

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความยั่งยืนของสหกรณ์อิสลาม ใน 4 จังหวัดภาคใต้*

Participatory Communication to Create Sustainability of Islamic Cooperatives in 4 Southern Provinces

¹อภินันท์ แสลงหมั่น, ²กานต์ บุญศิริ, ³วิทย์ธร ท่อแก้ว และ ⁴กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์

¹Aphinan Salaeman, ²Karn Boonsiri, ³Wittayatorn Torkaew and ⁴Kuntida Thamwipat

^{1,2,3}สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

⁴คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

^{1,2,3}School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University, Thailand.

⁴Faculty of Industrial Education and Technology,

King Mongkut's University of Technology Thonburi, Thailand.

¹Corresponding Author's Email: Aphinan.salae@gmail.com



บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความยั่งยืนของสหกรณ์อิสลามใน 4 จังหวัดภาคใต้ ได้แก่ (1) การจัดการการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (2) กลยุทธ์การใช้สื่อแบบมีส่วนร่วม และ (3) แนวทางการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน การวิจัยเป็นเชิงคุณภาพโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง กลุ่มข้อมูลหลักประกอบด้วยคณะกรรมการและผู้บริหารสหกรณ์ 20 คน ผู้แทนจากภาครัฐ 4 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสาร 3 คน และสมาชิกสหกรณ์ 12 คน รวม 39 คน คัดเลือกแบบมีเกณฑ์ และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการสร้างข้อสรุปเชิงเนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า (1) การจัดการการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความยั่งยืน มี 4 ด้านสำคัญ ได้แก่ 1) การวางแผนร่วมกับสมาชิก สหกรณ์เปิดโอกาสให้สมาชิกมีส่วนร่วมในระดับดีแต่ยังขาดความต่อเนื่อง 2) การตัดสินใจแบบเปิดกว้าง สมาชิกมีส่วนร่วมรับรู้และแสดงความคิดเห็นในระดับน่าพอใจ แต่การตัดสินใจสุดท้ายยังอยู่ที่คณะกรรมการ 3) การดำเนินการร่วมกับสมาชิก สมาชิกมีบทบาทเด่นในกิจกรรมสังคมและศาสนา แต่มีส่วนร่วมน้อยในกิจกรรมเศรษฐกิจ และ 4) การประเมินผลแบบมีส่วนร่วม ส่วนใหญ่ดำเนินการผ่านการประชุมใหญ่ประจำปี ซึ่งยังไม่ครอบคลุมทุกมิติของการประเมินผล (2) กลยุทธ์การใช้สื่อแบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความยั่งยืนประกอบด้วย 1) กลยุทธ์สื่อบุคคล ผ่านคณะกรรมการ ผู้นำชุมชน และผู้นำศาสนา ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและความเข้าใจ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุ 2) กลยุทธ์สื่อกิจกรรม เช่น การประชุมสัมมนาและกิจกรรมทางศาสนา ส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างสหกรณ์กับสมาชิก และ 3) กลยุทธ์สื่อสังคมออนไลน์ ผ่าน Facebook และ Line ใช้เผยแพร่ข้อมูลได้ดีแต่ยังขาดการสื่อสารแบบสองทางที่กระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วม และ (3) แนวทางการพัฒนา ได้แก่ 1) แนวทางการจัดการการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ควรสร้างกลไกการมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การวางแผน การตัดสินใจ การดำเนินการ และการประเมินผล พร้อมพัฒนาความรู้ด้านการสื่อสารของคณะกรรมการและสมาชิก และ 2) แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสาร ควรบูรณาการสื่อบุคคล สื่อกิจกรรม และสื่อออนไลน์ โดยเน้นการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็น

ช่องทางรับฟังความคิดเห็นและสร้างปฏิสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง พร้อมพัฒนาเนื้อหาให้ตรงกับความต้องการของสมาชิกแต่ละกลุ่ม

คำสำคัญ: การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม; ความยั่งยืน; สหกรณ์อิสลาม 4 จังหวัดภาคใต้

Abstract

This study aims to examine participatory communication to create sustainability of Islamic cooperatives in 4 southern provinces, focusing on (1) participatory communication management, (2) participatory media strategies, and (3) development approaches for sustainability. A qualitative research method was employed through structured in-depth interviews. Key informants included 20 cooperative board members and executives, 4 government representatives, 3 communication experts, and 12 cooperative members—totaling 39 participants selected by purposive sampling. Data were analyzed using content analysis.

The results reveal that participatory communication management for sustainability involves four main aspects: (1) joint planning—members are allowed to participate actively but with limited continuity; (2) open decision-making—members are informed and can express opinions, though final decisions rest with the board; (3) collaborative implementation—members are more active in social and religious activities than in economic ones; and (4) participatory evaluation—mainly conducted through annual general meetings, which do not yet cover all evaluation dimensions. Regarding participatory media strategies, three approaches were identified: (1) interpersonal communication through board members, community, and religious leaders, which enhances credibility and understanding, particularly among the elderly; (2) activity-based communication through seminars and religious events, strengthening relationships between cooperatives and members; and (3) social media communication via Facebook and Line, effectively disseminating information but lacking sufficient two-way interaction to encourage participation. The development approaches suggest that: (1) participatory communication should be strengthened by creating mechanisms for involvement at all stages—from planning and decision-making to implementation and evaluation—alongside enhancing communication capacity among board members and members; and (2) communication strategies should integrate interpersonal, activity-based, and online media, emphasizing continuous interaction through social media and tailoring messages to diverse member needs.

Keywords: Participatory Communication; Sustainability; Islamic Cooperatives in Four Southern Provinces

บทนำ

สหกรณ์อิสลามในประเทศไทยนับว่าเป็นอีกหนึ่งองค์กรที่มีลักษณะการบริหารจัดการที่โดดเด่นของตนเอง มีอัตลักษณ์ในการบริหารจัดการ การใช้เครื่องมือในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมระหว่างเครือข่ายภาคีเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการกิจการของสหกรณ์อย่างเป็นรูปธรรม โดยเริ่มตั้งแต่การรวมกลุ่มกันของชาวมุสลิมที่มีความต้องการในการช่วยเหลือกันและกันเพื่อการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของพี่น้องมุสลิมทุกคนอย่างทั่วถึง จึงร่วมกันเสนอเพื่อทำการจัดตั้งขึ้นสหกรณ์อิสลามในพื้นที่ที่มีประชากรมุสลิมอาศัยอยู่และดำเนินงานทางการเงินเป็นไปตามหลักการศาสนาอิสลาม มีการบริหารจัดการร่วมกันอย่างเป็นรูปธรรมและโปร่งใสในการดำเนินงานร่วมกัน เริ่มตั้งแต่การไปจดทะเบียนสหกรณ์ร่วมกันตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ.2542 ตลอดระยะเวลากว่า 30 ปี สหกรณ์อิสลามมีการเติบโตและขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปี พ.ศ.2567 เครือข่ายสหกรณ์อิสลามแห่งประเทศไทย มีข้อมูลสหกรณ์สมาชิกเครือข่ายรวมทั้งสิ้น 36 แห่งทั่วประเทศ มีสมาชิกรวมทั้งหมด 322,391 คน มีสินทรัพย์รวมทั้งสิ้น 14,989 ล้านบาท (NBT Connect, 2025) สหกรณ์อิสลามมีการเติบโตและขยายตัวอย่างต่อเนื่องเป็นไปตามเจตนารมณ์ของรัฐ และเป็น “เครื่องมือ” ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม เป็นกลไกขับเคลื่อนความเข้มแข็งของชุมชนที่เป็นนโยบายแห่งรัฐให้เกิดผลสำเร็จ เพื่อมุ่งพัฒนาสหกรณ์สู่การเป็น Smart Coop เป็นสหกรณ์ที่มีความเข้มแข็ง เป็นกลไกและเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากของประเทศให้มีความยั่งยืน

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนับว่าเป็นอีกหนึ่งกลไกและเครื่องมือสำคัญที่กรรมการบริหาร เครือข่ายภาคีและประชาชนในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับสหกรณ์อิสลามใช้เพื่อการขับเคลื่อนการดำเนินงานของสหกรณ์ร่วมกันทั้งระบบตามหลักการการดำเนินงานสหกรณ์อิสลามในประเทศไทยที่เริ่มด้วยการมีส่วนร่วม คือการรวมกลุ่มกันระหว่างกลุ่มคนมุสลิมที่เกี่ยวข้องและได้รับมอบหมาย จากนั้นจึงร่วมกันกำหนดการจัดตั้งขึ้นในพื้นที่ที่มีประชากรมุสลิมแต่ละพื้นที่ที่มีความพร้อมและมีความต้องการที่จะใช้บริการ เพื่อการยกระดับคุณภาพชีวิตของตนเอง ครอบครัวและชุมชนของตนเอง โดยร่วมกันดำเนินงานทางการเงินให้เป็นไปตามหลักการศาสนาอิสลาม เพื่อส่งเสริมให้มุสลิมรู้จักการออมและสามารถช่วยเหลือซึ่งกันและกันได้ และยังสามารถทำธุรกรรมทางการเงินตามหลักการอิสลาม

