ISSN: 3027-8597 (Online)

JMND
Journal of MCU NakhonDhat
วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์

ปีที่ 13 ฉบับที่ 11 (พฤศจิกายน 2569) : Vol.13 No.11 (November 2026)
https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMND
pp: 370-380

บทความวิจัย

การจัดการความสามารถและการเพิ่มพูนศักยภาพผู้ประกอบการวัฒนธรรมชาติพันธุ์ลาวเวียงเพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานราก*

CAPACITY MANAGEMENT AND ENHANCING THE POTENTIAL OF LAO WIANG ETHNIC CULTURAL ENTREPRENEURS TO ENHANCE THE LOCAL ECONOMY

รจนา นิลมานนท์
Rojana Nilmanon
โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี กาญจนบุรี ประเทศไทย
The Demonstration School of Kanchanaburi Rajabhat University, Kanchanaburi, Thailand
Corresponding author E-mail: rojana@kru.ac.th
Tel: 089-351-4623

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญด้านความสามารถและศักยภาพของผู้ประกอบการวัฒนธรรมชาติพันธุ์ลาวเวียง พัฒนากลยุทธ์การเพิ่มพูนความสามารถและศักยภาพให้สอดคล้องกับเศรษฐกิจฐานราก และประเมินการเปลี่ยนแปลงภายหลังการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน ดำเนินการ 3 ระยะ ได้แก่ การวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม และ การประเมินผลกระทบ กลุ่มตัวอย่าง ระยะที่ 1 จำนวน 36 คน และระยะที่ 2 - 3 จำนวน 19 คน ร่วมกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 13 คน คัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง เครื่องมือวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม และแนวคำถามการสนทนากลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ และใช้การทดสอบค่าทีแบบกลุ่มสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยด้านความสามารถ ได้แก่ ทักษะด้านการจัดการ ทักษะด้านการเป็นผู้ประกอบการ และทักษะด้านเทคนิค มีความสำคัญระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านศักยภาพ ได้แก่ การบริหารจัดการองค์กร การตลาด และบัญชีและการเงิน มีความสำคัญระดับมากถึงมากที่สุด 2) กลยุทธ์ที่พัฒนาผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมครอบคลุมการวิเคราะห์บริบท การวางแผน การปฏิบัติ การติดตาม และการสะท้อนผล โดยใช้กระเป๋าผ้าและขนมก้นกระทะเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ส่งผลให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และขยายช่องทางการตลาด และ 3) การเปลี่ยนแปลงภายหลังการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการทั้งด้านรายได้และผลประกอบการ การดำเนินธุรกิจ ศักยภาพผู้ประกอบการ และเศรษฐกิจฐานราก พบว่า มีค่าเฉลี่ยเพิ่มมากกว่าช่วงก่อนการพัฒนา และเมื่อเปรียบเทียบคะแนนก่อนและหลังการพัฒนาศักยภาพ พบว่าศักยภาพทุกด้านมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ผลการศึกษาสะท้อนว่า การพัฒนาความสามารถ ผลิตภัณฑ์บนฐานอัตลักษณ์วัฒนธรรม และช่องทางการตลาดผ่านกระบวนการมีส่วนร่วม เป็นกลไกสำคัญในการเสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการและยกระดับเศรษฐกิจฐานรากของชุมชน

คำสำคัญ: ผู้ประกอบการวัฒนธรรม, ชาติพันธุ์ลาวเวียง, การพัฒนาศักยภาพ, เศรษฐกิจฐานราก

*Received August 28, 2026; Revised September 27, 2026; Accepted October 31, 2026

Abstract

This study aimed to examine important aspects of the competencies and potential of Lao Wiang ethnic cultural entrepreneurs, develop strategies to enhance their competencies and potential in line with the grassroots economy, and assess changes following capacity development. A mixed methods approach was conducted in three phases: quantitative research, participatory action research, and an assessment of economic impacts. Phase 1 involved 36 participants, while Phases 2 and 3 involved 19 participants and 13 key informants selected purposively. Data were collected using questionnaires and focus group discussion guides. Quantitative data were analyzed using frequencies, percentages, and paired samples t-tests. The findings showed that 1) Management skills, entrepreneurial skills, and technical skills were rated as highly important, while organizational management, marketing, and accounting and finance were rated from high to highest in importance; 2) The strategies developed through participation covered contextual analysis, planning, implementation, monitoring, and reflection. Cloth bags and khanom kon kratha were used as prototype products, leading to product development and expanded marketing channels; and 3) Mean scores for income and business performance, business operations, entrepreneurial potential, and the grassroots economy were higher after capacity development than before it. Paired comparisons showed statistically significant differences in all four domains ($p < .001$). The findings suggest that developing entrepreneurial competencies, culturally distinctive products, and marketing channels through participatory processes is an important mechanism for strengthening entrepreneurs and the community's grassroots economy.

Keywords: Cultural Entrepreneurs, Lao Wiang Ethnic Group, Capacity Development, Grassroots Economy

บทนำ

ทุนวัฒนธรรมเป็นทรัพยากรที่ได้ก่อรูปมาจากความรู้ วิถีชีวิต และภูมิปัญญาซึ่งสืบทอดภายในชุมชน เมื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างเหมาะสม ทุนดังกล่าวอาจสร้างทั้งคุณค่าทางวัฒนธรรมและโอกาสทางเศรษฐกิจ (ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร องค์การมหาชน, 2566); (ณัฐธิดา จุมปา และคณะ, 2568) กลุ่มชาติพันธุ์ลาวเวียงในอำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี ยังคงสืบทอดภาษา ดนตรี ประเพณี การละเล่น การแต่งกาย อาหารพื้นถิ่น และงานหัตถกรรมจากบรรพบุรุษ ซึ่งเป็นฐานสำหรับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชน (ณัฐพจน์ โพธิ์เจริญ และคณะ, 2559) ในตำบลดอนคา ผู้ประกอบการได้นำองค์ความรู้และอัตลักษณ์ดังกล่าวมาประยุกต์กับผลิตภัณฑ์อาหาร ผ้าทอ และงานหัตถกรรม อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนทุนวัฒนธรรมให้เป็นรายได้อย่างต่อเนื่องยังต้องอาศัยทักษะในการผลิต การจัดการต้นทุน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการเข้าถึงตลาด จึงจำเป็นต้องพิจารณาทั้งทรัพยากรที่ชุมชนมีและความพร้อมของผู้ประกอบการในการนำทรัพยากรนั้นมาใช้

