

การสื่อความหมายเพื่อการรับรองคุณภาพความอร่อยของอาหารจากป้ายเชลล์ชวนชิม

นางสาว พิมพ์วัล พานิชรุทติวงศ์

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2544

ISBN 974-03-1674-3

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE SIGNIFICATION OF THE QUALITY INSURANCE AND TASTINESS OF FOOD THROUGH
"SHELL SHUAN SHIM" SIGN BOARD

Miss Pimpawan Panichruttiwong

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Mass Communication

Department of Mass Communication

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2001

ISBN 974-03-1674-3

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การสื่อความหมายเพื่อการรับรองคุณภาพความอร่อยของอาหารจาก ป้ายเซลล์ชวนชิม
โดย	นางสาว พิมพ์วัล พานิชรุทติวงศ์
สาขาวิชา	การสื่อสารมวลชน
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ศิริกายะ

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ จุมพล รอดคำดี)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ขวัญเรือน กิติวัฒน์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ศิริกายะ)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปนัดดา ธนสถิตย์)

สภามหาวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พิมพ์พัล พานิชรุทติวงศ์ : การสื่อความหมายเพื่อการรับรองคุณภาพความอร่อยของอาหาร
จากป้ายเชลล์ชวนชิม . (THE SIGNIFICATION OF THE QUALITY INSURANCE AND
TASTINESS OF FOOD THROUGH "SHELL SHUAN SHIM" SIGN BROAD)
อ. ที่ปรึกษา : รศ.ดร.ศิริชัย ศิริกายะ , 106 หน้า. ISBN 974-03-1674-3.

การศึกษาเรื่อง การสื่อความหมายเพื่อการรับรองคุณภาพความอร่อยของอาหารผ่านป้าย
เชลล์ชวนชิม ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อให้เข้าใจถึง สาเหตุที่ป้ายเชลล์ชวนชิมได้รับการยอมรับ
จากผู้ประกอบการร้านอาหาร นอกจากนี้ยังเพื่อให้เข้าใจถึงวิธีการในการสื่อความหมายของป้าย
สัญลักษณ์เชลล์ชวนชิม โดยผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุและโทรทัศน์ โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพและการ
เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆทั้งหนังสือ วิทยุและโทรทัศน์ รวมทั้งการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ
ร้านอาหารต่างๆที่ได้รับป้ายเชลล์ชวนชิม และจากการวิเคราะห์พบว่า หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี
สวัสดิวัดน์ ทำหน้าที่ในการสร้างความประทับใจและความเชื่อมั่นในป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิมให้กับ
ผู้บริโภค โดยใช้ลักษณะเฉพาะของตัวเองเป็นจุดที่สร้างความเชื่อมั่น ดังจะเห็นได้จากการวิจัยที่
แสดงให้เห็นถึงจุดจับใจที่หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัดน์นำมาใช้ และวิธีการในการสื่อความหมาย
ผ่านสื่อต่างๆ นอกจากนี้ยังได้รับการยืนยันถึงความเชื่อมั่นในตัวของหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัดน์
จากกลุ่มของผู้ประกอบการ ซึ่งมีความเห็นตรงกันว่ามีความเชื่อมั่นในตัวของหม่อมราชวงศ์ ถนัดศรี
สวัสดิวัดน์

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชา การสื่อสารมวลชนลายมือชื่อนิติ.....
สาขาวิชา.การสื่อสารมวลชน.....ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ปีการศึกษา 2544ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

4285256728 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEY WORD: QUALITY INSURANCE OF FOOD / TASTINESS / SIGNIFICATION OF THE QUALITY INSURANCE / SHELL SHUAN SHIM

PIMPAWAN PANICHRUTTIWONG: THESIS TITLE. (THE SIGNIFICATION OF THE QUALITY INSURANCE AND TASTINESS OF FOOD THROUGH "SHELL SHUAN SHIM" SIGN BOARD) THESIS ADVISOR: ASSOC.PROF.SIRICHAIRIKAYA, Ph.D. , 106 pp. ISBN 947-03-1674-3.

The purposes of the study of "The Signification of the Quality Insurance and Tastiness through SHELL SHUAN SHIM Sign Board" are to understand reasons why SHELL SHUAN SHIM signboard are well accepted by most restaurant operator. The study is to gain more understanding how Shell Shuan Shim sign board have influence on consumers and restaurant operator. The study is done on the research by various sources such as publication, radio and television media as well as direct interview from restaurant operator.

The results of the study clearly show that Dhanathsri Sawadhiwat,M.R. is considered as major factors that creating consumer's good impression through the SHELL SHUAN SHIM symbol by using his individual unique character to gain customer confidence.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Department....Mass Communication..... Student's signature.....

Field of study Mass..Communication..... Advisor's signature.....

Academic year 2001

Co-advisor's signature.....

กิตติกรรมประกาศ

ก่อนอื่นดิฉันต้องขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงแด่ **รศ.ดร.ศิริชัย ศิริภาวะ** อาจารย์ที่ปรึกษา ที่กรุณาให้คำแนะนำที่มีประโยชน์มากมาย และทำให้มีวันนี้ และดิฉันก็ขอขอบพระคุณเช่นเดียวกันต่อ **ผศ.ขวัญเรือน กิติวัฒน์** และ **ผศ. ปนัดดา ธนสถิติน์** ที่ให้ความกรุณาและช่วยเหลือตลอดมา

ขอบพระคุณคุณพ่อ ที่ให้ความช่วยเหลือในการติดต่อขอสัมภาษณ์ร้านอาหารต่างๆ และช่วยให้ลูกสาวสามารถฟันฝ่าอุปสรรคต่างๆ มาได้

ขอบพระคุณคุณแม่ ที่คอยดูแลเอาใจใส่ ห่วงใย และไม่ถือโทษโกรธในความใจร้อน และเอาแต่ใจของลูกสาว

ขอบคุณพี่เผือก สำหรับความช่วยเหลือ ความเข้าใจ ความลำบากที่เกิดจากการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ทั้งๆที่ไม่ใช่งานของพี่เลย

ขอบคุณพี่กฤษณ์ ที่คอยให้ความช่วยเหลือ และแนะแนวทางต่างๆ ทำให้น้องได้มีวันนี้

ขอบคุณจูนและอิม สำหรับความเอื้อเฟื้อที่เพื่อนมีให้ ถ้าไม่ได้พวกเธอ เราคงยังไม่มีวันนี้

ขอบคุณตุ๊กตาและป๊อสละเวลามาช่วยเพื่อน

ขอบคุณพี่เบ๊กี้และเพื่อนๆหลายคนที่คอยให้กำลังใจ อยากจะเขียนชื่อให้หมด แต่ว่าคงต้องใช้เวลานานและเนื้อที่เยอะมาก

ขอบคุณพี่ ป่า น้ำ อา และเพื่อนพ้องทั้งหลายทั้งปวง ที่สนับสนุนช่วยเหลือ อดทนรับฟัง และให้กำลังใจมาตลอด ต่อไปนี้ไม่ต้องฟังอีกแล้ว ดีใจด้วย

สุดท้ายนี้ขอส่งผ่านความขอบคุณไปถึงพี่โตที่ล่วงลับ สำหรับความอนุเคราะห์ต่างๆที่พี่มีให้ ขอบคุณมากค่ะ

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฅ

บทที่

1	บทนำ.....	1
	1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
	1.2 ปัญหานำวิจัย	5
	1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
	1.5 ขอบเขตของการวิจัย	5
	1.6 ข้อสันนิษฐาน.....	5
	1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
2	แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
	2.1 แนวคิดเรื่องสัญญา.....	6
	2.2 แนวคิดเรื่องอิทธิพลผู้ส่งสาร	14
	2.3 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยแห่งการพูดที่สัมฤทธิ์ผลในทัศนนะของอริสโตเติล	16
	2.4 แนวคิดเกี่ยวกับจิตวิทยาทางด้านอาหาร	18
	2.5 ทฤษฎีภาพลักษณ์ของเคนเนท อี โบลดิ้ง.....	19
	2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการประกันคุณภาพ.....	22
3	ระเบียบวิธีวิจัย.....	24
	3.1 แหล่งข้อมูล.....	24
	3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	29

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
	3.3 การนำเสนอข้อมูล	30
4	การสื่อความหมายของป้ายสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิม	31
	4.1 วิธีการสื่อความหมายโดยผ่านสื่อสิ่งพิมพ์	38
	4.2 วิธีการสื่อความหมายโดยผ่านสื่อวิทยุ	55
	4.3 วิธีการสื่อความหมายโดยผ่านสื่อโทรทัศน์	61
5	กระบวนการในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ประกอบการ	68
	ลักษณะการเกิดความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการ	69
6	สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ	101
	6.1 อภิปรายผลการวิจัย	101
	6.2 ข้อจำกัดในงานวิจัย	103
	6.3 ข้อเสนอแนะ	103
	รายการอ้างอิง	104
	ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์	106

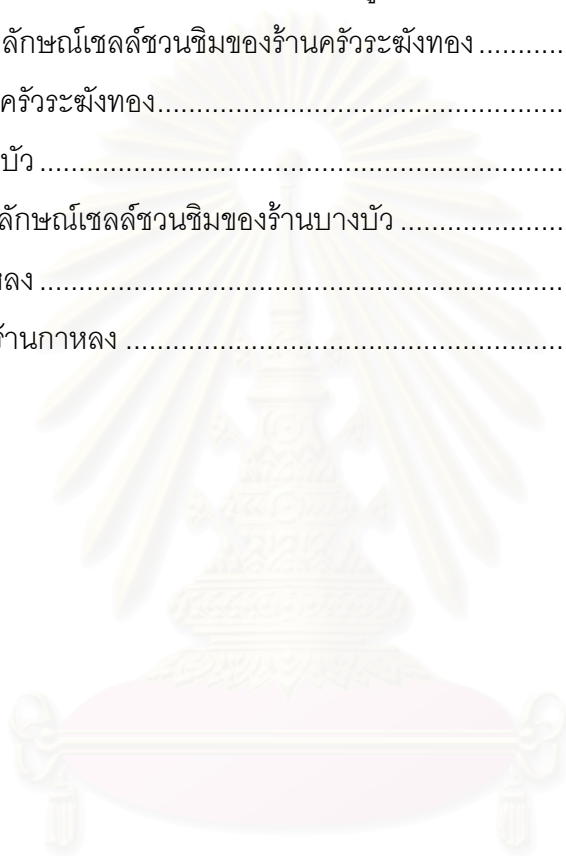
สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ตราสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิมในช่วงแรก	33
2	ตราสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิมที่ใช้ในปัจจุบัน	34
3	ประกาศนียบัตรเซลล์ชวนชิม.....	35
4	ร้านก๋วยเตี๋ยวเจ๊แกะ	70
5	ป้ายสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิมของร้านเจ๊แกะ.....	70
6	ร้านขาหมูตรอกซุง.....	72
7	ร้านข้าวมันไก่	73
8	ป้ายสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิมของศูนย์อาหารไทยนครินทร์.....	74
9	ร้านก๋วยเตี๋ยวเป็ด	75
10	ศูนย์อาหารไทยนครินทร์	76
11	ร้านวาสิณี	77
12	ร้านจีโน่ส์	78
13	บทความของร้านจีโน่ส์ในคอลัมภ์เซลล์ชวนชิม	78
14	ร้านคาปริซิโอ	80
15	ประกาศนียบัตรเซลล์ชวนชิมของร้านคาปริซิโอ	80
16	ร้านนี่ล' แทรเวิร์น.....	81
17	ร้านเจลาโต.....	83
18	ประกาศนียบัตรเซลล์ชวนชิมของร้านเจลาโต	83
19	ร้านไทรพรโกชนา	85
20	ป้ายสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิมของร้านโตเปิดอย่าง	86
21	ร้านโตเปิดอย่าง	87
22	ร้านฉั่วเจียบ้งวน	88
23	ป้ายร้านฉั่วเจียบ้งวน	89
24	ป้ายสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิมของร้านฉั่วเจียบ้งวน.....	89
25	ป้ายสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิมของร้านง่วนหลี่	90

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
26	ประกาศนียบัตรเชลล์ชวนชิมของร้านง่วนหลี่ 91
27	ร้านเบนคูซีน 93
28	ป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิมของร้านเบนคูซีน 93
29	ป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิมของร้านครัวระสังทอง 95
30	ป้ายร้านครัวระสังทอง..... 95
31	ร้านบางบัว 96
32	ป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิมของร้านบางบัว 96
33	ร้านกาหลง 97
34	ป้ายชื่อร้านกาหลง 98



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อาหารถือได้ว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานเบื้องต้นในการดำรงชีวิต ที่คนเราจะขาดไม่ได้ ซึ่งอาหารมีมากมายหลายชนิดแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับลักษณะทางด้านสภาพแวดล้อม และขนบธรรมเนียมประเพณีของแต่ละชนชาติ

อย่างเช่นลักษณะอาหารในประเทศไทยก็เป็นอาหารประเภทที่ต้องใช้เวลาในการประกอบน่านมีความปราณีต ละเอียดอ่อน เนื่องจากในอดีตผู้หญิงส่วนใหญ่จะทำหน้าที่ในการดูแลบ้านแต่เพียงอย่างเดียว ไม่ค่อยได้ออกไปไหนจึงทำให้มีเวลาในการทำอาหารมาก กอปรกับสังคมไทยเป็นสังคมที่ไม่เร่งรีบ ทุกอย่างดำเนินไปอย่างเรื่อย ๆ สบาย ๆ แทบจะไม่มีการแข่งขัน

แต่ในสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบันทำให้ลักษณะนิสัยในการบริโภคของคนในสังคมเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม จากที่เคยให้ความสำคัญในเรื่องของอาหารที่จะต้องมีความปราณีตสวยงาม เปลี่ยนมาเป็นอาหารที่ทำอย่างง่าย ๆ รวดเร็วไม่มีขั้นตอนมากมาย เนื่องจากในปัจจุบันเวลาเป็นสิ่งสำคัญและหน้าที่ของผู้หญิงก็แตกต่างจากเดิม ผู้หญิงไม่ได้ทำหน้าที่เป็นแม่บ้านเพียงอย่างเดียวอีกต่อไปแต่ต้องทำงานนอกบ้านอีกด้วย เพราะสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน ที่เงินเป็นสิ่งสำคัญส่งผลให้ทุก ๆ คนในสังคมจะต้องช่วยกันทำมาหากิน

เมื่อเป็นเช่นนี้แล้วการที่คนในสังคมปัจจุบันจะมานั่งเสียเวลาในการประกอบอาหารก็ลดน้อยลงทำให้เกิดธุรกิจเกี่ยวกับอาหารมากมาย ทั้งร้านอาหารประเภทต่าง ๆ หรือผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการประกอบอาหาร รวมถึงอาหารประเภทแช่แข็งที่สามารถถนอมทานได้ทันที ยิ่งนับวันธุรกิจทางด้านอาหารก็ยิ่งเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดการแข่งขันกันอย่างมากมาย

เมื่อมีการแข่งขันที่สูงมากขึ้น เพื่อที่จะทำให้อาหารของตนดำรงอยู่ได้นั้น ผู้ประกอบการก็ต้องหาวิธีต่าง ๆ ที่จะสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค เพื่อให้เลือกบริโภคสินค้าของตน และหาวิธีต่าง ๆ ที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญในรสชาติของอาหารมากกว่าที่จะสนใจถึงคุณค่าของอาหารหรือปริมาณของส่วนประกอบในอาหาร

ถึงแม้ว่าในปัจจุบันจะมีผู้บริโภคบางกลุ่ม บางคนก็เริ่มให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารที่มีคุณค่า มีประโยชน์ต่อร่างกาย อย่างเช่นอาหารเพื่อสุขภาพต่าง ๆ เป็นต้น แต่ก็ยังเป็นเพียงส่วนน้อยเท่านั้น ผู้บริโภคยังคงยึดติดกับรสชาติของอาหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคนี้เป็นยุคของผู้บริโภคสมัยใหม่ ที่มีลักษณะเป็นพวก Hedonist (ทฤษฎีที่เชื่อว่าความสุขสบายหรือความเพลิดเพลินเป็นยอดปรารถนาสูงสุด) (Gronow, 1997:1-12) จึงไม่น่าแปลกใจเลยว่ารสชาติกับคุณประโยชน์ต้องไปด้วยกัน

เมื่อผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องนี้มากทางด้านผู้ผลิต หรือผู้ประกอบการจึงสรรหาวิธีที่จะสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าของตน สังเกตได้จากการที่เกิดการสร้างลักษณะรับประกันความอร่อยขึ้น ทั้ง ๆ ที่ความอร่อยน่าจะเป็นเรื่องของรสนิยมส่วนตัว ความพอใจส่วนตัว เป็นเรื่องของนามธรรม แต่หลังจากที่มีป้ายซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของการรับประกันความอร่อยเกิดขึ้น ความอร่อยจึงกลายเป็นสิ่งที่สามารถรับประกันได้ จนทำให้น่าสงสัยว่าป้ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างมากมายนี้เหตุใดจึงมีพล้อย่างมากมายในการสร้างค่านิยมในการเลือกบริโภคสินค้าของผู้บริโภค และเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการร้านค้าเกี่ยวกับอาหารใช้เป็นกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายของร้านตนเอง ซึ่งป้ายรับรองความอร่อยนี้มีอยู่มากมายหลายชนิดด้วยกัน ทั้งที่เกิดขึ้นมานานแล้ว หรือเพิ่งเริ่ม อย่างเช่น ป้ายเชลล์ชวนชิม ป้ายเป็บพิศดาร และป้ายที่ให้เพื่อรับประกันความสะอาดของร้านอาหารอย่าง clean food good taste ของ กรุงเทพมหานคร

ป้ายเชลล์ชวนชิมนั้นเป็นป้ายที่ถือว่าเป็นตัวอย่างที่เด่นชัด ในการศึกษาเรื่องอิทธิพลของป้ายรับรองความอร่อยที่เกิดขึ้นในประเทศไทย เนื่องจากเชลล์ชวนชิมนั้นมีประวัติที่ยาวนานมา ถึง 40 ปี มีร้านอาหารและผลิตภัณฑ์ที่ได้รับประกาศนียบัตร เชลล์ชวนชิม กว่า 2000 ราย ซึ่งในปัจจุบันจะเหลืออยู่ประมาณ 1000 กว่าราย (คู่มือเชลล์ชวนชิม, 2543:13) ในเบื้องต้นนั้นจะขอกล่าวถึงที่มาของเชลล์ชวนชิม ก่อนว่ามีที่มาที่ไปอย่างไร

เชลล์ชวนชิม เริ่มต้นในปี 2504 โดยหม่อมเจ้าภีศเดช รัชนี ซึ่งในขณะนั้นดำรงตำแหน่งเป็นผู้จัดการแผนกส่งเสริมการขายและโฆษณาของ บริษัท เชลล์ แห่งประเทศไทย จำกัด ได้ปรึกษากับ หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ เกี่ยวกับการโฆษณาน้ำมัน ซึ่งต้องการให้เป็นแบบ Softsale คุณชายถนัดศรี จึงได้แนะนำไปว่าอย่างในฝรั่งเศสจะมี Michelin Guide ซึ่งเป็นผู้ผลิตยางรถยนต์ Michelin เป็นผู้สนับสนุนโครงการ โดยแนะนำอาหารในเส้นทางต่าง ๆ ในทวีปยุโรปซึ่ง

ก็เข้ากับอุปนิสัยของคนไทย ที่ชอบรับประทาน ควรนำจุดนี้มาเป็นจุดขาย โดยเป็นการแนะนำแหล่งอาหาร จึงทำให้เกิดคำว่า เซลล์ชวนชิม เป็นสัญลักษณ์แทนความอร่อยถึงปัจจุบัน

40 ปีผ่านไป ถึงแม้ว่าจะมีป้ายสัญลักษณ์ที่แทนความอร่อยเกิดขึ้นมากมาย แต่สัญลักษณ์เซลล์ชวนชิมยังคงอยู่ และยังคงเป็นที่เชื่อถือ ยอมรับจากทั้งผู้ประกอบการและผู้บริโภค โดยทั่วไปโดยสังเกตได้จากวิธีการที่จะได้ป้ายเซลล์ชวนชิมมานั้น ผู้ประกอบการจะต้องเป็นผู้ดำเนินการเองทั้งหมด โดยที่จะต้องทำเรื่องเสนอให้ หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ มาชิมอาหารที่ร้านของตน เมื่อ หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ยอมรับในรสชาติอาหารแล้วจะนำอาหารที่ผ่านการพิจารณาลงในหนังสือพิมพ์ ซึ่งในตอนแรกนั้นคอลัมภ์นี้อยู่ในหนังสือพิมพ์สยามรัฐฉบับดาวิจารณ์ ต่อมาจึงย้ายมาที่ฟ้าเมืองไทย และในปัจจุบันคือหนังสือพิมพ์มติชน เมื่อได้ลงแล้ว ผู้ประกอบการจะต้องส่งสำเนาไปที่บริษัทเซลล์ เพื่อที่ทางบริษัทจะได้จัดทำป้ายเซลล์ชวนชิมให้ โดยเสียค่าใช้จ่ายตามอัตราที่ทางบริษัทเป็นผู้กำหนด หลักการในการให้เซลล์ชวนชิมนั้น จะพิจารณาถึงความอร่อยเป็นอันดับแรก และความสะอาดเป็นอันดับต่อมา โดย หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ จะเป็นผู้ตัดสินใจที่จะให้หรือไม่ให้ป้ายเซลล์ชวนชิม (คู่มือเซลล์ชวนชิม, 2543:14)

ลักษณะเช่นนี้เป็นการแสดงถึงการใช้รสนิยมของผู้ชิมมาเป็นตัวตัดสิน ดังนั้นเราจึงไม่สามารถแน่ใจได้ว่าความน่าเชื่อถือที่เกิดขึ้นนั้นมาจากตัวของบุคคล หรือมาจากตัวของสัญลักษณ์ หรือเป็นเพราะว่าร้านอาหารหรือผลิตภัณฑ์นั้น ๆ สร้างคุณค่าให้กับตัวเอง เพียงแต่อาศัยตัวสัญลักษณ์เป็นเพียงเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์สินค้าของตน

จากข้างต้นทำให้มีประเด็นที่น่าสนใจศึกษาว่า ทำไมถึงได้เกิดการรับประกันความอร่อยขึ้นทั้ง ๆ ที่ความอร่อยเป็นเรื่องของรสนิยม ความพอใจ ไม่น่าจะมีมาตรฐานในการวัดได้ การที่จะมีการให้การรับประกันในเรื่องของอาหารนั้นน่าจะเป็นการให้การรับรองในเรื่องของคุณภาพการผลิต หรือในเรื่องของสารอาหารที่มีอยู่ในอาหารมากกว่า ซึ่งถือว่าเป็นเรื่องที่ค่อนข้างจะเป็นประโยชน์มากกว่า เพราะจะทำให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงชนิดและปริมาณของสารอาหารที่ตนจะได้รับจากการบริโภคอาหารนั้น ๆ

ถึงแม้ว่าในปัจจุบันจะมีการตื่นตัวในเรื่องของคุณภาพมาตรฐานการผลิตมากขึ้น แต่จะเห็นได้ว่าในชีวิตประจำวันของคนไทยนั้นไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้อย่างจริงจังสักเท่าไร ทำให้ประเด็นปัญหานี้เป็นเรื่องที่น่าสนใจว่า จริง ๆ แล้วสัญลักษณ์ที่ออกมาในรูปของป้ายรับประกัน

ความอร่อยนี้ ทำให้ถึงยังคงได้รับการยอมรับจากผู้ประกอบการ และป้ายรับประกันความอร่อยของอาหารนี้มีอำนาจมากขนาดที่ทำให้ หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ กลายเป็น Millionaire maker (คู่มือเซลล์ชวนชิม, 2543:13) ได้สมคำที่ท่านได้รับมาหรือเปล่า

นอกจากนั้นร้านหรือผลิตภัณฑ์ที่ได้ป้ายนี้มีความคุณภาพตามคำรับรองจริงหรือไม่ เพื่อที่จะได้นำมาศึกษากันต่อถึงอิทธิพลของสัญลักษณ์ที่คนเราสร้างขึ้นมา และกระบวนการในการที่จะสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นกับตัวสัญลักษณ์นั้น จนกระทั่งได้รับความไว้วางใจอยู่ในปัจจุบันหรืออาจเป็นไปได้ว่าในยุคนี้เป็นยุคที่ให้ความสำคัญกับความพอใจ (ซึ่งไม่สามารถแยกออกจากรสนิยมได้ เพราะรสนิยมเป็นที่มาของความพอใจ และความไม่พอใจ) (Gronow, 1997:1-12)

ดังนั้นจากที่กล่าวมาทั้งหมดจึงได้เกิดเป็นคำถามขึ้นมาว่า ลักษณะประเภทของกิจการทางด้านอาหารใดบ้างที่ใช้สัญลักษณ์เซลล์ชวนชิมเป็นตัวประชาสัมพันธ์สินค้าของตน เนื่องจากว่าอาหารมีมากมายหลายประเภทด้วยกัน และแต่ละประเภทก็มีลักษณะที่แตกต่างกันทั้งทางด้านรสชาติ วิธีการผลิต ซึ่งขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมการบริโภคของแต่ละพื้นที่ สิ่งเหล่านี้เป็นที่มาของการศึกษาว่าอะไรคือแรงจูงใจที่ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารหรือผลิตภัณฑ์อาหารใช้สัญลักษณ์เซลล์ชวนชิมในการประชาสัมพันธ์ร้านอาหารหรือผลิตภัณฑ์อาหารของตนเองทั้งที่อาหารแต่ละประเภทก็มีความแตกต่างกันอยู่ในตัวมันเอง สิ่งที่เป็นคำถามที่เกิดขึ้นก็คือร้านค้าเหล่านี้เชื่อมั่นในตัวสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิมหรือเชื่อมั่นในตัวของตัวเอง หม่อมราชวงศ์ ถนัดศรี สวัสดิวัตน์

นอกจากนี้งานวิจัยชิ้นนี้ยังจะได้ศึกษาถึงช่องทางในการสร้างความน่าเชื่อถือผ่านสื่อมวลชนของสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิมโดย หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ เป็นผู้ที่ทำให้สัญลักษณ์เซลล์ชวนชิมเป็นที่ยอมรับมากกว่า 40 ปี และเป็นที่ยอมรับในนามของสัญลักษณ์ของความอร่อย เมื่อเราเห็นป้ายเซลล์ชวนชิมเราจะสามารถมั่นใจได้ว่าร้านหรือผลิตภัณฑ์นี้ ได้ผ่านการรับรองคุณภาพมาตรฐานความอร่อยจาก หม่อมราชวงศ์. ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ถึงแม้ว่าจะไม่ได้มีการโฆษณาถึงป้ายสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิมโดยตรง แต่การที่ หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ได้เอ่ยถึงสัญลักษณ์อันนี้แทบจะทุกครั้งในการทำรายการผ่านสื่อมวลชนทั้งทางวิทยุและโทรทัศน์ ก็อาจจะเป็นสาเหตุที่ทำให้ป้ายเซลล์ชวนชิมเป็นที่รู้จักและยอมรับมาจนถึงทุกวันนี้

การวิจัยนี้อาจทำให้เราได้รู้ว่าเหตุใดป้ายสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิมนี้ถึงได้รับการยอมรับและอะไรเป็นสาเหตุที่ทำให้เจ้าของร้านมีความเชื่อมั่นในป้ายสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิม และสื่อมวลชนเข้าไปเกี่ยวข้องกับการสร้างความน่าเชื่อถือของป้ายสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิมหรือไม่ อย่างไร

ปัญหานำการวิจัย

1. กระบวนการสื่อความหมายของสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิม ที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพทางรสชาติของอาหารโดยผ่านสื่อต่างๆทำได้อย่างไร
2. ความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีต่อป้ายเซลล์ชวนชิมเกิดขึ้นได้อย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อให้เข้าใจถึงวิธีการในการสื่อความหมายของสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิม ที่เกี่ยวกับคุณภาพทางรสชาติของอาหารโดยผ่านสื่อต่างๆ
2. เพื่อให้เข้าใจถึงสาเหตุที่ป้ายเซลล์ชวนชิมได้รับการยอมรับจากผู้ประกอบการร้านอาหาร

ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้จำกัดขอบเขตศึกษาป้ายสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิม ซึ่งเริ่มต้นในปี 2504 เนื่องจากมีประวัติอันยาวนานถึง 40ปี โดยทำการศึกษาร้านค้าที่ได้รับการรับรองความอร่อยจากป้ายสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิม โดยร้านค้าที่จะทำการศึกษาคือร้านค้าที่ได้รับป้ายสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิมที่อยู่ในเขตจังหวัด กรุงเทพมหานคร

ข้อสันนิษฐานการวิจัย

1. ป้ายสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิมใช้สื่อต่างๆในการทำหน้าที่สร้างประทับความรู้สึกให้กับผู้บริโภค
2. ป้ายสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิมก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีกับผู้ประกอบการทั้งยังทำให้ผู้ประกอบการบรรลุเป้าหมายทางการขายได้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการศึกษาในการวิจัยดังกล่าวเป็นการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการได้ตระหนักถึงความจำเป็นในการประกันคุณภาพอันก่อให้เกิดการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานอยู่เสมอ

บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีแนวคิดทฤษฎีและงานเขียนที่เกี่ยวข้องที่ใช้ในการศึกษาการสื่อความหมายเพื่อการรับรองคุณภาพความอร่อยของอาหารจากป้ายเซลล์ชวนชิมดังนี้

1. แนวคิดเรื่องสัญลักษณ์
2. แนวคิดเรื่องอิทธิพลของผู้ส่งสาร
3. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยแห่งการพูดที่สัมฤทธิ์ผลในทัศนะของอริสโตเติล
4. ทฤษฎีภาพลักษณ์ของเคนเนท อี โบลดิ้ง
5. แนวคิดเกี่ยวกับจิตวิทยาทางด้านอาหาร
6. แนวคิดเกี่ยวกับการประกันคุณภาพ

จากแนวคิดดังกล่าวจะได้นำเสนอในรายละเอียดแต่ละประเด็นดังนี้

1. แนวคิดเรื่องสัญลักษณ์

สัญวิทยา (Semiology หรือ Semiotics) O'Sullivan (1983: 210, 214) ได้อธิบายและให้คำจำกัดความไว้ว่าเป็นการศึกษาในเรื่องของสัญลักษณ์ (Sign) รหัส (Codes) และวัฒนธรรมซึ่งเกี่ยวข้องกับการแสดงให้เห็นถึงลักษณะที่สำคัญของสัญลักษณ์ และการที่สัญลักษณ์นั้นถูกนำมาใช้ในสังคม

สัญลักษณ์ มีลักษณะที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. จะต้องมึลักษณะทางกายภาพ
2. จะต้องมีความหมาย หมายถึง บางสิ่งบางอย่างนอกเหนือจากตัวของมันเอง
3. สัญลักษณ์ จะต้องถูกนำมาใช้และรับรู้โดยผู้ที่เกี่ยวข้องว่าเป็นสัญลักษณ์

Ferdinand de Saussure (อ้างถึงใน ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ 2531:183-184) อธิบายความหมายของสัญลักษณ์ว่า เป็นสิ่งที่สัมผัสได้ด้วยอายตนะ (ประสาทรับสัมผัสทั้ง 5) และเป็นสิ่งที่คนกลุ่มหนึ่งตกลงใช้สิ่งนั้นเป็นเครื่องหมาย (Mark) หมายถึงอีกสิ่งหนึ่งที่ไม่ได้ปรากฏในสัญลักษณ์นั้น

Saussure แบ่งสัญญะออกเป็น 2 ส่วนคือ ตัวหมาย (Signifier) กับตัวหมายถึง (Signified) ตัวหมาย คือสิ่งที่ปรากฏให้เห็นเป็นเครื่องหมาย เช่นเมื่อเราเขียนคำว่า “ม้า” โดยมุ่งที่จะให้หมายถึงตัวม้าจริง ๆ ตัวอักษรคำว่า “ม้า” ถือเป็นตัวหมาย ส่วนตัวม้าจริง ๆ เป็นตัวหมายถึง กระบวนการสร้างความหมาย (Signification) การศึกษาในเชิงสัญญวิทยา ให้ความสำคัญกับการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึงเพื่อดูว่าความหมายถูกสร้างขึ้นและถูกถ่ายทอดออกมาอย่างไร โดยนำเอาตัวบท (Text) มาวิเคราะห์เพื่อดูว่าตัวหมายนั้นสร้างความหมายอย่างไร ในการสื่อสารของคนเรานั้นจะมีความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึงเกิดขึ้นตลอดเวลา การวิเคราะห์ทางสัญญวิทยานั้นเราจะไม่คำนึงถึงเนื้อหาเพราะเนื้อหาไม่ได้สร้างความหมายของตัวบท แต่ความสัมพันธ์ของตัวหมายและตัวหมายถึงเป็นตัวสร้างความหมาย

Roland Barthes ศาสนุศิษย์คนหนึ่งของ Saussure เป็นคนแรก que คิดถึงเรื่องนี้ เขาให้แนวความคิดในการวิเคราะห์ความหมายแฝงอยู่ในการติดต่อสื่อสาร หัวใจสำคัญของทฤษฎีของ Barthes คือขั้นตอนในการแสดงความหมาย 2 ขั้น ซึ่งประกอบด้วย การตีความหมายตรง (Denotation) และการตีความหมายโดยนัยแฝง (Connotation)

การตีความตามความหมายตรง (Denotation)

Denotation เป็นความหมายขั้นแรกเหมือนที่ Saussure ได้ศึกษา มันอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึงในสัญญะนั้น และความสัมพันธ์ของสัญญะกับสิ่งที่กล่าวถึงเป็นความหมายที่ชัดเจนของสัญญะ เช่น ภาพวิรูรูปถนนก็แสดงความหมายว่า เป็นถนนสายนั้น หรือคำว่า “Street” ก็แสดงความหมายว่า เป็นถนนชนบทที่มีอาคารบ้านเรือนเรียงรายอยู่สองฟาก แต่ถ้าเราใช้เทคนิคในการถ่ายภาพเข้าช่วยเช่น ใช้ฟิล์มสีถ่ายขณะมีแสงแดดอ่อน ๆ ใช้เลนส์กระจกปรับภาพทำให้ภาพนุ่มขึ้น จะทำให้มองเห็นภาพของถนนสายนี้ เป็นถนนที่อบอุ่นไปด้วยความสุข ความอบอุ่น สะท้อนสังคมที่มีมนุษยธรรมเหมาะสำหรับเด็ก ๆ ที่จะวิ่งเล่นอยู่บนถนนนี้ แต่ถ้าใช้เทคนิคการถ่ายอีกรูปแบบหนึ่ง ใช้ฟิล์มขาว-ดำและกระจกเลนส์ปรับภาพทำให้ดูแข็งกระด้างจะทำให้ภาพของถนนสายนี้เป็นที่ ๆ ไม่น่าอยู่มีแต่ความเยือกเย็นไม่เป็นมิตร ไม่มีความอบอุ่นเมตตา ไม่เหมาะสำหรับเด็ก ๆ จะวิ่งเล่นความหมายแรกจากภาพที่แสดงว่า เป็นถนนสายหนึ่งนั้นเป็นการตีความตามความหมายตรง แต่ความหมายที่สองที่ให้ความรู้สึกจากการใช้เทคนิคการถ่ายภาพทั้งสองวิธี แสดงความหมายในขั้นที่ 2 ซึ่งเรียกว่าการตีความหมายโดยนัยแฝง

