

การทำ “สังคมนิยม” ให้เป็นสินค้า: กรณีร้านกาแฟ “ก่ง ก่า เฟ”/  
cộng cà phê ในเวียดนาม  
Commodification of “Socialism”: A case of “cộng cà phê”  
coffee shop in Vietnam

ศิลปกิจ ตี๋ซันติกุล  
Silapakit Teekantikun  
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
Faculty of Humanities and Social Sciences  
มหาวิทยาลัยขอนแก่น  
Khon Kaen University

### บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นบทความวิชาการ มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการแลกเปลี่ยนในประเด็นการทำ “สังคมนิยม” ให้เป็นสินค้าในบริบทสังคมนิยมเวียดนามปัจจุบัน โดยเลือกร้านกาแฟที่มีชื่อว่า “ก่ง ก่า เฟ”/cộng cà phê มาเป็นกรณีตัวอย่าง ซึ่งความโดดเด่นหรือลักษณะเฉพาะของร้านดังกล่าวก็คือ การพยายามเสนอขายความเป็น “สังคมนิยม” ในอดีตของเวียดนาม หรือที่คนเวียดนามเรียกกันว่า “เถ่ย บาว เก็บ”/thời bao cấp ทั้งรูปลักษณ์ภายนอกและบรรยากาศภายในของร้าน

บทความนี้นำเสนอว่า การทำ “สังคมนิยม” ให้เป็นสินค้าของร้าน “ก่ง ก่า เฟ”/cộng cà phê มีกระบวนการดังต่อไปนี้ คือ 1. การรื้อฟื้นภาพจำเกี่ยวกับความเป็น “สังคมนิยม” ในชีวิตประจำวันของคนฮานอยในอดีต ด้วยการตกแต่งร้านจากสิ่งของเครื่องใช้ที่เป็นภาพแทนหรือความคุ้นชินของผู้คนในยุคสมัยนั้น 2. การผลิตซ้ำภาพจำดังกล่าว ด้วยการขยายสาขาออกไปตั้งตามเมืองใหญ่และเมืองท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ อาทิเช่น เมืองดานัง เมืองโฮจิมินห์ เมืองญาจาง 3. การแพร่กระจายภาพจำดังกล่าวไปสู่ชาวต่างชาติ ด้วยการออกไปตั้งสาขาในต่างประเทศ เช่น สาธารณรัฐเกาหลี (เกาหลีใต้) สหพันธรัฐมาเลเซีย

**คำสำคัญ** สังคมนิยม, ร้านกาแฟ, การกลายเป็นสินค้า, เวียดนาม

## Abstract

This academic article examines the commodification of “socialism” within the context of contemporary Vietnamese society. The case study focuses on a coffee shop called *Cộng Cà Phê*, which is notable for its attempt to commercialize the memory of Vietnam’s socialist past—locally referred to as *thời bao cấp*—through both its physical appearance and interior atmosphere.

The article argues that *Cộng Cà Phê* commodifies socialism through three main processes: (1) reviving socialist-era daily life in Hanoi by decorating its spaces with objects reminiscent of that period; (2) reproducing socialist nostalgia by expanding its brand to major cities and tourist destinations such as Da Nang, Ho Chi Minh City, and Nha Trang; and (3) diffusing the socialist aesthetic to international audiences by opening branches abroad, including in South Korea and Malaysia.

**Keywords:** socialism, coffee shop, commodification, Vietnam

## บทนำ

ยุคสังคมนิยมหรือที่คนเวียดนามเรียกว่า “เถ่า บาว เก็บ”/thời bao cấp เกิดขึ้นในเวียดนามราวปลายทศวรรษที่ 1950s หรือหลังจากกองทัพเวียดนามที่นำโดยท่านโฮจิมินห์ สามารถรบชนะกองทัพเจ้าอาณานิคมฝรั่งเศสสำเร็จที่สมรภูมิมอบ “เดียนเบียนฟู” ในปี 1954 อย่างไรก็ตาม เนื่องจากผู้นำของเวียดนามใต้ที่มีสหรัฐอเมริกาหนุนหลัง ได้ก่อตั้งสาธารณรัฐเวียดนาม (Republic of Vietnam) ขึ้นในเดือนตุลาคมปี 1955 และปฏิเสธการเลือกตั้งทั่วไปที่ต้องจัดขึ้นในปี 1956 ตามที่ได้ตกลงกันได้ ในสนธิสัญญาเจนีวา เพราะเกรงว่าโฮจิมินห์อาจชนะการเลือกตั้ง เนื่องจากกำลังได้รับความนิยมจากประชาชนจำนวนมาก ทำให้เวียดนามถูกแบ่งออกเป็น 2 ประเทศ คือ สาธารณรัฐประชาธิปไตยเวียดนาม (เวียดนามเหนือ) และสาธารณรัฐเวียดนาม (เวียดนามใต้) (Sud Chornchirdsin, 2001) ดังนั้นในช่วงแรกของยุคสังคมนิยมจึงถูกใช้เฉพาะในเวียดนามเหนือเท่านั้น ต่อมาเมื่อเวียดนามเหนือรบชนะเวียดนามใต้ได้ในปี 1975 จึงมีการรวมชาติ และนำสังคมนิยมมาปฏิบัติใช้ในเวียดนามได้ด้วยเช่นกัน ส่งผลให้เวียดนามทั้งประเทศกลายเป็นรัฐสังคมนิยม นอกจากนี้ยังได้มีการเปลี่ยนชื่อประเทศใหม่เป็น “สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม” มาจนถึงปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม ยุคสังคมนิยมที่ถูกปฏิบัติต่อเนื่องยาวนานมาหลายทศวรรษซึ่งได้กระทบต่อวิถีชีวิตของผู้คนมากมาย ก็มีอันต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงเมื่อเวียดนามได้หันมาดำเนินนโยบาย “ด้อยเหมา”/đổi mới ในปี 1986 (Thanyathip Sripana, 2007) กระนั้นแม้โครงสร้างทางการเมืองยังคงรักษาและสืบทอดอำนาจนำของพรรคคอมมิวนิสต์เวียดนามไว้คงเดิม แต่โครงสร้างทางเศรษฐกิจได้มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างมาก กล่าวคือ มีการเปลี่ยนแปลงจากระบบเศรษฐกิจแบบสังคมนิยมไปเป็นระบบเศรษฐกิจแบบตลาด (ทุนนิยม) ที่เปิดโอกาสให้เอกชนเข้ามา มีบทบาททางเศรษฐกิจแทนรัฐมากขึ้น นอกจากนี้เวียดนามยังได้ผนวกตนเองเข้าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรระหว่างประเทศทั้งในระดับภูมิภาค เช่น อาเซียน (ปี 1995) และระดับโลก เช่น องค์กรการค้าโลก (ปี 2007) เพื่อผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดระยะเวลากว่า 30 ปีที่ผ่านมา ส่งผลให้วิถีชีวิตทางเศรษฐกิจของผู้คนเวียดนามถูกผนวกเข้าเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตแบบทุนนิยมโลกโดยสมบูรณ์

