

บทคัดย่อ

คาเฟ่กำลังมีบทบาทมากขึ้นในฐานะพื้นที่สร้างสรรค์ที่เอื้อต่อการเรียนรู้ตามอัธยาศัย โดยมีการจัดกิจกรรมศิลปะขึ้น เช่น Workshop นิทรรศการ และกิจกรรมสร้างสรรค์อื่น ๆ บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาประเด็นสำคัญในการออกแบบกิจกรรมศิลปะในคาเฟ่ ได้แก่ ประเภทของกิจกรรม ประโยชน์จากการเรียนรู้ การกำหนดราคา ระยะเวลา และกลุ่มเป้าหมายของกิจกรรม โดยศึกษาผ่านกรณีศึกษาคาเฟ่ในกรุงเทพมหานครจำนวน 9 แห่ง ที่จัดกิจกรรมศิลปะและงานฝีมือภายในร้าน 2) สังเคราะห์กลยุทธ์การออกแบบกิจกรรมศิลปะและงานฝีมือสำหรับคาเฟ่

ผลการศึกษาพบว่า 1) กิจกรรมศิลปะในคาเฟ่แบ่งเป็น Workshop งานศิลปะ, Workshop งานฝีมือ, Workshop ที่ใช้ศิลปะเป็นสื่อ, นิทรรศการ, งานศิลปะที่ทำด้วยตนเอง, และกิจกรรมอื่น ๆ 2) กิจกรรมศิลปะในคาเฟ่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่าง ๆ ได้แก่ ส่งเสริมสุขภาวะ สร้างทักษะจำเป็นด้านศิลปะ สร้างทักษะด้านอื่น ๆ และสร้างความตระหนักรู้ในประเด็นทางสังคม 3) ช่วงราคาที่ยอดนิยมที่สุดคือ 0-500 บาท คิดเป็นร้อยละ 60.71 4) นิยมจัด workshop นาน 3 ชม., นิทรรศการนานกว่า 15 วัน, งานศิลปะที่ทำเอง มักไม่จำกัดเวลา คิดเป็นร้อยละ 40.67, 100, และ 88.89 ตามลำดับ 5) ลูกค้ายอดนิยมที่มีกำลังซื้อสูงคือนักเรียนและนักศึกษา ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ที่ 975 และ 816 บาท ตามลำดับ ประเด็นเหล่านี้นำไปสู่การสังเคราะห์กลยุทธ์การออกแบบกิจกรรมศิลปะและงานฝีมือสำหรับคาเฟ่ในพื้นที่สร้างสรรค์ ประกอบด้วย 1) สะดวกสบาย 2) ประหยัดเวลา 3) ราคาเหมาะสม 4) ประชาสัมพันธ์ถูกทาง และ 5) สร้างการมีส่วนร่วม กลยุทธ์นี้เหมาะกับผู้ที่ต้องการจัดกิจกรรมศิลปะหรือกิจกรรมเพื่อการเรียนรู้ให้เกิดการเรียนรู้ในบรรยากาศที่ผ่อนคลายเป็นกันเอง

คำสำคัญ : คาเฟ่, กลยุทธ์การออกแบบกิจกรรม, กิจกรรมศิลปะและงานฝีมือ, พื้นที่สร้างสรรค์

Art and Craft Activity Design Strategies for Cafes as Creative Spaces

Apisara Korprasitniyom ¹

Pornthep Lerttevasiri ²

Intira Phrompan ³

Received : February 12, 2026

Revised : March 31, 2026

Accepted : April 20, 2026

¹ Master's student, Master of Art Education, Department of Art, Music, and Dance Education Faculty of Education Chulalongkorn University, E-mail: ingeng1906@gmail.com

² Associate professor, Art Education Department of Art, Music, and Dance Education Faculty of Education Chulalongkorn University, E-mail: pornthep.le@chula.ac.th

³ Assistant professor, Ph.D Art Education Department of Art, Music, and Dance Education Faculty of Education Chulalongkorn University, E-mail: Intira.p@chula.ac.th

Abstract

Cafés are increasingly playing a role as creative spaces that support informal learning, often hosting art-related activities such as workshops, exhibitions, and other creative events. This article aims to 1) investigate key considerations in designing art activities in cafés, including the types of activities, learning benefits, pricing, duration, and target audiences through case studies of nine cafés in Bangkok that regularly organize art and craft activities, and 2) synthesize design strategies for art and craft activities in cafés.

The findings reveal that 1) art activities in cafés can be categorized into art workshops, craft workshops, art-based workshops, exhibitions, self-directed art, and other creative activities; 2) art activities in cafés generate multiple benefits, including promoting well-being, developing essential art skills, fostering other practical skills, and raising awareness of social issues; 3) the most common price range for activities is 0–500 THB, accounting for 60.71%; 4) workshops are typically organized for 3 hours, exhibitions are usually presented for more than 15 days, and self-directed art activities are generally not time-limited, accounting for 40.67%, 100%, and 88.89%, respectively; and 5) students, particularly school and university students, represent the customer groups with high purchasing power, with average expenditures of 975 and 816 THB, respectively. These interconnected findings lead to the synthesis of design strategies for organizing art and craft activities in creative-space cafés. The proposed strategies include 1) convenience, 2) time efficiency, 3) appropriate pricing, 4) effective outreach, and 5) participatory engagement. These strategies are intended to promote learning in a relaxed and friendly atmosphere, and are suitable for those who aim to organize art or learning activities in café settings.

Keywords: Café, Activity design strategy, Art and craft activity, Creative space

ปัจจุบันคาเฟ่เป็นสถานที่ที่ผู้คนนิยมมาพบปะสังสรรค์กันเพื่อคลายความรู้สึกโดดเดี่ยว คาเฟ่จึงไม่ได้เป็นเพียงพื้นที่ขายเครื่องดื่มเท่านั้น แต่ยังเป็นพื้นที่สร้างบทสนทนา พบปะผู้คนใหม่ ๆ ภายใต้อารมณ์ที่เป็นกันเอง กระแสหนึ่งของธุรกิจคาเฟ่ที่กำลังเป็นที่นิยมในขณะนี้คือการออกแบบประสบการณ์เฉพาะให้กับลูกค้า เช่น จัดพื้นที่ Co-working Space จัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ จัดนิทรรศการศิลปะ เป็นต้น (Thitinan, n.d.) กิจกรรมศิลปะและงานฝีมือเป็นกิจกรรมที่นิยมนำมาจัดในคาเฟ่ เพราะช่วยให้ผู้ร่วมกิจกรรมได้ผ่อนคลายจากความเครียด ผักผ่อนทักษะใหม่ ๆ และเปิดโอกาสให้เกิดความคิดสร้างสรรค์อีกด้วย ตัวอย่างหนึ่งคือ “คาเฟ่ศิลปะ (Art Café)” ที่ผสมผสานการจัดแสดงผลงานศิลปะเข้ากับการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ทำให้เกิดความซาบซึ้งในผลงานศิลปะและเพลิดเพลินกับรสชาติของอาหารและเครื่องดื่มไปพร้อม ๆ กัน (Food & Hospitality Asia, 2024) นอกจากนี้ยังมีคาเฟ่บางแห่งที่จัดกิจกรรม Workshop แทนเมนูอาหาร เน้นการสร้างผลงานร่วมกันระหว่างคนที่มาร่วมกิจกรรม (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2567) จะเห็นได้ว่ากิจกรรมศิลปะและงานฝีมือกลายเป็นส่วนสำคัญในการออกแบบประสบการณ์เฉพาะเหล่านี้ จึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการออกแบบกิจกรรมให้ตอบสนองต่อการเรียนรู้ อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับกิจกรรมดังกล่าว บทความนี้จึงมุ่งศึกษาประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมศิลปะในคาเฟ่ และสังเคราะห์ออกมาเป็นกลยุทธ์การจัดกิจกรรมศิลปะ เพื่อให้ผู้จัดการสามารถนำไปใช้ในการออกแบบกิจกรรมศิลปะที่สร้างสรรค์และเหมาะสมกับบริบทของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี

