

การสร้างอัตลักษณ์ชุมชนด้วยการสื่อสารซอฟต์แวร์ผ่านการศึกษาเชิงปฏิบัติการ
แบบมีส่วนร่วมของชุมชนเขาคูหา อำเภอรัตถุมิ จังหวัดสงขลา
CONSTRUCTING COMMUNITY IDENTITY THROUGH SOFT POWER COMMUNICATION:
A PARTICIPATORY ACTION RESEARCH STUDY OF KHUHA COMMUNITY, RATTAPHUM
DISTRICT, SONGKHLA PROVINCE

เบญจรงค์ ธีระพลิกะ, เสริมศักดิ์ ขุนพล, จินตดา วิทยาพันธ์ประชา

Benjarong Tirapalika, Sermsak Khunpol, Jinatda Wittayapanpracha

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต (สื่อสารการตลาดและสื่อดิจิทัล) คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

B.Com.Arts (Marketing Communication and Digital Media), Faculty of Humanities and Social Sciences,

Thaksin University

Corresponding Author E-mail: Benjarong.t@tsu.ac.th

Received February 20, 2026

Revised April 20, 2026

Accepted April 23, 2026

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการร่วมสร้างอัตลักษณ์ชุมชนผ่านการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในชุมชนเขาคูหา อำเภอรัตถุมิ จังหวัดสงขลา โดยใช้กรอบแนวคิดบูรณาการ 5 ประการ ได้แก่ การพัฒนาเชิงพื้นที่ การมีส่วนร่วมของชุมชน อัตลักษณ์ชุมชน ซอฟต์แวร์และการสื่อสารเชิงวัฒนธรรม และระบบอัตลักษณ์แบรนด์ การวิจัยดำเนินการด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยมีกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ผลิตสมุนไพรเทพทาโร ภาคีด้านวัฒนธรรม และผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ จำนวน 20-35 คน

ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนมีลักษณะเป็นพลวัต มิได้ดำเนินไปแบบลำดับขั้นเชิงเส้น แต่พัฒนาอย่างต่อเนื่องผ่านปฏิสัมพันธ์ระหว่างชุมชน นักวิจัย และภาคีเครือข่าย ตั้งแต่การสร้างความรู้เข้าใจ การเปิดพื้นที่รับฟัง การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ไปจนถึงการร่วมวิเคราะห์และออกแบบแนวทางพัฒนา ส่งผลให้เกิดการตกผลึกของความหมายร่วม เกี่ยวกับอัตลักษณ์ชุมชน ซึ่งตั้งอยู่บนฐานการยอมรับร่วมของสมาชิกมากกว่าการกำหนดจากภายนอก

ข้อค้นพบสำคัญคือ หลักโคได้รับการยืนยันในฐานะสัญลักษณ์อัตลักษณ์เชิงพื้นที่ที่สะท้อนมิติภูมิทัศน์ ความทรงจำ และความรู้สึกร่วมของชุมชน และถูกนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบตราสินค้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรเทพทาโร นอกจากนี้ กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมยังมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความรู้สึกร่วมเป็นเจ้าของร่วม ทูตทางสังคม และการเปลี่ยนแปลงเชิงการรับรู้ โดยชุมชนเริ่มตระหนักถึงคุณค่าและศักยภาพของผลิตภัณฑ์ในฐานะทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถต่อยอดสู่เศรษฐกิจซอฟต์แวร์ แม้ผลลัพธ์เชิงเศรษฐกิจยังไม่ปรากฏชัดในเชิงปริมาณ แต่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านทัศนคติ ความเชื่อมั่น และความคาดหวังต่อการพัฒนาในระยะยาวอย่างมีนัยสำคัญ

คำสำคัญ: อัตลักษณ์ชุมชน, การมีส่วนร่วม, ซอฟต์แวร์

Abstract

This study aims to examine the co-creation process of community identity through Participatory Action Research (PAR) in Khao Kuha community, Rattaphum District, Songkhla

Province. The study adopts an integrated conceptual framework consisting of five key approaches: area-based development, community participation, community identity, soft power and cultural communication, and brand identity systems. The research employs a qualitative PAR methodology, engaging key informants including community leaders, producers of Thephtharo herbal products, cultural stakeholders, and product users, with a total of 20–35 participants.

The findings reveal that the community participation process is dynamic and non-linear, evolving continuously through interactions among community members, researchers, and network partners. The process progresses from trust-building and open dialogue to experience sharing, collaborative analysis, and co-design of development strategies. This participatory process leads to the crystallization of shared meanings of community identity, grounded in collective recognition rather than externally imposed definitions.

A key finding highlights “Lak Kho” as a symbolic representation of place-based identity, reflecting the community’s landscape, collective memory, and shared emotional connections. This identity has been practically applied in brand design and the development of Thephtharo herbal products. Moreover, the participatory action research process plays a significant role in fostering a sense of collective ownership, strengthening social capital, and transforming community perceptions. The community has begun to recognize the value and potential of its products as cultural capital that can be leveraged into a soft power economy. Although measurable economic outcomes have not yet emerged clearly in quantitative terms, the process generated significant changes in attitudes, confidence, and expectations regarding long-term community development.

Keywords: Community identity, Participatory action, Soft power

บทนำ

ภายใต้บริบทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) และเศรษฐกิจฐานราก (Grassroots Economy) แนวคิดซอฟต์แวร์ได้รับการยอมรับเพิ่มขึ้นในฐานะกลไกเชิงวัฒนธรรมและการสื่อสารที่สามารถแปลงทุนวัฒนธรรมให้กลายเป็นคุณค่าทางสังคมและเศรษฐกิจ โดยซอฟต์แวร์มีได้หมายถึงอำนาจเชิงบังคับ หากแต่เป็น “พลังแห่งความหมาย” (Power of Meaning) ที่ก่อรูปผ่านการเล่าเรื่อง (Storytelling) สัญลักษณ์ และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสร้างการรับรู้ ความเชื่อถือ และความผูกพันระหว่างชุมชนกับสังคมภายนอกได้ โดยเฉพาะในยุคสื่อดิจิทัลที่การสื่อสารสามารถขยายอิทธิพลได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง (Nye, 2004; UNESCO, 2022)