การผนวกตัวเองเข้าเป็นส่วนหนึ่งของระบบเศรษฐกิจแบบตลาดของเวียดนามดังกล่าว ได้ก่อให้เกิดปรากฏการณ์ที่เรียกว่า “การทำทุกสิ่งทุกอย่างให้กลายเป็นสินค้า” เพื่อเสนอขายในหลากหลายมิติ ซึ่งมึ้งงานศึกษาในประเด็นดังกล่าวหลายชิ้น อาทิเช่น การทำอาสาสมัครทางการท่องเที่ยวให้เป็นสินค้า (Nathalie Coren & Tim Gray, 2012) การทำพระราชวังเก่า “ห่งลอง” ให้เป็นสินค้า (Bui H. T. & Lee T. J., 2015) การทำวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ (ม้ง) บนพื้นที่สูงทางเหนือให้เป็นสินค้า (Seb Rumsby, 2017) การทำประเพณีของชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์จามให้เป็นสินค้า (Tuyen, Q. D., 2023) แต่เป็นที่น่าสังเกตว่า งานศึกษาต่างๆ เหล่านี้เน้นไปที่การทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า เพื่อตอบสนองอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเวียดนามเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม ตลอดระยะเวลากว่า 10 ปีมานี้ ได้เกิดปรากฏการณ์การเปิดร้านกาแฟ โดยการสร้างจุดขายด้วยการพยายามนำ “สังคมนิยมในชีวิตประจำวัน” มาทำให้เป็นสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งร้านกาแฟที่มีชื่อว่า “ก่ง ก่า เฟ”/cộng cà phê ซึ่งความน่าสนใจของร้านดังกล่าว อยู่ที่จำนวนสาขาที่เพิ่มขยายอย่างต่อเนื่องทั้งในประเทศ (ราว 100 สาขา) และต่างประเทศ (สาธารณรัฐเกาหลี (เกาหลีใต้) สาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน) สหพันธรัฐมาเลเซีย) ดังนั้นผู้เชี่ยวชาญจึงสนใจหาคำตอบว่า ร้าน “ก่ง ก่า เฟ” มีกระบวนการในการทำ “สังคมนิยมในชีวิตประจำวัน” ให้กลายเป็นสินค้าอย่างไร?

## ยุค “สังคมนิยม” ในเวียดนาม

หากถามว่า ยุค “สังคมนิยม” ในเวียดนามเกิดขึ้นเมื่อไหร่? สามารถพิจารณาได้จากหลากหลายมุมมอง กล่าวคือ (1) เกิดขึ้นตั้งแต่ประธานโฮจิมินห์ประกาศเอกราชจากเจ้าอาณานิคมฝรั่งเศสเมื่อวันที่ 2 กันยายน ค.ศ. 1945 กระนั้นกลับใช้ชื่อประเทศว่า “สาธารณรัฐประชาธิปไตยเวียดนาม”/Việt Nam dân chủ cộng hòa อีกทั้งรัฐบาลของประธานโฮจิมินห์ยังต้องหนีไปตั้งฐานที่มั่นทางตอนเหนือของกรุงฮานอย หรือที่เรียกว่าเขต “เวียด บัก”/khu Việt Bắc (ปัจจุบันอยู่ในเขตพื้นที่ของ 6 จังหวัด คือ กวางบั่ง บักกาน หลากเซิน ท่าซาง เดวียนกวาง และถายเหงวียน) เพื่อทำการสู้รบกับกองทัพฝรั่งเศสที่พยายามกลับเข้ามาปกครองเวียดนามอีกครั้ง (2) เกิดขึ้นตั้งแต่ปี 1954 ภายหลังจากรบชนะกองทัพฝรั่งเศสที่สมรภูมิรบ “เดียนเบียนฟู” ซึ่งเป็นช่วงที่

รัฐบาลของประธานโฮจิมินห์ สามารถกลับเข้ามายึดครองฮานอยและปกครองประเทศ ด้วยระบอบสังคมนิยมคอมมิวนิสต์ (3) เกิดขึ้นตั้งแต่ปี 1975 หลังจากเวียดนามสามารถรวมประเทศเป็นหนึ่งเดียว และเปลี่ยนชื่อประเทศอย่างเป็นทางการว่า "สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม" อย่างไรก็ตาม ผู้เขียนมองว่ายุค "สังคมนิยม" ในเวียดนามเกิดขึ้นนับตั้งแต่ปี 1954 เป็นต้นมา เพราะได้สร้างความเปลี่ยนแปลงต่อวิถีชีวิตของประชาชนอย่างมีนัยยะสำคัญ ซึ่งขอนำเสนอใน 2 ระดับ ดังนี้ (1) ระดับโครงสร้างหรือรัฐ และ (2) ระดับปัจเจกบุคคลหรือประชาชน

### (1) ระดับโครงสร้างหรือรัฐ

การกลายเป็น "สังคมนิยม" ในระดับโครงสร้างหรือรัฐเวียดนาม สามารถพิจารณาได้จากการดำเนินนโยบายต่างๆ ดังต่อไปนี้ (1) *นโยบายการปฏิรูปที่ดิน* ซึ่งเป็นนโยบายที่พรรคคอมมิวนิสต์เวียดนามเริ่มดำเนินการในพื้นที่ยึดครองมาตั้งแต่ช่วงทศวรรษที่ 1930s เป้าหมายเพื่อต้องการสร้างฐานมวลชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มชาวนาไร่ที่ดินทำกิน อย่างไรก็ตาม นโยบายดังกล่าวสามารถปฏิบัติได้จริงและครอบคลุมทุกพื้นที่หลังปี 1954 เป็นต้นมา ต่อมาในปี 1956 ประธานาธิบดีโฮจิมินห์ ได้ประกาศยุติการปฏิรูปที่ดินในระดับปฏิบัติการ เพราะถูกวิพากษ์วิจารณ์อย่างหนักจากสมาชิกพรรคฯ ถึงความผิดพลาดและล้มเหลว ทำให้คณะกรรมการปฏิรูปที่ดินในระดับปฏิบัติการหลายคนต้องพ้นจากตำแหน่งสำคัญในพรรคฯ (2) *นโยบายปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจ* เริ่มขึ้นระหว่างปี 1958-1960 กล่าวคือรัฐได้เปลี่ยนระบบกรรมสิทธิ์จากเอกชนเป็นของรัฐและเข้ามาขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจแทนเอกชน โดยเป็นทั้งเจ้าของปัจจัยการผลิต การวางแผนการผลิต รวมทั้งการกระจายผลผลิตสู่ประชาชน (ระบบปันส่วน) สิ่งที่เป็นรูปธรรมก็คือระบบสหกรณ์ (ทั้งเมืองและชนบท) และระบบโรงงาน (เปลี่ยนชาวนาให้เป็นกรรมกร) (Nguyễn Đình Lê, 1996)

### (2) ระดับปัจเจกบุคคลหรือประชาชน

การกลายเป็น "สังคมนิยม" ในระดับระดับปัจเจกบุคคลหรือประชาชน สามารถพิจารณาได้จากผลกระทบของนโยบายรัฐที่มีต่อชีวิตประจำวันของประชาชน ดังนี้ (1) *ผลจากนโยบายการปฏิรูปที่ดิน* สืบเนื่องจากวัตถุประสงค์ของรัฐที่ต้องการยึดที่ดินจากชาวนาร่ำรวย เพื่อนำมาแจกจ่ายให้กับชาวนายากจนหรือไร่ที่ดินทำกิน โดยเฉพาะ

