

บทที่ 4

ผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจชุมชน กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนโกโก้นางั่ว ตำบลนางั่ว อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยมีวัตถุประสงค์ 2 ข้อ ได้แก่ เพื่อสำรวจศักยภาพและความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโกโก้นางั่ว ตำบลนางั่ว อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ และเพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์จากเปลือกอ่อนเมล็ดโกโก้ที่เป็นทรัพยากรเหลือทิ้งให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่โดยเลือกใช้นวัตกรรมการผลิตและการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับศักยภาพของชุมชน ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสานได้แก่วิธีวิจัยเชิงสำรวจ ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยใช้วิธีการลงพื้นที่สำรวจศักยภาพและความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์, การสังเกต, การสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการและการร่วมหารือในการสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ โดยมีผลการวิจัยดังต่อไปนี้

4.1 ผลการสำรวจศักยภาพและความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโกโก้นางั่ว ตำบลนางั่ว อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนโกโก้ ได้ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2563 โดยมีจำนวนสมาชิกแรกเริ่ม จำนวน 7 คน โดยมีนายประเสริฐ โคนอก เป็นประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและเป็นประธานกลุ่ม Young Smart Farmer จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยล่าสุดได้รับรางวัล เกษตรกรสำนึกรักบ้านเกิด ประจำปี 2565 จากปัจจุบันมีจำนวนสมาชิกทั้งหมด จำนวน 80 คน โดยมีโครงการหลักในปัจจุบันที่กำลังขับเคลื่อนอยู่ ได้แก่ โครงการพาคนรักกลับบ้าน ซึ่งเนื้อหาโครงการ คือต้องการสร้างเศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืน เพื่อเป็นแรงจูงใจให้คนนางั่วที่จากบ้านเพื่อไปเรียนหรือไปทำงานต่างจังหวัด กลับมาสร้างอาชีพสร้างรายได้ให้แก่ครอบครัวตนเอง โดยการสร้างเศรษฐกิจใหม่เพื่อให้มีรายได้จริง โดยการใช้โกโก้เป็นสื่อเนื่องจากโกโก้ใช้การปลูกเพียงครั้งเดียว ให้ผลผลิตตลอดปี ซึ่งต่างจากก่อนหน้านี้ที่คนในชุมชนมีการทำไร่เลื่อนลอย ซึ่งจะใช้การลงทุนมาก ซึ่งเมื่อขายผลผลิตได้ กำไรมาก็หักลบกับทุนแล้วก็ไม่มีเพียงพอเก็บไว้ใช้ในครัวเรือน ซึ่งนายประเสริฐพยายามที่จะพัฒนาองค์ความรู้เรื่องโกโก้มาโดยตลอด เพื่อจะสร้างรากฐานที่ทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนโกโก้เกิดมาตรฐานให้คนภายนอกมั่นใจในศักยภาพของกลุ่ม ซึ่งในปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโกโก้ได้ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยการเป็นตัวแทนภาคเหนือตอนล่างในการรับซื้อผลผลิตโกโก้สด และการแปรรูปผลผลิตจากโกโก้ เข้าสู่ปีที่สาม โดยผ่านการเรียนรู้ ทดลองและจากการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ทำให้โกโก้จากบ้านนางั่ว เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในกลุ่มคนนิยมบริโภคโกโก้และผู้ประกอบการคาเฟ่ทั่วประเทศไทย สร้างงาน สร้างรายได้ สร้างหลักสูตรการเรียนรู้เกี่ยวกับความรู้เรื่องโกโก้ตั้งแต่การปลูก การหมัก การแปรรูป และสร้างความมั่นใจให้แก่สมาชิกในกลุ่มและชุมชน ด้วยการสร้างโมเดลในการเป็นเป้าหมายการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนด้วยโกโก้ โดยมีเป้าหมายที่สำคัญคือ “การทำให้บ้านนางั่วเป็นเมืองแห่งช็อคโกแลต” ซึ่งไม่ใช่หมายถึงการผลิตช็อคโกแลตหรือทุกคนจะต้องปลูกโกโก้ แต่มีนัยที่ลึกซึ้งมากกว่านั้น คือ การที่โกโก้

