Khankrayong: Development and Enhancement the handicrafts of Isan Buddhist art to become an innovative community based on the cultural identity of Maha Sarakham Province

Sippiya Chayanusasanee Jundon
Rajabhat Maha Sarakham University
E-mail: sippiya.ch@rmu.ac.th
Sasithorn Onlao
Rajabhat Maha Sarakham University
E-mail: sasithorn.on@rmu.ac.th
Nattapong Poopukdee
Rajabhat Maha Sarakham University
E-mail: nattapongpoopukdee@gmail.com

Received	Reviewed	Revised	Accepted
29/03/2026	07/04/2026	25/05/2026	30/05/2026

Abstract

Background and Objectives: This study, entitled "Khankrayong: Development and Enhancement the handicrafts of Isan Buddhist art to become an innovative community based on the cultural identity of Maha Sarakham Province," stems from the recognition of the cultural significance of Khankrayong—a traditional bamboo-woven craft that reflects the local wisdom, way of life, and Buddhist beliefs of the Isan people. Despite its cultural importance, the craft faces challenges related to the transmission of skills, adaptation to contemporary contexts, and limited integration with modern markets. The research aims to explore the cultural identity and inherent values of Khankrayong in order to develop culturally grounded product designs that retain local distinctiveness. It further seeks to formulate marketing strategies to elevate Khankrayong as a creative-economy product of Maha Sarakham Province and to strengthen community capacity for sustainable development. The study has three primary objectives: (1) to examine the concepts, values, and cultural identity of Khankrayong; (2) to develop and design craft

products based on cultural identity; and (3) to develop marketing strategies that enhance its potential within the community's creative-economy framework.

Methodology: This study employed a qualitative research methodology and was conducted in three phases:(1) examining the concepts, values, and cultural identity of *Khankrayong*; (2) developing and designing craft products based on the cultural identity of Maha Sarakham Province; and (3) formulating marketing and promotional strategies to elevate the craft toward a creative-economy product. The research adopted development-based and participatory action techniques, collecting data from community leaders, elderly community members, and bamboo-craft artisans in Wang Saeng Subdistrict, Kae Dam District, Maha Sarakham Province. The research instruments included in-depth interviews, focus-group discussion guides, participant and non-participant observation forms, and practical product-design activities. All data were analyzed using content analysis, with credibility ensured through triangulation.

Results: The findings reveal that *Khankrayong* is a highly significant cultural craft that reflects the Buddhist–folk worldview of the Isan region through meanings associated with merit-making, gratitude, and communal bonds. Although local weaving artisans continue to preserve traditional skills, they face challenges related to outdated product forms that do not align with contemporary market demands, as well as limited distribution channels.The product-development process indicates that community members are capable of extending their indigenous knowledge when supported with design-related training. The prototypes developed include *Khankrayong for ritual offerings*, *Khankrayong as souvenirs*, and *contemporary decorative Khankrayong*. These prototypes integrate traditional bamboo-weaving identity with modern aesthetics, resulting in enhanced appeal and value. In terms of marketing development, the study finds that storytelling, online media utilization, brand creation, and packaging development significantly contribute to improving consumer acceptance of the products.

Conclusion: This study demonstrates that *Khankrayong* holds strong potential to be elevated into a community-based creative product through a deep understanding of its cultural identity, systematic product design development, and marketing strategies aligned with contemporary consumer preferences. These processes collectively

contribute to strengthening the local creative economy and fostering sustainable community development

Keywords: Khankrayong; Development and Enhancement the handicrafts; Isan Buddhist art; Innovative community based on the cultural identity

ขันกระหย่อง: การพัฒนาและยกระดับหัตถกรรมเครื่องจักสานงานพุทธศิลป์อีสานสู่ชุมชนนวัตกรรมบนฐานอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดมหาสารคาม

สิบปีย์ ชยานุสาสนี จันทร์ดอน
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อีเมล: sippiya.ch@rmu.ac.th
ศศิธร อ่อนเหลา
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อีเมล: sasithorn.on@rmu.ac.th
นัฐพงษ์ ภูภักดี
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อีเมล: nattapongpoopukdee@gmail.com

บทคัดย่อ

ภูมิหลังและวัตถุประสงค์: การวิจัยเรื่อง “ขันกระหย่อง: การพัฒนาและยกระดับหัตถกรรมเครื่องจักสานงานพุทธศิลป์อีสานสู่ชุมชนนวัตถกรรมบนฐานอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดมหาสารคาม” มีที่มาจากการตระหนักถึงคุณค่าของขันกระหย่องซึ่งเป็นหัตถกรรมพื้นบ้านที่สะท้อนภูมิปัญญา วิถี และความเชื่อทางพุทธศาสนาของชาวอีสาน แต่กำลังประสบปัญหาการสืบทอด การปรับตัว และการเชื่อมโยงกับตลาดร่วมสมัย การศึกษานี้มุ่งวิเคราะห์อัตลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรมของขันกระหย่องเพื่อนำไปสู่การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่คงเอกลักษณ์ท้องถิ่น พร้อมวางกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดเพื่อยกระดับเป็นผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดมหาสารคาม และเสริมความเข้มแข็งแก่ชุมชนอย่างยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์ 3 ประการ ได้แก่ (1) ศึกษาแนวคิด คุณค่า และอัตลักษณ์ของขันกระหย่อง (2) พัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์บนฐานวัฒนธรรม และ (3) พัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อยกระดับสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชน.

