



บทความวิจัย

เรื่อง กาแฟกับวัฒนธรรมการบริโภคของชาวเกาหลีใต้

โดยศึกษาผ่านซีรีส์เรื่อง Coffee Prince

โดย

นางสาว กัญญาณัฐ จุติธรสกุล

รหัสนักศึกษา 05530576

เสนอ

อาจารย์ดร. อัจฉรา รักยุติธรรม

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษารายวิชา 450 460 การศึกษาเอกเทศ

สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ภาคการศึกษาปลาย ปีการศึกษา 2556

| | |
|------------------------------|---|
| ชื่อบทความวิจัย | กาแฟกับวัฒนธรรมการบริโภคของชาวเกาหลีใต้โดยศึกษาผ่าน ซีรีส์เรื่อง Coffee Prince |
| ชื่อ-นามสกุลนักศึกษา | นางสาวกัญญาณัฐ จุติธรรม รหัสประจำตัว 05530576 |
| ชื่อ-นามสกุลอาจารย์ที่ปรึกษา | อาจารย์ดร. อัจฉรา รักยุติธรรม |
| ปีการศึกษา | 2556 |

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวัฒนธรรมการดื่มกาแฟของชาวเกาหลีที่สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม และเพื่อศึกษาการบริโภค ความหมายของการดื่มกาแฟโดยวิเคราะห์ผ่านซีรีส์เรื่อง Coffee Prince การศึกษารั้งนี้จะเป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับกาแฟและวัฒนธรรมบริโภค จากซีรีส์เรื่อง Coffee Prince ผลการศึกษาพบว่า ชาวเกาหลีใต้นิยมดื่มกาแฟเพิ่มมากขึ้นหลังจากที่ฉายซีรีส์เรื่อง Coffee Prince และวัฒนธรรมกาแฟนั้นเกิดขึ้นในสังคมเมืองของเกาหลีใต้ อีกทั้งการบริโภคกาแฟของชาวเกาหลีใต้เป็นการบริโภคเพื่อเสพความหมายของกาแฟ และในปัจจุบันกาแฟก็ได้ให้ค่านิยมของผู้ที่บริโภคด้วย

คำสำคัญ: วัฒนธรรมการดื่มกาแฟ วัฒนธรรมบริโภคนิยม Coffee Prince

บทนำ

1.ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความนิยมดื่มกาแฟเพิ่มขึ้นในประเทศเกาหลีได้อย่างรวดเร็วและมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2007 เป็นต้นมา ดังปรากฏในงานศึกษาจากหลายแหล่งข้อมูล เช่น จากสถิติของ Korea Coffee Market ระบุว่า ตั้งแต่ปี ค.ศ.2007-2011 ภายในระยะเวลาห้าปีนี้ การดื่มกาแฟในเกาหลีได้มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว และเป็นการหันมาดื่มกาแฟสดเพิ่มขึ้นจากที่เคยดื่มกาแฟสำเร็จรูปอีกด้วย (YUNSON LEE, ม.ป.ป.: ออนไลน์) อีกทั้งยังมีจากผลสำรวจของบริษัทจัดเรตติ้งชื่อนิลเซน มีเดีย รีเสิร์ช (ม.ป.ป.: ออนไลน์) ของสหรัฐฯระบุว่า การดื่มกาแฟเป็นที่นิยมมากขึ้นเป็นเพราะซีรีส์เกาหลีเรื่อง Coffee Prince ซึ่งฉายในปี ค.ศ.2007

นอกจากสาเหตุความนิยมดื่มกาแฟที่เพิ่มขึ้นดังกล่าวแล้ว ยังมีการวิเคราะห์ไว้อีกหลายแนวทางเช่น เครื่องดื่มกาแฟเป็นที่นิยมกันมากนับแต่รัฐบาลเปิดเสรีให้มีการบริโภคสินค้าต่างประเทศเมื่อปี ค.ศ.1987 เป็นต้นมา (คำรงค์ ฐานติ, 2555:7) สันนิษฐานว่ากาแฟได้เข้ามาในเกาหลีเมื่อปี ค.ศ.1890 โดยผ่านทางประเทศญี่ปุ่นที่ค้าขายกับชาวดัตช์มานานกว่า 170 ปี (Sunny Yoon, 2011:24-26) ในปลายยุค ค.ศ.1970 การดื่มกาแฟเริ่มเป็นที่นิยมของคนเมืองที่มักไปนั่งพักผ่อนหย่อนใจหรือพูดคุยธุรกิจกันตามร้านกาแฟ ในช่วงปี ค.ศ.1980 อุตสาหกรรมกาแฟเติบโตอย่างรวดเร็ว ดังรายงานของเนลสัน(กระปุกดอทคอม, 2011: ออนไลน์) ที่ชี้ว่าคนเกาหลีไปซื้อกาแฟกระป๋องที่ร้านสะดวกซื้อจนทำให้ในช่วงเดือนมีนาคม ค.ศ. 2010 ถึง ค.ศ.2011 กาแฟกระป๋องมียอดขายเพิ่มขึ้นกว่า 30 เปอร์เซ็นต์จาก 27 เปอร์เซ็นต์ สถานีโทรทัศน์ของเกาหลีภาคภาษาอังกฤษที่ชื่อว่า Arirang รายงานว่าคนเกาหลีดื่มกาแฟโดยเฉลี่ย 400 แก้วต่อวัน และตลาดกาแฟก็ขยายไปกว่า 20 เปอร์เซ็นต์เมื่อปี ค.ศ. 2010 และภายในสิ้นปี ค.ศ. 2011นี้คาดว่า ตลาดกาแฟของเกาหลีจะมีมูลค่าพุ่งสูงถึง 3,000 ดอลลาร์ (กระปุกดอทคอม, 2011: ออนไลน์) ในช่วงปี ค.ศ.1990 กรุงโซลได้จัดการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกขึ้น ทำให้ร้านกาแฟมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว (Sunny Yoon, 2011:24-26) และในปี ค.ศ.2007 นั้นมีความนิยมกาแฟสำเร็จรูปมากกว่ากาแฟสด แต่ภายในปี ค.ศ.2011นั้น กาแฟสดก็มีความนิยมเพิ่ม และยังมีจำนวนของร้านกาแฟที่เพิ่มขึ้นจาก 1,600 ร้าน เพิ่มขึ้นถึง 12,000 ร้านในปี ค.ศ.2011 (YUNSON LEE, ม.ป.ป.: 1-13)

เป็นที่ทราบกันทั่วไปว่าเกาหลีมีวัฒนธรรมดั้งเดิมคือการดื่มชา ตามข้อมูลทางประวัติศาสตร์ ได้มีการนำชาเข้ามาสู่เกาหลีในปี ค.ศ. 828 เมื่อคิมแท-เรียม (Kim Dae-ryeom) ทูตซึ่งไปเจริญไมตรีกับจีนในยุคการปกครองของกษัตริย์ฮึง-ค็อก (Heung-deok) แห่งอาณาจักรชิลลา (57 ปีก่อน ค.ศ. - ค.ศ. 918) ได้นำเมล็ดชาจากจีนและทำการเพาะปลูก และยังมีเกี่ยวกับพิธีดื่มชาตามประเพณีโบราณที่เรียกว่าดาโดนั้น มีการได้มีการปฏิบัติกันอย่างแพร่หลายในหมู่ชนชั้นสูงในยุคชิลลา ได้รับความนิยมนั้นมากขึ้นในยุคราชวงศ์โคเรีย และหลังจากนั้นก็กลายมาเป็นกิจวัตรของประชาชนที่มีความเกี่ยวข้องกับ (MrHotsia, ม.ป.ป:ออนไลน์) แม้การดื่มชาเป็นประเพณีโบราณ แต่คนเกาหลีรุ่นใหม่ถือว่าการเข้าร่วมพิธีชงชาเป็นการฝึกฝนด้านจิตใจและมีผลดีต่อสุขภาพ ชาช่วยขจัดความง่วงนอนและส่งผลต่อการกระตุ้นจิตใจและร่างกายของบุคคล (Hoteltravel, 2556: ออนไลน์) ประเทศเกาหลีผลิตชาของตัวเอง มีชาเขียวในเมืองโบซองซึ่งเป็นแหล่งปลูกชาเขียวที่ใหญ่ที่สุดในเกาหลีและยังเป็นแหล่งกำเนิดอุตสาหกรรมชาเขียวที่มีความเก่าแก่แห่งหนึ่ง ชาเขียวที่วางจำหน่ายในเกาหลี กว่าร้อยละ 40 เป็นชาที่ปลูกจากเมืองโบซอง เนื่องจากเมืองนี้มีชื่อเสียงเรื่องการปลูกชาจึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งของเกาหลี (Travel.thaisa.com ,2555: ออนไลน์)

แม้ว่าในอดีตชาวเกาหลีจะนิยมดื่มชากันมาก แต่ในปัจจุบันการดื่มกาแฟได้รับความนิยมมากขึ้น การหันมาดื่มกาแฟมากขึ้นไม่ได้สะท้อนแค่การเปลี่ยนแปลงค่านิยมและรสนิยมในการดื่มเครื่องดื่มของชาวเกาหลีเท่านั้น แต่ยังสามารถสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจและวัฒนธรรมได้ด้วย จำนวนร้านกาแฟที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว นำพาเศรษฐกิจเติบโตขึ้น ขณะที่กาแฟเป็นเครื่องดื่มที่มีความนิยมทั่วโลก การทำความเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงความนิยมการดื่มเครื่องดื่มจึงทำให้เข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพสังคมและวัฒนธรรมที่ปรับเข้าสู่ลักษณะที่เป็นสากลมากขึ้น อย่างไรก็ตามไม่ใช่คนทุกกลุ่มในเกาหลีที่หันมานิยมดื่มกาแฟ แต่เป็นกลุ่มนักศึกษาและกลุ่มคนทำงานทั้งชายและหญิงที่นิยมดื่มกาแฟมากขึ้นเป็นพิเศษ (ชิดาร์ตัน นัยรัตน์, 2555: ออนไลน์) ในซีรีส์เรื่อง Coffee Prince ก็สะท้อนว่า ความนิยมดื่มกาแฟเป็นกลุ่มนักศึกษา กลุ่มคนทำงานนิยมมาร้านกาแฟ กลุ่มคนพวกนี้มีไลฟ์สไตล์ดูทันสมัยและชอบเข้าสังคม

การดื่มกาแฟเป็นการบริโภคความหมายแบบหนึ่ง จากการศึกษาของมิกะ โทคา ศึกษาถึงการเกิดขึ้นและพัฒนาการของวัฒนธรรมกาแฟแบบใหม่ในประเทศไทย พบว่าลักษณะวัฒนธรรมใหม่ที่เกิดขึ้นในการดื่มกาแฟนั้นเป็นลักษณะการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมท้องถิ่นแบบเดิมและ

วัฒนธรรมสมัยใหม่ ในวัฒนธรรมกาแฟแบบใหม่มีการผสมระหว่างองค์ประกอบดั้งเดิมกับ องค์ประกอบใหม่และระหว่างสิ่งที่มีอยู่เดิมในท้องถิ่นกับสิ่งที่มาจากกระแสโลกาภิวัตน์ งานศึกษา นี้พบการบริโภคกาแฟในรูปแบบใหม่ของลูกค้า กล่าวคือ ลูกค้าผู้บริโภคกาแฟราคาแพง ในร้าน กาแฟสมัยใหม่เช่นสตาร์บัค ซึ่งบ่งให้เห็นถึงการเสพคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ของกาแฟผู้บริโภคเหล่านี้ ไม่ได้เพียงแต่ดื่มกาแฟ แต่ได้ใช้ภาพลักษณ์ที่ร้านกาแฟนั้นๆ สร้างขึ้นเพื่อจำแนกตนเองว่าต่างจาก ผู้อื่นซึ่งเป็นคุณค่าในเชิงสัญลักษณ์ของกาแฟ (มิกะ โกดามา, ม.ป.ป: ออนไลน์) การดื่มกาแฟจึงคล้าย กับกับการทานอาหารที่ไม่ได้เพียงแต่ตอบสนองความจำเป็นของร่างกายหรือเพื่อให้มีชีวิตรอด เท่านั้น ยังบริโภคความหมายของกาแฟด้วย หรือที่เรียกว่า “วัฒนธรรม-กาแฟ” ซึ่งเกี่ยวข้องตั้งแต่ รสชาติ กลิ่น บรรยากาศ โอกาสและสถานที่ การเข้ามานั่งที่ร้านกาแฟบางร้านสื่อถึงอัตลักษณ์ของ บัจเจกชน ในวัฒนธรรมแบบเมือง ที่สามารถสร้างโลกส่วนตัวในพื้นที่สาธารณะ ซึ่งช่วยลด ความรู้สึกโดดเดี่ยวจากการอยู่ในพื้นที่เมือง (ศิรินธร รัตนเจริญจร, ม.ป.ป: ออนไลน์)

ซีรีส์เกาหลีเรื่อง Coffee Prince เป็นเรื่องราวเกี่ยวข้องกับร้านกาแฟและการดื่มกาแฟของ ชาวเกาหลีที่เป็นที่นิยมมากขึ้น ทำให้มีการนำเข้ากาแฟเพิ่มขึ้นกว่าเท่าตัว ใน 5 ปีที่ผ่านมา ทำสถิติ การนำเข้ากาแฟ แสงหน้าปี ค.ศ. 2010 เป็นเงินมากกว่า 400 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (Huy_m, ม.ป.ป: ออนไลน์) ซีรีส์เรื่องนี้เป็นแนวโรแมนติกคอมเมดี้ มีนักแสดงที่มีชื่อเสียง นำแสดงโดยกงยู ยุนอินเฮ เรื่องราวเริ่มต้นจากการที่นางเอกปลอมตัวเป็นพนักงานชายในร้านกาแฟแห่งหนึ่ง เพื่อหารายได้จุน เจือครอบครัว ส่วนพระเอกเป็นเจ้าของร้านออร์แกนิกฮันนิกการบังคับแต่งงานจากทางบ้าน จึงแกล้ง เป็นเกย์ และอ้างว่าเป็นแฟนกับนางเอก ในเนื้อเรื่องนอกจากจะมีประเด็นในเรื่องความรักแล้ว ยัง ได้เห็นไลฟ์สไตล์ของคนเกาหลีวัยรุ่นถึงวัยทำงานที่นิยมดื่มกาแฟ และพนักงานในร้านกาแฟ สะท้อนให้เห็นว่าร้านกาแฟเป็นสถานที่ที่กลุ่มคนดังกล่าวนิยมมาพบปะกัน มีการตกแต่งสวยงามให้ คูมีเอกลักษณ์เฉพาะ เพราะร้านกาแฟมีการแข่งขันกันสูงทำให้ต้องมีสิ่งมาจูงใจและดึงดูดลูกค้าให้มีความแตกต่างกัน

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะวิเคราะห์ซีรีส์เรื่อง Coffee Prince เพื่อทำความเข้าใจถึงวัฒนธรรมการดื่มกาแฟของชาวเกาหลีที่สัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต สภาพสังคม และวัฒนธรรม โดยเห็นว่าซีรีส์เรื่องนี้สามารถสะท้อนค่านิยมในการดื่มกาแฟของชาวเกาหลีและยัง

สามารถสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมได้ด้วย อีกทั้งยังมีการ
 บริโภคความหมายของกาแฟด้วย หรือที่เรียกว่าวัฒนธรรม กาแฟก็มีวัฒนธรรมด้วย ตั้งแต่รสชาติ
 กลิ่น บรรยากาศ โอกาสและสถานที่ได้ชัดเจน

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาวัฒนธรรมการดื่มกาแฟของชาวเกาหลีใต้ที่สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคม
 เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม

2. เพื่อศึกษาการบริโภคความหมายของการดื่มกาแฟโดยวิเคราะห์ผ่านซีรีส์เรื่อง Coffee Prince

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้ศึกษาได้ทบทวนเอกสารงานวิจัยและกรอบความคิดในการศึกษาครั้งนี้ 2 ประเด็น ได้แก่
 เอกสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมการดื่มของชาวเกาหลี และการเปลี่ยนแปลงสังคม เศรษฐกิจ และ
 วัฒนธรรมของประเทศเกาหลี

3.1 วัฒนธรรมการดื่มของชาวเกาหลี

ชาวเกาหลีมีวัฒนธรรมการดื่มเครื่องดื่มที่หลากหลายประเภท เช่น ชา แอลกอฮอล์
 และกาแฟ ซึ่งกำลังได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ

3.1.1 การดื่มชา

เป็นที่ทราบกันว่าการดื่มชาเป็นวัฒนธรรมดั้งเดิมของคนในหลายชนชาติโดยเฉพาะ จีน
 ญี่ปุ่น และเกาหลีงานของ อุชิโนะ ประวัง (2548) เรื่อง “Tea After Time” กล่าวถึงการเดินทางของชา
 จีนที่ขยายไปยังต่างประเทศ เกี่ยวกับชาในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ว่าชาเป็นสิ่งที่ได้รับความนิยม
 มากที่สุดในจีน ญี่ปุ่น และเกาหลี บทความจากอินเทอร์เน็ตเรื่อง “โซล พิธีชงชา” ของ Janghuman
 (นามแฝง, 2554) กล่าวว่า การดื่มชาของประเทศเกาหลีรับมาจากประเทศจีนเมื่อนานมาแล้ว ซึ่ง
 สอดคล้องกับบทความอินเทอร์เน็ตเรื่อง “วัฒนธรรมเกาหลี 2” ของนิรอน (2550) ที่กล่าวว่าเกาหลีมี
 วัฒนธรรมการดื่มชาคล้ายญี่ปุ่น โดยชาที่นิยมก็คือชาเขียว เพราะช่วยกระตุ้นการทำงานของร่างกาย

ได้ดี และสถานที่ในการดื่มชาที่ใช้เป็นสถานที่ในการพูดคุยหรือสังสรรค์ทางธุรกิจ บทความจาก อินเทอร์เน็ตเรื่อง “ความหอมหวานและภูมิปัญญาแห่งชาเกาหลี” ของ Mr.Hotsia (นามแฝง, ม.ป.ป.) ได้มีการกล่าวถึงประวัติศาสตร์ของชาในเกาหลีว่าได้นำชาเข้ามาสู่เกาหลีในปีค.ศ. 828 โดยเกาหลี ได้ส่งทูตไปเจริญไมตรีกับจีนและนำเมล็ดชากลับมา

