเป็นสัญลักษณ์ของศรีลังกา

๓.๗.๕.๓.๒.๓ การเชื่อมโยงกับพุทธศาสนา ได้แก่ ลวดลายทางศาสนา: ผ้าหลายลวดลายมีสัญลักษณ์พุทธ เช่น ดอกบัว ธรรมจักร พระพุทธรูป การใช้ในพิธีกรรม: ผ้าไหม Giwaxa นิยมใช้ในพิธีทางศาสนา เช่น การบวช งานบุญต่างๆ **ปรัชญาการทำงาน:** ช่างทอหลายคนนำหลักสติและสมาธิมาใช้ในการทำงาน **การแบ่งปัน:** มีการนำรายได้ส่วนหนึ่งไปสนับสนุนวัดและกิจกรรมทางศาสนา

๓.๗.๕.๓.๓ บทเรียนสำหรับผ้าไทย

ผ้าไทย โดยเฉพาะผ้าไหมและผ้าฝ้ายทอมือ มีศักยภาพสูง การเรียนรู้จาก Giwaxa:

ข้อเสนอแนะ คือ ส่งเสริมอย่างครบวงจร: ตั้งแต่การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมจนถึงการตลาด **การเล่าเรื่องช่าง:** ให้ความสำคัญกับการนำเสนอเรื่องราวของช่างทอแต่ละคน **การพัฒนาผลิตภัณฑ์:** สร้างผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและทันสมัย **การเชื่อมโยงกับท่องเที่ยว:** ใช้ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นช่องทางเพิ่มรายได้ **การสร้างแบรนด์:** พัฒนาแบรนด์ผ้าไทยที่มีเอกลักษณ์ชัดเจน ในไทยมีโครงการส่งเสริมผ้าไทยหลายโครงการ เช่น ผ้าไหมควีนสิริกิติ์ ผ้า OTOP แต่ยังต้องพัฒนาต่อเนื่องในเรื่องคุณภาพ การออกแบบ และการตลาด เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

บทสรุป ทุณพุทธกับศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรค์

บทที่สามนี้ได้แสดงให้เห็นว่า ทุณพุทธมิได้เป็นเพียงมรดกทางวัฒนธรรมหรือคุณค่าทางศาสนา หากแต่เป็นทรัพยากรทางสังคมและเศรษฐกิจที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้อย่างเป็นรูปธรรม ผ่านกระบวนการแปลงทุนที่เชื่อมโยงปัจเจก ชุมชน ผลิตภัณฑ์ และตลาดเข้าด้วยกัน การวิเคราะห์กรณีศึกษาต่าง ๆ ในศรีลังกาและบริบทที่เกี่ยวข้องสะท้อนให้เห็นว่า ความสำเร็จของเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนฐานพุทธมิได้เกิดจากการสร้างแบรนด์หรือการตลาดเพียงอย่างเดียว หากแต่เกิดจากการสั่งสมทุนทางสังคม ความไว้วางใจ และบรรทัดฐานทางจริยธรรม ซึ่งทำหน้าที่เป็นฐานรองรับการสร้างมูลค่าเพิ่มในระยะยาว

บทนี้จึงทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมระหว่างกรอบแนวคิดพุทธสังคมวิทยาในบทที่สอง กับ การวิเคราะห์กรณีศึกษารูปธรรมในบทถัดไป โดยชี้ให้เห็นกลไกและเงื่อนไขที่ทำให้ “ภูมิพลังปัญญาพุทธ” สามารถแปรเปลี่ยนเป็นพลังทางเศรษฐกิจและสังคมได้จริง ในบทต่อไป หนังสือเล่มนี้จะนำกรอบการแปลงทุนดังกล่าวไปใช้ในการวิเคราะห์กรณีศึกษาที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจงยิ่งขึ้น เพื่อสำรวจศักยภาพและข้อจำกัดของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนฐานพุทธในบริบทพื้นที่และอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน

บทที่ ๔

ระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์

มุมมองทางสังคมวิทยา

ในโลกที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์กลายเป็นกลไกสำคัญของการพัฒนา ความเข้าใจในระบบนิเวศที่ซับซ้อนของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง บทนี้นำเสนอมุมมองทางสังคมวิทยาต่อระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยมองเกินกว่ามิติทางเศรษฐกิจไปสู่ความสัมพันธ์ทางสังคม โครงสร้างอำนาจ และพลวัตทางวัฒนธรรมที่เป็นแก่นของการสร้างและกระจายคุณค่า แนวคิดระบบนิเวศที่ยืมมาจากศาสตร์ทางชีววิทยาช่วยให้เราเห็นภาพรวมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่หลากหลาย ตั้งแต่ผู้สร้างสรรค์ ผู้ประกอบการ ผู้บริโภค ไปจนถึงสถาบันสนับสนุนต่างๆ ที่เชื่อมโยงกันผ่านเครือข่ายทางสังคมและห่วงโซ่คุณค่า การวิเคราะห์ระบบนิเวศในมุมมองทางสังคมวิทยาเปิดเผยให้เห็นว่าการสร้างคุณค่าไม่ได้เกิดจากผู้กระทำรายเดียว แต่เป็นผลจากความร่วมมือและการต่อรองระหว่างผู้กระทำหลายกลุ่มที่มีผลประโยชน์และอำนาจที่แตกต่างกัน

บทนี้ใช้กรณีศึกษาจากศรีลังกา โดยเฉพาะอุตสาหกรรมชา Ceylon และเครื่องเทศอินทรี เป็นกระจกสะท้อนให้เห็นทั้งความสำเร็จและความท้าทายในการสร้างระบบนิเวศที่สมบูรณ์ การเปรียบเทียบกับบริบทของไทย โดยเฉพาะข้าวหอมมะลิและสมุนไพร ช่วยให้เรารู้บทเรียนที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยได้อย่างเหมาะสม

๔.๑ ระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์

๔.๑.๑ ความหมายของระบบนิเวศ (Ecosystem)

แนวคิดระบบนิเวศ ในทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้รับการยืมมาจากศาสตร์ทางชีววิทยา โดยหมายถึงระบบที่ประกอบด้วยองค์ประกอบต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างซับซ้อนและพึ่งพาอาศัยกัน เช่นเดียวกับระบบนิเวศทางธรรมชาติที่ประกอบด้วยสิ่งมีชีวิตและสิ่งแวดล้อมที่เกื้อกูลซึ่งกันและกัน ในบริบทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระบบนิเวศจึงหมายถึงเครือข่ายของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่หลากหลาย ตั้งแต่ผู้สร้างสรรค์ ผู้ผลิต ผู้จัดการจำหน่าย ผู้บริโภค ไปจนถึงสถาบันสนับสนุนต่างๆ ที่ทำงานร่วมกันเพื่อสร้างและกระจายคุณค่าทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ จากมุมมองทางสังคมวิทยา ระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ทางสังคม

(Social Relations) ที่ฝังอยู่ในโครงสร้างทางเศรษฐกิจ ตามที่ Granovetter (1985) อธิบายผ่านแนวคิด "การฝังตัวทางสังคม" ว่าการแลกเปลี่ยนทางเศรษฐกิจไม่ได้เกิดขึ้นในสุญญากาศ แต่ถูกกำหนดโดยบริบททางสังคม วัฒนธรรม และสถาบัน นอกจากนี้ แนวคิดของ Bourdieu (1986) เกี่ยวกับทุนต่างรูปแบบ ได้แก่ ทุนเศรษฐกิจ ทุนทางสังคม ทุนทางวัฒนธรรม และทุนเชิงสัญลักษณ์ ยังช่วยอธิบายพลวัตของระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ต้องอาศัยทั้งทรัพยากรทางวัตถุและทรัพยากรที่มีใช้วัดในการดำเนินงาน

ในบริบทของสังคมพุทธ ระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์สะท้อนหลักอภิปัจจยตา (ปฏิจจสมุปบาท) ที่ว่าสรรพสิ่งเกิดขึ้นเพราะอาศัยเหตุปัจจัยซึ่งกันและกัน ไม่มีสิ่งใดดำรงอยู่โดยลำพัง องค์ประกอบแต่ละส่วนในระบบจึงมีความสำคัญและส่งผลต่อกันเป็นลูกโซ่ ความเข้าใจในหลักการนี้จะช่วยให้ผู้พัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เห็นภาพรวมและออกแบบระบบที่สมดุลและยั่งยืน

๔.๑.๒ องค์ประกอบของระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประกอบด้วยองค์ประกอบหลักหลายส่วนที่ทำงานประสานกัน ดังนี้

๔.๑.๒.๑. องค์ประกอบด้านทรัพยากร ได้แก่ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม ทุนมนุษย์ และทุนทางธรรมชาติ ทรัพยากรเหล่านี้เป็นปัจจัยพื้นฐานในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม Florida (2019) ชี้ให้เห็นว่าทุนมนุษย์ที่มีความสร้างสรรค์สูงเป็นแกนหลักของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในขณะที่ Throsby (2001) เน้นย้ำความสำคัญของทุนทางวัฒนธรรม ทั้งที่เป็นรูปธรรม เช่น โบราณสถาน งานศิลปะ และที่ไม่เป็นรูปธรรม เช่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเพณี

๔.๑.๒.๒. องค์ประกอบด้านผู้กระทำ ประกอบด้วยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลากหลายกลุ่ม ได้แก่ ผู้สร้างสรรค์และศิลปิน ผู้ประกอบการวัฒนธรรม ผู้จัดจำหน่ายและคนกลาง ผู้บริโภคและผู้ชม สถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐ องค์กรพัฒนาเอกชน และชุมชนท้องถิ่น ผู้กระทำแต่ละกลุ่มมีบทบาทหน้าที่และอำนาจต่อรองที่แตกต่างกัน Scott (2014) อธิบายว่าความสัมพันธ์ระหว่างผู้กระทำเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดความสำเร็จของระบบนิเวศ

๔.๑.๒.๓. องค์ประกอบด้านสถาบัน หมายถึง กฎ กติกา บรรทัดฐาน และค่านิยมที่กำกับการปฏิบัติของผู้กระทำในระบบ North (1990) แบ่งสถาบันออกเป็นสองประเภท

คือ สถาบันที่เป็นทางการ เช่น กฎหมาย นโยบาย ระเบียบข้อบังคับ และสถาบันที่ไม่เป็นทางการ เช่น ขนบธรรมเนียม ประเพณี ค่านิยม ในบริบทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สถาบันเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา กำหนดมาตรฐานคุณภาพ และสร้างความเป็นธรรมในการกระจายผลประโยชน์

๔.๑.๒.๔. องค์ประกอบด้านโครงสร้างพื้นฐาน ประกอบด้วยโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ เช่น สถานที่ผลิต แหล่งจัดแสดง ช่องทางการจำหน่าย และโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล เช่น แพลตฟอร์มออนไลน์ ระบบการชำระเงิน Potts et al. (2008) ชี้ให้เห็นว่าการเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดโอกาสในการเข้าร่วมระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์

๔.๑.๒.๕. องค์ประกอบด้านความรู้และนวัตกรรม เกี่ยวข้องกับการสร้างเผยแพร่ และประยุกต์ใช้ความรู้ใหม่ๆ ภายในระบบ Lundvall (1992) อธิบายผ่านแนวคิดระบบนวัตกรรมแห่งชาติว่า การเรียนรู้และนวัตกรรมเกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้กระทำต่างๆ ในระบบ สำหรับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ความรู้ทั้งที่เป็นความรู้แจ้ง และความรู้โดยนัย รวมถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ล้วนมีความสำคัญต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรมทางวัฒนธรรม

๔.๑.๓ ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่างๆ

ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่างๆ ในระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีลักษณะที่ซับซ้อนและพลวัต โดยสามารถวิเคราะห์ได้ในหลายมิติ

๔.๑.๓.๑ ความสัมพันธ์เชิงเครือข่าย ผู้กระทำต่างๆ ในระบบเชื่อมโยงกันผ่านเครือข่ายทางสังคมและเศรษฐกิจที่หลากหลาย Castells (2010) อธิบายว่าในสังคมเครือข่ายอำนาจและทรัพยากรถูกกระจายผ่านโครงข่ายความสัมพันธ์ ไม่ได้รวมศูนย์อยู่ที่จุดใดจุดหนึ่ง ความแข็งแกร่งของความสัมพันธ์ ความหนาแน่นของเครือข่าย และตำแหน่งของผู้กระทำในเครือข่าย ล้วนส่งผลต่อการเข้าถึงทรัพยากรและโอกาสทางธุรกิจ

๔.๑.๓.๒ ความสัมพันธ์เชิงพึ่งพา องค์ประกอบต่างๆ มีความพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ตัวอย่างเช่น ผู้สร้างสรรค์ต้องพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายในการเข้าถึงตลาด ในขณะที่ผู้จัดจำหน่ายต้องพึ่งพาผลงานของผู้สร้างสรรค์ Pfeffer และ Salancik (2003) อธิบายผ่านทฤษฎีการพึ่งพาทรัพยากร ว่าองค์กรต้องจัดการกับความไม่แน่นอนที่เกิดจากการพึ่งพาทรัพยากรจากภายนอก โดยอาจสร้างพันธมิตร รวมตัว หรือใช้กลยุทธ์อื่นเพื่อลดการพึ่งพา

๔.๑.๓.๓ ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ การกระจายอำนาจในระบบนิเวศมักไม่เท่าเทียมกัน ผู้กระทำบางกลุ่มมีอำนาจต่อรองสูงกว่า เช่น ผู้ค้าส่งรายใหญ่ แพลตฟอร์มดิจิทัลชานามยักษ์ Foucault (1980) อธิบายว่าอำนาจไม่ได้เป็นเพียงสิ่งที่ครอบครองได้ แต่เป็นความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนและแพร่กระจายอยู่ทั่วทั้งระบบสังคม การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงอำนาจจึงสำคัญต่อการเข้าใจการกระจายผลประโยชน์และความเหลื่อมล้ำในระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์

๔.๑.๓.๔ ความสัมพันธ์เชิงวัฒนธรรม มิติทางวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในการกำหนดรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ ค่านิยมร่วม ขนบธรรมเนียม และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสร้างความผูกพันและความเชื่อมั่นระหว่างผู้กระทำในระบบ DiMaggio และ Powell (1983) อธิบายผ่านทฤษฎีสถาบันนิยมใหม่ว่า องค์กรมักจะมีลักษณะคล้ายคลึงกันเมื่ออยู่ในสนามเดียวกันเนื่องจากแรงกดดันทางสังคม วัฒนธรรม และกฎระเบียบ

๔.๑.๔ ความสำคัญของระบบนิเวศที่สมบูรณ์

ระบบนิเวศที่สมบูรณ์และมีสมดุลเป็นปัจจัยสำคัญต่อความยั่งยืนของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในหลายมิติ

๔.๑.๔.๑ ความสามารถในการปรับตัว ระบบนิเวศที่มีความหลากหลายของผู้กระทำและความเชื่อมโยงที่แข็งแกร่งสามารถปรับตัวได้ดีกว่าเมื่อเผชิญกับการเปลี่ยนแปลง Holling (1973) เสนอแนวคิดความยืดหยุ่นของระบบนิเวศ ที่เน้นความสามารถในการดูดซับการเปลี่ยนแปลงและยังคงรักษาฟังก์ชันหลักไว้ได้ ในบริบทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ความยืดหยุ่นนี้ช่วยให้ระบบสามารถรับมือกับวิกฤติต่างๆ เช่น การเปลี่ยนแปลงของรสนิยมผู้บริโภค การเกิดขึ้นของเทคโนโลยีใหม่ หรือการเปลี่ยนแปลงนโยบาย

๔.๑.๔.๒ การสร้างนวัตกรรม ระบบนิเวศที่สมบูรณ์ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้และความคิดสร้างสรรค์ Etzkowitz และ Leydesdorff (2000) เสนอแบบจำลอง Triple Helix ที่อธิบายว่านวัตกรรมเกิดขึ้นจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างมหาวิทยาลัย อุตสาหกรรม และรัฐบาล ในภายหลังได้มีการขยายเป็นแบบจำลอง Quadruple Helix ที่รวมสังคมพลเมืองและชุมชนเข้ามาด้วย

๔.๑.๔.๓ การกระจายผลประโยชน์ ระบบนิเวศที่ดีควรสร้างความเป็นธรรมในการกระจายผลประโยชน์ให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม โดยเฉพาะผู้สร้างสรรค์และชุมชน

ท้องถิ่นที่เป็นต้นทุนทางวัฒนธรรม Ostrom (1990) เสนอหลักการจัดการทรัพยากรร่วม เน้นการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการกำหนดกฎกติกาและการตัดสินใจ

๔.๑.๔.๔ ความยั่งยืน ระบบนิเวศควรสามารถดำรงอยู่ได้ในระยะยาว โดยไม่ทำลายฐานทรัพยากรทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ Throsby (2008) เสนอแนวคิดความยั่งยืนทางวัฒนธรรม ที่เน้นการรักษาความหลากหลายทางวัฒนธรรม การสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรม และการสร้างสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการพัฒนา

จากมุมมองพุทธศาสนา ระบบนิเวศที่สมบูรณ์สะท้อนหลักมัชฌิมาปฏิปทา (ทางสายกลาง) ที่เน้นความสมดุลและหลีกเลี่ยงความสุดโต่ง การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงควรคำนึงถึงความสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจกับการรักษาคุณค่าทางวัฒนธรรม ระหว่างผลประโยชน์ส่วนตัวกับผลประโยชน์ส่วนรวม และระหว่างการใช้ประโยชน์ในปัจจุบันกับความยั่งยืนในอนาคต

๔.๒ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระบบนิเวศ

๔.๒.๑ ผู้ผลิต/ผู้สร้างสรรค์

ผู้สร้างสรรค์เป็นแกนหลักของระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นผู้ที่นำทุนทางวัฒนธรรม ความรู้ ทักษะ และจินตนาการมาสร้างสรรค์ผลผลิตที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ ในบริบทของศรีลังกา ผู้สร้างสรรค์อาจหมายถึงเกษตรกรผู้ปลูกชา ช่างฝีมือผู้แปรรูปอบเชย ศิลปินผู้สร้างงานหัตถกรรม หรือนักออกแบบผู้พัฒนาผลิตภัณฑ์

Banks และ Hesmondhalgh (2009) แบ่งผู้สร้างสรรค์ออกเป็นสองกลุ่มหลัก คือ ผู้สร้างสรรค์อิสระ ที่ทำงานด้วยตนเองหรือในกลุ่มเล็ก และผู้สร้างสรรค์ที่เป็นลูกจ้างที่ทำงานในองค์กรขนาดใหญ่ ผู้สร้างสรรค์อิสระมักมีอิสระทางศิลปะมากกว่า แต่ก็เผชิญกับความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจสูงกว่าด้วย จากมุมมองทางสังคมวิทยา ผู้สร้างสรรค์ไม่ได้ทำงานโดดเดี่ยว แต่ฝังอยู่ในบริบททางสังคมและวัฒนธรรม Becker (1982) เสนอแนวคิด "โลกศิลปะ" ที่อธิบายว่างานศิลปะหรืองานสร้างสรรค์เป็นผลผลิตของเครือข่ายความร่วมมือที่ซับซ้อน ประกอบด้วยผู้กระทำหลายกลุ่มที่มีส่วนร่วมในกระบวนการสร้างสรรค์ การผลิต และการจัดจำหน่าย

ในสังคมพุทธ ผู้สร้างสรรค์มักได้รับแรงบันดาลใจจากหลักธรรม เช่น การเห็นคุณค่าของ ความงาม การฝึกสติ และการเจริญเมตตา การสร้างสรรค์จึงไม่ได้เป็นเพียงกิจกรรมทางเศรษฐกิจ แต่เป็นการแสดงออกทางจิตวิญญาณและการสร้างบุญกุศลอีกด้วย

๔.๒.๒ ผู้จัดการจำหน่าย/คนกลาง

ผู้จัดการจำหน่ายและคนกลางมีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงผู้สร้างสรรค์กับตลาด รวมถึง การเพิ่มมูลค่าผ่านการคัดเลือก บรรจุภัณฑ์ การตลาด และการจัดจำหน่าย Hirsch (1972) อธิบาย ว่าคนกลางในอุตสาหกรรมวัฒนธรรมทำหน้าที่เป็น "ผู้รักษาประตู" ที่กรองและคัดเลือกผลงานที่จะ นำเสนอสู่ตลาด

ในบริบทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผู้จัดการจำหน่ายอาจรวมถึงผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก ห้างสรรพสินค้า แพลตฟอร์มออนไลน์ ตัวแทนจำหน่าย และผู้ประกอบการท่องเที่ยว สำหรับ อุตสาหกรรมชาศรีลังกา ผู้จัดการจำหน่ายที่สำคัญได้แก่ บริษัทส่งออกชา ห้างร้านในเมือง พิพิธภัณฑ ฑ์ และร้านค้าปลอดอากรความสัมพันธ์ระหว่างผู้สร้างสรรค์กับผู้จัดการจำหน่ายมักมีความซับซ้อน และเต็มไปด้วยความตึงเครียด Caves (2000) อธิบายผ่านแนวคิด "สัญญาที่ไม่สมบูรณ์" ว่า ลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ เช่น ความไม่แน่นอนของคุณภาพและความต้องการ ทำ ให้ยากต่อการเจรจาสัญญาที่ชัดเจนและเป็นธรรมสำหรับทั้งสองฝ่าย

ในยุคดิจิทัล แพลตฟอร์มออนไลน์ได้กลายมาเป็นผู้จัดการจำหน่ายที่มีอำนาจสูง Srnicek (2017) วิเคราะห์ว่าแพลตฟอร์มเหล่านี้ทำหน้าที่เป็น "ตัวกลาง" ที่เชื่อมโยงฝั่งอุปทานและอุปสงค์ โดยสกัดคุณค่าจากข้อมูลและเครือข่ายผลกระทบ ดังนั้น แพลตฟอร์มเหล่านี้ก็สร้างโอกาสใหม่ให้ ผู้สร้างสรรค์รายย่อยสามารถเข้าถึงตลาดโลกได้โดยตรงด้วย

๔.๒.๓ ผู้บริโภค

ผู้บริโภคเป็นผู้กำหนดความสำเร็จของผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ในท้ายที่สุด ในทาง เศรษฐศาสตร์แบบคลาสสิก ผู้บริโภคถูกมองว่าเป็นผู้มีเหตุผล (Rational Actors) ที่แสวงหา ผลประโยชน์สูงสุด แต่จากมุมมองทางสังคมวิทยา การบริโภคเป็นกิจกรรมทางสังคมและวัฒนธรรม ที่ซับซ้อนกว่านั้น Bourdieu (1984) อธิบายว่ารสนิยมและพฤติกรรมการบริโภคสะท้อนถึง ตำแหน่งทางสังคมของบุคคล ผู้ที่มีทุนทางวัฒนธรรมสูงมักชื่นชอบศิลปะ "ชั้นสูง" ในขณะที่ผู้มีทุน ทางวัฒนธรรมต่ำกว่าชอบวัฒนธรรมมวลชน การบริโภคจึงเป็นการแสดงออกถึงอัตลักษณ์และการ แสวงหาความแตกต่างทางสังคม

ในบริบทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นักวิจัยแบ่งผู้ประกอบการออกเป็นหลายประเภท Pine และ Gilmore (1999) เสนอแนวคิด "เศรษฐกิจแห่งประสบการณ์" ที่ผู้ประกอบการไม่ได้แสวงหาเพียงสินค้าหรือบริการ แต่ต้องการประสบการณ์ที่น่าจดจำ สำหรับอุตสาหกรรมชาศรีลังกา นักท่องเที่ยวที่เยี่ยมชมสวนชาและโรงงานแปรรูปเป็นตัวอย่างของผู้ประกอบการประสบการณ์ นอกจากนี้ ยังมีแนวคิด "ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิต" ที่เสนอโดย Toffler (1980) และได้รับความสนใจมากขึ้นในยุคดิจิทัล ผู้ประกอบการไม่ได้เป็นเพียงผู้รับแต่มีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์คุณค่าด้วย เช่น การให้คำวิจารณ์ การแชร์เนื้อหา หรือการสร้างสรรค์เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับแบรนด์

จากมุมมองพุทธศาสนา การบริโภคควรดำเนินไปด้วยสติและความพอดี หลีกเลี่ยงตัณหา (ความอยากได้) และอุปาทาน (ความยึดมั่น) แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงที่พัฒนาจากหลักธรรมทางพุทธศาสนาส่งเสริมการบริโภคอย่างมีสติ รู้จักพอ และคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

๔.๒.๔ สถาบันสนับสนุน

สถาบันสนับสนุนมีบทบาทสำคัญในการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สถาบันเหล่านี้สามารถจำแนกได้เป็นหลายกลุ่ม

๔.๒.๔.๑. หน่วยงานภาครัฐ มีบทบาทในการกำหนดนโยบาย สนับสนุนทางการเงิน และสร้างโครงสร้างพื้นฐาน O'Connor (2007) อธิบายว่ารัฐมีบทบาทสำคัญในการสร้าง "ระบบนิเวศวัฒนธรรม" ผ่านนโยบายต่างๆ เช่น การสนับสนุนทางการเงิน การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา การส่งเสริมการศึกษาทางศิลปะ และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สำหรับศรีลังกา Ceylon Tea Board และ Export Development Board เป็นตัวอย่างของหน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทสำคัญ

๔.๒.๔.๒. สถาบันการศึกษา มีหน้าที่ในการพัฒนาทุนมนุษย์และสร้างองค์ความรู้ใหม่ Florida (2019) เน้นย้ำความสำคัญของมหาวิทยาลัยในการดึงดูดและพัฒนาชนชั้นสร้างสรรค์ สถาบันการศึกษาไม่เพียงแต่ผลิตบัณฑิตที่มีความรู้และทักษะ แต่ยังเป็นแหล่งวิจัยและพัฒนานวัตกรรม รวมถึงการให้คำปรึกษาแก่ชุมชนและภาคเอกชนอีกด้วย

๔.๒.๔.๓. สถาบันการเงิน มีบทบาทในการจัดหาเงินทุนให้กับผู้ประกอบการและโครงการทางวัฒนธรรม De Vany (2004) ชี้ให้เห็นว่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีความเสี่ยงสูงเนื่องจากความไม่แน่นอนของความต้องการ จึงมักได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากสถาบัน

การเงินทั่วไปได้ยาก ในหลายประเทศจึงมีการจัดตั้งกองทุนพิเศษสำหรับสนับสนุนผู้ประกอบการสร้างสรรค์ เช่น กองทุนพัฒนาวัฒนธรรมไทย

๔.๒.๔.๔. สมาคมและสหภาพแรงงาน ทำหน้าที่ปกป้องสิทธิประโยชน์ของสมาชิก สร้างมาตรฐานวิชาชีพ และส่งเสริมความร่วมมือ Hesmondhalgh และ Baker (2011) ชี้ให้เห็นว่าผู้ประกอบการสร้างสรรค์มักเผชิญกับสภาพการทำงานที่ไม่มั่นคง เช่น การจ้างงานระยะสั้น รายได้ไม่แน่นอน และขาดสวัสดิการ สมาคมและสหภาพจึงมีบทบาทสำคัญในการต่อรอง

๔.๒.๔.๕. องค์กรพัฒนาเอกชน มักมีบทบาทในการสนับสนุนชุมชนท้องถิ่นและกลุ่มผู้ด้อยโอกาส DeFilippis et al. (2010) อธิบายว่า NGOs สามารถเติมเต็มช่องว่างที่รัฐและตลาดไม่สามารถดำเนินการได้ โดยเฉพาะการพัฒนาความสามารถของชุมชน การรักษามรดกทางวัฒนธรรม และการส่งเสริมการค้าที่เป็นธรรม

๔.๒.๔.๖. สื่อมวลชน มีอิทธิพลต่อการสร้างความรู้ รสนิยม และความต้องการของสาธารณะ Thompson (1995) อธิบายว่าสื่อมวลชนไม่ได้เป็นเพียงช่องทางการสื่อสาร แต่มีอำนาจในการสร้างและกำหนดความหมายทางวัฒนธรรม นักวิจารณ์ นักข่าว และผู้มีอิทธิพลบนโซเชียลมีเดียล้วนมีบทบาทในการกำหนดว่าผลิตภัณฑ์หรือศิลปินใดจะได้รับความสนใจจากสาธารณะ

๔.๒.๕ การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นเครื่องมือสำคัญในการทำความเข้าใจพลวัตของระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์ Freeman (1984) เสนอทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่ท้าทายมุมมองแบบดั้งเดิมที่มองว่าองค์กรควรรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้นเพียงอย่างเดียว แต่ควรคำนึงถึงผู้ที่ได้รับผลกระทบหรือมีผลกระทบต่อองค์กรทุกกลุ่ม Mitchell et al. (1997) เสนอกรอบการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยพิจารณาจากสามมิติ คือ **อำนาจ** ความสามารถในการมีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ **ความชอบธรรม** ความเหมาะสมของการเรียกร้อง และ **ความเร่งด่วน** ระดับความสำคัญและความจำเป็นของการตอบสนอง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีคุณลักษณะทั้งสามมิติจะต้องได้รับความสนใจเป็นพิเศษ ในการวิเคราะห์ระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เราสามารถแบ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียออกเป็นกลุ่มตามระดับความสำคัญและความสนใจ ได้แก่

๔.๒.๕.๑ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก คือผู้ที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับกระบวนการสร้างคุณค่า เช่น ผู้สร้างสรรค์ ผู้จัดจำหน่าย ผู้บริโภค พนักงาน

๔.๒.๕.๒ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรอง คือผู้ที่ได้รับผลกระทบโดยอ้อม เช่น ชุมชนท้องถิ่น สิ่งแวดล้อม สัตว์มวลชน การวิเคราะห์ควรพิจารณาถึงผลประโยชน์ที่แต่ละกลุ่มคาดหวังและความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้น ตัวอย่างเช่น ผู้สร้างสรรค์อาจต้องการอิสระทางศิลปะและผลตอบแทนที่เป็นธรรม ในขณะที่ผู้จัดการจำเป็นต้องการผลิตภัณฑที่ขายดีและกำไรสูง ผู้บริโภคต้องการคุณภาพดีและราคาเหมาะสม ส่วนภาครัฐต้องการการพัฒนาที่ยั่งยืนและการสร้างงาน

จากมุมมองพุทธศาสนา การจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียควรยึดหลักกตัญญูกตเวทีตา (ความรู้คุณและการตอบแทนคุณ) และสัปปริสธรรม ๗ (คุณธรรมของสัตบุรุษ) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรู้จักถูกกาลเทศะ (กาลัญญา) และการรู้จักบุคคล (บุคคลัญญา) เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนและเป็นธรรมกับทุกฝ่าย

๔.๓ เครือข่ายทางสังคมและความร่วมมือ

๔.๓.๑ ทฤษฎีเครือข่ายทางสังคม (Social Network Theory)

ทฤษฎีเครือข่ายทางสังคมเป็นเครื่องมือสำคัญในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และการไหลของทรัพยากรในระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์ Wasserman และ Faust (1994) อธิบายว่าเครือข่ายทางสังคมประกอบด้วยโหนด ที่แทนผู้กระทำ และเส้นเชื่อม ที่แทนความสัมพันธ์ระหว่างผู้กระทำ การวิเคราะห์เครือข่ายช่วยให้เราเข้าใจรูปแบบของความสัมพันธ์ การกระจายของทรัพยากร และตำแหน่งของผู้กระทำในระบบ

Granovetter (1973) เสนอแนวคิดสำคัญเกี่ยวกับ "ความแข็งแกร่งของความสัมพันธ์ที่อ่อน" โดยอธิบายว่าความสัมพันธ์ที่อ่อนแอ กับคนที่อยู่นอกวงสนธิมักนำมาซึ่งข้อมูลใหม่ๆ ที่มีคุณค่ามากกว่าความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่ง กับคนในวงใกล้ชิด เนื่องจากคนในวงสนธิมักมีข้อมูลที่ซ้ำซ้อนกัน ในขณะที่คนนอกวงมีข้อมูลที่หลากหลายกว่า สำหรับผู้ประกอบการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การสร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่อ่อนแอกับกลุ่มคนที่หลากหลายจึงมีความสำคัญต่อการเข้าถึงโอกาสและแนวคิดใหม่ๆ

Burt (1992) เสนอแนวคิด "โพรงโครงสร้าง" ที่อธิบายว่าผู้กระทำที่สามารถเชื่อมโยงกลุ่มที่ไม่ได้เชื่อมต่อกันจะได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ เนื่องจากสามารถควบคุมการไหลของข้อมูลและทรัพยากรระหว่างกลุ่ม ในระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผู้ที่เป็น "สะพานเชื่อม" ระหว่างผู้

สร้างสรรค์กับตลาด หรือระหว่างวัฒนธรรมท้องถิ่นกับวัฒนธรรมสากล มักมีอำนาจต่อรองสูงและสามารถสร้างมูลค่าได้มาก

Coleman (1988) เสนอแนวคิดทุนทางสังคม ซึ่งหมายถึงทรัพยากรที่บุคคลได้รับจากการเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายทางสังคม ทุนทางสังคมประกอบด้วยสามองค์ประกอบหลัก คือ **ความเชื่อมั่น บรรทัดฐาน และ เครือข่าย** ทุนทางสังคมส่งเสริมการแลกเปลี่ยนข้อมูล ลดต้นทุนธุรกรรม และเพิ่มความร่วมมือระหว่างสมาชิกในเครือข่าย

Putnam (2000) แบ่งทุนทางสังคมออกเป็นสองประเภท คือ **ทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยง** ที่เกิดขึ้นระหว่างคนในกลุ่มเดียวกันที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน และ **ทุนทางสังคมแบบเชื่อมต่อกัน** ที่เชื่อมโยงกลุ่มคนที่แตกต่างกัน ทั้งสองประเภทมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยทุนแบบเชื่อมโยงสร้างความสามัคคีและความร่วมมือภายในชุมชน ในขณะที่ทุนแบบเชื่อมต่อนำมาซึ่งทรัพยากรและโอกาสใหม่ๆ จากภายนอก

๔.๓.๒ รูปแบบของเครือข่าย

เครือข่ายในระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีรูปแบบที่หลากหลาย ขึ้นอยู่กับลักษณะของความสัมพันธ์และโครงสร้างการเชื่อมต่อ Powell (1990) แบ่งรูปแบบการประสานงานทางเศรษฐกิจออกเป็นสามประเภท คือ **ตลาด** ที่อาศัยกลไกราคา **ลำดับชั้น** ที่อาศัยอำนาจบังคับบัญชา และ **เครือข่าย** ที่อาศัยความไว้วางใจและการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน

๔.๓.๒.๑ **เครือข่ายแนวนอน** เป็นเครือข่ายของผู้กระทำที่มีสถานะเท่าเทียมกัน เช่น เครือข่ายของศิลปินอิสระ เครือข่ายของผู้ประกอบการขนาดเล็ก Piore และ Sabel (1984) อธิบายผ่านแนวคิด "ความเชี่ยวชาญเฉพาะที่ยืดหยุ่น" ว่าวิสาหกิจขนาดเล็กสามารถแข่งขันกับองค์กรขนาดใหญ่ได้โดยการร่วมมือกันในเครือข่ายแนวนอน แบ่งปันทรัพยากร ความเชี่ยวชาญและความเสี่ยง

๔.๓.๒.๒ **เครือข่ายแนวตั้ง** เป็นเครือข่ายที่เชื่อมโยงผู้กระทำในห่วงโซ่มูลค่า ตั้งแต่การผลิตไปจนถึงการจัดจำหน่าย Gereffi (1994) เสนอแนวคิด "ห่วงโซ่มูลค่าโลก" ที่อธิบายว่าการผลิตในโลกสมัยใหม่กระจายอยู่ในหลายประเทศ โดยมีบริษัทขนาดใหญ่เป็นผู้ประสานงาน ในอุตสาหกรรมชาศรีลังกา เครือข่ายแนวตั้งเชื่อมโยงเกษตรกรผู้ปลูกชา โรงงานแปรรูป ผู้ส่งออก และผู้จัดจำหน่ายระดับโลก

๔.๓.๒.๓ เครือข่ายกระจุกตัว เป็นเครือข่ายของผู้กระทำที่กระจุกตัวอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน Porter (1998) อธิบายว่ากระจุกอุตสาหกรรม สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันผ่านการแบ่งปันแรงงานที่มีทักษะ การถ่ายทอดความรู้ และการเกิดบริษัทเสริมที่สนับสนุนอุตสาหกรรมหลัก ส่วนขาในภูเขาสูงของศรีลังกาเป็นตัวอย่างของการกระจุกตัวที่สร้างทั้งประสิทธิภาพการผลิตและแหล่งท่องเที่ยว

๔.๓.๒.๔ เครือข่ายดิจิทัล กลายเป็นรูปแบบที่สำคัญมากขึ้นในยุคปัจจุบัน Castells (2010) อธิบายว่าเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้เกิด "สังคมเครือข่าย" ที่การเชื่อมโยงไม่จำกัดด้วยระยะทางทางภูมิศาสตร์ แพลตฟอร์มออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์ และตลาดดิจิทัลสร้างโอกาสใหม่ให้ผู้สร้างสรรค์ขนาดเล็กสามารถเข้าถึงตลาดโลกได้โดยตรง

๔.๓.๓ ทูทางสังคมในเครือข่าย

ทูทางสังคมเป็นทรัพยากรสำคัญที่ฝังอยู่ในเครือข่ายความสัมพันธ์ Nahapiet และ Ghoshal (1998) แบ่งทูทางสังคมออกเป็นสามมิติ คือ

๔.๓.๓.๑ มิติโครงสร้าง เกี่ยวข้องกับรูปแบบของการเชื่อมต่อในเครือข่าย เช่น ความหนาแน่นของเครือข่าย ความกระจุกตัว และการเข้าถึงช่องทาง เครือข่ายที่มีความหนาแน่นสูงอำนวยความสะดวกในการถ่ายทอดข้อมูลและการสร้างบรรทัดฐานร่วม แต่อาจจำกัดการเข้าถึงข้อมูลใหม่จากภายนอก

๔.๓.๓.๒ มิติความสัมพันธ์ เกี่ยวข้องกับคุณภาพของความสัมพันธ์ เช่น ความเชื่อมั่น บรรทัดฐาน พันธะผูกพัน และอัตลักษณ์ Fukuyama (1995) ชี้ให้เห็นว่าสังคมที่มีความเชื่อมั่นสูงมีต้นทุนธุรกรรมที่ต่ำกว่า เนื่องจากไม่ต้องใช้กลไกการควบคุมที่ซับซ้อน ในบริบทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ความเชื่อมั่นระหว่างผู้สร้างสรรค์กับผู้จัดจำหน่าย หรือระหว่างสมาชิกในชุมชน เป็นรากฐานสำคัญของความร่วมมือ

๔.๓.๓.๓ มิติความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวข้องกับความเข้าใจร่วมและภาษาร่วม เช่น ค่านิยม วัฒนธรรม วิสัยทัศน์ และรหัสความหมาย Boland และ Tenkasi (1995) อธิบายว่าการมีมุมมองที่แตกต่าง และการสร้างมุมมองร่วม เป็นกระบวนการสำคัญในการสร้างความรู้ใหม่จากความหลากหลายของผู้กระทำในเครือข่าย

ในบริบทของสังคมพุทธ ทูทางสังคมสอดคล้องกับแนวคิดสังคหวัตถุ ๔ (หลักแห่งการสงเคราะห์หมู่คณะ) ได้แก่ ทาน (การให้) ปิยวาจา (การพูดจาไพเราะ) อตถจริยา (การประพฤติ

เพื่อประโยชน์ของผู้อื่น) และ สมานัตตตา (การวางตนเสมอภาค) หลักธรรมเหล่านี้สร้างความสามัคคีและความร่วมมือในชุมชน ซึ่งเป็นรากฐานของทุนทางสังคม

๔.๓.๔ การสร้างและบำรุงรักษาเครือข่าย

การสร้างและบำรุงรักษาเครือข่ายต้องอาศัยความพยายามอย่างต่อเนื่อง Uzzi (1997) ศึกษาอุตสาหกรรมเครื่องแต่งกายในนิวยอร์กและพบว่าเครือข่ายที่ประสบความสำเร็จผสมผสานระหว่างความสัมพันธ์แบบ "ฝังลึก" ที่มีความเชื่อมั่นและความร่วมมือสูง กับความสัมพันธ์แบบ "เชื่อมโยงอย่างหลวมๆ" ที่เปิดโอกาสให้เข้าถึงข้อมูลและพันธมิตรใหม่

๔.๓.๔.๑ การสร้างเครือข่าย มักเริ่มต้นจากการมีจุดร่วมหรือผลประโยชน์ร่วม McPherson et al. (2001) อธิบายปรากฏการณ์ "การเข้าหากันของคนที่คล้ายกัน" (Homophily) ว่าผู้คนมักสร้างความสัมพันธ์กับคนที่มีลักษณะคล้ายกัน ดังนั้น ในบริบทของนวัตกรรม ความหลากหลายของสมาชิกในเครือข่ายมีความสำคัญต่อการสร้างแนวคิดใหม่

๔.๓.๔.๒ การรักษาเครือข่าย ต้องอาศัยการปฏิสัมพันธ์ที่สม่ำเสมอและการแลกเปลี่ยนที่สมดุล Blau (1964) เสนอทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม ที่อธิบายว่าความสัมพันธ์จะคงอยู่เมื่อทั้งสองฝ่ายได้รับผลประโยชน์ที่สมดุลกัน การให้โดยไม่คาดหวังผลตอบแทนในทันที สร้างพันธะผูกพันที่แข็งแกร่งกว่าการแลกเปลี่ยนแบบทันที

๔.๓.๔.๓ บทบาทของผู้นำเครือข่าย มีความสำคัญต่อการประสานงานและสร้างวิสัยทัศน์ร่วม Dhanaraj และ Parkhe (2006) ศึกษาการจัดการเครือข่ายนวัตกรรมและพบว่าผู้ประสานหลัก มีบทบาทสำคัญในการ จัดการความรู้ รักษาความสม่ำเสมอของนวัตกรรม และ ค้ำจุนความมั่นคงของเครือข่าย

จากมุมมองพุทธศาสนา การสร้างและรักษาเครือข่ายควรยึดหลักกัลยาณมิตตตา และสัพปุริสธรรม ๗ โดยเฉพาะการรู้จักถูกเวลาเทศะ รู้จักประมาณ และรู้จักบุคคล เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่เหมาะสมและยั่งยืน

๔.๔ ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)

๔.๔.๑ ความหมายของห่วงโซ่คุณค่า

ห่วงโซ่คุณค่า เป็นแนวคิดที่ Porter (1985) พัฒนาขึ้นเพื่ออธิบายกิจกรรมต่างๆ ที่องค์กรดำเนินการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการ ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต

การตลาด การจัดจำหน่าย ไปจนถึงบริการหลังการขาย แต่ละขั้นตอนในห่วงโซ่มีส่วนช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตสุดท้าย ความเข้าใจในห่วงโซ่คุณค่าช่วยให้ผู้ประกอบการระบุจุดที่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและเพิ่มประสิทธิภาพ

ในบริบทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ห่วงโซ่คุณค่ามีความซับซ้อนมากขึ้น เนื่องจากคุณค่าไม่ได้เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิตเพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงคุณค่าทางวัฒนธรรม คุณค่าเชิงสัญลักษณ์ และประสบการณ์ Throsby (2001) อธิบายว่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมมีคุณค่าสองมิติ คือ **คุณค่าทางเศรษฐกิจ** ที่วัดได้จากราคาตลาด และ **คุณค่าทางวัฒนธรรม** ที่รวมถึงคุณค่าทางสุนทรียะ จิตวิญญาณ สังคม ประวัติศาสตร์ และเชิงสัญลักษณ์ Gereffi et al. (2005) ขยายแนวคิดห่วงโซ่คุณค่าไปเป็น "ห่วงโซ่คุณค่าโลก" ที่อธิบายว่าในโลกยุคโลกาภิวัตน์ กิจกรรมต่างๆ ในห่วงโซ่มักกระจายอยู่ในหลายประเทศ มีการแบ่งงานกันทำระหว่างประเทศ และมีบริษัทหลักที่ทำหน้าที่ประสานงานทั้งระบบ สำหรับอุตสาหกรรมชาศรีลังกา การเข้าใจห่วงโซ่คุณค่าโลกช่วยให้ระบุว่าคุณค่าถูกสร้างขึ้นและกระจายอย่างไรในแต่ละขั้นตอน และศรีลังกาควรมุ่งเน้นการพัฒนาในขั้นตอนใดเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งคุณค่า

ในทางสังคมวิทยา การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าไม่ได้มองเพียงมิติเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังพิจารณาความสัมพันธ์เชิงอำนาจ การกระจายผลประโยชน์ และผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อม Bair (2009) เสนอให้ใช้แนวทางเชิงวิพากษ์ในการศึกษาห่วงโซ่คุณค่าโลก โดยตั้งคำถามว่าใครได้ประโยชน์และใครเสียประโยชน์ในแต่ละขั้นตอน

๔.๔.๒ การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า

การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าในเศรษฐกิจสร้างสรรค์สามารถแบ่งออกเป็นขั้นตอนหลักดังนี้

๔.๔.๒.๑. การจัดหาและเตรียมทรัพยากร เป็นขั้นตอนแรกที่เกี่ยวข้องกับการได้มาซึ่งวัตถุดิบหรือทุนทางวัฒนธรรม สำหรับอุตสาหกรรมชา ขั้นตอนนี้รวมถึงการปลูกและดูแลต้นชา การเก็บใบชา และการคัดเลือกคุณภาพ ในขั้นตอนนี้ ปัจจัยสำคัญได้แก่ สภาพภูมิอากาศ คุณภาพดิน ความรู้และทักษะของเกษตรกร และการจัดการสวน

๔.๔.๒.๒. การผลิตและการแปรรูป เป็นขั้นตอนที่วัตถุดิบถูกแปรเปลี่ยนเป็นผลิตภัณฑ์ สำหรับชา ขั้นตอนนี้รวมถึงการเหี่ยว การนวด การหมัก การอบแห้ง และการคัดเกรด กระบวนการเหล่านี้ต้องอาศัยความเชี่ยวชาญและควบคุมอย่างเข้มงวดเพื่อให้ได้คุณภาพตาม

มาตรฐาน Scott (2006) อธิบายว่าในอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ขั้นตอนการผลิตมักต้องการทักษะเฉพาะและความรู้โดยนัย ที่สั่งสมมาจากประสบการณ์

๔.๔.๒.๓. การสร้างแบรนด์และบรรจุภัณฑ์ เป็นขั้นตอนที่สร้างคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ Keller (1993) อธิบายว่าแบรนด์ที่แข็งแกร่งสร้างคุณค่าผ่าน **การรับรู้ของแบรนด์** และ **ภาพลักษณ์ของแบรนด์** สำหรับชา Ceylon การสร้างแบรนด์เน้นภาพลักษณ์ของคุณภาพพรีเมียม ความบริสุทธิ์ และมรดกทางวัฒนธรรม บรรจุภัณฑ์ที่ดีไม่เพียงแต่ปกป้องผลิตภัณฑ์ แต่ยังสื่อสารเรื่องราวและคุณค่าทางวัฒนธรรม

๔.๔.๒.๔. การตลาดและการจัดจำหน่าย เป็นขั้นตอนที่นำผลิตภัณฑ์ไปสู่ผู้บริโภค กลยุทธ์การตลาดต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย ช่องทางการจัดจำหน่าย และการสื่อสารแบรนด์ Kotler et al. (2022) เน้นความสำคัญของการตลาด ๔.๐ ที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและข้อมูลเพื่อสร้างประสบการณ์ที่เป็นส่วนตัว สำหรับชาศรีลังกา ช่องทางการจัดจำหน่ายหลากหลาย ตั้งแต่การส่งออกไปยังซูเปอร์มาร์เก็ตในต่างประเทศ การขายในร้านชาพิเศษ ไปจนถึงการขายออนไลน์โดยตรงถึงผู้บริโภค

๔.๔.๒.๕. การบริการและการสร้างประสบการณ์ เป็นขั้นตอนที่สร้างคุณค่าเพิ่มผ่านการบริการและประสบการณ์ Pine และ Gilmore (1999) เสนอว่าเราได้เข้าสู่ "เศรษฐกิจแห่งประสบการณ์" ที่ผู้บริโภคต้องการไม่เพียงสินค้าหรือบริการ แต่ต้องการประสบการณ์ที่น่าจดจำสำหรับอุตสาหกรรมชา การสร้างประสบการณ์อาจรวมถึงการท่องเที่ยวสวนชา การชิมชา การเรียนรู้ประวัติและวัฒนธรรมชา และกิจกรรมเชิงโต้ตอบต่างๆ

๔.๔.๒.๖. การรีไซเคิลและความยั่งยืน เป็นขั้นตอนที่ได้รับความสนใจมากขึ้นในโลกปัจจุบัน McDonough และ Braungart (2002) เสนอแนวคิด "Cradle to Cradle" ที่มองว่าผลิตภัณฑ์ควรออกแบบให้สามารถนำกลับมาใช้ใหม่หรือย่อยสลายได้อย่างปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อม สำหรับอุตสาหกรรมชา ความยั่งยืนรวมถึงการจัดการของเสียจากกระบวนการผลิต การใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการรักษาความอุดมสมบูรณ์ของดิน

๔.๔.๓ การเพิ่มมูลค่าในแต่ละขั้นตอน

การเพิ่มมูลค่าในห่วงโซ่คุณค่าสามารถทำได้หลายวิธี ขึ้นอยู่กับจุดแข็งและโอกาสของแต่ละขั้นตอน

๔.๔.๓.๑ การยกระดับคุณภาพ เป็นการปรับปรุงคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น Humphrey และ Schmitz (2002) อธิบายว่าการยกระดับคุณภาพช่วยให้ผู้ผลิตสามารถขายผลิตภัณฑ์ในราคาสูงขึ้นและเข้าถึงตลาดที่มีกำลังซื้อสูง สำหรับชาศรีลังกา การยกระดับคุณภาพอาจรวมถึงการปรับปรุงพันธุ์ชา การควบคุมกระบวนการผลิตให้เข้มงวดขึ้น และการได้รับการรับรองมาตรฐานสากล เช่น Organic, Fair Trade, หรือ Rainforest Alliance

๔.๔.๓.๒ การยกระดับกระบวนการ เป็นการปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิต การลดของเสีย หรือการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ Kaplinsky และ Morris (2001) ชี้ให้เห็นว่าการยกระดับกระบวนการช่วยลดต้นทุนและเพิ่มผลผลิต ในอุตสาหกรรมชา ตัวอย่างของการยกระดับกระบวนการรวมถึงการใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยในการคัดเลือกใบชา การควบคุมอุณหภูมิและความชื้นในกระบวนการหมักอย่างแม่นยำ และการใช้ระบบติดตามคุณภาพแบบดิจิทัล

๔.๔.๓.๓ การยกระดับหน้าที่ เป็นการเพิ่มหน้าที่หรือกิจกรรมใหม่ในห่วงโซ่คุณค่า เช่น ผู้ผลิตเริ่มทำการออกแบบหรือการตลาดเอง แทนที่จะรับจ้างผลิตเพียงอย่างเดียว Gereffi (1999) อธิบายว่าการยกระดับหน้าที่ช่วยให้ผู้ผลิตสามารถเก็บส่วนแบ่งคุณค่าได้มากขึ้น ตัวอย่างของบริษัท Dilmah ที่ไม่เพียงแต่ผลิตชา แต่ยังสร้างแบรนด์ จัดจำหน่าย และสร้างประสบการณ์ชาครบวงจร

๔.๔.๓.๔ การยกระดับสายผลิตภัณฑ์ เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่หรือหลากหลายมากขึ้น Christensen (1997) เสนอแนวคิดนวัตกรรมแบบก่อกวน (Disruptive Innovation) ที่บริษัทพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่แตกต่างจากตลาดเดิม สำหรับอุตสาหกรรมชา การยกระดับสายผลิตภัณฑ์อาจรวมถึงการพัฒนาชารสชาติใหม่ ผลิตภัณฑ์ชาพร้อมดื่ม สารสกัดจากชา หรือผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่มีชาเป็นส่วนประกอบ

๔.๔.๓.๕ การเพิ่มมูลค่าผ่านเรื่องราว เป็นการสร้างคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ผ่านการสื่อสารเรื่องราว ประวัติ และความหมายทางวัฒนธรรม Holt (2004) อธิบายว่าแบรนด์ที่ประสบความสำเร็จมักมี "ตำนานแบรนด์" (Brand Myth) ที่สะท้อนคุณค่าทางวัฒนธรรมและโดนใจผู้บริโภค สำหรับชา Ceylon เรื่องราวเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาตั้งแต่ยุคอาณานิคม ความเชี่ยวชาญของช่างชา และวัฒนธรรมการดื่มชาในศรีลังกา ล้วนเป็นส่วนสำคัญที่สร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์

๔.๔.๔ การกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม

การกระจายผลประโยชน์ในห่วงโซ่คุณค่าเป็นประเด็นสำคัญทางสังคมวิทยาและจริยธรรม Kaplinsky (2000) ชี้ให้เห็นว่าในหลายกรณี ผลประโยชน์ส่วนใหญ่ไปอยู่กับผู้กระทำในขั้นตอนปลายน้ำ เช่น ผู้ค้าปลีกและเจ้าของแบรนด์ ในขณะที่ผู้ผลิตในขั้นต้นน้ำได้รับส่วนแบ่งเพียงเล็กน้อย

๔.๔.๔.๑ ความไม่เท่าเทียมในห่วงโซ่คุณค่า Milberg และ Winkler (2013) ศึกษาห่วงโซ่คุณค่าโลกและพบว่าประเทศกำลังพัฒนามักติดอยู่ในขั้นตอนที่มีมูลค่าเพิ่มต่ำ เช่น การผลิตวัตถุดิบหรือการประกอบชิ้นส่วน ในขณะที่ประเทศพัฒนาแล้วครอบครองขั้นตอนที่มีมูลค่าสูง เช่น การวิจัยและพัฒนา การออกแบบ การสร้างแบรนด์ และการตลาด สำหรับอุตสาหกรรมชาศรีลังกา แม้ว่าประเทศจะเป็นผู้ผลิตชาคุณภาพสูง แต่ส่วนแบ่งคุณค่าที่เกษตรกรและโรงงานได้รับอาจน้อยกว่าบริษัทจัดจำหน่ายในประเทศผู้นำเข้า

๔.๔.๔.๒ กลไกเพื่อความเป็นธรรม มีหลายแนวทางที่พยายามสร้างความเป็นธรรมในห่วงโซ่คุณค่า

๔.๔.๔.๓ การค้าที่เป็นธรรม เป็นระบบที่รับรองว่าผู้ผลิตได้รับราคาขั้นต่ำที่เป็นธรรม มีสภาพการทำงานที่ดี และส่วนหนึ่งของรายได้ถูกนำไปพัฒนาชุมชน Reynolds (2002) อธิบายว่าการค้าที่เป็นธรรมพยายามท้าทายโครงสร้างอำนาจในการค้าโลก โดยสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค

๔.๔.๔.๔ สหกรณ์และองค์กรของผู้ผลิต Birchall (1997) อธิบายว่าสหกรณ์ช่วยเพิ่มอำนาจต่อรองของผู้ผลิตขนาดเล็ก ผ่านการรวมกลุ่มและการจัดการร่วม สหกรณ์ชาในศรีลังกาช่วยให้เกษตรกรรายย่อยสามารถเข้าถึงเทคโนโลยี ความรู้ และตลาดที่ดีขึ้น

๔.๔.๔.๕ ระบบการรับรองและมาตรฐาน การรับรองต่างๆ เช่น Organic, Rainforest Alliance, หรือ Geographical Indication (GI) ช่วยปกป้องผู้ผลิตและสร้างความแตกต่าง Guthman (2004) วิเคราะห์ว่าการรับรองอินทรีย์สร้างตลาดพิเศษที่ผู้ผลิตอาจได้รับราคาสูงกว่า แต่ก็ต้องใช้ต้นทุนในการปรับเปลี่ยนการผลิตและการรับรอง

๔.๔.๔.๖ ความโปร่งใสและการติดตาม เทคโนโลยีบล็อกเชนและระบบติดตามแบบดิจิทัลช่วยสร้างความโปร่งใสในห่วงโซ่คุณค่า Saberi et al. (2019) อธิบายว่าบล็อกเชนช่วย

ให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบที่มาและกระบวนการผลิตของผลิตภัณฑ์ได้ ซึ่งช่วยป้องกันการฉ้อโกง และสร้างแรงจูงใจให้ผู้ผลิตปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม

จากมุมมองพุทธศาสนา การกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมสอดคล้องกับหลักอิทัปปัจจยตา ที่ว่าทุกคนในห่วงโซ่มีส่วนสำคัญต่อผลสำเร็จ จึงควรได้รับส่วนแบ่งที่เหมาะสม นอกจากนี้ หลักกตัญญูกตเวทิตา (ความรู้คุณและตอบแทนคุณ) เน้นการชื่นชมและตอบแทนผู้มีพระคุณ รวมถึงเกษตรกรและช่างฝีมือที่สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์

๔.๕ กรอบสังเคราะห์ระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนฐานพุทธ

จากการวิเคราะห์ระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในมิติต่าง ๆ ดังที่กล่าวมา ผู้เขียนเห็นว่า การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทพุทธศาสนาไม่อาจพิจารณาเพียงองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่ง หากแต่ต้องมองเป็น “ระบบนิเวศ” ที่เชื่อมโยงผู้สร้างสรรค์ เครือข่าย สถาบัน และกลไกตลาดเข้าด้วยกันอย่างเป็นพลวัต

ผู้เขียนเสนอกรอบสังเคราะห์ระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนฐานพุทธ โดยอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ ผ่านหลักคิดแบบปฏิจจสมุปบาท ซึ่งมองว่าแต่ละส่วนเกื้อหนุนและส่งผลต่อกัน ในกรอบนี้ ผู้สร้างสรรค์มิใช่เพียงแรงงานหรือผู้ผลิต หากแต่เป็นตัวแสดงที่ต้องได้รับการพัฒนาศักยภาพทั้งด้านทักษะ ความรู้ และจริยธรรมเครือข่ายและความร่วมมือทางสังคมทำหน้าที่เป็นทุนทางสังคมที่ช่วยลดต้นทุน เพิ่มความไว้วางใจ และเอื้อให้เกิดการแลกเปลี่ยนทรัพยากรอย่างเป็นธรรม ขณะที่สถาบันและนโยบายสาธารณะทำหน้าที่กำหนดกติกาและทิศทางการพัฒนา ซึ่งหากตั้งอยู่บนหลักธรรมาภิบาลและทางสายกลาง จะช่วยให้การกระจายคุณค่าในห่วงโซ่เศรษฐกิจมีความสมดุลมากขึ้น

กรอบสังเคราะห์นี้ชี้ให้เห็นว่า ระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนฐานพุทธมิใช่ระบบที่มุ่งเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว หากแต่เป็นระบบที่มุ่งสร้างความยั่งยืน ความเป็นธรรม และความหมายทางสังคมควบคู่ไปกับการเติบโตทางเศรษฐกิจ

ตารางที่ ๔ ระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนฐานพุทธ: มุมสังคมวิทยาและพุทธปัญญา

องค์ประกอบระบบ นิเวศ	มุมมองสังคมวิทยา	มุมมองพุทธปัญญา	นัยเชิงนโยบาย
ผู้สร้างสรรค์	ตัวแสดงในสนามทางสังคม	การพัฒนาคน	เสริมศักยภาพมนุษย์
เครือข่าย	ทุนทางสังคม	กัลยาณมิตร	สนับสนุนความร่วมมือ
สถาบัน	กติกา อำนาจ	ธรรมาภิบาล	นโยบายเป็นธรรม
ห่วงโซ่มูลค่า	การกระจายมูลค่า	ทางสายกลาง	ลดความเหลื่อมล้ำ
ระบบนิเวศรวม	โครงสร้างสัมพันธ์	ปฏิจจุสมุปบาท	ความยั่งยืนระยะยาว

๔.๖ กรณีศึกษา: ระบบนิเวศอุตสาหกรรมชาศรีลังกา (Ceylon Tea)

๔.๖.๑ ประวัติและความสำคัญของชาลังกา

อุตสาหกรรมชาของศรีลังกา มีประวัติอันยาวนานและเป็นส่วนสำคัญของเศรษฐกิจและวัฒนธรรมของประเทศ การปลูกชาในศรีลังกาเริ่มขึ้นในคริสต์ทศวรรษที่ ๑๘๖๐ หลังจากโรคราแป้งทำลายสวนกาแฟ James Taylor ชาวสกอตแลนด์ เป็นผู้บุกเบิกสวนชาเชิงพาณิชย์ครั้งแรกในเขต Loolecondera ในปี ค.ศ. ๑๘๖๗ ภายในเวลาไม่กี่ทศวรรษ ชาได้กลายเป็นพืชเศรษฐกิจหลักของเกาะ (Forrest, 1967)

Ceylon Tea หมายถึงชาที่ผลิตในศรีลังกาทั้งหมด โดยชื่อ "Ceylon" เป็นชื่อเดิมของประเทศในสมัยอาณานิคม ชาลังกามีชื่อเสียงในด้านคุณภาพสูง รสชาติเข้มข้น และกลิ่นหอมเฉพาะตัว ปัจจุบันศรีลังกาเป็นผู้ส่งออกชาอันดับต้นๆ ของโลก ส่งออกไปกว่า ๑๕๐ ประเทศ โดยชาคิดเป็นประมาณ ๒% ของ GDP และจ้างงานมากกว่า ๑ ล้านคนทั้งทางตรงและทางอ้อม

สิ่งที่ทำให้ชาลังกาโดดเด่น ได้แก่ **ภูมิประเทศที่หลากหลาย** ศรีลังกามีสวนชาในระดับความสูงต่างกัน ตั้งแต่ต่ำกว่า ๖๐๐ เมตร ๖๐๐-๑,๒๐๐ เมตร และสูงกว่า ๑,๒๐๐ เมตร แต่ละระดับให้รสชาติและลักษณะที่แตกต่าง **ความหลากหลายของพันธุ์** มีทั้งชาแบล็ค กรีน ไวท์ และออลอง **กระบวนการผลิตแบบดั้งเดิม** แม้จะมีการทันสมัยบางส่วน แต่หลายสวนยังคงใช้

วิธีการแบบออร์โธดอกซ์ ที่ผลิตชาคุณภาพสูง และ การรับรอง Ceylon Tea Logo ที่เป็นเครื่องหมายรับรองความแท้และคุณภาพจาก Sri Lanka Tea Board

๔.๖.๒ ห่วงโซ่คุณค่า จากสวนชาสู่ผู้บริโภค

ห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมชาศรีลังกามีความซับซ้อนและครอบคลุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายกลุ่ม

๔.๖.๒.๑. การปลูกและการเก็บเกี่ยว สวนชาในศรีลังกาแบ่งเป็นสองประเภทหลัก คือ สวนขนาดใหญ่ ที่มีเนื้อที่มากกว่า ๑๐ เฮกตาร์ และสวนขนาดเล็ก ที่มีเนื้อที่ต่ำกว่า ๑๐ เฮกตาร์ ปัจจุบันผู้ปลูกรายย่อยผลิตชาประมาณ ๗๐% ของผลผลิตทั้งหมด

การเก็บชายังคงทำด้วยมือเป็นส่วนใหญ่ โดยผู้เก็บชา ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงที่มีความชำนาญในการคัดเลือก "สองใบกับยอด" ซึ่งเป็นส่วนที่ให้คุณภาพดีที่สุด ผู้เก็บชามีบทบาทสำคัญต่อคุณภาพของผลผลิต แต่มักได้รับค่าจ้างที่ไม่สูงนัก Jayasinghe-Mudalige และ Henson (2007) ชี้ให้เห็นว่าการปรับปรุงสภาพความเป็นอยู่และค่าจ้างของผู้เก็บชาเป็นประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนทางสังคม

๔.๖.๒.๒. การแปรรูปเบื้องต้น หลังจากเก็บเกี่ยว ใบชาสดจะถูกส่งไปโรงงานแปรรูป ภายในไม่กี่ชั่วโมง เพื่อรักษาความสด กระบวนการแปรรูปแบบออร์โธดอกซ์ประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ การเหี่ยว ใบชาถูกวางบนชั้นให้ลมพัดผ่านประมาณ ๑๒-๑๘ ชั่วโมงเพื่อลดความชื้น การนวด ใบชาถูกนวดเพื่อทำลายเซลล์และปล่อยน้ำมันหอมระเหย การหมักหรือออกซิไดซ์ ใบชาที่นวดแล้วจะถูกปล่อยให้เกิดปฏิกิริยาออกซิเดชันในสภาพอุณหภูมิและความชื้นที่ควบคุมระยะเวลาการหมักกำหนดประเภทของชา (แบล็ก ออหลง หรือกรีน) การอบแห้ง ใบชาถูกอบแห้งที่อุณหภูมิสูงเพื่อหยุดการหมักและลดความชื้นให้เหลือประมาณ ๓% การคัดเกรดและบรรจุ ชาถูกคัดแยกตามขนาดและคุณภาพ เช่น BOPF (Broken Orange Pekoe Fannings), OP (Orange Pekoe), Pekoe เป็นต้น

๔.๖.๒.๓. การประมูลและการค้าส่ง ศูนย์กลางการประมูลชาของศรีลังกาอยู่ที่กรุงโคลัมโบ เป็นศูนย์การประมูลชาที่ใหญ่ที่สุดในโลก ชาที่ผลิตเสร็จจะถูกนำมาประมูลทุกสัปดาห์ โดยมีผู้ซื้อทั้งจากในและต่างประเทศเข้าร่วม ระบบการประมูลสร้างความโปร่งใสในการกำหนดราคา แต่ผู้ปลูกชารายย่อยมักไม่มีอำนาจต่อรองราคามากนัก เนื่องจากต้องขายผ่านคนกลาง นอกจากการประมูล บริษัทขนาดใหญ่อย่าง Dilmah มีระบบห่วงโซ่อุปทานแบบครบวงจร ตั้งแต่

การปลูก การแปรรูป การบรรจุ ไปจนถึงการจัดจำหน่าย ซึ่งช่วยให้ควบคุมคุณภาพและเก็บส่วนแบ่งคุณค่าได้มากขึ้น

๔.๖.๒.๔. การผสมและบรรจุภัณฑ์ หลายบริษัทมีความเชี่ยวชาญในการผสมชาจากแหล่งต่างๆ เพื่อสร้างรสชาติที่สม่ำเสมอและเป็นเอกลักษณ์ Master Blender เป็นอาชีพที่ต้องใช้ความชำนาญสูงในการชิมและประเมินคุณภาพชา บรรจุภัณฑ์ที่ดีไม่เพียงแต่ปกป้องคุณภาพ แต่ยังสื่อสารเรื่องราวและคุณค่าของแบรนด์ ในยุคปัจจุบัน บริษัทหลายแห่งนำเสนอชาในรูปแบบใหม่ เช่น ถูชาพีระมิด, ชาเย็นพร้อมดื่ม, หรือผลิตภัณฑ์ชาผสมสมุนไพร

๔.๖.๒.๕. การส่งออกและการกระจายสินค้า ศรีลังกาส่งออกชาไปยังกว่า ๑๕๐ ประเทศ โดยตลาดสำคัญได้แก่ ตะวันออกกลาง รัสเซีย ตุรกี จีน และญี่ปุ่น ช่องทางการกระจายสินค้าหลากหลาย ตั้งแต่ซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ ร้านชาพิเศษ โรงแรมและร้านอาหาร ไปจนถึงแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ Sri Lanka Export Development Board ทำหน้าที่ส่งเสริมการส่งออกและสร้างภาพลักษณ์ของชาลังกาในตลาดโลก

๔.๖.๒.๖. การค้าปลีกและการบริโภค ผู้บริโภคสุดท้ายซื้อชาผ่านช่องทางต่างๆ ในบางตลาด ผู้บริโภคเริ่มให้ความสำคัญกับที่มาของผลิตภัณฑ์ การรับรองอินทรีย์ และความยั่งยืน แนวโน้ม "จากสวนสู่แก้ว" ที่ผู้บริโภคต้องการรู้เรื่องราวเบื้องหลังผลิตภัณฑ์กำลังได้รับความนิยม