การตีความหมายโดยนัยแฝง (Connotation)

Barthes อธิบายว่าความหมายในชั้นที่ 2 มีอยู่ 3 ประการ ประการแรกคือการตีความหมายโดยนัยแฝง อธิบายถึงปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นเมื่อสัญลักษณ์กระทบกับความรู้สึกหรืออารมณ์ของผู้ใช้สารและค่านิยมในวัฒนธรรมของเขา ความหมายในชั้นที่ 2 นี้เกิดขึ้นจากการตีความโดยอัตตวิสัย และเมื่อผู้ตีความได้รับอิทธิพลจากผู้ให้สารไปพร้อม ๆ กับได้รับจากวัตถุหรือสัญลักษณ์

Barthes กล่าวว่า ปัจจัยเชิงวิพากษ์ในการตีความหมายโดยนัยแฝงคือ ตัวหมายในชั้นแรกคือ สัญลักษณ์ของการตีความหมายโดยนัยแฝง ในภาพ ถนนสายเดียวกัน 2 ภาพ ความคิดฝันของเราเกี่ยวกับถนนสายนั้นออกมาแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับเทคนิคการถ่ายภาพทั้งสองนั้นเป็นตัวแทน การที่กล้องจับภาพถนนและถ่ายออกมาให้เราเห็นบนแผ่นฟิล์มเป็นการตีความหมายโดยตรง แต่การถ่ายภาพโดยใช้เทคนิค แสงสี และอุปกรณ์พิเศษ นำความรู้สึกนึกคิดของคนนั้นเข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการถ่ายทำนั้น เป็นการตีความหมายโดยนัยแฝงจากสิ่งที่มนุษย์ทำขึ้น การตีความหมายตรงจึงเป็นอะไรที่กล้องถ่าย แต่การตีความหมายโดยนัยแฝง คือลักษณะที่ถ่ายนั้นทำให้เกิดความรู้สึกนึกคิดอย่างไร

เครื่องหมายของเจ้าหน้าที่ในสังคมที่มีการแบ่งชนชั้นก็สามารถแสดงสัญลักษณ์ได้เครื่องหมายแสดงยศต่าง ๆ ยิ่งมีมากยิ่งแสดงว่าอยู่ในระดับสูง แต่ในสังคมที่ไม่แบ่งชนชั้นเครื่องแบบของเจ้าหน้าที่จะไม่ค่อยแตกต่างจากประชาชนทั่วไป เครื่องแบบของ Castro หรือ ประธานเหมาจะไม่แตกต่างไปจากประชาชนเท่าใดนัก

การตีความหมายโดยนัยแฝง เป็นสิ่งที่ขึ้นอยู่กับค่านิยมทางวัฒนธรรม แม้ว่าบ่อยครั้งที่จะแสดงให้เห็นถึงภาพพจน์ เช่น ภาพเด็กที่ถ่ายด้วยกระจกเลนส์ปรับภาพทำให้ภาพนุ่มขึ้น แสดงความรำลึกในอดีต เป็นสัญลักษณ์ของความคลุมเครือไม่ชัดเจนแห่งความทรงจำแต่เป็นสัญลักษณ์ของความรู้สึกด้วยเช่นกัน แต่การที่จะตีความเช่นนี้เราก็ต้องรู้จักประสงค์ที่สำคัญของช่างภาพ ไม่ใช่ว่าเป็นภาพที่เกิดขึ้นเพราะขีดจำกัดของเครื่องมือ ถ้าช่างภาพทุกคนถ่ายภาพออกมาโดยใช้กระจกเลนส์ปรับภาพทำให้ภาพนุ่มขึ้นหมด ภาพนั้นก็ไม่ได้แสดงการรำลึกถึงความหลังแต่อย่างใด

เนื่องจากการตีความหมายโดยนัยแฝงเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในระดับอัตตวิสัยบ่อยครั้ง เราจึงไม่ได้ตระหนักถึงความหมายแฝงอยู่นี้ ภาพถ่ายขาว-ดำ ของถนนที่ใช้กระจกเลนส์ปรับภาพทำ

ให้ภาพนุ่มขึ้น เป็นภาพที่ขาดมนุษยธรรม มักถูกตีความในระดับการตีความตามความหมายตรง เพราะถนนทั่วไปก็เป็นอย่างนี้ ดังนั้นการตีความหมายโดยนัยแฝงจึงมักจะถูกตีความแค่ความจริง ในระดับการตีความตามความหมายตรง

วัตถุประสงค์หลักประการหนึ่ง ของการวิเคราะห์สัญญะก็เพื่อให้เรามีวิธีการและกรอบ ที่จะไม่ให้ตีความผิด

มายาคติ (Myth)

Barthes กล่าวว่าความหมาย ประการที่ 2 ที่สัญญะแสดงในชั้นที่ 2 คือผ่านทางมายาคติ ในบางครั้งมายาคติหมายถึงความเข้าใจในทางที่ผิด แต่ Barthes คงจะหมายถึงเรื่องเล่าที่อธิบายหรือทำให้เข้าใจธรรมชาติหรือความจริง (Reality) โดยอาศัยวัฒนธรรม เรื่องเล่าดั้งเดิมมักจะเกี่ยวกับชีวิตและความตาย คนและพระเจ้า ความดีและความชั่วร้าย เรื่องเล่าปัญญาชนมักจะเกี่ยวกับเพศชายหญิง ครอบครัว ความสำเร็จ ตำรวจอังกฤษ และวิทยาศาสตร์

สำหรับ Barthes มายาคติ คือวิถีคิดทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับบางสิ่งบางอย่างเป็นความคิดรวบยอดหรือความเข้าใจในสิ่งนั้น Barthes คิดถึง มายาคติเหมือนลูกโซ่ที่คล้องคอความคิด ดังนั้นมายาคติที่เป็นประเพณีดั้งเดิมเกี่ยวกับตำรวจอังกฤษจึงรวมความคิดของความเป็นมิตร ความมั่นใจ ความมั่นคง ความไม่ก้าวร้าวและไม่มีความกลัว ถ้าการตีความหมายโดยนัยแฝงเป็นการแสดง ความหมายในชั้นที่ 2 ของตัวหมาย มายาคติก็เป็นการแสดงความหมายในชั้นที่ 2 ของตัวหมายถึง

คุณลักษณะอีกประการหนึ่ง ของมายาคติที่ Barthes ย้ำคือ พลวัต (Dynamism) มันเปลี่ยนแปลงและบางครั้งการเปลี่ยนแปลงก็เป็นไปอย่างรวดเร็วเพื่อสนองความต้องการและค่านิยมที่เปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรม

การตีความหมายโดยนัยแฝง และมายาคติ เป็นช่องทางสำคัญที่สัญญะได้แสดง ความหมายในชั้นที่ 2 ซึ่งเป็นชั้นที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างสัญญะหรือวัฒนธรรมอย่างมาก

สัญลักษณ์ (Symbols)

ในปี 1977 Barthes ได้กล่าวถึงทางที่ 3 ของการแสดงความหมายในลำดับชั้นที่ 2 ซึ่งเขาเรียกว่า Symbolic วัตถุจะกลายเป็นสัญลักษณ์เมื่อมันแสดงถึงประเพณีนิยมและให้ความ

หมายเหตุสิ่งใดสิ่งหนึ่ง รถ Rolls Royce เป็นสัญลักษณ์ของความมั่นคงและในบทละครที่ขายหนึ่งถูกบังคับให้ขายรถ Rolls Royce ของเขา ก็เป็นสัญลักษณ์ของความล้มเหลวในธุรกิจและสูญเสีย ในบทละครเรื่อง Ivan the Terrible “ทอง” ได้ถูกใช้เป็นสัญลักษณ์ของความร่ำรวยอำนาจและสถานภาพ

แนวคิดของ Barthes ในเรื่อง Symbolic พัฒนาอย่างเป็นระบบน้อยกว่าแนวคิดเรื่องการตีความหมายโดยนัยแฝง และมายาคติ

Pierce เสนอแนวคิดที่ว่า รถ Rolls Royce เป็นดัชนี (Index) ของความร่ำรวยแต่เป็นสัญลักษณ์ (Symbol) ของสถานภาพทางสังคมของเจ้าของรถ ทองเป็นดัชนีของความร่ำรวย แต่เป็นสัญลักษณ์ของอำนาจ

นอกจากนี้ยังมีแนวคิดในเรื่องสัญลักษณ์ที่มีผู้ทำการศึกษาคือ

John Fiske (1982: 43) ได้กล่าวถึง วิธีการศึกษาเชิงสัญลักษณ์วิทยา ว่าเป็นการศึกษาในส่วนสำคัญ 3 ส่วน คือ

1. เป็นการศึกษาเรื่องของสัญลักษณ์ (Sign) ซึ่งจะต้องมีลักษณะทางกายภาพ มีความหมายถึงบางสิ่งบางอย่างที่นอกเหนือจากตัวมันเอง และสัญลักษณ์นี้จะต้องถูกนำมาใช้และรับรู้โดยผู้ที่เกี่ยวข้องว่าเป็นสัญลักษณ์ (Sign)

Pierce ให้ความสำคัญกับสัญลักษณ์ เพราะไม่มีการสื่อสารใดที่เกิดนอกระบบสัญลักษณ์ซึ่งสัญลักษณ์ต่าง ๆ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

- 1.1 ภาพที่ปรากฏ (Icon) หมายถึง สัญลักษณ์ที่มีลักษณะเป็นภาพหรือเป็นวัตถุที่มองเห็นได้ชัดเจน เช่น ภาพถ่าย ภาพเหมือน แผนที่

- 1.2 ดัชนี (Index) หมายถึง สัญลักษณ์ที่มีลักษณะเป็นตัวชี้ให้เห็นอีกสิ่งหนึ่ง เช่น เครื่องหมายที่แสดงยศ ตำแหน่ง จะเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงความมีอำนาจ

- 1.3 สัญลักษณ์ (Symbol) หมายถึง สัญลักษณ์ที่มีลักษณะเกี่ยวข้องกับสิ่งที่เป็นกฎหรือระเบียบหรือสิ่งที่ทุกคนเห็นพ้องต้องกัน เข้าใจเหมือนกัน ๆ กัน เช่น ภาษาตัวเลข หรือภาพในหลวงทุกคนก็เข้าใจเหมือนกันหมดว่าเป็นสิ่งที่ต้องให้ความเคารพ ยกย่อง เทิดทูน

ลักษณะสัญญาณ (Sign) ทั้ง 3 ชนิดนี้ ไม่ได้แยกจากกันโดยเด็ดขาด สัญญาณหนึ่ง ๆ อาจประกอบด้วยรูปแบบต่าง ๆ กัน ซึ่งอาจจะเป็นทั้งภาพที่ปรากฏ ดัชนี และสัญลักษณ์ รวมกันอยู่ได้ เช่น ภาพพระสงฆ์สามารถจะเป็นได้ทั้งภาพที่ปรากฏ ก็คือ ภาพเหมือนของพระจริง ๆ ขณะเดียวกันก็เป็นดัชนีคือ เป็นตัวชี้ให้เห็นถึงเป็นตัวแทนของศาสนา และก็เป็นทั้งสัญลักษณ์ด้วยในแง่ที่ทุกคนต้องให้ความเคารพ นับถือ

2. เป็นการศึกษาในเรื่องรหัส (Code) เป็นรหัสพฤติกรรม (Code of Behavior) และรหัสการให้ความหมาย (Signifying Code) ซึ่งอยู่ในลักษณะของสัญญาณต่าง ๆ ที่ปรากฏอยู่ในสังคมและวัฒนธรรมนั้น ๆ

3. วัฒนธรรม (Culture) ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่มีสัญญาณ (Sign) และรหัส (Code) เกี่ยวพันกันอยู่ในแต่ละวัฒนธรรม และจะมีความหมายเฉพาะเมื่ออยู่ในวัฒนธรรมนั้น ๆ

ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ (2531: 184-185) ได้อธิบายถึงแนวคิดเชิงสัญญาณวิทยาว่า

โดยหลักการแล้ว อะไรก็ตามที่สามารถสร้างประทับความรู้สึกได้ก็สามารถจะเป็นสัญญาณได้ และการประทับความรู้สึกที่เกิดจากสัญญาณนี้ก็ไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับภาพประทับความรู้สึกที่เกิดจากสิ่งที่เป็นตัวหมาย (หมายความว่า การเห็นตัวอักษรคำว่า “ม้า” ไม่จำเป็นต้องทำให้เกิดอารมณ์ความรู้สึก เช่นเดียวกับการได้เห็นม้าจริง ๆ)

จุดจึงเป็นจุดที่มีความสำคัญ และทำให้เราต้องให้ความสนใจกับระบบสัญญาณ ทั้งระบบเป็นพิเศษ ทั้งนี้เพราะในการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของความหมาย เรื่องของการถ่ายทอด เรื่องของการแตกตัว (อนุพันธ์ Derive) ทั้งหลายนั้นล้วนแล้วแต่มีที่มาจากระบบสัญญาณและความรู้ที่เรามีต่อระบบสัญญาณทั้งนั้น การที่บรรดาสัญญาณแต่ละตัวเกิดมีความหมายเฉพาะขึ้นได้ก็เนื่องจากสัญญาณแต่ละตัวนั้น มีความผิดแผกแตกต่างกัน และต่างมีตัวเล็อกออกไปหลาย ๆ แบบ (โดยที่ความแตกต่างนี้เกิดขึ้นอย่างมีระบบไม่ใช่ความบังเอิญ)

การเกิดขึ้นของความหมายทั้งหมด ล้วนถูกควบคุมจากรหัสทางภาษาศาสตร์หรือรหัสของระบบสัญญาณและจากค่านิยม (ไม่ว่าจะเป็นค่านิยมในทางบวกหรือทางลบก็ตาม) ที่ถูกกำหนดอีกชั้นหนึ่งโดยกฎเกณฑ์ของวัฒนธรรมและกฎเกณฑ์ของระบบสัญญาณเอง

วิชาสัญวิทยา ก็คือ วิชาที่นำการสำรวจธรรมชาติของระบบสัญยะ (วากยสัมพันธ์ Syntax) ระบบสัญยะนำการควบคุมการสร้างความหมายของ “ตัวบท” (Text) ให้เป็นไปอย่างมีความสลับซับซ้อนอย่างแฝงเร้นและต้องขึ้นอยู่กับลักษณะของแต่ละวัฒนธรรม ความหมายที่กล่าวถึงนี้มีทั้ง 2 ระดับ คือ การตีความตามความหมายตรง และการตีความหมายโดยนัยแฝง โดยที่ความหมายโดยนัยแฝงนั้น หมายถึงกลุ่มของความหมายที่มาเชื่อมโยงเข้าด้วยกัน และภาพลักษณะที่ถูกกระตุ้นและแสดงออกโดยการใช้ และการนำเอาสัญยะมาผสมกันเป็นแบบต่าง ๆ ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดที่สุดก็คือ ในกรณีของนิทานปรัมปรา ซึ่งเน้นความคิดที่มีอยู่ในสังคมดั้งเดิมและเป็นเรื่องที่เต็มไปด้วยค่านิยมนานาชนิดที่มาจากวัฒนธรรมนั่นเอง ดังนั้นเวลาที่เราฟังเรื่องของนิทานเหล่านี้เช่น ในเรื่อง โสนน้อยเรือนงาม ถ้าหากเราไม่ทราบความหมายของ “เรือนงาม” และไม่รู้จักค่านิยมที่มีอยู่ในสัญลักษณ์นี้ เนื่องจากเราไม่ได้มีชีวิตอยู่ในสังคม และวัฒนธรรมเดียวกับที่ตำนานเล่าเรื่องนี้ถือกำเนิดขึ้นมา เราจะไม่สามารถเข้าถึงความหมายที่นิทานเรื่องนี้ต้องการสื่อสารได้ ตำนานปรัมปรานี้เป็นสิ่งที่ได้รับการถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่งด้วยระบบการสื่อสารเช่น การนั่งเล่านิทานรอบกองไฟ เป็นต้น

การศึกษาสื่อมวลชนก็สามารถนำเอาวิธีการข้างต้นมาใช้ได้เช่นกัน ทั้งนี้เพราะเนื้อหาของสื่อมวลชน ประกอบด้วย “ตัวบท” (Text) จำนวนมากมาย ตัวบทเหล่านี้ ส่วนใหญ่แล้วมีลักษณะมาจากมาตรฐานเดียวกันเข้าไปซ้ำมา และถูกประกอบขึ้นมาตามกฎเกณฑ์ระบบรหัสไม่มีแบบฉบับที่แน่นอนในตัวเอง บ่อยครั้งที่ตัวบทเหล่านี้ถูกสร้างขึ้นมาจากเรื่องราวที่แฝงเร้นอยู่เบื้องหลังและสร้างจากภาพพจน์ที่มีอยู่ในวัฒนธรรมทั้งฝ่ายผู้สร้างและผู้รับบทนั้น การประยุกต์เอาสัญวิทยามาใช้ในการวิเคราะห์จะช่วยทำให้การค้นหาความหมายของตัวบท (ซึ่งเราน่าจะมองในลักษณะภาพรวมทั้งหมดดีกว่าจะดูเป็นทีละส่วน) ให้เปิดกว้างหลากหลายยิ่งขึ้น ซึ่งน่าจะเป็นวิธีการที่ดีกว่าการตีความหมายตามหลักไวยากรณ์ทางภาษา หรือโดยการอาศัยการเปิดพจนานุกรมดูทีละคำ

ในการวิเคราะห์ตัวบท ซึ่งเป็นตัวเนื้อหาสาระ หรือตัวสารนั้น เริ่มยอมรับกันว่า “.....ตัวสารนั่นเองเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการสื่อสาร การทำความเข้าใจกับตัวสารจึงเป็นเรื่องสำคัญ ซึ่งความเข้าใจนี้จะต้องครอบคลุมไปถึงลักษณะโครงสร้างภายในของตัวสารและวิธีการที่ทำให้เกิดความหมายและความสัมพันธ์ระหว่างตัวสารกับวัฒนธรรมในลักษณะที่เป็นองค์รวม(ศิริชัย ศิริกา ยะ และกาญจนา แก้วเทพ 2531: 82) การสื่อสารโดยทั่วไปและโดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารมวลชนนั้น มีตัวสารหรือตัวเนื้อหาที่เรียกว่า “ตัวแทน” (Text) ที่จะให้นำมาศึกษาได้ละเอียดอยู่มาก

มาย และการนำเอาตัวบทนี้มาวิเคราะห์ อาจทำให้ค้นพบข้อสรุปเกี่ยวกับรากของวัฒนธรรม หรือ ความหมายของเนื้อหาตลอดจนจุดมุ่งหมายของเนื้อหาได้อีกด้วย

การศึกษาสื่อมวลชนตามแนวคิดนี้ เรามุ่งศึกษา “ตัวบท” จากสื่อเพราะ “ตัวบท” เป็น ผลผลิตของสื่อมวลชนที่ผ่านกระบวนการอันสลับซับซ้อนมาแล้ว และเป็นพยานหลักฐานที่เรา สามารถให้ความกระจ่างเกี่ยวกับตัวผู้ส่งสารได้เป็นอย่างดี

ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ (2531: 83-84) ได้อธิบายถึง การนำทฤษฎีที่ เน้นที่ตัวสารหรือตัวเนื้อหา (ตัวบท) ของสื่อมวลชนมาศึกษาว่า

ฐานของตัวทฤษฎีที่นำมาใช้วิเคราะห์เนื้อหา อยู่ที่ว่า เนื่องจากกฎต่าง ๆ ของภาษา (หรือลักษณะอื่นใดก็ตามที่ถูกทำขึ้นมาแทน หรือ “การเข้ารหัส”) ถูกกำหนด หรือมีข้อจำกัดโดย โครงสร้างภายในของวัฒนธรรมดั้งเดิม (รากเดิมของวัฒนธรรม) ดังนั้นตัวเนื้อหาหรือตัวบทที่เลือก มาศึกษาจึงเป็นการเปิดโอกาสให้นำมาอ่าน และตีความได้ ดังนั้นเราจึงสามารถเข้าใจความหมาย หากเรารู้กฎเกณฑ์ของภาษา และมีความคุ้นเคยอย่างดีกับวัฒนธรรม ถึงแม้ว่าแนวทางในการ ศึกษาเรื่องนี้จะมีมากมาย แต่เราก็ยังสามารถระบุลักษณะที่สำคัญของทฤษฎีเหล่านี้ได้คือ

ประการแรก ความหมายที่เราตีความออกมาจากตัวเนื้อหาของสื่อมวลชน ไม่จำเป็นต้อง เป็นเช่นเดียวกับความตั้งใจของผู้ส่งสารหรือเป็นความหมายเดียวกันกับผู้รับสารมีอยู่ แต่ ความหมายเราตีความนั้น เราถือเป็นความหมายที่ปราศจากอคติ เกิดขึ้นมาจากหลักตรรกของ ระบบสัญลักษณ์ที่ใช้ในการ “เข้ารหัส” ประการที่สอง แนวการศึกษาไม่ได้เน้นเฉพาะความ หมายที่ปรากฏในระดับพื้นผิว หรือความหมายตามตัวหนังสือของเนื้อหาสื่อมวลชนเท่านั้น แต่ยัง ให้ความสนใจต่อความหมายที่แอบแฝงหรือความหมายเชิงนัยยะ ซึ่งผู้สร้างสารอาจจะตั้งใจหรือ ไม่ตั้งใจให้เกิดความหมายดังกล่าวก็ตาม ประการที่สาม แนวทางการศึกษานี้ไม่ได้จำกัดเฉพาะ การวิเคราะห์ภาษาเขียนเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงรูปภาพ ท่าทาง เสียง หรือเครื่องมือต่าง ๆ ที่ถูกนำมาใช้ในการสื่อความหมายด้วย

จากที่ได้กล่าวมา จึงได้ใช้แนวทางวิชาสัญลักษณ์วิทยาการศึกษาตัวบท (Text) ซึ่งจะทำให้ ความเข้าใจความหมาย โดยที่ความหมายที่เราตีความมาจากตัวบทเนื้อหาของสื่อมวลชนไม่จำเป็นต้อง เป็นความตั้งใจของผู้รับสาร แต่ความหมายที่เราตีความนั้น เราถือว่า เป็นความหมายที่

ปราศจากอคติ และไม่ได้มีความหมายเฉพาะความหมายที่ปรากฏในระดับพื้นผิวเท่านั้น แต่ยังเป็นความหมายโดยนัยแฝง ซึ่งผู้สร้างสารอาจจะตั้งใจหรือไม่ตั้งใจให้เกิดความหมายดังกล่าวก็ได้ (ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ, 2531: 34)

จากหลักการแนวคิดเรื่องสัญลักษณ์ อะไรก็ตามที่สามารถสร้างประทับความรู้สึกได้ก็สามารถจะเป็นสัญลักษณ์ได้ การที่ป้ายสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิมสามารถสร้างประทับความรู้สึกได้ว่าร้านอาหารร้านนี้มีความอร่อยโดยผ่านสื่อต่างๆ จึงจัดได้ว่าสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องสัญลักษณ์ ดังที่ได้ทำการศึกษาวิจัยต่อไป

2. แนวคิดเรื่องอิทธิพลของผู้ส่งสาร

ในกระบวนการเผยแพร่ความคิดใหม่หรือประดิษฐกรรมใหม่ การสื่อสารจะเป็นแบบหลายขั้นตอน ในสมัยโบราณเมื่อเทคโนโลยียังไม่เจริญก้าวหน้า การสื่อสารด้วยวาจาจะเป็นวิธีแรกในการสื่อสาร ต่อมามีการประดิษฐ์ตัวอักษร เราเริ่มมีการสื่อสารกันเป็นลายลักษณ์อักษร และในปัจจุบันนี้เมื่อเทคโนโลยีเจริญก้าวหน้าอย่างมาก มีสื่อต่าง ๆ มาช่วย แม้มนุษย์รับสารจากเทคโนโลยีแล้ว มนุษย์มีการส่งต่อสารนั้นต่อไป และมีผู้รับสารบางคนที่ไม่ได้รับสารโดยตรงจากเครื่องมือสื่อสารชนิดใหม่ก็ยังคงอาศัยผู้อื่นส่งต่อข่าวสารนั้นมาให้ ฉะนั้นผู้สื่อสารส่งต่อจึงมีอิทธิพลอย่างมากในการที่จะสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ตัวสารด้วยคุณลักษณะของผู้สื่อสารเอง

ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร ในเรื่องนี้มีการศึกษาของนักวิชาการสื่อสารที่สำคัญหลายคน ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารนั้นอริสโตเติลได้กล่าวถึงเมื่อ 2,000 ปีล่วงมาแล้วว่า บุคลิกของผู้พูดเป็นสาเหตุของการโน้มน้าวที่สำคัญของการพูด เขาอธิบายว่าเมื่อผู้ฟังไม่รู้จริงในเรื่องที่ฟัง เมื่อความเห็นถูกแบ่งแยก เมื่อนั้นผู้พูดมีความหมายมาก การโน้มน้าวใจด้วยบุคลิกมาจากเหตุ 3 ประการ คือ ประการแรก ผู้พูดต้องเป็นผู้มีสติปัญญาลึกซึ้ง มีไหวพริบไหวพริบปัญญาทอปรด้วยวิจรรณญาณอย่างดี ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Intelligence ประการที่สอง ผู้พูดต้องแสดงให้เห็นว่ามีความปรารถนาดีต่อผู้ฟัง มีความตั้งใจจริงที่จะรักษาประโยชน์ให้ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า good will ประการที่สาม ผู้พูดต้องแสดงให้เห็นว่าเป็นผู้มีนิสัยดี มั่นอยู่ในศีลธรรม ภาษาอังกฤษเรียกว่า good character คือเป็นผู้รักความยุติธรรม กล้าหาญ ยับยั้งชั่งใจ เมตตากรุณา โอบอ้อมอารี เสรีนิยม สุภาพรอบคอบ สุขุม พูดจริงทำจริง รักษาคำพูด แนวความคิดของอริสโตเติลได้รับการพัฒนามาตลอด ปรากฏทางการสื่อสาร ได้สรุปออกมาในทำนองคล้ายคลึงกันว่า ความน่าเชื่อถือ

ของผู้ส่งสารขึ้นกับปัจจัย 2 ประการคือ ความสามารถหรือความเป็นผู้ชำนาญ และความน่าไว้วางใจ ปัจจัยทั้ง 2 ประการนี้ ผู้รับสารต้องมองเห็นว่ามีอยู่ในตัวผู้ส่งสาร ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารนี้ไม่ใช่สิ่งที่คุณส่งสารจะประกาศให้ทุกคนทราบและได้รับการยอมรับ ความน่าเชื่อถือนี้มีได้มีลักษณะโดด ๆ (Single Characteristic) เหมือนอย่างอายุ เพศ แต่ต้องเป็นสิ่งที่ผู้รับสารมองเห็นรับรู้ และเชื่อ เช่นนั้น ความสามารถหรือความเป็นผู้ชำนาญเป็นลักษณะเฉพาะเจาะจง เช่นเกี่ยวกับภารกิจการงานที่ผู้ส่งสารเกี่ยวข้องอยู่ ส่วนความน่าไว้วางใจเป็นลักษณะทั่ว ๆ ไปหรืออาจกล่าวได้ว่าความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารจะแตกต่างกันไปตามหัวข้อ (Topic) ของสารแต่ละเรื่องไปและแตกต่างกันไปในแต่ละสถานการณ์ มีงานวิจัยชิ้นหนึ่งที่นำเสนอใจของเดซพันท์ ประวิทย์ ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรตำบลสันทราย เชียงใหม่ งานวิจัยพบว่า ความน่าไว้วางใจ ความสามารถ ความกระตือรือร้นในตัวเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรไม่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการปลูกข้าวบาสมาตีของเกษตรกร และยิ่งกว่านั้นทักษะในการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรมีความสัมพันธ์ในทางลบกับการยอมรับการปลูกข้าวบาสมาตีของเกษตรกร และปรากฏว่าความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากบุคคลอื่นของเกษตรกรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับการปลูกข้าวบาสมาตีของเกษตรกร การวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าถ้าเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรไม่ได้ถูกมอง (Perceived) จากชาวบ้านว่า มีคุณลักษณะที่น่าเชื่อถือ การโน้มน้าวใจของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรก็จะไม่ได้ผลเช่นกัน

การวิจัยด้านความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารได้พัฒนาโดย Bolo และคณะ (1966) ซึ่งวิเคราะห์ออกมาได้ข้อสรุปว่ามีปัจจัย 3 ประการที่ผู้รับสารมักจะใช้ในการตัดสินความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารได้แก่

1. ปัจจัยที่สร้างความอบอุ่นใจ (Safety Factor)
2. ปัจจัยที่เป็นคุณสมบัติของผู้ส่งสาร (Qualification Factor)
3. ปัจจัยด้านพลวัตของผู้ส่งสาร (Dynamism Factor)

จากปัจจัยทั้ง 3 ประการดังกล่าวแล้ว หากผู้รับสารพิจารณาว่าผู้ส่งสาร มีคุณสมบัติดังกล่าวแล้ว ก็กล่าวได้ว่า ผู้ส่งสารมีความสามารถในการโน้มน้าวใจได้ เชื่อกันว่า เรื่องที่ผู้ส่งสารพูดจะมีความสำคัญน้อยกว่าบุคลิกภาพของตัวผู้ส่งสารเอง ซึ่งจะมีพลังสำคัญในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติผู้รับสารได้มากกว่า หรืออีกนัยหนึ่ง ถ้าผู้ฟังเห็นว่าผู้พูดเป็นผู้ที่ไม่น่าเชื่อถือแล้ว ไม่ว่าจะเรื่องที่คุณพูดเป็นเรื่องอะไรก็ย่อมจะไม่น่าเชื่อถือไปด้วย อย่างเช่น สมาชิกผู้แทนราษฎรแต่ละคนต่างก็มี

ความน่าเชื่อถือแตกต่างกันไป Bolo และคณะ ได้แนะนำว่าผู้ส่งสารที่ได้รับความน่าเชื่อถือต้องคำนึงว่าเรื่องที่จะพูดย่อมมีความสำคัญต่อความน่าเชื่อถือของเขาด้วย

จากแนวคิดนี้ผู้ส่งสารคือ หม่อมราชวงศ์ ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ได้ใช้สื่อและอิทธิพลของสื่อเข้ามาโน้มน้าวจิตใจของผู้รับสารหรือผู้บริโภค โดยการจัดรายการเกี่ยวกับอาหารทั้งทางวิทยุและโทรทัศน์ เพื่อก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือต่อผู้ส่งสาร โดยตัวของหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ได้ใช้วิธีในการพูดจูงใจเพื่อให้ได้รับความเชื่อถือ โดยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยแห่งการพูดที่สัมฤทธิ์ผลในทัศนะของอริสโตเติล มาใช้ในการสร้างความเชื่อมั่น ดังจะกล่าวต่อไป

3.แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยแห่งการพูดที่สัมฤทธิ์ผลในทัศนะของอริสโตเติล

รองศาสตราจารย์วิรัช ลภีรัตนกุล ได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยแห่งการพูดที่สัมฤทธิ์ผลในทัศนะของอริสโตเติล ไว้ในดังนี้

อริสโตเติลได้ศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับเรื่องการพูดและได้อธิบายว่า ปัจจัยแห่งการพูดที่สัมฤทธิ์ผลแบ่งออกได้เป็น 3 สิ่ง คือ 1) Ethos 2) Pathos 3) Logos โดยเน้นว่า แบบแผนแห่งการจูงใจด้วยคำพูดแบ่งออกเป็น 3 ชนิดคือ

1. Ethos ซึ่งเกี่ยวกับบุคลิกลักษณะของผู้พูด
2. Pathos ซึ่งเกี่ยวข้องกับกำหนัดวิเคราะห์ผู้ฟัง
3. Logos ซึ่งเกี่ยวข้องกับการใช้เหตุผลในการพูด

ฉะนั้น ผู้พูดที่ต้องการจะพูดได้อย่างสัมฤทธิ์ผลจะต้องมีปัจจัยต่างๆต่อไปนี้

1. Ethos อันหมายถึง ลักษณะความน่าเชื่อถือของผู้พูดที่ปรากฏอยู่ในจิตใจของผู้ฟัง บุคลิกลักษณะส่วนตัวของผู้พูด ซึ่งมีส่วนสำคัญที่จะทำให้ผู้พูดมีความน่าเชื่อถือมากน้อยในสายตาของผู้ฟัง และ Ethos นี้ สามารถแสดงลักษณะหลายประการให้เกิดขึ้นในความรู้สึกนึกคิดของผู้ฟังได้ เช่น ทำให้ผู้ฟังคิดว่าผู้พูดเป็นคนหยาบกระด้าง ผู้พูดเป็นคนฉลาดมีไหวพริบดี ผู้พูดเป็นคนมีศีลธรรมดี ผู้พูดเป็นผู้มีความปรารถนาดี เป็นต้น

Ethos ยังประกอบด้วยสิ่งสำคัญอีก 3 ประการดังนี้คือ

ก. ความรู้จริงในเรื่องที่พูด (Expertise or Expertness) ความรู้จริงในเรื่องนี้ พูดหรือสิ่งที่พูดนี้นับเป็นปัจจัยสำคัญยิ่ง การที่ผู้พูดจะพูดเรื่องอะไร ผู้พูดจะต้องมีความรู้ในเรื่องนั้นอย่างแท้จริง หรือรู้อย่างละเอียดลึกซึ้ง ถ่องแท้เสียก่อน และสามารถที่จะสื่อสารเรื่องเหล่านั้นให้ผู้ฟังเข้าใจอย่างชัดเจนเช่นกัน ซึ่งความรู้จริงในเรื่องที่พูดนี้จะกระทำได้โดยการหมั่นศึกษา ค้นคว้าในเรื่องนั้นๆ อย่างมีประสิทธิภาพ ความรู้จริงในเรื่องที่พูดจะทำให้ผู้ฟังเกิดความเลื่อมใสในตัวผู้พูด เมื่อผู้พูดจะพูดเรื่องอะไร จึงต้องศึกษาค้นคว้าเรื่องนั้นๆ ให้รู้จริงอย่างกระจ่างแจ้งเสียก่อน อนึ่ง การศึกษาวิจัยพบว่า ความรู้จริงในเรื่องที่พูดของผู้พูดนี้ เป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการพูด เพราะผู้พูดที่รู้จริงย่อมต้องเป็นผู้ที่ศึกษาค้นคว้าและมีความรอบรู้ในเรื่องนั้นๆ เป็นอย่างดี