วัฒนธรรมการดื่มชาของชาวเกาหลีมีขั้นตอนคล้ายๆกับของญี่ปุ่น พิธีการดื่มชาของเกาหลี เรียกว่า ดาโด แพร์หลายในกลุ่มชนชั้นสูง ก่อนจะ กลายมาเป็นกิจวัตรประจำวันของประชาชน ทั่วไป ชาวเกาหลีเรียกการดื่มชาของพวกเขาว่า “พิธีดื่มชาแห่งสมาธิ” ซึ่งพิธีนี้เกี่ยวข้องกับความเชื่อ และพิธีกรรมทางพุทธศาสนา ถือเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่เขาไม่ได้ในการประกอบพิธีกรรมสำคัญๆ ของ ชาวเกาหลี พิธีการดื่มชา ดาโด ของเกาหลีนั้นมีความซับซ้อนไม่แพ้พิธีดื่มชาของญี่ปุ่นตั้งแต่ กระบวนการเตรียมใบชาจนถึงอุปกรณ์ในการชงชา เพราะไม่ใช่ใส่ใบชาแล้วเติมน้ำร้อนเท่านั้น แต่ ต้องต้มน้ำให้เดือด แล้วทิ้งไว้ให้ได้อุณหภูมิประมาณ 60 องศาเซลเซียส เพราะถ้าน้ำร้อนเกินไป ก็ จะได้ชาที่มีรสชาติดิบ แต่หากน้ำเย็นกว่านี้ชาที่ได้ก็จะไม่มีกลิ่นหอมอันเป็นเอกลักษณ์ของชาที่ดี จากนั้นจึงใส่ใบชาลงในกาที่อุ่น เทน้ำตามลงไป ปล่อยให้ใบชาแช่อยู่ในนั้นประมาณ 2-3 นาที เพื่อให้กลิ่นของชาออกมา เต็มที่ เวลาดื่มต้องค่อยๆ รินชาลงในถ้วยเพื่อให้แน่ใจว่ากลิ่นของชา กระจายไปทั่วทั้งถ้วย ขั้นตอนการดื่มชาไม่ควรดื่มรวดเดียวจนหมด ต้องค่อยๆ จิบอย่างช้าๆ เพื่อ ละเลียดกับกลิ่นหอมของชาที่อบอวลอยู่ในปากแล้วค่อยกลืน นอกจากนี้ วัฒนธรรมการดื่มชาของ เกาหลีไม่ได้มีอยู่แค่ขั้นตอนการชงและการดื่มเท่านั้น แต่การเตรียมจิตใจให้พร้อมเพื่อเข้าสู่วิถีของ การดื่มชา ต่างหากที่นับว่าเป็นสิ่งสำคัญที่สุดตามความเชื่อของชาวเกาหลี ชาถือเป็นรสชาติของ จักรวาล เพราะต้นชาเติบโตขึ้นได้ด้วยแสงแดด น้ำ ลม เมฆ และอากาศ ชาวเกาหลีจึงเชื่อว่า คุณสมบัติโดยธรรมชาติของชา คือ ความสงบ ความนับถือ และความบริสุทธิ์ ดังนั้น ในพิธีดื่มชา ต้องสำรวมกายและใจให้มีความรู้สึกชื่นชมยินดี (Timingholiday, 2555: ออนไลน์) โดยการดื่มชา ในสมัยก่อนนั้น จะดื่มเฉพาะชนชั้นสูงเพราะการชงชามีขั้นตอนและกรรมวิธีที่หลากหลาย และชน ชั้นสูงก็เป็นผู้มีเวลาว่าง เพราะประชาชนทั่วไปต้องทำงานจึงไม่มีเวลาว่างมากพอ แต่พอสังคมเริ่มมี การเปลี่ยนแปลง การดื่มชาก็ดื่มได้ทั่วไป ไม่มีการแบ่งชนชั้นอีก

3.1.2 การดื่มแอลกอฮอล์

การดื่มแอลกอฮอล์ของชาวเกาหลีนั้น ถือว่าเป็นการเข้าสังคมอย่างหนึ่ง ในการพบปะสังสรรค์และสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานหรือในกลุ่มเพื่อน เหตุผลที่มีความนิยมดื่มแอลกอฮอล์มากก็เพราะว่าประเทศเกาหลีมีอากาศหนาวที่ยาวนานถึง 4 เดือน เดือนพฤศจิกายน – เดือนกุมภาพันธ์ ในที่นี้ผู้ศึกษาได้พบทวนเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของชาวเกาหลี 2 ประเภท คือ มักกอลลี และ โชจู

มักกอลลีเป็นแอลกอฮอล์ที่หมักจากเมล็ดข้าวกับส่าเหล้า ชาวเกาหลีนิยมดื่มมักกอลลีในช่วงที่ทำงานและช่วงที่มีสังสรรค์ บทความเรื่อง “รู้จัก มักกอลลี เหล้าสีขาวนวล รสหวานนุ่มลิ้น” ของ ซากิยา (ม.ป.ป.) กล่าวถึง มักกอลลี เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบพื้นบ้านของเกาหลี กำเนิดตั้งแต่โบราณในสมัยอาณาจักรชิลลา บทความเรื่อง “มักกอลลี” เหล้าสีขาวนวลนุ่มลิ้นสไตล์เกาหลี จาก”เหล้าของชาวเกาหลี” โกวินเตอร์ผู้ตลาดมะกัน” ของ มติชนออนไลน์ (2555) กล่าวว่า เหล้ามักกอลลี เป็นเครื่องดื่มที่มีมาแต่โบราณที่มาจากกรรมกรหมักข้าว ได้รับความนิยมน้อยแต่แพร่หลายทั้งในประเทศเกาหลีและประเทศญี่ปุ่น บทความเรื่อง “มักกอลลี” ของ Madame Rose K (2556) กล่าวว่ามักกอลลี มีสีขาวขุ่นเหมือนน้ำนม มีดีกรีไม่แรงมาก ประมาณ 6-8% รสชาติออกหวาน บทความเรื่อง “เหล้ามักกอลลี” ของ Nantana Ajumma (2553) กล่าวว่ามักกอลลีของประเทศเกาหลีก็เหมือนกับสาโทของประเทศไทย เป็นเหล้าที่ทำมาจากข้าว แต่เดิมนิยมดื่มในชนบท แต่ในปัจจุบันนิยมดื่มกันทั่วไป ทั้ง 4 บทความนี้กล่าวคล้ายกันว่ามักกอลลีนั้นเป็นเหล้าที่ชาวเกาหลีนิยมดื่มในสมัยก่อน หมักด้วยวัตถุดิบจากธรรมชาติ เช่น ข้าวบาร์เลย์ ธัญพืชต่าง ๆ เครื่องดื่มชนิดนี้ถูกห้ามดื่มในช่วง ค.ศ.1960 เพราะประเทศเกาหลีขาดแคลนข้าว แต่หลังจากนั้นก็หันมานิยมเหมือนเดิม และต่อมาก็ได้รับความนิยมแพร่หลายไปทั่วโลก เพราะว่ามีดีกรีที่ไม่แรงจนเกินไป ชาวเกาหลีนิยมดื่มมักกอลลีพร้อมกับรับประทานอาหาร และมักกอลลีทานพร้อมกับแพนเค้กเกาหลีเข้ากันดีมาก มักกอลลีมีคุณค่าทางสารอาหารหลายอย่าง เช่น วิตามิน B1 B2 และ C มีสารชะลอความแก่ (anti-aging) สารต้านมะเร็ง และอุดมด้วย แลคติกแอซิดแบคทีเรีย ซึ่งคุณสมบัติของแลคติกแอซิดแบคทีเรีย คือช่วยทำลายเชื้อโรคและแบคทีเรียชนิดอันตราย อันเป็นสาเหตุของการติดเชื้อและก่อมะเร็ง ซึ่งอยู่ในลำไส้ รวมทั้งมีไฟเบอร์สูงช่วยในเรื่องการขับถ่ายอีกด้วย มักกอลลีช่วยควบคุมน้ำหนักด้วย เพราะมีแคลอรี

รื้อที่ต่ำ แค่ 42 กิโลแคลอรี ต่อปริมาณ 1 ขวด เท่านั้น การดื่มน้ำก็กลืนจึงไม่ทำให้น้ำหนักตัวเพิ่มขึ้น ในปัจจุบันมักกอลลิก็มีแบบบรรจุขวดและหาซื้อได้ง่ายตามร้านสะดวกซื้อ

โซจูเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่นิยมในสังคมของชาวเกาหลี มีลักษณะใสคล้ายวอดก้า เป็น การกลั่นจากข้าวหรือมันเทศ หรือมันฝรั่งหมัก นิยมดื่มทุกช่วงเวลาหรือมีงานสังสรรค์ บทความ เรื่อง “โซจู” ของ มาดากาแฟ (2554) กล่าวว่า โซจูทำมาจากข้าวเจ้า เป็นเหล้าพื้นเมืองชนิดหนึ่งของ เอเชียกลาง ทหารเอเชียกลางนำวิธีการหมักเหล้าข้าวเจ้าเข้ามาเผยแพร่ในคาบสมุทรเกาหลี ซึ่งตรงกับสมัยราชวงศ์โกเรียวของประเทศเกาหลี บทความเรื่อง “เหล้า/เบียร์/โซจู วัฒนธรรมดื่มเหล้าของ ชาวเกาหลี” ของ พฤษภา (2554) กล่าวว่า โซจูเป็นเหล้าที่มีดีกรีแรงถึง 20% ชาวเกาหลีทุกเพศทุกวัย นิยมดื่มเครื่องดื่มชนิดนี้มาก และชาวเกาหลีมองว่าการดื่มเหล้าไม่ใช่สิ่งที่ผิด บทความเรื่อง “วัฒนธรรมการดื่มแอลกอฮอล์ของคนเกาหลี 1” ของ Yimjsj (2554) กล่าวว่า ครอบครัวชาวเกาหลี มักจะดื่มโซจูไปพร้อมกับการรับประทานอาหาร และสำหรับกลุ่มเพื่อนร่วมงานก็จะมีการสังสรรค์ หลังเลิกงาน ชาวเกาหลีที่ดื่มเหล้ามาก ไม่ใช่เพราะว่าติดเหล้าหรือชอบดื่ม แต่เป็นเพราะชาวเกาหลี ต้องการหาโอกาสพบปะ สร้างความสัมพันธ์กัน บทความเรื่อง “โซจู” ของ Haena (2551) กล่าวว่า โซจูเป็นเครื่องดื่มที่ชาวเกาหลีนิยม ในทุกเพศทุกวัย เป็นเครื่องดื่มที่ดื่มง่ายและราคาไม่แพง การดื่ม โซจูจะดื่มแบบเพียวๆ ไม่ผสมกับเครื่องดื่มชนิดอื่น ทั้ง 4 บทความนี้กล่าวคล้ายกันว่าโซจูเป็น เครื่องดื่มที่นิยมมากในเกาหลี และเป็นเครื่องดื่มที่มีดีกรีแรงมาก โซจูจะคล้ายกับวอดก้าของ ตะวันตกและมีรสชาติที่ร้อนแรง สำหรับผู้ที่ไม่ค่อยได้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก็สามารถทำให้เมา ได้ และถ้ามักจะดื่มพร้อมรับประทานอาหารเสมอ ในปัจจุบันโซจูก็ได้รับความนิยมไปทั่วโลก กระแส ของความนิยมของโซจู ทำให้ประเทศเกาหลีผลิตเหล้าชนิดนี้ออกวางตลาดมากหลายยี่ห้อ เช่น ชัม อีชีล ซออีมซอโรม เป็นต้น

วัฒนธรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของชาวเกาหลีเป็นการเข้าสังคม ผูกมิตร และทำ ความรู้จัก เพราะชาวเกาหลีให้ความสำคัญกับจิตใจมาก จึงส่งผลให้สังคมเกาหลีเน้นความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล ธรรมเนียมการดื่มเหล้าของชาวเกาหลีจะรินให้กับผู้อื่น ไม่มีการรินให้ตนเอง เพราะว่าการรินให้ผู้อื่นถือเป็นการให้เกียรติผู้ที่รินให้ ต้องรินอย่างนอบน้อม โดยใช้ทั้งสองมือจับ ขวดเครื่องดื่ม เวลาดื่มก็ต้องหัน ไปดื่มด้านข้างกับผู้รินให้เพื่อแสดงความเคารพ ความคิดของชาว

เกาหลีการที่ผู้ใหญ่นิให้ถือว่าเป็นเกียรติมากและไม่ควรปฏิเสธ และต้องดื่มรวดเดียวหมดแก้ว อีกทั้งการดื่มแอลกอฮอล์ของชาวเกาหลี ส่วนมากจะดื่มหลังเลิกงานเพื่อเป็นการกระชับความสัมพันธ์ให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น ชาวเกาหลีจะดื่มแอลกอฮอล์ในทุกเพศ อีกทั้งในวงเหล้าของชาวเกาหลียังเต็มไปด้วยสีสันที่จะเล่นเกมเวลาดื่มเหล้ากัน มีเกมมากมายหลากหลายชนิด เช่น นับตัวเลข เกมไพ่ เป็นต้น เป็นการสร้างบรรยากาศในระหว่างที่ดื่มไม่ให้มีบรรยากาศน่าเบื่อและมีความสนุกสนานยิ่งขึ้น

3.1.3 การดื่มกาแฟ

กาแฟเป็นเครื่องดื่มที่รับมาจากตะวันตก และเป็นเครื่องดื่มที่นิยมมากของสังคมเกาหลี ในปัจจุบันหนังสือเรื่อง “สังคมและวัฒนธรรมเกาหลี” ของ ดำรงค์ ฐานดี (2547) กล่าวว่า เครื่องดื่มกาแฟเป็นที่นิยมกันมากนับตั้งแต่รัฐบาลเปิดเสรีให้มีการบริโภคสินค้าต่างประเทศ เมื่อปี ค.ศ. 1987 เป็นต้นมา ปัจจุบันชาวเกาหลีดื่มโสมและชาอย่างมาก กาแฟจึงมีบทบาทสำคัญและกลายเป็นเครื่องดื่มสำหรับทุกเพศทุกวัย บทความเรื่อง “รวมเรื่องเล่าในทวิตเตอร์@Seoul Café” ของชิดาร์ตัน นัยรัตน์ (2555) กล่าวว่า ชาวเกาหลีดื่มกาแฟอย่างยาวนาน เครื่องดื่มกาแฟได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน ในวัยรุ่นและหนุ่มสาววัยทำงานล้วนแต่ชอบดื่มเครื่องดื่มชนิดนี้ บทความเรื่อง “ที่เกาหลี... เรื่องจริงนอกจอ” ของ Korean4life (2012) กล่าวว่า ชาวเกาหลีนิยมดื่มกาแฟมาก และกาแฟที่ชาวเกาหลีนิยมดื่มมากที่สุดคือ กาแฟดำหรืออเมริกาโน่ บทความเรื่อง “ร้านกาแฟที่น่าสนใจในเกาหลี” ของ Tlcthai (2012) กล่าวว่า ชาวเกาหลีในปัจจุบันนิยมดื่มกาแฟมากขึ้น ทำให้มีร้านกาแฟในเกาหลีมีมากขึ้นด้วย บทความเรื่อง “เจ้าเหรียญทอง กาแฟโอลิมปิก” ของ Vudh (2008) กล่าวว่า ชาวเกาหลีที่ดื่มกาแฟกันมาก ทำให้เกิดบาร์กาแฟสมัยใหม่ขึ้น และชาวเกาหลีก็เลือกดื่มแต่กาแฟดีๆ ทั้ง 5 บทความมีการกล่าวที่คล้ายกันว่าในปัจจุบัน ชาวเกาหลีนิยมดื่มกาแฟกันมากขึ้น และการดื่มกาแฟที่มากขึ้นของชาวเกาหลีนั้นก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจร้านกาแฟเติบโตอย่างรวดเร็ว

วัฒนธรรมการดื่มกาแฟของเกาหลีคล้ายกับการดื่มแอลกอฮอล์ นั่นก็คือ เป็นการเข้าสังคมอย่างหนึ่ง การดื่มกาแฟของเกาหลีมีความแตกต่างจากไทย เพราะชาวเกาหลีดื่มกาแฟได้ทุกวัน ทุกเวลา ตลอด 24 ชั่วโมงเลยทีเดียว กาแฟกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของชาวเกาหลี เพราะว่ามีวัฒนธรรมการดื่มนอกบ้าน ทำให้ร้านกาแฟเกิดขึ้นทำให้เกิดการพบปะสังสรรค์กัน เพื่อ

เข้าสังคมผ่านการดื่มกาแฟ เปรียบเสมือนพื้นที่ทางสังคมที่คนเมืองต่างเข้ามาใช้พื้นที่ด้วยกัน นอกจากนั้นยังสะท้อนได้อีกว่ามาตรฐานของคุณภาพกาแฟมักเป็นไปตามมาตรฐานการใช้ชีวิตของคนในประเทศนั้นๆ (ชิดารัตน์ นัยรัตน์, 2555: ออนไลน์)

3.2 การเปลี่ยนแปลงสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรมของเกาหลี

ในอดีตประเทศเกาหลีใต้เป็นประเทศที่ด้อยพัฒนา แต่ต้องการให้ประเทศมีการพัฒนาให้เท่าเทียมประเทศอื่น จึงผลักดันด้านเศรษฐกิจของตนเองให้ก้าวหน้า จากหนังสือเรื่อง "สาระน่ารู้เกี่ยวกับเกาหลี" ของสถาบันเอเชียแปซิฟิกศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (2546) กล่าวว่า ประเทศเกาหลีในอดีตเป็นประเทศอุตสาหกรรมที่ยากจนที่สุด แต่เพราะมีความต้องการเห็นประเทศของตนพัฒนาจึงได้ทุ่มเทพัฒนาเศรษฐกิจอย่างจริงจังตั้งแต่ปีค.ศ.1962 ในระยะ 40 ปีที่ผ่านมาประเทศเกาหลีก็ประสบความสำเร็จอย่างมาก โดยมียุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจมุ่งสู่ภายนอก นับจากนั้นรายได้สหประชาชาติรวมของคนเกาหลีก็เพิ่มขึ้น และที่เกาหลีเติบโตเร็วก็เพราะว่ามีการส่งเสริมการออม การลงทุนและการศึกษาด้วย และเกาหลีก็มีการพัฒนาอุตสาหกรรมโดยเริ่มจากอุตสาหกรรมเบาไปสู่อุตสาหกรรมหนักตามลำดับ จึงทำให้เกาหลีมีความก้าวหน้าทางด้านอุตสาหกรรมในระดับโลกได้ อีกทั้งด้วยการพัฒนานี้ทำให้ชาวเกาหลีมีความกระตือรือร้นในการพัฒนาตัวเอง และเกิดการแข่งขันของประชากรกรด้วย บทความจากอินเตอร์เน็ตเรื่อง "ไม้ขีดก้านเดียวที่เปลี่ยนสังคมเกาหลี" ของจรรยา ยิ้มประเสริฐ (2554) กล่าวว่า ประเทศเกาหลีสามารถปลดแอกตนเองออกจากเผด็จการทางทหารภายในระยะเวลา 50 ปี โดยพลังประชาชน ส่งผลให้เกิดอิทธิพลต่อการเติบโตของขบวนการนักศึกษา แรงงาน และประชาชนเกาหลีใต้ ซึ่งการศึกษาก็ถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญในการร่วมกันต่อต้านเผด็จการทหาร และนำประเทศเข้าสู่ประชาธิปไตย แม้จะมีการสูญเสียแต่ในสังคมเกาหลีถือว่าการเสียสละตนเองเพื่อประโยชน์ส่วนรวมของประชาชนภายในประเทศเป็นสิ่งที่มีความเกียรติ บทความจากอินเตอร์เน็ตเรื่อง "การเมือง เศรษฐกิจ และสังคมของเกาหลีเหนือ และเกาหลีใต้หลังสงครามกลางเมืองถึงปัจจุบัน" ของ krumook (2555) กล่าวว่าในแต่ละยุคก็จะมีสภาพการเมือง เศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกัน และในแต่ละยุคก็จะมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจที่พัฒนาขึ้นเรื่อยๆ เพราะผู้นำของเกาหลีก็ต้องการให้ประเทศมีความก้าวหน้าอย่างยิ่ง และมีการกำหนดกฎหมายให้มีความ

