

หัวข้อ	มิตีการบริ โภคและปฏิสัมพันธ์ภายในร้านกาแฟแมว
ผู้เขียน	นางสาวชอุดา หมอบอก
ปริญญา	ปริญญาศิลปบัณฑิต (สาขาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ)
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์กรกฎ ใจรักษ์

### บทคัดย่อ

การศึกษา มิตีการบริ โภคและปฏิสัมพันธ์ภายในร้านกาแฟแมว เริ่มต้นจากการที่ผู้ศึกษาสนใจ การเกิดขึ้นของธุรกิจกาแฟแมวที่ในปัจจุบันได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยมีวัตถุประสงค์ 4 ข้อดังต่อไปนี้ 1) เพื่อศึกษาการบริ โภคสินค้าและบริการในร้านกาแฟแมว 2) เพื่อศึกษาบริบทและความหมายของแมวที่เปลี่ยนไปในสังคมปัจจุบัน 3) ศึกษาระเบียบแบบแผนและการตลาดของกาแฟแมว 4) สร้างผลงานสื่อศิลปะเพื่อนำเสนอเกี่ยวกับประเด็นมิตีการบริ โภคและ ปฏิสัมพันธ์ภายในร้านกาแฟแมว อันเป็นคำสะท้อนวิถีชีวิตของคนในสังคมเมืองปัจจุบัน โดยทำการลงพื้นที่เก็บข้อมูล และ เฝ้าสังเกตการณ์อย่างใกล้ชิดผ่านการเป็นพนักงานชั่วคราวของร้านกาแฟแมวแห่งหนึ่งเป็นระยะเวลา 6 เดือน โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิดทฤษฎีที่มีการศึกษาไว้เบื้องต้น เพื่อนำไปสู่ข้อสรุป ดังต่อไปนี้

จากการศึกษาพบว่า 1) สถานะของแมวในมุมมองของมนุษย์นั้นจะเปลี่ยนไปตามพัฒนาการของสังคม การเมือง และวัฒนธรรม ความเข้าใจเกี่ยวกับแมวในอดีต มนุษย์มีความเชื่อว่าพวกมันเป็นทั้งเทพเจ้า ปีศาจ เวรยามเฝ้าเสบียง จนมาถึงในปัจจุบันที่เป็นยุคของสังคมทุนนิยมซึ่งเน้นกระบวนการขายโดยทำให้ทุกสิ่งเป็นสินค้า ไม่ใช่แค่ตัวแมวเท่านั้นที่เป็นสินค้า แต่ปฏิสัมพันธ์ระหว่างแมวและมนุษย์เองก็สามารถที่เป็นสินค้าได้เช่นกัน ส่วนผู้บริ โภคสินค้าเหล่านี้ก็คือ เหล่าคนที่โดนกดทับ โดนนายทุน จนเกิดข้อจำกัดด้านทุนทรัพย์ รวมไปถึงข้อจำกัดในการดำรงชีวิตทำให้พวกเขาไม่สามารถครอบครองแม้แต่สัตว์เลี้ยงตัวเล็กๆ อย่างเช่นแมวได้ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนกับแมวจึงกลายเป็นที่

ต้องการ ในกลุ่มคนที่มีข้อจำกัดทำให้ไม่สามารถที่จะเลี้ยงแมวได้ แต่กลับอยากจะมีปฏิสัมพันธ์กับแมวที่ตัวเองชอบ

2) การเปลี่ยนแปลงของสังคมทำให้วิถีชีวิตของคนในสังคมเปลี่ยนไปด้วย การอยู่รวมกันของผู้คนจำนวนมากทำให้สังคมเมืองต้องมีกฎเกณฑ์ร่วม เพื่อให้คนมากมายในสังคมนั้นๆ สามารถอยู่ร่วมกันได้ สังคมเมืองตีกรอบวิถีชีวิตของผู้คนผ่านการกำหนดให้เวลาทำงานมีระยะเวลาที่แน่นอนตายตัว และจำกัดพื้นที่อาศัยส่วนบุคคลให้มีขนาดเล็กแค่สำหรับการทำกิจกรรมเพื่อการพักผ่อน แม้ว่าอาศัยอยู่ในที่พักส่วนตัวแต่ก็ไม่สามารถทำอะไรตามใจตนเองได้ทั้งหมดเพราะต้องเห็นใจเพื่อนบ้านที่ห่างกันแค่ผนังกัน การเข้าสู่ความเป็นสังคมเมืองทำให้ผู้คนในสังคมเมืองต้องใช้ชีวิตอยู่ภายใต้ข้อจำกัดต่างๆ มากมายอยู่ตลอดเวลา ทำให้คนเมืองมองหากิจกรรม หรืออะไรบางอย่างที่จะช่วยให้พวกเขาบรรเทาความอึดอัดจากการถูกกดทับของข้อจำกัดนี้ หนึ่งในทางเลือกเหล่านั้นคือการใช้บริการร้านคาเฟ่แมว แต่ทว่ามันเป็นเพียงการบรรเทาชั่วคราวเท่านั้น เมื่อกลับไปใช้ชีวิตเช่นเดิม คนเหล่านั้นก็จะเกิดความรู้สึกที่ไม่ดีจากการอยู่ภายใต้ข้อจำกัดอีกครั้ง และเป็นสาเหตุให้ต้องกลับมาใช้บริการคาเฟ่แมวอีกครั้ง

