

การสร้างภาพตัวแทน “เกาหลีสไต์” ในร้านกาแฟในเมืองพิษณุโลก

บทคัดย่อ

งานวิจัย การสร้างภาพตัวแทน “เกาหลีสไต์” ในร้านกาแฟในเมืองพิษณุโลก มีวัตถุประสงค์ที่เกิดจากปรากฏการณ์ “คาเฟ่ฮอปปีง” (Café Hopping) ซึ่งหมายถึงการที่คนโดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นนิยมไปร้านกาแฟเป็นประจำ หรือบางคนอาจจะไปมากกว่าหนึ่งร้านในวันเดียว และมีพฤติกรรมที่ทำให้เป็นประจำคือถ่ายรูปด้วยโทรศัพท์มือถือเพื่อโพสต์ผ่านแอปพลิเคชันโซเชียลมีเดีย เช่น เฟสบุ๊ก และอินสตาแกรม นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังพบว่าร้านกาแฟหรือคาเฟ่ที่เป็นนิยมสำหรับคนที่มพฤติกรรมคาเฟ่ฮอปปีงคือร้านกาแฟสไตล์ “มินิมอลเกาหลีสไต์” ที่มีการตกแต่งร้านให้เป็นโทนสีขาว ดูสะอาดตาหรือที่เรียกว่า “คลีนๆ” มีหน้าต่างบานใหญ่ให้แสงแดดส่องเข้ามาเพื่อให้เหมาะกับการถ่ายรูป ประกอบกับผู้ที่ไปร้านกาแฟเองก็นิยมแต่งกายด้วยสไต์ “มินิมอลเกาหลีสไต์” เช่นกัน ด้วยลักษณะเรียบง่าย เน้นโทนสีขาว ดำ เทา น้ำตาล และครีม เพื่อให้สอดคล้องกับสไต์ของร้านกาแฟ ซึ่งปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นสอดคล้องกับวัฒนธรรมเกาหลีสไต์ที่มีบทบาทในสังคมไทยมากกว่า 2 ทศวรรษแล้ว

งานวิจัยนี้จึงตั้งวัตถุประสงค์หลัก 2 ประการ *ประการแรก* เพื่อศึกษาว่าผู้ประกอบการหรือเจ้าของร้านกาแฟสไต์เกาหลีสไต์มีการประกอบสร้างความเป็นเกาหลีสไต์อย่างไร *ประการที่สอง* เพื่อศึกษาว่าผู้บริโภคร้านกาแฟสไต์เกาหลีสไต์ประกอบสร้างความเป็นเกาหลีสไต์อย่างไร โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและแบบไม่มีส่วนร่วมกับผู้ให้ข้อมูล และบันทึกภาคสนาม รวมถึงวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แนวคิดและทฤษฎีวัฒนธรรมมวลชน/วัฒนธรรมสมัยนิยมหรือป๊อป คัลเจอร์ (Pop Culture) การบริโภคเชิงสัญลักษณ์และการสร้างความหมาย (consumption of sign and meaning) และการสร้างภาพตัวแทน (representation) โดยเลือกศึกษาร้านกาแฟหรือคาเฟ่ที่ตั้งอยู่ในเมืองพิษณุโลกและใกล้กับมหาวิทยาลัยนเรศวร 4 แห่ง และผู้บริโภคที่นิยมไปร้านดังกล่าวจำนวน 10 คน รวมถึงการเก็บข้อมูลผ่านโซเชียลมีเดียของร้านประกอบด้วย

ผลการศึกษาพบว่า เจ้าของร้านกาแฟสไต์เกาหลีสไต์ได้มีการสร้างภาพแทนเกาหลีสไต์โดยการรับกระแสวัฒนธรรมของเกาหลีสไต์ในด้านของการตกแต่งร้านให้เป็นแบบมินิมอลสไต์ตามที่กำลังไปข้างต้น อีกทั้งยังมีการตกแต่งร้านด้วยของตกแต่งน้อยชิ้น เช่น ต้นไม้ โปสเตอร์ เป็นต้น อีกทั้งยังมีการนำของหวานที่เป็นของหวานประจำชาติจากประเทศเกาหลีสไต์ได้อย่างบิงซู นำมาขายในร้านด้วย ส่วนทางด้านของผู้บริโภคร้านกาแฟสไต์เกาหลีสไต์ก็มีการประกอบสร้างความเป็นเกาหลีสไต์ คือ ได้แต่งกายตามเทรนด์เกาหลีสไต์ เช่น การแต่งตัวสไต์มินิมอล และยังมีการแต่งหน้าแบบสไต์เกาหลีสไต์ที่แต่งหน้าที่ทำให้อู๋วาว มีความโกลว์ ผิวดูมีสุขภาพดี อีกด้วย ซึ่งการประกอบสร้างความเป็น “เกาหลีสไต์” สไต์มินิมอลเกาหลีสไต์ได้ถูกนำเสนอผ่านโซเชียลมีเดีย ซึ่งเป็นแรงดึงดูดระหว่างผู้ประกอบการคาเฟ่และผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง งานวิจัยนี้จึงเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาปรากฏการณ์ทางสังคมเกี่ยวกับอิทธิพลของวัฒนธรรมเกาหลีสไต์ในมิติด้านร้านกาแฟสไต์เกาหลีสไต์ในสังคมไทย ที่สามารถสะท้อนแนวทางและพฤติกรรมของวัยรุ่นไทยที่นิยมกระแสเกาหลีสไต์ และข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้สามารถเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการตลาดของร้านกาแฟสไต์เกาหลีสไต์ได้ในอนาคตอีกด้วย