

การเกิดขึ้นและพัฒนาการของวัฒนธรรมกาแฟแบบใหม่ในประเทศไทย



นางสาว มิกะ โกดามา

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาดำเนินการตามหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาไทยศึกษา

คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2548

ISBN 974-14-2429-9

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**THE EMERGENCE AND DEVELOPMENT OF NEW COFFEE CULTURE  
IN THAILAND**

Miss Mika Kodama

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts Program in Thai Studies

Faculty of Arts  
Chulalongkorn University  
Academic Year 2005  
ISBN 974-14-2429-9

Copyright of Chulalongkorn University

Thesis Title THE EMERGENCE AND DEVELOPMENT OF NEW COFFEE CULTURE IN THAILAND

By Mika Kodama

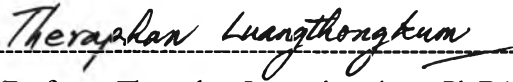
Field of Study Thai Studies

Thesis Advisor Siriporn Phakdeephassook, Ph.D.

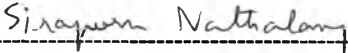
Thesis Co-advisor Associate Professor Surichai Wun'gao


---

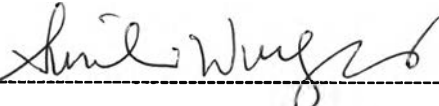
Accepted by the Faculty of Arts, Chulalongkorn University in Partial Fulfillment of the requirements for the Master's Degree

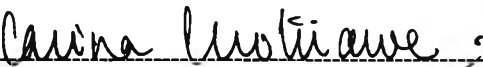
  
----- Dean of the Faculty of Arts  
(Professor Theraphan Luangthongkum, Ph.D.)

#### THESIS COMMITTEE

  
----- Chairperson  
(Associate Professor Siraporn Nathalang, Ph.D.)

  
----- Thesis Advisor  
(Siriporn Phakdeephassook, Ph.D.)

  
----- Thesis Co-advisor  
(Associate Professor Surichai Wun'gao)

  
----- Member  
(Assistant Professor Carina Chotirawe, Ph.D.)

มิกะ โกดามา: การเกิดขึ้นและพัฒนาการของวัฒนธรรมกาแฟแบบใหม่ในประเทศไทย. (THE EMERGENCE AND DEVELOPMENT OF NEW COFFEE CULTURE IN THAILAND) อ.ที่ปรึกษา: ดร.ศิริพร ภัคดีผาสุข, อ.ที่ปรึกษา (ร่วม): รศ. สุรัชชัย หวันแก้ว, 157 หน้า. ISBN: 974-14-2429-9

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มุ่งเน้นในการศึกษาถึงการเกิดขึ้นและพัฒนาการของวัฒนธรรมกาแฟแบบใหม่ในประเทศไทย โดยมีคำถามเพื่อการวิจัย 2 คำถามคือ ลักษณะการเกิดขึ้นของร้านกาแฟแบบใหม่เป็นอย่างไร และ ลักษณะวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟแบบใหม่เป็นอย่างไร

การศึกษาได้ค้นพบว่าลักษณะวัฒนธรรมใหม่ที่เกิดขึ้นในการดื่มกาแฟนั้นเป็นลักษณะการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมท้องถิ่นแบบเดิมและวัฒนธรรมสมัยใหม่ ในวัฒนธรรมกาแฟแบบใหม่มีการผสมระหว่างองค์ประกอบดั้งเดิมกับองค์ประกอบใหม่และระหว่างสิ่งที่มีอยู่เดิมในท้องถิ่นกับสิ่งที่มาจากกระแสโลกาภิวัตน์ ทำให้ลักษณะผสมผสานขึ้น

นอกจากนี้ยังมีปรากฏการณ์ที่น่าสนใจที่พบในรูปแบบการบริโภคแบบใหม่ของลูกค้า ลูกค้าผู้บริโภคกาแฟราคาแพง ในร้านกาแฟสมัยใหม่บ่งให้เห็นถึงการเสพคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ของกาแฟ ผู้บริโภคเหล่านี้มีได้เพียงแต่ดื่มกาแฟ แต่ได้ใช้ภาพลักษณ์ที่ร้านกาแฟนั้นๆสร้างขึ้นเพื่อจำแนกตนเองว่าต่างจากผู้อื่นซึ่งเป็นคุณค่าในเชิงสัญลักษณ์ของกาแฟ