จากการดำเนินงานของสหกรณ์อิสลามใน 4 จังหวัดภาคใต้ พบว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนับว่าเป็นทั้งกลไกและเครื่องมือสำคัญที่สามารถช่วยสร้างความยั่งยืนให้กับสหกรณ์อิสลามในประเทศไทยที่มีศูนย์กลางอยู่ที่จังหวัดกระบี่ สงขลา สตูล และปัตตานี อย่างเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน เช่น การมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์ในกิจกรรมต่าง ๆ อย่างชัดเจนและต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นใช้สิทธิในการเลือกตั้งคณะกรรมการของสหกรณ์ การมีส่วนร่วมในการเสนอข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และการติดตามรับรู้ข้อมูลข่าวสารของสหกรณ์ รวมทั้งกิจกรรมอื่น ๆ ล้วนเป็นการพัฒนาระบบประชาธิปไตยในขั้นพื้นฐาน ซึ่งมีความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Cooperative Development Plan No. 5 (B.E. 2023-2027)) ซึ่งเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับสหกรณ์ ได้แก่ เป้าหมายที่ 1 การยุติความยากจนในทุกรูปแบบ เป้าหมายที่ 2 การยุติความหิวโหย บรรลุเป้าหมายความมั่นคงทางอาหาร และส่งเสริมโภชนาการและการทำการเกษตรที่ยั่งยืน เป้าหมายที่ 5 การบรรลุเป้าหมายความเสมอภาคระหว่างเพศและการเสริมพลังอำนาจให้แก่ผู้หญิงและเด็กผู้หญิง เป้าหมายที่ 8 การส่งเสริมการเจริญเติบโตที่ยั่งยืนและทั่วถึงและการส่งเสริมการจ้างงานที่มีผลิตภาพและงานที่มีคุณค่าสำหรับทุกคน เป้าหมายที่ 16 ส่งเสริมสังคมที่สันติสุข ทุกคนมีส่วนร่วมสำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืน และให้สามารถเข้าถึงความยุติธรรมสำหรับทุกคน ตลอดจนถึงสร้างสถาบันที่มีประสิทธิภาพ มีความรับผิดชอบในทุกระดับ

ผู้วิจัยมีความสนใจเรื่อง “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความยั่งยืนของสหกรณ์อิสลามใน 4 จังหวัดภาคใต้” จึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาระบบสหกรณ์อิสลามในประเทศไทย เพราะเป็นการวิจัยที่บูรณาการทั้งกรอบการดำเนินงานของหลักอิสลามและกรอบของการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยผู้วิจัยคาดหวังว่าจะทำให้เกิดองค์ความรู้ทางการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม สามารถนำไปใช้เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมกับสหกรณ์หรือหน่วยงานอื่นที่มีลักษณะใกล้เคียงกันเพื่อไปพัฒนาในองค์กรของตน อีกทั้งยังเป็นแนวทางเพื่อดำเนินงานสหกรณ์อิสลามอื่น ๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่สมาชิกอย่างยั่งยืนร่วมกันต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความยั่งยืนของสหกรณ์อิสลามใน 4 จังหวัดภาคใต้
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การใช้สื่อแบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความยั่งยืนของสหกรณ์อิสลามใน 4 จังหวัดภาคใต้
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความยั่งยืนของสหกรณ์อิสลามใน 4 จังหวัดภาคใต้

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความยั่งยืนของสหกรณ์อิสลามใน 4 จังหวัดภาคใต้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ที่ออกแบบวิธีการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก แบบมีเกณฑ์ (criterion sampling) อ้างอิง Creswell (2012) คือ การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจงพิจารณาถึงคุณสมบัติที่สามารถแสวงหาคำตอบในงานวิจัยในครั้งนี้ ประกอบด้วย 1) คณะกรรมการและผู้บริหารสหกรณ์อิสลามใน 4 จังหวัดภาคใต้ ได้แก่ ประธานกรรมการ รองประธานกรรมการ กรรมการ ผู้จัดการใหญ่ รองผู้จัดการใหญ่ จำนวนสหกรณ์ 4 แห่ง ๆ ละ 5 คน รวม 20 คน 2) ผู้แทนจากภาครัฐที่ทำหน้าที่ส่งเสริมพัฒนาสหกรณ์อิสลามใน 4 จังหวัดภาคใต้ จำนวน 4 แห่ง ๆ ละ 1 คน รวม 4 คน 3) นักวิชาการผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารที่มีประสบการณ์หรือทำงานด้านการสื่อสาร เป็นเวลาอย่างน้อย 3 ปีขึ้นไป รวม 3 คน และ 4) สมาชิกสหกรณ์เป็นผู้ที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดของสหกรณ์จัดตั้ง และเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการธุรกรรมต่าง ๆ กับสหกรณ์ จำนวน 4 แห่ง ๆ ละ 3 คน รวม 12 คน รวมทั้งสิ้น 39 คน

ขั้นตอนที่ 2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ก่อนนำเครื่องมือไปใช้เก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยนำแนวคำถามในการสัมภาษณ์ ข้อคำถามจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นผู้วิจัยนำแนวคำถามไปทดสอบสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน โดยได้ทดสอบถึงความเหมาะสมในการใช้ ภาษาความชัดเจนของคำถาม ความครอบคลุมของคำถาม และแนวทางที่ได้รับ แล้วนำกลับมาตรวจสอบแก้ไขและปรับปรุงให้เครื่องมือดังกล่าวมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลได้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีประเด็นสำคัญที่มุ่งเน้นศึกษา การจัดการการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ประกอบด้วย การวางแผนร่วมกันกับสมาชิก การตัดสินใจแบบเปิดกว้างร่วมกับสมาชิก การดำเนินการร่วมกับสมาชิก และการประเมินผลแบบ 360 องศา ร่วมกับสมาชิก กลยุทธ์การใช้สื่อ ประกอบด้วย กลยุทธ์การใช้สื่อบุคคล กลยุทธ์การใช้สื่อกิจกรรม และกลยุทธ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ และ

แนวทางการพัฒนา ประกอบด้วย แนวทางการพัฒนาการจัดการการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม และแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การใช้สื่อ เครื่องมือสัมภาษณ์นี้ช่วยให้ผู้วิจัยสามารถสืบค้นข้อมูลเชิงลึกจากประสบการณ์จริงของผู้ให้ข้อมูล และทำให้สามารถเข้าใจถึง บริบทที่ซับซ้อนและหลากหลายของการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีทั้งหมด 4 ชุด ได้แก่ ชุดที่ 1 สำหรับผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ คณะกรรมการและผู้บริหารสหกรณ์อิสลาม ชุดที่ 2 สำหรับผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้แทนจากภาครัฐที่ทำหน้าที่ส่งเสริมพัฒนาสหกรณ์อิสลาม ชุดที่ 3 สำหรับผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ นักวิชาการผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสาร และ ชุดที่ 4 สำหรับผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ สมาชิกสหกรณ์อิสลาม

ขั้นตอนที่ 3 การเก็บรวบรวมข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบเชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลักตามบัญชีรายชื่อ ขั้นตอนต่อไปประสานงานโดยให้ทางมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราชเป็นผู้ประสานงานส่งหนังสือไปยังผู้ให้ข้อมูลหลัก กลุ่ม 1- 4 เพื่อขอเข้าไปสัมภาษณ์พร้อมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์ของงานวิจัยและประโยชน์ต่าง ๆ ที่จะได้รับจากงานวิจัยในครั้งนี้ และผู้วิจัยได้ติดต่อประสานงานการนัดหมายวันและเวลาการเข้าขอสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลหลักอีกครั้ง การวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการสร้างข้อสรุปได้ดำเนินการจำแนกเนื้อหาของบทสัมภาษณ์ออกเป็นประเด็นต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ โดยนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำข้อมูลมาลดทอน จัดระเบียบ วิเคราะห์ สังเคราะห์ และการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) เพื่อสร้างเป็นข้อสรุปข้อมูลที่สมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ศึกษาการจัดการการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความยั่งยืนของสหกรณ์อิสลาม ใน 4 จังหวัดภาคใต้ พบว่า สามารถจำแนกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการวางแผนร่วมกับสมาชิก ด้านการตัดสินใจแบบเปิดกว้างร่วมกับสมาชิก ด้านการดำเนินการร่วมกับสมาชิก และด้านการประเมินแบบ 360 องศา ร่วมกับสมาชิก ดังนี้