ข. คุณธรรมหรือความดีงามในตัวผู้พูด (moral character) ผู้พูดจะต้องเป็นผู้ที่มีคุณธรรมความดีงาม และแสดงให้เห็นให้ผู้ฟังประจักษ์ถึงคุณธรรมความดีงามนี้ ด้วยการพูดอย่างตรงไปตรงมาถูกต้องตามความจริง ไม่โกหกตลปตะแฉง หลอกลวง หรือพูดให้ผู้ฟังหลงกล ผู้พูดต้องยึดมั่นในความจริงและคุณธรรมความดีงามอย่างเคร่งครัด เพื่อความศรัทธาเลื่อมใสที่ผู้ฟังจะมีต่อผู้พูด

ค. ความจริงใจและปรารถนาดีต่อผู้ฟัง (sincerity, good will and trustworthiness) ผู้พูดจะต้องแสดงออกถึงความจริงใจและปรารถนาดีต่อผู้ฟัง ซึ่งผู้หากผู้พูดมีความจริงใจและปรารถนาดีต่อผู้ฟังอย่างแท้จริงแล้ว สิ่งเหล่านี้จะสะท้อนออกทางสีหน้า แววตา ท่าทาง น้ำเสียง ซึ่งจะปรากฏออกมาให้ผู้ฟังเห็นอย่างเด่นชัด อันเป็นการแสดงถึงเจตนาที่ดี และความปรารถนาดีอย่างแท้จริงต่อผู้ฟัง

ฉะนั้น ถ้าผู้พูดสามารถทำให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกว่า ภาพลักษณ์ของผู้พูดประกอบด้วย 3 สิ่งนี้แล้ว ผู้พูดย่อมได้รับความเชื่อถือ ศรัทธา นิยมชมชอบประทับใจจากผู้ฟัง ผู้พูดพูดอะไรคนก็จะเชื่อ จูงใจสิ่งใดคนก็จะร่วมมือกระทำตาม

2. Pathos หมายถึงการที่ผู้พูดจะต้องรู้ถึงสภาพอารมณ์ ทัศนคติ ของผู้ฟังและเลือกสรรเนื้อหาสาระที่พูดให้เหมาะสมกับความสนใจและความต้องการของกลุ่มผู้ฟัง ตลอดจนถึงการ

ศึกษาให้ทราบถึงธรรมชาติแห่งความต้องการของมนุษย์โดยทั่วไป ความต้องการของผู้ฟังในแต่ละกลุ่ม ซึ่งต้องวิเคราะห์ถึง เพศ วัย อาชีพ ความเชื่อ ความสนใจพิเศษของกลุ่มผู้ฟัง และใช้ภาษาช้อยคำให้เหมาะสมกับระดับของผู้ฟังและสอดคล้องกับความสนใจและความต้องการของผู้ฟังแต่ละกลุ่ม

3. Logos หมายถึงการที่ผู้พูดรู้จักใช้เหตุผล (logic) อย่างถูกต้องมาประกอบการพูด รู้จักการประมวลเรื่องที่พูด และการนำเอาข้อเท็จจริงและหลักฐานต่างๆ มาประกอบการพูดและพิจารณาหาเหตุผลในเรื่องที่พูด ฟังระลึกไว้เสมอว่า การใช้ Logos นี้ ผู้พูดจะต้องใช้ให้สัมพันธ์สอดคล้องกับความรู้จริงในเรื่องที่พูด

จากแนวคิดข้างต้นจะเห็นว่า หม่อมราชวงศ์ ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ได้ใช้แนวทางทั้ง 3 ในการสร้างจุดจับใจ ทำให้ผู้ฟังหรืออ่านบทความของหม่อมราชวงศ์ ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ เกิดความเชื่อถือ ดังจะเห็นได้ในการวิจัยต่อไป

4.แนวคิดเกี่ยวกับจิตวิทยาทางด้านอาหาร

Jukka Gronow (1997: 1-12) เสนอว่าไม่สามารถแยกความพอใจจากรสชาติของอาหารได้ในสังคมสมัยใหม่อยู่ในยุคของทฤษฎี Hedonist ที่เชื่อว่าความสุขสบายหรือความเพลิดเพลินเป็นยอดปรารถนาสูงสุด ซึ่งแตกต่างจากพวก Asceticism ผู้ถือสันโดษ ซึ่งเป็นวัฒนธรรมเก่า นอกจากนั้นในเรื่องของคุณค่าและความต้องการอาหาร จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเรื่องของอาหารมากแต่ไม่ได้เน้นไปในเรื่องของคุณค่าตามหลักโภชนาการสักเท่าใด ไม่ได้ยึดหลักกินเพื่ออยู่อีกต่อไป แต่หันมากินเพื่อความพอใจส่วนตัวมากกว่า นอกจากนี้วิทยาศาสตร์ยังไม่สามารถให้คำแนะนำที่ดีในการเลือกอาหารที่จะกิน ที่ดีที่สุดที่วิทยาศาสตร์สามารถทำได้คือบอกว่าเราควรหลีกเลี่ยงอาหารที่ให้โทษบางชนิด แต่ไม่สามารถบอกได้ว่าอาหารชนิดไหนที่เหมาะสมที่จะกิน และเนื่องจากเราอยู่ในสังคมสมัยใหม่ ที่ขาดประเพณีและบรรทัดฐานที่เข้มแข็งเกี่ยวกับการเลือกรับประทานอาหาร ทำให้การตัดสินใจเลือกอาหารของผู้บริโภคในยุคนี้เป็นไปอย่างโดดเดี่ยว ไม่ขึ้นอยู่กับสังคมรอบข้าง แต่เปลี่ยนแปลงไปตามการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสังคมสมัยใหม่ และในเรื่องของวัฒนธรรมการกินนั้นวิทยาศาสตร์ไม่ได้สร้างวัฒนธรรมเกี่ยวกับอาหารมากไปกว่าชนชาติ

จากแนวคิดข้างต้นสามารถนำมาอธิบายได้ว่า ทำไมจึงเกิดการรับรองความอร่อยในลักษณะของป้ายเซลล์ชวนชิมขึ้นและยังเป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภคโดยทั่วไป ทั้ง ๆ ที่ความอร่อยเป็นเรื่องของนามธรรม ในขณะที่เรื่องของคุณค่าทางโภชนาการซึ่งเป็นเรื่องที่ทำให้ประโยชน์กับตัวผู้บริโภคโดยตรงกลับไม่ได้ความสนใจสักเท่าไร ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากคนในยุคนี้ให้ความสำคัญกับเรื่องของภาพลักษณ์มาก ซึ่งในเรื่องของภาพลักษณ์นั้นเราจะทำการศึกษาจากแนวคิดต่อไปนี้

5.แนวคิดเรื่องภาพลักษณ์ของเคนเนท อี โบลด์ิง

โบลด์ิง (1956) ได้กล่าวไว้ว่า ภาพลักษณ์เป็นความรู้และความรู้สึกของคนเราที่มีต่อสิ่งต่างๆ เป็นความรู้ที่เราสร้างขึ้นเอง ที่เรียกว่าความรู้ในเชิงอัตวิสัย (Subjective knowledge) เป็นการสะสมเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ที่เราเชื่อว่าเป็นจริง เนื่องจากเราไม่สามารถรับรู้และทำความเข้าใจกับสิ่งต่าง ๆ นั้นได้อย่างถี่ถ้วนเสมอไป เรามักจะได้เฉพาะ "ภาพ" บางส่วนหรือลักษณะกว้างๆ ของสิ่งเหล่านี้ ซึ่งมีความไม่แน่นอนชัดเจนอยู่ เรามักตีความหมายหรือให้ความหมายแก่สิ่งนั้น ด้วยตัวเอง ความรู้เชิงอัตวิสัยนี้ประกอบเข้าเป็นภาพลักษณ์ของเราที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ในโลกและพฤติกรรมของเราขึ้นอยู่กับความรู้เดิมที่เรามีอยู่ในสมองด้วย

ภาพลักษณ์จึงเป็นเรื่องเกี่ยวกับกระบวนการของความคิดจิตใจ ในเมื่อคนเรามีได้มีเพียงประสบการณ์โดยตรงกับโลกรอบตัวซึ่งเราได้สัมผัส ชิมรส ดมกลิ่น ได้ยินเสียง และได้เห็นด้วยตนเองเท่านั้น เรายังมีประสบการณ์โดยทางอ้อมอื่นๆ ด้วย ซึ่งประสบการณ์เหล่านี้ต้องอาศัยการตีความหมาย และให้ความหมายสำหรับตนเอง (Make sense) ด้วย ภาพลักษณ์จึงเป็นการแทนความหมายเชิงอัตวิสัย (Subjective Representative) ของสิ่งต่างๆ ที่เรารับรู้มาเป็นความรู้สึกเชิงตีความหมายของเราที่รับรู้ (Perception) ตีความกระบวนการของการรับรู้อย่างเลือกสรรและให้ความหมายของสิ่งต่างๆ นี้คือ กระบวนการเกิดภาพลักษณ์ (Process of Imagery) ซึ่งมักจะมี ความหมายสำคัญยิ่งต่อการรับรู้ในสิ่งที่ไม่มีความหมายแน่นอนชัดเจนในตัวมันเอง

โบลด์ิงกล่าวว่า องค์ประกอบของภาพลักษณ์อาจแยกได้เป็น 4 ส่วน แต่ในความเป็นจริง องค์ประกอบทั้ง 4 ส่วนจะมีความเกี่ยวข้องกันเป็นปฏิสัมพันธ์ต่อกันไม่สามารถจะแยกได้เป็นส่วน ๆ ได้อย่างเด็ดขาดดังนี้

1. องค์ประกอบเชิงการรับรู้ เป็นสิ่งที่บุคคลจะได้จากการสังเกตโดยตรง สิ่งที่ถูกสังเกตนั้นจะเป็นสิ่งที่น่าสนใจไปสู่การรับรู้หรือสิ่งที่ถูกรับรู้นั่นเองซึ่งอาจจะบุคคล

สถานที่ เหตุการณ์ ความคิดหรือวัตถุสิ่งของต่าง ๆ เราจะได้ภาพของสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ โดยการรับรู้

2. องค์ประกอบเชิงการเรียนรู้ ได้แก่ ภาพลักษณะที่เป็นความรู้เกี่ยวกับลักษณะประเภท คุณสมบัติ ความแตกต่างของสิ่งต่าง ๆ ที่ได้จากการสังเกตสิ่งที่ถูกรับรู้
3. องค์ประกอบเชิงความรู้สึก ได้แก่ ภาพลักษณะที่เกี่ยวกับความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกผูกพัน ยอมรับหรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบ
4. องค์ประกอบเชิงการกระทำ เป็นภาพลักษณะที่เกี่ยวกับความมุ่งหมายหรือเจตนาที่จะเป็นแนวทางปฏิบัติตอบโต้สิ่งเร้านั้น อันเป็นผลของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงความรู้และเชิงความรู้สึก

องค์ประกอบเชิงการรับรู้ เรียนรู้ ความรู้สึก และเชิงการกระทำนี้ จะผสมผสานกันเป็นภาพของโลกที่บุคคลได้มีประสบการณ์มา ภาพลักษณะได้ถูกพัฒนาและก่อรูปขึ้นมาในอดีตทั้งหมดของผู้ที่เป็นเจ้าของภาพนั้น ซึ่งแต่ละส่วนของภาพลักษณะ คือ ประวัติศาสตร์ของภาพลักษณะ

การเกิดภาพลักษณะในเชิงของการสื่อสารตามแนวคิดของโบลด์ิง มุ่งพิจารณาในสาระของลักษณะการรับรู้ข่าวสารที่มีส่วนสัมพันธ์ หรือมีผลต่อองค์ประกอบต่าง ๆ ของภาพลักษณะเป็นสำคัญ ลักษณะการก่อตัวของภาพลักษณะต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด เมื่อพิจารณาจากความสัมพันธ์ขององค์ประกอบแล้ว จะก่อตัวขึ้นจากการผสมผสานขององค์ประกอบเชิงความรู้ การรับรู้ ความรู้สึก และการกระทำ จนเกิดเป็นภาพของโลกที่สัมผัสทั้ง 5 ของบุคคล อาจเป็นการสังเกตจากประสบการณ์โดยตรงหรือโดยอ้อม ทั้งที่ผ่านสื่อมวลชนและสื่ออื่น ๆ ในรูปแบบต่าง ๆ จากข้อมูล หรือจากการสังเกตที่ผ่านมา โดยกระบวนการของการรับรู้ ซึ่งจะต้องมีการให้ความหมายด้วยตัวเราเอง แต่สิ่งที่ถูกสังเกตความรู้ที่สร้างขึ้นมานี้เองได้ไปเกี่ยวข้องกับพื้นฐานประสบการณ์เดิม เช่น ทักษะคิด ค่านิยม เกิดเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งที่ถูกสังเกตนั้น ๆ แล้วพัฒนาเป็นความผูกพันที่จะยอมรับหรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบ และความรู้สึกนี้อาจจะไม่แสดงออกก็ได้แต่เป็นความรู้สึกที่มีความหมายพร้อมที่จะแสดงออก และเป็นการกระทำที่มีทิศทางด้วย

เมื่อภาพลักษณ์ที่มีอยู่แล้ว ได้รับการกระทบจากสิ่งที่ได้รับรู้เข้ามาใหม่ เกิดการกระทบ ต่อภาพลักษณ์อาจมีสิ่งหนึ่งหรือหลายสิ่งใน 3 ประการต่อไปนี้เกิดขึ้นได้ คือ

1. ภาพลักษณ์เดิมยังคงเดิมไม่ถูกกระทบกระเทือนแต่อย่างไร
2. ข้อมูลใหม่ที่รับเข้ามามีทิศทางเดียวกับภาพลักษณ์เดิม จะสามารถเรียกกร้องความสนใจ ทำให้เกิดการประเมินคุณค่า และอาจทำให้ภาพลักษณ์เดิมเปลี่ยนแปลงไปบ้าง แต่จะสามารถให้คำอธิบายได้ชัดเจนขึ้น
3. ข้อมูลใหม่ในสารทำให้ภาพลักษณ์เดิมถูกเปลี่ยนแปลงโดยสิ้นเชิงในกรณีที่บางครั้งอาจก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อโครงสร้างที่ค้ำจุนภาพลักษณ์นั้น

โครงสร้างของความรู้ของแต่ละคนหรือภาพพจน์ของปัจเจกบุคคลไม่เพียงแต่ประกอบไปด้วยข้อเท็จจริง เท่านั้น แต่ยังประกอบไปด้วยจินตนาการอีกด้วย หากสารนั้นเข้ากันได้หรือเสริมกับภาพลักษณ์เดิมของปัจเจกบุคคล อาจทำให้ภาพลักษณ์นั้นเปลี่ยนแปลงมาก หรือน้อยก็ได้ ขึ้นอยู่กับน้ำหนักหรือข้อมูลใหม่ที่ผู้รับสารได้รับ

เมื่อบุคคลมีภาพลักษณ์ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในความรู้สึกนึกคิดของตนแล้ว ภาพลักษณ์นี้ก็มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล ภาพลักษณ์ที่ได้ก่อตัวหรือถูกสร้างขึ้นแล้ว ย่อมมีแนวโน้มที่จะเหนี่ยวนำพฤติกรรมของผู้บริโภคและสาธารณชนให้เห็นคล้ายตามไปในทิศทางเดียวกัน โดยเฉพาะภาพลักษณ์เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะเปลี่ยนแปลงได้ยาก เพราะการเปลี่ยนแปลงของภาพลักษณ์อาจต้องไปกระทบกระเทือนโครงสร้างของพฤติกรรมมากมาย การสร้างภาพลักษณ์ถึงแม้จะยาก แต่ก็ง่ายกว่าการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ที่สูญเสียไปแล้ว การพยายามสรรหาข้อมูลให้แก่บุคคล เพื่อเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของเขานั้น ข้อมูลอาจจะถูกปฏิเสธได้หากข้อมูลดังกล่าวไปขัดแย้งกับความคิดความเชื่อเดิม ทศนคติหรือค่านิยมของบุคคล ข้อมูลใหม่ที่ให้ไปนั้นอาจจะถูกคิดว่าผิดหรือเป็นการบิดเบือนได้ ดังนั้นถึงแม้ว่าภาพลักษณ์ของสิ่งหนึ่งสิ่งใดจะไม่หยุดนิ่งก็ตาม แต่การเปลี่ยนแปลงก็กระทำได้ยาก

จากหลักการดังกล่าวได้นำมาสู่ข้อสันนิษฐานทางการวิจัยได้ว่าป้ายสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิมก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อผู้ประกอบการร้านอาหาร โดยที่ภาพลักษณ์ดังกล่าวได้รับการสร้างขึ้นผ่านกระบวนการสื่อสารทั้งในระดับการสื่อสารมวลชนและสื่อบุคคล

แนวคิดเรื่องภาพลักษณ์ของโบลด์จึงเป็นแนวคิดในกระบวนการทางวิทยาศาสตร์อันประกอบด้วยความรู้ การเรียนรู้ ทำให้เกิดความรู้สึก และเกิดการกระทำตามมา เป็นความรู้ที่เกิดจากการสร้างสมทั้งในเรื่องที่ประสบด้วยตนเองและได้รับการบอกเล่าจากคนอื่น แนวคิดนี้จะเป็นพื้นฐานในเรื่องการสร้างภาพลักษณ์อื่น ๆ ต่อไป

เมื่อภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ได้รับการสร้างขึ้นอย่างมีเป้าหมาย ประเด็นที่เกี่ยวข้องตามมา คือ การรักษาไว้ซึ่งภาพลักษณ์ที่ดีให้ดำรงอยู่ตลอดไป ซึ่งกระบวนการดังกล่าวเกี่ยวข้องกับระบบการรับประกันคุณภาพอันเป็นมาตรการที่ทำให้คุณภาพตามแบบที่ภาพลักษณ์สร้างขึ้นคงอยู่ต่อไป

5. แนวคิดเกี่ยวกับการประกันคุณภาพ

Joseph M. Juran and A. Blanton Godfrey (2000:11.8) ได้กล่าวถึงการประกันคุณภาพว่าประกอบด้วยภาระเน้นความสำคัญใน 5 ประเด็นดังต่อไปนี้

1. การประกันคุณภาพเป็นการแสดงให้เห็นว่าได้มีความจำเป็นเกิดขึ้นในการที่จะให้ได้มาซึ่งคุณภาพ ทั้งนี้คุณภาพดังกล่าวเป็นสิ่งที่สามารถทำให้บรรลุเป้าหมายได้
2. ปัจจัยกระตุ้นหรือแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดการประกันคุณภาพคือผู้ถือหุ้นหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มลูกค้าหรือหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง
3. เป้าหมายในการจัดทำประกันคุณภาพคือการตอบสนองของความพึงพอใจของลูกค้า
4. การจัดทำประกันคุณภาพเป็นไปเพื่อก่อให้เกิดความเชื่อมั่นต่อสินค้าหรือผลผลิตขององค์กร
5. การจัดทำประกันคุณภาพมีขอบเขตที่ครอบคลุมถึงกิจกรรมในขั้นตอนต่างๆที่ส่งผลโดยตรงต่อกระบวนการผลิตและผลผลิตหรือสินค้า

จากทัศนศึกษาดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยเห็นว่าการใช้สัญลักษณ์ป้ายเชลล์ชวนชิมของผู้ประกอบการร้านอาหารสอดคล้องกับแนวคิดการประกันคุณภาพ กล่าวคือผู้ประกอบการได้ตระหนักถึงความจำเป็นที่จะให้ได้มาซึ่งการรับประกันคุณภาพ เพื่อเป็นการดึงดูดกลุ่มลูกค้าและเป็นการตอบสนองความพึงพอใจด้านรสชาติของอาหารแก่กลุ่มลูกค้า

ในตอนต้นนั้นสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิมอาจจะยังไม่เป็นที่รู้จักสักเท่าไร แต่เมื่อเวลาผ่านไปนานเข้า ประกอบกับชื่อเสียงของ หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ทั้งยังมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ ทั้งที่เป็นรายการของเซลล์เอง อย่างเช่น คอลัมภ์ เซลล์ชวนชิม ในหนังสือพิมพ์ หรือจากการพูดผ่านรายการวิทยุ และรายการโทรทัศน์ โดยหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ซึ่งการใช้สื่อต่างๆนี้เป็นการช่วยให้สัญลักษณ์เซลล์ชวนชิมเป็นที่รู้จักมากขึ้น ประกอบกับการที่คนไทยให้ความสำคัญกับเรื่องอาหารมาก ทำให้เซลล์ชวนชิมเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย

จากหลักการดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้สร้างข้อสันนิษฐานของการวิจัยครั้งนี้ได้ว่า ป้ายสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิมเป็นการรับประกันคุณภาพความอร่อยของอาหารเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ประกอบการและทำให้ผู้ประกอบการบรรลุเป้าหมายทางการขายได้

จากหลักทฤษฎีดังกล่าวผู้วิจัยจะได้นำมาใช้เป็นแนวทางตั้งปัญหาคำถามวิจัย การสร้างข้อสันนิษฐานการวิจัย และเป็นแนวทางในการกำหนดระเบียบวิธีวิจัย



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การแสวงหาความรู้ ในสรรพสิ่งเพื่อให้เกิดความรู้ใหม่นั้น อาจมีด้วยกันหลายวิธี ขึ้นอยู่กับลักษณะของข้อมูล วัตถุประสงค์ รูปแบบในการศึกษาและวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับการวิจัยในเรื่องการสื่อความหมายเพื่อการรับรองคุณภาพความอร่อยของอาหารผ่านป้ายเซลล์ชวนชิมนี้ จะใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) อันเป็นการแสวงหาความรู้ที่ศทางใหม่ในวิชา นิเทศศาสตร์ (ศิริชัย ศิริกายะ, 2529) โดยใช้ข้อมูลที่เป็นเอกสารอ้างอิง และเทปโทรทัศน์มาสนับสนุน

แหล่งข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาอิทธิพลของตราสินค้าประเภทอาหารที่มีต่อผู้บริโภค จะใช้แหล่งข้อมูลที่เป็นบุคคลและแหล่งข้อมูลจากเอกสาร โดยจะใช้แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล (Key Informants) เป็นหลักโดยผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารที่ได้รับป้ายเซลล์ชวนชิม

กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารที่ได้รับป้ายเซลล์ชวนชิม โดยเลือกจากร้านค้าที่ได้รับป้ายเซลล์ชวนชิม ซึ่งจะเลือกจากร้านในเขตกรุงเทพมหานครโดยแบ่งตามลักษณะประเภทของอาหาร ซึ่งได้คัดเลือกมาดังนี้

1. ประเภทผู้ประกอบการร้านอาหาร

1. ประเภทอาหารจานเดียว

- 1.1 ร้านเจ๊แกละ ร้านก๋วยเตี๋ยวหมูที่อยู่ในหมู่บ้านชลนิเวศน์ ริมคลองประปา ถนนประชาชื่น เป็นร้านก๋วยเตี๋ยวหมูที่ไม่มีชื่อแต่ที่เรียกกันว่าร้านเจ๊แกละ ก็สืบเนื่องมาจากชื่อของเจ้าของร้านคือ เจ๊แกละหรือ คุณลักษณะ เหตุแก้ว ลักษณะร้านเป็นตึกแถวคูหาเดียว มีที่ตั้งโต๊ะได้เพียง 4-5 โต๊ะเท่านั้น ถ้าไปช่วงเที่ยงอาจจะต้องรอตี๋นานสักหน่อย แต่ถ้าไปหลังบ่ายสองโมงคงจะต้องไปใหม่วันหลังเนื่องจากว่าไม่เหลืออะไรไว้ให้ทานแล้ว รสชาติของ

ก๋วยเตี๋ยวเจ้านี้มีเคล็ดลับอยู่ที่กากหมู เจียวเหลืองกรอบ ใช้มันหมูแข็ง เจ็กละจะไม่เจียว ค้างคืน เจียววันต่อวัน จึงทำให้น้ำมันกระเทียมกากหมูใหม่สดเสมอ

- 1.2 ร้านชาหมูตروقซุง เป็นร้านอาหารที่ขายข้าวชาหมูเป็นหลักโดยมีสาขาตามที่ต่างๆมากมาย แต่เจ้าของร้านคือคุณโต ได้รับประกันว่าชาหมูที่เป็นสาขาของชาหมูตروقซุงนั้นมีรสชาติเหมือนกันทุกที่ เนื่องจากชาหมูทั้งหมดจะประกอบมาจากที่เดียวกันคือที่ร้านชาหมูตروقซุง สาขา ซึ่งร้านนี้มีลักษณะเป็นห้องแถวขนาดสามห้อง ไม่ได้ตกแต่งเป็นพิเศษ ทั้งยังไม่มีที่จอดรถ ลูกค้ำส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้ำที่ไม่ใช้รถยนต์ส่วนตัว หรือถ้ามีรถส่วนตัวก็จะโทรศัพท์มาสั่งไว้ก่อน พอมาถึงจะได้รับไปได้เลยโดยไม่ต้องหาที่จอดรถ
- 1.3 ร้านข้าวมันไก่ ตั้งอยู่ในศูนย์อาหารโรงพยาบาลไทยนครินทร์ ลักษณะร้านเป็นช่องเล็กๆ สำหรับตั้งเครื่องครัวที่ใช้ใส่อาหาร มีที่นั่งทานรวมกันกับทุกร้าน เหมือนกับลักษณะของศูนย์อาหารโดยทั่วไป ความอร่อยของร้านข้าวมันไก่นี้อยู่ที่ ฝีมือหุงข้าวและทำน้ำจิ้มรสเด็ด ของคุณสิริมา มีนาภา ซึ่งเป็นเจ้าของร้าน ลูกค้ำส่วนใหญ่เป็นลูกค้ำที่มาโรงพยาบาล หรือไม่ก็มีบ้านหรือที่ทำงานอยู่แถวนั้น
- 1.4 ร้านก๋วยเตี๋ยวเป็ด ตั้งอยู่ในศูนย์อาหารของโรงพยาบาลไทยนครินทร์ที่เดียวกับร้านข้าวมันไก่ ซึ่งในศูนย์อาหารโรงพยาบาลไทยนครินทร์นี้ ร้านส่วนใหญ่จะได้รับป้ายเชลล์ชวนชิม ลักษณะร้านจะแบ่งเป็นช่องๆสำหรับขายอาหารและใช้คูปองในการซื้ออาหาร หน้าร้านก๋วยเตี๋ยวเป็ดจะมีเครื่องปรุงวางไว้ให้ เมื่อรับอาหารแล้วลูกค้ำจะได้ปรุงได้เลย ตามลักษณะของศูนย์อาหารทั่วไป
- 1.5 ร้านวาสนี หรือที่ที่เรียกกันว่าร้านโจ๊ก ตั้งอยู่ในศูนย์อาหารโรงพยาบาลไทยนครินทร์ เช่นเดียวกับร้านข้าวมันไก่และร้านก๋วยเตี๋ยวเป็ด เป็นร้านอาหารร้านเดียวในศูนย์อาหารโรงพยาบาลไทยนครินทร์ที่ขายอาหารเช้า ร้านนี้มีอาหารขายหลายอย่างแต่ที่ได้รับป้ายเชลล์ชวนชิมก็คือ อาหารเช้าและก๋วยเตี๋ยวหลอด ลูกค้ำส่วนใหญ่ของร้านจะมาในตอนเช้า เพื่อทานอาหารเช้า มีทั้งลูกค้ำที่มาโรงพยาบาลและลูกค้ำที่ทำงานอยู่ในละแวกนั้น

2. อาหารฝรั่ง

- 2.1 ร้านคาปริซิโอ ตั้งอยู่ในโรงแรมรามาร์คาร์เดนส์ ถนนวิภาวดีรังสิต ชั้นเดียวกับล็อบบี้ของโรงแรม ห้องอาหาร คาปริซิโอมีบรรยากาศของห้องอาหารอิตาลีที่สวยงาม มีองุ่น กระจ่าง หอมแดงประดับประดาอยู่เป็นจุดๆ สีล้นของห้องก็เน้นโทนสีเขียวแดงซึ่งคือสัญลักษณ์ของประเทศอิตาลี อารมณ์งานเด่นของที่นี่คือ พิซซ่าลาปโก้ และพิซซ่าแฮมเชียงใหม่ วังใช้แป้งแบบเดียวกับพิซซ่าอิตาลีแต่ใช้เครื่องปรุงแบบไทยๆ
- 2.2 ร้านจีโน่'ส เป็นร้านอาหารอิตาลีที่ตั้งอยู่ในศูนย์พรีเมียร์ช้อปปิ้ง วิลเลจ แฉ่งวัฒนะ อยู่ระหว่างห้างโลตัสกับบิ๊กซี สาขาแฉ่งวัฒนะ เจ้าของคือคุณสุพร ธรรมรักษ์ โดยมีผู้จัดการร้านชื่อ คุณประสิทธิ์ สายไทย คอยดูแล อาหารจานเด่นของที่นี่คือ เนื้อสันในกวาง ซึ่งเป็นเนื้อที่สั่งตรงมาจากประเทศออสเตรเลีย และร้านอาหารอิตาลีที่ร้านนี้จะทำเพื่อให้ถูกปากทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เนื่องจากถ้าลูกค้าเป็นชาวต่างชาติเชฟวิญญู แยมคง จะทำอาหารตามแบบฉบับดั้งเดิม แต่ถ้าลูกค้าเป็นชาวไทยก็สามารถที่สั่งได้ว่าต้องการรสชาติแบบไทย คือมีรสจัดมากขึ้น เพื่อไม่ให้เลี่ยนเกินไป
- 2.3 ร้าน นีล'ส แทรเวอร์น เป็นร้านอาหารฝรั่งที่เก่าแก่อีกร้านหนึ่ง เปิดกิจการมาได้ประมาณ 32 ปี โดยในปัจจุบันตั้งอยู่ที่ ซอยร่วมฤดี ถนนวิฑู ร้านอยู่ซ้ายมือก่อนถึงทางโค้ง ลูกค้าส่วนใหญ่ของร้านจะเป็นชาวต่างชาติ อาหารจานเด่นของร้านคือ หอยอบ ซึ่งจะใช้หอยสดและโรยด้วยชีสอย่างดีก่อนนำเข้าอบ ทำให้มีรสชาติที่กลมกล่อม
- 2.4 ร้านเจลาโต ซึ่งเป็นภาษาอิตาลี แปลเป็นไทยก็คือ ไอศกรีม ร้านนี้ตั้งอยู่ในบริเวณศูนย์การค้าพรีเมียร์ แฉ่งวัฒนะ จุดเด่นของร้านนี้อยู่ที่ไอศกรีมที่ทำขึ้นเองเหมือนทำกินกันเองในบ้าน โดยเลือกใช้วัตถุดิบอย่างดี ไอศกรีมรสเด็ดของร้านนี้ที่ไม่มีใครเหมือนคือ ไอศกรีมกล้วยหอมและเนยแข็ง ซึ่งทางร้านคิดค้นขึ้นมาเอง นอกจากนี้ทางร้านยังมีอาหารจานเดียวไว้บริการด้วย

3. อาหารจีน

- 3.1 ร้านไทรพร โภชนา เป็นร้านอาหารจีนที่ตั้งอยู่ที่ถนน เทศบาลสงเคราะห์ ใกล้กับสน.ประชาชื่น ตัวร้านมีลักษณะเป็นห้องแถวติดแอร์ แต่ไม่ได้ตกแต่งเป็นพิเศษ ที่แตกต่างจากร้านอาหารอื่น ๆ ก็เห็นจะเป็นครัวที่ตั้งอยู่หน้าร้าน ติดกับประตูทางเข้า เพราะฉะนั้นลูกค้าที่เข้ามาทานข้าวจะได้เห็นกรรมวิธีในการปรุงอาหารโดยคุณวิศศักดิ์ ไทรพรพัฒนา ซึ่งเป็นเจ้าของร้าน ส่วนอาหารที่ขึ้นชื่อของที่นี่ก็คือ ตับหมูผัดยี่ห่วย และต้มยำกุ้งใหญ่ ซึ่งมีรสชาติเข้มข้น แต่ก็ไม่จัดจ้านจนเกินไปนัก
- 3.2 ร้านโตเปิดอย่าง ตั้งอยู่ที่ถนนประชาราษฎร์ 1 ซอยประชาราษฎร์ 20 ลักษณะร้านเป็นตึกแถว 2 ชั้น มีเปิดอย่างตั้งอยู่หน้าร้าน ในร้านมีโต๊ะอยู่ไม่ถึง 10 โต๊ะ เปิดตั้งแต่ 8 โมงเช้าถึงบ่าย 3 โมง อาหารจานเด่นของร้านคืออาหารที่มีเปิดเป็นส่วนประกอบ เช่น ข้าวหน้าเปิด ก๋วยเตี๋ยวเปิดอย่าง เป็นต้น โดยเปิดของที่ร้านนี้จะมีหนังกรอบแต่เนื้อไม่แข็ง และไม่มีมันแทรกอยู่เลย
- 3.3 ร้านฉั่วเจียบง่วน ห่านพะไล ห่านพะไลเจ้านี้ขายมา 3 ชั่วคน ซึ่งตอนนี้ถึงรุ่นหลานซึ่งได้รับการควบคุมอย่างใกล้ชิดจากพ่อแม่ทำให้รสชาติจากรุ่นปู่-พ่อ ยังคงอร่อยไม่เปลี่ยนแปลง ร้านฉั่วเจียบง่วนอยู่ที่ท่าดินแดง ฝั่งธนบุรี ซึ่งเป็นร้านดั้งเดิมไม่เคยย้ายไปไหน ลักษณะร้านเป็นห้องแถว 1 คูหา ชั้นบนติดเครื่องปรับอากาศ ร้านห่านพะไลนี้ถือได้ว่าเป็นร้านห่านพะไลร้านแรกในเมืองไทยซึ่งเปิดมาเกือบ 60 ปี และยังคงรักษารสชาติดั้งเดิมได้ไม่เปลี่ยนแปลง
- 3.4 ร้านง่วนหลี เป็นร้านอาหารเก่าแก่ ที่หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ได้ชวนชิมไว้เมื่อ 30 ปีก่อน ตอนนี้ตั้งอยู่ที่หัวมุมสุดถนนหลังสวนที่มาบรรจบกับถนนสารสิน อยู่ตรงข้ามกับสวนลุมพินี มีที่จอดรถอยู่ก่อนถึงหัวมุมร้าน ร้านง่วนหลีเป็นร้านข้าวต้ม ที่มีกับข้าวมากมายหลายอย่าง ที่เด่นๆก็ได้แก่ หอยกะพงผัดใบโหระพา เลือดเปิดผัดต้นหอม ต้นกระเทียมผัดกุ้ง ปูคอง เป็นต้น ลักษณะร้านมีที่นั่งทั้งเป็นแบบห้องที่มีเครื่องปรับอากาศ และที่รับอากาศธรรมชาติ

