

# วัฒนธรรมการทำงานในร้านกาแฟ: กรณีศึกษา Co-working Space ในจังหวัดพิษณุโลก

## Working Cultures in Coffee Shops: Case Studies of Co-working Space in Phitsanulok

นิษฐา จันทร์เกิด

มหาวิทยาลัยนเรศวร ตำบลท่าโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก 65000

E-mail: nitthaj61@nu.ac.th 0884275790

### บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวัฒนธรรมการทำงานในร้านกาแฟเลือกศึกษาใน co-working space ในจังหวัดพิษณุโลก ในขั้นตอนนี้เป็นการศึกษาจากวรรณกรรมทั้งรูปแบบหนังสือและออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่า ในยุคแรกคือยุคที่ชาวเยเมนค้นพบการดื่มกาแฟเริ่มกระจายเข้าสู่ยุโรปครั้งแรกในช่วงศตวรรษที่ 16 ยังไม่พบการทำงานในร้านกาแฟ จนกระทั่งในศตวรรษที่ 21 ที่ระบบอินเทอร์เน็ตเริ่มพัฒนา พบว่ามีผู้นั่งทำงานในร้านกาแฟมากขึ้น ส่วนมากพบในประชากรกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และวาย การทำงานในร้านกาแฟนี้เป็นการเปลี่ยนรูปแบบการทำงานแบบเดิมให้เป็นการทำงานผ่านดิจิทัลและการทำงานทางไกล วัฒนธรรมทำงานดิจิทัลนี้ลดเวลาให้เหลือเพียง 2 ช่วงคือ เวลาทำงานและเวลาสาธารณะ ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงวิถีการใช้ชีวิตของคนในสังคม ร้านกาแฟที่เปิดให้บริการในรูปแบบของ Co-Working Space เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง อนุญาตให้ลูกค้าเข้าไปนั่งทำงานได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน

**คำสำคัญ** วัฒนธรรมการทำงานดิจิทัล, ร้านกาแฟ, Co-Working Space

### Abstract

The purpose of this research was to study the working culture in coffee shops, choosing to study in co-working spaces in Phitsanulok Province. At this stage, the study of literature in both book form and online is conducted. The results showed that In the early days, when the Yemeni people discovered coffee drinking, it first spread to Europe in the 16th century and has yet to find work in a coffee shop. Until the 21st century, the Internet began to develop. Found that more people work in coffee shops. Most are found in Generation X and Y populations. Working in a coffee shop transforms the traditional way of working into digital and remote work. This digital work culture has been reduced to two periods: work time and public time. Affects the change in the way of life of people in society. Coffee shops open

in the form of Co-Working Space open 24 hours a day, allowing customers to sit and work is very popular nowadays.

## บทนำ

เริ่มต้นของการค้นพบกาแฟจากตำนานที่กล่าวต่อกันมา ถิ่นกำเนิดดั้งเดิมของกาแฟมาจากเอธิโอเปีย ในช่วงปลายศตวรรษที่ 14 เกิดการแพร่หลายในโลกของอาหรับ จากการคิดค้นของชาวเยเมนในการดื่มกาแฟ ควบคู่กับการเผยแพร่ศาสนา ก่อนที่การดื่มกาแฟ เริ่มกระจายเข้าสู่ยุโรปครั้งแรกในช่วงศตวรรษที่ 16 โดยผ่านการค้าขายในดินแดนตะวันออกกลาง การเกิดขึ้นของร้านกาแฟจากการค้นพบหลักฐานย้อนกลับในอดีต ร้านกาแฟที่เกิดขึ้นแห่งแรกได้เกิดขึ้นในอิตาลีในปี ค.ศ. 1645 ประเทศอังกฤษในช่วงประมาณทศวรรษ 1650 ภาพลักษณ์และบรรยากาศของร้านกาแฟเป็นร้านกาแฟสไตล์แบบยุโรป สถานที่ประกอบไปด้วยความสวยงาม และความเป็นทางการ นอกจากร้านกาแฟเป็นสถานที่ในการนั่งดื่มกาแฟ แต่ในอดีตร้านกาแฟเป็นสัญลักษณ์ของความทันสมัยใหม่ โดยมีเรื่องของการเมือง เศรษฐกิจ และความเป็นสังคมเข้ามาเกี่ยวข้อง เนื่องจากเกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านของการเมืองที่มีการปรับเปลี่ยนจากระบบเสรีนิยม เดิมระบบเศรษฐกิจมีลักษณะทางด้านการค้าในรูปแบบการผูกขาดทางการค้าเสรีนิยม และในบริบททางด้านสังคมเริ่มมีการปรับเปลี่ยนเป็นยุคแห่งเหตุผลและยุคภูมิปัญญา สังเกตได้จากผู้คนหลากหลายอาชีพที่มาพบปะเพื่อรับข้อมูลข่าวสารจากร้านกาแฟ (คณศ, 2552)