ในส่วนการศึกษาวัฒนธรรมใหม่ในบริบทกาแฟพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างวัฒนธรรมบริบทกาแฟแบบใหม่ มี 2 ส่วน คือ ปัจจัยระดับโลกและปัจจัยท้องถิ่น โดยปัจจัยระดับโลกคือกระแสโลกาภิวัตน์ที่ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนและถ่ายทอดวัฒนธรรมระหว่างประเทศต่างๆในโลก ซึ่งวัฒนธรรมการบริบทกาแฟก็มีการถ่ายทอดด้วยเช่นกัน โลกาภิวัตน์นำกาแฟสตาร์บัคส์พร้อมทั้งแนวคิดแบบใหม่เกี่ยวกับการบริบทกาแฟมาสู่ประเทศไทย ส่วนปัจจัยท้องถิ่นมีอยู่ 2 ส่วนที่ทำให้เกิดลักษณะผสมทางวัฒนธรรมคือ การตื่นรนเพื่อความอยู่รอดของร้านกาแฟท้องถิ่นของไทย และ การเกิดภาพลักษณ์ใหม่ของในสวนแรกนั้น ร้านกาแฟท้องถิ่นใช้องค์ประกอบดั้งเดิมของวัฒนธรรมไทยเพื่อให้ธุรกิจของตนโดดเด่นต่างจากผู้อื่นและใช้เป็นกลยุทธ์เพื่อความอยู่รอด ปัจจัยระดับท้องถิ่นอีกส่วนหนึ่งก็คือ ภาพลักษณ์ใหม่ของกาแฟที่เกิดจากสตาร์บัคส์และร้านกาแฟสมัยใหม่ ภาพลักษณ์ใหม่นี้ก่อให้เกิดอุปสงค์ในการบริโภคกาแฟเพิ่มขึ้นและกระตุ้นการเติบโตของธุรกิจกาแฟ นอกจากนี้ภาพลักษณ์ใหม่นี้ นำมาซึ่งการปรับปรุงใหม่ของร้านกาแฟเดิมของไทยบางร้าน ดังนั้นภาพลักษณ์ใหม่ของกาแฟจึงกระตุ้นให้เกิดทั้งร้านกาแฟใหม่ๆและลักษณะผสมในวัฒนธรรมกาแฟ

ลายมือชื่อนิสิต: ..... M. Koolen .....

สาขาวิชา: ไทยศึกษา (สหสาขาวิชา)

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา: ..... Abano Juf .....

ปีการศึกษา: 2548

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม: ..... Suk-Hwan .....

## 4780806422: MAJOR THAI STUDIES

KEY WORD: COFFEE CULTURE / COFFEE HOUSE / CONSUMPTION / HYBRIDIZATION

MIKA KODAMA: THE EMERGENCE AND DEVELOPMENT OF NEW COFFEE CULTURE IN THAILAND. THESIS ADVISOR: DR. SIRIPORN PHAKDEEPHASOOK. THESIS COADVISOR: ASSOCIATE PROFESSOR SURICHAJ WUN'GAEO. 157 pp. ISBN: 974-14-2429-9

This thesis aims at studying the emergence and development of new coffee culture in Thailand. It attempts to answer two research questions: what is the style of the newly emerged coffee houses and what is the new style of coffee consumption.

The analysis reveals that there are two co-existing coffee cultures in Thailand: modern/new coffee culture and traditional/old coffee culture. In the modern coffee culture, one can see an intermixing of the traditional and modern elements as well as the local and global elements resulting in hybrid features.

Additionally, a distinctive phenomenon can be seen in the customers' new consumption style. The customers who consume expensively priced coffee at a modern style coffee house show the appreciation of sign value. They are not just consuming 'coffee', but are also identifying themselves with the image that a particular coffee house offers, which is its differential logic of sign value.

There are global and local factors that have caused the hybridization of the coffee culture in Thailand. First, the global factor is globalization which causes cultural exchange and transmission among different countries. It brought about the advent of Starbucks Coffee in Thailand together with a new concept of coffee consumption. Second, there are mainly two local factors that caused hybridization, namely the attempt for survival of local coffee businesses and the emergence of a new coffee image. Some local coffee houses use the Thai traditional elements to distinguish themselves from other coffee houses and also as their strategy for survival. Another cause of hybridization is the emerged new coffee image which was created by Starbucks and other modern style coffee houses. The new coffee image increases coffee demand and stimulates coffee business to grow. Also, this new image brought about the modern adaptation of some local and traditional coffee houses. Therefore, the new coffee image is the motivation not only for the emergence of new coffee houses, but also for the hybridization of coffee culture.

