

# Executive Summary

## บทสรุปผู้บริหาร

### บ้านดงแคนใหญ่

บ้านดงแคนใหญ่ ตามประวัติเดิมมีพระสงฆ์เป็นผู้นำ คือ หลวงพ่อท้าว เป็นคนริเริ่มนำชาวบ้านมาจากหลายหมู่บ้านอพยพมาตั้งถิ่นฐาน ได้แก่ กลุ่มที่มาจากบ้านป่าข่านาคำ บ้านน้ำเต้า บ้านสัว บ้านนาฮี เดิมดงแคนใหญ่มีลักษณะเป็นที่เนิน เต็มไปด้วยดงไม้ ป่าไม้ตะเคียนขนาดใหญ่ ที่ว่าบ้านดงแคนใหญ่นั้นมีต้นตะเคียนขนาดใหญ่ (อีสานเรียกไม้ตะเคียน เป็นไม้แคน หรือ ต้นแคนนั่นเอง)

บ้านดงแคนใหญ่ หมู่ที่ 1 มีพื้นที่ รวม 2,752 ไร่ เป็นพื้นที่อยู่อาศัย 35 ไร่ พื้นที่เกษตร 2,717 ไร่ เป็นที่ราบและทุ่งนา ส่วนป่าโปร่ง ดินร่วนปนทราย ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงอำเภอกำแพงแก้ว

ประชากร : 229 หลังคาเรือน มีจำนวนประชากร 835 คน



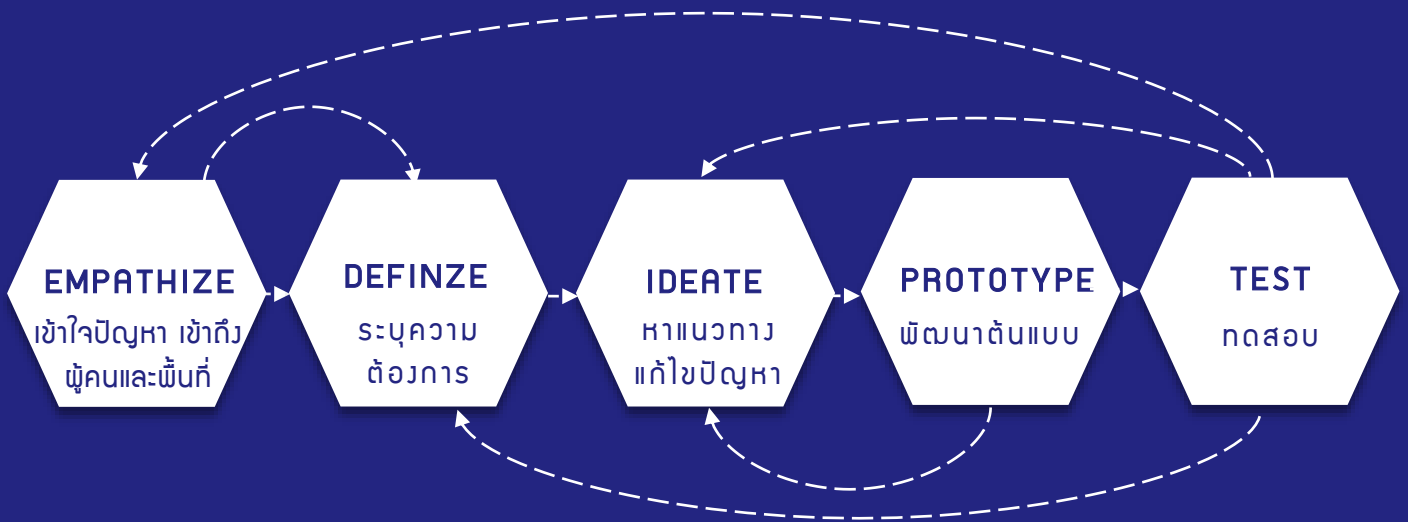
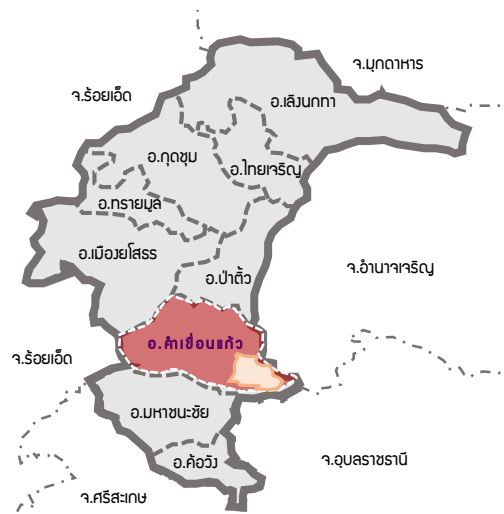
412 คน