บทความนี้ตั้งอยู่บนกรอบแนวคิดทางทฤษฎีสำคัญ 3 ประการที่เชื่อมโยงซึ่งกันและกัน เพื่ออธิบายบทบาทของคาเฟ่ในฐานะพื้นที่สร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการเรียนรู้ ได้แก่

1. การเรียนรู้ตามอัธยาศัย (informal learning) หมายถึง กระบวนการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นเองโดยไม่มีหลักสูตรหรือสถาบันการศึกษาใด ๆ มาบังคับ (Schugurensky, 2000)
2. พื้นที่ที่สาม (Third Place) หมายถึง พื้นที่สาธารณะที่ไม่ใช่บ้าน ที่ทำงาน หรือสถานศึกษา แต่ให้ความรู้สึกอบอุ่นเหมือนอยู่ที่บ้าน และเน้นให้ผู้คนมีปฏิสัมพันธ์กัน
3. พื้นที่สร้างสรรค์ (Creative Space) หมายถึง สิ่งที่จับต้องได้ ซึ่งออกแบบมาเพื่อสนับสนุนการทำงานเชิงสร้างสรรค์ หรือเอื้อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรม (Thoring et al., 2019)

คาเฟ่ในฐานะพื้นที่สร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการเรียนรู้

การเรียนรู้สามารถเกิดขึ้นได้ในหลายพื้นที่ แม้แต่ในสถานที่พักผ่อนหย่อนใจอย่างคาเฟ่ก็ยังทำหน้าที่เป็นแหล่งเรียนรู้ได้เช่นกัน สอดคล้องกับที่ Maspul and Almalki (2023) กล่าวว่าคาเฟ่ปัจจุบันเป็นทั้งสถานที่สำหรับการเข้าสังคม สร้างปฏิสัมพันธ์ในชุมชน แลกเปลี่ยนประสบการณ์ จัดกิจกรรมต่าง ๆ และยังเป็นพื้นที่บ่มเพาะความคิดสร้างสรรค์อีกด้วย ด้วยเหตุผลที่กล่าวมานี้ คาเฟ่หลายแห่งจึงมีลักษณะเป็นพื้นที่สร้างสรรค์ไปในตัว นอกจากนี้ ลักษณะของคาเฟ่ก็มีความสอดคล้องกับแนวคิดพื้นที่ที่สาม ซึ่งมีกิจกรรมหลักของพื้นที่คือการสนทนา สร้างความมีชีวิตชีวาและบรรยากาศที่สนุกสนาน จึงกระตุ้นให้เกิดความคิดใหม่ ๆ โดยงานวิจัยของ Adityawirawan and Kusuma (2021) ระบุว่าคุณสมบัติความเป็นพื้นที่ที่สามของคาเฟ่ช่วยฟื้นฟูความรู้สึกจากอารมณ์เชิงลบได้ นำไปสู่การใช้คาเฟ่ในฐานะแหล่งเรียนรู้ตามอัธยาศัย หากผู้ใช้บริการคาเฟ่รู้สึกมีความสุขในขณะที่อยู่ในคาเฟ่ จะส่งผลให้ประสิทธิภาพการเรียนรู้ดีขึ้นตามไปด้วยเช่นกัน

คาเฟ่กับการเรียนศิลปะ

คาเฟ่หลายแห่งนิยมนำกิจกรรมศิลปะมาจัดในพื้นที่ เพราะนอกจากจะสร้างความสนุกสนานแล้ว การเรียนศิลปะยังมีประโยชน์และความสำคัญต่อคนทุกคน แม้แต่กับผู้ที่ไม่ได้สนใจศิลปะก็ตาม สอดคล้องกับที่ Tate (n.d.-b) กล่าวถึงความสำคัญของการเรียนศิลปะ โดยสามารถจัดหมวดหมู่ตามประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. ส่งเสริมสุขภาพ : ทั้งทางกายและทางใจ คลายความเครียด เพิ่มความมั่นใจ การเห็นคุณค่าในตนเอง
2. สร้างทักษะจำเป็นด้านศิลปะ : ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ ทักษะปฏิบัติทางด้านศิลปะ
3. สร้างทักษะจำเป็นด้านอื่น ๆ : การคิดอย่างมีวิจารณญาณ การตีความ การจัดเวลา การทำงานเป็นทีม การตัดสินใจ ความยืดหยุ่น และความรับผิดชอบ
4. สร้างความตระหนักรู้ในประเด็นทางสังคม : ความเห็นอกเห็นใจ การชื่นชมในความแตกต่างหลากหลาย

การจัดกิจกรรมศิลปะในคาเฟ่หรือแหล่งเรียนรู้เป็นไปในหลายแนวทาง โดยกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ (workshop) เป็นกิจกรรมหนึ่งที่นิยมนำมาจัดในคาเฟ่ ซึ่งหมายถึงการพบปะกันที่จะทำให้ผู้คนได้เรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ

เรื่องนั้น ๆ (Cambridge University Press, n.d.) โดย Workshop ศิลปะมักให้ผู้เข้าร่วมสร้างสรรค์ผลงานใน 2 รูปแบบหลัก ๆ คือ งานศิลปะ (artwork) และงานฝีมือ (craft) ซึ่งมีความแตกต่างกันดังนี้

1. งานศิลปะ (artwork) เป็นวัตถุทางกายภาพที่อาจมีคุณค่าด้านความงามหรือคุณค่าด้านแนวคิด ปรากฏได้ในหลายรูปแบบ เช่น จิตรกรรม ประติมากรรม ภาพถ่าย ศิลปะจัดวาง (installation art) ภาพปะติด (collage) ศิลปะ

แสดงสด (performance art) ศิลปะจากวัตถุสำเร็จรูป (readymade) เป็นต้น (Artsper, n.d.)

2. งานฝีมือ (craft) เป็นรูปแบบหนึ่งของการสร้างสรรค์ ที่มีผลิตเป็นวัตถุที่มีประโยชน์ใช้สอย เช่น วัตถุสำหรับใช้สวมใส่ กิน หรือดื่ม เป็นต้น (Tate, n.d.-a)

นอกเหนือจาก Workshop หลายคาเฟ่ก็จัดแสดงนิทรรศการด้วย โดยวันละ จุฑะวิภาต (2526) ได้ให้ความหมายของนิทรรศการไว้ว่า เป็นการแสดงงานให้ชม ประกอบไปด้วยของจริง สิ่งจำลอง ภาพถ่าย และแผนภูมิของสิ่งต่าง ๆ ที่นำมาแสดง โดยต้องจัดเตรียมอย่างมีระเบียบ ก่อให้เกิดความรู้ มีการใช้ข้อความอธิบายประกอบ ซึ่งควรจะมีคามสวยงามด้วย

คาเฟ่บางแห่งอาจจัดนิทรรศการหรือ Workshop เพียงอย่างเดียว บางแห่งจัดนิทรรศการร่วมกับ Workshop รวมถึงกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับศิลปะด้วยเช่นกัน ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้สามารถนำศิลปะไปสู่ผู้ใช้บริการคาเฟ่ได้ แม้จะไม่ได้ตั้งใจมาเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับศิลปะโดยตรง แต่ก็จะได้รับประโยชน์จากการเรียนศิลปะไปเป็นผลพลอยได้ในที่สุด