อย่างยิ่ง ปฏิบัติการการค้าค้นหา “เจ้าที่ดิน”/địa chủ ในหมู่บ้านต่างๆ ซึ่งสร้างบาดแผล และชะตากรรมอันแสนขมขื่นให้กับครอบครัวของประชาชนที่ถูกกล่าวโทษ อีกทั้งยังสร้างความบาดหมางและรอยร้าวในหมู่ประชาชนในหมู่บ้าน ระหว่างผู้กล่าวโทษและผู้ที่ถูกกล่าวโทษ (Silapakit Teekantikun, 2013) (2) ผลจากนโยบายปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจ นโยบายดังกล่าวไม่ได้ปรับเปลี่ยนเฉพาะโครงสร้างทางเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังปรับเปลี่ยนประชาชนให้กลายเป็นแรงงาน (สหกรณ์) กรรมกร (โรงงาน) และลูกจ้าง (หน่วยงานรัฐ) ที่สำคัญรัฐยังปรับเปลี่ยนระบบการกระจายสินค้า (ผ่านร้านค้าของรัฐ) และการเข้าถึงสินค้าที่จำเป็นในชีวิตประจำวันของประชาชน (ผ่านคูปอง) ซึ่งถือเป็นจุดเริ่มต้นของยุค “สังคมนิยม” ในระดับปัจเจกบุคคลหรือที่ประชาชนเรียกว่ายุค “บาว เก็บ”/thời bao cấp ซึ่งตามทัศนะของประชาชน (บางกลุ่ม) ยุค “บาว เก็บ”/thời bao cấp ก็คือยุคของความเหลื่อมล้ำและความขาดแคลน โดยพิจารณาจากการปันส่วนอาหารและสินค้าที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน กล่าวคือ ผู้นำหรือข้าราชการระดับสูง ได้รับการปันส่วนทั้งปริมาณและคุณภาพที่แตกต่างจากประชาชนทั่วไป ด้วยการเข้าถึงสินค้าจากร้านค้าที่จัดไว้สำหรับกลุ่มคนเหล่านี้ โดยเฉพาะ ส่วนความขาดแคลนได้เริ่มขึ้นช่วงต้นทศวรรษที่ 1960s เมื่อสงครามระหว่างเวียดนามเหนือกับเวียดนามใต้ทวีความรุนแรงมากขึ้น ดังนั้นทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด จึงถูกส่งไปให้ทหารในแนวหน้ามากกว่าให้กับประชาชน (Silapakit Teekantikun, 2014)

สถานการณ์ขาดแคลนสินค้ายังทวีความรุนแรงมากขึ้น ภายหลังเวียดนามเหนือสามารถรบชนะและผนวกเวียดนามใต้ได้ในปี 1975 ซึ่งสาเหตุสำคัญเกิดมาจาก (1) ประเทศในค่ายสังคมนิยมที่เป็นพันธมิตรสำคัญเช่น สหภาพโซเวียต จีน ลดความช่วยเหลือด้านสินค้าอุปโภคบริโภคลงอย่างมาก จากที่เคยสนับสนุนช่วยเหลืออย่างต่อเนื่องในช่วงสงคราม (2) การผลิตสินค้าต่างๆ ภายในประเทศลดลงอย่างมาก เนื่องจากรัฐไม่มีการลงทุนด้านเครื่องจักรกลทั้งในภาคเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม เพราะต้องทุ่มทรัพยากรทั้งหมดไปเพื่อการสงคราม (3) การขาดสภาพคล่องทางการเงิน เนื่องจากไม่สามารถชำระหนี้ที่กู้ยืมมาจากประเทศในค่ายสังคมนิยมได้ตรงเวลาที่กำหนด (4) สหรัฐอเมริกาและพันธมิตรได้คว่ำบาตรทางเศรษฐกิจต่อเวียดนามจากการบุกกัมพูชา (5) มีการนำระบบเศรษฐกิจสังคมนิยมไปใช้ในภาคใต้อย่างเร่งด่วน

จากสาเหตุต่างๆ ดังกล่าวข้างต้นส่งผลให้เศรษฐกิจของเวียดนามตกอยู่ภาวะชะงักงัน ทำให้ประชาชนเวียดนามต้องดำรงชีวิตทางเศรษฐกิจอย่างยากลำบาก ดังนั้นในสภาวะขาดแคลนสินค้าทั้งอุปโภคบริโภค ประชาชนจึงคิดหวังวนเวียนอยู่กับเรื่องปากท้องในชีวิตประจำวัน เช่น ขอให้ซื้อข้าวสารไม่ขึ้นรา ขอให้ได้กินข้าวไม่ผสม ขอให้มีไข่กิน ขอให้มีส่วนอาบน้ำ ขอให้มียุงเท้าแตะไล่ ขอให้มียพัดลมหุงข้าวใช้ในหน้าร้อน ฯลฯ นอกจากนี้คุณค่าทางสังคมบางอย่างมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เช่น แต่งงานกับคนชั้นรตดีกว่าแต่งงานกับคนจบปริญญา เพราะสามารถหาซื้อสินค้าจากต่างจังหวัดได้ หรือการทำงานในร้านข้าวสารของรัฐกลายเป็นความเฝื่อนของหลายๆ คน (Võ Văn Thành, 2007)

### กาแฟและการบริโภคกาแฟในเวียดนาม

กาแฟและการบริโภคกาแฟไม่ใช่สิ่งที่อยู่คู่สังคมวัฒนธรรมเวียดนามมาแต่ดั้งเดิม แต่เพิ่งปรากฏตัวขึ้นเมื่อเวียดนามตกเป็นอาณานิคมของฝรั่งเศส (ค.ศ. 1884-1945) กล่าวคือในยุคสมัยนั้นเจ้าอาณานิคมฝรั่งเศสมีนโยบายสนับสนุนคนฝรั่งเศสให้เดินทางเข้ามาประกอบธุรกิจนิคมเกษตรกรรม (đồn điền) ในเวียดนาม ซึ่งกาแฟถือเป็นพืชเศรษฐกิจชนิดหนึ่งที่เจ้านิคมเกษตรกรรมเลือกนำมาทดลองปลูก โดยในช่วงแรกมีการทดลองปลูกกาแฟพันธุ์อะราบิก้า (cà phê chè) ในบางจังหวัดทางภาคเหนือ เช่น เตวียนกวาง (Tuyên Quang) หลาก (Lang Son) นิงบิ่ง (Ninh Binh) และบางจังหวัดทางภาคกลาง เช่น เหงะอาน (Nghệ An) ห่าติง (Hà Tĩnh) แต่ไม่ประสบความสำเร็จมากนัก ต่อมาในทศวรรษ 1920 เจ้านิคมเกษตรกรรมบางรายได้มีการนำกาแฟไปทดลองปลูกในบริเวณที่ราบสูง “ตัยเหงวียน” ทางภาคกลางตอนล่าง ปรากฏว่าสภาพพื้นที่มีความเหมาะสมและได้ผลผลิตดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปลูกกาแฟพันธุ์อะราบิก้าในพื้นที่จังหวัดเลิมด่ง (Lâm Đồng) และการปลูกพันธุ์โรบัสต้า (cà phê vối) ในพื้นที่จังหวัดดัก ลัก (Đắk Lắk) โดยเจ้านิคมเกษตรกรรมได้ว่าจ้างชนชาติพันธุ์ที่ตั้งถิ่นฐานอยู่เดิมในพื้นที่เป็นแรงงาน จนทำให้บริเวณดังกล่าวกลายเป็นพื้นที่เพาะปลูกกาแฟแหล่งใหญ่ที่สุดในเวียดนามมาจนถึงปัจจุบัน (Binh Nguyễn, 2012)

ผลผลิตกาแฟที่ได้จากการทดลองปลูกในช่วงแรกของเจ้านิคมเกษตรกรรม ส่วนใหญ่ส่งขายให้เฉพาะเจ้าหน้าที่อาณานิคมและทหารฝรั่งเศสในเวียดนาม และมีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่ส่งกลับไปขายยังประเทศแม่หรือยุโรป กล่าวได้ว่ากลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ก็คือคนฝรั่งเศสในเวียดนามนั่นเอง ซึ่งคุ้นชินกับการดื่มกาแฟในชีวิตประจำวัน มาก่อน ต่อมาการดื่มกาแฟค่อยๆ แพร่กระจายไปสู่กลุ่มชนชั้นนำเวียดนาม ทั้งเจ้านาย ในราชสำนัก ข้าราชการระดับสูง และพ่อค้าฐานะดี จากนั้นจึงค่อยๆ แพร่กระจายไปยังกลุ่มสามัญชนคนธรรมดา ทำให้กาแฟและการดื่มกาแฟกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของคนเวียดนามสืบมา อย่างไรก็ตาม แม้คนเวียดนามหันมานิยมดื่มกาแฟ กันอย่างแพร่หลาย แต่ก็มีความแตกต่างในกรรมวิธีการชงกาแฟที่กลายเป็นเอกลักษณ์ ของแต่ละภูมิภาคเช่นกัน กล่าวคือคนไซ่ง่อนหรือโฮจิมินห์นิยมกรองกาแฟด้วยถุงผ้า ส่วนคนฮานอยนิยมใช้ถ้วยอะลูมิเนียมที่เรียกว่า “พินก่าเฟ” (phin cà phê) มาใช้ กรองกาแฟ ซึ่งยังคงเป็นที่นิยมมาจนถึงปัจจุบัน