แนวคิดการพัฒนาเชิงพื้นที่ (Area-based Development) ซึ่งว่าการพัฒนาที่มีประสิทธิภาพควรตั้งอยู่บนทุนภายในของพื้นที่ โดยเฉพาะทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางสังคม มากกว่าการนำแบบจำลองเชิงมาตรฐานจากภายนอกเข้าไปกำหนดทิศทาง (Ray, 2006) สอดคล้องกับแนวคิดที่มองว่าอัตลักษณ์ชุมชน (Community Identity) สามารถทำหน้าที่เป็นทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ (Strategic Resource) หากได้รับการนิยามและจัดการอย่างเหมาะสม (Hall, 1990; Castells, 1997) โดยอัตลักษณ์มิได้เป็นสิ่งคงที่ หากแต่เป็นโครงสร้างความหมายที่ถูกสร้างและต่อรองผ่านประสบการณ์ ประวัติศาสตร์ และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

ในเชิงระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) และแนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Engagement) ถูกเสนอในฐานะกลไกสำคัญของการพัฒนาที่มองชุมชนเป็น “ผู้ร่วมสร้างองค์ความรู้” (Co-Creators) มากกว่าผู้ถูกศึกษา (Baum & Smith, 2006; Bergold & Thomas, 2012) โดย Arnstein (1969) และ Carson (2008) ได้นำเสนอกรอบระดับการมีส่วนร่วมที่สะท้อนการแบ่งปันอำนาจในการตัดสินใจผ่าน IAP2 Spectrum ซึ่งประกอบด้วย 5 ระดับ ได้แก่ Inform, Consult, Involve, Collaborate และ Empower อย่างไรก็ตาม งานศึกษาร่วมสมัยชี้ให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมในทางปฏิบัติมีลักษณะเป็นพลวัตมากกว่าลำดับขั้นเชิงเส้น โดยมี “ความไว้วางใจ” (Trust) เป็นเงื่อนไขพื้นฐานที่กำหนดความลึกซึ้งของการมีส่วนร่วม (Rong & Carroll, 2023)

แม้วรรณกรรมจำนวนมากจะอธิบายบทบาทของอัตลักษณ์ วัฒนธรรม และซอฟต์แวร์ในระดัมหากแต่ยังคงมีช่องว่างสำคัญ ได้แก่ การมุ่งเน้นผลลัพธ์เชิงเศรษฐกิจมากกว่ากระบวนการร่วมสร้างความหมายของชุมชน การประยุกต์ใช้กรอบการมีส่วนร่วมในลักษณะเชิงมาตรฐานโดยขาดการปรับให้สอดคล้องกับบริบทพื้นที่ และการศึกษาระบบอัตลักษณ์แบรนด์ (Brand Identity System) ที่ยังจำกัดอยู่ในบริบทองค์กรเชิงพาณิชย์ ช่องว่างดังกล่าวสะท้อนความจำเป็นในการศึกษากระบวนการร่วมสร้างอัตลักษณ์ชุมชนผ่าน PAR เพื่อทำความเข้าใจว่าอัตลักษณ์ถูกค้นหา นิยาม และเชื่อมโยงสู่การสื่อสารซอฟต์แวร์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนได้อย่างไรในทางปฏิบัติ โดยเฉพาะในบริบทของชุมชนเขาควหา อำเภอรัตนบุรี จังหวัดสงขลา

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการค้นหาและร่วมสร้างอัตลักษณ์ชุมชนเขาควหา อำเภอรัตนบุรี จังหวัดสงขลา
2. เพื่อวิเคราะห์การพัฒนาอัตลักษณ์ชุมชนและการสื่อสารซอฟต์แวร์ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม
3. เพื่อสังเคราะห์แบบจำลองการสร้างอัตลักษณ์ชุมชนผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมในบริบทชุมชนเขาควหา

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมซึ่งเป็นแนวทางที่มุ่งเน้นการสร้างองค์ความรู้ร่วมกันระหว่างนักวิจัยกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ โดยมองชุมชนในฐานะ “ผู้ร่วมวิจัย” (Co-researchers) มากกว่าการเป็นเพียงผู้ให้ข้อมูล (Arnstein, 1969; Baum & Smith, 2006; Bergold & Thomas, 2012) ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเปิดโอกาสให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันผ่านวงจรวางแผนปฏิบัติการสังเกตสะท้อนผล ซึ่งช่วยให้เกิดการปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเชิงพื้นที่อย่างเป็นรูปธรรม การออกแบบการวิจัยดำเนินการตามวงจรการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม จำนวน 3 รอบ (Iterative Cycles) เพื่อให้ได้ทั้งข้อค้นพบเชิงวิชาการและผลลัพธ์เชิงปฏิบัติการที่ชุมชนมีส่วนร่วมเป็นเจ้าขององค์ความรู้ร่วมกัน (Baum & Smith, 2006)

ประชากรของการวิจัย คือ ประชาชนและภาคีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอัตลักษณ์วัฒนธรรม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน และการสื่อสาร Soft Power ในพื้นที่ชุมชนเขาควหา ตำบลควหาใต้ อำเภอรัตนบุรี จังหวัดสงขลา การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธี

การคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ร่วมกับการคัดเลือกแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) เพื่อให้ได้ผู้ให้ข้อมูลที่มีประสบการณ์ตรงและมีบทบาทสำคัญต่อประเด็นวิจัย แบ่งเป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ 1) ผู้นำชุมชนและผู้รู้ท้องถิ่น 2) ผู้ผลิต/กลุ่มวิสาหกิจชุมชน/ผู้เกี่ยวข้องกับสมุนไพรเทพทาโร 3) ภาคีใน

พื้นที่ด้านการศึกษาและวัฒนธรรม 4) ผู้บริโภค/ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยมีผู้เข้าร่วมทั้งสิ้น 20 – 35 คน ตามหลักความอึดตัวของข้อมูล (Guest & Chen, 2020) ระยะเวลาโครงการวิจัยระหว่าง เดือน ธันวาคม 2568 – พฤษภาคม 2569

การเก็บข้อมูลใช้เทคนิคเชิงคุณภาพหลายวิธีเพื่อสร้างความลึกและความรอบด้านของข้อมูล ได้แก่ 1) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) 2) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussions: FGDs) 3) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) 4) กิจกรรมปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Activities) โดยที่กิจกรรมการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมประกอบด้วย การทำแผนที่ทุนวัฒนธรรม การระดมเรื่องเล่าชุมชน การสร้างใหม่ไลน์ชุมชน การร่วมออกแบบต้นแบบผลิตภัณฑ์ และการสะท้อนผลร่วมมีการจัดการสนทนากลุ่ม จำนวน 3 ครั้ง (ธันวาคม 2568, มกราคม 2569, กุมภาพันธ์ 2569) โดยมีการจดบันทึกภาคสนามและบันทึกเสียงภายใต้ความยินยอมของผู้เข้าร่วม