กรณีศึกษาการจัดกิจกรรมศิลปะในคาเฟ่

ปัจจุบันมีคาเฟ่จำนวนมากที่นิยมนำกิจกรรมศิลปะและงานฝีมือมาจัดในพื้นที่ร้าน เช่น กิจกรรม Workshop นิทรรศการ ตลาดนัดศิลปะ เป็นต้น ผู้เขียนได้สำรวจและคัดเลือกคาเฟ่ที่จัดกิจกรรมศิลปะและงานฝีมือในกรุงเทพมหานครมาศึกษาเป็นจำนวน 9 แห่ง โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกดังต่อไปนี้

1. เป็นคาเฟ่ที่ดำเนินกิจการมาเป็นระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 1 ปี
2. เป็นคาเฟ่ที่จัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศิลปะและงานฝีมือ ได้แก่ การจัด Workshop, การจัดนิทรรศการ, การขายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับงานศิลปะ โดยมีเกณฑ์ดังนี้
 - 2.1 จัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศิลปะและงานฝีมืออย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง หรือ
 - 2.2 จัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศิลปะและงานฝีมือน้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง แต่มีการจัดนิทรรศการที่เกี่ยวข้องกับศิลปะโดยเฉพาะอย่างน้อย 1 ครั้ง (กรณีนี้ได้นำมาพิจารณาเฉพาะช่วงที่จัดนิทรรศการ)

เมื่อคัดเลือกคาเฟ่จากเกณฑ์ดังกล่าวแล้ว พบคาเฟ่ที่ตรงเกณฑ์จำนวน 9 แห่ง ประกอบด้วย A Clay Cafe, Fun Celebistro, ใต้บ้าน คาเฟ่, Bask Project, GalileOasis, Sealeaf House, Gimbocha, มรณานุสติ คาเฟ่ และ Tuba bar & restaurant (หมายเหตุ : Sealeaf House มักจัดกิจกรรมร่วมกับพื้นที่ข้างเคียงซึ่งมีชื่อว่า Wamp.co จึงนับกิจกรรมของทั้ง 2 สถานที่รวมอยู่ใน Sealeaf House)

ตาราง 1

รายละเอียดของคาเฟ่ที่จัดกิจกรรมศิลปะ

คาเฟ่	รายละเอียด	จุดประสงค์ ของกิจกรรม	กลุ่มลูกค้าหลัก
A Clay Cafe	คาเฟ่สอนปั้นเซรามิก	เพื่อการเรียนรู้	นักเรียน, นักศึกษา
Fun Celebistro	เน้นกิจกรรมตกแต่งหน้าเค้ก	เพื่อความบันเทิง	นักเรียน, นักศึกษา
ใต้บ้าน คาเฟ่	มีกิจกรรมระบายสีบนผ้าใบและ Workshop หมุนเวียน	เพื่อความบันเทิง	นักศึกษา, วัยทำงาน
Bask Project	ขายสินค้าศิลปะและจัด Workshop	เพื่อความบันเทิง	นักเรียน, นักศึกษา, ผู้สนใจศิลปะ
GalileOasis	จัดแสดงนิทรรศการและตลาดนัดศิลปะ	เพื่อการเรียนรู้	วัยทำงาน, ผู้สนใจศิลปะ
Sealeaf House	Community Space	เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์	นักศึกษา, วัยทำงาน
Gimbocha	พื้นที่พบปะของศิลปิน	เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์	นักศึกษา, ผู้สนใจศิลปะ
มรณานุสติ คาเฟ่	จัดนิทรรศการที่สื่อสารเรื่องความตาย โดยใช้ศิลปะเป็นสื่อ	เพื่อการเรียนรู้	วัยทำงาน
Tuba bar & restaurant	จัดนิทรรศการเป็น Themed Café ร่วมกับศิลปิน	เพื่อความบันเทิง	นักเรียน, นักศึกษา

จากการสังเกตการณ์และศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง พบว่าคาเฟ่ทั้ง 9 แห่งมีรายละเอียดจุดประสงค์ในการจัดกิจกรรม และกลุ่มลูกค้าหลักของคาเฟ่ที่แตกต่างกันไป ดังที่แสดงในตารางด้านล่างนี้

กิจกรรมศิลปะในคาเฟ่

คาเฟ่ทั้ง 9 แห่งมีการจัดกิจกรรมศิลปะขึ้นอย่างหลากหลาย โดยผู้เขียนได้คัดเลือกกิจกรรมมาทั้งหมด 29 กิจกรรม และนำมาจัดหมวดหมู่ได้เป็น 6 ประเภท มีรายละเอียดดังที่แสดงในตารางที่ 2

1. Workshop งานศิลปะ : กิจกรรมสร้างสรรค์งานศิลปะ ซึ่งไม่ได้เน้นประโยชน์ใช้สอย แต่เน้นผลงานที่มีคุณค่าด้านความงามหรือด้านแนวคิด โดยมีวิทยากรเป็นผู้ดูแล เช่น วาดภาพ ทิวทัศน์ สร้างสรรค์หนังสือทำมือ

2. Workshop งานฝีมือ : กิจกรรมสร้างสรรค์งานฝีมือ ซึ่งผลิตเป็นวัตถุที่มีประโยชน์ใช้สอย โดยมีวิทยากรเป็นผู้ดูแล เช่น จัดดอกไม้ ทำเครื่องประดับ

3. Workshop ที่ใช้ศิลปะเป็นสื่อ : กิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์อื่นนอกเหนือจากศิลปะ แต่ใช้งานศิลปะหรืองานฝีมือเป็นสื่อในการจัดกิจกรรม เช่น ศิลปะบำบัด การพูดคุยผ่านการทำงานศิลปะ

4. นิทรรศการ : การจัดแสดงวัตถุต่าง ๆ เพื่อสื่อสารเนื้อหาที่ผู้จัดนิทรรศการต้องการหมายรวมถึงนิทรรศการศิลปะ และนิทรรศการที่สื่อสารเรื่องอื่นแต่ใช้ศิลปะเป็นสื่อ

5. งานศิลปะ/งานฝีมือที่ทำด้วยตนเอง : กิจกรรมสร้างสรรค์งานศิลปะและงานฝีมือ เช่นเดียวกับข้อ 1 และ 2 แต่เป็นกิจกรรมที่ผู้เข้าร่วมทำด้วยตนเอง ไม่มีวิทยากรเป็นผู้ดูแล เช่น ระบายสีผ้าใบ ร้อยลูกปัด ตกแต่งขนม

6. กิจกรรมอื่น ๆ เช่น การเสวนาเกี่ยวกับศิลปะ ตลาดนัดศิลปะ

ตาราง 2

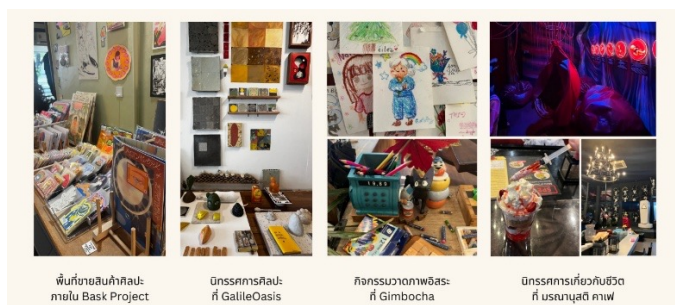
กิจกรรมศิลปะในคาเฟ่

กิจกรรม	จำนวน	วิทยากร/ ผู้นำชม	ประเภท
วาดภาพทิวทัศน์	1	/	Workshop งานศิลปะ
สร้างสรรค์หนังสือทำมือ	1	/	
ปักผ้าเป็นลวดลาย (เพื่อความสวยงาม ไม่ได้นำไปใช้ งานจริง)	1	/	
ปั้นเซรามิก	3	/	Workshop งานฝีมือ
จัดดอกไม้	1	/	
ทำเคสโทรศัพท์จากเรซิน	1	/	
ทำเครื่องประดับจากลูกปัด	1	/	
ซ่อมเสื้อผ้าเก่า	1	/	
พูดคุยเรื่องทั่วไปผ่านการทำงานฝีมือ	1	/	Workshop ที่ใช้ศิลปะ เป็นสื่อ
พูดคุยเรื่องวัยเด็กผ่านการทำงานศิลปะ	1	/	
ศิลปะบำบัด	1	/	
นิทรรศการศิลปะ	3		