๔.๖.๓ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย: เกษตรกร โรงงาน ผู้ส่งออก นักท่องเที่ยว

๔.๖.๓.๑ เกษตรกรและผู้ปลูกชา เกษตรกรรายย่อยที่ปลูกชาต่ำกว่า ๑๐ เฮกตาร์ คิดเป็นสัดส่วนมากกว่า ๗๐% ของผลผลิต แต่มักเผชิญกับความท้าทายหลายประการ เช่น การเข้าถึงเทคโนโลยีและความรู้ที่จำกัด ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น อำนาจต่อรองราคาที่อ่อนแอ และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การจัดตั้งสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรช่วยเพิ่มอำนาจต่อรองและการเข้าถึงทรัพยากร โครงการต่างๆ เช่น การรับรองอินทรีย์และ Fair Trade ช่วยให้เกษตรกรได้รับราคาที่ดีขึ้น

๔.๖.๓.๒ เจ้าของและผู้บริหารสวนชาขนาดใหญ่ สวนขนาดใหญ่หรือ Estate มักเป็นบริษัทขนาดใหญ่หรือบริษัทที่เป็นมรดกจากยุคอาณานิคม สวนเหล่านี้มีความได้เปรียบในด้านเศรษฐกิจจากขนาด เทคโนโลยี และการเข้าถึงตลาด แต่ก็เผชิญกับความท้าทายในด้านต้นทุนแรงงานและการรักษามาตรฐานแรงงาน

๔.๖.๓.๓ ผู้แปรรูปและโรงงาน โรงงานแปรรูปชามีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนใบชาสดให้เป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ความเชี่ยวชาญของ Master Blender และผู้ควบคุมการผลิตมีผลต่อคุณภาพสุดท้ายอย่างมาก การลงทุนในเทคโนโลยีที่ทันสมัยช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพและคุณภาพ แต่ก็ต้องการเงินทุนสูง

๔.๖.๓.๔ ผู้ส่งออกและผู้ค้า ผู้ส่งออกทำหน้าที่เชื่อมโยงผู้ผลิตในศรีลังกากับตลาดโลก พวกเขามีความเชี่ยวชาญในด้านโลจิสติกส์ การตลาดระหว่างประเทศ และความเข้าใจในความต้องการของตลาดต่างๆ การสร้างแบรนด์และการสื่อสารเรื่องราวของชาลังกามีความสำคัญต่อการสร้างความแตกต่างในตลาดที่มีการแข่งขันสูง

๔.๖.๓.๕ นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เกี่ยวข้องกับชากลายเป็นแหล่งรายได้เพิ่มเติมที่สำคัญ นักท่องเที่ยวเยี่ยมชมสวนชา โรงงาน พิพิธภัณฑชา และร้านค้า โดยเฉพาะในเขต Nuwara Eliya, Kandy และ Ella การท่องเที่ยวไม่เพียงแต่สร้างรายได้ แต่ยังเป็นการประชาสัมพันธ์แบรนด์ชาลังกาไปทั่วโลก Fernando และ Long (2012) ชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับห่วงโซ่มูลค่าและกระจายผลประโยชน์สู่ชุมชนท้องถิ่น

๔.๖.๓.๖ ภาครัฐและหน่วยงานสนับสนุน Sri Lanka Tea Board มีบทบาทสำคัญในการกำหนดมาตรฐาน ส่งเสริมการส่งออก และพัฒนาอุตสาหกรรม Tea Research Institute ทำการวิจัยและพัฒนาพันธุ์ชาใหม่ วิธีการปลูก และการจัดการศัตรูพืช Ministry of Plantation Industries กำหนดนโยบายและควบคุมดูแลภาคส่วนนี้

๔.๖.๔ บทบาทของ Ceylon Tea Board

Ceylon Tea Board (CTB) ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ. ๑๙๗๖ ภายใต้ Ceylon Tea Board Law มีหน้าที่หลักในการส่งเสริม พัฒนา และควบคุมคุณภาพของอุตสาหกรรมชาศรีลังกา บทบาทสำคัญของ CTB ประกอบด้วย

๔.๖.๔.๑ การรับรองและควบคุมคุณภาพ CTB เป็นผู้ออก "Ceylon Tea Logo" เครื่องหมายรับรองที่ปรากฏบนบรรจุภัณฑ์ชาที่ผลิตจากใบชา ๑๐๐% จากศรีลังกา เครื่องหมายนี้เป็นประกันดีความแท้และคุณภาพ ช่วยป้องกันการปลอมแปลงและสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภค CTB มีเจ้าหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพทั้งในและต่างประเทศ

๔.๖.๔.๒ การส่งเสริมการตลาด CTB ดำเนินแคมเปญการตลาดในตลาดหลักทั่วโลก เข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติระหว่างประเทศ จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย และสร้างความตระหนัก

รู้เกี่ยวกับคุณภาพของชาลังกา ในปี ๒๐๒๒ CTB เปิดตัวแคมเปญ "Ceylon Tea: Taste the Goodness" เพื่อสื่อสารคุณค่าทางสุขภาพและความยั่งยืน

๔.๖.๔.๓ การวิจัยและพัฒนา CTB ร่วมมือกับ Tea Research Institute ในการวิจัยและพัฒนาพันธุ์ชาใหม่ วิธีการปลูกที่ยั่งยืน และการแปรรูปที่เพิ่มคุณภาพ การถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีสู่เกษตรกรเป็นภารกิจสำคัญ

๔.๖.๔.๔ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ CTB จัดการอบรมและพัฒนาทักษะให้กับผู้ปลูก ผู้แปรรูป และผู้ส่งออก โดยเฉพาะในด้านมาตรฐานสากล เช่น HACCP, ISO, Organic และ Fair Trade

๔.๖.๔.๕ การสนับสนุนนโยบาย CTB ให้คำแนะนำแก่รัฐบาลในการกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมชา เช่น นโยบายภาษี การสนับสนุนทางการเงิน และความตกลงการค้าระหว่างประเทศ

๔.๖.๕ แบรินด์ที่ประสบความสำเร็จ: Dilmah, Mackwoods

Dilmah Tea ก่อตั้งโดย Merrill J. Fernando ในปี ค.ศ. ๑๙๘๘ Dilmah เป็นตัวอย่างที่ดีของการสร้างแบรนด์ที่ประสบความสำเร็จโดยยึดหลักคุณภาพและความยั่งยืน จุดเด่นของ Dilmah ประกอบด้วย

๔.๖.๕.๑ การควบคุมคุณภาพตลอดห่วงโซ่ Dilmah เป็นแบรนด์ชาที่หายากที่ทำทุกอย่างเอง ตั้งแต่การปลูก การแปรรูป การผสม การบรรจุ ไปจนถึงการจัดจำหน่าย การควบคุมทุกขั้นตอนช่วยให้รักษาคุณภาพและความสดใหม่

๔.๖.๕.๒ ความมุ่งมั่นในการบรรจุที่แหล่งผลิต Dilmah เน้นว่าชาถูกบรรจุในศรีลังกาทันทีหลังจากผลิต ไม่ส่งออกเป็นชาเทกองไปบรรจุที่ประเทศอื่น ซึ่งช่วยรักษาความสดและคุณภาพ

๔.๖.๕.๓ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ Dilmah พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ตั้งแต่ชาแบบลิคคาสติก ชากรีน ชาสมุนไพร ไปจนถึง "t-Series" ชาพรีเมียมที่ออกแบบมาสำหรับตลาดโรงแรมและร้านอาหารชั้นนำ

๔.๖.๕.๔ ความรับผิดชอบต่อสังคม MJF Charitable Foundation และ Dilmah Conservation ทำงานด้านการศึกษา สุขภาพ และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การสร้างคุณค่าร่วม ทำให้แบรนด์ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคที่มีจิตสำนึกทางสังคม

๔.๖.๕.๕ การสร้างประสบการณ์ Dilmah t-Lounge ในหลายเมืองทั่วโลกเป็นพื้นที่ที่ผู้บริโภคสามารถสัมผัสวัฒนธรรมชาศรีลังกา การจัดกิจกรรม Tea Tasting และ Tea Mixology สร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำ

ปัจจุบัน Dilmah จำหน่ายในกว่า ๑๐๐ ประเทศ และได้รับรางวัลมากมายทั้งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์และความรับผิดชอบต่อสังคม

๔.๖.๖ Mackwoods เป็นอีกหนึ่งแบรนด์ที่มีชื่อเสียงของศรีลังกา โดยเฉพาะในด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร Mackwoods Tea Centre ในเขต Nuwara Eliya เป็นจุดหมายยอดนิยมของนักท่องเที่ยว

๔.๖.๖.๑ ประวัติและมรดก Mackwoods มีประวัติยาวนานกว่า ๑๗๐ ปี เริ่มจากการก่อตั้งสวนชาโดยนาย William Mackwood ในปี ค.ศ. ๑๘๔๑ ความยาวนานและมรดกทางวัฒนธรรมเป็นจุดขายสำคัญ

๔.๖.๖.๒ การผสมผสานการท่องเที่ยวกับการขาย Mackwoods Tea Centre ไม่ได้เป็นเพียงร้านขายชา แต่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถชมทิวทัศน์สวนชา ชิมชา และขนมฟรี เรียนรู้กระบวนการผลิตชา และซื้อผลิตภัณฑ์กลับบ้าน การสร้างประสบการณ์ที่ดีทำให้นักท่องเที่ยวกลายเป็นแอมบาสเดอร์ของแบรนด์

๔.๖.๖.๓ ผลิตภัณฑ์หลากหลาย นอกจากชา Mackwoods ยังมีผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น ช็อกโกแลต ขนม และของที่ระลึก ที่มีตราสัญลักษณ์ของแบรนด์

๔.๖.๖.๗ การตลาดแบบปากต่อปาก ประสบการณ์ที่ดีและทิวทัศน์ที่สวยงามทำให้นักท่องเที่ยวถ่ายรูปและแชร์บนสื่อสังคมออนไลน์ เป็นการโฆษณาที่มีประสิทธิภาพโดยไม่ต้องลงทุนมาก

๔.๖.๗ การเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เกี่ยวข้องกับชากลายเป็นกลยุทธ์สำคัญในการเพิ่มมูลค่าและกระจายผลประโยชน์ในระบบนิเวศอุตสาหกรรมชา

๔.๖.๗.๑ ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชา

๔.๖.๗.๑.๑ การเยี่ยมชมสวนชา นักท่องเที่ยวเดินชมสวนชา เรียนรู้กระบวนการปลูกและเก็บเกี่ยว บางสวนเปิดให้นักท่องเที่ยวลองเก็บชาด้วยตนเอง ทิวทัศน์ของสวนชาบนภูเขาสูงสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจ

๔.๖.๗.๑.๒ การเยี่ยมชมโรงงาน นักท่องเที่ยวสามารถเห็นกระบวนการแปรรูปชา ตั้งแต่การเหี่ยว การนวด การหมัก ไปจนถึงการอบแห้ง ไกด์อธิบายความซับซ้อนของแต่ละขั้นตอน มีโรงงานหลายแห่งที่ปรับปรุงเป็นพิพิธภัณฑ์ เช่น Hantane Tea Museum

๔.๖.๗.๑.๓ กิจกรรมชิมชา การชิมชาแบบมืออาชีพที่นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิธีการประเมินคุณภาพชา การแยกแยะกลิ่น รสชาติ และสี บางที่มี Tea Sommelier ให้ความรู้เชิงลึก

๔.๖.๗.๑.๔ การพักในที่พัก Boutique ในสวนชา Bungalow เก่าที่เคยเป็นที่พักของเจ้าของสวนในยุคอาณานิคมถูกปรับปรุงเป็นที่พักรู นักท่องเที่ยวได้สัมผัสบรรยากาศโรแมนติกและประวัติศาสตร์

๔.๖.๗.๒ ผลกระทบเชิงบวก

๔.๖.๗.๒.๑ รายได้เพิ่มเติม การท่องเที่ยวสร้างรายได้เพิ่มเติม นอกเหนือจากการขายชา รายได้จากค่าเข้าชม ค่าทัวร์ การขายสินค้า และที่พัก

๔.๖.๗.๒.๒ การจ้างงาน สร้างงานในด้านการบริการ เช่น ไกด์ พนักงานร้านอาหาร พนักงานขาย และคนขับรถ

๔.๖.๗.๒.๓ การประชาสัมพันธ์แบรนด์ นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ดี กลายเป็นแอมบาสเดอร์ของชาลังกา กลับไปซื้อและแนะนำผู้อื่น

๔.๖.๗.๒.๔ การรักษามรดกทางวัฒนธรรม การท่องเที่ยวช่วยให้มีแรงจูงใจในการอนุรักษ์อาคาร วิธีการผลิตแบบดั้งเดิม และวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับชา

๔.๖.๗.๓ ความท้าทาย

๔.๖.๗.๓.๑ การจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอาจสร้างปัญหาขยะ การใช้น้ำ และการจราจร การจัดการที่ดีจึงสำคัญ

๔.๖.๗.๓.๒ การรักษาความแท้จริง การท่องเที่ยวจำนวนมากอาจทำให้ประสบการณ์กลายเป็น "แสดงเพื่อนักท่องเที่ยว" มากกว่าการสะท้อนวิถีชีวิตจริง

๔.๖.๗.๓.๓ การกระจายผลประโยชน์ ต้องแน่ใจว่าชุมชนท้องถิ่นได้รับประโยชน์อย่างเป็นธรรม ไม่ใช่เพียงเจ้าของธุรกิจขนาดใหญ่เท่านั้น

๔.๗ กรณีศึกษา: ระบบนิเวศเครื่องเทศอินทรีย์

๔.๗.๑ ความสำคัญของอุตสาหกรรมเครื่องเทศศรีลังกา

ศรีลังกามีประวัติอันยาวนานในการเป็นแหล่งผลิตเครื่องเทศชั้นนำของโลกตั้งแต่ยุคโบราณ อาณาจักรโรมัน อาหรับ และยุโรปต่างแสวงหาเครื่องเทศจากเกาะนี้ ในปัจจุบันศรีลังกา ยังคงเป็นผู้ผลิตและส่งออกเครื่องเทศคุณภาพสูงที่สำคัญของโลก เครื่องเทศคิดเป็นประมาณ ๑.๕% ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดและสร้างงานให้กับประชากรมากกว่า ๕๐๐,๐๐๐ คนทั้งทางตรงและทางอ้อม

เครื่องเทศหลักที่ศรีลังกาผลิต ได้แก่ **อบเชย** ศรีลังกาเป็นผู้ผลิตและส่งออกอบเชยคุณภาพสูง "Ceylon Cinnamon" อันดับหนึ่งของโลก **พริกไทย** **กานพลู** **ลูกจันทน์เทศ** **ขมิ้น** **ขิง** **กระวาน** และเครื่องเทศอื่นๆ อีกมากมาย

ปัจจัยที่ทำให้เครื่องเทศศรีลังกามีคุณภาพสูง ประกอบด้วย สภาพภูมิอากาศที่เหมาะสม ศรีลังกามีสภาพอากาศเขตร้อนชื้นที่เหมาะสมต่อการปลูกเครื่องเทศ **ดินที่อุดมสมบูรณ์** โดยเฉพาะในเขตชายฝั่งตะวันตกและตะวันตกเฉียงใต้ **ภูมิปัญญาท้องถิ่น** วิธีการปลูกและการเก็บเกี่ยวที่สืบทอดมาหลายชั่วอายุคน และ **ความหลากหลายทางชีวภาพ** ที่สร้างรสชาติและคุณสมบัติที่เป็นเอกลักษณ์

๔.๗.๒ Ceylon Cinnamon (อบเชยลังกา) และเครื่องเทศอื่นๆ

๔.๗.๒.๑ Ceylon Cinnamon ถือเป็นอัญมณีของอุตสาหกรรมเครื่องเทศศรีลังกา อบเชยมีสองชนิดหลักในตลาดโลก คือ **Ceylon Cinnamon** ที่เรียกว่า "True Cinnamon" และ **Cassia Cinnamon** ที่นิยมในจีนและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

จุดเด่นของ Ceylon Cinnamon ประกอบด้วย **รสชาติที่ละมียัดและหวาน** ไม่เผ็ดร้อนเหมือน Cassia **กลิ่นหอมละเอียดอ่อน** **เนื้อสัมผัสที่บางและเปราะ** ม้วนเป็นแท่งได้หลายชั้น **ปริมาณคูมารินต่ำ** คูมารินเป็นสารที่อาจเป็นอันตรายต่อตับในปริมาณสูง Ceylon Cinnamon มีคูมารินต่ำกว่า Cassia มาก จึงปลอดภัยต่อการบริโภคในระยะยาว และ **สารต้านอนุมูลอิสระสูง** มีประโยชน์ต่อสุขภาพหลายประการ

การผลิต Ceylon Cinnamon เป็นกระบวนการที่ต้องใช้ความชำนาญสูง การปลูก ต้นอบเชยปลูกในพื้นที่ที่มีฝนตกสม่ำเสมอและดินร่วนซุย หลังจากปลูก ๒ ปีจะตัดลำต้นเพื่อกระตุ้นให้เกิดหน่อใหม่ การเก็บเกี่ยว ตัดกิ่งที่มีอายุ ๒-๓ ปี ช่วงหลังฝน การลอกเปลือก ใช้มีดพิเศษลอกเปลือกนอกและเปลือกใน งานนี้ต้องใช้ความชำนาญสูง การม้วนและตากแห้ง ม้วนเปลือกเป็นแท่ง นำไปตากแห้งในที่ร่ม จากนั้นคัดเกรดตามขนาด สี และคุณภาพ

๔.๗.๒.๒ เครื่องเทศอื่นๆ ที่สำคัญ

๔.๗.๒.๒.๑ พริกไทย ศรีลังกาผลิตพริกไทยคุณภาพสูง โดยเฉพาะพันธุ์ "Kurunegala" และ "Matale" พริกไทยแบ่งเป็นพริกไทยดำ (เก็บเมื่อยังไม่สุกแล้วตากแห้ง) พริกไทยขาว (เก็บเมื่อสุกแล้วแช่น้ำและลอกเปลือก) และพริกไทยเขียว (เก็บเมื่อยังไม่สุกแล้วแช่น้ำส้มสายชู)

๔.๗.๒.๒.๒ กานพลู ผลิตในเขตภาคกลางและภาคใต้ กานพลูของศรีลังกามีน้ำมันหอมระเหยสูง ใช้ทั้งในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องสำอาง

๔.๗.๒.๒.๓ ลูกจันทน์เทศ ทั้งเมล็ดและดอกจันทน์เทศมีคุณค่าทางการค้า ศรีลังกาผลิตลูกจันทน์เทศคุณภาพสูงส่งออกไปยุโรปและตะวันออกกลาง

๔.๗.๒.๒.๔ ขมิ้น มีสารเคอร์คูมินสูง ได้รับความนิยมในอุตสาหกรรมอาหารเพื่อสุขภาพและเครื่องสำอาง

๔.๗.๓ เครือข่ายเกษตรกร-ผู้แปรรูป-ผู้ส่งออก

ระบบนิเวศเครื่องเทศอินทรีย์ของศรีลังกามีโครงสร้างที่น่าสนใจ ประกอบด้วยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายกลุ่มที่เชื่อมโยงกันผ่านเครือข่ายที่ซับซ้อน

๔.๗.๓.๑ เกษตรกรรายย่อย ผู้ปลูกเครื่องเทศส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อยที่มีที่ดินน้อยกว่า ๒ เฮกตาร์ พวกเขาปลูกเครื่องเทศผสมกับพืชอื่นๆ เช่น มะพร้าว ยางพารา หรือไม้ผล การปลูกแบบผสมผสานช่วยกระจายความเสี่ยงและเพิ่มความหลากหลายทางชีวภาพสำหรับเครื่องเทศอินทรีย์ เกษตรกรต้องปฏิบัติตามมาตรฐานที่เข้มงวด ไม่ใช่สารเคมีสังเคราะห์ ใช้ปุ๋ยอินทรีย์ และวิธีการควบคุมศัตรูพืชแบบธรรมชาติ

๔.๗.๓.๒ กลุ่มเกษตรกรและสหกรณ์ การรวมกลุ่มช่วยเพิ่มอำนาจต่อรองและลดต้นทุน กลุ่มเกษตรกรทำหน้าที่ประสานงานการผลิต การรวบรวมผลผลิต และการเจรจากับผู้ซื้อ บางกลุ่มมีการแปรรูปเบื้องต้น เช่น การทำความสะอาด การคัดเกรด และการบรรจุ องค์การพัฒนา

เอกชน เช่น Small Organic Farmers' Association (SOFA) มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนเกษตรกรให้ได้รับการรับรองอินทรีย์และ Fair Trade

๔.๗.๓.๓ ผู้แปรรูป ผู้แปรรูปเครื่องเทศมีทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ การแปรรูปรวมถึงการทำความสะอาด การตัดแต่ง การตากแห้ง การบด และการบรรจุ สำหรับเครื่องเทศอินทรีย์ โรงงานแปรรูปต้องมีการรับรองมาตรฐาน เช่น HACCP และ ISO 22000 เพื่อป้องกันการปนเปื้อน ผู้แปรรูปขนาดใหญ่บางรายมีห้องปฏิบัติการเพื่อตรวจสอบคุณภาพและสารปนเปื้อน

๔.๗.๓.๔ ผู้ส่งออก บริษัทส่งออกทำหน้าที่เชื่อมโยงผู้ผลิตในศรีลังกากับตลาดโลก พวกเขาต้องเข้าใจข้อกำหนดของตลาดต่างๆ เช่น มาตรฐานความปลอดภัยทางอาหารของสหภาพยุโรป ญี่ปุ่น หรือสหรัฐอเมริกา การสร้างความสัมพันธ์กับผู้นำเข้าและการพัฒนาตลาดใหม่เป็นบทบาทสำคัญ บริษัทส่งออกชั้นนำ เช่น Ceylon Organics และ Bio Foods มีเครือข่ายกับเกษตรกรหลายพันราย

๔.๗.๓.๕ บทบาทของ Export Development Board หน่วยงานนี้ให้การสนับสนุนด้านข้อมูลตลาด การฝึกอบรม การจัดงานแสดงสินค้า และการเจรจาความตกลงทางการค้า

๔.๗.๔ มาตรฐาน Organic และ Fair Trade

การรับรองมาตรฐานเป็นกลไกสำคัญในการเพิ่มมูลค่าและสร้างความน่าเชื่อถือ

๔.๗.๔.๑ มาตรฐาน Organic การรับรองอินทรีย์รับรองว่าผลิตภัณฑ์ผลิตโดยไม่ใช้สารเคมีสังเคราะห์ ปุ๋ยเคมี ยาฆ่าแมลง และสิ่งดัดแปลงพันธุกรรม มาตรฐานที่สำคัญได้แก่

๔.๗.๔.๑.๑ EU Organic Regulation มาตรฐานของสหภาพยุโรปที่เข้มงวด ครอบคลุมการผลิต การแปรรูป การขนส่ง และการจัดเก็บ

๔.๗.๔.๑.๒ USDA Organic มาตรฐานของกระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา

๔.๗.๔.๑.๓ JAS Organic มาตรฐานของญี่ปุ่น

องค์กรรับรองที่ทำงานในศรีลังกา เช่น Control Union, IMO, และ IFOAM มีเจ้าหน้าที่ตรวจสอบและรับรองฟาร์มและโรงงานที่ปฏิบัติตามมาตรฐาน

ประโยชน์ของการรับรองอินทรีย์ **ราคาที่สูงขึ้น** ผู้บริโภคยินดีจ่ายเพิ่มสำหรับผลิตภัณฑ์อินทรีย์ โดยทั่วไปสูงกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไป ๑๐-๓๐% การเข้าถึงตลาดพิเศษ ซูเปอร์มาร์เก็ตและ

ร้านค้าหลายแห่งต้องการผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ได้รับการรับรอง **สุขภาพของเกษตรกร** การไม่ใช้สารเคมีช่วยลดความเสี่ยงต่อสุขภาพ **ความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม** การเกษตรอินทรีย์ช่วยรักษาคุณภาพดินและความหลากหลายทางชีวภาพ

ดังนั้น มีความท้าทายด้วย เช่น **ต้นทุนการรับรอง** ค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบและรับรองอาจสูงสำหรับเกษตรกรรายย่อย **ระยะเวลาเปลี่ยนผ่าน** ต้องใช้เวลา ๒-๓ ปีในการเปลี่ยนจากการเกษตรทั่วไปมาเป็นอินทรีย์ **ผลผลิตที่อาจลดลง** ในระยะแรกผลผลิตอาจลดลง ๒๐-๓๐% **ความรู้และทักษะ** เกษตรกรต้องเรียนรู้วิธีการจัดการศัตรูพืชและบำรุงดินแบบอินทรีย์

๔.๗.๔.๒ มาตรฐาน Fair Trade การรับรอง Fair Trade รับรองว่าเกษตรกรได้รับราคาขั้นต่ำที่เป็นธรรม มีสภาพการทำงานที่ดี และส่วนหนึ่งของรายได้ (Fair Trade Premium) ถูกนำไปพัฒนาชุมชน หลักการสำคัญของ Fair Trade ประกอบด้วย

๔.๗.๔.๒.๑ ราคาขั้นต่ำที่เป็นธรรม เกษตรกรได้รับราคาที่ครอบคลุมต้นทุนการผลิตที่ยั่งยืน แม้ราคาตลาดจะตกต่ำ

๔.๗.๔.๒.๒ เบี้ยเลี้ยงพิเศษ เงินเพิ่มเติมที่ชุมชนตัดสินใจร่วมกันว่าจะใช้ทำอะไร เช่น สร้างโรงเรียน ศูนย์สุขภาพ หรือปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน

๔.๗.๔.๓ มาตรฐานแรงงาน ห้ามใช้แรงงานเด็ก มีค่าจ้างที่เป็นธรรม และสภาพการทำงานที่ปลอดภัย

๔.๗.๔.๓.๑ การจัดตั้งองค์กรของเกษตรกร ส่งเสริมให้เกษตรกรรวมกลุ่มและมีอำนาจในการตัดสินใจ

๔.๗.๔.๓.๒ การคุ้มครองสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมวิธีการเกษตรที่ยั่งยืน

องค์กร Fair Trade ที่สำคัญ เช่น Fairtrade International (FLO) และ Fair Trade USA ทำหน้าที่กำหนดมาตรฐานและรับรอง

๔.๗.๔.๓.๓ การผสมผสาน Organic และ Fair Trade ผลิตภัณฑ์หลายชนิดได้รับการรับรองทั้งสองมาตรฐาน ซึ่งสร้างคุณค่าเพิ่มสูงสุด ผู้บริโภคที่ใส่ใจทั้งสิ่งแวดล้อมและความเป็นธรรมทางสังคมมักเลือกผลิตภัณฑ์เหล่านี้

๔.๗.๕ ตลาดส่งออกและการแข่งขัน

เครื่องเทศศรีลังกา โดยเฉพาะอบเชยและพริกไทย ส่งออกไปยังตลาดทั่วโลก

๔.๗.๕.๑ ตลาดสำคัญ

๔.๗.๕.๑.๑ ตลาดยุโรป เป็นตลาดใหญ่ที่สุดสำหรับเครื่องเทศอินทรี โดยเฉพาะเยอรมนี อังกฤษ ฝรั่งเศส และเนเธอร์แลนด์ ผู้บริโภคยุโรปให้ความสำคัญกับคุณภาพ ความปลอดภัย และความยั่งยืน

๔.๗.๕.๑.๒ ตลาดอเมริกาเหนือ สหรัฐอเมริกาและแคนาดามีความต้องการเครื่องเทศอินทรีและ Fair Trade สูง โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคที่มีสุขภาพจิตสำนึก

๔.๗.๕.๑.๓ ตลาดญี่ปุ่น มีมาตรฐานความปลอดภัยสูงมาก แต่ยินดีจ่ายราคาพรีเมียมสำหรับคุณภาพที่เป็นเลิศ

๔.๗.๕.๑.๔ ตลาดตะวันออกกลาง มีความต้องการเครื่องเทศสูง โดยเฉพาะกานพลู ลูกจันทน์เทศ และกระวาน

๔.๗.๕.๒ คู่แข่งหลัก

๔.๗.๕.๒.๑ อินเดีย เป็นผู้ผลิตเครื่องเทศรายใหญ่ที่สุดของโลก แข่งขันด้วยปริมาณและราคา แต่ Ceylon Cinnamon ของศรีลังกามีคุณภาพสูงกว่า Cassia ของอินเดีย

๔.๗.๕.๒.๒ อินโดนีเซีย ผลิต Cassia Cinnamon, ลูกจันทน์เทศ และ กานพลู

๔.๗.๕.๒.๓ เวียดนาม ผู้ส่งออก Cassia Cinnamon รายใหญ่

๔.๗.๕.๒.๔ มาดากัสการ์ ผลิตกานพลูและวานิลลา

กลยุทธ์ในการแข่งขัน ศรีลังกาไม่สามารถแข่งขันด้วยปริมาณและราคาต่ำได้ จึงต้อง มุ่งเน้น คุณภาพพรีเมียม เน้น "Ceylon Cinnamon" ที่มีคุณภาพสูงกว่า Cassia การรับรอง มาตรฐาน การได้รับการรับรอง Organic, Fair Trade, และ GI เพิ่มมูลค่า การสร้างแบรนด์ พัฒนาแบรนด์ของตนเองแทนการส่งออกเป็นวัตถุดิบ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ พัฒนาผลิตภัณฑ์ มูลค่าเพิ่ม เช่น น้ำมันหอมระเหย สารสกัด ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ การเล่าเรื่อง สื่อสาร ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับเครื่องเทศศรีลังกา

๔.๘ เปรียบเทียบกับระบบนิเวศไทย

๔.๘.๑ ข้าวหอมมะลิไทย

ข้าวหอมมะลิไทยเป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์การเกษตรที่มีชื่อเสียงของไทย มีความคล้ายคลึงกับชา Ceylon ในหลายประการ

๔.๘.๑.๑ ความคล้ายคลึง

๔.๘.๑.๑.๑ การได้รับการรับรอง Geographical Indication (GI)

ทั้งชา Ceylon และข้าวหอมมะลิไทยได้รับการรับรอง GI ที่ปกป้องชื่อและแหล่งที่มา ข้าวหอมมะลิไทยได้รับการจดทะเบียน GI ในปี พ.ศ. ๒๕๕๙ และได้รับการรับรองจากสหภาพยุโรปในปี พ.ศ. ๒๕๖๖

๔.๘.๑.๑.๒ คุณภาพที่โดดเด่นเฉพาะพื้นที่ เช่นเดียวกับชาที่ปลูกในพื้นที่สูงของศรีลังกา ข้าวหอมมะลิคุณภาพดีที่สุดผลิตในพื้นที่เฉพาะของภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย โดยเฉพาะจังหวัดร้อยเอ็ด สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี ลักษณะดิน สภาพอากาศ และวิธีการเพาะปลูกสร้างกลิ่นหอมและเนื้อสัมผัสที่เป็นเอกลักษณ์

๔.๘.๑.๑.๓ ผู้ผลิตส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย ทั้งสองกรณีมีเกษตรกรรายย่อยเป็นกลุ่มผู้ผลิตหลัก ซึ่งเผชิญกับความท้าทายในการเข้าถึงตลาดและการได้รับผลประโยชน์ที่เป็นธรรม

๔.๘.๑.๑.๓.๔ การผสมผสานกับการท่องเที่ยว ทั้งสองมีการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น การเยี่ยมชมสวนชาในศรีลังกา และการท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีชาวนาและกระบวนการทำข้าวในไทย

๔.๘.๑.๒ ความแตกต่าง

๔.๘.๑.๒.๑ ห่วงโซ่คุณค่า อุตสาหกรรมชามีการแปรรูปที่ซับซ้อนกว่าข้าว กระบวนการผลิตชาต้องอาศัยความชำนาญสูงในการหมักและคัดเกรด ในขณะที่ข้าวมีกระบวนการสีและบรรจุที่ค่อนข้างตรงไปตรงมา

๔.๘.๑.๒.๒ มูลค่าเพิ่ม ชามีโอกาสในการเพิ่มมูลค่าผ่านการผสมผสานการสร้างแบรนด์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น ชาพรีเมียม ชาผสมสมุนไพรส่วนข้าวมีโอกาสจำกัดกว่า แม้จะมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าว เช่น ขนมข้าว ข้าวกล้อง

๔.๘.๑.๒.๓ การจัดการคุณภาพ Ceylon Tea Board มีบทบาทชัดเจนในการรับรองและควบคุมคุณภาพผ่านระบบ Ceylon Tea Logo ในขณะที่ระบบควบคุมคุณภาพ

ข้าวหอมมะลิของไทยมีหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และองค์การคลังสินค้า

๔.๘.๑.๒.๔ ตลาดส่งออก ชาลังกาส่งออกไปกระจายในหลายตลาดทั่วโลก ในขณะที่ข้าวหอมมะลิไทยมีตลาดหลักในเอเชีย โดยเฉพาะจีน ฮองกง สิงคโปร์ และสหรัฐอเมริกา

๔.๘.๑.๓ บทเรียนที่นำมาประยุกต์ใช้

๔.๘.๑.๓.๑ การสร้างระบบควบคุมคุณภาพที่เข้มแข็ง ประเทศไทยอาจเรียนรู้จาก Ceylon Tea Board ในการสร้างหน่วยงานเดียวที่มีอำนาจชัดเจนในการรับรองและควบคุมคุณภาพข้าวหอมมะลิ การมีเครื่องหมายรับรองที่เข้มแข็งเทียบเท่า Ceylon Tea Logo จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและป้องกันการปลอมแปลง

๔.๘.๑.๓.๒ การพัฒนาสายผลิตภัณฑ์ ไทยอาจพัฒนาผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มจากข้าวหอมมะลิ เช่น ข้าวอินทรีย์ ข้าวที่มีการรับรอง Fair Trade ผลิตภัณฑ์ข้าวสำเร็จรูป หรือผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่มีข้าวหอมมะลิเป็นส่วนประกอบ

๔.๘.๑.๓.๓ การเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เกี่ยวข้องกับข้าวอย่างจริงจัง เช่น พิพิธภัณฑ์ข้าว การเรียนรู้กระบวนการทำนา การท่องเที่ยววิถีชาวนา และการจัดเทศกาลข้าว

๔.๘.๑.๓.๔ การสร้างแบรนด์ระดับโลก แม้ข้าวหอมมะลิมีชื่อเสียง แต่ยังขาดแบรนด์ที่แข็งแกร่งเทียบกับ Dilmah หรือ Basmati จากอินเดีย การสนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทยสร้างแบรนด์ระดับโลกจะช่วยเพิ่มส่วนแบ่งคุณค่าที่เกษตรกรได้รับ

๔.๘.๒ สมุนไพรและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

ไทยมีศักยภาพสูงในอุตสาหกรรมสมุนไพรและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ คล้ายกับเครื่องเทศของศรีลังกา

๔.๘.๒.๑ ความคล้ายคลึง

๔.๘.๒.๑.๑ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ทั้งไทยและศรีลังกามีพืชสมุนไพรที่หลากหลาย ไทยมีขมิ้นชัน กระชาย ไพล ฟ้าทลาย กระเทียม มะขามป้อม และสมุนไพรอื่นๆ อีกมากมาย

๔.๘.๒.๑.๒ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทั้งสองประเทศมีองค์ความรู้แพทย์แผนโบราณที่สั่งสมมาช้านาน ไทยมีการแพทย์แผนไทยและภูมิปัญญาการใช้สมุนไพร ศรีลังกามีการแพทย์อายุรเวทและแพทย์แผนซินฮาလာ

๔.๘.๒.๑.๓ ตลาดที่เติบโต ทั้งสองประเทศตอบสนองความต้องการโลกที่เพิ่มขึ้นสำหรับผลิตภัณฑ์ธรรมชาติและเพื่อสุขภาพ

๔.๘.๒.๒ ความท้าทาย

๔.๘.๒.๒.๑ การขาดมาตรฐานและการรับรอง ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยหลายชนิดยังขาดการรับรองมาตรฐานสากล ซึ่งทำให้ยากในการส่งออกไปยังตลาดที่มีข้อกำหนดเข้มงวด เช่น สหภาพยุโรปและสหรัฐอเมริกา

๔.๘.๒.๒.๒ การวิจัยที่ยังไม่เพียงพอ แม้จะมีองค์ความรู้แพทย์แผนโบราณ แต่การวิจัยทางวิทยาศาสตร์สมัยใหม่ที่พิสูจน์ประสิทธิภาพและความปลอดภัยยังมีจำกัด

๔.๘.๒.๒.๓ การจัดการห่วงโซ่อุปทาน ห่วงโซ่อุปทานสมุนไพรมักไม่มีประสิทธิภาพ เกษตรกรได้รับส่วนแบ่งน้อย ในขณะที่คนกลางได้รับมาก

๔.๘.๒.๓ โอกาส

๔.๘.๒.๓.๑ การพัฒนาอุตสาหกรรมความงามและสปา ผลิตภัณฑ์สปาและความงามที่ใช้สมุนไพรไทยเป็นที่นิยมทั้งในและต่างประเทศ การพัฒนาแบรนด์และมาตรฐานจะช่วยเพิ่มมูลค่า

๔.๘.๒.๓.๒ อาหารเสริมและอาหารเพื่อสุขภาพ การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเสริมจากสมุนไพร เช่น แคปซูลขมิ้นชัน ชากระชาย ผลิตภัณฑ์จากมะขามป้อม

๔.๘.๒.๓.๓ การรับรอง Organic และ GI การได้รับการรับรองจะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและเข้าถึงตลาดพรีเมียม

๔.๘.๒.๓.๔ การเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ไทยเป็นจุดหมายยอดนิยมสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรควบคู่กับบริการสปาและการแพทย์ทางเลือกจะสร้างมูลค่าเพิ่ม

๔.๘.๓ บทเรียนจากศรีลังกา

๔.๘.๓.๑ การสร้างหน่วยงานกลาง เรียนรู้จากโมเดล Ceylon Tea Board ในการจัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบการส่งเสริม พัฒนา และควบคุมคุณภาพอุตสาหกรรมสมุนไพรอย่างเป็นระบบ

๔.๘.๓.๒ การลงทุนในการวิจัย เพิ่มการลงทุนในการวิจัยและพัฒนาเพื่อพิสูจน์คุณสมบัติทางเภสัชวิทยาของสมุนไพรไทย สร้างฐานข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ที่น่าเชื่อถือ

๔.๘.๓.๓ การสร้างมาตรฐานที่สอดคล้องกับสากล พัฒนามาตรฐาน GAP (Good Agricultural Practice) และ GMP (Good Manufacturing Practice) ที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล

๔.๘.๓.๔ การพัฒนาแบรนด์ระดับชาติ สร้างแบรนด์ "Thai Herbs" ที่แข็งแกร่งเทียบกับ "Ceylon Tea" เพื่อสร้างการรับรู้และความเชื่อมั่นในตลาดโลก

๔.๘.๓.๕ การเสริมสร้างความเข้มแข็งของเกษตรกร ส่งเสริมการจัดตั้งสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร สนับสนุนการรับรองอินทรีย์และ Fair Trade เพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองและรายได้

บทสรุป ระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในฐานะภูมิพลังปัญญาพุทธ

บทที่สี่นี้ได้แสดงให้เห็นว่า การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีใช้กระบวนการที่เกิดขึ้นจากความสามารถของผู้สร้างสรรค์หรือกลไกตลาดเพียงอย่างเดียว หากแต่เป็นผลลัพธ์ของระบบนิเวศทางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกันอย่างซับซ้อนการวิเคราะห์องค์ประกอบของระบบนิเวศ ตั้งแต่ผู้สร้างสรรค์ เครือข่าย สถาบัน ไปจนถึงห่วงโซ่คุณค่า ซึ่งเห็นว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์บนฐานพุทธมีศักยภาพในการสร้างความยั่งยืนและความเป็นธรรม หากการพัฒนานั้นตั้งอยู่บนหลักพุทธปัญญา เช่น การพัฒนาจากภายใน ความพอประมาณ และการเกื้อกูลกันในสังคม

กรณีศึกษา Ceylon Tea สะท้อนให้เห็นรูปธรรมของระบบนิเวศดังกล่าว โดยแสดงให้เห็นบทบาทของสถาบัน มาตรฐาน เครือข่ายผู้ผลิต และการสร้างแบรนด์ ที่ช่วยให้ทุนทางวัฒนธรรมและคุณค่าทางสังคมสามารถแปรเปลี่ยนเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืน

บทนี้จึงทำหน้าที่เชื่อมโยงการวิเคราะห์เชิงโครงสร้างกับกรณีศึกษาเชิงรูปธรรม และวางฐานสำหรับการอภิปรายเชิงนโยบายและข้อเสนอเชิงปฏิบัติในบทถัดไป ซึ่งจะมุ่งพิจารณาว่าประเทศไทยสามารถนำบทเรียนจากระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนฐานพุทธมาประยุกต์ใช้ได้อย่างไรในบริบทของตนเอง

บทที่ ๕

เกษตรอินทรีย์และภูมิปัญญาท้องถิ่น

มิติทางสังคมและเศรษฐกิจ

ในยุคที่โลกเผชิญกับวิกฤตสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เกษตรกรรมที่ยั่งยืนกลายเป็นทางเลือกสำคัญที่จะช่วยรักษาสมดุลระหว่างการผลิตอาหารเพื่อเลี้ยงประชากรโลกกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติสำหรับคนรุ่นต่อไป เกษตรอินทรีย์และภูมิปัญญาท้องถิ่นจึงไม่ใช่แค่เทคนิคการผลิต แต่เป็นปรัชญาการดำรงชีวิตที่สอดคล้องกับหลักธรรมทางพุทธศาสนา โดยเฉพาะหลักอหิงสาและปฏิจจนูปบาทที่เน้นความไม่เบียดเบียนและความเชื่อมโยงของทุกสิ่ง ศรีลังกาเป็นตัวอย่างที่น่าสนใจของประเทศที่ผสมผสานระหว่างประวัติศาสตร์เกษตรกรรมยาวนาน ภูมิปัญญาท้องถิ่น และหลักธรรมทางพุทธศาสนาเข้ากับการพัฒนาเกษตรอินทรีย์สมัยใหม่ จากสวนชา Ceylon บนเนินเขาสูง ไปจนถึงสวนเครื่องเทศที่มีชื่อเสียงระดับโลก และสวนพฤกษศาสตร์เปอรานีนียาที่เป็นทั้งแหล่งอนุรักษ์พันธุ์พืชและศูนย์วิจัย ล้วนสะท้อนให้เห็นถึงการบูรณาการระหว่างความรู้แบบดั้งเดิมกับวิทยาศาสตร์สมัยใหม่

บทนี้จะนำเสนอการวิเคราะห์เกษตรอินทรีย์และภูมิปัญญาท้องถิ่นในมิติทางสังคมและเศรษฐกิจ โดยใช้กรณีศึกษาจากศรีลังกาเป็นบทเรียนสำคัญ และเปรียบเทียบกับบริบทของไทย เพื่อให้เห็นโอกาสและความท้าทายในการพัฒนาเกษตรกรรมที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง ซึ่งไม่เพียงแต่สร้างความมั่นคงทางอาหารและรายได้ แต่ยังรักษาสมดุลของธรรมชาติและส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของทุกฝ่ายในสังคม

๕.๑ เกษตรกรรมยั่งยืนและเกษตรอินทรีย์

๕.๑.๑ ความหมายของเกษตรกรรมยั่งยืน

เกษตรกรรมยั่งยืน (Sustainable Agriculture) หมายถึง ระบบการผลิตทางการเกษตรที่สามารถตอบสนองความต้องการด้านอาหารและเส้นใยของมนุษย์ในปัจจุบันโดยไม่ทำลายความสามารถของคนรุ่นต่อไปในการตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งครอบคลุมสามมิติหลัก ได้แก่ มิติเศรษฐกิจ มิติสังคม และมิติสิ่งแวดล้อม จากมุมมองทางสังคมวิทยา เกษตรกรรมยั่งยืนไม่ได้เป็นเพียงเทคโนโลยีหรือวิธีการผลิต แต่เป็นระบบสังคม-นิเวศ (Socio-ecological System)

ที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ ชุมชนกับตลาด ภูมิปัญญาท้องถิ่นกับความรู้สมัยใหม่ และเศรษฐกิจกับวัฒนธรรม การเกษตรยั่งยืนจึงต้องคำนึงถึง:

๕.๑.๑.๑. **ความยั่งยืนทางนิเวศวิทยา** การรักษาความอุดมสมบูรณ์ของดิน คุณภาพน้ำ ความหลากหลายทางชีวภาพ และการหมุนเวียนของธาตุอาหารในระบบนิเวศ

๕.๑.๑.๒. **ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ** การสร้างรายได้ที่มั่นคงและเป็นธรรมแก่เกษตรกร การจัดการความเสี่ยงทางการตลาด และการสร้างมูลค่าเพิ่มจากผลผลิต

๕.๑.๑.๓. **ความยั่งยืนทางสังคม** การสืบทอดภูมิปัญญา การรักษาวัฒนธรรม ชุมชน ความเป็นธรรมในการเข้าถึงทรัพยากร และความมั่นคงทางอาหาร

๕.๑.๑.๔. **ความยั่งยืนทางสถาบัน** การมีส่วนร่วมของชุมชน ระบบการจัดการที่เหมาะสม และนโยบายสาธารณะที่สนับสนุน

๕.๑.๒ หลักการเกษตรอินทรีย์ (Organic Agriculture)

เกษตรอินทรีย์เป็นระบบการผลิตทางการเกษตรที่หลีกเลี่ยงหรือจำกัดการใช้ปุ๋ยเคมี สารเคมี สารกำจัดศัตรูพืชและสัตว์ ฮอร์โมนควบคุมการเจริญเติบโต และสารเติมแต่งอาหารสัตว์ โดยพึ่งพาการหมุนเวียนพืชผล ใช้เศษพืช ปุ๋ยคอก การจัดการทางชีววิทยา และการปลูกพืชหมุนเวียนเพื่อให้ได้ผลผลิต (IFOAM, 2023)

สหพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ (International Federation of Organic Agriculture Movements - IFOAM) ได้กำหนดหลักการเกษตรอินทรีย์ ๔ ประการ ดังนี้:

๕.๑.๒.๑. **หลักสุขภาพ** เกษตรอินทรีย์ควรสนับสนุนและเสริมสร้างสุขภาพของดิน พืช สัตว์ มนุษย์ และโลกในฐานะที่เป็นหนึ่งเดียวและแบ่งแยกไม่ได้ โดยมองว่าสุขภาพที่สมบูรณ์ไม่ใช่เพียงปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ แต่เป็นการดำรงรักษาความสมดุลทางกายภาพ จิตใจ สังคมและนิเวศวิทยา

๕.๑.๒.๒. **หลักนิเวศวิทยา** เกษตรอินทรีย์ควรอิงตามระบบนิเวศและวัฏจักรทางธรรมชาติที่มีชีวิต ทำงานร่วมกับระบบเหล่านั้น เลียนแบบ และช่วยรักษาไว้ โดยเข้าใจว่าการผลิตขึ้นอยู่กับกระบวนการทางนิเวศวิทยาและการหมุนเวียน ซึ่งต้องได้รับการบำรุงรักษาอย่างระมัดระวัง

๕.๑.๒.๓. **หลักความเป็นธรรม** เกษตรอินทรีย์ควรสร้างความสัมพันธ์ที่รับประกันความเป็นธรรมต่อสิ่งแวดล้อมทั่วไปและโอกาสในชีวิต ครอบคลุมความเป็นธรรมต่อมนุษย์ สัตว์ และสิ่งแวดล้อม รวมถึงการค้าที่เป็นธรรมและการกระจายทรัพยากร

๕.๑.๒.๔. **หลักการดูแลรักษา** เกษตรอินทรีย์ควรได้รับการจัดการอย่างระมัดระวังและมีความรับผิดชอบต่อปกป้องสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของคนรุ่นปัจจุบันและอนาคต ตลอดจนสิ่งแวดล้อม โดยใช้หลักความระมัดระวัง (Precautionary Principle) และเทคโนโลยีที่เหมาะสม

๕.๑.๓ ความแตกต่างระหว่างเกษตรอินทรีย์กับเกษตรทั่วไป

การเปรียบเทียบระหว่างเกษตรอินทรีย์กับเกษตรทั่วไป (Conventional Agriculture) สามารถพิจารณาได้จากหลายมิติ ดังนี้

๕.๑.๓.๑. มิติการใช้ปัจจัยการผลิต

เกษตรทั่วไปพึ่งพาปุ๋ยเคมีสังเคราะห์ สารเคมีกำจัดศัตรูพืชและวัชพืช และเทคโนโลยีเมื่อการตัดแปรพันธุกรรม ในขณะที่เกษตรอินทรีย์ใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ปุ๋ยพืชสด การจัดการศัตรูพืชแบบผสมผสาน (Integrated Pest Management) และพันธุ์พืชพื้นเมืองหรือพันธุ์ปรับปรุงที่ไม่ได้มาจากการตัดแปรพันธุกรรม

๕.๑.๓.๒. มิติการจัดการระบบนิเวศ

เกษตรทั่วไปมักเน้นการผลิตพืชเชิงเดี่ยว เพื่อประสิทธิภาพในการจัดการและผลผลิตสูง แต่ทำให้ความหลากหลายทางชีวภาพลดลง ในทางตรงกันข้าม เกษตรอินทรีย์ส่งเสริมความหลากหลายทางชีวภาพ การปลูกพืชหมุนเวียน การปลูกพืชแซม และการเลี้ยงสัตว์ร่วมกับปลูกพืช เพื่อสร้างระบบนิเวศที่สมดุลและยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลง

๕.๑.๓.๓. มิติผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

การใช้สารเคมีในเกษตรทั่วไปส่งผลให้เกิดการปนเปื้อนในดิน น้ำ และอากาศ การสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ และการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ในขณะที่เกษตรอินทรีย์มีแนวโน้มที่จะลดผลกระทบด้านลบเหล่านี้ และมีศักยภาพในการกักเก็บคาร์บอนในดินได้สูงกว่า

๕.๑.๓.๔. มิติผลผลิตและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ

งานวิจัยพบว่าผลผลิตเฉลี่ยของเกษตรอินทรีย์ต่ำกว่าเกษตรทั่วไปประมาณ ๑๐-๒๕% ขึ้นอยู่กับชนิดพืชและสภาพแวดล้อม ดังนั้น เมื่อคำนึงถึงต้นทุนที่แท้จริงรวมถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และราคาขายที่สูงกว่าของผลผลิตอินทรีย์ ความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจอาจใกล้เคียงหรือสูงกว่าในบางกรณี

๕.๑.๓.๕. มิติสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค

ผลิตภัณฑ์จากเกษตรอินทรีย์มีสารตกค้างจากสารเคมีต่ำกว่าหรือไม่มีเลย และการศึกษาบางชิ้นพบว่าอาจมีสารอาหารบางชนิดสูงกว่า แม้ว่าข้อสรุปในเรื่องนี้ยังคงเป็นที่ถกเถียง

๕.๑.๔ ประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ

เกษตรอินทรีย์มีประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพที่สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้:

๕.๑.๔.๑. ประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม

๕.๑.๔.๑.๑ การปรับปรุงคุณภาพดิน การใช้ปุ๋ยอินทรีย์และการหมุนเวียนพืชช่วยเพิ่มปริมาณอินทรีย์วัตถุในดิน ปรับปรุงโครงสร้างดิน และเพิ่มความสามารถในการอุ้มน้ำ

๕.๑.๔.๑.๒ การอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ การไม่ใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชช่วยรักษาแมลงมีประโยชน์ สัตว์ป่า และจุลินทรีย์ในดิน ส่งผลให้ระบบนิเวศมีความสมดุลและยืดหยุ่นมากขึ้น

๕.๑.๔.๑.๓ การลดมลพิษทางน้ำ การไม่ใช้ปุ๋ยเคมีและสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชช่วยลดการชะล้างสารพิษลงสู่แหล่งน้ำ ทำให้คุณภาพน้ำดีขึ้น

๕.๑.๔.๑.๔ การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เกษตรอินทรีย์มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยพื้นที่ต่ำกว่าเกษตรทั่วไป และมีศักยภาพในการกักเก็บคาร์บอนในดินสูงกว่า

๕.๑.๔.๑.๕ การอนุรักษ์พลังงาน การผลิตปุ๋ยเคมีใช้พลังงานมาก เกษตรอินทรีย์ที่ไม่ใช้ปุ๋ยเคมีจึงช่วยประหยัดพลังงานได้

๕.๑.๔.๒.ประโยชน์ต่อสุขภาพ

๕.๑.๔.๒.๑. การลดการสัมผัสสารพิษ เกษตรกรและผู้บริโภคลดความเสี่ยงจากการสัมผัสสารเคมีอันตราย โดยเฉพาะสารกำจัดศัตรูพืชที่อาจเป็นพิษต่อระบบประสาท และเพิ่มความเสี่ยงต่อโรคมะเร็งบางชนิด

๕.๑.๔.๒.๒. คุณภาพทางโภชนาการ แม้ว่าหลักฐานยังมีความแตกต่างกัน แต่การศึกษาบางชิ้นพบว่าผลผลิตอินทรีย์อาจมีสารต้านอนุมูลอิสระและวิตามินบางชนิดสูงกว่า

๕.๑.๔.๒.๓. ความปลอดภัยของอาหาร การไม่ใช้สารเคมีสังเคราะห์ทำให้มั่นใจได้ว่าไม่มีสารตกค้างในอาหารที่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพในระยะยาว

๕.๒ หลักธรรมะกับการเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

๕.๒.๑ หลักอหิงสา (ความไม่เบียดเบียน)

อหิงสา เป็นหลักการสำคัญในพุทธศาสนาที่มีความหมายถึงการไม่ทำร้าย ไม่เบียดเบียนสิ่งมีชีวิตทั้งปวง ทั้งโดยกาย วาจา และใจ หลักการนี้สะท้อนให้เห็นถึงความเคารพต่อชีวิตและความเชื่อมโยงระหว่างสิ่งมีชีวิตทั้งหลาย ซึ่งมีความสอดคล้องอย่างลึกซึ้งกับปรัชญาของเกษตรอินทรีย์และเกษตรกรรมยั่งยืน

ในบริบทของการเกษตร หลักอหิงสาสามารถตีความและนำไปปฏิบัติได้หลายระดับ:

๕.๒.๑.๑. ระดับจุลภาค - การไม่ทำลายสิ่งมีชีวิตในดิน การใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชและปุ๋ยเคมีทำลายจุลินทรีย์และสิ่งมีชีวิตในดินซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อความอุดมสมบูรณ์ของดิน การเกษตรที่สอดคล้องกับหลักอหิงสาจึงหลีกเลี่ยงการใช้สารเหล่านี้และใช้วิธีการทางชีววิทยาแทน

๕.๒.๑.๒. ระดับกลาง - การจัดการศัตรูพืชอย่างมีเมตตา แทนที่จะกำจัดศัตรูพืชทั้งหมด การเกษตรแบบพุทธมองว่าศัตรูพืชเป็นส่วนหนึ่งของระบบนิเวศ โดยใช้วิธีการควบคุมที่สมดุล เช่น การใช้ศัตรูธรรมชาติ การปลูกพืชไล่แมลง และการรักษาความหลากหลายทางชีวภาพ

๕.๒.๑.๓. ระดับมหภาค - ความสัมพันธ์กับระบบนิเวศ การเกษตรที่ปฏิบัติตามหลักอหิงสาคำนึงถึงผลกระทบต่อระบบนิเวศทั้งหมด ไม่เพียงแต่พื้นที่เพาะปลูกเท่านั้น แต่รวมถึง

แหล่งน้ำ ป่าไม้โดยรอบ และบรรยากาศ โดยหลีกเลี่ยงการปฏิบัติที่ทำให้เกิดมลพิษหรือการทำลายสิ่งแวดล้อม

๕.๒.๒ หลักปฏิจจนุปบาท (กฎแห่งเหตุปัจจัย)

ปฏิจจนุปบาท หรือกฎแห่งเหตุปัจจัย เป็นหลักธรรมพื้นฐานของพุทธศาสนาที่อธิบายว่าปรากฏการณ์ทั้งหมดในโลกเกิดขึ้นอาศัยเหตุปัจจัยและความเชื่อมโยงกัน ไม่มีสิ่งใดเกิดขึ้นหรือดำรงอยู่โดยอิสระ หลักการนี้สอดคล้องกับแนวคิดระบบนิเวศและความยั่งยืนในทางนิเวศวิทยาสมัยใหม่

การประยุกต์ใช้หลักปฏิจจนุปบาทในการเกษตร

๕.๒.๒.๑. **ความเข้าใจระบบนิเวศแบบองค์รวม** เกษตรกรที่เข้าใจหลักปฏิจจนุปบาทจะมองเห็นว่า ดิน น้ำ อากาศ พืช สัตว์ และจุลินทรีย์ ล้วนมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน การกระทำที่มีต่อส่วนหนึ่งจะส่งผลกระทบต่อระบบทั้งหมด

๕.๒.๒.๒. **การหมุนเวียนธาตุอาหาร** ระบบเกษตรอินทรีย์ออกแบบให้มีการหมุนเวียนธาตุอาหารภายในระบบ ตามหลักที่ว่าไม่มีอะไรสูญหาย แต่ทุกอย่างเปลี่ยนรูปและกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ เช่น การใช้เศษพืชทำปุ๋ยหมัก มูลสัตว์บำรุงดิน

๕.๒.๒.๓. **การรับรู้ผลกระทบต่อเนื่อง** การใช้สารเคมีวันนี้อาจส่งผลกระทบต่อความอุดมสมบูรณ์ของดินในอนาคต การทำลายป่าเพื่อขยายพื้นที่เพาะปลูกอาจส่งผลกระทบต่อปริมาณน้ำฝนและคุณภาพอากาศ การตระหนักรู้นี้นำไปสู่การตัดสินใจที่คำนึงถึงผลกระทบยาว

๕.๒.๒.๔. **ความสมดุลและความพอเพียง** เมื่อเข้าใจว่าทุกอย่างเชื่อมโยงกัน การแสวงหาผลผลิตสูงสุดโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบอื่น ๆ กลายเป็นเรื่องที่ไม่สมเหตุสมผล แทนที่จะเป็นการแสวงหาความสมดุลระหว่างผลผลิต การอนุรักษ์ทรัพยากร และความเป็นอยู่ที่ดีของทุกฝ่าย

๕.๒.๓ การเกษตรแบบพุทธกับความยั่งยืน

การเกษตรที่มีรากฐานจากหลักธรรมทางพุทธศาสนามีลักษณะสำคัญหลายประการที่สนับสนุนความยั่งยืน:

๕.๒.๓.๑. **สติและการตระหนักรู้ (Mindfulness)** เกษตรกรที่ปฏิบัติธรรมมักมีสติในการสังเกตธรรมชาติ เรียนรู้จากการสังเกตพฤติกรรมของพืช แมลง และสภาพอากาศ ทำให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของพืชและป้องกันปัญหาได้ทันทั่วทั้ง โดยไม่พึ่งพาสารเคมี

๕.๒.๓.๒. ความพอเพียงและการไม่โลภ หลักทางพุทธศาสนาสอนให้รู้จักพอ ไม่โลภมาก ในการเกษตร หมายถึงการไม่แสวงหาผลผลิตสูงสุดโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบ แต่ผลิตในระดับที่เพียงพอและยั่งยืน

๕.๒.๓.๓. เมตตาและความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ การมองเห็นความเชื่อมโยงกับสิ่งมีชีวิตอื่นนำไปสู่การปฏิบัติที่เอื้อเฟื้อต่อสิ่งแวดล้อม การแบ่งปันทรัพยากรกับสิ่งมีชีวิตอื่น และการสร้างระบบที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนและสังคมกว้าง

๕.๒.๓.๔. ความเข้าใจในความไม่เที่ยง (อนิจจัง) การตระหนักว่าทุกสิ่งมีการเปลี่ยนแปลง ช่วยให้เกษตรกรยอมรับความผันแปรของสภาพอากาศและผลผลิต มีความยืดหยุ่นในการปรับตัว และไม่พยายามควบคุมธรรมชาติเกินความจำเป็น

๕.๒.๔ ภูมิปัญญาท้องถิ่นกับการอนุรักษ์ธรรมชาติ

ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการเกษตรมักสอดคล้องกับหลักธรรมทางพุทธศาสนาและแนวคิดความยั่งยืน เนื่องจากพัฒนามาจากการสังเกตและปรับตัวตามธรรมชาติมาเป็นเวลายาวนาน ตัวอย่างภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สะท้อนหลักการเหล่านี้:

๕.๒.๔.๑ ระบบนาขั้นบันได ในพื้นที่ภูเขาของศรีลังกาและไทย ชาวบ้านสร้างนาขั้นบันไดที่ช่วยป้องกันการพังทลายของดิน ชะลอน้ำ และสร้างระบบนิเวศที่หลากหลาย ซึ่งสะท้อนความเข้าใจในการทำงานร่วมกับภูมิประเทศ ไม่บังคับธรรมชาติ

๕.๒.๔.๒ การปลูกพืชแบบผสมผสาน ภูมิปัญญาแบบดั้งเดิมมักปลูกพืชหลายชนิดรวมกัน เลียนแบบความหลากหลายในป่าธรรมชาติ ช่วยลดโรคและแมลง เพิ่มความหลากหลายของอาหาร และสร้างความมั่นคงทางอาหาร

๕.๒.๔.๓ การใช้ปฏิทินเกษตรตามธรรมชาติ การสังเกตดวงดาว ฤดูกาล และพฤติกรรมสัตว์ เพื่อกำหนดเวลาเพาะปลูกที่เหมาะสม สะท้อนความเข้าใจในจังหวะของธรรมชาติ และการทำงานสอดคล้องกับมัน

๕.๒.๔.๔ การอนุรักษ์พันธุ์พืชพื้นเมือง การเก็บรักษาเมล็ดพันธุ์และแบ่งปันในชุมชน ช่วยรักษาความหลากหลายทางพันธุกรรมและความมั่นคงทางอาหาร โดยไม่พึ่งพาบริษัทเมล็ดพันธุ์ข้ามชาติ

การผสมผสานหลักธรรมทางพุทธศาสนากับภูมิปัญญาท้องถิ่นและความรู้สมัยใหม่ จึงเป็นแนวทางที่มีศักยภาพสูงในการพัฒนาระบบเกษตรกรรมที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง โดยคำนึงถึงทั้งมิติทางกายภาพ เศรษฐกิจ สังคม และจิตวิญญาณ

๕.๓ ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการเกษตร

๕.๓.๑ ระบบความรู้พื้นบ้าน (Indigenous Knowledge)

ระบบความรู้พื้นบ้านหรือภูมิปัญญาท้องถิ่น (Indigenous Knowledge Systems - IKS) หมายถึง องค์ความรู้ ทักษะ และปรัชญาที่พัฒนาขึ้นโดยสังคมท้องถิ่นจากประสบการณ์ยาวนานในการปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม เป็นความรู้ที่ส่งผ่านจากรุ่นสู่รุ่นผ่านการปฏิบัติจริงและการสังเกต มักมีลักษณะองค์รวมที่ผสมผสานระหว่างความรู้เชิงประจักษ์ ความเชื่อทางจิตวิญญาณ และระบบคุณค่าของชุมชน

ในบริบทของการเกษตร ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญหลายประการ:

๕.๓.๑.๑ การปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมท้องถิ่น ภูมิปัญญาเกษตรพัฒนาขึ้นเฉพาะในแต่ละพื้นที่ โดยคำนึงถึงสภาพภูมิอากาศ ลักษณะดิน แหล่งน้ำ และสิ่งมีชีวิตในท้องถิ่น ทำให้เหมาะสมและยั่งยืนกว่าเทคโนโลยีที่นำมาจากภายนอกโดยไม่ได้ปรับใช้

๕.๓.๑.๒ ความยืดหยุ่นและความหลากหลาย ระบบเกษตรพื้นบ้านมักมีความหลากหลายของพืชพันธุ์และวิธีการจัดการ ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงจากโรคระบาด ศัตรูพืช และความผันผวนของภูมิอากาศ ความหลากหลายนี้สะท้อนหลักการ "ไม่ใส่ไข่ทั้งหมดในตะกร้าใบเดียว"

๕.๓.๑.๓ ความรู้เชิงนิเวศ เกษตรกรท้องถิ่นมีความรู้ละเอียดเกี่ยวกับพฤติกรรมของพืช แมลง สัตว์ และปรากฏการณ์ธรรมชาติ รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งเหล่านี้ ทำให้สามารถทำนายและจัดการปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยไม่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีราคาแพง

๕.๓.๑.๔ ความยั่งยืนระยะยาว ภูมิปัญญาที่ดำรงอยู่มานานแสดงให้เห็นว่าสามารถรักษาความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรและผลิตอาหารได้อย่างต่อเนื่อง โดยไม่ทำลายฐานทรัพยากร

ตัวอย่างภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการเกษตรในศรีลังกาและไทย

-ระบบชลประทานโบราณ (Ancient Irrigation Systems): ศรีลังกามีระบบชลประทานที่พัฒนามากว่า ๒,๐๐๐ ปี ประกอบด้วยอ่างเก็บน้ำ (Tank) และคลองส่งน้ำที่ออก

แบบอย่างชาวนลาด โดยใช้แรงโน้มถ่วงและเข้าใจการไหลของน้ำตามธรรมชาติ ระบบนี้ยังคงใช้งานได้จนถึงปัจจุบันและเป็นต้นแบบสำหรับการจัดการน้ำอย่างยั่งยืน

-ระบบ Chena (การเพาะปลูกแบบหมุนเวียน): เป็นระบบเกษตรแบบดั้งเดิมของศรีลังกาที่ตัดไม้ในพื้นที่ป่าจำกัด เผาเพื่อเตรียมดิน ปลูกพืชผสมผสานหลายชนิด เก็บเกี่ยว แล้วทิ้งพื้นที่ให้ฟื้นฟูเป็นเวลา ๑๐-๑๕ ปี ก่อนกลับมาใช้อีกครั้ง ระบบนี้ยั่งยืนเมื่อมีที่ดินเพียงพอและประชากรไม่หนาแน่นเกินไป

-การใช้พืชท้องถิ่นและพันธุ์พื้นเมือง: เกษตรกรทั้งในศรีลังกาและไทยรักษาพันธุ์ข้าว ผัก และพืชผลต่าง ๆ ที่ปรับตัวกับสภาพท้องถิ่น ทนต่อโรคและแมลง และให้ผลผลิตที่มั่นคงแม้ในสภาพที่ไม่เอื้ออำนวย

๕.๓.๒ การถ่ายทอดความรู้ข้ามรุ่น

การถ่ายทอดภูมิปัญญาการเกษตรข้ามรุ่นเป็นกลไกสำคัญในการรักษาและพัฒนาความรู้ท้องถิ่น ดังนั้น ในยุคปัจจุบัน การถ่ายทอดนี้กำลังเผชิญกับความท้าทายหลายประการ (Reyes-

๕.๓.๒.๑ รูปแบบการถ่ายทอดความรู้แบบดั้งเดิม:

๕.๓.๒.๑.๑ การเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติ (Learning by Doing) เด็ก และเยาวชนเรียนรู้การเกษตรผ่านการช่วยเหลือผู้ใหญ่ในไร่นาตั้งแต่อายุยังน้อย สังเกตและลงมือทำจริง ไม่ใช่เพียงฟังบรรยาย

๕.๓.๒.๑.๒ การสืบทอดในครอบครัว ความรู้เฉพาะเรื่องการเลือกพันธุ์ เวลาเพาะปลูก เทคนิคการดูแล มักถ่ายทอดจากพ่อแม่สู่ลูก หรือปู่ย่าตายายสู่หลาน ผ่านการสนทนาและการทำงานร่วมกัน

๕.๓.๒.๑.๓ ความรู้ผ่านพิธีกรรมและประเพณี พิธีกรรมทางการเกษตร เช่น พิธีไถนาประดับเกษตร พิธีเลี้ยงผีนา ไม่เพียงแต่เป็นความเชื่อทางจิตวิญญาณ แต่ยังฝังความรู้เกี่ยวกับเวลาที่เหมาะสมและวิธีการปฏิบัติ