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบองค์ความรู้สามด้าน ได้แก่ ด้านแรกเป็นการศึกษาการใช้ทุนวัฒนธรรมพัฒนากิจการ เช่น การพัฒนาผู้ประกอบการวัฒนธรรมในย่านเมืองเก่าเชียงรายสู่วิสาหกิจวัฒนธรรม (ณัฐธิดา จุมปา และคณะ, 2568) ด้านที่สองเป็นการศึกษาขีดความสามารถในการประกอบธุรกิจ ซึ่งมุ่งพัฒนาผู้ประกอบการผ้าไหมบุรีรัมย์แบบกลุ่มเครือข่ายเพื่อรองรับการตลาดสมัยใหม่ (จินตนา วัชรโพธิกร และสรรเพชร เพียรจัด, 2566) และด้านที่สามเป็นการศึกษาแนวทางพัฒนาผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชน เกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (ศุภชัย เหมือนโพธิ์, 2559) ซึ่งงานวิจัยดังกล่าวช่วยอธิบายบทบาทของทุนวัฒนธรรม ความสามารถทางธุรกิจ และแนวทาง

พัฒนาผู้ประกอบการในบริบทต่าง ๆ อย่างไรก็ตามงานที่นำมาทบทวนยังไม่พบการศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการวัฒนธรรมลาวเวียงในตำบลดอนคาที่ที่เชื่อมการสำรวจความสามารถและศักยภาพกับการร่วมกำหนดกลยุทธ์ตลอดจนการประเมินการเปลี่ยนแปลงภายหลังการพัฒนาไว้ในกระบวนการเดียวกัน การศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งเติมช่องว่างดังกล่าวโดยใช้ข้อมูลจากผู้ประกอบการและการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องเป็นฐานในการพัฒนากลยุทธ์

ทั้งนี้ เพื่อกำหนดขอบเขตการศึกษาให้ชัดเจน การวิจัยนี้ใช้คำว่า ความสามารถ หมายถึง ความรู้ ทักษะและการปฏิบัติของผู้ประกอบการในงานด้านการจัดการ การประกอบการ และการผลิต ส่วนศักยภาพ หมายถึงความพร้อมในการดำเนินกิจการและพัฒนากลุ่มอย่างต่อเนื่อง โดยพิจารณาการบริหารองค์กร การตลาด บัญชีและการเงิน และการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจำแนกดังกล่าวทำให้เห็นความต่างระหว่างทักษะที่ใช้ปฏิบัติงานกับเงื่อนไขด้านการจัดการที่รองรับการดำเนินงาน ทั้งนี้ แบบสอบถามระยะที่หนึ่งวัดระดับความสำคัญที่ผู้ประกอบการให้แก่แต่ละด้าน มิได้ทดสอบระดับทักษะจริงหรือพิสูจน์ว่าด้านใดมีอิทธิพลต่อผลประกอบการ การนำผลสำรวจไปประกอบการออกแบบกิจกรรมจึงต้องพิจารณาร่วมกับข้อมูลบริบทและความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้อง

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น การวิจัยจึงมุ่งศึกษาระดับความสำคัญของความสามารถและศักยภาพผู้ประกอบการวัฒนธรรมลาวเวียง นำผลการสำรวจและข้อมูลจากชุมชนมาร่วมพัฒนากลยุทธ์ แล้วประเมินการเปลี่ยนแปลงภายหลังการพัฒนาในกลุ่มผู้เข้าร่วม กระบวนการดังกล่าวเชื่อมการใช้ทุนวัฒนธรรมกับ การเสริมทักษะผู้ประกอบการ การจัดการกิจการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และช่องทางการตลาดในบริบทเดียวกัน ข้อค้นพบจะช่วยกำหนดแนวทางส่งเสริมที่สอดคล้องกับเงื่อนไขของตำบลดอนคาและเป็นข้อมูลสำหรับการพัฒนาพื้นที่ที่มีบริบทใกล้เคียง อย่างไรก็ตาม ผลการเปรียบเทียบก่อนและหลังในกลุ่มเดียวควรตีความเป็นการเปลี่ยนแปลงภายหลังเข้าร่วมกระบวนการ มิใช่หลักฐานยืนยันว่าการพัฒนาเป็นสาเหตุเพียงประการเดียว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญด้านความสามารถและศักยภาพของผู้ประกอบการวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ลาวเวียง
2. เพื่อพัฒนากลยุทธ์การเพิ่มพูนความสามารถและศักยภาพของผู้ประกอบการวัฒนธรรมให้สอดคล้องกับเศรษฐกิจฐานราก
3. เพื่อประเมินการเปลี่ยนแปลงภายหลังการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการวัฒนธรรมในชุมชนลาวเวียง

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน โดยบูรณาการการวิจัย เชิงปริมาณ การวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ทั้งในมิติของระดับความสำคัญของความสามารถและศักยภาพ กระบวนการพัฒนากลยุทธ์ และการเปลี่ยนแปลงภายหลังการพัฒนา ดำเนินการเป็น 3 ระยะ ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