การเผยแพร่กาแฟเข้าสู่ยุโรปในศตวรรษที่ 17 ด้วยความแพร่หลายของลัทธิเหตุผลนิยมทั่วยุโรป สะท้อนให้เห็นถึงความนิยมดื่มกาแฟ ที่กลายเป็นเครื่องดื่มที่กำลังเป็นที่นิยมสำหรับกลุ่มอาชีพที่หลากหลาย เช่น นักวิทยาศาสตร์ เสมียน และพ่อค้า หรือเรียกกลุ่มคนเรานี้ว่า “แรงงานด้านข้อมูล” ซึ่งการทำงานของ กลุ่มอาชีพเหล่านี้เป็นการทำงานแบบนั่งบนโต๊ะเนื่องจากต้องใช้ความคิด มากกว่าการทำงานที่ต้องใช้แรงกาย การดื่มกาแฟในยามเช้าก่อนทำงานจะทำให้รู้สึกกระปรี้กระเปร่า และกาแฟยังถือได้ว่าเป็นตัวจัดระเบียบ สำหรับการนั่งทำงานได้เต็มเวลา นอกจากนี้กาแฟยังถูกเสิร์ฟในสถานที่ชวนเคารพเคร่งขรึมและสงบ กาแฟยังเป็นตัวเสริมในการสนทนาอย่างสุภาพอีกด้วย (Standage, 2552, หน้า 140-141)

ร้านกาแฟแห่งแรกในประเทศไทยได้รับอิทธิพลมาจากความเจริญรุ่งเรืองของอารยธรรมตะวันตกมีชื่อร้านกาแฟว่า “ร้านกาแฟนรสิงห์” เริ่มต้นเปิดกิจการในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 6 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์) ร้านกาแฟเป็นสถานที่แหล่งพบปะสังสรรค์ของเหล่าพ่อค้า และชาวต่างชาติ ร้านกาแฟแห่งนี้เดิมตั้งอยู่ที่บ้านนรสิงห์ เนื่องจากในเดือนมิถุนายน ปีพ.ศ. 2547 ประเทศไทยเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงการปกครองเป็นเหตุให้ ในปัจจุบันร้านกาแฟได้กลายมาเป็นทำเนียบรัฐบาล และได้ปิดตัวลงล่าสุดทางมูลนิธิอนุรักษพระราชนิพนธ์ได้ริเริ่มฟื้นคืนร้านกาแฟที่มีความเป็นสไตล์ยุโรป โดยเริ่มเปิดอย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2553 การออกแบบร้านกาแฟนรสิงห์ ประเทศไทยได้รับเอาวัฒนธรรม

ความเป็นต่างประเทศเข้ามาผสมผสานในการออกแบบ โดยเป็นการผสมผสานระหว่างศิลปะยุคต้นรัตนโกสินทร์ กับศิลปะสไตล์ไบเซนไทน์ ซึ่งความแพร่หลายของร้านกาแฟสไตล์ยุโรปถือเป็นต้นกำเนิดของการเกิดขึ้นของร้านกาแฟต่างๆ ในประเทศไทย (jidapa, 2019)

รูปแบบร้านกาแฟในประเทศไทยที่กำลังเป็นที่นิยมในสังคมปัจจุบันสามารถแบ่งออกเป็นประเภท 3 ประเภทใหญ่ๆ คือ ร้านกาแฟเคลื่อนที่ รถพ่วงหรือรถเข็นที่สามารถเคลื่อนย้ายได้ง่าย, ร้านกาแฟประเภทมุมกาแฟ ที่นิยมตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าหรือร้านต่างๆ มีลักษณะคล้ายเคาน์เตอร์บาร์โดยมีโต๊ะสำหรับนั่งรอกาแฟ เพียงแค่ 2-3 โต๊ะ และร้านกาแฟ Stand-alone มีลักษณะเป็นห้องมีพื้นที่ประมาณ 50 ตารางเมตรขึ้นไป มีพื้นที่นั่งเป็นของตนเอง โดยมีสถานที่ตั้ง เช่น บ้านพัก อาคารพาณิชย์ เป็นต้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2561)