ระเบียบวิธีการศึกษา: การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยดำเนินงานเป็น 3 ระยะ ได้แก่ (1) การศึกษาค้นหาแนวคิด คุณค่า และอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมของขันกระหย่อง (2) การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมบนฐานอัตลักษณ์ของจังหวัดมหาสารคาม และ (3) การพัฒนากลยุทธ์การส่งเสริมการขายและการตลาดเพื่อยกระดับสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้งนี้ใช้เทคนิคการวิจัยเชิงปฏิบัติการพัฒนาและการมีส่วนร่วม โดยเก็บข้อมูลจากผู้นำชุมชน ผู้สูงอายุ และกลุ่มช่างหัตถกรรมไม้ไผ่ในตำบลวังแสง อำเภอแกดำ จังหวัดมหาสารคาม เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แนวคำถามสนทนากลุ่ม และแบบสังเกตทั้งแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม รวมถึงการปฏิบัติการออกแบบผลิตภัณฑ์

ข้อมูลทั้งหมดวิเคราะห์ด้วยวิธีวิเคราะห์เนื้อหา และตรวจสอบความน่าเชื่อถือด้วยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า

ผลการวิจัย: พบว่า ขันกระหย่อง เป็นหัตถกรรมที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมสูง สะท้อนโลกทัศน์พุทธ–พื้นบ้านอีสาน ผ่านความหมายเรื่องบุญกุศล ความกตัญญู และสายสัมพันธ์ชุมชน ช่างจักสานในพื้นที่ยังคงรักษาทักษะดั้งเดิมแต่ประสบปัญหาด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ไม่สอดคล้องกับตลาดร่วมสมัยและการขาดช่องทางการจำหน่าย การพัฒนาผลิตภัณฑ์พบว่า สมาชิกชุมชนมีความพร้อมในการต่อยอดภูมิปัญญาหากได้รับการสนับสนุนด้านความรู้การออกแบบ โดยต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น ได้แก่ ขันกระหย่องเพื่อการบูชา ขันกระหย่องของที่ระลึก และขันกระหย่องของตกแต่งร่วมสมัย ซึ่งผสมผสานอัตลักษณ์เครื่องจักสานกับดีไซน์ร่วมสมัย ส่งผลให้มีความน่าสนใจและมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น ขณะที่การพัฒนาแผนการตลาดพบว่า การสร้างเรื่องราว การใช้สื่อออนไลน์ การสร้างตราสินค้า และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ มีส่วนช่วยให้ผลิตภัณฑ์ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคมากขึ้น

สรุปผล: การศึกษาครั้งนี้ทำให้เห็นว่าขันกระหย่องมีศักยภาพในการยกระดับสู่ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของชุมชน ผ่านการเข้าใจอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม การพัฒนาออกแบบอย่างเป็นระบบ และการวางกลยุทธ์การตลาดที่สอดคล้องกับผู้บริโภคร่วมสมัย ซึ่งสามารถนำไปสู่การเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ : ขันกระหย่อง; การพัฒนาและยกระดับหัตถกรรมเครื่องจักสาน; พุทธศิลป์ถิ่นอีสาน; นวัตกรรมบนฐานอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรม

บทนำ

เศรษฐกิจชุมชนถือเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาระบบเศรษฐกิจระดับประเทศ เนื่องจากเป็นกลไกหลักที่ส่งเสริมให้ประชาชนสามารถพึ่งพาตนเองและใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในพื้นที่เพื่อสร้างรายได้อย่างยั่งยืน รัฐบาลไทยจึงได้กำหนดนโยบายเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากมาอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ตลอดจนการสนับสนุนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 (สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, 2548) นโยบายเหล่านี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อยกระดับศักยภาพของชุมชนให้สามารถพัฒนาอาชีพ สร้างรายได้ และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันได้อย่างเป็นระบบ

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นที่พัฒนาบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบโดดเด่นและมีเรื่องราวทางวัฒนธรรมรองรับ การสร้างความแตกต่างเชิงอัตลักษณ์จึงกลายเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอของจินตนา กาญจนวิสุทธิ์ (2562) ที่ชี้ให้เห็นว่าการสร้างอัตลักษณ์และการเล่า

เรื่องของผลิตภัณฑ์เป็นหัวใจสำคัญที่ช่วยให้สินค้าชุมชนสามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

หนึ่งในผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสานอย่างชัดเจน คือ “ขันกระย่อง” หรือ “ขันกระหย่อง” ซึ่งเป็นงานจักสานที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทั้งในด้านรูปทรง วัสดุ และลวดลาย เช่น ลายขัด ลายเฉลว และลายก้นหอย ลักษณะดังกล่าวสะท้อนวิถีชีวิต ความเชื่อ การใช้สอยเชิงพิธีกรรม และสุนทรียภาพของชุมชนท้องถิ่น งานจักสานประเภทนี้มีผู้ศึกษาในบางมิติ เช่น งานของชไมพร สาระจันทร์ (2559) ที่สำรวจองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาช่างจักสาน และงานของวิภาวี วงศ์จันทร์ (2561) ที่กล่าวถึงการอนุรักษ์งานจักสานในภาคอีสาน แต่อย่างไรก็ตาม ยังไม่พบงานวิจัยใดที่ศึกษาขันกระย่องในจังหวัดมหาสารคามอย่างลึกซึ้ง ทั้งในมิติศิลปะ วัฒนธรรม การออกแบบ หรือศักยภาพเชิงสร้างสรรค์

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า แม้จะมีงานศึกษางานจักสานในพื้นที่อีสานอยู่บ้าง แต่ยังมีช่องว่างทางองค์ความรู้ที่ขาดการศึกษารวบยอดอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะการวิเคราะห์ขันกระย่องในฐานะงานพุทธศิลป์อีสานที่สะท้อนคุณค่าทางสัญลักษณ์และพิธีกรรม ซึ่งยังไม่เคยถูกศึกษาอย่างจริงจัง นอกจากนี้ ยังไม่มีงานวิจัยที่ต่อยอดขันกระย่องไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ร่วมสมัยที่สอดคล้องกับตลาดสมัยใหม่ ทำให้ศักยภาพของหัตถกรรมชิ้นนี้ยังไม่ถูกใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ อีกทั้งยังไม่พบงานใดนำขันกระย่องมาเป็นฐานพัฒนาแนวคิดชุมชนนวัตกรรม หรือสร้างระบบผลิตภัณฑ์มาตรฐานที่สามารถยกระดับเศรษฐกิจชุมชนได้อย่างรอบด้าน ที่สำคัญคือยังไม่มีงานศึกษาที่เจาะลึกพื้นที่ตำบลวังแสง อำเภอแกดำ จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งเป็นแหล่งผลิตขันกระย่องสำคัญและมีทุนทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นพร้อมต่อยอดสู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม

ด้วยช่องว่างดังกล่าว งานวิจัยนี้จึงมีความจำเป็นในการศึกษาขันกระย่องอย่างเป็นระบบทั้งในด้านรูปแบบ อัตลักษณ์ และคุณค่าพุทธศิลป์ ตลอดจนการวิเคราะห์ทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนตำบลวังแสง เพื่อพัฒนาแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ พร้อมทั้งส่งเสริมให้เกิดการยกระดับผลิตภัณฑ์สู่ชุมชนนวัตกรรม และสร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่สามารถเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของชุมชนได้อย่างยั่งยืน กระบวนการเหล่านี้จะช่วยเติมเต็มองค์ความรู้ที่ยังขาดหาย อีกทั้งยังมีส่วนสำคัญต่อการอนุรักษ์และพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นให้คงอยู่คู่สังคมร่วมสมัยอย่างมีคุณค่า

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

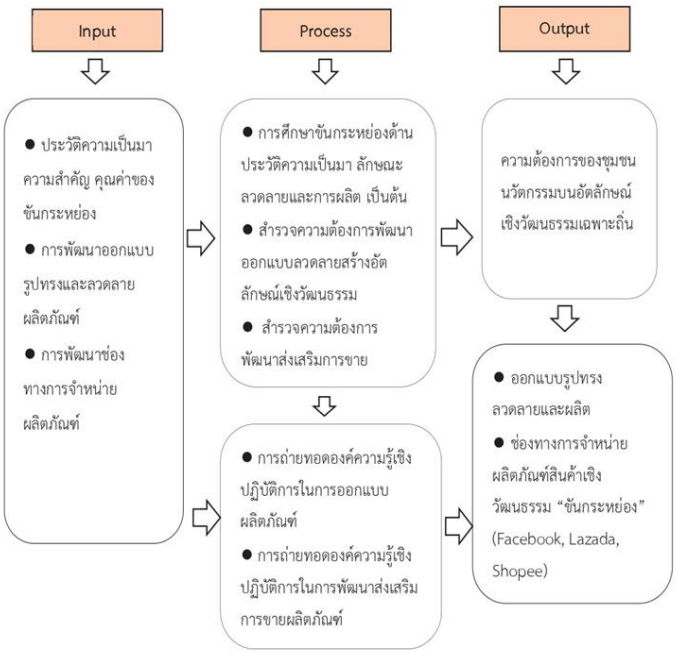
1) เพื่อศึกษาวิจัยเรื่องแนวคิด คุณค่าและอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมของขันกระหย่อง

2) เพื่อพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรม “ขันกระหย่อง” บนฐานอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดมหาสารคาม

3) เพื่อพัฒนาส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์หัตถกรรม “ขันกระหย่อง” บนฐานอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดมหาสารคาม

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ขันกระหย่อง: การพัฒนาและยกระดับหัตถกรรมเครื่องจักสานงานพุทธศิลป์อีสานสู่ชุมชนนวัตกรรมบนฐานอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดมหาสารคาม” พัฒนากรอบแนวคิดวิจัยบนฐานความเชื่อมโยงระหว่าง ปัจจัยนำเข้า (Input) กระบวนการ (Process) และ ผลผลิตของการพัฒนา (Output) เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการดำเนินงานและสะท้อนเส้นทางการพัฒนาหัตถกรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างเป็นระบบ ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ขันกระหย่อง: การพัฒนาและยกระดับหัตถกรรมเครื่องจักสานงานพุทธศิลป์อีสานสู่ชุมชนนวัตกรรมบนฐานอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดมหาสารคาม” มีขอบเขตการศึกษาดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาแนวคิด ประวัติความเป็นมา ความหมาย คุณค่า และอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมของ “ขันกระหย่อง” ในบริบทพุทธศิลป์อีสาน

1. วิเคราะห์องค์ประกอบทางวัสดุ เทคนิคการจักสาน ลวดลาย แม่ลาย และรูปทรงที่เป็นต้นทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน

2. ศึกษาบทบาทของขันกระหย่องในพิธีกรรม ความเชื่อ วิถีชีวิต และระบบสังคมวัฒนธรรมของท้องถิ่น

3. พัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรม “ขันกระหย่อง” ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ท้องถิ่น โดยยังคงคุณค่าทางศิลปะและภูมิปัญญา

4. พัฒนารูปแบบการส่งเสริมการตลาด การจัดการผลิตภัณฑ์ และช่องทางจำหน่ายที่เหมาะสม เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ขันกระหย่องสู่เศรษฐกิจชุมชนและชุมชนนวัตกรรม

2. ขอบเขตด้านพื้นที่การศึกษา

การวิจัยดำเนินในพื้นที่ ตำบลวังแสง อำเภอแกดำ จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งเป็นชุมชนที่มี อัตลักษณ์ทางศาสนาและวัฒนธรรมเข้มแข็ง มีทุนภูมิปัญญาเกี่ยวกับงานจักสานและพิธีกรรมท้องถิ่นที่สัมพันธ์กับการผลิตและการใช้ขันกระหย่อง และเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมต่อการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน

3. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยประกอบด้วยบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การใช้ และการส่งเสริมขันกระหย่องในชุมชน โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามคุณสมบัติที่กำหนด แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มผู้ผลิต/ช่างจักสาน (30 คน) ได้แก่ผู้ที่มีประสบการณ์การสานขันกระหย่องไม่น้อยกว่า 5 ปี เป็นสมาชิกกลุ่มจักสานหรือประกอบอาชีพเกี่ยวข้องโดยตรง และมีผลงานหรือมีบทบาทในการถ่ายทอดภูมิปัญญา

2. กลุ่มผู้นำชุมชน/ผู้อาวุโส/พระสงฆ์ (20 คน) ได้แก่ผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับพิธีกรรม ความเชื่อและวัฒนธรรมท้องถิ่น และมีบทบาทในการสืบทอดหรือกำกับดูแลกิจกรรมทางวัฒนธรรม

3. กลุ่มผู้บริโภค/ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ (30 คน) ได้แก่ผู้ที่เคยใช้หรือเคยซื้อผลิตภัณฑ์ขันกระหย่องหรือผลิตภัณฑ์จักสาน และมีความสนใจในสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่น

4. กลุ่มหน่วยงานและผู้เกี่ยวข้อง (20 คน**)** ได้แก่บุคลากรจากหน่วยงาน เช่น พัฒนาชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบล สภาวัฒนธรรม และนักออกแบบ ผู้ประกอบการ หรือผู้ส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน

4. ขอบเขตด้านระเบียบวิธีวิจัย

1. ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ประกอบด้วย การศึกษาข้อมูลเอกสาร (Documentary Research) การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group)

2. ใช้วิธีออกแบบเชิงสร้างสรรค์ (Creative Design Process) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบของขันกระหย่อง