ระยะที่ 1 การศึกษาปัจจัยสำคัญด้านความสามารถและศักยภาพของผู้ประกอบการวัฒนธรรม เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรเป้าหมาย ได้แก่ ผู้ประกอบการจากกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ปรากฏในแผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลดอนคา อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 12 กลุ่ม คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) กลุ่มละ 3 คน รวม 36 คน โดยกำหนดเกณฑ์คัดเข้า ได้แก่ เป็นประธานกรรมการ หรือสมาชิกที่มีบทบาทสำคัญในการผลิตหรือบริหารจัดการกลุ่ม มีประสบการณ์ดำเนินงานไม่น้อยกว่า 1 ปี และมีความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของกลุ่ม เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถาม 4 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคล ปัจจัยด้านความสามารถ ปัจจัยด้านศักยภาพ และข้อเสนอแนะ โดยข้อคำถามด้านความสามารถและศักยภาพใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ เครื่องมือได้รับการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา จากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน และวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC)

ได้ค่าระหว่าง 0.60 - 1.00 จากนั้นปรับปรุงถ้อยคำและความชัดเจนของข้อคำถามก่อนนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (try-out) กับกลุ่มตัวอย่างอื่น จำนวน 30 ราย และนำแบบสอบถามที่ได้รับมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.91 จากนั้นนำมาใช้เก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่างและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านความสามารถและศักยภาพของผู้ประกอบการ

ระยะที่ 2 การพัฒนากลยุทธ์การเพิ่มพูนความสามารถและศักยภาพของผู้ประกอบการวัฒนธรรม ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพร่วมกับการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อกำหนดประเด็นเชิงกลยุทธ์ 2) วางแผน 3) ปฏิบัติตามแผน 4) ติดตามผล และ 5) สะท้อนคิด โดยนำผลเชิงประจักษ์จากระยะที่ 1 มาใช้ร่วมกับข้อมูลบริบทของชุมชนในการกำหนดประเด็นการพัฒนา ขั้นการวิเคราะห์และกำหนดประเด็นเชิงกลยุทธ์ใช้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 13 คน คัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจงตามหลักความเกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์ที่ศึกษา ประกอบด้วย ผู้นำชุมชน 2 คน ตัวแทนผู้ประกอบการวัฒนธรรม 6 คน ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐ 2 คน และนักวิชาการ 3 คน จากนั้นขยายผู้เข้าร่วมเป็น 19 คนในขั้นวางแผน เพื่อร่วมพิจารณากำหนด และจัดลำดับกลยุทธ์โดยใช้การระดมความคิดเห็นและการสร้างฉันทามติ เครื่องมือ ประกอบด้วย แนวคำถามการสนทนากลุ่ม แบบบันทึกการประชุม แบบประเมินการอบรม แนวคำถามสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และแบบสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม โดยแนวคำถามพัฒนาจากกรอบแนวคิดและผลการวิจัยระยะที่ 1 และผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญก่อนนำไปใช้ ข้อมูลเชิงคุณภาพได้รับการวิเคราะห์ควบคู่กับการเก็บข้อมูล โดยจัดระเบียบข้อมูล กำหนดรหัส จำแนกหมวดหมู่ วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และสังเคราะห์ข้อสรุปแบบอุปนัย พร้อมตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อค้นพบด้วยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าด้านแหล่งข้อมูล โดยเปรียบเทียบข้อมูลจากผู้ประกอบการ ผู้นำชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และนักวิชาการ เพื่อพิจารณาความสอดคล้องและความแตกต่างของข้อมูลก่อนสังเคราะห์เป็นข้อสรุปและกลยุทธ์การพัฒนา

ระยะที่ 3 การประเมินการเปลี่ยนแปลงภายหลังการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการวัฒนธรรม เป็นการวิจัยเชิงปริมาณแบบวัดก่อนและหลังการพัฒนาในกลุ่มเดียว โดยศึกษาจากผู้ประกอบการวัฒนธรรมชาติพันธุ์ลาวเวียง จำนวน 19 คน ซึ่งเป็นผู้เข้าร่วมกระบวนการพัฒนาในระยะที่ 2 และคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง เครื่องมือเป็นแบบสอบถามประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจ ครอบคลุม 4 ด้าน ได้แก่ รายได้และผลประกอบการ การดำเนินธุรกิจ ศักยภาพผู้ประกอบการ และเศรษฐกิจฐานราก แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคล ระดับความคิดเห็นต่อผลกระทบทางเศรษฐกิจ และข้อเสนอแนะ ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 คน และได้ค่า IOC ระหว่าง 0.60 - 1.00 จากนั้นปรับปรุงถ้อยคำและความชัดเจนของข้อคำถามก่อนนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างอื่น จำนวน 30 ราย และนำแบบสอบถามที่ได้รับมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.93 จากนั้นนำมาใช้เก็บข้อมูลจากผู้เข้าร่วมกลุ่มเดียวกันก่อนและหลังการพัฒนา วิเคราะห์ข้อมูลด้วยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยก่อนและหลังด้วยการทดสอบค่าทีแบบกลุ่มสัมพันธ์ (Paired Samples t-test) กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ทั้งนี้ การแปลผลมุ่งอธิบายการเปลี่ยนแปลงภายหลังการเข้าร่วมกระบวนการพัฒนา โดยไม่อนุมานว่าการเปลี่ยนแปลงทั้งหมดเกิดจากกระบวนการพัฒนาเพียงปัจจัยเดียว เนื่องจากการวิจัยมิได้มีกลุ่มควบคุมการดำเนินการวิจัยคำนึงถึงหลักจริยธรรม โดยผู้วิจัยได้รับการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรม การวิจัยในคน มหาวิทยาลัยทักษิณ ตามหลักจริยธรรมการวิจัยในคนระดับสากล ภายใต้เลขที่โครงการวิจัย 219/69 และการพิทักษ์สิทธิของผู้เข้าร่วมวิจัย ผู้วิจัยชี้แจงวัตถุประสงค์ ขั้นตอน และการใช้ประโยชน์จากข้อมูล ขอความยินยอมโดยสมัครใจก่อนการเก็บข้อมูล เปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมปฏิเสธการตอบคำถาม

หรือถอนตัวจากการวิจัยได้โดยไม่เกิดผลกระทบ และรักษาความลับของข้อมูลตลอดกระบวนการวิจัยและใช้ข้อมูลเพื่อวัตถุประสงค์ทางการวิจัยเท่านั้น