กระนั้นกาแฟและวิธีการบริโภคกาแฟของคนเวียดนาม ก็ได้ดำรงอยู่ในชีวิตประจำวันอย่างต่อเนื่องสืบมา กล่าวคือหลังเวียดนามเปลี่ยนแปลงการปกครองมาเป็น ระบอบสังคมนิยมคอมมิวนิสต์ (หลังปี 1954 ในภาคเหนือ และหลังปี 1975 ในภาคใต้) นิคมเกษตรกรรมปลูกกาแฟที่เคยรุ่งเรืองจำนวนมากถูกปล่อยให้ร้างจากเจ้านิคม เกษตรกรรมที่หนีกลับประเทศฝรั่งเศส ส่วนนิคมเกษตรกรรมบางแห่งที่รัฐเวียดนามยึด มาบริหารจัดการในรูปแบบสหกรณ์ (hợp tác xã nông nghiệp) ก็ไม่สามารถผลิตกาแฟ เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนได้ ประกอบกับภายหลังการรวมประเทศได้ ในปี 1975 เวียดนามต้องเผชิญกับภาวะขาดแคลนสินค้าอุปโภคบริโภคอย่างรุนแรง ส่วนหนึ่งเป็นเพราะมีการนำเอาระบบเศรษฐกิจแบบสังคมนิยมไปใช้อย่างเร่งด่วนใน ภาคใต้ ทำให้กาแฟกลายเป็นสินค้าหายากและฟุ่มเฟือยตามไปด้วย

หลังรัฐดำเนินนโยบาย “ไต่เต๋ เหมย” (đổi mới) ในปี 1986 การปลูกกาแฟได้ กลับมาแพร่หลายอีกครั้ง อย่างไรก็ตามกลุ่มคนหรือเกษตรกรที่ปลูกกาแฟส่วนใหญ่กลับ ไม่ใช่คนดั้งเดิมในพื้นที่ แต่เป็นกลุ่มคนที่ถูกบังคับให้ย้ายถิ่นฐานตามนโยบาย “การสร้าง เขตเศรษฐกิจใหม่” (chính sách xây dựng vùng kinh tế mới) ในพื้นที่ชนบทห่างไกล ต่างๆ เช่น เขตพื้นที่ภูเขา เขตพื้นที่ชายแดน เขตพื้นที่หมู่เกาะ ซึ่งเป็นนโยบายที่ดำเนิน

การมาตั้งแต่ปี 1960 (ภาคเหนือ) และหลังปี 1975 (ภาคใต้) กลุ่มเป้าหมายหลักก็คือ คนยากจน คนตกงาน คนไม่มีทะเบียนบ้าน คนจีน และคนที่นับถือคริสต์ ดังนั้น จึงพบว่าพื้นที่ของหลายจังหวัดในเขตที่ราบสูง “ตัยเหงวียน” เช่น กอนตูม/Kon Tum ซาลาย/Gia Lai ดักลัก/Đắk Lắk ดักนง/Đắk Nông เลิมด่ง/Lâm Đồng ซึ่งได้ชื่อว่าเป็นแหล่งเพาะปลูกกาแฟที่ใหญ่ที่สุดของเวียดนาม จึงมีคนที่ย้ายถิ่นฐานมาจากต่างถิ่น เช่น จากหลายจังหวัดของที่ราบลุ่มแม่น้ำแดงทางภาคเหนือ หรือย้ายมาจากจังหวัดในที่ราบลุ่มปากแม่น้ำโขง และจากประสบการณ์ของผู้เขียนที่มีโอกาสพำนักศึกษา ไปลงภาคสนามในเวียดนาม ซึ่งเป็นพื้นที่ปลูกกาแฟในอำเภอชายแดน (เวียดนาม-ลาว) แห่งหนึ่งของจังหวัดกว๋าง จิ ก็พบว่าชาวบ้านที่ปลูกกาแฟเป็นกลุ่มคนจากหมู่บ้านยากจน ในพื้นที่ราบริมทะเลของจังหวัดกว๋างจิ/Quảng Trị ซึ่งได้ย้ายถิ่นฐานมาสร้างที่ทำกินใหม่ ตามนโยบาย “การสร้างเขตเศรษฐกิจใหม่” ของทางการท้องถิ่นเช่นเดียวกัน



พื้นที่ปลูกกาแฟของเวียดนาม  
ที่มา: helenacoffee.vn

เมื่อกาแฟไม่ใช่สินค้าขาดแคลนและฟุ่มเฟือยดังเช่นอดีต การบริโภคกาแฟจึงกลายมาเป็นเรื่องปกติธรรมดาในชีวิตประจำวันของคนเวียดนามปัจจุบัน ประกอบกับเวียดนามสามารถผลิตเมล็ดกาแฟได้เองทำให้ราคากาแฟจึงไม่แพงมากนัก ดังนั้นการนั่งดื่มกาแฟของคนเวียดนามบนทางเท้าจึงเป็นภาพที่คุ้นชินสำหรับคนเวียดนามทั่วไป และกาแฟที่คนเวียดนามชอบดื่มหลักๆ มีอยู่ 2 ชนิด คือ (1) กาแฟดำ (cà phê đen) (2) กาแฟใส่นม (cà phê sữa) ซึ่งแยกย่อยเป็น 2 แบบ คือแบบร้อน (nóng) และแบบเย็น (đá) ดังนั้นหากต้องการสั่งกาแฟแบบร้อน คนเวียดนามมักสั่งว่า “แดนหน่อง”/đen nóng (กาแฟดำร้อน) หรือ “เสื่อหน่อง”/sữa nóng (กาแฟนมร้อน) ส่วนแบบเย็นสั่งว่า “แดนดำ”/đen đá (กาแฟดำเย็น) หรือ “เสื่อดำ”/sữa đá (กาแฟนมเย็น) นอกจากนี้ยังมีกาแฟอีกชนิดหนึ่งนั่นก็คือ “ก่าเฟจิ่ง”/cà phê trứng หรือกาแฟผสมไข่ไก่ (ไข่แดง) ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมในหมู่วัยรุ่นในฮานอย และกลายมาเป็นกาแฟที่มีชื่อเสียงระดับโลกเมื่อไม่นานมานี้ เพราะเป็นกาแฟหนึ่งเดียวในโลกที่มีเฉพาะที่ฮานอยเท่านั้น ส่วนร้านกาแฟในเวียดนามก็มีพัฒนาการไปตามความต้องการของตลาดหรือผู้บริโภค จากร้านกาแฟริมทางเท้าที่แพร่หลายมากในอดีต ก็มีร้านกาแฟแบบห้องแถว และพัฒนา กลายมาเป็นร้านกาแฟขนาดใหญ่ในหลากหลายยี่ห้อ เช่น “จุงเหงเวียน”/Trung Nguyên “ไฮแลนด์คอฟฟี่”/ Highlands Coffee “เดอะ คอฟฟี่ เฮ้าส์”/The Coffee House “ฟู้ก ลอง”/Phúc Long