1. ด้านการวางแผนร่วมกับสมาชิก สหกรณ์ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการวางแผน โดยมีนโยบายที่สนับสนุนให้สมาชิกได้แสดงความคิดเห็นผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น การประชุมใหญ่สามัญและวิสามัญ การจัดตั้งคณะทำงานเฉพาะกิจ และการใช้ช่องทางการสื่อสารภายในสหกรณ์ ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการจัดการสหกรณ์ การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้สมาชิกรับรู้และเข้าใจบทบาทของตนเองในการพัฒนาองค์กร และเชื่อว่าการวางแผนร่วมกันช่วยสร้างความรู้สึกร่วมเป็นเจ้าของ ความผูกพัน และการสนับสนุนจากสมาชิก รวมถึงช่วยให้การดำเนินงานสอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริงของสมาชิก เพราะการมีส่วนร่วมจะทำให้แผนงานมีความเป็นไปได้และได้รับการยอมรับจากทุกคน คณะกรรมการและผู้บริหารสหกรณ์เป็นแกนหลักในการขับเคลื่อนกระบวนการนี้ โดยมีผู้จัดการและเจ้าหน้าที่สหกรณ์เป็นผู้ประสานงาน ขณะเดียวกันก็เปิดโอกาสให้สมาชิกที่มีความรู้ความสามารถเข้ามามีบทบาทเป็นตัวแทนในการนำเสนอความคิดเห็น

2. ด้านการตัดสินใจแบบเปิดกว้างร่วมกับสมาชิก การตัดสินใจร่วมกับสมาชิกเกิดจากการสื่อสารของคณะกรรมการและผู้บริหารการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจที่ถูกต้อง ชัดเจน และเข้าใจง่าย ผ่านช่องทางที่เหมาะสม เช่น การประชุมร่วมกันหรือจะประชุมผ่านสื่อออนไลน์ โดยเปิดโอกาสให้สมาชิกได้อภิปรายซักถาม แสดงความคิดเห็นและร่วมตัดสินใจในประเด็นสำคัญต่าง ๆ ของสหกรณ์ ซึ่งรวมถึงการนำเสนอข้อมูลที่โปร่งใสและครบถ้วนแก่สมาชิกก่อนการตัดสินใจ เพื่อให้สมาชิกสามารถใช้ข้อมูลเหล่านั้นประกอบการพิจารณา การตัดสินใจส่วนใหญ่มักจะเกิดขึ้นในที่ประชุมใหญ่สามัญประจำปีหรือการประชุมวิสามัญ เพราะหากสมาชิกมีความรู้เพียงพอเกี่ยวกับเรื่องที่กำลังตัดสินใจ สมาชิกจะเกิดความรู้สึกร่วมและมีทัศนคติที่ดีต่อการมีส่วนร่วม และนำไปสู่การปฏิบัติจริงในการตัดสินใจร่วมกัน การตัดสินใจแบบเปิดกว้างร่วมกับสมาชิกจะ

ช่วยลดความขัดแย้งทางผลประโยชน์และสร้างความไว้วางใจระหว่างสมาชิกกับคณะกรรมการและผู้บริหาร ซึ่งนำไปสู่ความยั่งยืนของสหกรณ์ในที่สุด

3. ด้านการดำเนินการร่วมกับสมาชิก สหกรณ์ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกในด้านการดำเนินการกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ โดยมีนโยบายสนับสนุนให้สมาชิกได้เข้ามามีบทบาทในการดำเนินงานจริง ไม่ใช่เพียงแค่การวางแผนหรือตัดสินใจเท่านั้น รูปแบบการมีส่วนร่วมในการดำเนินการที่พบบ่อยได้แก่ การที่สมาชิกอาสาเข้ามาเป็นคณะทำงานหรืออาสาสมัครในกิจกรรมต่าง ๆ ของสหกรณ์ เช่น การจัดกิจกรรมส่งเสริมอาชีพ การดูแลสินทรัพย์ของสหกรณ์ หรือการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร นอกจากนี้สมาชิกยังเข้ามามีส่วนร่วมในการตรวจสอบการดำเนินงานผ่านการเข้าร่วมประชุมใหญ่ หรือการเป็นกรรมการตรวจสอบกิจการ ซึ่งเป็นการสะท้อนถึงบทบาทที่กระตือรือร้นของสมาชิกในการขับเคลื่อนสหกรณ์

4. ด้านการประเมินแบบ 360 องศาร่วมกับสมาชิก สหกรณ์มีแนวคิดและพยายามที่จะนำประเมินผลการดำเนินงานแบบรอบด้านมาใช้โดยไม่ได้จำกัดเพียงแค่การประเมินจากคณะกรรมการหรือฝ่ายจัดการเท่านั้น แต่ยังเปิดโอกาสให้สมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมในการให้ข้อคิดเห็นและประเมินผลการดำเนินงานของสหกรณ์ในภาพรวม รวมถึงโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ที่สหกรณ์จัดขึ้น การประเมินนี้อาจเกิดขึ้นในรูปแบบของการให้ข้อเสนอแนะในที่ประชุม การแสดงความคิดเห็นผ่านช่องทางต่าง ๆ หรือการเป็นส่วนหนึ่งของคณะกรรมการตรวจสอบกิจการซึ่งเป็นการสะท้อนถึงความมุ่งมั่นที่จะนำข้อเสนอแนะของสมาชิมาปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานของสหกรณ์

วัตถุประสงค์ที่ 2 ศึกษากลยุทธ์การใช้สื่อแบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความยั่งยืนของสหกรณ์อิสลามใน 4 จังหวัดภาคใต้ พบว่า สามารถจำแนกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ กลยุทธ์การใช้สื่อบุคคล กลยุทธ์การใช้สื่อกิจกรรม และกลยุทธ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ ดังนี้

1. กลยุทธ์การใช้สื่อบุคคล เป็นกลไกสำคัญที่สุดในการสร้างความยั่งยืนของสหกรณ์อิสลามโดยเฉพาะในบริบทสังคมมุสลิมที่ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการให้ความเคารพต่อผู้นำทางศาสนา แนวทางที่มีประสิทธิภาพคือการพัฒนาทักษะการสื่อสารของบุคลากรในสหกรณ์ ทั้งเจ้าหน้าที่และคณะกรรมการ ควบคู่ไปกับการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับผู้นำทางความคิดในชุมชน เช่น อิหม่าม ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้นำศาสนาที่ได้รับการยอมรับ เพื่อทำหน้าที่เป็นผู้ถ่ายทอดข้อมูลและสร้างความเชื่อมั่นให้กับสมาชิก

2. กลยุทธ์การใช้สื่อกิจกรรม การใช้สื่อกิจกรรมที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมอิสลามเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่ช่วยสร้างการมีส่วนร่วมได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้สมาชิกได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและร่วมกันกำหนดทิศทางขององค์กร การจัดกิจกรรมร่วมกัน เช่น การละศีลอด, เวรกีฮ์, ตลาดชุมชน หรือกิจกรรมจิตอาสา ไม่เพียงแต่ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสมาชิกเท่านั้น แต่ยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และแสดงถึงความรับผิดชอบของสหกรณ์ต่อชุมชน ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน

3. กลยุทธ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ ถือเป็นเครื่องมือที่ช่วยเติมเต็มการสื่อสารในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะการเข้าถึงกลุ่มสมาชิกที่เป็นคนรุ่นใหม่ ผลการวิจัยพบว่าสหกรณ์ควรมีการพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ใช้งานง่ายและสอดคล้องกับหลักศาสนาพร้อมทั้งผลิตเนื้อหาที่สร้างสรรค์และมีคุณค่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมอบหมายให้ทีมเยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตสื่อ เพื่อให้ภาษาและรูปแบบการนำเสนอมีความน่าสนใจและเข้าถึงง่าย การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างการมีส่วนร่วมแบบสองทางเพื่อรับฟังความคิดเห็นและตอบสนองความต้องการของสมาชิก จะช่วยให้สหกรณ์สามารถเชื่อมโยงกับสมาชิกได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

วัตถุประสงค์ที่ 3 ศึกษาแนวทางการพัฒนาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความยั่งยืนของสหกรณ์อิสลามใน 4 จังหวัดภาคใต้ พบว่า สามารถจำแนกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ การจัดการการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความยั่งยืน และกลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความยั่งยืน ดังนี้

1. การจัดการการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม จำเป็นต้องเน้นที่ความเข้าใจร่วมกัน การเปิดกว้าง โปร่งใส การรับฟัง และการนำเทคโนโลยีมาใช้อย่างคุ้มค่าไปกับการสร้างปฏิสัมพันธ์โดยตรงเพื่อให้สมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนสหกรณ์ได้อย่างแท้จริง สรุปผลการวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการจัดการการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่สำคัญ 4 ประการ ดังนี้