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องการจัดการความสามารถและการเพิ่มพูนศักยภาพผู้ประกอบการวัฒนธรรมชาติพันธุ์ลาวเวียงเพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานราก นำเสนอตามวัตถุประสงค์การวิจัย 3 ประเด็น ดังนี้

1. ศึกษาปัจจัยสำคัญด้านความสามารถและศักยภาพของผู้ประกอบการวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ลาวเวียง

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญด้านความสามารถและศักยภาพของผู้ประกอบการวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ลาวเวียง (n = 36)

ปัจจัย	คะแนนเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ระดับความสำคัญ
ด้านความสามารถของผู้ประกอบการ		
1. ทักษะด้านการจัดการ	4.24	สำคัญมาก
2. ทักษะด้านการเป็นผู้ประกอบการ	4.38	สำคัญมาก
3. ทักษะด้านเทคนิค	4.45	สำคัญมาก
ด้านศักยภาพของผู้ประกอบการ		
1. การบริหารจัดการองค์กร	4.57	สำคัญมากที่สุด
2. การบริหารจัดการตลาด	4.42	สำคัญมาก
3. การบริหารจัดการบัญชีและการเงิน	4.40	สำคัญมาก
4. การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์	4.57	สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยด้านความสามารถของผู้ประกอบการวัฒนธรรม ประกอบด้วย ทักษะการจัดการ ($\bar{X}$ = 4.24) ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ ($\bar{X}$ = 4.38) และทักษะด้านเทคนิค ($\bar{X}$ = 4.45) ทุกด้านมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาด้านทักษะการจัดการ พบว่า มุ่งเน้นไปที่ประเด็นการวางแผนการดำเนินงาน การควบคุมค่าใช้จ่าย และการใช้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการวางแผน การควบคุมต้นทุน และการตัดสินใจบนฐานข้อมูลเป็นความสามารถสำคัญต่อการดำเนินกิจการของผู้ประกอบการวัฒนธรรม ส่วนทักษะด้านการเป็นผู้จัดการ มุ่งประเด็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้ลูกค้าได้ สำหรับทักษะด้านเทคนิคเน้นประเด็นการใช้อุปกรณ์การผลิตได้ถูกต้อง

ส่วนปัจจัยด้านศักยภาพ ประกอบด้วย การบริหารจัดการองค์กร ($\bar{X}$ = 4.57) การบริหารจัดการตลาด ($\bar{X}$ = 4.42) การบริหารจัดการบัญชีและการเงิน ($\bar{X}$ = 4.40) และการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ (4.57) ทุกด้านมีความสำคัญอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด เมื่อพิจารณาการบริหารจัดการองค์กร มุ่งเน้นไปที่การกำหนดแนวทางแก้ปัญหา ส่วนการบริหารจัดการตลาดให้ความสำคัญกับการกำหนดราคาสินค้าและการใช้สื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ ขณะที่การบริหารจัดการบัญชีและให้ความสำคัญกับประเด็นความโปร่งใสในการบริหารการเงิน และการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ เน้นที่การถ่ายทอดความรู้ ผลการศึกษาดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาผู้ประกอบการวัฒนธรรมจำเป็นต้องดำเนินควบคู่ทั้งการเสริมสร้างความสามารถระดับบุคคลและการยกระดับศักยภาพด้านการบริหารจัดการของกลุ่ม

2. พัฒนากลยุทธ์การเพิ่มพูนความสามารถและศักยภาพของผู้ประกอบการวัฒนธรรมให้สอดคล้องกับเศรษฐกิจฐานราก

การพัฒนากลยุทธ์ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล การวางแผน การปฏิบัติ การติดตามผล และการสะท้อนคิด โดยนำผลการศึกษาระยะที่ 1 ร่วมกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมมาใช้กำหนดประเด็นการพัฒนา ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ประกอบการมีความต้องการสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ การพัฒนาความรู้และทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย การเพิ่มช่องทางการตลาด การยกระดับผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับตลาด

จากกระบวนการมีส่วนร่วม ผู้เกี่ยวข้องได้ร่วมกำหนดวิสัยทัศน์ว่า “ยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการวัฒนธรรมลาวเวียงภายใต้ทุนทางสังคม เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน” และพัฒนากลยุทธ์ 5 ด้าน ได้แก่ 1) การเสริมสร้างศักยภาพและความสามารถของผู้ประกอบการวัฒนธรรมลาวเวียง 2) การยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีอัตลักษณ์และทันสมัย 3) การเพิ่มช่องทางการตลาดให้หลากหลาย 4) การพัฒนาเครือข่ายเชิงบูรณาการภายในและภายนอกชุมชน และ 5) การเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของกลุ่มผู้ประกอบการชุมชน

ทั้งนี้ เมื่อนำกลยุทธ์ทั้ง 5 ด้าน มาจัดลำดับความสำคัญ โดยให้ผู้เข้าร่วม จำนวน 19 คน ลงคะแนนเลือกกลยุทธ์ที่ให้ความสำคัญมากที่สุด โดยจะนำกลยุทธ์ 2 อันดับแรกที่ถูกเลือกมากที่สุด ไปทดลองปฏิบัติในชุมชน โดยผลการเลือกกลยุทธ์ พบว่า ผู้เข้าร่วมได้เลือก กลยุทธ์การเสริมสร้างศักยภาพและความสามารถของผู้ประกอบการวัฒนธรรมลาวเวียง เป็นลำดับแรก (7 คะแนน) รองลงมา คือ กลยุทธ์การเพิ่มช่องทางการตลาดให้หลากหลาย เป็นลำดับที่สอง (5 คะแนน) ส่วนลำดับที่สาม คือ การเพิ่มช่องทางการตลาดให้หลากหลาย (3 คะแนน) และลำดับที่ 4 มีคะแนนเท่ากัน คือ เสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของกลุ่มผู้ประกอบการชุมชน (2 คะแนน) และการเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของกลุ่มผู้ประกอบการชุมชน (2 คะแนน) จากนั้น จึงได้นำทั้งสองกลยุทธ์ไปทดลองปฏิบัติในบริบทของชุมชน