เป็นเหมือนสื่อกลางสร้างความสุขที่จะทำให้คนน่าจู้ได้ประโยชน์จากการปลูกโกโก้ให้มากที่สุด เชื่อมโยงกับกลไก 3P ที่นายประเสริฐ เป็นผู้คิดขึ้นเพื่อวางแนวทางในการบริหารงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโกโก้ที่น่าจู้ให้เป็นเศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืน

“เจ็ดคนช่วยกันลงขันคนละหนึ่งพันบาทเพื่อให้ผมไปซื้อเครื่องมือเครื่องมือเล็กๆเพื่อมาเริ่มในการแปรรูป ผมเลยคิดกลไกในการบริหารจัดการกลุ่ม เราเรียกสิ่งนี้ว่า 3P ประกอบด้วย 1. People หมายถึง การจ้างงาน สร้างทีมงาน และสร้างพลังชุมชน 2. Profit หมายถึง สร้างรายได้ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และ P สุดท้ายคือ Planet หมายถึง ต้นโกโก้ พื้นที่สีเขียวและพื้นที่ระบบนิเวศ ตอนนี้เราวางรากฐานไว้แบบนี้ เพื่อเป็นแนวทางไว้ให้สมาชิกในปัจจุบันและในรุ่นต่อไปที่จะเข้ามาสานต่อ ยึดถือไว้เป็นธงเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนสามารถปกป้องทรัพยากรสมบัติอันมีค่า คือองค์ความรู้เรื่องโกโก้ ที่รุ่นผมบากบั่นพัฒนา มาโดยตลอด และอยากให้ชุมชนรู้สึกภาคภูมิใจที่เมื่อใครๆพูดถึงโกโก้คุณภาพดีก็ต้องนึกถึงโกโก้ที่น่าจู้ ซึ่ง ณ ตอนนี้เราสามารถทำได้แล้วในประเทศไทยและเราจะไม่หยุดเราจะต้องไปให้ไกลกว่านี้.....” (ประเสริฐ ไก่นอก, สัมภาษณ์, 10 ก.พ.66)

ซึ่งโมเดล 3P ที่ประเสริฐกล่าวถึง ถือได้ว่าเป็นแนวทางสำคัญที่เป็นแบบแผนในการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโกโก้ที่น่าจู้ และทำให้สมาชิกในกลุ่มและคนในชุมชนได้เห็นความสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม โดยประเสริฐยังอธิบายต่อไปว่า **People** ที่หมายถึงการจ้างงาน สร้างทีมงานและสร้างพลังชุมชนนั้น ขยายความได้ว่า คนในชุมชน ทุกคนต้องมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ถ้าเขามีชีวิตที่ดีไม่เดือดร้อน เขาก็มีกำลังผลิตวัตถุดิบดีๆ ให้กับเรา มีโอกาสสร้างอาชีพ สร้างงาน พาลูกพาหลานกลับมาอยู่บ้านได้ ส่วน **Profit** ก็คือเศรษฐกิจหรือลูกค้า การที่ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าจากคนในชุมชนของเรา เขามีโอกาสได้ช่วยชุมชน ได้ของดีมีคุณค่า ได้รับรู้เรื่องราวต่างๆ ของน่าจู้ เช่น พาคนรักกลับบ้าน ทำระบบนิเวศ ลดต้นทุนเกษตรกร ฯลฯ ซึ่งมูลค่าเหล่านี้มันมากกว่ารสชาติ และสิ่งนี้เป็นสิ่งที่จะทำให้ธุรกิจมั่นคงและยั่งยืนได้ ที่สำคัญเรามีการแบ่งปันกำไรให้คนในชุมชนอย่างเหมาะสม และ **Planet** คือสิ่งแวดล้อม การสร้างพื้นที่สีเขียวให้กับสิ่งแวดล้อมในชุมชน สร้างประโยชน์จากต้นโกโก้โดยใช้ระบบนิเวศ

ผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโกโก้ที่น่าจู้ที่มีจัดจำหน่าย แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆมากมาย เช่น สนุ้จากโกโก้ ชาจากเปลือกอ่อนหุ้มเมล็ดโกโก้ (Cocoa Hust) โกโก้แมส (Cocoa Mass) โกโก้ บัตเตอร์ (Cocoa Butter) โกโก้ พาวเดอร์ (Cocoa Powder) โกโก้ ปีน (Cocoa Bean) และ โกโก้ นิปส์ (Cocoa Nibs) เป็นต้น