3. ใช้วิธีการพัฒนากลยุทธ์ตลาดแบบชุมชนฐานวัฒนธรรม (Community-based Cultural Marketing) เพื่อสนับสนุนการจำหน่ายและยกระดับคุณค่าผลิตภัณฑ์ของชุมชน

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 แนวคิด คุณค่า และอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมของขันกระหย่อง จากการศึกษาเชิงคุณภาพผ่านการวิเคราะห์เอกสาร งานภูมิปัญญาท้องถิ่น การสัมภาษณ์ผู้รู้ และการสังเกตภาคสนาม พบว่า “ขันกระหย่อง” เป็นหัตถกรรมจักสานที่มีความหมายลุ่มลึกในวิถีชีวิตของชาวอีสาน โดยเฉพาะในบริบทของศาสนา พิธีกรรม และวัฒนธรรมพื้นบ้าน ผลการวิจัยสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

1. ขันกระหย่องเป็นภาชนะที่สัมพันธ์กับวิถีพุทธของชาวอีสานอย่างใกล้ชิด ผลการศึกษาพบว่าขันกระหย่องปรากฏในพิธีกรรมทำบุญ ตักบาตร การถวายไทยทาน และกิจกรรมบุญประเพณีต่าง ๆ เช่น บุญเข้าพรรษา บุญออกพรรษา และงานบุญประจำหมู่บ้าน ชาวบ้านให้ความหมายว่าขันกระหย่องเป็นสัญลักษณ์แห่งความอุดมสมบูรณ์ ความบริสุทธิ์ และความเป็นสิริมงคล สะท้อนโลกทัศน์แบบพุทธ–พื้นบ้านของชาวอีสานได้อย่างชัดเจน

2. อัตลักษณ์ของขันกระหย่องสะท้อนความเป็นอีสานผ่านลวดลายและกระบวนการจักสาน กระหย่องในชุมชนบ้านวังแสงมีลักษณะโดดเด่นจากลวดลายดั้งเดิม ได้แก่ ลายขัด ลายเฉลว ลายหัวสุ่ม และลายก้นหอย ซึ่งไม่เพียงเป็นองค์ประกอบเชิงสุนทรียะ แต่ยังมีความหมายเชิงสัญลักษณ์ เช่น ลายเฉลวที่หมายถึงการปกป้องคุ้มภัย หรือ ลายก้นหอยที่สื่อถึงความต่อเนื่องและความสมดุล ลวดลายเหล่านี้จึงเป็นส่วนสำคัญที่สร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นให้ขันกระหย่องต่างจากงานจักสานประเภทอื่น

3. ขันกระหย่องมีคุณค่าทางวัฒนธรรมและเชิงสุนทรียภาพสูง คุณค่าด้านสุนทรียะเกิดจากรูปทรงบัวพานที่อ่อนช้อย ความประณีตของเส้นตอก และการรักษาสัจจะทางวัสดุ โดยใช้ไม้ไผ่ท้องถิ่นที่มีความแข็งแรงและเป็นธรรมชาติ การไม่ปิดบังเนื้อไม้ทำให้เห็นความงามตามธรรมชาติของวัสดุ ซึ่งเป็นสาระสำคัญของงานหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน

4. พื้นที่บ้านวังแสง อำเภอแกดำ จังหวัดมหาสารคาม เป็นแหล่งผลิตขันกระหย่องดั้งเดิมที่ยังคงรักษาภูมิปัญญาไว้ได้อย่างเข้มแข็ง ชุมชนมีระบบการถ่ายทอดความรู้แบบครู–ศิษย์ และยังมีช่างจัก

สานที่มีทักษะสูง ทำให้กระบวนการผลิตยังคงเอกลักษณ์ดั้งเดิมได้อย่างครบถ้วน พื้นที่ดังกล่าวจึงถือเป็น “ทุนทางวัฒนธรรม” ที่มีศักยภาพสูงต่อการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์และยกระดับสู่เศรษฐกิจวัฒนธรรมในอนาคต

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรม “ขันกระหย่อง” สามารถดำเนินการอย่างเป็นระบบบนฐานข้อมูลเชิงชาติพันธุ์วรรณนา อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และภูมิปัญญาช่างจักสานของท้องถิ่น โดยผลลัพธ์สำคัญแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ แนวคิดการออกแบบ กระบวนการพัฒนาแบบร่าง และผลการสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ ในด้าน แนวคิดการออกแบบ การสังเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปทรง ลวดลาย เทคนิคช่าง และบริบทวัฒนธรรม ทำให้สามารถกำหนดทิศทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ยังคงอัตลักษณ์ขันกระหย่องอย่างชัดเจน ผู้วิจัยได้พัฒนาแนวคิดหลัก 3 แนวคิด ได้แก่ (1) แนวคิด “อ่อนช้อย–ศรัทธา” ซึ่งหยิบยกเส้นโค้งแบบ “โบกคว่ำ–โบกงาย” มาสื่อถึงความอ่อนโยนและศรัทธาทางจิตวิญญาณของงานจักสานอีสาน เหมาะสำหรับงานบูชาและของตกแต่งเชิงสุนทรียภาพ (2) แนวคิด “เรียบง่าย–พื้นถิ่น” ที่สะท้อนวิถีชีวิตสมถะ ความเป็นธรรมชาติ และความซื่อตรงของวัสดุพื้นถิ่น สามารถต่อยอดสู่ผลิตภัณฑ์ใช้งานในบ้าน เช่น ตะกร้าแจกัน หรือโคมไฟ และ (3) แนวคิด “วัฒนธรรมร่วมสมัย” ซึ่งผสานภูมิปัญญาดั้งเดิมเข้ากับวัสดุหรือเทคนิคสมัยใหม่ เช่น การเสริมโครงเหล็กหรือใช้เส้นสังเคราะห์ เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีความทนทานและตอบโจทย์ตลาดงานคราฟต์ทั้งในและต่างประเทศ ในส่วนของ กระบวนการพัฒนาแบบร่าง การออกแบบได้อาศัยการบูรณาการองค์ความรู้ดั้งเดิมร่วมกับแนวทางการออกแบบสมัยใหม่ โดยเริ่มจากการเก็บข้อมูลเชิงรูปทรงและภาพถ่ายอย่างละเอียดจากพื้นที่กันทรวิชัย–วาปีปทุม ทั้งสัดส่วน รูปทรง ลวดลาย เทคนิคสาน และขั้นตอนการผลิต ทำให้เข้าใจ “ลายมือช่าง” และอัตลักษณ์พื้นที่ได้อย่างลึกซึ้ง จากนั้นจึงวิเคราะห์จุดเด่นและจุดด้อยของรูปแบบดั้งเดิม พบว่าขันกระหย่องแม้มีความงามเฉพาะตัว แต่ยังมีข้อจำกัดด้านความคงทน น้ำหนักสมดุล และการใช้งานร่วมสมัย จึงจำเป็นต้องปรับออกแบบใหม่บนหลักการ “คงอัตลักษณ์–เสริมฟังก์ชัน–เพิ่มความทนทาน” ต่อมาได้พัฒนาแบบร่างเบื้องต้น 3 หมวด ได้แก่ ภาชนะเพื่อพิธีกรรม ของตกแต่งบ้านที่ตีความรูปทรงดั้งเดิมใหม่ และของใช้ร่วมสมัย เช่น กระถางหรือถาด พร้อมทั้งนำแบบร่างเข้าสู่กระบวนการคัดเลือกโดยร่วมกับชุมชนและผู้เชี่ยวชาญ ผ่านเกณฑ์ด้านความงาม อัตลักษณ์ ความเป็นไปได้ในการผลิต และศักยภาพตลาด จนได้แบบร่างเด่น 3–5 แบบ เพื่อนำไปผลิตต้นแบบจริง สุดท้ายได้จัดทำแบบร่างเทคนิค (Technical Drawing) กำหนดสัดส่วนมาตรฐานวัสดุ ขั้นตอนสาน ลวดลาย และโครงสร้าง เพื่อให้สามารถผลิตซ้ำในชุมชนได้อย่างมีมาตรฐาน