การดำเนินงานเลือกกระเป๋าผ้าและขนมก้นกระทะ เป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีฐานความรู้และอัตลักษณ์ของชุมชนลาวเวียง และมีศักยภาพในการพัฒนามูลค่าเพิ่ม ดังคำกล่าว

“กลุ่มเรากระเป๋าผ้าขาย เราสามารถเอาอัตลักษณ์ของลาวเวียงดอนคามาใส่ได้ เช่น ปักลูกดอกลีลาวดี ลายหญ้าคาใส่บนกระเป๋า เอามาพัฒนาต่อก็น่าจะขายได้มากขึ้น” (ตัวแทนผู้ประกอบการวัฒนธรรมชาติพันธุ์ลาวเวียง, 2569)

ส่วนขนมก้นกระทะสะท้อนการสืบทอดภูมิปัญญาด้านอาหารของชุมชน ดังคำกล่าวว่า

“ขนมก้นกระทะเป็นของที่ทำกินกันมาตั้งแต่รุ่นพ่อแม่ ตอนนี้เราก็ยังมีทำตามเทศกาลต่าง ๆ เอามาขายก็มีคนสนใจ” (ตัวแทนผู้ประกอบการวัฒนธรรมชาติพันธุ์ลาวเวียง, 2569)



ภาพที่ 1 ผลิตภัณฑ์ต้นแบบจากการพัฒนาทุนวัฒนธรรมลาวเวียง

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการได้เรียนรู้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การคำนวณต้นทุน การกำหนดราคาขาย และการวางแผนการตลาด รวมถึงการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ โดยเฉพาะ TikTok ส่งผลให้ผู้ประกอบการสามารถประยุกต์ทุนทางวัฒนธรรมสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์และเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงผู้บริโภค ทั้งนี้ ผลการติดตามและสะท้อนผลยังนำไปสู่การปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับศักยภาพของผู้ประกอบการและบริบทเศรษฐกิจฐานรากของชุมชน



ภาพที่ 2 การพัฒนาทักษะด้านการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการวัฒนธรรมลาวเวียง

3. ประเมินการเปลี่ยนแปลงภายหลังการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการวัฒนธรรมในชุมชนลาวเวียง

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบผลการประเมินก่อนและหลังการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการวัฒนธรรม (n = 19)

ผลการประเมิน	ก่อนการพัฒนา $\bar{X}$	หลังการพัฒนา $\bar{X}$	ผลต่าง	t	P-value
ด้านรายได้และผลประกอบการ	2.14	4.23	2.09	- 8.455	.000***
ด้านการดำเนินธุรกิจ	2.23	4.25	2.02	- 10.351	.000***
ด้านศักยภาพผู้ประกอบการ	2.28	4.28	2.00	- 12.253	.000***
ด้านเศรษฐกิจฐานราก	2.19	4.38	2.19	- 13.895	.000***

***p < .001 (มีนัยสำคัญทางสถิติ)

จากตารางที่ 2 ผลการประเมินผู้ประกอบการ จำนวน 19 คน พบว่า ภายหลังการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการคะแนนทั้ง 4 ด้าน เพิ่มขึ้นจากก่อนการพัฒนาศักยภาพมาก ทั้งด้านรายได้และผลประกอบการ (ก่อน $\bar{X}$ = 2.14, หลัง $\bar{X}$ = 4.23) ด้านการดำเนินธุรกิจ (ก่อน $\bar{X}$ = 2.23, หลัง $\bar{X}$ = 4.25) ด้านศักยภาพผู้ประกอบการ (ก่อน $\bar{X}$ = 2.28, หลัง $\bar{X}$ = 4.28) และด้านเศรษฐกิจฐานราก (ก่อน $\bar{X}$ = 2.19, หลัง $\bar{X}$ = 4.38) โดยด้านเศรษฐกิจฐานรากมีผลต่างการเปลี่ยนแปลงหลังการพัฒนาสูงที่สุด (ผลต่าง = 2.19) รองลงมา ได้แก่ ด้านรายได้และผลประกอบการ

(ผลต่าง = 2.09) ด้านการดำเนินธุรกิจ (ผลต่าง = 2.02) และด้านศักยภาพผู้ประกอบการ (ผลต่าง = 2.00) ตามลำดับ ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาผลของการพัฒนาในเชิงสถิติ จึงเปรียบเทียบคะแนนก่อนและหลังการพัฒนาศักยภาพด้วยการทดสอบค่าทีแบบกลุ่มสัมพันธ์ พบว่า ศักยภาพทุกด้านมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

อภิปรายผล

ผู้วิจัยอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษาปัจจัยสำคัญด้านความสามารถและศักยภาพของผู้ประกอบการวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ลาวเวียง พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ทักษะการจัดการ ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ และทักษะด้านเทคนิค อยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยเฉพาะการวางแผน การควบคุมค่าใช้จ่าย การใช้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจ การสร้างความน่าเชื่อถือแก่ลูกค้า และการใช้เครื่องมือการผลิตได้อย่างถูกต้อง ขณะเดียวกัน ปัจจัยด้านศักยภาพ ได้แก่ การบริหารจัดการองค์กร การตลาด บัญชีและการเงิน และทรัพยากรมนุษย์ มีความสำคัญในระดับมากถึงมากที่สุด ข้อค้นพบดังกล่าวสะท้อนว่า ความสามารถระดับบุคคลและศักยภาพระดับกลุ่มมีความสัมพันธ์เกื้อหนุนกัน กล่าวคือ ผู้ประกอบการที่มีทักษะการจัดการและทักษะเชิงประกอบ การจำเป็นต้องดำเนินงานภายใต้ระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ จึงจะสามารถเปลี่ยนความรู้และทักษะให้เป็นผลลัพธ์ทางธุรกิจได้อย่างเป็นรูปธรรม