เครื่องมือวิจัยประกอบด้วย 1) แนวคำถามสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง 2) แนวคำถามสนทนากลุ่ม 3) แบบบันทึกการสังเกต การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือดำเนินการดังนี้ 1) ความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน 2) การทดลองใช้ (Pilot Testing) เพื่อปรับปรุงถ้อยคำและลำดับคำถาม 3) ตรวจสอบความสม่ำเสมอของกระบวนการ (Procedural Consistency) ซึ่งแนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับ ข้อเสนอของ Creswell & Poth (2018) ในการสร้างความน่าเชื่อถือของเครื่องมือเชิงคุณภาพ การตรวจสอบ ความน่าเชื่อถือ (Trustworthiness) อ้างอิงกรอบของ Lincoln & Guba (1985)

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์แก่นสาร (Thematic analysis) (Braun & Clarke, 2006) ผสานกับการสะท้อนคิด (Action-Reflection Analysis) ตามหลักการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมโดย ดำเนินการแบบวนซ้ำ จริยธรรมในการวิจัยการศึกษานี้ได้รับการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยใน คน มหาวิทยาลัยทักษิณ ชื่อโครงการวิจัย การพัฒนาเชิงพื้นที่บนฐานอัตลักษณ์วัฒนธรรมและการสื่อสาร Soft Power เพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากชุมชนเขาควหา อำเภอรัตนภูมิ จังหวัดสงขลา ชื่อย่อ “Soft Power เขาควหา: การสื่อสารอัตลักษณ์เพื่อเศรษฐกิจฐานราก” รหัสโครงการ: 456/68 วันที่รับรอง : 25 ธันวาคม 2568 วันหมดอายุ : 25 ธันวาคม 2569

ผลการวิจัย

หลังจากทีมวิจัยลงพื้นที่พบผู้บริหารชุมชน ผู้นำชุมชน และชาวบ้านหลากหลายวัย ชุมชนมีความเห็น ร่วมกันว่าการสร้างอัตลักษณ์ที่จะได้รับการยอมรับและสอดคล้องกับทิศทางการสื่อสารของเทศบาลตำบลควหา ได้ จำเป็นต้องเกิดจากกระบวนการที่เปิดพื้นที่ให้ทุกภาคส่วนร่วมกำหนดความหมายและทิศทางของอัตลักษณ์ ไม่ใช่การนิยามจากภายนอกเพียงฝ่ายเดียว ด้วยเหตุนี้ทีมวิจัยจึงจัดประชุมกลุ่มครั้งที่ 1 โดยเชิญผู้มีส่วนได้ส่วน เสียในพื้นที่เข้าร่วมหารือ เพื่อร่วมกันกำหนดแก่นอัตลักษณ์และแนวทางพัฒนาที่ชุมชนยอมรับร่วมกัน ภายใต้ กรอบแนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มองคนในพื้นที่เป็นหุ้นส่วน (Partners) ในกระบวนการพัฒนาและการวิจัย

1) ขั้นการให้ข้อมูลและสร้างความเข้าใจร่วม (Inform & Awareness) ให้ก่อนเพื่อสร้างฐาน ความไว้วางใจ ขั้นแรกของการมีส่วนร่วมในเขาควหาเริ่มต้นจากการสอบถามความต้องการจริงของชุมชนและ โรงเรียนว่าอยากได้การสนับสนุนด้านใดจากมหาวิทยาลัย ซึ่งผลการพูดคุยสะท้อนอย่างชัดเจนว่า โรงเรียนและ เยาวชนต้องการทักษะการใช้ดีท็อก (TikTok) เพื่อสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ และจำหน่ายสินค้าชุมชน รวมทั้ง สร้างการรับรู้ต่อกิจกรรมในพื้นที่ ทีมวิจัยจึงจัดกิจกรรมอบรมดีท็อกเพื่อการสื่อสารการตลาด โดยเปิดให้ครู นักเรียน และคนในชุมชนเข้าร่วมโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย และออกแบบบรรยากาศการเรียนรู้ให้เป็นกันเอง เอื้อต่อ

การแลกเปลี่ยนระหว่างวัย กิจกรรมนี้มีผู้เข้าร่วมกว่า 100 คน ซึ่งเป็นสัญญาณว่าการเริ่มต้นด้วยสิ่งที่คุณต้องการจริงช่วยเปิดพื้นที่ความร่วมมือได้รวดเร็วและลดกำแพงความเป็นคนนอกของนักวิจัย



ภาพที่ 1 ภาพกิจกรรมการให้ความรู้การใช้ดีดตอก
ที่มา : ภาพโดยผู้วิจัย

นอกจากนี้ ชั้น Inform ในพื้นที่ยังเชื่อมกับการเตรียมความพร้อมต่อตลาดนัดเช้าศรีวิชัยที่จัดทุกวันศุกร์ โดยเน้นให้ชุมชนสามารถใช้สมาร์ทโฟนเป็นเครื่องมือหลักในการขายและสื่อสารได้ด้วยตนเอง ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจึงไม่ใช่เพียงการให้ข้อมูลแต่คือการสร้างทุนความไว้วางใจ (Trust capital) และวางฐานความสัมพันธ์เชิงบวกเพื่อเข้าสู่ขั้นการมีส่วนร่วมที่ลึกซึ้งต่อไป