4. อาหารไทย

- 4.1 ร้านเบน คูซีน เป็นร้านของคุณดลจิตร์ จิตรรังสี หรือ คุณน้อย ซึ่งแต่เดิมเปิดร้านอาหารอยู่ที่ ซีแอตเติล ประเทศสหรัฐอเมริกา ต่อมาได้ย้ายมาเปิดร้านอยู่ด้านหลังบริษัทการบินไทย สำนักงานใหญ่ที่ถนนวิภาวดีรังสิต อาหารจานเด็ดของที่นี่คือ ห่อหมกปลาแซลมอน ซึ่งคุณน้อยได้ความคิดมาจากการที่ซีแอตเติลมีปลาแซลมอนมากจึงได้ดัดแปลงมาทำอาหารแบบไทยๆ ซึ่งหนึ่งวันจะทำแค่ 20 กระทงเท่านั้นเอง ส่วนบรรยากาศภายในร้านตกแต่งสวยงาม โปร่ง โล่งสบาย ผนังกระจกจะเป็นส่วนใหญ่ ไม่ปิดทึบ จึงทำให้เป็นร้านที่น่านั่งร้านหนึ่ง
- 4.2 ร้านระฆังทอง เป็นร้านที่มีบรรยากาศดีตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา ทางฝั่งธนบุรี ใกล้กับวัดระฆังโฆสิตาราม ตัวร้านมีสองชั้น ชั้นล่างติดกระจก ติดเครื่องปรับอากาศ ชั้นบนเป็นดาดฟ้าเปิดรับอากาศธรรมชาติ หากมองไปทางฝั่งพระนครจะเห็นพระบรมมหาราชวังที่สวยงาม อาหารที่ครัวระฆังทอง คุณผลิต เขียนทอง หรือคุณใจ เจ้าของร้านเป็นผู้คิดค้นสูตรขึ้นมา โดยอาศัยประสบการณ์ที่เป็นคนชอบรับประทานอาหารและชอบประกอบอาหาร ทำให้ร้านนี้มีรายการอาหารแปลกๆหลายอย่างที่ชื่อไม่ซ้ำกับที่ไหน อย่างเช่น ส้มตำยอดมะพร้าวอ่อน ไข่ยอดมะพร้าวอ่อนมาซอยเป็นเส้นๆใส่แทนมะละกอ รสชาติดีเพราะได้รสหวานจากมะพร้าว
- 4.3 ร้านสวนอาหารบางบัว เป็นร้านอาหารไทยตั้งอยู่ที่ถนนพหลโยธิน ตรงข้ามกับกรมทหารราบที่ 11 ถึงก่อนวัดพระศรี ลักษณะร้านเป็นร้านที่ให้บรรยากาศเหมือนอยู่ในสวน มีบริเวณกว้างขวาง ตกแต่งร่มรื่นสวยงาม มีที่จอดรถสะดวกสบาย อาหารจานเด่นของร้านคือแกงคั่วหอยขม ปลาช่อนลานนา ยำไก่บ้าน เป็นต้น
- 4.4 ร้านกาหลง ตั้งอยู่ในซอยวัดเทวราชกุญชร ซ้ำงหอสมุดแห่งชาติ เป็นร้านที่ตั้งอยู่ติดแม่น้ำเจ้าพระยา ทำให้มีบรรยากาศดี มีอาหารไทยหลากหลายชนิดให้เลือกรับประทาน เคล็ดับความอร่อยของอาหารที่นี่คือ พ่อครัวแม่ครัวทุกคนต้องผ่านการฝึกฝนจากเจ้าของร้านคือคุณเรียม เจริญเผ่าจนสามารถทำอาหารได้ตรงตามรสชาติดั้งเดิมที่คุณเรียมเป็นผู้ทำ

สาเหตุที่เลือกร้านอาหารข้างต้นเนื่องจากเป็นร้านอาหารที่อยู่ในระแวกเดียวกันซึ่งจะทำให้สะดวกในการเก็บข้อมูล ประกอบกับการที่บิดาของผู้วิจัยรู้จักกับผู้ประกอบการในพื้นที่นั้นๆ จึงทำให้สะดวกต่อการขอความร่วมมือในการทำการวิจัย

แหล่งข้อมูลจากเอกสาร

1. หนังสือคู่มือเซลล์ชวนชิม ซึ่งเป็นข้อมูล ณ วันที่ 25 เมษายน 2543
2. หนังสือถนัดศรีชี้ทางอร่อย
3. หนังสือกินอร่อยตามรอยถนัดศรี
4. หนังสือพิมพ์มติชน รายสัปดาห์
5. วารสารสยามรัฐ สัปดาห์วิจารณ์
6. วารสารฟ้าเมืองไทย สุดสัปดาห์
7. เว็บไซต์ของหมึกแดง (www.mcdang.com)

แหล่งข้อมูลที่ได้จากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ เพื่อทราบถึงกระบวนการในการสื่อความหมายของป้ายเซลล์ชวนชิมที่ หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ นำมาใช้

1. รายการวิทยุ ครอบจักรวาลทาง F.M 94 ซึ่งมีลักษณะเป็นรายการที่ดำเนินรายการโดยหม่อมราชวงศ์ ถนัดศรี สวัสดิวัตน์เพียงผู้เดียว ซึ่งท่านได้กล่าวถึงสิ่งต่างๆ ที่ท่านได้ประสบมา โดยออกอากาศสดทุกวัน เวลา 9.20 น.
2. รายการโทรทัศน์ พ่อลูกเข้าคร้ว ทุกวันอาทิตย์ เวลา 11.00 น. ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี เป็นรายการที่จัดร่วมกันระหว่างหม่อมราชวงศ์ ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ กับลูกชาย คือ หม่อมหลวงศิริเฉลิม สวัสดิวัตน์
3. รายการโทรทัศน์ พ่อบ้านเข้าคร้ว ทุกวันอังคารที่สอง และสี่ ของเดือน เวลา 16.30 น. ทางสถานีโทรทัศน์ กองทัพบกช่อง 5 เป็นต้น

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในครั้งนี้ ใช้วิธีสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ในกลุ่มที่เป็นแหล่งข้อมูลทั้ง 2 กลุ่มข้างต้น โดยลักษณะของการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะใช้คำถามปลายเปิด เพื่อเปิดโอกาสให้แหล่งข้อมูลแสดงคำตอบให้มากที่สุด

2. แหล่งข้อมูลจากเอกสาร โดยนำมาจาก
 - 2.1 หนังสือคู่มือเซลล์ชวนชิม ซึ่งเป็นข้อมูล ณ วันที่ 25 เมษายน 2543 ซึ่งทางบริษัท เซลล์ได้จัดพิมพ์ขึ้น สามารถซื้อได้โดยการเติมน้ำมันแล้วแลกซื้อจากปั้มน้ำมัน เซลล์
 - 2.2 หนังสือถนัดศรีชี้ทางอร่อย จัดพิมพ์ขึ้นโดยสำนักพิมพ์มติชน
 - 3.3 กิ๋นอร่อยตามรอยถนัดศรี จัดพิมพ์ขึ้นโดยสำนักพิมพ์ ครั้วบ้านและสวน
 - 4.4 หนังสือพิมพ์มติชน โดยได้ข้อมูลมาจากห้องสมุดมติชน
 - 5.5 วารสารสยามรัฐ สัปดาห์วิจารณ์ โดยผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาจากหอสมุดแห่งชาติ
 - 6.6 วารสารฟ้าเมืองไทย สุดสัปดาห์ โดยผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาจากหอสมุดแห่งชาติ
 - 7.7 เว็บไซต์ของหมึกแดง (www.mcdang.com)

3. แหล่งข้อมูลจากเทปโทรทัศน์ โดยการบันทึกเทปเป็นเวลา 3 เดือน
 - 1.1 รายการโทรทัศน์ ฟอกลงเช้าครั้ว ทุกวันอาทิตย์ เวลา 11.00 น. ทางสถานีโทรทัศน์ ไอทีวี ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2544 ถึง เดือนธันวาคม 2544
 - 2.2 รายการโทรทัศน์ ฟอบ้านเช้าครั้ว ทุกวันพุธที่ 2 และ 4 ของเดือน เวลา 16.30 น. ทางสถานีโทรทัศน์ กงทัพบกช่อง 5 ตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2544 ถึง เดือนตุลาคม 2544

4. แหล่งข้อมูลจากเทปรายการวิทยุครอบครัวข่าว ทุกวันจันทร์ถึงเสาร์ เวลา 09.20 น.ทาง สถานีวิทยุ กระจายเสียงแห่งประเทศไทย FM. 94.0 โดยผู้วิจัยได้ทำการบันทึกเทปตั้งแต่วันที่ 15 ธันวาคม 2544 ถึงวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2545 รวมเวลา 2 เดือน

การนำเสนอข้อมูล

ผลจากการศึกษาในเรื่องการสื่อความหมายเพื่อการรับรองคุณภาพความอร่อยของอาหารจากป้ายเซลล์ชวนชิม ได้นำเสนอในประเด็นตามลำดับดังนี้

วิธีการในการสร้างความน่าเชื่อถือของป้ายเซลล์ชวนชิมผ่านสื่อต่างๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุและโทรทัศน์

สาเหตุที่ป้ายเซลล์ชวนชิมได้รับความเชื่อมั่นจากผู้ประกอบการร้านอาหาร โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) จากร้านอาหารประเภทต่าง ๆ

บทที่ 4

การสื่อความหมายของป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิม

ความเป็นมาของเชลล์ชวนชิมก็คือ เมื่อปี 2504 หม่อมเจ้าภีศเดช รัชนี ในตอนนั้นท่านดำรงตำแหน่งเป็นผู้จัดการแผนกส่งเสริมการขายและโฆษณา ของบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด ได้มาปรึกษากับหม่อมราชวงศ์ ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ว่าจะทำโฆษณาอะไรให้ขายน้ำมันและแก๊สได้ดี โดยต้องการโฆษณาที่เป็นแบบ soft sale หม่อมราชวงศ์ ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ซึ่งตอนนั้นเพิ่งกลับมาจากประเทศอังกฤษใหม่ๆได้แนะนำว่า ที่ประเทศฝรั่งเศสจะมี MICHELIN GUIDE ซึ่งเป็นผู้ผลิตยางรถยนต์ MICHELIN เป็นผู้สนับสนุนโครงการ โดยแนะนำอาหารในเส้นทางต่างๆของทวีปยุโรป ซึ่งก็เข้ากับอุปนิสัยของคนไทยที่ชอบการรับประทาน และทานกันได้ตลอด 24 ชั่วโมง ควรนำจุดนี้มาเป็นจุดขาย โดยเป็นการแนะนำแหล่งอาหารอร่อยและได้เลือกคำว่า “เชลล์ชวนชิม” เป็นสัญลักษณ์แทนความอร่อยมาจนถึงปัจจุบัน

หลังจากนั้น “เชลล์ชวนชิม” ก็มีหม่อมราชวงศ์ ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ เป็นผู้ชวนชิมและเขียนแนะนำ และมีบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย เป็นผู้สนับสนุนค่าใช้จ่ายตลอดรายการ

นโยบายที่วางไว้ตั้งแต่ต้นและรักษาอย่างเคร่งครัดตลอดมาคือ แนะนำอาหารอร่อยได้มาตรฐาน บริการดี ไม่มีอันตรายต่อผู้บริโภค ถูกหรือแพงไม่สำคัญ ขอให้อร่อย และประการสำคัญเป็นการแนะนำฟรี ไม่มีการเรียกร้อยค่าตอบแทนใดๆ หากมีผู้ไปแอบอ้างเรียกร้อยค่ามิสสินจ้างก็ขอให้รู้ว่ามิได้มาจากเชลล์ชวนชิม และให้เรียกตำรวจจัดการได้ทันที

พอหลักการทุกอย่างลงตัวแล้ว ก็ได้ขอเช่าหน้าในหนังสือพิมพ์สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ ซึ่งสมัยนั้นคุณประหยัด ศ. นาคะนาท เป็นบรรณาธิการอยู่ และได้คุณประมุฑ อุณหภูบ นักเขียนชื่อดังในตอนนั้น ซึ่งอยู่กองบรรณาธิการของสยามรัฐ ตั้งนามปากกาให้ว่า ถนัดศอ เลียนชื่อของคุณประหยัด ศ. แล้วคอลัมน์เชลล์ชวนชิมโดยถนัดศอก็เปิดตัวครั้งแรกวันที่ 4 ตุลาคม พ.ศ.2504

เชลล์ชวนชิมสองเจ้าแรกที่หม่อมราชวงศ์ ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ชวนชิมเอาไว้คือ ก๋วยเตี๋ยวลูกชิ้นสมองหมู หรืออีกชื่อหนึ่งว่า ก๋วยเตี๋ยวห้าหม้อ (เนื่องจากมีเครื่องปรุง 5 หม้อ ตั้งเรียงกันอยู่ตรงหน้า แต่ละหม้อมีลูกชิ้นชนิดต่างๆ ทั้งปลา หมู เต้าหู้ ตักสมองหมูผสมลงไปผสมด้วย) สมัยนั้นเป็นรถเข็นอยู่ข้างหลังกระทรวงมหาดไทย

อีกเจ้าหนึ่งคือ ข้าวแกงลุงเคลี่ยน หรือข้าวแกงมธุรสวาจา อยู่เยื้องๆกับก๊วยเตี๋ยวมอง หมูหลังกระทรวงมหาดไทย หม่อมราชวงศ์ ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ กล่าวว่ ” ลุงเคลี่ยนคนนี้ทำข้าวแกงอร่อย แล้วยังพูดไพเราะเหลือเกิน แต่ละคำที่หลุดออกมานั้นลึกซึ้งถึงทรงไพเราะ จนออกอากาศไม่ได้นั่นแหละ “

นั่นเป็นสองเจ้าที่เปิดประเดิมเซลล์ชวนชิม ซึ่งนับแต่ครั้งแรกมาก็ประสบความสำเร็จ มีแฟนเขียนเข้ามาติชม คอลัมน์นี้ย้ายมาแล้ว 2 ครั้ง คือที่ นิตยสารฟ้าเมืองไทย ของคุณอาจินต์ ปัญจพรรค และท้ายสุดเมื่อปี พ.ศ.2531ก็ได้ย้ายมาอยู่ที่มติชนรายสัปดาห์จนถึงปัจจุบัน รวมรายชื่อร้านค้าและผลิตภัณฑ์ต่างๆที่ได้รับการแนะนำจากเซลล์ชวนชิมได้มากกว่า 1500 รายทั่วประเทศ

สำหรับในตอนแรกนั้น หม่อมราชวงศ์ ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ได้เริ่มต้นจากการเขียนบทความลงหน้าหนังสือพิมพ์ โดยยังไม่ได้มีตราสัญลักษณ์เป็นเรื่องเป็นราว มีแต่เพียงรูปหม้อลายเส้นที่มีตัวหนังสือเขียนว่าเซลล์ชวนชิมอยู่ข้างใน หลังจากนั้นก็พัฒนามาเป็นรูปการ์ตูนพ่อครัวสวมหมวกทรงสูง จนต่อมาก็เริ่มมีตราสัญลักษณ์เป็นรูปหอยเซลล์มีเปลวไฟ ซึ่งเหมือนกับตราเซลล์แก๊ส ซึ่งถือได้ว่ารูปหอยเซลล์มีเปลวไฟนี้ได้กลายมาเป็นตราสัญลักษณ์ของเซลล์ชวนชิมอันแรก

สำหรับตราสัญลักษณ์อันแรกที่มีลักษณะเช่นนี้ ก็เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์การใช้เซลล์แก๊ส ที่เซลล์เพิ่งสั่งเข้ามาใช้ในเมืองไทยแทนการใช้ถ่าน เนื่องจากในตอนแรกๆนั้นคนไทยไม่ชินกับการใช้แก๊ส กลัวระเบิด กลัวอุบัติเหตุต่าง ๆ นานา เซลล์ชวนชิมจึงใช้เปลวแก๊สเป็นส่วนหนึ่งของตราสัญลักษณ์ รวมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้แก๊สอย่างปลอดภัยด้วย ทั้งนี้เพื่อให้การใช้แก๊สติดตลาด

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตราสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิมในช่วงแรก

ไม่ช้าไม่นานเชลล์แก๊สก็เป็นที่รู้จักกันไปทั่ว และเมื่อติดตลาดและกลายมาเป็นส่วนหนึ่งของครัวไทยสมัยใหม่แล้ว เชลล์ชวนชิมก็ได้เปลี่ยนตราสัญลักษณ์ใหม่อีกครั้งเนื่องมาจาก หม่อมราชวงศ์ ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ เห็นว่าควรมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้มีความหมายและมีคุณค่าที่เหมาะสมมากขึ้น ซึ่งเป็นการเปลี่ยนพร้อมๆกับการฉลองครบรอบ 20 ปีของเชลล์ชวนชิม ตราสัญลักษณ์ใหม่ซึ่งใช้กันชินตาจนกระทั่งในปัจจุบัน เริ่มใช้ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2525 ตราสัญลักษณ์ใหม่นี้ เป็นรูปชามลายครามซึ่งเป็นเครื่องถ้วยลายครามที่นิยมเล่นกันมากในสมัยรัชกาลที่ 5 หม่อมราชวงศ์ ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ได้ความคิดมาจากกรุเครื่องลายครามที่ได้รับเป็นมรดกตกทอดมา ตราสัญลักษณ์ลายครามของเชลล์ชวนชิมนี้เป็นรูปภาชนะอันเป็นสัญลักษณ์ของอาหารการกิน ส่วนลายครามก็เป็นสัญลักษณ์ของความเก่าแก่แต่สูงค่า รวมความว่าเป็นสัญลักษณ์แห่งการกินดีกินเป็น



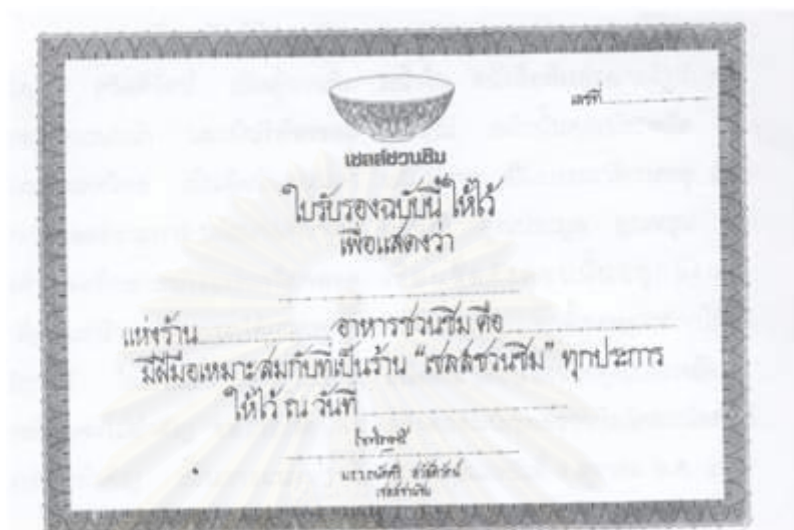
ตราสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิมที่ใช้ในปัจจุบัน

จะเห็นได้ว่าเมื่อเชลล์ชวนชิมประสบความสำเร็จในการโฆษณาระดับหนึ่งแล้ว หม่อมราชวงศ์ ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ได้เปลี่ยนตราสัญลักษณ์ของป้ายเชลล์ชวนชิมใหม่ ซึ่งป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิมที่เปลี่ยนในตอนหลังและใช้จนถึงปัจจุบันนั้นจะมีความหมายที่ชัดเจนกว่า เนื่องมาจากความหมายของป้ายที่มีตราสัญลักษณ์เป็นเครื่องลายครามนั้นเป็นสัญลักษณ์แห่งการกินดีกินเป็น ซึ่งมีความเหมาะสมชัดเจนมากกว่าสัญลักษณ์ที่ปรากฏบนป้ายเชลล์ชวนชิมอันแรก

นอกจากนี้ ที่ตัวป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิมที่ติดตามร้านอาหารต่างๆยังมีลายเซ็นของหม่อมราชวงศ์ ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ แสดงอยู่ที่ป้ายด้วย ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ที่มีอยู่เหนือป้ายสัญลักษณ์ ดังจะเห็นได้จากกฎเกณฑ์ในการรับประกาศนียบัตรที่เน้นว่าของจริงต้องมีลายเซ็นชื่อกำกับรับรอง ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สำหรับกฎเกณฑ์ในการรับประกาศนียบัตรและป้ายตราสัญลักษณ์นั้น ทางร้านค้าและเจ้าของผลิตภัณฑ์ เพียงแต่นำคอดัชนีเชลล์ชวนชิมที่ระบุชื่อร้านหรือผลิตภัณฑ์ของตนเอง ไปติดต่อขอรับ

ประกาศนียบัตรได้จากบริษัทเชลล์ มีหม่อมราชวงศ์ ถนัดศรี สวัสดิวัตน์เป็นผู้เซ็นชื่อกำกับรับรอง ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ หากแต่ใครต้องการป้ายเชลล์ชวนชิม ก็ต้องติดต่อสั่งทำจากบริษัทเชลล์ เสียค่าวัสดุและค่าแรงเท่านั้น



ประกาศนียบัตรเชลล์ชวนชิม

ระเบียบการขอประกาศนียบัตรและป้ายเชลล์ชวนชิม

การขอประกาศนียบัตรโปรดติดต่อขอประกาศนียบัตรด้วยตนเอง พร้อมทั้งนำหนังสือพิมพ์ที่ระบุชื่อร้านของท่านมาแสดงเป็นหลักฐาน และแจ้งรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ชื่อและนามสกุลของเจ้าของร้าน
2. ชื่อร้าน
3. ชื่ออาหารที่ระบุในคอลัมน์เชลล์ชวนชิม
4. วันที่ของหนังสือพิมพ์ฉบับที่ระบุชื่อร้านของท่านในคอลัมน์เชลล์ชวนชิม

หลักฐานที่ใช้ในการขอประกาศนียบัตรเชลล์ชวนชิม

- สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนหน้า/หลัง
- สำเนาทะเบียนบ้าน

- สำเนาใบทะเบียนการค้าจากกรมสรรพากร
- สำเนาคอลัมน์เซลล์ชวนชิม

ท่านที่อยู่ต่างจังหวัด ซึ่งไม่สามารถมาติดต่อได้ด้วยตนเอง โปรดส่งจดหมายแจ้งรายละเอียดดังกล่าวและตัดคอลัมน์เซลล์ชวนชิม ระบุชื่อร้านของท่านและวันที่ได้ระบุไว้ในหนังสือพิมพ์ฉบับนั้นแนบมาพร้อมจดหมายและวงเล็บมุมซองว่า “เซลล์ชวนชิม”

ขนาดของป้ายเซลล์ชวนชิม

1. ป้ายพลาสติก/ป้ายกล่องไฟ ขนาด 12” * 24”
2. ป้ายพลาสติก/ป้ายกล่องไฟ ขนาด 17” * 33”
3. ป้ายพลาสติก/ป้ายกล่องไฟ ขนาด 21” * 41”

แบบสั่งทำป้ายเซลล์ชวนชิมมี 4 แบบ

1. ป้ายพลาสติก 1 หน้า ไม่มีไฟ มี 3 ขนาด
ราคาแผ่นละ 1500 บาท (เท่ากันทุกขนาด)
2. ป้ายพลาสติก 2 หน้า ไม่มีไฟ มี 3 ขนาด
ราคาแผ่นละ 3000 บาท (เท่ากันทุกขนาด)
3. ป้ายกล่องไฟ 1 หน้า มีไฟ มี 3 ขนาด
ราคากล่องละ 2500 บาท (เท่ากันทุกขนาด)
4. ป้ายกล่องไฟ 2 หน้า มีไฟ มี 3 ขนาด
ราคากล่องละ 3300 บาท (เท่ากันทุกขนาด)

การสั่งทำป้ายเซลล์ชวนชิม

ติดต่อสั่งทำด้วยตนเอง หรือแจ้งความประสงค์ทางจดหมาย จ่าหน้าซองถึงบริษัท เซลล์แห่งประเทศไทย จำกัด แผนกโฆษณา เลขที่ 10 ถนน สุรนทรโกษา แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์ 02249-0491

(คู่มือเซลล์ชวนชิม,2543:4-5)

จากรายละเอียดข้างต้นจะเห็นว่าหม่อมราชวงศ์ถนัดศรีได้ใช้ชามกั้งไสเป็นสัญลักษณ์ของเชลล์ชวนชิมแทนแบบเดิม ซึ่งชามกั้งไสนี้มีความหมายแฝงที่หมายถึง ภูเขาชนะอันเป็นสัญลักษณ์ของอาหารการกิน ส่วนลายครามก็เป็นสัญลักษณ์ของความเก่าแก่แต่สูงค่า รวมความว่าเป็นสัญลักษณ์แห่งการกินดีกินเป็น และมีความอร่อยแบบเก่าแก่ ซึ่งหม่อมราชวงศ์ถนัดศรีต้องการจะสื่อว่าป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิม เป็นป้ายสัญลักษณ์แห่งการกินดีกินเป็น และป้ายสัญลักษณ์นี้เองที่เมื่อทุกคนเห็นจะเข้าใจว่าร้านอาหารที่มีป้ายนี้ทำอาหารอร่อย และสะอาด ได้มาตรฐาน

สาเหตุที่ทำให้ป้ายเชลล์ชวนชิมมีความน่าเชื่อถือ น่าจะมีสาเหตุมาจากความมีชื่อเสียงของหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาดังประวัติความเป็นมาของหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ เพื่อใช้ในการวิจัยต่อไป

หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ เกิดในรัชกาลที่ 7 เมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม 2470 ที่วังเพชรบูรณ์ หลังวังสระปทุม และอยู่ในความดูแลของหม่อมย่า ซึ่งเป็นผู้ว่าการห้องเครื่องวังสระปทุมตั้งแต่เล็กๆ เรียนหนังสือที่โรงเรียนราชินี จนกระทั่งอายุได้ 10 ปี ก็ออกมาเข้าโรงเรียนสาธิตแห่งแรกของประเทศไทย คือ โรงเรียนหอวังแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และได้ทุนเล่าเรียนทุกปี เพราะสอบได้มากกว่าร้อยละ 80 จนกระทั่งจบชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ได้ย้ายไปอยู่ที่โรงเรียนเทพศิรินทร์ หลังจากนั้นไปเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์และการเมือง พอดีกับเป็นเวลาสงคราม มหาวิทยาลัยปิดไม่มีกำหนด เลยมาอยู่หลังโรงกับวงดนตรีสุนทราภรณ์ จนกระทั่งสงครามเล็กก็เรียนไปด้วยทำงานไปด้วยเป็นเสมียนที่สำนักงานร่วมมือสหประชาชาติ หน่วยงานหนึ่งของกระทรวงต่างประเทศ

หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ เริ่มมีชื่อเสียงทางร้องเพลง เมื่ออายุ 30 เศษ เล่นหนัง เล่นละครโทรทัศน์จนมีชื่อเสียง เป็นนักร้องแผ่นเสียงทองคำ และเขียนบทความลงหนังสือพิมพ์สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ ฟ้ามืองไทย และหนังสือพิมพ์มติชนสุดสัปดาห์ ตามลำดับ โดยใช้นามปากกาว่า “ถนัดศอ” ปัจจุบันเป็นผู้จัดรายการวิทยุครอบครัวवाल, รายการโทรทัศน์ครอบครัวवाल , พ่อบ้านเข้าครัว , พ่อลูกเข้าครัว

เริ่มจัดทำป้าย “เชลล์ชวนชิม”มาพร้อมกับเริ่มการร้องเพลง จนปัจจุบันชื่อและความหมายของคำนี้ก็ยังคงเป็นเหมือนตรารับประกันคุณภาพของอาหารอยู่

(ไทยรัฐ : 30 มีนาคม 2528)

จากข้างต้นจะเห็นว่าที่ป้ายเชลล์ชวนชิมได้รับการยอมรับเนื่องมาจากคุณลักษณะบางประการของหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ซึ่งถือว่าเป็นผู้ส่งเสริมที่มีความน่าเชื่อถือ และยังเป็นผู้ริเริ่มการให้ป้ายรับประกันความอร่อย สาเหตุประการสำคัญก็เนื่องมาจาก การที่หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ เป็นผู้ที่คลุกคลีอยู่ในวังตั้งแต่เล็ก ๆ และยังมีหม่อมย่าเป็นถึงผู้ว่าการห้องเครื่องประจำวังสระปทุม จึงได้รับประทานอาหารชาววังแท้ๆตลอดมา จนได้ชื่อว่าเป็นผู้ที่มีความชำนาญในเรื่องของอาหารไทย เรียกได้ว่ารู้ลึกรู้จริง ดังที่จะเห็นได้จากเวลาท่านไปออกสื่อต่างๆทั้งวิทยุและโทรทัศน์ ถ้ามีคำถามเกี่ยวกับอาหารท่านจะสามารถตอบข้อสงสัยได้อย่างชัดเจน และการที่ท่านตอบข้อสงสัยต่างๆเกี่ยวกับอาหารได้อย่างละเอียดนี้ ทำให้ท่านได้รับการยอมรับและเชื่อถือจากบุคคลทั่วไปทั้งทางราชการและเอกชน รวมทั้งชาวบ้านทั่วไป นอกจากนี้ท่านยังเป็นผู้ที่มีความซื่อตรง อย่างเช่น เมื่อร้านอาหารที่ไปชิมอร่อยท่านก็บอกว่าอร่อยแต่ถ้าไม่ท่านก็จะบอกว่าไม่ จนทำให้ได้รับเลือกให้เป็นรองประธานองค์การโภชนาการสากล (World Gastronomic Council) ซึ่งรายละเอียดต่างๆจะเห็นได้จากการเขียนบทความลงหนังสือ วารสารต่างๆ และการทำรายการวิทยุและโทรทัศน์ ที่ผู้วิจัยจะได้กล่าวต่อไปในหัวข้อของการสื่อความหมายโดยผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุและโทรทัศน์

วิธีการสื่อความหมายโดยผ่านสื่อสิ่งพิมพ์

ในตอนเริ่มต้นนั้น หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ได้ใช้สิ่งพิมพ์เป็นตัวสื่อความหมายของป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิม โดยสิ่งพิมพ์แรกที่หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ได้นำเรื่องเชลล์ชวนชิมไปตีพิมพ์ คือ หนังสือวารสาร สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ หลังจากนั้นก็ได้เปลี่ยนมาที่นิตยสารฟ้าเมืองไทย สุดสัปดาห์ และสุดท้ายจนถึงปัจจุบันได้ปักหลักอยู่ที่หนังสือพิมพ์มติชนรายสัปดาห์

ลักษณะของบทความที่ตีพิมพ์ตามหน้าหนังสือพิมพ์ต่างๆนั้น จะมีลักษณะเป็นการเขียนเล่าเรื่องซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารต่างๆที่หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ได้ไปรับประทานมาและเห็นว่ามีความอร่อยดี พร้อมทั้งยังมีการประชาสัมพันธ์ถึงสินค้าและผลิตภัณฑ์ต่างๆของบริษัทเชลล์

ซึ่งลักษณะที่หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ใช้ในการเล่าเรื่องนั้นได้ใช้ถ้อยคำ ภาษาได้เหมาะสมกับระดับของผู้ฟัง โดยมีการบรรยายให้ผู้ฟังได้เห็นภาพของอาหาร และลักษณะของ

ร้านพร้อมทั้งบอกอาหารจานเด่นๆของร้านด้วย นอกจากนี้ยังแสดงถึงตรรกะของการทำอาหาร
แทรกไว้ในบทความดังที่ผู้วิจัยจะได้ยกตัวอย่างให้เห็นต่อไป

ลักษณะภาษา อารมณ์ ที่ใช้ในการบรรยายถึงลักษณะและความอร่อยของอาหาร เพื่อ
ทำให้ผู้อ่านเกิดจินตนาการ คล้อยตาม ดังจะเห็นได้จากบทความต่อไปนี้

“...ที่ตรอกวังแดงนี่นะ เขามีก๋วยเตี๋ยวไก่ ไฉกไก่ลือชื่อมานมนาน”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2505: 29)

จากข้อความข้างต้นจะเห็นว่า หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ได้แสดงให้เห็นผู้อ่านได้
เห็นถึงความมีชื่อเสียงของร้าน ผ่านการเล่าเรื่อง โดยการเลือกใช้ภาษาตอกย้ำซ้ำความ เพื่อให้ผู้
อ่านเชื่อตามที่เขียนดังตัวอย่างที่ว่า “...ลือชื่อมานมนาน” ซึ่งเป็นการใช้ภาษามาช่วยในการตอกย้ำ
ว่าร้านอาหารนี้มีความเก่าแก่และมีชื่อเสียงมาก

หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ได้ใช้ภาษาในการถ่ายทอดถึงลักษณะของอาหารแต่
ละชนิดได้อย่างเด่นชัดและมีศิลปะ โดยได้ใช้ศิลปะในการพรรณนาเข้ามาช่วยในการอธิบาย ทำให้
ผู้อ่านสามารถจินตนาการในรสชาติและรูปรส กลิ่น สี ของอาหารตามไปได้ และทำให้เกิดความรู้
สึกอยากลิ้มลองอาหารจานนั้นๆตามมา ดังตัวอย่างที่ว่า

“...ก๋วยเตี๋ยวไก่รสอร่อย น้ำซุปรหวาน เนื้อไก่อนุ่มนวลเหมือนเดิม”

“ข้าวต้มปลาเจ้านี่ รสชาติดีมาก หัวปลาไม่เหม็นคาวเลยแม้แต่นิดเดียว ส่วนเนื้อปลานี้
นั้นก็แล่ว่ายอย่างถูกวิธีคือ แล่ปลาอย่างทะนุถนอมด้วยมีดคมกริบ ไม่ให้เนื้อปลาช้ำ ทำให้ไม่มีกลิ่น
เหม็นคาวส่วนหนังปลาที่แล่เอาไว้ต่างหากนั้น เอามาหันเป็นชิ้นๆลวกให้สุก จิ้มน้ำพริกศรีราชา
อร่อยยิ่งนักไม่เชื่อไปลองดูเถอะ”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2505: 29)

จากบทความข้างต้น แสดงให้เห็นถึงการบรรยายวิธีการประกอบอาหาร เพื่อเพิ่มความ
น่าเชื่อถือ และแสดงให้เห็นถึงความรู้ในเรื่องของศิลปะในการประกอบอาหาร ทำให้ผู้อ่านเกิด
ความเชื่อถือทั้งต่อตัวผู้เขียนและอาหารว่ามีความอร่อยจริง

“สิ่งสำคัญของก๋วยเตี๋ยวเปิดเจ้านี้อยู่ที่น้ำพะโล้ รสชาติหอมหวานชวนกินเป็นยิ่งนัก ใคร
มากินก๋วยเตี๋ยวเปิดเจ้านี้ควรจะกินก๋วยเตี๋ยวน้ำถึงจะได้รสชาติครบสมบูรณ์”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2505: 29)

จากบทความข้างต้นที่ว่า “...รสชาติหอมหวานชวนกินเป็นยิ่งนัก...” แสดงถึงการนำ
พรรณนาโวหารมาใช้ประกอบในประโยค เพื่อช่วยในการบรรยายรสชาติของอาหาร ให้เห็นภาพ
ของความอร่อยได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