เมื่อพิจารณาในบริบทของผู้ประกอบการวัฒนธรรมชาติพันธุ์ลาวเวียง ความสามารถเหล่านี้มีความสำคัญ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของชุมชนไม่ได้แข่งขันเฉพาะด้านประโยชน์ใช้สอยหรือราคา แต่ยังต้องสื่อสารคุณค่าของอัตลักษณ์และภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมให้ผู้บริโภครับรู้ ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องมีทั้งทักษะการผลิตที่รักษาคุณค่าดั้งเดิม และทักษะทางธุรกิจที่สามารถแปลงทุนทางวัฒนธรรมให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองตลาดได้ โดยไม่ทำให้อัตลักษณ์ของชุมชนสูญเสียความหมายไป เงื่อนไขสำคัญจึงอยู่ที่การสร้างสมดุลระหว่างการรักษาคุณค่าทางวัฒนธรรมกับการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยทั้งความสามารถของผู้ประกอบการและระบบการบริหารจัดการของกลุ่ม มุมมองนี้เป็นไปตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Howkins, J. ที่กล่าวถึงผู้ประกอบการวัฒนธรรมต้องทำหน้าที่แปลงความรู้ ภูมิปัญญา และอัตลักษณ์ของชุมชนให้กลายเป็นสินค้าและบริการที่มีมูลค่าในตลาด (Howkins, J., 2001)

ข้อค้นพบปัจจัยด้านความสามารถและศักยภาพของผู้ประกอบการข้างต้นนี้ พบในงานวิจัยต่าง ๆ ด้วยเช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bosire, K. J. & Nzaramba, K. ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง The creative economy: How people make money from ideas พบว่า การแสวงหาโอกาส นวัตกรรม และการสื่อสารเป็นองค์ประกอบสำคัญของทักษะผู้ประกอบการ ในขณะที่ สมรรถนะด้านการจัดการและการตลาดมีความสำคัญต่อผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน (Bosire, K. J. & Nzaramba, K., 2013) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธีรพงษ์ บุญรักษา และคณะ ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง สมรรถนะผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมในศตวรรษที่ 21 อธิบายว่า การเงินและทรัพยากรมนุษย์เป็นสมรรถนะสำคัญของผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาครั้งนี้ยังแสดงให้เห็นว่า สำหรับผู้ประกอบการวัฒนธรรมชาติพันธุ์ ความสามารถและศักยภาพไม่ควรถูกพิจารณาแยกออกจากทุนวัฒนธรรมของชุมชน เพราะทุนวัฒนธรรมเป็นทั้งแหล่งความรู้ วัตถุดิบ และอัตลักษณ์ที่ใช้สร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ขณะที่ความสามารถและระบบการจัดการเป็นกลไกที่ทำให้ทุนดังกล่าวถูกนำมาใช้และเพิ่มมูลค่าได้จริง จึงกล่าวได้ว่าเงื่อนไขสำคัญของการพัฒนาผู้ประกอบการวัฒนธรรม คือ การพัฒนาคน ระบบการจัดการ และทุนวัฒนธรรมไปพร้อมกัน มากกว่าการพัฒนาทักษะทางธุรกิจเพียงด้านใดด้านหนึ่ง (ธีรพงษ์ บุญรักษา และคณะ, 2564)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การพัฒนากลยุทธ์การเพิ่มพูนความสามารถและศักยภาพของผู้ประกอบการวัฒนธรรม ให้สอดคล้องกับเศรษฐกิจฐานราก พบว่า กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถร่วมวิเคราะห์บริบท กำหนดประเด็นพัฒนา วางแผน ทดลองปฏิบัติ ติดตาม และสะท้อนผล จนนำไปสู่กลยุทธ์ 5 ด้าน ได้แก่ การเสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการ การยกระดับผลิตภัณฑ์ให้มีอัตลักษณ์และทันสมัย การขยายช่องทางการตลาด การพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือ และการเสริมสร้างความเข้มแข็ง ทางเศรษฐกิจของชุมชน การที่ผู้เข้าร่วมเลือกกลยุทธ์การเสริมสร้างศักยภาพและการเพิ่มช่องทางการตลาดเป็นกลยุทธ์สำคัญ สะท้อนว่าปัญหาหลักของผู้ประกอบการมิได้อยู่ที่การขาดทุนวัฒนธรรม แต่เกิดจากการขาดกลไกในการนำทุนดังกล่าวมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และเชื่อมต่อกับตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ การใช้กระเป๋าผ้าลาวเวียงและขนมก้นกระทะเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบจึงเป็นการแปลงทุนวัฒนธรรมให้เป็นทุนทางเศรษฐกิจผ่านกระบวนการสร้างสรรค์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การคำนวณต้นทุน การกำหนดราคา และการใช้ TikTok เป็นช่องทางการตลาด เพื่อทำหน้าที่เชื่อมต่อระหว่างทุนวัฒนธรรม ความสามารถของผู้ประกอบการ และตลาด ทำให้คุณค่าทางวัฒนธรรมไม่ได้หยุดอยู่เพียงการอนุรักษ์ แต่สามารถเปลี่ยนเป็นคุณค่าของสินค้าและโอกาสทางเศรษฐกิจได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐชา ลี้ปัญญาพร ที่ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาทุนทางวัฒนธรรมชาติพันธุ์ลาวครั่งในมิติการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนบ้านทุ่งสีหลง อำเภอดอนตูม จังหวัดนครปฐม พบว่า ทุนวัฒนธรรมชาติพันธุ์สามารถต่อยอดเป็นสินค้าสร้างสรรค์และนำไปสู่การยกระดับเศรษฐกิจชุมชน (ณัฐชา ลี้ปัญญาพร, 2563) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพัตรา คำแหง และคณะ ที่ได้ศึกษาเรื่อง การสร้างผู้ประกอบการใหม่ภายใต้อัตลักษณ์ชุมชน ได้กล่าวว่า การนำอัตลักษณ์ชุมชนมาใช้ในมิติเศรษฐกิจช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ การเห็นคุณค่าของชุมชน และการพึ่งพาตนเอง (สุพัตรา คำแหง และคณะ, 2561)