423 คน

อาชีพหลัก : ทำนา 2,639 ไร่ เป็นอินทรี 620 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 23.5

รายได้เฉลี่ยประชากร : 43,164.31 บาท ต่อคน ต่อปี



วิธีคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เป็นเครื่องมือที่ได้นำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาเพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญห และนำเสนอแนวทางการพัฒนาจากการลงพื้นที่หมู่บ้านดงแคนใหญ่ ตำบลดงแคนใหญ่ อำเภอกำแพงแก้ว จังหวัดยโสธร เมื่อวันที่ 23 - 25 เมษายน 2561 ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากชาวบ้าน พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่ควรให้ความสำคัญในการพัฒนา คือ **ข้าวอินทรีย์** และ **ไถ่ย่างบ้านแคน**



## ข้าวอินทรีย์

# ข้าวอินทรีย์

(กลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ดงแคนใหญ่)

### ข้อมูลปัจจุบัน

- กลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ดงแคนใหญ่ เป็นกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์น้องใหม่ โดยปรับเปลี่ยนจากเกษตรกรผู้ปลูกข้าวเคมี 100 % มาเรียนรู้การผลิตข้าวอินทรีย์มาอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันมีสมาชิก 112 ครัวเรือน
- ชุมชนมีเกษตรกรรุ่นเก่า เช่น คุณยายคำปอง คุณลุงประเดิมที่มีความมุ่งมั่นเพื่อเป็นต้นแบบในการทำเกษตรอินทรีย์ให้กลุ่ม และมีผู้นำกลุ่มที่เข้มแข็ง
- ปี 2560 กลุ่มได้เข้าร่วมโครงการส่งเสริมการเกษตรแบบแปลงใหญ่ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและยกระดับกลุ่มให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการ
- รายได้หลักของชาวบ้านมาจากการปลูกข้าวหอมมะลิ โดยปลูกข้าว 1 ครั้งต่อปี โดยมีอาชีพเสริมในช่วงที่หลังฤดูการทำนาที่หลากหลาย เช่น ทำขนมจีน รับจ้างทำกระเป๋าน้ำร้อน รับจ้างตัดเสื้อ รวมทั้งการปลูกพืชหลังนา เช่น แดงโม ถั่วพราง ถั่วเขียว ปลูกถั่ว

### ปัญหาที่พบ

ขายข้าวไม่ได้ราคา ถึงแม้จะมีการรวมตัวและเซ็น MOU ขายข้าวเปลือกให้กับโรงสีที่ผ่านมามีประสบความสำเร็จ เพราะใช้เวลานานเรื่องเอกสารขั้นตอนยุ่งยาก อีกทั้งราคาได้มากกว่าเดิมเพียงกิโลละ 50 สต.