เป็นประชาธิปไตยมากยิ่งขึ้น และที่สำคัญที่เกาหลีเจริญก้าวหน้านั้นก็คือการให้การศึกษาที่ดีแก่ประชาชนเพื่อมาเป็นแรงงานที่มีคุณภาพในการนำพาประเทศ เมื่อชาวเกาหลีได้รับการศึกษาที่ดีเพื่อไม่ให้ประเทศถดถอยแบบเดิม ชาวเกาหลีจึงต้องทำทุกอย่างให้เร็วขึ้นเพื่อให้ประเทศก้าวหน้า อีกทั้งยังมีเศรษฐกิจที่ดีขึ้น การใช้จ่ายของชาวเกาหลีก็ฟุ่มเฟือยมากขึ้นและเกิดค่านิยมบริโภคนิยมจากตะวันตก บทความเรื่อง “คนและวัฒนธรรมเกาหลี: มุมมองจากคนเกาหลี” ของดำรงค์ ฐานดี (ม.ป.ป.) กล่าวว่า ในปัจจุบันเกาหลีใต้ได้พัฒนาเศรษฐกิจเจริญรุดหน้าไปอย่างรวดเร็ว ประชากรส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเมืองและประกอบอาชีพในงานอุตสาหกรรมและพาณิชยกรรม รวมทั้งต้องติดต่อกับคนทั่วโลก ทำให้สังคมเกาหลีมีการเพิ่มขึ้นของนักธุรกิจมากขึ้น และเกิดธุรกิจใหม่ๆ เพิ่มขึ้นด้วย บทความเรื่อง “พัฒนาการทางการเมืองของประเทศสาธารณรัฐเกาหลี” ของดำรงค์ ฐานดี (ม.ป.ป.) กล่าวว่า สภาพสังคมสาธารณรัฐเกาหลีภายหลังสงครามเกาหลี (ค.ศ. 1950-1953) เต็มไปด้วยความยากจน รัฐบาลในสมัย ค.ศ. 1962-1987 ได้พยายามทุกทางที่จะให้ประชาชนมีกินมีใช้ ด้วยการส่งเสริมให้ประชาชนเพาะปลูกผลิตอาหารในแง่ของการพัฒนาเศรษฐกิจนั้น มีอำนาจทางการเมืองช่วยส่งเสริมอยู่ด้วย ในปี ค.ศ. 1988 ประเทศมีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับที่ 11 ของโลก ประชากรมีรายได้ต่อหัวเป็น 10,560 เหรียญสหรัฐต่อคนต่อปี ขนาดและปริมาณการลงทุนจากกลุ่มบริษัทภายในและจากต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว และเกาหลีใต้ได้เข้าเป็นสมาชิกองค์การความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) หรือองค์กรของกลุ่มประเทศร่ำรวย นี่เป็นดัชนีที่ชี้ให้เห็นถึงความสำเร็จในการพัฒนาประเทศในช่วงสามสิบปีที่ผ่านมา ส่งผลให้ชาวเกาหลีมีความเชื่อมั่นในความสามารถสูง และสิ่งเหล่านี้นำไปสู่การใช้จ่ายในชีวิตประจำวันอย่างฟุ่มเฟือย ทั้ง 5 บทความ มีการกล่าวที่คล้ายกันถึงข้อมูลทั่วไปของเกาหลีที่ต้องการเห็นประเทศของตนพัฒนาจึงได้ทุ่มเทพัฒนาเศรษฐกิจอย่างจริงจังแล้วก็ประสบความสำเร็จในที่สุด โดยมีการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจที่มุ่งสู่ภายนอกและมีการกำหนดกฎหมายให้มีความเป็นประชาธิปไตยมากขึ้น และที่สำคัญที่สุดก็คือให้การศึกษาแก่คนภายในประเทศเพื่อที่จะมาเป็นแรงงานที่ดีในภายภาคหน้าที่มีคุณภาพในการนำพาประเทศ ได้ อีกทั้งชาวเกาหลีก็มีการใช้จ่ายที่ฟุ่มเฟือยมากขึ้น ในการนิยมบริโภคนิยมจากตะวันตกทั้งที่จำเป็นและไม่จำเป็น นอกจากนั้นในสังคมของชาวเกาหลีมีการปิดกั้นคนภายนอกไม่สามารถแทรกเข้าไปอยู่ภายในสังคมได้

แม้ว่าประเทศเกาหลีจะหันไปสนใจและพัฒนาเศรษฐกิจมากกว่า แต่ก็ยังไม่ลืมด้านการเกษตรที่เป็นจุดเริ่มต้นของประเทศเกาหลีได้ บทความจากอินเทอร์เน็ตเรื่อง “การเกษตรกรรมของเกาหลีใต้” ของวราพงษ์ ชมาฤกษ์ (ม.ป.ป.) กล่าวว่า แต่เดิมประเทศเกาหลีเป็นประเทศด้อยพัฒนา เศรษฐกิจส่วนใหญ่ก็มาจากการทำเกษตรกรรม แต่พอหลังจากการปฏิวัติเขียว เศรษฐกิจด้านเกษตรก็ลดลงแล้วก็หันมาพัฒนาด้านอุตสาหกรรมมากขึ้นเพื่อเศรษฐกิจและประเทศที่เจริญก้าวหน้า แต่ชาวเกาหลีในชนบทนั้น ไม่มีการใช้จ่ายที่ฟุ่มเฟือยเท่าชาวเกาหลีที่อยู่ในเมือง บทความเรื่อง “เกาหลีใต้มุ่งพัฒนาและส่งเสริมเกษตรในเมือง” ของ สวนผักคนเมือง (ม.ป.ป.) กล่าวว่าแม้ประเทศเกาหลีใต้เป็นประเทศที่ไม่สนับสนุนเรื่องการเกษตร แต่ตอนนี้ทางรัฐบาล คือกระทรวงเกษตร ได้ออกมาประกาศอย่างชัดเจนว่าภายในปี 2020 จะทำงานส่งเสริมให้คนในเมืองจำนวนมากกว่า 5 ล้านคนหันมาสนใจและลงมือทำเกษตรในเมืองกันให้ได้ มีการวางแผนว่าจะเปลี่ยนพื้นที่รกร้าง หรือพื้นที่ที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์ ซึ่งรวมถึงบริเวณคาเฟ่ของโรงเรียน ของตึกต่างๆ รวมถึงที่ดินของภาครัฐที่ถูกทิ้งร้างไว้ ให้กลายเป็นพื้นที่สีเขียวกินได้ให้ได้มากถึง 72000 แห่ง ภายในปีที่วางไว้ สาเหตุสำคัญส่วนหนึ่งน่าจะมาจากปัญหาเรื่องราคาอาหารที่พุ่งสูงขึ้น ทำให้คนในเมืองเริ่มสนใจเรื่องการปลูกผักกินเองกันมากขึ้น บทความเรื่อง “อุตสาหกรรมเกาหลีกับวิถีเกษตรกรรม” ของ ทีมงานโลก 360 องศา (2555) กล่าวว่า ประเทศเกาหลีใต้เป็นประเทศที่ได้รับการยอมรับว่ามีการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจก้าวหน้าที่สุดอีกแห่งหนึ่งในโลก โดยในปัจจุบันมีรายได้หลักมาจากภาคอุตสาหกรรม ภาคการเกษตรและภาคการท่องเที่ยว ซึ่งการดำเนินกิจการของทั้ง 3 ภาคส่วนนั้น สามารถดำเนินควบคู่กันได้อย่างเกื้อกูลและพึ่งพาซึ่งกันและกันอย่างลงตัว ทั้งยังทำให้ชาวเกาหลีในประเทศมีงานที่ดีทำ แต่ก็เกิดการแข่งขันของคนที่มีประสิทธิภาพมากกว่า ชาวเกาหลีจึงต้องกระตือรือร้นในการพัฒนาตนเองให้เหนือกว่าผู้อื่น

บทความเรื่อง “รัฐ/เกษตรกร-เกาหลี-ใต้หัวน” ของ สวนคุณไพบูลย์ (2012) กล่าวว่า RDA เป็นหน่วยงานการพัฒนาชนบทของสาธารณรัฐเกาหลี แผ่นดินส่วนใหญ่ของเกาหลีใต้เป็นภูเขา มีพื้นที่ทำการเกษตรเพียง 11.81 ล้านไร่ หรือร้อยละ 19 ของพื้นที่ทั้งประเทศ ในสมัยก่อน เมื่อ 30-40 ปีที่แล้ว เกาหลีใต้ผลิตข้าวได้เพียงปีละ 3 ล้านตัน ไม่พอสำหรับประชากรภายในประเทศ ได้หน่วยงานอย่าง RDA ได้ทำวิจัยเพื่อให้ได้ผลผลิตข้าวมากกว่าเดิมถึงร้อยละ 30 จนกระทั่ง พ.ศ. 2520 เกาหลีใต้ผลิตข้าวได้ผลเฉลี่ยต่อพื้นที่สูงที่สุดในโลก รัฐบาลเกาหลีใต้ให้ความสำคัญกับการอบรม เกษตรกร

มักได้รับการชักชวนให้ไปอบรมหลักสูตรต่างๆ ที่จัดโดยรัฐบาลอยู่เสมอ โดยเฉพาะการอบรม เพื่อให้เกษตรกรสามารถใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการตลาด เกษตรกรร้อยละ 80 มีคอมพิวเตอร์ที่บ้าน และใช้อินเทอร์เน็ตเป็น จำนวนไม่น้อยที่มีเว็บไซต์ขาย ผลผลิตทางการเกษตรของตนเอง ทั้ง 4 บทความจะมีการกล่าวที่คล้ายกันว่า ในอดีตประเทศเกาหลี ได้มีความยากจนมาก และเป็นประเทศเกษตรกรรม แต่เมื่อต้องการเห็นประเทศพัฒนาจึงหันมา พัฒนาทางด้านอุตสาหกรรมมากกว่า ทำให้เกษตรกรรมถูกลดทอนลง แต่ในปัจจุบันนั้น แม้ว่า ประเทศเกาหลีได้จะประสบความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมแต่ก็หันกลับมาส่งเสริมในด้าน เกษตรกรรมมากยิ่งขึ้นด้วย จะเห็นได้ว่าเมื่อประเทศเกาหลีได้มีการพัฒนาแล้ว ไม่ใช่แค่พัฒนาแค่ตัว ประเทศ แต่พัฒนาประชากรด้วย เพื่อให้ประชากรมีความเป็นอยู่ที่ดี และมีความสามารถพอที่จะ ซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยเพื่อให้ตนมีความสุขสบายยิ่งขึ้น อีกทั้งยังสามารถซื้อสินค้าบริโภคได้ ตามต้องการอีกด้วย

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยดังกล่าวทำให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของเกาหลีว่าแต่เดิมนั้นเกาหลีก็เป็นประเทศที่ด้อยพัฒนา แต่ด้วยเพราะสังคม ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ขึ้น โดยเห็นถึงประโยชน์ของประเทศชาติ เพราะการที่อยู่ภายใต้การ ปกครองของตะวันตกทำให้ได้รับวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามาบ้าง แต่ก็ไม่ได้รับวัฒนธรรมเข้ามา ผสมผสานกับวัฒนธรรมของประเทศตนเพื่อให้ประเทศดูมีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น อีกทั้งเพราะความ ร่วมมือของชาวเกาหลีทำให้สามารถทำพาประเทศพัฒนาได้ภายในระยะเวลาไม่นาน จะเห็นได้ว่า เมื่อประเทศเกาหลีมีเศรษฐกิจที่ดีแล้ว ทำให้การบริโภคนิยมของชาวเกาหลีมีมากขึ้นด้วย เพื่อความ ทนสมัยของตัวผู้บริโภค จึงทำให้เกิดธุรกิจเกี่ยวกับสินค้าบริโภคมากมายในการตอบสนองความ ต้องการของชาวเกาหลี และยังสามารถนำแนวคิดมาใช้วิเคราะห์งานชิ้นนี้ได้ด้วย งานศึกษาเหล่านี้ จึงสามารถนำมาเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนวัฒนธรรมการดื่มเครื่องดื่มของเกาหลีที่ศึกษาได้อีกด้วย

3.3 แนวคิดเรื่องการบริโภคความหมาย

การบริโภคความหมาย เป็นแนวคิดที่นิยมใช้ทำความเข้าใจเกี่ยวกับผู้ที่มีพฤติกรรม การ บริโภคที่บริโภคสินค้าเกินความจำเป็น และมีการกักตุนสินค้าอุปโภคบริโภคไว้ เนื่องจากเห็นว่า สินค้ามีราคาถูกและเห็นแก่ของแถม ในความจริงแล้วถือว่าเป็นการแบกภาระต้นทุนการผลิต

บางอย่างที่มองไม่เห็น ซึ่ง “การบริโภครวมความหมาย” หมายถึงการบริโภคที่ไม่ได้หมายถึงบริโภค เฉพาะตัวสินค้าที่เป็นสิ่งของ แต่เป็นการบริโภคความหมายหรือภาพลักษณ์ที่ผูกติดมากับของสิ่งนั้น เป็นการบริโภคแบบไม่รู้จบ ซึ่งเรียกว่าการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ ผู้คนจะเลือกประเภทสินค้าและยี่ห้อ สินค้าด้วยการให้ความสำคัญกับการสื่อความหมายทางสังคมมากกว่าประโยชน์ใช้สอยและราคา เช่น ตู้เย็น มีประโยชน์เพื่อถนอมอาหาร ในขณะที่เดียวกันก็แสดงความหมายถึงความทันสมัย และ แสดงถึงฐานะของผู้คนในสังคมชนบท ผู้คนในสังคมยุคนี้ถูกมอมเมาด้วยสัญลักษณ์ สินค้าและบริการ จึงกลายเป็นสิ่งที่มีอำนาจ นำไปสู่การหลงใหลในตัวสินค้า (นาตยา อยู่คง, 2556:35)

แนวคิดบริโภครวมความหมายนี้สามารถนำมาศึกษาการดื่มกาแฟ ด้านวัฒนธรรมกระแสนิยม ด้านการบริโภคในช่วงเวลาว่าง เป็นต้น พบบทความเรื่อง “การเกิดขึ้นและพัฒนาการของ วัฒนธรรมกาแฟแบบใหม่ในประเทศไทย” ของมิกะ โกดามา (2005) กล่าวว่า ลักษณะวัฒนธรรม ใหม่ที่เกิดขึ้นในการดื่มกาแฟนั้นเป็นลักษณะการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมท้องถิ่นแบบเดิมและ วัฒนธรรมสมัยใหม่ ในวัฒนธรรมกาแฟแบบใหม่มีการผสมระหว่างองค์ประกอบดั้งเดิมกับ องค์ประกอบใหม่และระหว่างสิ่งที่มีอยู่เดิมในท้องถิ่นกับสิ่งที่มาจากกระแสโลกาภิวัตน์ ทำให้ ลักษณะผสมผสานขึ้น นอกจากนี้มีปรากฏการณ์ที่น่าสนใจที่พบในรูปแบบการบริโภคแบบใหม่ ของลูกค้า ลูกค้าผู้บริโภครวมความหมาย ในร้านกาแฟสมัยใหม่บ่งให้เห็นถึงการเสพคุณค่า เชิงสัญลักษณ์ของกาแฟผู้บริโภครวมความหมายนี้ได้เพียงแต่ดื่มกาแฟ แต่ได้ใช้ภาพลักษณ์ที่ร้านกาแฟนั้นๆ สร้างขึ้นเพื่อจำแนกตนเองว่าต่างจากผู้อื่นซึ่งเป็นคุณค่าในเชิงสัญลักษณ์ของกาแฟ บทความเรื่อง “ร้านกาแฟ: ความหมายในวัฒนธรรมไทยยุคบริโภคนิยม” ของศิรินทร รัตน์เจริญจร (2551) กล่าวว่า การดื่มกาแฟตามร้านกาแฟนั้น เปรียบเสมือนพื้นที่ทางสังคมที่คนเมืองต่างเข้ามาใช้พื้นที่ด้วยกัน โดยต่างคนต่างมาและไม่จำเป็นต้องสนใจซึ่งกันและกัน อันเปรียบเสมือนเป็นสิ่งที่เกิดขึ้น ท่ามกลางความจำเจ และยังนำเสนอตัวเองในรูปแบบที่พิเศษ ทันสมัย เต็มไปด้วยทางเลือก และ อิสระในการจัดการความสัมพันธ์ในการใช้พื้นที่และเวลา ซึ่งแสดงถึงวัฒนธรรมแบบเมือง ที่ สามารถสร้างโลกส่วนตัวในพื้นที่สาธารณะ บทความเรื่อง “สังคมปัจจุบันในเอเชียตะวันออก” ของ นาตยา อยู่คง (2556) กล่าวว่า สังคมในปัจจุบันจะให้ความสำคัญกับการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ เพราะการบริโภครวมความหมายเป็นเครื่องชี้บอกอัตลักษณ์ของคน ตำแหน่งแห่งที่ของตน รสนิยม ที่ สามารถแสดงออกและรับรู้ได้ง่ายในสังคมสมัยใหม่ที่เป็นปัจเจกบุคคลนิยม คนที่นิยมดื่มกาแฟตาม

ร้านนั้นก็เพื่อสื่อความหมายทางสังคมหรือแสดงให้เห็นถึงฐานะ ทัศนียภาพของผู้บริโภคสินค้าและการบริการ ทั้ง 3 บทความมีการกล่าวที่คล้ายกันว่าแนวคิดบริโภคความหมายนั้น เป็นการบริโภคในเชิงสัญลักษณ์ เป็นการบริโภคความหมายหรือภาพลักษณ์ที่บริโภคแบบไม่รู้จบ อีกทั้งยังเป็นปัจจัยที่เกิดจากการผสมผสานของวัฒนธรรมการบริโภคและนำมาปรับใช้ภายในประเทศ ทำให้เกิดการสร้างภาพลักษณ์ใหม่และมีการสร้างพื้นที่ส่วนตัวในพื้นที่สาธารณะด้วย

แนวคิดบริโภคความหมายมีความน่าสนใจและเกี่ยวข้องกับการศึกษาเรื่อง กาแฟกับวัฒนธรรมการบริโภคของชาวเกาหลีใต้โดยศึกษาผ่านซีรีส์เรื่อง Coffee Prince เพราะว่ากาแฟถือว่าเป็นสินค้าที่บริโภคความหมายเช่นกัน เป็นเครื่องดื่มที่ไม่จำเป็นต้องดื่ม แต่คนในปัจจุบันมีความนิยมมาก เพื่อต้องการให้ตนเองดูทันสมัย เพื่อสื่อความหมายทางสังคมหรือแสดงให้เห็นถึงฐานะ ค่านิยมที่แสดงออกผ่านการดื่มกาแฟและร้านกาแฟ แนวคิดนี้จึงมีความน่าสนใจและเหมาะในการนำมาศึกษาเรื่องนี้อย่างยิ่ง

4. วิธีการศึกษา

การศึกษารั้งนี้จะเป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับกาแฟและวัฒนธรรมบริโภค จากซีรีส์เรื่อง Coffee Prince ซึ่งมีทั้งหมด 17 ตอน โดยจะดูว่าในซีรีส์เรื่องนี้ได้สะท้อนเกี่ยวกับเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต สภาพสังคม และวัฒนธรรม เมื่อดูซีรีส์แล้วจะวิเคราะห์ด้วยแนวคิดบริโภคความหมายเพื่อดูการบริโภคความหมายของการดื่มกาแฟ และร้านกาแฟ

5. ขอบเขตการศึกษา

ศึกษาการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต สภาพสังคม และวัฒนธรรม ผ่านการดูซีรีส์ Coffee Prince จำนวน 17 ตอน

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต สภาพสังคม และวัฒนธรรม
2. ทำให้ทราบถึงการบริโภคความหมายของการดื่มกาแฟของชาวเกาหลีใต้

ผลการวิจัย

ชีรี่ Coffee Prince กับการเปลี่ยนของเกาหลีใต้

เนื้อหาบทนี้จะนำเสนอเกี่ยวกับความเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ที่กล่าวว่าวัฒนธรรมการดื่มกาแฟของชาวเกาหลีที่สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ที่สะท้อนให้เห็นถึงเศรษฐกิจในเกาหลีใต้ อีกทั้งได้ทราบถึงอุตสาหกรรมต่างๆที่เป็นส่วนในการผลักดันประเทศเกาหลีใต้ให้เป็นที่ยอมรับระดับโลก และวัฒนธรรมเกาหลีก็ถือเป็นส่วนผลักดันที่สำคัญ และเกาหลีใต้ก็ได้เกิดวัฒนธรรมใหม่ขึ้น อย่างการดื่มกาแฟที่ชาวเกาหลีใต้นิยมมาก อีกทั้งยังได้ทราบถึงวิถีชีวิตของชาวเกาหลีใต้โดยมองผ่านชีรี่เรื่อง Coffee Prince ด้วย