ภาพที่ 4.1 ผลิตภัณฑ์สินค้าที่มีจำหน่ายในปัจจุบันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโกโก้नाงั่ว
ที่มา : <https://www.facebook.com/Cocoanangua> (สืบค้นเมื่อวันที่ 10 ก.พ.66)



ภาพที่ 4.2 เมล็ดโกโก้ (โกโก้ nibs) และโกโก้ nibs สินค้าขายดีของกลุ่ม
ที่มา : <https://www.facebook.com/Cocoanangua>
(สืบค้นเมื่อวันที่ 10 ก.พ.66)

นอกจากการแปรรูปโกโก้เป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆแล้ว กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มโกโก้नाงั่ว ยังไม่หยุดพัฒนาตนเอง โดยการเปิดรับภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนเพื่อให้ โกโก้नाงั่ว เป็นที่รู้จักและเป็นการเพิ่มพูนทักษะและองค์ความรู้เรื่องโกโก้ ให้ความความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น อีกทั้งการให้ความร่วมมือในด้านงานวิจัยกับนักวิชาการจากทุกภาคส่วน ทำให้คุณภาพของผลิตภัณฑ์จากกลุ่มโกโก้नाงั่ว มีคุณภาพที่ดียิ่งขึ้น

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนโกโก้นางัว เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นจากการแข่งขันทำเครื่องดื่มจากช็อคโกแลต ในงาน Thailand Craft Chocolate Festival 2021 และ 2022 โดยในการแข่งขันนี้ บาริสต้าที่เข้าร่วมการแข่งขันได้เลือกใช้ช็อคโกแลตจากกลุ่มโกโก้นางัวเป็นวัตถุดิบหลักในเครื่องดื่ม และได้คว้ารางวัลชนะเลิศระดับประเทศในปี 2021 และรางวัลที่ 3 ในปี 2022 และช็อคโกแลตจากนางัว ยังได้รับคัดเลือกเป็นตัวแทน 1 ใน 10 Cacao Processor ที่ได้รับคัดเลือกไปร่วมในแพคเกจ TOP10 Chocolate Box 2022 เพื่อร่วมแสดงและจำหน่ายในงานแฟร์กราฟท์ช็อคโกแลต Northwest Chocolate Festival 2022 ณ เมืองซีแอตเติล ประเทศสหรัฐอเมริกา และล่าสุดนายประเสริฐ ได้รับรางวัลเกษตรกรสำนึกรักบ้านเกิดระดับประเทศ ประจำปี 2565 ซึ่งคัดเลือกจากเกษตรกรทั่วประเทศ จำนวน 300 คน จากรางวัลต่างๆที่ผ่านมา จึงสามารถเป็นหลักประกันได้ถึงศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโกโก้นางัวได้เป็นอย่างดี



ภาพที่ 4.3 TOP10 Chocolate Box 2022

ที่มา : <https://www.facebook.com/Cocoanangua> (สืบค้นเมื่อ 11 ก.พ. 66)

“.....ตอนนี้ เราผลิตได้สะดวกมากขึ้น ตอนนี้คนรู้จักเรามากขึ้นเรื่อยๆ ผลกำไรเราได้มาจัดหาเครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทำให้เราประหยัดเวลา และมีผลผลิตแปรรูปได้ทันความต้องการของลูกค้ามากขึ้น แต่ก็ยังไม่ทันทั้งหมด เพราะว่าเรายังเจอปัญหาเกษตรกรเก็บผลผลิตผลสดที่ไม่มีคุณภาพเอามาขายให้เรา บางรายก็ขนาดไม่ได้มาตรฐาน บางรายก็เก็บมามีโรคผลเน่าเราด่าผสมมา บางรายก็เป็นผลแก่ปะปนมาเยอะ รากงอก ก็ทำให้เราขาดทุนที่เอาเงินไปรับซื้อผลสด แต่เรายอมขาดทุน ดีกว่าเสียชื่อเพราะสินค้าไม่มาตรฐานตามที่เรที่ตั้งไว้ ...สินค้าเราตอนนี้ก็มีโกโก้ nibs โกโก้แมส โกโก้ฟาวเดอร์ โกโก้ป็นสบูโกโก้ และเราได้สนับสนุนจากโครงการต่างๆทั้งของภาครัฐและภาคเอกชน เราได้รับ

ความเมตตาจากท่านผู้รู้และเชี่ยวชาญหลายๆท่าน ที่มาช่วยพัฒนากระบวนการหมัก เพื่อทำความเข้าใจจุลินทรีย์ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการหมัก ทำให้เราสามารถอธิบายได้ว่า โกล์จากกลุ่มเรา มีความเป็นเอกลักษณ์และมีความพิเศษที่แตกต่างจากที่อื่นๆอย่างไร.....