สำหรับ ผลการสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยได้พัฒนาต้นแบบจำนวน 3 ชุด เพื่อตอบโจทย์ด้านการใช้งานและตลาดที่หลากหลาย ได้แก่ (1) ชุด “ขันกระหย่องดั้งเดิมประยุกต์” ที่คงรูปทรง สัดส่วน และลวดลายดั้งเดิม แต่เสริมโครงสร้างให้แข็งแรงขึ้น เหมาะสำหรับงานบุญและงานมรดกวัฒนธรรมเชิงประเพณี (2) ชุด “ของตกแต่งบ้านร่วมสมัย” ที่ตีความโครงสร้างโบกคว่ำ–โบกงายใหม่

พัฒนาเป็นโคมไฟ แจกัน ชั้นวาง และประติมากรรมตกแต่ง โดยคงความงามแบบโมเดิร์นผสานรากวัฒนธรรม และ (3) ชุด “ผลิตภัณฑ์ใช้งานในชีวิตประจำวัน” เช่น ตะกร้า ถาด หรือกระถาง ที่ผสมวัสดุสมัยใหม่เพื่อเพิ่มความทนทาน ตอบสนองความต้องการของตลาดงานคราฟต์และผู้บริโภครุ่นใหม่ได้มากขึ้น การพัฒนาแบบร่างและต้นแบบผลิตภัณฑ์แสดงให้เห็นว่า “ขันกระหย่อง” มีศักยภาพสูงในการต่อยอดจากวัตถุพิธีกรรมพื้นบ้านไปสู่ผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่หลากหลาย โดยยังคงรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของจังหวัดมหาสารคาม พร้อมทั้งสร้างโอกาสให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนอีสานได้อย่างเป็นรูปธรรม



1.ขันกระหย่องดั้งเดิมประยุกต์ 2.ตกแต่งบ้านร่วมสมัย 3. ผลิตภัณฑ์ใช้งานในชีวิตประจำวัน

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า การพัฒนาการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรม “ขันกระหย่อง” จำเป็นต้องอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งด้านตลาด กลุ่มผู้บริโภค ช่องทางการจัดจำหน่าย และระบบการสื่อสารคุณค่าทางวัฒนธรรมควบคู่กันอย่างเป็นระบบ เพื่อให้สามารถยกระดับผลิตภัณฑ์พื้นบ้านให้ก้าวสู่ตลาดร่วมสมัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ งานวิจัยครั้งนี้ได้สังเคราะห์ผลลัพธ์สำคัญออกเป็น 3 มิติ ได้แก่ (1) การวิเคราะห์ตลาดและกลุ่มเป้าหมาย (2) การพัฒนาช่องทางการตลาด และ (3) การสร้างเรื่องเล่าเชิงวัฒนธรรมสำหรับใช้ในการสื่อสารแบรนด์และประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ตลาดและกลุ่มเป้าหมาย

จากการสำรวจตลาดทั้งในพื้นที่จังหวัดมหาสารคามและบนสื่อออนไลน์ พบว่า “ขันกระหย่อง” เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพสูงในการเข้าสู่ตลาดงานคราฟต์และตลาดของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากมีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นชัดเจน ผลิตด้วยงานฝีมือแบบดั้งเดิม และสามารถตีความออกแบบใหม่ให้เข้ากับความต้องการของผู้บริโภครร่วมสมัยได้เป็นอย่างดี ผลการวิจัยสามารถจำแนกกลุ่มเป้าหมายสำคัญได้ 3 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

ประการแรก กลุ่มผู้รักงานหัตถกรรมและศิลปะ (Craft Lovers) ซึ่งเป็นผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความประณีตของงานทำมือ ความเป็นเอกลักษณ์ของชิ้นงาน และให้ความสนใจกับเรื่องราวเชิงวัฒนธรรม กลุ่มนี้นิยมซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสะสม ตกแต่งบ้าน หรือใช้เป็นของขวัญเชิงคุณค่า ผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มดังกล่าว ได้แก่ ชุดผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้าน (Home

Décor Series) และชุดผลิตภัณฑ์ศิลปะเชิงพุทธ (Buddhist Art Series) ที่เน้นความงามทางรูปทรงและลวดลายสื่อความหมายทางจิตวิญญาณ