2.1 ชีรี่ Coffee Prince กับเกาหลีใต้ในสายตาชาวโลก

ชีรี่เรื่อง Coffee Prince เป็นชีรี่ที่เกิดขึ้นใน ค.ศ.2007 เป็นสมัยปัจจุบันของประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งเกาหลีใต้ได้เปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจเกษตรกรรม เป็นประเทศอุตสาหกรรมใหม่ ขนาดใหญ่ที่มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจอย่างก้าวกระโดด เป็นประเทศกำลังพัฒนาขั้นสูง และประเทศเกาหลีใต้ เป็นที่ยอมรับ โดยทั่วว่าเป็นเพียงไม่กี่ประเทศในโลกที่สามารถพัฒนาเทคโนโลยี อุตสาหกรรม และเศรษฐกิจได้อย่างรวดเร็วเท่าเกาหลีใต้จากประเทศเกษตรกรรมที่ยากจน เกาหลีใต้ได้กลายเป็นประเทศอุตสาหกรรมใหม่ภายในระยะเวลาเพียง 3 ทศวรรษ และปัจจัยที่เป็นส่วนสำคัญในการเรียนรู้เทคโนโลยีในอุตสาหกรรมอย่างรวดเร็ว ได้แก่ ปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งกำหนดพฤติกรรมของคนเกาหลีและปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนในสังคม ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม (cultural factor) และปัจจัยทางด้านสถานการณ์แวดล้อม (situational factors) ที่ร่วมกันกำหนดพฤติกรรมและจิตวิญญาณของคนเกาหลี สังคมของเกาหลีมีลักษณะผสมผสานกันระหว่างวัฒนธรรมตะวันออก (ปรัชญาของขงจื้อ) และวัฒนธรรมของตะวันตก (คริสต์ศาสนา) สังคมของเกาหลีใต้จึงทำให้คนรักการศึกษารวมกลุ่มมีความสัมพันธ์ที่ประสานกลมกลืนระหว่างกัน และมีวินัย อีกทั้งปัจจัยด้านสถานการณ์แวดล้อมดูเหมือนว่าจะมีผลต่อจริยธรรมในการทำงานของคนเกาหลีมากกว่าปัจจัยด้านวัฒนธรรม เช่น นิสัยการทำงานที่มีระเบียบที่ได้จากการเรียนในโรงเรียน ประชากรที่หนาแน่นและอากาศที่หนาวเย็น ฯลฯ เหล่านี้ล้วนมีส่วนทำให้ชาวเกาหลีใต้เป็นคนขยันและทำงานหนัก (สุนทร ธารพิพิธชัยและคณะ, ม.ป.ป. : ออนไลน์)

ประเทศเกาหลีได้ประสบความสำเร็จมากในการขับเคลื่อนความมั่งคั่งผ่านสินค้าทางวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นวรรณกรรม ดนตรี ภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ และสื่อบันเทิงต่างๆ

ในช่วงสิบปีที่ผ่านมา คำว่า Korea Wave หรือกระแส “เกาหลีฟีเวอร์” คือ เทรนด์ฮอตสุดฮิตที่ได้แพร่กระจายไปทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นหนังสือเกาหลี, วงดนตรีบอยแบนด์, เทรนด์ความสวย ความงาม เครื่องสำอาง ไปจนกระทั่งถึงการทำศัลยกรรมสไตล์เกาหลี

จุดกำเนิดแห่งปรากฏการณ์การก้าวข้ามทางวัฒนธรรม กระแสเกาหลีฟีเวอร์ (Korea Wave) หรือที่เรียกกันว่า “ฮัลลยู” (Hallyu) นั้น หมายความถึง กระแสความนิยมเกาหลีที่ค่อยๆ คืบคลานเข้ามายังภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อย่างเชียบเย็นตั้งแต่ช่วงปลายทศวรรษ 90's ความนิยมชมชอบในวัฒนธรรมร่วมสมัยของเกาหลี (Korea Pop Culture) นี้มีที่มาจากภาพยนตร์, ละคร, ดนตรี และดารานักร้องเกาหลีได้เป็นสำคัญ โดยภาพยนตร์เกาหลีเรื่องแรกที่ประสบความสำเร็จอย่างล้นหลามคือเรื่อง “Shiri” ภาพยนตร์แนวแอ็คชั่นเกี่ยวกับสายลับเกาหลีเหนือและเกาหลีใต้ที่ออกฉายในปีค.ศ.1999 Shiri ทำรายได้ล้นหลามทั้งในประเทศญี่ปุ่น, ฮองกง, สิงคโปร์ และได้หวั่น นับเป็นก้าวแรกที่วัฒนธรรมเกาหลีเริ่มเข้ามามีอิทธิพลในแวดวงบันเทิงเอเชีย ก่อนที่จะกลายเป็นกระแสเกาหลีฟีเวอร์ไปในที่สุด (สุวรรณดา ตปยานีกรกช, 2013 : 192)

อีกทั้งในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันว่าละครโทรทัศน์เกาหลีได้ประสบผลสำเร็จอย่างท่วมท้นสามารถพัฒนาขึ้นเป็นอุตสาหกรรมส่งออก ซึ่งนอกจากจะสร้างรายได้เข้าประเทศจากการจำหน่ายภาพยนตร์แล้วยังมีส่วนเกี่ยวเนื่องธุรกิจอื่นๆ ที่ต่อเนื่องอีกมากมาย และได้สร้างนวัตกรรมใหม่ทางธุรกิจ คือ การนำธุรกิจภาพยนตร์มาเกี่ยวเนื่องธุรกิจอื่นๆ อีกด้วย โดยเฉพาะการท่องเที่ยว กล่าวคือ ภายหลังจากถ่ายทำละครแล้วเสร็จเกือบทุกเรื่อง ผู้สร้างจะดูแลรักษาฉากและโรงถ่ายเป็นอย่างดีเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบย้อนรอยละครโทรทัศน์ซึ่งเน้นการเยี่ยมชมโลเคชัน (Location) ซึ่งเป็นสถานที่ถ่ายทำ รัฐบาลเกาหลีได้ให้ความสำคัญเป็นอย่างมากกับสินค้าวัฒนธรรมโดยครอบคลุมถึงธุรกิจภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ด้วย (สุนทร ชารพิพิชชัย และคณะ, ม.ป.ป. : ออนไลน์) ซีรีส์เรื่อง Coffee Prince ก็เช่นกัน เมื่อถ่ายละครเสร็จแล้วก็ยังคงรักษา รักษาทุกรายละเอียดของละคร เพื่อที่จะดึงมาเป็นจุดขายให้แก่ร้าน ให้สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเห็นสถานที่จริงของร้านกาแฟ Coffee Prince ก็สามารถมาเที่ยวชมได้ และ ซีรีส์เรื่องนี้ยัง

เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงคือชาวเกาหลีได้นิยมดื่มกาแฟมากขึ้น เพราะว่าได้บริโภคนี้มาจาก ตะวันตก อีกทั้งยังมีร้านกาแฟเกิดขึ้นมากทั่วประเทศเกาหลีใต้ แต่ชาวเกาหลีใต้ก็ไม่ได้ละทิ้งความเป็นตะวันออก โดยตัวละครของเรื่องก็ยังคงรับประทานอาหารประจำชาติ และลักษณะของที่อยู่อาศัยก็ยังคงมีการผสมผสานระหว่างตะวันออกและตะวันตกที่มีความลงตัว เช่น ตัวบ้านจะเป็นตึกสี่เหลี่ยมและใช้วัสดุจากปูน แต่หลังคาจะทำแบบเกาหลี

วัฒนธรรมเป็นสินค้าส่งออกประจำชาติของเกาหลีใต้ คือ วัฒนธรรมกลุ่มสายเลือดเดียวกัน ที่คนเกาหลีเรียกว่า “ฮันมินจก” ซึ่งได้ผสมผสานกับหลักการดำเนินชีวิตในแบบขงจื้อ ที่มุ่งหวังให้ทุกคนเป็นคนดี ขยัน ประหยัด ซื่อสัตย์ กตัญญู และใฝ่รู้ ด้วยว่าสังคมเกาหลีมีรากฐานเป็นสังคมแบบปิด ทำให้ในช่วงศตวรรษที่ผ่านมาวัฒนธรรมเกาหลีไม่สามารถเติบโตก้าวหน้าได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนั้น ยังมีช่วงหยุดชะงักทางวัฒนธรรมอีก 2 ครั้งใหญ่ ได้แก่ ช่วง ค.ศ.1910 – 1945 ที่ญี่ปุ่นเข้าปกครองเกาหลี และช่วง ค.ศ.1950 – 1953 ซึ่งเป็นช่วงที่เกิดสงครามเกาหลีและวัฒนธรรมตะวันตกทะลักไหลเข้าสู่ประเทศ เหตุการณ์ดังกล่าวทำให้เกาหลีในปัจจุบันกลายเป็นประเทศที่มี 2 วัฒนธรรม คือ วัฒนธรรมดั้งเดิม และวัฒนธรรมร่วมสมัย รัฐบาลเกาหลีจำเป็นต้องดำเนินนโยบายด้านวัฒนธรรม (ซึ่งกินระยะเวลายาวนานถึง 10 ปีเต็ม) เพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมประจำชาติให้วนกลับมาอีกครั้ง พร้อมทั้งปกป้องประเทศจากวัฒนธรรมอเมริกันในช่วงค.ศ.1945 – 1980 ในการนี้รัฐได้หันมาให้ความสำคัญกับการคั่นห้ามรดกทางวัฒนธรรมและเอกลักษณ์สำคัญประจำชาติ พร้อมทั้งส่งเสริมศิลปะเกาหลีทั้งในแบบดั้งเดิมและร่วมสมัย (พลอย มัลลิกะมาส, ม.ป.ป. : ออนไลน์)

ในปีค.ศ.1993 เมื่อเกาหลีเริ่มเล็งเห็นว่า “วัฒนธรรมประจำชาติ” คือ สิ่งที่มีมูลค่ามหาศาลทางเศรษฐกิจ รัฐจึงเริ่มแสดงบทบาทในการ “ส่งเสริมเศรษฐกิจวัฒนธรรม” ด้วยการสร้างสวัสดิการต่างๆ เพื่อทำนุบำรุงวัฒนธรรมประจำชาติ และได้ยกเรื่องของวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าส่งออกสำคัญทางการท่องเที่ยว ด้วยนโยบายส่งเสริม “กลุ่มอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม” (Cultural Industries) ซึ่งครอบคลุมธุรกิจสาขาต่างๆ มากมาย อาทิ ภาพยนตร์ ดนตรี วิดีโอ สิ่งพิมพ์ การกระจายเสียง การออกแบบ ตัวการ์ตูน ความบันเทิงที่ให้ความรู้ (Edutainment) รวมทั้งได้วางวิสัยทัศน์ทางวัฒนธรรม

เข้าสู่สังคมดิจิทัล (Vision 21 for Cultural Industries in Digital Societies) เพื่อตอบรับกับเทรนด์ การสื่อสารแบบโลกาภิวัตน์ (สุวรรณา ตปยานีกร, 2013 : 191)

ในปีค.ศ.1999 รัฐบาลเกาหลีใต้ผ่านพระราชบัญญัติส่งเสริมอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม ซึ่งส่งผลให้เกิดองค์การมหาชน ศูนย์วิจัยทางวัฒนธรรม และสถาบันการศึกษาเทคโนโลยีทาง วัฒนธรรมขึ้นมากมาย นโยบายนี้ส่งผลให้เรื่องของวัฒนธรรม กลายเป็น รูปธรรมสินค้า ที่มีมูลค่า มหาศาล (และมีความสำคัญที่สุดในประเทศขณะนี้) นอกจากนี้รัฐบาลยังประมาณการว่าในปีค.ศ. 2030 (ประมาณ 20 ปีข้างหน้า) ประเทศเกาหลีจะสามารถส่งออกสินค้าทางวัฒนธรรมได้เป็นมูลค่า สูงถึง 13,761 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เลย์ทีเดียว (พลอย มัลลิกะมาส, ม.ป.ป.: ออนไลน์)

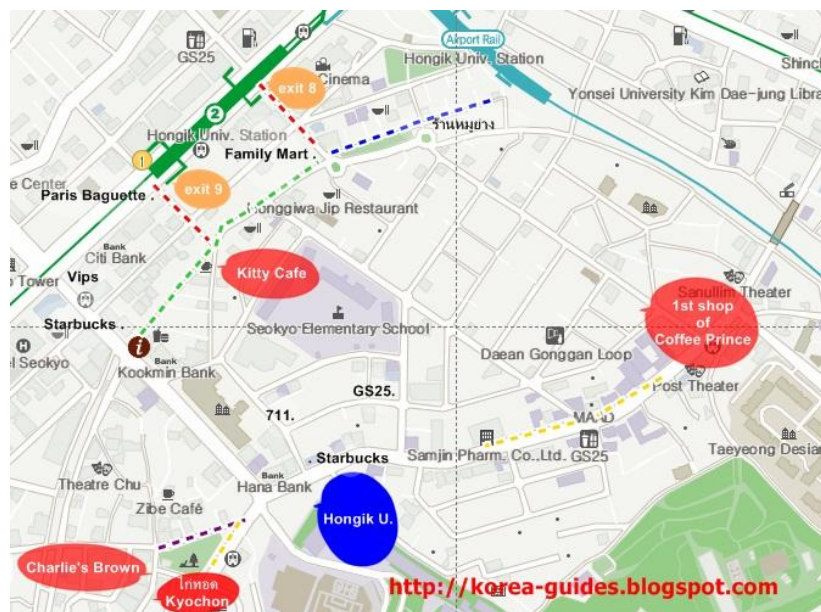
นอกจากธุรกิจละคร โทรทัศน์และวัฒนธรรมที่เป็นอุตสาหกรรมส่งออกของเกาหลีใต้ ยังมี อุตสาหกรรมดนตรี อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมความงาม และอุตสาหกรรม เทคโนโลยีก็ถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ส่งออกสำคัญของเกาหลีใต้ โดยทุกอุตสาหกรรมนั้นจะมีส่วน เกี่ยวข้องกันทั้งหมด เช่น การโฆษณาร้านอาหารแฟก็จะใช้นักร้องหรือไม่ก็นักแสดงเป็นพรีเซ็นเตอร์ สินค้า เพื่อดึงดูดให้คนสนใจสินค้ามากขึ้น

2.2 เมืองโซลกับการพัฒนาทางเศรษฐกิจ



รูปที่ 1 แผนที่เกาหลีใต้

ที่มา: <http://seoul-korea-trip.blogspot.com/>



รูปที่ 2 แผนที่บริเวณฮงแด

ที่มา: <http://korea-guides.blogspot.com/2012/04/hongdae-hongik-univ.html>

ร้านกาแฟ Coffee Prince ตามซีรี่ส์นั้น ตั้งอยู่กรุงโซลซึ่งเป็นเมืองหลวงของเกาหลีใต้ ย่านฮงแด บริเวณนั้นมีมหาวิทยาลัยฮงแด ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับศิลปะอันดับหนึ่งของเกาหลี เป็นที่ทราบกันดีว่าเป็นที่แสดงออกด้านงานศิลป์โดยเฉพาะทุกวันเสาร์ ตรงลานด้านหน้าประตูหลัก

ของมหาวิทยาลัยสองอีกจะมีตลาดงานศิลป์ซึ่งเต็มไปด้วยสีสันของงานหัตถกรรม เครื่องประดับ ตุ๊กตา เสื้อผ้ากระเป๋าและเครื่องใช้ภายในบ้าน เหล่านี้มีทั้งที่ทำมาจากโลหะ ไม้ และวัสดุอื่นๆ จากฝีมือของเหล่าศิลปินวัยรุ่นที่มีความมุ่งมั่นที่ต้องการจัดแสดงและขายของประดิษฐ์ทำมือที่แห่งนี้จึงถือเป็นสถานที่ยอดนิยมสำหรับวัยรุ่น และในบริเวณนั้นยังมีร้านกาแฟแปลกใหม่, ห้องงานศิลป์ นำนั่งเล่น, ร้านอาหารรสเด็ดและกิจกรรมคลับเดย์ที่จะมีขึ้นทุกวันศุกร์ปลายเดือนของทุกเดือน จุดประสงค์เพื่อโปรโมทธุรกิจของคลับซึ่งจะมีการแจกบัตรเข้าคลับทั้งหลายพร้อมเครื่องดื่มจัดให้ด้วย (Wonderpons, 2012: ออนไลน์) และสิ่งที่เด่นชัดที่สุดในย่านนี้ก็คือ "ร้านกาแฟ" หรือ "คาเฟ่" มีทั้งร้านที่เป็นแบรนด์ดัง ทั้งของเกาหลีและต่างประเทศ รวมถึงร้านเล็กๆ ที่ตกแต่งอย่างสวยงามและเปิดบริการ 24 ชม.ด้วย แบรนด์ของต่างประเทศ เช่น Starbucks, The Coffee Bean & Tea Leaf, Caffe Pascucci, JAVA CITY เป็นต้นแล้วนั้น ยังมีแบรนด์ของเกาหลีอยู่หลายแบรนด์ด้วย เช่น Hollys Coffee, Kona beans, Coffeesmith, Caffe bene, Angel-in-us Coffee, Ediya Coffee, Tom n Toms Coffee รวมถึงร้านเล็กๆที่มีการตกแต่งดีสเพลย์ร้าน ได้อย่างเป็นเอกลักษณ์เพื่อดึงดูดลูกค้า อีกทั้งย่านนี้ยังโด่งดังมาจากร้านกาแฟ coffee prince ด้วย (Koreatravelmap, ,ม.ป.ป.: ออนไลน์) ยกตัวอย่างร้านกาแฟย่านฮงแด



รูปที่ 3 Buttercup Cafe



รูปที่ 4 DingDong Café

ที่มา: <http://seoulcafe2013.blogspot.com/2013/11/blog-post.html>



รูปที่ 5 Trinitea Cafe



รูปที่ 6 Homeo Cafe

ที่มา: <http://seoulcafe2013.blogspot.com/2013/11/blog-post.html>



รูปที่ 7 Hello Kitty Café

ที่มา:

http://asiapacificarts.usc.edu/article@apa?anyong_kitty_hello_kittys_rise_in_korea_17259.aspx



รูปที่ 8 Jenny's Café

ที่มา: <http://seoulcafe2013.blogspot.com/2013/11/blog-post.html>



รูปที่ 9 The Coffee Bean & Tea Leaf



รูปที่ 10 TOM N TOMS COFFEE

ที่มา: <http://seoulcafe2013.blogspot.com/2013/11/blog-post.html>

ย่านสองแควเป็นย่านที่มีที่พักหลายแบบทั้ง โรงแรมและเกสต์เฮาส์ เพราะว่ามีการเดินทางที่สะดวก ทั้งจากสนามบินอินชอนสามารถนั่งรถบัสหรือAirport Express ซึ่งก่อนจะไปสิ้นสุดที่สถานีโซล(Seoul Station) ผ่านสถานีรถไฟ Hongik University Station ซึ่งเป็นการนั่งแบบทอดเดียวไม่เสียเวลาเดินทาง นอกจากนี้สถานีรถไฟ Hongik University นี้ยังถูกเชื่อมต่อเข้ากับรถไฟใต้ดินสายที่ 2 หรือ สายสีเขียว เรียกได้ว่าเป็นสายธุรกิจของกรุงโซล เพราะผ่านทั้งย่าน ซินชอน ซึ่งเป็นย่านรวมวัยรุ่นและมหาวิทยาลัยต่างๆ รวมไปถึงย่านคังนัม ซึ่งได้ชื่อว่าเป็นย่านคนรวยของเกาหลีใต้ ซึ่งสายที่ 2 นี้ได้ชื่อว่าเป็นสายที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุด เช่น ในปี 2007 มีผู้ใช้บริการมากถึง 707,328,238 ครั้ง (สุนทร ธารพิพิธชัยและคณะ, ม.ป.ป. : ออนไลน์) แสดงให้เห็นว่าย่านสองแควเป็นย่านที่มีความเจริญและได้รับการพัฒนาทั้งการคมนาคม ทางเศรษฐกิจ และเมื่อมีการเดินทางที่สะดวกไม่เสียเวลาสำหรับสังคมที่มีความรีบเร่งตลอดเวลาทำให้ย่านนี้ถือเป็นจุดสำคัญแห่งหนึ่งร้าน Coffee Prince ตามซิริยันั้น ตั้งอยู่บนถนนสายซิลปะ ทำให้มีการตกแต่งที่ทันสมัย ร้านกาแฟนี้มี 2 ชั้น ชั้นบนนั้นมีการตกแต่งที่เรียบง่าย เน้นโทนสีน้ำตาลอ่อน และใช้ไม้เป็นวัสดุ ส่วนชั้นล่างของร้านมีการตกแต่งที่ดูดี ผนังด้านหนึ่งของร้านมีสีเทาจึงมีการวาดรูปดอกทานตะวันดอกใหญ่เพื่อให้ร้านดูมีสีสันมากขึ้น หน้าต่างและประตูจะใช้กระจกเป็นวัสดุเพื่อที่เวลานั่งดื่มกาแฟก็สามารถเห็น