.....ล่าสุดเราได้งบประมาณจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ภายใต้โครงการ U2T¹ เพื่อให้มาพัฒนาผลิตภัณฑ์ เราก็มานั่งคิดคุยกันในกลุ่มกรรมการว่าเราจะทำอะไร จะต่อยอดอะไร เราก็มารู้ว่า เรามีเปลือกอ่อนหุ้มเมล็ดโกโก้ที่เป็นผลจากการเอาเมล็ดมาคั่วแล้วกะเทาะเปลือกออก ไข่เปลือกพวกนี้ปกติก็จะขายเป็นถุงใหญ่ๆ กิโลกรัมละ 350 บาท ลูกค้ายกซื้อไปทำผงชาจากเปลือกอ่อนเมล็ดโกโก้ ก็มีสรรพคุณที่น่าสนใจ หรือจะเอาเปลือกอ่อนคั่วที่เหลือคั่วทิ้งไปโรยเป็นอาหารต้นไม้ก็ได้ ดอกใบจะงาม เพราะว่ามีธาตุโพแทสเซียมสูง สุดท้ายเรามารู้ว่า ชาเปลือกอ่อนหุ้มเมล็ดโกโก้ยี่ห้อนางั่วของเรา แต่เราเน้นความพรีเมียม เราใช้เฉพาะเปลือกอ่อนที่ผ่านการคั่วด้วยกระทะ คั่วด้วยแรงงานคน ซึ่งจะได้ความหอมมากกว่าคั่วด้วยเครื่อง นี่คือเสน่ห์ของชาโกโก้จากกลุ่มโกโก้ นางั่ว เพราะเป็นงานคราฟท์จริงๆ ก็เป็นสินค้าตัวใหม่ของกลุ่มที่ทำออกมาจำหน่าย ณ ตอนนี้อย่างไรก็เป็นผลผลิตจากงบประมาณโครงการนี้ นอกจากได้ผลผลิตแล้ว เราก็ยังได้อะไรจากโครงการซึ่งเป็นคนในตำบลของเราเอง ที่โครงการจบแล้ว แต่เรายังจ้างน้องทำงานต่อ เพราะเราคาดหวังว่า อย่างน้อยน้องจะได้มีอาชีพที่ไม่ต้องไปไกลบ้าน มีรายได้ที่ค่อยๆเติบโต แม้จะไม่ได้ร่ำรวยแต่รายได้ไม่หายไปไหน ได้อยู่บ้านตัวเอง ได้ทำงานกับคนในชุมชนของตนเอง ทำให้เขาเกิดความภาคภูมิใจในชุมชนและตัวเอง แบบนี้เขาก็ไม่ไปไหน ก็ตรงตามคอนเซ็ป “พาคนรักกลับบ้าน” ที่เราคาดหวังไว้.....” (ประเสริฐ โคนอก, สัมภาษณ์, 10 ก.พ.66)

จากการสัมภาษณ์นายประเสริฐ เกี่ยวกับเปลือกอ่อนเมล็ดโกโก้ที่แม้ว่าจะนำบางส่วนมาผลิตเป็นเครื่องดื่มประเภทชาแล้ว บางส่วนขายให้แก่ลูกค้า ปรากฏว่ายังเหลือในส่วนที่ไม่ได้เพิ่มมูลค่าเหลือทิ้ง ทางกลุ่มจึงมีความสนใจที่จะหาแนวทางในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ต่อยอดมาจากชาที่ทำจากเปลือกอ่อนหุ้มเมล็ดโกโก้ และเมื่อสอบถามถึงศักยภาพในการออกแบบและผลิต ผลิตภัณฑ์ใหม่นายประเสริฐ แสดงความคิดเห็นว่า