**ผลผลิตข้าวเฉลี่ยต่อไร่ต่ำ** ประมาณ 200 กก. หรือ 10 กระสอบ เนื่องจากไม่มีแหล่งน้ำเพียงพอ เพราะการกั้นนาเป็นการกั้นน้ำฝน อีกทั้งมีอุปสรรคด้านการบริหารจัดการน้ำที่ไม่เพียงพอ เนื่องจากพื้นที่นาอยู่ในที่ดอนในเขตลุ่มแม่น้ำชี จึงทำให้แห้งแล้ง

**พื้นที่เพาะปลูกเกษตรกรอินทรีย์กระจุกกระจาย** จากการสำรวจข้อมูลพบว่าพื้นที่ของเกษตรกรที่อยู่ในกลุ่มค่อนข้างกระจุกกระจาย และบางพื้นที่ติดแปลงที่มีการเพาะปลูกพืชที่มีใช้เกษตรอินทรีย์ เช่น การขยายพื้นที่ปลูกถั่ว ทำให้เกิดปัญหาของการรับน้ำที่ปนเปื้อนสารเคมี หรือการฟุ้งกระจายของยาฆ่าแมลง

**การปลูกพืชหลังนา** ชาวบ้านมีการปลูกแดงโมและพืชผักบางประเภท แต่ขายกันเองในหมู่บ้าน ไม่ได้มีการจำหน่ายให้ตลาดภายนอกหมู่บ้าน ในปีที่แล้วมาก ผลผลิตจะไม่ดี แต่ในบางปีที่อุดมสมบูรณ์ ผลผลิต เช่น แดงโม จะมีปริมาณมาก ขายไม่ได้ราคา

### ความต้องการของชาวบ้าน

ชาวบ้านมีความต้องการให้มีการออกแบบตราสินค้า (Logo) และบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ซึ่งมีความหวังว่าถ้ามีคนรู้จักแบรนด์ข้าวบ้านดงแคนใหญ่ จะทำให้ขายข้าวได้ในราคาที่ดีขึ้น และเพื่อใช้แจกเป็นของที่ระลึกประจำหมู่บ้าน



### ข้อเสนอในการพัฒนา



#### ผลักดันให้มีการรับรองมาตรฐานของข้าวอินทรีย์บ้านดงแคนใหญ่

สร้างความตระหนัก รับรู้ให้แก่สมาชิกถึงประโยชน์ของการได้รับรองมาตรฐานข้าวอินทรีย์ โดยการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ



#### สร้างการรวมกลุ่มให้เข้มแข็ง

กลุ่มฯ ต้องมีความเชื่อมั่นในตัวผู้นำ มีความเข้มแข็ง และต้องมีสมาชิกเพิ่มขึ้น เพื่อให้สามารถแบ่งปันวัตถุดิบ เครื่องมือ ส่งผลให้สามารถลดต้นทุนการผลิตและแข่งขันได้



#### หาแนวทางการเพิ่มปริมาณน้ำในฤดูแล้ง

โดยการขุดสระเพื่อกักเก็บน้ำในฤดูแล้ง และเจาะบ่อบาดาลเพื่อสูบน้ำขึ้นมาใช้ในหน้าแล้งและเก็บกักน้ำไว้ในสระ รวมทั้งขุดคลองรอบพื้นที่ ความลึกประมาณ 1 เมตร เพื่อให้มีน้ำใช้ตลอดทั้งปี



#### พัฒนาแบรนด์ข้าวอินทรีย์บ้านดงแคนใหญ่ เพื่อให้คนรู้จักและจดจำ

พัฒนาบรรจุภัณฑ์ (Packaging) โดยทำจากวัตถุดิบที่ต้นทุนต่ำ และสามารถทำได้เอง และออกแบบโลโก้ (Logo) ให้เข้าใจและจดจำง่าย