## กรณีร้าน “ก่ง ก่า เฟ”/Cộng cà phê

### 1. ที่ตั้ง

ร้าน “ก่ง ก่า เฟ” (ดั้งเดิม) ตั้งอยู่เลขที่ 152D ถนน “เจียว เวียด เวือง”/Triệu Việt Vương ถนนสายเก่าแก่แห่งหนึ่งของกรุงฮานอย ที่ได้ชื่อว่าเป็นถนนแห่ง “ร้านกาแฟ” เพราะมีร้านกาแฟเปิดให้บริการอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งสอดคล้องกับเอกลักษณ์เฉพาะของการค้าขายของคนในเมืองฮานอยมาตั้งแต่ครั้งอดีต กล่าวคือผู้ค้ามักนิยมเปิดร้านขายสินค้าชนิดเดียวกันบนถนนสายเดียวกัน เช่น ถนน “ห่าง บาก”/phố hàng bạc (ขายเครื่องประดับทำจากเงินหรือทอง) ถนน “ห่าง ม้า” (ขายเครื่องเซ่นไหว้) ถนน “ห่าง เตื่อง” (ขายขนม/ลูกกวาด) ฯลฯ อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันถนนสายนี้ไม่ได้มีแต่ร้านกาแฟดังเช่นอดีต แต่มีร้านค้าที่ขายสินค้าหลากหลายชนิดอยู่ด้วย



ร้าน “ก่ง ก่า เฟ” เลขที่ 152D ถนน “เจี้ยว เวียด เวือง”  
ที่มา: <http://congcaphe.com>

## 2. จุดเปลี่ยน/แรงบันดาลใจ

เดิมที่ร้าน “ก่ง ก่า เฟ” เป็นเพียงร้านกาแฟเล็กๆ ที่ไม่โดดเด่นเป็นที่รู้จักของผู้คนมากนัก กระทั่งวันหนึ่งในปี 2006 เมื่อเจ้าของร้านได้ไปเยี่ยมบ้านเพื่อน แล้วเกิดความประทับใจกับห้องรับแขกของเพื่อน ที่ได้รับการตกแต่งด้วยวัสดุสิ่งของเครื่องใช้ที่ตนเองคุ้นเคยดีในวัยเด็ก หรือที่รับรู้กันว่าเป็นสิ่งของเครื่องใช้ในสมัย “สังคมนิยม” หรือที่คนเวียดนามเรียกว่า “เถย บาว เก็บ”/thòi bao cáp จากความประทับใจได้กลายมาเป็นแรงบันดาลใจหรือจุดเปลี่ยนสำคัญของการทำร้านกาแฟในรูปลักษณะใหม่ ที่เน้นการนำสิ่งของเครื่องใช้เก่าๆ สมัยยุค “บาว เก็บ”/thòi bao cáp หรือยุคสังคมนิยม มาประดับตกแต่งร้าน

## 3. “เจอะ เสย”/chợ Giò

แรงบันดาลใจของเจ้าของร้านและจุดเปลี่ยนของร้าน คงไม่สามารถเกิดขึ้นจริงได้หากไม่มีตลาดที่ชื่อว่า “เจอะ เสย”/chợ Giò (เพี้ยนเสียงมาจากคำว่า “เจย”/Tròi ที่แปลว่าฟ้าหรือสวรรค์ ตามภาษาชาวบ้านคงหมายถึงตลาดแบกะดินที่วางขายสินค้าในที่โล่งแจ้ง) ซึ่งเป็นแหล่งซื้อ-ขายของเก่าที่เก่าแก่ของเมืองฮานอยที่มีมาตั้งแต่ปี 1954 โดยมีจุดเริ่มต้นมาจากคนฮานอย (บางกลุ่ม) ได้นำข้าวของเครื่องใช้ในครัวเรือนออกมา

วางขายในราคาถูก ก่อนอพยพครอบครัวลงไปอาศัยอยู่ในเวียดนามใต้ (เพราะไม่ปรารถนาตกอยู่ใต้การปกครองแบบสังคมนิยมคอมมิวนิสต์) ปัจจุบันสินค้า (ของเก่า) ในตลาดแห่งนี้ได้มาจากกลุ่มคนที่มัวซีพรับซื้อของเก่า โดยการปั่นจักรยานออกไปรับซื้อของเก่าตามบ้านเรือนทั่วไป แล้วนำมาขายเองหรือขายต่อให้กับผู้ค้าในตลาดแห่งนี้



มุมมองหนึ่งของ “เจอะ เส่ย”/chợ Giò  
ที่มา: VietNamNet.com

#### 4. ร้านสาขา

จากเดิม (ปี 2007) ร้าน “ก่ง ก่า เฟ” มีเพียงสาขาเดียว ต่อมามีการขยายสาขาตามเมืองใหญ่และเมืองท่องเที่ยวต่างๆ เช่น เมืองดานัง เมืองโฮจิมินห์ เมืองไฮฟอง เมืองฮอยอัน เมืองดาลัด จนกระทั่งปัจจุบัน (ปี 2024) “ก่ง ก่า เฟ” สามารถขยายสาขาเพิ่มขึ้นเกือบ 100 สาขาทั่วประเทศ นอกจากนี้ ร้านยังขยายสาขาไปยังต่างประเทศเพิ่มเติมอีกด้วย เช่น สาธารณรัฐเกาหลี (ปี 2018) สหพันธรัฐมาเลเซีย (ปี 2019) สมพันธรัฐแคนาดา ด้วยจำนวนร้านสาขาที่เพิ่มมากขึ้นอย่างมีนัยยะสำคัญ สะท้อนให้เห็นว่าการนำ “สังคมนิยม” หรือ “เด่ย บาว เก็บ” มาสร้างรูปแบบลักษณะใหม่ให้กับร้านสามารถทำเป็น “สินค้า” ที่ขายได้ในตลาดปัจจุบัน

## ร้าน “ก่ง cà phê” กับการทำ “สังคมนิยม” ให้เป็นสินค้า

กระบวนการทำ “สังคมนิยม” ให้เป็นสินค้าของร้าน “ก่ง cà phê”/cộng cà phê มีด้วยกันหลักๆ 3 ขั้นตอน กล่าวคือ 1. เริ่มต้นด้วยการรื้อฟื้นภาพจำ “สังคมนิยม” ในชีวิตประจำวันขึ้นมาใหม่ 2. จากนั้นจึงทำการผลิตซ้ำภาพจำของ “สังคมนิยม” ด้วยการขยายสาขาไปตั้งตามเมืองใหญ่และเมืองท่องเที่ยวต่างๆ 3. ต่อมาจึงมีการแพร่กระจายภาพจำเกี่ยวกับ “สังคมนิยม” ให้กับชาวต่างชาติในต่างประเทศ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### 1. การรื้อฟื้นภาพจำ “สังคมนิยม” ในชีวิตประจำวัน

การรื้อฟื้นภาพจำเกี่ยวกับความเป็น “สังคมนิยม” ในที่นี้ก็คือ ภาพจำเกี่ยวกับความเป็น “สังคมนิยม” ในชีวิตประจำวันของคนฮานอยในอดีต ด้วยการตกแต่งร้านจากสิ่งของเครื่องใช้ที่เป็นภาพแทนหรือความคุ้นชินของผู้คนในยุคสมัยนั้น ซึ่งประกอบด้วย