กิจกรรม	จำนวน	วิทยากร/ ผู้นำชม	ประเภท
นิทรรศการที่ไม่เกี่ยวข้องกับศิลปะ แต่ใช้ศิลปะเป็นสื่อ	1	/	งานศิลปะ/ งานฝีมือที่ ทำด้วย ตนเอง
ตกแต่งขนม	2		
ระบายสีฟวงกุญแจ	1		
วาดภาพบนผ้าใบ/กรอบรูป	2		
วาดภาพตามอิสระ	1		
ตั้งวงสเก็ตซ์ภาพ	1		
ต่อเติมภาพวาดร่วมกัน	1		
ร้อยลูกปัดด้วยตนเอง	1		
เสวนาเปิดตัวหนังสือภาพ	1	/	กิจกรรม อื่นๆ
ตลาดนัดศิลปะ	1		
ตลาดนัดวาดรูปสด	1		

ภาพ 1

ตัวอย่างกิจกรรมศิลปะในคาเฟ่



กิจกรรมในคาเฟ่มักแบ่งเป็นกิจกรรมหลักและกิจกรรมหมุนเวียน โดยกิจกรรมหลักมีทั้งกิจกรรมที่ร้านมีความถนัดเฉพาะทาง เช่น บันเซรามิก ตกแต่งขนม และกิจกรรมอย่างง่ายที่ผู้ร่วมกิจกรรมทำได้ด้วยตนเอง เช่น วาดภาพ ร้อยลูกปัด ส่วนกิจกรรมหมุนเวียนมักจะเป็น Workshop ที่มีวิทยากรจากภายนอกเป็นผู้นำกิจกรรม โดยมีความหลากหลายกว่ากิจกรรมหลัก เปลี่ยนไปตามความถนัดของวิทยากรภายนอก

นิทรรศการในคาเฟ่มีทั้งนิทรรศการศิลปะ และนิทรรศการที่สื่อสารเรื่องอื่นแต่ใช้ศิลปะเป็นสื่อ นอกจากนี้คาเฟ่ส่วนใหญ่ยังมีพื้นที่ขายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับศิลปะ ได้แก่ งานศิลปะที่ร้านสร้างสรรค์เอง และงานศิลปะ/งานฝีมือที่รับมาขายจากศิลปินอื่น และมีคาเฟ่บางแห่งที่เปิดตลาดนัดงานศิลปะให้ศิลปินมาขายสินค้าด้วยเช่นกัน

ผลการวิเคราะห์กิจกรรมศิลปะที่จัดในคาเฟ่

กิจกรรมศิลปะต่าง ๆ ที่จัดขึ้นในคาเฟ่ก่อให้เกิดประโยชน์ในการเรียนรู้ได้หลายรูปแบบ โดยมีสิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการออกแบบกิจกรรม ได้แก่ ประโยชน์ที่ได้จากการเรียนรู้ การตั้งราคากิจกรรม ระยะเวลาจัดกิจกรรม และกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า เมื่อพิจารณาตามประเภทของกิจกรรมศิลปะในคาเฟ่แล้ว จำนวนกิจกรรมที่สร้างประโยชน์จากการเรียนรู้ และจำนวนกิจกรรมที่มีจุดประสงค์ในแต่ละด้าน มีจำนวนมากน้อยแตกต่างกัน โดยช่องสี่เหลี่ยมหมายถึง มีจำนวนกิจกรรมในด้านนั้น ๆ มากที่สุด ช่องสี่เหลี่ยมหมายถึง มีกิจกรรมในด้านนั้น ๆ จำนวนรองลงมา และช่องที่ไม่มีสี หมายถึง ไม่มีกิจกรรมในด้านนั้น ๆ เลย ผลจากการวิเคราะห์พบว่า 1) Workshop งานศิลปะ ช่วยสร้างทักษะจำเป็นด้านศิลปะได้มากที่สุด มักมีจุดประสงค์เพื่อการเรียนรู้และความบันเทิง 2) Workshop งานฝีมือ ช่วยสร้างทักษะจำเป็นด้านศิลปะได้มากที่สุด มักมีจุดประสงค์เพื่อความบันเทิง 3) Workshop ที่ใช้ศิลปะเป็นสื่อ ช่วยส่งเสริมสุขภาวะและสร้างความตระหนักรู้ในประเด็นทางสังคมได้มากที่สุด มักมีจุดประสงค์เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ 4) นิทรรศการ ช่วยสร้างความตระหนักรู้ในประเด็นทางสังคมได้มากที่สุด มักมีจุดประสงค์เพื่อการเรียนรู้ 5) งานศิลปะที่ทำด้วยตนเอง ช่วยส่งเสริมสุขภาวะและสร้างทักษะจำเป็นด้านศิลปะได้มากที่สุด มักมีจุดประสงค์เพื่อความบันเทิง 6) กิจกรรมอื่น ๆ ช่วยสร้างทักษะจำเป็นด้านอื่น ๆ และมักมีจุดประสงค์ที่แตกต่างหลากหลาย จึงยังไม่สามารถสรุปได้อย่างแน่ชัด

ตาราง 3

ประโยชน์จากการเรียนรู้ และจุดประสงค์ของกิจกรรม เมื่อพิจารณาตามประเภทของกิจกรรม ศิลปะในคาเฟ่

ประเด็น		ประเภทของกิจกรรมศิลปะในคาเฟ่					
		Workshop งานศิลปะ	Workshop งานฝีมือ	Workshop ที่ใช้ศิลปะเป็นสื่อ	นิทรรศการ	งานศิลปะที่ทำได้ด้วยตนเอง	กิจกรรมอื่นๆ
ประโยชน์จากการเรียนรู้	ส่งเสริมสุขภาพ			/		/	
	สร้างทักษะจำเป็นด้านศิลปะ	/	/			/	
	สร้างทักษะจำเป็นด้านอื่น ๆ						/
	สร้างความตระหนักรู้ในประเด็นทางสังคม			/	/		
จุดประสงค์	เพื่อการเรียนรู้	/			/		
	เพื่อความบันเทิง	/	/			/	
	เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์			/			

ตาราง 4

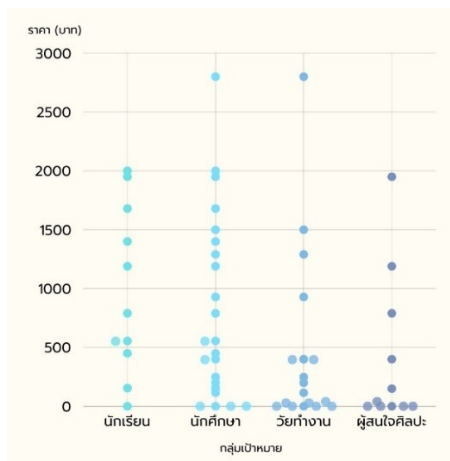
ราคาและระยะเวลาจัดกิจกรรมศิลปะในคาเฟ่

กิจกรรม	ราคา (บาท)					ระยะเวลา					
	0-500	501-1,000	1,001-1,500	1,501 -2,000	2,001 ขึ้นไป	2 ชม.	3 ชม.	4 ชม.	1-2 วัน	3-14 วัน	15 วันขึ้นไป
Workshop งานศิลปะ	1		1	1		1	1	1			
Workshop งานฝีมือ		1	3	2	1	3	3	1			
Workshop ที่ใช้ศิลปะเป็นสื่อ	2	1				1	2				
นิทรรศการ	ฟรี (มีเพียง 1 กิจกรรมที่ราคา 250 บาท)										4
งานศิลปะที่ทำด้วยตนเอง	7 (ฟรี 2 กิจกรรม)	2				ไม่จำกัด (มีเพียง 1 กิจกรรมที่จำกัดเวลา 2 ชม.)					
กิจกรรมอื่น ๆ	3					1	1		1		