บรรยากาศด้านนอกได้และมีการวาดรูปการ์ตูนบนกระจกด้วย บรรยากาศภายนอกของร้านมีต้นไม้ เยอะทำให้ดูร่มรื่น คุปตลอดไปรุ่งเพราะมีการจัดสรรพื้นที่เป็นสัดส่วน และเครื่องมือชงกาแฟ เครื่อง ทำกาแฟก็ต่างเป็นอุปกรณ์ที่มีเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า ร้านกาแฟนี้จึงมีเทคโนโลยี ความทันสมัยและ ลักษณะของการวาดรูปเข้ามาเกี่ยวข้อง จึงเหมาะแก่คนรุ่นใหม่ และมีการสะท้อนถึงค่านิยมของคน ในช่วงเวลานั้นว่ามีความก้าวหน้ามากทั้งทางด้านเศรษฐกิจและเทคโนโลยี อีกทั้งในสังคมเกาหลี มักจะทำอะไรให้เร็วเสมอ จึงทำให้บางครั้งควมมีชีวิตที่รีบเร่ง แต่เพราะความรีบเร่งและ กระตือรือร้นของชาวเกาหลีนี้เองที่มีส่วนผลักดันประเทศ เพราะถ้าหากชักช้าประเทศก็คงไม่พัฒนา มาจนถึงทุกวันนี้



รูปที่ 11 Coffee Prince



รูปที่ 12 ผนังศิลปะ

ที่มา: <http://vegan8korean.wordpress.com/2011/02/20/summer-at-coffee-prince/>



รูปที่ 13 เคาน์เตอร์ร้าน



รูปที่ 14 ศิลปะบนหน้าต่าง

ที่มา: http://en.wikipedia.org/wiki/The_1st_Shop_of_Coffee_Prince

2.3 วิถีชีวิตของผู้ดื่มกาแฟ/เจ้าของร้าน/พนักงาน

ในหลายๆกรณีในซีรีส์สะท้อนถึงความวุ่นวายของการจราจร เมืองธุรกิจและการค้า ปฏิสัมพันธ์ของคนเมือง การใช้ชีวิตในเมืองใหญ่ แฟชั่น การกินอาหาร และการทำงานหนัก เมื่อกล่าวถึงตัวละครในซีรีส์เรื่อง Coffee Prince ก็แสดงให้เห็นถึงการใช้ชีวิตในสังคมเมืองที่ตัวละครเอกมีความเร่งรีบในการทำงานและมีการใช้ชีวิตในการหาเงินทำ ขยันทำงานเป็นคนทุ่มเทกับการทำงาน ยกตัวอย่าง



รูปที่ 15 โคอินชัน

ที่มา: <http://topicstock.pantip.com/chalermthai/topicstock/2007/07/A5602426/A5602426.html>

โคอินชัน อายุ 24 ปี ครอบครัวเคยมีฐานะดีแต่พ่อแม่เสียชีวิตครอบครัวก็ย่ำแย่ เธอเป็นลูกสาวคนโตของครอบครัวจึงมีหน้าที่หาเงินเลี้ยงความครัว ทุกสิ่งภายในบ้านจึงตกเป็นความรับผิดชอบของโคอินชัน การแต่งตัวของโคอินชันเวลาที่ไม่ได้ทำงานจะใส่เสื้อยืดสวมเสื้อที่มีฮู้ดทับและใส่กางเกงเพื่อความทะมัดทะแมง ด้วยผมที่ซอยสั้นจึงทำให้มีลักษณะคล้ายผู้ชาย ทั้งที่จริงแล้วเธอเป็นผู้หญิง เธอจึงใช้รูปลักษณ์ที่คล้ายผู้ชายนี้ให้เป็นประโยชน์โดยการมาสมัครเป็นพนักงานของร้านที่รับเฉพาะแต่ผู้ชาย ในตอนเช้าโคอินชันจะปั่นจักรยานส่งนมตามบ้าน แล้วจึงมาทำงานร้านกาแฟ ในบางครั้งก็จะช่วยแม่แกะเปลือกเกาลัดและเย็บตุ๊กตา เพื่อความอยู่รอดของครอบครัวจึงต้องทำทุกวิถีทางเพื่อที่จะหารายได้มาจุนเจือครอบครัว จากตัวละครตัวนี้บอกถึงว่าเมื่อโอกาสใน

การทำงานและได้เงินแม้ว่างานนั้นจะหนักแค่ไหนก็ต้องดิ้นรนเพื่อที่จะสามารถอยู่รอดในสังคมเมืองนี้ได้



รูปที่ 16 ชเวฮันกยอล

ที่มา: <http://picpost.postjung.com/24209.html>

ส่วนตัวละครอีกตัวที่มีชีวิตตรงกันข้ามกับ โคอินชันคือชเวฮันกยอล อายุ 28 ปี เป็นเจ้าของร้านกาแฟ Coffee Prince ครอบครัวมีฐานะดีมาก เปิดบริษัทเกี่ยวกับกาแฟ การแต่งตัวของฮันกยอลจะดูมีสไตล์ คือใส่เสื้อยืดหรือเสื้อโปโล และใส่กางเกงสแลคหรือกางเกงผ้าเพื่อความสะดวกสบาย และบางครั้งก็จะใส่สูท ชุดของฮันกยอลจะเป็นชุดที่ดูมีราคาแพง ด้วยรูปร่างที่สูงโปร่ง หน้าตาดี ทำให้เขามีบุคลิกดีและดูน่าเชื่อถือมากขึ้น ซึ่งลักษณะของฮันกยอลนั้นถือได้ว่าการผสมการแต่งกายระหว่างตะวันตกและตะวันออกทำให้ดูทันสมัยมากขึ้น และถือได้ว่าเป็นทุนนิยมมากเพราะว่าเป็นเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันอย่างเสรีกับร้านกาแฟอื่น ยกตัวอย่าง ตอนที่ฮันกยอลเอาเมล็ดกาแฟไปส่งให้กับร้านกาแฟบริเวณใกล้เคียง แล้วเจ้าของร้านนั้นก็ได้กล่าวกับฮันกยอลว่า “ธุรกิจไปด้วยดีนี่แบ่งลูกค้ายร้านผมบ้าง” แต่ก็กล่าวด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้ม และการที่ธุรกิจจะสามารถเติบโตได้นั้นขึ้นอยู่กับว่าทำธุรกิจนั้นแล้วถูกใจผู้บริโภคมากน้อยแค่ไหน ถูกใจมากก็จะได้รับความนิยมนมาก

แล้วแต่ระบบการบริหารธุรกิจนั้น ร้านกาแฟ Coffee Prince จึงถือว่าประสบความสำเร็จอีกชั้น เพราะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคมาใช้บริการมาก

การดื่มกาแฟก็ถือว่าเป็นวัฒนธรรมใหม่เหมือนกัน มาพร้อมกับวิถีชีวิตแบบที่กล่าวมา การดื่มกาแฟไม่ได้สะท้อนแค่การเปลี่ยนแปลงค่านิยมและรสนิยมในการดื่มเครื่องดื่มของชาวเกาหลีเท่านั้น แต่ยังสามารถสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจและวัฒนธรรมได้ด้วย จำนวนร้านกาแฟที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว นำพาเศรษฐกิจเติบโตขึ้น ขณะที่กาแฟเป็นเครื่องมือที่มีความนิยมทั่วโลก การทำความเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงความนิยมการดื่มเครื่องดื่มจึงทำให้เข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพสังคมและวัฒนธรรมที่ปรับเข้าสู่ลักษณะที่เป็นสากลมากขึ้น อย่างไรก็ตามไม่ใช่คนทุกกลุ่มในเกาหลีที่หันมานิยมดื่มกาแฟ แต่เป็นกลุ่มนักศึกษาและกลุ่มคนทำงานทั้งชายและหญิงที่นิยมดื่มกาแฟมากขึ้นเป็นพิเศษ (ธิดารัตน์ นัยรัตน์, 2555: ออนไลน์) ในซีรีส์เรื่อง Coffee Prince ก็สะท้อนว่าความนิยมดื่มกาแฟเป็นกลุ่มนักศึกษา กลุ่มคนทำงานนิยมมาร้านกาแฟ กลุ่มคนพวกนี้มีวิถีชีวิตดูทันสมัยและชอบเข้าสังคม

แม้ว่าการดื่มกาแฟจะเป็นวัฒนธรรมใหม่ที่เพิ่งเกิดขึ้น แต่ชาวเกาหลีได้นั้นก็ไม่ได้ทิ้งวัฒนธรรมเดิมอย่างการดื่มชา ยังมีให้เห็นบ้างตามชนบท ซึ่งในเรื่อง Coffee Prince ตอนที่ 5 ที่ทุกคนไปไร่แอปเปิ้ล ไปช่วยกันทำงาน ได้มีการนำเสนอภาพการดื่มชาเช่นกัน ซึ่งการดื่มชาไม่ได้เพียงดื่มเพื่อให้ร่างกายอบอุ่น แต่ยังช่วยในการบำบัดด้วย และคนส่วนมากที่ดื่มชา ก็จะเป็นผู้สูงอายุที่มีการยึดติดกับการกินและดื่มแบบเดิม

วัฒนธรรมใหม่ ในสไตล์เกาหลีกับความเป็นเมืองที่กล่าวมานั้น ไม่ได้เพิ่งเกิดขึ้นเพียงไม่กี่ปี แต่เกิดขึ้นมาตั้งแต่ช่วงหลังจกสิ้นสุดช่วงสงครามในปีค.ศ.1948 คาบสมุทรเกาหลีที่เคยเป็นหนึ่งเดียว ต้องแตกแยกออกเป็นการปกครองระบอบคอมมิวนิสต์ในเกาหลีเหนือ และทุนนิยมในเกาหลีใต้ (ดำรงศักดิ์ ฐานดี, 2547 : 10) ทำให้มีชาวต่างชาติเข้ามามากขึ้น แต่ละชาติที่เข้ามาล้วนแต่มีวัฒนธรรมเป็นของตนเองทั้งสิ้น จึงก่อเกิดวัฒนธรรมเมืองหลวงขึ้นมาใหม่ และรับเอาวัฒนธรรมต่างประเทศเข้ามาผสมผสานแล้วเผยแพร่แทรกซึมไปทั่ว ผ่านสื่อสารมวลชนต่างๆไปให้ประชาชนรับสืบทอดกันมา ทำให้วัยรุ่นจำนวนมากในปัจจุบันมีความรู้สึกต่อวัฒนธรรม ประเพณี รูปแบบเดิมๆ ที่เคยมีมา โดยเฉพาะของชนบทในทางที่ไม่ดีคือ จะเห็นว่าสิ่งเหล่านั้นเป็นสิ่งที่เขย

ล้ำสมัย ปฏิบัติหรือทำตามแล้วน่าอาย แต่กลับให้ความสำคัญแก่วัฒนธรรมข้ามชาติที่เดินทางมาตาม
 ลือต่างๆ ภาพละครในซีรีส์เกาหลี ได้หยิบยก ความเป็นสังคมเมืองใน โซลเป็นหลัก ที่ได้เปลี่ยนผ่าน
 ตนเองสู่ความเป็นสังคมวัฒนธรรมใหม่ (modern society) ที่มุ่งเน้นถึง สังคมแห่งการทำงานในยุค
 ทุนนิยม การแข่งขันกัน ในอาชีพ ความชิงไหวชิงพริบในทางธุรกิจ และการเสพเทคโนโลยีและ
 แฟชั่นแบบวัฒนธรรม บริโภคนิยม ซึ่งการนำเสนอเทคโนโลยีที่เกาหลีสร้างขึ้นเอง และยังสร้าง
 แฟชั่นเกาหลีที่มีลักษณะเฉพาะตัวและเขยิบพื้นที่ให้มีความเป็นสากลในรูปแบบใหม่ผ่านเครื่อง
 แต่งกายของตัวละครทั้งในเพศหญิงและชาย ละครเกาหลีมักจะมุ่งเน้นการสร้าง
 วัฒนธรรม “บริโภคนิยม” กระบวนการดังกล่าวไม่ได้ถูกอิทธิพลทางตะวันตกครอบงำ แต่กลับ
 สร้างลักษณะใหม่ที่สามารถจำแนกได้ว่าแตกต่างกับตะวันตก และมีเอกลักษณ์ของความเป็น
 เกาหลี หากจะกล่าวถึงการแต่งกายแบบตะวันตกคงนึกถึงกางเกงสยีน เสื้อสบายๆ หรือสูท แต่
 ความเป็นเกาหลีเน้นการใส่สูทที่มีลักษณะกึ่งทางการ แตกต่างกับสูทแบบตะวันตก ผู้หญิงแต่งกาย
 ในลักษณะกึ่งลำลอง กึ่งทางการ หรือหรูหรา แล้วแต่โอกาส แสดงถึงการให้ความสำคัญกับ
 กาลเทศะของการใช้การแต่งกายเพื่อแสดงปฏิสัมพันธ์ระหว่างตนเองกับพื้นที่ต่างๆ เรียกว่า
 กระบวนการสร้าง “รสนิยมการแต่งกาย”แบบเกาหลี วิธีชีวิตในกรุง โซล อาจดูมีความเป็นตะวันตก
 และมีความเป็นเมืองสูง ได้ถูกเปลี่ยนแปลงตามแบบอย่างสังคมสมัยใหม่ในยุคโลกาภิวัตน์ แต่ใน
 ขณะเดียวกันก็ยังให้ความสำคัญกับความเกาหลีแบบเก่า ที่นำมาผสมผสานได้อย่างลงตัว แม้ว่าจะ
 เป็นมุมเล็กๆอย่างวิถีวัฒนธรรมการกินของตัวละครซึ่งนิยมเข้าร้านอาหารต่างชาติ แต่ก็ยังไม่ทิ้ง
 ความเป็นความเป็นเกาหลี เพราะยังชอบรับประทานกิมจิ ซุป หรือร้านนั่งดื่มสไตล์เกาหลีนั่นเอง
 และคัดแปลงรสชาติอาหารต่างประเทศให้ตรงกับรสชาติให้ถูกปากกับคนเกาหลี ตรงจุดนี้เป็นการ
 สร้างอุดมการณ์ความรักชาติที่สะท้อนผ่านซีรีส์ได้เป็นอย่างดี (ชลเทพ ปันบุญชู, 2551:ออนไลน์)
 ในเรื่อง Coffee Prince มีการนำเสนอให้เห็นวิถีชีวิตในกรุงโซลแทบทั้งเรื่อง ทั้งในเรื่องของรสนิยม
 การแต่งกาย และการกินการดื่มที่มีให้เห็นอย่างชัดเจน แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมแบบผสมผสาน
 ระหว่างตะวันตกกับตะวันออก ที่มีการใส่ชุดแบบกึ่งลำลอง กึ่งทางการ แต่เมื่อแต่งแล้วดูดีและใส่
 ได้ในทุกโอกาสด้วย ส่วนในเรื่องของอาหารนั้น แม้ว่าจะไปทานร้านอาหารตะวันตก แต่ด้วยความ
 ที่เป็นเกาหลีและไม่ชินกับรสชาติ ก็ยังคงนิยมทานอาหารประจำชาติกันมากกว่า เช่นตอนที่มีการ
 เลี้ยงฉลองเปิดร้านคอฟฟี่ปรีน เจ้าของร้านได้พาพนักงานไปทานอาหารประเภทย่างคือชับกยอบซัน

และมีการตีมิโซจู ซึ่งเป็นเครื่องตีพื้นเมืองด้วย และจะได้เห็นบรรยากาศและลักษณะของการทำงาน
ของชาวเกาหลีได้ด้วย แต่ในทางกลับกันชาวเกาหลีได้ในเรื่องนี้ก็นิยมดื่มกาแฟซึ่งเป็นเครื่องดื่มของ
ตะวันตกด้วยเช่นกัน

จากที่กล่าวมาทั้งหมดนั้นเป็นวิถีชีวิตแบบในเมืองและวิถีชีวิตแบบนี้ไม่ได้เป็นในทุกพื้นที่
ของเกาหลีใต้ เกาหลีใต้ไม่ได้มีแค่ที่เห็น นี้เป็นแค่ย่านหนึ่งโดยเฉพาะในเมืองหลวง แต่ยังมีส่วน
อื่นๆอีกเช่นพื้นที่ชนบท ซึ่งซีรีส์เรื่องนี้ก็ได้สะท้อนให้เห็นภาพชนบทอยู่ฉาก อยู่ในตอนที่ 5 ของ
เรื่อง สังคมชนบทของเกาหลีใต้ เป็นสังคมที่มีสภาพความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย ไม่วุ่นวายมาก
เหมือนกับสังคมเมือง ผู้คนอาศัยอยู่ไม่หนาแน่นมาก ข้อแตกต่างที่เห็นได้ชัดเจนอย่างหนึ่งระหว่าง
สังคมเมืองกับสังคมชนบทเกาหลี คือ วัยรุ่นหรือหนุ่มสาวในสังคมชนบทจะมีน้อยกว่าสังคม
เมือง ผู้คนมีการรวมกลุ่มกันเพื่อทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การเกษตร กลุ่มแม่บ้าน ผู้คนจะมีน้ำใจซึ่ง
กันและกันมากกว่าคนเมือง ลักษณะของอาคารบ้านเรือน บางส่วนยังคงเป็นลักษณะโบราณหรือ
ลักษณะดั้งเดิมไว้อยู่ ถึงแม้ว่าบางส่วนจะเปลี่ยนไปแล้วก็ตาม แต่เปลี่ยนแปลงเฉพาะบางส่วนหรือ
เล็กน้อยเท่านั้น (เกียรตินรินทร์ ศรีวงษ์, 2551:ออนไลน์) ด้วยเนื้อเรื่อง Coffee Prince เป็นร้านที่อยู่ใน
ในโซล ย่านเศรษฐกิจทำให้ไม่ค่อยมีสังคมแบบชนบทเท่าไร ก็มีอยู่ฉากหนึ่งในตอนที่ 5 ผู้
จัดการสหภาพพนักงานของร้านไปพักผ่อนที่ไร่แอปเปิ้ลของเพื่อนที่ต่างจังหวัด ทำให้ได้เห็นถึงวิถี
ชีวิตของชนบทเกาหลีที่เน้นความเรียบง่าย พอลูกพี่ลูกน้อง และเก็บของที่ปลูกบริเวณรอบบ้านมากิน
อีกทั้งผู้คนก็มีน้ำใจ ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ผู้คนไม่พลุกพล่านด้วย ซึ่งต่างจากสังคมเมืองมากที่คน
พลุกพล่านและมีความหนาแน่นสูง ทุกสิ่งดูเร่งรีบและแก่งแย่งไปหมด โดยเนื้อเรื่องก็จะแสดงให้เห็น
เห็นในสังคมเมืองเยอะกว่า ยกตัวอย่าง ตอนที่น้องสาวของอินซันไปประกวดร้องเพลงที่มีผู้สมัคร
มากมายทั้งจากในเมืองและต่างจังหวัด ถ้าหากมีคนที่มีความสามารถที่โดดเด่นกว่าก็จะได้รับการ
คัดเลือก และอีกตอนที่ต้องการยกตัวอย่างเพื่อแสดงให้เห็นคือตอนที่ฮันกยอลและอินซันขึ้นรถไฟ
ใต้ดิน ในตอนแรกรถไฟโล่งสามารถขึ้นคุยได้สบาย แต่เมื่อถึงสถานีคนก็แห่กันเข้ารถไฟจนแน่น
ขนาด แสดงให้เห็นว่าสังคมเมืองเป็นสิ่งที่ทุกคนต้องการ เพื่อให้เกิดความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เพราะเมืองมี
การพัฒนาเศรษฐกิจที่ดีกว่าชนบท คนส่วนใหญ่จึงย้ายถิ่นเข้ามาอยู่ในเมืองมากกว่า ทำให้เครื่อง
สาธารณูปโภคต่างๆอาจไม่เพียงพอต่อประชากรเมือง