“.....ณ ตอนนี้อย่างไรกลุ่มของเราถือว่า มีคนที่มาสานต่อปณิธานให้รุ่นบุกเบิกได้บ้างแล้ว ซึ่งก็น่าดีใจที่ส่วนใหญ่จะเป็นวัยหนุ่มสาว ที่มีความสนใจในเรื่องโกโก้จริงๆจริงจัง แต่น้องๆก็ต้องพัฒนาตนเองต่อไป เพราะถือว่าคนที่สานต่อได้จริงๆมีจำนวนน้อยมาก เมื่อเทียบ

¹โครงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมฐานรากหลังโควิดด้วยเศรษฐกิจ BCG (U2T for BCG and Regional Development) หรือโครงการ “มหาวิทยาลัยสู่ตำบล U2T for BCG”

กับการเติบโตของกลุ่ม ตอนนี้กลุ่มเรามีทั้งแรงงานวัยสูงอายุและวัยรุ่น ส่วนใหญ่จะเป็นแรงงานสูงอายุ ความรู้อะไรที่เราไม่ถนัด เราก็ต้องหาคนช่วย ซึ่งในปัจจุบันนี้ก็อาศัยจากหลายภาคส่วนที่เข้ามาช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทั้งที่ออกแบบเอง และขอความอนุเคราะห์จากอาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ และจากร้านคัฟคราฟท์ ซึ่งเป็นภาคีเครือข่ายหลักของกลุ่ม ส่วนเครื่องมือในกระบวนการแปรรูป มีทั้งแบบดั้งเดิม คือ การใช้แรงงานคนในการควั่นและแกะกะเทาะเปลือก ส่วนอีกแบบใช้เครื่องควั่นและกะเทาะเปลือก ซึ่งถ้าถามว่าอะไรที่เร็วและได้ผลผลิตมากกว่ากันก็ตอบว่าใช้เครื่องแน่นอนอยู่แล้ว แต่เราก็ไม่ทิ้งวิธีการเดิมเพราะผลิตภัณฑ์บางตัว ก็ต้องใช้ความละเอียด เช่น ผลิตภัณฑ์ผงชาจากเปลือกอ่อนเมล็ดโกโก้ ถ้าเอาเปลือกมาจากการควั่นด้วยแรงคนกับแรงเครื่อง ความหอมจะแตกต่างกันเลย ควั่นด้วยแรงคนโดยใช้กระโถนวางบนเตาถ่าน อย่างไรก็หอมกว่า ดึงกลิ่นออกมาได้ดีกว่า และเป็นงานคราฟท์²ที่แท้จริง ซึ่งก็เป็นจุดขายของโกโก้ที่น่าจะอยู่แล้ว.....” (ประเสริฐ ไก่นอก, สัมภาษณ์, 10 ก.พ.66)

เมื่อสอบถามถึงปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มในกระบวนการแปรรูปและออกแบบผลิตภัณฑ์ต่างๆของกลุ่มฯ พบว่า ทางกลุ่มฯ ยังขาดบุคลากรที่มีความรู้และเชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ หรือการเป็นตัวหลักในการต่อยอดผลิตภัณฑ์ ซึ่งในปัจจุบันทางกลุ่มฯ จะใช้วิธีปรึกษาเครือข่ายต่างๆ ที่ทำงานร่วมกัน โดยเฉพาะทีมงานจากร้านคัฟคราฟท์ ร้านกาแฟชื่อดังในจังหวัดเพชรบูรณ์ ในด้านการร่วมออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้น

“.....ส่วนใหญ่ผมจะเป็นคนออกแบบพวกสตีกเกอร์เอง แม้กระทั่งโลโก้ของกลุ่มผมก็ออกแบบเอง แต่ว่าทักษะบางอย่างก็ต้องมี ต้องหาคนช่วยกันดูความเหมาะสม ความน่าสนใจ ต้องเดาใจลูกค้าว่าแบบไหนจะโดนใจให้เขาอมควักเงินจ่าย เพราะทราบกันดีอยู่แล้วว่า งานคราฟท์มันเป็นงานเฉพาะตัว ก็จะมีราคาที่สูงกว่าการผลิตในระบบอุตสาหกรรม แต่ทำไมคนบางกลุ่มถึงยอมจ่าย ผมก็จะปรึกษาทางทีมคัฟคราฟท์ ในด้านการออกแบบ ทดลองผลิต และด้านการโฆษณา เขามีความเป็นมืออาชีพและเราคุยภาษาเดียวกัน ทำให้งานราบรื่น ไปไหนไปกัน จัดเวิร์คช็อป ออกบูธ ปรึกษาหารือกันอยู่ตลอด ทำให้งานของเราไม่เคยหยุดนิ่ง เพราะเราพยายามคิดและทดลอง พัฒนาตัวเองอยู่เสมอ.....” (ประเสริฐ ไก่นอก, สัมภาษณ์, 10 ก.พ.66)