ประการที่สอง กลุ่มนักท่องเที่ยวและผู้ที่ซื้อของฝากเชิงวัฒนธรรม ซึ่งต้องการผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของจังหวัดมหาสารคาม มีขนาดกระทัดรัด ราคาจับต้องได้ และเหมาะแก่การเป็นของฝาก ผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์กลุ่มนี้ ได้แก่ ขันกระหย่องขนาดเล็ก โมเดลจำลอง ชุดของขวัญ และของตกแต่งขนาดกะทัดรัดที่มีบรรจุภัณฑ์สวยงามพร้อมเรื่องเล่าประกอบ

ประการที่สาม กลุ่มองค์กร หน่วยงานราชการ และมหาวิทยาลัย ที่มีความต้องการจัดซื้อผลิตภัณฑ์เป็นของที่ระลึกในโอกาสสำคัญ ซึ่งต้องการสินค้าที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม มีภาพลักษณ์เป็นทางการ และสามารถผลิตซ้ำอย่างได้มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม ได้แก่ ชุดผลิตภัณฑ์เชิงมรดก (Classic Heritage Series) และชุดของขวัญวัฒนธรรม (Cultural Gift Set) ที่มีความประณีตและสะท้อนอัตลักษณ์จังหวัดได้ชัดเจน

ข้อมูลดังกล่าวสะท้อนว่า “ขันกระหย่อง” สามารถเข้าถึงตลาดที่หลากหลายตั้งแต่ระดับท้องถิ่นจนถึงระดับประเทศ โดยมีจุดแข็งสำคัญคือ ความเป็นงานทำมือที่หายาก ความเชื่อมโยงกับประเพณีท้องถิ่น และสามารถต่อยอดสู่ดีไซน์ร่วมสมัยได้หลากหลายรูปแบบ

2. ผลการพัฒนาช่องทางการตลาด

งานวิจัยยังพบว่าการพัฒนาช่องทางจำหน่ายเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยขยายตลาดให้ผลิตภัณฑ์ขันกระหย่อง โดยแนวทางที่พัฒนาแบ่งออกเป็นช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ดังนี้ ในด้านช่องทางออฟไลน์ การจำหน่ายผ่านงานเทศกาลวัฒนธรรม เช่น งานบุญ งานประเพณีท้องถิ่น มีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์กับบริบททางวัฒนธรรม ทำให้ผู้ซื้อรับรู้คุณค่าของขันกระหย่องมากขึ้น การจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น ศูนย์วัฒนธรรม และนิทรรศการศิลป์ ยังเป็นช่องทางที่ช่วยเสริมภาพลักษณ์และสร้างการรับรู้ต่ออัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ การวางจำหน่ายผ่านร้านผลิตภัณฑ์ชุมชนยังช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและทำให้ผู้ซื้อเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น ในด้านช่องทางออนไลน์ ผู้วิจัยได้พัฒนาระบบสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ Facebook Page เพจสาขาวิจัยศิลปะวัฒนธรรมเพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ช่องทางติดต่อการสั่งทำพิเศษ และการให้บริการลูกค้าแบบใกล้ชิด นอกจากนี้ยังมีแผนการลงขายในแพลตฟอร์มตลาดออนไลน์ในอนาคต เพื่อขยายตลาดสู่ผู้บริโภคต่างพื้นที่ ช่วยเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มผู้ใช้งานโซเชียลมีเดียได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลการดำเนินงานทั้งสองช่องทางทำให้ผลิตภัณฑ์มีการมองเห็นและการเข้าถึง ที่ครอบคลุมมากขึ้น และยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้ขันกระหย่องเป็นงานหัตถกรรมร่วมสมัยที่มีคุณค่าและสามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างเหมาะสม

3. ผลการพัฒนาชุดเรื่องเล่าเชิงวัฒนธรรมสำหรับสื่อประชาสัมพันธ์

ประเด็นสำคัญจากการวิจัย คือ การสร้าง “เรื่องเล่าเชิงวัฒนธรรม” (Cultural Storytelling) ซึ่งถูกพัฒนาขึ้นเพื่อใช้เป็นแกนกลางในการสื่อสารแบรนด์และสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ งานวิจัยได้พัฒนาเรื่องเล่า 4 ชุด ได้แก่ (1) เรื่องกำเนิดขันกระหย่องในวิถีอีสาน อธิบายความสัมพันธ์ของขันกระหย่องกับวิถีชีวิต งานบุญ และภูมิปัญญาไม้ไผ่ (2) เรื่องบทบาทในพุทธศาสนาและพิธีกรรม ซึ่งสะท้อนคุณค่าทางจิตวิญญาณและความหมายเชิงสัญลักษณ์ในระบบความเชื่อ(3) เรื่องช่างผู้สร้าง ที่มุ่งเน้นการเล่าตัวตน ชีวิต และภูมิปัญญาของช่างจักสานในท้องถิ่น เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจรากฐานความรู้และความประณีตในกระบวนการผลิต (4) เรื่องการสืบสานและการปรับตัวสู่ยุคใหม่ ซึ่งแสดงให้เห็นการเปลี่ยนผ่านของขันกระหย่องจากเครื่องใช้พื้นบ้านสู่ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมร่วมสมัย เรื่องเล่าเหล่านี้ถูกนำไปประยุกต์ใช้ในสื่อประชาสัมพันธ์หลายรูปแบบ เช่น บรรจุภัณฑ์ ฉลากสินค้า วิดีโอโปรโมชัน โปสเตอร์นิทรรศการ และสื่อออนไลน์ การสื่อสารรูปแบบนี้ช่วยเสริมภาพจำของผลิตภัณฑ์ ทำให้ผู้บริโภครู้สึกผูกพันทางอารมณ์ และสร้างคุณค่าทางสัญลักษณ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญ

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัยเรื่อง “ขันกระหย่อง: การพัฒนาและยกระดับหัตถกรรมเครื่องจักสานงานพุทธศิลป์อีสานสู่ชุมชนนวัตกรรมบนฐานอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรม” สะท้อนให้เห็นความเชื่อมโยงระหว่างองค์ความรู้เชิงทฤษฎีกับข้อค้นพบเชิงประจักษ์ในหลายมิติ โดยเฉพาะการพัฒนาบนฐานทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนตำบลวังแสง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาชุมชนจากฐานทุนเดิม (Asset-Based Community Development: ABCD) ของ Kretzmann และ McKnight (1993) ที่เน้นการใช้ศักยภาพและทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนเป็นจุดตั้งต้นของการพัฒนา ผลการวิจัยพบว่าทุนทางวัฒนธรรม เช่น ภูมิปัญญาการจักสาน ความหมายเชิงพิธีกรรม ลวดลายพื้นถิ่น และความสัมพันธ์ของคนในชุมชน มีบทบาทสำคัญในการสร้างมูลค่าให้กับขันกระหย่องในฐานะหัตถกรรมเชิงวัฒนธรรมร่วมสมัย