#### 1.1 สีเขียว (พลทหาร) : สีแห่งยุค “สังคมนิยม”

ร้าน “ก่ง cà phê” ได้มีการนำเอาสีเขียว (สีเขียว) ของพลทหารเวียดนาม (màu áo xanh ngưòi lính) มาใช้เป็นสีหลักในการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะของร้าน ซึ่งถือเป็นสีที่คนฮานอยคุ้นชินเป็นอย่างดีในยุค “บาว เก็บ” ดังนั้นลูกค้าสามารถสัมผัสถึงความแตกต่างได้อย่างชัดเจน โดยเริ่มตั้งแต่ด้านนอกของร้าน นั่นก็คือการนำสีเขียวมาทาตัวร้านให้เห็นเด่นสง่า และเมื่อเดินเข้าไปด้านในของร้านก็จะพบกับสิ่งของเครื่องใช้ที่มีสีเขียวเป็นส่วนใหญ่ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ผัง โคมไฟจากหมวกสีเขียวของพลทหาร ฯลฯ นอกจากนี้ เครื่องแต่งกายของพนักงานในร้านยังเน้นโทนสีเขียวเช่นเดียวกัน ทั้งกางเกง เสื้อ ผ่ากันเปื้อน และหมวก ด้วยโทนสีเขียวดังกล่าวทำให้ลูกค้าตีความกับบรรยากาศราวกับว่ากำลังนั่งดื่มกาแฟอยู่ในร้านสวัสดิการทหาร (แห่งหนึ่ง) ในเวียดนาม



ร้าน “ก่ง ก่า เฟ” สาขาถนน “แบ็ก ดั่ง” (Bach Đằng) เมืองดานัง  
ที่มา: WikiDanang.com

## 1.2 สิ่งของเครื่องใช้: หลากภาพจำแห่งยุค “สังคมนิยม”

ความขาดแคลนสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ ในชีวิตประจำวัน คือหนึ่งความทรงจำ และหนึ่งเรื่องเล่าของคนเวียดนามที่เติบโตและใช้ชีวิตมาในยุค “บาว เก็บ” (สังคมนิยม) เนื่องจากเวียดนามในเวลานั้นต้องเผชิญกับภาวะสงคราม และต่อมาต้องเผชิญกับการคว่ำบาตรทางเศรษฐกิจจากสหรัฐอเมริกาและกลุ่มประเทศเสรีประชาธิปไตย เพราะเวียดนามได้ทำการส่งทหารเข้าไปทำสงครามกับเขมรแดงในประเทศกัมพูชา ดังนั้นสินค้าหรือสิ่งของเครื่องใช้ในชีวิตประจำวันกลายเป็นของหายาก การครอบครองหรือเป็นเจ้าของสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ แต่ละชิ้นจึงต้องใช้เวลา และกลายมาเป็นของที่มีคุณค่ามากกว่าแค่การใช้สอยในชีวิตประจำวัน อาทิเช่น

### 1.2.1 ผ้าลายนกยูง/ลายดอกไม้

ผ้าลายนกยูงหรือลายดอกไม้เป็นผ้าที่เวียดนามต้องนำเข้าจากจีนช่วงปี 1970-1980 เนื่องจากไม่สามารถผลิตเองได้ (ช่วงสงครามเวียดนามเหนือกับเวียดนามใต้) โดยมีกระทรวงอุตสาหกรรมและการพาณิชย์ (bộ Công Thương) รับผิดชอบในการนำเข้า และจำหน่ายให้กับประชาชนทั่วไปผ่านร้านค้าสวัสดิการของรัฐ (cửa hàng mậu dịch) อย่างไรก็ตาม ด้วยความขาดแคลนของสินค้าและด้วยระบบของการปันส่วนสินค้า

ผ่านคูปองผ้า (phiếu vải) ดังนั้นไม่ใช่ใครมีเงินแล้วสามารถซื้อผ้าลายนกยูงหรือลายดอกไม้ได้ตามต้องการ ซึ่งประชาชนมักได้รับการปันส่วนคูปองผ้าเพียงปีละครั้งหรือตามการนำเข้าผ้าในแต่ละรอบเท่านั้น และปริมาณที่ได้ก็ไม่มากมายนัก ครอบครัวคนฮานอยนิยมนำผ้าลายนกยูงหรือลายดอกไม้มาตัดเย็บเป็นผ้าห่ม (สำหรับหน้าร้อน) หรือปลอกผ้าห่มนวม (สำหรับหน้าหนาว) นอกจากนี้หลายครอบครัวได้มีการเก็บสะสมผ้าลายนกยูงหรือลายดอกไม้ เพื่อมอบเป็นของขวัญกำนัลให้กับญาติมิตร รวมทั้งใช้เป็นของขวัญสำหรับฝ่ายชายหรือฝ่ายหญิงในการแต่งงานอีกด้วย (Nguyễn Thị Khánh, สัมภาษณ์) แม้ในปัจจุบันผ้าลายดังกล่าวไม่ได้รับความนิยมจากครอบครัวคนฮานอยอีกแล้ว แต่ครั้งหนึ่งในยุค “บาว เก็บ” กลับเป็นสิ่งที่มีความหมายมาก ด้วยผ้าลายนกยูงหรือลายดอกไม้มีเรื่องราวในตัวมันเอง ร้าน “ก่ง ก่า เฟ” จึงได้เลือกนำผ้าลายดังกล่าวมาทำเป็นเบาะรองนั่งและหมอนพิงหลัง เพื่อให้ลูกค้าสัมผัสบรรยากาศย้อนยุคสู่สมัยสังคมนิยม



เบาะรองนั่งและหมอนพิงหลังลายนกยูงผสมลายดอกไม้ในร้าน “ก่ง ก่า เฟ”  
ที่มา: <http://congcaphes.com>

### 1.2.2 แก้วเหล็กเคลือบ

แก้วเหล็กเคลือบถือเป็นอีกหนึ่งสิ่งของเครื่องใช้ที่ร้าน “ก่ง ก่า เฟ” เลือกใช้เป็นภาชนะสำหรับใส่เครื่องดื่มให้กับลูกค้า ซึ่งในยุค “บาว เก็บ” ถือเป็นภาชนะที่คนฮานอยใช้กันอย่างแพร่หลาย เพราะถือเป็นภาชนะที่คงทนแข็งแรงกว่าภาชนะที่

ทำจากวัสดุอื่นๆ และเป็นสิ่งของเครื่องใช้ที่เป็นของใหม่ในสังคมเวียดนาม ซึ่งเพิ่งมีการผลิตและจำหน่ายในช่วงปลายทศวรรษที่ 1950 มาจนถึงตอนนี้เอง กล่าวคือเวียดนามได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาลสาธารณรัฐประชาชนจีน ในการก่อสร้างโรงงานที่เมืองไฮฟองในปี 1956 รวมทั้งการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตภาชนะเหล็กเคลือบให้กับช่างเวียดนาม ดังนั้นแก้วเหล็กเคลือบจึงเป็นภาชนะที่คุ้นชินในชีวิตประจำวันของคนฮานอยในสมัยนั้น



แก้วเหล็กเคลือบ

ที่มา: <http://congcaphe.com>

### 1.2.3 โต๊ะ/เก้าอี้

โต๊ะ/เก้าอี้ที่ปรากฏในร้าน “ก่ง ก่า เฟ” ส่วนใหญ่เป็นโต๊ะเก้าอี้เก่าหรือลอกเลียนแบบโต๊ะ/เก้าอี้เก่าที่เคยใช้กันแพร่หลายในยุค “บาว เก็บ” ซึ่งมักเป็นโต๊ะ/เก้าอี้ไม้ที่มีรูปลักษณะที่เรียบง่าย ไม่มีลวดลายที่สลักซับซ้อน เพราะเน้นคุณค่าในประโยชน์ใช้สอย มากกว่าคุณค่าทางความสวยงาม นอกจากนี้โต๊ะ/เก้าอี้ไม้ที่มีการแกะสลักลวดลายวิจิตรสวยงามถูกมองว่าเป็นสิ่งของเครื่องใช้ของพวกคักดินา ซึ่งเป็นศัตรูของชนชั้นกรรมกรและชาวนาที่ไม่ควรเอาเป็นเยี่ยงอย่าง