ตารางที่ 4 แสดงให้เห็นถึงจำนวนกิจกรรมศิลปะที่อยู่ในช่วงราคาและระยะเวลาที่แตกต่างกัน พบว่า 1) ช่วงราคาที่นิยมมากที่สุดคือ 0-500 บาท คิดเป็นร้อยละ 60.71 2) ระยะเวลาที่นิยมจัด Workshop คือ 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 40.67 (ไม่นับนิทรรศการ) ในขณะที่นิทรรศการนิยมจัดเป็นระยะเวลามากกว่า 15 วัน คิดเป็นร้อยละ 100 ส่วนงานศิลปะที่ทำด้วยตนเองมักจะไม่จำกัดเวลา คิดเป็นร้อยละ 88.89 3) นิทรรศการส่วนมากไม่มีค่าเข้าชม ส่วนงานศิลปะที่ทำได้ด้วยตนเองก็มีบางกิจกรรมที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายเช่นกัน ทำให้เป็นกิจกรรม 2 ประเภทที่มีราคาต่ำที่สุด

ภาพ 2

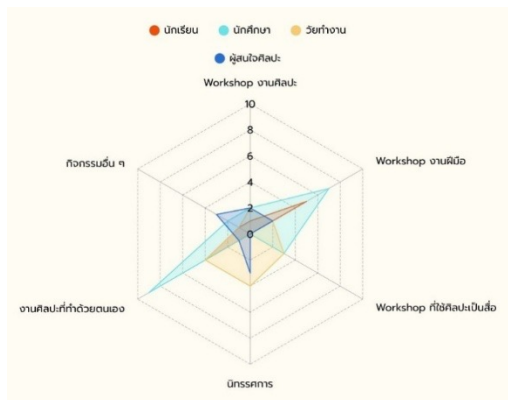
ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มเป้าหมายกับราคากิจกรรม



การออกแบบกิจกรรมศิลปะในคาเฟ่จำเป็นต้องคำนึงถึงงบประมาณที่กลุ่มเป้าหมายจะสามารถจ่ายได้ โดยภาพที่ 1 แสดงถึงราคาของกิจกรรมศิลปะในคาเฟ่ที่กลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มนิยมไปเข้าร่วม ซึ่งมีทั้งกิจกรรมที่ไม่มีค่าใช้จ่าย และกิจกรรมที่มีค่าใช้จ่าย โดยราคาต่ำสุดคือ 115 บาท และราคาสูงสุดคือ 2,800 บาท ลูกค้ายอดนิยมที่มีกำลังซื้อสูงคือกลุ่มนักเรียนและนักศึกษา โดยมีราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 975 และ 816 บาท ตามลำดับ ส่วนกลุ่มวิทยากร แม้จะเป็นกลุ่มเป้าหมายของกิจกรรมที่มีราคาสูงที่สุด แต่กลับนิยมกิจกรรมที่ราคาไม่เกิน 500 บาท มากกว่า

ภาพ 3

ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มเป้าหมาย กับกิจกรรมศิลปะที่นิยมเข้าร่วม



เมื่อพิจารณากลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมกับกิจกรรมแต่ละประเภท พบว่า 1) Workshop งานศิลปะ มีผู้ร่วมกิจกรรมเป็นกลุ่มนักศึกษา วัยทำงาน และผู้สนใจศิลปะ กลุ่มละเท่า ๆ กัน คิดเป็นร้อยละ 28.57 2) Workshop งานฝีมือ มีผู้ร่วมกิจกรรมเป็นกลุ่มนักศึกษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.75 3) Workshop ที่ใช้ศิลปะเป็นสื่อ มีผู้ร่วมกิจกรรมเป็นกลุ่มนักศึกษาและวัยทำงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100 4) นิทรรศการ มีผู้ร่วมกิจกรรมเป็นกลุ่มวัยทำงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.14 5) งานศิลปะที่ทำด้วยตนเอง มีผู้ร่วมกิจกรรมเป็นกลุ่มนักศึกษา มากที่สุดกลุ่มนักศึกษาและวัยทำงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50 และ 6) กิจกรรมอื่น ๆ มีผู้ร่วมกิจกรรมเป็นกลุ่มผู้สนใจศิลปะมากที่สุดกลุ่มนักศึกษาและวัยทำงานมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 42.86 (หมายเหตุ : Workshop หนึ่ง ๆ มีกลุ่มเป้าหมายได้มากกว่า 1 กลุ่ม)

นอกจากนี้ยังมีข้อสังเกตอื่น ๆ ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้ในการออกแบบกิจกรรมได้ ดังนี้

1. กิจกรรม Workshop หมุนเวียน มักมีวิทยากรจากภายนอกมาเป็นผู้ดูแลกิจกรรม (ยกเว้นคาเฟ่ที่มีลักษณะเป็นสตูดิโอสอนทักษะศิลปะมากกว่าขายเครื่องดื่ม อาจใช้วิทยากรของร้านเอง) โดยผู้เรียนจะได้รับอุปกรณ์สร้างสรรค์ผลงาน เครื่องดื่มหรือของว่าง และรับชิ้นงานสำเร็จกลับบ้าน ส่วนคาเฟ่ที่จัดกิจกรรมอย่างง่ายซึ่งลูกค้าทำตัวเอง มักจะมีเครื่องเขียนเตรียมไว้ให้ เช่น สี กระดาษ ดินสอ นิทรรศการส่วนมากไม่มีผู้นำชม แต่อาจมีผู้ดูแลหรือวิทยากรในวันที่มีกิจกรรมพูดคุย ในขณะที่นิทรรศการที่เปิดให้เข้าชมเป็นรอบ มักจะมีผู้นำชมด้วย

2. กิจกรรมที่มีวิทยากรจะมีราคาสูงกว่ากิจกรรมลักษณะเดียวกันที่ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทำด้วยตนเอง เช่น กิจกรรมร้อยลูกปัดด้วยตนเองมีราคาอยู่ในช่วง 0-500 บาท ในขณะที่

กิจกรรมทำเครื่องประดับจากลูกปัด (มีอุปกรณ์พิเศษและสอนโดยวิทยากร) ราคาอยู่ในช่วง 1,001-1,500 บาท

3. คาเฟ่บางแห่งมีลักษณะเป็น Community Space คือพื้นที่ที่ผู้คนมารวมกลุ่มกัน เพื่อสร้างความสัมพันธ์ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น กิจกรรมทางสังคม กิจกรรมเพื่อการเรียนรู้ โดยพบว่าความเป็น Community Space ของคาเฟ่มักเชื่อมโยงกับกิจกรรมของร้าน เช่น มีกิจกรรมหลากหลายสาขากว่าคาเฟ่ทั่วไป อาจมีกิจกรรมเพื่อความบันเทิงหรือการพักผ่อนร่วมด้วย เช่น กิจกรรมพูดคุย นัดบอด ชมภาพยนตร์ กิจกรรมโยคะ เป็นต้น ทำให้เกิดเครือข่ายของกลุ่มคนในหลายแวดวง สร้างความสัมพันธ์ระหว่างคาเฟ่กับลูกค้า รวมถึงระหว่างลูกค้าด้วยกันเองอย่างเหนียวแน่น ลูกค้าจึงมักบอกต่อกิจกรรมของคาเฟ่ไปสู่กลุ่มคนใหม่ ๆ นับเป็นการช่วยคาเฟ่ประชาสัมพันธ์ไปในตัว