1.1 แนวทางการพัฒนาการวางแผนร่วมกันกับสมาชิก การพัฒนาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเริ่มต้นจากการเปิดโอกาสให้สมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนตั้งแต่แรกเริ่ม ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ หรือนโยบายต่าง ๆ การร่วมวางแผนนี้ไม่เพียงแต่ช่วยให้แผนงานสอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริงของสมาชิก แต่ยังสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของและความผูกพันต่อสหกรณ์อีกด้วย สหกรณ์ควรจัดให้มีเวทีสำหรับฟังความคิดเห็นอย่างสม่ำเสมอ เช่น การประชุมระดมสมอง หรือการใช้ช่องทางออนไลน์ เพื่อให้มั่นใจว่าทุกเสียงจะถูกนำมาพิจารณา

1.2 แนวทางการพัฒนาการตัดสินใจแบบเปิดกว้างร่วมกับสมาชิก การตัดสินใจแบบมีส่วนร่วมถือเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความโปร่งใสและสร้างความไว้วางใจให้กับสมาชิก โดยเฉพาะในประเด็นสำคัญที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อชีวิตของสมาชิก เช่น การกำหนดอัตราปันผลหรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ การเปิดให้สมาชิกได้แสดงความคิดเห็นและมีสิทธิ์ในการตัดสินใจร่วมกันจะช่วยให้การตัดสินใจมีความชอบธรรมและได้รับการยอมรับจากทุกฝ่าย

1.3 แนวทางการพัฒนาการดำเนินการร่วมกับสมาชิก การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจะสมบูรณ์ได้ต้องไม่หยุดอยู่แค่การวางแผนและการตัดสินใจ แต่ต้องขยายไปถึงการลงมือปฏิบัติร่วมกันด้วย สหกรณ์ควรส่งเสริมให้สมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นการร่วมเป็นคณะกรรมการ การจัดการกิจกรรมเพื่อสังคม หรือการเป็นแกนนำในการขับเคลื่อนโครงการในระดับชุมชน การได้ลงมือทำร่วมกันจะช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดี เสริมสร้างความสามัคคี และทำให้การพัฒนาเป็นไปอย่างยั่งยืนและต่อเนื่อง

1.4 แนวทางการพัฒนาการประเมินแบบ 360 องศาร่วมกับสมาชิก การประเมินผลที่ครอบคลุมทุกมิติเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าสหกรณ์ควรเปิดโอกาสให้สมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมในการประเมินผล การดำเนินงานขององค์กร โดยไม่จำกัดอยู่แค่การประเมินจากคณะกรรมการเท่านั้น การจัดทำแบบสอบถามความพึงพอใจ การจัดเวทีรับฟังข้อเสนอแนะ หรือการให้สมาชิกได้มีส่วนร่วมในการตรวจสอบการดำเนินงานอย่างโปร่งใส จะช่วยให้สหกรณ์สามารถนำผลการประเมินมาปรับปรุงแก้ไขได้อย่างตรงจุด และยังช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับสมาชิกได้เป็นอย่างดี

2. กลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ต้องอาศัยการบูรณาการกลยุทธ์ทั้งสามด้านเข้าด้วยกันอย่างสมดุล โดยเริ่มต้นจากการสร้างความเข้มแข็งของสื่อบุคคล ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างความน่าเชื่อถือตามด้วยการใช้สื่อกิจกรรม เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์และจิตสำนึกความเป็นเจ้าของร่วมกัน และปิดท้ายด้วยการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เป็นเครื่องมือในการขยายขอบเขตการสื่อสารให้กว้างขวางและทันสมัย ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างความยั่งยืนให้กับสหกรณ์ในระยะยาวอย่างแท้จริง แนวทางการพัฒนาที่สำคัญ 3 ด้าน ได้ดังนี้

2.1 แนวทางการพัฒนาการใช้สื่อบุคคล เป็นสิ่งที่มีประสิทธิภาพสูงโดยเฉพาะในบริบทของชุมชนมุสลิมควรมีการฝึกอบรมผู้นำสหกรณ์ให้มีความรู้ความเข้าใจในหลักการของสหกรณ์อิสลามอย่างลึกซึ้ง รวมถึงทักษะการสื่อสารเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความศรัทธาของสมาชิก ควรเปิดโอกาสให้สมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมในการเป็นกระบอกเสียงของสหกรณ์โดยเฉพาะสมาชิกที่มีอิทธิพลในชุมชน เพื่อให้เกิดการสื่อสาร

แบบปากต่อปาก (Word-of-Mouth) ที่มีประสิทธิภาพ ควรมีการจัดตั้งทีมงานที่ทำหน้าที่สื่อสารโดยตรงกับสมาชิกและชุมชน เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและตอบสนองความต้องการของสมาชิกได้อย่างรวดเร็ว

2.2 แนวทางการพัฒนากิจกรรมใช้สื่อกิจกรรม เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างปฏิสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมของสมาชิก แนวทางที่ควรพัฒนาคือจัดกิจกรรมที่บูรณาการเข้ากับหลักศาสนา เช่น การจัดงานบรรยายธรรม กิจกรรมละศีลอด หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือสังคม เพื่อสร้างความรู้สึกร่วมเป็นส่วนหนึ่งของสภรณ์ ควรเน้นกิจกรรมที่ช่วยพัฒนาทักษะอาชีพ สร้างรายได้ หรือแก้ไขปัญหาาร่วมกันในชุมชน เพื่อให้สมาชิกเห็นถึงคุณค่าและประโยชน์ของการเป็นส่วนหนึ่งของสภรณ์ และควรมีการประเมินผลการจัดกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงและพัฒนาารูปแบบกิจกรรมให้ตอบสนองความต้องการของสมาชิกได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.3 แนวทางการพัฒนากิจกรรมใช้สื่อสังคมออนไลน์ เป็นช่องทางที่ช่วยให้เข้าถึงสมาชิกได้กว้างขวางและรวดเร็ว แนวทางที่สำคัญคือการสร้างและจัดการบัญชีสื่อสังคมออนไลน์ของสภรณ์ (เช่น Line, Facebook) ให้มีความน่าสนใจ เข้าถึงง่าย และมีการอัปเดตข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ สร้างเนื้อหาที่ตอบสนองความสนใจของสมาชิก เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับสภรณ์อิสลาม ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการ หรือเรื่องราวความสำเร็จของสมาชิก ควรเปิดโอกาสให้สมาชิกได้แสดงความคิดเห็น สอบถาม หรือร่วมกิจกรรมออนไลน์ต่าง ๆ เช่น การประกวดภาพถ่าย หรือการตั้งคำถาม เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์และชุมชนออนไลน์ที่เข้มแข็ง

องค์ความรู้ใหม่

จากผลการศึกษาจะพบว่า สื่อบุคคลยังคงมีความสำคัญมากที่สุดในการสร้างความน่าเชื่อถือและความเข้าใจ โดยเฉพาะในบริบทสภรณ์อิสลามที่มีรากฐานทางศาสนาและผู้นำชุมชนเป็นศูนย์กลาง สื่อกิจกรรมไม่เพียงสร้างการมีส่วนร่วม แต่ยังสร้างทุนทางสังคม (Social Capital) ที่เป็นรากฐานสำคัญของความยั่งยืนในสภรณ์ สื่อออนไลน์ในสภรณ์อิสลาม แม้จะถูกนำมาใช้แต่ยังขาดประสิทธิภาพเชิงปฏิสัมพันธ์ (Interactive Communication) จึงชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการออกแบบการสื่อสารเชิงรุก เช่น Live Q&A, การโต้ตอบความคิดเห็น, และการสร้างเนื้อหาที่สอดคล้องกับความต้องการเฉพาะกลุ่มสมาชิก การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความยั่งยืนต้องไม่หยุดแค่ “การรับรู้และแสดงความคิดเห็น” แต่ควรเป็นการมีส่วนร่วมที่ต่อเนื่องในทุกขั้นตอนเพื่อเปลี่ยนบทบาทสมาชิกจาก “ผู้รับสาร” สู่ “ผู้ร่วมขับเคลื่อน” การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความยั่งยืนในสภรณ์อิสลามต้องอาศัยการผสมผสานของสื่อบุคคล สื่อกิจกรรม และสื่อสังคมออนไลน์ โดยใช้ผู้นำศาสนาและผู้นำชุมชน เป็นตัวเชื่อมความน่าเชื่อถือ และใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นตัวขยายการมีส่วนร่วม เพื่อสร้างความยั่งยืนทั้งด้าน สังคม ศาสนา และเศรษฐกิจ ดังสรุปเป็นโมเดล ดังรูปภาพที่ 1

APHINAN Model

Participatory communication for the sustainability of Islamic cooperatives
in four southern provinces