แบบโต๊ะเก้าอี้ยุค “บาว เก็บ”

ที่มา: <http://congcaphe.com>

#### 1.2.4 วิถี พัฒน เครื่องโทรศัพท์ ตะเกียงน้ำมันก๊าด ฯลฯ

สิ่งของเครื่องใช้เก่าๆ ที่เคยเป็นสินค้าหายากต่างๆ ในยุค “บาว เก็บ” เช่น วิถี พัฒน เครื่องโทรศัพท์ ตะเกียงน้ำมันก๊าด ฯลฯ ถูกนำมาจัดวางบนชั้นไม้เก่าๆ ภายในร้าน เพื่อส่งสารไปยังลูกค้าว่าครั้งหนึ่งคนฮานอยเคยใช้สิ่งของเครื่องใช้เหล่านี้ในชีวิตประจำวัน กระนั้นสิ่งของเครื่องใช้แต่ละชนิดกลับมีเรื่องราวให้จดจำที่แตกต่างกันไป เช่น “พัดลมหูช้าง” (quat tai voi) กับ “พัดลมคางคก” (quat con cóc) โดยทั่วไปคนฮานอยใช้ “พัดลมคางคก” แต่หากครอบครัวใดมี “พัดลมหูช้าง” ใช้ ถือว่าโก้หรูกว่าครอบครัวอื่นๆ เพราะเป็นพัดลมที่ผลิตในไซเวียต ซึ่งมีคุณภาพดีกว่า “พัดลมคางคก” ที่ผลิตในเวียดนาม



ตกแต่งร้านด้วยสิ่งของเครื่องใช้เก่าๆ ยุค “บาว เก็บ”

ที่มา: <http://congcaphe.com>

### 1.3 แสงเหลืองนวล: แสงไฟแห่งยุค “บาว เกิบ”

แสงไฟสีเหลืองนวลเป็นแสงไฟที่คนฮานอยในยุค “บาว เกิบ” ค้นเคยเป็นอย่างดี เนื่องจากสถานการณ์การขาดแคลนไฟฟ้าจากภาวะสงคราม ทำให้รัฐไม่สามารถจ่ายกระแสไฟฟ้ามายังบ้านเรือนของประชาชนได้อย่างทั่วถึง แม้จะเป็นผู้อยู่อาศัยในเมืองฮานอย ซึ่งเป็นเมืองหลวงของประเทศก็ตาม ดังนั้นแสงสว่างจากหลอดไฟฟ้าในช่วงเวลานั้น จึงเป็นแสงสว่างที่มีสีเหลืองนวล แทนที่จะเป็นแสงสว่างสีขาวตามปกติ ซึ่งร้าน “ก่ง ก่า เฟ” ไม่หลงลืมในการเก็บรายละเอียดของแสงไฟแห่งยุค “บาว เกิบ” และนำมาใช้ในระบบการให้แสงสว่างภายในร้าน



แสงเหลืองนวลภายในร้าน “ก่ง ก่า เฟ”  
ที่มา: <http://congcaphé.com>

## 2. การผลิตซ้ำภาพจำ “สังคมนิยม” ในชีวิตประจำวัน

แม้การรื้อฟื้นภาพจำของ “สังคมนิยม” เกิดขึ้นครั้งแรกที่ร้าน “ก่ง ก่า เฟ” เลขที่ 152D ถนน “เจี้ยว เวียด เวือง” ในเมืองฮานอย แต่ภาพจำของ “สังคมนิยม” ในชีวิตประจำวันกลับไม่ได้มีแค่ที่ร้านดังกล่าวเพียงร้านเดียว แต่เจ้าของร้านได้มีการผลิตซ้ำภาพจำเหล่านั้น ด้วยการขยายสาขาออกไปตั้งตามเมืองใหญ่ต่างๆ เช่น เมืองไฮฟอง (เมืองท่าทางทะเลที่สำคัญทางภาคเหนือ) เมืองดานัง (เมืองหลักสำคัญทางภาคกลาง) เมืองโฮจิมินห์ (เมืองหลักสำคัญทางภาคใต้) อีกทั้งยังขยายสาขาออกไปตั้งตามสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ อีกด้วย เช่น “ฮา ลอง เบย์” (จังหวัดกว๋าง บิง) “ฮอย อัน” (จังหวัดกว๋าง นาม) “ญูา จาง” (จังหวัดแต้ญ ฮว่า) “ดา ลัด” (จังหวัดเลิม ต่ง) ดังนั้นภาพจำดังกล่าวได้ถูกผลิตซ้ำออกไปสู่การรับรู้ของสังคมเวียดนามเกือบทุกพื้นที่ทั่วประเทศ

เป็นที่น่าสังเกตว่า แม่โครงสร้าง (ตัวอาคาร) ของร้านมีความแตกต่างกัน อยู่บ้างระหว่างพื้นที่ต่างๆ แต่การผลิตซ้ำความเป็น “สังคมนิยม” ในชีวิตประจำวันนั้น ไม่มีความแตกต่างกัน เพราะร้านสาขาตามพื้นที่ต่างๆ ยังคงตกแต่งร้านในแบบเดียวกัน กับร้านแม่ที่ฮานอย ไม่ว่าจะเป็นโทนสีที่ใช้สีเขียวของสีเขียวพลทหารเวียดนามเหมือนกัน แสงภายในร้านก็เป็นแสงเหลืองนวลจากหลอดไฟฟ้าในยุค “สังคมนิยม” เหมือนกัน สิ่งของเครื่องใช้ภายในร้านก็เหมือนกัน ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นร้านแม่ที่ฮานอยหรือร้านสาขา ในพื้นที่ต่างๆ จึงมีรูปลักษณ์ของร้านที่ไม่แตกต่างกัน



ร้าน “ก่ง ก่า เฟ” ที่เว้  
ที่มา: <http://congcafe.com>



ภายในร้าน “ก่ง ก่า เฟ” ที่ดาลัด จังหวัดเลิมด่ง  
ที่มา: <http://congcafe.com>

### 3. การแพร่กระจายภาพจำ “สังคมนิยม” ในชีวิตประจำวันในต่างประเทศ

การทำ “สังคมนิยม” ให้เป็นสินค้าของร้าน “ก่ง ก่า เฟ” ไม่ได้หยุดลงเพียงในขอบเขตของประเทศเวียดนามเท่านั้น แต่ยังมี การแพร่กระจายภาพจำ “สังคมนิยม” ในชีวิตประจำวันไปยังต่างประเทศอีกด้วย โดยเจ้าของร้าน “ก่ง ก่า เฟ” ได้ทำการขยายสาขาไปตั้งยังหลายเมืองของหลายประเทศ ประเทศแรกๆ ที่ไปแพร่กระจายก็คือประเทศสาธารณรัฐเกาหลี (เกาหลีใต้) ซึ่งได้ทำการเปิดสาขาแรกที่กรุงโซลในเดือนกรกฎาคมปี 2018 และได้ทำการขยายสาขาออกไปตั้งในอีกหลายเมือง เช่น เมืองปูซาน เมืองแทกู เมืองแทจ็อน เมืองซอนัน เมืองคยองบุก เมืองอูลซาน จังหวัดคยองกี และเกาะเชจู รวมทั้งหมด 17 สาขา ต่อมาในปี 2019 ได้แพร่กระจายเข้าไปในประเทศสหพันธรัฐมาเลเซีย ปัจจุบันมีด้วยกัน 3 สาขา คือ ร้านที่กรุงกัวลาลัมเปอร์ 2 สาขา และที่เมืองเซดิงงอ 1 สาขา จากนั้นได้แพร่กระจายไปยังกรุงโตรอนโต (2 สาขา) สมพันธรัฐแคนาดา เมืองเกซอน (1 สาขา) สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ และกรุงเทพฯ (1 สาขา) สาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน) (Hoàng Thủy, 2021)