4. นอกเหนือจากการโพสต์ข่าวสารกิจกรรมทั่วไปแล้ว ยังพบการประชาสัมพันธ์รูปแบบต่าง ๆ เช่น การทำคอนเทนต์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมของร้าน การร่วมงานกับศิลปินที่มีชื่อเสียงในหลายแขนง การบอกต่อจากลูกค้าประจำ การให้สัมภาษณ์ผ่านสื่อต่าง ๆ การจัดธีมคาเฟ่ตามเทศกาล เป็นต้น

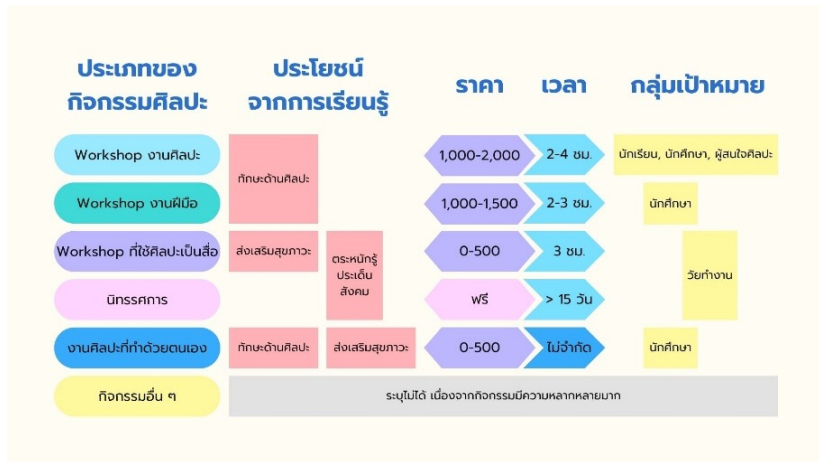
5. คาเฟ่บางแห่งจะเตรียมอุปกรณ์ที่ทำให้ลูกค้าใช้งานสะดวกที่สุด เช่น กิจกรรมตกแต่งขนมเค้กจะมีการจัดอุปกรณ์เป็นชุดไว้ให้ รวมถึงมีบริการส่งถึงบ้านด้วยเช่นกัน ส่วน Workshop วาดภาพก็มีภาพตัวอย่างซึ่งมีการจับคู่สีไว้แล้ว จึงประหยัดเวลาทำกิจกรรมไปได้มาก

6. หนึ่งในคุณลักษณะสำคัญของคาเฟ่ในยุคปัจจุบันคือความเป็น Instagrammable Place คือสถานที่ที่มีมุมถ่ายรูปสวยงาม สามารถถ่ายภาพแล้วโพสต์ลงโซเชียลมีเดียได้ โดยเฉพาะใน Concept Café (คาเฟ่ที่ออกแบบทุกอย่างในร้านภายใต้แนวคิดเดียวกัน ตั้งแต่เมนูอาหาร วิธีการ ไปจนถึงการตกแต่งร้าน) ที่เน้นความสวยงามเป็นพิเศษ

7. นิทรรศการที่เปิดเป็นรอบและมีผู้เข้าชม สามารถสร้างความมีส่วนร่วมของผู้ชมได้มากกว่านิทรรศการที่ให้ผู้ชมเดินดูวัตถุจัดแสดงด้วยตนเอง อย่างไรก็ตาม ยังมีปัจจัยอื่นที่ต้องพิจารณาประกอบกัน เช่น ลักษณะของสื่อที่ผู้ชมสามารถมีปฏิสัมพันธ์ด้วยได้ หรือความเป็นมิตรของผู้ดูแลนิทรรศการที่สามารถสร้างบรรยากาศที่กระตุ้นการมีส่วนร่วมของผู้ชมได้เช่นกัน

ภาพ 4

แนวทางการออกแบบกิจกรรมศิลปะในคาเฟ่



จากผลการวิเคราะห์ประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบกิจกรรมศิลปะ สามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ดังภาพที่ 4 ซึ่งประกอบไปด้วย ประเภทของกิจกรรมศิลปะ ประโยชน์ที่ได้รับจากการเรียนรู้ การกำหนดราคา ระยะเวลาที่เหมาะสม และกลุ่มเป้าหมายของกิจกรรม แผนภาพนี้จะ เป็นแนวทางสำหรับผู้จัดกิจกรรมในการเลือกกิจกรรมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยผู้จัดอาจออกแบบโดยตั้งต้นจากประเด็นใดในแผนภาพนี้ได้ ดังตัวอย่างการใช้แผนภาพในภาพที่ 4 เช่น หากตั้งต้นจากการกำหนดงบประมาณ 1,000-1,500 บาท จะพบกิจกรรมที่เหมาะสมคือ Workshop งานฝีมือ ซึ่งช่วยพัฒนาทักษะด้านศิลปะได้ มีระยะเวลาที่เหมาะสมคือ 2-3 ชั่วโมง และเหมาะกับกลุ่มนักศึกษาที่สุด หรือหากต้องการเลือกประเด็นตั้งต้นเป็นประเด็นอื่น ๆ ก็สามารถทำได้เช่นกัน

1. สะดวกสบาย : ผู้จัดกิจกรรมควรอำนวยความสะดวกให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมให้มากที่สุด เช่น จัดเตรียมอุปกรณ์เป็นชุดพร้อมใช้ หากเป็น Workshop ควรมีคู่มือหรือขั้นตอนให้ทำตามได้โดยง่าย

2. ประหยัดเวลา : สำหรับกิจกรรมที่ไม่ใช่กิจกรรมส่วนใหญ่นิยมนำเวลาเพียง 2-3 ชั่วโมงจึงควรออกแบบกิจกรรมให้สำเร็จได้ภายในเวลาอันสั้น โดยอาจมีอุปกรณ์พร้อมใช้เป็นตัวช่วยดังที่กล่าวไว้ด้านบน

3. ราคาเหมาะสม : ตั้งราคาให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย หากกลุ่มเป้าหมายของกิจกรรมมีกำลังจ่ายไม่สูงนัก อาจใช้วิธีลดตอ้งค์ประกอบบางอย่างลง เช่น จัดกิจกรรมที่ไม่ต้องใช้วิทยากร

4. ประชาสัมพันธ์ถูกทาง : ประชาสัมพันธ์ทั้งในทางตรง เช่น ทำคอนเทนต์ลงโซเชียลมีเดีย ให้สัมภาษณ์ผ่านสื่อ และประชาสัมพันธ์ทางอ้อม เช่น สร้างความเป็น Community Space หรือจัดจุดถ่ายภาพ เพื่อให้ลูกค้าทำหน้าที่เป็นผู้บอกต่อกิจกรรมแทนร้าน

5. สร้างการมีส่วนร่วม : สำหรับ Workshop คนมักมีส่วนร่วมกับการอยู่อยู่แล้ว แต่สำหรับนิทรรศการจำเป็นต้องกระตุ้นการมีส่วนร่วม อาจทำได้โดยสร้างบรรยากาศให้ผู้ชมรู้สึกสนุกหรือตื่นเต้น เช่น จัดให้มีผู้นำชม เปิดให้เข้าชมเป็นรอบ ใช้สื่อที่สามารถตอบโต้ได้ เป็นต้น