2) **ขั้นรับฟังและปรึกษาหารือ (Consult)** เปิดพื้นที่ส่งเสียงเพื่อสกัดแก่นอัตลักษณ์ร่วม เมื่อชุมชนเริ่มเกิดความไว้วางใจ ทีมวิจัยได้ขยับสู่ขั้น Consult โดยการจัดเวทีรับฟังผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก เวทีประชุม และการสนทนากลุ่ม เพื่อรวบรวมประสบการณ์จริงของชุมชนเกี่ยวกับทุนวัฒนธรรม วิถีชีวิต ความทรงจำ และข้อกังวลต่อการพัฒนา เช่น ผลกระทบต่อวิถีชีวิต ความเป็นธรรม และการจัดสรรผลประโยชน์ กระบวนการรับฟังที่จริงจึงช่วยลดช่องว่างระหว่างนักวิจัยกับชุมชน เพิ่มความชอบธรรมให้โครงการตั้งแต่ต้นทาง เพราะประเด็นอัตลักษณ์และวัฒนธรรมเป็นเรื่องที่คนนอกไม่สามารถกำหนดแทนได้ ซึ่งในการลงพื้นที่เพื่อแจ้งชุมชนทราบถึงความจำเป็นของโครงการวิจัยนี้ และชุมชนจะได้อะไรบ้าง จึงส่งผลให้ชุมชนรอบ ๆ ให้ความสนใจสนับสนุนโครงการนี้ โดยมีผู้สนับสนุนจากหน่วยงานรัฐและเอกชน จำนวน 8 ราย นอกเหนือจากทุนจากสถาบันวิจัยและนวัตกรรม กองทุนมหาวิทยาลัยทักษิณแล้ว ยังมีประกอบไปด้วย หน่วยงานราชการ 1) เทศบาลตำบลคูหาใต้ 2) โรงเรียนสำนักสงฆ์ศรีวิชัย หน่วยงานเอกชนในชุมชน 1) นายชำนาญ ไชยประดิษฐ์ ประธานสภาเทศบาลตำบลคูหาใต้ 2) ร้านครัวแม่ข้าว 3) ห้างหุ้นส่วนจำกัด สิ้นสิริ เมดิเทค 4) โรงงานผลิตน้ำดื่มกรีนเวย์ 5) ห้างหุ้นส่วนจำกัด ส. แก้วใจพานิช 6) โรงงานผลิตน้ำดื่มรีเพรช คูหาใต้



ภาพที่ 2 ผู้สนับสนุนจากหน่วยงานรัฐและเอกชน

ที่มา : ภาพโดยผู้วิจัย

ในช่วงนี้ยังพบผลลัพธ์เชิงเครือข่ายที่ชัดเจน คือการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐและเอกชนรวม 8 ราย นอกเหนือจากทุนมหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัยและนวัตกรรม ซึ่งสะท้อนว่าการเปิดเวทีรับฟังและอธิบายประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับ ทำให้โครงการถูกมองเป็นโครงการของพื้นที่มากขึ้น ไม่ใช่โครงการของนักวิจัยเพียงฝ่ายเดียว

3) **ขั้นร่วมวิเคราะห์และร่วมออกแบบ (Involve/Co-design):** แปลงเสียงชุมชนเป็นแบบอัตลักษณ์ที่จับต้องได้ การรับฟังไม่ได้หยุดเพียงการรวบรวมข้อมูล แต่ถูกพัฒนาเป็นการร่วมวิเคราะห์และร่วมออกแบบโดยชุมชนและ

นักวิจัยร่วมกันสรุปประเด็นร่วม และแปลงเป็นองค์ประกอบอัตลักษณ์ที่ใช้สื่อสารได้จริง ผลลัพธ์สำคัญคือการออกแบบตราสินค้าร่วมของพื้นที่ในชื่อผลิตภัณฑ์จากชุมชนเขาคูหาซึ่งชุมชนยอมรับร่วมกัน โดยมีหลักโคเป็นสัญลักษณ์ศูนย์กลาง สื่อความหมายการรวมใจของคนในพื้นที่ และประกอบด้วยองค์ประกอบภาพ เช่น แสงอาทิตย์ นาข้าว และพืชเศรษฐกิจ (ปาล์มน้ำมัน ยางพารา) สะท้อนความสมบูรณ์และวิถีเกษตรของคูหาได้

การกำหนดข้อความบนตราสินค้าและช่องทางการติดต่อ (เชื่อมกับโรงเรียนสำนักสงฆ์ศรีวิชัย) ยังสะท้อนจุดเริ่มต้นทางสังคมของผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ ทำให้ตราสินค้าไม่ได้เป็นเพียงภาพกราฟิก แต่เป็นผลผลิตของการเจรจาความหมายร่วม (Shared meaning) ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งช่วยยืนยันว่าอัตลักษณ์ที่ชุมชนยอมรับ ต้องเกิดจากการทำให้เสียงของคนในพื้นที่กลายเป็นองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่จับต้องได้

เนื่องจากเขาคูหาตั้งอยู่ในตำบลคูหาใต้ อำเภอรัษฎา จังหวัดสงขลา จัดเป็นสิ่งแวดล้อมธรรมชาติประเภทภูเขา แหล่งธรรมชาติท้องถิ่น โดยมีลักษณะภูเขาสูงโดดที่โดดเด่นทางภูมิทัศน์และมีความสำคัญทั้งเชิงกายภาพ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม พื้นที่เคยผ่านการทำสัมปทานเหมืองหินปูนตั้งแต่ราว พ.ศ. 2500–2553 ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูเขาและผลกระทบต่อชุมชน ก่อนจะเกิดการรวมตัวของเครือข่ายภาคประชาชนเพื่อพิทักษ์และฟื้นฟูพื้นที่จนยุติกิจการเหมืองในเวลาต่อมา ปัจจุบันเขาคูหาถูกพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวและพื้นที่กิจกรรมสุขภาพของคนในท้องถิ่น ขณะเดียวกันยังดำรงคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ผ่านตำนานความเชื่อเกี่ยวกับเชื้อชาติโคหายที่เพี้ยนเป็นเขาคูหาและจากข้อมูลภาคสนามพบว่า เขาคูหาไม่ได้เป็นเพียงภูมิประเทศ หากแต่เป็นบ้านในความหมายเชิงจิตใจและอัตลักษณ์ร่วมที่หล่อหลอมจากวิถีชีวิต ความทรงจำ และความสัมพันธ์ระหว่างคนกับพื้นที่อย่างต่อเนื่องจากรุ่นสู่รุ่น



ภาพที่ 3 ภาพเขาคูหา และภายในวงสีแดงคือหลักโค เขาคูหา
ที่มา: <https://www.kuhatai.go.th/travel/detail/1455>



ภาพที่ 4 ภาพแบรนด์ผลิตภัณฑ์ชุมชนเขาคูหา
ที่มา : ภาพโดยผู้วิจัย

โดยองค์ประกอบหลักของตราสินค้าคือหลักโคของเขาคูหา ซึ่งเป็นสัญลักษณ์การรวมจิตใจของคนในพื้นที่ ประกอบด้วยแสงและรัศมีจากดวงอาทิตย์ เป็นสัญลักษณ์แห่งการเริ่มต้นใหม่ ความสว่างไสว รวมทั้งมีภาพนาข้าว และพืชพันธุ์ต่าง ๆ ซึ่งในพื้นที่บริเวณโดยรอบเขาคูหาแสดงให้เห็นถึงความสมบูรณ์ของพื้นที่ตำบลคูหาใต้ที่มีการทำการเกษตรหลากหลาย ทั้งนาข้าว ปาล์มน้ำมัน ยางพารา เป็นต้น