“...ปีกเปิดสับเป็นท่อนใหญ่ๆ ต้มพะโล้จนเปื่อย เอาตะเกียบคีบใส่ปากใช้ลิ้นดูดสองสาม
ที่ กระจุกก็ล่อนออกไปเหลือแต่เนื้อนุ่มล้วนๆ ชวนกินเป็นอย่างยิ่ง”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2505: 29)

จากบทความข้างต้น แสดงถึงลักษณะของอาหารที่มีความอร่อยว่ามีลักษณะเป็นเช่นไร
ดังบทความที่ว่า “...เอาตะเกียบคีบใส่ปากใช้ลิ้นดูดสองสามที่ กระจุกก็ล่อนออกไปเหลือแต่เนื้อนุ่ม
ล้วนๆ ชวนกินเป็นอย่างยิ่ง” แสดงให้เห็นถึงความอร่อยของเนื้อเปิดที่มีความเปื่อยยุ่ย จนแทบไม่
ต้องออกแรงในการรับประทาน

“...ลูกชิ้นของเขาหลายแบบนัก มีทั้งลูกเล็กลูกโต มีทั้งอย่างกลมอย่างยาว เห็นแล้วชวน
น้ำลายหกยิ่งนัก เส้นบะหมี่ของเขาก็ไม่ม้วนรัด กระจุกไว้เป็นก้อนๆ อย่างเขาทั้งหลาย แต่ม้วนไว้
เป็นพอนๆ เวลาจะการก็สาวออกมาแต่พอควร”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2505: 29)

บทความข้างต้นเป็นการอธิบายความเพื่อให้ผู้อ่านได้เห็นภาพของอาหารต่างๆ ว่ามีลักษณะเป็น
เช่นไร มีรูป รส กลิ่น เสียง อย่างไร และทำให้ผู้อ่านสามารถจินตนาการภาพต่างๆ ของอาหารได้ง่าย
และชัดเจนมากขึ้น

“...พริกตำรสชาบชานทรวงโน...”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2505: 29)

“...กระทงใบเตยนี้เวลากินมีกลิ่นใบเตยรวยริน ทำให้ชวนกินยิ่งขึ้นไปอีก”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2506: 29)

จากตัวอย่างของบทความข้างต้น เป็นการเล่นคำให้มีความไพเราะงดงามขึ้น เพื่อโน้มน้าวจิตใจของผู้อ่านให้เห็นภาพความอร่อยได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

“...ข้าวเหนียวที่คนทำรสมือดีนั้นจะต้องละมุนละไม สวยเป็นตัวเองแต่ไม่แข็ง และไม่แฉะ จับกันเป็นก้อน น้ำกะทิต้องหวานมัน พอดี...”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2506: 29)

“...รสชาติของกะหรี่เจ้านี้ใช้ได้ เส้นกะหรี่ไม่นุ่มเกินไป และไม่กระด้างเกินไป กำลังละมุนละไมดี หมูแดงที่โรยหน้าก็กรอบดีมาก อร่อยเหมือนเขาถือจริง ๆ ต่อมาก็ตองเกี่ยวน้ำบ้าง แป้งเกี่ยวที่เราเห็นกันมานั้น ส่วนมากพอทิ้งไว้ในน้ำสักครู่ จะขึ้นอืดจนและ แต่แป้งเกี่ยวเจ้านี้ ผิดกัน ทิ้งไว้ตั้งนานก็ยังเป็นตัวเกี่ยวอยู่ แต่ไม่กระด้างนุ่มนวลชวนกินอยู่เสมอ”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2506: 29)

จากข้างต้นจะเห็นว่ามีการบรรยายโดยใช้ลักษณะของอาหารมาบรรยายว่า อาหารชนิดนั้นๆ ลักษณะที่ดีเป็นอย่างไร อย่างไรถึงจะอร่อย ทำให้ผู้อ่านนึกภาพตามได้ง่ายขึ้น และทำให้รู้ถึงลักษณะที่ดีของอาหารว่าควรเป็นเช่นไร

“...รสชาติของเนื้อสันย่ำร้านนี้ ดุตันถึงใจ มีทั้งเผ็ด เปรี้ยว เค็ม ตักเข้าไปสองสามชิ้น บรรดาคนกินจะมีปฏิกิริยาต่างๆ เช่น เหงื่อออกได้ตา โลงจมูก คนที่ไว้ผมทรงลานบิน บนลานบินจะมีน้ำท่วม เหงื่อออกทุกชุมชน เป็นต้น สรรพคุณทั้งหลายดังกล่าวมาแล้ว เห็นจะเหมาะกับผู้ที่กำลังเป็นหวัดและอยู่ในความโศกเศร้าเป็นอย่างยิ่ง”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2505: 29)

ในการบรรยายถึงรสชาติของอาหารนั้น ในบางครั้งหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ใช้การบรรยายโดยการยกตัวอย่างขึ้นมาประกอบ ทำให้เห็นภาพของอาหารได้เด่นชัดขึ้น ว่ามีลักษณะหรือมีรสชาติเป็นเช่นไร เช่นมีรสชาติเผ็ด จนเมื่อรับประทานไปแล้วจะมีปฏิกิริยาอย่างไร

เกิดขึ้นกับผู้ทาน เช่น "...เหงื่อออกได้ตา โลงจมูก คนที่ไว้ผมทรงลานบิน บนลานบินจะมีน้ำท่วม เหงื่อออกทุกขุมขน..." เป็นต้น จนเห็นภาพได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น

"...เนื้อแพะที่จัดใส่จานมาให้ทุกคนนั้น แลอย่างบาง แชน้ำแข็งเย็นเฉียบ มองดูสีสดน่ากินเหลือเกิน ขนานนี้รับรองว่าไม่มีเหม็นสาบแม้แต่น้อย รสชาตินุ่มนวลมาก อย่าลืมลองชิมให้ได้ทีเดียว"

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2506: 29)

นอกจากการบรรยายให้เห็นภาพและรับรู้ได้ถึงรสชาติของอาหารแล้ว หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ยังได้บรรยายถึงกลิ่นของอาหารด้วย เพื่อให้ผู้อ่านได้รับรู้ได้ทั้งรูป รส กลิ่นของอาหาร

"ข้าวหมกไก่เจ้านี้ มีกรรมวิธีของเขาโดยเฉพาะ เครื่องเทศรุนแรงจนส่งกลิ่นฉุนเฉียวติดปากติดคอ กลิ่นรสของข้าวหมกไก่ที่นี่ นุ่มนวลชวนกิน เช่นเดียวกับเม็ดข้าวที่นุ่มละมุนละไมไม่มีกระด้างระคายคอแม้แต่น้อย ใครที่ได้กินข้าวหมกไก่ที่เป็นครั้งแรกจะต้องออกปากชมการหุงข้าวทุกคนไป"

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2513: 50)

มีการใช้ภาษาที่มีสัมผัสเข้ามาช่วยในการบรรยายถึงรสชาติของอาหาร นอกจากนั้นยังมีการเล่นคำ โดยใช้ภาษาที่สละสลวย เพื่อบรรยายให้เห็นภาพได้เด่นชัด เมื่อผู้อ่านอ่านแล้วจะรู้สึกอยากรับประทาน

"...สำหรับซี่โครงหมูนั้นยิ่งเลอเลิศหนักขึ้นไปอีก เขาเลือกแต่ซี่โครงอ่อนไม่มีมัน มีแต่เนื้อแกมกระดูกอ่อนๆ เคี้ยวกรุบกรับดีเหลือประมาณ"

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2513: 50)

หม่อมราชวงศ์ถนัดศรีได้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของวัตถุดิบ เพราะวัตถุดิบในการปรุงอาหารก็เป็นส่วนหนึ่งที่ได้นำมาบรรยายไว้ในบทความ ซึ่งทำให้ผู้อ่านได้เห็นถึงความสำคัญในการพิถีพิถันในการเลือกวัตถุดิบเพื่อใช้ในการประกอบอาหาร ซึ่งจะนำมาซึ่งความอร่อยในท้ายที่สุด

“...สั่งปลาจะระเม็ดทอดกระเทียมพริกไทยมาก่อนตามธรรมเนียม ของการกินอาหารร้านนี้ ใครไม่สั่งกินจะอดของดี กรอบทั้งตัวกินได้ไม่มีเหลือ แม้จุนขึ้นกระเทียมก็ทอดกรอบรสเข้ม แกลุ่มเหล้าแกลุ่มเบียร์ดีนัก”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2514: 46)

บทความข้างต้นเป็นการบรรยายโดยใช้การเปรียบเทียบเข้ามาทำให้อาหารในจานมีความโดดเด่นมากขึ้น เช่น “...กรอบทั้งตัวกินได้ไม่มีเหลือ แม้จุนขึ้นกระเทียมก็ทอดกรอบรสเข้ม แกลุ่มเหล้าแกลุ่มเบียร์ดีนัก” ขึ้นกระเทียมถูกยกตัวอย่างให้เห็นว่า แม้สิ่งเล็กๆน้อยๆ ก็ให้ความสำคัญ ทำให้อาหารดี เมื่อเปรียบเทียบกับปลาที่อยู่ในจานย่อมต้องมีรสชาติที่ดียิ่งขึ้นไปอีก

“...รสอาหารที่เป็นฝีมือแบบโฮมเมด คุณก็ หรือ อาหารประเภททำกินกันในบ้านแม่ครัวทำมานานเต็มที ตั้งแต่เป็นสาวน้อยจนเป็นสาวใหญ่ รสมือไม่มีเปลี่ยนแปลง...”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2525: 53)

จากบทความข้างต้นจะเห็นว่าหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ได้ทำการเปรียบเทียบวิธีการในการทำอาหารของร้านนี้ว่าเปรียบได้กับการทำอาหารทานเองที่บ้าน ซึ่งแสดงถึงความพิถีพิถันของร้าน เหมือนเวลาที่ผู้อ่านทำอาหารทานเองที่บ้าน

นอกจากนี้จะเห็นว่าหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ได้ใช้ภาษาที่แสดงถึงความอร่อยได้อย่างหลากหลาย โดยไม่ได้หยุดอยู่เพียงแค่คำว่าอร่อย หรืออร่อยมาก ภาษาที่ หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ นำมาใช้เป็นภาษาที่ทำให้เห็นถึงภาพของความอร่อยที่มีมากจริงๆ อย่างเช่น “...ทำให้โอชาขึ้นอีกพะเรอ” จะเห็นได้ว่าหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ได้นำภาษาพูดมาใช้ในการเขียนบทความ เพื่อเป็นการสร้างจินตนาการให้กับผู้อ่าน เช่น

“...ใส่อ่อนเจ้านี้ก็มีสองอย่าง คืออย่างธรรมดาและอย่างปรุงแต่ง โดยเอาเนื้อหมูสับและไข่ยัดใส่เข้าไป แบบลูกกรอก ทำให้โอชาขึ้นอีกพะเรอ”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2505: 29)

“...เนื้อเปิดตัดเป็นชิ้นใหญ่ๆ โคนหนวดเรียบริ้วแล้ว สะอาดสะอาดดี เนื้อเปิดเปื่อยยุ่ยจนเอาตะเกียบคีบกระดูกแยกออกต่างหากได้อย่างสะดวก เปิดตุนี่ใช้เป็นน้ำแกงประกอบกับเส้น

บะหมี่หรือเกี๊ยว สำหรับคนที่สั่งบะหมี่เปิดตุ๋นมองดูแล้วนึกเสียดายว่าขาดน้ำซุปล้วนโอหารสไปเสียได้ น่าเสียดาย”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2506: 50)

ในบทความนี้แสดงให้เห็นว่า มีการนำภาษาพูดมาใช้ เช่น จากการถอนขนเป็ด ก็หันมาใช้คำว่าโกนหนวด เป็นต้น เพื่อให้มีความสละสลวยมากขึ้น รวมทั้งสร้างให้เกิดภาพของความอร่อย

“ก๋วยเตี๋ยวราดหน้าเนื้อแบบกวางตุ้ง เนื้อนุ่มๆ ผักหั่นชิ้นโตๆ ทั้งกรอบทั้งหวาน ถ้าจะให้ดียิ่งขึ้นก็ต้องสั่งก๋วยเตี๋ยวราดหน้าเนื้อผัดน้ำมันหอย อร่อยมากขึ้นไปอีกไม่รู้ต่อเท่าไรๆ”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2506: 50)

มีการใช้จำนวนมาเปรียบเทียบให้เห็นภาพของความอร่อย เช่น คำว่า “อร่อยมากขึ้นไปอีกไม่รู้ต่อเท่าไรๆ” แสดงให้เห็นถึงความอร่อยที่เพิ่มมากขึ้น

“...ไข่เจียวหมูสับที่ทอดแล้ว พองโตยังกับซาลาเปา งานนี้เด็ดนัก แต่พอมาทำกินเองก็ไม่เหมือนที่ตึกทำ...”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2530:55)

บางครั้งมีการใช้ภาษาแสดงเข้ามาช่วยในการบรรยายให้เห็นภาพของความอร่อย ซึ่งนักหนังสือพิมพ์นิยมนำมาใช้ในการบรรยายถึงสิ่งต่างๆ

“...เนื้อแดดเดียว ของที่นี่เขาดังมาก เนื้อนุ่ม รสชาติกำลังดี พวกเราจึงสั่งซำแล้วซำเล่า”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2531:55)

ใช้ภาษาเพื่อบรรยายถึงการกระทำซ้ำๆ หรือบ่อยๆ ในการบริโภค มาช่วยเพิ่มภาพของความอร่อยที่มีมากขึ้น จนต้องรับประทานทานมากขึ้น

นอกจากการบรรยายถึงลักษณะและความอร่อยของอาหารแล้ว หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ยังได้แทรกวิธีการในการรับประทานอาหารบางอย่างเพื่อเพิ่มอรรถรสในการกินให้มากขึ้นด้วย ดังเช่น

“...การกินเหล้าจีนนั้นก็อย่าดื่มชวบชาบเหมือนเหล้าอื่นๆ ถ้าไม่เชื่อลองดูก็ได้ ไม่เหมือนลูกเทนนิสติดคอ ยอมให้ต่อว่าที่เดียว เวลากินต้องค่อยๆ จิบ ตาก็มองดูจุ่มกตองสูงตกลิ้นอันหอมหวลเข้าไปด้วย จึงจะครบองค์ประกอบในการกินเหล้าจีน ถ้าดื่มด่ำมากเท่าไร ปรัชญาก็จะหลั่งไหลออกมาเองไม่มีที่สิ้นสุด”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2505: 29)

การบรรยายถึงรสชาติของอาหารของหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ เป็นสิ่งที่มีเสน่ห์ดึงดูดใจให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกร่วม เสมือนได้ร่วมโต๊ะรับประทานอาหารมือนั้น นอกจากนี้ที่หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ จะบรรยายถึงรสชาติของความอร่อยของอาหารแล้ว ท่านยังใช้ลีลาในการเปรียบเทียบเปรียบเทียบเปรย เข้ามาช่วยในการบรรยาย เพื่อให้ผู้อ่านมีจินตนาการคล้อยตาม ถึงรสชาติของอาหารในงานนั้นๆ ด้วยเช่น

“...เมื่อเที่ยวเตร่สำราญบานใจแล้ว ก็ขอให้มาลองชิมอาหารชั้นยอดของราชบุรีบ้าง สำหรับฝีมือทำนั้นรับรองได้ว่าเหลากรุงเทพฯ กินดิบไม่ลงแน่ๆ”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2505: 29)

เป็นการใช้ภาษาเพื่อเปรียบเทียบให้เห็นว่า อาหารที่ร้านนี้มีความอร่อยมาก เทียบเท่ากับร้านที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยม จนสามารถเทียบชั้นกันได้กับร้านที่อยู่ในเมือง ทั้งๆที่ร้านนี้เป็นร้านที่อยู่ต่างจังหวัด แสดงถึงความอร่อยของร้านได้เป็นอย่างดี

“...ลองแวะสั่งเปิดตุ๋นและเลือดเปิดอย่างละชาม สั่งเหล้าและโซดาเย็นๆมาเป็นของคู่กัน แล้วนั่งบริโภคด้วยความสุขุม จะรู้ว่าสวรรค์ในการกินนั้นสูงแค่ไหนเมื่อเอื้อมเท่านั้นเอง”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2505: 29)

มีการใช้ความเชื่อเข้ามาช่วยในการบรรยายเปรียบเทียบถึงความอร่อยที่ได้รับจากการรับประทานอาหาร เช่น การใช้คำว่าสวรรค์มาเปรียบเทียบว่าทานแล้วจะอร่อยเหมือนทานอาหารสวรรค์ เป็นต้น

“แกงป่าของคุณสุรียต์ต้องยกให้เป็นยอดเยี่ยมของร้าน อร่อยจริงๆ สีสิ้นช่างน่ากินจริง สีแดงของน้ำพริกแกง สลับกับสีเขียว สีเหลืองของผัก แซมด้วยสีขาวของเนื้อไก่ทำให้มองดูเหมือนภาพวาด ข้ายังดีกว่าตรงที่ตักกินได้เสียด้วย...”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2513: 50)

นอกจากการบรรยายเปรียบเทียบเพื่อให้ทราบถึงรสชาติความอร่อยของอาหารแล้ว หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ยังได้บรรยายถึงความสวยงามของอาหารในงานนั้นด้วย เช่น ใช้การเปรียบเทียบว่า อาหารงานนี้นั้นมีความสวยงามน่ารับประทานเหมือนรูปภาพ

“...แหยมหัวหมูเจ้านี้ใครยังไม่เคยลอง ควรชวนขายให้เพื่อนฝูง ซื้อส่งมาชิมให้ได้ อร่อยกว่าแหยมธรรมดาอร่อยเอาหนึ่ง”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2514: 46)

บางครั้งในการบรรยายเปรียบเทียบให้เห็นถึงรสชาติความอร่อยของอาหารนั้น ก็ใช้การพาดพิงต่อเข้ามาสร้างความน่าเชื่อถือ ว่ารสชาติของอาหารนั้นมีความอร่อยมากจนกล้าทำพจน์

“ปลาหมึกสดเจ้านี้ก็สดจริงๆลวกให้สุกแล้วกรอบหวานทีเดียว ไม่เหนียวเหนียวเหมือนกินยางลบ รับประทานได้”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2514: 46)

มีการใช้ภาษาแสดงสิ่งที่ไม่ดีคุณภาพมาเปรียบเทียบให้เห็นถึงสิ่งที่ดี เพื่อเป็นมาตรฐานที่ใช้ในการตัดสินถึงความอร่อย เช่น “...ไม่เหนียวเหนียวเหมือนกินยางลบ...” เป็นต้น

“...ใครที่กินเผ็ดไม่ได้ห้ามมาลองอย่างเด็ดขาด เขาทำสำหรับคอเผ็ดเท่านั้น รสชาติซาบซ่าจนถึงใจ ยามเข้ากินแล้วหายง่วงเหงาหาวนอน ส่วนยามกลางวันนั้นกินแล้ว เชื้อไวรัสโรคหวัดจะถูกทำลายหายสูญไปในชั่วเวลาเพียงไม่กี่นาที ที่ว่างจะเต็มไปด้วยเหงื่อผุดขึ้นทุกมุมขนจนเอิบอาบไปทั่วสรรพางค์กาย เหมือนเข้าไปอบตัวในตู้ตามสถานอบนวดไม่มีผิด”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2513: 50)

หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ได้ใช้ภาษาบรรยายเปรียบเทียบเพื่อแสดงถึงรสชาติของอาหาร โดยแสดงให้เห็นถึงลักษณะที่จะเกิดขึ้นเมื่อได้ทานอาหารนั้นๆแล้ว เช่น “...รสชาติซาบซ่าจนถึงใจ ยามเข้ากินแล้วหายง่วงเหงาหาวนอน ส่วนยามกลางวันนั้นกินแล้ว เชื้อไวรัสโรคหวัดจะถูกทำลายหายสูญไปในชั่วเวลาเพียงไม่กี่นาที ที่ว่างจะเต็มไปด้วยเชื้อผุดขึ้นทุกชุมชนจนเอิบอาบไปทั่วสรรพางค์กาย เหมือนเข้าไปอบตัวในตู้ตามสถานอบนวดไม่มีผิด”

“เส้นบะหมี่ของร้านที่อังกี้เส้นบางเฉียบราวกับมิดโกน เวลาลวกแล้วจะสลวยราวกับผมหยักไศก จะว่าแฉะก็ไม่เชิง จะนิ่มก็เห็นจะนิ่มอย่างนุ่มนวลเป็นเส้นบะหมี่ที่มีลักษณะเฉพาะอีกแห่งหนึ่ง ว่ายังงี้เถอะ ถ้าจะถามว่าแล้วอร่อยไหมละ เป็นต้องตอบได้ทันทีว่าอร่อยจนไปเลย”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2513: 50)

ได้มีการเปรียบเทียบ บรรยายถึงลักษณะอาหารนั้นด้วยว่ามีลักษณะเป็นเช่นไร เพื่อให้ผู้อ่านได้นึกภาพของอาหารนั้นๆออก เช่น “...เส้นบางเฉียบราวกับมิดโกน...” เป็นต้น

“ที่ปัตตานีมีของดีอย่างหนึ่งที่ยากจะแนะนำ คือ หอยนางรมสดๆจากตำบล มะรวด อำเภอบ้านนา เป็นหอยเลี้ยงแบบแหลมแทนที่อ่างศิลา แต่ตัวโตกว่ามาก ที่แหลมแทนอย่างใหญ่ก็ไม่เกินเหรียญบาท แต่ที่นี้ใหญ่พอๆกับเหรียญบาททั้งนั้น ชัวร์รสชาติยังเป็นเลิศกว่าที่ไหนๆทั้งนั้น เท่าที่กินมาร้อยเอ็ดเจ็ดย้าน้ำ หอยนางรมปะนาะระนี้ นุ่มทั้งตัว เข้าปากแทบไม่ต้องเคี้ยวก็ละลายไปโดยง่าย ไม่มีส่วนที่เป็น ฟังผัดเหนียวเหมือนยางลอบอย่างหอยแหลมซุย...”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2513: 50)

นอกจากใช้การเปรียบเทียบเพื่อบรรยายให้เห็นถึงความอร่อย ความสวยงาม และรสชาติของอาหารแล้ว หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ยังได้ใช้ภาษามาบรรยายเปรียบเทียบ เพื่อให้เห็นถึงคุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการประกอบอาหารด้วย เช่น เปรียบเทียบ ขนาดของหอยนางรมกับเหรียญบาท ซึ่งเป็นที่ทราบโดยทั่วกันว่าเหรียญบาทมีขนาดเท่าใด ทำให้ทราบถึงขนาดของหอยนางรม เป็นต้น

“แกงเขียวหวานเนื้อติดมันนี่เด็ดนัก เป็นแกงที่ทำกินตามบ้าน ถึงเครื่อง ถึงกะทิ มันย่องน่ากิน จะเอาขนมปังจิ้ม ราดขนมจิ้น หรือกินกับข้าวสวยร้อนๆ แนมกับเนื้อทอดแดดเดียว สวรรค์จะปรากฏตรงหน้าทันที”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2525: 53)

มีการเปรียบเทียบเพื่อบรรยายให้เห็นถึงความพิถีพิถันในการปรุงอาหาร ความละเอียดในการเลือกสรรเครื่องปรุงและวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการปรุงอาหาร

นอกจากนี้หม่อมราชวงศ์ถนัดศรียังได้ใช้วิธีการเขียนบรรยายถึงร้านอาหาร โดยการนำร้านอาหารนั้นไปเปรียบเทียบกับร้านอาหารต้นตำรับ ว่ามีรสชาติที่ดีเทียบกันได้ที่กับของต้นตำรับ หรือบางครั้งดีกว่าต้นตำรับเสียอีก โดยจะเน้นไปที่ร้านอาหารที่เป็นอาหารต่างชาติ ทำให้ผู้อ่านเกิดความเชื่อถือและอยากไปลิ้มลอง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

“...การทำมาหากินของสามีภรรยาคุณนี่คือ การเปิดร้านขายอาหารแบบปักกิ่งแท้ โดยชายผู้สามีเป็นผู้ปรุงอาหารด้วยฝีมือมัง เป็นที่ติดอกติดใจแก่บรรดาลูกค้าทั้งหลายทั้งไทยและเทศเป็นจำนวนมากไม่น้อย ผู้ใดที่มาลองลิ้มรสอาหารร้านนี้แล้ว ก็อดที่จะดเว้นไม่มาเป็นครั้งที่สองไม่ได้ทุกรายไป ยิ่งป่าวร้องกันด้วยลมปาก พวกนั้นมาเป็นสิบเป็นร้อย เมื่อได้ลิ้มอาหารอันโอชะเข้าไป ก็แซ่ซ้องสังกะเส็นรสมือกันอยู่ถ้วนทั่วทุกคน”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2506:29)

“...บางอย่างคนไทยทำอร่อยกว่าต้นตำรับเดิมเสียอีก เช่น ปาเอลยา ข้าวผัดเสปญที่ใส่กุ้งใส่ไก่ และของทะเลสารพัดอย่าง คนไทยเราทำรสชาติดีจริงๆ ข้าวสุกนุ่มนวล ไม่กรุบๆ กินแล้วท้องขึ้นเหมือนต้นตำรับ”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2506:29)

“...ปลาดีร้านนี้ใช้ปลากระพง จิ้มไชโยและวาซาบิครบตามตำรับญี่ปุ่น ชนานนี้รสชาติดีไม่มีควา เทียบญี่ปุ่นแท้ๆ ได้ดีไม่น้อย...”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2506:29)

ในบทความของหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ นั้น นอกจากจะใช้ภาษาเพื่อแสดงถึงรูป รส กลิ่น ของอาหารแล้ว ยังได้แสดงถึงความน่าสนใจของอาหารแต่ละประเภท โดยการเน้นไปที่ความแปลกและความหายากของอาหาร ดังตัวอย่างต่อไปนี้

“...ห่อหมกทอดกรอบมีกินที่นี้แห่งเดียวเท่านั้น”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2514: 46)

จากบทความข้างต้นแสดงให้เห็นถึงความหายากของอาหารชนิดนี้ ที่มีอยู่แห่งเดียว ไม่สามารถหาได้จากที่อื่น

“...ย่ำถั่วพู รสนวลๆใส่ห้วกะทิ ก็เป็นยำของโบราณที่หากินได้ยาก...”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2514: 46)

แสดงถึงความเก่าแก่ หายาก เป็นของโบราณที่ไม่สามารถหาได้โดยทั่วไป อาจจะเป็นเนื่องจากต้องใช้ความพิถีพิถันในการประกอบมาก ทำให้ไม่เหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน จึงทำให้เป็นของหายาก

“...ข้าวไก่อบ ข้าวผัดพริกไก่ ที่รสชาติไม่มีใครเหมือนและไม่มีเหมือนใคร ยังเลิศรสเหมือนอย่างเดิม”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2514: 46)

“...ชื่อถ้วยของเขาคุณเคยเห็นที่ไหนหรือเปล่า ดูนั่นล่ำเท่าแขนชายงามทีเดียว แล้วเขาหันมาให้เราขึ้นหน้าเตอะเท่าเขียง เต็มปากเต็มคำดีเหลือเกิน”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2506: 48)

“...ผัดเผ็ดปลาตุกแบบผัดเครื่องแกงแดง ซึ่งฟังดูแล้วเหมือนจะเป็นของธรรมดาสามัญ เหลือเกินที่ไหนก็สั่งกินได้ แต่เชื่อเถอะ ให้สั่งอีกสิบร้านร้อยร้านก็ไม่เหมือนที่นี่”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2513: 50)

แสดงถึงความมีเอกลักษณ์ ถึงแม้ว่าจะเป็นอาหารที่สามารถหาทานได้โดยทั่วไป แต่อาหารของร้านนี้มีลักษณะเฉพาะตัว มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง เป็นต้น

ลักษณะของบทความที่แสดงถึงตรรกะของการทำอาหารที่ปรากฏอยู่ในหนังสือสยามรัฐ สัปดาห์วิจารณ์และฟ้าเมืองไทย สดุดีสัปดาห์ มีลักษณะดังนี้

1.ภาษาที่ใช้ในการสื่อความหมายของการทำอาหารนี้ ทำให้ผู้อ่านสามารถที่จะตีความตามความหมายตรง (Denotation) และทำให้ผู้อ่านสามารถจินตนาการหรือนึกภาพตามได้โดย

ง่าย เหมือนหนึ่งว่าวางอยู่ตรงหน้า กล่าวคือ สำนวนภาษาที่ใช้ในบทความเหล่านี้ สามารถสื่อให้ผู้อ่านได้รับรู้ถึงอรรถรสของอาหาร และมีการเปรียบเทียบให้เกิดความไพเราะ ซึ่งสามารถสร้างความประทับใจให้กับผู้อ่านได้เป็นอย่างมาก ดังตัวอย่างต่อไปนี้

“ขนมจีนไหหลำนี้มีทั้งน้ำและแห้งอย่างแห้งนั้นประกอบด้วยขนมจีนขนานแท้ เส้นใหญ่เท่าเกี๊ยมอี ความยาวของแต่ละเส้นก็เห็นจะกว่าคืบ รสชาติก็แบ่งเกี๊ยมอีนี้แหละ ไม่สิ้นคอปรวดปราดเหมือนขนมจีนไทย เครื่องปรุงก็มีผักกาดดองหั่นฝอยปนอยู่กับเส้น มีน้ำราดหน้าเหลวๆใส เนื้อวุ้น เอ็นวุ้น และผ้าชีวี่ว (เครื่องในวุ้นนะ จะบอกให้) หั่นเป็นชิ้นๆ โรยหน้าด้วยถั่วลิสงแผ่นทอดกรอบ บีเป็นชิ้นเล็กๆ เครื่องชูรสก็มีพริกตำถ้วยเล็กๆ หยอดแอนโชวีมาก่อนหนึ่ง (อันที่จริงก็คือกะปิที่เขาเรียกว่า เคย นั่นแหละ) รสชาติถึงอกถึงใจดี กินชามเดียวเกือบอิ่ม”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2506:29)

“...เต้าหู้ทรงเครื่องแบบปักกิ่ง ใช้เต้าหู้ขาวธรรมดาที่ผัดใส่หมูสับ พริกบดน้ำมันงา พริกชี้ฟ้าโรยงาบด ดูไปเหมือนเต้าหู้พะเนง”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2506:29)

“...หน้าตาของพระรามลงสรงนี้ชาวกรุงเทพฯย่อมรู้จักกันดีว่าประกอบไปด้วยผักบุ้งทั้งก้านทั้งใบ เนื้อหมูหรือเนื้อวัว ลวกน้ำเดือดจนสุกแล้วมีน้ำ ราดหน้า รสชาติคล้ายกับน้ำจิ้มหมูสะเต๊ะ อย่างไม่รู้ ปรุงรสด้วยพริกแห้งตำ ผัดน้ำมัน...”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2513 :50)

มีการเปรียบเทียบถึงอาหารชนิดต่างๆว่ามีลักษณะเช่นไร เช่น เต้าหู้ทรงเครื่องแบบปักกิ่งนี้ ว่ามีลักษณะเหมือนเต้าหู้พะเนง ซึ่งทำให้อ่าน มองเห็นภาพลักษณะได้ชัดเจนขึ้น

“...เนื้อน้ำตาลก็คือ ยำเนื้ออย่างหั่นเป็นชิ้นบางๆ คลุกกับหอมซอย ต้นผักชีฝรั่งสับละเอียด โรยข้าวคั่วปรุงรส พริกป่น น้ำมะนาวนั่นแหละ เนื้อทอดนั่นก็คือ เนื้อเค็มหมักเครื่อง ตากแดดเดียวรสเค็มๆ หวานๆ...”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2513 :50)

“...ที่ว่าอร่อยนั้นก็คือน้ำจิ้ม ดูเหมือนเจ้าของร้านเขาจะเอาเต้าหู้ที่ปรุงรสได้ที่แล้ว เอาไปเคี้ยวอีกทีจนกลายเป็นมาเหมือนเต้าหู้ยี้หลอด มีรสเค็มหวานกลมกล่อม...”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2513 :50)

“...กึ่งเต๋น ใช้กึ่งสดเผาพอสุกๆดิบๆ ปอกเปลือกหั่นเป็นคำๆ สับกะเทียม พริกชี้หนูปั่น น้ำปลามะนาว ผสมกันให้ดีแล้วราดกึ่งให้ชุ่มน้ำ รสแซบ...”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2513 :50)

นอกจากนั้นยังมีการกล่าวถึงรสชาติของอาหารแทรกลงไปในวิธีการปรุงอาหารด้วย ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างข้างต้น ที่ได้กล่าวถึงวิธีการทำอาหารแต่ละชนิด ซึ่งบทความแต่ละบทความจะจบลงด้วยการพูดถึงรสชาติของอาหาร

“...น้ำแกงปรุงรสด้วยมะขาม พริกแห้งเผา แถมด้วยพริกป่นลอยหน้า ถูกปากอย่าบอกใครเชียว รสเปรี้ยวอันนุ่มนวลของมะขามช่วยให้ตั้มย่ำรสแหลมผิดกว่าตั้มยาที่ปรุงด้วยมะนาว...”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2514:46)

บทความข้างต้นแสดงให้เห็นถึงการนำเอาจุดเด่นในวิธีการทำอาหารของแต่ละร้านมา กล่าวถึง และเป็นการแนะนำให้ผู้อ่านรู้ถึงวิธีการที่ช่วยในการเพิ่มรสชาติของอาหารไปในตัว

2. มีการอธิบายวิธีการปรุงอาหาร โดยลำดับขั้นตอนอย่างละเอียด ซึ่งไม่ก่อให้เกิดความ สับสนแก่ผู้อ่าน สามารถดึงดูดให้ผู้อ่านมีความรู้ถึงรายละเอียดในการที่จะทำอาหารนั้นๆ

“...ถ้าใครอยากกินก๋วยจั๊บน้ำข้นก็เชิญมาทางนี้ ที่ต้องเจาะจงลงไปว่าน้ำขข้นก็เพราะว่า มันมีก๋วยจั๊บน้ำใสขึ้นอีกอย่าง ที่ผัดแปลกระหว่างน้ำใสกับน้ำขข้นมันมีอยู่ดังนี้ ขึ้นชื่อว่าก๋วยจั๊บน้ำขข้นก็ย่อมประกอบด้วยแป้งก๋วยจั๊บน้ำ เครื่องในหมูและน้ำซุบที่ใช้ปรุงรส ข้างก๋วยจั๊บน้ำขข้นนั้น แป้งเขาก็ ต้มจนขึ้น น้ำซุบที่ปรุงรสก็เป็นน้ำพะไลเจานี้แหละ จะอร่อยหรือไม่อร่อยมันก็อยู่ที่น้ำพะไลนี้แหละ ส่วนก๋วยจั๊บน้ำใสนั้น แป้งก๋วยจั๊บน้ำใสเป็นแผ่นบางใสยังกะเส้นก๋วยเตี๋ยวจันทบูรณ แล้วแป้งนี้ก็ได้ ต้มได้เคียวอะไรหนักหนา เพียงแต่ทำให้มันสุกเท่านั้น ส่วนของสำคัญของน้ำใสก็ได้แก่ น้ำซุบที่ เคียวจากสารพัดกระดูกจนน้ำมีรสหอมหวานชวนกิน ก็เช่นเดียวกับชนิดน้ำขข้นที่มีน้ำพะไล ก๋วยจั๊บน้ำใสก็มีน้ำซุบเป็นหัวใจเหมือนกันไม่มีผิด คนจะติดหรือไม่ก็อยู่ที่น้ำพะไลและน้ำซุบนี้แหละ จะบอกให้”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2505:29)