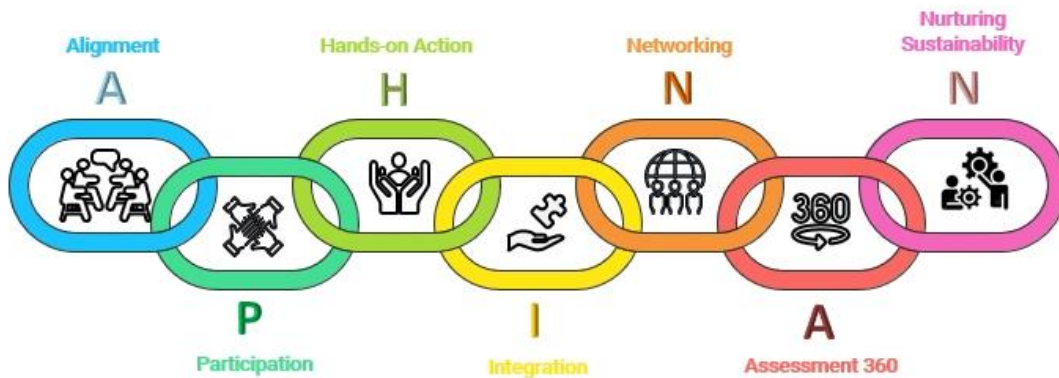


Figure 1: APHINAN Communication Model and Participatory Communication for Sustainability of Islamic Cooperatives in the Four Southern Provinces

จากภาพที่ 1 APHINAN Model เป็นโมเดลการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความยั่งยืน โมเดลนี้ออกแบบมาเพื่อใช้เป็นแนวทางการจัดการการสื่อสารในสหกรณ์อิสลามหรือองค์กรอื่นที่ต้องการสร้างความยั่งยืนผ่านการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย จากภาพจะเห็นคำย่อที่สะท้อน 7 ขั้นตอน คือ 1) การวางแผนร่วมกัน (Alignment) ทุกฝ่ายต้องมานั่งคุยและกำหนดแผนร่วมกันเพื่อให้ทุกคนเห็นพ้องและเดินไปในทิศทางเดียวกัน 2) การตัดสินใจร่วมกัน (Participation) เปิดโอกาสให้สมาชิกทุกเสียงมีค่า ไม่ใช่แค่ผู้บริหารตัดสินใจ แต่เป็นการร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ 3) การลงมือทำร่วมกัน (Hands-on Action) ไม่หยุดอยู่แค่แผน ต้องลงมือปฏิบัติจริง ร่วมกันผลักดันให้เกิดผลลัพธ์ 4) การบูรณาการกลยุทธ์ (Integration) ใช้เครื่องมือสื่อสารอย่างครบถ้วนทั้งสื่อบุคคล (พูดคุยตรง), สื่อกิจกรรม (เวิร์กช็อป/กิจกรรมชุมชน), และสื่อออนไลน์ เพื่อเสริมกันและกัน 5) การสร้างเครือข่าย (Networking) เชื่อมโยงความร่วมมือ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้เกิดพลังในการทำงานและแข็งแกร่งขึ้น 6) การประเมินรอบด้าน (Assessment 360) ประเมินผลการดำเนินงานจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นสมาชิก ผู้นำชุมชน หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้การประเมินสะท้อนมุมมองที่หลากหลาย และ 7) การพัฒนาต่อเนื่องเพื่อความยั่งยืน (Nurturing Sustainability) ใช้ผลการประเมินมาปรับปรุง และต่อยอดกิจกรรม ทำให้การมีส่วนร่วมไม่หยุดแค่ครั้งเดียว แต่เป็นวงจรที่พัฒนาไปเรื่อย ๆ

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความยั่งยืนของสหกรณ์อิสลามใน 4 จังหวัดภาคใต้” สามารถอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 “การจัดการการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความยั่งยืนของสหกรณ์อิสลามใน 4 จังหวัดภาคใต้” พบว่า มีองค์ประกอบ 4 ด้าน คือ 1) ด้านการวางแผนร่วมกับสมาชิก 2) ด้านการตัดสินใจแบบเปิดกว้างร่วมกับสมาชิก 3) ด้านการดำเนินการร่วมกับสมาชิก และ 4) ด้านการประเมินแบบ 360 องศา ร่วมกับสมาชิก ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะว่า องค์ประกอบที่ 1 “ด้านการวางแผน

ร่วมกับสมาชิก” เป็นกลยุทธ์ที่ทำให้ผู้บริหาร (ผู้ส่ง หรือ Source) สามารถปรับปรุง (สาร หรือ Message) และ (ช่องทาง หรือ Channel) การสื่อสารให้เหมาะสมกับความต้องการและภูมิหลังของสมาชิก (ผู้รับ หรือ Receiver) เพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการสื่อสารของ เดวิด เค. เบอร์โล (Berlo, 1960) และสอดคล้องกับทฤษฎีความรู้ ทศนคติ และการปฏิบัติ (KAP Theory) ที่พบว่า การเปิดโอกาสให้สมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผน ไม่เพียงแต่เป็นการให้ข้อมูล แต่ยังเป็นการสร้างความรู้ (Knowledge) ที่ถูกต้องเกี่ยวกับหลักการของสหกรณ์อิสลาม เมื่อสมาชิกมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องแล้ว จะนำไปสู่การเปลี่ยนทัศนคติ (Attitude) ที่ดี และในที่สุดจะส่งผลให้เกิดการปฏิบัติ (Practice) ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของสหกรณ์

องค์ประกอบที่ 2 “ด้านการตัดสินใจแบบเปิดกว้างร่วมกับสมาชิก” นับเป็นกระบวนการตัดสินใจที่โปร่งใสและเปิดโอกาสให้สมาชิกทุกคนได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ช่วยสร้างความไว้วางใจ (Trust) และความเชื่อมั่นในผู้นำองค์กร อันเป็นรากฐานของความยั่งยืนในระยะยาว ซึ่งสอดคล้องกับองค์ประกอบ Channel และ Effect ใน Laswell’s Communication Model ของ ลาสเวลล์ (Lasswell, 1948) ที่เห็นว่า ช่องทางการสื่อสารที่ชัดเจนและโปร่งใสจะนำไปสู่ผลลัพธ์เชิงบวกต่อการยอมรับและการปฏิบัติตามมติร่วมกัน

องค์ประกอบที่ 3 “ด้านการดำเนินการร่วมกับสมาชิก” เมื่อสมาชิกได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง โปร่งใส และสร้างทัศนคติที่ดีต่อสหกรณ์แล้ว ขั้นตอนต่อมาที่สำคัญคือการแสดงออกเชิงปฏิบัติ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรม การอาสาสมัครสนับสนุนโครงการ หรือการช่วยกำกับดูแลกิจการของสหกรณ์ในมิติต่าง ๆ ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่ช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งและความยั่งยืนขององค์กรในระยะยาว ซึ่งสอดคล้องกับกรอบแนวคิด KAP Theory ของ แอสโครฟท์ (Ascroft, 1987) ที่ชี้ให้เห็นพฤติกรรม (Practice) ของบุคคลเกิดขึ้นภายหลังจากการมีความรู้ (Knowledge) และทัศนคติ (Attitude) และ

องค์ประกอบที่ 4 “ด้านการประเมินแบบ 360 องศาร่วมกับสมาชิก” เป็นหัวใจสำคัญของการสร้างความยั่งยืนในระยะยาว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง Feedback ในกรอบ SMCR Model ของ เดวิด เค. เบอร์โล (Berlo, 1960) ที่ชี้ให้เห็นว่า วงจรการสื่อสารจะสมบูรณ์ได้ก็ต่อเมื่อมีการป้อนกลับที่เป็นระบบ ดังนั้น การเปิดพื้นที่ให้สมาชิกและผู้บริหารแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในลักษณะป้อนกลับ (feedback loop) จึงช่วยให้สหกรณ์สามารถปรับปรุงและแก้ไขปัญหาได้ตรงจุด อีกทั้งยังทำให้เกิดความเข้าใจร่วมระหว่างผู้ส่งและผู้รับสาร ซึ่งนำไปสู่การตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 “กลยุทธ์การใช้สื่อแบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความยั่งยืนของสหกรณ์อิสลามใน 4 จังหวัดภาคใต้” พบว่า มี 3 กลยุทธ์ คือ 1) กลยุทธ์การใช้สื่อบุคคลเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม 2) กลยุทธ์การใช้สื่อกิจกรรมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม และ 3) กลยุทธ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะว่า กลยุทธ์ที่ 1 “กลยุทธ์การใช้สื่อบุคคลเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม” การใช้สื่อบุคคล ได้แก่ ผู้บริหาร คณะกรรมการ และผู้นำศาสนา (อิหม่าม) นี้ ถือเป็นแนวทางที่มีประสิทธิภาพสูงในการสร้างการมีส่วนร่วมและเสริมความยั่งยืนของสหกรณ์อิสลามในสี่จังหวัดภาคใต้ จุดเด่นของสื่อบุคคลคือการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (face-to-face communication) ซึ่งเอื้อต่อการถ่ายทอดสารอย่างชัดเจน ตลอดจนสามารถตอบข้อซักถามและข้อกังวลของสมาชิกได้อย่างทันท่วงที อันนำไปสู่การแลกเปลี่ยนข้อมูลเชิงลึกและการทำความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการสื่อสารของ เดวิด เค. เบอร์โล (Berlo, 1960) ใน SMCR Model การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของผู้ส่งสาร (Source) ทั้งด้านความรู้ ความน่าเชื่อถือ และทักษะการสื่อสาร ในบริบทของสหกรณ์อิสลาม ผู้นำองค์กรและผู้นำศาสนามีข้อได้เปรียบตรงที่ใกล้ชิดกับสมาชิก อีกทั้งได้รับการยอมรับในฐานะบุคคลที่มีคุณธรรมและมี