ผลการศึกษา

จากการสำรวจคาเฟ่จัดกิจกรรมศิลปะและงานฝีมือจำนวน 9 แห่ง พบว่า

1. ประเด็นสำคัญที่ต้องคำนึงถึงในการออกแบบกิจกรรมศิลปะในคาเฟ่มีรายละเอียดดังนี้ 1) กิจกรรมศิลปะในคาเฟ่แบ่งเป็น Workshop งานศิลปะ, Workshop งานฝีมือ, Workshop ที่ใช้ศิลปะเป็นสื่อ, นิทรรศการ, งานศิลปะที่ทำด้วยตนเอง, และกิจกรรมอื่น ๆ 2) กิจกรรมศิลปะในคาเฟ่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่าง ๆ ได้แก่ ส่งเสริมสุขภาพ สร้างทักษะจำเป็นด้านศิลปะ สร้างทักษะด้านอื่น ๆ และสร้างความตระหนักรู้ในประเด็นทางสังคม 3) ช่วงราคาที่นิยมมากที่สุดคือ 0-500 บาท คิดเป็นร้อยละ 60.71 4) นิยมจัด workshop นาน 3 ชม. คิดเป็นร้อยละ 40.67 และนิยมจัดนิทรรศการนานกว่า 15 วัน คิดเป็นร้อยละ 100 ส่วนงานศิลปะที่ทำด้วยตนเองมักจะไม่จำกัดเวลา คิดเป็นร้อยละ 88.89 5) ลูกค้ากลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงคือกลุ่มนักเรียนและนักศึกษา มีราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 975 และ 816 บาท ตามลำดับ

2. ผลการสังเคราะห์กลยุทธ์การออกแบบกิจกรรมศิลปะและงานฝีมือสำหรับคาเฟ่ในพื้นที่สร้างสรรค์ ประกอบด้วย 1) สะดวกสบาย 2) ประหยัดเวลา 3) ราคาเหมาะสม 4) ประชาสัมพันธ์ถูกทาง และ 5) สร้างการมีส่วนร่วม ซึ่งจะส่งเสริมให้ผู้ร่วมกิจกรรมได้เรียนรู้อย่างสนุกสนานภายใต้บรรยากาศที่ผ่อนคลายและเป็นกันเอง

อภิปรายผล

คาเฟ่ในปัจจุบันนิยมจัดกิจกรรมศิลปะและงานฝีมือมากขึ้น ทั้งการวาดภาพ ปั้นเซรามิก จัดนิทรรศการ ทำเครื่องประดับ ฯลฯ สอดคล้องกับสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (2568) ที่ระบุว่าผู้คนให้ความสำคัญกับสุขภาวะทางอารมณ์มากขึ้น โดยการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม เช่น วาดภาพ ทำสวน พุดคุย ฯลฯ หลายคนนิยมนัดรวมตัวที่คาเฟ่เพื่อทำกิจกรรมเหล่านั้นด้วยกัน ทำให้เกิดการเชื่อมต่อกับผู้คนและชุมชนโดยรอบ โดย Noaime et al. (2025) กล่าวว่าลักษณะของคาเฟ่ที่กลายเป็นศูนย์รวมชุมชน สามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจได้เป็นอย่างมาก กล่าวคือ ช่วยส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม กระตุ้นเศรษฐกิจ รวมถึงส่งเสริมการจ้างงานอีกด้วย

ไม่ว่าการจัดกิจกรรมศิลปะในคาเฟ่จะมีจุดประสงค์เพื่อสร้างประโยชน์ต่อผู้เข้าร่วมกิจกรรมหรือเพื่อแสวงหากำไรก็ตาม ผู้จัดกิจกรรมจำเป็นต้องคำนึงถึงการตั้งราคาและการทำการตลาด เพื่อให้คาเฟ่ดำเนินกิจการต่อไปได้อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับที่ Creative Lives (2025) กล่าวถึงการตั้งราคาสำหรับ Workshop ว่าต้องคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้ ได้แก่ ค่าเช่าสถานที่, ค่าวัสดุ, เครื่องดื่ม, สิ่งให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมนำกลับบ้าน และค่าเสียเวลาของผู้จัดกิจกรรม ซึ่งแม้ว่าจากการศึกษาในครั้งนี้ กิจกรรมส่วนใหญ่จะมีราคาเพียง 0-500 บาท แต่สิ่งที่เจ้าของคาเฟ่ได้รับกลับมาก็คือการส่งเสริมภาพลักษณ์แบรนด์ สอดคล้องกับที่ Rachid et al. (2018) ระบุว่าการตลาดของคาเฟ่ในปัจจุบันเปลี่ยนจากการมุ่งเน้นสินค้าและบริการไปเป็นการเน้นสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้า ลูกค้ามักพิจารณาว่าตนเองได้รับความพึงพอใจคุ้มค่ากับเงินหรือเวลาที่เสียไปหรือไม่ หากรู้สึกว่าคุ้มค่า แสดงว่าแบรนด์มีภาพลักษณ์ที่ดี ดังนั้น กลยุทธ์ที่จะทำให้คาเฟ่ประสบความสำเร็จคือการดึงให้ลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วมกับพื้นที่และผู้คนให้ได้มากที่สุด ซึ่งกิจกรรมศิลปะและงานฝีมือสามารถตอบโจทย์ตรงนี้ได้

นอกจากการตั้งราคาแล้ว การประชาสัมพันธ์ให้ถูกวิธีก็เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์สำคัญ จากกรณีศึกษาคาเฟ่ทั้ง 9 แห่ง มีคาเฟ่จำนวนมากที่จัดจุดถ่ายภาพที่สวยงาม เพื่อให้ลูกค้านำไปโพสต์ลงสื่อสังคมออนไลน์ และทำหน้าที่เป็นผู้บอกต่อกิจกรรมแทนร้าน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Amaliyah et al. (2025) ที่กล่าวว่าความเป็น Instagrammable Place เป็นปัจจัยสำคัญอันดับต้น ๆ ต่อวัยรุ่นในเจนเนอเรชันซี (Generation Z) ที่นิยมไปคาเฟ่จากการเล่าปากต่อปากผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากกว่าฟังจากอินฟลูเอนเซอร์ (influencer) ส่วนการจัดโครงการส่งเสริมการขายกลับไม่มีผลต่อการประชาสัมพันธ์มากนัก

คาเฟ่จำนวนมากมีลักษณะเป็น Community Space มุ่งเน้นให้ลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม สอดคล้องกับศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร องค์การมหาชน (2551) ที่ระบุว่าการมีส่วนร่วมจะทำให้เกิดการเรียนรู้อย่างสนุกสนาน เป็นการโน้มน้าวให้ผู้คนสนใจในเนื้อหาที่ต้องการ

จะสื่อ และเมื่อพิจารณาจากข้ออภิปรายที่กล่าวมาด้านบน พบว่าเกือบทุกประเด็นมีการกล่าวถึงการมีส่วนร่วม/การมีปฏิสัมพันธ์ของผู้คน ทั้งการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์เพื่อสร้างประสบการณ์เฉพาะให้ลูกค้า กิจกรรมทางสังคมที่ส่งเสริมให้ผู้คนได้พูดคุยกัน การกระตุ้นให้ลูกค้าถ่ายภาพ โพสต์ลงสื่อสังคมออนไลน์ และกิจกรรมอื่น ๆ อีกมาก จึงกล่าวได้ว่ากลยุทธ์สร้างการมีส่วนร่วมถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่สุดในการจัดกิจกรรมศิลปะและงานฝีมือในคาเฟ่