ในมิติของกระบวนการพัฒนา ผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างเป็นระบบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Chambers (1983) และ Nuttavuthisit et al. (2014) ที่เสนอว่าการพัฒนาที่มีประสิทธิภาพต้องเปิดโอกาสให้ชุมชนมีบทบาทเป็น “ผู้ร่วมสร้างความรู้” มากกว่าผู้รับประโยชน์ การมีส่วนร่วมดังกล่าวไม่เพียงช่วยให้ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกับบริบททางวัฒนธรรม แต่ยังส่งเสริมให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของและความยั่งยืนในการดำเนินงานของชุมชน นอกจากนี้ การสร้างความหมายใหม่ให้กับขันกระหย่องในฐานะสินค้าวัฒนธรรมร่วมสมัยยังสอดคล้องกับแนวคิดของวุฒิชัย สว่างแสง (2565) ที่ชี้ให้เห็นว่าความเชื่อและอัตลักษณ์ท้องถิ่นสามารถเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ผ่านกระบวนการเล่าเรื่อง (storytelling) และการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ ขันกระหย่องจึงไม่ได้เป็นเพียง

ภาชนะในพิธีกรรม แต่ได้รับการตีความใหม่ให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเรื่องราวและคุณค่าทางวัฒนธรรมที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคร่วมสมัย

ในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับงานของพนัชกร และพงศ์สฎา (2568) และพัชนีย์และวิยุทธ์ (2556) ที่เน้นการสร้างนวัตกรรม การรักษาอัตลักษณ์ และการพัฒนากระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐานควบคู่กับการสร้างระบบตลาดรองรับ โดยการออกแบบขันกระหย่องในครั้งนี้ได้มีการปรับรูปแบบให้หลากหลาย เช่น ของตกแต่งบ้านและของที่ระลึก พร้อมทั้งพัฒนาช่องทางการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล ซึ่งช่วยให้ผลิตภัณฑ์สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคใหม่ได้ ในขณะเดียวกัน การพัฒนาศักยภาพของชุมชนผ่านกระบวนการเรียนรู้และการอบรมด้านการออกแบบและการตลาดสอดคล้องกับแนวคิดของศุภชัย และธีรศักดิ์ (2561) ที่มองว่าการเสริมสร้างสมรรถนะเชิงสร้างสรรค์เป็นปัจจัยสำคัญในการยกระดับผู้ประกอบการชุมชน ส่วนกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ตั้งอยู่บนฐานความเข้าใจภูมิปัญญาดั้งเดิมและการประยุกต์ใช้แนวคิดร่วมสมัย ก็สอดคล้องกับแนวคิดของศาสตราเหล่าอรรคะ (2561) ที่เน้นการบูรณาการระหว่างรากฐานวัฒนธรรมกับนวัตกรรมการออกแบบ

เมื่อพิจารณาในกรอบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับแนวคิดของกฤษดา แพทย์หลวง (2555) ที่ชี้ว่าการพัฒนาจะต้องสามารถแปลงทุนวัฒนธรรมไปสู่มูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งปรากฏชัดจากการที่ขันกระหย่องสามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ มีการสร้างแบรนด์ บรรจุภัณฑ์ และช่องทางการจำหน่ายที่เหมาะสม

อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานวิจัยยังพบข้อจำกัดและอุปสรรคบางประการที่ควรนำมาพิจารณาเพื่อการพัฒนาในอนาคต กล่าวคือ ปัญหาการเข้าถึงวัตถุดิบ โดยเฉพาะไม้ไผ่ที่มีคุณภาพเริ่มหายากมากขึ้น อันเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงของทรัพยากรธรรมชาติและการใช้ประโยชน์ที่ดิน นอกจากนี้ ช่างจักสานส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ซึ่งแม้จะมีทักษะเชิงช่างที่เชี่ยวชาญ แต่ยังมีข้อจำกัดในการปรับตัวต่อเทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยเฉพาะการใช้สื่อดิจิทัลและการตลาดออนไลน์ ส่งผลให้การขยายตลาดยังต้องอาศัยการสนับสนุนจากภายนอก อีกทั้งกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยยังต้องใช้ระยะเวลาในการสร้างความเข้าใจและการยอมรับจากชุมชน เพื่อไม่ให้เกิดความขัดแย้งระหว่างคุณค่าดั้งเดิมกับการเปลี่ยนแปลง

โดยสรุป ผลการวิจัยนี้ยืนยันว่าขันกระหย่องมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมได้อย่างแท้จริง ภายใต้เงื่อนไขของการใช้ทุนวัฒนธรรม การมีส่วนร่วมของชุมชน และการบูรณาการองค์ความรู้ร่วมสมัย อย่างไรก็ตาม การพัฒนาในระยะต่อไปจำเป็นต้องคำนึงถึงข้อจำกัดเชิงทรัพยากรและศักยภาพของผู้ผลิตควบคู่กัน เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยพบว่า “ขันกระหย่อง” เป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่มีคุณค่าทั้งในเชิงวัฒนธรรมและความหมายเชิงพุทธศิลป์ อีกทั้งยังมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ร่วมสมัยได้อย่างเหมาะสม ข้อมูลเชิงประจักษ์จากชุมชนสะท้อนให้เห็นว่า ช่างจักสานยังคงมีทักษะดั้งเดิมที่เข้มแข็งและสืบทอดภูมิปัญญาอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ยังขาดองค์ความรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์สมัยใหม่ การสื่อสารทางการตลาด และโอกาสในการเชื่อมโยงกับตลาดร่วมสมัย นอกจากนี้ ชุมชนยังมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หากได้รับการสนับสนุนอย่างเป็นระบบ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอเสนอข้อเสนอแนะออกเป็น 2 ประเด็น ได้แก่ (1) ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ และ (2) ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ควรมีการพัฒนาศักยภาพของชุมชนและช่างจักสานอย่างเป็นระบบ โดยการจัดทำหลักสูตรอบรมที่ครอบคลุมทั้งด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย การสร้างและสื่อสารอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ผ่านการเล่าเรื่อง ตลอดจนการตลาดดิจิทัลและการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ทั้งนี้ การดำเนินการควรเป็นไปอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการขยายผลและสร้างความยั่งยืนต่อการประกอบอาชีพจักสานในชุมชน