จากที่กล่าวมานี้แสดงให้เห็นว่ามีความเป็นเมืองที่อยู่ในชนบท ก็คือ มีการใช้กล้องถ่ายรูป เล่นกีตาร์ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ใหม่และมีเทคโนโลยีในการผสมผสาน ไม่ได้พบเห็นมากในชนบท และความเป็นชนบทที่อยู่ในเมือง คือ การรับประทานกิมจิ ซึ่งเป็นอาหารประจำชาติที่มีมาตั้งแต่อดีตและยังเป็นสิ่งที่ชาวเกาหลีขาดไม่ได้ด้วย จึงสะท้อนให้เห็นว่าทั้งสองอันนี้ไม่ได้แยกออกจากกัน มีการซ้อนทับกันอยู่แม้จะไม่ได้มีมากก็ตาม แต่ก็ยังมีแทรกให้เห็นอยู่ในเรื่องนี้

จากข้อความที่กล่าวมาข้างต้นนี้ สรุปได้ว่าประเทศเกาหลีได้เคยเป็นประเทศเกษตรกรรมมาก่อน และสามารถพัฒนาประเทศของตนให้กลายเป็นประเทศอุตสาหกรรมระดับโลกได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งเกาหลีได้ยังมีวัฒนธรรมมากมายที่สามารถส่งออกเป็นสินค้าทำให้เป็นที่นิยมไปทั่วโลกได้ โดยการเผยแพร่ตามสื่อต่างๆเช่น อินเทอร์เน็ต ภาพยนตร์ ละคร โทรทัศน์เกาหลี เป็นต้น โดยสิ่งเหล่านี้เป็นภาพสะท้อนของประเทศเกาหลีได้ในการเชิญชวนคนจากต่างประเทศมาเที่ยวในเกาหลีได้ จึงทำให้สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆเกิดความนิยมด้วย และเกาหลีได้นั้นยังรับเอาวัฒนธรรมของตะวันตกเข้ามาผสมผสานกับวัฒนธรรมของประเทศตนเองจนเกิดเป็นวัฒนธรรมใหม่ เพื่อที่จะสะท้อนให้เห็นถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรม แม้ว่าจะมีวัฒนธรรมใหม่เข้ามา แต่ก็ไม่ได้ทิ้งวัฒนธรรมดั้งเดิม ทั้งสองสิ่งนี้เป็นสิ่งที่ทับซ้อนกันอยู่ และไม่สามารถแยกออกจากกันได้ สิ่งเหล่านี้ได้มองผ่านจากการดูซีรีส์เรื่อง Coffee Prince ว่ากาแฟก็เป็นวัฒนธรรมใหม่ด้วยเช่นกัน

กาแฟกับการบริโภคความหมาย

การบริโภคความหมาย เป็นแนวคิดที่นิยมใช้ทำความเข้าใจเกี่ยวกับผู้ที่มีพฤติกรรมการบริโภคที่บริโภคสินค้าเกินความจำเป็น และมีการกักตุนสินค้าอุปโภคบริโภคไว้ เนื่องจากเห็นว่าสินค้ามีราคาถูกลงและเห็นแก่ของแถม ในความจริงแล้วถือว่าการแบกภาระต้นทุนการผลิตบางอย่างที่มองไม่เห็น ซึ่ง “การบริโภคความหมาย” หมายถึงการบริโภคที่ไม่ได้หมายถึงบริโภคเฉพาะตัวสินค้าที่เป็นสิ่งของ แต่เป็นการบริโภคความหมายหรือภาพลักษณ์ที่ผูกติดมากับของสิ่งนั้นเป็นการบริโภคแบบไม่รู้จบ ซึ่งเรียกว่าการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ ผู้คนจะเลือกประเภทสินค้าและยี่ห้อสินค้าด้วยการให้ความสำคัญกับการสื่อความหมายทางสังคมมากกว่าประโยชน์ใช้สอยและราคา (นาตยา อยู่คง, 2556:35) และการดื่มกาแฟถือว่าการบริโภคความหมายอย่างหนึ่งที่ไม่ใช่แค่การดื่มเครื่องดื่ม แต่เป็นการสร้างความหมายจากร้านที่เข้า สไตส์ในการจัดแต่ง รสชาติ กลิ่น รูปแบบของกาแฟ ทุกอย่างล้วนถูกให้ความหมายทั้งหมด ชีวิตคนในแต่ละอาชีพต่างก็มีความหมายเหมือนกัน

3.1 ร้านกาแฟความทันสมัย การตกแต่ง

ในปัจจุบันการเข้าร้านกาแฟไม่ใช่เพียงการเข้าไปนั่งดื่มกาแฟเท่านั้น แต่ร้านกาแฟนั้นได้ให้ความหมายแก่คนที่มาใช้บริการด้วย เช่นร้านกาแฟสตาร์บัค ที่ผู้ใช้บริการบางส่วนอาจไม่ได้เข้าไปเพื่อดื่มกาแฟเพียงอย่างเดียว แต่คนเหล่านี้ได้ใช้ร้านสตาร์บัคในการให้ความหมายแก่ตัวเองด้วย คือเมื่อเข้าร้านสตาร์บัคที่กาแฟมีราคาแพงเพื่อแสดงให้เห็นถึงความทันสมัย ค่านิยม และแสดงฐานะทางด้านเศรษฐกิจของผู้เข้าใช้ว่ามีรายได้เพียงพอในการเข้ามาใช้บริการร้านกาแฟระดับนี้

ร้านกาแฟของไทยมีทั้งร้านประเภทนั่งดื่ม คือ ร้านกาแฟในห้างสรรพสินค้า และร้านกาแฟประเภทซื้อแล้วนำกลับ อย่างไรก็ตาม ร้านกาแฟของไทยโดยมากมักเป็นร้านกาแฟริมทาง คือรถเข็นหรือแผงขายกาแฟ ทั้งนี้พื้นที่ใช้สอยของร้านมักจะมีเฉพาะพื้นที่สำหรับปรุงกาแฟเท่านั้น ร้านกาแฟของเวียดนาม ส่วนมากเป็นร้านกาแฟริมทางที่มีการจัดบริเวณไว้สำหรับนั่งดื่มกาแฟ และถึงแม้ว่าจะเป็นร้านขนาดเล็กแต่จะมีเก้าอี้ไว้ให้ลูกค้านั่งดื่มกาแฟเสมอ เนื่องจากคนเวียดนามถือว่าการดื่มกาแฟไม่ใช่กิจกรรมที่เร่งรีบและเป็นกิจกรรมนอกร้านที่สำคัญอย่างหนึ่ง ด้วยเหตุนี้ ประเทศเวียดนามจึงมีร้านกาแฟมากมาย อาทิ ร้านกาแฟริมถนนที่มีเพียงเก้าอี้ตัวเล็กๆ ไว้บริการ ไปจนถึง

ร้านกาแฟที่ตกแต่งอย่างหรูหรา (Cafe) ตลอดจนร้านกาแฟสาขาใหญ่จากทั้งในและนอกประเทศ (เจษฎาพร ศรีวิชัยและคณะ, 2012: 3) การดื่มกาแฟนั้น เป็นปรากฏการณ์ที่น่าสนใจที่พบในรูปแบบการบริโภคกาแฟ ลูกค้านับล้านคนในร้านกาแฟ บ่งบอกให้เห็นถึงการเสพค่านิยมตราสินค้า ผู้บริโภคไม่เพียงแต่ดื่มกาแฟ แต่ได้ใช้ภาพลักษณ์ที่ร้านกาแฟนั้น สร้างขึ้นเพื่อจำแนกตนเองว่าต่างจากผู้อื่น (ศศิวิมล ไพศาลสุทธิเดช, 2556: 5) ร้านกาแฟเหล่านี้จะเป็นแหล่งรวมผู้คนที่มีรสนิยมในรสชาติของกาแฟโดยเฉพาะหรือไม่ก็เป็นที่พบปะหรือเสวนาโดยมีกาแฟเป็นสื่อกลาง

ภายในซีรีส์เรื่อง Coffee Prince นั้น ผู้บริโภคที่มาเข้าร้านนั้นส่วนใหญ่จะเป็นผู้ใช้ทั่วไปที่เข้ามาดื่มกาแฟจริงๆ มีเพียงบางส่วนเท่านั้นที่เข้าร้านนี้เพื่อดูพนักงานของร้านหรือชื่นชมบรรยากาศของร้านที่ออกแบบศิลปะที่แตกต่างจากร้านอื่น คือภายในร้านมีพื้นที่มากพอสำหรับให้ผู้ใช้บริการมาดื่มด่ำกับบรรยากาศร้าน เพราะร้านกาแฟบางร้านในเรื่องนี้อยู่ตามตึกต่างๆ ไม่มีพื้นที่ด้านนอกมากพอ และการตกแต่งของร้านนั้นก็มีความเป็นศิลปะมาก อาจเป็นเพราะอยู่บริเวณมหาวิทยาลัยศิลปะชั้นนำของเกาหลีได้ด้วย ซึ่งการตกแต่งก็เป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่าง โดยเน้นธรรมชาติเป็นสำคัญ และคนที่มาร้าน Coffee Prince นั้น ยังมาเพื่อที่จะสัมผัสกับสถานที่ของการถ่ายทำซีรีส์เรื่องนี้ด้วย อีกทั้งเป็นร้านกาแฟที่ทันสมัย ผู้บริโภคก็ต้องการมานั่งดื่มกาแฟสบายๆ ที่ร้าน และในเรื่องนี้ก็ได้เน้นขายแค่กาแฟ แต่ขายบรรยากาศ เพราะดูได้จากการจัดร้านที่มีมุมให้เลือกนั่งหลากหลายแล้วแต่ผู้บริโภค มีที่นั่งสบาย มีมุมส่วนตัว และยังสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อีกด้วย ทั้งจากพนักงานและจากกาแฟ



รูปที่ 17 มุมต่างภายในร้าน



รูปที่ 18 มุมต่างภายในร้าน

ที่มา: <http://www.everydaykorea.com/2013/10/relive-the-k-drama-of-coffee-prince/>

ที่มา: <http://topicstock.pantip.com/chalermthai/topicstock/2007/10/A5945468/A5945468.html>



รูปที่ 19 มุมต่างภายในร้าน



รูปที่ 20 มุมต่างภายในร้าน

ที่มา: <http://arncyn.squidoo.com/coffee-prince-coffee-shop>

ที่มา: <http://www.freetraveltalk.com/asia-tour/korea/coffee-prince-1st-shop-south-koreas-most-famous-coffee-shop.html>



รูปที่ 21 มุมต่างภายในร้าน



รูปที่ 22 มุมต่างภายในร้าน

ที่มา: <http://topicstock.pantip.com/chalermthai/topicstock/2007/10/A5945468/A5945468.html>

ที่มา: <http://www.fanpop.com/clubs/the-1st-shop-of-coffee-prince/images/25456668/title/cp-photo>

จากที่กล่าวมาข้างต้นนี้ ร้านกาแฟบางร้านนั้นถูกให้ความหมายผ่านตัวสินค้า สัญลักษณ์บรรยากาศ โดยผู้ที่เข้าร้านนั้นอาจไม่ได้มาเพื่อดื่มกาแฟเพียงอย่างเดียว มาเพื่อดื่มบรรยากาศ เพราะในบางครั้งนั้นร้านกาแฟสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ อีกทั้งการดื่มกาแฟคือการใช้เวลา ณ ขณะหนึ่งเพื่อพักผ่อน ร้านกาแฟจึงเป็นที่นิยมของคนสมัยใหม่ในปัจจุบัน

3.2 การให้ความหมายคุณค่ากาแฟ

กาแฟเป็นเครื่องดื่มยอดนิยมของคนทั่วโลกที่มีทั้งรสชาติ กลิ่น รูปแบบที่ชวนลิ้มลอง และกาแฟก็มีประโยชน์มากมาย ช่วยผ่อนคลายความเครียด ช่วยบำบัดโรคบางชนิด นอกจากนี้กาแฟยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของตัวระบบความเจ็บปวด โดยเฉพาะประโยชน์ของกาแฟในการรักษาไมเกรน และกาแฟยังสามารถกำจัดโรคหืดในผู้ป่วยบางคนได้ด้วย (Markzaza007, 2554: ออนไลน์) จากซีรีส์เรื่อง Coffee Prince ที่มีเนื้อเรื่องเกี่ยวกับกาแฟ ทั้งในเรื่องของการชงกาแฟ การดมกลิ่นของกาแฟ และการแต่งหน้ากาแฟ โดยจะยกตัวอย่างจากในซีรีส์เรื่อง Coffee Prince ในตอนที่ 3 อันชอลได้เข้าไปร้านกาแฟร้านหนึ่ง และได้มีฉากที่แสดงให้เห็นถึงกระบวนการทำกาแฟ เห็นถึงเมล็ดกาแฟแต่ละชนิด การคั่วกาแฟ และการทำกาแฟแบบ Hand Drip กับกาแฟแบบ Latte Art ซึ่งจากตอนนี้จะเห็นได้ว่ากาชงกาแฟไม่ได้ง่ายอย่างที่เห็น ต้องใส่ใจในทุกขั้นตอน ใส่ใจอย่างละเอียด ทุก

ขั้นตอนล้วนมีกระบวนการ ตอนที่ 4 เป็นฉากที่ฮันกยอลกลับมาที่ร้าน Coffee Prince อีกครั้ง แล้วเจออินชันทั้งค้อนตรงเคาน์เตอร์ทำกาแฟ ทั้งคู่เลยลองชงกาแฟด้วยกัน ฮันกยอลถามขณะรินน้ำร้อนใส่แก้วกาแฟ “อย่างนี้ถูกไหม” อินชันทั้งบอกว่า “ไม่ต้องเกร็งข้อมือขนาดนั้นหรอก” แล้วฮันกยอลก็รินน้ำรวดเดียว เพราะถ้าชงกาแฟจริงๆต้องค่อยๆรินทีละนิด อินชันทั้งร้องขึ้นเมื่อเห็นฮันกยอลทำแบบนั้น แต่พระเอกก็แก้ตัวว่าทำเหมือนอินชันทั้งทุกอย่าง อินชันทั้งเลยตอบกลับว่า “ถ้ามองเผินๆนะใช่ แต่ถ้าดูให้ดีๆมันไม่เหมือน เราไม่ได้ใช้ข้อมือแต่ใช้ไหล่ในการรินน้ำร้อน” จะเห็นได้ว่า แม้แต่การรินน้ำร้อนก็มีขั้นตอนของมัน ไม่สามารถรินได้เลยตามที่ใจต้องการ ตอนที่ 5 นั้น เป็นฉากที่มีการประชุมของร้านกาแฟในการคิดที่จะเพิ่มยอดขายกาแฟ ฮันกยอลบอกว่าช่วงเช้าจะมีคนเดินผ่านหน้าร้านเยอะ จึงคิดทำแบบช็อกกลับบ้าน แต่ผู้จัดการสงก็แย้งว่า “กินกาแฟจากแก้วกระดาษจะเข้าถึงรสชาติได้ยังไง สำคัญอยู่ที่รสชาติ เราควรเสิร์ฟในแก้วกาแฟเท่านั้น” ฮันกยอลก็ต่อว่า “ร้านกาแฟแฟรนไชส์ระดับโลก ให้เจ้าของยื่นพนักงานถือแก้วกาแฟโลโก้ร้าน เป้าหมายโฆษณาโดยไม่ต้องลงทุน เราควรเอามาใช้” ในตอนนี้นั้นแสดงให้เห็นว่าการดื่มกาแฟนั้นจำเป็นต้องดื่มในแก้วกาแฟเท่านั้น ตามความคิดของคนรุ่นก่อน แต่คนรุ่นใหม่กลับคิดอีกแบบคือ ให้คุณค่ากาแฟในแก้วกระดาษด้วย และได้รับความนิยมเพราะสะดวกในการซื้อแล้วถือดื่มได้ตามต้องการ ไม่จำเป็นต้องนั่งดื่มแต่ในร้าน

ในตอนที่ 7 เป็นฉากที่ฮันกยอลพาอินชันทั้งไปร้านหนังสือเพื่อที่จะซื้อหนังสือเกี่ยวกับกาแฟ แต่ฮันกยอลก็ให้อินชันทั้งถือหนังสือคนเดียว ด้วยความที่หนังสือหนักอินชันทั้งก็บ่นว่าทำไมไม่ซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต ไม่เห็นต้องมาเดินเลือกเองแบบนี้เลย แล้วซื้อให้ใครก็ไม่รู้เยอะเยอะ ฮันกยอลก็เลยตอบกลับไปว่า “ของนายนั่นแหละ อยากจะเป็นนักชงกาแฟก็ต้องหาความรู้สิ” สำหรับผู้ที่จะเป็นบาริสต้า นั้น ไม่ใช่แค่ชงกาแฟเป็นอย่างเดียว ต้องมีความรู้รอบด้านเกี่ยวกับกาแฟด้วย ส่วนตอนที่ 8 ในขณะที่ผู้จัดการสงสอนอินชันทั้งชงกาแฟ และอินชันทั้งก็พูดถึงฮันกยอลให้ผู้จัดการสงฟัง ขณะที่พูดมีสีหน้าที่บูดขี้ ผู้จัดการสงเลยแซวว่า “คนชงหน้าบูดแบบนี้แล้วกาแฟจะนำกินไหม” การชงกาแฟนั้น ไม่ใช่แค่ชงอย่างเดียวแต่ในเวลาที่ยังก็ควรใส่ใจความรู้สึกไปด้วย รสชาติกาแฟจะดีหรือไม่ ขึ้นตอนการชงก็ถือว่าสำคัญ และอีกฉากหนึ่งในตอนนี้ เป็นฉากที่อินชันทั้งกำลังคุยกับซอนกิ ฮันกยอลก็เดินเข้ามาแล้วถามอินชันทั้งว่าหนังสือที่ซื้อให้อ่านหมดหรือยัง อินชันทั้งตอบว่าอ่านผ่านๆ ยังไม่ค่อยว่างเท่าไร หลังจากที่ฮันกยอลได้ฟังคำตอบก็เลยลองถามดูว่า “นมราคาเลาเต้ต้องอุณหภูมิ

เท่าไร” อินซันก็ตอบทันควัน “65 องศา” ฮันยกอลจึงแซวนิคหน่อยว่าไหนบอกอ่านผ่านๆ ใจ อินซันเลยรีบตอบกลับว่า “เรื่องพวกนี้ไม่ต้องฟังตำรา มันต้องเข้าเรียนจากภาคปฏิบัติ” แม้คนที่เป็นบาริสต้าจะมีความเกี่ยวกับกาแฟมากเพราะหมั่นศึกษา แต่ถ้าหากไปปฏิบัติด้วย ความสามารถก็จะไม่เพิ่มขึ้น เพราะการปฏิบัติบ่อยๆจนเกิดความเคยชินจะทำให้ฝีมือพัฒนามากขึ้นไปอีก