สรุป

คาเฟ่เป็นพื้นที่หนึ่งซึ่งส่งเสริมการเรียนรู้ตามอัธยาศัยได้เป็นอย่างดี เพราะมีความอบอุ่น เหมือนบ้าน และยังมีบรรยากาศที่สนุกสนาน อันจะส่งผลดีต่อประสิทธิภาพการเรียนรู้ โดยสิ่งหนึ่งที่เหมาะกับการเรียนรู้ในพื้นที่คาเฟ่คือเรื่องศิลปะ เพราะนอกจากจะช่วยคลายเครียดแล้ว ยังสร้างทักษะจำเป็นทั้งด้านศิลปะและด้านอื่น ๆ อีกด้วย ปัจจุบันคาเฟ่จำนวนมากนิยมจัดกิจกรรมศิลปะเพื่อสร้างประสบการณ์เฉพาะให้กับลูกค้า อย่างไรก็ตาม ผู้จัดการกิจกรรมจำเป็นต้องคำนึงถึงกลยุทธ์ที่จะทำให้ดำเนินกิจกรรมต่อไปได้อย่างยั่งยืน บทความนี้จึงได้นำข้อมูลจากคาเฟ่ที่ประสบความสำเร็จจากการจัดกิจกรรมเหล่านี้มาสังเคราะห์เป็นกลยุทธ์การออกแบบกิจกรรม ได้แก่ 1) สะดวกสบาย 2) ประหยัดเวลา 3) ราคาเหมาะสม 4) ประชาสัมพันธ์ถูกทาง และ 5) สร้างการมีส่วนร่วม ซึ่งจะเป็นแนวทางให้กับผู้ที่ต้องการจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ในคาเฟ่ เพื่อช่วยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้สัมผัสประสบการณ์ที่น่าประทับใจ เกิดการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างปฏิสัมพันธ์ในชุมชน ส่งผลกระทบเชิงบวกทั้งทางเศรษฐกิจ วัฒนธรรม ไปจนถึงสังคมได้อย่างเป็นรูปธรรม

ข้อเสนอแนะ

บทความนี้ศึกษาการจัดกิจกรรมศิลปะและงานฝีมือในคาเฟ่ที่มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นนักเรียนและนักศึกษา มากกว่าคนกลุ่มอื่น หากมีการศึกษาในครั้งต่อไป ควรขยายขอบเขตให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย เช่น คาเฟ่สำหรับผู้สูงอายุ หรือผู้ที่มีความสนใจเฉพาะทาง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและลึกซึ้งมากขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่ากิจกรรมศิลปะในคาเฟ่ส่วนใหญ่มักเป็นกิจกรรมระยะสั้น มีเพียงส่วนน้อยที่จัดเป็นคอร์สอบรมระยะยาวหรือมีใบรับรอง หากมีการพัฒนารูปแบบกิจกรรมในลักษณะดังกล่าวให้มากขึ้น จะช่วยเพิ่มความน่าสนใจ และสร้างมูลค่าให้กับคาเฟ่ในฐานะแหล่งเรียนรู้ได้อย่างชัดเจน

เอกสารอ้างอิง

- วัฒนะ จุฑะวิภาต. (2526). *การจัดนิทรรศการ*. กลิ่นแก้ว.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน). (2567). *เจาะเทรนด์โลก 2025 : Beyond Imagination*. https://www.tcdc.or.th/th/all/service/resource-center/e-book/34560-Trend_2025
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน). (2568). *เจาะเทรนด์โลก 2026 : MAZE OF CHAOS*. <https://www.tcdc.or.th/th/all/service/resource-center/e-book/35030-Trend-2026>
- ศุภยมา นุชวิทยาลิรินธร องค์การมหาชน. (2551). Interactive media สื่อของการมีส่วนร่วม. *จุลสารเพื่อชุมชนพิพิธภัณฑ์ ศุภยมา นุชวิทยาลิรินธร (องค์การมหาชน)*, 4(1), 29-33. <https://db.sac.or.th/museum/magazine/file/43>
- Adityawirawan, S. S. K., & Kusuma, H. E. (2021). Café as student's informal learning space: A case study in bandung, Indonesia. *DIMENSI: Journal of Architecture and Built Environment*, 48(2), 109-120. <https://doi.org/10.9744/dimensi.48.2.109-120>
- Amaliyah, Febrianti, S., Dimisyqiyan, E., Sinulingga, R. A., & Aji, G. G. (2025). Social media-based marketing strategies to increase POV cafe's visibility among generation z. *Journal of Contemporary Management Studies*, 1(2), 112-129. <https://doi.org/10.11113/jcms.v1.39>
- Artsper. (n.d.). *What is an artwork*. Retrieved August 22, 2026, from <https://www.artsper.com/ae/cms/collector-guide/the-art-world/what-is-an-artwork>
- Cambridge University Press. (n.d.). *Workshop*. Retrieved August 22, 2026, from <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/workshop>
- Creative Lives. (2025). *How to plan a successful creative workshop*. <https://www.creative-lives.org/how-to-plan-a-successful-creative-workshop>
- Food & Hospitality Asia. (2024). *Different types of cafés: A comprehensive guide*. Informamarkets. <https://foodnhotelasia.com/blog/horeca/types-of-cafes/>
- Maspul, K., & Almalki, F. (2023). The impact of a modern coffeeshops on social behavior and cultural dynamics: A case study of unaizah' coffeeshops. *PESHUM Journal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, 3(1), 65-82. https://www.researchgate.net/publication/374192380_The_Impact_of_a_Modern_Coffeeshops_on_Social_Behavior_and_Cultural_Dynamics_A_Case_Study_of_Unaizah'_Coffeeshops

- Noaime, E., Alalouch, C., Mesloub, A., Hamdoun, H., Gnaba, H., & Alnaim, M.M. (2025). Sustainable cities and urban dynamics: The role of the café culture in transforming the public realm. *Ain Shams Engineering Journal*, 16(3), 1-21. <https://doi.org/10.1016/j.asej.2025.103320>
- Rashid, N., Nika, F.A., & Nazir, T. (2018). Impact of experiential value on customer loyalty formation for coffee concept shops Agenda for future research. *International Journal of Enhanced Research in Management & Computer Applications*, 7(3), 639-644. https://www.erpublications.com/uploaded_files/download/nadia-rashid-dr-fayaz-ahmad-nika-dr-tabasum-nazir_SJYHf.pdf
- Schugurensky, D. (2000). *The forms of informal learning: towards a conceptualization of the field*. University of Toronto. <https://utoronto.scholaris.ca/items/230cafd2-a973-4cae-908b-da9dc65062f0/full>
- Tate. (n.d.-a). *Craft*. <https://www.tate.org.uk/art/art-terms/c/craft>
- Tate. (n.d.-b). *Why study art?* <https://www.tate.org.uk/art/talking-point/why-study-art>
- Thitinan K. (n.d.). วิธีสร้างแบรนด์ร้านกาแฟให้โดดเด่น ดึงดูดลูกค้า Gen Z ปี 2025. Blue mocha. สืบค้นเมื่อวันที่ 22 สิงหาคม 2569, <https://bluemochateas.com/%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B8%98%E0%B8%B5%E0%B8%AA%E0%B8%A3%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B9%81%E0%B8%9A%E0%B8%A3%E0%B8%99%E0%B8%94%E0%B9%8C-%E0%B8%A3%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B9%81/>
- Thoring, K., Desmet, P., & Badke-Schaub, P. (2019). Creative space: A systematic review of the literature, *Proceedings of the 22nd International Conference on Engineering Design*, 19, 299-308. <https://doi.org/10.1017/dsi.2019.33>