Field of Study: Thai Studies

Academic Year: 2005

Student's Signature: \_\_\_\_\_

Advisor's Signature: \_\_\_\_\_

Co-Advisor's Signature: \_\_\_\_\_

*M. Kodama*

*Siriporn Phakdeephassook*

*Surichai Wun'gaeo*

## ACKNOWLEDGEMENTS

I am honoured to have been the recipient of so much assistance and support from so many eminent people both inside and outside Chulalongkorn University. First my sincere gratitude goes to Dr. Siripom Phakdeephassook, my advisor, who saw me through this very long process and always gave me insightful criticisms and warmhearted encouragement. My thesis would never be existed without her. Second, I would like to thank my co-advisor, Associate Professor Surichai Wun'gao, for his friendly manner and valuable advice.

My special thanks are also due to my thesis committee for their assistance, advice, guidance and comments: Associate Professor Dr. Sirapom Nathalang, committee chairperson, and Assistant Professor Dr. Carina Chotirawe, committee member.

Also, I would like to acknowledge Dr. Sunait Chutintaranond, the director of the Thai Studies Centre, who has been always supportive and his comments encouraged me from the beginning. I would also like to thank all the staff at the Thai Studies Centre, in particular Khun Anne. Without her guidance in navigating the complicated administrative process, this thesis would have been all but impossible. Additionally, I would like to thank in particular Mr. Frederick Goss and Ms. Jane Lee for their tremendous help in editing my English through this work.

Outside the confines of Chulalongkorn University, I would like to thank many people who kindly accepted my request to take time to talk with me and provide me with a lot of beneficial information and advice. I also owe thanks to all my friends in Thailand and Japan who encouraged me with deep understanding of my situation as a Japanese-educated student in Thailand. Last, but by no means least, I would like to thank my parents, my sister and her family for giving me inspiration that has always supported me mentally. It is with great pleasure that I dedicated this MA thesis to them.

# CONTENTS

	page
<b>Abstract (Thai)</b> .....	iv
<b>Abstract (English)</b> .....	v
<b>Acknowledgements</b> .....	vi
<b>Contents</b> .....	vii
<b>List of Tables</b> .....	ix
<b>List of Photographs</b> .....	x
<b>List of Abbreviations</b> .....	xii
<b>List of Illustrations</b> .....	xiii
<b>CHAPTER I INTRODUCTION</b> .....	<b>1</b>
1.1 Concepts.....	3
1.2 Scope.....	5
1.3 Research questions and hypothesis.....	5
1.4 Research methodology.....	6
1.5 Literature review.....	7
1.6 Outline.....	9
<b>CHAPTER II HISTORY OF COFFEE IN THAILAND</b> .....	<b>11</b>
2.1 Coffee: only known by elite.....	11
2.2 The emergence of the coffee house.....	12
2.3 Thai traditional styled coffee: <i>Kafae Boran</i> .....	18
2.4 Starbucks Coffee (Thailand) Company.....	21
2.4.1 History of Starbucks Coffee Company.....	21
2.4.2 Starbucks Style and Starbucks Service in Thailand.....	23
<b>CHAPTER III THE EMERGENCE OF NEW COFFEE HOUSES IN THAILAND</b> .....	<b>35</b>
3.1 Local coffee house chains.....	37
3.1.1 Black Canyon.....	37
3.1.2 Doi Tung Coffee.....	43
3.1.3 Ban Rie Coffee.....	47
3.2 Coffee-stands.....	53
3.3 Independent coffee houses.....	57

	page
3.3.1 Coffee Place Vivi.....	57
3.3.2 Rub-Ar-Roon Café.....	60
3.3.3 Bitter Brown.....	63
3.4 Coffee house established by the restaurant chains.....	65
3.4.1 Bluecup Coffee.....	65
3.4.2 Chester's Coffee.....	65
3.5 New business style of coffee houses.....	66
3.5.1 Coffee-Banking.....	67
3.5.2 Internet Café.....	69
3.5.3 Coffee house at petrol stations.....	70
3.6 Ea Sae Plus: A sample of modern adaptation of traditional coffee house.....	73
3.6.1 Introduction.....	73
3.6.2 The shop of Ea Sae Coffee.....	74
3.6.3 Strategy for surviving in the competitive industry.....	81
3.7 New player in the coffee business: Coffee school.....	95
3.7.1 Zolito Shop-One Stop Service.....	95
3.7.2 Boncafé's Academy.....	96
3.7.3 Coff Man.....	96
<b>CHAPTER IV THE EMERGENCE OF NEW COFFEE CONSUMPTION IN THAILAND.....</b>	<b>98</b>
4.1 Co-existence of various types of coffee consumption.....	98
4.1.1 Traditional coffee culture.....	99
4.1.2 Modern coffee culture.....	100
4.2 Hybridization of the coffee culture.....	103
4.2.1 Hybrid features of coffee culture in Thailand.....	104
4.2.2 The cause of hybridity of the coffee culture.....	108
<b>CHAPTER V CONCLUSION AND DISCUSSION.....</b>	<b>116</b>
<b>References.....</b>	<b>121</b>
<b>Appendices.....</b>	<b>127</b>
Appendix A: Questionnaire and responses.....	128
Appendix B: The price list of coffee houses.....	130
<b>Biography.....</b>	<b>144</b>