มีตัวอักษรเขียนว่าผลิตภัณฑ์จากชุมชนเขาควหาและโดยโรงเรียนสำนักสงฆ์ศรีวิชัย โทร 065-2497142 เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นมีจุดเริ่มต้นจากชุมชนโรงเรียนสำนักสงฆ์ศรีวิชัย พร้อมหมายเลขโทรศัพท์สำหรับการติดต่อสอบถามและสั่งซื้อสินค้าต่อไป

รวมทั้ง มีการกำหนด สีต่าง ๆ ที่จะใช้ในการสื่อสาร ซึ่งจะใช้ 2 สีหลัก คือสีเขียว #0da66a ซึ่งสะท้อนความเป็นธรรมชาติ และสีน้ำตาล #a6600d สะท้อนสีเขาควหา



ภาพที่ 5 ภาพหมู่ของผู้เข้าร่วมกิจกรรม ทั้งผู้บริหารชุมชน โรงเรียน ชาวบ้านเอกชนในพื้นที่และนักวิจัย ที่มา : ภาพโดยผู้วิจัย

4) **ขั้นความร่วมมือและการลงมือปฏิบัติร่วม (Collaborate/Act)** จากอัตลักษณ์สู่ผลิตภัณฑ์และเศรษฐกิจเชิงพื้นที่ เมื่ออัตลักษณ์ร่วมเริ่มชัด ชุมชนได้ก้าวสู่การทำงานแบบหุ้นส่วนกับทีมวิจัย โดยร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นรูปธรรมในรูปของผลิตภัณฑ์จากทุนวัฒนธรรมและสมุนไพรเทพทาโร จำนวน 5 รายการ ได้แก่ (1) น้ำมันหอมจากแก่นเทพทาโร (2) ชาเทพนารีศรีวิชัย 2 กลิ่น (3) เทพทาโร 4 in 1 สเปรย์กันยุงใช้ได้ทั้งคนและสัตว์ (4) เทพทาโร ปาล์มพลัส (5) เสื้อชุมชนเขาควหา จุดเด่นคือแต่ละผลิตภัณฑ์ไม่ได้ถูกสร้างจากสูตรหรือการตลาดเพียงอย่างเดียว แต่ถูกขับเคลื่อนด้วยเรื่องเล่าที่ชุมชนร่วมกันเล่าและยืนยันความหมาย เช่น เรื่องเล่าความรักที่นำไปสู่การเรียนรู้การผลิตน้ำมันนวด เรื่องเล่าวิถีสวนยางกับปัญญา และเรื่องเล่าการทำเกษตรปาล์มที่โยงกับภูมิปัญญาการใช้พืชท้องถิ่น ตัวอย่างตราสินค้า ดังนี้



ภาพที่ 6 ภาพแบรนด์ยอย่น้ำมันหอมจากแก่นเทพทาโร และการสร้างภาพจาก AI เพื่อสื่อสารเรื่องเล่า ที่มา : ภาพโดยผู้วิจัย

ตำนานเรื่องเล่าของน้ำมันหอมจากแก่นเทพทาโร “...ความเป็นมาของการปลูกต้นเทพทาโร เกิดมาจากเรื่องเล่าของ อดีต ผอ. โรงเรียนสำนักสงฆ์ศรีวิชัย ตัดใจแม่ค้าน้ำมันนวด จึงลองไปสอบถาม และสนใจ จากการสนใจแม่ค้าเปลี่ยนมาสนใจผลิตภัณฑ์ จนชวนแม่ค้าสอนการผลิตน้ำมันนวด และสอนให้ชาวบ้านได้ผลิตและขายกันในชุมชน จนกลายเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนจากแรกแรก กลายเป็นต้นทุน ที่ทำให้เกิดอาชีพใหม่แก่ชุมชนเขาควหาได้ “น้ำมันหอมเทพทาโรศรีวิชัย” นำไปบอกกรัก (สุขภาพ) แก่ทุกคน

กระบวนการนี้ทำให้อัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมถูกแปลงเป็นสินทรัพย์ทางเศรษฐกิจ (Economic asset) ที่ชุมชนสามารถถือครองและต่อยอดได้ พร้อมกันนั้นยังเกิดกลไกความร่วมมือด้านทรัพยากรและการสนับสนุนจากภาคีในพื้นที่ทั้งด้านทุน วัสดุ การผลิต และเวทินำเสนอ ซึ่งเป็นลักษณะเด่นของ PAR ที่ทำให้ผลลัพธ์ไม่หยุดที่รายงานวิจัย แต่เชื่อมกับการลงมือทำในพื้นที่จริง

5) ขั้นสะท้อนผลและเสริมพลัง (Reflect & Empower) การเปลี่ยนแปลงเชิงการรับรู้และเศรษฐกิจซอฟต์แวร์ ขั้นสะท้อนผลร่วมช่วยให้ชุมชนมองเห็นการเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับความคิด ความภูมิใจ และโอกาสทางเศรษฐกิจ โดยบทสัมภาษณ์สะท้อนว่า เมื่อชุมชนมีความเข้าใจเรื่องการสื่อสารและได้เห็นตัวอย่างการพัฒนา ชุมชนเริ่มเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์กับโอกาสทางตลาดและการท่องเที่ยวได้ชัดเจน เช่น การมองว่าสินค้าชุมชนอาจไปได้ไกลกว่าตลาดในหมู่บ้าน หากสื่อสารดีและเชื่อมกับการท่องเที่ยวเขาคุหา อีกทั้งผลิตภัณฑ์ยังถูกมองเป็นสื่อการเรียนรู้ที่เชื่อมสมุนไพร วัฒนธรรม และเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งสะท้อนการเกิดซอฟต์แวร์ในฐานะทุนทางความหมายที่ต่อยอดได้

ยิ่งไปกว่านั้น ชาวบ้านบางส่วนเริ่มมองเห็นบทบาทของแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น ตี๊กต็อก (TikTok) และเฟสบุ๊ก (Facebook) ในการพาเรื่องเล่าท้องถิ่นออกสู่สาธารณะ และตระหนักว่าความเป็นท้องถิ่นและเรื่องจริงเป็นคุณค่าที่ตลาดให้ความสนใจ ผลลัพธ์ของขั้นนี้จึงเป็นการเสริมพลัง (Empowerment) ผ่านการเรียนรู้ร่วมและการเห็นความเป็นไปได้ทำให้ชุมชนไม่ได้เพียงเข้าร่วมกิจกรรมอย่างมีความสุข แต่เริ่มมีความมั่นใจที่จะสื่อสารต่อและต่อยอดด้วยตนเองในอนาคต