ตอนที่ 13 ของเรื่องนั้น จะมีฉากที่อินซันกำลังจะชงกาแฟ แล้วพูดพึมพำกับตัวเองว่า “อุณหภูมิน้ำร้อน 93 องศา” เสร็จแล้วก็เอาที่วัดมาลองวัดดูให้มีอุณหภูมิที่เหมาะสมสำหรับการชงกาแฟ และอีกฉากที่จะกล่าวในตอนนี่คือ ฉากที่อินซันกำลังแต่งหน้ากาแฟสำหรับเสิร์ฟลูกค้า โดยการวาดรูปตัวการ์ตูนลงบนฟองนม ใช้ไม้จิ้มหน้ากาแฟในการวาด เมื่อฮาริมเห็นก็บอกว่าฝีมือไม่เลวนิ ผู้จัดการซงก็บอกด้วยว่า “เก่งหนิ แสดงว่าขยันฝึก” เมื่อได้ยินผู้จัดการซงพูดแบบนี้ อินซันเลยถามกลับว่า “ฉันไปสอบเป็นบาริสต้าดีไหม” ผู้จัดการซงเลยถามว่าแล้วไม่ยอมเปิดโรงเรียนสอนเทควันโดแล้วหรือ อินซันก็รีบตอบทันที “ก็อยาก แต่ไม่มีเงินเปิดโรงเรียน และที่สำคัญคือฉันรักกาแฟ” แต่ก็ได้ถามเพิ่มอีกว่า “บาริสต้า เงินเดือนดีไหม” ผู้จัดการซงก็ตอบข้อสงสัยของอินซัน “ขึ้นอยู่กับฝีมือ แต่ก็อย่าหวังว่าทำปั๊บแล้วจะได้เงินเยอะ” จากตอนนี้จะเห็นได้ว่า เมื่อหมั่นฝึกฝนบ่อยๆ ก็จะเกิดผลดีต่องานที่ทำ และต้องมีควาใส่ใจและตั้งใจที่จะทำด้วย ยิ่งเป็นสิ่งที่รักแล้วเมื่อได้ทำก็จะรู้สึกมีความสุข



รูปที่ 23 แต่งหน้ากาแฟ

ที่มา: <http://korea.lookchangtour.com/รีวิวเที่ยวเกาหลี-หันไป-370/>

ในตอนี่ 14 ของเรื่องนี้ มีฉากที่ผู้จัดการสงให้อินชันทดลองบอกรหัสของเมล็ดกาแฟโดยการดมว่าเป็นชนิดไหน เมื่อดมแล้วก็ทำทำคิดนิดนึง แล้วตอบว่า “ศิริมาจาโร จากแทนซาเนีย ความหวาน 4 ความเปรี้ยว 2 ความขม 2 รูปร่าง 3” แล้วผู้จัดการสงก็บอกว่า “ต้องคั่วแบบอ่อนๆ” เสร็จแล้วผู้จัดการสงก็หยิบเมล็ดกาแฟอีกชนิด แล้วบอกว่า “นี่ แทนซาเนีย คับเบิ้ลสโนว์ที่ท็อป ให้รสชาติเหมือนน้ำโทนิคที่ปลายลิ้น” เมื่ออินชันได้ยืมก็ลองชิม และจดลงสมุดของเธอ จากฉากนี้แสดงให้เห็นว่าผู้ที่มีความรู้ด้านกาแฟ แคได้กลิ่นก็สามารถรับรู้ได้ว่าเป็นชนิดใด อีกฉากในตอนนี้เป็นตอนที่อินชันไปบ้านของฮันกยอลแล้วเจอย่าของเขา แล้วก็คุยกับย่าว่าตนเองชงกาแฟอร่อยรองจากผู้จัดการสง แต่ย่าของฮันกยอลก็พูดเหน็บนิดหน่อยว่า “ถ้าเขาชงกาแฟอร่อย แสดงว่าคนอื่นคงฝีมือไม่ได้เรื่อง เพราะว่าเรียนจากเจ้านี่จะไปได้อะไร” อินชันก็เลยบอกว่า “คุณย่าก็ชอบดูถูกเราอยู่เรื่อยเลย ฉันกำลังฝึกหนักจะเป็นบาริสต้าให้ได้เลย” ฉากนี้แสดงให้เห็นถึงความพยายามของอินชัน แม้จะมีคนดูถูกแต่ก็ไม่ละความพยายามและจะมุ่งมั่นทำต่อให้ได้ตามที่ตนต้องการ

ในตอนี่ 15 จะมีหลายฉากที่แสดงให้เห็นถึงกาแฟ เป็นตอนที่ฮันกยอลนำเสนอข้อมูลให้กับบริษัทของย่าในการที่จะเป็น Coffee Prince สาขา 2 โดยจุดขายของร้าน Coffee Prince อยู่ที่บาริสต้าประจำร้าน ฮันกยอลได้พูดว่า “พูดถึง Coffee Prince ต้องนึกถึงกาแฟที่บาริสต้าเป็นคนคั่วและชงเองกับมือ ลูกค้ายาที่ร้านเพราะเชื่อในฝีมือของบาริสต้า บาริสต้าสงเคยซึกเป็นจุดขายสำคัญของร้าน Coffee Prince สาขา 1 ถ้าหากเปิด สาขา 2 ก็ต้องมีบาริสต้าอีกคนเป็นตัวหลัก คอนเซ็ปของสาขา 2 คือการบริการแบบเป็นกันเอง อาจดูไม่สำคัญนัก แต่ร้านกาแฟดังในเกาหลีได้ต่างก็ให้ลูกค้าบริการตัวเอง น่าจะเป็นข้อด้อย เพราะไม่เข้าใจความต้องการของลูกค้า” บาริสต้าถือเป็นตัวหลักของร้านกาแฟและร้านกาแฟก็จำเป็นต้องมีแบบแผนเกี่ยวกับร้าน เพื่อให้ง่ายต่อการจัดการภายในร้าน จึงต้องมีจุดมุ่งหมายในการทำ และฉากที่อินชันชงกาแฟ ได้พูดว่า “การฝึกนะไม่เท่าไร แต่อาจารย์บอกให้คิดว่าเป็นการสอบ เริ่มจับเวลาเมื่อฉันก็สั้นไปหมด” ผู้จัดการสงก็ปลอบใจว่าอย่าไปคิดตามแต่อินชันก็ขัดจึ้นว่า “พูดนะมันง่าย แคไปอบรมไม่พอหรอก ไปสมัครเรียนเลยดีกว่า” จากฉากนี้แสดงให้เห็นว่าการชงกาแฟก็ต้องอาศัยความเร็วเช่นกัน แม้ว่าจะเป็นแค่การฝึกแต่ก็ต้องทำแข่งกับเวลาเพื่อรสชาติของกาแฟที่จะยังอุณหภูมิที่เหมาะสมไว้ และฉาก เป็นฉากระหว่างที่อินชันหาข้อมูลที่เรียนทางอินเทอร์เน็ต เมื่อฮาริมเห็นก็พูดว่า “จะเรียนจริงหรือ บาริสต้าไม่ใช่่ง่ายๆนะ” แม้ว่าการเรียนเป็นบาริสต้าจะไม่ใช่ง่าย แต่ถ้ามีความพยายามก็ไม่มีอะไรยากเกินความสามารถของคน

และอีกฉากที่ฮันกยอลขออินชันแต่งงาน แล้วบอกว่าอยากแต่งงานภายในปีนี้ แต่อินชันก็ตอบกลับว่า “ให้รออีก 5 ปี เพราะว่าอยากเป็นบาร์ิสต์มือหนึ่ง แบบผู้จัดการสง ยังไม่อยากจะแต่งงาน จนกว่าจะทำสำเร็จ” ฮันกยอลจึงถามว่าทำไมพูดแบบนี้ อินชันจึงเล่าให้ฟัง “ฉันยังไม่เคยบอกคุณ ฉันอยากให้มีแม่กับอินเซอยูคิ เมื่อก่อนก็คิดแต่จะหาเงิน แต่ตอนนี้ฉันอยากเป็นบาร์ิสต์ ได้ทำงานที่ชอบ แถมได้เงินด้วย ในที่สุดฉันก็มีความฝัน ฉันอยากทำให้ฝันเป็นจริง” หากว่ามีเป้าหมายและความฝันที่ตั้งเป้าไว้ และยังไม่สำเร็จ ก็จะไม่สามารถทำสิ่งอื่นได้ จนกว่าสิ่งที่ต้องการสำเร็จแล้วจริงๆ อย่างที่อินชันตั้งใจไว้ในตอนหลัง

ตอนที่ 16 ฉากที่ฮันกยอลได้พูดคุยเรื่องของเขาเกี่ยวกับย่า และเขาก็บอกกับย่าว่า “อินชันเธออยากจะเป็นบาร์ิสต์ ไม่ใช่แค่บาร์ิสต์ธรรมดา แต่เป็นบาร์ิสต์มือหนึ่งด้วย” ฉากนี้แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของอินชันต่ออาชีพในฝัน และมีฉากที่ผู้จัดการสงมาเยี่ยมย่าของฮันกยอล แล้วก็ได้ฟังเรื่องอินชันจากผู้จัดการสง และได้ถามว่า “เขาอยากเป็นบาร์ิสต์ เรื่องจริงหรือ” ผู้จัดการสงก็บอกว่า “ถ้าได้เรียนอีกสักนิด เขาต้องเก่งกว่าผมแน่” เมื่อได้ทราบแบบนี้ คุณย่าได้เรียกอินชันมาหา ในขณะที่ฮันกยอลก็อยู่ที่นั่นด้วย ได้พูดขึ้นแล้วหันไปทางฮันกยอลว่า “เขาอยากเป็นบาร์ิสต์มาก่อนแล้วค่อยแต่ง ดิเซออีกจะได้ศึกษาเรื่องกาแฟให้ถึงแก่น แล้วค่อยเอามาเป็นหลานสะใภ้อย่างภาคภูมิใจ ขยับจาก 5 ปี เหลือแค่ 2 ปี แล้วจะมากัดค้ำอันอะไร เออะอะก็จะบีบให้ผู้หญิงทิ้งความฝัน รู้ไหมว่าเห็นแก่ตัวเกินไป” บริษัทของย่าฮันกยอลมีโครงการส่งพนักงานไปเรียนด้านกาแฟที่อิตาลี และอินชันก็ได้ทุนไปเรียนตามที่ตั้งใจไว้ ฉากนี้แสดงให้เห็นว่า แม้จะเป็นผู้ที่ไม่เงินมากพอในการทำความฝัน เมื่อมีคนเห็นถึงความพยายามนั้น ก็จะมีโอกาสตามมาเสมอ อย่างที่อินชันได้รับโอกาสในการเรียนจากย่าของฮันกยอล

ตอนที่ 17 ซึ่งเป็นตอนสุดท้ายของเรื่องนี้ ในระหว่างที่ฮันกยอลสัมภาษณ์บาร์ิสต์สำหรับเปิดร้าน Coffee Princess อินชันก็โผล่มาเซอร์ไพรส์หลังจากที่กลับมาจากอิตาลี แล้วบอกว่า “ฉันมาสมัครเป็นบาร์ิสต์ ปิตรีบหรือยังคะ ฉันฝีมือดีนะ ฉันได้รางวัลชนะเลิศระดับนานาชาติด้วย ฉันฝีมือระดับโลกนะ” ฮันกยอลอึ้งไปสักพักแล้วบอกกลับว่า “เราต้องการคนที่มีความมุ่งมั่นมากกว่า ประสบการณ์” และหลังจากฉากนี้ก็จะมีการที่อินชันบอกกับฮันกยอลว่าเธอได้รับเชิญให้ไปสาธิตวิธีการทำลาเต้ มีคนมาขอสัมภาษณ์ด้วย บาร์ิสต์ชื่อดังของเกาหลีได้ โดยฉากนี้เป็นฉากสุดท้าย

แม้ว่าจะเป็นผู้ที่ได้รับการศึกษา มีประสบการณ์ แต่ถ้าขาดความมุ่งมั่นก็คงไม่ประสบความสำเร็จ แต่สำหรับอินชันมีครบทุกอย่างทั้งการศึกษา ประสบการณ์และเต็มเปี่ยมไปด้วยความมุ่งมั่น ไม่เช่นนั้นเชอคงไม่สามารถมายืนในจุดนี้ได้

จากเรื่องราวในแต่ละตอนที่กล่าวมาข้างต้นนี้ แสดงให้เห็นถึงคุณค่าของกาแฟในด้านต่างๆ ทั้งบาร์ิสต้าผู้ชงกาแฟ รูปแบบรสชาติที่จะให้อร่อยได้ต้องอยู่ที่ความใส่ใจ ต้องมีความละเอียด และยังคงคอยหมั่นศึกษาอยู่ตลอดเวลา และการชงกาแฟให้อร่อยนั้นไม่ใช่เรื่องง่าย เพราะมีกระบวนการต่างๆจะต้องมีความรู้พื้นฐานในด้านกาแฟ ทั้งเมล็ดพันธุ์กาแฟ การคั่ว การชง สิ่งเหล่านี้ล้วนแต่ละเอียดอ่อน หากทำมากไปเกินพอดีก็อาจทำให้กาแฟเสียรสชาติ ฉะนั้นแล้วบาร์ิสต้าหรือคนชงกาแฟนั้น ต้องมีใจรักในอาชีพ ในกาแฟ และมีความใส่ใจในการชง แล้วจะได้กาแฟที่ดี และอร่อยตามที่ลูกค้าต้องการ กาแฟไม่ใช่แค่เครื่องดื่มกระตุ้น โสตประสาทเท่านั้นหากแต่คือความสุขหรืออย่างหนึ่งของชีวิต และกาแฟยังช่วยเสริมคุณค่าของคนในอาชีพด้วย

3.3 ความหมายของชีวิตคน

ชีวิตไม่ได้เป็นของปัจเจกบุคคล เพราะบุคคลไม่ว่าจะมีจิตสำนึกแบบปัจเจกชนนิยมหรือไม่ย่อมได้รับอิทธิพลจากสังคมและวัฒนธรรมที่ตนใช้ชีวิตอยู่นอกจากนั้นชีวิตคือการเปลี่ยนแปลง ไม่ใช่การหยุดนิ่ง และควรมีชีวิตเพื่อที่ได้ทำความเข้าใจสภาวะความเป็นไปและปัญหาของสังคมได้ชัดเจนขึ้น (อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์, 2556: ออนไลน์)

จากกระแสความนิยมดื่มกาแฟของชนทุกกลุ่มทุกวัยที่มีอัตราการขยายตัวพุ่งสูง สร้างยอดขายให้ผู้ประกอบการ และซีรีส์เรื่อง Coffee Prince ก็ทำให้หลายคนได้รู้จักกับ "บาร์ิสต้า" หรือนักชงกาแฟประจำร้าน จึงเป็นอีกหนึ่งอาชีพที่กำลังได้รับความสนใจมาก อาชีพบาร์ิสต้าไม่ใช่แค่พนักงานชงกาแฟ ที่มีภารกิจแต่ละวันทำตามออเดอร์ของลูกค้าเพียงอย่างเดียว โดยไม่ได้มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า แต่ผู้ที่ยึดอาชีพบาร์ิสต้า คือผู้ที่รอบรู้เรื่องกาแฟอย่างแท้จริงและลึกซึ้ง รู้ที่มาที่ไป ต้นกำเนิด รสชาติ การคั่ว การบด รู้จักทุกเมนูที่เกี่ยวกับกาแฟเป็นอย่างดี และอีกมากมาย (คมชัดลึก, 2553: ออนไลน์) สำหรับผู้มีความรู้ด้านกาแฟหรือขั้นขั้นเป็น "บาร์ิสต้า" ได้จะต้อง "มีดี" มากกว่าคนชงกาแฟทั่วไปบาร์ิสต้า ในภาษาอิตาลี หมายถึง บาร์เทนเดอร์ผู้หญิงหรือผู้ชายก็ได้

ทำงานหลังเคาน์เตอร์ เสิร์ฟเครื่องดื่มร้อนและเย็นทั้งชนิดที่เป็นแอลกอฮอล์หรือไม่ใช่แอลกอฮอล์ ไม่ได้หมายถึงคนชงกาแฟโดยเฉพาะ (น้ำชาติ ประชาชื่น, 2554: ออนไลน์) บาร์ิสต้าเป็นงานบริการ ไม่ใช่แค่การชงกาแฟอย่างเดียวแต่บาร์ิสต้าต้องทำทุกอย่างทั้งทำความสะอาด เช็ดสต็อกของ ล้างแก้ว อีกทั้งยังต้องเปิดปิดร้านด้วย บาร์ิสต้าเป็นผู้ชงกาแฟต้องดื่มกาแฟเป็นด้วย และจะชงกาแฟให้อร่อยต้องมีปัจจัยต่างๆเช่น อุณหภูมิ เครื่องชง เครื่องบด เมล็ดกาแฟ ล้วนมีผลกับกาแฟทั้งสิ้น และบาร์ิสต้าต้องมีความคล่องแคล่ว กระฉับกระเฉงจะช่วยสร้างบรรยากาศร้านให้ดีขึ้น บุคลิก เสื้อผ้า หน้า ผมของบาร์ิสต้าต้องดูดี หมายถึงความสะอาด เพราะอาชีพนี้เน้นเรื่องนี้มาก และข้อสำคัญที่บาร์ิสต้าทุกคนควรมีคือต้องมีใจรักบริการ ถ้าจะให้ดีหากสามารถจดจำชื่อหรือรายละเอียดของลูกค้าคนนั้นได้ ลูกค้าจะมีความประทับใจเป็นอย่างมาก และรอยยิ้มเป็นสิ่งสำคัญมากในการแสดงออกให้เห็น (coffeeindy, 2013: ออนไลน์)

กระแสความสนใจกาแฟในหมู่ชาวเกาหลีนั้น บางวิจัยชี้ว่า น่าจะมีส่วนเกิดขึ้นจากการนำเสนอร้านกาแฟ และชีวิตของบาร์ิสต้า โดยละครซีรีส์ยอดฮิต The 1st Shop of Coffee Prince ในปี.ศ. 2007 ซึ่งได้ทำการปลุกกระแส ให้ชาวเกาหลีหันมาให้ความสนใจกับกาแฟมากขึ้น ทั้งในด้านรสชาติ การแต่งหน้ากาแฟ และบรรยากาศของร้านการเจริญเติบโตของร้านกาแฟในเมืองใหญ่ (admin, 2013: ออนไลน์) บาร์ิสต้าจะได้รับการยกย่องนับถือว่าเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องดื่ม โดยเฉพาะด้านกาแฟ ธุรกิจกาแฟได้ให้ความหมายและหน้าที่ของบาร์ิสต้าแตกต่างออกไป คือบาร์ิสต้าในร้านกาแฟ จะเป็นผู้เชี่ยวชาญในการสร้างสรรค์เมนูกาแฟสูตรต่างๆ โดยใช้เอสเพรสโซ่เป็นส่วนผสมหลัก บาร์ิสต้าจะต้องรู้ว่าต้องใช้ปริมาณผงกาแฟที่ใช้ ความแรงของการกดอัดผงกาแฟ เพื่อให้ได้ปริมาณน้ำกาแฟที่เหมาะสม บาร์ิสต้าจะได้รับการอบรมว่าการสกัดเอสเพรสโซ่ที่ดีควรจะใช้เวลาที่เหมาะสม ไม่นานเกินไปหรือเร็วเกินไป เนื่องจากจะส่งผลต่อรสชาติของกาแฟโดยตรง การควบคุมการใช้เครื่องเอสเพรสโซ่อย่างถูกวิธี เพื่อให้ได้เอสเพรสโซ่ที่เพอร์เฟก (Lavazza Thailand Official Page, 2012: ออนไลน์) และบาร์ิสต้าต้องเป็นหน้าตาของร้านอีกด้วย เพราะนอกจากชงกาแฟแล้ว ยังต้องสามารถสร้างสรรค์บรรยากาศ ที่ดีให้แก่ร้าน อีกทั้งยังต้องให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างน่าพึงพอใจที่สุด เหมือนกับทุกวิชาชีพ ก็ต้องใส่ใจลงไปในงาน แต่บาร์ิสต้าที่ดีมีมากกว่านั้นคือต้องใส่ใจขง และการชงกาแฟแต่ละแก้วให้ลูกค้าต้องเหมือนกับชงให้ตัวเองหรือคนที่เรารักดื่มทุกอย่างมีขั้นตอนที่ละเอียดลึกซึ้ง นอกจาก บาร์ิสต้าจะแตกต่างไปจาก คนชงกาแฟแบบทั่วไป