3) การบริโภคที่เกิดขึ้นภายในร้านคาเฟ่แมวมิได้มีแค่เพียงการบริโภคอาหาร และเครื่องดื่มเพียงเท่านั้น ปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นกับแมวภายในร้านนั้นก็ถูกบริโภคด้วยเช่นกัน ผู้ใช้บริการร้านคาเฟ่แมวส่วนมากมักจะบันทึกภาพสิ่งที่ภายในร้าน ไม่ว่าจะเป็น อาหาร เครื่องดื่ม แมว หรือตัวผู้ให้บริการเอง และเผยแพร่ภาพเหล่านั้นลงบนโลกออนไลน์ เพื่อนำเสนอตัวตนที่พวกเขาอยากให้ผู้อื่นคิดว่าพวกเขาเป็น เสมือนเป็นการได้ครอบครองทุนทางวัฒนธรรมที่คนประสงค์จะครอบครองเป็นเวลาชั่วคราว นำไปสู่การได้มาซึ่งทุนทางสัญลักษณ์ การเป็นที่ยอมรับ และให้ความสนใจจากผู้คนในสื่อสังคมออนไลน์ได้ อาหารและเครื่องดื่มมิได้ถูกบริโภคในฐานะที่เป็นตัวมันอย่างที่ควรจะเป็น แต่มันถูกใช้เป็นตัวแทนในการสร้างภาพลักษณ์ หรือแสดงรสนิยมของตัวผู้ให้บริการเอง เช่น รูปอาหารที่มีการตกแต่งที่น่ารัก และแมวที่มีความน่ารัก ทำให้ผู้ถ่าย และเผยแพร่ภาพกลายเป็นคนที่มีบุคลิกน่ารักตามไปด้วย

<b>Title</b>	<b>Consume dimension and interaction in the cat cafe.</b>
<b>Author</b>	<b>Ms. Chuda Mhobhok</b>
<b>Degree</b>	<b>Bachelor of Arts (Media Arts and Design)</b>
<b>Advisor</b>	<b>Mr. Korakot JairaK</b>

## **ABSTRACT**

The study of the dimension of consumption and the interaction between human and animal in the cat café is motivated by the researcher's interest in cat cafe business which is massively popular nowadays. There are four objectives as follows: 1) Study the consumption and services in the cat café. 2) Study the context and meaning of today's changing of cats. 3) Study the marketing process of cat café. 4) Create art media to present about the dimension of consumption and the interaction between human and animal in the cat café, which reflects to the lifestyle of urban people. The researcher collects the data from a fieldwork and close observation by working a part time job in the cat café for six months and analyzes it with the theory of the previous study to lead to the following conclusions:

1) The status of cats changes according to the society, politics, and cultures. In the past, people believed that cats were gods, devils, and guardians. Nowadays, it is the era of capitalism that all thing has a price, including cats. They are both a pet and a special item to attract customers in the coffee cafe. However, according to living conditions of people, it is hardly possible for them to have a cat at home. Thus, the cat cafe is another best choice for people who love cats but cannot be cat owners.

2) Changing society modifies people's lifestyle. Living among many kind of people needs to have a regulation. Urban society restricts people's life through work in definite time. Therefore, it also restricts residence of individuals just enough for a small space for relaxing. They cannot live a life all what they need. Urban people need to do some activities to help them to decrease their depression. One of those activities is to spend time in the cat café. It's just a temporary alternative because people are still back to live in the same way. However they cannot avoid the stress from restriction and that made them go back to the cat cafe again.

3) The consumption which happens in cat café, it is not only about dessert and drink. The interactions with a cat in cat café are also consumed. Most of peoples take photos in cat café and share them on social media to present an identity that want to make others think they are. As if they temporarily own that cultural capital. As a result, they get the symbolic capital, to be accept and get attention from people in social media. Desserts and drinks are represented the image and shown the taste of the customer. For example, the cute pictures of desserts and cats can represent a cute personality to the person who share that photos in social media.