จากที่กล่าวมาเบื้องต้นสามารถสังเกตได้ว่า ธุรกิจร้านกาแฟในประเทศไทยมีจำนวนที่เพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งแน่นอนว่าการเพิ่มขึ้นของธุรกิจร้านกาแฟทำให้เกิดการแข่งขันที่สูง ผู้ที่สนใจทำธุรกิจร้านกาแฟจำเป็นต้องศึกษาเรียนรู้ในการเริ่มทำธุรกิจ และองค์ประกอบของร้านกาแฟรวมถึงบรรยากาศ และรสชาติของอาหารสูตรของทางร้านที่สามารถทำให้ผู้บริโภคเกิดแรงจูงใจในการเข้ามาดื่มกาแฟ แลกเปลี่ยนบรรยากาศในการนั่งทำงาน องค์ประกอบของร้านกาแฟที่มีความพร้อมในการนั่งทำงานในรูปแบบของ Co-Working Space ร้านกาแฟประเภทนี้จะเป็นร้านกาแฟที่มีพื้นที่กว้าง เหมาะสมสำหรับการนั่งทำงาน เช่น ในพื้นที่จังหวัดพิษณุโลกมีร้านกาแฟที่เป็นรูปแบบของการมีพื้นที่ให้นั่งทำงาน Co-Working Space อยู่ 2 แห่ง คือ 1. ร้านคาเฟ่อื่น 2. Wake up coffee เนื่องจากจังหวัดพิษณุโลกมีบริบทของความเป็นเมือง อยู่ท่ามกลางโรงเรียนและ มหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นศูนย์กลางของนักศึกษา นักเรียน หรือผู้ที่ต้องการมานั่งทำงานโดยใช้พื้นที่ร้านกาแฟ จึงเป็นจุดเริ่มต้นในการศึกษาเรื่องวัฒนธรรมการทำงานในร้านกาแฟ ว่าทำไมคนที่มานั่งทำงานในร้านกาแฟมีแรงจูงใจในการมานั่งทำงานร้านกาแฟ มากกว่าห้องสมุด หรือการนั่งทำงานที่บ้าน เป็นต้น

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาวัฒนธรรมการทำงานในร้านกาแฟ ในจังหวัดพิษณุโลก

### การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาและมาประกอบในการทำวิจัยโดยมีกรอบแนวความคิดวัฒนธรรมการทำงานแบบผสมผสาน (Blend work approach) ผู้วิจัยได้แบ่งแนวความคิดออกเป็นสองประเด็นหลัก คือ วัฒนธรรมการทำงานแบบผสมผสาน (Blend work approach) และ IOT อินเทอร์เน็ตเพื่อสรรพสิ่ง ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

วัฒนธรรมการทำงานแบบผสมผสาน (Blend work approach) เริ่มจากการอธิบายลักษณะการทำงานแบ่งออกเป็นสองส่วน คือ ส่วนที่หนึ่ง การทำงานในระบบองค์กรที่ต้องประพฤติปฏิบัติให้อยู่ในระเบียบ

แบบแผนและธรรมเนียมประเพณี โดยถูกกำหนดด้วยค่านิยมทางสังคมว่าด้วยเรื่องการรับราชการในองค์กร ที่ การได้รับตำแหน่งนำไปสู่อำนาจทางสังคม และประโยชน์จากรัฐในการดูแลเรื่องของสวัสดิการ

ส่วนที่สอง การทำงานในระบบออนไลน์ (Online working) ที่ซ้อนทับพื้นที่ส่วนตัวเป็นการทำงานอยู่ ณ สถานที่ใดก็ได้เพียงแค่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ยกตัวอย่างเช่น กลุ่มอาชีพ ฟรีแลนซ์ (Freelance) หรือ คน เร่ร่อน (Digital nomad) ที่มี IOT อินเทอร์เน็ตเพื่อสรรพสิ่ง เป็นตัวกลางในการเชื่อมต่อให้เกิดการทำงาน รูปแบบใหม่ ส่งผลให้การแพร่หลายทางวัฒนธรรมตะวันตกและการเปลี่ยนวัฒนธรรมให้เป็นสินค้ายกตัวอย่าง ซีรี่เกาหลี่เรื่อง Coffee Prince ที่เข้าฉายในประเทศไทยมีอิทธิพลส่งผลต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจร้านกาแฟ ในประเทศไทย