๕.๓.๒.๑.๔ การเรียนรู้จากชุมชน การช่วยเหลือกันในฤดูเก็บเกี่ยว การแลกเปลี่ยนเมล็ดพันธุ์ การปรึกษาหารือกันในชุมชน เป็นช่องทางการถ่ายทอดและพัฒนาความรู้

๕.๓.๒.๒ ความท้าทายในการถ่ายทอดความรู้

๕.๓.๒.๒.๑ การย้ายถิ่นของคนรุ่นใหม่ เยาวชนหลายคนอพยพเข้าเมืองเพื่อหางานทำ ทำให้ขาดโอกาสในการเรียนรู้จากรุ่นพ่อแม่ ปู่ย่าตายาย

๕.๓.๒.๒.๒ การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจ วิธีชีวิตที่เปลี่ยนไป การศึกษาแบบสมัยใหม่ที่ไม่เน้นภูมิปัญญาท้องถิ่น และการมุ่งเน้นเกษตรเชิงพาณิชย์ ทำให้ภูมิปัญญาดั้งเดิมถูกมองว่าล้าสมัย

๕.๓.๒.๒.๓ การขาดการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร ภูมิปัญญาส่วนใหญ่เป็นความรู้ที่ถ่ายทอดด้วยวาจา เมื่อผู้รู้เสียชีวิตโดยไม่ได้อาจารย์ทอดต่อ ความรู้นั้นก็สูญหายไป

๕.๓.๒.๒.๔ ผลกระทบของเทคโนโลยีเกษตรสมัยใหม่ การส่งเสริมเทคโนโลยีและปัจจัยการผลิตจากภายนอกโดยไม่คำนึงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ทำให้เกษตรกรละทิ้งวิธีการดั้งเดิม

๕.๓.๓ แนวทางการอนุรักษ์และส่งเสริมการถ่ายทอดความรู้

๕.๓.๓.๑ การบันทึกและจัดทำฐานข้อมูล การสัมภาษณ์และบันทึกภูมิปัญญาจากผู้สูงอายุ การทำวิดีโอสอนวิธีการต่าง ๆ เพื่อเก็บรักษาไว้สำหรับคนรุ่นหลัง

๕.๓.๓.๒ การบูรณาการในหลักสูตรการศึกษา การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ามาสอนในโรงเรียน การจัดกิจกรรมให้เด็กได้เรียนรู้จากผู้รู้ในชุมชน

๕.๓.๓.๓ การสร้างเครือข่ายเกษตรกรรุ่นใหม่ การจัดตั้งกลุ่มเกษตรกรรุ่นใหม่ที่สนใจเกษตรอินทรีย์และเกษตรยั่งยืน เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทั้งภูมิปัญญาเก่าและเทคโนโลยีใหม่

๕.๓.๓.๔ การสร้างแรงจูงใจทางเศรษฐกิจ การสนับสนุนตลาดสำหรับผลผลิตที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น ตลาดสินค้าอินทรีย์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อให้คนรุ่นใหม่เห็นคุณค่าทางเศรษฐกิจของภูมิปัญญา

๕.๓.๔ การผสมผสานภูมิปัญญากับวิทยาศาสตร์สมัยใหม่

การผสมผสานระหว่างภูมิปัญญาท้องถิ่นกับวิทยาศาสตร์สมัยใหม่เป็นแนวทางที่มีศักยภาพสูงในการพัฒนาเกษตรกรรมยั่งยืน โดยอาศัยจุดแข็งของทั้งสองระบบความรู้

๕.๓.๔.๑ จุดแข็งของภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้แก่ ความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับบริบทท้องถิ่น การปรับตัวและพัฒนาเป็นเวลายาวนาน ต้นทุนต่ำและเข้าถึงได้ง่าย สอดคล้องกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิต

๕.๓.๔.๒ จุดแข็งของวิทยาศาสตร์สมัยใหม่ ได้แก่ ความเข้าใจในกลไกและหลักการพื้นฐาน เครื่องมือวิเคราะห์ที่ละเอียดและแม่นยำ ความสามารถในการทดลองและทำซ้ำ การถ่ายทอดความรู้ที่เป็นระบบ

ตัวอย่างการผสมผสาน

-การพัฒนาบุญอินทรีย์ที่มีประสิทธิภาพสูง นำภูมิปัญญาการทำบุญหมักมาวิเคราะห์ทางวิทยาศาสตร์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ เช่น การเลือกสูตรจุลินทรีย์ที่เหมาะสม การควบคุมอุณหภูมิและความชื้น เพื่อให้ได้บุญคุณภาพสูงในเวลาสั้นลง

-การจัดการศัตรูพืชแบบผสมผสาน (IPM) ผสมผสานความรู้พื้นบ้านเรื่องพืชไล่แมลง และศัตรูธรรมชาติ กับความรู้ทางกีฏวิทยาและระบบนิเวศสมัยใหม่ เพื่อออกแบบระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืน

-การปรับปรุงพันธุ์พืช นำพันธุ์พื้นเมืองที่เกษตรกรรักษามาวิเคราะห์ลักษณะทางพันธุกรรม และคัดเลือกหรือผสมพันธุ์เพื่อเพิ่มผลผลิตหรือความทนทานต่อโรค โดยไม่ใช่เทคโนโลยีดัดแปรพันธุกรรม

-การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ นำระบบการทำนายฤดูกาลแบบพื้นบ้านมาผสมผสานกับข้อมูลจากดาวเทียมและแบบจำลองภูมิอากาศ เพื่อให้คำแนะนำที่แม่นยำยิ่งขึ้นแก่เกษตรกร

๕.๓.๕ หลักการสำคัญในการผสมผสาน

๕.๓.๕.๑ การเคารพและให้คุณค่าทั้งสองระบบความรู้ ไม่มองภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นความเชื่อที่ไร้เหตุผล และไม่ยกวิทยาศาสตร์เป็นความจริงเดียวที่ถูกต้อง

๕.๓.๕.๒ การมีส่วนร่วมของชุมชน เกษตรกรท้องถิ่นไม่ใช่เพียงผู้รับเทคโนโลยี แต่เป็นผู้ร่วมสร้างความรู้และตัดสินใจเลือกใช้สิ่งที่เหมาะสมกับบริบทของตน

๕.๓.๕.๓ การทดลองและปรับใช้ในบริบทท้องถิ่น ไม่นำเทคโนโลยีมาใช้โดยตรง แต่ต้องมีการทดลองและปรับแต่งให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม ทรัพยากร และวิถีชีวิตของชุมชน

๕.๓.๕.๔ การเรียนรู้แบบสองทิศทาง นักวิทยาศาสตร์เรียนรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่น และเกษตรกรเรียนรู้หลักการทางวิทยาศาสตร์ เพื่อพัฒนาความเข้าใจร่วมกัน

๕.๓.๖ การจัดการศัตรูพืชแบบธรรมชาติ

การจัดการศัตรูพืชเป็นความท้าทายสำคัญในการเกษตรอินทรีย์ เนื่องจากไม่สามารถใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิทยาศาสตร์สมัยใหม่จึงร่วมกันพัฒนาวิธีการจัดการแบบธรรมชาติที่มีประสิทธิภาพ

๕.๓.๖.๑. การป้องกันและสร้างความทนทาน ได้แก่ การเลือกพันธุ์ที่ทนทาน ใช้พันธุ์พื้นเมืองหรือพันธุ์ที่ปรับปรุงให้ทนต่อโรคและแมลง การจัดการดินให้สมบูรณ์ พืชที่แข็งแรง

จากดินที่ดีมีความสามารถในการต้านทานโรคและแมลงได้ดีกว่า การหมุนเวียนพืช การปลูกพืชหมุนเวียนช่วยลดวงจรของศัตรูพืชและโรคที่เฉพาะเจาะจง

๕.๓.๖.๒. การสร้างความหลากหลายทางชีวภาพ ได้แก่ การปลูกพืชแซม การปลูกพืชหลายชนิดรวมกันช่วยสับสนแมลงศัตรูพืชและดึงดูดแมลงมีประโยชน์ การปลูกพืชไล่แมลง การปลูกพืชบางชนิด เช่น ตะไคร้ ดาวเรือง เพื่อไล่แมลงศัตรูพืช การปลูกพืชดึงดูด การปลูกพืชบางชนิดให้เป็นเหยื่อล่อแมลงศัตรูพืช เพื่อปกป้องพืชหลัก

๕.๓.๖.๓. การใช้ศัตรูธรรมชาติ ได้แก่ การอนุรักษ์ศัตรูธรรมชาติที่มีอยู่ การจัดแหล่งที่อยู่อาศัยและแหล่งอาหารสำหรับแมลงมีประโยชน์ เช่น เต่าทอง ตัวเบียน แมลงหางหนีบ การปล่อยศัตรูธรรมชาติ การเพาะเลี้ยงและปล่อยแมลงมีประโยชน์ เช่น ตัวเบียนกำจัดเพลี้ยอ่อน การใช้จุลินทรีย์ควบคุมศัตรูพืช เช่น *Bacillus thuringiensis* (Bt) สำหรับควบคุมหนอนใบ *Trichoderma* สำหรับควบคุมโรครา

๕.๓.๖.๔. การใช้สารธรรมชาติ ได้แก่ สารสกัดจากพืช เช่น สารสกัดจากสะเดา กระเทียม พริก ยาสูบ ที่มีฤทธิ์ไล่หรือกำจัดแมลง สารอินทรีย์จากธรรมชาติ เช่น น้ำส้มควันไม้ นมสด ที่ช่วยป้องกันโรครา แร่ธาตุธรรมชาติ เช่น กำมะถัน สารประกอบทองแดง ที่ได้รับอนุญาตในมาตรฐานเกษตรอินทรีย์

๕.๓.๖.๕. เทคนิคทางกายภาพและกล ได้แก่ การกำจัดด้วยมือ การเก็บไข่ หนอน และแมลงด้วยมือในพื้นที่เล็ก การใช้กับดักและสิ่งกีดขวาง เช่น กับดักกาวเหนียว กับดักเฟอโรโมน แผ่นพลาสติกคลุมดิน การใช้น้ำพ่น ฉีดน้ำแรงดันแรงเพื่อกำจัดเพลี้ยอ่อนและไข่แมลง

๕.๓.๖.๖. การจัดการสภาพแวดล้อม ได้แก่ การจัดการน้ำ การหลีกเลี่ยงความชื้นสูงเกินไปที่ส่งเสริมการเกิดโรครา การตัดแต่งกิ่ง เพื่อเพิ่มการถ่ายเทอากาศและแสงแดด ลดความชื้นในพุ่มพืช การทำลายแหล่งเพาะพันธุ์ การกำจัดวัชพืชและซากพืชที่เป็นที่อยู่ของศัตรูพืช การจัดการศัตรูพืชแบบธรรมชาติต้องการความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับนิเวศวิทยา ความอดทนในการสังเกตและติดตามอย่างสม่ำเสมอ และความยืดหยุ่นในการปรับวิธีการตามสถานการณ์ แต่ให้ผลลัพธ์ที่ยั่งยืนและปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ

๕.๔ การรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์

๕.๔.๑ มาตรฐาน Organic ระดับสากล

การรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์เป็นกระบวนการตรวจสอบและรับรองโดยองค์กรที่เป็นกลางว่า การผลิตเป็นไปตามหลักการและมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ที่กำหนด มีบทบาทสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค สนับสนุนการค้า และส่งเสริมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์

๕.๔.๑.๑ มาตรฐานเกษตรอินทรีย์สากลที่สำคัญ

๕.๔.๑.๑.๑ Codex Alimentarius Guidelines for Organic Products เป็นแนวทางที่จัดทำโดยคณะกรรมการ Codex Alimentarius ภายใต้องค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) และองค์การอนามัยโลก (WHO) ถือเป็นมาตรฐานอ้างอิงระดับสากลที่ประเทศต่าง ๆ ใช้ในการพัฒนามาตรฐานของตนเอง

๕.๔.๑.๑.๒ IFOAM Organics International Standard มาตรฐานที่จัดทำโดยสหพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ เน้นหลักการพื้นฐาน ๔ ประการ (สุขภาพ นิเวศวิทยา ความเป็นธรรม การดูแลรักษา) และเป็นกรอบอ้างอิงสำหรับมาตรฐานอื่น ๆ (IFOAM, 2023)

๕.๔.๑.๑.๓ EU Organic Regulation (EC No 834/2007 และฉบับปรับปรุง) มาตรฐานของสหภาพยุโรป เข้มงวดและครอบคลุม เป็นหนึ่งในมาตรฐานที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางในตลาดโลก

๕.๔.๑.๑.๔ USDA National Organic Program (NOP) มาตรฐานของกระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา มีความเข้มงวดและเป็นข้อกำหนดสำหรับสินค้าที่จะจำหน่ายในตลาดสหรัฐฯ

๕.๔.๑.๑.๕ JAS (Japanese Agricultural Standard) for Organic Products มาตรฐานของญี่ปุ่น มีข้อกำหนดเฉพาะสำหรับตลาดญี่ปุ่น

๕.๔.๑.๒ หลักการพื้นฐานของมาตรฐานเกษตรอินทรีย์

๕.๔.๑.๒.๑ การห้ามใช้สารสังเคราะห์ ห้ามใช้ปุ๋ยเคมีสังเคราะห์ สารกำจัดศัตรูพืชและวัชพืช ตัวควบคุมการเจริญเติบโต ยาปฏิชีวนะ และฮอร์โมน ยกเว้นในรายการสารที่ได้รับอนุญาต

๕.๔.๑.๒.๒ การห้ามใช้สิ่งมีชีวิตดัดแปรพันธุกรรม (GMOs) ห้ามใช้พืชหรือสัตว์ที่มีการดัดแปรพันธุกรรม รวมถึงผลิตภัณฑ์และอนุพันธ์จาก GMOs

๕.๔.๑.๒.๓ การจัดการดินและพืช ต้องมีการปรับปรุงและรักษาความอุดมสมบูรณ์ของดินด้วยวิธีการทางชีววิทยา การหมุนเวียนพืช และการใช้ปุ๋ยอินทรีย์

๕.๔.๑.๒.๔ การจัดการศัตรูพืชและโรค ใช้การจัดการแบบผสมผสาน (IPM) พึ่งพาวิธีการป้องกัน ศัตรูธรรมชาติ และสารจากธรรมชาติ

๕.๔.๑.๒.๕ สวัสดิภาพสัตว์ สำหรับการเลี้ยงสัตว์ ต้องให้อาหารอินทรีย์ มีพื้นที่กิจกรรมและพฤติกรรมตามธรรมชาติ หลีกเลี่ยงความเครียดและทารุณกรรม

๕.๔.๑.๒.๖ ระยะเวลาเปลี่ยนผ่าน (Conversion Period) พื้นที่ที่จะปลูกพืชอินทรีย์ต้องผ่านการจัดการตามมาตรฐานอินทรีย์เป็นระยะเวลาอย่างน้อย ๒-๓ ปี ก่อนที่ผลผลิตจะได้รับการรับรองเป็นอินทรีย์

๕.๔.๑.๒.๗ การแยกและป้องกันการปนเปื้อน ต้องมีมาตรการแยกผลิตภัณฑ์อินทรีย์จากผลิตภัณฑ์ทั่วไป และป้องกันการปนเปื้อนจากสารต้องห้าม

๕.๔.๑.๒.๘ การตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) ต้องมีระบบบันทึกและสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ตลอดห่วงโซ่การผลิต

๕.๔.๒ กระบวนการขอรับรอง

การขอรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์มีขั้นตอนหลักดังนี้ (Reganold & Wachter, 2023)

๕.๔.๒.๑. การเตรียมการและศึกษาข้อมูล

เกษตรกรต้องศึกษาข้อกำหนดของมาตรฐานที่ต้องการขอรับรอง และประเมินความพร้อมของฟาร์ม รวมถึง ประวัติการใช้พื้นที่ในอดีต ปัจจัยการผลิตที่ใช้ แหล่งน้ำและความเสี่ยงจากการปนเปื้อน ระบบการจัดการที่มีอยู่

๕.๔.๒.๒. การติดต่อองค์กรรับรอง (Certification Body)

เลือกองค์กรรับรองที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐานที่ต้องการ (เช่น ได้รับการรับรองจาก IOAS สำหรับมาตรฐาน IFOAM หรือ accreditation จาก USDA สำหรับ NOP) และสอบถามรายละเอียดค่าใช้จ่ายและเงื่อนไข

๕.๔.๒.๓. การยื่นใบสมัครและเอกสาร

กรอกใบสมัครและส่งเอกสารประกอบ ได้แก่ แผนผังแปลงเพาะปลูก ประวัติการใช้พื้นที่
ย้อนหลัง ๓ ปี แผนการจัดการอินทรีย์ (Organic Management Plan) ที่ระบุวิธีการปลูก การ
จัดการดิน การควบคุมศัตรูพืช การป้องกันการปนเปื้อน บันทึกการผลิต

๕.๔.๒.๔. การตรวจสอบเอกสาร (Desk Assessment)

ผู้ตรวจสอบจะพิจารณาเอกสารว่าครบถ้วนและสอดคล้องกับมาตรฐานหรือไม่ หากพบ
ข้อบกพร่องจะขอให้แก้ไข

๕.๔.๒.๕. การตรวจประเมินในพื้นที่ (On-site Inspection)

ผู้ตรวจสอบจะเข้าเยี่ยมชมฟาร์มเพื่อ ตรวจสอบพื้นที่และความเสี่ยงจากการปนเปื้อน
ตรวจสอบการปฏิบัติจริงว่าสอดคล้องกับเอกสารและมาตรฐานหรือไม่ สุ่มตัวอย่างดิน น้ำ หรือ
ผลผลิต เพื่อตรวจสอบสารตกค้าง (ถ้าจำเป็น) สัมภาษณ์เกษตรกรและบุคลากร ตรวจสอบบันทึกการ
ผลิตและเอกสารต่าง ๆ

๕.๔.๒.๖. การรายงานและพิจารณา

ผู้ตรวจสอบจัดทำรายงานผลการตรวจประเมินส่งคณะกรรมการรับรอง (Certification
Committee) เพื่อพิจารณา หากมีข้อบกพร่องเล็กน้อย (Minor Non-conformity) จะให้เวลา
แก้ไข หากเป็นข้อบกพร่องร้ายแรง (Major Non-conformity) อาจปฏิเสธการรับรอง

๕.๔.๒.๗. การออกใบรับรอง

หากผ่านการพิจารณา องค์กรรับรองจะออกใบรับรอง (Certificate) ที่ระบุขอบเขตการ
รับรอง ระยะเวลาที่ใบรับรองมีผลใช้ได้ (มักเป็นระยะเวลา ๑ ปี) และเงื่อนไข

๕.๔.๒.๘. การตรวจสอบติดตาม (Surveillance)

ในระหว่างที่ใบรับรองมีผลใช้ได้ องค์กรรับรองจะมีการตรวจสอบติดตามอย่างน้อยปีละ
๑ ครั้ง เพื่อให้แน่ใจว่าการปฏิบัติยังคงสอดคล้องกับมาตรฐาน การตรวจสอบติดตามอาจเป็นการ
ตรวจเอกสารหรือการเข้าตรวจในพื้นที่

๕.๔.๒.๙. การต่ออายุใบรับรอง

ก่อนใบรับรองหมดอายุ เกษตรกรต้องยื่นขอต่ออายุ ซึ่งจะมีกระบวนการตรวจประเมิน
ใหม่ เมื่อผ่านการพิจารณาจะได้รับใบรับรองฉบับใหม่

๕.๔.๓ ประโยชน์ของการรับรอง

การได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์มีประโยชน์หลายประการ

๕.๔.๓.๑. การเข้าถึงตลาดและราคาที่สูงกว่า

ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองสามารถขายได้ในตลาดพรีเมียมและส่งออกไปยังประเทศที่ต้องการการรับรอง โดยทั่วไปราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไป ๒๐-๕๐% ขึ้นอยู่กับชนิดสินค้าและตลาด

๕.๔.๓.๒. ความน่าเชื่อถือและการสร้างแบรนด์

ใบรับรองและตราสัญลักษณ์อินทรีย์เป็นหลักประกันให้ผู้บริโภคว่าผลิตภัณฑ์เป็นอินทรีย์จริง ช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความภักดีต่อแบรนด์

๕.๔.๓.๓. การปรับปรุงการจัดการและประสิทธิภาพ

กระบวนการขอรับรองกำหนดให้มีการวางแผน บันทึกข้อมูล และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความยั่งยืนของการผลิต

๕.๔.๓.๔. การสนับสนุนจากภาครัฐ

ในหลายประเทศ เกษตรกรที่ได้รับการรับรองจะได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ เช่น เงินอุดหนุน การฝึกอบรม การช่วยเหลือทางการตลาด

๕.๔.๓.๕. การมีส่วนร่วมในเครือข่ายและการเรียนรู้

เกษตรกรที่ได้รับการรับรองมักมีโอกาสเข้าร่วมเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ และเข้าถึงข้อมูลและเทคโนโลยีใหม่ ๆ

๕.๔.๓.๖. การมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม

การผลิตที่เป็นไปตามมาตรฐานอินทรีย์มีส่วนช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก อนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ และปกป้องสุขภาพของเกษตรกรและผู้บริโภค

๕.๔.๔ ค่าใช้จ่ายและความท้าทาย

แม้จะมีประโยชน์มากมาย แต่การขอรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ก็มีค่าใช้จ่ายและความท้าทายที่เกษตรกรต้องพิจารณา

๕.๔.๔.๑ ค่าใช้จ่าย

๕.๔.๔.๑.๑ ค่าธรรมเนียมการรับรอง รวมค่าสมัคร ค่าตรวจประเมิน และค่าธรรมเนียมรายปี ซึ่งอาจอยู่ในช่วง ๑๐,๐๐๐-๑๐๐,๐๐๐ บาท หรือมากกว่า ขึ้นอยู่กับขนาดฟาร์ม ชนิดผลผลิต และองค์กรรับรอง

๕.๔.๔.๑.๒ ค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนผ่าน ระหว่างระยะเวลาเปลี่ยนผ่าน (๒-๓ ปี) เกษตรกรต้องปฏิบัติตามมาตรฐานอินทรีย์แต่ยังไม่สามารถขายในราคาอินทรีย์ได้ อาจมีรายได้ลดลงในช่วงนี้

๕.๔.๔.๑.๓ ค่าใช้จ่ายในการจัดการเพิ่มเติม เช่น ค่าแรงงานในการจัดการศัตรูพืชแบบธรรมชาติ ค่าวัสดุอินปุติอินทรีย์ ค่าการบันทึกข้อมูลและการจัดการเอกสาร

๕.๔.๔.๒ ความท้าทาย

๕.๔.๔.๒.๑ ความซับซ้อนของมาตรฐานและเอกสาร มาตรฐานอินทรีย์มีข้อกำหนดจำนวนมากและมีความซับซ้อน การจัดเตรียมเอกสารและการบันทึกข้อมูลอาจยากสำหรับเกษตรกรรายย่อยที่มีการศึกษาจำกัด

๕.๔.๔.๒.๒ การปรับเปลี่ยนวิธีการผลิต การเปลี่ยนจากเกษตรทั่วไปมาเป็นเกษตรอินทรีย์ต้องใช้ความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ใหม่ อาจมีความเสี่ยงในช่วงแรก

๕.๔.๔.๒.๓ ความเสี่ยงจากการปนเปื้อน การปนเปื้อนจากพื้นที่ใกล้เคียงหรือแหล่งน้ำอาจทำให้สูญเสียการรับรองหรือต้องทำลายผลผลิต

๕.๔.๔.๒.๔ การขาดองค์กรรับรองในท้องถิ่น ในบางพื้นที่ อาจไม่มีองค์กรรับรองที่เข้าถึงได้ง่าย ทำให้ต้นทุนและความยุ่งยากเพิ่มขึ้น

๕.๔.๔.๓ แนวทางแก้ไขและสนับสนุน

๕.๔.๔.๓.๑ การรับรองแบบกลุ่ม (Group Certification) เกษตรกรรายย่อยรวมกลุ่มกันขอรับรองเป็นกลุ่ม ช่วยลดต้นทุนและแบ่งปันความรู้

๕.๔.๔.๓.๒ ระบบรับรองแบบมีส่วนร่วม (Participatory Guarantee Systems - PGS) เป็นทางเลือกสำหรับตลาดท้องถิ่น ใช้การรับรองโดยเกษตรกรและผู้บริโภคในชุมชน มีต้นทุนต่ำกว่า

๕.๔.๔.๓.๓ การสนับสนุนจากภาครัฐและองค์กรพัฒนาเอกชน การให้เงินอุดหนุนค่าใช้จ่ายในการรับรอง การฝึกอบรม และการให้คำปรึกษา ช่วยลดอุปสรรคและเพิ่มความสำเร็จ

๕.๕ กรอบสังเคราะห์เกษตรอินทรีย์และภูมิปัญญาท้องถิ่นในฐานะภูมิพลังปัญญาพุทธ

จากการวิเคราะห์พัฒนาการของเกษตรอินทรีย์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และบทบาทของพุทธศาสนาในบริบทศรีลังกา ผู้เขียนเห็นว่า เกษตรอินทรีย์มิใช่เพียงแนวทางการผลิตทางการเกษตร หากแต่เป็นกระบวนการพัฒนาที่สะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ ธรรมชาติ และโครงสร้างทางสังคมอย่างลึกซึ้ง

ผู้เขียนเสนอกรอบสังเคราะห์เกษตรอินทรีย์ในฐานะ “ภูมิพลังปัญญาพุทธ” โดยมองว่า พุทธปัญญาทำหน้าที่เป็นทั้งฐานจริยธรรมและกรอบคิดเชิงระบบที่กำกับการตัดสินใจทางเศรษฐกิจ เกษตรอินทรีย์บนฐานพุทธจึงมิได้มุ่งเพิ่มผลผลิตหรือผลกำไรสูงสุด หากแต่มุ่งสร้างความสมดุลระหว่างความมั่นคงทางอาหาร ความยั่งยืนของระบบนิเวศ และคุณภาพชีวิตของเกษตรกรในกรอบนี้ หลักอหิงสาและปฏิเสธสมุภบาทช่วยให้การจัดการทรัพยากรธรรมชาติเป็นไปอย่างระมัดระวัง และคำนึงถึงผลกระทบระยะยาว ขณะที่หลักทางสายกลางทำหน้าที่กำกับไม่ให้เกิดการพัฒนาเบี่ยงไปสู่ความสุดโต่ง ทั้งในด้านการใช้ทรัพยากรและการพึ่งพาตลาด

กรอบสังเคราะห์ดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า เกษตรอินทรีย์บนฐานพุทธมิใช่เพียงทางเลือกเชิงอุดมการณ์ หากแต่เป็นกลไกเชิงปฏิบัติที่สามารถแปลงภูมิปัญญาท้องถิ่นและคุณค่าทางศาสนาให้กลายเป็นพลังทางเศรษฐกิจและสังคมที่ยั่งยืนได้จริง

ตารางที่ ๕ เกษตรอินทรีย์บนฐานพุทธ: มิติ กลไก และผลลัพธ์

มิติการพัฒนา	ฐานพุทธ/ภูมิปัญญา	กลไกการดำเนินการ	ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น
นิเวศ	อหิงสา ปฏิเสธสมุภบาท	ไม่ใช่สารเคมี พืชนุพันธ์	ความยั่งยืนของทรัพยากร
สังคม	กัลยาณมิตร ชุมชน	เครือข่ายเกษตรกร	ลดความเหลื่อมล้ำ
เศรษฐกิจ	ทางสายกลาง	มูลค่าเพิ่มจากคุณภาพ	รายได้มั่นคง
วัฒนธรรม	ภูมิปัญญาท้องถิ่น	ถ่ายทอดองค์ความรู้	อัตลักษณ์สินค้า
สถาบัน	ธรรมาภิบาล	มาตรฐาน/การรับรอง	ความเชื่อมั่นตลาด

๕.๖ กรณีศึกษา: เกษตรอินทรีย์ศรีลังกา

ศรีลังกามีประวัติศาสตร์ยาวนานในการเกษตรที่ผสมผสานระหว่างภูมิปัญญาท้องถิ่นกับหลักธรรมทางพุทธศาสนา การเกษตรอินทรีย์ของศรีลังกาได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างมากในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา โดยเฉพาะในสินค้าเกษตรที่มีชื่อเสียงระดับโลก เช่น ชา Ceylon เครื่องเทศ และผลไม้เขตร้อน

๕.๖.๑ สถานการณ์ปัจจุบันของเกษตรอินทรีย์ศรีลังกา:

๕.๖.๑.๑ พื้นที่เกษตรอินทรีย์ ณ ปี ๒๕๖๗ ศรีลังกา มีพื้นที่เกษตรอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองประมาณ ๒๕,๐๐๐ เฮกตาร์ และพื้นที่ที่อยู่ระหว่างการเปลี่ยนผ่านอีกประมาณ ๑๕,๐๐๐ เฮกตาร์ คิดเป็นประมาณ ๒% ของพื้นที่เกษตรกรรมทั้งหมด

๕.๖.๑.๒ ผลิตภัณฑ์หลัก ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่สำคัญของศรีลังกาได้แก่ ชา Ceylon อินทรีย์ (Ceylon Organic Tea) เครื่องเทศอินทรีย์ โดยเฉพาะอบเชย กานพลู กระวาน และพริกไทย มะพร้าวและผลิตภัณฑ์จากมะพร้าว (น้ำมันมะพร้าว น้ำตาลมะพร้าว) ข้าวอินทรีย์ โดยเฉพาะพันธุ์พื้นเมืองสีแดงและสีดำ ผลไม้เขตร้อน เช่น สับปะรด มะม่วง และกล้วย สมุนไพร และน้ำมันหอมระเหย

๕.๖.๑.๓ ตลาดและการส่งออก ศรีลังกาส่งออกผลิตภัณฑ์อินทรีย์มูลค่าประมาณ ๑๕๐ ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี โดยตลาดหลักคือสหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และออสเตรเลีย ชาอินทรีย์และเครื่องเทศอินทรีย์เป็นรายได้หลักจากการส่งออก

๕.๖.๑.๔ จำนวนเกษตรกร มีเกษตรกรที่ปลูกพืชอินทรีย์ประมาณ ๑๕,๐๐๐ ครัวเรือน ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อยที่มีพื้นที่ต่ำกว่า ๒ เฮกตาร์

๕.๖.๒ ปัจจัยความสำเร็จ

๕.๖.๒.๑ ภูมิอากาศและทรัพยากรธรรมชาติที่เหมาะสม ศรีลังกา มีภูมิอากาศเขตร้อนชื้นที่หลากหลาย ตั้งแต่ที่ราบชายฝั่งจนถึงพื้นที่สูงในภูเขากลาง เหมาะสมกับการปลูกพืชหลากหลายชนิด ปริมาณฝนเพียงพอและดินมีความอุดมสมบูรณ์

๕.๖.๒.๒ มรดกทางเกษตรกรรมและภูมิปัญญา ประวัติศาสตร์เกษตรกรรมยาวนานกว่า ๒,๕๐๐ ปี ภูมิปัญญาในการจัดการน้ำ การปลูกพืชหมุนเวียน และการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ที่สั่งสมมาแต่โบราณ

๕.๖.๒.๓ ชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์ Ceylon ชา Ceylon และเครื่องเทศ Ceylon มีชื่อเสียงระดับโลกด้านคุณภาพ การผลิตแบบอินทรีย์ช่วยเพิ่มมูลค่าและสร้างความแตกต่าง

๕.๖.๒.๔ วัฒนธรรมพุทธและความใส่ใจสิ่งแวดล้อม หลักธรรมทางพุทธศาสนา ที่เน้นความไม่เบียดเบียนและความสอดคล้องกับธรรมชาติ สนับสนุนการเกษตรอินทรีย์ในระดับ วัฒนธรรม

๕.๖.๓ นโยบายส่งเสริมจากภาครัฐ

รัฐบาลศรีลังกาได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ผ่านนโยบายและ มาตรการต่าง ๆ

๕.๖.๓.๑. นโยบายเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ (National Policy on Organic Agriculture)

ประกาศในปี ๒๕๖๓ โดยมีเป้าหมายหลัก ๓ ประการ คือ เพิ่มพื้นที่เกษตรอินทรีย์ให้ ครอบคลุม ๑๐% ของพื้นที่เกษตรกรรมทั้งหมดภายในปี ๒๕๗๓ พัฒนาตลาดภายในประเทศ สำหรับผลิตภัณฑ์อินทรีย์ เพิ่มมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์อินทรีย์

๕.๖.๓.๒. มาตรการสนับสนุนทางการเงิน ได้แก่ เงินอุดหนุนการเปลี่ยนผ่าน ให้เงินสนับสนุนเกษตรกรที่เปลี่ยนจากเกษตรทั่วไปมาเป็นเกษตรอินทรีย์ อัตรา ๒๐,๐๐๐- ๓๐,๐๐๐ รูปีต่อเฮกตาร์ต่อปี (ประมาณ ๓,๐๐๐-๔,๕๐๐ บาท) เป็นเวลา ๓ ปี **ลดหย่อนค่าใช้จ่าย การรับรอง** ภาครัฐสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการขอรับรองมาตรฐานอินทรีย์ถึง ๕๐-๗๕% สำหรับ เกษตรกรรายย่อยและกลุ่มเกษตรกร **สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ** ธนาคารเพื่อการเกษตรและการพัฒนา ชนบทให้สินเชื่อดอกเบี้ยพิเศษ ๔-๖% สำหรับการลงทุนในเกษตรอินทรีย์

๕.๖.๓.๓. การวิจัยและพัฒนา ได้แก่ จัดตั้งศูนย์วิจัยเกษตรอินทรีย์ (Organic Agriculture Research Centre) ภายใต้กระทรวงเกษตร เพื่อวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี ทดลอง พันธุ์พืชที่เหมาะสมกับระบบอินทรีย์ พัฒนาปุ๋ยชีวภาพและสารชีวภัณฑ์ควบคุมศัตรูพืช สาธิตแปลง เกษตรอินทรีย์ในภูมิภาคต่าง ๆ

๕.๖.๓.๔. การพัฒนาบุคลากรและถ่ายทอดความรู้ ได้แก่ การฝึกอบรม เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ จัดหาฟาร์มต้นแบบและศูนย์เรียนรู้ในแต่ละ จังหวัด ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเกษตรกร (Farmer-to-Farmer Learning) จัดการ ฝึกอบรมและให้การรับรองผู้ตรวจสอบภายใน (Internal Inspectors) เพื่อลดต้นทุนการรับรอง

๕.๖.๓.๕. การพัฒนาตลาดและมูลค่าเพิ่ม ได้แก่ การสนับสนุนการจัดตั้งตลาดเกษตรกรอินทรีย์ (Organic Farmers' Markets) ในเมืองใหญ่ ส่งเสริมการจัดตั้งกลุ่มผู้ผลิตและสหกรณ์เพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองและการเข้าถึงตลาด สนับสนุนการแปรรูปและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่า ส่งเสริมการส่งออกผ่านการจัดนิทรรศการในต่างประเทศและการเชื่อมโยงกับผู้นำเข้า

๕.๖.๓.๖. นโยบายที่เป็นประเด็นถกเถียง (ปี ๒๕๖๔)

ในปี ๒๕๖๔ รัฐบาลศรีลังกาประกาศนโยบายห้ามนำเข้าและใช้ปุ๋ยเคมีและสารเคมีกำจัดศัตรูพืชทั้งหมด โดยมีเป้าหมายให้ประเทศเปลี่ยนเป็นเกษตรอินทรีย์ ๑๐๐% ภายในระยะเวลาสั้น ดังนั้น นโยบายนี้ขาดการเตรียมการและสนับสนุนที่เพียงพอ ส่งผลให้ผลผลิตข้าวและพืชอื่น ๆ ลดลงอย่างรุนแรง ราคาอาหารสูงขึ้น และเกิดความไม่พอใจในหมู่เกษตรกร รัฐบาลจึงต้องยกเลิกนโยบายนี้ภายในไม่กี่เดือน บทเรียนจากนโยบายนี้แสดงให้เห็นว่า การเปลี่ยนผ่านสู่เกษตรอินทรีย์ต้องเป็นไปอย่างค่อยเป็นค่อยไป มีการเตรียมการที่ดี การสนับสนุนที่เพียงพอ และการมีส่วนร่วมของเกษตรกร ไม่สามารถบังคับให้เปลี่ยนแปลงอย่างกะทันหันได้

๕.๖.๔ องค์กรและเครือข่ายเกษตรอินทรีย์

ศรีลังกามีองค์กรและเครือข่ายที่สนับสนุนการพัฒนาเกษตรอินทรีย์หลายองค์กร

๕.๖.๔.๑. Lanka Organic Agriculture Movement (LOAM)

เป็นองค์กรเครือข่ายหลักที่รวมเกษตรกร องค์กรพัฒนาเอกชน ผู้บริโภค และนักวิชาการ ที่สนใจเกษตรอินทรีย์ มีบทบาทในการ ส่งเสริมและสนับสนุนเกษตรกรในการเปลี่ยนผ่านสู่เกษตรอินทรีย์ จัดการฝึกอบรมและแลกเปลี่ยนความรู้ ผลักดันนโยบายเกษตรอินทรีย์กับภาครัฐ ดำเนินงานระบบรับรองแบบมีส่วนร่วม (PGS)

๕.๖.๔.๒. Institute for Policy Studies (IPS) - Organic Agriculture Program

สถาบันวิจัยที่ทำการศึกษาและวิเคราะห์นโยบาย เศรษฐกิจ และสังคมของเกษตรอินทรีย์ เพื่อให้ข้อเสนอแนะแก่ภาครัฐและภาคเอกชน

๕.๖.๔.๓. Bio Foods (Pvt) Ltd และ Lanka Organics

บริษัทผู้ผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์อินทรีย์รายใหญ่ที่ทำงานร่วมกับเกษตรกรหลายพันราย ให้การสนับสนุนด้านเทคนิค การรับรอง และการตลาด

๕.๖.๔.๔. Sri Lanka Export Development Board (EDB)

หน่วยงานภาครัฐที่ส่งเสริมการส่งออก มีหน่วยงานเฉพาะด้านผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ให้ข้อมูลตลาด จัดนิทรรศการ และเชื่อมโยงผู้ผลิตกับผู้นำเข้าต่างประเทศ

๕.๖.๔.๕. Small Organic Farmers Association (SOFA)

สมาคมเกษตรกรรายย่อยที่ปลูกพืชอินทรีย์ มีสมาชิกกว่า ๕,๐๐๐ ครัวเรือน ทำงานในรูปแบบสหกรณ์ มีการรับรองแบบกลุ่มและการตลาดรวม

๕.๖.๔.๖. Certification Bodies

ได้แก่ Control Union Sri Lanka - องค์กรรับรองระดับสากลที่ให้บริการรับรองตามมาตรฐาน EU, USDA NOP, และ JAS , Ceylon Organic Certifiers - องค์กรรับรองท้องถิ่นที่ได้รับการรับรองจาก IFOAM

๕.๖.๕ ตลาดส่งออกและโอกาส

ตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์อินทรีย์ของศรีลังกามีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีจุดแข็งและโอกาสหลายประการ

๕.๖.๕.๑ ตลาดส่งออกหลัก

๕.๖.๕.๑.๑ สหภาพยุโรป เป็นตลาดใหญ่ที่สุด คิดเป็นประมาณ ๔๕% ของมูลค่าการส่งออก ผลิตภัณฑ์หลักคือชา เครื่องเทศ และน้ำมันมะพร้าว ผู้บริโภคในยุโรปให้ความสำคัญกับคุณภาพ ความยั่งยืน และจริยธรรมในการผลิต

๕.๖.๕.๑.๒ สหรัฐอเมริกา คิดเป็นประมาณ ๓๐% ตลาดเติบโตเร็ว โดยเฉพาะในกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องเทศ สมุนไพร และซูเปอร์ฟู้ด

๕.๖.๕.๑.๓ ญี่ปุ่น คิดเป็นประมาณ ๑๕% ผู้บริโภคญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและคุณภาพสูง ยินดีจ่ายราคาพรีเมียมสำหรับผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่มีการรับรองและตรวจสอบย้อนกลับได้

๕.๖.๕.๑.๔ ออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ ตลาดขนาดกลางแต่มีความต้องการผลิตภัณฑ์อินทรีย์คุณภาพสูง

๕.๖.๕.๑.๕ ตลาดเกิดใหม่ในเอเชีย จีน เกาหลีใต้ สิงคโปร์ และฮ่องกง มีอัตราการเติบโตสูง เนื่องจากกำลังซื้อเพิ่มขึ้นและความตระหนักรู้ด้านสุขภาพ

๕.๖.๕.๒ จุดแข็งในการแข่งขัน

๕.๖.๕.๒.๑ คุณภาพและชื่อเสียง ผลิตภัณฑ์ Ceylon โดยเฉพาะชาและเครื่องเทศ มีชื่อเสียงด้านคุณภาพระดับโลก

๕.๖.๕.๒.๒ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ สามารถผลิตพืชเขตร้อนหลากหลายชนิดตลอดทั้งปี

๕.๖.๕.๒.๓ ราคาที่แข่งขันได้ ต้นทุนแรงงานและที่ดินต่ำกว่าในหลายประเทศพัฒนาแล้ว

๕.๖.๕.๒.๔ ความยั่งยืนและจริยธรรม การผลิตที่เน้นความเป็นธรรมต่อเกษตรกร การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคม ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่

๕.๖.๕.๓ โอกาสและแนวโน้ม

๕.๖.๕.๓.๑ ตลาดอินทรีโยโลกเติบโตต่อเนื่อง มูลค่าตลาดอินทรีโยทั่วโลกเติบโตเฉลี่ย ๘-๑๐% ต่อปี โดยเฉพาะในประเทศพัฒนาแล้วและตลาดเกิดใหม่

๕.๖.๕.๓.๒ ความต้องการผลิตภัณฑ์เฉพาะ ชูเปอร์ฟู้ด ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ และผลิตภัณฑ์ที่มีเรื่องราวและต้นกำเนิดที่ชัดเจน มีความต้องการสูง

๕.๖.๕.๓.๓ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร สวนชาและสวนเครื่องเทศ สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว สร้างรายได้เพิ่มเติมและโปรโมตผลิตภัณฑ์

๕.๖.๕.๓.๔ ความร่วมมือระดับภูมิภาค ศรีลังกาสามารถเป็นศูนย์กลางเกษตรอินทรีย์ในภูมิภาคเอเชียใต้ แลกเปลี่ยนความรู้และเทคโนโลยีกับประเทศเพื่อนบ้าน

๕.๖.๕.๔ ความท้าทาย

๕.๖.๕.๔.๑ การแข่งขันที่รุนแรง ประเทศอื่น ๆ ในเอเชีย เช่น อินเดีย เวียดนาม และไทย กำลังพัฒนาเกษตรอินทรีย์อย่างจริงจัง

๕.๖.๕.๔.๒ มาตรฐานและข้อกำหนดที่เข้มงวด ตลาดส่งออกมีข้อกำหนดด้านคุณภาพ ความปลอดภัย และการรับรองที่เข้มงวดและเปลี่ยนแปลงบ่อย

๕.๖.๕.๔.๓ ต้นทุนโลจิสติกส์ การขนส่งและโลจิสติกส์มีต้นทุนสูง โดยเฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์สดที่ต้องควบคุมอุณหภูมิ

๕.๖.๕.๔ ขนาดเล็กและกระจัดกระจาย เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นรายย่อย การรวบรวมผลผลิตและการจัดการคุณภาพให้สม่ำเสมอเป็นความท้าทาย

๕.๗ เปรียบเทียบกับเกษตรกรอินทรีย์ไทย

๕.๗.๑ ข้าวอินทรีย์ ผักอินทรีย์

เกษตรกรอินทรีย์ของไทยมีพัฒนาการและลักษณะเฉพาะที่น่าสนใจ โดยเฉพาะในด้านข้าวและผักอินทรีย์ซึ่งเป็นพืชหลักของประเทศ (ชัยวัฒน์ และคณะ, ๒๕๖๖)

๕.๗.๑.๑ ข้าวอินทรีย์ไทย

๕.๗.๑.๑.๑ สถานการณ์และศักยภาพ ไทยมีพื้นที่ปลูกข้าวอินทรีย์ประมาณ ๓๐๐,๐๐๐ ไร่ (๔๘,๐๐๐ เฮกตาร์) คิดเป็นประมาณ ๐.๔% ของพื้นที่ปลูกข้าวทั้งหมด เกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ประมาณ ๔๐,๐๐๐ ครัวเรือน ส่วนใหญ่เป็นรายย่อยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือ ผลผลิตข้าวอินทรีย์ประมาณ ๑๕๐,๐๐๐ ตัน ส่วนใหญ่ส่งออกยุโรป สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น ข้าวอินทรีย์ไทยมีชื่อเสียงด้านคุณภาพ โดยเฉพาะข้าวหอมมะลิอินทรีย์

๕.๗.๑.๑.๒ เทคนิคการปลูก ใช้ปุ๋ยอินทรีย์และปุ๋ยพืชสด เช่น ปุ๋ยหมัก ปุ๋ยคอก โปทปุ๋ย จัดการวัชพืชโดยการไถกลบ การใช้เปิดกำจัดวัชพืช และการถอนด้วยมือ ใช้น้ำหมักชีวภาพและจุลินทรีย์ท้องถิ่นบำรุงดินและพืช การจัดการศัตรูพืชโดยวิธีธรรมชาติ เช่น ไฟดักแมลง กับดักฟีโรโมน พืชดักแมลง หมุนเวียนพืชกับถั่วเขียว ถั่วเหลือง หรือปลอยนาพักดิน

๕.๗.๑.๑.๓ ความท้าทายและการพัฒนา ผลผลิตข้าวอินทรีย์ต่ำกว่าข้าวทั่วไปประมาณ ๒๐-๓๐% โดยเฉพาะในช่วงแรกของการเปลี่ยนผ่าน ต้นทุนแรงงานสูงขึ้นจากการจัดการวัชพืชด้วยมือหรือเครื่องจักร การปนเปื้อนจากแปลงข้างเคียงที่ใช้สารเคมี ตลาดและราคารับซื้อยังไม่มั่นคงเพียงพอในบางพื้นที่ ความต้องการสนับสนุนด้านเทคนิคและการตลาดจากภาครัฐและเอกชน

๕.๗.๑.๒ ผักอินทรีย์ไทย

๕.๗.๑.๒.๑ สถานการณ์และแนวโน้ม พื้นที่ปลูกผักอินทรีย์ประมาณ ๕๐,๐๐๐ ไร่ (๘,๐๐๐ เฮกตาร์) ตลาดผักอินทรีย์ในประเทศขยายตัวเร็ว เนื่องจากความตระหนักด้านสุขภาพเพิ่มขึ้น มีตลาดเกษตรกรอินทรีย์ในเมืองใหญ่ ร้านค้าออนไลน์ และระบบ CSA

(Community Supported Agriculture) ผักอินทรีย์มีราคาสูงกว่าผักทั่วไป ๓๐-๕๐% ขึ้นอยู่กับชนิดและช่องทางการจำหน่าย

๕.๗.๑.๒.๒ ชนิดผักที่นิยมปลูก ผักสลัด ผักกาดหอม คื่นช่าย ผักบุ้งจีน ผักพื้นเมือง เช่น ผักหวานป่า ผักกูด ผักแว่น พืชผักเครื่องเคียง เช่น พริก มะเขือ ผักชี ผักรากและหัว เช่น แครอท หัวผักกาด

๕.๗.๑.๒.๓ เทคนิคและนวัตกรรม ระบบ High Bed หรือแปลงยกสูง ช่วยระบายน้ำและจัดการง่าย การใช้แมลงศัตรูธรรมชาติ เช่น ตัวห้ำ ตัวเบียน จากการผลิตเชิงพาณิชย์ ระบบโรงเรือนควบคุมภาคภูมิอากาศสำหรับผักสลัดและผักต่างประเทศ การใช้ Hydroponics แบบอินทรีย์ (Organic Hydroponics) ในพื้นที่จำกัด การจัดการโรคพืชด้วยจุลินทรีย์ปฏิปักษ์ เช่น Trichoderma, Bacillus

๕.๗.๒ สมุนไพรและพืชเศรษฐกิจ

๕.๗.๒.๑ สมุนไพรอินทรีย์ไทย

ไทยมีความหลากหลายของสมุนไพรพื้นเมืองและมีความรู้แพทย์แผนไทยที่สั่งสมชำนาน การผลิตสมุนไพรอินทรีย์จึงมีศักยภาพสูง (สุภาพร และคณะ, ๒๕๖๗)

๕.๗.๒.๑.๑ สมุนไพรที่มีการผลิตอินทรีย์ ขมิ้นชัน ไพล ข่า ข้าวเหนียวดำ กระชายดำ ดีปลี ทางไพล มะรุม โหระพา กะเพรา ผักเชียงดา ผักหวานป่า ผักเหลียง

๕.๗.๒.๑.๒ มูลค่าและตลาด สมุนไพรสดและแห้งส่งออก รวมถึงสารสกัดและผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ตลาดยุโรปและญี่ปุ่นต้องการสมุนไพรอินทรีย์ที่มีการรับรองมาตรฐาน อุตสาหกรรมเครื่องสำอาง SPA และความงามใช้สมุนไพรอินทรีย์

๕.๗.๒.๑.๓ การพัฒนาและส่งเสริม กรมการแพทย์แผนไทยและแพทย์ทางเลือก สนับสนุนการปลูกสมุนไพรคุณภาพ โครงการหมู่บ้านสมุนไพรเพื่อสุขภาพ (Herbal Village) การวิจัยและพัฒนาสมุนไพรในมหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัย

๕.๗.๒.๒ พืชเศรษฐกิจอินทรีย์อื่น ๆ

๕.๗.๒.๒.๑ ผลไม้อินทรีย์ มะม่วง ลำไย ลิ้นจี่ทุเรียน มังคุด ส้มโอ มะนาว ฝรั่ง กล้วย ตลาดส่งออกผลไม้อินทรีย์มีแนวโน้มดี โดยเฉพาะจีนและตะวันออกกลาง

๕.๗.๒.๒.๒ กาแฟอินทรีย์ ปลูกในภาคเหนือ โดยเฉพาะเชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน กาแฟอาราบิก้าอินทรีย์ไทยมีคุณภาพสูง ได้รับรางวัลระดับนานาชาติ ตลาดกาแฟพิเศษ (Specialty Coffee) ต้องการกาแฟอินทรีย์

๕.๗.๒.๒.๓ ยางพาราอินทรีย์ เริ่มมีการผลิตยางพาราอินทรีย์เพื่อตอบสนองความต้องการของอุตสาหกรรมยางระดับโลก การจัดการแบบอินทรีย์ช่วยรักษาสุขภาพของต้นยางพาราและยืดอายุการให้ผลผลิต

๕.๗.๓ โอกาสและความท้าทาย

๕.๗.๓.๑ โอกาสของเกษตรอินทรีย์ไทย

๕.๗.๓.๑.๑ ตลาดที่เติบโต ตลาดอินทรีย์ในประเทศขยายตัวเฉลี่ย ๑๕-๒๐% ต่อปี ผู้บริโภคไทยให้ความสำคัญกับสุขภาพและความปลอดภัยของอาหารมากขึ้น ตลาดส่งออกในเอเชีย โดยเฉพาะจีน มีศักยภาพสูง

๕.๗.๓.๑.๒ ความหลากหลายของพืช ไทยมีสภาพภูมิอากาศและดินที่หลากหลาย สามารถปลูกพืชได้หลายชนิด มีภูมิปัญญาท้องถิ่นและพืชพื้นเมืองที่สามารถพัฒนาเป็นสินค้าเฉพาะ (Niche Products)

๕.๗.๓.๑.๓ การสนับสนุนจากภาครัฐ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีนโยบายส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ มีเงินอุดหนุนและโครงการสนับสนุนการเปลี่ยนผ่าน พัฒนามาตรฐานเกษตรอินทรีย์ไทย (Organic Thailand) และระบบ PGS

๕.๗.๓.๑.๔ เทคโนโลยีและนวัตกรรม มีการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีเกษตรอินทรีย์ในมหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัย นวัตกรรมการตลาดออนไลน์และ E-commerce ช่วยเชื่อมโยงเกษตรกรกับผู้บริโภค แอปพลิเคชันและระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) สร้างความเชื่อมั่น

๕.๗.๓.๒ ความท้าทาย

๕.๗.๓.๒.๑ ขนาดแปลงเล็กและกระจายกระจาย เกษตรกรไทยส่วนใหญ่มีที่ดินเล็ก ๑๐-๒๐ ไร่ ทำให้ต้นทุนต่อหน่วยสูง การรวบรวมผลผลิตและการจัดการโลจิสติกส์มีความซับซ้อน

๕.๗.๓.๒.๒ ความรู้และทักษะ เกษตรกรขาดความรู้และทักษะในการจัดการเกษตรอินทรีย์ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมบางส่วนยังขาดความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

๕.๗.๓.๒.๓ ต้นทุนและการรับรอง ค่าใช้จ่ายในการขอรับรองมาตรฐานสากลสูง สำหรับเกษตรกรรายย่อย ระยะเวลาเปลี่ยนผ่านอาจมีรายได้ลดลง

๕.๗.๓.๒.๔ โครงสร้างพื้นฐานและตลาด ขาดโรงงานแปรรูปและห้องเย็นสำหรับผลผลิตอินทรีย์ การกระจายตัวของช่องทางการตลาดยังไม่ทั่วถึง ตลาดปลายทางบางส่วนยังไม่พร้อมจ่ายราคาพรีเมียมอย่างเหมาะสม

๕.๗.๓.๒.๕ การปนเปื้อนและการบังคับใช้กฎหมาย ปัญหาการปนเปื้อนจากแปลงข้างเคียงและแหล่งน้ำ การบังคับใช้กฎหมายและการลงโทษผู้ที่ปลอมแปลงสินค้าอินทรีย์ยังไม่เข้มงวดเพียงพอ

๕.๗.๓.๓ บทเรียนจากศรีลังกาสำหรับไทย

๕.๗.๓.๓.๑ การสร้างชื่อเสียงและแบรนด์ ศรีลังกาประสบความสำเร็จในการสร้างแบรนด์ "Ceylon" ที่มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับ ไทยควรพัฒนาแบรนด์ "Organic Thailand" ให้แข็งแกร่ง

๕.๗.๓.๓.๒ การผสมผสานการท่องเที่ยวกับการเกษตร สวนชาและสวนเครื่องเทศของศรีลังกาสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ไทยควรพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์มากขึ้น

๕.๗.๓.๓.๓ การอนุรักษ์พันธุ์พืชและภูมิปัญญา สวนพฤกษศาสตร์เปอราเดเนียเป็นตัวอย่างที่ดีของการผสมผสานการอนุรักษ์ การวิจัย และการท่องเที่ยว ไทยควรพัฒนาบทบาทของสวนพฤกษศาสตร์ในทิศทางเดียวกัน

๕.๗.๓.๓.๔ การสนับสนุนเกษตรกรรายย่อย ศรีลังกาใช้รูปแบบการรับรองแบบกลุ่มและ PGS เพื่อลดต้นทุน ไทยควรส่งเสริมรูปแบบเหล่านี้มากขึ้น

๕.๗.๓.๓.๕ ความระมัดระวังในการเปลี่ยนแปลงนโยบาย บทเรียนจากนโยบายเกษตรอินทรีย์ ๑๐๐% ของศรีลังกาในปี ๒๕๖๔ ที่ล้มเหลว เตือนให้ไทยระมัดระวังในการเปลี่ยนแปลงนโยบายอย่างกะทันหัน ต้องมีการเตรียมการ การทดลอง และการสนับสนุนที่เพียงพอ

บทสรุป เกษตรอินทรีย์ในฐานะภูมิพลังปัญญาพุทธ

บทที่ห้านี้ได้แสดงให้เห็นว่า เกษตรอินทรีย์และภูมิปัญญาท้องถิ่นมิใช่เพียงกิจกรรมทางการผลิต หากแต่เป็นส่วนหนึ่งของระบบเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมที่ฝังรากอยู่ในพุทธศาสนาและวิถีชีวิตของชุมชนศรีลังกาการวิเคราะห์กรณีศึกษาศรีลังกาชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ที่ยั่งยืนจำเป็นต้องอาศัยทั้งกรอบคิดทางพุทธ จริยธรรมการผลิต เครือข่ายทางสังคม และกลไกสถาบันที่เหมาะสม ความล้มเหลวเชิงนโยบายในบางช่วงเวลาได้สะท้อนข้อจำกัดของการมองเกษตรอินทรีย์ในมิติเทคนิคหรือการเมืองเพียงอย่างเดียว โดยละเลยมิติทางสังคมและจิตวิญญาณ

บทนี้จึงทำหน้าที่ต่อยอดแนวคิด “ภูมิพลังปัญญาพุทธ” ในฐานะกรอบการพัฒนาที่เริ่มต้นจากการพัฒนาคน ชุมชน และความสัมพันธ์กับธรรมชาติ ก่อนจะขยายไปสู่การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจในระดับตลาดและนโยบาย ในภาพรวม บทที่ห้าได้แสดงให้เห็นศักยภาพของเกษตรอินทรีย์บนฐานพุทธในฐานะเครื่องมือการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นบทเรียนสำคัญสำหรับประเทศที่มีรากฐานทางพุทธศาสนา รวมถึงประเทศไทย ในการออกแบบนโยบายและแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในอนาคต

บทที่ ๖

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและจิตวิญญาณ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและจิตวิญญาณกำลังกลายเป็นกระแสสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโลก โดยเฉพาะในประเทศที่มีมรดกทางพุทธศาสนาอันยาวนาน ศรีลังกาเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางที่โดดเด่นที่สุดสำหรับนักจาริกแสวงบุญและนักท่องเที่ยวที่แสวงหาความหมายทางจิตวิญญาณ ด้วยมรดกโลก UNESCO ๘ แห่ง ซึ่ง ๖ แห่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนาโดยตรง ศรีลังกาจึงเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญสำหรับประเทศไทยในการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทนี้

บทนี้นำเสนอการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและจิตวิญญาณในศรีลังกา ตั้งแต่แนวคิดพื้นฐาน บทบาทของ UNESCO การจัดการมรดกโลก ไปจนถึงรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งการจาริกแสวงบุญ การท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการพัฒนาเส้นทาง Buddhist Circuit การวิเคราะห์ครอบคลุมทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม พร้อมกรณีศึกษาที่สะท้อนทั้งความสำเร็จและความท้าทาย ส่วนสุดท้ายของบทนำเสนอการเปรียบเทียบกับไทย ชี้ให้เห็นโอกาสและแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและจิตวิญญาณของไทยให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืนยิ่งขึ้น การเรียนรู้จากประสบการณ์ของศรีลังกาจะช่วยให้เราเข้าใจว่า การท่องเที่ยวสามารถเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม สร้างรายได้ให้ชุมชน และส่งเสริมความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรมได้อย่างไร หากมีการวางแผนและการจัดการที่ดี

๖.๑ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism)

๖.๑.๑ ความหมายและความสำคัญ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการเรียนรู้และสัมผัสประสบการณ์ทางวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนต่างๆ องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ให้คำนิยามว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมคือการเคลื่อนย้ายของบุคคลเพื่อวัตถุประสงค์ทางวัฒนธรรมโดยเฉพาะ เช่น การศึกษาดูงาน การแสดงศิลปะและ

วัฒนธรรม เทศกาลต่างๆ การเยี่ยมชมแหล่งโบราณสถาน และการศึกษาธรรมชาติ รวมถึงการแสวงหาศิลปะ มรดกทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของสถานที่ที่เยือน (ศรีวิมล ศรีสุชาติ, ๒๕๖๕)

ในบริบทของพุทธศาสนา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสืบทอดและเผยแพร่คุณค่าทางจิตวิญญาณ ดังที่ Richards (2021) ชี้ให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในศตวรรษที่ ๒๑ ไม่ได้เป็นเพียงการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม แต่เป็นกระบวนการสร้างความหมายและประสบการณ์ที่มีคุณค่าต่อทั้งนักท่องเที่ยวและชุมชนเจ้าของวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรม ส่งเสริมสันติภาพ และพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนสำหรับประเทศที่มีมรดกทางพุทธศาสนา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในการ (๑) อนุรักษ์และฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรม (๒) สร้างรายได้และการจ้างงานให้กับชุมชน (๓) เสริมสร้างความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (๔) ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างวัฒนธรรม และ (๕) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในชุมชน (วิไลวรรณ อินทนนท์ และคณะ, ๒๕๖๖)

๖.๑.๒ ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถแบ่งออกเป็นหลายประเภทตามลักษณะของทรัพยากรและกิจกรรม ได้แก่

๖.๑.๒.๑ การท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม (Heritage Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการเยี่ยมชมแหล่งมรดกทางวัฒนธรรม ทั้งที่จับต้องได้ เช่น โบราณสถาน วัดวาอาราม พระธาตุ พระพุทธรูป และสิ่งก่อสร้างทางศาสนา และมรดกที่จับต้องไม่ได้ เช่น พิธีกรรม ประเพณี ภูมิปัญญา และความเชื่อทางศาสนา ในศรีลังกา มรดกวัฒนธรรมที่สำคัญ ได้แก่ เมืองโบราณอนูราธปุระ พระราชวังซีเกิริยา และวัดพระธาตุเขี้ยวแก้วกันดี้ ซึ่งล้วนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก (ศรีสุตา วงศ์สุวรรณ, ๒๕๖๔)

๖.๑.๒.๒ การท่องเที่ยวเชิงศิลปะและสถาปัตยกรรม (Arts and Architecture Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมและศึกษาศิลปะ จิตรกรรม ประติมากรรม และสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม ในบริบทพุทธศาสนา รวมถึงการชมจิตรกรรมฝาผนังในถ้ำทอณัมบุลลา พระพุทธรูปสมัยต่างๆ และสถาปัตยกรรมแบบสิงหล ซึ่งสะท้อนความเชื่อและปรัชญาทางพุทธศาสนา

๖.๑.๒.๓ การท่องเที่ยวเชิงเทศกาลและงานประเพณี (Festival and Event Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมหรือชมเทศกาลและงานประเพณีทางศาสนา เช่น เทศกาลเปราหารา (Esala Perahera) ในกันดี้ ซึ่งเป็นงานใหญ่ที่จัดขึ้นเพื่อเฉลิมฉลองพระเขี้ยวแก้ว และดึงดูดนักท่องเที่ยวหลายแสนคนทุกปี งานเทศกาลดังกล่าวไม่เพียงแต่สร้างรายได้จากการท่องเที่ยว แต่ยังช่วยสืบทอดประเพณีและเสริมสร้างความสามัคคีในชุมชน (ปิยนุช พันธุ์มณี, ๒๕๖๕)

๖.๑.๒.๔ การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม และวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ในศรีลังกา รวมถึงการเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวสิงหล ทมิฬ และมุสลิม ซึ่งแต่ละกลุ่มมีวัฒนธรรมและประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ การท่องเที่ยวประเภทนี้ช่วยส่งเสริมความเข้าใจและความหลากหลายทางวัฒนธรรม

๗.๑.๒.๕ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมอย่างเข้มข้น เช่น การเรียนรู้การปฏิบัติสมาธิ การทำบุญตักบาตร การร้อยมาลัยดอกไม้ การทำอาหาร หรือการเรียนรู้หัตถกรรมท้องถิ่น Richards (2021) ชี้ให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ลึกซึ้งและมีความหมายมากกว่าการท่องเที่ยวแบบดูผ่านๆ

๖.๑.๓ ผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสร้างผลกระทบที่สำคัญต่อทั้งมิติเศรษฐกิจและสังคม ในด้านเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสร้างรายได้โดยตรงจากค่าเข้าชม ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าของที่ระลึก และค่าบริการต่างๆ ตามข้อมูลของ Sri Lanka Tourism Development Authority (2023) ในปี 2022 ศรีลังกามีนักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณ ๑.๕ ล้านคน สร้างรายได้กว่า ๑.๓ พันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกโลกเป็นจุดดึงดูดหลัก นอกจากรายได้โดยตรง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังสร้างผลกระทบทางเศรษฐกิจทางอ้อมผ่านห่วงโซ่อุปทาน เช่น การจ้างงานในภาคบริการ การผลิตสินค้าหัตถกรรม การเกษตรเพื่อจัดหาอาหาร และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การศึกษาของ Bandara และ Rathnayake (2021) พบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในศรีลังกาช่วยสร้างการจ้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อมประมาณ ๓๕๐,๐๐๐ ตำแหน่ง คิดเป็นร้อยละ ๔.๕ ของแรงงานทั้งหมดในประเทศ

ในมิติสังคมและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสร้างผลกระทบเชิงบวกหลายประการ ได้แก่ (๑) การอนุรักษ์และฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรม เนื่องจากรายได้จากการท่องเที่ยวถูกนำไปใช้ในการบูรณะและดูแลรักษาโบราณสถาน (๒) การเสริมสร้างความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น (๓) การส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างวัฒนธรรมและความเข้าใจระหว่างประเทศ (๔) การฟื้นฟูศิลปะ หัตถกรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่กำลังจะสูญหาย และ (๕) การพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนผ่านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (สุวิมล ติร กานันท์, ๒๕๖๕)

ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาจสร้างผลกระทบเชิงลบหากไม่มีการจัดการที่ดี ได้แก่ (๑) การเสื่อมโทรมของแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่มากเกินไป (๒) การสูญเสียความหมายและความศักดิ์สิทธิ์ของพิธีกรรมทางศาสนาเมื่อถูกนำมาสาธิตเพื่อการท่องเที่ยว (๓) ความขัดแย้งระหว่างการอนุรักษ์กับการพัฒนา (๔) การกระจายผลประโยชน์ที่ไม่เท่าเทียม โดยชุมชนท้องถิ่นอาจไม่ได้รับผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม และ (๕) การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและค่านิยมของชุมชนท้องถิ่น การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงต้องคำนึงถึงความสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม ตลอดจนการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการวางแผนและการจัดการ เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง

๖.๑.๔ หลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนต้องยึดหลักการสำคัญหลายประการที่สอดคล้องกับแนวคิดพุทธศาสนาเรื่องมัชฌิมาปฏิปทาหรือทางสายกลาง ได้แก่

๖.๑.๔.๑ หลักความสมดุล (Balance Principle) การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องสร้างสมดุลระหว่างการอนุรักษ์กับการใช้ประโยชน์ ระหว่างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจกับคุณค่าทางวัฒนธรรม และระหว่างความต้องการของนักท่องเที่ยวกับความสามารถรองรับของพื้นที่ องค์การยูเนสโกเสนอแนวคิด "sustainable tourism development" ที่เน้นการสร้างสมดุลระหว่างมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

๖.๑.๔.๒ หลักการมีส่วนร่วม (Participation Principle) ชุมชนท้องถิ่นต้องมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการพัฒนาการท่องเที่ยว ตั้งแต่การวางแผน การตัดสินใจ การดำเนินการ จนถึง การแบ่งปันผลประโยชน์ การมีส่วนร่วมนี้สอดคล้องกับหลักการทางพุทธศาสนาที่เน้นความ

เป็นเจ้าของและความรับผิดชอบร่วมกัน ตามที่ สมชาย ปริชาศิลป์กุล (๒๕๖๖) ศึกษาพบว่า ชุมชนที่มีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะอนุรักษ์วัฒนธรรมและรักษาสีงแวดล้อมได้ดีกว่า

๖.๑.๔.๓ หลักความยุติธรรม (Equity Principle) การกระจายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวต้องเป็นธรรมและเท่าเทียม ชุมชนท้องถิ่นซึ่งเป็นเจ้าของวัฒนธรรมต้องได้รับผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม ไม่ใช่เพียงแค่เป็นพนักงานรับใช้หรือตัวประกอบในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หลักการนี้สะท้อนแนวคิดทางพุทธศาสนาเรื่องสังคหวัตถุ ๔ หรือหลักการอยู่ร่วมกันในสังคมด้วยความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่