ความรู้ด้านศาสนา จึงทำให้สารที่ถ่ายทอดมีความน่าเชื่อถือสูง และส่งผลโดยตรงต่อการสร้างความไว้วางใจ การมีส่วนร่วม และความผูกพันระยะยาวของสมาชิกต่อสหกรณ์ผลการวิจัย และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Nakkarnian (2016) ที่ชี้ว่า การสื่อสารโดยใช้บุคคลที่สมาชิกไว้วางใจและมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดจะช่วยสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วม (co-ownership) และความผูกพัน (commitment) ต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญ

กลยุทธ์ที่ 2 “กลยุทธ์การใช้สื่อกิจกรรมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม” การใช้สื่อกิจกรรม เช่น การประชุมใหญ่สามัญประจำปี การอบรมเชิงปฏิบัติการ และกิจกรรมส่งเสริมความสัมพันธ์ในชุมชน เป็นต้น เป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยสร้างการมีส่วนร่วมเชิงปฏิบัติของสมาชิก ไม่เพียงทำหน้าที่เผยแพร่ข้อมูล แต่ยังเป็นเวทีสะท้อนปัญหา แสดงข้อคิดเห็น และร่วมกันหาทางออกเชิงสร้างสรรค์ ทำให้สหกรณ์ปรับกลยุทธ์ได้สอดคล้องกับความต้องการจริงของชุมชนในเชิงทฤษฎี การสื่อสารผ่านกิจกรรมนี้ถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับโมเดล SMCR Model ของ เดวิด เค. เบอร์โล (Berlo, 1960) มิติ Channel ที่ช่วยเอื้อต่อการสื่อสารแบบสองทางและการป้อนกลับ (feedback) ส่งผลให้การถอดรหัสสารมีความถูกต้อง และสอดคล้องกับกรอบแนวคิด KAP Theory ของ แอสโครฟท์ (Ascroft, 1987) ที่ชี้ว่า การมีส่วนร่วมในกิจกรรมจะเพิ่มขึ้นเมื่อความรู้ (Knowledge) ปรับให้เกิดทัศนคติ (Attitude) ที่ดี และนำไปสู่การปฏิบัติ (Practice) ที่เอื้อต่อความสำเร็จขององค์กรหรือสหกรณ์ และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Engchuan (2023) ที่พบว่า การจัดการการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการจัดการขยะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั้ง 3 แห่ง ที่เน้นการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ผ่านกิจกรรมโครงการแบบมีส่วนร่วม และ

กลยุทธ์ที่ 3 “กลยุทธ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม” การใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, LINE Official, WhatsApp และ TikTok เป็นต้น มีบทบาทสำคัญในฐานะเครื่องมือสื่อสารที่สามารถถ่ายทอดข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ครอบคลุม และเข้าถึงสมาชิกในวงกว้างอย่างมีประสิทธิภาพ สื่อเหล่านี้เปิดโอกาสให้สมาชิกติดตามข่าวสารของสหกรณ์ได้อย่างต่อเนื่องโดยไม่ถูกจำกัดด้วยเวลาและสถานที่ อีกทั้งยังเป็นช่องทางให้สมาชิกแสดงความคิดเห็นหรือเสนอข้อเสนอแนะได้ตลอดเวลา ส่งผลให้การสื่อสารระหว่างผู้บริหารกับสมาชิกมีความคล่องตัวและลดช่องว่างอย่างมีนัยสำคัญในเชิงทฤษฎี ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี Agency Theory ของ เจนเซน และ แมคคลิงค์ (Jensen and Mackling, 1976) ที่มองว่าความท้าทายระหว่างตัวการ (principal) ได้แก่ สมาชิก กับ ตัวแทน (agent) ได้แก่ ผู้บริหาร คือ การลดความไม่สมดุลของข้อมูล (information asymmetry) และเพิ่มความโปร่งใส การสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ทำให้สมาชิกเข้าถึงข้อมูลได้เท่าเทียมและทันเวลา ลดต้นทุนความไม่ไว้วางใจ (agency cost) และเพิ่มการตรวจสอบถ่วงดุลอย่างไม่เป็นทางการ และสอดคล้องกับแนวคิดของ Thayahpink (2003) ที่เน้นการเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนที่สอดคล้องกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพราะแพลตฟอร์มเหล่านี้เป็นพื้นที่เปิดให้สมาชิกทุกคนสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้อย่างเสรี อันนำไปสู่ความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วม (co-ownership) และความผูกพัน (commitment) ต่อสหกรณ์ และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Kasimon (2020) ที่พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างชาติหลังได้รับเอกราชของมาเลเซียมุ่งเน้นไปที่การสร้างเอกลักษณ์ประจำชาติ โดยรัฐบาลใช้กลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วมด้วยการสื่อสารแบบสองทางผ่านโซเชียลมีเดียรูปแบบต่าง ๆ

อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 “แนวทางการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนเพื่อสร้าง ความยั่งยืนของสหกรณ์อิสลามใน 4 จังหวัดภาคใต้” พบว่า มี 2 แนวทาง คือ 1) แนวทางการพัฒนาการจัดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม และ 2) แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การจัดการการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ทั้งนี้

อาจจะเป็นเพราะว่า แนวทางที่ 1 “แนวทางการพัฒนาการจัดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม” มีองค์ประกอบ 4 ด้าน ดังนี้

1.1 ด้านการวางแผนร่วมกับสมาชิก ซึ่งสอดคล้องกับโมเดล SMCR Model ของ เดวิด เค. เบอร์โล (Berlo, 1960) ที่เน้นความเข้าใจร่วมระหว่างผู้ส่งและผู้รับสาร ขณะเดียวกันยังสัมพันธ์กับทฤษฎี KAP Theory ของ Ascroft (1987) ที่เน้นการมีส่วนร่วมในระยะวางแผนช่วยเพิ่มความรู้ (Knowledge) และปรับทัศนคติ (Attitude) เพื่อส่งต่อไปสู่การปฏิบัติ (Practice) ที่มีประสิทธิภาพ

1.2 ด้านการตัดสินใจแบบเปิดกว้างร่วมกับสมาชิก ซึ่งสอดคล้องกับโมเดล Lasswell's Model ของ ลาสเวลล์ (Lasswell, 1948) ที่เน้นการใช้ Channel ที่เปิดกว้างเพื่อนำไปสู่ Effect ที่เป็นเชิงบวก นอกจากนี้ยังสัมพันธ์กับ Agency Theory ของ เจนเซน และ แมคคลิงค์ (Jensen and Meckling, 1976) ที่เน้นการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสช่วยลดความไม่สมดุลของข้อมูล (information asymmetry) ระหว่างสมาชิก (principal) กับ ผู้บริหาร (agent)

1.3 ด้านการดำเนินการร่วมกับสมาชิก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เบอร์กูน และ รัฟเนอร์ (Burgoon and Ruffner, 1978) ที่อธิบายว่า การสื่อสารแบบเผชิญหน้าและการปฏิสัมพันธ์โดยตรงช่วยเพิ่มความไว้วางใจ และสอดคล้องกับแนวคิดของ Thayahpink (2003) ที่ชี้ว่าการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องก่อให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของ (co-ownership) และความผูกพันต่อองค์กร(สหกรณ์)

1.4 ด้านการประเมินแบบ 360 องศา ร่วมกับสมาชิก ซึ่งสอดคล้องกับองค์ประกอบ Feedback ใน SMCR Model ของ เดวิด เค. เบอร์โล (Berlo, 1960)

ส่วนแนวทางที่ 2 “แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การจัดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม” มีองค์ประกอบ 3 ประการ ดังนี้