# ไถ่ย่างบ้านแคว

## ข้อมูลปัจจุบัน

- อาชีพค้าขายที่สำคัญเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงของชุมชน ไถ่แคว ไถ่ย่างซึ่งมีสูตรพิเศษ รสชาติเป็นเอกลักษณ์ เป็นที่รู้จักด้วยชื่อ “ไถ่ย่างบ้านแคว”
- การขายไถ่ย่างของชาวบ้านดงแควใหญ่ จะขายเป็นเพ็ญข้างถนนแจ้งสนิท ซึ่งเป็นถนนหลักของการสัญจรระหว่างเมืองยโสธรและอุบลราชธานี มีประมาณ 20-30 ราย จำนวนที่ขายประมาณ 15-20 ตัวต่อรายต่อวัน
- ชาวบ้านจะต่างคนต่างขายและสูตรการทำแตกต่างกัน ผู้ขายจะสั่งไถ่จากโรงฆ่าห่านในหมู่บ้าน โดยจะสั่งไถ่เป็นมาจากฟาร์มเลี้ยง ราคาขายไถ่ย่างประมาณตัวละ 120-130 บาท

## ข้อเสนอในการพัฒนา



Logo

**ออกแบบโลโก้ (Logo)** ที่สื่อถึงไถ่ย่างของบ้านดงแควใหญ่ เพื่อให้เกิดการรับรู้และจดจำง่าย



Packaging

**พัฒนาบรรจุภัณฑ์ (Packaging)** ให้มีความสวยงามและทันสมัย เหมาะสำหรับนำไปเป็นของขวัญ และ**จัดทำบ็อกเซต (Box Set)** ที่สะดวกต่อการบริโภค โดยประกอบด้วย ไถ่ย่าง ข้าวเหนียวอินทรีย์บ้านดงแควใหญ่ ไร่รวง และอุปกรณ์สำหรับใช้รับประทานอาหาร ซึ่งบรรจุภัณฑ์ดังกล่าวมีข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับไถ่ย่างบ้านแคว



New Product

**พัฒนาไก่แช่แข็งบรรจุในถุงสุญญากาศ ไถ่ย่างบ้านแควพรีเมียม (ไก่อินทรีย์) ไถ่ย่างบ้านแควบ็อกเซต (Box Set)** เพื่อเป็นการเลือกใหม่ให้กับลูกค้า



ร้านต้นแบบ

**พัฒนาร้านต้นแบบไถ่ย่างบ้านแคว** ที่มีลักษณะโดดเด่นเป็นจุดสนใจของผู้สัญจรไปมา โดยมีป้ายร้านขนาดใหญ่ ซึ่งควรตั้งบริเวณริมถนนก่อนเข้าหมู่บ้านดงแควใหญ่จากอุบลราชธานี หรือจากยโสธร



Landmark

**พัฒนาจุดสังเกต (Landmark)** ของไถ่ย่างบ้านแคว โดย**สร้างตัวมาสคอตไถ่ (Mascot)** ขนาดใหญ่ไว้ 2 จุด โดยจุดสังเกตควรจะอยู่ก่อนถึงหมู่บ้านดงแควใหญ่ ทั้งฝั่งที่มาจากอุบลราชธานี และมาจากยโสธร เพื่อให้เป็นจุดถ่ายรูป และ Check in สำหรับนักท่องเที่ยว



## ไถ่ย่างบ้านแคว

## ปัญหาที่พบ

การขายไถ่ย่างมีลักษณะเป็นเพ็ญที่กระจัดกระจาย ไม่มีรูปแบบอาคารสิ่งปลูกสร้างที่มีลักษณะเด่น

ไม่มีจุดสังเกตให้ผู้สัญจรไปมาเห็นได้เด่นชัด

ชื่อของร้านขายไถ่ย่างไม่ได้สื่อถึงความไถ่ย่างของหมู่บ้านดงแควใหญ่ โดยป้ายร้านจะบอกเพียงว่าเป็นร้านขายลาบ ก้อย ส้มตำ

ร้านส่วนใหญ่เป็นแผงไม่มีสุขอนามัยเพียงพอ

ไถ่ย่างเหมาะสำหรับทานวันต่อวัน ไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับของขวัญ และไม่สามารถเก็บไว้ได้นาน