## LIST OF TABLES

	page
Table 3-1: Coffee sales volume.....	35
Table 3-2: Coffee house chain companies in Thailand.....	36

## LIST OF PHOTOGRAPHS

	page
Photo 2.2-1: Tung Who Coffee, Convent Rd., Bangkok.....	14
Photo 2.2-2: Sign-board.....	14
Photo 2.3-1: Coffee cart, Sukhumvit soi 22, Bangkok.....	18
Photo 2.4.2-1: Starbucks drinks.....	25
Photo 2.4.2-2: Iced coffee.....	26
Photo 2.4.2-3: Strawberry Frappuccino.....	26
Photo 2.4.2-4: Raspberry & Mango Frappuccino.....	26
Photo 2.4.2-5: Coffee tasting event at Starbucks, Camp Davis outlet, Sukhumvit soi 24, Bangkok.....	28
Photo 2.4.2-6: The room named Victorian Room, Khao San Road outlet, Bangkok.....	33
Photo 2.4.2-7: The entrance of Khao San Road outlet.....	33
Photo 2.4.2-8: The Camp Davis outlet, Sukhumvit soi 24, Bangkok.....	34
Photo 3.1: Black Canyon Coffee, Siam Society outlet, Bangkok.....	40
Photo 3.2: Black Canyon Coffee, Siam Society outlet, Bangkok.....	41
Photo 3.1.2-1: The farmer in the coffee plantation, Doi Tung.....	45
Photo 3.1.2-2: The field of natural dried coffee bean, Doi Tung Coffee factory.....	46
Photo 3.1.2-3: DTC outlet, Chiang Rai.....	46
Photo 3.1.2-4: DTC T-shirt hung at the outlet, Chiang Rai.....	46
Photo 3.1.2-5: Traditional Thai style coffee, Yok-Lor, DTC, Suriwong blanch, Bangkok.....	47
Photo 3.1.3-1: Ban Rie Coffee, Ekkamai, Bangkok.....	51
Photo 3.1.3-2: Terrace of Ekkamai outlet, Ban Rie Coffee.....	51
Photo 3.1.3-3: Rooftop of Ekkamai outlet, Ban Rie Coffee.....	52
Photo 3.2-1: Monta's coffee stand, Sukhumvit soi 26, Bangkok.....	54
Photo 3.2-2: Coffee stand, <i>Thae Tey</i> , on Sukhumvit Road, Bangkok.....	55
Photo 3.2-3: "Coff Man" kiosk, Old Siam shopping mall, Bangkok.....	56
Photo 3.2-4: The espresso coffee machine provided by Bon Café.....	56
Photo 3.3-1: Coffee Place Vivi, Tatieen, Bangkok.....	59
Photo 3.3-2: Café Latte and Lemon Tart Cake at Vivi.....	59
Photo 3.3-3: The interior of Vivi.....	59
Photo 3.3-4: The balcony of Vivi.....	60
Photo 3.3-5: Rub-Ar-Roon Café, Maharaj Road, Bangkok.....	62
Photo 3.3-6: The interior of Rub-Ar-Roon Café.....	62
Photo 3.4-1: Chester's Café, MBK outlet, Bangkok.....	66