จากการทบทวนวรรณกรรมตลาดกาแฟในประเทศไทย (2556 อ้างถึงใน รัตพล มนต์เสรีวงศ์, 2558: น. 2) รูปแบบของร้านธุรกิจกาแฟในปี 2557 ตลาดกาแฟสดเริ่มเข้าสู่ยุคกาแฟที่มีคุณภาพเพิ่มมากขึ้น องค์กร หรือบริษัทใหญ่ๆ เกิดการแข่งขันในธุรกิจกาแฟในระดับสูง คลอบคลุมไปถึงการแข่งขันทางการตลาดทั้งระดับ ล่างจนถึงระดับกลาง ส่งผลให้ร้านกาแฟสด หรือร้านกาแฟที่ตั้งบริเวณหน้าสำนักงานมีส่วนเข้ามาทางการ ตลาดที่มีการแข่งขันสูงเพิ่มมากขึ้น องค์กรหรือบริษัทใหญ่ๆ ที่กำลังขยายสาขาไปยังหลากหลายช่องทาง โดย ชื่อเสียงและคุณภาพมักใช้สัญลักษณ์ โลโก้ และยี่ห้อเพื่อทำให้ผู้บริโภคเกิดภาพจำที่คุ้นเคย ความเป็น เอกลักษณ์ทำให้การดื่มกาแฟของผู้บริโภคแทรกซึมถึงวัฒนธรรมในการดื่มกาแฟ ตลาดกาแฟภายในประเทศ ไทยได้แบ่งธุรกิจร้านกาแฟสดออกเป็นรูปแบบของเฟรนไชส์ จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่ เกี่ยวข้องของ กัญชพร ศรมณี, ระพีพรรณ พิริยะกุล และ ชาคริต สุกุลอิสริยาภรณ์ (2559) ซึ่งให้เห็นว่าปัจจุบัน ธุรกิจร้านกาแฟสดในรูปแบบของเฟรนไชส์มีหลากหลาย และมีความแตกต่างในด้านของพื้นที่ให้บริการกับ ผู้บริโภค เช่น การวางเครื่องชงกาแฟไว้หน้าร้านเพื่อให้ผู้บริโภคสัมผัสได้ถึงรสชาติของกาแฟ กับอาหารคาว และเบเกอรี่ ซึ่งเห็นได้ว่าธุรกิจร้านกาแฟสดกำลังเติบโตอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน (วารสารปัญญาภิวัฒน์ , 2559)

## ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผ่านการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) การลงพื้นที่สำรวจภาคสนาม กล้องถ่ายรูปและเครื่องอัดเสียง เพื่อศึกษาวัฒนธรรมการทำงานในร้านกาแฟในจังหวัดพิษณุโลก

## ผลการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ระยะเวลาที่หนึ่ง ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล จากแหล่งที่ให้ข้อมูลที่มาจากเอกสาร บทความ วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับการลงสำรวจพื้นที่

ที่ตั้งของร้าน Wake up coffee และร้านคาเฟ่อื่น เพื่อให้ได้ชุดข้อมูลเบื้องต้น เกี่ยวกับร้านกาแฟที่มีพื้นที่ในการทำงานร่วมกัน

ระยะที่สอง ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการลงพื้นที่ภาคสนามเพื่อสังเกตคนที่เข้ามานั่งทำงานในร้านกาแฟ โดยผ่านการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) ทำการสัมภาษณ์คนที่มาใช้บริการพื้นที่ทำงานร่วมกันในร้านกาแฟ รวมถึงเจ้าของร้านกาแฟ โดยข้อมูลที่ได้จากผู้สัมภาษณ์จะถูกปิดเป็นความลับและไม่มีการเผยแพร่

## สรุปผล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาวัฒนธรรมการทำงานในร้านกาแฟ: กรณีศึกษา Co-working Space ในจังหวัดพิษณุโลก ซึ่งทำการศึกษาผู้ที่มานั่งทำงานในร้านกาแฟทั้งสองแห่ง คือ ร้าน Wake up coffee และร้านคาเฟ่อื่น การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์งานวิจัยให้ตรงตามหลักวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ คือ เพื่อศึกษาวัฒนธรรมการทำงานในร้านกาแฟ ในจังหวัดพิษณุโลก

จากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษาและลงพื้นที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในเรื่องการศึกษาวัฒนธรรมการทำงานในร้านกาแฟ ในจังหวัดพิษณุโลก ของร้านกาแฟทั้งสองแห่ง คือ ร้าน Wake up coffee และร้านคาเฟ่อื่น ผลปรากฏว่าคนที่เข้ามานั่งทำงานในร้านกาแฟนั้น แรงจูงใจแรกเลยคือ บรรยากาศของร้านกาแฟรวมถึงร้านกาแฟที่มีพื้นที่ให้นั่งทำงานมีทรัพยากรและองค์ประกอบที่เพียงพอ เช่น โต๊ะ ที่นั่งที่มีความสะดวกในการใช้งาน เพราะการที่มานั่งทำงานในร้านกาแฟถูกครอบคลุมไปด้วยบริบทของสิ่งแวดล้อมที่มีแต่คนต่างฝ่ายต่างนั่งทำงานทำให้มีแรงกระตุ้นให้เกิดการตั้งใจทำงาน ทำให้ถึงไม่ไปนั่งทำงานในสถานที่ทำงาน ห้องสมุด หรือบ้าน เพราะที่บ้านมีผู้คนพลุกพล่านไม่มีสมาธิในการทำงาน ในส่วนของห้องสมุดก็เงียบกริบจนทำให้เกิดอาการเพลียและอยากหลับ การนั่งทำงานในร้านกาแฟจึงเป็นจุดสนใจหลักของกลุ่ม นักเรียน นักศึกษา หรือกลุ่มคนที่มานั่งทำงาน ผลปรากฏว่าบรรยากาศและสถานที่ในการนั่งทำงานเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้คนที่มานั่งทำงานในร้านกาแฟเกิดวัฒนธรรมในการนั่งทำงานในร้านกาแฟ ส่วนสาเหตุรอง คือ รสชาติของกาแฟที่เป็นจุดสนใจต่อมา สรุปได้ว่าคนที่มานั่งทำงานในร้านกาแฟมีแรงจูงใจจากบริบทของสิ่งแวดล้อมรอบข้างและองค์และทรัพยากรในร้านกาแฟที่มีพื้นที่นั่งเพียงพอเป็นสำคัญ

## กิตติกรรมประกาศ

บทความฉบับนี้จะสำเร็จลงไม่ได้เลยหากผู้เขียนขาดการช่วยเหลือจากบุคคลดังต่อไปนี้ อันดับแรกผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์กุลธิดา ศรีวิเชียร อาจารย์ที่ปรึกษาที่คอยแนะนำแนวทางในการเขียน และคอยสนับสนุนให้คำแนะนำในการเขียนบทความให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นมา ณ ที่นี้

## เอกสารอ้างอิง

กัญชพร ศรมณี, ระพีพรรณ พิริยะกุล และ ชาศริต สกุลาสิริยาพรณ์. (2550). ความยุติธรรมในสิทธิประโยชน์ การสนับสนุน และ ภาพลักษณ์ตราสินค้าของผู้ให้สิทธิ ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ ธุรกิจเฟรนไชส์ร้านกาแฟสดในประเทศไทย. วารสารปัญญาภิวัฒน์. 8 (2), 13

คณศ กังวานสุโร. เส้นทาง “กาแฟ” จากพืช ถึงเครื่องดื่มทางศาสนา แล้วเป็นธุรกิจฮิตทั่วโลก

ได้อย่างไร. สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://www.silpa-mag.com>

รัตพล มนต์เสีรวงศ์. (2558). ปัจจัยการสร้างคุณค่าของตราสินค้า คุณภาพในการบริการ และเครือข่าย สังคมออนไลน์ ที่ส่งผลต่อ การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ: กรณีศึกษาร้านกาแฟแบรนด์ ไทยแห่งหนึ่งในเขต กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2561). ธุรกิจร้านกาแฟบริหารอย่างไรให้รุ่ง. สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://kasikornbank.com/th>

jidapa, (2019). กาแฟรลิ่งห์ ร้านกาแฟแห่งแรกของสยาม. สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://medium.com>

Standage, T. (2556). ประวัติศาสตร์โลก 6 แก้ว. (คุณากร วาณิชยวิรุฬห์). กรุงเทพฯ: มติชน