๖.๑.๔.๔ หลักความรับผิดชอบ (Responsibility Principle) ทั้งนักท่องเที่ยวผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องมีความรับผิดชอบต่อการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และสังคม การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ เป็นแนวคิดที่กำลังได้รับความสนใจอย่างมากในปัจจุบัน ซึ่งเน้นการเคารพวัฒนธรรมท้องถิ่น ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน

๖.๑.๔.๕ หลักความต่อเนื่อง (Continuity Principle) การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงความยั่งยืนในระยะยาว ไม่เน้นแต่ผลประโยชน์ระยะสั้น ต้องมีการวางแผนและจัดการเพื่อให้มรดกทางวัฒนธรรมสามารถสืบทอดไปยังคนรุ่นต่อไป หลักการนี้สอดคล้องกับแนวคิดพุทธศาสนาเรื่องการคำนึงถึงผลในอนาคตและความรับผิดชอบต่อชนรุ่นหลัง

๖.๑.๔.๖ หลักความหลากหลาย (Diversity Principle) การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องเคารพและรักษาความหลากหลายทางวัฒนธรรม ไม่นำเสนอภาพวัฒนธรรมที่บิดเบือนหรือเหมารวม ต้องให้ความสำคัญกับเอกลักษณ์ท้องถิ่นและความแตกต่างทางวัฒนธรรม Timothy (๒๐๒๑) เน้นว่า ความหลากหลายทางวัฒนธรรมเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าและต้องได้รับการอนุรักษ์

การนำหลักการเหล่านี้ไปปฏิบัติต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐในการกำหนดนโยบายและมาตรการ ภาคเอกชนในการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ชุมชนท้องถิ่นในการมีส่วนร่วมและเป็นเจ้าของ และนักท่องเที่ยวในการมีพฤติกรรมที่เหมาะสมและให้เกียรติวัฒนธรรมท้องถิ่น

๖.๒ การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ (Spiritual Tourism)

๖.๒.๑ แนวคิดและรูปแบบ

การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการแสวงหาความหมายของชีวิต การพัฒนาจิตใจ และการเชื่อมโยงกับมิติทางจิตวิญญาณ Norman (2022) ให้คำนิยามว่า การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณคือการเดินทางที่มีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหาประสบการณ์ทางจิตวิญญาณ การเปลี่ยนแปลงภายใน หรือการเชื่อมโยงกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งอาจผ่านทางศาสนาหรือไม่ผ่านทางศาสนาก็ได้

การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณแตกต่างจากการท่องเที่ยวทั่วไปตรงที่มีจุดมุ่งหมายที่ลึกซึ้งกว่าการพักผ่อนหรือความบันเทิง นักท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณมักแสวงหา (๑) ความสงบภายใน (๒) ความหมายและจุดประสงค์ของชีวิต (๓) การเชื่อมโยงกับพลังอำนาจสูงสุด (๔) การพัฒนาตนเอง และ (๕) การเยียวยาจิตใจ ดังที่ ญัฐพล ธรรมวิจารณ์ (๒๕๖๕) ศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณมักใช้เวลาในแต่ละสถานที่นานกว่าและมีความผูกพันกับสถานที่มากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป

รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณสามารถแบ่งได้เป็นหลายประเภท ได้แก่ (๑) การจาริกแสวงบุญ ไปยังสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ (๒) การปฏิบัติธรรม การสมาธิ หรือโยคะ (๓) การเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนา (๔) การศึกษาพระธรรมคำสอน (๕) การอาสาสมัครทางจิตวิญญาณ และ (๖) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เน้นมิติจิตวิญญาณ

ในบริบทพุทธศาสนา การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณมีรากฐานมาจากประเพณีการจาริกแสวงบุญที่พระพุทธเจ้าทรงแนะนำไว้ในมหาปริณิพพานสูตร ซึ่งระบุสถานที่สำคัญ ๔ แห่ง คือ (๑) ลุมพินี สถานที่ประสูติ (๒) พุทธคยา สถานที่ตรัสรู้ (๓) สารนาถ สถานที่แสดงธรรมครั้งแรก และ (๔) กุสินารา สถานที่ปรินิพพาน การจาริกไปยังสถานที่เหล่านี้ถือเป็นการสร้างบุญกุศลและเป็นโอกาสในการเรียนรู้พระธรรมคำสอน

๖.๒.๒ การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา

การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาเป็นส่วนสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ โดยมีนักท่องเที่ยวชาวพุทธจากทั่วโลกเดินทางไปยังแหล่งพุทธสถานสำคัญเพื่อสักการะ ศึกษาพระธรรม และปฏิบัติธรรม ตามข้อมูลของ UNWTO (2022) การท่องเที่ยวเชิงศาสนาคิดเป็นมูลค่าตลาดโลกกว่า ๓๐๐ พันล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี และมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ศรีลังกาเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา เนื่องจากเป็นประเทศที่พุทธศาสนาเถรวาทรุ่งเรืองมาอย่างยาวนาน และมีแหล่งพุทธสถานที่สำคัญมากมาย การศึกษาของ Wickramasinghe และ Naranpanawa (๒๐๒๑) พบว่า ศรีลังกาได้รับนักท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาจากประเทศต่างๆ โดยเฉพาะจากไทย พม่า กัมพูชา จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และประเทศตะวันตก ซึ่งมีวัตถุประสงค์แตกต่างกันไป นักท่องเที่ยวจากเอเชียมักมาเพื่อจาริกแสวงบุญและสักการะ ขณะที่นักท่องเที่ยวตะวันตกมักสนใจการปฏิบัติสมาธิและศึกษาพระธรรม

แหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาที่สำคัญในศรีลังกา ได้แก่ (๑) วัดพระธาตุเขี้ยวแก้วกันดี ซึ่งเป็นศูนย์กลางของพุทธศาสนาศรีลังกาและเป็นที่ประดิษฐานพระเขี้ยวแก้วของพระพุทธเจ้า (๒) ถ้ำทงดัมบุลลา ที่มีจิตรกรรมฝาผนังและพระพุทธรูปมากกว่า ๑๕๐ องค์ (๓) ต้นโพธิ์ศรีมหาโพธิ์ในอนูราธปุระที่เชื่อว่าเป็นกิ่งต้นโพธิ์จากพุทธคยาที่พระสังฆมิตตาเถรีนำมา (๔) ภูเขาอดัมส์พีคหรือศรีปาทะ ที่มีรอยพระพุทธรูปบาทบนยอดเขา และ (๕) เมืองโบราณต่างๆ เช่น อนูราธปุระ โปโลนนารูวะ ที่มีโบราณสถานทางพุทธศาสนาจำนวนมาก (ศิริพร วงศ์ใหญ่, ๒๕๖๕)

การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในศรีลังกาไม่ได้จำกัดอยู่แค่การเยี่ยมชมวัดวาอาราม แต่ยังรวมถึง (๑) การเข้าพักและปฏิบัติธรรมในวัดหรือศูนย์ปฏิบัติธรรม (๒) การเรียนรู้พระธรรมคำสอนจากพระสงฆ์หรือครูสอนปฏิบัติ (๓) การเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนา เช่น พิธีปัจฉิมเวกขณะ และพิธีสวดมนต์ (๔) การทำบุญตักบาตร (๕) การปล่อยชีวิต และ (๖) การอาสาสมัครในงานพัฒนาชุมชนที่วัดดำเนินการ

การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนายังมีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในหลายด้าน ในศรีลังกา รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาถูกนำไปใช้ในการบูรณะโบราณสถาน พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักจาริกแสวงบุญ สนับสนุนกิจกรรมสาธารณูปการของวัด และพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนรอบแหล่งพุทธสถาน นอกจากนี้ยังช่วยส่งเสริมความเข้าใจและการแลกเปลี่ยนระหว่างพุทธศาสนิกชนจากประเทศต่างๆ สร้างความสัมพันธ์และความสามัคคีในหมู่พุทธศาสนิกชนทั่วโลก

๖.๒.๓ การจาริกแสวงบุญ (Pilgrimage)

การจาริกแสวงบุญเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่เก่าแก่และสำคัญที่สุดในพุทธศาสนา Collins-Kreiner (2021) ให้คำนิยามว่า การจาริกแสวงบุญคือการเดินทางไปยัง

สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ด้วยแรงจูงใจทางศาสนาหรือจิตวิญญาณ โดยมีความเชื่อว่าการเดินทางนั้นจะนำมาซึ่งบุญกุศล การชำระล้างบาป หรือการพัฒนาทางจิตวิญญาณ

ในพุทธศาสนา การจาริกแสวงบุญมีรากฐานมาจากพระสูตรหลายแห่ง โดยเฉพาะมหาปรินิพพานสูตรที่พระพุทธเจ้าทรงแนะนำให้ชาวพุทธไปกราบไหว้สถานที่สำคัญ ๔ แห่ง ที่เรียกว่า มหาเจดีย์สี่ และในประเพณีเถรวาทยังมีการเพิ่มสถานที่อีก ๔ แห่งเรียกว่า อนุเจดีย์สี่ รวมเป็น มหาปาฐะ ๘ แห่ง ได้แก่ สถานที่แสดงปาฏิหาริย์ยุคมหาปาฏิหาริย์ที่สาวตถิ สถานที่เสด็จจากดาวดึงส์หลังแสดงอภิรรมที่สังกัสสะ สถานที่ประทานพุทธาณูสติกัมมัฐานแก่พุทธรักขิตเถระที่ราชคฤห์ และสถานที่ประทานความสามัคคีแก่ภิกษุสงฆ์ที่ไพศาลี

ศรีลังกาก็มีเส้นทางจาริกแสวงบุญที่สำคัญหลายเส้นทาง เส้นทางที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือเส้นทางที่เชื่อมโยงแหล่งพุทธสถานสำคัญ ๘ แห่ง เรียกว่า "Atamasthana" หรือ แปดสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ทั้งหมดตั้งอยู่ในอนูรாதปุระ ประกอบด้วย (๑) ต้นศรีมหาโพธิ์ (๒) เจดีย์รวันเวลีเสยะ (๓) เจดีย์ทุปารามยะ (๔) เจดีย์เซตียวันศาลา (๕) เจดีย์อภัยคีรี (๖) มิริสเวตี (๗) ลังการามยะ และ (๘) ทักขินาสถูป

นอกจากนี้ยังมีเส้นทางจาริกอื่นๆ เช่น เส้นทางไปยังยอดเขาศรีปาทะซึ่งต้องปีนขึ้นไปกว่า ๕,๕๐๐ ขั้นบันได เส้นทางนี้มีความสำคัญทางจิตวิญญาณอย่างยิ่งและมีนักจาริกแสวงบุญหลายหมื่นคนในช่วงฤดูจาริกแสวงบุญ (ธันวาคม-เมษายน) เส้นทางจาริกในเมืองกันดีที่เริ่มต้นจากวัดพระธาตุเขี้ยวแก้วและเชื่อมโยงวัดสำคัญอื่นๆ และเส้นทางในโปโลนนารูวะที่ครอบคลุมโบราณสถานสำคัญในเมืองหลวงเก่า

การจาริกแสวงบุญในศรีลังกามีความหมายหลายมิติ ในมิติศาสนา เป็นการแสดงความเคารพต่อพระพุทธเจ้าและพระธรรมคำสอน เป็นการสร้างบุญกุศล และเป็นโอกาสในการปฏิบัติธรรม ในมิติสังคม เป็นการแสดงอัตลักษณ์ทางศาสนาและความเป็นชาวพุทธ เป็นโอกาสในการพบปะพุทธศาสนิกชนอื่นๆ และเป็นการสืบทอดประเพณี ในมิติส่วนบุคคล เป็นการแสวงหาความหมายของชีวิต การเยียวยาจิตใจ และการเปลี่ยนแปลงภายใน ตามที่ ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์ (๒๕๖๕) อธิบายว่า การจาริกเป็นการเดินทางทั้งภายนอกและภายใน คือการเดินทางไปยังสถานที่ศักดิ์สิทธิ์พร้อมกับการเดินทางภายในจิตใจเพื่อการพัฒนาจิตวิญญาณ

การจาริกแสวงบุญยังมีผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมที่สำคัญ ในศรีลังกา การจาริกไปยังวัดพระธาตุเขี้ยวแก้วในช่วงเทศกาลเพราหาราสร้างรายได้หลายพันล้านรูปีต่อปี การจาริกไปยัง

ศรีปาหะสร้างงานให้กับชุมชนตามเส้นทางผ่านการให้บริการที่พัก อาหาร และสินค้าที่ระลึก นอกจากนี้รายได้จากนักจาริกแสวงบุญยังถูกนำไปใช้ในการบูรณะและบำรุงรักษาโบราณสถานตลอดจนสนับสนุนกิจกรรมทางพระพุทธศาสนาและสังคม

๖.๒.๔ ประสบการณ์ทางจิตวิญญาณและการเรียนรู้

การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณให้ประสบการณ์ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวทั่วไปอย่างมีนัยสำคัญ Sharpley และ Jepson (๒๐๒๑) อธิบายว่า ประสบการณ์ทางจิตวิญญาณมักมีลักษณะเฉพาะคือ (๑) เป็นประสบการณ์ส่วนตัวและลึกซึ้ง (๒) สร้างความรู้สึกเชื่อมโยงกับสิ่งที่ใหญ่กว่าตนเอง (๓) ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภายใน (๔) ยากที่จะอธิบายด้วยคำพูด และ (๕) มีผลกระทบต่อชีวิตในระยะยาว

การศึกษาของ อรพรรณ จันทร์เจริญ (๒๕๖๖) เกี่ยวกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในศรีลังกาพบว่า นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ทางจิตวิญญาณหลายรูปแบบ ได้แก่ (๑) ความรู้สึกสงบและเงียบภายใน โดยเฉพาะเมื่ออยู่ในสถานที่ศักดิ์สิทธิ์หรือขณะปฏิบัติสมาธิ (๒) ความรู้สึกเคารพและศรัทธาต่อพระพุทธเจ้าและพระธรรมคำสอน (๓) การไตร่ตรองและทำความเข้าใจชีวิตของตนเองลึกซึ้งขึ้น (๔) ความรู้สึกเชื่อมโยงกับพุทธศาสนิกชนทั่วโลก (๕) แรงบันดาลใจในการปฏิบัติธรรมและดำเนินชีวิตตามหลักธรรม และ (๖) ความรู้สึกขอบคุณและซาบซึ้งในสิ่งที่มีอยู่

การเรียนรู้เป็นอีกมิติหนึ่งที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ นักท่องเที่ยวไม่ได้เพียงแคร์ประสบการณ์ทางจิตวิญญาณ แต่ยังเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ หลายอย่าง รวมถึง (๑) ความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์พุทธศาสนาและวัฒนธรรม (๒) ความเข้าใจในพระธรรมคำสอนที่ลึกซึ้งขึ้น (๓) เทคนิคการปฏิบัติสมาธิและวิปัสสนา (๔) มารยาทและพิธีกรรมทางพุทธศาสนาที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศ และ (๕) วิถีชีวิตของชาวพุทธในบริบทวัฒนธรรมที่แตกต่าง

ศูนย์ปฏิบัติธรรมและวัดในศรีลังกามักเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และปฏิบัติธรรมอย่างจริงจัง เช่น ศูนย์ปฏิบัติธรรมนิลามเบ ไกลกันดีที่เปิดสอนวิปัสสนากรรมฐานตามแบบมหาสิหानาคณะ ศูนย์นาอูยานะ ที่เน้นการปฏิบัติวิปัสสนาอย่างเข้มข้น และวัดต่างๆ ที่เปิดรับนักปฏิบัติต่างชาติเข้าพักปฏิบัติธรรม การปฏิบัติในสถานที่เหล่านี้มักจะเป็นแบบอยู่จำพรรษา ตั้งแต่ ๓ วันถึง ๓ เดือน ผู้ปฏิบัติจะได้รับคำแนะนำจากพระสงฆ์หรือครูสอนปฏิบัติที่มีประสบการณ์

การเรียนรู้ในการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณไม่จำกัดอยู่แค่ในห้องเรียนหรือศูนย์ปฏิบัติธรรม แต่เกิดขึ้นผ่านประสบการณ์ตรง เช่น การสังเกตวิถีชีวิตของพระสงฆ์และชาวพุทธท้องถิ่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางศาสนา การสนทนากับพุทธศาสนิกชนอื่นๆ และการไตร่ตรองในสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ Falk และ Dierking (๒๐๒๑) อธิบายว่า การเรียนรู้แบบนี้มีประสิทธิภาพสูง เพราะเกี่ยวข้องกับอารมณ์และประสบการณ์ส่วนตัว จึงฝังลึกในความทรงจำและส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมในระยะยาว

การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจึงเป็นมากกว่าการพักผ่อนหรือการบันเทิง แต่เป็นการลงทุนทางจิตวิญญาณที่สร้างคุณค่าและความหมายให้กับชีวิต เป็นโอกาสในการค้นพบตนเอง พัฒนาจิตใจ และเชื่อมโยงกับมิติที่ลึกซึ้งกว่าชีวิตประจำวัน ซึ่งสอดคล้องกับจุดประสงค์แท้จริงของพุทธศาสนาในการพัฒนาปัญญาและบรรลุนิพพาน

๖.๓ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและจิตวิญญาณในฐานะภูมิพลังปัญญาพุทธ

จากการวิเคราะห์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและจิตวิญญาณในศรีลังกา ผู้เขียนเห็นว่า การท่องเที่ยวประเภทนี้มีใช้เพียงกิจกรรมทางเศรษฐกิจหรือการพักผ่อน หากแต่เป็นกระบวนการทางสังคมและจิตวิญญาณที่เชื่อมโยงผู้คนกับคุณค่าทางวัฒนธรรม ความเชื่อ และความหมายของชีวิต

ผู้เขียนเสนอให้มองการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและจิตวิญญาณในฐานะ “ภูมิพลังปัญญาพุทธ” ซึ่งทำหน้าที่เป็นพลังอ่อนเชิงคุณค่า ที่เกิดจากการผสมผสานระหว่างพุทธศาสนา มรดกทางวัฒนธรรม และประสบการณ์การเรียนรู้เชิงลึกของนักท่องเที่ยวในกรอบนี้ การท่องเที่ยวมิได้มุ่งเน้นการบริโภคสถานที่ศักดิ์สิทธิ์หรือวัฒนธรรม หากแต่เน้นการสร้างประสบการณ์ที่นำไปสู่การไตร่ตรองตนเอง การเรียนรู้ทางจริยธรรม และการพัฒนาจิตใจ ซึ่งสอดคล้องกับหลักพุทธศาสนาเรื่องการพัฒนาจากภายในสู่ภายนอก

การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณบนฐานพุทธจึงสามารถทำหน้าที่เป็นทั้งเครื่องมือในการอนุรักษ์มรดก สร้างรายได้ให้ชุมชน และส่งเสริมสันติภาพและความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรมได้พร้อมกัน

ตารางที่ ๗ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและจิตวิญญาณ: กรอบภูมิพลังปัญญาพุทธ

มิติ	ฐานทรัพยากร	กระบวนการ	คุณค่าที่เกิดขึ้น
วัฒนธรรม	มรดกพุทธ	การเรียนรู้	อัตลักษณ์
จิตวิญญาณ	พิธีกรรม/ปฏิบัติ ธรรม	ประสบการณ์	การเปลี่ยนแปลง ภายใน
สังคม	ชุมชน	การมีส่วนร่วม	ความเป็นธรรม
เศรษฐกิจ	การท่องเที่ยว	การจัดการอย่างยั่งยืน	รายได้กระจาย
จริยธรรม	พุทธปัญญา	ทางสายกลาง	ความยั่งยืน

๖.๔ การจัดการแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมโลก

๖.๔.๑ บทบาทของ UNESCO

องค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) มีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์และปกป้องมรดกทางวัฒนธรรมของมนุษยชาติ UNESCO ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ. ๑๙๔๕ หลังสงครามโลกครั้งที่สอง โดยมีวิสัยทัศน์ที่ว่า "เนื่องจากสงครามเริ่มต้นในใจของมนุษย์ การป้องกันสงครามก็ต้องสร้างขึ้นในใจของมนุษย์เช่นกัน" จึงมุ่งส่งเสริมการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมเพื่อสร้างสันติภาพและความเข้าใจระหว่างประชาชาติ

การดำเนินงานด้านมรดกโลกของ UNESCO เริ่มต้นอย่างจริงจังในปี ค.ศ. ๑๙๗๒ เมื่อมีการประกาศใช้อนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดกโลกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ อนุสัญญานี้เป็นกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศในการระบุ ปกป้อง และอนุรักษ์แหล่งมรดกที่มีคุณค่าพิเศษเด่นและเป็นสากล (Outstanding Universal Value - OUV) สำหรับมนุษยชาติทั่วโลก

ภารกิจหลักของ UNESCO ในด้านมรดกโลกประกอบด้วย (๑) การระบุและขึ้นทะเบียนมรดกโลก โดยพิจารณาจากเกณฑ์ที่กำหนดไว้ (๒) การส่งเสริมให้ประเทศภาคีอนุรักษ์และจัดการมรดกโลกอย่างเหมาะสม (๓) การให้ความช่วยเหลือทางเทคนิคและการเงินแก่ประเทศที่ต้องการ (๔) การตรวจสอบสภาพของมรดกโลกอย่างสม่ำเสมอ (๕) การจัดทำรายชื่อมรดกโลกที่ตกอยู่ในอันตราย เพื่อระดมความช่วยเหลือ และ (๖) การรณรงค์ให้ความรู้และสร้างความตระหนักเกี่ยวกับความสำคัญของมรดกโลก

ปัจจุบัน (ณ เดือนมกราคม ๒๕๖๙) มีมรดกโลกที่ขึ้นทะเบียนแล้วทั่วโลกกว่า ๑,๑๕๐ แห่ง กระจายอยู่ใน ๑๖๘ ประเทศ แบ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรม ประมาณ ๙๐๐ แห่ง มรดกทางธรรมชาติ ประมาณ ๒๐๐ แห่ง และมรดกแบบผสม ประมาณ ๕๐ แห่ง มรดกโลกเหล่านี้กระจายตัวไม่สม่ำเสมอ โดยยุโรปมีจำนวนมากที่สุด ตามด้วยเอเชียและแอฟริกา ในขณะที่แอฟริกามีจำนวนน้อยกว่า UNESCO จึงมีนโยบายส่งเสริมให้มีการเสนอชื่อมรดกโลกจากภูมิภาคที่ยังมีตัวแทนน้อย เพื่อให้รายชื่อมรดกโลกสะท้อนความหลากหลายของมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติของโลกอย่างแท้จริง

นอกจากการดำเนินงานด้านมรดกโลกที่จับต้องได้ UNESCO ยังมีบทบาทในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ผ่านอนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ค.ศ. 2003 ซึ่งครอบคลุมประเพณี พิธีกรรม ศิลปะการแสดง ภูมิปัญญา และทักษะฝีมือช่าง การดำเนินงานทั้งสองด้านนี้ช่วยให้มรดกทางวัฒนธรรมของมนุษยชาติได้รับการปกป้องและสืบทอดไปยังคนรุ่นหลังอย่างครอบคลุม

๖.๔.๒ เกณฑ์การขึ้นทะเบียนมรดกโลก

การขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกต้องผ่านกระบวนการที่เข้มงวดและมีเกณฑ์ที่ชัดเจน แหล่งมรดกที่จะได้รับการขึ้นทะเบียนต้องมีคุณค่าพิเศษเด่นและเป็นสากล (Outstanding Universal Value - OUV) ซึ่งหมายถึงความสำคัญทางวัฒนธรรมและ/หรือธรรมชาติที่โดดเด่นจนเกินกว่าขอบเขตของชาติ และมีความสำคัญต่อมนุษยชาติทั้งโลกทั้งในปัจจุบันและอนาคต

UNESCO กำหนดเกณฑ์การพิจารณา ๑๐ ข้อ โดยแหล่งมรดกต้องมีคุณสมบัติตรงตามอย่างน้อย ๑ เกณฑ์ เกณฑ์ทั้ง ๑๐ ข้อแบ่งเป็น ๖ เกณฑ์แรกสำหรับมรดกทางวัฒนธรรม (เกณฑ์ ๑-๖) และ ๔ เกณฑ์หลังสำหรับมรดกทางธรรมชาติ (เกณฑ์ ๗-๑๐) ดังนี้

เกณฑ์สำหรับมรดกทางวัฒนธรรม

๖.๔.๒.๑ เป็นผลงานชิ้นเอกของความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ แหล่งมรดกต้องเป็นตัวอย่างที่โดดเด่นของความสามารถในการสร้างสรรค์ของมนุษย์ เช่น สถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ผลงานศิลปะที่ยอดเยี่ยม หรือวิศวกรรมที่น่าทึ่ง

๖.๔.๒.๒ แสดงให้เห็นการแลกเปลี่ยนคุณค่าของมนุษย์อย่างมีนัยสำคัญในช่วงระยะเวลาหนึ่งหรือในเขตวัฒนธรรมของโลก ในด้านสถาปัตยกรรม เทคโนโลยี ศิลปะอนุสาวรีย์ การผังเมือง หรือการออกแบบภูมิทัศน์

๖.๔.๒.๓ เป็นพยานหลักฐานที่โดดเด่นหรือพยานหลักฐานพิเศษของประเพณี วัฒนธรรมหรืออารยธรรมที่ยังดำรงอยู่หรือสูญหายไปแล้ว

๖.๔.๒.๔ เป็นตัวอย่างที่โดดเด่นของแบบอย่างของอาคาร สถาปัตยกรรม หรือ เทคโนโลยี หรือภูมิทัศน์ที่แสดงให้เห็นขั้นตอนที่สำคัญในประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติ

๖.๔.๒.๕ เป็นตัวอย่างที่โดดเด่นของการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์แบบดั้งเดิม การใช้ที่ดิน หรือการใช้ทะเล ที่เป็นตัวแทนของวัฒนธรรมหนึ่งวัฒนธรรมใดหรือหลายวัฒนธรรม หรือ ปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะเมื่อมีความเสี่ยงต่อการเปลี่ยนแปลงที่ย้อนกลับ ไม่ได้

๖.๔.๒.๖ มีความเกี่ยวข้องโดยตรงหรือมีความสัมพันธ์อย่างเห็นได้ชัดกับ เหตุการณ์หรือประเพณีที่มีชีวิตอยู่ ความคิด ความเชื่อ หรืองานศิลปกรรมและวรรณกรรมที่มีความสำคัญเป็นสากลอย่างโดดเด่น (เกณฑ์นี้มักใช้ร่วมกับเกณฑ์อื่น)

๖.๔.๓ เกณฑ์สำหรับมรดกทางธรรมชาติ

๖.๔.๓.๑ ประกอบด้วยปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่เป็นเลิศหรือพื้นที่ที่มีความงามทางธรรมชาติและความสำคัญทางสุนทรียศาสตร์อย่างยกเว้น

๖.๔.๓.๒ เป็นตัวอย่างที่โดดเด่นที่แสดงให้เห็นขั้นตอนสำคัญในประวัติศาสตร์โลกรวมถึงบันทึกของชีวิต กระบวนการทางธรณีวิทยาที่สำคัญในการพัฒนาลักษณะภูมิประเทศ หรือ ลักษณะทางธรณีสัณฐานหรือธรณีสัณฐานวิทยาที่สำคัญ

๖.๔.๓.๓ เป็นตัวอย่างที่โดดเด่นที่แสดงให้เห็นกระบวนการทางระบบนิเวศและชีววิทยาที่สำคัญในวิวัฒนาการและการพัฒนาของระบบนิเวศบกและน้ำจืด ระบบนิเวศชายฝั่งและทางทะเล และชุมชนพืชและสัตว์

๖.๔.๓.๔ ประกอบด้วยแหล่งที่อยู่อาศัยตามธรรมชาติที่สำคัญที่สุดและมีนัยสำคัญที่สุดสำหรับการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพในสถานที่ รวมถึงที่อยู่อาศัยของสิ่งมีชีวิตที่ถูกคุกคาม ที่มีคุณค่าสากลอย่างโดดเด่นจากมุมมองทางวิทยาศาสตร์หรือการอนุรักษ์

นอกจากต้องมีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ข้างต้นอย่างน้อย ๑ ข้อแล้ว แหล่งมรดกยังต้องผ่านเงื่อนไขด้านความสมบูรณ์ และ/หรือความถูกต้องแท้จริง ความสมบูรณ์หมายถึงการมีองค์ประกอบครบถ้วนและมีขนาดเพียงพอที่จะแสดงคุณค่าพิเศษเด่น และไม่ได้รับผลกระทบจากการพัฒนาหรือการละเลยที่ไม่เหมาะสม ความถูกต้องแท้จริงหมายถึงการรักษาคุณสมบัติและ

ลักษณะเดิมของมรดก เช่น รูปแบบและการออกแบบ วัสดุและวัตถุดิบ ที่ตั้งและฉาก การใช้สอย และหน้าที่ ประเพณี เทคนิค และระบบการจัดการ ภาษา และรูปแบบอื่นๆ ของมรดกที่จับต้องไม่ได้

สุดท้าย ประเทศที่เสนอขึ้นทะเบียนต้องมีแผนการจัดการ (management plan) ที่เหมาะสมเพื่อรับประกันการอนุรักษ์และการบริหารจัดการที่ดี รวมถึงมีกฎหมายและมาตรการคุ้มครองที่เพียงพอ การมีแผนการจัดการที่ดีเป็นปัจจัยสำคัญในการขึ้นทะเบียนและการรักษาสถานะมรดกโลก

๖.๔.๔ ความรับผิดชอบในการอนุรักษ์

เมื่อแหล่งมรดกได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกแล้ว ประเทศที่เป็นเจ้าของมีความรับผิดชอบหลักในการอนุรักษ์และจัดการ อนุสัญญามรดกโลกระบุชัดเจนว่า การระบุ ปกป้อง อนุรักษ์ และการส่งผ่านมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติไปยังรุ่นต่อไปเป็นหน้าที่หลักของรัฐภาคีที่มรดกตั้งอยู่ในดินแดนของตน

ความรับผิดชอบในการอนุรักษ์มรดกโลกครอบคลุมหลายมิติ ดังนี้

๖.๔.๔.๑ การปกป้องทางกฎหมาย ประเทศต้องมีกฎหมายและระเบียบที่เหมาะสมเพื่อปกป้องมรดกโลกจากการทำลาย การดัดแปลง หรือการพัฒนาที่ไม่เหมาะสม กฎหมายต้องครอบคลุมทั้งพื้นที่หลัก และพื้นที่กันชน รอบมรดกโลก ในศรีลังกา มีพระราชบัญญัติโบราณสถาน และกฎหมายอื่นๆ ที่ให้ความคุ้มครองมรดกทางวัฒนธรรม

๖.๔.๔.๒ การบริหารจัดการ ต้องมีหน่วยงานและกลไกการจัดการที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการจัดทำและดำเนินการตามแผนการจัดการ แผนต้องระบุวัตถุประสงค์ มาตรการ และกิจกรรมเพื่อรักษาคุณค่าพิเศษเด่นของมรดก ควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยว จัดการความเสี่ยง และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม การจัดการต้องมีการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงชุมชนท้องถิ่น

๖.๔.๔.๓ การอนุรักษ์และบูรณะ ต้องมีการดูแลรักษามรดกโลกอย่างสม่ำเสมอ เพื่อป้องกันการทุจริต การอนุรักษ์ต้องทำโดยผู้เชี่ยวชาญและใช้เทคนิคที่เหมาะสมซึ่งเคารพความถูกต้องแท้จริงของมรดก หากจำเป็นต้องบูรณะ ต้องทำอย่างระมัดระวังและบันทึกกระบวนการไว้อย่างละเอียด การใช้วัสดุและเทคนิคดั้งเดิมควรได้รับการส่งเสริม

๖.๔.๔.๔ การตรวจสอบและรายงาน ประเทศภาคีต้องจัดทำรายงานสภาพมรดกโลกเป็นระยะ ทุก ๖ ปี เพื่อแจ้ง UNESCO เกี่ยวกับสภาพของมรดก มาตรการในการอนุรักษ์ปัญหาที่เผชิญ และความช่วยเหลือที่ต้องการ นอกจากนี้ UNESCO ยังส่งคณะผู้เชี่ยวชาญไปตรวจสอบสภาพมรดกอย่างสม่ำเสมอ หากพบว่ามีปัญหาร้ายแรง มรดกอาจถูกบรรจุในรายชื่อมรดกโลกที่ตกอยู่ในอันตราย

๖.๔.๔.๕ การจัดการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวสร้างทั้งโอกาสและความท้าทายต่อมรดกโลก ในแง่หนึ่ง รายได้จากการท่องเที่ยวช่วยสนับสนุนการอนุรักษ์และสร้างความตระหนักเกี่ยวกับความสำคัญของมรดก แต่ในทางกลับกัน จำนวนนักท่องเที่ยวที่มากเกินไปอาจสร้างความเสียหายต่อมรดก ดังนั้นจึงต้องมีการจัดการการท่องเที่ยวอย่างระมัดระวัง ได้แก่ การควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยว การกำหนดเวลาเข้าชม การจัดทำเส้นทางและกิจกรรมที่เหมาะสม การจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่กระทบต่อมรดก และการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว

๖.๔.๔.๖ การมีส่วนร่วมของชุมชน ชุมชนท้องถิ่นมักมีความผูกพันและความรู้เกี่ยวกับมรดกอย่างลึกซึ้ง การให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการและได้รับประโยชน์จากมรดกโลก จะช่วยให้การอนุรักษ์ประสบความสำเร็จมากขึ้น UNESCO ส่งเสริมให้มีการปรึกษาหารือและให้ชุมชนมีส่วนร่วมในกระบวนการจัดการมรดก

๖.๔.๔.๗ การศึกษาและการสร้างความตระหนัก การอนุรักษ์มรดกโลกต้องอาศัยความเข้าใจและการสนับสนุนจากประชาชน ดังนั้นจึงต้องมีการจัดกิจกรรมการศึกษาและประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความตระหนักเกี่ยวกับความสำคัญของมรดกและความจำเป็นในการอนุรักษ์ โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนซึ่งจะเป็นผู้ดูแลมรดกในอนาคต

UNESCO และชุมชนระหว่างประเทศพร้อมให้ความช่วยเหลือแก่ประเทศในการปฏิบัติหน้าที่เหล่านี้ ผ่านการให้ความช่วยเหลือทางเทคนิค การฝึกอบรม การจัดหาทุน และการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างประเทศ ดังนั้น ความรับผิดชอบหลักยังคงอยู่ที่ประเทศเจ้าของมรดก

๖.๔.๕ การสร้างสมดุลระหว่างการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์

การสร้างสมดุลระหว่างการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์มรดกโลกเป็นความท้าทายที่สำคัญ ในขณะที่การท่องเที่ยวสร้างรายได้และสนับสนุนการอนุรักษ์ แต่หากไม่มีการจัดการที่ดี อาจนำไปสู่การทำลายมรดกที่ต้องการปกป้อง Nguyen และ Cheer (2022) ระบุว่า ความขัดแย้ง

ระหว่างการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์เกิดจากปัจจัยหลายประการ ได้แก่ (๑) ความต้องการผลกำไรระยะสั้นของผู้ประกอบการท่องเที่ยว ขัดแย้งกับเป้าหมายการอนุรักษ์ระยะยาว (๒) จำนวนนักท่องเที่ยวที่เกินความสามารถรองรับของสถานที่ (๓) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ไม่เหมาะสม และ (๔) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวที่กระทบต่อมรดก

ในศรีลังกา ปัญหาเหล่านี้เกิดขึ้นที่หลายแห่ง ตัวอย่างเช่น วัดพระธาตุเขี้ยวแก้วกันดี้ซึ่งเป็นแหล่งจาริกแสวงบุญที่สำคัญที่สุดในศรีลังกา ในวันธรรมดาอาจมีผู้เข้าชมประมาณ ๕,๐๐๐-๑๐,๐๐๐ คน แต่ในช่วงเทศกาลอาจมีถึง ๕๐,๐๐๐ คนต่อวัน จำนวนคน太多เกินไปสร้างความเครียดต่อโครงสร้างอาคาร ระบบสาธารณูปโภค และบรรยากาศทางจิตวิญญาณของสถานที่ในทำนองเดียวกัน ภูเขาซีกิริยา ซึ่งเป็นมรดกโลกที่มีชื่อเสียงมีปัญหาการกัดเซาะของบันไดหินโบราณจากนักท่องเที่ยวหลายแสนคนที่ปีนขึ้นไปทุกปี

การสร้างสมดุลต้องอาศัยหลักการและมาตรการหลายประการที่ทำงานร่วมกัน ดังนี้

๖.๔.๕.๑ การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว (Visitor Quota System) หลายแหล่งมรดกโลกได้นำระบบการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวต่อวันหรือต่อช่วงเวลามาใช้ เพื่อไม่ให้เกิดความสามารถรองรับ ตัวอย่างเช่น มาจูปิฏู ในเปรูจำกัดจำนวนผู้เข้าชม ๒,๕๐๐ คนต่อวัน และกำหนดให้ต้องจองล่วงหน้าและมีไกด์นำเที่ยว ในศรีลังกา บางสถานที่เริ่มพิจารณาการนำระบบนี้มาใช้ เช่น การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวที่สามารถขึ้นยอดซีกิริยาในแต่ละรอบเวลา

๖.๔.๕.๒ การกำหนดเวลาเข้าชมและเส้นทาง (Temporal and Spatial Management) การกระจายนักท่องเที่ยวทั้งในด้านเวลาและพื้นที่ช่วยลดความแออัด ได้แก่ (๑) การส่งเสริมการท่องเที่ยวนอกฤดู ด้วยราคาพิเศษ (๒) การกำหนดช่วงเวลาเข้าชม เช่น แบ่งเป็นรอบเช้าและบ่าย (๓) การจัดทำเส้นทางเดินชมหลายเส้นทางเพื่อกระจายนักท่องเที่ยว และ (๔) การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีศักยภาพแต่ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก

๖.๔.๕.๓ การใช้เทคโนโลยีในการจัดการ เทคโนโลยีสมัยใหม่สามารถช่วยในการจัดการนักท่องเที่ยวและปกป้องมรดก เช่น (๑) ระบบจองออนไลน์เพื่อควบคุมจำนวนผู้เข้าชม (๒) แอปพลิเคชันที่ให้ข้อมูลและเป็นไกด์เสมือน ช่วยลดการสัมผัสกับมรดกโดยตรง (๓) ระบบติดตามและเฝ้าระวังสภาพมรดกด้วยเซนเซอร์และกล้อง (๔) การสร้างประสบการณ์เสมือนจริงเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสมรดกได้โดยไม่ต้องเข้าถึงโดยตรง และ (๕) การใช้โดรนในการตรวจสอบและดูแลพื้นที่กว้าง

๖.๔.๕.๔ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม โครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ต้องออกแบบให้รองรับนักท่องเที่ยวโดยไม่กระทบต่อมรดก เช่น (๑) ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ที่ตั้งอยู่นอกพื้นที่หลักของมรดก (๒) ทางเดินและแพลตฟอร์มชมวิวที่ออกแบบเพื่อป้องกันการสัมผัสโดยตรงกับมรดก (๓) ห้องสุขาและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอและเหมาะสม (๔) ที่จอดรถและระบบขนส่งที่ไม่รบกวนมรดก และ (๕) ระบบป้ายและข้อมูลที่ชัดเจนและไม่รบกวนทัศนียภาพ

๖.๔.๕.๕ การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว (Visitor Education) การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญของมรดกและพฤติกรรมที่เหมาะสมเป็นสิ่งสำคัญ สามารถทำผ่าน (๑) การจัดนิทรรศการและสื่อการเรียนรู้ในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (๒) คู่มือและป้ายข้อมูลที่ให้ความรู้และข้อควรปฏิบัติ (๓) บทบาทของไกด์นำเที่ยวในการให้ความรู้และควบคุมพฤติกรรม (๔) การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเผยแพร่ข้อมูล และ (๕) การกำหนดกฎระเบียบที่ชัดเจนและบังคับใช้อย่างจริงจัง เช่น การห้ามสัมผัส ห้ามนำอาหารเข้า ห้ามถ่ายภาพแฟลช เป็นต้น

๖.๔.๕.๖ การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือก แทนที่จะเน้นการเข้าชมมรดกโดยตรงเพียงอย่างเดียว ควรมีการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกที่ให้ประสบการณ์ที่มีคุณค่าแต่กระทบต่อมรดกน้อยลง เช่น (๑) การท่องเที่ยวชมชนรอบแหล่งมรดก (๒) การเรียนรู้วิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น (๓) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ และ (๔) การปฏิบัติธรรมและพักผ่อนในสถานที่ใกล้เคียง การมีทางเลือกหลากหลายช่วยกระจายนักท่องเที่ยวและลดแรงกดดันต่อมรดกหลัก

๖.๔.๕.๗ การใช้เครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Instruments) ราคาและค่าธรรมเนียมสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการจำนวนนักท่องเที่ยวและสร้างรายได้เพื่อการอนุรักษ์ เช่น (๑) การกำหนดค่าเข้าชมที่สูงขึ้นในฤดูท่องเที่ยว (๒) การเรียกเก็บค่าธรรมเนียมพิเศษสำหรับพื้นที่ละเอียดอ่อน (๓) การเรียกเก็บค่าธรรมเนียมเพื่อการอนุรักษ์ และ (๔) การใช้ระบบใบอนุญาตหรือการจองที่เสียค่าธรรมเนียม รายได้ที่ได้ควรนำไปใช้เพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวโดยตรง

๖.๔.๕.๘ การมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Participation) ชุมชนท้องถิ่นเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักและมีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์ การให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวและได้รับผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมจะช่วยให้ชุมชนมีแรงจูงใจในการปกป้องมรดก รูปแบบการมีส่วนร่วมอาจเป็น (๑) การจ้างงานชาวบ้านเป็นไกด์ พนักงาน หรือ

ช่างฝีมือ (๒) การส่งเสริมธุรกิจท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (๓) การแบ่งปันรายได้จากการท่องเที่ยวกับชุมชน (๔) การให้ชุมชนมีส่วนร่วมในคณะกรรมการจัดการ และ (๕) การส่งเสริมให้ชุมชนมีความภาคภูมิใจและเป็นเจ้าของมรดก

การสร้างสมดุลระหว่างการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย ทั้งภาครัฐในการกำหนดนโยบายและบังคับใช้กฎหมาย ภาคเอกชนในการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อชุมชนท้องถิ่นในการมีส่วนร่วมและเป็นเจ้าของ และนักท่องเที่ยวในการมีพฤติกรรมที่เหมาะสมและเคารพมรดก มรดกโลกเป็นมรดกของมนุษยชาติทั้งโลก การปกป้องและสืบทอดไปยังรุ่นหลังจึงเป็นความรับผิดชอบร่วมกันของทุกคน

๖.๕ มรดกโลก UNESCO ในศรีลังกา

๗.๕.๑ ภาพรวมมรดกโลกของศรีลังกา (๘ แห่ง)

ศรีลังกาเป็นประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์ด้านมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติอย่างยิ่ง โดยมีแหล่งมรดกโลกที่ได้รับการขึ้นทะเบียนโดย UNESCO จำนวน ๘ แห่ง ประกอบด้วยมรดกทางวัฒนธรรม ๖ แห่ง และมรดกทางธรรมชาติ ๒ แห่ง มรดกเหล่านี้สะท้อนถึงประวัติศาสตร์อันยาวนานกว่า ๒,๕๐๐ ปีของอารยธรรมสิงหล ความรุ่งเรืองของพุทธศาสนาเถรวาท และความหลากหลายทางชีวภาพที่โดดเด่น (Bandara & Wickramasinghe, ๒๐๒๒)

๗.๕.๑.๑ มรดกทางวัฒนธรรม ๖ แห่ง

๗.๕.๑.๑.๑ เมืองศักดิ์สิทธิ์ อนูราธปุระ (Sacred City of Anuradhapura) ขึ้นทะเบียนในปี ค.ศ. ๑๙๘๒ เป็นเมืองหลวงแห่งแรกของศรีลังกาที่มีอายุกว่า ๑,๔๐๐ ปี (พ.ศ. ๓๘๐ ก่อนคริสตกาล - ค.ศ. ๑๐๑๗) เมืองนี้เป็นศูนย์กลางของพุทธศาสนาเถรวาทและมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์อย่างยิ่ง มีต้นศรีมหาโพธิ์ที่เชื่อว่าเป็นกิ่งจากต้นโพธิ์ที่พระพุทธเจ้าตรัสรู้ และเจดีย์ใหญ่หลายองค์ เช่น รุวันเวลีเสยะ ทูปารามยะ และเชตียันศาลา ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของความเจริญรุ่งเรืองทางพุทธศาสนา

๗.๕.๑.๑.๒ เมืองโบราณโปโลนนารูวะ (Ancient City of Polonnaruwa) ขึ้นทะเบียนในปี ค.ศ. ๑๙๘๒ เป็นเมืองหลวงที่สองของศรีลังกา (ค.ศ. ๑๐๕๕-๑๒๑๐) โดดเด่นด้วยสถาปัตยกรรมและประติมากรรมที่งดงาม โดยเฉพาะพระพุทธรูปหินขนาด

ใหญ่ที่คัลวิหาร (Gal Vihara) ซึ่งมี ๔ องค์ในท่าต่างๆ รวมถึงพระนอนยาว ๑๔ เมตร เมืองนี้แสดงให้เห็นถึงจุดสูงสุดของศิลปกรรมสิงหลในยุคกลาง (ณัฐวุฒิ ศรีสวัสดิ์, ๒๕๖๕)

๗.๕.๑.๑.๓ เมืองโบราณซีกิริยา (Ancient City of Sigiriya) ขึ้นทะเบียนในปี ค.ศ. ๑๙๘๒ เป็นป้อมปราการหินที่ตั้งอยู่บนยอดเขาสูง ๒๐๐ เมตร สร้างโดยพระเจ้ากัสสปะที่ ๑ ในศตวรรษที่ ๕ โดดเด่นด้วยจิตรกรรมฝาผนังเทพิตาบนเมฆ (Sigiriya Frescoes) ที่ยังคงความสดใสหลังผ่านมา ๑,๕๐๐ ปี และระบบสวนน้ำที่ซับซ้อน ซีกิริยาถือเป็นผลงานชิ้นเอกของการผสมผสานระหว่างสถาปัตยกรรม วิศวกรรม และศิลปะ (Bandaranayake, ๒๐๒๑)

๗.๕.๑.๑.๔ เมืองศักดิ์สิทธิ์กันดี้ (Sacred City of Kandy) ขึ้นทะเบียนในปี ค.ศ. ๑๙๘๘ เป็นเมืองหลวงสุดท้ายของราชอาณาจักรสิงหล (ค.ศ. ๑๕๙๒-๑๘๑๕) และยังคงเป็นศูนย์กลางทางจิตวิญญาณของพุทธศาสนิกชนศรีลังกา เนื่องจากเป็นที่ประดิษฐานวัดพระธาตุเขี้ยวแก้วซึ่งเก็บรักษาพระเขี้ยวแก้วของพระพุทธเจ้า เมืองกันดียังคงรักษาประเพณีและวัฒนธรรมสิงหลไว้ได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะเทศกาลเปรหาราที่จัดขึ้นทุกปี (Fernando, ๒๐๒๒)

๗.๕.๑.๑.๕ เมืองเก่ากัลเล และป้อมปราการ (Old Town of Galle and its Fortifications) ขึ้นทะเบียนในปี ค.ศ. ๑๙๘๘ เป็นตัวอย่างที่โดดเด่นของเมืองป้อมปราการที่สร้างโดยชาวยุโรปในเอเชียใต้และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ สร้างโดยชาวโปรตุเกสในศตวรรษที่ ๑๖ และขยายโดยชาวดัตช์ในศตวรรษที่ ๑๗-๑๘ เมืองกัลเลแสดงให้เห็นถึงการผสมผสานระหว่างสถาปัตยกรรมยุโรปกับประเพณีเอเชียใต้ (สุวรรณ พุ่มพวง, ๒๕๖๖)

๗.๕.๑.๑.๖ วัดถ้ำทองดัมบุลลา (Dambulla Cave Temple) ขึ้นทะเบียนในปี ค.ศ. ๑๙๙๑ เป็นวัดถ้ำที่ใหญ่ที่สุดและได้รับการอนุรักษ์ดีที่สุดในศรีลังกา มีถ้ำ ๕ ถ้ำที่เต็มไปด้วยจิตรกรรมฝาผนังและพระพุทธรูปกว่า ๑๕๐ องค์ ครอบคลุมพื้นที่กว่า ๒,๑๐๐ ตารางเมตร จิตรกรรมเหล่านี้บันทึกประวัติพุทธศาสนาในศรีลังกาและชีวิตของพระพุทธเจ้า มีอายุตั้งแต่ศตวรรษที่ ๑ ก่อนคริสตกาลจนถึงศตวรรษที่ ๑๘ (พิมพ์ใจ สุขสวัสดิ์, ๒๕๖๕)

๗.๕.๑.๒ มรดกทางธรรมชาติ ๒ แห่ง

๗.๕.๑.๒.๑ เขตสงวนป่าซินหาราชา (Sinharaja Forest Reserve) ขึ้นทะเบียนในปี ค.ศ. ๑๙๘๘ เป็นป่าฝนเขตร้อนดึกดำบรรพ์ที่เหลืออยู่เพียงไม่กี่แห่งในศรีลังกา มีพื้นที่ประมาณ ๘,๘๐๐ เฮกตาร์ มีความหลากหลายทางชีวภาพสูงมาก โดยเฉพาะพืชและสัตว์ที่เป็นเอกลักษณ์ของศรีลังกา (endemic species) มีนมากกว่า ๕๐% และสัตว์เลื้อยคลานและ

สัตว์สะเทินน้ำสะเทินบกมากกว่า ๕๐% ที่เป็นสายพันธุ์ประจำถิ่น ป่าแห่งนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพของโลก

๗.๕.๑.๒.๒ ที่ราบสูงกลางศรีลังกา (Central Highlands of Sri Lanka) ขึ้นทะเบียนในปี ค.ศ. ๒๐๑๐ ประกอบด้วยพื้นที่คุ้มครอง ๓ แห่ง คือ อุทยานแห่งชาติพีคไวลเดอร์เนส (Peak Wilderness) เขตคุ้มครองสัตว์ป่าฮอร์ตตันเพลนส์ (Horton Plains) และเขตอนุรักษ์ป้านักคาลส์ (Knuckles) รวมพื้นที่กว่า ๕๖,๘๔๔ เฮกตาร์ พื้นที่นี้เป็นที่อยู่อาศัยของพืชและสัตว์ประจำถิ่นจำนวนมาก รวมถึงภูมิทัศน์ที่งดงามเช่นหน้าผาเวิลด์เอนด์ (World's End) ที่สูงกว่า ๘๗๐ เมตร (วันวิสาข อุทัยรัตน์, ๒๕๖๖)

๗.๕.๒ ความสำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

มรดกโลกทั้ง ๘ แห่งของศรีลังกามีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในหลายมิติ

๗.๕.๒.๑ ในมิติทางพุทธศาสนา มรดกเหล่านี้เป็นหลักฐานที่สำคัญของการเผยแผ่และพัฒนาการของพุทธศาสนาเถรวาท ศรีลังกาเป็นประเทศแรกที่พุทธศาสนาเถรวาทแพร่เข้ามาอย่างเป็นทางการในสมัยพระเจ้าอโศกมหาราชของอินเดีย (ประมาณ พ.ศ. ๓๐๐ ก่อนคริสตกาล) โดยพระมหินทเถระและพระสังฆมิตตาเถรี และได้รับการสนับสนุนจากพระเจ้าเทวานัมปิยติสสะ เมื่ออนุราชปุระจึงกลายเป็นศูนย์กลางของพุทธศาสนาเถรวาทที่สำคัญที่สุดแห่งหนึ่งของโลก และเป็นที่มาของการเผยแผ่พุทธศาสนาไปยังภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รวมถึงไทยพม่า กัมพูชา และลาว (พระธรรมปิฎก (ประยุทธ์ ปยุตฺโต), ๒๕๖๔)

๗.๕.๒.๒ ในมิติทางสถาปัตยกรรมและศิลปะ มรดกเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและความงามทางศิลปะของอารยธรรมสิงหล สถาปัตยกรรมเจดีย์ขนาดใหญ่ที่อนุราชปุระและโปโลนนารูวะแสดงถึงความสามารถทางวิศวกรรมในการก่อสร้างโครงสร้างขนาดมหึมาโดยไม่ใช้ปูนซีเมนต์ จิตรกรรมที่ซีกิริยาและดัมบูลลาแสดงให้เห็นถึงความเชี่ยวชาญในศิลปะจิตรกรรมที่สามารถคงความสดใสไว้ได้หลายศตวรรษ ประติมากรรมพระพุทธรูปที่โปโลนนารูวะถือเป็นจุดสูงสุดของศิลปะแกะสลักหินในภูมิภาคนี้

๗.๕.๒.๓ ในมิติทางประวัติศาสตร์การเมือง มรดกเหล่านี้สะท้อนถึงความเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและการต่อสู้เพื่ออำนาจในศรีลังกา ตั้งแต่ยุครุ่งเรืองของราชอาณาจักรสิงหล การรุกรานของชาวทมิฬจากอินเดียใต้ การเผชิญหน้ากับอำนาจอาณานิคมยุโรป จนถึงการ

รักษาเอกราชและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม กันดีซึ่งเป็นเมืองหลวงสุดท้ายแสดงให้เห็นถึงความพยายามในการรักษาความเป็นอิสระจากการล่าอาณานิคมของชาวโปรตุเกส ดัตช์ และอังกฤษ จนกระทั่งยอมจำนนในที่สุดในปี ค.ศ. 1815

๗.๕.๒.๔ ในมิติทางสังคมและวัฒนธรรม มรดกเหล่านี้เป็นแหล่งรวมของ ประเพณี พิธีกรรม และความเชื่อที่ยังคงมีชีวิตอยู่ในสังคมศรีลังกาปัจจุบัน เทศกาลประหารที่กัณฑ์ การจาริกแสวงบุญไปยังต้นศรีมหาโพธิ์ การสักการะพระเขี้ยวแก้ว และการปฏิบัติธรรมในวัดต่างๆ ล้วนเป็นประเพณีที่สืบทอดมาหลายศตวรรษและยังคงมีความหมายสำคัญต่อชาวศรีลังกา มรดกเหล่านี้จึงไม่ใช่เพียงอดีตที่หมดไปแล้ว แต่เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันและอัตลักษณ์ของ ผู้คน

๗.๕.๒.๕ ในมิติทางวิทยาศาสตร์และนิเวศวิทยา มรดกทางธรรมชาติ ๒ แห่ง ของศรีลังกามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ ศรีลังกาถือเป็น "biodiversity hotspot" หนึ่งในโลก มีสัตว์และพืชประจำถิ่นสูงที่สุดแห่งหนึ่งในเอเชีย การอนุรักษ์ พื้นที่เหล่านี้จึงมีความสำคัญไม่เพียงแต่สำหรับศรีลังกาเท่านั้น แต่สำหรับโลกทั้งใบด้วย

๗.๕.๓ การจัดการและอนุรักษ์

การจัดการและอนุรักษ์มรดกโลกในศรีลังกาดำเนินการโดยหน่วยงานหลายแห่งร่วมกัน ได้แก่ กรมโบราณคดี ซึ่งรับผิดชอบมรดกทางวัฒนธรรม และกรมอนุรักษ์ป่าไม้และสัตว์ป่า และ กรมป่าไม้ ที่รับผิดชอบมรดกทางธรรมชาติ นอกจากนี้ยังมีคณะกรรมการเฉพาะสำหรับแต่ละแหล่ง มรดก ที่ประกอบด้วยตัวแทนจากหน่วยงานราชการ ชุมชนท้องถิ่น ผู้เชี่ยวชาญ และองค์กรที่เกี่ยวข้อง แต่ละแหล่งมรดกมีแผนการจัดการ ที่กำหนดวิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ และมาตรการในการอนุรักษ์และจัดการ แผนเหล่านี้ครอบคลุมหลายด้าน ได้แก่ (๑) การบูรณะและบำรุงรักษา โครงสร้างอาคาร (๒) การจัดการนักท่องเที่ยว (๓) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (๔) การให้ความรู้ และการตีความ (๕) การวิจัยและการตรวจสอบ (๖) การมีส่วนร่วมของชุมชน และ (๗) การเตรียมพร้อมรับมือภัยพิบัติ แผนเหล่านี้ได้รับการทบทวนและปรับปรุงเป็นระยะๆ เพื่อให้สอดคล้อง กับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

การอนุรักษ์มรดกในศรีลังกาเผชิญกับความท้าทายหลายประการ ได้แก่ (๑) งบประมาณ ที่จำกัด เนื่องจากการอนุรักษ์ต้องใช้เงินทุนจำนวนมากและต่อเนื่อง (๒) การขาดแคลนบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ โดยเฉพาะช่างฝีมือที่มีทักษะในการบูรณะแบบดั้งเดิม (๓) ความกดดันจากการ

พัฒนาและการท่องเที่ยว (๔) การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ส่งผลต่อโครงสร้างอาคารและระบบนิเวศ (๕) ความขัดแย้งระหว่างการอนุรักษ์กับความต้องการของชุมชนท้องถิ่น และ (๖) การขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานต่างๆ แม้จะมีความท้าทาย แต่ศรีลังกาได้มีความพยายามอย่างต่อเนื่องในการอนุรักษ์มรดก โดยได้รับความช่วยเหลือจากองค์กรระหว่างประเทศ เช่น UNESCO, World Monuments Fund, และรัฐบาลต่างประเทศ โครงการอนุรักษ์ที่สำคัญได้แก่ การบูรณะเจดีย์รวันเวลีสายะ การอนุรักษ์จิตรกรรมที่ซีกิริยาและดัมบูลลา การพัฒนาศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่ทันสมัย และการฝึกอบรมบุคลากรด้านการอนุรักษ์ นอกจากนี้ ยังมีการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการจัดการและอนุรักษ์ เช่น การสำรวจและบันทึกด้วยเทคโนโลยี ๓D scanning, การใช้โดรนในการตรวจสอบ, ระบบฐานข้อมูลดิจิทัล, และการใช้สื่อออนไลน์ในการให้ความรู้แก่ประชาชน เทคโนโลยีเหล่านี้ช่วยให้การจัดการมีประสิทธิภาพมากขึ้นและเข้าถึงกลุ่มคนได้กว้างขึ้น

๗.๕.๔ รายได้จากการท่องเที่ยว

มรดกโลกเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดของศรีลังกา สร้างรายได้จำนวนมากทั้งทางตรงและทางอ้อม ตามข้อมูลของ Sri Lanka Tourism Development Authority (2023) ในปี ๒๐๑๙ (ก่อนการแพร่ระบาดของ COVID-๑๙) ศรีลังกามีนักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณ ๑.๙ ล้านคน สร้างรายได้กว่า ๓.๖ พันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยแหล่งมรดกโลกเป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยวเกือบทุกคน แหล่งมรดกแต่ละแห่งมีรายได้จากการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับความนิยม ความสะดวกในการเข้าถึง และสิ่งอำนวยความสะดวก แหล่งที่มีรายได้สูงสุดได้แก่ วัดพระธาตุเขี้ยวแก้วกันดี ซีกิริยา และดัมบูลลา ซึ่งแต่ละแห่งมีผู้เข้าชมหลายแสนคนต่อปี ค่าเข้าชมสำหรับชาวต่างชาติอยู่ที่ประมาณ ๓๐-๕๐ ดอลลาร์สหรัฐต่อคนต่อแห่ง (สำหรับชาวศรีลังกาจะถูกกว่ามาก ประมาณ ๑-๒ ดอลลาร์สหรัฐ) รายได้จากค่าเข้าชมถูกนำไปใช้ในการบูรณะและบำรุงรักษามรดก (ประมาณ ๖๐-๗๐%) และส่วนที่เหลือเข้าเป็นรายได้ของรัฐบาล

นอกจากรายได้โดยตรงจากค่าเข้าชมแล้ว มรดกโลกยังสร้างรายได้ทางอ้อมจำนวนมาก ได้แก่ (๑) การจ้างงานในภาคท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว ร้านค้าของที่ระลึก และพาหนะ (๒) รายได้จากการขายสินค้าและบริการต่างๆ (๓) รายได้จากภาษีธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (๔) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา ที่เกิดจากความต้องการของการท่องเที่ยว และ (๕) ผลกระทบทางเศรษฐกิจแบบทวีคูณ เมื่อเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจท้องถิ่น การศึกษาของ Bandara และคณะ (2021) ประมาณว่า รายได้ทางอ้อม

จากการท่องเที่ยวมรดกโลกมีมูลค่าประมาณ ๓-๔ เท่าของรายได้โดยตรง การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นประเด็นสำคัญ แม้ว่ามรดกโลกจะสร้างรายได้มาก แต่ชุมชนท้องถิ่นอาจไม่ได้รับประโยชน์อย่างเป็นธรรม โดยเฉพาะเมื่อธุรกิจท่องเที่ยวถูกควบคุมโดยบริษัทขนาดใหญ่จากเมืองหลวงหรือต่างประเทศ ดังนั้นจึงมีความพยายามในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์มากขึ้น เช่น การเปิดบ้านพัก การจ้างไกด์ท้องถิ่น การซื้อสินค้าและบริการจากชุมชน และการให้ชุมชนมีส่วนแบ่งจากรายได้ค่าเข้าชม

การท่องเที่ยวมรดกโลกจึงเป็นทั้งโอกาสและความท้าทาย โอกาสในการสร้างรายได้และพัฒนาเศรษฐกิจ แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นความท้าทายในการรักษาสมดุลระหว่างการใช้ประโยชน์กับการอนุรักษ์ และการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม การจัดการที่ดีต้องคำนึงถึงความยั่งยืนในทุกมิติ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

๖.๖ วัดพระธาตุเขี้ยวแก้วและถ้ำทองดัมบุลลา

๖.๖.๑ ประวัติและความสำคัญ

๖.๖.๑.๑ วัดพระธาตุเขี้ยวแก้วกันดี (Sri Dalada Maligawa) เป็นวัดที่ศักดิ์สิทธิ์ที่สุดของศรีลังกาและเป็นศูนย์กลางทางจิตวิญญาณของพุทธศาสนิกชนทั่วประเทศ วัดนี้เป็นที่ประดิษฐานพระเขี้ยวแก้ว ซึ่งเชื่อกันว่าเป็นพระเขี้ยวของพระพุทธเจ้าที่ได้จากพระเพลิงพระศพเมื่อพระองค์ปรินิพพานที่กุสินารา อินเดีย เมื่อประมาณ ๒,๕๐๐ ปีที่แล้ว (วิชัย เทพรัตน์, ๒๕๖๕)

ประวัติของพระเขี้ยวแก้วมีการบันทึกไว้ในคัมภีร์ทันตธาตุวงศ์ ซึ่งเล่าว่า พระเขี้ยวแก้วนี้ได้รับการปกป้องและถ่ายทอดต่อกันมาในอินเดียเป็นเวลาหลายศตวรรษ จนกระทั่งในศตวรรษที่ ๔ (ค.ศ. ๓๑๑) เมื่อพุทธศาสนาในอินเดียเผชิญกับการเบียดเบียน เจ้าหญิงเฮมมาลาและเจ้าชายทันธะได้นำพระเขี้ยวแก้วลักลอบมายังศรีลังกาโดยซ่อนไว้ในมวยผมของเจ้าหญิง พระเจ้าสิริเมฆวณณะ แห่งอนูราชปุระทรงรับไว้ด้วยความเคารพอย่างยิ่งและสร้างวิหารพิเศษเพื่อประดิษฐานตั้งแต่นั้นมา พระเขี้ยวแก้วได้กลายเป็นสัญลักษณ์ของอำนาจและความชอบธรรมในการปกครองกษัตริย์ผู้ใดที่ครอบครองพระเขี้ยวแก้วถือว่าเป็นผู้มีสิทธิในการปกครองศรีลังกา เมื่อเมืองหลวงเปลี่ยนแปลง พระเขี้ยวแก้วก็ถูกอัญเชิญไปด้วย จากอนูราชปุระไปโปโลนนารูวะ ยาปาหุวะ กุรุเนกาลา กอดเต และสุดท้ายมายังกันดีในปี ค.ศ. ๑๕๙๒ พระเจ้าวิลลธรรมสุริยะที่ ๑ ทรงสร้าง

พระราชวังและวัดพระธาตุเขี้ยวแก้วในกันดั้ โดยออกแบบให้เป็นส่วนหนึ่งของพระราชวังและมีความเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับอำนาจกษัตริย์

อาคารปัจจุบันของวัดพระธาตุเขี้ยวแก้วส่วนใหญ่สร้างในสมัยพระเจ้าศรีวิกรมราชสิงเห (๑๗๔๗-๑๗๘๒) ซึ่งเป็นยุคทองของอาณาจักรกันดั้ อาคารมีลักษณะสถาปัตยกรรมสิงหลแบบดั้งเดิม มีหลังคาหลายชั้นที่ค่อยๆ ลดหลั่นลงมา ประดับด้วยงาช้างทองและลวดลายที่ประณีตภายในประดิษฐานพระเขี้ยวแก้วในโกศทองซ้อนกัน ๗ ชั้น อยู่ในห้องพิเศษที่เรียกว่า หันดุงเก หรือห้องหิรัญ มีเฉพาะพระสงฆ์อาวุโสและเจ้าหน้าที่พิเศษเท่านั้นที่สามารถเข้าไปได้

๖.๖.๑.๒ ถ้ำทองดัมบูลลา (Dambulla Cave Temple หรือ Golden Temple of Dambulla) เป็นวัดถ้ำพุทธที่ใหญ่ที่สุดและเก่าแก่ที่สุดในศรีลังกาที่ยังคงใช้งานอยู่ มีประวัติยาวนานกว่า ๒,๐๐๐ ปี ตั้งอยู่บนเนินเขาหินสูงประมาณ ๑๖๐ เมตรจากระดับที่ราบโดยรอบ ในเขตมัททาเล่ ห่างจากกันดั้ประมาณ ๗๒ กิโลเมตร

ตามตำนานเล่าว่า พระเจ้าวัฏฐคามณีอภัย ซึ่งปกครองอนุราชปุระในศตวรรษที่ ๑ ก่อนคริสตกาล ทรงหลบภัยชาวทมิฬที่รุกรานโดยหลบซ่อนในถ้ำแห่งนี้เป็นเวลา ๑๔ ปี เมื่อทรงกอบกู้อาณาจักรคืนได้ พระองค์จึงโปรดให้สร้างวัดในถ้ำเพื่อแสดงความกตัญญูและเป็นพุทธบูชา ตั้งแต่นั้นมา กษัตริย์และผู้คนในสมัยต่างๆ ได้เพิ่มเติมและบูรณะจิตรกรรมและประติมากรรมอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในสมัยโปลोनารูวะและกันดั้ ทำให้ถ้ำแห่งนี้เป็นคลังศิลปะทางพุทธศาสนาที่ล้ำค่า วัดประกอบด้วยถ้ำหลัก ๕ ถ้ำ แต่ละถ้ำมีชื่อและลักษณะเฉพาะ ถ้ำที่ ๑ เดวราชาลีนา (Devaraja Lena หรือถ้ำพระเจ้าแห่งเทพ) มีพระพุทธรูปนอนยาว ๑๔ เมตร ถ้ำที่ ๒ มหาราชาลีนา (Maharaja Lena หรือถ้ำพระเจ้ามหาราช) เป็นถ้ำที่ใหญ่และสวยงามที่สุด มีพระพุทธรูป ๕๖ องค์และจิตรกรรมฝาผนังกว่า ๑,๕๐๐ ตารางเมตร ถ้ำที่ ๓ มหาอลุตวิหารายา (Maha Alut Viharaya หรือวิหารใหม่ใหญ่) มีจิตรกรรมฝาผนังทั้งดงามสมัยกันดั้ ถ้ำที่ ๔ ปัสชิมาวิหารายา (Paschima Viharaya หรือวิหารตะวันตก) และถ้ำที่ ๕ เทวนาอลุตวิหารายา (Devana Alut Viharaya หรือวิหารใหม่ที่สอง) เป็นถ้ำที่เพิ่มภายหลัง