	Page
Photo 3.5.1-1:	Coffee Banking, Bang Kapi branch, Bangkok..... 68
Photo 3.5.1-2:	Coffee Banking, Siam Squire branch, Bangkok..... 68
Photo 3.5.2-1:	True coffee, Khao San branch, Bangkok..... 70
Photo 3.5.3-1:	Café Amazon, Rama IV Road outlet, Bangkok..... 72
Photo 3.6-1:	Sign Board of Ea Sae Original in Yaowarat..... 85
Photo 3.6-2:	Ea Sae Original in Yaowarat-1..... 85
Photo 3.6-3:	Ea Sae Original in Yaowarat-2..... 86
Photo 3.6-4:	Ea Sae Original in Yaowarat-3..... 86
Photo 3.6-5:	<i>No-Kao-Ron</i> and a piece of toast, Ea Sae Original..... 86
Photo 3.6-6:	<i>Cha-Manao</i> served with free iced Chinese tea..... 87
Photo 3.6-7:	<i>Oliang</i> served with free iced Chinese tea..... 87
Photo 3.6-8:	<i>Kafae-Ron</i> served by the cup printed Ea Sae logo-1..... 87
Photo 3.6-9:	<i>Kafae-Ron</i> served by the cup printed Ea Sae logo-2..... 87
Photo 3.6-10:	Ea Sae Original in Tesco Lotus supermarket, Pata -1..... 88
Photo 3.6-11:	Ea Sae Original in Tesco Lotus supermarket, Pata -2..... 88
Photo 3.6-12:	Ea Sae Original in Tesco Lotus supermarket, Pata -3..... 88
Photo 3.6-13:	Coffee Banking, Sua Pha branch-1..... 89
Photo 3.6-14:	Coffee Banking, Sua Pha branch-2..... 89
Photo 3.6-15:	Coffee Banking, Sua Pha branch-3..... 89
Photo 3.6-16:	Coffee Banking, Sua Pha branch-4..... 90
Photo 3.6-17:	Coffee Banking, Sua Pha branch-5..... 90
Photo 3.6-18:	Set menu at Coffee Banking, Sua Pha branch..... 90
Photo 3.6-19:	Coffee Banking, Old Siam branch-1..... 91
Photo 3.6-20:	Coffee Banking, Old Siam branch-2..... 91
Photo 3.6-21:	Coffee Banking, Old Siam branch-3..... 91
Photo 3.6-22:	Ea Sae Plus, Siam Square, Center Point branch-1..... 92
Photo 3.6-23:	Ea Sae Plus, Siam Square, Center Point branch-2..... 92
Photo 3.6-24:	Ea Sae Plus, Siam Square, Center Point branch-3..... 92
Photo 3.6-25:	Ea Sae Plus at Makro, Charan Sanit Wong Road branch-1..... 93
Photo 3.6-26:	Ea Sae Plus at Makro, Charan Sanit Wong Road branch-2..... 93
Photo 3.6-27:	Ea Sae Plus at Makro, Charan Sanit Wong Road branch-3..... 93
Photo 3.6-28:	Ea Sae Plus at Makro, Charan Sanit Wong Road branch-4..... 93
Photo 3.6-29:	Ea Sae Plus at Makro, Charan Sanit Wong Road branch-5..... 93
Photo 3.6-30:	Ea Sae Plus at Makro, Charan Sanit Wong Road branch-6..... 94
Photo 3.6-31:	Menu of Ea Sae Plus at Makro-1..... 94
Photo 3.6-32:	Menu of Ea Sae Plus at Makro-2..... 94
Photo 4.2-1:	Kopi, Black Canyon Coffee..... 104
Photo 4.2-2:	Ban Rie Bork Blend, Ban Rie Coffee..... 105

## LIST OF ABBREVIATIONS

		page
BCC	Black Canyon Coffee.....	37
BRC	Ban Rie Coffee.....	47
DTC	Doi Tung Coffee.....	43
DTDP	Doi Tung Development Project.....	43
GKC	Global Kitchen Company.....	65
MBK	Mah Boon Krong shopping centre.....	73
MFLF	Mae Fah Luang Foundation.....	43
S&P	S&P Syndicate Plc.....	65
UNODC	The United Nations Office on Drugs and Crime.....	44

## LIST OF ILLUSTRATIONS

	page
Illustration 2.4.2.1:	Starbucks logo..... 25
Illustration 3.1.1.1:	Black Canyon Coffee, logo mark..... 39
Illustration 3.1.1.3-1:	“Superbrands” logo..... 42
Illustration 3.1.1.3-2:	"Shell Chuan Chim" logo..... 42
Illustration 3.1.3:	The coffee menus of Ban Rie Coffee..... 49
Illustration 3.6-1:	Ea Sae Structure..... 75
Illustration 3.6-2:	The packet of roasted Robusta coffee beans for Thai traditional style coffee..... 84
Illustration 4.2-1:	The ultimate way for a young Bangkok metro-sexual professional woman to be fashionable: reading latest Harry Potter Book..... 112
Illustration 4.2-2:	The circulation of coffee image..... 113