อภิปรายผล

ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในกรณีเขาคุหามีลักษณะเป็นพลวัตมากกว่าการเคลื่อนผ่านระดับขั้นแบบตายตัวตามกรอบ IAP2 Spectrum กล่าวคือ แม้แนวคิด IAP2 จะอธิบายระดับการมีส่วนร่วมในเชิงโครงสร้างได้อย่างเป็นระบบ (Carson, 2008) แต่ผลการศึกษาพบว่าในทางปฏิบัติการสร้างความไว้วางใจ (trust-building) กลายเป็นเงื่อนไขตั้งต้นที่สำคัญยิ่งกว่าการให้ข้อมูลตามความหมายดั้งเดิม โดยขั้น Inform ในบริบทเขาคุหาถูกตีความใหม่เป็นการให้ก่อนเพื่อสร้างความสัมพันธ์ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Citizen Power ของ Arnstein (1969) ที่ชี้ว่าการมีส่วนร่วมที่แท้จริงต้องตั้งอยู่บนการลดช่องว่างอำนาจและการยอมรับชุมชนในฐานะหุ้นส่วน ไม่ใช่เพียงผู้รับสาร การที่นักวิจัยเริ่มต้นจากการตอบสนองความต้องการจริงของพื้นที่ (เช่น การเสริมทักษะตี๊กต็อกเพื่อการสื่อสารและการจำหน่ายสินค้า) จึงทำหน้าที่เป็นกลไกทางสังคมที่ช่วยเปลี่ยนความสัมพันธ์จาก “คนนอกคนใน” ไปสู่ “หุ้นส่วนร่วมเรียนรู้” อันเป็นหัวใจของวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Baum & Smith, 2006; Bergold & Thomas, 2012)

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังชี้ว่าการมีส่วนร่วมเชิงปฏิบัติการส่งผลเกินกว่ามิติการมีส่วนร่วมทางสังคม โดยเชื่อมโยงไปสู่การสร้างคุณค่าซอฟต์แวร์และโอกาสทางเศรษฐกิจฐานรากอย่างมีนัยสำคัญ การร่วมวิเคราะห์ทุนวัฒนธรรมและร่วมออกแบบผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรเทพทาโร ทำให้ “อัตลักษณ์ชุมชน” ถูกแปลงเป็นทุนเชิงสัญลักษณ์ที่มีศักยภาพทางตลาด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดซอฟต์แวร์ที่มองว่าวัฒนธรรมและความหมายทางสังคมสามารถกลายเป็นทรัพยากรทางเศรษฐกิจ (Nye, 2004) ขณะเดียวกัน กระบวนการสะท้อนผลร่วมช่วยเสริมสร้างการเรียนรู้เชิงวิพากษ์ (Critical reflection) และความเป็นเจ้าของร่วมของชุมชน อันเป็นองค์ประกอบสำคัญของวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมที่มุ่งสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืน (Kemmis, & Nixon, 2014) เสียงสะท้อนจากชุมชนที่มองเห็นโอกาสใหม่ของสินค้าและกิจกรรมเศรษฐกิจเชิงพื้นที่ จึงมิได้เป็นเพียงผลลัพธ์เชิงทัศนคติ หากแต่เป็นสัญญาณของการเปลี่ยนผ่านเชิงโครงสร้างด้านความคิด (Cognitive shift) จากผลิตภัณฑ์พื้นบ้านไปสู่ทรัพยากรซอฟต์แวร์ของพื้นที่ ซึ่งยืนยันว่าการมีส่วนร่วมที่แท้จริงสามารถสร้างทั้งการเปลี่ยนแปลงเชิงความหมายและเชิงเศรษฐกิจควบคู่กัน

บทความชิ้นนี้ได้สร้างข้อค้นพบเชิงทฤษฎีที่สำคัญ โดยเฉพาะในมิติของการพัฒนาแนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชนผ่านกรอบ IAP2 Spectrum และการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมให้สอดคล้องกับบริบทเชิงพื้นที่จริง ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า แม้ IAP2 Spectrum จะเป็นกรอบมาตรฐานสากลที่อธิบายระดับความเข้มข้นของการมีส่วนร่วมได้อย่างชัดเจน แต่เมื่อถูกนำมาใช้ในบริบทชุมชนเขาควหา ขั้นตอนแต่ละระดับมิได้เกิดขึ้นในลักษณะเชิงเส้นหรือเชิงเทคนิคตามนิยามทฤษฎี หากแต่ถูกแปรความหมายใหม่ผ่านประสบการณ์ความสัมพันธ์ และพลวัตทางสังคมของพื้นที่ งานวิจัยนี้จึงเสนอว่า การมีส่วนร่วมในทางปฏิบัติจำเป็นต้องถูกตีความใหม่ในเชิงกระบวนการทางสังคมและวัฒนธรรม มากกว่าการยึดตามคำจำกัดความเชิงนโยบายเพียงอย่างเดียว

จึงขอเสนอ Khuha Participatory Soft Power Model

(1) การขยายความหมายของ Inform จากการให้ข้อมูลสู่การสร้างความรู้ความไว้วางใจ ในเชิงทฤษฎี Inform ถูกอธิบายว่าเป็นการสื่อสารข้อมูลทางเดียวเพื่อให้ประชาชนรับรู้ อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาพบว่าในบริบทเขาควหา Inform ทำหน้าที่เป็นกลไกการสร้างความรู้ความไว้วางใจมากกว่าการให้ข้อมูลเชิงเนื้อหา การเริ่มต้นด้วยการให้ก่อนผ่านการตอบสนองความต้องการจริงของชุมชน เช่น การถ่ายทอดทักษะดิจิทัลได้ลดช่องว่างเชิงอำนาจระหว่างนักวิจัยกับชุมชน และสร้างความชอบธรรมให้กับกระบวนการพัฒนา ข้อค้นพบนี้เสนอการขยายความหมายเชิงทฤษฎีของ Inform จาก information provision ไปสู่ trust-building through giving