๖.๖.๒ ศิลปกรรมและจิตรกรรมฝาผนัง

จิตรกรรมฝาผนังในถ้ำทองดัมบูลลาถือเป็นผลงานศิลปะพุทธที่สำคัญที่สุดในศรีลังกา ครอบคลุมพื้นที่กว่า ๒,๑๐๐ ตารางเมตร วาดบนเพดานและผนังถ้ำทั้ง ๕ ถ้ำ จิตรกรรมเหล่านี้มี

อายุตั้งแต่ศตวรรษที่ ๒ ก่อนคริสตกาลจนถึงศตวรรษที่ ๑๘ แสดงให้เห็นถึงวิวัฒนาการของศิลปะพุทธในศรีลังกาย่างต่อเนื่อง

เนื้อหาของจิตรกรรมส่วนใหญ่เกี่ยวกับชีวิตและพระประวัติของพระพุทธเจ้า รวมถึงชาตก (เรื่องเล่าชาติก่อนของพระพุทธเจ้า) เช่น เวสสันดรชาตก มโหสถชาตก จันทกุมมารชาตก และชาตกอื่นๆ นอกจากนี้ยังมีภาพพระอรหันต์ พระโพธิสัตว์ เทพยดา และภาพเหตุการณ์สำคัญในประวัติศาสตร์ศรีลังกา โดยเฉพาะการเผยแพร่พุทธศาสนาโดยพระมหินทเถระ

เทคนิคการวาดใช้สีธรรมชาติที่สกัดจากพืช แร่ธาตุ และดิน สีหลักที่ใช้คือ สีแดง สีเหลือง สีดำ สีขาว และสีน้ำตาล ก่อนวาดจะทาพื้นด้วยปูนขาวผสมกาวธรรมชาติ จากนั้นจึงวาดภาพและระบายสี ความคงทนของสีและความคมชัดของเส้นที่ยังคงอยู่หลังผ่านไปหลายศตวรรษแสดงให้เห็นถึงความชำนาญและความรู้ทางเคมีของช่างสมัยโบราณ สภาพอากาศในถ้ำที่เย็นและมีความชื้นสม่ำเสมอช่วยรักษาสีไว้ได้ดี ลักษณะสำคัญของจิตรกรรมถ้ำบุลลาคือ (๑) การเติมเต็มพื้นที่ ซึ่งทุกพื้นที่ถูกเติมเต็มด้วยภาพและลวดลาย ไม่มีที่ว่าง (๒) การใช้รูปแบบการเล่าเรื่องแบบต่อเนื่อง ที่เรื่องราวหลายฉากอยู่ในภาพเดียวกัน (๓) ลักษณะของรูปคนและพระพุทธรูปมีความสง่างามและสมส่วน ตามหลักของศิลปะอินเดียคุปตะ (๔) การใช้สัญลักษณ์และอิริยาบถต่างๆ ของพระพุทธรูปเพื่อสื่อความหมาย เช่น ภูมิสปรรตมุทรา (ปางมารวิชัย) อภัยมุทรา (ปางให้พร) และปรีนิพพาน (ปางปรีนิพพาน) และ (๕) การผสมผสานระหว่างรูปแบบอินเดีย ศรีลังกา และอิทธิพลจากภูมิภาคอื่น เช่น จีนและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในช่วงหลัง พระพุทธรูปในถ้ำทั้ง ๕ ถ้ำมีจำนวนกว่า ๑๕๐ องค์ มีทั้งแบบยืน นั่ง และนอน ขนาดตั้งแต่เล็กถึงใหญ่มาก (สูงถึง ๑๕ เมตร) ส่วนใหญ่สลักจากหินและปิดทองหรือลงรักปิดทอง พระพุทธรูปที่สำคัญและมีความงดงามที่สุดอยู่ในถ้ำที่ ๒ รวมถึงพระพุทธรูปประธานขนาดใหญ่หลายองค์ พระพุทธรูปเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงวิวัฒนาการของศิลปะประติมากรรมศรีลังกาในยุคต่างๆ จากแบบอนูราธปุระที่ได้รับอิทธิพลจากคุปตะ แบบโปลินาอารูวะที่มีความสมจริงและมีพลัง ไปจนถึงแบบกันดี้ที่มีความประณีตและเน้นรายละเอียด (นวพร สิริวัฒน์, ๒๕๖๕)

นอกจากพระพุทธรูปแล้ว ยังมีรูปเทพยดาและพระอรหันต์หลายองค์ที่สำคัญ เช่น พระอนุรุทธเถระ พระมหากัสสปเถระ และเทวดาต่างๆ ที่ปรากฏในพุทธประวัติ รูปปั้นเหล่านี้แสดงถึงความเชื่อแบบผสมผสานระหว่างพุทธศาสนาเถรวาทกับความเชื่อพื้นเมืองในเทพยดาและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ท้องถิ่น ในปี ค.ศ. ๒๐๐๐ มีการสร้าง "พิพิธภัณฑวัตถุ" ที่เนินเขาด้านล่างของถ้ำ มี

พระพุทธรูปสีทองขนาดใหญ่สูง ๓๐ เมตรเป็นจุดเด่น พิพิธภัณฑสถานจัดแสดงประวัติของวัด จำลองถ้ำและจิตรกรรม และสิ่งของที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนาในศรีลังกา ดังนั้น สถาปัตยกรรมแบบทันสมัยของพิพิธภัณฑสถานก่อให้เกิดความขัดแย้งกับสภาพแวดล้อมโบราณของถ้ำ และได้รับการวิพากษ์วิจารณ์จากนักอนุรักษ์บางส่วน (อรอนงค์ สุวรรณมาลี, ๒๕๖๖)

๖.๖.๓ การจัดการนักท่องเที่ยว

ทั้งวัดพระธาตุเขี้ยวแก้วและถ้ำทองดัมบุลลาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูงมาก โดยมีนักท่องเที่ยวและนักจาริกแสวงบุญเข้าชมหลายแสนคนต่อปี การจัดการนักท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญเพื่อรักษาสมดุลระหว่างการให้บริการกับการอนุรักษ์

๖.๖.๓.๑ ที่วัดพระธาตุเขี้ยวแก้วกัณฑ์ มีระบบการจัดการที่เข้มงวด เนื่องจากเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์และยังคงใช้เป็นวัดที่มีกิจกรรมทางศาสนาอยู่เสมอ เวลาเข้าชมแบ่งเป็น ๓ ช่วง ตามเวลาพิธีบูชาพระเขี้ยวแก้ว (๕:๓๐-๖:๔๕ น., ๙:๓๐-๑๑:๐๐ น., และ ๑๘:๓๐-๒๐:๐๐ น.) นักท่องเที่ยวสามารถเข้าชมได้ทั้งวัน แต่จะเห็นการเปิดห้องหีรณูที่ประดิษฐานพระเขี้ยวแก้วเฉพาะในช่วงเวลาบูชาเท่านั้น

กฎระเบียบสำหรับนักท่องเที่ยวมีความเข้มงวด ได้แก่ (๑) ต้องแต่งกายสุภาพ ปิดบาและขาเข้มงวด (๒) ต้องถอดรองเท้าและหมวกก่อนเข้าวัด (๓) ห้ามถ่ายภาพในบริเวณห้องหีรณูและบางพื้นที่ (๔) ต้องรักษามารยาทและความเงียบ (๕) ห้ามหันหลังให้พระพุทธรูป (๖) ห้ามสูบบุหรี่และดื่มแอลกอฮอล์ และ (๗) ต้องเคารพพิธีกรรมที่กำลังดำเนินอยู่ มีเจ้าหน้าที่และอาสาสมัครคอยดูแลและให้คำแนะนำนักท่องเที่ยว (สมชาย เจริญผล, ๒๕๖๕) ในช่วงเทศกาลสำคัญ โดยเฉพาะเทศกาลเพรหารา ในเดือนกรกฎาคม-สิงหาคม มีนักท่องเที่ยวและนักจาริกแสวงบุญเพิ่มมากขึ้นหลายเท่าตัว ทำให้เกิดความแออัด มีการจัดระเบียบพิเศษ เช่น การจำกัดเวลาเข้าชม การแบ่งเส้นทางเข้า-ออก และการเพิ่มเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย การจองที่พักและตั๋วล่วงหน้าเป็นสิ่งจำเป็นในช่วงนี้

๖.๖.๓.๒ ที่ถ้ำทองดัมบุลลา การจัดการนักท่องเที่ยวมุ่งเน้นการปกป้องจิตรกรรมและประติมากรรมที่ล้ำค่า ระบบการจัดการประกอบด้วย (๑) ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่เนินเขาด้านล่าง ให้ข้อมูลและขายตั๋ว (๒) เส้นทางเดินขึ้นเขาที่จัดไว้อย่างดี มีพื้นที่พักระหว่างทาง (๓) จุดถอดรองเท้าก่อนเข้าถ้ำ มีตู้ฝากของ (๔) โกดังหรือป้ายแนะนำในแต่ละถ้ำ (๕) ระบบแสงสว่างที่เหมาะสม ไม่สว่างจนเกินไปจนทำลายจิตรกรรม (๖) เจ้าหน้าที่คอยดูแลในแต่ละถ้ำเพื่อ

ป้องกันการสัมผัสจิตรกรรมหรือพระพุทธรูป และ (๗) เส้นทางเดินที่กำหนดชัดเจนเพื่อกระจายผู้เข้าชม

ค่าเข้าชมสำหรับชาวต่างชาติคือ ๑๐ ดอลลาร์สหรัฐ (ประมาณ ๓,๕๐๐ บาท) ซึ่งรวมการเข้าชมถ้ำทั้ง ๕ ถ้ำและพิพิธภัณฑ์วัดทอง สำหรับชาวศรีลังกาจะจ่ายน้อยกว่ามาก รายได้ส่วนหนึ่งนำไปใช้ในการบูรณะและบำรุงรักษา มีการตรวจสอบสภาพจิตรกรรมอย่างสม่ำเสมอ และดำเนินโครงการอนุรักษ์ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญจาก UNESCO และหน่วยงานอื่นๆ (กุสุมา แสงศรี, ๒๕๖๖) ความท้าทายหลักในการจัดการนักท่องเที่ยว ได้แก่ (๑) จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะชาวจีนในช่วงหลายปีก่อนโควิด-๑๙ (๒) ความชื้นและคาร์บอนไดออกไซด์จากลมหายใจของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อจิตรกรรม (๓) แสงจากกล้องและมือถือที่อาจทำลายสี (๔) พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวบางส่วน เช่น การสัมผัส การส่งเสียงดัง (๕) การสร้างโครงสร้างพื้นฐานเพิ่มเติมโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมโบราณ และ (๖) การขาดการประสานงานระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่รับผิดชอบ การแก้ไขปัญหาเหล่านี้ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่ายและการพัฒนาแผนการจัดการที่ครอบคลุมและยั่งยืน

๖.๖.๔ บทบาททางศาสนาและเศรษฐกิจ

๖.๖.๔.๑ บทบาททางศาสนา วัดพระธาตุเขี้ยวแก้วมีบทบาทศูนย์กลางทางจิตวิญญาณของพุทธศาสนิกชนศรีลังกาและทั่วโลก การมีพระเขี้ยวแก้วทำให้วัดแห่งนี้มีความศักดิ์สิทธิ์สูงสุดในศรีลังกา ชาวพุทธศรีลังกาถือเป็นหน้าที่และความปรารถนาที่จะได้มากราบนมัสการพระเขี้ยวแก้วอย่างน้อยหนึ่งครั้งในชีวิต วัดนี้ยังเป็นศูนย์กลางของพิธีกรรมและเทศกาลทางศาสนาที่สำคัญ โดยเฉพาะเทศกาลเพรหาราซึ่งเป็นงานยิ่งใหญ่ที่สุดของศรีลังกา พิธีกรรมประจำวันที่วัดพระธาตุเขี้ยวแก้วประกอบด้วย การบูชาพระเขี้ยวแก้ว ๓ ครั้งต่อวัน ในแต่ละครั้งมีการเปิดห้องหิรัญ ถวายดอกไม้ ธูปเทียน และสวดมนต์ นอกจากนี้ยังมีพิธีล้างพระเขี้ยวแก้วในบางโอกาสพิเศษ เช่น วันขึ้นปีใหม่สิงหล และพินันตี เป็นพิธีเอาน้ำมนต์ที่ล้างพระเขี้ยวแก้วไปให้ประชาชนดื่มเพื่อความเป็นสิริมงคล พิธีกรรมเหล่านี้ดำเนินการโดยพระสงฆ์จากนิกายสยาม (Siam Nikaya) ซึ่งเป็นนิกายหลักของศรีลังกา

วัดพระธาตุเขี้ยวแก้วยังมีบทบาทในการเชื่อมโยงพุทธศาสนิกชนจากประเทศต่างๆ เป็นจุดหมายปลายทางสำคัญของการจาริกแสวงบุญสำหรับพุทธศาสนิกชนจากไทย พม่า กัมพูชา จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และประเทศอื่นๆ ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมและความเข้าใจระหว่าง

ประชาชาติ นอกจากนี้วัดยังเป็นสถานที่จัดการประชุมและกิจกรรมทางพุทธศาสนาระหว่างประเทศ ถ้าทอดมัมบุลลาก็มีบทบาททางศาสนาที่สำคัญเช่นกัน แม้จะไม่มีพระธาตุศักดิ์สิทธิ์เหมือนวัดพระธาตุเขี้ยวแก้ว แต่ก็เป็นที่ปฏิบัติธรรมและศึกษาพระธรรมคำสอนมายาวนาน ยังคงมีพระสงฆ์อาศัยและปฏิบัติศาสนกิจอยู่ในบริเวณวัด วัดนี้เป็นแหล่งเรียนรู้ทางพุทธศาสนาผ่านจิตรกรรมที่เล่าเรื่องราวพุทธประวัติและชาดก ทำให้ผู้มาเยือนได้รับทั้งประสบการณ์ทางศิลปะและการเรียนรู้ทางธรรม

๖.๖.๔.๒ บทบาททางเศรษฐกิจ วัดทั้งสองแห่งสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจที่สำคัญแก่ชุมชนและประเทศ รายได้มาจากหลายแหล่ง ได้แก่ (๑) ค่าเข้าชมจากนักท่องเที่ยว (๒) การจ้างงานท้องถิ่น เช่น ไกด์ เจ้าหน้าที่ ช่างฝีมือ คนดูแลความสะอาด (๓) ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ร้านค้าของที่ระลึก บริการรถรับ-ส่ง (๔) การบริจาคและทำบุญของนักจาริกแสวงบุญ และ (๕) ภาษีและค่าธรรมเนียมต่างๆ ในกันดี การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวัดพระธาตุเขี้ยวแก้วเป็นแหล่งรายได้หลักของเมือง ประมาณ ๗๐-๘๐% ของธุรกิจท่องเที่ยวในกันดีเกี่ยวข้องกับวัดโดยตรงหรือทางอ้อม โรงแรมและที่พักมากกว่า ๒๐๐ แห่ง ร้านอาหารหลายร้อยร้าน และร้านค้าของที่ระลึกนับพันร้านพึ่งพารายได้จากนักท่องเที่ยวที่มาเยือนวัด โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลเพรหารา รายได้จากการท่องเที่ยวในช่วง ๑๐ วันของเทศกาลอาจมากกว่ารายได้รวมของทั้งปี ที่ดัมบุลลารายได้จากการท่องเที่ยวช่วยพัฒนาชุมชนที่เคยเป็นหมู่บ้านเล็กๆ ให้กลายเป็นเมืองที่เจริญ มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา สื่อสาร ที่เกิดจากการต้องการของการท่องเที่ยว ชาวบ้านหลายคนเปลี่ยนจากการทำเกษตรกรรมมาเป็นผู้ประกอบการท่องเที่ยว เช่น เปิดร้านอาหาร ร้านค้า บ้านพัก หรือทำงานในภาคบริการ การศึกษาพบว่า รายได้เฉลี่ยของครัวเรือนในพื้นที่ใกล้ถ้ำทองสูงกว่าครัวเรือนในพื้นที่ห่างไกลประมาณ ๔๐-๕๐%

ดังนั้น การพึ่งพาการท่องเที่ยวมากเกินไปมีความเสี่ยง เมื่อเกิดวิกฤติ เช่น การระบาดของโควิด-๑๙ การโจมตีของผู้ก่อการร้ายในปี ๒๐๑๙ หรือวิกฤตเศรษฐกิจในปี ๒๐๒๒ จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงอย่างรวดเร็ว ทำให้ชุมชนที่พึ่งพารายได้จากการท่องเที่ยวประสบความยากลำบาก ดังนั้นจึงมีความพยายามในการสร้างความหลากหลายทางเศรษฐกิจ เช่น การส่งเสริมอาชีพอื่นๆ ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และการสร้างเครือข่ายสังคมที่พึ่งพาซึ่งกันและกัน (จิราพร พรหมมา, ๒๕๖๖)

๖.๗ พระราชวังและวิหารพระธาตุเขี้ยวแก้วกันดี

๖.๗.๑ ศูนย์กลางพุทธศาสนาศรีลังกา

พระราชวังและวิหารพระธาตุเขี้ยวแก้วกันดี ไม่เพียงแต่เป็นสถาปัตยกรรมที่งดงาม แต่ยังเป็นศูนย์กลางทางจิตวิญญาณที่สำคัญที่สุดของพุทธศาสนาเถรวาทในศรีลังกา สถานะนี้มาจากการประดิษฐานพระเขี้ยวแก้วซึ่งเป็นพระธาตุที่ศักดิ์สิทธิ์ที่สุดในศรีลังกา ความสำคัญของพระเขี้ยวแก้วไม่ได้จำกัดอยู่แค่ในมิติศาสนาเท่านั้น แต่ยังเชื่อมโยงกับอำนาจทางการเมืองด้วย ตามความเชื่อแบบดั้งเดิม ผู้ที่ครอบครองพระเขี้ยวแก้วคือผู้ที่มีความชอบธรรมในการปกครองศรีลังกา ดังนั้นตลอดประวัติศาสตร์ กษัตริย์จึงให้ความสำคัญกับการปกป้องและดูแลพระเขี้ยวแก้วอย่างยิ่ง เมื่อเมืองหลวงถูกโจมตี สิ่งแรกที่ต้องอพยพคือพระเขี้ยวแก้ว ความเชื่อนี้ยังคงมีอิทธิพลมาในยุคปัจจุบัน ประธานาธิบดีและนายกรัฐมนตรีของศรีลังกาเมื่อเข้ารับตำแหน่งมักจะเข้ากราบนมัสการพระเขี้ยวแก้วเป็นพิธีแรก โครงสร้างทางศาสนาและการบริหารของวัดพระธาตุเขี้ยวแก้วมีความซับซ้อนและเป็นระบบ วัดอยู่ภายใต้การดูแลของคณะกรรมการพิเศษที่เรียกว่า "Diyawadana Nilame" หรือผู้พิทักษ์พระเขี้ยวแก้ว ซึ่งเป็นตำแหน่งที่มีเกียรติและมีอำนาจสูงมาก มักดำรงตำแหน่งโดยบุคคลจากตระกูลชั้นสูงของศรีลังกา บุคคลในตำแหน่งนี้รับผิดชอบในการจัดการวัด การเงิน และการจัดงานพิธีต่างๆ โดยเฉพาะเทศกาลเพรหารา

นอกจากนี้ยังมีพระสงฆ์จากนิกายสยามที่ดูแลพิธีกรรมทางศาสนา พระสงฆ์เหล่านี้ต้องเป็นผู้ที่ผ่านการคัดเลือกและมีวินัยเคร่งครัด เนื่องจากหน้าที่ที่ศักดิ์สิทธิ์ในการดูแลและบูชาพระเขี้ยวแก้ว มีการสืบทอดความรู้และพิธีกรรมจากรุ่นสู่รุ่น รักษาประเพณีที่มีมาหลายศตวรรษ (สมพงษ์ ธรรมนิยม, ๒๕๖๖) วัดพระธาตุเขี้ยวแก้วยังเป็นศูนย์กลางของการศึกษาพระพุทธศาสนา และวัฒนธรรมสิงหล มีการจัดการบรรยายธรรม การสอนสมาธิ การอบรมเยาวชน และการจัดงานทางวัฒนธรรมต่างๆ หอสมุดและพิพิธภัณฑ์ในวัดเก็บรักษาคัมภีร์โบราณ เอกสารโบราณ และสิ่งของมีค่าทางประวัติศาสตร์มากมาย รวมถึงพระราชพงศาวดาร (Mahavamsa) ซึ่งเป็นเอกสารสำคัญเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ศรีลังกา

๖.๗.๒ เทศกาลเพรหารา (Esala Perahera)

เทศกาลเพรหารา หรือเรียกเต็มๆ ว่า Kandy Esala Perahera คือเทศกาลที่ยิ่งใหญ่และสวยงามที่สุดของศรีลังกา จัดขึ้นทุกปีในเดือนกรกฎาคม-สิงหาคม (เดือนอิสาละตามปฏิทินพุทธ) เพื่อเฉลิมฉลองพระเขี้ยวแก้วและสิ่งศักดิ์สิทธิ์อื่นๆ เทศกาลนี้มีประวัติยาวนานกว่า ๒,๐๐๐ ปี แต่

รูปแบบปัจจุบันก่อตัวขึ้นในสมัยพระเจ้าเกียรติศรีราชสิงหะในศตวรรษที่ ๑๘ เทศกาลเปรหารา ดำเนินไปเป็นเวลา ๑๐ วัน แบ่งเป็น ๒ ช่วง ช่วงแรก ๕ วัน เป็นการซ่อมและขบวนเล็กช่วงหลัง ๕ วัน เป็นขบวนใหญ่ ที่มีความยิ่งใหญ่และสวยงามมากขึ้นทุกคืน วันสุดท้ายเรียกว่า "Diya Kepeema" หรือการพ่นน้ำ เป็นพิธีปิดอย่างเป็นทางการที่แม่น้ำ Mahaweli

องค์ประกอบสำคัญของขบวนเปรหารา ประกอบด้วย

๖.๗.๒.๑ พิธีกรรม การนับถือขบวน ประกอบด้วยช่าง ม้า นักเต้น นักดนตรี ผู้แบกไฟคบ และผู้ร่วมขบวนนับพันคน ช่างที่สำคัญที่สุดคือ "มาลิกาวะ" ซึ่งเป็นช่างพระที่ท่องพระโกศทองซึ่งจำลองพระเขี้ยวแก้ว (พระเขี้ยวแก้วจริงจะไม่ถูกนำออกจากวัด) ช่างมาลิกาวะประดับประดาด้วยผ้าไหมสวยงามและเครื่องประดับมีค่า ตามด้วยช่างอื่นๆ อีก ๕๐-๑๐๐ เชือก ที่แต่งประดับและมีไฟประดับอลังการ

๖.๗.๒.๒ นักเต้นและนักดนตรี มีหลายประเภท ได้แก่ (๑) นักเต้นกันดั้แบบดั้งเดิม ที่สวมชุดสีขาวเงินและมงกุฎเงิน เต้นรำพลั่วไหวตามจังหวะกลอง (๒) นักเต้นแบบพื้นเมือง เช่น นักเต้นแวนลิง ที่เต้นรำสวมหน้ากากและชุดแฟนซี (๓) นักเต้นไฟ ที่เล่นกับไฟอย่างอันตราย (๔) นักตีกลอง ที่ตีกลองประเภทต่างๆ เช่น กลองเกด้า กลองยัค และ (๕) นักเป่าขลุ่ย แตร และเครื่องดนตรีอื่นๆ

๖.๗.๒.๓ ผู้แบกรถ รม และไฟคบ ผู้แบกรถและรถหลวงที่สวยงาม และผู้ถือไฟคบนับร้อยคนที่สร้างบรรยากาศอันตระการตาในยามค่ำคืน ไฟคบเหล่านี้ทำจากน้ำมันมะพร้าวและไส้ผ้า ให้แสงสว่างสีเหลืองทองที่อบอุ่น

๖.๗.๒.๔ ขบวนจากวัดอื่น นอกจากขบวนจากวัดพระธาตุเขี้ยวแก้วแล้ว ยังมีขบวนจากวัดสำคัญ ๔ แห่งในกันดั้ร่วมขบวนด้วย ได้แก่ วัดนาธา วัดวิษณุ วัดกัตตราคามะ และวัดปัทมินิ ซึ่งเป็นวัดของเทพเจ้าฮินดู แสดงให้เห็นถึงการผสมผสานระหว่างพุทธศาสนากับฮินดูในศรีลังกา

เส้นทางขบวนเปรหาราเริ่มจากวัดพระธาตุเขี้ยวแก้ว เดินรอบทะเลสาบกันดั้ ผ่านถนนสายหลักของเมือง และกลับมาที่วัดอีกครั้ง ระยะทางประมาณ ๓-๔ กิโลเมตร ใช้เวลาประมาณ ๓-๔ ชั่วโมง ขบวนเริ่มประมาณ ๑๙:๓๐ น. และจบประมาณเที่ยงคืน ตลอดเส้นทางมีผู้คนนับแสนคนมายืนเรียงรายเพื่อชมขบวน บรรยากาศเต็มไปด้วยความศรัทธา ความตื่นเต้น และความภาคภูมิใจในวัฒนธรรม

ความหมายของเทศกาลเพรหารามีหลายมิติ (๑) ในมิติศาสนา เป็นการแสดงความเคารพต่อพระพุทธเจ้าและพระเชี้ยวแก้ว เป็นการทำบุญสร้างกุศล และเป็นโอกาสในการตั้งจิตอธิษฐานและปฏิบัติธรรม (๒) ในมิติวัฒนธรรม เป็นการแสดงและสืบทอดศิลปะการแสดงพื้นเมืองดนตรี การเต้นรำ และช่างฝีมือ (๓) ในมิติสังคม เป็นการรวมตัวของชุมชนและชาติ สร้างความสามัคคีและความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์สิ่งหล (๔) ในมิติเศรษฐกิจ เป็นแหล่งรายได้สำคัญจากการท่องเที่ยว และ (๕) ในมิติการเมือง เป็นการแสดงความต่อเนื่องของประเพณีและอำนาจของสถาบันกษัตริย์ (แม้ว่าจะไม่มีกษัตริย์ปกครองแล้วในปัจจุบัน) เทศกาลเพรหาราได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของมนุษยชาติโดย UNESCO ในปี ค.ศ. ๒๐๐๘ ซึ่งยืนยันความสำคัญและคุณค่าสากลของเทศกาลนี้ การจัดงานต้องอาศัยการเตรียมการอย่างยาวนาน การซ่อม การจัดหาช่าง การตัดเย็บเครื่องแต่งกาย และการประสานงานระหว่างหลายฝ่าย ค่าใช้จ่ายในการจัดงานอยู่ที่หลายสิบล้านรูปี ได้มาจากเงินบริจาคของประชาชน องค์กร และค่าเข้าชมสำหรับนักท่องเที่ยว

๖.๗.๓ การจาริกแสวงบุญของชาวพุทธทั่วโลก

วัดพระธาตุเชี้ยวแก้วกัณฑ์เป็นจุดหมายปลายทางสำคัญของการจาริกแสวงบุญสำหรับชาวพุทธจากทั่วโลก โดยเฉพาะชาวพุทธเถรวาทจากประเทศเพื่อนบ้านในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ได้แก่ ไทย พม่า กัมพูชา ลาว และชาวพุทธมหายานจากจีน ญี่ปุ่น เกาหลี ไต้หวัน เวียดนาม รวมถึงชาวพุทธตะวันตกที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น สำหรับชาวพุทธไทย การจาริกแสวงบุญไปศรีลังกามีความสำคัญพิเศษเพราะหลายเหตุผล (๑) ศรีลังกาเป็นต้นตอของพุทธศาสนาเถรวาทที่แพร่มายังไทย พระสงฆ์ไทยในสมัยสุโขทัยได้ไปศึกษาและบวชในศรีลังกา และนำกลับมาปฏิรูปพุทธศาสนาไทย (๒) พระเชี้ยวแก้วที่กัณฑ์มีความสำคัญต่อชาวพุทธทั่วโลก ถือเป็นหนึ่งในพระธาตุที่ศักดิ์สิทธิ์ที่สุด (๓) มรดกทางวัฒนธรรมและโบราณสถานในศรีลังกามีความงดงามและเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญ และ (๔) ความสัมพันธ์อันดีระหว่างไทยกับศรีลังกาที่มีมายาวนาน โดยเฉพาะความร่วมมือทางพุทธศาสนา

กลุ่มนักจาริกแสวงบุญจากประเทศต่างๆ มีลักษณะและวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันบ้าง กลุ่มจากประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มักมาในรูปแบบทัวร์ที่จัดโดยวัดหรือองค์กรพุทธ มีพระสงฆ์เป็นหัวหน้าคณะ เน้นการทำบุญ สวดมนต์ ปฏิบัติธรรม และเยี่ยมชมแหล่งพุทธสถาน อยู่ประมาณ ๕-๗ วัน กลุ่มจากจีนและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มักมาเป็นกลุ่มใหญ่ เน้นการเยี่ยมชมและ

ถ่ายภาพมากกว่าพิธีกรรม ใช้เวลาน้อยกว่า (๓-๕ วัน) กลุ่มตะวันตกมักมาเป็นรายบุคคลหรือกลุ่มเล็ก สนใจการปฏิบัติสมาธิและศึกษาพระธรรมลึกซึ้ง อยู่นานขึ้น (๑-๓ สัปดาห์) และมักเข้าพักและปฏิบัติที่ศูนย์ปฏิบัติธรรมด้วย ประสบการณ์ของนักจาริกแสวงบุญที่กันดั้มักประกอบด้วยหลายองค์ประกอบ (๑) การกราบนมัสการพระเชี้ยวแก้ว ซึ่งเป็นจุดประสงค์หลัก นักจาริกแสวงบุญมักถวายดอกไม้ ธูปเทียน และอธิษฐานจิตในบริเวณวัด (๒) การสวดมนต์และปฏิบัติธรรมในวัดหรือสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ (๓) การเยี่ยมชมแหล่งพุทธสถานอื่นๆ ในศรีลังกา เช่น อนุสาวรีย์โปโลนนารวะ ตัมบูลลา และศรีปาทะ (๔) การเรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมพุทธศรีลังกา (๕) การพบปะแลกเปลี่ยนกับพุทธศาสนิกชนจากประเทศอื่นๆ และ (๖) การซื้อของที่ระลึกและสิ่งของทางศาสนา เช่น พระเครื่อง หนังสือธรรมะ รูปภาพพระเชี้ยวแก้ว (สุภาวดี นวลจันทร์, ๒๕๖๕)

บทบาทของวัดพระธาตุเชี้ยวแก้วในการสร้างสายสัมพันธ์ระหว่างประเทศมีความสำคัญมาก วัดได้จัดให้มีพิธีกรรมและกิจกรรมพิเศษสำหรับคณณักจาริกแสวงบุญจากต่างประเทศ เช่น การจัดพิธีบูชาพิเศษ การอบรมธรรมะ การพบปะกับพระสงฆ์อาวุโส และการมอบของที่ระลึก นอกจากนี้ยังมีการแลกเปลี่ยนพระสงฆ์ระหว่างศรีลังกากับประเทศอื่นๆ เช่น พระสงฆ์ไทยไปศึกษาและปฏิบัติธรรมในศรีลังกา และพระสงฆ์ศรีลังกามาเผยแผ่ธรรมะในไทย การแลกเปลี่ยนนี้ช่วยสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างชุมชนพุทธทั่วโลก

๖.๗.๔ การจัดการและรักษาความศักดิ์สิทธิ์

การจัดการวัดพระธาตุเชี้ยวแก้วเป็นงานที่ท้าทายเพราะต้องสร้างสมดุลระหว่างการเปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชม (เพื่อสร้างรายได้และเผยแพร่วัฒนธรรมพุทธศาสนา) กับการรักษาความศักดิ์สิทธิ์และบรรยากาศทางจิตวิญญาณ (เพื่อนักจาริกแสวงบุญและการปฏิบัติศาสนกิจ) การจัดการต้องคำนึงถึงหลายปัจจัย

มาตรการสำคัญในการรักษาความศักดิ์สิทธิ์ ได้แก่

๖.๗.๔.๑ การควบคุมการแต่งกายและพฤติกรรม นักท่องเที่ยวทุกคนต้องแต่งกายสุภาพ ปิดบ่าและขา ถอดรองเท้าและหมวก ไม่สวมเสื้อผ้าที่มีภาพหรือข้อความที่ไม่เหมาะสม มีเจ้าหน้าที่คอยตรวจสอบที่ทางเข้า และมีผ้าให้ยืมสำหรับผู้แต่งกายไม่เหมาะสม ภายในวัดต้องเดินเงียบๆ ไม่พูดเสียงดัง ไม่วิ่ง ไม่สูบบุหรี่ ไม่ดื่มแอลกอฮอล์ และไม่กิน (ยกเว้นน้ำ)

๖.๗.๔.๒ การจำกัดพื้นที่ที่เข้าได้ มีพื้นที่หลายส่วนที่นักท่องเที่ยวทั่วไปเข้าไม่ได้ เช่น ห้องพิธีที่ประดิษฐานพระเชี้ยวแก้วจริง (นักท่องเที่ยวจะเห็นได้เฉพาะจากทางเดินด้านนอก)

ห้องพระสงฆ์ และพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์บางส่วน มีทางเดินและราวกันที่ชัดเจน เจ้าหน้าที่คอยดูแลไม่ให้เข้าพื้นที่ต้องห้าม

๖.๗.๔.๓ การควบคุมการถ่ายภาพ มีข้อจำกัดเรื่องการถ่ายภาพในบางพื้นที่ โดยเฉพาะในห้องที่ริ้วทึบห้ามถ่ายภาพโดยเด็ดขาด ในพื้นที่อื่นสามารถถ่ายได้แต่ไม่ใช่แฟลชและไม่ใช้ขาตั้งกล้อง หากต้องการถ่ายภาพอย่างจริงจังต้องขออนุญาตและเสียค่าธรรมเนียมพิเศษ กฎเหล่านี้ช่วยป้องกันการรบกวนบรรยากาศและความเสียหายต่อสิ่งของจากแสง

๖.๗.๔.๔ การแยกเวลาและทางเข้าสำหรับนักจาริกแสวงบุญและนักท่องเที่ยวทั่วไป ในช่วงเวลาบูชาพระเชี้ยวแก้ว นักจาริกแสวงบุญที่มาทำพิธีจะได้รับความสะดวกและใกล้ชิดมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป มีทางเดินพิเศษและพื้นที่สำหรับนั่งทำวัตรสวดมนต์ ในช่วงนอกเวลาบูชา นักท่องเที่ยวทั่วไปจะมีอิสระในการเยี่ยมชมมากขึ้น

๖.๗.๔.๕ การให้ความรู้และสร้างความเข้าใจ มีป้ายและแผ่นพับให้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติ ความสำคัญ และข้อควรปฏิบัติในหลายภาษา มีไกด์อาสาสมัครที่พร้อมให้ข้อมูลและตอบคำถาม การให้ความรู้ช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและเคารพความศักดิ์สิทธิ์ของสถานที่มากขึ้น

๖.๗.๔.๖ การจำกัดจำนวนและเวลา ในบางช่วงที่มีนักท่องเที่ยวมากเกินไป มีการพิจารณาจำกัดจำนวนคนที่เข้าในคราวเดียวกัน และจำกัดเวลาที่อยู่ในแต่ละพื้นที่ เพื่อให้ทุกคนได้รับประสบการณ์ที่ดีและไม่แออัดเกินไป

๖.๗.๔.๗ การบำรุงรักษาและความสะอาด มีการทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ การบูรณะและซ่อมแซมที่ชำรุด การตรวจสอบสภาพอาคารและสิ่งของเป็นประจำ การดูแลรักษาที่ดีช่วยรักษาความศักดิ์สิทธิ์และความสวยงามของวัด

๖.๗.๔.๘ ความปลอดภัย มีระบบรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวด ทั้งจากภัยคุกคามจากผู้ก่อการร้าย (ศรีลังกาเคยประสบเหตุการณ์ก่อการร้ายหลายครั้ง) และภัยธรรมชาติ เช่น อัคคีภัย (วัดพระธาตุเชี้ยวแก้วเคยถูกไฟไหม้หลายครั้งในอดีต) มีกล้องวงจรปิด เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ระบบดับเพลิงที่ทันสมัย และแผนฉุกเฉินที่ชัดเจน

ความสำเร็จในการจัดการวัดพระธาตุเชี้ยวแก้วสะท้อนให้เห็นจากความสามารถในการรับนักท่องเที่ยวหลายแสนคนต่อปีโดยยังคงรักษาบรรยากาศทางจิตวิญญาณและความศักดิ์สิทธิ์ไว้ได้ นักจาริกแสวงบุญส่วนใหญ่รายงานว่าได้รับประสบการณ์ทางจิตวิญญาณที่ลึกซึ้งและรู้สึกเคารพ

และศรัทธาต่อพระเยซูแก้ว ในขณะที่เดียวกันนักท่องเที่ยวทั่วไปก็ได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพุทธศาสนาและวัฒนธรรมศรีลังกา การจัดการที่ดีจึงเป็นกุญแจสำคัญในการใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวไปพร้อมกับการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและรักษาความศักดิ์สิทธิ์ทางศาสนา

๖.๘ เส้นทางจาริกแสวงบุญ (Buddhist Circuit)

๖.๘.๑ เส้นทางสำคัญในศรีลังกา

เส้นทางจาริกแสวงบุญ ในศรีลังกาเป็นระบบเส้นทางที่เชื่อมโยงแหล่งพุทธสถานสำคัญต่างๆ ทั่วประเทศ ออกแบบมาเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักจาริกแสวงบุญที่ต้องการเยี่ยมชมสถานที่ศักดิ์สิทธิ์หลายแห่งในการเดินทางครั้งเดียว เส้นทางเหล่านี้มีทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ บางเส้นทางมีประวัติความเป็นมายาวนาน บางเส้นทางเพิ่งพัฒนาขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวยุคใหม่

เส้นทางหลักของศรีลังกามีดังนี้

๖.๘.๑.๑ เส้นทางสามเหลี่ยมวัฒนธรรม (Cultural Triangle) เป็นเส้นทางที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ครอบคลุมพื้นที่รูปสามเหลี่ยมระหว่างอนูราธปุระ โปโลนนารูวะ และกัณดี้ ระยะทางรวมประมาณ ๓๐๐-๔๐๐ กิโลเมตร ใช้เวลาประมาณ ๕-๗ วัน เส้นทางนี้ครอบคลุมมรดกโลก ๕ แห่ง ได้แก่ เมืองศักดิ์สิทธิ์อนูราธปุระ เมืองโบราณโปโลนนารูวะ ซิกิริยา ดัมบูลลา และกัณดี้ พร้อมแหล่งพุทธสถานอื่นๆ อีกมากมาย

จุดเด่นของเส้นทางนี้คือ นักจาริกสามารถเห็นวิวัฒนาการของพุทธศาสนาและอารยธรรมสิ่งลี้ลับตั้งแต่ยุคแรกเริ่มที่อนูราธปุระ (พ.ศ. ๓๘๐ ก่อนคริสตกาล - ค.ศ. ๑๐๑๗) ผ่านยุครุ่งเรืองที่โปโลนนารูวะ (ค.ศ. ๑๐๕๕-๑๒๑๐) และสมัยกัณดี้ (ค.ศ. ๑๕๙๒-๑๘๑๕) ได้เห็นศิลปกรรม สถาปัตยกรรม และวัฒนธรรมที่หลากหลายในแต่ละยุคสมัย

๖.๘.๑.๒ เส้นทางอัทธมสถาน (Atamasthana Circuit) เป็นเส้นทางจาริกรอบเมืองอนูราธปุระที่เชื่อมโยง ๘ สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ที่สำคัญที่สุดในเมืองหลวงเก่า ได้แก่ ต้นศรีมหาโพธิ์ เจดีย์รวันเวลีสเยะ เจดีย์ทุปารามยะ เจดีย์เซตียวันศาลา เจดีย์อภัยคีรี เจดีย์มิริสเวตี เจดีย์ลังการามยะ และทักษิณาสถูป นักจาริกแสวงบุญชาวศรีลังกาถือว่าการจาริกรอบอัทธมสถานครบทั้ง ๘ แห่งเป็นบุญกุศลอันยิ่งใหญ่ ระยะทางรวมประมาณ ๑๕-๒๐ กิโลเมตร สามารถเดินหรือขี่จักรยานได้ในหนึ่งวัน

๖.๘.๑.๓ เส้นทางศรีปาทะ (Sri Pada Circuit) เป็นเส้นทางจาริกขึ้นภูเขาศรีปาทะ (Adam's Peak) ที่สูง ๒,๒๔๓ เมตร เพื่อกกราบไหว้รอยพระพุทธรูปบนยอดเขา การจาริกทำได้เฉพาะในฤดูจาริก (ธันวาคม-เมษายน) เพราะนอกฤดูนี้อากาศไม่เอื้ออำนวย มีเส้นทางขึ้นหลายสาย เส้นทางหลักเริ่มจากหมู่บ้านดัลเฮาซี มีบันไดประมาณ ๕,๕๐๐ ขั้น ใช้เวลาขึ้น ๓-๔ ชั่วโมง และลง ๒-๓ ชั่วโมง นักจาริกส่วนใหญ่เริ่มปีนตอนเที่ยงคืนเพื่อถึงยอดก่อนพระอาทิตย์ขึ้น ทิวทัศน์พระอาทิตย์ขึ้นจากยอดศรีปาทะถือเป็นหนึ่งในภาพที่สวยงามและศักดิ์สิทธิ์ที่สุดในศรีลังกา ตลอดเส้นทางมีร้านขายอาหาร เครื่องดื่ม ของที่ระลึก และที่พักชั่วคราว มีไฟส่องสว่างตลอดทาง บรรยากาศเต็มไปด้วยความศรัทธา มีผู้คนร่วมหมื่นคนปีนขึ้นไปในแต่ละคืนในช่วงฤดูจาริก ทุกคนช่วยเหลือและให้กำลังใจซึ่งกันและกัน เมื่อถึงยอดจะได้กราบไหว้รอยพระพุทธรูปที่อยู่ในเจดีย์เล็ก และชมพระอาทิตย์ขึ้นพร้อมเงาสามเหลี่ยมของภูเขาที่สะท้อนบนท้องฟ้า ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ธรรมชาติที่น่าทึ่ง

๖.๘.๑.๔ เส้นทางชายฝั่งใต้ (Southern Coastal Circuit) เชื่อมโยงแหล่งพุทธสถานและวัดสำคัญตามชายฝั่งทะเลใต้ เริ่มจากกัลเล ผ่านมาตารา ตังกัลเล ไปจนถึงกาทารากามะ (Kataragama) ระยะทางประมาณ ๒๐๐ กิโลเมตร จุดเด่นคือวัดเก่าแก่หลายแห่งที่ตั้งอยู่ริมทะเล ผสมผสานระหว่างการจาริกแสวงบุญกับการพักผ่อนริมทะเล

๖.๘.๑.๕ เส้นทางภาคเหนือ (Northern Circuit) ครอบคลุมพื้นที่ชายแดนเหนือที่เพิ่งเปิดให้เข้าได้หลังสงครามกลางเมืองสิ้นสุดในปี ค.ศ. ๒๐๐๙ รวมถึงเมืองจัฟฟนา (Jaffna) และหมู่เกาะใกล้เคียง มีวัดและโบราณสถานที่ได้รับผลกระทบจากสงครามแต่กำลังได้รับการบูรณะ เส้นทางนี้ยังไม่ใช่ที่รู้จักมากนักแต่มีศักยภาพในอนาคต

๖.๘.๑.๖ เส้นทางที่ราบสูงกลาง (Central Highlands Circuit) เชื่อมโยงวัดและสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ในพื้นที่ภูเขา เช่น กันดี นูวารา เอลิยา บาดุลลา มีทิวทัศน์ที่สวยงามอากาศเย็นสบาย ผสมผสานการจาริกกับการท่องเที่ยวธรรมชาติ สวนชา และน้ำตก

๖.๘.๒ การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว

การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในเส้นทางจาริกแสวงบุญเป็นสิ่งสำคัญเพื่อให้นักจาริกได้รับประสบการณ์ที่ครบถ้วนและสะดวกสบาย ศรีลังกาได้พัฒนาการเชื่อมโยงในหลายด้าน

๖.๘.๒.๑ โครงสร้างพื้นฐานการคมนาคม รัฐบาลศรีลังกาได้ลงทุนพัฒนาถนนเชื่อมระหว่างแหล่งพุทธสถานสำคัญ ปรับปรุงทางหลวงให้กว้างขวางและปลอดภัยขึ้น มีป้ายบอก

ทางที่ชัดเจนในหลายภาษา (สิงหล ทมิฬ และอังกฤษ) ระบบขนส่งสาธารณะ เช่น รถบัส รถไฟ มีเส้นทางและตารางเวลาที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวหลัก สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ การเช่ารถพร้อมคนขับเป็นตัวเลือกยอดนิยมเพราะมีความยืดหยุ่นและสะดวกสบาย

๖.๘.๒.๒ ระบบข้อมูลและการสื่อสาร มีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว ในเมืองหลัก และแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ให้ข้อมูล แผนที่ คำแนะนำ และช่วยจองที่พัก เว็บไซต์และแอปพลิเคชันมือถือให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ประวัติ เวลาเปิด-ปิด ค่าเข้าชม และวิธีการเดินทาง มีระบบ GPS และแผนที่ออนไลน์ที่แม่นยำ

๖.๘.๒.๓ บริการท่องเที่ยวแบบครบวงจร บริษัทนำเที่ยวหลายแห่งจัดแพ็คเกจทัวร์เส้นทางจาริกแสวงบุญที่ครอบคลุมการเดินทาง ที่พัก อาหาร ไกด์ และค่าเข้าชม มีหลายระดับ ตั้งแต่ประหยัดไปจนถึงหรู มีทั้งทัวร์กลุ่มและทัวร์ส่วนตัว บางบริษัทมีทัวร์พิเศษสำหรับนักจาริกแสวงบุญจากประเทศต่างๆ เช่น ทัวร์สำหรับกลุ่มไทย พม่า จีน ที่มีไกด์พูดภาษาของแต่ละประเทศ

๖.๘.๒.๔ ที่พักตามเส้นทาง มีที่พักหลากหลายระดับตั้งแต่บ้านพักราคาประหยัดไปจนถึงโรงแรม ๕ ดาว กระจายอยู่ตามเส้นทางและใกล้แหล่งพุทธสถานสำคัญ บางวัดเปิดให้นักจาริกพักได้ฟรีหรือราคาถูกลง (แต่ต้องปฏิบัติตามกฎของวัด เช่น ดินเช้า ร่วมทำวัตร ช่วยงาน)

๖.๘.๒.๕ ร้านอาหารและบริการอื่นๆ มีร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกตามแหล่งท่องเที่ยวและตามเส้นทาง มีบริการเสริมต่างๆ เช่น ธนาคาร ตู้ ATM สถานีบริการน้ำมัน ร้านขายยา โรงพยาบาล ตำรวจท่องเที่ยว สร้างความมั่นใจและความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยว

๖.๘.๒.๖ ความร่วมมือระหว่างแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ มีความร่วมมือในการส่งเสริมการตลาด แบ่งปันข้อมูล ประสานงานกิจกรรม เช่น การจัดเทศกาลหรืองานพิเศษที่ประสานกัน การให้ส่วนลดรวม สำหรับผู้ที่เข้าชมหลายแห่ง

๖.๘.๒.๗ การพัฒนาเส้นทางธัมม นอกจากเส้นทางจาริกแสวงบุญทั่วไป ยังมีการพัฒนาเส้นทางธัมมพิเศษ เช่น เส้นทางจิตกรรมฝานั่ง ที่เชื่อมโยงวัดที่มีจิตกรรมสวยงาม เส้นทางประติมากรรม ที่เชื่อมโยงสถานที่ที่มีพระพุทธรูปและประติมากรรมโดดเด่น เส้นทางสถาปัตยกรรม ที่เน้นความหลากหลายของสถาปัตยกรรมพุทธในยุคต่างๆ

๖.๘.๓ บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก

การพัฒนาบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกตามเส้นทางจาริกแสวงบุญเป็นสิ่งสำคัญในการยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวและสร้างความพึงพอใจให้กับนักจาริก

๖.๘.๓.๑ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวและพิพิธภัณฑ์ แหล่งพุทธสถานหลักๆ มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่ให้ข้อมูล แผนที่ คู่มือ ภาพถ่าย วีดีโอ นิทรรศการ และจำลอง เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าใจประวัติและความสำคัญของสถานที่ มีพิพิธภัณฑ์ที่จัดแสดงโบราณวัตถุ พระเครื่อง ใบลาน และสิ่งของมีค่าทางประวัติศาสตร์ มีบริการไกด์และเครื่องเสียงอธิบาย หลายภาษา

๖.๘.๓.๒ สุขภัณฑ์และความสะอาด มีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอตามแหล่งท่องเที่ยว มีการทำความสะอาดเป็นประจำ มีน้ำดื่มให้บริการ มีระบบจัดการขยะที่ดี มีถังขยะกระจายอยู่ทั่วไป และมีการรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวรักษาความสะอาด

๖.๘.๓.๓ ที่พักผ่อนและร่มเงา มีพื้นที่นั่งพักผ่อน ศาลา ระเบียง ที่มีร่มเงา โดยเฉพาะในพื้นที่กลางแจ้งที่อากาศร้อน มีน้ำพุ สระน้ำ สวน ที่สร้างบรรยากาศเย็นสบาย

๖.๘.๓.๔ ความปลอดภัย มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย กล้องวงจรปิด ไฟส่องสว่างเพียงพอ ทางเดินที่ปลอดภัยมีราวจับ บ้ายเตือนในจุดอันตราย ห้องปฐมพยาบาล มีตู้ยา เจ้าหน้าที่พยาบาล และการประสานงานกับโรงพยาบาลใกล้เคียง

๖.๘.๓.๕ การเข้าถึงสำหรับผู้พิการและผู้สูงอายุ มีทางลาด ลิฟต์ รถเข็น ห้องน้ำพิเศษ ที่จอดรถสำหรับผู้พิการ เพื่อให้ผู้พิการและผู้สูงอายุสามารถเข้าถึงแหล่งพุทธสถานได้ แม้จะยังไม่ครบทุกแห่ง แต่กำลังมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

๖.๘.๓.๖ Wi-Fi และการสื่อสาร แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งมีบริการ Wi-Fi ฟรี นักท่องเที่ยวสามารถใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูล ติดต่อสื่อสาร และแบ่งปันประสบการณ์บนสื่อสังคมออนไลน์ มีบริการเช่าซิมการ์ดและ pocket WiFi ให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

๖.๘.๓.๗ เทคโนโลยีสารสนเทศ มี QR code ที่ให้ข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อสแกน มีแอปพลิเคชันมือถือที่เป็นไกด์เสมือน ให้ข้อมูล แผนที่ นำทาง และเกม/กิจกรรมเชิงโต้ตอบ มีการนำเทคโนโลยี AR (Augmented Reality) และ VR (Virtual Reality) มาใช้ในบางแห่งเพื่อสร้างประสบการณ์ที่น่าสนใจ เช่น การจำลองโบราณสถานในสมัยก่อนที่ยังไม่ทรุดโทรม

๖.๘.๓.๘ บริการทางศาสนา สำหรับนักจาริกแสวงบุญที่ต้องการปฏิบัติธรรม มีที่สำหรับนั่งสมาธิ ฟังพระธรรมเทศนา ทำวัตร มีพระสงฆ์หรือครูสอนปฏิบัติที่พร้อมให้คำแนะนำ มีห้องสวดมนต์ ที่สำหรับถวายดอกไม้ธูปเทียน และอุปกรณ์สำหรับทำบุญต่างๆ

๖.๘.๔ โอกาสทางการตลาด

เส้นทางจาริกแสวงบุญในศรีลังกามีโอกาสทางการตลาดที่น่าสนใจในหลายตลาด

๖.๘.๔.๑ ตลาดในประเทศ ชาวศรีลังกาส่วนใหญ่นับถือพุทธศาสนาและถือเป็นหน้าที่ทางศาสนาที่จะไปจาริกแสวงบุญยังสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ต่างๆ อย่างน้อยหนึ่งครั้งในชีวิต ตลาดในประเทศจึงใหญ่และมั่นคง มีนักจาริกหลายล้านคนต่อปี โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลสำคัญทางศาสนา เช่น วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา และช่วงเทศกาลเพรหารา

๖.๘.๔.๒ ตลาดเอเชียใต้และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประเทศเพื่อนบ้านที่นับถือพุทธศาสนาเถรวาท ได้แก่ ไทย พม่า กัมพูชา ลาว เป็นตลาดเป้าหมายสำคัญ นักท่องเที่ยวจากประเทศเหล่านี้มีความสนใจสูงในการจาริกแสวงบุญไปศรีลังกาเพราะมีความเชื่อมโยงทางศาสนา และวัฒนธรรม ระยะทางไม่ไกลมาก และราคาไม่แพง การตลาดควรเน้นความเป็นแหล่งกำเนิดของพุทธศาสนาเถรวาท ความศักดิ์สิทธิ์ของพระธาตุ และความสวยงามของศิลปกรรม

๖.๘.๔.๓ ตลาดเอเชียตะวันออก จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ไต้หวัน มีชาวพุทธจำนวนมาก แม้จะเป็นพุทธศาสนาหายานที่แตกต่างจากเถรวาทบ้าง แต่ก็ยังมีความสนใจในแหล่งพุทธสถานสำคัญ โดยเฉพาะชาวจีนที่มีกำลังซื้อสูงและเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ก่อนโควิด-๑๙ นักท่องเที่ยวจีนเป็นกลุ่มที่เติบโตเร็วที่สุดในศรีลังกา การตลาดควรเน้นความเป็นมรดกโลก ความงามทางศิลปะ และการผสมผสานระหว่างการจาริกกับการพักผ่อน

๖.๘.๔.๔ ตลาดตะวันตก ชาวตะวันตกที่นับถือพุทธศาสนาหรือสนใจในพุทธศาสนาและการปฏิบัติธรรมมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง พวกเขาสนใจการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ การปฏิบัติธรรม การเรียนรู้ปรัชญาพุทธ ศรีลังกามีศูนย์ปฏิบัติธรรมคุณภาพสูงหลายแห่งที่เปิดรับชาวตะวันตก การตลาดควรเน้นความถูกต้องแท้จริง โอกาสในการเรียนรู้และปฏิบัติอย่างลึกซึ้ง และประสบการณ์การเปลี่ยนแปลงภายใน

๖.๘.๔.๕ ตลาดนักท่องเที่ยวที่สนใจวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ นอกจากนักจาริกแสวงบุญทางศาสนา ยังมีนักท่องเที่ยวทั่วไปที่สนใจมรดกทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศิลปะ สถาปัตยกรรม ซึ่งสนใจเยี่ยมชมแหล่งพุทธสถานในฐานะแหล่งมรดกโลกและ

แหล่งศิลปะที่สำคัญ ไม่จำเป็นต้องมีแรงจูงใจทางศาสนา การตลาดควรเน้นคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ และวัฒนธรรม

๖.๘.๕ กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม สร้างแบรนด์ "Sri Lanka - The Land of Serendipity and Sacred Heritage" เน้นความเป็นแหล่งกำเนิดพุทธศาสนาเถรวาทและมรดกทางวัฒนธรรมที่อุดมสมบูรณ์ ใช้สื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ มีเว็บไซต์และแอปพลิเคชันที่ให้ข้อมูลครบถ้วน สร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ เช่น วิดีโอ ภาพถ่าย เรื่องเล่า บทความ ทำงานร่วมกับ influencers และ bloggers ที่สนใจพุทธศาสนาและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ให้มาเยี่ยมชมและแบ่งปันประสบการณ์ จัดงานและกิจกรรมพิเศษ เช่น เทศกาลพุทธ การประชุมนานาชาติด้านพุทธศาสนา การจัดแสดงศิลปะพุทธ เพื่อดึงดูดความสนใจ ร่วมมือกับวัด องค์กรพุทธ และบริษัทนำเที่ยวในประเทศเป้าหมายเพื่อประชาสัมพันธ์และจัดทัวร์ สร้างแพ็คเกจที่หลากหลายเพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน เช่น แพ็คเกจจาริกแสวงบุญบริสุทธิ์ แพ็คเกจผสมผสานจาริกกับพักผ่อน แพ็คเกจปฏิบัติธรรมเข้มข้น แพ็คเกจศึกษาศิลปะและวัฒนธรรม ให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว รักษามาตรฐานและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและรับผิดชอบต่อ เน้นการอนุรักษ์มรดก การเคารพวัฒนธรรม และการสนับสนุนชุมชนท้องถิ่น

เส้นทางจาริกแสวงบุญในศรีลังกามีศักยภาพสูงในการดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ สร้างรายได้ให้กับประเทศและชุมชนท้องถิ่น และช่วยอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมอันล้ำค่า การพัฒนาอย่างมีแผน มีคุณภาพ และยั่งยืน จะทำให้ศรีลังกาเป็นจุดหมายปลายทางสำคัญของการจาริกแสวงบุญทางพุทธศาสนาในระดับโลก

๖.๙ เปรียบเทียบกับการท่องเที่ยวไทย

๖.๙.๑ แหล่งมรดกโลกในไทย

ประเทศไทยเช่นเดียวกับศรีลังกา เป็นประเทศที่มีมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ โดยมีแหล่งมรดกโลกที่ได้รับการขึ้นทะเบียนโดย UNESCO จำนวน ๖ แห่ง ประกอบด้วยมรดกทางวัฒนธรรม ๓ แห่ง และมรดกทางธรรมชาติ ๓ แห่ง

๖.๙.๑.๑ มรดกทางวัฒนธรรม ๑) เมืองประวัติศาสตร์สุโขทัยและเมืองบริวาร ขึ้นทะเบียนปี ค.ศ. ๑๙๙๑ ๒) เมืองประวัติศาสตร์อยุธยา ขึ้นทะเบียนปี ค.ศ. ๑๙๙๑ ๓) แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง ขึ้นทะเบียนปี ค.ศ. ๑๙๙๒

๖.๙.๑.๒ มรดกทางธรรมชาติ ๑) เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร ขั้วน้ำแห่งชาติ ขึ้นทะเบียนปี ค.ศ. ๑๙๙๑ ๒) เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่นเรศวร ขึ้นทะเบียนปี ค.ศ. ๒๐๐๕ ๓) กลุ่มป่าแก่งกระจาน ขึ้นทะเบียนปี ค.ศ. ๒๐๒๑

เมื่อเปรียบเทียบกับศรีลังกาที่มีมรดกโลก ๘ แห่ง ไทยมีจำนวนน้อยกว่า แต่มีความหลากหลายทั้งด้านวัฒนธรรมและธรรมชาติเช่นกัน ความแตกต่างที่สำคัญคือ ศรีลังกามีมรดกทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนาโดยตรงมากกว่า (๖ แห่งจาก ๖ แห่งมรดกทางวัฒนธรรม) ในขณะที่ไทยมี ๒ แห่งจาก ๓ แห่ง (สุโขทัยและอยุธยา) ที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนาอย่างชัดเจน

๖.๙.๑.๓ ข้อเปรียบเทียบด้านมรดกทางวัฒนธรรม

๖.๙.๑.๓.๑ ความคล้ายคลึง ทั้งสองประเทศมีมรดกโลกที่เป็นเมืองหลวงโบราณที่รุ่งเรืองในอดีต (อนูราธปุระ โปโลนนารูวะ กันดี ในศรีลังกา และ สุโขทัย อยุธยา ในไทย) มีวัด เจดีย์ พระพุทธรูป และสถาปัตยกรรมทางศาสนาที่สำคัญเป็นองค์ประกอบหลัก สะท้อนถึงความเจริญรุ่งเรืองของพุทธศาสนาเถรวาทในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีอิทธิพลจากวัฒนธรรมอินเดียและศรีลังกา โดยเฉพาะในสมัยสุโขทัยที่มีการแลกเปลี่ยนพระสงฆ์และคำสอนกับศรีลังกาอย่างใกล้ชิด

๖.๙.๑.๓.๒ ความแตกต่าง มรดกโลกของศรีลังกามีอายุเก่าแก่กว่า (เริ่มตั้งแต่พ.ศ. ๓๘๐ ก่อนคริสตกาล) เทียบกับไทย (เริ่มประมาณพ.ศ. ๑๘๐๐) ศรีลังกามีพระธาตุและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่เชื่อมโยงกับพระพุทธเจ้าโดยตรง (พระเขี้ยวแก้ว ต้นโพธิ์ รอยพระพุทธรบาท) ในขณะที่ไทยมีพระธาตุแต่ไม่มีหลักฐานยืนยันความเชื่อมโยงโดยตรงกับพระพุทธเจ้า สถาปัตยกรรมของศรีลังกามีลักษณะเฉพาะที่แตกต่าง เช่น เจดีย์ทรงระฆังขนาดใหญ่ ภาพสลักและจิตรกรรมฝาผนังในถ้ำ ไทยมีอิทธิพลจากเขมรและพม่ามากกว่าในด้านสถาปัตยกรรมและศิลปะ

๖.๙.๒ เส้นทางจาริกแสวงบุญไทย

ประเทศไทยมีเส้นทางจาริกแสวงบุญและแหล่งพุทธสถานสำคัญกระจายอยู่ทั่วประเทศ แต่ยังไม่มีการพัฒนาเป็นระบบ "Buddhist Circuit" ที่เป็นทางการชัดเจนเหมือนศรีลังกา ดังนั้น มีเส้นทางจาริกแสวงบุญที่ชาวพุทธไทยนิยมไปกราบไหว้

๖.๙.๒.๑ เส้นทางจาริกแสวงบุญสำคัญในไทย

๖.๙.๒.๑.๑ เส้นทางภาคเหนือ ครอบคลุมจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง พะเยา เชียงราย แหล่งพุทธสถานสำคัญ ได้แก่ วัดพระธาตุดอยสุเทพ วัดพระสิงห์ วัดเจดีย์หลวง วัดพระธาตุนครชัย วัดพระธาตูลำปางหลวง วัดพระธาตุดอยคำ วัดร่องขุ่น วัดพระแก้ว เส้นทางนี้มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และเป็นศูนย์กลางของพุทธศาสนาล้านนา

๖.๙.๒.๑.๒ เส้นทางภาคกลาง เริ่มจากกรุงเทพฯ ผ่านนครปฐม สุพรรณบุรี อยุธยา สระบุรี ลพบุรี แหล่งพุทธสถานสำคัญ ได้แก่ วัดพระแก้ว วัดโพธิ์ วัดอรุณ วัดพระปฐมเจดีย์ วัดใหญ่ชัยมงคล วัดมหาธาตุ (อยุธยา) พระพุทธบาทสระบุรี พระนครคีรี (เพชรบุรี) เส้นทางนี้ครอบคลุมมรดกโลก ๒ แห่ง (นครปฐมและอยุธยา) และเป็นศูนย์กลางของพระพุทธศาสนาไทย

๖.๙.๒.๑.๓ เส้นทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ครอบคลุมนครราชสีมา ขอนแก่น อุดรธานี อุบลราชธานี แหล่งพุทธสถานสำคัญ ได้แก่ วัดพระธาตุพนม วัดศรีชุม วัดหนองหัว พระธาตุนาดูน พิพิธภัณฑสถานเชียง เส้นทางนี้มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ผสมผสานระหว่างไทย ลาว และเขมร

๖.๙.๒.๑.๔ เส้นทางภาคใต้ ครอบคลุมนครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี พัทลุง สงขลา ปัตตานี แหล่งพุทธสถานสำคัญ ได้แก่ วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร วัดพระบรมธาตุไชยา วัดพระบรมธาตุเจดีย์ เส้นทางนี้สะท้อนถึงประวัติศาสตร์อันยาวนานของพุทธศาสนาในภาคใต้และอิทธิพลจากศรีวิชัย

๖.๙.๒.๒ เปรียบเทียบกับเส้นทางจาริกแสวงบุญในศรีลังกา

๖.๙.๒.๒.๑ ความคล้ายคลึง ทั้งสองประเทศมีแหล่งพุทธสถานกระจายอยู่ทั่วประเทศ มีการจาริกแสวงบุญเป็นประเพณีสำคัญของชาวพุทธ แหล่งพุทธสถานมีทั้งที่เป็นมรดกโลกและที่ไม่ได้ขึ้นทะเบียนแต่มีความสำคัญทางศาสนาและวัฒนธรรม

๖.๙.๒.๒.๒ ความแตกต่าง ศรีลังกามีการพัฒนาเส้นทาง Buddhist Circuit ที่เป็นระบบชัดเจนกว่า มีการเชื่อมโยงและส่งเสริมการตลาดแบบบูรณาการ ระยะทางระหว่างแหล่งพุทธสถานในศรีลังกาใกล้กว่า ทำให้สามารถเยี่ยมชมได้หลายแห่งในเวลาจำกัด ในขณะที่ไทยมีพื้นที่กว้างกว่า แหล่งพุทธสถานกระจุกกระจายมากกว่า ศรีลังกาเน้นการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาเป็นหลัก ในขณะที่ไทยมีการผสมผสานระหว่างการจาริกแสวงบุญกับการท่องเที่ยว

เชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติ และพักผ่อน จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมายังศรีลังกามากกว่าที่มาไทย (เมื่อเทียบสัดส่วนกับนักท่องเที่ยวทั้งหมด) เพราะศรีลังกาเป็นแหล่งกำเนิดและมีพระธาตุสำคัญ

๖.๙.๓ โอกาสในการพัฒนา

การเปรียบเทียบกับศรีลังกาทำให้เห็นโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและจิตวิญญาณของไทยในหลายด้าน

๖.๙.๓.๑ การพัฒนาเส้นทาง Buddhist Circuit ของไทย ไทยควรพัฒนาเส้นทางจาริกแสวงบุญที่เป็นระบบและเป็นทางการมากขึ้น โดยเรียนรู้จากศรีลังกา ควรมีการ (๑) กำหนดเส้นทางหลักและเส้นทางรอง (๒) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก (๓) จัดทำระบบข้อมูลและการสื่อสารที่ครบถ้วน (๔) ส่งเสริมการตลาดแบบบูรณาการ และ (๕) สร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานและแหล่งท่องเที่ยว

๖.๙.๓.๒ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ไทยมีศูนย์ปฏิบัติธรรมคุณภาพสูงมากมายทั่วประเทศ ควรส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่ผสมผสานระหว่างจาริกแสวงบุญกับการปฏิบัติธรรม โดยเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวตะวันตกที่สนใจสมาธิและวิปัสสนา พัฒนาโปรแกรมที่หลากหลาย ตั้งแต่ระยะสั้น (๓-๗ วัน) ไปจนถึงระยะยาว (๑-๓ เดือน) มีทั้งแบบเข้มข้นและแบบผ่อนคลาย

๖.๙.๓.๓ การยกระดับมาตรฐานการบริการ เรียนรู้จากศรีลังกาในการพัฒนาศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ระบบป้ายและข้อมูล โก๊ดที่มีความรู้และภาษาต่างประเทศ ที่พักและร้านอาหารที่มีมาตรฐาน ความสะอาด ความปลอดภัย และการเข้าถึงสำหรับผู้พิการและผู้สูงอายุ

๖.๙.๓.๔ การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนและที่พักยั่งยืน ส่งเสริมชุมชนรอบแหล่งพุทธสถานให้มีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์อย่างเป็นธรรม พัฒนาบ้านพักโฮมสเตย์ และ eco-lodge ที่มีคุณภาพ สร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การเรียนรู้วิถีชีวิต การทำบุญตักบาตร การปฏิบัติธรรม การทำกิจกรรมกับชุมชน

๖.๙.๓.๕ การสร้างความร่วมมือระหว่างไทยกับศรีลังกา ทั้งสองประเทศควรสร้างความร่วมมือในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา เช่น (๑) การแลกเปลี่ยนนักท่องเที่ยว โดยส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวที่ไปศรีลังกามาไทยด้วย และในทางกลับกัน (๒) การพัฒนาแพ็คเกจทัวร์ร่วมที่ครอบคลุมทั้งสองประเทศ (๓) การแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์

ในการจัดการการท่องเที่ยว (๔) การจัดกิจกรรมและเทศกาลร่วม และ (๕) การสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาาร่วมกัน