² “งานคราฟท์” (Craft) คือ “งานฝีมือ” เป็นงานที่ต้องอาศัยความปรารถนาและพิถีพิถันในการสร้างสรรค์ เพื่อให้ผลงานที่ออกมาแต่ละชิ้นสวยงามและทรงคุณค่า (<https://www.bareo-isys.com>, 10 ก.พ.66)

นอกจากนี้ปัญหาอีกประการหนึ่งที่สำคัญคือ “ของมี แต่ขาดคนเอาไปทำ” ซึ่งเปลือกอ่อนหุ้มเมล็ดโกโก้ที่เหลือจากการกะเทาะออกจากเมล็ดคั่วแล้ว เหลือเป็นจำนวนมากและยังไม่ได้นำไปต่อ ยอดผลิตภัณฑ์ใด เนื่องจากเป็นสิ่งที่เรียกว่าคัตทิ้งจากส่วนที่นำไปผลิตเป็นผงชาบรรจุของจำหน่าย

“.....การคั่วเมล็ดแต่ละครั้งก็จะเหลือเปลือกจำนวนมาก ก็มีที่ลูกค้ามาซื้อไปใส่ต้นไม้บ้าง ไปทำชาโกโก้บ้าง ถามว่าทำไมเราไม่เอาพวกที่เหลือนี้ไปคั่วทำผงชาขาย เพราะว่าการเน้นคุณภาพจริงๆ เราจึงคัดเฉพาะที่เราคั่วจากแรงงานคน ซึ่งเป็นผู้สูงอายุในกลุ่ม เป็นเครือญาติกันหมด แต่จำนวนแรงงานที่เป็นมือดีด้านการคั่วด้วยกระหวางบนเตาถ่าน ก็มีจำนวนน้อย ดังนั้นผลิตภัณฑ์ผงชาโกโก้ของเรา จึงผลิตได้จำนวนไม่มาก ส่วนเปลือกอ่อนที่เราคั่วทิ้ง ก็ยังคิดไม่ออกว่าจะทำอะไรต่อ ก่อนหน้านี้เคยเอาไปบดผสมในเนื้อสบู่ แต่ก็ขาดคนที่จะทำต่อ คือวัสดุอุปกรณ์เราพอมี แต่ขาดคนทำ เราเลยจำเป็นต้องเอาทิ้งไปอย่างน่าเสียดาย.....” (ประเสริฐ ไก่นอก, สัมภาษณ์, 10 ก.พ.66)

ส่วนเป้าหมายในอนาคตในการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโกโก้บ้านจั่ว เพื่อเสริมสร้างให้เศรษฐกิจชุมชนบ้านจั่วมีความเข้มแข็งและยั่งยืน นายประเสริฐได้เล่าให้ผู้วิจัยฟังว่า

“.....เป้าหมายในอนาคตของกลุ่มเรา ก็อยากสร้างโรงเรียนที่ได้มาตรฐาน (องค์การอาหารและยา) เพื่อสร้างพื้นที่ให้ชุมชนได้มาใช้ประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการแปรรูปโกโก้ เราจึงต้องการงบประมาณในการสร้างอาคารแปรรูป ให้เป็นสัดส่วนและมีอุปกรณ์เครื่องมือ ที่มีความเป็นมืออาชีพ เพื่อให้ธุรกิจโกโก้ เป็นธุรกิจเพื่อชุมชนและสังคมอย่างแท้จริง” (ประเสริฐ ไก่นอก, สัมภาษณ์, 10 ก.พ.66)