(2) การขยาย Consult จากการรับฟังสู่พื้นที่ปลอดภัยในการสะท้อนความหมาย ในกรอบ IAP2 Consult หมายถึงการรับฟังความคิดเห็นเพื่อประกอบการตัดสินใจ แต่ในทางปฏิบัติของเขาคูหา Consult ทำหน้าที่เป็นพื้นที่ทางสังคมที่เปิดโอกาสให้ชุมชนได้เล่าเรื่อง ประสบการณ์ และข้อกังวลเชิงลึกเกี่ยวกับอัตลักษณ์และอนาคตของพื้นที่การรับฟังจึงไม่ใช่เพียงการเก็บข้อมูล แต่เป็นการยอมรับความรู้ของชุมชนในฐานะองค์ความรู้ที่มีคุณค่า ข้อค้นพบนี้ชี้ว่า Consult ในบริบทชุมชนควรถูกมองเป็น legitimacy-building process มากกว่าขั้นตอนเชิงเทคนิคของการมีส่วนร่วม

(3) การขยาย Involve จากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมสู่การร่วมวิเคราะห์ความหมายในเชิงทฤษฎี Involve คือการทำงานร่วมกับประชาชนเพื่อให้ข้อกังวลถูกนำไปพิจารณา แต่ผลการศึกษาพบว่า Involve ในเขาคูหาเป็นกระบวนการที่ชุมชนมีบทบาทเชิงรุกในการร่วมตีความอัตลักษณ์ วัฒนธรรม และศักยภาพของพื้นที่ผ่านกิจกรรม การวิจัยปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม เช่น การทำแผนที่ทุนวัฒนธรรม การระดมเรื่องเล่า และการออกแบบต้นแบบ การมีส่วนร่วมจึงไม่ใช่เพียงการเข้าร่วมกิจกรรม แต่เป็นการร่วมผลิตความหมายข้อค้นพบนี้ช่วยขยาย Involve จาก participation in action ไปสู่ participation in interpretation

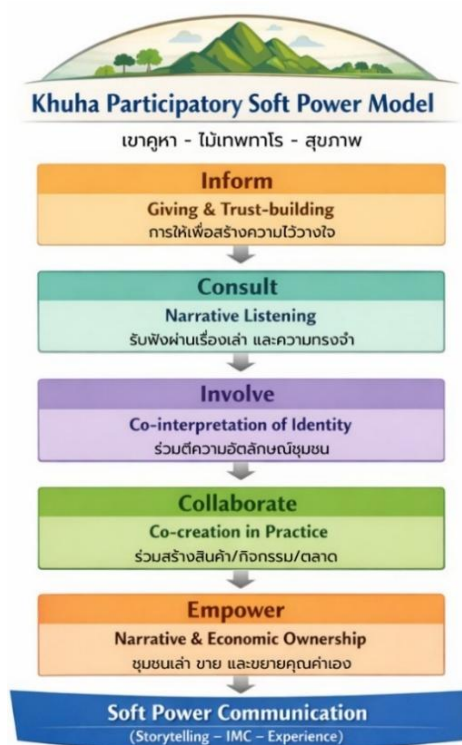
(4) การขยาย Collaborate จากการเป็นพันธมิตรสู่การทำงานเชิงปฏิบัติการร่วม (PAR) แม้ IAP2 จะนิยาม Collaborate ว่าเป็นการเป็นหุ้นส่วนในการตัดสินใจ แต่ในเขาคูหา Collaborate ปรากฏในลักษณะของการทำงานร่วมกันอย่างต่อเนื่องในฐานะผู้ร่วมลงมือทั้งการทดลองแนวทางใหม่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรเทพทาโร และการออกแบบกิจกรรมเศรษฐกิจเชิงพื้นที่ ขั้นนี้สะท้อนการแบ่งปันอำนาจ ความรับผิดชอบ และความเสี่ยงร่วมกันอย่างแท้จริง ข้อค้นพบนี้เชื่อม IAP2 เข้ากับ การวิจัยปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม อย่างเป็นรูปธรรม โดยเสนอว่า Collaborate คือจุดที่ การมีส่วนร่วมเชิงนโยบาย เปลี่ยนเป็นการมีส่วนร่วมเชิงปฏิบัติการ

(5) การขยาย Empower จากการมอบอำนาจสู่ศักยภาพการกำหนดอนาคตตนเอง ในเชิงทฤษฎี Empower หมายถึงการให้ชุมชนมีอำนาจตัดสินใจขั้นสุดท้ายแต่ผลการศึกษาพบว่าในเขาคูหา Empower มิได้เกิดจากการมอบอำนาจโดยตรง หากแต่เป็นผลลัพธ์สะสมของกระบวนการทั้งสิ้นก่อนหน้านี้ Empower จึงปรากฏในรูปของความสามารถมากกว่าสถานะ ได้แก่ ความมั่นใจ ความรู้ เครือข่าย และความชอบธรรมในการ

ขับเคลื่อนการพัฒนา ข้อค้นพบนี้เสนอการนิยามใหม่ของ Empower ว่าเป็นความสามารถในการรักษาความยั่งยืน เจริญต่อรอง และสร้างเส้นทางในอนาคตได้อย่างอิสระ (capacity to sustain, negotiate, and create future pathways independently)

องค์ความรู้ใหม่

เมื่อสังเคราะห์ กระบวนการทั้ง 5 ขั้น ตามที่งานวิจัยชิ้นนี้พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในบริบทการพัฒนาเชิงพื้นที่ไม่ควรถูกมองเป็นลำดับขั้นตายตัวตาม IAP2 แต่ควรถูกทำความเข้าใจในฐานะวงจรเชิงสัมพันธ์ (Relational Cycle) ที่แต่ละขั้นเสริมพลังซึ่งกันและกัน ข้อค้นพบนี้นำไปสู่การพัฒนา Khuha Participatory Soft Power Model ซึ่งขยาย IAP2 จากกรอบสากลไปสู่โมเดลเฉพาะพื้นที่ที่ผสมผสานการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม อัตลักษณ์ชุมชน และการสื่อสารซอฟต์แวร์เข้าด้วยกันในเชิงทฤษฎี โมเดลนี้มีส่วนเติมเต็มช่องว่างของงานวิจัยด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนโดยแสดงให้เห็นว่า การมีส่วนร่วมที่แท้จริงไม่ได้เริ่มจากอำนาจแต่เริ่มจากความไว้วางใจ และจบลงที่ศักยภาพการยืนได้ด้วยตนเองของชุมชน ซึ่งเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการพัฒนาเชิงพื้นที่ในบริบทอื่นที่มีลักษณะใกล้เคียงกันได้