๖.๙.๓.๖ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล พัฒนาแอปพลิเคชันมือถือ เว็บไซต์ ระบบ VR/AR ที่ให้ข้อมูลครบถ้วน น่าสนใจ และใช้งานง่าย มีระบบจองออนไลน์ การชำระเงินดิจิทัล แผนที่และการนำทางที่แม่นยำ ระบบรีวิวและแบ่งปันประสบการณ์ การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์

๖.๙.๓.๗ การอนุรักษ์และบูรณะ เรียนรู้จากศรีลังกาในการอนุรักษ์และบูรณะโบราณสถาน โดยใช้วิธีการที่ถูกต้อง วัสดุที่เหมาะสม และผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถ รักษาความถูกต้องแท้จริง และความสมบูรณ์ ของมรดก มีการบันทึกและจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ

๖.๙.๓.๘ การสร้างความตระหนักและความภาคภูมิใจ ส่งเสริมให้คนไทยเห็นคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมและพุทธศาสนา มีความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์และประวัติศาสตร์ รู้สึกเป็นเจ้าของและมีความรับผิดชอบในการอนุรักษ์ จัดกิจกรรมการศึกษา การประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชน

๖.๙.๓.๙ การสร้างสมดุลระหว่างการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ เรียนรู้จากทั้งความสำเร็จและความผิดพลาดของศรีลังกา วางแผนและจัดการเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหา overtourism การพาณิชย์มากเกินไป การทำลายความศักดิ์สิทธิ์ และผลกระทบเชิงลบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คำนึงถึงทั้งเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

การเรียนรู้จากประสบการณ์ของศรีลังกาและนำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของไทย จะช่วยให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและจิตวิญญาณของไทยพัฒนาไปในทิศทางที่ต้องการ สร้างประโยชน์สูงสุดต่อประเทศ ชุมชน และนักท่องเที่ยว และช่วยอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมอันล้ำค่าให้คงอยู่สืบไป

๖.๙.๔ กรณีศึกษา

๖.๙.๔.๑ กรณีศึกษาที่ ๑ การจัดการนักท่องเที่ยวที่วัดพระธาตุเขี้ยวแก้ว

วัดพระธาตุเขี้ยวแก้วกันดั้รับนักท่องเที่ยวและนักจาริกแสวงบุญเฉลี่ย ๕,๐๐๐-๑๐,๐๐๐ คนต่อวัน ในช่วงเทศกาลเพรหาราอาจมีถึง ๕๐,๐๐๐ คนต่อวัน ก่อให้เกิดปัญหา (๑) ความแออัดและไม่สะดวกสบาย (๒) การรบกวนบรรยากาศทางจิตวิญญาณ (๓) ความเสียหายต่ออาคารและ

สิ่งของการสัมผัสและความชื่นจากลมหายใจ (๔) ความไม่ปลอดภัย และ (๕) ความขัดแย้งระหว่างนักจาริกแสวงบุญที่มาทำพิธีกับนักท่องเที่ยวทั่วไปที่มาชม

๖.๙.๔.๑.๑ วิธีการแก้ไข

๖.๙.๑.๑.๑. การแบ่งเวลาและทางเข้า - กำหนดช่วงเวลาบูชาพระเขี้ยวแก้ว (๓ ครั้งต่อวัน) ที่นักจาริกได้รับความสะดวก มีทางเดินพิเศษสำหรับนักจาริกที่ต้องการทำพิธี นักท่องเที่ยวทั่วไปใช้ทางเดินแยกและไม่รบกวน

๖.๙.๑.๑.๒. การควบคุมพฤติกรรม - มีกฎระเบียบที่ชัดเจนและเข้มงวด เช่น การแต่งกาย การถอดรองเท้า ห้ามถ่ายภาพในบางพื้นที่ ห้ามสูบบุหรี่ ห้ามส่งเสียงดัง มีเจ้าหน้าที่และอาสาสมัครคอยบังคับใช้และให้คำแนะนำ

๖.๙.๑.๑.๓. การจำกัดพื้นที่ - ห้องหรือพื้นที่ประดิษฐานพระเขี้ยวแก้วจริงเข้าไม่ได้ นักท่องเที่ยวชมได้เฉพาะจากทางเดินด้านนอกผ่านช่องเปิด ลดการสัมผัสโดยตรงและความชื้น

๖.๙.๑.๑.๔. การให้ข้อมูล - มีป้ายและแผ่นพับให้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติ ความสำคัญ และข้อควรปฏิบัติในหลายภาษา มีไกด์อาสาสมัครที่พร้อมตอบคำถามและอธิบาย

๖.๙.๑.๑.๕. การบำรุงรักษา - มีการทำความสะอาดและตรวจสอบสภาพอาคารและสิ่งของเป็นประจำ มีการบูรณะและซ่อมแซมที่ชำรุดทันที

๖.๙.๑.๑.๖. ความปลอดภัย - มีระบบรักษาความปลอดภัย ระบบดับเพลิง และแผนฉุกเฉิน

๖.๙.๑.๒ ผลลัพธ์ สามารถรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากโดยยังรักษาความศักดิ์สิทธิ์และบรรยากาศทางจิตวิญญาณ นักจาริกแสวงบุญได้รับประสบการณ์ที่ดีและรู้สึกเคารพ นักท่องเที่ยวทั่วไปได้รับความรู้และประสบการณ์ที่มีคุณค่า อาคารและสิ่งของได้รับการดูแลรักษาอย่างดี สร้างรายได้สูงจากการท่องเที่ยวเพื่อนำไปใช้ในการบูรณะและกิจกรรมทางศาสนา

๖.๙.๑.๓ บทเรียน การจัดการที่ดีต้องสร้างสมดุลระหว่างการเปิดให้เข้าชม (เพื่อเผยแพร่และสร้างรายได้) กับการรักษาความศักดิ์สิทธิ์และอนุรักษ์ ต้องมีกฎระเบียบที่

ชัดเจนและบังคับใช้อย่างจริงจัง ต้องให้ความรู้และสร้างความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยว และต้องมีการดูแลบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอ

๖.๙.๔.๒ กรณีศึกษาที่ ๒ Jetwing Vil Uyana - Eco-Resort ในศรีลังกา

Jetwing Vil Uyana เป็น eco-resort ระดับ ๕ ดาว ตั้งอยู่ใกล้ซีเรียและดัมบุลลา สร้างบนพื้นที่ชุ่มน้ำ ขนาด ๒๘ เฮกตาร์ มีห้องพัก ๒๕ ห้องในรูปแบบเคบิน ๓ ประเภท: เคบินลอยน้ำ เคบินในป่า และเคบินในสวน

๖.๙.๔.๒.๑ หลักการออกแบบและดำเนินงาน

๖.๙.๔.๒.๑.๑. **อนุรักษ์ธรรมชาติ** - สร้างบนพื้นที่ชุ่มน้ำโดยไม่ทำลายระบบนิเวศ ปลุกต้นไม้พันธุ์พื้นเมืองกว่า ๒๐,๐๐๐ ต้น สร้างแหล่งน้ำและที่อยู่สัตว์ป่า มีนกกว่า ๑๕๐ ชนิดและสัตว์อื่นๆ มากมาย

๖.๙.๔.๒.๑.๒. **สถาปัตยกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม** - เคบินสร้างด้วยวัสดุท้องถิ่นและธรรมชาติ ได้แก่ ไม้ไผ่ ไม้ หิน ดิน หลังคามุงจาก ออกแบบให้มีการระบายอากาศและแสงธรรมชาติที่ดี กลมกลืนกับธรรมชาติ

๖.๙.๔.๒.๑.๓. **พลังงานหมุนเวียน** - ใช้พลังงานแสงอาทิตย์ (solar panels) ผลิตไฟฟ้าประมาณ ๗๐% ของความต้องการ ใช้หลอดไฟ LED ประหยัดพลังงาน ปิดเครื่องปรับอากาศเมื่อไม่มีแขก

๖.๙.๔.๒.๑.๔. **การจัดการน้ำ** - เก็บน้ำฝน นำน้ำเสียกลับมาใช้ใหม่ในการรดน้ำต้นไม้ บำบัดน้ำเสียด้วยระบบธรรมชาติ (constructed wetland) ก่อนปล่อยกลับสู่สิ่งแวดล้อม ใช้อุปกรณ์ประหยัดน้ำ

๖.๙.๔.๒.๑.๕. **การจัดการขยะ** - คัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล ทำปุ๋ยหมักจากเศษอาหารและขยะอินทรีย์ ไม่ใช้พลาสติกใช้ครั้งเดียวทิ้ง ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้

๖.๙.๔.๒.๑.๖. **ฟาร์มอินทรีย์** - มีฟาร์มปลูกผักสวนครัว สมุนไพร ผลไม้ เลี้ยงไก่ เป็ด เพื่อจัดหาอาหารในรีสอร์ท ไม่ใช้สารเคมี ปุ๋ยเคมี ยาฆ่าแมลง อาหารที่เหลือนำไปทำปุ๋ยหมัก

๖.๙.๔.๒.๑.๗. **สนับสนุนชุมชน** - จ้างงานชาวบ้านท้องถิ่นกว่า ๙๐% ซื้อวัตถุดิบและบริการจากชุมชน สนับสนุนโครงการการศึกษาและพัฒนาชุมชน

๖.๙.๔.๒.๑.๘. **การศึกษารมชาติ** - จัดกิจกรรมให้แขกได้เรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติ เช่น ชมนก เเดินธรรมชาติ ชมดาว เรียนรู้เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ การอนุรักษ์

๖.๙.๔.๒.๒ **ผลลัพธ์** ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวยั่งยืนหลายรางวัล เช่น Green Globe Certification, EarthCheck Gold Certification มีอัตราการเข้าพักสูงกว่า ๘๐% ตลอดปี แยกส่วนใหญ่พอใจมากและกลับมาพักซ้ำ สร้างรายได้ให้ชุมชนท้องถิ่นผ่านการจ้างงานและการซื้อวัตถุดิบ ระบบนิเวศในพื้นที่ดีขึ้น มีความหลากหลายทางชีวภาพเพิ่มขึ้น เป็นตัวอย่างและแรงบันดาลใจให้รีสอร์ทอื่นๆ ในศรีลังกาและภูมิภาค

๖.๙.๔.๒.๓ **บทเรียน** การท่องเที่ยวยั่งยืนไม่ได้หมายความว่าต้องเสียสละความสะดวกสบายหรือความหรูหรา สามารถผสมผสานระหว่างบริการระดับสูงกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมได้ การลงทุนในเทคโนโลยีสีเขียวและการอนุรักษ์อาจมีต้นทุนสูงในระยะแรก แต่ในระยะยาวช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย สร้างภาพลักษณ์ที่ดี ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีจิตสำนึก และสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

๖.๙.๔.๓ กรณีศึกษาที่ ๓ Tea Tourism ในสวนชา Mackwoods

Mackwoods Tea Estate เป็นสวนชาที่ใหญ่และเก่าแก่ที่สุดแห่งหนึ่งในศรีลังกา ตั้งอยู่ในนุวารา เอลิยา ก่อตั้งปี ค.ศ. ๑๘๔๑ มีพื้นที่กว่า ๑,๐๐๐ เฮกตาร์ ผลิตชาส่งออกกว่า ๑,๐๐๐ ตันต่อปี

๖.๙.๔.๓.๑ **การพัฒนาการท่องเที่ยว**: ในอดีตสวนชาเป็นเพียงแหล่งผลิต ไม่เปิดให้เข้าชม แต่ในช่วงทศวรรษ ๑๙๙๐ เมื่อการท่องเที่ยวในศรีลังกาเริ่มเติบโต สวนจึงเริ่มเปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชมและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างต่อเนื่อง

๖.๙.๔.๓.๒ กิจกรรมและบริการ

๖.๙.๔.๓.๒.๑. **ชมสวนชา** - นักท่องเที่ยวเดินชมแปลงชาและชมการเด็ดใบชาโดยคนงาน (ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงชาวทมิฬ) ถ่ายรูปท่ามกลางทิวทัศน์สวนชาสีเขียวสดบนเนินเขา

๖.๙.๔.๓.๒.๒. **เยี่ยมชมโรงงาน** - มีไกด์พานักท่องเที่ยวเข้าชมโรงงานแปรรูปชา อธิบายกระบวนการตั้งแต่ใบชาสดจนเป็นชาแห้งพร้อมบรรจุ แสดงเครื่องจักรแบบดั้งเดิมที่ยังใช้งานอยู่

๖.๙.๔.๓.๒.๓. **ร้านชา Mackwoods Labookellie** - ร้านชา สไตล์อังกฤษให้บริการชาและเค้กช็อกโกแลตฟรี (แต่หวังให้บริจาค) จากระเบียงมองเห็นวิวสวนชา และภูเขาสวยงาม เป็นจุดถ่ายภาพยอดนิยม

๖.๙.๔.๓.๒.๔. **ร้านขายชา** - มีชาหลายเกรดและประเภทให้เลือกซื้อ ราคาถูกกว่าในเมืองและมีบริการจัดส่งระหว่างประเทศ มีของฝากอื่นๆ เช่น ช็อกโกแลต น้ำผึ้ง

๖.๙.๔.๓.๒.๕. **ที่พัก Mackwoods Bungalow** - บังกะโล เก้าแควสมัยอาณานิคมที่ได้รับการบูรณะ ให้บริการที่พักระดับบูติกสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักท่ามกลางสวนชา

๖.๙.๔.๓.๓ ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม

๖.๙.๔.๓.๓.๑. **รายได้เพิ่มเติม** - การท่องเที่ยวสร้างรายได้เสริมจากการขายชาให้นักท่องเที่ยว ประมาณ ๕๐-๑๐๐ ล้านบาทต่อปี (นอกเหนือจากรายได้หลักจากการส่งออก)

๖.๙.๔.๓.๓.๒. **การจ้างงาน** - สร้างงานเพิ่มให้ไกด์ พนักงานร้านชา พนักงานขาย คนทำความสะอาด รักษาความปลอดภัย ประมาณ ๕๐ ตำแหน่ง

๖.๙.๔.๓.๓.๓. **การประชาสัมพันธ์แบรนด์** - การท่องเที่ยวช่วยให้แบรนด์ Mackwoods เป็นที่รู้จักในตลาดโลก นักท่องเที่ยวที่ชมและประทับใจกลายเป็นลูกค้าและช่วยบอกต่อ

๖.๙.๔.๓.๓.๔. **ความภาคภูมิใจของคนงาน** - คนงานสวนชา รู้สึกภาคภูมิใจที่นักท่องเที่ยวจากทั่วโลกมาชมและสนใจงานของพวกเขา มีการถ่ายภาพและชื่นชม

๖.๙.๔.๓.๓.๕. **ผลกระทบต่อชุมชนรอบข้าง** - นักท่องเที่ยวที่มาเยือนสวนชามักใช้บริการที่พัก ร้านอาหาร ร้านค้า ในเมืองนุวารา เอลิยาและหมู่บ้านใกล้เคียง ช่วยกระจายรายได้

๖.๙.๔.๓.๔ ความท้าทาย

๖.๙.๔.๓.๔.๑. **จำนวนนักท่องเที่ยวมากเกินไป** - ในบางวัน โดยเฉพาะวันหยุด มีนักท่องเที่ยวมากจนแออัด รอคิวนาน คุณภาพประสบการณ์ลดลง

๖.๙.๔.๓.๔.๒. **ผลกระทบต่อการผลิต** - การเข้าชมโรงงานอาจรบกวนการทำงานและสุขอนามัยของการผลิตอาหาร ต้องจัดการอย่างระมัดระวัง

๖.๙.๔.๓.๔.๓. **ความคาดหวังที่สูง** - นักท่องเที่ยวบางคนคาดหวังว่าจะได้ "ประสบการณ์ที่แท้จริง" เช่น ลองเต๋เตชา แต่ส่วนใหญ่ไม่ได้จัดกิจกรรมนี้เพราะกลัวกระทบต่อการผลิต

๖.๙.๔.๓.๔.๔. **การพึ่งพาการท่องเที่ยวมากเกินไป** - เมื่อเกิดวิกฤติการท่องเที่ยว (เช่น โควิด-๑๙ การก่อการร้าย วิกฤตเศรษฐกิจ) รายได้จากการท่องเที่ยวหายไป ส่งผลกระทบต่อพนักงานที่ทำงานในส่วนนี้

๖.๙.๔.๓.๕ **บทเรียน** การท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์เกษตร สร้างรายได้และการจ้างงานเพิ่มเติม และเป็นช่องทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้น ต้องจัดการอย่างระมัดระวังเพื่อไม่ให้กระทบต่อการผลิตหลัก ไม่ให้นักท่องเที่ยวมากเกินไป ความสามารถรองรับ และไม่พึ่งพาการท่องเที่ยวมากเกินไปจนล้มภารกิจหลัก การพัฒนากิจกรรมและประสบการณ์ที่หลากหลายช่วยเพิ่มความพึงพอใจและระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ในสถานที่

บทสรุป การท่องเที่ยวในฐานะพลังอ่อนเชิงพุทธ

บทที่เจ็ดนี้แสดงให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและจิตวิญญาณในศรีลังกาเป็นตัวอย่างที่ชัดเจนของการใช้ทุนทางพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในการสร้างพลังอ่อนเชิงคุณค่า การท่องเที่ยวในลักษณะนี้ไม่เพียงสร้างรายได้ แต่ยังทำหน้าที่เป็นกระบวนการเรียนรู้และการพัฒนาจิตใจของทั้งนักท่องเที่ยวและชุมชนเจ้าบ้าน

การวิเคราะห์บทบาทของ UNESCO และการจัดการมรดกโลกชี้ให้เห็นว่า การท่องเที่ยวจะเป็นพลังเชิงบวกได้ก็ต่อเมื่อมีการจัดการที่คำนึงถึงความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์ การมีส่วนร่วมของชุมชน และการพัฒนาทางเศรษฐกิจ ในกรอบภูมิพลังปัญญาพุทธ การท่องเที่ยวจึงไม่ใช่เพียงเครื่องมือเชิงนโยบาย แต่เป็นกระบวนการพัฒนาสังคมที่เชื่อมโยงวัฒนธรรม จิตวิญญาณ และความยั่งยืน ซึ่งเป็นบทเรียนสำคัญที่ประเทศไทยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและจิตวิญญาณของตนเองในอนาคต

บทที่ ๗

ทุนนิยมแบบมีสติกับเศรษฐกิจพอเพียง

ในโลกศตวรรษที่ ๒๑ ระบบทุนนิยมได้กลายเป็นระบบเศรษฐกิจหลักของโลก นำมาซึ่งความเจริญรุ่งเรืองทางวัตถุอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน แต่ในขณะเดียวกัน ก็ได้สร้างปัญหาที่ซับซ้อนมากมาย ทั้งความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจที่รุนแรงขึ้น วิกฤตสิ่งแวดล้อมที่คุกคามอนาคตของมนุษยชาติ และความทุกข์ทางจิตใจที่แพร่หลายในสังคมบริโภคนิยม ความท้าทายเหล่านี้กระตุ้นให้เราต้องหาทางเลือกใหม่ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมที่สมดุลและยั่งยืน บทนี้นำเสนอแนวทางทางเลือกที่มีรากฐานจากภูมิปัญญาทางพุทธศาสนา โดยเฉพาะแนวคิดเกี่ยวกับทุนนิยมแบบมีสติและปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งเป็นความพยายามในการสร้างสมดุลระหว่างการแสวงหากำไรกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การวิพากษ์ทุนนิยมผ่านเลนส์ของพุทธสังคมิวิทยาช่วยให้เราเข้าใจรากเหง้าทางจิตใจของปัญหาเศรษฐกิจ โดยเชื่อมโยงกับอภิปรัชญา ๓ คือ โลภะ โทสะ และโมหะ ในขณะที่หลักมัชฌิมาปฏิปทาและหลักเศรษฐกิจพอเพียงชี้แนะให้เราหาทางสายกลางที่หลีกเลี่ยงสุดโต่งทั้งสองด้าน

กรณีศึกษาจากทั้งประเทศไทยและศรีลังกาแสดงให้เห็นว่าการนำหลักธรรมทางพุทธศาสนามาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมเป็นไปได้จริงและสร้างผลลัพธ์เชิงบวก ตั้งแต่ระดับปัจเจกบุคคล ครอบครัว ชุมชน ไปจนถึงองค์กรธุรกิจและนโยบายระดับชาติ การสร้างสมดุลระหว่างกำไร ผู้คน และโลก พร้อมกับการวัดความก้าวหน้าด้วยตัวชี้วัดที่หลากหลายกว่า GDP เป็นก้าวสำคัญสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง

๗.๑ วิพากษ์ทุนนิยมสมัยใหม่

ระบบทุนนิยมได้กลายเป็นระบบเศรษฐกิจหลักของโลกในศตวรรษที่ ๒๑ โดยมีรากฐานมาจากแนวคิดของอดัม สมิธ (Adam Smith) ที่เน้นการแสวงหากำไรสูงสุดและกลไกตลาดเสรี (Piketty, 2020) ดังนั้น ระบบนี้ได้สร้างทั้งความเจริญรุ่งเรืองและปัญหาที่ซับซ้อนแก่สังคมโลก การวิเคราะห์วิพากษ์ทุนนิยมสมัยใหม่จำเป็นต้องพิจารณาทั้งข้อดีและข้อจำกัดอย่างรอบด้าน

๗.๑.๑ ข้อดีและข้อจำกัดของทุนนิยม

ระบบทุนนิยมได้นำมาซึ่งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อนในประวัติศาสตร์มนุษยชาติ การแข่งขันในตลาดเสรีกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง ประสิทธิภาพในการจัดสรรทรัพยากรผ่านกลไกราคาช่วยให้เกิดการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่จำกัดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ ทุนนิยมยังสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการลงทุนและพัฒนาธุรกิจ ซึ่งนำไปสู่การสร้างงานและการเติบโตทางเศรษฐกิจ

ดังนั้น ข้อจำกัดของทุนนิยมก็ปรากฏชัดเจนไม่แพ้กัน การมุ่งเน้นผลกำไรเป็นเป้าหมายหลักมักนำไปสู่การละเลยต้นทุนทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ระบบนี้มักสนับสนุนการบริโภคนิยมและวัตถุนิยม ซึ่งสร้างวัฒนธรรมการบริโภคที่ไม่ยั่งยืน การแข่งขันอย่างไร้ขีดจำกัดอาจนำไปสู่การผูกขาดและการเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค นอกจากนี้ ทุนนิยมยังมีแนวโน้มสร้างความไม่เสถียรทางเศรษฐกิจผ่านวัฏจักรเศรษฐกิจที่มีการขยายตัวและหดตัวสลับกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน (อมรรัตน์ ภูมิรัตนกานนท์, ๒๕๖๔)

๗.๑.๒ ปัญหาความเหลื่อมล้ำ

ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคมเป็นหนึ่งในปัญหาที่ร้ายแรงที่สุดของระบบทุนนิยมสมัยใหม่ Thomas Piketty (2020) ได้ชี้ให้เห็นว่าในระยะยาว อัตราผลตอบแทนจากทุน (r) มักสูงกว่าอัตราการเติบโตของเศรษฐกิจ (g) ซึ่งหมายความว่าผู้ที่มีทุนจะสะสมความมั่งคั่งได้เร็วกว่าผู้ที่พึ่งพารายได้จากแรงงาน สถิติจาก Oxfam (2023) แสดงให้เห็นว่า ๑% ของประชากรโลกที่ร่ำรวยที่สุดครอบครองทรัพย์สินมากกว่า ๖๐% ของประชากรโลกที่ยากจนที่สุดรวมกัน ในบริบทของประเทศไทย ความเหลื่อมล้ำทางรายได้วัดจากค่าสัมประสิทธิ์จีนิ อยู่ที่ประมาณ ๐.๔๓-๐.๔๕ ซึ่งถือว่าสูงกว่าค่าเฉลี่ยของภูมิภาคเอเชีย ความเหลื่อมล้ำนี้ไม่เพียงแต่เป็นปัญหาทางเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังส่งผลกระทบต่อโอกาสทางการศึกษา การเข้าถึงบริการสาธารณสุข และการมีส่วนร่วมทางการเมือง ความเหลื่อมล้ำที่สะสมต่อเนื่องยังทำให้เกิดความขัดแย้งทางสังคมและความไม่ไว้วางใจระหว่างกลุ่มต่างๆ ในสังคม สำหรับศรีลังกา ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจมีความซับซ้อนมากขึ้นเมื่อพิจารณาพร้อมกับมิติทางชาติพันธุ์และภูมิภาค โดยความแตกต่างระหว่างเมืองและชนบท รวมถึงความเหลื่อมล้ำระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์ที่แตกต่างกัน ได้ส่งผลกระทบต่อความเป็นธรรมทาง

สังคม วิฤตเศรษฐกิจในปี 2022 ยิ่งทำให้ความเหลื่อมล้ำรุนแรงขึ้น โดยกลุ่มที่มีรายได้น้อยได้รับผลกระทบมากกว่ากลุ่มที่มีฐานะดีอย่างเห็นได้ชัด

๗.๑.๓ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ระบบทุนนิยมที่มุ่งเน้นการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างไม่จำกัดได้ก่อให้เกิดวิกฤตสิ่งแวดล้อมระดับโลก การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ และมลพิษในรูปแบบต่างๆ ล้วนเป็นผลมาจากการแสวงหากำไรโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบระยะยาว แนวคิด "planetary boundaries" ชี้ให้เห็นว่าโลกมีขีดจำกัดในการรองรับผลกระทบจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจของมนุษย์ การผลิตและการบริโภคในระบบทุนนิยมสมัยใหม่มักอาศัย "linear economy" ที่เน้นการนำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้แล้วทิ้ง ซึ่งไม่ยั่งยืน อุตสาหกรรมแฟชั่นอย่างรวดเร็ว การผลิตอาหารเพื่อการส่งออกที่ไม่ยั่งยืน และการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง ล้วนเป็นตัวอย่างของปัญหาที่เกิดจากระบบนี้ ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างรุนแรง โดยเฉพาะภัยแล้งและน้ำท่วมที่มีความรุนแรงและถี่ขึ้น (กรมอุตุวิทยา, ๒๕๖๕)

๗.๑.๔ วิฤตการณ์ต่างๆ ที่เกิดจากทุนนิยม

นอกจากปัญหาความเหลื่อมล้ำและสิ่งแวดล้อมแล้ว ทุนนิยมยังสร้างวิฤตการณ์อื่นๆ อีกมากมาย วิฤตการเงินโลกปี ๒๐๐๘ เป็นตัวอย่างที่ชัดเจนของความล้มเหลวของระบบการเงินที่ไร้การควบคุมที่เหมาะสม การเก็งกำไรทางการเงิน การสร้างหนี้ที่เกินตัว และความโลภของสถาบันการเงินได้นำไปสู่วิฤตที่ส่งผลกระทบต่อผู้คนนับล้านทั่วโลก วิฤตสุขภาพจิตในสังคมทุนนิยมก็เป็นอีกประเด็นที่น่าห่วงใย ความกดดันในการแข่งขัน การทำงานหนักเกินไป และวัฒนธรรมการบริโภคที่ไม่รู้จักพอ ได้ทำให้อัตราภาวะซึมเศร้าและวิตกกังวลเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในประเทศไทย การศึกษาของกรมสุขภาพจิต (๒๕๖๕) พบว่ามีผู้ป่วยโรคซึมเศร้าเพิ่มขึ้นถึง ๒๕% เมื่อเทียบกับปี ๒๕๖๐ โดยเฉพาะในกลุ่มวัยทำงานที่เผชิญกับความกดดันทางเศรษฐกิจ วิฤตการว่างงานจากการนำระบบอัตโนมัติและปัญญาประดิษฐ์มาใช้ในภาคอุตสาหกรรม ก็เป็นความท้าทายใหม่ของทุนนิยมในยุคดิจิทัล การที่ธุรกิจมุ่งลดต้นทุนแรงงานด้วยเทคโนโลยีส่งผลให้คนงานจำนวนมากสูญเสียงาน โดยเฉพาะในกลุ่มที่มีทักษะระดับกลาง ปัญหานี้ยิ่งรุนแรงขึ้นในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-๑๙ ที่ทำให้ธุรกิจหันไปใช้ระบบดิจิทัลมากขึ้นอย่างรวดเร็ว

๗.๒ มุมมองพุทธสังคมิวิทยาต่อทุนนิยม

การวิเคราะห์ระบบทุนนิยมผ่านเลนส์ของพุทธสังคมิวิทยาให้มุมมองที่แตกต่างจากการวิเคราะห์ทางเศรษฐศาสตร์หรือสังคมิวิทยาทั่วไป โดยเน้นที่รากเหง้าทางจิตใจและจริยธรรมของปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคม พุทธสังคมิวิทยามองว่าปัญหาของทุนนิยมไม่ได้อยู่ที่โครงสร้างทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว แต่เกี่ยวข้องกับสภาวะทางจิตใจและค่านิยมของผู้คนในสังคม (ประเวศ วะสี, ๒๕๖๓)

๗.๒.๑ หลักธรรมะกับระบบเศรษฐกิจ

พระพุทธศาสนาไม่ได้ห้ามปรามการมีทรัพย์สินหรือการประกอบธุรกิจ แต่เน้นที่วิธีการสร้างความมั่งคั่งและการใช้ทรัพย์สินอย่างชอบธรรมและมีประโยชน์ หลักธรรมะที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจมีหลายประการ เช่น ทิฐธัมมิกัตถประโยชน์ ๔ ซึ่งเป็นประโยชน์ที่เห็นได้ในปัจจุบันชาติ ได้แก่ อฏฐานสัมปทา (ความเป็นผู้มี ความหมั่นเพียร) อารักขสัมปทา (ความเป็นผู้มี ความสามารถในการรักษาทรัพย์สิน) กัลยาณมิตตตา (การคบคนดี) และสมชีวิตา (การครองชีพที่สมดุล) (พระธรรมปิฎก หลักอริยทรัพย์ ๗ ซึ่งประกอบด้วย สัทธา (ความเชื่อ) สีละ (ศีลธรรม) หิริ (ความละอายต่อบาป) โอตตัปปะ (ความเกรงกลัวต่อบาป) พาหุสัจจะ (ความรู้รอบรู้) จาคะ (ความเสียสละ) และปัญญา (ความรู้แจ้ง) เป็นทรัพย์สินที่แท้จริงของมนุษย์ที่ควรสั่งสมควบคู่ไปกับทรัพย์สินทางวัตถุ การมีเพียงทรัพย์สินทางวัตถุโดยขาดอริยทรัพย์จะนำไปสู่ความทุกข์และปัญหาต่างๆ ในสังคม หลักสังคหวัตถุ ๔ ได้แก่ ทาน (การให้) ปิยวาจา (การพูดจาไพเราะ) อตถจริยา (การช่วยเหลือเพื่อประโยชน์) และสมานัตตตา (การวางตนเสมอภาค) เป็นหลักการในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในสังคม หลักการเหล่านี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการบริหารธุรกิจและการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างกับลูกจ้าง ระหว่างผู้ประกอบการกับลูกค้า และระหว่างธุรกิจกับชุมชน

๗.๒.๒ ความโลภ ความโกรธ ความหลง ในระบบเศรษฐกิจ

อกุศลมูล ๓ หรือรากเหง้าแห่งความไม่ดีในพระพุทธศาสนา ได้แก่ โลภะ (ความโลภ) โทสะ (ความโกรธ) และโมหะ (ความหลง) สามารถนำมาวิเคราะห์ปัญหาของระบบทุนนิยมได้อย่างลึกซึ้ง ความโลภในระบบทุนนิยมปรากฏในรูปของการแสวงหากำไรสูงสุดอย่างไม่รู้จักพอ การสะสมทรัพย์สินเกินความจำเป็น และวัฒนธรรมการบริโภคที่ไม่มีที่สิ้นสุด การโฆษณาและการตลาดในระบบทุนนิยมมักกระตุ้นความโลภโดยสร้างความต้องการที่ไม่จำเป็นขึ้นมาใหม่อยู่ตลอดเวลา ความโกรธในระบบเศรษฐกิจปรากฏในรูปของการแข่งขันอย่างดุเดือด การทำลายคู่แข่ง และความ

ขัดแย้งทางผลประโยชน์ การที่ธุรกิจมุ่งทำลายคู่แข่งเพื่อผูกขาดตลาด การที่กลุ่มผลประโยชน์ต่อสู้กันอย่างรุนแรง และความขัดแย้งระหว่างแรงงานกับนายทุน ล้วนมีรากฐานมาจากความโกรธ ความพยาบาท และความอิจฉาริษยา ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ความหลงในบริบทเศรษฐกิจคือการไม่เข้าใจความจริงของชีวิตและธรรมชาติ เช่น ความเชื่อว่าความสุขมาจากทรัพย์สินและการบริโภคเท่านั้น การมองข้ามความเชื่อมโยงระหว่างการกระทำทางเศรษฐกิจกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม หรือความเชื่อว่าการเติบโตทางเศรษฐกิจสามารถดำเนินต่อไปได้อย่างไม่จำกัดบนโลกที่มีทรัพยากรจำกัด ความหลงนี้ทำให้เกิดนโยบายและการปฏิบัติที่ไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง นำไปสู่วิกฤตการณ์ต่างๆ

๗.๒.๓ พุทธเศรษฐศาสตร์ (Buddhist Economics)

แนวคิดพุทธเศรษฐศาสตร์ได้รับการพัฒนาโดย E.F. Schumacher ในหนังสือ "Small is Beautiful" (1973) และต่อมาได้รับการพัฒนาต่อโดยนักคิดหลายท่าน พุทธเศรษฐศาสตร์มีหลักการพื้นฐานที่แตกต่างจากเศรษฐศาสตร์กระแสหลักในหลายประการ ประการแรก พุทธเศรษฐศาสตร์มองงานไม่เพียงเป็นวิธีการผลิตสินค้าและบริการเท่านั้น แต่ยังเป็นโอกาสในการพัฒนาตนเองและสร้างความหมายให้กับชีวิต ประการที่สอง พุทธเศรษฐศาสตร์เน้นความเรียบง่ายและความพอเพียง แทนที่จะเน้นการบริโภคสูงสุด เป้าหมายไม่ใช่การมีทรัพย์สินมากที่สุด แต่เป็นการมีชีวิตที่สมดุลและมีความสุข การลดความต้องการที่ไม่จำเป็นและใช้ชีวิตอย่างเรียบง่ายจะนำไปสู่ความเป็นอิสระและความสุขที่แท้จริงมากกว่าการแสวงหาทรัพย์สินอย่างไม่รู้จักพอ ประการที่สาม พุทธเศรษฐศาสตร์มีความตระหนักรู้ถึงความเชื่อมโยงระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ (interconnectedness) การผลิตและการบริโภคจึงควรคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและคนรุ่นต่อไปด้วย แนวคิดเรื่องอิทัปปัจจยตา (ปฏิจจสมุปบาท) ที่สอนว่าทุกสิ่งเกิดขึ้นเพราะเหตุปัจจัย และมีความเชื่อมโยงกัน เป็นรากฐานสำคัญของการคิดเชิงระบบในพุทธเศรษฐศาสตร์ นอกจากนี้ พุทธเศรษฐศาสตร์ยังเน้นการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นและเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจในระดับชุมชน แทนที่จะพึ่งพาระบบเศรษฐกิจโลกที่มีความเสี่ยงสูง การกระจายอำนาจทางเศรษฐกิจและการสร้างความพึ่งพาตนเองของชุมชนเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างภูมิคุ้มกันทางเศรษฐกิจ

๗.๒.๔ แนวทางการพัฒนาทางเลือก

พุทธสังคัมภีรวิยาเสนอแนวทางการพัฒนาทางเลือกที่มุ่งสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาทางวัตถุและการพัฒนาจิตใจ การพัฒนาที่แท้จริงไม่ใช่เพียงการเพิ่มรายได้หรือผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ แต่เป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตในมิติที่หลากหลาย รวมถึงสุขภาพกายและใจ ความสัมพันธ์ทางสังคม และความสามัคคีในชุมชน แนวทางการพัฒนาชุมชนแบบพึ่งตนเองตามแนวพุทธเป็นตัวอย่างหนึ่งของการพัฒนาทางเลือก โดยเน้นการใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างกระบวนการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชน การพัฒนาแบบนี้มุ่งสร้างความเข้มแข็งจากภายในมากกว่าการพึ่งพาปัจจัยภายนอก การพัฒนาตามแนวพุทธยังเน้นการสร้างจิตสำนึกและความรับผิดชอบต่อส่วนรวม โดยผ่านกระบวนการศึกษาและการเจริญสติปัญญา การที่ผู้คนมีสติและปัญญาในการดำเนินชีวิตจะช่วยให้เกิดการเลือกใช้ทรัพยากรอย่างรู้เท่าทัน รู้จักพอ และคำนึงถึงผลกระทบต่อผู้อื่นและสิ่งแวดล้อม การพัฒนาจิตใจจึงเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมที่ยั่งยืน

๗.๓ ทุณนิยมแบบมีสติ (Mindful Capitalism)

ในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา มีการพัฒนาแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบทุนนิยมทางเลือกที่พยายามแก้ไขปัญหของทุนนิยมแบบเดิมโดยไม่ทิ้งกลไกตลาดและการแสวงหากำไร ทุณนิยมแบบมีสติเป็นหนึ่งในแนวคิดเหล่านี้ที่ได้รับความนิยมมากขึ้น โดยเฉพาะในหมู่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ และธุรกิจที่ต้องการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม

๗.๓.๑ ความหมายและหลักการ

ทุนนิยมแบบมีสติ (Mindful Capitalism) หรือที่บางครั้งเรียกว่า Conscious Capitalism เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่พยายามสร้างสมดุลระหว่างการทำกำไรกับการสร้างคุณค่าให้กับสังคม แนวคิดนี้มีรากฐานมาจากหลายแหล่ง รวมถึงปรัชญาตะวันออกเกี่ยวกับสติ (mindfulness) แนวคิด stakeholder theory ที่เน้นการคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย และการศึกษาเกี่ยวกับความยั่งยืนขององค์กร หลักการสำคัญของทุนนิยมแบบมีสติประกอบด้วยสี่ประการหลัก ประการแรก คือ higher purpose หรือจุดมุ่งหมายที่สูงส่งกว่าการทำกำไร ธุรกิจควรมีเป้าหมายที่ชัดเจนในการสร้างคุณค่าให้กับสังคมและสิ่งแวดล้อม ไม่เพียงแต่สร้างผลกำไรให้กับผู้ถือหุ้นเท่านั้น การมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนและมีความหมายช่วยให้พนักงานมีแรงจูงใจและ

ความผูกพันต่อองค์กรมากขึ้น ประการที่สอง คือ stakeholder orientation การคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ไม่ใช่เพียงผู้ถือหุ้นเท่านั้น แต่รวมถึงพนักงาน ลูกค้า ชัพพลายเออร์ ชุมชน และสิ่งแวดล้อม การสร้างคุณค่าให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายจะนำไปสู่ความยั่งยืนในระยะยาวมากกว่าการมุ่งเน้นผลกำไรระยะสั้น ประการที่สาม คือ conscious leadership หรือภาวะผู้นำแบบมีสติ ผู้นำองค์กรควรมีคุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม (จินตวีร์ คล้ายสุบรรณ, ๒๕๖๔) ผู้นำควรมีสติในการตัดสินใจ คำนึงถึงผลกระทบระยะยาวของการกระทำ และเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับคนในองค์กร การพัฒนาภาวะผู้นำแบบมีสติจึงเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อ ประการที่สี่ คือ conscious culture การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความไว้วางใจ ความร่วมมือ และความรับผิดชอบต่อร่วมกัน วัฒนธรรมองค์กรที่ดีจะส่งเสริมให้พนักงานทำงานอย่างมีความสุข มีความคิดสร้างสรรค์ และมีความรับผิดชอบต่อผลลัพธ์ของงาน การลงทุนในการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรจึงเป็นการลงทุนที่คุ้มค่าในระยะยาว

๗.๓.๒ Conscious Business

Conscious Business หรือธุรกิจที่มีจิตสำนึกเป็นการนำแนวคิดทุนนิยมแบบมีสติไปปฏิบัติจริง โดยธุรกิจดังกล่าวมีลักษณะสำคัญหลายประการ ธุรกิจเหล่านี้มักเริ่มต้นด้วยการกำหนด purpose statement ที่ชัดเจน ซึ่งระบุถึงเป้าหมายในการสร้างคุณค่าให้กับสังคม ไม่ใช่เพียงแค่การขายสินค้าหรือบริการ เช่น Patagonia มี purpose ในการ "We're in business to save our home planet" หรือ Whole Foods Market มี purpose ในการ "Nourish people and the planet"

๗.๓.๓ การทำธุรกิจด้วยจิตสำนึก

การทำธุรกิจด้วยจิตสำนึก หมายถึง การดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงผลกระทบของการตัดสินใจทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นการจัดซื้อวัตถุดิบ การผลิต การตลาด หรือการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ในด้านการจัดซื้อ ธุรกิจที่มีจิตสำนึกจะเลือกซื้อจากซัพพลายเออร์ที่มีการปฏิบัติที่ยุติธรรมต่อแรงงานและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม แม้จะมีต้นทุนสูงกว่า

ในด้านการผลิต ธุรกิจเหล่านี้มักนำหลัก circular economy มาใช้ โดยออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ หรือย่อยสลายได้โดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม การใช้พลังงานสะอาดและการลดของเสียในกระบวนการผลิตก็เป็นสิ่งที่ธุรกิจเหล่านี้ให้ความสำคัญ

Interface Inc. ซึ่งเป็นบริษัทพรมชั้นนำของโลกได้กำหนดเป้าหมาย Mission Zero ในการลดผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นศูนย์ภายในปี ๒๐๒๐ และประสบความสำเร็จในหลายด้าน

ในด้านการตลาด ธุรกิจที่มีจิตสำนึกจะสื่อสารกับลูกค้าอย่างตรงไปตรงมาและโปร่งใส ไม่โฆษณาเกินจริงหรือหลอกลวง การสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าโดยมุ่งให้คุณค่าที่แท้จริงมากกว่าการขายในระยะสั้น เป็นกลยุทธ์สำคัญของธุรกิจเหล่านี้ TOMS Shoes เป็นตัวอย่างของธุรกิจที่ใช้โมเดล "One for One" โดยทุกครั้งที่ยขายรองเท้าหนึ่งคู่ บริษัทจะบริจาครองเท้าอีกหนึ่งคู่ให้กับเด็กในประเทศกำลังพัฒนา

ในด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ธุรกิจที่มีจิตสำนึกให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตของพนักงาน การจ่ายค่าจ้างที่เป็นธรรม การให้สวัสดิการที่ดี การสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้อต่อการเติบโตและพัฒนา และการให้โอกาสพนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ล้วนเป็นสิ่งที่ธุรกิจเหล่านี้ทำ Southwest Airlines เป็นที่รู้จักในการให้ความสำคัญกับพนักงานและมีวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็ง ส่งผลให้มีอัตราการลาออกต่ำและประสิทธิภาพสูง

๗.๓.๔ ตัวอย่างธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ

มีธุรกิจหลายแห่งทั่วโลกที่นำแนวคิดทุนนิยมแบบมีสติมาประยุกต์ใช้และประสบความสำเร็จทั้งในด้านธุรกิจและผลกระทบต่อสังคม Unilever ภายใต้การนำของ Paul Polman ได้พัฒนา Sustainable Living Plan ที่มุ่งลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมและเพิ่มผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม ผลลัพธ์คือแบรนด์ที่มีวัตถุประสงค์เชิงสังคมชัดเจนเติบโตเร็วกว่าแบรนด์อื่นถึง ๖๙% และบริษัทก็มีผลประกอบการที่ดีขึ้น Patagonia ภายใต้การนำของ Yvon Chouinard เป็นตัวอย่างของธุรกิจที่มีความมุ่งมั่นต่อสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง บริษัทบริจาค ๑% ของยอดขายเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ใช้วัสดุรีไซเคิลและออร์แกนิกในการผลิต และแม้กระทั่งรณรงค์ให้ลูกค้าซื้อน้อยลงและซ่อมแซมสินค้าเก่าแทนการซื้อใหม่ ในปี 2022 Chouinard ได้โอนกรรมสิทธิ์บริษัทให้กับองค์กรไม่แสวงหากำไรเพื่อให้ผลกำไรทั้งหมดไปใช้ในการต่อสู้กับวิกฤตสภาพภูมิอากาศ ในบริบทของประเทศไทย มีธุรกิจหลายแห่งที่เริ่มนำแนวคิดนี้มาใช้ เช่น บริษัทพลังงานบริสุทธิ์ จำกัด (มหาชน) ที่มุ่งเน้นพลังงานหมุนเวียนและการพัฒนาชุมชน (ณัฐพงศ์ ยุกตะนันท์, ๒๕๖๕) บริษัท SCG ที่มีโครงการ "ธุรกิจเพื่อสังคม" (Business for Society) และลงทุนในนวัตกรรมเพื่อความยั่งยืน บริษัทปูนซีเมนต์ไทย (ปตท.) ที่มี "Living Corporate Philosophy" ซึ่งเน้นการสร้างคุณค่าให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

๗.๔ เศรษฐกิจพอเพียง

เศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญาที่พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร พระราชทานแนวพระราชดำริให้กับประชาชนชาวไทย เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตและการพัฒนาประเทศที่มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ปรัชญานี้ได้รับการยอมรับในระดับสากลและถูกนำไปประยุกต์ใช้ในหลายประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๒๕๖๕)

๗.๔.๑ ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญาที่ชี้แนะแนวทางการดำรงอยู่และปฏิบัติตนในทางที่ควรจะเป็น โดยมีพื้นฐานมาจากวิถีชีวิตดั้งเดิมของสังคมไทย สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ตลอดเวลา และเป็นการมองโลกแบบองค์รวมที่เน้นการใช้ความรู้รอบด้านด้วยความรอบคอบ ระมัดระวัง มีสติปัญญาในการนำวิทยาการมาใช้

คำว่า "พอเพียง" ในที่นี้หมายถึงความพอประมาณ ความมีเหตุผล รวมถึงความจำเป็นที่จะต้องมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควรต่อการมีผลกระทบใดๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายใน ทั้งนี้ จะต้องอาศัยความรอบรู้ ความรอบคอบ และความระมัดระวังอย่างยิ่งในการนำวิชาการต่างๆ มาใช้ในการวางแผนและการปฏิบัติทุกขั้นตอน (โกวิท วรพิพัฒน์ชัย, ๒๕๖๓) และในขณะเดียวกัน จะต้องเสริมสร้างพื้นฐานจิตใจของคนในชาติ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ของรัฐ นักทฤษฎี และนักธุรกิจในทุกระดับ ให้มีสำนึกในคุณธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต และให้มีความรอบรู้ที่เหมาะสม ดำเนินชีวิตด้วยความอดทน ความเพียร มีสติ ปัญญา และความรอบคอบ

๗.๔.๒ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล การมีภูมิคุ้มกัน

เศรษฐกิจพอเพียงมีองค์ประกอบสำคัญสามประการ ประการแรก ความพอประมาณ หมายถึงความพอดี ที่ไม่น้อยเกินไปและไม่มากเกินไป โดยไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น เช่น การผลิตและการบริโภคที่อยู่ในระดับพอสมควร ความพอประมาณไม่ได้หมายความว่าต้องอยู่อย่างขัดสน แต่หมายถึงการรู้จักสมดุลและไม่หลงไปในกระแสวัตถุนิยม ในทางธุรกิจ ความพอประมาณอาจหมายถึงการตั้งเป้าหมายการเติบโตที่สมเหตุสมผล ไม่เร่งขยายธุรกิจจนเกินขีดความสามารถในการบริหารจัดการ ประการที่สอง ความมีเหตุผล หมายถึงการตัดสินใจเกี่ยวกับระดับของความพอเพียงนั้นจะต้องเป็นไปอย่างมีเหตุผล โดยพิจารณาจากเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนคำนึงถึงผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการกระทำนั้นๆ อย่างรอบคอบ การมีเหตุผลนี้เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์

ข้อมูล การประเมินความเสี่ยง และการพิจารณาทางเลือกต่างๆ อย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจ ในการดำเนินธุรกิจ ความมีเหตุผลหมายถึงการวิเคราะห์ตลาด การศึกษาความเป็นไปได้ และการวางแผนอย่างรอบคอบก่อนลงทุน ประการที่สาม การมีภูมิคุ้มกันที่ดี หมายถึงการเตรียมตัวให้พร้อมรับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นโดยคำนึงถึงความเป็นไปได้ของสถานการณ์ต่างๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตทั้งใกล้และไกล การสร้างภูมิคุ้มกันเศรษฐกิจในระดับครัวเรือนอาจรวมถึงการมีเงินออม การมีทักษะที่หลากหลาย การมีเครือข่ายทางสังคมที่เข้มแข็ง และการไม่พึ่งพารายได้จากแหล่งเดียว ในระดับชุมชน การสร้างภูมิคุ้มกันอาจหมายถึงการมีระบบการผลิตอาหารในท้องถิ่น การจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน และการมีกองทุนชุมชนสำหรับยามฉุกเฉิน

นอกจากสามองค์ประกอบหลักแล้ว เศรษฐกิจพอเพียงยังมีเงื่อนไขความรู้สองประการ คือ เงื่อนไขความรู้ ซึ่งต้องมีความรอบรู้เกี่ยวกับวิชาการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และเงื่อนไขคุณธรรม ซึ่งต้องเสริมสร้างคุณธรรมในการดำเนินชีวิต มีความซื่อสัตย์สุจริต มีความอดทน มีความเพียร ใช้สติปัญญาในการดำเนินชีวิต และมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่

๗.๔.๓ การประยุกต์ใช้ในระดับต่างๆ

เศรษฐกิจพอเพียงสามารถประยุกต์ใช้ได้หลายระดับ ตั้งแต่ระดับบุคคล ครอบครัว ชุมชน ไปจนถึงระดับประเทศและนานาชาติ ในระดับบุคคล เศรษฐกิจพอเพียงหมายถึงการดำเนินชีวิตอย่างรู้เท่าทัน รู้จักพอ มีความสุขกับสิ่งที่มี และไม่ตกเป็นทาสของวัตถุ การใช้จ่ายอย่างมีเหตุผล การออมเงินสำหรับอนาคต และการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องเป็นตัวอย่างของการปฏิบัติ ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในระดับบุคคล

ในระดับครัวเรือน เศรษฐกิจพอเพียงหมายถึงการจัดการครัวเรือนให้มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ มีรายได้พอเพียงกับรายจ่าย มีการออม และมีแหล่งอาหารของตนเองบ้าง โมเดล "๓๐ ไร่ พอเพียง" ที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวพระราชทานเป็นตัวอย่างของการประยุกต์ใช้ เศรษฐกิจพอเพียงในระดับครัวเรือนเกษตรกร โดยแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน ๓๐:๓๐:๓๐:๑๐ สำหรับ นาข้าว สวนผลไม้ ป่าไม้ และที่อยู่อาศัย ตามลำดับ ซึ่งช่วยให้ครัวเรือนมีความมั่นคงทางอาหาร และรายได้

ในระดับชุมชน เศรษฐกิจพอเพียงหมายถึงการพัฒนาชุมชนให้พึ่งพาตนเองได้ มีเศรษฐกิจหมุนเวียนภายใน และมีความเข้มแข็งทางสังคม กองทุนหมู่บ้าน ธนาคารข้าว กลุ่มออม

ทรัพย์ และวิสาหกิจชุมชน เป็นตัวอย่างของกลไกที่ช่วยสร้างความพอเพียงในระดับชุมชน การจัดการทรัพยากรธรรมชาติโดยชุมชนเอง เช่น ป่าชุมชน แหล่งน้ำชุมชน ก็เป็นส่วนสำคัญของเศรษฐกิจพอเพียงในระดับนี้

ในระดับประเทศ เศรษฐกิจพอเพียงหมายถึงการพัฒนาเศรษฐกิจที่มีความสมดุล ไม่เน้นการเติบโตเพียงอย่างเดียว แต่คำนึงถึงการกระจายรายได้ที่เป็นธรรม การพัฒนาที่ยั่งยืน และความมั่นคงทางเศรษฐกิจ นโยบายการพัฒนาที่เน้นความเข้มแข็งจากภายใน การสร้างภูมิคุ้มกันทางเศรษฐกิจ และการพัฒนาทุนมนุษย์เป็นตัวอย่างของการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในระดับประเทศ

๗.๔.๔ ความเชื่อมโยงกับมัชฌิมาปฏิปทา

เศรษฐกิจพอเพียงมีความเชื่อมโยงอย่างลึกซึ้งกับหลักมัชฌิมาปฏิปทา หรือทางสายกลาง ในพระพุทธศาสนา มัชฌิมาปฏิปทาสอนให้หลีกเลี่ยงสุดโต่งทั้งสองทาง คือ การดำเนินชีวิตแบบตามความพอใจของกามทั้งหลาย (กามสุขัลลิกานุโยค) และการทรมานตนเอง (อัตตกิลมณานุโยค) ซึ่งคล้ายกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงที่สอนให้หลีกเลี่ยงทั้งความฟุ้งเฟ้อและความตระหนี่จนเกินไป ทั้งสองแนวคิดเน้นความสมดุลและความพอดี มัชฌิมาปฏิปทาสอนให้รู้จักสมดุลในทุกด้านของชีวิต ทั้งการบริโภค การทำงาน และการพักผ่อน ในทำนองเดียวกัน เศรษฐกิจพอเพียงเน้นความสมดุลระหว่างการพัฒนาทางวัตถุกับการพัฒนาจิตใจ ระหว่างเศรษฐกิจกับสิ่งแวดล้อม และระหว่างความเจริญส่วนตัวกับความเจริญของส่วนรวม การประยุกต์ใช้ทั้งสองแนวคิดร่วมกันจึงนำไปสู่การพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืนอย่างแท้จริง

๗.๕ มัชฌิมาปฏิปทา (ทางสายกลาง) กับการพัฒนาเศรษฐกิจ

มัชฌิมาปฏิปทาหรือทางสายกลางเป็นแก่นแท้ของคำสอนพระพุทธศาสนา เป็นหลักการพื้นฐานที่พระพุทธเจ้าทรงแสดงในปฐมเทศนา เรื่องธัมมจักกัปปวัตตนสูตร เมื่อครั้งตรัสรู้ครั้งแรก หลักการนี้มีความเกี่ยวข้องอย่างลึกซึ้งกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในโลกปัจจุบัน

๗.๕.๑ หลักทางสายกลางทางพุทธศาสนา

มัชฌิมาปฏิปทาประกอบด้วยองค์แปด ได้แก่ สัมมาทิฐิ (ความเห็นชอบ) สัมมาสังกัปปะ (ความดำริชอบ) สัมมาวาจา (เจรจาชอบ) สัมมากัมมันตะ (การงานชอบ) สัมมาอาชีวะ (อาชีพชอบ) สัมมาวายามะ (ความเพียรชอบ) สัมมาสติ (ความระลึกชอบ) และสัมมาสมาธิ (ความตั้งมั่นชอบ)

องค์ประกอบทั้งแปดนี้สามารถแบ่งเป็นสามกลุ่ม คือ ปัญญา (สัมมาทิฐิและสัมมาสังกัปปะ) ศีล (สัมมาวาจา สัมมากัมมันตะ และสัมมาอาชีวะ) และสมาธิ (สัมมาวายามะ สัมมาสติ และสัมมาสมาธิ)

ในบริบทของการพัฒนาเศรษฐกิจ สัมมาทิฐิหมายถึงความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับธรรมชาติของเศรษฐกิจและสังคม การตระหนักถึงความเชื่อมโยงและความพึ่งพากันของระบบเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (นภดล รมโพธิ์, ๒๕๖๕) การมีสัมมาทิฐิช่วยให้ นักพัฒนาและผู้กำหนดนโยบายตัดสินใจได้อย่างถูกต้องและรอบคอบ สัมมาอาชีวะหรืออาชีพชอบในทางเศรษฐกิจ หมายถึงการประกอบอาชีพที่สุจริต ไม่เบียดเบียนผู้อื่น ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และสร้างประโยชน์แก่สังคม อาชีพที่ขัดต่อสัมมาอาชีวะ เช่น การค้าอาวุธ การค้ายาเสพติด การเลี้ยงสัตว์เพื่อฆ่า หรือธุรกิจที่หลอกลวงผู้บริโภค ควรหลีกเลี่ยง

๗.๕.๒ การหลีกเลี่ยงสุโต้ง

หลักสำคัญของมัชฌิมาปฏิปทาคือการหลีกเลี่ยงสุโต้งทั้งสองด้าน เศรษฐกิจ สุโต้งด้านหนึ่งคือการดำเนินชีวิตฟุ่มเฟือย ใช้จ่ายเกินตัว บริโภคมากเกินไปจนความจำเป็น และทำลายสิ่งแวดล้อมโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบ นี่เป็นลักษณะของสังคมบริโภคนิยมที่เน้นการสะสมทรัพย์สินและการบริโภคอย่างไม่รู้จักพอ สุโต้งอีกด้านหนึ่งคือการตระหนี่จนเกินไป ไม่ลงทุนในสิ่งที่จำเป็น ไม่ใช่จ่ายเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี และไม่แบ่งปันหรือช่วยเหลือผู้อื่น ทางสายกลางในทางเศรษฐกิจคือการดำเนินชีวิตอย่างพอประมาณ รู้จักใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสม โดยไม่ฟุ่มเฟือยและไม่ตระหนี่ การลงทุนในการศึกษา สุขภาพ และการพัฒนาตนเองเป็นการใช้จ่ายที่สมควร แต่การใช้จ่ายเพื่อสร้างภาพลักษณ์หรือตามกระแสโดยไม่จำเป็นเป็นความฟุ่มเฟือย ในทางธุรกิจ การแสวงหากำไรที่เหมาะสมและยุติธรรมเป็นทางสายกลาง ไม่ใช่การแสวงหากำไรสูงสุดโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หรือการไม่มุ่งหากำไรเลยจนธุรกิจไม่สามารถดำเนินต่อไปได้

๗.๕.๓ ความสมดุลระหว่างวัตถุและจิตใจ

มัชฌิมาปฏิปทาเน้นความสมดุลระหว่างการพัฒนาวัตถุและการพัฒนาจิตใจ (กิตติพงษ์ กิตยารักษ์, ๒๕๖๔) การพัฒนาเศรษฐกิจที่แท้จริงไม่ควรมุ่งเน้นแต่การเพิ่มผลผลิตและรายได้เท่านั้น แต่ต้องคำนึงถึงการพัฒนาคุณภาพชีวิตในมิติที่ครบถ้วน รวมถึงสุขภาวะทางจิตใจ ความสัมพันธ์ทางสังคม และการพัฒนาคุณธรรมจริยธรรม การศึกษาวิจัยพบว่าเมื่อคนมีรายได้

เพิ่มขึ้นถึงระดับหนึ่ง ความสุขจะไม่เพิ่มขึ้นตามรายได้อีกต่อไป นี่แสดงให้เห็นว่าความมั่งคั่งทางวัตถุเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอที่จะสร้างความสุขอย่างแท้จริง จำเป็นต้องมีการพัฒนาด้านอื่นๆ ด้วย เช่น ความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น การมีงานที่มีความหมาย การมีเวลาพักผ่อน และการมีสุขภาพกายและใจที่ดี การสร้างสมดุลระหว่างการทำงานกับการพักผ่อน (work-life balance) เป็นตัวอย่างหนึ่งของการประยุกต์ใช้มัชฌิมาปฏิปทาในชีวิตสมัยใหม่ การทำงานหนักจนเกินไปโดยไม่มีเวลาให้ครอบครัว พักผ่อน หรือพัฒนาตนเอง เป็นสุดโต่งด้านหนึ่ง ในขณะที่การพักผ่อนมากเกินไปจนขาดความรับผิดชอบเป็นสุดโต่งอีกด้านหนึ่ง ทางสายกลางคือการจัดสรรเวลาอย่างเหมาะสมระหว่างการทำงาน การพักผ่อน และกิจกรรมอื่นๆ ที่สร้างคุณค่าให้กับชีวิต

๗.๕.๔ การประยุกต์ใช้ในการพัฒนา

การประยุกต์ใช้มัชฌิมาปฏิปทาในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมหมายถึงการหาจุดสมดุลระหว่างความต้องการที่แตกต่างกันและบางครั้งขัดแย้งกัน ตัวอย่างเช่น การพัฒนาเศรษฐกิจต้องสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ระหว่างประสิทธิภาพกับความเป็นธรรม ระหว่างการแข่งขันกับความร่วมมือ และระหว่างการพัฒนาเมืองกับการพัฒนาชนบท ในการกำหนดนโยบาย มัชฌิมาปฏิปทาช่วยให้ผู้กำหนดนโยบายหลีกเลี่ยงการเอนเอียงไปทางใดทางหนึ่งมากเกินไป นโยบายควรพิจารณาผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มและในมิติต่างๆ อย่างรอบด้าน เช่น นโยบายการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานควรพิจารณาทั้งความจำเป็นทางเศรษฐกิจ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ความเป็นธรรมทางสังคม และความยั่งยืนในระยะยาว ในการบริหารจัดการองค์กร มัชฌิมาปฏิปทาชี้แนะให้ผู้บริหารหลีกเลี่ยงการบริหารแบบเผด็จการหรือแบบปล่อยปละละเลย แต่ใช้การบริหารแบบมีส่วนร่วม พังความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และตัดสินใจอย่างรอบคอบโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของทุกฝ่าย

๗.๖ Corporate Social Responsibility (CSR) ในบริบทพุทธ

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรหรือ Corporate Social Responsibility (CSR) เป็นแนวคิดที่ได้รับความสนใจอย่างมากในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา โดยเฉพาะในบริบทของความยั่งยืนและจริยธรรมทางธุรกิจ เมื่อนำมาพิจารณาในบริบทพุทธ CSR ได้รับมิติที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น

๗.๖.๑ ความหมายของ CSR

CSR หมายถึงความรับผิดชอบต่อองค์กรธุรกิจที่มีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม นอกเหนือจากความรับผิดชอบต่อทางกฎหมายและการแสวงหากำไร แนวคิด CSR สมัยใหม่มีพัฒนาการมาจากแนวคิดของ Howard Bowen ในปี ๑๙๕๓ ที่เสนอว่าธุรกิจมีหน้าที่ต้องดำเนินการตามนโยบายและการตัดสินใจที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และคุณค่าของสังคม ต่อมาได้มีการพัฒนาแนวคิดต่อเนื่องโดยนักวิชาการหลายท่าน ปัจจุบัน CSR มักถูกแบ่งออกเป็นสี่มิติหลัก ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ การสร้างผลกำไรและมูลค่าให้กับองค์กรอย่างยั่งยืน ความรับผิดชอบต่อทางกฎหมาย การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ ความรับผิดชอบต่อทางจริยธรรม การดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้องตามหลักจริยธรรม แม้จะไม่มีกฎหมายบังคับ และความรับผิดชอบต่อสังคม การบริจาคและช่วยเหลือสังคมโดยสมัครใจ ดังนั้น แนวคิด CSR แบบดั้งเดิมถูกวิพากษ์ว่าเป็นเพียงการทำกิจกรรมเพื่อสร้างภาพลักษณ์ หรือเป็นเพียงการบริจาคเงินทำบุญโดยไม่ได้สัมพันธ์กับแก่นของธุรกิจ ในปัจจุบันจึงมีแนวโน้มไปสู่ Creating Shared Value (CSV) ที่เน้นการสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างธุรกิจและสังคม โดยผสานความรับผิดชอบต่อสังคมเข้ากับกลยุทธ์ธุรกิจหลัก

๗.๖.๒ CSR กับหลักธรรมะ

เมื่อพิจารณา CSR ในบริบทพุทธ จะพบว่าหลักธรรมะหลายประการที่สอดคล้องและสนับสนุนแนวคิดนี้ หลักสังคหวัตถุ ๔ ซึ่งเป็นธรรมที่ช่วยให้คนอยู่ร่วมกันได้อย่างเป็นสุข ประกอบด้วย ทาน (การให้) ปิยวาจา (คำพูดที่น่ายก) อตถจริยา (การช่วยเหลือให้ประโยชน์) และสมานัตตตา (การวางตนเสมอกัน) สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนิน CSR ได้อย่างมีความหมาย ทานหรือการให้ในบริบท CSR ไม่ได้หมายถึงเพียงการบริจาคเงินทำบุญเท่านั้น แต่รวมถึงการแบ่งปันความรู้ เทคโนโลยี และทรัพยากรอื่นๆ ให้กับชุมชนและสังคม (นิพนธ์ พัวพงศกร, ๒๕๖๕) ธุรกิจที่เปิดเผยองค์ความรู้และนวัตกรรมเพื่อให้สังคมได้ใช้ประโยชน์ หรือถ่ายทอดทักษะให้กับชุมชน ถือเป็นการปฏิบัติทานในรูปแบบหนึ่ง ปิยวาจาในทางธุรกิจหมายถึงการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างสุภาพ โปร่งใส และสร้างสรรค์ ไม่โฆษณาหลอกลวงหรือสร้างความหวังเกินจริง อตถจริยาหรือการช่วยเหลือเพื่อประโยชน์ในบริบท CSR หมายถึงการที่ธุรกิจใช้ความสามารถและทรัพยากรของตนไปช่วยแก้ปัญหาสังคมอย่างแท้จริง (สมบัติ อารังธัญวงศ์, ๒๕๖๔) เช่น บริษัทเทคโนโลยีที่พัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อช่วยคนพิการหรือผู้สูงอายุ บริษัท

อาหารที่ใช้ความเชี่ยวชาญด้านโภชนาการไปช่วยแก้ปัญหาการขาดสารอาหารในเด็ก หรือบริษัทการเงินที่พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการออมและการเข้าถึงบริการทางการเงินของผู้มีรายได้น้อย สมานตตาทหรือการวางตนเสมอกันหมายถึงการที่ธุรกิจปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มด้วยความเคารพและเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ หลักอุปการคุณ ๔ ซึ่งเป็นคุณธรรมของผู้บริหารที่ดี ได้แก่ สัจจะ (ความจริง) ทมะ (ความฝึกตน การข่มใจตน) ขันติ (ความอดทน) และจาคะ (ความเสียสละ) ก็เป็นหลักธรรมที่สำคัญสำหรับผู้บริหารที่ต้องการดำเนิน CSR อย่างแท้จริง สัจจะหมายถึงการดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์และโปร่งใส ทมะหมายถึงการควบคุมความโลภและความอยากได้มากกว่าที่ควร ขันติหมายถึงความอดทนในการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมแม้จะไม่เห็นผลทันที และจาคะหมายถึงความเต็มใจที่จะแบ่งปันผลกำไรและทรัพยากรเพื่อประโยชน์ของสังคม

๗.๖.๓ การสร้างคุณค่าร่วม (Creating Shared Value)

แนวคิด Creating Shared Value (CSV) ที่พัฒนาโดย Michael Porter และ Mark Kramer (2020) เป็นการพัฒนาต่อจากแนวคิด CSR แบบดั้งเดิม CSV เน้นการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจในลักษณะที่สร้างคุณค่าให้กับสังคมไปพร้อมกันโดยรับรู้ว่าการต้องการทางสังคมและไม่ใช่เฉพาะความต้องการทางเศรษฐกิจเท่านั้นที่เป็นตัวขับเคลื่อนตลาด CSV สามารถทำได้สามวิธี วิธีแรก คือ การสร้างผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ที่ตอบสนองความต้องการทางสังคม เช่น การพัฒนาอาหารเสริมราคาถูกลงที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูงสำหรับเด็กในประเทศกำลังพัฒนา หรือการพัฒนาเทคโนโลยีพลังงานสะอาดที่ราคาประหยัด Unilever ได้พัฒนาสบู่ Lifebuoy และฉนวนกันความร้อนเพื่อป้องกันโรค ซึ่งช่วยลดอัตราการเจ็บป่วยและเพิ่มยอดขายไปพร้อมกัน วิธีที่สอง คือ การปรับเปลี่ยนโซ่คุณค่า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดผลกระทบเชิงลบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การลดการใช้พลังงานและน้ำในกระบวนการผลิต การจัดซื้อวัตถุดิบจากแหล่งที่ยั่งยืน หรือการพัฒนาโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพขึ้น ล้วนสร้างประโยชน์ทั้งต่อธุรกิจและสังคม Nestlé ได้ร่วมมือกับเกษตรกรในประเทศต่างๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบและเพิ่มผลผลิต ซึ่งช่วยให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นและบริษัทได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ วิธีที่สาม คือ การสร้างกลุ่มอุตสาหกรรมในท้องถิ่นที่เอื้อต่อการพัฒนา ธุรกิจไม่ได้ดำเนินอยู่โดดเดี่ยว แต่อาศัยโครงสร้างพื้นฐาน ชีพพลายเออร์ แรงงานที่มีคุณภาพ และสถาบันต่างๆ ในท้องถิ่น การลงทุนในการพัฒนาท้องถิ่น เช่น การสร้างโรงเรียน การฝึกอบรมแรงงาน หรือการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถใน

การแข่งขันของธุรกิจในระยะยาว แนวคิด CSV มีความสอดคล้องกับหลักอหิ่ปปัจจยตา (ปฏิเสธสมุพบาท) ในพระพุทธศาสนาที่สอนว่าทุกสิ่งเกิดขึ้นเพราะเหตุปัจจัยและมีความเชื่อมโยงกัน ธุรกิจไม่สามารถประสบความสำเร็จได้หากสังคมรอบข้างล้มเหลว ในทำนองเดียวกัน สังคมก็ไม่สามารถเจริญรุ่งเรืองได้หากธุรกิจไม่สร้างมูลค่าและงาน CSV จึงเป็นการตระหนักถึงความจริงข้อนี้ และพยายามสร้างความเจริญร่วมกัน

๗.๖.๔ ตัวอย่างการดำเนินการ CSR

ในประเทศไทย มีตัวอย่างการดำเนินการ CSR ที่น่าสนใจหลายกรณี บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) มีโครงการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยสนับสนุนให้ชุมชนใกล้เคียงโรงงานพัฒนาอาชีพและสร้างความมั่นคงทางอาหาร บริษัท SCG มีโครงการ "ธุรกิจเพื่อสังคม" หลายโครงการ เช่น โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ก่อสร้างราคาประหยัดสำหรับผู้มีรายได้น้อย หรือโครงการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อการจัดการขยะในชุมชน

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ผู้ประกอบการ ๗-อีเลฟเว่น มีโครงการพัฒนาผู้ประกอบการรายย่อย (SME) โดยให้โอกาสผลิตภัณฑ์ของ SME ไทยได้วางจำหน่ายในร้าน ๗-อีเลฟเว่น ซึ่งช่วยสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการรายย่อยและเพิ่มความหลากหลายของสินค้าให้กับลูกค้า ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีโครงการส่งเสริมการรู้หนังสือทางการเงิน ให้กับประชาชนทั่วไป โดยเฉพาะเยาวชนและผู้มีรายได้น้อย ซึ่งช่วยให้คนไทยมีความรู้ความเข้าใจในการจัดการเงินและการลงทุนที่ดีขึ้น

บริษัท ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีโครงการ "รอยพระราชปณิธาน ตามพระราชดำริ" ที่นำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนห่างไกล โดยสนับสนุนการทำเกษตรทฤษฎีใหม่ การพัฒนาอาชีพ และการสร้างความเข้มแข็งของชุมชน โครงการเหล่านี้แสดงให้เห็นว่า CSR ในบริบทไทยมักมีความเชื่อมโยงกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและหลักธรรมทางพุทธศาสนา

๗.๗ ทุนนิยมแบบมีสติและเศรษฐกิจพอเพียงในฐานะภูมิพลปรัชญาพุทธ

จากการวิเคราะห์แนวคิดทุนนิยมแบบมีสติ (Mindful Capitalism) เศรษฐศาสตร์พุทธ และปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ผู้เขียนเห็นว่า แนวคิดเหล่านี้มิได้เป็นเพียงทางเลือกเชิงจริยธรรมต่อ

ทุนนิยมกระแสหลัก หากแต่เป็นกรอบการออกแบบระบบเศรษฐกิจที่ตั้งอยู่บนการพัฒนามนุษย์และสังคมอย่างสมดุล

ผู้เขียนเสนอให้มองทุนนิยมแบบมีสติและเศรษฐกิจพอเพียงในฐานะ “ภูมิพลังปัญญาพุทธ” ซึ่งทำหน้าที่เป็นพลังเชิงบรรทัดฐาน ที่กำกับทิศทางของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ มิให้ยึดติดอยู่กับการแสวงหากำไรสูงสุดหรือการเติบโตทางตัวเลขเพียงอย่างเดียว ในกรอบนี้ พุทธปัญญาทำหน้าที่เป็นฐานคิดที่เชื่อมโยงการตัดสินใจทางเศรษฐกิจเข้ากับคุณค่าทางสังคมและจิตวิญญาณหลักทางสายกลาง ความพอประมาณ และความมีเหตุผล ช่วยให้ระบบเศรษฐกิจสามารถเติบโตได้โดยไม่ละเลยศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ความเป็นธรรมทางสังคม และขีดจำกัดของทรัพยากรธรรมชาติ

ทุนนิยมแบบมีสติบนฐานพุทธจึงมิใช่การปฏิเสธตลาดหรือผู้ประกอบการ หากแต่เป็นการออกแบบระบบเศรษฐกิจที่ทำให้ตลาดทำหน้าที่รับใช้การพัฒนาคน ชุมชน และสังคมอย่างยั่งยืน

ตารางที่ ๗ การเปรียบเทียบระบบเศรษฐกิจ: ทุนนิยมกระแสหลัก ทุนนิยมแบบมีสติ และเศรษฐกิจพอเพียง

มิติการพัฒนา	ทุนนิยมกระแสหลัก	ทุนนิยมแบบมีสติ	เศรษฐกิจพอเพียง
เป้าหมาย	กำไรสูงสุด	คุณธรรม	ความสมดุล
ตัวชี้วัด	GDP/ROI	Triple Bottom Line	คุณภาพชีวิต
มนุษย์	ทรัพยากรแรงงาน	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ผู้พัฒนา
สิ่งแวดล้อม	ต้นทุนการผลิต	ความรับผิดชอบต่อ	ฐานชีวิต
กรอบพุทธ	-	สติ/จริยธรรม	มัชฌิมาปฏิปทา

๗.๘ กรณีศึกษาจากศรีลังกา

ศรีลังกาเป็นประเทศที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานในการผสมผสานหลักธรรมทางพุทธศาสนากับการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมที่เป็นจุดแข็งของประเทศ เช่น ชา เครื่องเทศ และการท่องเที่ยว การศึกษากรณีศึกษาจากศรีลังกาให้ข้อคิดที่สำคัญเกี่ยวกับการสร้างสมดุลระหว่างการแสวงหากำไรกับความรับผิดชอบต่อสังคม

๗.๘.๑ อุตสาหกรรมชา: การดูแลสิ่งแวดล้อมและแรงงาน

อุตสาหกรรมชาศรีลังกามีประวัติยาวนานกว่า ๑๕๐ ปี และเป็นหนึ่งในผู้ส่งออกชาอันดับต้นๆ ของโลก สวนชาส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่อุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติในเขตที่ราบสูง แต่การทำสวนชาในอดีตมักทำลายป่าไม้และส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศ นอกจากนี้ แรงงานในสวนชาซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวมิฬที่มาจากอินเดียในยุคอาณานิคม ยังเผชิญกับสภาพการทำงานที่ยากลำบากและค่าจ้างที่ต่ำ

ในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา มีความพยายามในการปรับปรุงการดำเนินงานของอุตสาหกรรมชาให้ยั่งยืนมากขึ้น การรับรองมาตรฐาน Rainforest Alliance และ Fairtrade กลายเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการส่งออก มาตรฐานเหล่านี้กำหนดให้มีการดูแลสิ่งแวดล้อม เช่น การอนุรักษ์ป่าไม้ การจัดการน้ำและดิน การลดการใช้สารเคมี และการปกป้องสัตว์ป่า นอกจากนี้ ยังกำหนดมาตรฐานการปฏิบัติต่อแรงงาน เช่น การจ่ายค่าจ้างที่เป็นธรรม สภาพการทำงานที่ปลอดภัย และการห้ามใช้แรงงานเด็ก

Dilmah Tea เป็นตัวอย่างของธุรกิจชาที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคม บริษัทก่อตั้งโดย Merrill J. Fernando ซึ่งมีปรัชญาธุรกิจที่เน้นการสร้างคุณค่าให้กับทุกฝ่ายในห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่เกษตรกร แรงงาน ชุมชน จนถึงลูกค้า บริษัทมี MJF Charitable Foundation และ Dilmah Conservation ที่ทำงานด้านการพัฒนาชุมชน การศึกษา สุขภาพ และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โครงการของมูลนิธิรวมถึงการสร้างโรงเรียน สุนัขกสิกรรม ศูนย์อาชีพ และโครงการด้านการแพทย์สำหรับชุมชนในพื้นที่สวนชา

๗.๘.๒ Fair Trade ในอุตสาหกรรมเครื่องเทศ

ศรีลังกาเป็นผู้ผลิตเครื่องเทศคุณภาพสูง โดยเฉพาะอบเชย กานพลู และพริกไทย มาชานานหลายศตวรรษ ในอดีต เกษตรกรผู้ปลูกเครื่องเทศมักได้รับราคาที่ต่ำและไม่แน่นอน เนื่องจากมีพ่อค้าคนกลางหลายชั้นและการผูกขาดโดยผู้ส่งออกรายใหญ่ สถานการณ์นี้ทำให้เกษตรกรไม่สามารถลงทุนในการปรับปรุงคุณภาพและประสบปัญหาความยากจน

การรับรอง Fair Trade ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการปรับปรุงสภาพความเป็นอยู่ของเกษตรกรผู้ปลูกเครื่องเทศ Fair Trade กำหนดราคาขั้นต่ำที่เกษตรกรจะได้รับ ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาตลาด นอกจากนี้ ยังมี Fair Trade Premium ซึ่งเป็นเงินเพิ่มเติม

ที่ชุมชนจะได้รับเพื่อนำไปใช้ในโครงการพัฒนาตามที่ชุมชนตัดสินใจเอง เช่น การปรับปรุงโรงเรียน การจัดหาน้ำสะอาด หรือการจัดตั้งกองทุนเพื่อสุขภาพ

Small Organic Farmers Association (SOFA) ในศรีลังกาเป็นกลุ่มเกษตรกรออร์แกนิกที่ผลิตเครื่องเทศและผลิตภัณฑ์เกษตรอื่นๆ ภายใต้มาตรฐาน Fair Trade และ Organic กลุ่มนี้ก่อตั้งขึ้นในปี ๑๙๙๗ โดยมีสมาชิกกว่า ๒,๐๐๐ คน SOFA ให้การฝึกอบรมเกษตรกรในการทำเกษตรอินทรีย์ ช่วยในการได้รับการรับรอง จัดหาตลาด และสนับสนุนทางการเงิน เกษตรกรที่เป็นสมาชิกรายงานว่ามีรายได้เพิ่มขึ้นและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น นอกจากนี้ การทำการเกษตรอินทรีย์ยังช่วยปกป้องสุขภาพของเกษตรกรจากสารเคมีและรักษาความอุดมสมบูรณ์ของดิน

๗.๘.๓ โรงแรมและการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้สำคัญของศรีลังกา โดยเฉพาะหลังสิ้นสุดสงครามกลางเมืองในปี ๒๐๐๙ ดังนั้น การท่องเที่ยวแบบดั้งเดิมมักสร้างผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมท้องถิ่น และชุมชน ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา จึงมีการพัฒนา eco-tourism และ community-based tourism ที่พยายามสร้างสมดุลระหว่างการท่องเที่ยวกับการอนุรักษ์

ตัวอย่างที่น่าสนใจคือ Cinnamon Nature Trails โครงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่พัฒนาโดย Cinnamon Hotels & Resorts โครงการนี้มุ่งเน้นการให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสธรรมชาติและเรียนรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ โดยที่พักมีการออกแบบให้กระทบสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ใช้พลังงานหมุนเวียน จัดการของเสียอย่างเหมาะสม และจ้างงานคนในท้องถิ่น บางส่วนของรายได้ถูกนำไปใช้ในโครงการอนุรักษ์และพัฒนาชุมชน

Rainforest Ecolodge ใน Sinharaja Forest Reserve ซึ่งเป็นมรดกโลกทางธรรมชาติ เป็นอีกตัวอย่างของการท่องเที่ยวที่เคารพธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่พักสร้างด้วยวัสดุท้องถิ่นและเทคนิคการก่อสร้างแบบดั้งเดิม ผู้มีประสบการณ์มักคุเทศก์เป็นคนในชุมชนที่มีความรู้เกี่ยวกับป่าและสัตว์ป่า อาหารใช้วัตถุดิบท้องถิ่นและอินทรีย์ โครงการสนับสนุนการอนุรักษ์ป่าและสัตว์ป่า รวมทั้งให้การศึกษาแก่เยาวชนในชุมชนเกี่ยวกับความสำคัญของการอนุรักษ์

๗.๘.๔ Social Enterprise: Good Market

Good Market เป็น social enterprise ที่ก่อตั้งขึ้นในปี ๒๐๑๐ โดย Chiranthi Jayasinghe เพื่อสร้างตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตอย่างยั่งยืนและมีจริยธรรม ปัจจุบัน Good

Market มีสาขาในหลายเมืองของศรีลังกา และเป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เชื่อมโยงผู้ผลิตรายย่อยกับผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและสังคม

Good Market มีเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่เข้มงวด โดยให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผลิตโดยชุมชนหรือวิสาหกิจขนาดเล็ก มีการปฏิบัติที่เป็นธรรมต่อแรงงาน และส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น ผู้ผลิตที่เข้าร่วม Good Market ได้รับการฝึกอบรมในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาด และการบริหารจัดการ นอกจากนี้ Good Market ยังจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับการบริโภคอย่างยั่งยืน

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายผ่าน Good Market รวมถึงผ้าทอมือจากชุมชน ผลิตภัณฑ์เครื่องหนังจากวัวสัตว์เคี้ยวเอื้อง สบู่และเครื่องสำอางธรรมชาติ อาหารออร์แกนิก และหัตถกรรมจากชุมชนชนเผ่า Good Market ช่วยให้ผู้ผลิตเหล่านี้สามารถขายสินค้าได้ในราคาที่เป็นธรรมและเข้าถึงลูกค้าที่ชื่นชอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมีเรื่องราวที่มีความหมาย

แนวทางของ Good Market สอดคล้องกับหลักธรรมทางพุทธศาสนาหลายประการ การเน้นความยั่งยืนและการไม่เบียดเบียนสิ่งแวดล้อมสอดคล้องกับหลักอหิงสา (ความไม่เบียดเบียน) การสนับสนุนชุมชนและผู้ผลิตรายย่อยสะท้อนหลักสังคหวัตถุและความเมตตา การให้ความรู้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับผลกระทบของการบริโภคสอดคล้องกับหลักสัมมาทิฐิ (ความเห็นชอบ) และการส่งเสริมการบริโภคที่มีสติสอดคล้องกับหลักมัชฌิมาปฏิปทา

๗.๙ เปรียบเทียบแนวทางสยามและศรีลังกา

ทั้งประเทศไทย (สยาม) และศรีลังกาล้วนเป็นประเทศที่มีพุทธศาสนาเป็นศาสนาหลัก และมีประวัติศาสตร์อันยาวนานในการผสมผสานหลักธรรมทางพุทธศาสนากับการดำเนินชีวิตและการพัฒนาสังคม การเปรียบเทียบแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของทั้งสองประเทศให้ข้อคิดที่สำคัญเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาพุทธในบริบทที่แตกต่างกัน

๗.๙.๑ ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไทย

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร พระราชทานเป็นแนวทางการพัฒนาที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย ปรัชญานี้ไม่ได้ปฏิเสธการพัฒนาหรือการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ แต่เน้นการพัฒนาที่มีความสมดุล ระเบิดจากข้างใน

และมีภูมิคุ้มกัน โดยยึดหลักความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการสร้างภูมิคุ้มกันในตัว พร้อมทั้งมีเงื่อนไขความรู้และคุณธรรม

การประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในประเทศไทยมีหลายระดับ ตั้งแต่ระดับบุคคล และครัวเรือน ไปจนถึงระดับชุมชนและนโยบายระดับชาติ ในระดับเกษตรกร มีการส่งเสริมเกษตรทฤษฎีใหม่ที่แบ่งพื้นที่การเกษตรเป็นสัดส่วนระหว่างนาข้าว สวนผลไม้ไม้ยืนต้น สระน้ำ และที่อยู่อาศัย ซึ่งช่วยสร้างความมั่นคงทางอาหารและรายได้ที่หลากหลาย ในระดับชุมชน มีการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กองทุนหมู่บ้าน และการจัดการทรัพยากรโดยชุมชน ในระดับนโยบาย เศรษฐกิจพอเพียงถูกบรรจุไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและถูกนำมาใช้เป็นหลักในการกำหนดนโยบายต่างๆ

จุดแข็งของแนวทางไทยอยู่ที่การมีแนวคิดที่ชัดเจนและได้รับการสนับสนุนอย่างเป็นทางการจากรัฐ มีการพัฒนาตัวชี้วัดและเครื่องมือในการประเมินและติดตามผล มีโครงการพัฒนาและถ่ายทอดความรู้ที่กว้างขวาง และมีการบูรณาการเข้ากันนโยบายต่างๆ ของรัฐ ดังนั้น ความท้าทายอยู่ที่การทำให้เป็นรูปธรรมและขยายผลอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะในภาคธุรกิจขนาดใหญ่ และในเขตเมือง การสื่อสารและการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียงก็เป็นความท้าทาย เนื่องจากบางครั้งถูกเข้าใจผิดว่าเป็นการต่อต้านการพัฒนาหรือการหันกลับไปสู่ชีวิตแบบดั้งเดิม

๗.๙.๒ แนวทางการพัฒนาศรีลังกา

ศรีลังกามีประสบการณ์ที่แตกต่างจากประเทศไทยในหลายด้าน ประเทศประสบสงครามกลางเมืองที่ยาวนานกว่า ๒๕ ปี (๑๙๘๓-๒๐๐๙) ซึ่งส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อเศรษฐกิจและสังคม หลังสิ้นสุดสงคราม ศรีลังกาได้พยายามฟื้นฟูและพัฒนาประเทศอย่างรวดเร็ว โดยมุ่งเน้นการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน การท่องเที่ยว และการพัฒนาเมือง แต่การพัฒนาที่เร่งรีบและการกู้เงินจำนวนมากได้นำไปสู่วิกฤตหนี้สาธารณะและวิกฤตเศรษฐกิจที่รุนแรงในปี ๒๐๒๒

ในด้านการประยุกต์ใช้หลักธรรมทางพุทธศาสนา ศรีลังกามีการพัฒนาแนวคิด Sarvodaya Movement ตั้งแต่ทศวรรษ ๑๙๕๐ โดย A.T. Ariyaratne (Macy, 2020) Sarvodaya ซึ่งหมายถึง "การตื่นของทุกคน" มุ่งพัฒนาชุมชนโดยใช้หลักธรรมทางพุทธศาสนา เน้นการพึ่งตนเอง การมีส่วนร่วม และการพัฒนาจิตใจควบคู่ไปกับการพัฒนาวัตถุ ขบวนการนี้ได้แพร่ขยาย

ไปหลายพันหมู่บ้านทั่วศรีลังกา โดยมุ่งเน้นการพัฒนาที่ครอบคลุมทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และจิตวิญญาณ

แนวทางของศรีลังกามีความเน้นที่การสร้างสันติภาพและความสามัคคีหลังสงคราม (Bartholomeusz, 2021) พระสงฆ์และองค์กรพุทธศาสนามีบทบาทสำคัญในการสร้างความปรองดองระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์และศาสนาที่แตกต่างกัน การใช้หลักอหิงสา (ความไม่เบียดเบียน) และเมตตา (ความรักเมตตา) เป็นรากฐานในการสร้างสันติภาพ นอกจากนี้ ศรีลังกายังมีความเน้นที่การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่มีรากฐานจากคำสอนทางพุทธศาสนา โดยเฉพาะแนวคิดเรื่อง Engaged Buddhism ที่เน้นการใช้หลักธรรมในการแก้ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม

ดังนั้น ศรีลังกายังประสบปัญหาในการนำหลักธรรมไปประยุกต์ใช้อย่างจริงจังในนโยบายระดับชาติ (Liyanage, 2020) วิกฤตเศรษฐกิจในปี ๒๐๒๒ ซึ่งมีสาเหตุบางส่วนจากการขาดการวางแผนที่รอบคอบและการกักตุนน้ำมันมากเกินไป แสดงให้เห็นถึงความจำเป็นในการนำหลักความพอประมาณและความมีเหตุผลมาใช้ในการบริหารประเทศ นอกจากนี้ ความขัดแย้งทางชาติพันธุ์และศาสนาที่ยังคงมีอยู่ก็เป็นความท้าทายต่อการสร้างสังคมที่สอดคล้องกับหลักธรรมทางพุทธศาสนา

๗.๙.๓ บทเรียนที่เรียนรู้ร่วมกัน

การเปรียบเทียบแนวทางของไทยและศรีลังกาให้บทเรียนที่สำคัญหลายประการ (Perera & Hewage, 2022) ประการแรก แนวคิดที่ดีต้องมาพร้อมกับการปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม และสอดคล้องกัน ทั้งสองประเทศต่างมีหลักธรรมทางพุทธศาสนาเป็นรากฐาน แต่ความสำเร็จในการนำไปปฏิบัติจริงแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่และช่วงเวลา ความท้าทายอยู่ที่การทำให้แนวคิดทางจิตวิญญาณกลายเป็นนโยบายและการปฏิบัติที่จับต้องได้ ประการที่สอง บริบททางประวัติศาสตร์ สังคม และการเมืองมีผลสำคัญต่อการพัฒนา (กมล รอดคล้าย และสุวิมล เทียมบุญเลิศ, ๒๕๖๕) ประเทศไทยได้รับประโยชน์จากเสถียรภาพทางการเมืองที่ค่อนข้างสูงและการไม่ถูกล่าอาณานิคม ในขณะที่ศรีลังกาต้องเผชิญกับผลกระทบจากการเป็นอาณานิคมและสงครามกลางเมือง ความแตกต่างเหล่านี้ส่งผลต่อทิศทางและความท้าทายในการพัฒนา การเรียนรู้จากประสบการณ์ของกันและกันต้องคำนึงถึงบริบทที่แตกต่างกัน ประการที่สาม การมีส่วนร่วมของชุมชนและการพัฒนาจากฐานรากเป็นสิ่งสำคัญ (วีระศักดิ์ คุรุฑเมือง, ๒๕๖๔) ทั้ง Sarvodaya Movement ในศรีลังกาและการพัฒนาตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงในไทยที่ประสบความสำเร็จมาก

เป็นโครงการที่ชุมชนมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง การพัฒนาที่กำหนดจากบนลงล่างโดยไม่มีการมีส่วนร่วมของชุมชนมักประสบความสำเร็จน้อยกว่า การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและการสร้างกระบวนการเรียนรู้เป็นกุญแจสำคัญ ประการที่สี่ ความสมดุลระหว่างการพัฒนาวัตถุและจิตใจเป็นสิ่งจำเป็น (นิธิ เอียวศรีวงศ์ และธเนศ อภิวัฒน์, ๒๕๖๕) ทั้งสองประเทศต่างเห็นคุณค่าของการพัฒนาจิตใจและคุณธรรมควบคู่กับการพัฒนาเศรษฐกิจ แต่ในทางปฏิบัติมักมีแรงดันให้มุ่งเน้นการเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นหลัก ความท้าทายอยู่ที่การรักษาความสมดุลนี้ โดยเฉพาะในบริบทของโลกาภิวัตน์และความกดดันในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ การสร้างระบบการศึกษาและกระบวนการเรียนรู้ที่ส่งเสริมทั้งความรู้และคุณธรรมเป็นสิ่งสำคัญ ประการที่ห้า การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนเป็นความท้าทายร่วมกัน (สมพร ศรีสันติสุข, ๒๕๖๔) ทั้งสองประเทศมีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ แต่กำลังเผชิญกับการสูญเสียทรัพยากรและมลพิษจากการพัฒนา การนำหลักธรรมทางพุทธศาสนาเกี่ยวกับความเชื่อมโยงของสรรพสิ่งและความไม่เบียดเบียนมาใช้ในการจัดการสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่ทั้งสองประเทศควรเน้น ประการที่หก ความร่วมมือระหว่างประเทศในภูมิภาคสามารถเสริมสร้างการพัฒนาที่ยั่งยืน (พรพิมล เพ็ชรขาว และอานนท์ ศรีรัตนบัลล์, ๒๕๖๕) ประเทศในภูมิภาคเอเชียใต้และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีพุทธศาสนาเป็นศาสนาหลักสามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้และร่วมมือกันในการพัฒนาแนวทางการพัฒนาที่ยึดหลักธรรมทางพุทธศาสนา การสร้างเครือข่ายระหว่างนักวิชาการ ผู้ปฏิบัติ และผู้กำหนดนโยบายจะช่วยสร้างองค์ความรู้และการปฏิบัติที่ดีที่สุด

โดยสรุป ทั้งไทยและศรีลังกาล้วนมีภูมิปัญญาทางพุทธศาสนาที่สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมที่ยั่งยืน แม้จะมีบริบทและความท้าทายที่แตกต่างกัน แต่ประสบการณ์และบทเรียนของทั้งสองประเทศสามารถเสริมสร้างกันและกันได้ การยึดหลักทางสายกลาง ความพอเพียง การมีส่วนร่วม และความสมดุลเป็นคุณค่าร่วมที่สามารถนำทางการพัฒนาไปสู่สังคมที่มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนอย่างแท้จริง

๗.๙.๔ ตัวอย่างกรณีศึกษา

๗.๙.๔.๑ กรณีศึกษา ๑ Dilmah Tea - ธุรกิจที่ดูแลชุมชนและสิ่งแวดล้อม

Dilmah Tea เป็นบริษัทชาศรีลังกาที่ก่อตั้งโดย Merrill J. Fernando ในปี ๑๙๘๘ ด้วยปรัชญาในการสร้างคุณค่าให้กับทุกฝ่ายในห่วงโซ่อุปทาน

๗.๙.๔.๑.๑ การดำเนินงาน สร้าง MJF Charitable Foundation เพื่อพัฒนาชุมชนด้านการศึกษา สุขภาพ และอาชีพ ก่อตั้ง Dilmah Conservation เพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสัตว์ป่า จ่ายค่าจ้างที่เป็นธรรมและจัดสวัสดิการที่ดีให้กับแรงงาน ใช้วิธีการเกษตรที่ยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม บริจาค ๑๐% ของผลกำไรเพื่อการพัฒนาชุมชนและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

๗.๙.๔.๑.๒ ผลลัพธ์ แรงงานมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เด็กได้รับการศึกษาที่ดี ป่าไม้และสัตว์ป่าในพื้นที่สวนชาได้รับการอนุรักษ์ บริษัทมีชื่อเสียงระดับโลกและได้รับรางวัลด้านความยั่งยืนหลายรางวัล ยอดขายเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีความภักดีของลูกค้าสูง

๗.๙.๔.๑.๓ บทเรียน การให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย และการมีจุดมุ่งหมายที่สูงส่งกว่าการทำกำไรสามารถนำไปสู่ความสำเร็จทั้งทางธุรกิจและสังคม

๗.๙.๔.๒ กรณีศึกษา ๒ Ceylon Organic Spices - Fair Trade และ Organic

กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกเครื่องเทศในศรีลังกาที่เปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิมมาเป็นการเกษตรอินทรีย์และเข้าร่วมระบบ Fair Trade

๗.๙.๔.๒.๑ การดำเนินงาน จัดตั้งสหกรณ์เกษตรกรเพื่อรวมกลุ่มและเจรจาต่อรองร่วมกัน รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการทำการเกษตรอินทรีย์และการจัดการธุรกิจ รับการรับรองมาตรฐาน Organic และ Fair Trade ขายผลผลิตโดยตรงให้กับผู้นำเข้าที่จ่ายราคาที่เป็นธรรม ใช้ Fair Trade Premium ในการพัฒนาชุมชน เช่น สร้างโรงเรียน จัดหาน้ำสะอาด

๗.๙.๔.๒.๒ ผลลัพธ์ รายได้ของเกษตรกรเพิ่มขึ้นเฉลี่ย ๓๐-๕๐% สุขภาพของเกษตรกรดีขึ้นจากการไม่สัมผัสสารเคมี ความอุดมสมบูรณ์ของดินเพิ่มขึ้น เด็กในชุมชนได้รับการศึกษาที่ดีขึ้น เกษตรกรมีความภาคภูมิใจในผลิตภัณฑ์และวิธีการผลิต

๗.๙.๔.๒.๓ บทเรียน การรวมกลุ่มและการเข้าถึงตลาดที่เป็นธรรมสามารถเปลี่ยนแปลงชีวิตของเกษตรกรรายย่อยได้อย่างมีนัยสำคัญ

๗.๙.๔.๓ กรณีศึกษา ๓ Eco-Lodge ในศรีลังกา

โรงแรมขนาดเล็กในพื้นที่ชนบทของศรีลังกาที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและชุมชน

๗.๙.๔.๓.๑ การดำเนินงาน สร้างที่พักด้วยวัสดุท้องถิ่นและเทคนิคการก่อสร้างแบบดั้งเดิม ใช้พลังงานแสงอาทิตย์และระบบจัดการน้ำที่ยั่งยืน จ้างงานคนในท้องถิ่นและ

ให้การฝึกอบรมอาชีพ ใช้อาหารและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น จัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการเรียนรู้ วัฒนธรรมและธรรมชาติ นำส่วนหนึ่งของรายได้ไปสนับสนุนโครงการอนุรักษ์และพัฒนาชุมชน

๗.๙.๔.๓.๒ ผลลัพธ์ สร้างงานและรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น ส่งเสริม การอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรม ลูกคามีความพึงพอใจสูงและกลับมาเป็นประจำ ได้รับการ ยอมรับระดับนานาชาติในด้านการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นแบบอย่างให้กับธุรกิจท่องเที่ยวอื่นๆ ในพื้นที่

๗.๙.๔.๓.๓ บทเรียน การท่องเที่ยวสามารถเป็นเครื่องมือในการพัฒนา ที่ยั่งยืนได้หากดำเนินการอย่างมีความรับผิดชอบและให้ประโยชน์กับชุมชน

บทสรุป ภูมิพลังปัญญาพุทธกับการออกแบบระบบเศรษฐกิจแห่งอนาคต

บทที่สิบนี้ได้แสดงให้เห็นว่า การพัฒนาระบบเศรษฐกิจในโลกปัจจุบันไม่อาจพึ่งพากรอบ คิดทุนนิยมกระแสหลักเพียงอย่างเดียว หากต้องอาศัยกรอบคุณค่าและปัญญาที่สามารถกำกับทิศทางการเติบโตให้สอดคล้องกับศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์และความยั่งยืนของสังคมในกรอบภูมิพลัง ปัญญาพุทธ ทุนนิยมแบบมีสติและปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงทำหน้าที่เป็นกลไกเชิงบรรทัดฐานที่ ช่วยออกแบบระบบเศรษฐกิจให้ตอบสนองต่อความต้องการทางวัตถุควบคู่ไปกับการพัฒนาจิตใจ คุณธรรม และความรับผิดชอบต่อส่วนรวม กรณีศึกษาจากศรีลังกาชี้ให้เห็นว่า ระบบเศรษฐกิจที่ให้ ความสำคัญกับคุณค่าทางสังคม การกระจายผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมของชุมชน สามารถ สร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจได้โดยไม่ละเลยมิติทางจริยธรรม

บทนี้จึงทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมระหว่างการวิเคราะห์เชิงแนวคิดและกรณีศึกษาที่ผ่าน มา กับการเสนอแนวทางเชิงนโยบายและโมเดลการพัฒนาในบทถัดไป โดยย้ำว่า “ภูมิพลังปัญญา พุทธ” มิใช่เพียงแนวคิดเชิงอุดมการณ์ หากแต่เป็นกรอบการออกแบบระบบเศรษฐกิจแห่งอนาคต ที่มีความหมาย สมดุล และยั่งยืน

บทที่ ๘

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในศตวรรษที่ ๒๑ กำลังเผชิญกับความท้าทายใหม่ที่ต้องการแนวทางที่แตกต่างจากอดีต การพัฒนาที่เน้นแต่การเติบโตทางเศรษฐกิจโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ได้ก่อให้เกิดปัญหามากมาย ตั้งแต่ความเหลื่อมล้ำทางสังคม การสูญเสียเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ไปจนถึงวิกฤตสิ่งแวดล้อม บทที่ ๘ นี้นำเสนอแนวทางทางเลือกสำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยสังเคราะห์บทเรียนจากศรีลังกา ประเทศที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนฐานวัฒนธรรมพุทธ และนำเสนอ "โมเดลภูมิพลังปัญญาพุทธ" ที่สามารถประยุกต์ใช้กับบริบทของประเทศไทย จากการศึกษาตลอด ๑๑ บทที่ผ่านมา เราได้เห็นว่าพุทธศาสนาไม่ใช่เพียงระบบความเชื่อทางศาสนา แต่เป็นปรัชญาและระบบความคิดที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาได้อย่างเป็นรูปธรรม หลักธรรมต่างๆ เช่น มัชฌิมาปฏิปทา เศรษฐกิจพอเพียง และหลักสังคหวัตถุ เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาทางเศรษฐกิจกับการรักษาคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

บทสรุปนี้จึงมุ่งนำเสนอภาพรวมของบทเรียนสำคัญ การเปรียบเทียบจุดแข็งระหว่างสยามและศรีลังกา โมเดลการพัฒนา และข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนสามารถนำไปปรับใช้ได้ พร้อมทั้งชี้ทิศทางสำหรับการศึกษาและพัฒนาในอนาคต

๘.๑ สังเคราะห์บทเรียนสำคัญจากศรีลังกา

จากการศึกษาเอกสาร งานวิจัย และข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับศรีลังกาตลอด ๑๑ บทที่ผ่านมา สามารถสังเคราะห์บทเรียนสำคัญได้ ๔ มิติหลัก ดังนี้

๘.๑.๑ ด้านโครงสร้างทางสังคม

ศรีลังกาได้แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการอนุรักษ์วัฒนธรรมพุทธควบคู่ไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างกลมกลืน แม้จะประสบกับความขัดแย้งทางชาติพันธุ์และศาสนาที่รุนแรง แต่ศรีลังกาก็สามารถฟื้นฟูและจัดการสังคมพหุวัฒนธรรมได้อย่างสันติ โดยเฉพาะหลังสิ้นสุดสงครามกลางเมืองในปี ค.ศ. ๒๐๐๙ (Korf & Silva, 2020) การฟื้นฟูนี้มีพระสงฆ์และผู้นำชุมชนเป็นแกนหลักในการสร้างความปรองดองและการพัฒนา

บทบาทของพระสงฆ์ในศรีลังกามีความโดดเด่นในการเป็นทั้ง "นักบวช" และ "นักพัฒนา" พระสงฆ์ไม่ได้จำกัดบทบาทอยู่แค่พิธีกรรมทางศาสนา แต่เข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างแข็งขัน ตั้งแต่การจัดตั้งโรงเรียน โรงพยาบาล สหกรณ์ ไปจนถึงการเป็นที่ปรึกษาโครงการพัฒนาต่างๆ (Berkwitz, 2021) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด "Engaged Buddhism" หรือพุทธศาสนาเชิงปฏิบัติการที่เน้นการแก้ปัญหาสังคมอย่างตรงจุด

ระบบการศึกษาของศรีลังกามีรากฐานมาจากวัดและสำนักเรียนพระพุทธรศาสนามานานหลายศตวรรษ (Wijayarathna & Deegalle, 2019) ระบบ "Pirivena Education" หรือการศึกษาในสำนักเรียนวัดนี้ไม่เพียงสอนพระธรรมวินัย แต่ยังบูรณาการความรู้ทางโลกและทักษะอาชีพ ทำให้เกิดการสืบทอดภูมิปัญญาทั้งทางโลกและทางธรรมควบคู่กันไป นอกจากนี้ ระบบการฝึกอบรมสำหรับเกษตรกรและผู้ประกอบการผ่านองค์กรพัฒนาชุมชนต่างๆ ที่วัดเป็นศูนย์กลาง ทำให้การถ่ายทอดภูมิปัญญามีประสิทธิภาพสูง

๘.๑.๒ ด้านระบบนิเวศเศรษฐกิจ

ความสำเร็จของอุตสาหกรรมชาและเครื่องเทศของศรีลังกาสะท้อนให้เห็นถึงห่วงโซ่คุณค่า (value chain) ที่สมบูรณ์และเชื่อมโยงกันอย่างมีประสิทธิภาพ ตั้งแต่ระดับเกษตรกรผู้ปลูกชาในไร่สูง การแปรรูปในโรงงานที่ได้มาตรฐาน การตลาดผ่านระบบประมูลและส่งออก ไปจนถึงการท่องเที่ยวสวนชาที่สร้างรายได้เพิ่มเติมให้กับผู้ผลิต (Herath & Weersink, 2022) องค์กรหลักที่ทำหน้าที่เป็นแกนกลางของระบบนิเวศนี้คือ Ceylon Tea Board และ Export Development Board ซึ่งทำหน้าที่เชื่อมโยงผู้ผลิตรายย่อยเข้ากับตลาดโลก กำหนดมาตรฐานคุณภาพ ส่งเสริมการตลาด และสนับสนุนด้านเทคนิคและการเงินให้กับเกษตรกร (Munasinghe & Deraniyagala, 2020) ลักษณะการทำงานของสององค์กรนี้เป็นแบบ "Public-Private Partnership" ที่ภาครัฐและเอกชนร่วมกันบริหารจัดการ

สิ่งที่น่าสนใจคือการสร้างแพลตฟอร์มที่สนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อย เช่น ตลาดกลางชา (Colombo Tea Auction) ที่เป็นตลาดประมูลชาที่ใหญ่ที่สุดในโลก ทำให้เกษตรกรรายย่อยสามารถเข้าถึงราคาที่เป็นธรรมและตลาดโลกได้โดยตรง (Fernando & Bandara, 2021) นอกจากนี้ ยังมีระบบสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรที่ช่วยเพิ่มอำนาจต่อรองและลดต้นทุน ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในศรีลังกามีลักษณะเป็นระบบที่ชัดเจน ภาครัฐทำหน้าที่กำหนด

นโยบาย สร้างโครงสร้างพื้นฐาน และควบคุมมาตรฐาน ในขณะที่ภาคเอกชนดำเนินการผลิตและการตลาด แต่ทั้งสองฝ่ายร่วมกันในการพัฒนาแบรนด์ประเทศและส่งเสริมการส่งออก

๘.๑.๓ ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ศรีลังกามีแหล่งมรดกโลกทางวัฒนธรรมจำนวน ๖ แห่ง และมรดกโลกทางธรรมชาติ ๒ แห่ง ซึ่งล้วนเป็นทรัพยากรสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยว (UNESCO, 2023) การจัดการแหล่งมรดกโลกของศรีลังกามีแนวทางที่สมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจ โดยมีหลักการสำคัญคือ "การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ" (Responsible Tourism) เส้นทางจาริกแสวงบุญทางพุทธศาสนาในศรีลังกา เช่น เส้นทาง "Buddhist Circuit" ที่เชื่อมโยงสถานที่สำคัญทางพระพุทธศาสนา ๘ แห่ง ไม่เพียงแต่ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ แต่ยังกระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่นตลอดเส้นทาง (Bandara & Ratnayake, 2022) ชุมชนมีส่วนร่วมในการให้บริการที่พัก อาหาร ของที่ระลึก และเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ทำให้รายได้กระจายสู่ชุมชนอย่างเป็นธรรม

การท่องเที่ยวแบบรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมของศรีลังกาได้รับการยอมรับในระดับสากล โดยเฉพาะโครงการ "Eco-Tourism" และ "Community-Based Tourism" ที่ให้ชุมชนท้องถิ่นเป็นเจ้าของและผู้จัดการโครงการท่องเที่ยว (Ranasinghe & Hapuarachchi, 2021) แนวทางนี้ไม่เพียงช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม แต่ยังสร้างความภาคภูมิใจและความรู้สึกเป็นเจ้าของให้กับชุมชน การบูรณาการการท่องเที่ยวกับอุตสาหกรรมอื่นๆ เป็นจุดเด่นอีกประการหนึ่งของศรีลังกา การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับอุตสาหกรรมชา (Tea Tourism) สมุนไพรอายุรเวท (Ayurveda Tourism) และหัตถกรรม (Handicraft) ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่หลากหลายและลึกซึ้ง ในขณะเดียวกันก็ช่วยส่งเสริมอุตสาหกรรมท้องถิ่นให้เติบโต (Wickramasinghe & Silva, 2023)

๘.๑.๔ ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่ม

การสร้างแบรนด์ระดับประเทศของศรีลังกาถือเป็นตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จสูง แบบรันด "Ceylon" ไม่ว่าจะเป็น Ceylon Tea, Ceylon Cinnamon, หรือ Ceylon Sapphire ล้วนเป็นที่ยอมรับในตลาดโลกและสามารถขายได้ในราคาพรีเมียม (Gunawardena & Wijeratne, 2022) ความสำเร็จนี้มาจากการบริหารจัดการแบรนด์อย่างเป็นระบบ รวมถึงการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาและการรับรองแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) การเล่า

เรื่อง (Storytelling) เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ศรีลังกาได้เล่าเรื่องราวของชา ตั้งแต่ประวัติศาสตร์การปลูกชาในศรีลังกา วิถีชีวิตของชาวสวนชา ความพิถีพิถันในการผลิต ไปจนถึงประโยชน์ต่อสุขภาพ (Perera & Jayasuriya, 2020) การเล่าเรื่องเหล่านี้ไม่เพียงทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าเพิ่มขึ้น แต่ยังสร้างความผูกพันทางอารมณ์ระหว่างผู้บริโภคกับผลิตภัณฑ์ มาตรฐานคุณภาพและการรับรองสากลเป็นรากฐานสำคัญของความน่าเชื่อถือ ศรีลังกามีระบบการรับรองคุณภาพที่เข้มงวด เช่น การรับรอง Organic, Fair Trade, Rainforest Alliance และ ISO สำหรับผลิตภัณฑ์ต่างๆ (Munasinghe et al., 2021) การรับรองเหล่านี้ไม่เพียงเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ แต่ยังเป็นหลักประกันว่าการผลิตเป็นไปตามมาตรฐานสากลด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการสร้างมูลค่าเพิ่มของศรีลังกามีความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่เทคโนโลยีการแปรรูปที่ทันสมัย ระบบ blockchain สำหรับการตรวจสอบย้อนกลับ (traceability) ไปจนถึงการใช้ AI ในการควบคุมคุณภาพและการตลาดดิจิทัล (Fernando & Silva, 2023) การลงทุนด้าน R&D อย่างต่อเนื่องทำให้ศรีลังกาสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

๘.๒ การเปรียบเทียบสยาม-ศรีลังกา

การเปรียบเทียบระหว่างสยาม (ไทย) และศรีลังกาในบริบทของการพัฒนาเศรษฐกิจ สร้างสรรค์บนฐานวัฒนธรรมพุทธ เผยให้เห็นทั้งจุดแข็ง จุดอ่อน และโอกาสในการเรียนรู้ซึ่งกันและกันของทั้งสองประเทศ

๘.๒.๑ จุดแข็งของศรีลังกา

๘.๒.๑.๑ **แบรนด์ประเทศที่แข็งแกร่ง** คำว่า "Ceylon" กลายเป็นแบรนด์ที่มีคุณค่าสูงในตลาดโลก โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมชาและเครื่องเทศ (Gunawardena & Wijeratne, 2022) แบรนด์นี้สร้างขึ้นมาอย่างเป็นระบบตั้งแต่สมัยอาณานิคม และได้รับการดูแลรักษาอย่างต่อเนื่องหลังเอกราช การใช้ชื่อ "Ceylon" แทนชื่อใหม่ "Sri Lanka" สำหรับผลิตภัณฑ์ส่งออกบางประเภท แสดงให้เห็นถึงความตระหนักในคุณค่าของ brand equity ที่สั่งสมมา

๘.๒.๑.๒ **ระบบการส่งเสริมการส่งออกที่มีประสิทธิภาพ** ศรีลังกามีองค์กรเฉพาะทางที่ทำหน้าที่ส่งเสริมการส่งออก เช่น Ceylon Tea Board, Spice Council, Export Development Board ซึ่งทำงานอย่างเป็นระบบและมีงบประมาณเพียงพอ (Samaraweera &

Lakshman, 2023) องค์กรเหล่านี้ไม่เพียงทำหน้าที่ส่งเสริมการตลาด แต่ยังควบคุมมาตรฐานพัฒนาผลิตภัณฑ์ และสนับสนุนผู้ผลิตรายย่อย

๘.๒.๑.๓ การจัดการมรดกวัฒนธรรมที่ดี ศรีลังกามีระบบการจัดการแหล่งมรดกโลกที่ได้มาตรฐานสากล (UNESCO, 2023) การบูรณาการระหว่างการอนุรักษ์กับการท่องเที่ยวทำได้อย่างสมดุล ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม

๘.๒.๑.๔ การผลิตที่ได้มาตรฐานสากล อุตสาหกรรมหลักของศรีลังกาโดยเฉพาะชาและเครื่องเทศ มีระบบการผลิตและการควบคุมคุณภาพที่เข้มงวดและได้มาตรฐานสากล (Munasinghe et al., 2021) การได้รับการรับรองจากองค์กรระหว่างประเทศต่างๆ เป็นหลักประกันความน่าเชื่อถือในตลาดโลก

๘.๒.๒ จุดแข็งของสยาม

๘.๒.๒.๑ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ประเทศไทยมีผลิตภัณฑ์ทางเกษตรและหัตถกรรมที่หลากหลายกว่าศรีลังกา ตั้งแต่ข้าว ผลไม้เมืองร้อน สมุนไพร ไปจนถึงผ้าไทย เครื่องประดับ และงานหัตถกรรมต่างๆ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ๒๕๖๖) ความหลากหลายนี้เป็นโอกาสในการสร้างพอร์ตโฟลิโอผลิตภัณฑ์ที่กว้างขวาง

๘.๒.๒.๒ ตลาดภายในที่ใหญ่ ประเทศไทยมีประชากรประมาณ ๗๐ ล้านคนเป็นตลาดภายในที่ใหญ่กว่าศรีลังกา (๒๒ ล้านคน) มาก (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, ๒๕๖๗) ตลาดภายในที่ใหญ่เป็นฐานในการทดสอบผลิตภัณฑ์และสร้างขนาดเศรษฐกิจ (economies of scale) ก่อนขยายสู่ตลาดส่งออก

๘.๒.๒.๓ ท่าเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ ประเทศไทยตั้งอยู่ในใจกลางของภูมิภาคอาเซียน เป็นศูนย์กลางการคมนาคมทั้งทางบกและทางอากาศ (กระทรวงคมนาคม, ๒๕๖๖) ท่าเลนี้เอื้อต่อการเป็นศูนย์กลางการผลิต จัดจำหน่าย และการท่องเที่ยวของภูมิภาค

๘.๒.๒.๔ ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่ริเริ่มโดยพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร เป็นฐานคิดที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๒๕๖๕) หลักการความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีสอดคล้องกับหลักมัชฌิมาปฏิปทาทางพุทธศาสนา

๘.๒.๓ โอกาสในการเรียนรู้ร่วมกัน

๘.๒.๓.๑ การแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ ทั้งสยามและศรีลังกาเป็นประเทศพุทธที่มีประสบการณ์ในการประยุกต์ใช้หลักธรรมในการพัฒนา การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน จะช่วยให้ทั้งสองประเทศพัฒนารูปแบบที่เหมาะสมกับบริบทของตนเอง (Berkwitz & Schonthal, 2020)

๘.๒.๓.๒ ความร่วมมือทางการค้า การสร้างความร่วมมือทางการค้าระหว่างสองประเทศ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมที่มีจุดแข็งต่างกัน เช่น ชาจากศรีลังกากับข้าวและผลไม้จากไทย สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทั้งสองฝ่าย (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, ๒๕๖๖)

๘.๒.๓.๓ การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวร่วม การเชื่อมโยงเส้นทางจาริกแสวงบุญพุทธศาสนาระหว่างไทย ศรีลังกา และประเทศพุทธอื่นๆ ในภูมิภาค จะช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวและสร้างความเข้าใจระหว่างประชาชนทั้งสองประเทศ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ๒๕๖๖)

๘.๒.๓.๔ การวิจัยและพัฒนา ร่วมกัน ความร่วมมือทางวิชาการและการวิจัยระหว่างสถาบันการศึกษาและหน่วยงานวิจัยของทั้งสองประเทศ จะช่วยสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาของทั้งสองฝ่าย (สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, ๒๕๖๖)

๘.๓ โมเดล "ภูมิพลังปัญญาพุทธ" สำหรับการพัฒนาชุมชนสยาม

จากการศึกษาและวิเคราะห์ประสบการณ์ของศรีลังกา ประกอบกับบริบทของประเทศไทย ผู้เขียนขอเสนอ "โมเดลภูมิพลังปัญญาพุทธ" (Buddhist Wisdom Soft Power Model) สำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และชุมชนอย่างยั่งยืน โมเดลนี้ประกอบด้วย ๔ เสาหลักและ ๕ หลักการสำคัญ

๘.๓.๑ สี่เสาหลัก

๘.๓.๑.๑ เสาที่หนึ่ง ทุนทางวัฒนธรรมและจิตวิญญาณ

เสาแรกของโมเดลนี้เน้นย้ำถึงความสำคัญของทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) และจิตวิญญาณ (Spiritual Capital) ในการพัฒนา (Bourdieu, 2022; Woodhead, 2020) พุทธศาสนาในที่นี้ไม่ใช่เพียงระบบความเชื่อ แต่เป็นรากฐานและแรงบันดาลใจในการพัฒนาที่ยั่งยืน หลักธรรมต่างๆ เช่น สัมมาอาชีวะ (การประกอบอาชีพสุจริต) สัปปุริสธรรม ๗ (คุณธรรมของคนดี) และอิทธิบาท ๔ (หลักแห่งความสำเร็จ) สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจและการ

พัฒนาชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม (พระธรรมปิฎก, ๒๕๖๔) ภูมิปัญญาท้องถิ่นถือเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญ ไม่ว่าจะเป็นความรู้ด้านการเกษตร หัตถกรรม การแพทย์แผนไทย หรือ ศิลปวัฒนธรรมต่างๆ (สถาบันวิจัยวัฒนธรรมและศิลปะ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๖๕) ภูมิปัญญาเหล่านี้ต้องได้รับการสืบทอด บันทึกลง และพัฒนาให้ทันสมัย โดยไม่สูญเสียแก่นสาร การสร้างความหมายและคุณค่า (Meaning Making) เป็นกระบวนการสำคัญที่ทำให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการมีมูลค่าเพิ่มขึ้น (Throsby, 2021) การเล่าเรื่อง (Storytelling) ที่ดีต้องสะท้อนถึงเอกลักษณ์ ประวัติศาสตร์ และคุณค่าทางวัฒนธรรม ไม่ใช่เพียงข้อมูลเชิงพาณิชย์

๔.๓.๑.๒ เสาที่สอง: ระบบนิเวศที่สมบูรณ์

เสาที่สองเน้นการสร้างระบบนิเวศ (Ecosystem) ที่เชื่อมโยงทุกภาคส่วนเข้าด้วยกัน ตั้งแต่เกษตรกร ผู้ประกอบการ ภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และชุมชน (Moore, 2023) ระบบนิเวศที่ดีต้องมีลักษณะดังนี้ ประการแรก มีห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ที่สมบูรณ์และสร้างมูลค่าเพิ่มในทุกขั้นตอน ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ไปจนถึงปลายน้ำ (Porter & Kramer, 2021) ความเชื่อมโยงที่ดีจะช่วยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) แต่ละฝ่ายได้รับประโยชน์อย่างเป็นธรรม ประการที่สอง ต้องมีเครือข่ายความร่วมมือและการเรียนรู้ (Collaborative Network) ที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และทรัพยากร (Granovetter, 2021) การจัดตั้งสมาคม สหกรณ์ หรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นรูปธรรมหนึ่งของเครือข่ายดังกล่าว ประการที่สาม ต้องมีแพลตฟอร์มและโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการพัฒนา (Gawer, 2022) ทั้งโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ (ถนน ไฟฟ้า อินเทอร์เน็ต) และโครงสร้างพื้นฐานทางสถาบัน (กฎหมาย ระเบียบ ระบบสนับสนุน) รวมถึงแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เชื่อมโยงผู้ผลิตกับผู้บริโภค

๔.๓.๑.๓ เสาที่สาม: การพัฒนาที่ยั่งยืน

เสาที่สามเน้นการพัฒนาที่ยั่งยืนตามแนวคิด "Triple Bottom Line" ที่สมดุลระหว่าง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (Elkington, 2020) แนวคิดนี้สอดคล้องกับหลักมัชฌิมาปฏิปทา (ทางสายกลาง) และปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่เน้นความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกัน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๒๕๖๕) การดูแลสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรเป็นความรับผิดชอบของทุกคน การผลิตและบริโภคต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว (Dasgupta, 2022) การรับรอง Organic, Fair Trade หรือ B Corporation เป็นกลไกหนึ่งที่ช่วยสร้างจิตสำนึกและความรับผิดชอบต่อสังคม

เป็นธรรมและการกระจายผลประโยชน์เป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน (Rawls, 2020) การพัฒนาที่ทำให้คนรวยรวยขึ้นและคนจนจนลงไม่สามารถยั่งยืนได้ การสร้างกลไกที่ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายได้รับประโยชน์อย่างเป็นธรรมเป็นสิ่งจำเป็น

๘.๓.๑.๔ เส้าที่สี่: นวัตกรรมและดิจิทัล

เส้าที่สี่เน้นการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและขยายโอกาส (Schwab & Malleret, 2020) ดังนั้น การใช้เทคโนโลยีต้องเป็นไปอย่างเหมาะสม (Appropriate Technology) คือเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับบริบท ทรัพยากร และความสามารถของผู้ใช้ ไม่ใช่การนำเทคโนโลยีขั้นสูงมาใช้โดยไม่พิจารณาความเหมาะสม นวัตกรรมทางสังคม (Social Innovation) เป็นการใช้แนวคิดและวิธีการใหม่ๆ ในการแก้ปัญหาสังคม นวัตกรรมทางสังคมอาจไม่ใช่เทคโนโลยีขั้นสูง แต่เป็นการปรับเปลี่ยนกระบวนการ โครงสร้าง หรือวิธีคิดที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีขึ้น การตลาดและการสื่อสารดิจิทัลเป็นเครื่องมือสำคัญในยุคปัจจุบัน (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2022) ผู้ประกอบการชุมชนต้องพัฒนาทักษะการใช้โซเชียลมีเดีย อีคอมเมิร์ซ และเครื่องมือการตลาดดิจิทัลอื่นๆ เพื่อเข้าถึงตลาดที่กว้างขวางขึ้น การพัฒนาทักษะดิจิทัลและลดความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล (Digital Divide) เป็นความท้าทายสำคัญ ต้องมีการฝึกอบรมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการชุมชน โดยเฉพาะผู้สูงอายุและกลุ่มด้อยโอกาส สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๘.๓.๒ ห้าหลักการสำคัญ

นอกจาก ๔ เส้าหลักแล้ว โมเดลภูมิพลังปัญญาพุทธยังมี ๕ หลักการสำคัญที่เป็นรากฐานของการดำเนินงาน ได้แก่

๘.๓.๒.๑ มัชฌิมาปฏิปทา (ทางสายกลาง) เป็นหลักการสมดุลและหลีกเลี่ยงความสุดโต่งทั้งสองข้าง (พระธรรมปิฎก, ๒๕๖๔) ในบริบทของการพัฒนา หมายถึงการหาจุดสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ระหว่างการแข่งขันกับการร่วมมือ และระหว่างความทันสมัยกับการรักษาประเพณี

๘.๓.๒.๒ การมีส่วนร่วม (Participatory Development) หมายถึงการให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา ตั้งแต่การวางแผน การดำเนินงาน ไปจนถึงการประเมินผล (Chambers, 2020) การมีส่วนร่วมช่วยสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของและความรับผิดชอบร่วมกัน

๘.๓.๒.๓ ความเป็นธรรม (Fair Trade and Equitable Distribution)

หมายถึงการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย (Sen, 2020) หลักการการค้าที่เป็นธรรม (Fair Trade) ไม่เพียงให้ราคาที่เป็นธรรมแก่ผู้ผลิต แต่ยังรวมถึงเงื่อนไขการทำงานที่ดี การไม่ใช้แรงงานเด็ก และการเคารพสิทธิมนุษยชน

๘.๓.๒.๔ ความรับผิดชอบ (Social and Environmental Responsibility)

หมายถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการ (Carroll & Brown, 2022) ธุรกิจไม่ได้มีเป้าหมายเพียงทำกำไร แต่ต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมด้วย แนวคิด CSR (Corporate Social Responsibility) และ CSV (Creating Shared Value) เป็นกรอบที่ช่วยให้ธุรกิจดำเนินการอย่างมีความรับผิดชอบ

๘.๓.๒.๕ การเรียนรู้ (Continuous Learning and Adaptation) หมายถึงการ

เรียนรู้อย่างต่อเนื่องและการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง (Senge, 2020) ในโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การเรียนรู้และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องเป็นสิ่งจำเป็น การสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) และชุมชนแห่งการเรียนรู้ (Learning Community) จะช่วยให้สามารถปรับตัวและพัฒนาได้อย่างยั่งยืน

๘.๔ ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

จากการวิเคราะห์และการเสนอโมเดลภูมิพลังปัญญาพุทธ ผู้เขียนขอเสนอแนะเชิงปฏิบัติสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ๔ กลุ่มหลัก ได้แก่ ผู้กำหนดนโยบาย มหาวิทยาลัย และสถาบันการศึกษา ผู้ประกอบการและชุมชน และพระสงฆ์และผู้นำชุมชน

๘.๔.๑ สำหรับผู้กำหนดนโยบาย

๘.๔.๑.๑ พัฒนานโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์แบบบูรณาการ ภาครัฐ

ควรกำหนดนโยบายที่ชัดเจนในการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนฐานวัฒนธรรม โดยบูรณาการการทำงานของหลายกระทรวงที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงวัฒนธรรม พาณิชย์ เกษตรและสหกรณ์ การท่องเที่ยวและกีฬา และอุตสาหกรรม (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๒๕๖๕) การมีคณะกรรมการหรือองค์กรกลางที่ประสานงานระหว่างกระทรวงจะช่วยลดปัญหาการทำงานที่ซ้ำซ้อนและขัดแย้งกัน

๘.๔.๑.๒ จัดตั้งองค์กรกลางประสานงาน ภาครัฐควรพิจารณาจัดตั้งองค์กรกลางที่ทำหน้าที่คล้ายกับ Ceylon Tea Board ของศรีลังกา เพื่อทำหน้าที่ส่งเสริม พัฒนา และควบคุมมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (Samaraweera & Lakshman, 2023) องค์กรดังกล่าวควรเป็นแบบ Public-Private Partnership ที่ภาครัฐและเอกชนร่วมกันบริหารจัดการ มีงบประมาณเพียงพอ และมีอำนาจในการดำเนินการอย่างเป็นอิสระ

๘.๔.๑.๓ สร้างแพลตฟอร์มเชื่อมโยงผู้ผลิตชุมชนกับตลาด ภาครัฐควรพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัล (Digital Platform) ที่เชื่อมโยงผู้ผลิตชุมชนกับผู้บริโภคโดยตรง ลดบทบาทของพ่อค้าคนกลางที่ดูดกำไรส่วนใหญ่ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ๒๕๖๖) แพลตฟอร์มดังกล่าวควรมีระบบการรับรองคุณภาพ ระบบชำระเงินที่ปลอดภัย และระบบขนส่งที่มีประสิทธิภาพ

๘.๔.๑.๔ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและจิตวิญญาณ ภาครัฐควรส่งเสริมการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและจิตวิญญาณที่เชื่อมโยงชุมชนต่างๆ เข้าด้วยกัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ๒๕๖๖) การพัฒนาควรให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผนและดำเนินการ เพื่อให้รายได้กระจายสู่ชุมชนอย่างเป็นธรรม

๘.๔.๑.๕ พัฒนามาตรฐานและระบบรับรองผลิตภัณฑ์ชุมชน ภาครัฐควรพัฒนามาตรฐานคุณภาพและระบบการรับรองสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้มาตรฐานสากล (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, ๒๕๖๖) การรับรอง เช่น GI (Geographical Indication), Organic, Fair Trade จะช่วยเพิ่มมูลค่าและความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์

๘.๔.๑.๖ สนับสนุนการวิจัยและพัฒนา ภาครัฐควรจัดสรรงบประมาณเพียงพอสำหรับการวิจัยและพัฒนา (R&D) เกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพัฒนาชุมชน (สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, ๒๕๖๖) การวิจัยควรเน้นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ที่ลงไปทำงานร่วมกับชุมชนและสามารถนำผลไปใช้ประโยชน์ได้จริง

๘.๔.๑.๗ สร้างกลไกการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ ภาครัฐควรส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับประเทศที่มีความสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เช่น ศรีลังกา ภูฏาน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ (กระทรวงการต่างประเทศ, ๒๕๖๖) การจัดให้มีการศึกษาดูงาน การฝึกอบรม และการทำโครงการร่วมกันจะช่วยเพิ่มศักยภาพของบุคลากรไทย

๘.๔.๒ สำหรับมหาวิทยาลัยและสถาบันการศึกษา

๘.๔.๒.๑ พัฒนาหลักสูตรที่เชื่อมโยงธรรมะกับการพัฒนาเศรษฐกิจ มหาวิทยาลัยควรพัฒนาหลักสูตรที่บูรณาการความรู้ทางพุทธศาสตร์กับศาสตร์อื่นๆ เช่น เศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจ การตลาด และเทคโนโลยีดิจิทัล (มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๕) หลักสูตรควรเน้นการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติจริง (Learning by Doing) และการทำงานร่วมกับชุมชน

๘.๔.๒.๒ จัดตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ชุมชน มหาวิทยาลัยควรจัดตั้งศูนย์วิจัยเฉพาะทางที่ทำการศึกษ วิจัย และพัฒนางานความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนฐานวัฒนธรรมพุทธ (สถาบันวิจัยวัฒนธรรมและศิลปะ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๖๕) ศูนย์ดังกล่าวควรทำงานแบบสหสาขาวิชา (Interdisciplinary) และเชื่อมโยงกับเครือข่ายนักวิจัยระหว่างประเทศ

๘.๔.๒.๓ เป็นพี่เลี้ยงให้ชุมชนในการพัฒนา มหาวิทยาลัยควรทำหน้าที่เป็น Incubator หรือ Accelerator สำหรับผู้ประกอบการชุมชน โดยให้คำปรึกษา สนับสนุนความรู้ และเทคโนโลยี และเชื่อมโยงกับแหล่งทุนและตลาด (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ๒๕๖๖) การจัดตั้ง Community Development Center หรือ Social Enterprise Lab ในมหาวิทยาลัยจะช่วยสนับสนุนการพัฒนาชุมชนได้อย่างเป็นระบบ

๘.๔.๒.๔ สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยควรสร้างความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยพุทธในประเทศอื่นๆ เช่น University of Peradeniya และ University of Kelaniya ในศรีลังกา (มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๕) ความร่วมมือควรครอบคลุมการแลกเปลี่ยนนักศึกษาและอาจารย์ การทำวิจัยร่วม และการจัดประชุมวิชาการระหว่างประเทศ

๘.๔.๒.๕ พัฒนาฐานข้อมูลและการจัดการความรู้ มหาวิทยาลัยควรพัฒนาฐานข้อมูลเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ชุมชน และแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices) ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, ๒๕๖๖) ฐานข้อมูลควรเป็น Open Access ที่ผู้สนใจสามารถเข้าถึงได้ง่าย

๘.๔.๒.๖ ส่งเสริมการวิจัยเชิงปฏิบัติการในชุมชน มหาวิทยาลัยควรส่งเสริมการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ที่นักวิจัยลงไปทำงานร่วมกับชุมชน ร่วมวิเคราะห์ปัญหา

และร่วมหาทางแก้ไข (Chambers, 2020) การวิจัยรูปแบบนี้จะช่วยให้ผลการวิจัยมีความเหมาะสมกับบริบทและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง

๘.๔.๓ สำหรับผู้ประกอบการและชุมชน

๘.๔.๓.๑ พัฒนาทักษะการสร้างมูลค่าเพิ่มจากทุนทางวัฒนธรรม ผู้ประกอบการชุมชนควรพัฒนาทักษะในการสร้างมูลค่าเพิ่มจากทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ การเล่าเรื่อง การสร้างแบรนด์ และการตลาด การเข้าร่วมอบรมและเรียนรู้จากแหล่งต่างๆ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์จะช่วยพัฒนาทักษะเหล่านี้

๘.๔.๓.๒ สร้างเครือข่ายและความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการควรรวมตัวกันจัดตั้งสมาคม สหกรณ์ หรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อเพิ่มอำนาจต่อรอง ลดต้นทุน และแบ่งปันความรู้และทรัพยากร การทำงานร่วมกันจะช่วยให้สามารถเข้าถึงตลาดที่ใหญ่ขึ้นและแข่งขันได้ดีขึ้น

๘.๔.๓.๓ ยกระดับคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ โดยศึกษาและปฏิบัติตามมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง เช่น มาตรฐาน GMP, HACCP, Organic หรือ Fair Trade (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, ๒๕๖๖) การได้รับการรับรองมาตรฐานจะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและมูลค่าของผลิตภัณฑ์

๘.๔.๓.๔ พัฒนาทักษะดิจิทัลและการตลาดออนไลน์ ผู้ประกอบการควรพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล โดยเฉพาะการตลาดออนไลน์ผ่านโซเชียลมีเดียและแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซต่างๆ (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2022) การมีช่องทางการตลาดออนไลน์จะช่วยขยายฐานลูกค้าและเพิ่มยอดขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๘.๔.๓.๕ เรียนรู้และประยุกต์ใช้นวัตกรรม ผู้ประกอบการควรเปิดใจเรียนรู้ นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่สามารถนำมาปรับใช้ได้ แต่ต้องเลือกใช้อย่างเหมาะสมกับบริบทและความสามารถของตนเอง (Schumacher, 2023) การศึกษาดูงานและแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้ประกอบการอื่นๆ จะช่วยเปิดมุมมองและแนวคิดใหม่ๆ

๘.๔.๓.๖ สร้างแบรนด์และเรื่องราวที่มีเอกลักษณ์ ผู้ประกอบการควรสร้างแบรนด์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยเล่าเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ ความเป็นมา ภูมิปัญญาที่ใช้ และคุณค่า

ทางวัฒนธรรม (Perera & Jayasuriya, 2020) การมีเรื่องเล่าที่น่าสนใจจะช่วยสร้างความแตกต่างและความผูกพันกับลูกค้า

๘.๔.๓.๗ มุ่งสู่การรับรองมาตรฐานสากล ผู้ประกอบการควรมุ่งสู่การได้รับการรับรองมาตรฐานสากล เช่น Organic, Fair Trade, GI หรือ B Corporation (Munasinghe et al., 2021) การรับรองเหล่านี้จะช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศและขายในราคาที่สูงขึ้น

๘.๔.๔ สำหรับพระสงฆ์และผู้นำชุมชน

๘.๔.๔.๑ เป็นแรงบันดาลใจและต้นแบบการพัฒนา พระสงฆ์และผู้นำชุมชนควรเป็นต้นแบบในการประยุกต์ใช้หลักธรรมทางพุทธศาสนาในการพัฒนา โดยเฉพาะหลักเศรษฐกิจพอเพียงและการดำเนินชีวิตอย่างยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๒๕๖๕) วัดควรเป็นศูนย์เรียนรู้และต้นแบบการพัฒนาที่ชุมชนสามารถเรียนรู้และประยุกต์ใช้ได้