3. มีการเน้นถึงความสำคัญของการปรุงอาหารว่าส่วนสำคัญที่จะทำให้อาหารมีรสชาติ เป็นเลิศคือสิ่งใด เป็นการแสดงให้เห็นว่าหม่อมมีความรู้เรื่องอาหารเหล่านี้เป็นอย่างดี และนำไปสู่ความน่าเชื่อถือของตัวหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคได้อย่างมาก

“ก๋วยเตี๋ยวหมูที่แท้ มันต้องมีน้ำซุปอร่อยกับหมูบะช่อที่มีเนื้อมากกว่ามัน และสับละเอียดจนเหนียวหนับเหมือนหมูใส่โจ๊ก เครื่องในก็ใส่ลงมาพอเป็นกระสาย แต่เนื้อหมูต้มนั่งต้องรู้จักเลือกถึงจะกินนุ่มปาก...”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2521:53)

“...ส่วนประกอบสำคัญของก๋วยเตี๋ยวเบ็ดก็คือเบ็ด เจ้านี่มีวิธีการแปลกกว่าที่อื่น ถึงแม้ว่าจะใช้เบ็ดเปียคล้ายเหมือนกัน แต่เจ้านี่เขาเอาเบ็ดไปทอดน้ำมันไฟแรงๆ ให้นั่งเบ็ดเกรียม กรอบ แทนที่จะต้มพะไลเบ็ดเฉยๆ การทำอย่างนี้ทำให้เบ็ดอร่อยขึ้นมาก...”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2506:29)

“ความอร่อยของก๋วยเตี๋ยวแขนงนั้น ส่วนใหญ่อยู่ที่น้ำแกง เครื่องปรุงอื่นๆเพียงแต่เป็นส่วนประกอบย่อยๆเท่านั้น น้ำแกงที่ดีนั้นจะต้องมีกลิ่นเครื่องเทศกำลังดี กะทิที่เคี้ยวก็ต้องพอดีไม่ข้นจนเกินไปและไม่เคี้ยวจนแตกมันกลายเป็นซีโล่ เนื้อวัว เอ็นวัว ก็ต้องเปื่อยนุ่ม ไม่เหนียวจนคนใส่ฟันปลอมกินไม่ได้ การปรุงรสก็ต้องปรุงรสอ่อนๆไว้ เพื่อสำหรับคนกินเขาชอบรสไหนจะได้เติมเอาเอง...”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2505:29)

4. บางส่วนของบทความยังได้มีการกล่าวถึงเครื่องเคียงที่ใช้รับประทานควบคู่กับอาหารต่างๆ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงรสนิยมในการรับประทานอาหารของหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ที่ให้ความสำคัญกับส่วนประกอบต่างๆ ถึงแม้ว่าจะเป็นเพียงส่วนประกอบเล็กๆ ในอาหารแต่ละชนิด ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

“...เปิดบัวกอก ที่กรุงเทพฯกินลำบากหน่อย เพราะวิธีทำประดักประเดิดมาก ต้องค่อยๆเลาะกระดูกออกจากตัวเบ็ดเหลือหนังหุ้มเนื้อไว้ แล้วผสมเนื้อหมูกับกุ้งสับละเอียดยัดลงไป แล้วก็เอาไปนึ่งถึงสองหนจนหนังแห้ง กลายสภาพจากตัวเบ็ดมาเป็นแผ่นหนาๆ รูปร่างเหมือนชั้น

อคูมิเนียม เวลาจะกินก็เอาไปทอด มีน้ำหวานๆราด กินกับสับปะรดและใบเล็บครุฑทอดกรอบ
ขนานนี้เด็ดนัก กินเปล่าๆก็ดีกินกับสุราก็พิเศษ”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2505:29)

“...ของที่ร้านบุญศรี เขาเอาเนื้อสันมาทุบจนนุ่ม บั้งไฟพอน้ำตกแล้วก็มาคลุกเคล้ากับ
เครื่องปรุงที่มีพริกเหลือง ตะไคร้และอะไรอีกหลายอย่าง ปรุงรสให้ดี แล้วจัดใส่จาน เอาผักกาดขาว
รอง หั่นแตงกวาเรียงรอบจาน โรยใบสะระแหน่เป็นเสร็จ”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2505:29)

5. มีการแนะนำถึงวิธีการรับประทานอาหารที่จะเพิ่มรสชาติให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งสื่อออกมาให้ผู้อ่านรู้สึกว่ หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ มีความจริงใจที่จะให้ผู้อ่านได้รับประทานอาหารในรสชาติที่ดีที่สุด

“...ข้าวแช่ที่ว่านี้ต้องมีกับข้าวเย็นพื้นสามอย่างคือ กะปิทอด แก้วมกับผักสดจำพวกกะ
ชายสด มะม่วงดิบ และแตงกวา หอมยัดใส่ปลาชุบแบ่งทอด และพริกหยวกทอดใส่หมูสับ นอกจากนี้
นี้ก็มกับข้าวบริวาร คือ เนื้อเค็มฉีกฝอยผัดหวาน ปลาแห้งผัดหวาน และหัวไชโป๊ผัดหวาน สำหรับ
ข้าวสวยที่หุงทำข้าวแช่นั้น ต้องใช้ข้าวที่หนึ่งหุงแล้วสวยเป็นตัว ไม่หักปนเป็นปลายข้าว ส่วนหุง
สุกแล้วจะใส่ผ้าขาวบางขัดให้เม็ดข้าวเป็นมันตามตำรับเดิมหรือไม่นั้น เดียวนี้ไม่สำคัญเท่าไร ขอ
แต่ให้มีน้ำแข็งทุบใส่น้ำลอยดอกมะลิหอมชื่นใจมาปนกับข้าวเท่านั้นก็พอใจแล้ว”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2511:29)

“...พอไปถึงก็ซื้อหม่อมพุ่มแห่งละสิบบาทมาหลายแห่ง เอามาให้แขก ไรยกกระเทียม
ดอง บีบมะนาวกินกับเหล้าอร่อยจับใจ”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2514:46)

6. มีการเปรียบเทียบว่าอาหารชนิดเดียวกันแต่ต่างสถานที่หรือรูปแบบของการปรุงนั้น
ทำให้มีรสชาติที่แตกต่างกัน ในจุดนี้หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ได้บอกถึงทัศนคติของตัวเอง
มาประกอบในการสื่อให้ผู้อ่านได้รับทราบ

“...ก๋วยเตี๋ยวในปิ่นนั้นแพ้ก๋วยเตี๋ยวในกรุงเทพฯอย่างไม่มีประตูลู่เลย เครื่องเคราที่ใส่ก็มีแต่ ไก่ต้ม หมูแดง และลูกชิ้นปลาทอดแผ่นเป็นแผ่นแบนๆ เครื่องปรุงก็มีแต่ซีอิ๊วขาว ใส่พริกชี้ฟ้าเม็ดโตๆ หั่นเป็นแว่นๆเท่านั้นเอง”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2506:)

“ก๋วยเตี๋ยวเนื้อสับเดี๋ยวนี้ยกย้ายเปลี่ยนเป็นกึ่งสับไปแล้วก็มี องค์ประกอบอื่นๆเหมือนก๋วยเตี๋ยวเนื้อสับไม่มีผิด คือมี เส้นใหญ่ผัดน้ำมัน ไบผักกาดหอมรอกันขาม เนื้อสับละเอียดผัดน้ำทะเลฯราดหน้า บางทีก็มีไข่ไก่ชุกกำลังใส่มาพองหนึ่งด้วย”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2506:29)

นอกจากนี้ยังมีตัวอย่างที่กล่าวถึงวิธีในการทำอาหารที่เปลี่ยนไป ทำให้รสชาติอาหารเปลี่ยนแปลงไป ไม่ใช่รสชาติดั้งเดิม ซึ่งหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ได้กล่าวแสดงความไม่เห็นด้วยกับการดัดแปลงวิธีการทำอาหารชนิดนั้นๆ ไว้ดังต่อไปนี้

“...ปลาตุ๋นผัดเผ็ดในยุคอวกาศนี้ ไม่รู้ใครช่างสั่งช่างสอนให้เอาปลาตุ๋นไปทอดกรอบเสียก่อน แล้วจึงเอามาผัดก็ไม่ทราบได้ แล้วก็เอาอย่างกันจริง สั่งผัดเผ็ดปลาตุ๋นที่ไหนเป็นต้องได้อย่างทอดกรอบทุกที่ไป แสนจะคิดถึงปลาตุ๋นแบบไทยๆ แล่ปลาตุ๋นเอาแต่เนื้อ ก้างปลาตุ๋นเอาไปชุบน้ำปลาแล้วตากแดดเดียว ทอดกรอบเป็นผลพลอยได้ แล้วเอาเนื้อปลาตุ๋นลวกๆผัดกับเครื่องแกงที่ตำกันสดๆ ใส่กะชายหั่นฝอย โรยใบโหระพา กับพริกอ่อนหั่นเฉียงตามยาวหรือจะใส่พริกชี้ฟ้าหั่นทั้งเม็ดลงไปสักกำก่อนจะตักขึ้นจากกะทะก็ได้ ก่อนจะเอาไปตั้งโต๊ะก็หยอดหัวกะทิโรยหน้าไปสักชั้น”

(ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, 2513:50)

จากข้างต้นจะเห็นได้ว่า หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ได้ใช้สื่อสิ่งพิมพ์ในการสร้างจุดจับใจ และสร้างความน่าเชื่อถือ นอกจากสื่อสิ่งพิมพ์นี้ หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ยังได้ใช้สื่ออื่นๆในการสร้างความน่าเชื่อถือ ดังจะกล่าวต่อไป

วิธีการสื่อความหมายโดยผ่านสื่อวิทยุ

รายการครอบครัวกวีทาง สถานีวิทยุ 94.0 เวลา 09.20 - 10.00 ออกอากาศเป็นประจำทุกวันจันทร์ถึงเสาร์ โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการบันทึกเทปรายการวิทยุ เป็นเวลากว่า 2 เดือน

ลักษณะรายการเป็นรายการวิทยุที่มีผู้ดำเนินรายการเพียงคนเดียว เนื้อหารายการส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องชีวิตประจำวันที่หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ได้ไปประสบมา โดยจะมีเกร็ดความรู้เล็กๆน้อยๆแทรกอยู่ตลอดเวลา นอกจากนั้นยังมีการกล่าวโยงไปถึงร้านอาหารที่ได้รับป้ายเชลล์ชวนชิมอยู่ตลอดเวลา ดังจะได้นำมากล่าวถึงต่อไป

ลักษณะที่หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ กล่าวถึงร้านอาหารที่ได้รับป้ายเชลล์ชวนชิมนั้นจะเป็นการกล่าวถึงบรรยากาศแวดล้อม สถานที่ ลักษณะอาหาร ลักษณะเด่น ดังเช่น

“ ตอนเย็นหลังกลับจากศรีราชาไปร้านอาหารชื่อ กุ้งเต้น เป็นร้านอาหารที่มีบริเวณกว้างขวาง มีเนื้อที่เกือบ 5 ไร่ ดูเหมือนเคยกินมาแล้ว เพราะเขาทำมาเกือบ 10 ปีแล้ว ย้ายไปทางโน้นมาทางนี้เรื่อยๆ ในที่สุดก็มาปักหลักตรงนี้ รสชาติอาหารใช้ได้ แล้วก็ผู้นิยมมาก เพราะจอดรถสะดวก อากาศบริสุทธิ์ สบายดี จะอยู่ในห้องแอร์ก็ได้ หรือจะอยู่บนเรือนไม้ชั้นบน หรือจะนั่งตากอากาศบริสุทธิ์สบายๆ สำหรับคนที่ไม่กลัวน้ำค้าง ไม่กระหม่อมบาง ก็แน่นตลอดเลยทีเดียวที่กุ้งเต้น ”

“ ถ้าท่านจะไปชัชนาท ก็สามารไปเพียงวันเดียวได้ โดยออกจากกรุงเทพตอนเช้า กลับตอนเย็นๆ ไปถึงก็แวะที่วัดปากคลองมะขามเฒ่า (วัดหลวงปู่ศุข) แต่ถ้าท่านอยากจะไปที่ยื่นอีกผมเห็นว่าถ้าไปวันเดียวไม่มีเวลา รวบรวมตัดความไปกินข้าวที่ร้านกลางซอย จำไว้นะครับ กลางซอย เป็นอาหารกลางวันแล้วไปเที่ยวสวนนกที่ตรงนั้นใช้เวลาประมาณ 2 ชั่วโมง ”

“ ที่ร้านกลางซอย เขาปลาปึกไก่ เป็นปลาเนื้ออ่อน กรอบทั้งตัว ไม่มีก้าง เขามาผัดเป็นผัดพริกขิง อร่อยจริงๆ ผมรับประทานคนเดียว 1 จาน เพราะรสชาติกลมกล่อม แต่บางวันก็ไม่มีมีกระดูกหมูเห็ดหอมตุ๋นอร่อยมาก ”

(หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์,รายการวิทยุ
“ ครอบจักรวาล ”)

นอกจากร้านอาหารที่เปิดใหม่แล้วหม่อมราชวงศ์ ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ยังได้พยายามเสาะแสวงหาร้านอาหารที่เปิดมานานแล้วและเคยได้รับป้าย แต่ในปัจจุบันได้ย้ายที่ตั้งไปจากที่เดิม อีกทั้งหม่อมราชวงศ์ ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ยังคงแวะเวียนไปชิมอาหารตามร้านต่างๆที่เคยได้รับป้าย อยู่เสมอ ดังเช่นที่ได้กล่าวไว้ในรายการวิทยุครอบจักรวาลว่า

” และในที่สุดผมก็หาร้านอาหารสวนสนเดิมเจอได้เป็นผลสำเร็จ หลังจากได้ถามหลายต่อหลายคนถึงร้านอาหารที่ตามหามาเป็นเวลา 10 ปี สวนสนนี้เราวนหาอยู่เป็นเวลานาน ร้านสวนสนอยู่ออกมาจากในตัวเมืองหน่อย ถ้าท่านมาจากหาดใหญ่ ท่านต้องเข้าตรอกถนนศรีสุดา แล้วตรงไปยังโรงแรมรอยัล คราวนี้ ร้านอยู่เยื้องกับโรงแรมรอยัล คราวนี้ ตรงนั้นเป็นสี่แยก มุมหนึ่งเป็นที่ตั้งของร้านตะวันแล้วบอกต่อไปว่าสวนสนเดิม ผมก็เข้าไปเจอกับคุณอุไร รงค์ตระกูล ซึ่งทำร้านสวนสนเดิมอยู่ที่แหลมสะมิหร่า ที่มาใช้ชื่อตะวันก็เพราะเป็นร้านของลูกสาวคือคุณอุษา ขายนมสดอยู่ ตั้งชื่อว่าร้านตะวัน พอที่สะมิหร่าปรับปรุงอะไรต่ออะไรเยอะเยอะ จึงย้ายมาอยู่ที่ร้านลูกสาว ทำให้เราหาไม่เจอ ตอนนี้สวนสนเดิมก็ขายอาหารแบบที่เราเคยติดอกติดใจ เคยเซลส์ชวนชิมไว้ตั้งแต่ครั้งกระโน้น นึกว่าหายไปแล้ว สูญไปแล้ว เพราะฉะนั้นจึงต้องเรียนท่านผู้ฟังว่าถ้าไปสงขลา แล้วท่านชอบทานอาหารปักษ์ใต้รสจัด จัดที่สุด ก็ตรงไปที่นี้ละครับ ร้านตะวัน สวนสนเดิม ทาง่ายครับ ท่านจำชื่อโรงแรมรอยัล คราวนี้ไว้ นะครับ ร้านจะอยู่ตรงข้ามกัน ตอนนี้อยู่ทั้งคุณอุไรและคุณอุษาลูกสาวก็ขายอาหารแบบที่สวนสนขายอยู่ ขายดิบขายดีครับ เพราะคนเก่าๆต้องมาที่นี่ น้ำพริกแมงดาที่นี้อ่าบอกใครเลย หอมไปถึงปากตรอกเวลาเปิดกระปุก เขาใส่กระปุกพลาสติกเล็กๆ ขายกระปุกละ 100 บาท มีเนื้อน้ำพริกแมงดาอยู่ประมาณ 1 ซ้อนโต๊ะ 100 บาท เพราะกะปิก็ดี แมงดาที่ดองน้ำปลาจะเข้าไปที่กิโล 200 หรือมากกว่านี้ เพราะเค้าซื้อมาแพงก็ต้องขายแพง ถือว่าของแพงนั้นเป็นของแท้แต่ดั้งเดิม เราไปกินรสมือไม้ไชกินของถูก ของถูกก็ไม่ไช่ของดีตามดี เพราะไม่มีแล้วครับในโลกสมัยนี้ กินของดีราคาถูกไม่มี ของดีที่ร้านตะวันสวนสนเดิม ก็มีน้ำพริกแมงดา แกงเหลืองปลาริวิวแดดเดียวและมีของอื่นๆอีกหลายอย่าง “

(หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์,รายการวิทยุ
“ ครอบจักรวาล ”)

จากข้างต้นจะเห็นว่าการทำงานที่หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ได้ทำการพูดออกอากาศรายการวิทยุ ถึงการที่ท่านได้แวะเวียนไปเยี่ยมชิมอาหารจากร้านอาหารที่ได้รับป้ายสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิมอยู่บ่อยๆนั้น ก็เป็นการแสดงให้เห็นว่า ท่านยังคงทำการตรวจสอบร้านอาหารที่ได้รับป้ายเซลล์ชวนชิมตลอด ถึงแม้ว่าจะมีร้านต่างๆที่ได้รับป้ายเซลล์ชวนชิมเกิดขึ้นมากมาย นอกจากนั้นยังเป็นการเตือนให้ผู้ประกอบการได้รักษามาตรฐานของร้านของตนเองไว้ด้วย

หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ไม่เพียงกล่าวถึงร้านอาหารที่ได้รับป้ายเซลล์ชวนชิมเท่านั้นท่านยังได้ยกตัวอย่างถึงความเจริญก้าวหน้าของร้านที่ได้รับป้ายสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิมอีกด้วย ซึ่งการกล่าวถึงร้านเหล่านี้นอกจากจะช่วยในการโปรโมทร้านแล้ว ยังแสดงถึงความน่าเชื่อถือของตัวหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ อีกด้วย ที่สามารถแนะนำร้านนี้จนกระทั่งสร้างเนื้อสร้างตัวได้ดังเช่นคำบอกเล่าต่อไปนี้

“ในวันนั้นตอนเช้าผมไปรับประทานข้าวแกงที่ตรอกสันติสุข ร้านข้าวแกงนี้ขายมาตั้งแต่เมื่อสี่สิบปีก่อน เจ้าแกตั้งร้านขายกาแฟก่อน แต่ภรรยาเป็นคนที่มีฝีมือทำกับข้าวแบบปักชำได้มาก ผัดเผ็ดไก่ ผัดเผ็ดหมูป่า อร่อยไม่มีที่ติ แล้วไม่มีใครเหมือนด้วย ลูกสาวคนโตก็เป็นคนช่วยในการขาย ผมไปรับประทานตั้งแต่หมวยยังรุ่นๆอยู่จนกระทั่งตอนนี้แต่งงานแต่งงานไปแล้ว ร้านนี้ขายข้าวแกงจนกระทั่งซื้อตึกได้ สองคูหา ในราคา สิบบาท ล้านบาทในสมัยก่อน

ผมไปรับประทานก็เจอภรรยาและลูกๆซึ่งก็ดีอกดีใจเป็นอันมาก ส่วนตัวเจ้าแกเสียไปแล้วผมก็นั่งทานผัดเผ็ดไก่คนเดียวหนึ่งจาน คนอื่นๆจะต้องสั่งมาใหม่เพราะผมผูกขาด ผัดเผ็ดไก่ยังอร่อยเหมือนเดิมทุกประการ”

(หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, รายการวิทยุ “ครอบครัวจรัส”)

“ได้ไปแนะนำร้านอาหารที่หาดใหญ่หลายต่อหลายร้าน ที่สำคัญที่สุดคือลูกชิ้นหาดใหญ่ หรือที่เค้าใช้ชื่อว่าลูกชิ้นถนัดศรี เริ่มแรกก็คือมีคนทำลูกชิ้นด้วยวิธีโบราณ คือ ใช้เหล็กแหลมตีเนื้อสัตว์จนกระทั่งแหลกแทนที่จะใช้เครื่องปั่นแบบในปัจจุบัน ทำให้ลูกชิ้นเหนียวมาก และการปั้นลูกชิ้นหาดใหญ่จะปั้นเป็นลูกแบนๆ เป็นสัญลักษณ์ของลูกชิ้นหาดใหญ่ คนทำชื่อนายฟูหมื่น ผมไปกินเข้าก็ชอบออกพอใจ ยิ่งกว่านั้นตอนเจ้านายเสด็จก็ได้นำเอาลูกชิ้นไปตั้งเครื่อง นายฟูหมื่นก็ให้ช่วยตั้งชื่อ จะตั้งว่าลูกชิ้นหาดใหญ่ก็กลัวจะมีอีกหลายเจ้า นายฟูหมื่นเลยขอใช้ชื่อผม ผมเห็นว่าเป็นของดีก็เลยให้ กลายเป็นลูกชิ้นถนัดศรีตั้งแต่นั้นมา เป็นลูกชิ้นเนื้อหาดใหญ่ที่มีเอกลักษณ์ ในตอนหลังน้องสาวก็มาเปิดร้าน ทุกวันนี้อาหมวยก็ยังขายอยู่ ใช้ชื่อลูกชิ้นถนัดศรี แต่ฟูหมื่นสุขภาพไม่ค่อยดี ผมเคยเจอเข้ามารักษาตัวที่เปาโล ถามเขาว่าทำไมไม่รักษาตัวที่หาดใหญ่เพราะมีโรง

พยาบาลเยอะเยอะ เค้าบอกว่าตอนนี้เปลี่ยนชื่อเป็นนายถนัดแล้ว จึงติดตามท่านมาเพราะเห็นว่าท่านมาใช้บริการที่เปาโล

ลูกชิ้นขนาดใหญ่ตอนนี้ร้อยละ ร้อยหกสิบ ลูกละบาทหกสิบ พอไปรับประทานหมวยไม่เอาตั้งค์ เอาลูกชิ้นติดไม้ติดมือมา หมวยไม่เอาตั้งค์ หมวยพูดอยู่คำเดียว หมวยรวยแล้ว และหมวยรวยเพราะใคร เท่านั้น ไม่ยอมรับเด็ดขาด ทำให้เราเกรงอกเกรงใจไม่กล้าไปรับประทานเลย แต่ไม่ไปก็ต้องไปรับประทานที่อื่น “

(หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, รายการวิทยุ

“ ครอบจักรวาล ”)

การกล่าวถึงความก้าวหน้าของร้านอาหารที่ได้รับป้ายเชลล์ชวนชิม ไม่เพียงเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ประกอบการเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคอีกด้วย เนื่องจากหม่อมราชวงศ์ถนัดศรีได้บอกถึง สาเหตุของการที่ร้านที่ได้รับป้ายเชลล์ชวนชิมมีความก้าวหน้า ป้ายเชลล์ชวนชิมเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ร้านนั้นๆ มีความเจริญ รุ่งเรือง

ในบางครั้งหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ยังได้กล่าวถึงร้านอาหารที่ได้รับป้ายเชลล์ชวนชิมในทำนองดีเยี่ยมถึงรสชาติของอาหารที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งแสดงถึงความตรงไปตรงมาของหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์

“ วันนั้นก็ไปที่ร้านเจ้จวน ซึ่งเป็นร้านดั้งเดิมของผม ปรากฏว่าพูดตามตรงนะว่ารสชาติด้อยลงไปมาก ไม่เหมือนสมัยก่อนที่แม่เค้ายังทำ ที่เดียวทำ รสชาติเยี่ยมมาก พอมาถึงรุ่นลูกก็ยังดีอยู่ แต่มาตอนหลังอย่างวันที่ผมรับประทาน มันไม่เหมือนเดิมครับ มีอยู่อย่างเดียวที่ยังเหมือนเดิมคือ เต้าหู้ที่ทอดกรอบนอกนุ่มใน และจิ้มน้ำเกลืออุ่นๆกับใบคื่นช่ายสับละเอียด เป็นน้ำจิ้มเต้าหู้ตำรับเจ้จวนเก่า ก็ยังมีดีอันนี้อยู่อย่างหนึ่ง นอกนั้นก็ค่อยไปครับ ด้อยไปหมดเลย “

“ร้านข้าวต้มเขาะซึ่งที่แขงหน้าร้านนายยาวไป ตั้งสาขาที่สองขึ้นใหญ่โตเลย เพราะยาวนั้นตอนนี้แกไปก็เลยให้คนอื่นมาทำแทน ทำให้เสียรสชาติดั้งเดิมไปอย่างน่าเสียดาย เหมือนร้านเจ้จวน ร้านเขาะซึ่งนี้เป็นร้านข้าวต้มที่เยี่ยมที่สุดในหาดใหญ่ตอนนี้”

(หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, รายการวิทยุ

“ ครอบจักรวาล ”)

หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ มีการแวะเวียนกลับไปเยี่ยมเยียน ชิมอาหารจากร้านอาหารที่ได้รับป้ายเชลล์ชวนชิมอยู่เสมอ ถึงแม้ว่าร้านจะอยู่ไกล แต่ถ้าท่านมีเวลาหรือต้องไปทำธุระละแวกนั้นท่านก็มักจะต้องแวะไปเยี่ยมเยียนอยู่เสมอเช่นกัน

“แล้วผมก็แวะเวียนไปหาปรานีที่ร้านแต่เฮียงอ้าว ที่ไปปล่อยสูตรต้มยำแห้งเอาไว้ ปรานีอายุมากแล้ว เพราะร้านนี้ผมชวนชิมไว้ตั้งแต่ผมทำเชลล์ชวนชิมรุ่นแรกๆ เมื่อสามสิบกว่าปีแล้ว ตั้งแต่ปรานียังเป็นสาวสวยอยู่ เตี้ยกับแม่ยังอยู่จนตอนนี้ล่วงลับไปแล้ว ไปที่ไรก็จะไปรับประทานทุกครั้ง แต่วันนี้รับประทานที่ร้านนายหวานแล้วจึงแวะไปเยี่ยมเยียนปรานี”

(หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี

สวัสดิวัตน์, รายการวิทยุ

“ครอบครัวกาล”)

ความซื่อตรงเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้ป้ายเชลล์ชวนชิมดำเนินมาได้จวบจนทุกวันนี้ เพราะความตรงไปตรงมาของหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคว่าร้านอาหารที่ได้รับป้ายเชลล์ชวนชิม ต้องเป็นร้านที่ได้มาตรฐาน

มีการแนะนำถึงร้านอาหารที่เป็นคนรู้จักคุ้นเคยกันกับหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์

“ก่อนที่จะขึ้นรถไฟไปหาดใหญ่ ผมก็ได้มารับประทานอาหารที่ร้านรถเสียบึง ร้านรถเสียบึงนี้เป็นร้านของลูกคุณหมอ ร่มไทร สุวรรณนิธย์ ซึ่งคุ้นเคยและรู้จักกันดีมาก รวมทั้งลูกชายที่เอาบ้านมาทำเป็นร้านอาหาร ทำให้มีผู้คนมาอุดหนุนกันอย่างเนืองแน่น ส่วนใหญ่ก็มารับประทานอาหารกลางวัน ตอนกลางคืนบรรยากาศดีมากเลยครับ ของอร่อยมีหลายอย่าง ที่ผมติดอกติดใจก็คือ ข้าวคลุกกะปิ ข้าวคลุกกะปิที่นี่ยกให้เป็นยอด เขาใช้กะปิดี ข้าวดี หมูหวานหันชิ้นเล็ก เมื่อคลุกเคล้าเข้ากันเป็นข้าวคลุกกะปิเหมือนที่ปู่ย่าตายายของเราเคยทำให้กิน เป็นข้าวคลุกกะปิชาวจังหวัด”

“ตอนที่ผมไปทำเรื่องปลาไหลเคี้ยวได้ในเมืองไทย อยู่ที่เมืองแกลง ซึ่งปลาไหลที่เคี้ยวได้นี้ ส่งมาขายสดๆที่ร้านคันทาน่า เป็นร้านของสองสามีภรรยา สามีเป็นญี่ปุ่น มาโมรุ ฮาเซกาว่า คว่าหวอดในเรื่องการทำอาหารญี่ปุ่น ตั้งแต่ยังอยู่ที่ญี่ปุ่น เป็นเด็กหนุ่มเข้าไปเป็นลูกมือของร้านอาหารญี่ปุ่นทั่วไป เพราะว่าศิลปะในการประกอบอาหารญี่ปุ่นนั้น ต้องเริ่มทำตั้งแต่ล้างปลาชั้นต้นเรื่อยไปพอมีความชำนาญแล้วจึงได้มายืนอยู่หน้าเคาน์เตอร์ปลาดิบ มาโมรุนอกจากเรียนทำอาหารญี่ปุ่นแล้ว ยังไปร่วมงานกับภัตตาคารใหญ่ๆ โรงแรมใหญ่ๆ เรียกว่าเรียนรู้ทั้งอาหารฝรั่ง ซึ่งก็คล้ายๆกัน

เพราะว่าอาหารฝรั่งที่เขาไปทำงานอยู่นั้นเรียกว่าเทปันยากิ หรือสเต็กญี่ปุ่น เมื่อมีความรู้มากก็มาเมืองไทย จนได้พบกับเกตุ จนแต่งงานกัน มีลูกคนหนึ่งน่ารักมาก มาโมรุก็ได้มาเปิดร้านที่ศรีราชา เพราะว่าในบริเวณศรีราชานั้นมีโรงงานที่ญี่ปุ่นมาเปิดมากมายหลายโรงงาน ทำให้เป็น little Tokyo หรือ little Narita ตอนนั้นเรียกว่าศรีราชาเมืองใหม่

เซลล์ชวนชิมที่นี่มีตั้งแต่ร้านเล็กๆ มีตั้งแต่นาวาชายหาด ต้นตำรับข้าวต้มเรือโป๊ะ ต้นตำรับมัสยา เดียวนี้นาวาชายหาดก็ยังอยู่นะครับ แล้วอาหารญี่ปุ่นที่เราไปก็เป็นร้านอาหารญี่ปุ่นหลายร้าน แต่ผมมาชอบพอกับ มาโมรุ ก็เลยไปรับประทานที่คันทันน่า

ได้ข่าวว่าเขาเสียภาษีมากเหลือเกิน บางทีว่าจะไม่ทำ แต่ในที่สุดก็ต้องทำ เพราะคนเรียกร้อง โดยเฉพาะชาวญี่ปุ่น บอกว่าถ้ามาโมรุไม่ทำแล้วจะไปกินที่ไหน เพราะของอร่อยๆก็มีคนเดียวเท่านั้นที่ทำได้ เหมือนกับ Home Made Cooking “

“ ผมขอให้คุณโสภากเพื่อนของผม ที่เปิดร้านอาหารปักษ์ใต้ที่พหลโยธินเพลส บอกเขาว่าคนกรุงเทพฯไม่รู้ว่าจะแกงพุงปลาแบบนครเป็นอย่างไร ก็เลยขอให้คุณโสภากทำแกงพุงปลาชานนท์แบบปักษ์ใต้ เมืองนคร ซึ่งคุณโสภากเป็นคนนคร ถ้าท่านอยากกินอาหารปักษ์ใต้ชานนท์ ปุงโดยคนปักษ์ใต้แท้ ท่านต้องไปที่พหลโยธินเพลส ร้านคุณโสภาก ที่ผมให้ชื่อว่าอร่อยจังอู๋ แปลว่าอร่อยเหลือประมาณ”

(หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี

สวัสดิวัตน์,รายการวิทยุ

“ ครอบจักรวาล ”)

นอกจากร้านอาหารที่หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ได้เดินทางไปรับประทาน แล้วนำมาบอกเล่าให้ผู้ฟังรายการวิทยุทราบในแต่ละวันแล้ว หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ยังได้กล่าวถึงร้านอาหารหรือผลิตภัณฑ์ อาหารที่ได้รับป้ายเซลล์ชวนชิม ผ่านทางรายการวิทยุ โดยที่ไม่ได้ไปรับประทานดังเช่น

“ฟุ้งนี้รถจะติดขัดมากเพราะมีงานวันเกษตรแห่งชาติ หรือเกษตรแฟร์ ที่ผมได้เรียนให้ทราบว่ามิของไปขายหลายบูธ ด้วยกัน อย่างเช่น ปลาสดลิ้มแม่เฮียงจะขาย 2 จุด ขายอยู่ตรงปากประตูด้านพหลโยธิน แล้วก็ที่หน้าคณะอุตสาหกรรมเกษตร

แล้วก็มิใส่กรอกปีลักก็ ไม่ต้องไปเดินซื้อในซูเปอร์มาเก็ต ในศูนย์การค้า มาตรงนี้แหละครับมาเถอะ”

(หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์,รายการวิทยุ
“ ครอบจักรวาล ”)

นอกจากจะได้กล่าวถึงร้านอาหารที่ได้รับป้ายเชลล์ชวนชิมแล้ว บางครั้งหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ยังได้กล่าวประชาสัมพันธ์ให้จังหวัดต่างๆ ที่ท่านได้รับเชิญไปเกียรติอีกด้วย

“ผมได้ทดลองชิมไวน์ลำไย ก็หวานๆ ซึ่งไม่ถูกโรคกับผม จึงได้แต่จับพอรูรส ซึ่งก็ใช้การได้ที่เดียวครับ ที่แรกคิดว่า ไปรับประทานกับไส้จั่ว มันจะไปกันได้หรือ แต่ปรากฏว่าไปกันได้ดี เหมือนกึ่งทองใบหยก แล้วไส้จั่วที่ลำพูนมาจากแหล่งต่างๆ อร่อยมาก อร่อยทีเดียวละครับ”

“นอกเหนือจากงานที่หมดลงไปแล้วนั้นะครับ ท่านที่เดินทางไปเที่ยวลำพูน ท่านก็ยังคงหาไวน์ลำไย หาไส้จั่วสำหรับรับประทานหรือซื้อติดไม้ติดมือกลับกรุงเทพฯได้ตลอดเวลา”

(หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์,รายการวิทยุ
“ ครอบจักรวาล ”)

การที่หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ได้รับเชิญไปงานต่างๆ ทำให้เป็นการประชาสัมพันธ์ตัวของท่านไปในตัว เนื่องจากเป็นการแสดงถึง ความน่าเชื่อถือของท่าน จนทำให้ได้รับเชิญไปงานต่างๆตลอดเวลา