2.1 การพัฒนากลยุทธ์การใช้สื่อบุคคล ผลการวิจัยชี้ว่า การพัฒนาศักยภาพของ “ผู้นำ” ทั้งผู้บริหาร คณะกรรมการ และผู้นำศาสนา (อิหม่าม) ให้มีความสามารถด้านการสื่อสารและการสร้างความสัมพันธ์กับสมาชิก เป็นปัจจัยสำคัญต่อการเสริมสร้างความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือ การประยุกต์หลักการชูรอ (Shura) หรือการปรึกษาหารือตามหลักการอิสลามช่วยให้การสื่อสารมีลักษณะเปิดกว้างและเป็นธรรม อีกทั้งการลงพื้นที่พบปะสมาชิกอย่างสม่ำเสมอช่วยลดช่องว่างข้อมูล ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี Agency Theory ของ เจนเซน และ แมคคลิงค์ (Jensen and Meckling, 1976) ที่มุ่งลดความไม่สมดุลของข้อมูลระหว่างสมาชิก (principal) และผู้บริหาร (agent) และสอดคล้องกับ SMCR Model ของ Berlo (1960) ที่เน้นคุณภาพของผู้ส่งสาร (Source) ด้านความรู้ ความน่าเชื่อถือ และทักษะการสื่อสาร และสอดคล้องกับข้อเสนอของ Burgoon and Ruffner (1978) ที่มองว่า การสื่อสารแบบเผชิญหน้า (face-to-face communication) เป็นช่องทางสำคัญในการสร้างความผูกพันและลดความขัดแย้ง

2.2 การพัฒนากลยุทธ์การใช้สื่อกิจกรรม ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การออกแบบกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น การประชุมใหญ่ การศึกษาศาสนา และกิจกรรมเพื่อสังคม ไม่เพียงทำหน้าที่เป็นช่องทางการสื่อสาร แต่ยังเป็นกลไกในการสร้างความผูกพันเชิงลึกระหว่างสมาชิกและองค์กร กิจกรรมเหล่านี้สามารถอธิบายได้ตาม Lasswell's Model ที่มองว่า Channel เป็นสื่อกลางที่ส่งสาร (Says What) จากผู้ส่ง (Who) ไปยังผู้รับ (To Whom) โดยมีผลลัพธ์ (Effect) คือ การสร้างความสัมพันธ์ ความไว้วางใจ และความร่วมมือในระยะยาว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Thayahpink (2003) ที่ชี้ว่ากิจกรรมชุมชนเป็นเวทีสำคัญของการมีส่วนร่วม และสอดคล้องกับทฤษฎี KAP Theory ของ Ascroft (1987) ที่เน้นการมีส่วนร่วมในระยะวางแผนช่วยเพิ่มความรู้ (Knowledge) และปรับทัศนคติ (Attitude) เพื่อส่งต่อไปสู่การปฏิบัติ (Practice) ที่มีประสิทธิภาพ

ที่อธิบายว่าการเข้าร่วมกิจกรรมช่วยเสริม ความรู้ (Knowledge) ปรับทัศนคติ (Attitude) และนำไปสู่การปฏิบัติ (Practice) อย่างยั่งยืน

2.3 การพัฒนากลยุทธ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการจัดการสื่อสังคมออนไลน์อย่างมืออาชีพเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์สำคัญ เนื่องจากช่วยให้การสื่อสารมีความรวดเร็ว เข้าถึงวงกว้าง และเปิดโอกาสให้สมาชิกมีส่วนร่วมได้ทุกที่ทุกเวลา การกำหนดผู้ดูแล (Admin) ที่มีความรู้ด้านการสื่อสารและเข้าใจบริบทของสหกรณ์เป็นเงื่อนไขสำคัญต่อการผลิตและเผยแพร่เนื้อหาที่สม่ำเสมอและน่าเชื่อถือ อีกทั้งการมีระบบตรวจสอบข้อเท็จจริงและตอบสนองต่อความคิดเห็นอย่างรวดเร็วช่วยให้การสื่อสารเป็นแบบสองทาง (two-way communication) อย่างแท้จริง ซึ่งสอดคล้องกับ SMCR Model ในมิติ Channel และ Feedback ที่ทำให้งจรการสื่อสารสมบูรณ์ของ เดวิด เค. เบอร์โล (Berlo, 1960) และสอดคล้องกับทฤษฎี Agency Theory ของ เจนเซ่น และ แมคคลิงก์ (Jensen and Meckling, (1976) ที่มุ่งลดความไม่สมดุลของข้อมูลระหว่างสมาชิก (principal) และผู้บริหาร (agent) ที่ชี้ว่าการสื่อสารออนไลน์ช่วยลดความไม่สมดุลของข้อมูลเพิ่มความโปร่งใส และสร้างความไว้วางใจระหว่างสมาชิกกับผู้บริหาร และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Katewongsa and Cunanan (2022) ที่พบว่า สื่อออนไลน์มีอิทธิพลอย่างยิ่งในสังคมไทยปัจจุบัน สถาบันและองค์กรต่าง ๆ มีการปรับตัวในการใช้สื่อออนไลน์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับโมเดล SMCR Model ของ เดวิด เค. เบอร์โล (Berlo, 1960) ที่ช่วยเอื้อต่อการสื่อสารแบบสองทางและการป้อนกลับ (feedback) ส่งผลให้การถอดรหัสสารมีความถูกต้อง

สรุป

สหกรณ์อิสลามใน 4 จังหวัดภาคใต้ จักมีความยั่งยืนของสหกรณ์ขึ้นอยู่กับความร่วมมืออย่างแท้จริงของสมาชิกในทุกมิติของการดำเนินงาน รวมถึงการใช้เครื่องมือสื่อสารที่สอดคล้องกับบริบททางสังคมและศาสนา ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ ดังนี้

1) การจัดการการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ด้านการวางแผนร่วมกับสมาชิก เป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญที่สุดด้านการตัดสินใจแบบเปิดกว้างร่วมกับสมาชิก ช่วยลดความขัดแย้งและสร้างความไว้วางใจ ด้านการดำเนินการร่วมกับสมาชิก สะท้อนถึงบทบาทที่กระตือรือร้นในการขับเคลื่อนสหกรณ์ และด้านการประเมินผลแบบ 360 องศาร่วมกับสมาชิก เพื่อให้สามารถนำผลมาปรับปรุงพัฒนาองค์กรได้อย่างตรงจุดและสร้างความเชื่อมั่นอย่างต่อเนื่อง

2) กลยุทธ์การใช้สื่อแบบมีส่วนร่วม กลยุทธ์การใช้สื่อบุคคล เป็นกลไกที่มีประสิทธิภาพสูงสุดในบริบทสังคมมุสลิมที่ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กลยุทธ์การใช้สื่อกิจกรรม เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างปฏิสัมพันธ์และความสามัคคีในหมู่สมาชิก และกลยุทธ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ เป็นเครื่องมือที่ขาดไม่ได้ในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะการเข้าถึงสมาชิกที่เป็นคนรุ่นใหม่ และ

3) แนวทางการพัฒนาเพื่อสร้างความยั่งยืน เป็นแนวทางการพัฒนาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเน้นการบูรณาการความโปร่งใส การเปิดกว้าง การรับฟังและการใช้เทคโนโลยีเข้ากับการสร้างปฏิสัมพันธ์โดยตรง ซึ่งประกอบด้วย แนวทางการพัฒนาการจัดการ ที่ต้องเน้นการเปิดโอกาสให้สมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนอย่างสม่ำเสมอ ตั้งแต่การจัดเวทีรับฟังความคิดเห็นในการวางแผน การให้สิทธิในการตัดสินใจร่วมกันในประเด็นสำคัญ การส่งเสริมให้สมาชิกเข้าร่วมเป็นคณะทำงานในการดำเนินการจริง และการให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการตรวจสอบและประเมินผลแบบรอบด้าน (360 องศา) อย่างโปร่งใส เพื่อให้สามารถนำผลมาปรับปรุงแก้ไขได้อย่างตรงจุด และส่วนแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ ต้องอาศัยการสร้างคามเข้มแข็งของสื่อบุคคลควบคู่ไปกับการใช้สื่อกิจกรรมที่บูรณาการเข้ากับหลักศาสนาเพื่อพัฒนาทักษะอาชีพ และการใช้สื่อสังคม

ออนไลน์ ในการสร้างและจัดการบัญชีให้มีการอัปเดตข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจ รวมทั้งการสร้างชุมชนออนไลน์ที่เข้มแข็ง

อนึ่ง การบูรณาการกลยุทธ์ทั้งสามด้านนี้อย่างสมดุล จะเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างความยั่งยืนให้กับสหกรณ์อิสลามในระยะยาวอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 พัฒนาแผนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่เป็นรูปธรรม สหกรณ์แต่ละแห่งควรที่จะต้องกำหนดแผนการปฏิบัติการสื่อสาร ที่ชัดเจน โดยระบุ วัตถุประสงค์เฉพาะ กลุ่มเป้าหมายย่อย เนื้อหาและรูปแบบการสื่อสาร ช่องทางที่ใช้ ผู้รับผิดชอบและงบประมาณ ตัวชี้วัดความสำเร็จ