ผลการศึกษาดังกล่าวสามารถอธิบายได้ว่า กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเป็น “กลไกการเรียนรู้และการเปลี่ยนแปลง” ทำให้ผู้ประกอบการมองเห็นปัญหาจากประสบการณ์จริงของตนเอง และสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปทดลองใช้กับกิจการของตน แล้วนำผลที่เกิดขึ้นกลับมาปรับปรุงร่วมกัน กระบวนการดังกล่าวจึงช่วยลดช่องว่างระหว่างความรู้กับการปฏิบัติ และทำให้กลยุทธ์ที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมกับบริบทและความต้องการของชุมชนมากกว่าการกำหนดแนวทางจากภายนอกเพียงฝ่ายเดียว นอกจากนี้ บางกลยุทธ์ที่ได้ผลนั้น ไม่ได้ขึ้นอยู่กับตัวกิจกรรมเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากการเชื่อมโยงกิจกรรมหลายด้านเข้าด้วยกัน เป็นกลยุทธ์ที่เชื่อมโยง การพัฒนาคน, การพัฒนาผลิตภัณฑ์, การพัฒนาตลาด และการสร้างเครือข่าย มากกว่าการพัฒนาองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งแยกจากกัน ประเด็นนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ พนิดา นิลอรุณ และคณะ ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการชุมชน ด้วยทุนวัฒนธรรมหลังวิถีใหม่ของจังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า การพัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการชุมชนด้วยทุนวัฒนธรรมควรครอบคลุมทั้งด้านผลิตภัณฑ์ การตลาด และทุนมนุษย์ (พนิดา นิลอรุณ และคณะ, 2566)

ส่วนบริบทของกลุ่มชาติพันธุ์ลาวเวียง การมีส่วนร่วมยังเป็นเงื่อนไขสำคัญต่อความสำเร็จ เพราะทุนวัฒนธรรมเป็นความรู้ที่ผูกพันกับประสบการณ์ วิถีชีวิต และความหมายของคนในชุมชน การให้ผู้ประกอบการและสมาชิกชุมชนเป็นผู้ร่วมตัดสินใจจึงช่วยให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ยังคงอัตลักษณ์ของชุมชน และทำให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ เมื่อผู้ประกอบการได้ทดลองปฏิบัติและเห็นผลด้วยตนเอง ความรู้ใหม่จึงมีโอกาสถูกนำไปใช้ต่อเนื่องมากกว่าอบรมเท่านั้น อาจกล่าวได้ว่า กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมทำหน้าที่เป็นกลไกที่เชื่อมทุนวัฒนธรรมกับความสามารถเชิงประกอบการ โดยเปลี่ยนทุนที่มีอยู่ในชุมชนให้เป็นความรู้ที่นำไปปฏิบัติ ผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่า และช่องทางทางเศรษฐกิจที่ชุมชนสามารถบริหารจัดการได้ด้วยตนเอง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ประเมินการเปลี่ยนแปลงภายหลังการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการวัฒนธรรม พบว่า คะแนนผลกระทบด้านรายได้และผลประกอบการ การดำเนินธุรกิจ ศักยภาพผู้ประกอบการ และเศรษฐกิจฐานรากเพิ่มขึ้นจากระดับน้อยก่อนการพัฒนาเป็นระดับมากหลังการพัฒนา และมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจฐานราก พบว่า การกระจายรายได้ในชุมชนและโอกาสทางอาชีพอยู่ในระดับมากที่สุด ผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไม่ได้ส่งผลเฉพาะต่อความรู้และทักษะส่วนบุคคล แต่สามารถเชื่อมโยงไปสู่การเปลี่ยนแปลงด้านรายได้ การดำเนินธุรกิจ การเข้าถึงตลาด และความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชนได้ อาจกล่าวได้ว่าความสัมพันธ์ระหว่าง ความสามารถของผู้ประกอบการ การนำทุนวัฒนธรรมไปใช้ การจัดการธุรกิจการตลาด และการมีส่วนร่วมและเครือข่าย ทำหน้าที่เป็นกลไกในการเปลี่ยนความรู้และทักษะให้กลายเป็นผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจ

เหตุผลสำคัญที่ทำให้ศักยภาพผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น คือ การพัฒนาไม่ได้มุ่งให้ความรู้ในลักษณะการอบรมเพียงอย่างเดียว แต่เชื่อมโยงความรู้กับการลงมือปฏิบัติจริง เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การคำนวณต้นทุน การกำหนดราคา และการใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์ กระบวนการดังกล่าวทำให้ผู้ประกอบการสามารถนำความรู้ใหม่ไปใช้กับผลิตภัณฑ์ที่ตนเองมีอยู่ และเห็นความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจทางธุรกิจกับผลที่เกิดขึ้นจริง จึงเกิดการเรียนรู้จากการปฏิบัติและเพิ่มความสามารถในการจัดการอย่างเป็นรูปธรรม กลไกสำคัญจึงไม่ได้อยู่ที่การได้รับความรู้เพียงอย่างเดียว แต่คือการเปลี่ยนความรู้ให้เป็นความสามารถในการตัดสินใจและดำเนินธุรกิจ ซึ่งสามารถนำไปใช้ต่อได้ภายหลังสิ้นสุดกระบวนการพัฒนา

ผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวคิดผู้ประกอบการวัฒนธรรมที่มองว่า การสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมควรดำเนินควบคู่กับการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ และสอดคล้องกับกรอบแนวคิดการวิจัยที่กำหนดให้ความสามารถศักยภาพ กระบวนการมีส่วนร่วม และการเชื่อมโยงเครือข่ายนำไปสู่ผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจฐานราก อย่างไรก็ตาม การเปรียบเทียบก่อนและหลังในกลุ่มตัวอย่างเดียว จำนวน 19 คน ควรตีความในฐานะหลักฐานของการเปลี่ยนแปลงภายหลังการเข้าร่วมกระบวนการพัฒนา มากกว่าการยืนยันความสัมพันธ์ เชิงสาเหตุโดยสมบูรณ์ เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่เคยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกมาก่อน ดังนั้น คุณค่าของผลการวิจัยอยู่ที่การแสดงให้เห็นว่า เมื่อทุนทางวัฒนธรรมถูกเชื่อมกับการพัฒนาความสามารถ การจัดการ การตลาด และการมีส่วนร่วมอย่างเป็นระบบ ย่อมมีศักยภาพในการสร้างผลลัพธ์ทั้งระดับผู้ประกอบการและระดับเศรษฐกิจฐานรากของชุมชน

สรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยการวิจัยเรื่อง การจัดการความสามารถและการเพิ่มพูนศักยภาพผู้ประกอบการวัฒนธรรมชาติพันธุ์ลาวเวียงเพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานราก พบว่า ผู้ประกอบการวัฒนธรรมชาติพันธุ์ลาวเวียงให้ความสำคัญกับทักษะการจัดการ การเป็นผู้ประกอบการ และทักษะด้านเทคนิคในระดับมาก ขณะที่การบริหารองค์กร การตลาด บัญชีและการเงิน และทรัพยากรมนุษย์อยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด การพัฒนากลยุทธ์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมก่อให้เกิดแนวทางเสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์บนฐานอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และการขยายช่องทางการตลาด โดยมีกระเป๋าผ้าและขนมก้นกระทะเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ภายหลังการพัฒนาคะแนนประเมินด้านรายได้และผลประกอบการ การดำเนินธุรกิจ ศักยภาพผู้ประกอบการ และเศรษฐกิจฐานรากสูงกว่าก่อนการพัฒนาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 จากข้อค้นพบดังกล่าว เสนอให้พัฒนาทักษะของผู้ประกอบการควบคู่กับระบบการบริหารของกลุ่ม โดยเฉพาะการจัดการต้นทุน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่คงอัตลักษณ์ลาวเวียง และการตลาดที่สอดคล้องกับกลุ่มผู้บริโภค ในการนำผลการวิจัยไปใช้ กลุ่มผู้ประกอบการควรประยุกต์กลยุทธ์ที่พัฒนาขึ้นกับการวางแผนและติดตามการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง โดยมีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและสถาบันการศึกษาสนับสนุนองค์ความรู้และเครือข่ายความร่วมมือ สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ควรติดตามผลในระยะยาว

โดยใช้ข้อมูลรายได้และผลประกอบการจากกิจการจริง รวมทั้งออกแบบการศึกษาให้มีกลุ่มเปรียบเทียบหรือเก็บข้อมูลหลายช่วงเวลา เพื่อเพิ่มความชัดเจนในการอธิบายการเปลี่ยนแปลงภายหลังการพัฒนา

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) และมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ได้จัดสรรเงินงบประมาณแผ่นดินประจำปี 2569

เอกสารอ้างอิง

จินตนา วัชรโพธิกร และสรรเพชร เพียรจัด. (2566). การพัฒนาขีดความสามารถผู้ประกอบการผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์แบบ Cluster เพื่อรองรับการตลาดสมัยใหม่. วารสารวิจัยและนวัตกรรมท้องถิ่น, 18(2), 51-62.

ณัฐชา ลี้ปัญญาพร. (2563). การศึกษาทุนทางวัฒนธรรมชาติพันธุ์ลาวครั่งในมิติการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนบ้านทุ่งสีหลง อำเภอดอนตูม จังหวัดนครปฐม. ใน วิทยานิพนธ์ศิลปะศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ณัฐธิดา จุมปา และคณะ. (2568). การพัฒนาผู้ประกอบการวัฒนธรรมสู่วิสาหกิจวัฒนธรรมเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนย่านสร้างสรรค์เมืองเก่าเชียงราย. เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์, 21(1), 32-54.

ณัฐพจน์ โพธิ์เจริญ และคณะ. (2559). การสืบทอดและอนุรักษ์ ดนตรีของกลุ่มชาติพันธุ์ลาวเวียง ตำบลดอนคา อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 7(1), 9-23.

ตัวแทนผู้ประกอบการวัฒนธรรมชาติพันธุ์ลาวเวียง. (30 พ.ค. 2569). แผนกิจกรรมถูกออกแบบให้เป็นการอบรมเชิงปฏิบัติการ. (รจนา นิลมานนท์, ผู้สัมภาษณ์)

ธีรพงษ์ บุญรักษา และคณะ. (2564). สมรรถนะผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมในศตวรรษที่ 21. Journal of Business, Innovation and Sustainability (JBIS), 16(1), 143-162.

พนิดา นิลอรุณ และคณะ. (2566). การพัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการชุมชน ด้วยทุนวัฒนธรรมหลังวิถีใหม่ของจังหวัดสมุทรสงคราม. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น, 20(1), 162-172.

ศุภชัย เหมือนโพธิ์. (2559). การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์. ใน ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร องค์การมหาชน. (2566). ฐานข้อมูลชาติพันธุ์. เรียกใช้เมื่อ 18 มิถุนายน 2568 จาก https://ethnicity.sac.or.th/ethnic_list

สุพัตรา คำแหง และคณะ. (2561). การสร้างผู้ประกอบการใหม่ภายใต้อัตลักษณ์ชุมชน. วารสารศาสตร์การศึกษาและการพัฒนามนุษย์, 2(2), 121-130.

อุมาพร โวลา และอุดม สมบูรณ์ผล. (2566). แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนาข่า จังหวัดอุดรธานี. Journal of Roi Kaensarn Academi, 9(2), 95-111.

Bosire, K. J. & Nzaramba, K. (2013). Entrepreneurship skills development and growth of small and medium enterprises in Rwanda (Case Study: “Caplaki”) 2007-2011. International Journal of Information Technology and Business Management, 17(1), 12-28.

Howkins, J. (2001). The creative economy: How people make money from ideas. London: Allen Lane.