หลังจากรายการวิทยุประสบความสำเร็จ หม่อมราชวงศ์ ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ก็ได้เริ่มมาทำรายการโทรทัศน์ โดยรายการที่หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ เป็นผู้ดำเนินรายการอยู่ในปัจจุบัน มีรายละเอียดดังนี้

วิธีการสื่อความหมายโดยผ่านสื่อโทรทัศน์

1. รายการพ่อกูเข้าครัว ทุกวันอาทิตย์ เวลา 17.05 – 18.05 ทาง ไอทีวี

รายการนี้เป็นรายการที่มีผู้ดำเนินรายการ 2 คนคือ หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ และหม่อมหลวงศิริเฉลิม สวัสดิวัตน์ (คุณหมึกแดง) ซึ่งเป็นลูกชาย เนื้อหาของรายการจะแบ่งเป็นช่วงต่างๆ ดังนี้

- พ่อลูกเข้าครัว เป็นช่วงที่หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ และคุณหมึกแดง มาสาธิตการทำอาหาร
- รื้อหมดเปลือกกับมาลี เป็นช่วงค้นเวลาสั้นๆ นำเอาเกร็ดความรู้เกี่ยวกับอาหารมาเล่าให้ท่านผู้ชมฟัง
- TOSHIBAเครื่องครัวดิจิตอล เป็นช่วงที่คุณหมึกแดงสาธิตการทำอาหารผ่านเครื่องใช้ไฟฟ้า
- พ่อถนัดศรี ลูกถนัดเทียว เป็นช่วงที่คุณหมึกแดงพาไปชมสถานที่ต่างๆ
- ลูกนั่งชิม พ่อนั่งชม ช่วงนี้คุณหมึกแดงจะพาไปทานอาหาร ยังร้านอาหารต่างๆ ซึ่งบางครั้งก็เป็นร้านที่ได้รับป้ายเชลล์ชวนชิม
- ครัวสร้างคน เป็นช่วงที่คุณหมึกแดงจะไปสาธิตการทำอาหาร ให้มีนักศึกษาชมตามครัวของสถาบันต่างๆ
- อยากรู้ถามมา เป็นช่วงที่หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ และคุณหมึกแดง ตอบคำถามจากจดหมายที่ผู้ชมทางบ้านส่งมา

ซึ่งจะมีเพียง 2 ช่วงเท่านั้นที่มีหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ร่วมอยู่ด้วย คือช่วงแรกของรายการที่ พ่อ ลูกจะช่วยกันทำอาหาร และช่วงสุดท้ายเป็นช่วงตอบคำถามของผู้ชมจากทางบ้าน

จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกเทปรายการโทรทัศน์และศึกษาวิจัยมากกว่า 2 เดือนผู้วิจัยได้พบว่า รายการพ่อลูกเข้าครัวนั้น ผู้ดำเนินรายการส่วนใหญ่คือคุณหมึกแดง โดยในรายการมีหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ เข้ามาร่วมรายการเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับรายการและเป็นการขยายกลุ่มผู้ชมที่มีความนิยมและเชื่อถือในตัวหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ เพื่อเป็นการสร้างความนิยมให้กับรายการ

ในการดำเนินรายการส่วนหนึ่งจะมีการพูดถึง หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ และร้านอาหารที่ได้รับป้ายเชลล์ชวนชิม ดังตัวอย่างรายการซึ่งบันทึกเทปเพื่อออกอากาศวันที่ 25 พฤศจิกายน 2544 โดยมีหม่อมหลวงศิริเฉลิม สวัสดิวัตน์ เป็นผู้ทำการสัมภาษณ์ และผู้ร่วมรายการคือ หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ และ พลตรีถาวร ช่วยประสิทธิ์

หม่อมหลวง ศิริเฉลิม สวัสดิวัตน์ ในวงการทีวีมีคนทำรายการอาหารหลายคน แต่อยากให้ท่านผู้ชมดูของจริงซึ่งกลายเป็นปูชนียบุคคลไปแล้วคือ หม่อมราชวงศ์

ถนัดศรีสวัสดิวัฒน์ ซึ่งเป็นพ่อผมเอง อยากถามพ่อเกี่ยวกับว่า
พ่อเข้ามาทำตรงนี้ได้อย่างไร

หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัฒน์ เรื่องของเรื่องก็รู้กันอยู่แล้วว่าพ่อไม่ได้อยู่บ้านนอกบ้านนา เกิด
ในวัง อยู่ในวัง มีลูกมีเมียก็อยู่ในวัง แต่จะมีระยะเหินไปบ้าง
เวลาโดนเนรเทศไปทำงาน ก็เลยได้มีโอกาสกินอาหารชาวบ้าน
ตามภาคต่างๆ ตามแต่ที่ทางสมเด็จพระเจ้าท่านส่งไป แล้วเรื่อง
อาหารไทยเนี่ยเรากินมาตลอดและแม่ก็เป็นผู้ซึ่งอยู่กับหม่อม
ราชวงศ์หญิง เสี่ยงม สวัสดิวัฒน์ ซึ่งตั้งเครื่องสมเด็จพระพันปี
เพราะฉะนั้นเวลาที่เรียกว่าอาหารชาววังแท้ก็มาจากหม่อมย่า
ของเจ้า

หม่อมหลวง ศิริเฉลิม สวัสดิวัฒน์ พ่อเนี่ยเป็นคนมีมุขเยอะ และสำนวนมาก อยากให้อาตุ้เล่าเกี่ยว
กับเรื่องชุดหลุมฝัง

พลตรีถาวร ช่วยประสิทธิ์ คุณชายเป็นคนตรง อย่างเวลาไปชิมเค้าจะตั้งอาหารเป็นชุดเลย
แล้วคุณชายก็จะชิมอันนี้เปรี้ยวไปนิด นี่ต้องหวานนิดหนึ่งจะดี
อันนี้ใช้ได้ อันนี้คุณไปบอกพ่อครั้นจะให้ไปหลังร้านแล้วชุด
หลุมลึกๆ เอาจานนี้เทนะ กลบให้มิด ระวังอย่าให้หมาชุดขึ้นมา
กิน เดี่ยวมันจะตาย

การออกรายการกับคุณชายไม่ใช่ว่าดีนะ ก็มีวันหนึ่งเพื่อนบอกว่า
ร้านก๋วยเตี๋ยวร้านนี้ใช้ได้ พอทานได้ เราพอดีไปซื้อของแถวนั้น
จึงเข้าไปสั่ง ก๋วยเตี๋ยวกิน พอคนขายเห็นก็ยกมือไหว้ ถามว่ามา
ทำไมครับ เราก็บอกมากินก๋วยเตี๋ยว ขอเส้นใหญ่จานดี เค้าทำ
ยังใจรู้ใหม่ ยืนอยู่เฉยๆไม่ ยอมทำเพราะกลัวไม่อร่อย เพราะ
เวลาออกทีวีกับคุณชาย ถ้าไม่อร่อยเดี๋ยวจะไปว่าเค้า
เสน่ห์ของคุณชายอยู่ที่ความตรง ถ้าอร่อยก็บอกว่าอร่อย ไม่
อร่อยก็ให้ฝังดิน หรือต้องปรับปรุงกับออก

หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัฒน์ สำหรับเรื่องอาหารไทยต้องรับว่าตัวเองน่าจะรู้ อะไรผิด อะไรถูก
หมด เพราะเห็นที่หม่อมแม่ (ย่าของหมึกแดง) เห็นมาตลอดและ
อาหารในวังรู้จักดี

จากเทปบันทึกการข่าวดังต้น แสดงให้เห็นว่า หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ยังคงเป็นบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือจนทำให้ได้กลายมาเป็นแขกรับเชิญในรายการของตนเอง และแสดงให้เห็นถึงความเป็นคนตรงของท่านดังที่ พลตรีถาวร ช่วยประสิทธิ์ก็กล่าวไว้ว่า “เวลาออกทีวีกับคุณชาย ถ้าไม่อร่อยเดี๋ยวจะไปว่าเขา เสน่ห์ของคุณชายอยู่ที่ความตรง ถ้าอร่อยก็บอกว่าอร่อย ไม่อร่อยก็ให้ฝังดิน หรือต้องปรับปรุงกับอก”

นอกจากเทปบันทึกการข่าวดังต้นแล้วยังมีบางส่วนของรายการพอลูกเข้าครัวที่อ้างอิงถึงร้านอาหารที่ได้รับป้ายเชลล์ชวนชิม อย่างเช่น ในเทปบันทึกการวันที่ 16 ธันวาคม 2544 มีการสาธิตการทำผัดไทกุ้งนาง ซึ่ง หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ได้กล่าวถึงดังนี้

“ ที่จะทำวันนี้เป็นผัดไทแบบโบราณ ซึ่งทำตามแบบผัดไทนายเที่ยง ราชวงศ์ ”

นอกจากนั้นในช่วงหมึกแดงพาไปกินในเทปบันทึกการวันที่ 16 ธันวาคม 2544 คุณหมึกแดงได้พาไปที่ร้านก๋วยเตี๋ยวแม่สวย ซึ่งในรายการได้ถ่ายเน้นให้เห็นถึงป้ายที่ทางร้านติดอยู่คือป้ายเชลล์ชวนชิม

จากตัวอย่างของรายการนี้จะเห็นว่า หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ได้ใช้ภาพลักษณ์ในความเป็นผู้นำทางด้านการประกันคุณภาพของอาหาร เพื่อเป็นการสนับสนุนลูกชายที่ทำรายการด้วยกัน โดยใช้โทรทัศน์เป็นสื่อ นอกจากนี้จากการตอบคำถามในรายการยังแสดงถึงการมีความรู้ในเรื่องของอาหารเป็นอย่างดีของหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ซึ่งเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค

2. รายการพอบ้านเข้าครัว ออกอากาศทุกวันพุธที่ 2 และ 4 ของเดือน เวลา 16.30 น.

รายการนี้เป็นรายการที่มีผู้ดำเนินรายการ 2 คนคือ หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ และ พลตรีถาวร ช่วยประสิทธิ์ เนื้อหาของรายการเกี่ยวกับการสาธิตการทำอาหาร ซึ่งผู้ดำเนินรายการจะไปตามร้านอาหารต่างๆ และเลือกอาหารที่เป็นจานเด่นของร้านมาสาธิต ซึ่งร้านอาหารส่วนใหญ่ที่ได้ไปทำการสาธิตจะเป็นร้านอาหารที่ได้รับป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิม ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

จากเทปบันทึกการพอบ้านเข้าครัวประจำวัน 8 สิงหาคม 2544

ในวันนี้หม่อมราชวงศ์ถนัดศรีเป็นผู้ดำเนินรายการเพียงผู้เดียว โดยได้ไปทำการบันทึกการที่ร้านสนั่นข้าวต้มปลา ซึ่งเป็นร้านอาหารที่ได้รับป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิม

ในรายการจะทำการถ่ายเน้นไปที่ป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิม นอกจากนี้เวลาทำการสาธิต ก็ยังมีป้ายเชลล์ชวนชิมเป็นฉากหลัง และยังมีการถ่ายให้ดูบรรยากาศภายในร้านด้วย

นอกจากนี้ หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี ยังได้มีการกล่าวเชิญชวนให้ผู้ชมมาทานอาหารที่ร้านนี้ดังเช่น

“ ที่นี้เน้นเครื่องปรุงดี อาหารสด ทำวันต่อวัน มาที่นี้ได้จะครับ บางทีก็อาจจะเจอผมอยู่บ่อยๆ

จากเทปบันทึกการพอบ้านเข้าครัวประจำวัน 22 สิงหาคม 2544

รายการวันนี้มีคุณนิคม ระวิยัน เป็นผู้ดำเนินรายการร่วมกับหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี โดยไปบันทึกการที่ร้านนิรนาม ดอนเมือง เดิมที่ร้านนี้ไม่มีชื่อ เมื่อหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี มาทานจึงตั้งชื่อให้ว่านิรนาม ดังคำกล่าวของท่านที่ว่า

“ นิรนามแปลว่าไม่มีชื่อ ร้านไม่มีชื่อแต่ฝีมือคือล้น “

รายการก็ได้ไปบันทึกบรรยากาศของร้าน ที่มีลักษณะเป็นห้องแถวคูหาเดียว หน้าร้านมีป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิมติดอยู่ เห็นได้อย่างเด่นชัด และยังได้มีการแนะนำวิธีการเดินทางมาที่ร้านนี้อย่างละเอียด

นอกจากนั้นหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี ยังได้กล่าวถึงสรรพคุณของอาหารที่ร้านนี้ดังเช่น

“ ลูกชิ้นปลาที่นี่เป็นปลาแท้ ไม่ได้ผสมแป้ง เพราะถ้าผสมแป้งจะมีคาว “

“ ปูัดผงกะหรี่ รับประทานกับหมี่ข้าว อร่อยจนฝันถึง”

จากเทปบันทึกการพอบ้านเข้าครัวประจำวัน 12 กันยายน 2544

รายการได้ไปบันทึกเทปที่ร้านอาหารบ้านสวนกาเสาะ ตั้งอยู่ที่จังหวัด นราธิวาส เริ่มต้นรายการโดยการถ่ายไปที่ป้าย Clean Food Good Taste แล้วจึงถ่ายไปที่บรรยากาศรอบๆร้าน ซึ่งหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี ได้บรรยายถึงว่า

“ ผู้ที่มาที่นราธิวาส ถ้าต้องการร้านที่สะอาด มีบรรยากาศดีให้มาที่นี่ บรรยากาศเหมือนนั่งกินอยู่ที่สวนลุม “

และจากรายการวิทยุครบจักรวาลวันที่ 22 มกราคม 2545 ทำให้รู้ว่าที่ร้านนี้ยังไม่ได้รับป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิม แต่ทางหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี ได้สัญญากับเจ้าของร้านซึ่งเป็นคนรู้จักกันว่า จะเขียนลงหนังสือพิมพ์ให้ แต่ก็ยังไม่ได้ลงสักที ดังที่ท่านว่า

“ ร้านกาเสาะนี้ผมได้ทำพ่อบ้านเข้าครัวไปแล้ว และยังพูดถึงบ่อยๆเวลาทีลงไปที่นราธิวาส แต่ดูเหมือนว่ายังไม่ได้เขียนเชลล์ชวนชิมนะครับ ติดเขาไว้”

จากตัวอย่างรายการโทรทัศน์พ่อบ้านเข้าครัว ช่วงต้น จะเห็นว่าหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ใช้สื่อโทรทัศน์ ในการช่วยประชาสัมพันธ์ร้านอาหารต่างๆที่ได้รับป้ายเชลล์ชวนชิม เห็นได้จากตัวอย่างรายการ ที่ร้านอาหารส่วนใหญ่ที่ได้มาออกรายการเป็นร้านอาหารที่ได้รับป้ายเชลล์ชวนชิม

จากข้างต้นจะเห็นว่าหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ได้ใช้สื่อต่างๆทั้งสิ่งพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์เป็นตัวกลางในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับสินค้า ป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิม และตัวเอง ซึ่งภาพลักษณ์นี้จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล ภาพลักษณ์ที่ได้ก่อตัวหรือถูกสร้างขึ้นแล้ว ย่อมมีแนวโน้มที่จะเหนี่ยวนำพฤติกรรมของผู้บริโภคและสาธารณชนให้คล้อยตามไปในทิศทางเดียวกัน อย่างเช่น ในกรณีของหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ที่ได้สร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือโดยการบอกเล่าผ่านสื่อต่างๆ ดังจะเห็นได้จากข้างต้น ทำให้ในปัจจุบันถึงแม้ว่าป้ายเชลล์ชวนชิมจะมีอายุกว่า 40 ปี ก็ตาม แต่ก็ยังคงได้รับการยอมรับในฐานะที่เป็นป้ายรับประกันความอร่อย ดังที่ โบลด์ิงได้กล่าวไว้ว่า ภาพลักษณ์ของสิ่งหนึ่งสิ่งใดจะไม่หยุดนิ่งก็ตาม แต่การเปลี่ยนแปลงก็กระทำไต่ยาก และเนื่องจากในขณะนี้ หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ก็ยังคงให้ข้อมูลที่เกี่ยวกับป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิมผ่านสื่ออยู่ตลอดเวลา จึงทำให้ภาพลักษณ์ของป้ายเชลล์ชวนชิมยังคงประทับอยู่ในความรู้สึกของสาธารณชนต่อไป

นอกจากนั้น หม่อมราชวงศ์ ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ยังได้ใช้จุดจับใจตามหลักของอริสโตเติลเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ พร้อมๆกันทั้ง 3 ตัว คือ

1. ในเรื่องของบุคลิกลักษณะของหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ที่มีชาติตระกูลที่สูงส่ง เกิดและใช้ชีวิตอยู่ในวัง ได้รับประทานอาหารในวัง ทั้งยังมีความใกล้ชิดกับ ผู้ว่าการห้องเครื่อง ซึ่งเป็นหม่อมย่า ซึ่งตรงจุดนี้เมื่อท่านได้ทำเรื่องเกี่ยวกับอาหาร ทำให้มีความน่าเชื่อถือมาก
2. จากข้างต้นจะเห็นได้ว่าในเรื่องของภาษาและอารมณ์ ที่หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ได้นำมาใช้เป็นการสร้างจุดจับใจให้กับผู้อ่าน และผู้ฟังได้เป็นอย่างดี
3. นอกจากนั้นหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ยังได้แสดงถึงตรรกะของการทำอาหารไว้ในเรื่องที่ท่านเขียน และพูดผ่านทางสื่อต่างๆ โดยเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้อ่านและผู้ฟัง เนื่องจากสิ่งนี้ทำให้ผู้อ่านและผู้ฟังมั่นใจได้ว่าหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ เป็นผู้ที่รู้จริงในเรื่องอาหาร ไม่ใช่เพียงแคชิมอย่างเดียว

จากข้างต้นจะเห็นว่าหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ได้ใช้จุดจับใจทั้ง 3 อย่างเป็นตัวก่อให้เกิดความเชื่อมั่น ทั้งที่จริงๆแล้วใช้เพียงอย่างเดียวก็สามารถทำให้ได้รับความเชื่อถือแล้ว จุดจับใจที่หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ นำมาใช้ก็คือ ภาษาที่ใช้ในการแสดงถึงความอร่อยของอาหาร อย่างเช่น ท่านใช้คำว่าทานที่ร้านนี้ให้ความรู้สึกเหมือนทานที่บ้าน นอกจากนั้นหม่อมราชวงศ์ ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ยังอธิบายถึงตรรกะของการทำอาหาร ซึ่งก็คือวิธีการทำอาหารเอาไว้ อย่างละเอียด และประการสำคัญคือ การที่หม่อมราชวงศ์ ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ เป็นผู้ที่เกิดในตระกูลสูง เป็นคนที่เกิดในวัง ซึ่งในสมัยนั้น การที่คนปกติจะได้สัมผัสกับคนที่อยู่ในวังนั้น แทบจะมีโอกาสน้อยมาก เมื่อท่านซึ่งอาศัยอยู่ในวังและ เป็นคนมีชาติตระกูล ได้ออกมากล่าวถึงอาหารต่างๆ คนทั่วไปย่อมต้องคล้อยตามเนื่องจากเห็นว่าท่านย่อมมีประสบการณ์มาจากในรั้วในวัง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

กระบวนการในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ประกอบการของป้ายสัญลักษณ์ เซลล์ชวนชิม

การศึกษากระบวนการในการสร้างความเชื่อมั่นของป้ายเซลล์ชวนชิมนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เข้าใจถึงสาเหตุที่ป้ายสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิมยังคงมีคนให้ความสำคัญอยู่ ถึงแม้ว่าเวลาจะผ่านมายาวนาน โดยผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ทั้งผู้ประกอบการร้านอาหารและผู้บริโภคซึ่งแยกประเภทตามลักษณะอาหารดังต่อไปนี้

ประเภทอาหารจานเดียว

1. ก๋วยเตี๋ยวหมูเจ๊แกะ
2. ซาหมูตรอกซุง
3. ร้านข้าวมันไก่
4. ร้านก๋วยเตี๋ยวเป็ด
5. ร้านวาสนี้

ประเภทอาหารฝรั่ง

1. ร้านจีโน่ส์
2. ร้านคาปริซิโอ
3. ร้านนีล'ส แทรเวิร์น
4. ร้านเจลาโต

ประเภทอาหารจีน

1. โตเปิดย่าง
2. ไตรพรโกชนา
3. ฉั่วเจียบง่วน
4. ง่วนหลี

ประเภทร้านอาหารไทย

1. ร้านเบนคูซีน

2. ร้านระฆังทอง
3. ร้านบางบัว
4. ร้านกาหลง

การเกิดความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการแต่ละรายมีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

ประเภทอาหารจานเดียว

1. ก๋วยเตี๋ยวเจ๊แคะ ตั้งอยู่ที่หมู่บ้านชลนิเวศน์ ผู้ขายเป็นคนเดียวกับเจ้าของร้านคือ คุณลักษณะ เกตุแก้ว หรือที่เรียกกันว่าเจ๊แคะ ร้านนี้เป็นร้านที่ได้ป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิม มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 โดยที่ไม่ได้มีการรู้จักกับหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี มาก่อน แต่เนื่องมาจากหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี มาทานบ่อยและรู้สึกติดใจในรสชาติอาหาร จึงได้เชิญไปออกรายการโทรทัศน์ พ่อบ้านเข้าครัวทางช่อง5 และหลังจากนั้น ร้านเจ๊แคะ ก็ยังได้ลงหนังสือ นิตยสารอีกหลายฉบับ เช่น พลอยแถมเพชร

เจ๊แคะได้เล่าให้ผู้วิจัยทราบว่า “หลังจากที่ได้ไปออกรายการโทรทัศน์แล้ว ก็มีลูกค้าเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด และเมื่อได้ลงในนิตยสารพลอยแถมเพชร ลูกค้าที่เข้ามากินส่วนใหญ่จะเป็นพวกคุณหญิง คุณนาย บางที่มีรัฐมนตรีมากินด้วย และการที่มีป้ายเชลล์ชวนชิมทำให้คนหันมาให้ความสนใจร้านมากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อได้ออกทีวี แต่ฉันคิดว่าสิ่งที่ทำให้คนมาทานอาหารแล้วกลับมาทานอีกก็คือ ความอร่อยของอาหารมากกว่าที่จะสนใจป้ายเชลล์ชวนชิม ไม่ใช่แค่เพียงป้ายเชลล์ชวนชิมป้ายเดียวเท่านั้นยังมีป้ายรับประกันความอร่อยมาติดต่อหลายราย แต่ว่ามีป้ายเชลล์ชวนชิมอยู่แล้ว “ไม่เห็นว่าจะต้องมีป้ายอื่นอีก”

(คุณลักษณะ เกตุแก้ว, สัมภาษณ์, 29 สิงหาคม 2544)

จากคำกล่าวของคุณลักษณะ เกตุแก้ว เจ้าของร้านเจ๊แคะ พบว่าคุณลักษณะให้ความสำคัญเชื่อถือในป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิมมากที่สุด ถึงแม้จะมีป้ายรับประกันความอร่อยอื่น ๆ มาเสนอ แต่ทางร้านก็ไม่ได้สนใจ ดังที่กล่าวว่า “...ยังมีป้ายรับประกันความอร่อยมาติดต่อหลายราย แต่ว่ามีป้ายเชลล์ชวนชิมอยู่แล้ว “ไม่เห็นว่าจะต้องมีป้ายอื่นอีก” ที่แสดงถึงความเชื่อถือที่ผู้ประกอบการมีต่อบ้านสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิม



รูปที่ 4 ร้านก๋วยเตี๋ยวเจ๊แเกาะ



รูปที่ 5 ป้ายสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิมของร้านเจ๊แเกาะ

ร้านก๋วยเตี๋ยวเจ๊แเกาะ ไม่มีชื่อติดอยู่ อยู่ในหมู่บ้านชลนิเวศน์ ริมคลองประปา ถนนประชา
ชื่น มาทางสี่แยกพงษ์เพชร หรือมาทางสี่แยกประชานุกูลก็ได้ พอเห็นป้ายชลนิเวศน์ก็เลี้ยวข้าม
สะพานตรงเข้ามา ร้านก๋วยเตี๋ยวอยู่ห้องหัวมุมตึกแถวด้านซ้ายมือ ต้องไปช่วงสามโมงเช้าถึงป้าย
สองโมง ไม่อย่างนั้นอาจไม่มีเหลือให้รับประทาน ลักษณะร้านค่อนข้างคับแคบเป็นห้องแถวคูหา
เดี่ยว แบ่งเป็นที่ตั้งหม้อทำก๋วยเตี๋ยวเสียส่วนหนึ่งตรงหัวมุม เหลือเนื้อที่ตั้งโต๊ะได้ 4-5 โต๊ะเท่านั้น

ก๋วยเตี๋ยวร้านนี้ ลวกเส้นใส่กากหมูคลุกกระเทียม โรยเครื่องซึ่งประกอบด้วย หมูบะจ๋อ ผักเป็นแผ่นลวกน้ำเดือดจนสุก ตามด้วยฮ้อก๊วย ลูกชิ้นหมู หรือลูกชิ้นปลา ลูกเรียวยาว มีเครื่องใน หมู ตับ ใส่อ่อน เนื้อหมูหั่นบางๆ ที่นี้พริกป่น ถั่วลิสงเขาป่นเอง คั่วเอง

เคล็ดลับของก๋วยเตี๋ยวเจ้านี้อยู่ที่กากหมู เจียวเหลืองกรอบ ใช้มันหมูแข็ง เจียวตั้งแต่เช้าจนได้กากหมู แล้วใช้น้ำมันหมูที่ได้เจียวกระเทียม เจ็กแกละจะไม่เจียวค้างคืน เจียววันต่อวัน

2.ร้านชาหมูตروقซุง เป็นร้านที่มีอยู่หลายสาขาทั่วกรุงเทพมหานคร แต่คุณสมศักดิ์ สมศักดิ์ศรี หรือเฮียโตเจ้าของร้านบอกกับผู้วิจัยว่า

“ ชาหมูตروقซุงที่มีขายตามสาขาต่างๆ ทำมาจากที่ร้าน ตอนเช้าก็จะมีรถรับจากที่ร้านไปส่งตามสาขาต่างๆ เพราะฉะนั้นรสชาติจึงได้คุณภาพและเหมือนกันทุกที่ แรกเริ่มนั้นน้องชายของผมเป็นผู้เริ่มกิจการ ได้รับป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิมเมื่อ พ.ศ.2528 เพราะมีเพื่อนแนะนำให้รู้จักกับหม่อมราชวงศ์ ถนัดศรี จึงได้นำชาหมูไปให้ท่านชิมท่านจึงได้เชิญออกรายการโทรทัศน์ ซึ่งเมื่ยมผมเป็นคนไปออก หลังจากนั้นจึงได้รับป้ายเชลล์ชวนชิม และมีชื่อเสียงที่สุดเมื่อได้มาขายที่มานุญครอง ซึ่งตอนนั้นขายดีมาก”

เฮียโตได้เล่าให้ผู้วิจัยฟังว่า “มีป้ายรับประกันความอร่อยอื่นๆเคยมาเสนอจะให้ป้าย แต่ว่ามีป้ายเชลล์ชวนชิมอยู่แล้ว ไม่เห็นจะต้องใช้ป้ายอื่นๆ นอกจากนี้เวลาที่เชลล์หรืออาหม่อม มีงานออกร้านต่างๆก็มักจะเชิญกลุ่มร้านอาหารที่ได้รับป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิม ไปออกร้าน เช่นวันเกิดของบริษัทเชลล์ ผมก็ได้ไปออกร้าน นอกจากนี้วันเกิดของอาหม่อมผมก็ได้ไปเป็นตัวแทนกล่าวอวยพร ส่งส่วยเพื่อนๆเห็นว่าผมแก่ที่สุด ในเรื่องของรสชาตินั้น อาหารของที่นี่จะมีรสชาติที่ได้มาตรฐาน ใช้แต่ของดีมีคุณภาพ มีการชั่งตวง วัด ทุกอย่าง เราไม่เคยใช้ของไม่มีคุณภาพ ทำให้ร้านยังคงดำเนินมาได้จนถึงทุกวันนี้ เพราะถ้าไม่อร่อย ไม่มีคุณภาพ ถึงมีป้ายคนก็จะไม่กลับมาทานอาหารที่นี่อีก “

(สมศักดิ์ สมศักดิ์ศรี, บพสัมภาษณ์, 7 กันยายน 2544)

จากการสัมภาษณ์คุณสมศักดิ์ สมศักดิ์ศรี ผู้วิจัยพบว่านอกจากความเชื่อถือที่มีต่อป้ายเชลล์ชวนชิมและไม่ได้ให้ความสำคัญกับป้ายรับประกันความอร่อยอื่นๆ ดังคำกล่าวของคุณสมศักดิ์ที่ว่า “มีป้ายรับประกันความอร่อยอื่นๆเคยมาเสนอจะให้ป้าย แต่ว่ามีป้ายเชลล์ชวนชิมอยู่แล้ว

ไม่เห็นจะต้องใช้ป้ายอื่นๆ..." แล้ว หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ยังได้ติดต่อให้ร้านชาหุมตรวงชุง ไปงานออกร้านต่างๆ เช่น งานออกร้านเนื่องในวันเกิดบริษัทเชลล์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ยังมีความสัมพันธ์กันกับร้านต่างๆ นอกเหนือจากมอบป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิมให้กับร้านอาหารต่างๆ

ร้านชาหุมตรวงชุงร้านนี้ตั้งอยู่ที่สี่แยกคลองตัน มีลักษณะเป็นห้องแถวสองคูหา มีบรรยากาศโล่ง โปร่ง สบาย ไม่มีเครื่องปรับอากาศ มีเพียงพัดลมเท่านั้น แต่อากาศภายในร้านไม่ร้อนเนื่องจากมีหลังคาสูง ทำให้อากาศถ่ายเทได้ดี แต่เนื่องจากร้านอยู่ติดถนนใหญ่ ทำให้หาที่จอดรถลำบาก ยิ่งโดยเฉพาะวันจันทร์ถึงศุกร์ ซึ่งเป็นวันทำงาน แต่ถ้าเป็นวันเสาร์ อาทิตย์ ที่จอดรถจะหาได้ง่ายขึ้น ทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าที่ไม่ใช่รถยนต์ส่วนตัว หรือถ้ามีรถส่วนตัวก็จะโทรศัพท์มาสั่งไว้ก่อน พอมาถึงจะได้รับไปได้เลยโดยไม่ต้องหาที่จอดรถ



รูปที่ 6 ร้านชาหุมตรวงชุง

กรรมวิธีในการทำชาหุมชองที่นี่ จะต้องเริ่มจากการคัดเลือกชาหุมก่อน แล้วนำไปทำความสะอาดอย่างดี จากนั้นเป็นขั้นตอนการทอด การผสมน้ำพะไล ซึ่งใช้การ ชั่ง ตวง วัด ทุกอย่าง เพื่อที่รสชาติจะได้เหมือนกันทุกครั้ง และเครื่องปรุงที่ใช้ก็จะคัดสรรแต่ของดี ทั้งเครื่องปรุงน้ำพะไล หรือแม้กระทั่งเครื่องประกอบสำคัญสำหรับกินกับข้าวชาหุมคือ น้ำส้มพริกตำ

3. ร้านข้าวมันไก่ เป็นร้านที่ตั้งอยู่ที่ศูนย์อาหารโรงพยาบาลไทยนครินทร์ ซึ่งศูนย์อาหารนี้ร้านอาหารส่วนใหญ่ที่อยู่ในศูนย์อาหารเป็นร้านที่ได้รับป้ายเชลล์ชวนชิม โดย คุณสิริมา มีนาภา ได้เล่าให้ผู้วิจัยฟังถึงประวัติความเป็นมาของร้านดังนี้

"ร้านนี้เปิดขายอาหารที่นี่เป็นร้านแรกๆ เรียกได้ว่าเป็นร้านบุกเบิก แต่เดิมมีร้านอยู่ที่ห้างดิเซมเบอร์ด้วย แล้วก็ให้ลูกน้องมาขายที่นี่ พอตอนหลังมีห้าง The Mall มาเปิด ห้างดิเซมเบอร์เลยต้องปิดตัว เลยย้ายมาขายที่นี่ที่เดียว ที่ร้านได้ป้ายมาเมื่อปี 2541 ซึ่งเป็นการได้รวมๆกัน กับร้านอาหารอื่นๆในศูนย์อาหาร แต่ไม่ได้ติดไว้ เพราะว่าเรามีโลโก้ของท่านติดอยู่ข้างนอกแล้ว เคยมีป้ายอื่นมาให้แต่เรามีป้ายของคุณชายแล้วเราก็ไม่อยากจะไปรับ "

เมื่อผู้วิจัยถามเรื่องความสำคัญของป้าย คุณสิริมาได้กล่าวว่า " ป้ายมีส่วนช่วยในการโปรโมทบ้าง พอได้ป้ายมา ก็ขายใช้ได้ แต่อยู่ที่รสชาติของเราด้วย ถ้ามีป้ายอร่อยไม่อร่อยเขาต้องลองชิมดูก่อน สนใจก่อน ถ้าไม่อร่อยก็ขายได้จานเดียว แต่ถ้าอร่อยก็จะมากินเรื่อยๆ "

(สิริมา มีนาภา, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2545)

จากคำกล่าวดังกล่าวผู้วิจัยพบว่าคุณสิริมา มีนาภา เจ้าของร้านข้าวมันไก่ มีความเห็นในเรื่องของป้ายรับประกันความอร่อยอื่นๆเหมือนกับร้านเจ๊แกละ และร้านชาหนุมตรอกซุง ดังที่ว่า "... เคยมีป้ายอื่นมาให้แต่เรามีป้ายของคุณชายแล้วเราก็ไม่อยากจะไปรับ"



รูปที่ 7 ร้านข้าวมันไก่



รูปที่ 8 ป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิมของศูนย์อาหารไทยนครินทร์

ร้านข้าวมันไก่ตั้งอยู่ในศูนย์อาหารโรงพยาบาลไทยนครินทร์ ชั้นใต้ดิน สามารถเดินเข้ามาที่ศูนย์อาหารได้โดยไม่ต้องผ่านส่วนที่เป็นโรงพยาบาล เพราะเป็นส่วนที่อยู่ด้านหน้าติดกับถนน สามารถเห็นได้อย่างเด่นชัด มีป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิมตั้งอยู่ข้างหน้าศูนย์อาหาร ถ้าเดินทางมาโดยทางรถยนต์ส่วนตัวสามารถเข้ามาจอดอยู่ที่จอดรถโรงแรมได้ โรงพยาบาลไทยนครินทร์ ตั้งอยู่ที่ถนนบางนา-ตราด ใกล้ๆกับศูนย์การค้าเซ็นทรัลบางนา ความอร่อยของร้านข้าวมันไก่นี้อยู่ที่ฝีมือหุงข้าวและทำน้ำจิ้มรสเด็ด ของคุณสิริมา มีนภา ซึ่งเป็นเจ้าของร้าน