ด้วยการใช้ศาสตร์และศิลป์แล้ว คุณสมบัติที่ดีอีกประการหนึ่งคือการสื่อสารกับผู้ดื่ม รวมทั้งการถ่ายทอดข้อมูล วิธีการดื่มอย่างถูกต้องและได้รสชาติของการกาแฟอย่างแท้จริง (T-News, 2008: ออนไลน์)

จากซีรีส์เรื่อง Coffee Prince นั้น จะแสดงให้เห็นถึงความพยายามของนางเอกที่มุ่งมั่นอยากจะเป็นบาริสต้าตั้งแต่ได้เริ่มทำงานที่ร้านนี้ก็เริ่มหลงรักในกาแฟ และคอยหมั่นฝึกฝนที่จะเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา โดยในแต่ละตอนจะกล่าวถึงความพยายามและการฝึกฝนของอินชานในการมุ่งมั่นที่จะเป็นบาริสต้าตามที่ได้กล่าวไปข้างต้น ในตอนที่ 7 เป็นฉากที่มีลูกค้าเรื่องมากในการสั่งกาแฟ ไม่ได้กาแฟตามที่เธอต้องการ ซึ่งตอนนั้นอินชานเป็นผู้รับออเดอร์ เมื่อโดนลูกค้าบ่นและอินชานจะเอากาแฟมาเปลี่ยนให้ เธอก็บ่นนิดหน่อยเกี่ยวกับลูกค้าคนนั้น ฮันกยอลเลยพูดว่า “โคอินชาน ว่าลูกค้าหรือ ลูกค้าต้องการอะไรก็ต้องบริการด้วยรอยยิ้มสิ แค่อบอกให้ดูแลลูกค้าดีๆก็ซั๊กสีหน้าแล้ว ลูกค้าขอเปลี่ยนก็ต้องเปลี่ยนให้ ที่สำคัญต้องมีรอยยิ้มด้วย ” แต่อินชานก็ได้กลับทันที “คุณนะพุดง่าย คุณคงไม่เคยเจอลูกค้าเรื่องมาก จะเอาใจคนไม่ใช่เรื่องง่าย ต้องเหนื่อยเอาใจลูกค้า” ซึ่งในช่วงแรกนี้อินชานยังไม่มีลักษณะของการเป็นบาริสต้าที่ดี แม้ว่าจะมีใจรักบริการ แต่ก็เป็นคนที่ไม่ยอมคน และในตอนที่ 17 ซึ่งเป็นตอนสุดท้ายของเรื่อง อินชานก็ได้ทุนไปเรียนบาริสต้า ที่อิตาลี ด้วยความพยายามของเธอ ทำให้เธอประสบความสำเร็จกลับมาเป็นบาริสต้าที่เก่งได้อย่างที่เธอได้ตั้งใจ

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าบาริสต้าเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญด้านกาแฟ ต้องรอบรู้ในรอบด้าน ด้วยความที่เป็นสังคมสมัยใหม่หลังจากที่ซีรีส์เรื่องนี้ฉายจบ ทำให้เกิดค่านิยมสำหรับคนเกาหลีในเมืองที่มีความสนใจในอาชีพบาริสต้าเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งตัวละครอินชานในเรื่องเป็นคนเมืองที่มีความใฝ่ฝันเป็นบาริสต้าเช่นกัน ทำให้คนเกาหลีเลือกที่จะดูแบบอย่างจากเรื่องนี้ด้วย จากเนื้อเรื่องจะแสดงให้เห็นว่าเมื่อคนเรามีความพยายาม ความฝัน ความมุ่งมั่นและความตั้งใจทำเป็นที่แล้ว สิ่งที่ทุกคนหวังก็จะไม่ไกลเกินเอื้อมและจะประสบความสำเร็จในที่สุด ซึ่งอินชานมีในทุกสิ่งที่ได้กล่าวมานี้ เธอได้ทำสิ่งที่ตั้งใจให้สำเร็จด้วยความพยายามและความสามารถของเธอเอง จนเป็นที่ยอมรับในที่สุด

สรุปผลงานวิจัย

บทความวิจัยเรื่อง กาแฟกับวัฒนธรรมการบริโภคของชาวเกาหลีใต้โดยศึกษาผ่านซีรีส์เรื่อง Coffee Prince มีวัตถุประสงค์ 2 ข้อ คือ 1.เพื่อศึกษาวัฒนธรรมการดื่มกาแฟของชาวเกาหลีใต้ที่สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม และ 2.เพื่อศึกษาการบริโภคความหมายของการดื่มกาแฟโดยวิเคราะห์ผ่านซีรีส์เรื่อง Coffee Prince จากการศึกษาครั้งนี้สามารถตอบวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

4.1 ประมวลผลวัตถุประสงค์ข้อที่หนึ่ง คือ เพื่อศึกษาวัฒนธรรมการดื่มกาแฟของชาวเกาหลีใต้ที่สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม พบว่า เกาหลีใต้รับเอาวัฒนธรรมตะวันตกมาผสมกับวัฒนธรรมตะวันออกของประเทศตนเองจนเกิดเป็นวัฒนธรรมใหม่ และเกิดกระแสเกาหลีฟีเวอร์หรือที่เรียกว่าฮันรยู ทำให้เกาหลีใต้เป็นที่รู้จักอย่างมากทั้งในด้านวัฒนธรรม เทคโนโลยี อุตสาหกรรม ละคร โทรทัศน์และภาพยนตร์เกาหลี อีกทั้งยังได้ทราบถึงวัฒนธรรมใหม่อย่างการดื่มกาแฟของชาวเกาหลีใต้ที่ได้รับความนิยมขึ้นด้วย หลังจากที่มีซีรีส์เรื่อง Coffee Prince ที่มีส่วนช่วยในการผลักดันวัฒนธรรมให้เป็นที่แพร่หลายด้วย

4.2 ประมวลผลวัตถุประสงค์ข้อที่สอง คือ เพื่อศึกษาการบริโภคความหมายของการดื่มกาแฟโดยวิเคราะห์ผ่านซีรีส์เรื่อง Coffee Prince พบว่า ในปัจจุบันสิ่งที่คนบริโภคนั้นไม่ได้เพื่อผลประโยชน์ส่วนตัวแล้ว แต่คนเหล่านี้ล้วนแต่บริโภคด้วยความหมายของสินค้า ร้านกาแฟก็ถูกให้ความหมายเช่นกัน และสิ่งเหล่านี้ก็ล้วนถูกให้ความหมายซึ่งกันและกัน รวมถึงชีวิตคนก็ถูกให้ความหมายด้วย จะไปในทางที่ดีหรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับการปฏิบัติตัวของแต่ละคน ด้วยค่านิยมของกาแฟ ค่านิยมของร้านกาแฟ ช่วยเสริมค่านิยมคุณค่าของคน เพราะคนในยุคสมัยใหม่นี้ให้ค่าของพวกนี้ในการเสริมคุณค่าตนเอง

บรรณานุกรม

หนังสือและเอกสารออนไลน์ตีพิมพ์ภาษาไทย

เกียรติสินรินทร์ ศรีวงษ์. (2009). **สังคมเกาหลี**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 25 มกราคม 2557, เข้าถึงได้จาก: <http://www.l3nr.org/posts/250727>.

กระปุกคอตคอม. (2011). **วิจัยซี Coffee Prince ปลุกกระแสคัลท์กาแฟในเกาหลี**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 26 มิถุนายน 2556, เข้าถึงได้จาก: <http://fb.kapook.com/hilight-65675.html>.

คมชัดลึก. (2553). **"บาร์สต้า" กูรูแห่งการชงกาแฟ อาชีพอินเทอร์เน็ตที่ไม่ธรรมดา**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 25 มกราคม 2557, เข้าถึงได้จาก: <http://www.komchadluek.net/detail/20100618/63231/บาร์สต้ากูรูแห่งการชงกาแฟอาชีพอินเทอร์เน็ตที่ไม่ธรรมดา.html#.UvD94vmSyYQ>.

จรรยา ยิ้มประเสริฐ. (2554). **ไม้ขีดก้านเดียวที่เปลี่ยนสังคมเกาหลี**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 26 มิถุนายน 2556, เข้าถึงได้จาก: <HTTP://PRACHATAI.COM/JOURNAL/2011/01/32602>.

จuchานิน. (2552). **โรมานติกแบบเกาหลี ที่นี้ “เกาะเชจู” (1) ตอน: ดอกไม้ผลิบาน หัวใจผลิบาน**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 24 มิถุนายน 2556, เข้าถึงได้จาก: <http://www.manager.co.th/Travel/ViewNews.aspx?NewsID=9520000049870>.

เจษฎาพร ศรีวิชัยและคณะ. (2012). **วัฒนธรรมกาแฟ : ภาพสะท้อนอัตลักษณ์ไทยและเวียดนามในวัฒนธรรมประชานิยม**. (ม.ป.พ.).

ชากิยา. **รู้จัก มักกอลลี เหล้าสีขาวนวล รสหวานนุ่มลิ้น**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 26 สิงหาคม 2556, เข้าถึงได้จาก: <http://m.hellomiki.com/viewcontent.php?id=6720>.

ชลเทพ ปั่นบุญชู. (2551). **ถอดรหัสวัฒนธรรม “เกาหลี” มโนทัศน์ ค่านิยม อุดมการณ์ทางสังคม นัยยะซ่อนผ่านละครซีรีส์**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 25 มกราคม 2557, เข้าถึงได้จาก: <http://www.oknation.net/blog/print.php?id=275485>.

คำรงค์ ฐานดี. (2544). **สังคมและวัฒนธรรมเกาหลี**. (พิมพ์ครั้งที่2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ธิดารัตน์ นัยรัตน์. (2555). **รวมเรื่องเล่าในทวิตเตอร์@Seoul Café**. (ม.ป.พ.).

ทีมงานโลก 360 องศา. (2555). **อุตสาหกรรมเกาหลีกับวิถีเกษตรกรรม**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 16 กันยายน 2556, เข้าถึงได้จาก: <http://www.posttoday.com/ดกิน-เที่ยว/เที่ยวทั่วโลก/187270/อุตสาหกรรมเกาหลีกับวิถีเกษตรกรรม/>.

น้ำชาติ ประชาชื่น. (2554). **บาร์สต้า**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 25 มกราคม 2557, เข้าถึงได้จาก: http://www.khaosod.co.th/view_news.php?newsid=TURONWIZVXdNakU0TURJMU5BPT0=.

นาตยา อยู่คง. (2556). **สังคมปัจจุบันในเอเชียตะวันออก**. (ม.ป.พ.).

นิรอน. (2550). **วัฒนธรรมเกาหลี2**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 30 มิถุนายน 2556, เข้าถึงได้จาก: <http://writer.dek-d.com/segiiwarw/story/viewlongc.php?id=268133&chapter=34>.

พลอย มัลลิกะมาส. (2011). **อันยองฮาเซโย “โคเรียเวฟ” (Korea Wave)**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 25 มกราคม 2557, เข้าถึงได้จาก: <http://www.tcdc.or.th/src/16363/www-tcdcconnect-com/อันยองฮาเซโย-โคเรียเวฟ--Korea-ตอนที่1--ปรากฏการณ์วัฒนธรรมนำเศรษฐกิจ>.

พฤษภา. (2554). **เหล่าเบียร์/โซจู วัฒนธรรมดื่มเหล้าของชาวเกาหลี**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 26 สิงหาคม 2556, เข้าถึงได้จาก: <http://www.oknation.net/blog/print.php?id=680403>.

มติชนออนไลน์. (2555). **"มักกอลลี" เหล้าสีขาวนุ่มลิ้นสไตล์เกาหลี จาก"เหล้าของชาวนา"โกอินเตอร์สู่ตลาดมะกัน**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 26 สิงหาคม 2556, เข้าถึงได้จาก: http://www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1328527781&grpId=03&catid=03.

มาตามกาแฟ. (2554). **โซจู**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 26 สิงหาคม 2556, เข้าถึงได้จาก: <http://www.nightsiam.com/forum/index.php?topic=6425>.

มิกะ โกดามา. (2005). การเกิดขึ้นและพัฒนาการของวัฒนธรรมกาแฟแบบใหม่ในประเทศไทย.

[ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2556, เข้าถึงได้จาก:

http://tnrr.in.th/index.php?option=com_dscollection&itemid=183030.

วราพงษ์ ชมาฤกษ์. การเกษตรกรรมของเกาหลีใต้. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 30 มิถุนายน 2556,

เข้าถึงได้จาก: [HTTP://UBN-](http://UBN-)

[RRR.RICETHAILAND.GO.TH/DOCUMENT/WARAPONG/KOLEA/KOLEA.HTM#TOP](http://UBN-RRR.RICETHAILAND.GO.TH/DOCUMENT/WARAPONG/KOLEA/KOLEA.HTM#TOP).

ศิริธร รัตน์เจริญจร. (2551). ร้านกาแฟ: ความหมายในวัฒนธรรมไทยยุคบริโภคนิยม.

[ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2556, เข้าถึงได้จาก:

<http://www.oknation.net/blog/print.php?id=375758>.

ศศิวิมล ไพศาลสุทธิเดช. (2556). ทักษะคติและพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสตาร์บัคส์ของคนไทยและคนเกาหลี. (ม.ป.พ.).

สถาบันเอเชียแปซิฟิกศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. (2546). สารานุกรมเกี่ยวกับเกาหลี.

(พิมพ์ครั้งที่2). กรุงเทพฯ: บริษัท แดงอง แป้งคิง แอนด์ ฟรีนดิง จำกัด.

สุวรรณ ตปยานีกรกช. (2556). มหาอำนาจ4ชาติสอนรอย. (ม.ป.พ.).

สุนทร ชารพิพิธชัยและคณะ. เกาหลีใต้. (ม.ป.พ.).

สวนคุณไพบูลย์. 2012. รัฐเกษตรกร-เกาหลีใต้หัววัน. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 16 กันยายน 2556,

เข้าถึงได้จาก: <http://www.paiboonrayong.com/articles/387547/igetweb>.

สวนผักคนเมือง. เกาหลีใต้มุ่งพัฒนาและส่งเสริมเกษตรในเมือง. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 16

กันยายน 2556, เข้าถึงได้จาก:

http://www.thaicityfarm.com/autopagev4/show_page.php?topic_id=493&auto_id=40&TopicPk=

อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์. (2556). ความเปลี่ยนแปลงความหมายของชีวิต. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ

25 มกราคม 2557, เข้าถึงได้จาก: <http://www.midnightuniv.org/ความเปลี่ยนแปลงความหมา>

อุษณีย์ ประวัง. (2548). **Tea after time**. กรุงเทพฯ: โฟล์คอิเมจ.

- Admin. (2013). **หันไปทางไหนก็เจอแต่กาแฟ**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 25 มกราคม 2557, เข้าถึงได้จาก: <http://hellomiki.com/Content-หันไปทางไหนก็เจอแต่กาแฟ.html>.
- Coffeeindy. (2013). **ความสำเร็จกับอาชีพสุดฮิต"บาร์ิสต้า"**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 25 มกราคม 2557, เข้าถึงได้จาก: [http://coffeeindy.com/พนักงาน/ความสำเร็จกับอาชีพสุดฮิต"บาร์ิสต้า"/#.Uvhp3fmSyYT](http://coffeeindy.com/พนักงาน/ความสำเร็จกับอาชีพสุดฮิต).
- Janghuman. (2554). **โชล พิธีชงชา**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2556, เข้าถึงได้จาก: <http://janghuman.wordpress.com/tag/โชล-พิธีชงชา/>.
- Haena. (2551). **โชนู**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 26 สิงหาคม 2556, เข้าถึงได้จาก: <http://www.thaigoodview.com/node/13409>.
- Hoteltravel. (2556). **พิธีชงชาแบบเกาหลีในเมืองปูซาน**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 26 มิถุนายน 2556, เข้าถึงได้จาก: http://www.hoteltravel.com/th/south_korea/busan/korean-tea-ceremony-in-busan.htm.
- Kafaesansuk. 2554. **วัฒนธรรมการดื่มกาแฟ**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 26 สิงหาคม 2556, เข้าถึงได้จาก: <http://kafaesansuk.wordpress.com/category/วัฒนธรรมการดื่มกาแฟ/>.
- Koreatravelmap. **เที่ยวกรุงโซลย่านฮงอิกหรือฮงแด**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 25 มกราคม 2557, เข้าถึงได้จาก: <http://www.koreatravelmap.com/hongik-seoul.html>.
- Korean4life. (2012). **ที่เกาหลี...เรื่องจริงนอกจอ**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2556, เข้าถึงได้จาก: www.korean4life.com/?p=504.
- KRUMOOK. (2555). **การเมือง เศรษฐกิจ และสังคมของเกาหลีเหนือ และเกาหลีใต้หลังสงครามกลางเมืองถึงปัจจุบัน**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 26 มิถุนายน 2556, เข้าถึงได้จาก: [HTTP://LIKALEN3.BLOGSPOT.COM/2012/01/BLOG-POST.HTML](http://LIKALEN3.BLOGSPOT.COM/2012/01/BLOG-POST.HTML).
- Lavazza Thailand Official Page. (2013). **บาร์ิสต้า**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 25 มกราคม 2557, เข้าถึงได้จาก: <https://www.facebook.com/LavazzaThailandOfficialPage/posts/280142125369126>.

- Madame Rose K. 2556. **มักกอลลี**. ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 26 สิงหาคม 2556, เข้าถึงได้จาก:
<http://mmerosegarden.blogspot.com/2013/01/culture-makgeolli.html>.
- Markzaza007. (2554). **คุณค่าและประโยชน์ของกาแฟ**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 25 มกราคม 2557, เข้าถึงได้จาก: <http://guru.google.co.th/guru/thread?tid=3f7f2f74e05db7f3>.
- MrHotsia. **ความหอมหวานและภูมิปัญญาแห่งชาเกาหลี**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 25 มิถุนายน 2556, เข้าถึงได้จาก: http://www.hotsia.com/korea-info/korea_tea.shtml.
- Nantana Ajumma. 2553. **เหล้ามักกอลลี**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 26 สิงหาคม 2556, เข้าถึงได้จาก:
<http://www.bloggang.com/viewblog.php?id=at-heart&date=24-06-2010&group=5&gblog=2>.
- Sunny Yoon. (2011). **ประวัติศาสตร์กาแฟในเกาหลี**. Coffee t&i. (25), 24-26.
- Tlcthai. (2012). **ร้านกาแฟที่น่าสนใจในเกาหลี**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2556, เข้าถึงได้จาก: www.writeski.com/tag/เกาหลี/.
- T-News. (2008). **ทันข่าวกาแฟ**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 25 มกราคม 2557, เข้าถึงได้จาก:
http://www.healthcorners.com/2007/coffee_web/Read.php?id=148.
- Travel.thaiza.com. (2555). **ตะลุย! ไร่ชาเขียวโบของเกาหลีใต้**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 25 มิถุนายน 2556, เข้าถึงได้จาก: <http://travel.thaiza.com/ตะลุยไร่ชาเขียวโบของ-เกาหลีใต้/237170/>.
- Vudh. (2008). **เจ้าเหรียญทอง กาแฟโอลิมปิก**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2556, เข้าถึงได้จาก: vudh.wordpress.com/2008/06/25/wonderfulcoffee/.
- Wonderpons. (2012). **ชินชน (Sinchon-ro), บริเวณมหาวิทยาลัยซงฮิก (Hongik University Area)**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 25 มกราคม 2557, เข้าถึงได้จาก:
http://ktown.wonderpons.com/bbs/board.php?bo_table=k_2_60&wr_id=12&sca=ชื่อปีโป้ง.
- Yimjsj. 2554. **วัฒนธรรมการดื่มแอลกอฮอล์ของคนเกาหลี 1**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 26 สิงหาคม 2556, เข้าถึงได้จาก: <http://mykorean4life.blogspot.com/2013/03/1.html>.

เอกสารออนไลน์ภาษาต่างประเทศ

YUNSON LEE. **Korea Coffee Market**. [Online]. Retrieved June 23, 2013, From :

http://www.ico.org/event_pdfs/seminar-consumption/terarosa-e.pdf.