หากพิจารณาจากภาพถ่ายของร้านสาขาที่ปรากฏบนเว็บไซต์ของร้าน (<http://congcaphe.com>) พบว่ารูปลักษณ์ภายนอกและภายในแทบไม่มีความแตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นร้านสาขาที่ประเทศสาธารณรัฐเกาหลี ประเทศสหพันธรัฐมาเลเซีย สมพันธรัฐแคนาดา สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ หรือสาธารณรัฐจีน ดังนั้นแทบแยกไม่ออกว่าเป็นร้านสาขาที่ตั้งอยู่ในประเทศเวียดนามหรือตั้งอยู่ในต่างประเทศ หากไม่พิจารณาจากบริบทแวดล้อม ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า การแพร่กระจายภาพจำ “สังคมนิยม” ในชีวิตประจำวันของร้าน สามารถทำให้เป็นมาตรฐานแบบเดียวกันได้ในทุกสาขาและในทุกพื้นที่



ร้าน “ก่ง ก่า เฟ” ที่สาธารณรัฐเกาหลี (เกาหลีใต้)  
ที่มา: <http://congcaphe.com>



ภายในร้าน “ก่ง ก่า เฟ” ที่สาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน)  
ที่มา: <http://congcaphe.com>

## สรุป

การทำ “สังคมนิยม” ในชีวิตประจำวันให้กลายเป็นสินค้าของร้าน “ก่ง ก่า เฟ” ถือได้ว่าเป็นประเด็นใหม่ในทางวิชาการ ซึ่งแตกต่างจากงานศึกษาที่มีมาก่อนหน้านี้ เพราะส่วนใหญ่เน้นศึกษาวิเคราะห์การทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าเพื่อตอบสนองอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายสำคัญคือการสร้างรายได้เข้าประเทศในระดับรัฐ แต่การทำ “สังคมนิยม” ในชีวิตประจำวันให้กลายเป็นสินค้าของร้าน “ก่ง ก่า เฟ” นอกเหนือจากการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจต่อปัจเจกบุคคลหรือเจ้าของร้านแล้ว กระนั้นยังสามารถสร้างคุณค่าในด้านอื่นอีกด้วย กล่าวคือ

(1) การสร้างคุณค่าทางความรู้สึก ปฏิเสธไม่ได้ว่ายุค “สังคมนิยม” ในชีวิตประจำวันในอดีต ยังคงวนเวียนอยู่ในความทรงจำของผู้คนเวียดนามในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่มีประสบการณ์ตรง แม้ปัจจุบันสังคมนิยมได้กลายเป็นสังคมนิยม “หลังสังคมนิยม”/post-socialism ไปแล้วก็ตาม ดังนั้นการได้กลับมานั่งดื่มกาแฟในร้าน “ก่ง ก่า เฟ” และได้สัมผัสสัมผัสกับสี แสง และเสียงของเครื่องใช้ ซึ่งครั้งหนึ่งเป็นเพียงสิ่งของธรรมดาๆ ที่ตนเองคุ้นชินในชีวิตประจำวัน กระนั้นเรื่องราวความทรงจำเกี่ยวกับสิ่งของเหล่านี้ของแต่ละบุคคล แน่นนอนว่าย่อมแตกต่างกันออกไป เพราะในยุค “สังคมนิยม” ถือได้ว่าเป็นยุคที่ขาดแคลนยุคหนึ่งของเวียดนาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งภายหลังการรวมประเทศระหว่างเวียดนามเหนือกับเวียดนามใต้ในปี 1975

(2) การสร้างคุณค่าต่อการเรียนรู้ (ประวัติศาสตร์เวียดนาม) หากเปรียบร้าน “ก่ง ก่า เฟ” เสมือนดังพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์ ที่จัดแสดงนิทรรศการว่าด้วยเรื่องราวในยุค “สังคมนิยม” ก็คงไม่ผิดนัก เพราะภายในร้านมีการตกแต่ง (จัดแสดง) ทั้งสิ่งของเครื่องใช้ ภาพถ่าย ป้ายคำขวัญ (ล้อเลียน) ซึ่งเหมาะกับกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติที่สนใจประวัติศาสตร์เวียดนาม และกลุ่มลูกค้าคนรุ่นใหม่ที่ไม่ได้มีประสบการณ์ตรงกับยุคดังกล่าว แต่ได้รับรู้เรื่องราวผ่านเรื่องเล่าจากบุคคลต่างๆ ในครอบครัว ดังนั้นการได้สัมผัสกับบรรยากาศเก่าๆ ในอดีต คงช่วยให้ได้เรียนรู้และเข้าใจความยากลำบากในการใช้ชีวิตประจำวันของผู้คนรุ่นพ่อแม่ หรือปู่ย่าตายายได้เป็นอย่างดี

## เอกสารอ้างอิง

- Binh Nguyễn. (2012). *What do you understand about coffee? - Origin of Vietnamese coffee*. Retrieved from <https://thanhvien.vn/ban-hieu-gi-ve-ca-phe-nguon-goc-ca-phe-viet-nam-18557908.htm> on October 30, 2023
- Bui, H. T., & Lee, T. J. (2015). Commodification and politicization of heritage: Implications for heritage tourism at the Imperial Citadel of Thang Long, Hanoi (Vietnam). *ASEAS-Australian Journal of South-East Asian Studies*, 8 (2).
- Hoàng Thủy (2021). *Cộng Cà phê ra nước ngoài và những chuyện chưa kể: Giá tăng lên phân khúc cao cấp, mang cả đội ngũ Việt Nam sang làm việc, sắp tiến vào châu Âu*. Retrieved from <https://kenh14.vn/cong-ca-phe-ra-nuoc-ngoai-va-nhung-chuyen-chua-ke-gia-tang-len-phan-khuc-cao-cap-mang-ca-doi-ngu-viet-nam-sang-lam-viec-sap-tien-vao-chau-au-20210820124203739.chn> on April 12, 2025
- Nathalie Coren, Tim Gray (2012) Commodification of Volunteer Tourism: A Comparative Study of Volunteer Tourists in Vietnam and in Thailand. *International Journal of Tourism Research*, 14(3).
- Nguyễn Đình Lê. (1996). *Changing North's social structure in 1954-1975 period*. Hanoi: Vietnam National University-Hanoi, M.A. Thesis Nguyễn Thị Khánh, *Interview* on November 7, 2024
- Seb Rumsby (2017). Commodification of Culture in Vietnam's Northern Highlands. *Kyoto Review of Southeast Asia*. 21.
- Silapakit Teekantikun. (2013). "Wanting to Forget but Remembering": Narrative, Memory, Fate of one Vietnamese Women during Land Reform. *Journal of Mekong Societies*. 9(3) (September-December)

- Silapakit Teekantikun. (2014). “Enough to Eat, Warm Clothing to Wear”: Daily Economic Struggles of the Vietnamese People in the “Subsidy Period”. *Journal of Mekong Societies*. 10(3).
- Sud Chornchirdsin. (2001). *Vietnamese History from the Colonial Period to the Present*. Bangkok: Faculty of Liberal Art, Chulalongkorn University
- Thanyathip Sripana. (2007). *Vietnam’s Foreign Policy since 1986: A Case of Vietnam’s Policy toward Thailand*. Bangkok: Thailand Research Fund
- Tuyen, Q.D. (2023). *Staging Culture, Selling Authenticity: The Commodification of the Cham Community’s Traditions*. In: *Heritage Conservation and Tourism Development at Cham Sacred Sites in Vietnam*. Singapore: Springer
- Võ Văn Thành. (2007). *Story of subsidy period*. Hanoi: Thong Tan Publishing House.