ภาพที่ 7 ภาพแบบจำลอง Khuha Participatory Soft Power Model

ที่มา : ภาพโดยผู้วิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างเพศภาวะในนวนิยาย บุษเพสันนิวาส ของรอมแพง ผู้วิจัยได้สังเคราะห์องค์ความรู้ใหม่และนัยยะทางวิชาการที่สำคัญ ดังนี้

1. จุดตัดทางชนชั้นกับเพศภาวะ งานวิจัยชี้ให้เห็นว่าอำนาจปิตาธิปไตยทำงานสัมพันธ์กับระบบชนชั้นอย่างแยกขาดไม่ได้ ร่างกายสตรีมุลนายถูกประกอบสร้างเป็นสมบัติทางเกียรตินิยมที่ต้องสงวนตัว ขณะที่สตรีไพร่ทาสถูกประกอบสร้างเป็นแรงงานสาธารณะที่ร่างกายถูกเปิดเผยได้ ข้อค้นพบนี้ท้าทายการมองบทบาทหญิงไทยแบบเหมารวม และชี้ให้เห็นความเหลื่อมล้ำของอำนาจทางเพศที่ผันแปรตามสถานะสังคม

2. กลยุทธ์การต่อรองของผู้กระทำการ งานวิจัยเสนอรูปแบบการขัดขืนของผู้หญิงในระบอบปิตาธิปไตยจารีตผ่านการต่อรองเชิงกลยุทธ์ (เช่น ตัวละครเกศสุรางค์) ซึ่งใช้การประนีประนอมและพื้นที่ในชีวิตประจำวันเพื่อสร้างอำนาจใหม่ องค์ความรู้นี้ชี้ให้เห็นว่าเพศภาวะมีความสั่นไหวและสามารถก่อสร้างความหมายใหม่ได้เสมอ แม้ภายใต้โครงสร้างอำนาจที่เข้มงวด

สรุปและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่องการสร้างอัตลักษณ์ชุมชนผ่านการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเขาควหา อำเภอรัตนภูมิ จังหวัดสงขลา ชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาที่มีประสิทธิผลได้เริ่มจากการกำหนดแนวคิดจากภายนอก หากแต่ต้องอยู่บนกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมที่เปิดให้ชุมชนร่วมค้นหา นิยาม และสร้างความหมายของอัตลักษณ์ตนเอง กระบวนการมีส่วนร่วมมีลักษณะเป็นพลวัตโดยความไว้วางใจทำหน้าที่เป็นเงื่อนไขพื้นฐานที่ทำให้การมีส่วนร่วมลึกซึ้งขึ้นทั้งเชิงระดับและคุณภาพของความสัมพันธ์ ข้อค้นพบสำคัญคือ หลักโคในฐานะสัญลักษณ์เชิงพื้นที่ที่ชุมชนยอมรับร่วมกัน และถูกนำไปใช้เป็นฐานในการออกแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ซอฟต์แวร์โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์สมุนไพรเทพทาโร การพัฒนาดังกล่าวก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงการรับรู้คุณค่าสินค้า เชื่อมโยงสินค้าเข้ากับเรื่องเล่า วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่น ในระดับผลลัพธ์ แม้ยังไม่ปรากฏตัวเลขเศรษฐกิจเชิงปริมาณอย่างชัดเจน แต่พบการเสริมสร้างทุนทางสังคม ความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วม และการรับรู้โอกาสทางเศรษฐกิจที่ชุมชนสามารถต่อยอดได้อย่างยั่งยืน.

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

หน่วยงานพัฒนาชุมชนควรให้ความสำคัญกับการสร้างความไว้วางใจและความสัมพันธ์กับชุมชนเป็นลำดับแรกควบคู่กับการใช้การสื่อสารแบบบูรณาการเพื่อรักษาความสอดคล้องของสารและเสริมอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในอนาคตควรใช้วิธีแบบผสมผสาน (Mixed methods) และการติดตามระยะยาวเพื่อวัดผลลัพธ์เชิงเศรษฐกิจและทดสอบความสามารถในการประยุกต์ใช้แบบจำลองในพื้นที่อื่น

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่องการพัฒนาเชิงพื้นที่บนฐานอัตลักษณ์วัฒนธรรมและการสื่อสาร Soft Power เพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากชุมชนเขาควหา อำเภอรัตนภูมิ จังหวัดสงขลา ได้รับทุนสนับสนุนจากกองทุนวิจัยมหาวิทยาลัยทักษิณ ประเภททุน TSU Boosting Up for Social Science Researchers ทุนอุดหนุนการวิจัยจากงบประมาณเงินรายได้มหาวิทยาลัยทักษิณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

เอกสารอ้างอิง

- Arnstein, S. R. (1969). A ladder of citizen participation. *Journal of the American Institute of Planners*, 35(4), 216–224.
- Baum, F., MacDougall, C., & Smith, D. (2006). Participatory action research. *Journal of epidemiology and community health*, 60(10), 854.
- Bergold, J., & Thomas, S. (2012). Participatory research methods: A methodological approach in motion. *Forum Qualitative Sozialforschung*, 13(1), 1–33.

- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.
- Carson, L. (2008). The IAP2 Spectrum: Larry Susskind in conversation with IAP2 members. *International Journal of Public Participation*, 2(2), 67-84.
- Castells, M. (1997). *The Power of Identity*. Oxford: Blackwell.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design* (4th ed.). California: Sage.
- Guest, G., Namey, E., & Chen, M. (2020) A simple method to assess and report thematic saturation in qualitative research. *PLoS ONE*, 15(5), 1-17.
- Hall, S. (1990). Cultural Identity and Diaspora. In Rutherford, J. (Ed.), *Identity: Community, Culture, Difference*. (pp. 222–237). London: Lawrence & Wishart.
- Kemmis, S., McTaggart, R., & Nixon, R. (2014). *The Action Research Planner: Doing Critical Participatory Action Research*. Singapore: Springer.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Beverly Hills: Sage.
- Nye, J. S. (2004). *Soft Power: The means to success in world politics*. New York: Public Affairs.
- Ray, C. (2006). Neo-endogenous rural development in the EU. In Shucksmith, P. & Brown, D. L. (Eds.), *Rural Change and Sustainability*. (pp. 65–83). London: Springer.
- Rong, T., Ristevski, E., & Carroll, M. (2023). Exploring community engagement in place-based approaches in areas of poor health and disadvantage: A scoping review. *Health & Place*, 81, 1-16.
- UNESCO. (2022). *Re|Shaping Policies for Creativity: Addressing Culture as a Global Public Good*. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.