โดยสรุปในประเด็นการสำรวจศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโกโก้บ้านจั่ว พบว่า ทางกลุ่มมีความพร้อมอย่างมากในด้านองค์ความรู้ ทักษะและความเชี่ยวชาญของบุคลากร แต่ยังประสบปัญหา คือ ยังขาดแคลนผู้เชี่ยวชาญที่จะสืบทอดการเป็นผู้มีองค์ความรู้เรื่องโกโก้เช่นเดียวกับนายประเสริฐ ประธานกลุ่มฯ ซึ่งต้องใช้ระยะเวลาในการถ่ายทอดองค์ความรู้ เนื่องจากส่วนใหญ่สมาชิกกลุ่มและบุคลากรที่ช่วยขับเคลื่อนการผลิต ศักยภาพเกี่ยวกับด้านแรงงานและเทคโนโลยีในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ พบว่าเนื่องจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโกโก้บ้านจั่ว เพิ่งก่อตั้งได้ประมาณสามปี เงินทุนหมุนเวียนจึงยังไม่เพียงพอที่จะสร้างอาคารแปรรูปที่ได้มาตรฐานของ อย. แต่ทางกลุ่มก็พยายามที่จะเร่งการผลิตเพื่อจำหน่ายให้มีรายได้สะสมเพียงพอในการขยายพื้นที่ใช้สอยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการแปรรูปให้มากที่สุด

4.2 ผลการศึกษาแนวทางพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์จากเปลือกอ่อนหุ้มเมล็ดโกโก้ที่เป็นทรัพยากรเหลือทิ้งให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่โดยเลือกใช้นวัตกรรมการผลิตและการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับศักยภาพของชุมชน

เมื่อทราบแล้วว่า ปริมาณของเปลือกอ่อนหุ้มเมล็ดโกโก้ที่เป็นส่วนเกินจากกระบวนการคั่วมีอยู่เป็นจำนวนมาก และไม่ได้มีการจัดการต่อยอด ผู้วิจัยจึงได้เข้าพบและนัดหมายหารือร่วมกับนายประเสริฐ ไก่นอกและนักออกแบบผลิตภัณฑ์จากร้านกาแฟคัฟ คราฟท์ (Cup Craft) เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาด้านแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ใช้ส่วนผสมจากเปลือกอ่อนหุ้มเมล็ดโกโก้ เป็นส่วนประกอบหลักในตัวต้นแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งจากการร่วมหารือทำให้ทราบว่า ลูกค้ายบางส่วนที่ได้มาอุดหนุนบูธของโกโก้ นานจั่ว ตามงานต่างๆ มักจะถามถึงผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับความงามที่มีส่วนผสมของโกโก้ เช่น ลิปปาล์ม ครีมหาผิว เป็นต้น แต่ด้วยข้อจำกัดในด้านเทคโนโลยีการผลิตจึงไม่สามารถผลิตได้ในปริมาณมากและขาดเครื่องมือที่ทันสมัย จากการร่วมกันพิจารณานวัตกรรมที่เหมาะสมกับวัสดุและเทคโนโลยีที่ทางกลุ่มมีอยู่ จึงมีความสนใจผลิตภัณฑ์สครับที่มีส่วนผสมของเปลือกอ่อนหุ้มเมล็ดโกโก้บดหยาบ ซึ่งสามารถใช้เทคโนโลยีพื้นฐานอย่างง่ายด้วยแรงงานคนได้ ซึ่งเหมาะสมต่อทักษะของสมาชิกในกลุ่ม