๘.๔.๔.๒ เป็นสะพานเชื่อมระหว่างภาครัฐ-เอกชน-ชุมชน พระสงฆ์และผู้นำชุมชนมีบทบาทสำคัญในการเป็นสะพานเชื่อมระหว่างภาคส่วนต่างๆ โดยอาศัยความเคารพนับถือและความเชื่อถือที่ชุมชนมีต่อพระสงฆ์ (Berkwitz, 2021) การประสานงานและอำนวยความสะดวกในโครงการพัฒนาต่างๆ จะช่วยให้การดำเนินงานราบรื่นและได้รับความร่วมมือจากชุมชน

๘.๔.๔.๓ ส่งเสริมการเรียนรู้และการถ่ายทอดภูมิปัญญา วัดควรเป็นศูนย์กลางในการเรียนรู้และถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ทั้งด้านหัตถกรรม การเกษตร การแพทย์แผนไทย และศิลปวัฒนธรรมต่างๆ (สถาบันวิจัยวัฒนธรรมและศิลปะ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๖๕) การจัดอบรมและกิจกรรมการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องจะช่วยสืบทอดภูมิปัญญาให้กับคนรุ่นหลัง

๘.๔.๔.๔ สร้างจิตสำนึกในการพัฒนาอย่างยั่งยืน พระสงฆ์ควรแสดงธรรมและสร้างจิตสำนึกให้กับชาวบ้านในเรื่องการพัฒนาที่ยั่งยืน การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการดำเนินชีวิตตามหลักมัชฌิมาปฏิปทา (พระธรรมปิฎก, ๒๕๖๔) การสอนให้รู้จักพอประมาณ มีเหตุผล และมีภูมิคุ้มกันจะช่วยสร้างฐานจิตใจที่เข้มแข็งให้กับชุมชน

๘.๕ ทิศทางการศึกษาและพัฒนาในอนาคต

การศึกษาในหนังสือเล่มนี้เป็นเพียงจุดเริ่มต้นของการสำรวจภูมิพลังปัญญาพุทธในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ยังมีประเด็นและทิศทางที่น่าสนใจสำหรับการศึกษาและพัฒนาในอนาคต ดังนี้

๘.๕.๑ ด้านการศึกษาและวิจัย

๘.๕.๑.๑ การศึกษาเชิงลึกด้วยการลงพื้นที่จริง การศึกษาในหนังสือเล่มนี้อาศัยข้อมูลทุติยภูมิเป็นหลัก การวิจัยในอนาคตควรลงพื้นที่ศึกษาจริงทั้งในศรีลังกาและประเทศไทย เพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึกจากการสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม และการใช้ชีวิตอยู่กับชุมชน (Chambers, 2020) การวิจัยเชิงคุณภาพแบบ Ethnographic Research จะช่วยให้เข้าใจบริบทและความซับซ้อนของปรากฏการณ์ได้ดียิ่งขึ้น

๘.๕.๑.๒ การศึกษาเปรียบเทียบขยายไปยังประเทศพุทธอื่นๆ การศึกษาเปรียบเทียบควรขยายไปยังประเทศพุทธอื่นๆ เช่น พม่า เนปาล ภูฏาน กัมพูชา ลาว เวียดนาม และประเทศที่มีประชากรพุทธจำนวนมาก เช่น จีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ (Berkwitz & Schonthal, 2020) การเปรียบเทียบในวงกว้างจะช่วยให้เห็นความหลากหลายและความเป็นสากลของการประยุกต์ใช้หลักธรรมพุทธในการพัฒนา

๘.๕.๑.๓ การพัฒนาตัวชี้วัดความสำเร็จของเศรษฐกิจสร้างสรรค์แบบพุทธ ตัวชี้วัดความสำเร็จทางเศรษฐกิจแบบดั้งเดิม เช่น GDP หรือรายได้ไม่เพียงพอในการวัดความสำเร็จของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เน้นความยั่งยืน (Dasgupta, 2022) ควรพัฒนาตัวชี้วัดที่สะท้อนถึงมิติทางสังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และจิตใจด้วย เช่น ดัชนีความสุขมวลรวมประชาชาติ (GNH) ของภูฏาน หรือ Human Development Index (HDI) ของสหประชาชาติ

๘.๕.๑.๔ การศึกษาผลกระทบระยะยาวของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีทั้งผลดีและผลเสีย ควรมีการศึกษาผลกระทบระยะยาวต่อชุมชน วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม (Wickramasinghe & Silva, 2023) การศึกษาควรใช้ระเบียบวิธีแบบ Longitudinal Study ที่ติดตามผลในระยะเวลาก่อนหน้าหลายปี เพื่อให้เห็นแนวโน้มและผลกระทบที่แท้จริง

๘.๕.๑.๕ การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมทางสังคม นวัตกรรมทางสังคมเป็นกุญแจสำคัญในการแก้ปัญหาสังคมอย่างยั่งยืน (Mulgan, 2022) ควรมีการวิจัยและพัฒนา

นวัตกรรมทางสังคมที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย โดยเรียนรู้จากต่างประเทศและประยุกต์ใช้ให้เข้ากับความเป็นไทย

๘.๕.๒ ด้านการพัฒนาเครือข่าย

๘.๕.๒.๑ การสร้างเครือข่ายมหาวิทยาลัยพุทธระหว่างประเทศ ควรมีการจัดตั้งเครือข่ายมหาวิทยาลัยพุทธระหว่างประเทศ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และทรัพยากร (มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๕) เครือข่ายดังกล่าวควรมีกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น การประชุมวิชาการประจำปี การแลกเปลี่ยนนักศึกษาและอาจารย์ และการทำวิจัยร่วมกัน

๘.๕.๒.๒ การแลกเปลี่ยนนักศึกษาและอาจารย์ โปรแกรมแลกเปลี่ยนนักศึกษาและอาจารย์ระหว่างมหาวิทยาลัยไทยและมหาวิทยาลัยในศรีลังกาและประเทศพุทธอื่นๆ จะช่วยสร้างความเข้าใจและมิตรภาพระหว่างประเทศ (มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๕) การเรียนรู้ในบริบทที่แตกต่างจะช่วยขยายมุมมองและสร้างความคิดสร้างสรรค์

๘.๕.๒.๓ โครงการวิจัยร่วม การทำวิจัยร่วมกันระหว่างนักวิจัยจากหลายประเทศจะช่วยสร้างองค์ความรู้ที่ลึกซึ้งและครอบคลุม โดยเฉพาะการวิจัยเปรียบเทียบที่ต้องการข้อมูลจากหลายประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, ๒๕๖๖) การได้รับทุนวิจัยจากองค์กรระหว่างประเทศจะช่วยสนับสนุนการวิจัยดังกล่าว

๘.๕.๒.๔ การจัดประชุมวิชาการและสัมมนาระหว่างประเทศ การจัดประชุมวิชาการและสัมมนาเป็นประจำจะช่วยสร้างพื้นที่สำหรับการแลกเปลี่ยนความรู้และสร้างเครือข่าย ควรมีการจัดประชุมหมุนเวียนกันในแต่ละประเทศ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมได้เรียนรู้บริบทของแต่ละประเทศ

๘.๕.๓ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

๘.๕.๓.๑ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมระหว่างสยาม-ศรีลังกา การพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกันระหว่างไทยและศรีลังกา เช่น ชุดของขวัญที่ประกอบด้วยชาจากศรีลังกาและข้าวหอมมะลิจากไทย หรือผลิตภัณฑ์สปาที่ใช้ทั้งสมุนไพรไทยและอายุรเวทศรีลังกา จะช่วยสร้างคุณค่าและโอกาสทางการตลาดใหม่ๆ (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, ๒๕๖๖)

๘.๕.๓.๒ การสร้างแบรนด์ร่วม การสร้างแบรนด์ร่วมระหว่างสองประเทศ เช่น "Buddhist Heritage" หรือ "Theravada Treasures" ที่รวมผลิตภัณฑ์จากประเทศพุทธเถรวาททั้งหมด จะช่วยสร้างความแข็งแกร่งของแบรนด์และเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงตลาดโลก

๘.๕.๓.๓ การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวพุทธศาสนาเชื่อมโยงกัน การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวพุทธศาสนาระหว่างไทย ศรีลังกา อินเดีย เนปาล พม่า กัมพูชา และลาว เป็น "Buddhist Circuit of Asia" จะช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวและสร้างความเข้าใจระหว่างชาวพุทธทั่วโลก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ๒๕๖๖) การพัฒนาเส้นทางดังกล่าวต้องให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์อย่างเป็นธรรม

๘.๖ พุทธปัญญากับการพัฒนาที่ยั่งยืนในศตวรรษที่ ๒๑

การศึกษาศรีลังกาผ่านเอกสาร งานวิจัย และข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ในครั้งนี้ ทำให้เราเห็นว่า พุทธศาสนาไม่ใช่เพียงระบบความเชื่อทางจิตวิญญาณ แต่เป็นปรัชญาการดำเนินชีวิตและระบบความคิดที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมได้อย่างเป็นรูปธรรม หลักธรรมต่างๆ เช่น มัชฌิมาปฏิปทา อิทธิบาท ๔ พรหมวิหาร ๔ และหลักเศรษฐกิจพอเพียง ล้วนเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการนำทางการพัฒนาให้สู่ความยั่งยืน (พระธรรมปิฎก, ๒๕๖๔; สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๒๕๖๕)

ความสำเร็จของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไม่ได้อยู่ที่ตัวเงินตัวทองเพียงอย่างเดียว แต่อยู่ที่การสร้างสมดุลระหว่าง

๑. เศรษฐกิจ การสร้างรายได้และมูลค่าเพิ่มอย่างยั่งยืน โดยไม่เอาัดเอาเปรียบผู้อื่น และสิ่งแวดล้อม การดำเนินธุรกิจตามหลักสัมมาอาชีวะ คือการประกอบอาชีพที่สุจริต ไม่เบียดเบียนผู้อื่น และสร้างประโยชน์ต่อสังคม (พระธรรมปิฎก, ๒๕๖๔)

๒. สังคม การพัฒนาคุณภาพชีวิตและชุมชนที่เข้มแข็ง โดยเน้นความเป็นธรรม ความเท่าเทียม และการมีส่วนร่วม การสร้างเครือข่ายและความร่วมมือที่ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ตามหลักสังคหวัตถุ ๔ (หลักการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน) (พระธรรมปิฎก, ๒๕๖๔)

๓. วัฒนธรรม การอนุรักษ์และสืบทอดเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม โดยไม่ปล่อยให้เลือนหายไปด้วยกระแสโลกาภิวัตน์ การพัฒนาทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) ให้เป็นพื้นฐาน

ของการสร้างมูลค่าเศรษฐกิจ ในขณะเดียวกันก็รักษาคุณค่าและความหมายทางวัฒนธรรมไว้ (Throsby, 2021)

๔. จิตวิญญาณ การรักษาคุณค่าทางศาสนาและจริยธรรม โดยให้พุทธศาสนาเป็นรากฐานของจิตใจและแนวทางในการดำเนินชีวิต การพัฒนาที่แท้จริงต้องเริ่มจากการพัฒนาภายใน คือ การพัฒนาศีล สมาธิ และปัญญา (พระธรรมปิฎก, ๒๕๖๔)

จากศรีลังกาสู่สยาม ไม่ใช่เพียงการเคลื่อนที่ทางภูมิศาสตร์ แต่เป็นการเดินทางแห่งการเรียนรู้ การแลกเปลี่ยน และการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาพุทธ เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนและสมดุล บนรากฐานแห่งมัชฌิมาปฏิปทาและเศรษฐกิจพอเพียง ทั้งสองประเทศมีประวัติศาสตร์และบริบททางวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน แต่ก็มีพื้นฐานร่วมกันคือพุทธศาสนาฝ่ายเถรวาทที่สอนให้คนรู้จักดำเนินชีวิตอย่างสมดุลและยั่งยืน

ประเทศสยาม (ไทย) ที่มีฐานทางวัฒนธรรมพุทธที่แข็งแกร่ง มีศักยภาพที่จะพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ไม่แพ้ศรีลังกา หากเราสามารถ

๑. เชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นกับนวัตกรรมสมัยใหม่ การนำภูมิปัญญาดั้งเดิมมาผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่อย่างเหมาะสม จะช่วยสร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่มีทั้งคุณค่าทางวัฒนธรรมและความทันสมัย (สถาบันวิจัยวัฒนธรรมและศิลปะ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๖๕)

๒. สร้างระบบนิเวศที่สนับสนุนผู้ประกอบการชุมชน การสร้างแพลตฟอร์มและกลไกต่างๆ ที่ช่วยเชื่อมโยงผู้ประกอบการชุมชนกับแหล่งทุน ความรู้ เทคโนโลยี และตลาด จะช่วยให้ธุรกิจชุมชนสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ๒๕๖๖)

๓. พัฒนาแบรนด์ประเทศที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ การสร้างแบรนด์ "Thai" ให้แข็งแกร่งเทียบเท่ากับ "Ceylon" หรือ "Made in Japan" ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชน ในการรักษามาตรฐานคุณภาพและสร้างภาพลักษณ์ที่ดี (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, ๒๕๖๖)

๔. ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทางในการพัฒนา ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่เน้นความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกัน เป็นเข็มทิศที่นำทางการพัฒนาไปสู่

ความยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๒๕๖๕) หลักการนี้สอดคล้องกับหลักภูมิมาปฏิบัติและสามารถประยุกต์ใช้ได้ในทุกระดับ

๕. สร้างความร่วมมือระหว่างทุกภาคส่วน การพัฒนาที่ยั่งยืนต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา พระสงฆ์ และชุมชน (Moore, 2023) การทำงานเป็นทีมและเครือข่ายจะช่วยให้เกิดพลังร่วม (Synergy) ที่มากกว่าการทำงานแยกกัน

๖. ส่งเสริมการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ การเรียนรู้จากประสบการณ์ของประเทศอื่นๆ และการแบ่งปันประสบการณ์ของเราให้กับผู้อื่น จะช่วยสร้างองค์ความรู้ใหม่และความเข้าใจระหว่างประชาชาติ (Berkwitz & Schonthal, 2020) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างประเทศจะเป็นประโยชน์ต่อทุกฝ่าย

ข้อคิดสุดท้าย

"การพัฒนาที่ยั่งยืนไม่ใช่การแข่งขันเพื่อเป็นที่หนึ่ง แต่เป็นการเดินทางสายกลางที่สร้างสมดุลระหว่างความเจริญทางวัตถุกับความสงบทางจิตใจ ระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจกับการรักษาวัฒนธรรม และระหว่างความต้องการของคนรุ่นปัจจุบันกับการรักษาทรัพยากรไว้ให้คนรุ่นหลัง"

ภูมิพลังปัญญาพุทธ คือพลังอันนุ่มนวลแต่ทรงพลัง (Soft Power) ที่สามารถนำพาสังคมและเศรษฐกิจไปสู่ความเจริญรุ่งเรืองที่แท้จริง - ไม่ใช่เพียงความมั่งคั่งทางวัตถุ แต่คือความเจริญที่สมบูรณ์ทั้งกาย ใจ และปัญญา ทั้งปัจเจกบุคคลและสังคม พลังนี้มาจากความเชื่อ คุณค่า และวิถีปฏิบัติที่ถ่ายทอดสืบต่อกันมาหลายพันปี และยังคงมีความเกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ในโลกยุคศตวรรษที่ ๒๑

จากศรีลังกาสู่สยาม เราได้เรียนรู้ว่า ภูมิปัญญาที่ดีไม่มีพรมแดน และการพัฒนาที่แท้จริงต้องมีรากฐานจากจิตวิญญาณและวัฒนธรรม ไม่ใช่เพียงตัวเลขทางเศรษฐกิจเท่านั้น การมี GDP ที่สูงแต่ขาดความสุขและความสงบทางใจ หรือมีความเจริญทางวัตถุแต่สูญเสียวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ไม่ใช่ความสำเร็จที่แท้จริง (Dasgupta, 2022; Stiglitz et al., 2020)

ขอให้หนังสือเล่มนี้เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างเส้นทางแห่งการเรียนรู้และการพัฒนาที่จะนำพาชุมชนสยามไปสู่อนาคตที่เจริญรุ่งเรือง ยั่งยืน และมีความสุข บนรากฐานแห่งภูมิพลังปัญญา

พุทธ ซึ่งเป็นมรดกอันล้ำค่าที่บรรพบุรุษของเราได้สั่งสมและถ่ายทอดมาให้ และเป็นหน้าที่ของเราที่จะรักษา พัฒนา และส่งต่อไปให้กับคนรุ่นหลังต่อไป

บทสรุป

การเดินทางจากศรีลังกาสู่อีสานในหนังสือเล่มนี้ไม่ใช่เพียงการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างสองประเทศ แต่เป็นการค้นหาเส้นทางสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนบนรากฐานของภูมิปัญญาพุทธที่ทั้งสองประเทศมีร่วมกัน เราได้เห็นว่าความสำเร็จของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไม่ได้วัดด้วยตัวเลขทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว แต่วัดด้วยความสมดุลระหว่างความเจริญทางวัตถุกับความสงบทางใจ ระหว่างการพัฒนากับการอนุรักษ์ และระหว่างความต้องการของปัจจุบันกับความยั่งยืนในอนาคต

โมเดลภูมิพลังปัญญาพุทธที่นำเสนอในบทนี้ ประกอบด้วย ๔ เสาหลัก คือ ทูตทางวัฒนธรรมและจิตวิญญาณ ระบบนิเวศที่สมบูรณ์ การพัฒนาที่ยั่งยืน และนวัตกรรมและดิจิทัล บนรากฐานของ ๕ หลักการสำคัญ ได้แก่ มัชฌิมาปฏิปทา การมีส่วนร่วม ความเป็นธรรม ความรับผิดชอบ และการเรียนรู้ โมเดลนี้ไม่ใช่สูตรสำเร็จที่ตายตัว แต่เป็นกรอบแนวคิดที่สามารถปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของแต่ละชุมชน

ประเทศไทยมีศักยภาพที่จะประสบความสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ไม่แพ้ศรีลังกา หากเราสามารถเชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นกับนวัตกรรมสมัยใหม่ สร้างระบบนิเวศที่สนับสนุนผู้ประกอบการชุมชน พัฒนาแบรนด์ประเทศที่แข็งแกร่ง และสร้างความร่วมมือระหว่างทุกภาคส่วน โดยใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นเข็มทิศนำทาง

ภูมิพลังปัญญาพุทธคือพลังอันนุ่มนวลแต่ทรงพลังที่สามารถนำพาเราไปสู่อนาคตที่เจริญรุ่งเรือง ยั่งยืน และมีความสุขอย่างแท้จริง

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

กรมสุขภาพจิต. (๒๕๖๕). รายงานสถานการณ์สุขภาพจิตประชากรไทยประจำปี ๒๕๖๕.

กรุงเทพฯ: กระทรวงสาธารณสุข.

กรมอุตุนิยมวิทยา. (๒๕๖๕). รายงานสภาพภูมิอากาศและผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อประเทศไทย ๒๕๖๕. กรุงเทพฯ: กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.

กระทรวงวัฒนธรรม. (๒๕๖๕). รายงานสถานการณ์วัฒนธรรมประจำปี ๒๕๖๕: อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ: กระทรวงวัฒนธรรม.

กัลยาณี เขียวมณี. (๒๕๖๔). พระพุทธศาสนาเถรวาทในศรีลังกา: ประวัติศาสตร์และการพัฒนาการ.

กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและจิตวิญญาณ

กิตติพงษ์ กิตยารักษ์. (๒๕๖๔). มัชฌิมาปฏิบัติในการพัฒนาเศรษฐกิจ: ความสมดุลระหว่างวัตถุและจิตใจ. วารสารพุทธศาสตร์ศึกษา, ๘(๑), ๑-๒๔.

กุสุมา แสงศรี. (๒๕๖๖). นโยบายการอนุรักษ์และการจัดการมรดกวัฒนธรรมพุทธในศรีลังกา:

กรณีถ้ำทองดัมบุลลา. วารสารการจัดการมรดกวัฒนธรรม, ๑๑(๒), ๗๘-๑๐๒.

เกรียงศักดิ์ เจริญธรรม. (๒๕๖๕). ความขัดแย้งทางศาสนาและชาติพันธุ์ในศรีลังกา: บทเรียน

สำหรับสังคมไทย. วารสารสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา, ๔๑(๒), ๔๕-๗๒.

เกษตรอินทรีย์และภูมิปัญญาท้องถิ่น: มิติทางสังคมและเศรษฐกิจ

โกวิท วรพิพัฒน์ชัย. (๒๕๖๓). เศรษฐกิจพอเพียง: หลักปรัชญาและการนำไปใช้ในระดับต่าง ๆ (พิมพ์ครั้งที่ ๓). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

จินตวีร์ คล้ายสุบรรณ. (๒๕๖๔). ภาวะผู้นำแบบมีสติในองค์กรธุรกิจยุคใหม่. กรุงเทพฯ:

สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จิราพร พรหมมา. (๒๕๖๖). ผลกระทบของวิกฤตการณ์ต่อชุมชนที่พึ่งพาการท่องเที่ยวในศรีลังกา:

บทเรียนจากโควิด-๑๙ และวิกฤตเศรษฐกิจ ๒๕๖๕. วารสารท่องเที่ยวและการพัฒนา, ๑๕(๑), ๓๑-๕๘.

- จิราพร อัครเกษมณี. (๒๕๖๖). ตลาดสีเขียวและผลิตภัณฑ์ชุมชน: บทเรียนจาก Good Market ศรีลังกาสู่การประยุกต์ใช้ในบริบทไทย. **วารสารเศรษฐกิจสร้างสรรค์**, ๕(๒), ๔๕-๗๐.
- ชัยยศ สันตวงษ์. (๒๕๖๖). ทูทางสังคมและเครือข่ายชุมชนในอุตสาหกรรมหัตถกรรมพุทธ: กรณีศึกษาชุมชนทอผ้าภาคอีสาน. **วารสารสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา**, ๔๒(๑), ๑๑-๓๘.
- ชัยวัฒน์ ใจเย็น และคณะ. (๒๕๖๖). สถานการณ์และการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ไทย: ข้าวอินทรีย์และผักอินทรีย์. กรุงเทพฯ: สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ.
- ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (๒๕๖๕). บทบาทของพุทธศาสนาในการพัฒนาสวัสดิการสังคม: กรณีศึกษาศรีลังกา. **วารสารพุทธศาสตร์ศึกษา**, ๑๓(๑), ๑-๒๘.
- ณัฐพงศ์ ยุทธะนันท์. (๒๕๖๕). ธุรกิจพลังงานหมุนเวียนกับการพัฒนาชุมชน: กรณีศึกษาบริษัทพลังงานบริสุทธิ์. **วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์**, ๑๔(๒), ๔๕-๖๘.
- ณัฐพล ธรรมวิจารณ์. (๒๕๖๕). นักท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ: แรงจูงใจ พฤติกรรม และประสบการณ์. **วารสารการท่องเที่ยวไทย**, ๑๘(๒), ๔๕-๗๒.
- ณัฐวุฒิ ศรีสวัสดิ์. (๒๕๖๕). เมืองโบราณโปโลนนารูวะ: ความรุ่งเรืองของอารยธรรมสิงหลและพุทธศาสนาเถรวาท. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์. (๒๕๖๕). การจาริกแสวงบุญในพุทธศาสนา: ความหมายและมิติทางจิตวิญญาณ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สงฆ์.
- ทูทางสังคมและวัฒนธรรมในเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- ทุนนิยมแบบมีสติกับเศรษฐกิจพอเพียง
- ธีรพันธ์ โลหิตกุล. (๒๕๖๖). พุทธสังคมวิทยา: กรอบแนวคิดและวิธีการวิเคราะห์สังคม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นงนุช สุขสม. (๒๕๖๕). ระบบการศึกษาพระสงฆ์ในศรีลังกา: ปิรีเวณและมหาวิทยาลัยพุทธศาสนา. กรุงเทพฯ: สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ.
- นภดล รมโพธิ์. (๒๕๖๕). สัมมาทิฐิในการพัฒนาเศรษฐกิจ: มุมมองพุทธสังคมวิทยา. **วารสารพุทธสังคมวิทยา**, ๓(๑), ๑-๒๐.
- นวพร สิริวัฒน์. (๒๕๖๕). วิวัฒนาการศิลปะพระพุทธรูปในถ้ำทองดัมบุลลา: จากอนูราชปุระถึงกันดี. **วารสารศิลปศาสตร์และวัฒนธรรม**, ๑๓(๑), ๕๕-๘๕.

- นิธิ เอียวศรีวงศ์. (๒๕๖๕). **ความขัดแย้ง ความปรองดอง และการสร้างสันติภาพ: บทเรียนจาก ศรีลังกา**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน.
- นิพนธ์ พัวพงศกร. (๒๕๖๕). ทานในบริบทธุรกิจ: การแบ่งปันความรู้และทรัพยากรเพื่อ สังคม. **วารสารเศรษฐศาสตร์ไทย**, ๔๒(๓), ๒๒-๔๕.
- ประเวศ วะสี. (๒๕๖๓). **พุทธสังคมวิทยา: รากเหง้าทางจิตใจของปัญหาเศรษฐกิจและ สังคม** (พิมพ์ครั้งที่ ๒). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์หมอชาวบ้าน.
- ปิยนุช พันธุ์มณี. (๒๕๖๕). เทศกาลเปราหารา (Esala Perahera): การท่องเที่ยวเชิงเทศกาลและ การสืบทอดประเพณีพุทธในกัณฑ์. **วารสารวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว**, ๙(๒), ๑-๒๕.
- พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตฺโต). (๒๕๖๔). **พุทธธรรม** (ฉบับปรับปรุงขยาย). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ พลีธัมม.
- พระธรรมปิฎก (ประยุทธ์ ปยุตฺโต). (๒๕๖๔). **พุทธศาสนากับอารยธรรมโลก: จากอินเดียสู่เอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้**. กรุงเทพฯ: มูลนิธิธรรมทาน.
- พิมพ์ใจ สุขสวัสดิ์. (๒๕๖๕). **ถ้ำทองดัมบุลลา: คลังศิลปะพุทธอันล้ำค่าแห่งศรีลังกา**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วรเดช จันทร. (๒๕๖๕). **ประวัติศาสตร์การเผยแผ่พุทธศาสนาสู่ศรีลังกา: จากพระมหินทะถึง ปัจจุบัน**. เชียงใหม่: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วันวิสาข์ อุทัยรัตน์. (๒๕๖๖). ที่ราบสูงกลางศรีลังกา: ความหลากหลายทางชีวภาพและมรดกโลก ทางธรรมชาติ. **วารสารสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน**, ๘(๑), ๔๔-๗๒.
- วิชัย ณ นคร. (๒๕๖๔). **โครงสร้างสังคมและชาติพันธุ์ในศรีลังกา**. กรุงเทพฯ: สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิชัย เทพรัตน์. (๒๕๖๕). **วัดพระธาตุเขี้ยวแก้วกัณฑ์: ประวัติศาสตร์ ศาสนา และวัฒนธรรม สิงหล**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สยามปริทัศน์.
- วิไลวรรณ อินทนนท์, สุชาติ อ่อนน้อม, และ อรุณ ทิพย์นันท์. (๒๕๖๖). **การท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมในประเทศไทย: บทบาท โอกาส และความท้าทาย**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศรีสุตา วงศ์สุวรรณ. (๒๕๖๔). **แหล่งมรดกวัฒนธรรมพุทธในศรีลังกา: อนุสาวรีย์ โปโลนนารูวะ และกัณฑ์**. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

- ศศิวิมล ศรีสุชาติ. (๒๕๖๕). **การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: แนวคิด ประเภท และการจัดการ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศิริพร วงศ์ใหญ่. (๒๕๖๕). **แหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในศรีลังกา: ศักยภาพและการพัฒนา**. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สถาบันวิจัยวัฒนธรรมและศิลปะ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. (๒๕๖๕). **รายงานการวิจัยและการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์. (๒๕๖๕). **เศรษฐกิจสร้างสรรค์และผลิตภัณฑ์ชุมชน: กรณีศึกษา SookSiam ไอคอนสยาม**. กรุงเทพฯ: ธนาคารแห่งประเทศไทย.
- สมชาย เจริญผล. (๒๕๖๕). **ระบบการจัดการนักท่องเที่ยวในแหล่งมรดกศักดิ์สิทธิ์: กรณีวัดพระธาตุเขี้ยวแก้วกัณฑ์**. วารสารการจัดการการท่องเที่ยว, ๑๔(๒), ๖๑-๘๘.
- สมชาย ปรีชาศิลปกุล. (๒๕๖๖). **การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม**. วารสารพัฒนาชุมชนและสังคม, ๑๐(๑), ๒๕-๕๒.
- สมบัติ อารังธัญวงศ์. (๒๕๖๔). **อัตถจริยาในบริบทธุรกิจ: ความรับผิดชอบต่อสังคมแบบพุทธ**. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สมบัติ อารังธัญวงศ์. (๒๕๖๕). **ทุนทางสังคมในชุมชนพุทธไทย: ความไว้วางใจ บรรทัดฐาน และเครือข่าย**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สมพงษ์ ธรรมนิม. (๒๕๖๖). **พิธีกรรมและการสืบทอดในวัดพระธาตุเขี้ยวแก้ว: ระหว่างประเพณีและการท่องเที่ยว**. วารสารสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา, ๔๒(๒), ๑๑๑-๑๔๐.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (๒๕๖๕). **ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับการพัฒนาที่ยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (๒๕๖๕). **รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนของประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๖๕: การประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง**. กรุงเทพฯ: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานทรัพย์สินทางปัญญา. (๒๕๖๖). **คู่มือการจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน**. กรุงเทพฯ: กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์.

- สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ. (๒๕๖๕). รายงานสถานการณ์การศึกษาพระปริยัติธรรมและ
การศึกษาพุทธศาสนาในระบบโรงเรียน. กรุงเทพฯ: สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ.
- สำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ. (2565). รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ
ประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์.
- สุภาพร ชัยธัมมะปกรณ และคณะ. (๒๕๖๗). ศักยภาพและการพัฒนาสมุนไพรอินทรีย์ไทยเพื่อ
ตลาดสากล. วารสารการแพทย์แผนไทยและแพทย์ทางเลือก, ๒๒(๑), ๑-๒๐.
- สุภาวดี นวลจันทร์. (๒๕๖๕). ประสบการณ์การจาริกแสวงบุญของชาวพุทธไทยในศรีลังกา: มิติจิต
วิญญาณ วัฒนธรรม และสังคม. วารสารพุทธศาสนาและสังคม, ๗(๑), ๕๕-๘๑.
- สุรัช หวันเจริญ. (๒๕๖๖). ขบวนการชาวจีนไต้หวัน ศรมทานะ: การพัฒนาชุมชนแบบพุทธในศรี
ลังกา. วารสารพัฒนาสังคม, ๒๕(๑), ๗๓-๑๐๐.
- สุรพล บุญช่วย. (๒๕๖๖). ภัยพิบัติ ชุมชน และการฟื้นฟู: กรณีศึกษาสึนามิในศรีลังกา พ.ศ.
๒๕๔๗. กรุงเทพฯ: มูลนิธิกระจกเงา.
- สุวรรณา พุ่มพวง. (๒๕๖๖). เมืองเก่ากัลเลและป้อมปราการ: มรดกโลกที่ผสมผสานยุโรปและ
เอเชียใต้. วารสารโบราณคดีและมรดกวัฒนธรรม, ๑๕(๑), ๓๘-๖๔.
- สุวิมล ตีรกานันท์. (๒๕๖๕). ผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรมของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ในพื้นที่ชุมชน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อนันต์ สุวรรณรัตน์. (๒๕๖๔). การแพทย์แผนอายุรเวทและบทบาทของวัดในระบบสุขภาพชุมชน
ศรีลังกา. วารสารสาธารณสุขศาสตร์, ๕๑(๓), ๒๓๕-๒๕๘.
- อมรรัตน์ ภูมิรัตนกานนท์. (๒๕๖๔). ข้อจำกัดและผลกระทบของระบบทุนนิยมสมัยใหม่ต่อ
สังคมไทย. วารสารสังคมวิทยา, ๓๘(๑), ๑-๒๕.
- อรพรรณ จันทร์เจริญ. (๒๕๖๖). ประสบการณ์ทางจิตวิญญาณของนักท่องเที่ยวชาวไทยในศรี
ลังกา: การศึกษาเชิงคุณภาพ. วารสารจิตวิทยาและสังคมศาสตร์, ๑๑(๒), ๘๙-๑๑๘.
- อรอนงค์ สุวรรณมาลี. (๒๕๖๖). ข้อถกเถียงว่าด้วยสถาปัตยกรรมใหม่ในพื้นที่มรดก: กรณี
พิพิธภัณฑวัดทองดัมบุลลา. วารสารโบราณคดีและสถาปัตยกรรม, ๑๒(๑), ๒๓-๔๕.

Abeysekara, A. (2021). *Colors of the robe: Religion, identity, and difference*.
Columbia: University of South Carolina Press.

- Amabile, T. M. (2020). **Creativity in context: Update to the social psychology of creativity**. Routledge.
- Ariyaratne, A. T. (2021). **Collected works** (Vols. 1–5). Moratuwa: Sarvodaya Vishva Lekha.
- Bair, J. (2009). **Global commodity chains: Genealogy and review**. In J. Bair (Ed.), **Frontiers of commodity chain research**(pp. 1–34). Stanford University Press.
- Bandara, A. M. K. R., & Rathnayake, R. M. (2021). Cultural tourism in Sri Lanka: Economic impact and employment generation. **Journal of Tourism and Hospitality Research**, 19(3), 155–178.
- Bandara, A., & Ratnayake, R. (2022). Buddhist circuit tourism in Sri Lanka: Community participation and economic benefits. **Journal of Buddhist Studies**, 19(1), 45–68.
- Bandara, S., & Wickramasinghe, P. (2022). **UNESCO world heritage sites in Sri Lanka: Historical and cultural significance**. Colombo: Central Cultural Fund.
- Bandara, T., Perera, C., & Silva, N. (2021). Indirect economic impacts of cultural heritage tourism: Evidence from UNESCO sites in Sri Lanka. **Journal of Heritage Economics**, 8(2), 89–114.
- Bandaranayake, S. (2020). **The architecture of the ancient hydraulic civilization of Sri Lanka**. Kelaniya: Postgraduate Institute of Archaeology, University of Kelaniya.
- Bandaranayake, S. (2021). **Sigiriya: Architecture, painting and sculpture**. Colombo: Archaeological Survey Department of Sri Lanka.
- Banks, M., & Hesmondhalgh, D. (2009). Looking for work in creative industries policy. **International Journal of Cultural Policy**, 15(4), 415–430. <https://doi.org/10.1080/10286630902989731>

- Bartholomeusz, T. J. (2021). **In defense of dharma: Just-war ideology in Buddhist Sri Lanka** (Reprint ed.). London: Routledge.
- Basu Majumder, A., Bhattacharya, M., Bhattacharya, A., Bhattacharya, B., & Sinha, B. (2020). Tea industry: A global scenario. In I. Bag (Ed.), **Tea: Production to consumption** (pp. 1–24). CRC Press.
- Becker, H. S. (1982). **Art worlds**. University of California Press.
- Berkwitz, S. C. (2021). **Buddhism in world cultures: Comparative perspectives**. Denver: ABC-CLIO.
- Birchall, J. (1997). **The international co-operative movement**. Manchester University Press.
- Blau, P. M. (1964). **Exchange and power in social life**. Wiley.
- Boland, R. J., & Tenkasi, R. V. (1995). Perspective making and perspective taking in communities of knowing. **Organization Science**, 6(4), 350–372.
- Bourdieu, P. (1984). **Distinction: A social critique of the judgement of taste** (R. Nice, Trans.). Harvard University Press.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), **Handbook of theory and research for the sociology of education** (pp. 241–258). New York: Greenwood.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), **Handbook of theory and research for the sociology of education** (pp. 241–258). Greenwood.
- Bourdieu, P. (1986). **The forms of capital**. In J. Richardson (Ed.), **Handbook of theory and research for the sociology of education** (pp. 241–258). Greenwood.
- Bourdieu, P. (2022). **Cultural capital: A critical reader**. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Burt, R. S. (1992). **Structural holes: The social structure of competition**. Harvard University Press.

- Castells, M. (2010). **The information age: Economy, society, and culture: Vol. 1. The rise of the network society** (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
- Castells, M. (2020). **The information age: Economy, society, and culture, Vol. 1: The rise of the network society** (3rd ed.). Wiley-Blackwell.
- Caves, R. E. (2000). **Creative industries: Contracts between art and commerce**. Harvard University Press.
- Ceylon Tea Board. (2022). **Ceylon Tea Board annual report 2022: Ceylon tea—Taste the goodness**. Sri Lanka Tea Board.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). **Digital marketing: Strategy, implementation and practice** (8th ed.). Harlow: Pearson.
- Christensen, C. M. (1997). **The innovator’s dilemma: When new technologies cause great firms to fail**. Harvard Business Review Press.
- Codex Alimentarius Commission. (2021). **Guidelines for the production, processing, labelling and marketing of organically produced foods** (CAC/GL 32-1999, Rev. 2021). FAO / WHO.
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. **American Journal of Sociology**, 94(Supplement), S95–S120. <https://doi.org/10.1086/228943>
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. **American Journal of Sociology**, 94(Supplement), S95–S120.
- Collins-Kreiner, N. (2021). Pilgrimage-tourism: Crossroads of past and present, sacred and secular. **Journal of Heritage Tourism**, 16(1), 14–25.
- Darlington, S. M. (2020). **The ordination of a tree: The Thai Buddhist environmental movement**. Albany: State University of New York Press.
- Dasgupta, P. (2022). **The economics of biodiversity: The Dasgupta review**. London: HM Treasury.

- De Silva, K. M. (2020). **A history of Sri Lanka** (Rev. ed.). New Delhi: Penguin Books India.
- De Vany, A. (2004). **Hollywood economics: How extreme uncertainty shapes the film industry**. Routledge.
- DeFilippis, J., Fisher, R., & Shragge, E. (2010). **Contesting community: The limits and potential of local organizing**. Rutgers University Press.
- Dhanaraj, C., & Parkhe, A. (2006). Orchestrating innovation networks. **Academy of Management Review**, 31(3), 659–669.
- Dilmah Tea. (2022). **Our story: Dilmah and the communities we serve**. Colombo: Dilmah Ceylon Tea Company. Retrieved from <https://www.dilmahtea.com/our-story>
- DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. **American Sociological Review**, 48(2), 147–160.
- Elkington, J. (2020). **Green swans: The coming boom in regenerative capitalism**. New York: Fast Company Press.
- Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: From national systems and “Mode 2” to a Triple Helix of university–industry–government relations. **Research Policy**, 29(2), 109–123.
- European Commission. (2018). **Regulation (EU) 2018/848 on organic production and labelling of organic products**. Official Journal of the European Union.
- Falk, J. H., & Dierking, L. D. (2021). **The museum experience revisited** (2nd ed.). London: Routledge.
- Fernando, I. N. (2022). Sacred city of Kandy and the Temple of the Tooth: Managing heritage and pilgrimage. **Journal of Heritage Management**, 7(1), 45–68.

- Fernando, I., & Long, W. (2012). New conceptual model on cluster competitiveness: A new paradigm for tourism? **International Journal of Business and Management**, 7(9), 75–85.
- Florida, R. (2019). **The rise of the creative class** (3rd ed.). Basic Books.
- Florida, R. (2023). **The rise of the creative class** (Updated ed.). Basic Books.
- Forrest, D. M. (1967). **A hundred years of Ceylon tea: 1867–1967**. Chatto & Windus.
- Foucault, M. (1980). **Power/knowledge: Selected interviews and other writings, 1972–1977** (C. Gordon, Ed.). Pantheon Books.
- Foucault, M. (2020). **Discipline and punish: The birth of the prison** (Reissue ed.). Vintage Books.
- Freeman, R. E. (1984). **Strategic management: A stakeholder approach**. Pitman.
- Fukuyama, F. (1995). **Trust: The social virtues and the creation of prosperity**. Free Press.
- Gereffi, G. (1994). The organization of buyer-driven global commodity chains. In G. Gereffi & M. Korzeniewicz (Eds.), **Commodity chains and global capitalism** (pp. 95–122). Praeger.
- Gereffi, G. (1999). International trade and industrial upgrading in the apparel commodity chain. **Journal of International Economics**, 48(1), 37–70.
- Gereffi, G., Humphrey, J., & Sturgeon, T. (2005). The governance of global value chains. **Review of International Political Economy**, 12(1), 78–104.
- Giddens, A. (2021). **Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age**. Polity Press.
- Gombrich, R. F. (2020). **Theravada Buddhism: A social history from ancient Benares to modern Colombo** (3rd ed.). Routledge.
- Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. **American Journal of Sociology**, 78(6), 1360–1380.

- Granovetter, M. S. (1985). Economic action and social structure: The problem of embeddedness. **American Journal of Sociology**, 91(3), 481–510.
- Gunawardena, K., & Wijeratne, M. (2022). Brand Ceylon: Building and sustaining national brand equity. **Sri Lanka Journal of Marketing**, 8(1), 23–45.
- Guthman, J. (2004). **Agrarian dreams: The paradox of organic farming in California**. University of California Press.
- Harvey, P. (2021). **An introduction to Buddhist ethics: Foundations, values and issues** (Rev. ed.). Cambridge University Press.
- Herath, H. M., & Weersink, A. (2022). Sri Lanka's tea industry: Value chain analysis and policy implications. **Journal of International Development**, 34(3), 456–478.
- Hesmondhalgh, D. (2021). **The cultural industries** (5th ed.). SAGE Publications.
- Hesmondhalgh, D., & Baker, S. (2011). **Creative labour: Media work in three cultural industries**. Routledge.
- Hilton, R. H. (1973). **The English peasantry in the later Middle Ages**. Clarendon Press.
- Hirsch, P. M. (1972). Processing fads and fashions. **American Journal of Sociology**, 77(4), 639–659.
- Holling, C. S. (1973). Resilience and stability of ecological systems. **Annual Review of Ecology and Systematics**, 4(1), 1–23.
- Holt, D. B. (2004). **How brands become icons: The principles of cultural branding**. Harvard Business School Press.
- Howkins, J. (2021). **The creative economy: How people make money from ideas** (3rd ed.). Penguin UK.
- Humphrey, J., & Schmitz, H. (2002). How does insertion in global value chains affect upgrading in industrial clusters? **Regional Studies**, 36(9), 1017–1027.
- IFOAM – Organics International. (2023). **Principles of Organic Agriculture**. Retrieved from <https://www.ifoam.bio>

- Jayasinghe-Mudalige, U. K., & Henson, S. (2007). Identifying economic incentives for Sri Lankan SMEs to adopt food safety and quality controls. **Food Control**, 18(11), 1363–1373.
- Kaplinsky, R. (2000). Globalisation and unequalisation. **Journal of Development Studies**, 37(2), 117–146.
- Kaplinsky, R., & Morris, M. (2001). **A handbook for value chain research**. IDRC.
- Kelegama, S. (2022). **Sri Lanka's economic crisis 2022: Causes, consequences and policy implications**. Colombo: Institute of Policy Studies of Sri Lanka.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. **Journal of Marketing**, 57(1), 1–22.
- Korf, B., & Silva, T. (2020). Ethnicity, violence, and the postwar state in Sri Lanka. **Journal of Development Studies**, 56(4), 789–808.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2022). **Marketing 5.0: Technology for humanity**. Wiley.
- Liyanagamage, A. (2021). **The decline of Polonnaruwa and the rise of Dambadeniya: Circa 1180–1270 A.D.** Colombo: Department of Cultural Affairs.
- Liyanage, S. (2020). Buddhism, governance and development in post-war Sri Lanka: Challenges and prospects. **Journal of Buddhist Ethics**, 27, 123–160.
- Lundvall, B.-Å. (1992). **National systems of innovation: Towards a theory of innovation and interactive learning**. Pinter.
- Macy, J. (2020). **Mutual causality in Buddhism and general systems theory: The dharma of natural systems**. Albany: SUNY Press.
- McDonough, W., & Braungart, M. (2002). **Cradle to cradle: Remaking the way we make things**. North Point Press.
- McPherson, M., Smith-Lovin, L., & Cook, J. M. (2001). Birds of a feather. **Annual Review of Sociology**, 27, 415–444.

- Milberg, W., & Winkler, D. (2013). **Outsourcing economics: Global value chains in capitalist development**. Cambridge University Press.
- Mitchell, R. K., Agle, B. R., & Wood, D. J. (1997). Toward a theory of stakeholder identification. **Academy of Management Review**, 22(4), 853–886.
- Moore, J. F. (2023). **The death of competition: Leadership and strategy in the age of business ecosystems**. New York: HarperBusiness.
- Munasinghe, M. (2020). Sustainable development in the 21st century. **Sustainable Development**, 28(4), 591–603.
- Munasinghe, M., Rajapaksa, D., & Jayasinghe, P. (2021). Quality certification systems in Sri Lanka's agro-export industry. **Ceylon Journal of Science**, 50(3), 245–260.
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. **Academy of Management Review**, 23(2), 242–266.
- Nguyen, T. H. H., & Cheer, J. M. (2022). Heritage tourism and conservation conflict: A critical analysis from Vietnam and Sri Lanka. **Tourism Management Perspectives**, 41, 100942.
- Norman, A. (2022). **Spiritual tourism: Travel and religious practice in western society** (2nd ed.). London: Bloomsbury Academic.
- North, D. C. (1990). **Institutions, institutional change and economic performance**. Cambridge University Press.
- Nye, J. S. (2021). Soft power and great-power competition. **Swiss Political Science Review**, 27(1), 5–19.
- O'Connor, J. (2007). **The cultural and creative industries: A review of the literature**. Arts Council England.
- ODEL PLC. (2022). **About ODEL: Sri Lanka's fashion and lifestyle destination**. Colombo: ODEL PLC. Retrieved from <https://www.odel.lk/about>

- Ostrom, E. (1990). **Governing the commons: The evolution of institutions for collective action**. Cambridge University Press.
- Oxfam International. (2023). **Survival of the richest: How we must tax the super-rich now to fight inequality**. Oxford: Oxfam GB.
- Perera, L., & Hewage, K. (2022). Buddhist economics in practice: Lessons from Thailand and Sri Lanka for sustainable development. **Asian Development Review**, 39(1), 45–78.
- Pfeffer, J., & Salancik, G. R. (2003). **The external control of organizations: A resource dependence perspective**. Stanford University Press.
- Piketty, T. (2020). **Capital and ideology**. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). **The experience economy: Work is theatre and every business a stage**. Harvard Business School Press.
- Piore, M. J., & Sabel, C. F. (1984). **The second industrial divide: Possibilities for prosperity**. Basic Books.
- Porter, M. E. (1985). **Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance**. Free Press.
- Porter, M. E. (1998). Clusters and the new economics of competition. **Harvard Business Review**, 76(6), 77–90.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2020). **Creating shared value: How to reinvent capitalism and unleash a wave of innovation and growth** (Revised ed.). Boston: Harvard Business Review Press.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2021). Creating shared value: How to reinvent capitalism. **Harvard Business Review**, 89(1-2), 62–77.
- Potts, J., Cunningham, S., Hartley, J., & Ormerod, P. (2008). Social network markets. **Journal of Cultural Economics**, 32(3), 167–185.
- Powell, W. W. (1990). Neither market nor hierarchy. **Research in Organizational Behavior**, 12, 295–336.

- Putnam, R. D. (2000). **Bowling alone: The collapse and revival of American community**. New York: Simon & Schuster.
- Putnam, R. D. (2000). **Bowling alone: The collapse and revival of American community**. Simon & Schuster.
- Putnam, R. D. (2020). **The upswing: How America came together a century ago and how we can do it again**. New York: Simon & Schuster.
- Putnam, R. D. (2021). **Bowling alone: The collapse and revival of American community**. Simon & Schuster.
- Raynolds, L. T. (2002). Consumer/producer links in fair trade coffee networks. **Sociologia Ruralis**, 42(4), 404–424.
- Reganold, J. P., & Wachter, J. M. (2023). Organic agriculture in the twenty-first century: Ecology, economics, and society. In D. Pimentel & M. Burgess (Eds.), **Environmental and economic costs of pesticides** (2nd ed.). Springer.
- Reyes-García, V., et al. (2022). The contributions of indigenous peoples and local communities to ecological restoration. **Restoration Ecology**, 30(1), e13421.
- Richards, G. (2021). **Rethinking cultural tourism**. Cheltenham: Edward Elgar.
- Roberts, M. (2020). **Sinhala consciousness in the Kandyan period 1590s to 1815**. Colombo: Vijitha Yapa Publications.
- Saberi, S., Kouhizadeh, M., Sarkis, J., & Shen, L. (2019). Blockchain technology and sustainable supply chains. **International Journal of Production Research**, 57(7), 2117–2135.
- Schumacher, E. F. (1973). **Small is beautiful: Economics as if people mattered**. London: Blond & Briggs.
- Schumpeter, J. A. (2021). **The theory of economic development**. Routledge.
- Schwab, K., & Malleret, T. (2020). **COVID-19: The great reset**. Geneva: World Economic Forum.

- Scott, A. J. (2006). Cultural-products industries and urban development. **Urban Affairs Review**, 39(4), 461–490.
- Scott, A. J. (2014). **Beyond the creative city: Cognitive-cultural capitalism and the new urbanism**. Regional Studies.
- Sharpley, R., & Jepson, D. (2021). Rural tourism: A spiritual experience? **Tourism Management**, 84, 104–113.
- Silva, K. T. (2021). Community-based resource management and Buddhist ethics in Sri Lanka. **Journal of Buddhist Ethics**, 28(1), 45–78.
- Sri Lanka Export Development Board. (2023). **Export performance report 2022/2023**. Export Development Board of Sri Lanka.
- Sri Lanka Tourism Development Authority. (2023). **Annual statistical report on tourism 2022**. Colombo: SLTDA.
- Srnicek, N. (2017). **Platform capitalism**. Polity Press.
- Thompson, J. B. (1995). **The media and modernity: A social theory of the media**. Polity Press.
- Throsby, D. (2001). **Economics and culture**. Cambridge University Press.
- Throsby, D. (2008). Modelling the cultural industries. **International Journal of Cultural Policy**, 14(3), 217–232.
- Throsby, D. (2021). **Economics and culture**. Cambridge: Cambridge University Press.
- Timothy, D. J. (2021). **Cultural heritage and tourism: An introduction** (3rd ed.). Bristol: Channel View Publications.
- Toffler, A. (1980). **The third wave**. Morrow.
- UNCTAD. (2022). **Creative economy outlook 2022**. United Nations.
- UNESCO. (2022). **Reshaping policies for creativity**. UNESCO.
- UNESCO. (2023). **Culture in the implementation of the 2030 agenda**. UNESCO.
- United States Department of Agriculture. (2023). **National Organic Program (NOP): Organic regulations**. Agricultural Marketing Service.

- UNWTO. (2022). **Global report on religious and sacred tourism: Exploring heritage and spirituality**. Madrid: World Tourism Organization.
- Uzzi, B. (1997). Social structure and competition in interfirm networks. **Administrative Science Quarterly**, 42(1), 35–67.
- Wasserman, S., & Faust, K. (1994). **Social network analysis: Methods and applications**. Cambridge University Press.
- Wickramasinghe, P., & Naranpanawa, K. (2021). Buddhist tourism in Sri Lanka: Profile, motivation and satisfaction of pilgrims. **Tourism and Hospitality Research**, 21(4), 472–485.
- Wijayaratna, M. (2020). **Buddhist monastic life: According to the texts of the Theravada tradition** (C. Grangier & S. Collins, Trans.). Cambridge: Cambridge University Press.
- Wijesinghe, R. (2023). Good Market Colombo: A platform for sustainable community products in Sri Lanka. **Journal of Social Enterprise and Community Development**, 11(1), 22–45.
- World Bank. (2021). **The changing wealth of nations 2021: Managing assets for the future**. Washington, DC: World Bank Group. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1590-4>
- World Bank. (2023). **Sri Lanka economic update 2023**. World Bank Group.

ประวัติผู้เขียน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญชนก เหล่าสุนทร

๑. ตำแหน่งทางวิชาการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขานวัตกรรมสังคมและวัฒนธรรมสร้างสรรค์

อาจารย์ประจำบัณฑิตศึกษา ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๒. สาขาที่เชี่ยวชาญ

สหวิทยาการ, กฎหมาย, สถาปัตยกรรม, สื่อสารมวลชน และการพัฒนาเกษตรอินทรีย์
นวัตกรรมสังคม และวัฒนธรรมสร้างสรรค์ ภูมิพลังนวัตกรรมสร้างสรรค์ นโยบายสาธารณะ

มีใบอนุญาตประกอบวิชาชีพ ทนายความ, เป็นทนายความผู้ทำคำรับรองลายมือชื่อและ
เอกสาร, สถาปนิก, ผู้ตรวจสอบอาคาร และ นักจัดรายการวิทยุ-โทรทัศน์, มีประสบการณ์
ภาคสนามในฐานะ นักวิจัยอิสระ, ผู้บริหารฟาร์มเกษตรอินทรีย์,
ที่ปรึกษากฎหมายศาลเยาวชนและครอบครัวกลาง กว่า 10 ปี

๓. การศึกษา

ปร.ด.(การพัฒนาทรัพยากรชนบท)	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
บธ.ม. (การจัดการงานบริหารระดับสูง)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
นบ. (นิติศาสตร์)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
สถ.บ. (สถาปัตยกรรมศาสตร์)	พระจอมเกล้าฯ ลาดกระบัง

๔. สังกัด-สถานที่

ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา

คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

Email: Kuanchanok.lao@mcu.ac.th

โทร. ๐๙๙ ๑๕๙ ๘๗๔๔

๕. ผลงานทางวิชาการ

๕.๑ งานวิจัย

- ๑) เรื่อง ตึกตอกเกอร์: การพัฒนาศักยภาพผู้สูงอายุในการใช้สื่อโซเชียลเพื่อเพิ่มความสุขลดความทุกข์แบบยั่งยืนในจังหวัดอ่างทอง (ทุนFF: Fundamental Fund ๒๕๖๙)-หัวหน้าโครงการ
- ๒) เรื่อง เด็กดอยโมเดิร์น พุทธวิธีการพัฒนาศักยภาพเยาวชนบนที่สูงอำเภอภักดีวัฒนา จังหวัดเชียงใหม่ สู่การสร้างคุณค่าและมูลค่าวิถีวัฒนธรรมชนเผ่าในยุคดิจิทัล (ทุนFF: Fundamental Fund ๒๕๖๙)-ผู้ร่วมวิจัย
- ๓) เรื่อง นวัตกรรมสังคมเชิงพุทธเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในชุมชน: การจัดการสิ่งทอเหลือใช้สู่เศรษฐกิจหมุนเวียนในจังหวัดอ่างทอง (ทุนธนาคารออมสิน ๒๕๖๘)-หัวหน้าโครงการ
- ๔) เรื่อง การพัฒนาอาชีพผู้สูงอายุกลุ่มเปราะบาง ต.อ่างศิระ จ.จันทบุรี (ทุน FF: Fundamental Fund ๒๕๖๘) -ผู้ร่วมวิจัย
- ๕) เรื่อง การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนตามหลักพุทธธรรมาภิบาล จ.อยุธยา (ทุนส่วนงาน มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ประจำปี ๒๕๖๘) – ผู้ร่วมวิจัย
- ๖) เรื่อง บทบาทการจัดการภัยพิบัติคณะสงฆ์ : กรณีศึกษาอุทกภัยในจังหวัดเชียงราย (ทุนส่วนงาน มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ประจำปี ๒๕๖๘) – ผู้ร่วมวิจัย
- ๗) เรื่อง การลดความเหลื่อมล้ำ: การวิจัยและพัฒนากลไกแก้ไขปัญหาเชิงโครงสร้างในกลุ่มเพศทางเลือกของสังคมตามแนววิถีพุทธ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ.๒๕๖๖ (ผู้ร่วมวิจัย)
- ๘) เรื่อง ความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาของเยาวชนกลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูงได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ.๒๕๖๖ (ผู้ร่วมวิจัย)
- ๙) เรื่อง คุณภาพชีวิตของผู้ที่เลิกบุหรี่ได้สำเร็จในโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล แม่ไร่ จังหวัดเชียงราย ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ.๒๕๖๖ (ผู้ร่วมวิจัย)

๑๐) เรื่อง สมาร์ทฟาร์ม : เทคนิคและรูปแบบการพัฒนาเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์วิถีพุทธจังหวัดเชียงราย ทุนงบประมาณแผ่นดินประจำปี ๒๕๖๑ (งบบูรณาการวิจัยและนวัตกรรม) ปี ๒๕๖๑

๑๑) เรื่อง การลดความสูญเสียและการเพิ่มมูลค่าของข้าวขาวดอกมะลิ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจาก สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (องค์การมหาชน) พ.ศ.๒๕๖๐ (ผู้ร่วมวิจัย)

๕.๒ บทความทางวิชาการ

๑) พระอุดมบัณฑิต, ผศ.ดร. และ ผศ.ดร.ขวัญชนก เหล่าสุนทร. “บทบาทการจัดการภัยพิบัติคณะสงฆ์ : กรณีศึกษาอุทกภัยในจังหวัดเชียงราย”, วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์. ปีที่ ๑๕ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-กุมภาพันธ์ ๒๕๖๙).

๒) พระครูสุจิตตวิวัฒน์, ดร., ผศ.ดร.ขวัญชนก เหล่าสุนทร, พระมหาวิเศษ กนตธมโม, ดร., พระปลัดเวชยันต์ จิตสทุโธ ดร. , พระครูสุธีกิตติบัณฑิต, รศ.ดร. และ พระครูสังฆวิริยกิจ, รศ.ดร.. “การพัฒนาอาชีพผู้สูงอายุกลุ่มเปราะบาง ต.อ่างศิระ จ.จันทบุรี”, วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์. ปีที่ ๑๕ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-กุมภาพันธ์ ๒๕๖๙).

๓) ผศ.ดร.อัคนันท์ อริยศรีพงษ์, รศ.ดร.กมลลาศ ภูวนาธิพงศ์, พระครูภาวนาวชิรคุณ,ดร. และ ผศ.ดร.ขวัญชนก เหล่าสุนทร. “การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนตามหลักธรรมมาภิบาลเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา”, วารสารพุทธนวัตกรรมการจัดการ. ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๖ (พฤศจิกายน-ธันวาคม ๒๕๖๘).

๔) พระอุดมบัณฑิต (สมศักดิ์ สุทธิญาณเมธี) และ ขวัญชนก เหล่าสุนทร. "ความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา ของเยาวชน กลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูง", วารสารการพัฒนาสังคม มจร. ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๓ (กันยายน - ธันวาคม ๒๕๖๗)

๕) พระมหาชุตีภัก อภินนโท (แหมทอง), นายรังสรรค์ วัฒนาชัยวัฒน์, ผศ.ดร.เบญจมาศ สุขสถิต, ผศ.ดร.ชนทอง วัฒนประดิษฐ์, ผศ.ดร.ไชยสิทธิ์ อุดมโชคนามอ่อน และ ดร.ขวัญชนก เหล่าสุนทร. "การลดความเหลื่อมล้ำ: การวิจัยและพัฒนาการแก้ไขปัญหาเชิงโครงสร้างในกลุ่มเพศทางเลือกของสังคมตามแนววิถีพุทธ". วารสาร มจร. อุบลปริทรรศน์ ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๒ (พฤษภาคม-สิงหาคม ๒๕๖๗)

๖) พระรัตนมุนี, ขวัญชนก เหล่าสุนทร และเชษฐกานต์ เหล่าสุนทร. "รูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียว จังหวัดเชียงราย", วารสารการพัฒนาสังคม มจร. ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๓ (กันยายน - ธันวาคม ๒๕๖๗).

๗) รัชณี มิตกิตติ, ประภัสสร ธรรมเมธา, ขวัญชนก เหล่าสุนทร และเชษฐกานต์ เหล่าสุนทร. "คุณภาพชีวิตของผู้ที่เลิกบุหรี่ได้สำเร็จในโรงพยาบาลส่งเสริม สุขภาพตำบลแม่ไร่ จังหวัดเชียงราย". วารสารวิทยาศาสตร์สุขภาพ แห่งประเทศไทย. ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๑ (มกราคม - มีนาคม ๒๕๖๕): ๔๔-๕๓.

๘) พระไพโรธสณฑ์ มหาวิโร, ขวัญชนก เหล่าสุนทร และพระรัตนมุนี. "การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมด้านโคล้านนาของชุมชนตำบลห้วยสัก อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย". การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ ๘ และนานาชาติ ครั้งที่ ๑ ประจำปี พ.ศ.๒๕๖๕ วันที่ ๑๙-๒๐ มีนาคม พ.ศ.๒๕๖๕. วิทยาลัยสงฆ์ ลำพูน ตำบลต้นธง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน.

๙) พระรัตนมุนี, ขวัญชนก เหล่าสุนทร และเชษฐกานต์ เหล่าสุนทร. "สมาร์ทฟาร์ม : เทคนิคและรูปแบบการพัฒนาเครือข่ายเกษตรอินทรีย์วิถีพุทธจังหวัดเชียงราย". ผลงานวิจัยเด่น ประจำปี ๒๕๖๑. สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. ๖๑-๖๔

๑๐) Kuanchanok Laosubthara, Prawit Puddhanon, Danuwat Pengont, Nakarate Rungkawat, and Sansanee Krajangchom. The Quality of Life of Rice Farmers in Chiang Rai Province. International Conference on Trends in Economics, Humanities and Management. March ๒๗-๒๘, ๒๐๑๕ Singapore. ISBN ๙๗๘-๙๓-๘๔๔๒๒-๑๓-๔, P. ๔๖-๕๐.

๑๑) ขวัญชนก เหล่าสุนทร, การเปรียบเทียบคุณภาพชีวิตของชาวนาใน จังหวัดเชียงราย กรณีศึกษา ชาวนาอินทรีย์และชาวนาไม่อินทรีย์. วารสารการพัฒนาสังคม มจร. ปีที่ ๒ ฉบับที่ ๓ (กันยายน - ธันวาคม ๒๕๖๐)

๑๒) วิรุณสิริ ใจมา, นุกูล อินทกุล, ประภาพรรณ ไชยานนท์, ปวีณา ลีตระกูล, ขวัญชนก เหล่าสุนทร, เชษฐกานต์ เหล่าสุนทร, ศศิวิมล ภูพวง, วไลพร ชายน้อย . "การลดความสูญเสียและการเพิ่มมูลค่าของข้าวขาวดอกมะลิ" วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์. ปีที่ ๑๓ ฉบับที่ ๓๘ พฤษภาคม-สิงหาคม ๒๕๖๑. ๘๙-๑๐๔.

๕.๓ หนังสือ

๑) ขวัญชนก เหล่าสุนทร, **ภูมิพลังวัฒนธรรมสร้างสรรค์ (Soft Power & Creative Culture)**, พระนครศรีอยุธยา: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๗. ISBN ๙๗๘-๖๑๖-๖๑๖-๔๒๔-๔

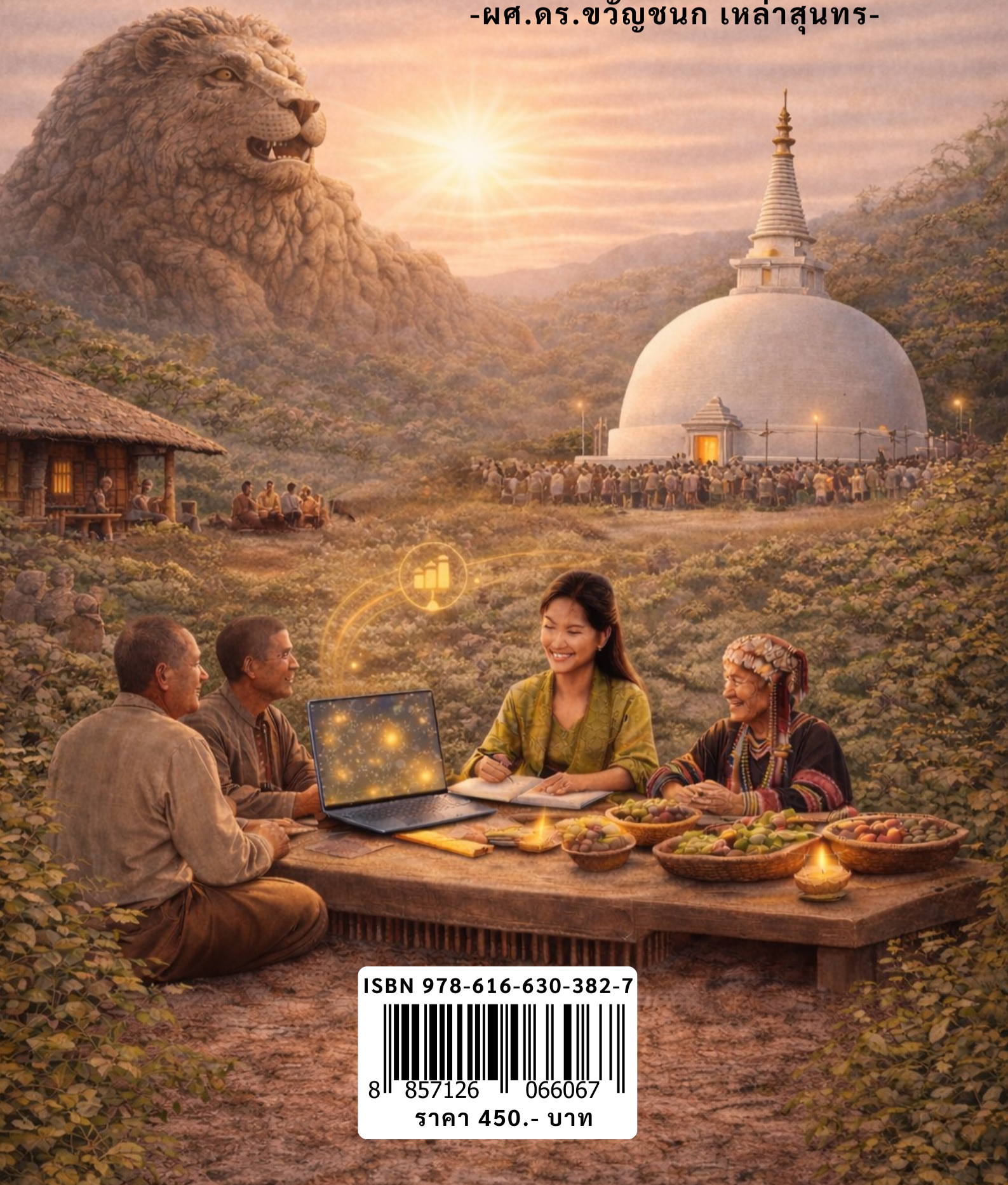
๒) ขวัญชนก เหล่าสุนทร, **เที่ยวสี่สังเวชนียสถาน**, พระนครศรีอยุธยา: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๘. ISBN ๙๗๘-๖๑๖-๖๒๓-๒๒๙-๕

๓) ขวัญชนก เหล่าสุนทร, **บทเรียนชีวิตริมฝั่งคงคา สี่สังเวชนียสถานจากลุ่มพินิจถึงสารนาถ**, พระนครศรีอยุธยา: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๘. ISBN ๙๗๘-๖๑๖-๖๒๖-๖๖๕-๘

๔) ขวัญชนก เหล่าสุนทร, **ภูมิพลังปัญญาพุทธ:จากศรีลังกาสู่สยาม (Soft Power of Buddhist Wisdom: From Sri Lanka to Siam)**, พระนครศรีอยุธยา: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๙. ISBN ๙๗๘-๖๑๖-๖๓๐-๓๘๒-๗

“ภูมิพลังปัญญาพุทธ คือ แก่นแท้แห่งการพัฒนาที่ยั่งยืน
จากศรีลังกาสู่สยาม
บทเรียนที่เชื่อมโยงอดีต ปัจจุบัน และอนาคต”

-ผศ.ดร.ขวัญชนก เหล่าสุนทร-



ISBN 978-616-630-382-7



8 857126 066067

ราคา 450.- บาท