1.2 จัดกิจกรรมสื่อสารและมีส่วนร่วมอย่างสม่ำเสมอและหลากหลาย สื่อบุคคลจัดให้มีการเยี่ยมเยียนสมาชิก โดยคณะกรรมการและเจ้าหน้าที่อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง หรือตามความเหมาะสม, จัดเวทีสนทนาเล็ก ๆ (Halqah) ในมัสยิดหรือชุมชนเพื่อรับฟังความคิดเห็นและให้ข้อมูล สื่อกิจกรรมจัดอบรมให้ความรู้ด้านการเงินตามหลักอิสลาม อย่างน้อยไตรมาสละ 1 ครั้ง, จัดกิจกรรมสนทนาการหรืองานบุญร่วมกัน เช่น กิจกรรมวันอีด หรือการทำกุรบาน เพื่อสร้างความสัมพันธ์และโอกาสในการสื่อสาร สื่อสังคมออนไลน์สร้างและดูแล Facebook Group, LINE Official Account ของสหกรณ์อย่างสม่ำเสมอ โดยโพสต์เนื้อหาที่น่าสนใจและมีประโยชน์ (อินโฟกราฟิก, วิดีโอสั้น, เรื่องราวความสำเร็จ), จัดกิจกรรมถาม-ตอบ (Q&A) ออนไลน์หรือไลฟ์สด เพื่อให้สมาชิกได้มีส่วนร่วมและซักถามข้อสงสัย

1.3 พัฒนาบุคลากรสหกรณ์ให้เป็น “นักสื่อสารที่มีส่วนร่วม” จัดอบรม “ทักษะการฟังเชิงรุก” และ “ทักษะการสื่อสารโน้มน้าวใจ” ให้กับคณะกรรมการและเจ้าหน้าที่ ส่งเสริมให้บุคลากรมีความเข้าใจลึกซึ้งในหลักการอิสลามและวิถีชีวิตในพื้นที่เพื่อสื่อสารได้อย่างเข้าอกเข้าใจ สร้างวัฒนธรรมการตอบสนองที่รวดเร็วและเป็นกันเองต่อทุกข้อสงสัยและข้อเสนอแนะของสมาชิก

1.4 สร้างกลไกการรับฟังและนำไปปฏิบัติที่เป็นระบบ กำหนดขั้นตอนการรับเรื่อง การพิจารณา และการแจ้งผลกลับให้กับสมาชิกทราบอย่างชัดเจน อาจมีการตั้ง “คณะกรรมการรับเรื่องร้องเรียน” หรือ “ช่องทางเสียงสะท้อนสมาชิก” ที่สามารถตรวจสอบความคืบหน้าได้

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยเชิงคุณภาพเชิงลึกในกลุ่มสมาชิกที่หลากหลาย ควรที่จะต้องมีการวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติมเพื่อทำความเข้าใจความต้องการและความคาดหวังเฉพาะของสมาชิกแต่ละกลุ่มเกี่ยวกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เพื่อนำไปสู่การออกแบบกลยุทธ์ที่ตรงจุดและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.2 การศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิผลของช่องทางการสื่อสารแต่ละประเภท ควรที่จะต้องมีการวิจัยเชิงปริมาณหรือเชิงผสมผสานเพื่อเปรียบเทียบประสิทธิผลและต้นทุนของการใช้สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม และสื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างการมีส่วนร่วมและผลลัพธ์ที่ต้องการเพื่อให้สหกรณ์สามารถจัดสรรทรัพยากรได้อย่างเหมาะสม

2.3 การศึกษาผลกระทบของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมต่อการดำเนินงานของสหกรณ์ ควรที่จะต้องมีการวิจัยที่เชื่อมโยงระหว่างระดับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมกับผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจและสังคมของสหกรณ์ เพื่อพิสูจน์ให้เห็นถึงคุณค่าของการลงทุนด้านการสื่อสารอย่างเป็นรูปธรรม

2.4 การวิจัยเกี่ยวกับอุปสรรคและความท้าทายในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ควรที่จะต้องศึกษาอุปสรรคที่สหกรณ์และสมาชิกเผชิญในการสร้างและเข้าร่วมการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมอย่างละเอียด

2.5 การวิจัยกรณีศึกษาของสหกรณ์อิสลามต้นแบบ ควรที่จะต้องมีการศึกษาเชิงลึกในรูปแบบกรณีศึกษา (Case Study) ของสหกรณ์อิสลามในพื้นที่ที่ประสบความสำเร็จอย่างโดดเด่นในการสร้างการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เพื่อถอดบทเรียนและแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices) มาเผยแพร่เป็นแบบอย่างให้สหกรณ์อื่น ๆ ได้เรียนรู้และนำไปปรับใช้

References

- Ascroft, J. (1987). Communication in Support of Development: Lessons from Theory and Practice. Paper presented at the Seminar on Communication and Change, East-West Center, Honolulu, Hawaii.
- Berlo, D. K. (1960). *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*. New York, NY: Holt, Rinehart and Winston.
- Bordenave, D. J. (1994). Participative Communication as a Part of Building the Participative Society. In White, S. A., Nair, K. S., & Ascroft, J. (Eds.), *Participatory Communication: Working for Change and Development* (pp. 35–48). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Burgoon, J. K., & Ruffner, M. (1978). *Human Communication: A First Look*. New York, NY: Holt, Rinehart and Winston.
- De Oliveira, M. A. (2023). Environmental, Social and Governance (ESG) Practices and Organizational Resilience in Credit Unions. *Revista Alcance*, 30(2), 13–27.
- Department of Cooperative Promotion. (2023). *Cooperative Development Plan No. 5 (B.E. 2023–2027)*. Bangkok: Department of Cooperative Promotion.
- Engchuan, C., Panyawuttrakul, H., & Sridee, S. (2023). Participatory Communication in Waste Management for Coastal Tourism Attractions in the Andaman Sea of Local Administrative Organizations. *Journal of Social Science and Cultural*, 7(9), 285–299.
- Genç, R. (2017). The Importance of Communication in Sustainability & Sustainable Strategies. *Procedia Manufacturing*, 8, 511–516.
- Hernández-Perlines, F., Ariza-Montes, A., & Araya-Castillo, L. (2020). Sustainable Growth in the Agro-Food Cooperatives of Castilla-La Mancha (Spain). *Sustainability*, 12(12), 1–19.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360.
- Katewongsa, K., & Chuanwan, S. (2022). Who Are Who in Social Network: The Diversity of Characteristics and Behaviors. In *The National Conference on Population and Society “Population and Social Diversity in Thailand 2015”* (pp. 15–28). Bangkok: Institute for Population and Social Research, Mahidol University.
- Lasswell, H. D. (1948). The Structure and Function of Communication in Society. In L. Bryson (Ed.), *The Communication of Ideas* (pp. 37–51). New York, NY: Harper & Brothers.
- Magumula, B. D., & Ndiege, B. O. (2019). Members’ Participation, Sustainability of Savings and Credits Co-Operative Societies: A Qualitative Case Study. *East African Journal of Social and Applied Sciences*, 1(2), 132–146.

- Nakkarien, B. (2016). Sustainable Development. *The Journal of Sirindhornparithat*, 17(2), 64–69.
- NBT Connect. (2025, April 25). Thailand Islamic Finance Forum 2025 (TIFF 2025): “More Than Banking: Islamic Finance as the Foundation of the Real Economy”. Retrieved May 10, 2025, from <https://thainews.prd.go.th/thainews/news/view/1082702/?bid=1>
- Otache, I., Echukwu, I. J., Umar, K., Yunusa, A., & Audu, S. (2023). Internal Factors Affecting the Performance of Employee-Based Savings and Credit Cooperatives: Evidence from Nigeria. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 17(6), 1154–1170.
- Peng, X., Hendrikse, G., & Deng, W. (2018). Communication and Innovation in Cooperatives. *Journal of the Knowledge Economy*, 9, 1184–1209.
- Setiawan, W. L., Hidayatullah, K., Azizah, N., & Prayusinar, F. (2023). “Indigenous” Cooperatives Supporting SDGs Development in Indigenous Communities: A Study of Social and Communication (Case: The Consumer Cooperative of Warga Sauyunan, Kampung Naga, Regency of Tasikmalaya, West Java, Indonesia). *International Journal of Ethno-Sciences and Education Research*, 3(2), 70–76.
- Thayahpink, W. (2003). *How to Communicate to Win Customers' Hearts: Communication for Service Excellence*. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Trechter, D. D., King, R. P., & Walsh, L. (2002). Using Communications to Influence Member Commitment in Cooperatives. *Journal of Cooperatives*, 17, 14–32.
- Wediawati, B., Effendi, N., Herwany, A., & Masyita, D. (2018). Sustainability of Islamic Microfinance in Indonesia: A Holistic Approach. *Academy of Strategic Management Journal*, 17(3), 1–14.