จากนั้นจึงคัดเลือกให้ทีมงานจากร้านคัฟคราฟท์ จังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นผู้ออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งเหตุผลที่ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโกโก้ นานจั่ว เลือกให้ทีมคัฟคราฟท์เป็นผู้มาช่วยในการออกแบบ และดำเนินการผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ คือ โกโก้บัตเตอร์ บอดี้สครับ (Cocoabutter Body Scrub) (ภาพที่ 4.4, 4.6-4.8) เนื่องจากทีมงานร้านคัฟคราฟท์ มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านกาแฟและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงความเป็นชุมชนท้องถิ่น และร่วมงานกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโกโก้ นานจั่ว ในกิจกรรมต่างๆ มากมาย ซึ่งจะทำให้ทราบถึงบริบทของกลุ่ม และทราบถึงแนวคิด เอกลักษณ์ของกลุ่ม จะทำให้การออกแบบและผลิตต้นแบบออกมาได้อย่างตรงตามความต้องการของกลุ่มฯ โดยมีแนวความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ คือ **ใช้โกโก้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด** โดยมีส่วนประกอบหลักได้แก่ เปลือกอ่อนหุ้มเมล็ดโกโก้ ซึ่งมีสารอาหารที่สำคัญเหมาะกับผิวหนึ่งคือ เคอเซทิน (Quercetin) เป็นสารกลุ่มฟลาโวนอยด์ที่มีด้านการออกซิเดชันสูงมาก มักพบมากในหอมแดง เป็นต้น มีฤทธิ์ป้องกันการอักเสบ ป้องกันไวรัสและแบคทีเรีย นอกจากนี้ยังมีน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น ที่มีประโยชน์ที่เกี่ยวกับผิวหนึ่ง เช่น ช่วยรักษาอาการผดผื่นทางผิวหนัง ให้ความชุ่มชื้น ไม่ก่อให้เกิดอนุมูลอิสระ เป็นต้น ส่วนเกลือชมพูหิมาลัย ที่มีสรรพคุณเมื่อใช้เป็นส่วนผสมในการสครับผิวหนึ่ง คือ ช่วยบำรุงผิว ช่วยปรับสมดุลความเป็นกรด-ด่าง ลดน้ำมันส่วนเกินบนผิวหนัง ลดการเกิดสิวและผดผื่นได้ เป็นต้น โกโก้ บัตเตอร์ ซึ่งเป็นส่วนผสมจากธรรมชาติ 100% ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจว่าหากใช้แล้วผิวชุ่มชื้น นุ่มเนียนขึ้น ซึ่งจากส่วนผสมที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่า เป็นสารอาหารที่มาจากธรรมชาติ 100 เปอร์เซ็นต์ จึงมั่นใจได้ว่าปลอดภัยต่อผิวหนังของผู้บริโภค แต่อย่างไรก็ตามผลิตภัณฑ์นี้ยังคงเป็นต้นแบบในการที่จะพัฒนาและปรับปรุงสูตรให้มีความลงตัวมากที่สุด จึงจะสามารถวางจำหน่ายได้ ซึ่งยังต้องผ่านการทดลองใช้โดยอาสาสมัครที่เป็นผู้หญิง ซึ่งจะเป็นกระบวนการในขั้นตอนต่อไป



ภาพที่ 4.4 เปลือกอ่อนหุ้มเมล็ดโกโก้ ที่เหลือจากการสกัดแยกเศษเปลือกทั้ง
ที่มา : ผู้วิจัย (ถ่ายเมื่อวันที่ 25 ก.พ.66)



ภาพที่ 4.5 การผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ Cocoa Butter Body Scrub นางั่ว
ที่มา : ผู้วิจัย (ถ่ายเมื่อวันที่ 25 ก.พ.66)

ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ Cocoa Butter Body Scrub นางั่ว ผู้ออกแบบเลือกใช้บรรจุภัณฑ์แบบกระปุกพลาสติกอย่างดีฝากลมแบบสีทึบ ซึ่งจะช่วยเสริมภาพลักษณ์ให้ดูมีมูลค่า และติดด้วยสติ๊กเกอร์ฉลากผลิตภัณฑ์ที่เลือกโทนสีน้ำตาล อมชมพูอ่อนๆ พาสเทลเพื่อให้ดูสะอาดตา เรียบง่ายแต่สวยงาม มีลายเส้นรูปผลโกโก้เรียงรายขนาดเล็กใหญ่ จัดวางบนพื้นที่ของฉลากผลิตภัณฑ์ได้อย่างเรียบง่าย พร้อมทั้งใส่โลโก้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโกโก้ นางั่ว ซึ่งเป็นที่รู้จักอยู่แล้วสำหรับวงการโกโก้ในประเทศไทยในปัจจุบัน และมีตัวอักษรคำว่า Tonnum N.เหมาะสำหรับผู้บริโภคที่รักความเป็นโกโก้และรักผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมจากธรรมชาติ ด้วยโทนสีที่แทนสีของเปลือกอ่อนที่หุ้มเมล็ดโกโก้ ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในเนื้อผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 4.6 ไฟล์ภาพฉลากผลิตภัณฑ์ระบุรายละเอียดต่างๆของผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 4.7-4.9 ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ Cocoabutter Body Scrub ที่สำเร็จแล้วภายใต้แบรนด์ น้ำจิ้ม (จากซ้าย - ขวา - ล่าง)

ที่มา : ผู้วิจัย (บันทึกภาพเมื่อวันที่ 25 ก.พ.66)