2. ควรส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและผลิตภัณฑ์ต่อยอดจากขันกระหย่อง โดยการประยุกต์ลวดลายและแม่ลายดั้งเดิมไปสู่ผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ เช่น โคมไฟ ตะกร้าตกแต่ง แจกัน และของตกแต่งบ้านประเภทต่าง ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ และสร้างความหลากหลายของสินค้าให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดในยุคปัจจุบัน

3. ควรพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงหัตถกรรมและวัฒนธรรม โดยส่งเสริมให้ชุมชนเป็นแหล่งเรียนรู้ผ่านกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ เช่น การจัดเวิร์กชอปการจักสานขันกระหย่อง การสาธิตกระบวนการผลิตและการจัดพื้นที่เรียนรู้ด้านพุทธศิลป์และภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งจะช่วยสร้างรายได้ทั้งทางตรงและทางอ้อมแก่ชุมชน

4. ควรผลักดันให้ขันกระหย่องได้รับการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เด่นประจำจังหวัดหรือผลิตภัณฑ์เชิงอัตลักษณ์ เนื่องจากมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และพิธีกรรมที่ชัดเจน และมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นสินค้าเชิงสัญลักษณ์ในระดับจังหวัด ซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจควบคู่กับการอนุรักษ์ทุนทางวัฒนธรรมในระยะยาว

5. ควรบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ ได้แก่ ภาคการศึกษา องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และภาคเอกชน โดยภาคการศึกษามีบทบาทในการวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้ ภาครัฐสนับสนุนด้านงบประมาณและเครือข่าย ขณะที่ภาคเอกชนช่วยเสริมด้านการตลาด มาตรฐาน และ

ช่องทางการจัดจำหน่าย การดำเนินงานแบบบูรณาการดังกล่าวจะช่วยสร้างระบบนิเวศของผลิตภัณฑ์ให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ศึกษาความต้องการตลาดเชิงลึก (Market Insight) ของผลิตภัณฑ์จักสานเช่น ความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว นักสะสมงานหัตถกรรม หรือกลุ่มผู้ใช้ในเมือง

2. วิจัยเปรียบเทียบลวดลายและรูปแบบขันกระหย่องในพื้นที่ต่าง ๆ ของอีสานเพื่อสร้างฐานข้อมูลเชิงมานุษยวิทยาและศิลปวัฒนธรรม

3. ศึกษากระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญาระหว่างรุ่นของชุมชนเพื่อวางแผนสร้างระบบสืบทอดอย่างเป็นรูปธรรม

4. ทดลองพัฒนาระบบมาตรฐานผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (Local Craft Standard)ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นต้นแบบกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมอื่นได้

5. ศึกษาความเป็นไปได้ในการใช้เทคโนโลยีร่วมกับงานจักสานเช่น การใช้สแกน 3D, การขึ้นรูปด้วยวัสดุใหม่ หรือการออกแบบด้วย AI เพื่อพัฒนารูปแบบร่วมสมั

เอกสารอ้างอิง

กฤษดา แพทย์หลวง. (2555). นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจสร้างสรรค์แบบองค์รวม. *วารสารพัฒนบริหารศาสตร์, 51*(3), 207–238.

จินตนา กาญจนวิสุทธิ์. (2562). *การตลาดและการสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์ชุมชน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

ชไมพร สาระจันทร์. (2559). *การถ่ายทอดภูมิปัญญางานจักสานในชุมชนจังหวัดมหาสารคาม*. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ทิบดี ทัฬหกรณ์ และ ธีระวัฒน์ จันทึก. (2561). ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์. *Veridian E-Journal, Silpakorn University สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และศิลปะ, 11*(1), 396-410.

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548. (2548). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 122 ตอนที่ 6 ก.

พนัชกร สิมะขจรบุญ และ พงศ์สฎา เฉลิมกลิ่น. (2568). เรื่องเล่าความสำเร็จของผู้ประกอบการสินค้าทางวัฒนธรรมด้วยนวัตกรรม : กรณีศึกษาธุรกิจเครื่องปั้นดินเผา. *Silpakorn University e-Journal (Social Sciences, Humanities, and Arts), 45*(2), 149-160.

พัชนีย์ เมืองศรี และ วิยุทธ์ จำรัสพันธุ์. (2556). ก่องข้าว : คุณค่าในวัฒนธรรมอีสานสู่กระบวนการกลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม. *วารสารวิจัย มข. (ฉบับบัณฑิตศึกษา) สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 1*(2), 34–42.

รีวรรณ จันพลา. (2559). การประเมินความความต้องการจำเป็นในการฝึกอบรมทางด้านบริหารธุรกิจของ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง. *วารสารศิลปากรศึกษาศาสตร์วิจัย, 8*(2), 76-87.

วิภาวี วงศ์จันทร์. (2561). *แนวทางอนุรักษ์งานจักสานพื้นบ้านในพื้นที่ทุ่งกุลาร้องไห้.* วารสารศิลปะและวัฒนธรรมอีสาน, 17(2), 45–60.

วุฒิชัย สว่างแสง. (2565). พญานาค: ความเชื่อสู่การกลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมอีสาน. *วารสารปรัชญาและศาสนา มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 7*(2), 80-98.

ศุภชัย เหมือนโพธิ์ และ ธีรศักดิ์ อุ่นอารมณ์เลิศ. (2561). การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการชุมชน ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์. *วารสารศิลปากรศึกษาศาสตร์วิจัย, 10*(1), 131-144.

ศาสตรา เหล่าอรรคะ. (2561). การศึกษาองค์ความรู้และต่อยอดภูมิปัญญาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานหวายจากวัสดุธรรมชาติและวัสดุทดแทน เชิงพาณิชย์เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในภาคอีสาน. *วารสารศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 10*(1), 271–292.

สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. (2548). *พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548*. ราชกิจจานุเบกษา.

Chambers, R. (1983). Rural development: Putting the last first. London: Longman.

Nuttavuthisit, K., Jindahra, P., & Prasarnphanich, P. (2014). Participatory community development: evidence from Thailand. Community Development Journal, 49(Suppl 1), 155–170.