4. ร้านก๋วยเตี๋ยวเปิด ตั้งอยู่ที่ศูนย์อาหารโรงพยาบาลไทยนครินทร์ เจ้าของร้านคือคุณ จารุวรรณ ทวีสุข

“ เดิมเปิดร้านขายอาหารอยู่ที่โคราซ ต่อมาได้ย้ายเข้ามาช่วยพี่สะใภ้ขายก๋วยเตี๋ยวเปิดอยู่ที่รังสิต แล้วปี 2540 พี่สะใภ้ย้ายมาที่นี้แล้วเค้าจึงยกร้านให้ พอปี 2541 จึงได้รับป้ายเชลล์ชวนชิมตอนที่ศูนย์อาหารลงคอลัมภ์เชลล์ พอลงหนังสือคนก็มาทานเยอะขึ้น เค้าบอกว่าเห็นลงหนังสือเลยลองมาทานดู ลงมากินโดยเฉพาะเลย”

เมื่อผู้วิจัยถามถึง ความรู้สึกที่มีต่อป้ายเชลล์ชวนชิม คุณจารุวรรณกล่าวว่า “คิดว่าเค้า (หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์) มาชิมคงอร่อย เพราะว่าป้ายเชลล์ชวนชิมเก่าแก่ และรู้จักป้ายมาจากร้านอาหารต่างๆ เห็นร้านที่ได้ป้ายก็เพราะอร่อยทั้งนั้น และก็มั่นใจในตัวหม่อมถนัดศรี”

(จารุวรรณ ทวีสุข, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2545)

จากคำกล่าวข้างต้นที่ว่า “คิดว่าเค้า (หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์) มาชิมคงอร่อย เพราะว่าป้ายเซลล์ชวนชิมเก่าแก่ และรู้จักป้ายมาจากร้านอาหารต่างๆ เห็นร้านที่ได้ป้ายก็เพราะอร่อยทั้งนั้น และก็นั่นใจในตัวหม่อมถนัดศรี” แสดงถึงความเชื่อถือที่ผู้ประกอบการร้านก๋วยเตี๋ยวเปิดมีต่อหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ และความเชื่อถือในป้ายสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิม ที่เกิดมาจากความเก่าแก่ ยาวนานของป้าย

ร้านก๋วยเตี๋ยวเปิดเป็นอีกร้านหนึ่งในศูนย์อาหารโรงพยาบาลไทยนครินทร์ที่ได้รับป้ายเซลล์ชวนชิมในปี 2541 ลักษณะทั่วไปของร้านจึงมีลักษณะแบบร้านอาหารในศูนย์อาหาร โดยจะมีตู้สำหรับใส่เปิดตั้งแสดงอยู่หน้าร้าน ก๋วยเตี๋ยวเปิดที่ร้านนี้ เนื้อเปิดจะนิ่มไม่เหนียว น้ำซุปรีรสชาติเข้มข้น ไม่จัดซัดเหมือนบางร้าน



รูปที่ 9 ร้านก๋วยเตี๋ยวเปิด

5. ร้านวาสิณี เป็นร้านขายอาหารเข้าร้านเดียวในศูนย์อาหารโรงพยาบาลไทยนครินทร์ โดยผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ดูแลร้าน คือคุณรัตเกล้า ครุฑไชยันต์ ซึ่งทำหน้าที่ดูแลร้านนี้มาตั้งแต่เริ่มต้น

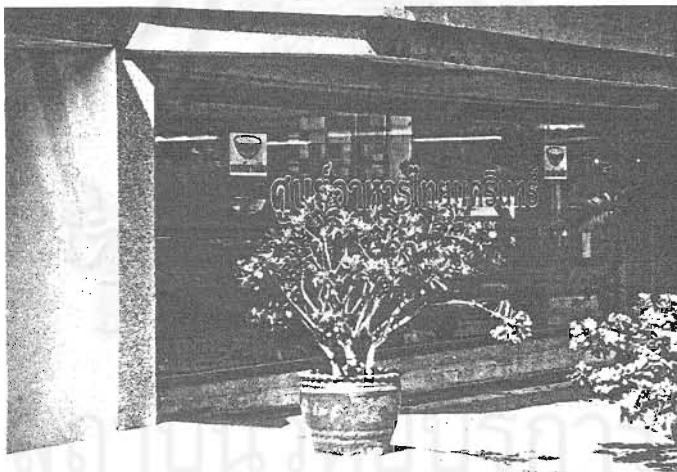
“ ตอนแรกในศูนย์อาหารไม่มีร้านโจ๊ก ร้านอาหารเช้าไม่มี fast food ทั่วไปจะไม่มีร้านโจ๊กแล้วในนี้มันโรงพยาบาล เขาก็เลยเรียกร้องว่าให้คนมาขายโจ๊กหน่อย ซึ่งตรงนี้ได้เป็นที่ขายคุปอง ป้ายตรงนี้ได้ขอแต่เคยลงมติชนทั้งศูนย์ เจ้าของคือคุณ วาสิณี เกียรติสูงส่ง ได้ลงมติชนปี

2541 หนังสือไม่ใช่หลักของศูนย์อาหารเท่าไร แต่แนวโน้มที่ดีไม่ได้เกี่ยวกับเศรษฐกิจว่าลูกค้ามาโรงพยาบาลมากกว่า เพราะว่าค่าเงินตกเนี่ย เมื่อก่อนชายดีกว่านี้ การลงหนังสือช่วยได้บ้างแต่ว่าไม่ 100 เปอร์เซ็นต์หรอก ค่าเงินไม่ดีปีปุ๊บ เศรษฐกิจไม่ดี คนมาโรงพยาบาลเอกชนน้อยลงจาก 100 คน อาจเหลือ 80 คน "

" ถ้ามีป้ายคงช่วยให้ขายดีขึ้น คือครั้งแรกที่ลูกค้าสะดุด มีป้ายอาจจะต้องลองชิมเพราะป้าย แต่ถ้าถ้าถูกปากไม่ถูกปาก ถ้าถูกปากก็จะมีครั้งที่ 2 ถ้าไม่ถูกปากด้วยป้ายก็จะได้ด้วยจานแรก หลังจากนั้นก็คือไม่ได้ เอาของเป็นหลักด้วยบวกกับป้าย"

(รัตเกล้า ครูทไชยยันต์, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2545)

จากคำกล่าวของคุณรัตเกล้า แสดงให้เห็นว่า ป้ายเซลล์ชวนชิมช่วยในการดึงดูดลูกค้าได้ในตอนแรก เพราะการได้รับป้ายสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิมนั้นจะทำให้ลูกค้าหันมาสนใจร้านมากขึ้น



รูปที่ 10 ศูนย์อาหารไทยนครินทร์

ร้านวาสนีนี้เป็นร้านที่แตกต่างจากร้านอื่นๆในศูนย์อาหารตรงที่ลักษณะของอาหารเนื่องมาจาก ในศูนย์อาหารส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีร้านที่ขายจิ๊ก ขายอาหารเข้า อาหารจานเด่นของที่นี่คือ ก๋วยเตี๋ยวหลอด ซึ่งมีรสชาติกลมกล่อม ใส่เครื่องอย่างมากมาย ไม่มีการประหยัดเครื่อง จนเหลือเพียงเส้นก๋วยเตี๋ยว



รูปที่ 11 ร้านวาสนี

ประเภทร้านอาหารฝรั่ง

1. ร้านอาหารจีนโน้ส ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้จัดการร้านอาหาร คือคุณประสิทธิ์ สายไทย ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

“ ได้ตั้งชื่อร้านตามแบบพ่อครัวของร้าน ซึ่งเป็นเพื่อนกับเจ้าของร้านคือคุณ สุพรรณมารักษ์ ร้านนี้เปิดมาเป็นเวลา 10 ปีแล้วตั้งอยู่ที่ศูนย์พรีเมียร์ แจ้งวัฒนะ และได้ป้ายเชลล์ชวนชิมมาจากการที่นำอาหารเข้าไปประกวดในรายการเชลล์ชวนชิม ไม่ได้มีการรู้จักกับ หม่อมราชวงศ์ ถนัดศรี เป็นการส่วนตัว และที่เลือกป้ายเชลล์ชวนชิม ก็เนื่องมาจากการที่สมัยนั้นป้ายเชลล์ชวนชิมเป็นที่รู้จัก และตัวของหม่อมราชวงศ์ ถนัดศรี ยังมาทานอาหารที่ร้านบ่อยๆอีกด้วย สิ่งที่ทางร้านคิดว่าเป็นสิ่งที่ทำให้ทางร้านยังคงดำเนินกิจการต่อไปได้ก็เนื่องมาจากสิ่งต่อไปนี้

หนึ่งคือ ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในตัวของ หม่อมราชวงศ์ ถนัดศรี และการได้ออกรายการโทรทัศน์ ก็จะทำให้ทางร้านมีคนรู้จักมากยิ่งขึ้น และสิ่งสุดท้ายที่สำคัญที่สุดคือ ความอร่อยและความสะอาดของอาหาร

และทางร้านเชื่อว่าป้ายเชลล์ชวนชิมมีส่วนในการช่วยโปรโมทร้านเพราะว่า บางครั้งลูกค้ามาทานเนื่องจากเห็นร้านออกรายการเชลล์ชวนชิม จึงมาทดลองดูว่าอาหารอร่อยจริงรึเปล่า”

(ประสิทธิ์ สายไทย,บทสัมภาษณ์,27สิงหาคม 2544)

จากคำกล่าวข้างต้นจะเห็นว่า ผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นในตัวของป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิมเป็นอย่างมาก ถึงขนาดที่ได้ประกอบอาหารไปประกวดในรายการเชลล์ชวนชิม จนกระทั่งได้รับป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิมมาประดับร้านในที่สุด

ร้านจีโน่ เป็นร้านอาหารอิตาเลียนที่ตั้งอยู่ในศูนย์พรีเมียร์ช้อปปิ้ง วิลเลจ แจ็งวัฒนะ อยู่ระหว่างห้างโลตัสกับบิ๊กซี ถ้าไปจากแยกหลักสี่ มุ่งหน้าจะไปทางแยกปากเกร็ด ศูนย์พรีเมียร์ช้อปปิ้ง วิลเลจจะอยู่ทางขวามือ ก่อนถึงคลองประปา ต้องไปกลับรถตรงทางด่วน แจ็งวัฒนะ



รูปที่ 12 ร้านจีโน่

รูปที่ 13 บทความของร้านจีโน่ในคอลัมภ์เชลล์ชวนชิม

ที่แห่งนี้เป็นที่ซึ่งชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในย่านนี้นิยมมาซื้อของและรับประทานอาหารกัน บรรยากาศของที่นี่ ตัวอาคาร ลานจอดรถคล้ายในเมืองนอก และมีรั้วเดินผ่านไปตลอด

อาหารจานเด่นของที่นี่คือ เนื้อสันในกวาง ซึ่งเป็นเนื้อที่สั่งตรงมาจากประเทศออสเตรเลีย และอาหารอิตาเลียนที่ร้านนี้จะทำเพื่อให้ถูกปากทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เนื่องจากถ้าลูกค้าเป็นชาวต่างชาติ เชฟวิญญู แย้มคง จะทำอาหารตามแบบฉบับดั้งเดิม แต่ถ้าลูกค้าเป็นชาวไทยก็สามารถที่สั่งได้ว่าต้องการรสชาติแบบไทย คือมีรสจัดมากขึ้น เพื่อไม่ให้เลี่ยนเกินไป

2. ห้องอาหารคาปริซิโอ โรงแรมรามาร์การ์เดนส์ ผู้จัดการห้องอาหารคือคุณ วิชัย พงษ์บัว ได้เล่าให้ผู้วิจัยฟังว่า

“คาปริซิโอ แปลว่า แนวคิดใหม่ (new concept) ทางโรงแรมได้ซื้อนี้มาจากท่านทูตอิตาเลียประจำประเทศไทย แต่เดิมห้องอาหารนี้มีชื่อว่า โกลเด้น ปีอปปี้ ต่อมาทางฝ่ายบริหารของโรงแรมเล็งเห็นว่าตลาดในขณะนั้นนิยมอาหารอิตาเลียน จึงทำให้เกิดห้องอาหารคาปริซิโอซึ่งเน้นอาหารอิตาเลียนที่มีรสชาติแบบไทยๆ ขึ้นมาในโรงแรมตั้งแต่นั้นมา

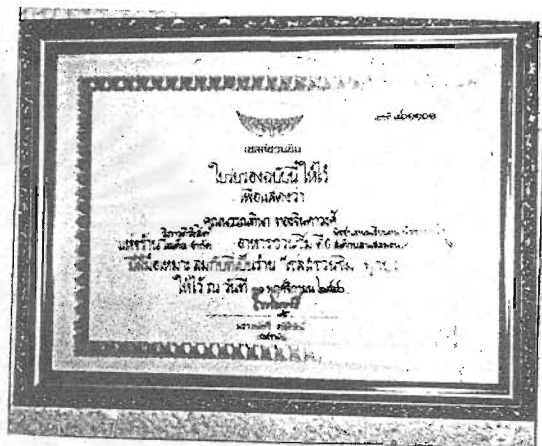
“ เนื่องจากทางโรงแรมได้รู้จักกับหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี ซึ่งทางห้องอาหารเห็นว่าหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องที่สุดในการชิมอาหาร จึงได้เชิญท่านมาทดลองชิมอาหารที่ทางห้องอาหารได้จัดทำให้ เมื่อท่านพึงพอใจในรสชาติของอาหารที่ทางร้านได้จัดทำ จึงได้มอบป้ายเชลล์ชวนชิมไว้ให้เพื่อเป็นเกียรติแก่ทางห้องอาหาร และทางห้องอาหารยังเห็นว่าป้ายเชลล์ชวนชิมมีส่วนช่วยในการโปรโมทร้านเพราะถือว่าป้ายเป็นตัวรับประกันความอร่อยให้กับลูกค้า ร้านค้าที่ได้รับป้ายจะทำให้ลูกค้ามั่นใจในความอร่อยยิ่งขึ้น เนื่องจากคนที่รับประกันความอร่อยเป็นผู้เชี่ยวชาญซึ่งมีชื่อเสียง ดังนั้นคนธรรมดาอย่าอวดไม่ผิดหวังเช่นกัน”

(วิชัย พงษ์บัว, สัมภาษณ์, 27 สิงหาคม 2544)

จะเห็นได้ว่าจากการให้สัมภาษณ์ของผู้จัดการห้องอาหารคาปริซิโอ ในโรงแรมรามาร์การ์เดน พบว่าทางห้องอาหารมีความเชื่อถือในตัวของหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ มาก โดยถือว่า หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องที่สุดในการชิมอาหาร และทางห้องอาหารยังเห็นว่าป้ายเชลล์ชวนชิมมีส่วนช่วยในการโปรโมทร้านอีกด้วยดังคำกล่าวจากการให้สัมภาษณ์ข้างต้น

ห้องอาหารคาปริซิโอ อยู่ในโรงแรมรามาร์การ์เดนส์ ซึ่งตั้งอยู่ริมถนนวิภาวดีรังสิต ใกล้กับหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ บรรยากาศภายในห้องอาหารคาปริซิโอ เป็นบรรยากาศแบบอิตา

เลียน มีอุ้งน กระเทียม หอมแดง ประดับประดาอยู่เป็นจุดๆ สีสิ้นของห้องก็เน้นโทนสีเขียวแดงเป็นสัญลักษณ์ของความเป็นอิตาเลียน



รูปที่ 14 ร้านคาปริซิโอ

รูปที่ 15 ประกาศนียบัตรเชลล์ชวนชิมของร้านคาปริซิโอ

เซฟใหญ่ของโรงแรม คุณชวน เนตรสมรัก เป็นผู้ดูแลเรื่องรายการอาหาร มีอาหารแบบอิตาเลียนที่ปรุงรสชาติให้ถูกปากคนไทย ให้เลือกชิมหลายรายการ เช่น สเด็กปลา แคลมอนกับซอสรสจัด ออกไก่ยัดไส้กุ้ง เสิร์ฟกับซอสบรันดี สตูกระดูกขาวัวแบบอิตาเลียน ที่เรียกว่าออสโซบูคโก

แต่ที่เป็นจานเด็ด คือ พิซซ่าซึ่งเป็นสูตรพิเศษสำหรับคนไทยโดยเฉพาะ ได้แก่ พิซซ่าลาบไก่ และ พิซซ่าแฮมเชียงใหม่ พิซซ่าทั้งสองอย่างที่ว่าเป็นเนื้อแป้งพิซซ่าทำตามแบบอิตาเลียน แต่ตกแต่งหน้าด้วยลาบไก่ที่ปรุงรสแบบไทยแท้ เขามาราดบนแผ่นแป้งพิซซ่า โดยยังคงใส่ชีสทับลงไปอีก เพื่อรักษารูปแบบความเป็นพิซซ่าไว้ ส่วนพิซซ่าแฮมเชียงใหม่ ก็หันแฮมเป็นแว่นๆ วางเรียงบนแผ่นแป้งพิซซ่า

3. ร้านนีล' แทรกวิร์น เป็นร้านอาหารฝรั่งที่มีประวัติอันยาวนาน เปิดกิจการมานานถึง 32 ปี โดยคุณสันติ ประภุคคัตพิทักษ์ เจ้าของร้านได้เล่ารายละเอียด ประวัติความเป็นมาของร้านให้ผู้วิจัยฟังดังนี้

“ เคยเป็นผู้ช่วยพ่อครัวในโรงแรมระดับห้าดาวหลายแห่งและได้ทดลองทำอาหารเองจนแน่ใจว่าน่าจะถูกกรณียกของคนไทย จึงได้ร่วมกับเพื่อนมาเปิดร้านที่สยามสแควร์ เปิดที่สยามมา 10 ปี พอหมดสัญญาจึงย้ายมาเปิดที่นี่ “

“ คุณชายมาทานแล้วชอบจึงเอาไปลงนิตยสารสยามรัฐ รายสัปดาห์ ถ้าพูดถึงความเชื่อมั่นจะเชื่อมั่นในตัวท่านมากกว่า เพราะในสมัยก่อนเนี่ยมีคุณชายเขียนคนเดียว ป้ายที่จะการันตีความอร่อยของร้านได้หรือไม่ ขึ้นอยู่กับว่าเป็นป้ายอะไร ป้ายของใคร ผมคิดว่าป้ายเชลล์มีส่วนช่วยในการโปรโมทร้าน เพราะหลังจากได้ลงหนังสือแล้วก็มีคนมาลองทานอาหารที่ร้านมากขึ้น ช่วงแรกๆคนไทยไม่ค่อยชอบทานอาหารฝรั่ง แต่เมื่อมีป้ายก็มีลูกค้ามากขึ้น และทำให้ผู้ที่อยากทานอาหารฝรั่งได้รู้จักร้านเพิ่มขึ้น ผู้ที่มาทานแล้วติดใจในรสชาติก็บอกต่อๆไป “

(สันติ ประยุกต์ดีพิทักษ์, สัมภาษณ์, 9 เมษายน 2545)

จากคำกล่าวข้างต้น จะพบว่า การที่ได้รับป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิมและได้ลงหนังสือ ทำให้ร้านนี้เป็นที่รู้จักมากขึ้น มีผู้บริโภคติดตามมาทดลองทานมากขึ้น และเมื่อผู้บริโภคติดใจในรสชาติของอาหาร ก็จะทำให้มีการบอกต่อ ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์ร้านทางหนึ่ง

ร้านนีล' ส แทรวีร์น ตั้งอยู่ในซอยร่วมฤดี โดยจากถนนสุขุมวิท เลี้ยวเข้าซอยร่วมฤดีร้านจะอยู่ซ้ายมือ ก่อนถึงทางโค้ง สามารถจอดรถได้ในร้าน เพราะทางร้านมีที่จอดรถไว้คอยบริการ บรรยากาศภายในร้านใช้ไม้ในการตกแต่ง ทำให้ร้านค่อนข้างมีดี ตามลักษณะร้านอาหารฝรั่งทั่วไปในสมัยก่อน



รูปที่ 16 ร้าน นีล' ส แทรวีร์น

อาหารขึ้นชื่อของที่นี่คือ ซีโครงหมูบาปี้คว กับหอยอบ ซีโครงหมูบาปี้ควที่นี่ยอบกำลังดีไม่แข็งจนเกินไป ซึ่งจะทำให้ไม่สะดอกในการเคี้ยว ส่วนหอยอบนั้น จะใช้หอยสดที่เปลี่ยนใหม่ทุกวันและโรยด้วยชีสอย่างดีก่อนนำเข้าอบ ทำให้มีรสชาติที่กลมกล่อม

4. ร้านเจลาโต เปิดกิจการมานาน 9 ปี โดยคุณ กรวลัย ตันทศเศรษฐี เจ้าของร้านได้เล่าถึงความเป็นมาของร้านนี้ว่า

“คุณพ่อเป็นผู้ก่อตั้งบริษัท จอมธนา ซึ่งผลิตไอศกรีมครีโม เห็นว่ารสชาติของไอศกรีมที่ผลิตก็ไม่แพ้ของบริษัทอื่น จึงได้ร่วมทุนกับเครือญาติ เปิดร้านนี้ขึ้น พร้อมกับที่ได้จ้างพ่อครัวที่มีชื่อเสียงด้านอาหารอิตาเลียน มาช่วยคิดค้นสูตรไอศกรีม โดยเลือกวัตถุดิบอย่างดี ทำเหมือนแบบที่ทำกินเองในบ้าน ไม่ใช่ลักษณะอุตสาหกรรม โดยให้ดิฉันเป็นคนดูแล”

“ได้รับป้ายมาเมื่อประมาณ 3 ปีที่แล้ว โดยคุณชายเป็นผู้มาให้ป้ายเอง ไม่ได้มีการรู้จักกันเป็นส่วนตัว และเมื่อมีป้ายก็เหมือนเป็นการประชาสัมพันธ์ ช่วยให้ลูกค้ารู้จักร้านมากขึ้น นอกจากนั้นยังช่วยแนะนำลูกค้าไปในตัวว่าที่ร้านมีอะไรอร่อย”

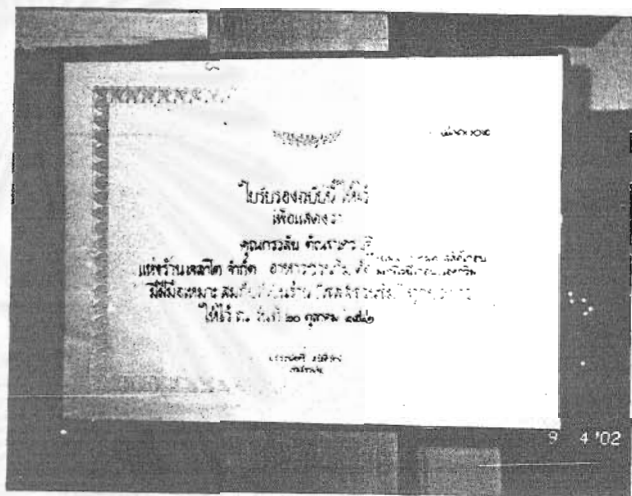
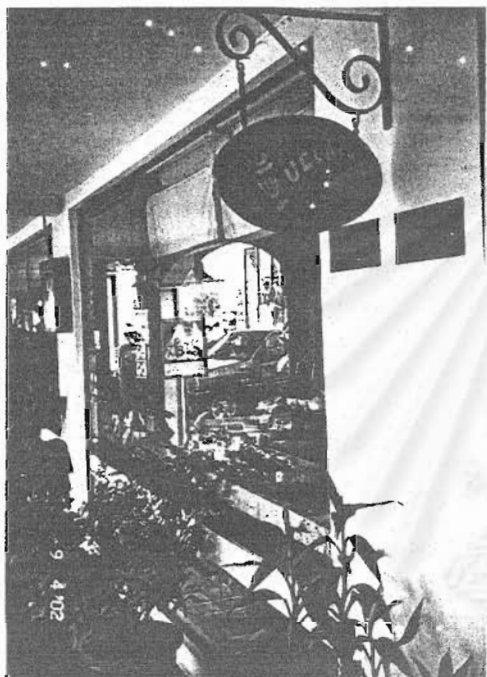
เมื่อผู้วิจัยได้ถามถึงความเชื่อมั่นที่มีต่อป้ายเชลล์ชวนชิม คุณกรวลัย กล่าวว่า “ รู้สึกเชื่อถือในตัวคุณชายมาก เพราะเป็นผู้ที่มีชื่อเสียง และเป็นคนแรกที่ทำป้ายรับประกันความอร่อย “

(กรวลัย ตันทศเศรษฐี, สัมภาษณ์, 09 เมษายน 2545)

จะเห็นได้ว่าการมีป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิม เป็นการประชาสัมพันธ์ร้าน ทำให้คนรู้จักมากขึ้น นอกจากนั้นความเชื่อถือในป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิมก็สืบเนื่องมาจากความน่าเชื่อถือในตัวหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ที่เป็นคนแรกที่ริเริ่มการให้ป้ายรับประกันความอร่อย

ร้านเจลาโตตั้งอยู่ในศูนย์ศูนย์การค้าพรีเมียร์ แจ็งวัฒนะ ที่มีเลมอนฟาร์มขนาดใหญ่ตั้งอยู่ และอยู่ระหว่างห้างสรรพสินค้าโลตัส กับ บิ๊กซี แจ็งวัฒนะ ลักษณะร้านเป็นร้านที่ติดกระจกใส สว่างไสว ถ้ามองจากข้างนอกสามารถมองเห็นได้ทั่วร้าน

ไอศกรีมสูตรเด็ดของร้านนี้ที่ไม่เหมือนใครคือ "ไอศกรีมกล้วยหอมและเนยแข็ง" ซึ่งทางร้านคิดค้นขึ้นมาเอง นอกจากนั้นยังมีไอศกรีมรสชาติอื่นๆอีกมากมาย ซึ่งขายเป็นก้อนหรือจะสั่งเป็นแบบที่ตกแต่งประดับประดาสวยงามอีกหลายรูปแบบก็ได้เช่น วอฟเฟิลไอศกรีม, ไอศกรีมฟรุตสลัด เป็นต้น



รูปที่ 17 ร้านเจลาโต

รูปที่ 18 ประกาศนียบัตรเชลล์ชวนชิมของร้านเจลาโต

ประเภทร้านอาหารจีน

1. ร้านไตรพรโกษา แต่เดิมร้านมีที่ตั้งอยู่ที่ถนนสุขุมวิท แต่ในปัจจุบันแยกเป็น 2 สาขา คือ ที่คลองตันและประชาชนเวศน์ 1 ร้านที่ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ เป็นร้านสาขาประชาชนเวศน์ 1 โดยทำการสัมภาษณ์เจ้าของร้านคือคุณ วิศักดิ์ ไตรพรพัฒนา

"ร้านไตรพรโกษา เปิดกิจการมานานถึง 15 ปี และได้รับป้ายเชลล์ชวนชิมตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531 แต่จริงๆแล้วหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี ได้เริ่มมาทานอาหารที่ร้านตั้งตั้งแต่ปี 2529 แต่ไป

ดำเนินการขอป้ายในปี 2531 ร้านนี้จึงได้รับป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิมในปี 2531 และทางร้านก็ไม่ได้รู้จักเป็นการส่วนตัวกับหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี ที่ได้ลงหนังสือเพราะว่าลูกค้าที่ร้านเป็นคนเขียนจดหมายไปติดต่อให้ และเมื่อ আহ่อมมาทานก็รู้สึกถูกใจในรสชาติจึงนำเรื่องราวของร้านไปลงหนังสือ หลังจากที่ทางร้านได้รับป้ายเชลล์ชวนชิมแล้ว ก็ได้รับเชิญจาก আহ่อมไปออกรายการโทรทัศน์ ซึ่งทำให้ลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก โดยเฉพาะในสมัยก่อนการจราจรไม่ติดขัดเหมือนสมัยนี้ แต่ในปัจจุบันลูกค้าก็จะเพิ่มขึ้นไม่มากเพราะการจราจรที่ติดขัด คนทานจะเลือกทานร้านที่สะดวกและใกล้บ้านมากกว่า เมื่อออกรายการโทรทัศน์จะมีลูกค้ามาจากไกลๆในช่วง 2-3 วันแรก แต่ลูกค้าส่วนใหญ่ทุกวันนี้จะเป็นลูกค้าประจำ”

(คุณวิศศักดิ์ ไตรพรรัตนนา, สัมภาษณ์, 2 กันยายน 2544)

เมื่อผู้วิจัยสอบถามเกี่ยวกับป้ายรับประกันความอร่อยอื่นๆ คุณวิศศักดิ์ ได้กล่าวว่า

“เคยมีป้ายอื่นมาให้แต่ทางร้านได้ปฏิเสธไม่รับเพราะไม่เห็นความจำเป็น และป้ายเชลล์ชวนชิมนี้ทางร้านก็ไม่ได้เป็นคนไปขอด้วยแต่ আহ่อมเป็นผู้มาให้เอง และป้ายเชลล์ชวนชิมก็เป็นป้ายรับประกันความอร่อยอันดับหนึ่ง และพอได้รับป้ายเชลล์ชวนชิมแล้ว আহ่อมก็จะคอยพูดถึงร้านออกรายการวิทยุให้อยู่บ่อยๆโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ ซึ่งพอพูดออกรายการวิทยุก็จะมีคนมาทานอาหารที่ร้านเรื่อยๆ และการไปออกรายการโทรทัศน์กับทางรายการของ আহ่อมก็ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งยังได้รับค่าตัวอีกด้วย ผิดกับรายการอื่นๆที่เคยมาชักชวนให้ไปออกจะต้องมีเรื่องของค่าใช้จ่ายเข้าเกี่ยวข้อง นอกจากนั้นเวลาที่ আহ่อมมาทานอาหารที่ร้าน ท่านไม่เคยไม่จ่ายค่าอาหาร ไม่เคยขอส่วนลด จะจ่ายเต็มราคาทุกครั้ง โดย আহ่อมจะบอกว่าได้รับงบประมาณมาจากบริษัทเชลล์”

(คุณวิศศักดิ์ ไตรพรรัตนนา, สัมภาษณ์, 2 กันยายน 2544)

นอกจากนั้นคุณวิศศักดิ์เห็นว่า ป้ายรับประกันความอร่อยน่าจะมีประโยชน์กับร้านที่เพิ่งเปิดใหม่ เพราะจะทำให้ได้รับความสนใจมากขึ้น ส่วนร้านที่เปิดมานานแล้วนั้นส่วนใหญ่จะมีลูกค้าประจำมาทานอยู่แล้ว แต่ร้านที่ได้รับป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิมจะได้รับการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อวิทยุโดย หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ และไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ



รูปที่ 19 ร้านไตรพรโภชนา

ร้านไตรพรโภชนาเป็นร้านอาหารจีนที่ตั้งอยู่ที่ถนน เทศบาลสงเคราะห์ ใกล้กับ สน.ประชาชื่น ตัวร้านมีลักษณะเป็นห้องแถวเล็กๆคูหาเดียว ติดเครื่องปรับอากาศ แต่ไม่ได้ตกแต่งเป็นพิเศษ ที่แตกต่างจากร้านอาหารอื่นๆก็เห็นจะเป็นครัวที่ตั้งอยู่หน้าร้าน ติดกับประตูทางเข้า เพราะฉะนั้นลูกค้าที่เข้ามาทานข้าวจะได้เห็นกรรมวิธีในการปรุงอาหารโดยคุณวิศักดิ์ ไตรพรพัฒนา ซึ่งเป็นเจ้าของร้าน ส่วนอาหารที่ขึ้นชื่อของที่นี่ก็คือ ตับหมูผัดยี่หว๋า และต้มยำกุ้งใหญ่ ซึ่งมีรสชาติเข้มข้น แต่ก็ไม่จัดจ้านจนเกินไปนัก

2.ร้านโตเปิดอย่าง ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เจ้าของร้านคือ คุณคมสัน วิไลพรเจริญ

“เริ่มแรกเลยทำอาหารฝรั่งขาย แต่ต่อมาขายไม่ค่อยดีเลยพยายามทำอย่างอื่นขาย ซึ่งในช่วงเวลานั้นหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี มีชื่อเสียงมาก จึงได้พยายามที่จะทำความรู้จักกับ หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี เมื่อรู้จักก็พยายามทำอาหารไปให้ท่านชิม ท่านก็จะแนะนำว่าจะต้องเพิ่มอะไรบ้างในรสชาติของอาหาร คุณโตจึงได้พยายามปรับปรุงรสชาติของอาหารมาตลอด จนกระทั่งรสชาติของอาหารดีขึ้นเป็นที่ยอมรับของหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี แต่ก็ยังคงไม่ได้รับ ป้ายเซลล์ชวนชิมซึ่งทำให้ไม่สามารถนำอาหารเข้าไปขายในห้างได้เพราะเมื่อก่อนจะต้องมี ป้ายเซลล์ชวนชิมถึงจะเอาอาหารไปขายในห้างได้ จึงได้คิดรายการอาหารใหม่ขึ้นมา เพื่อที่จะได้ไปออกรายการของหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี จนกระทั่งในปี พ.ศ.2534 ได้คิดทำข้าวไก่อบ บัวยกก้อนขึ้นและได้ไปออกรายการโทรทัศน์ ซึ่งทำให้ขายดีมากแต่ก็ยังคงไม่ได้ป้ายเซลล์ชวนชิม

อยู่ดี จนได้ลงหนังสือพิมพ์มติชนจึงทำให้ได้รับป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิม และหลังจากได้ป้ายชีวิตที่ดีขึ้นเรื่อยๆ นอกจากนั้นหม่อมราชวงศ์ถนัดศรีก็พูดโปรโมทให้ตลอด”

“ชื่อโตเปิดอย่างตั้งมาตั้งแต่ปีพ.ศ. 2534 ตอนที่ไปออกรายการโทรทัศน์ ซึ่งชื่อนี้เป็นชื่อที่คุณชายเป็นผู้ตั้งให้ เนื่องจากในตอนนั้นที่ร้านยังไม่มีชื่อ คุณชายจึงแนะนำให้ชื่อโตเปิดอย่างและการไปออกรายการโทรทัศน์ของคุณชายนั้นไม่ต้องเสียเงิน ไม่เหมือนรายการอื่นๆ เพราะมีรายการโทรทัศน์อื่นๆมาติดต่อให้ออกอากาศเช่นกันแต่ได้ปฏิเสธ เพราะจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการถ่ายทำประมาณ 30000 – 35000 บาท”

นอกจากนี้คุณโตได้สรุปให้ผู้วิจัยฟังว่า

“ป้ายเชลล์เป็นป้ายศักดิ์สิทธิ์ ถึงมีเงินล้านก็ซื้อไม่ได้ ป้ายนี้ไม่สนใจว่าเป็นร้านริมถนนหรือชั้นห้าง ขึ้นอยู่ว่าทำได้มาตรฐานของป้ายริเปล่า เมื่อได้ป้ายแล้วจะไม่มีกการเรียกคืน แต่ถ้าร้านที่ได้ป้ายไม่รักษามาตรฐานไว้แล้วร้านนั้นก็ไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้ และถ้าทางร้านสามารถรักษามาตรฐานให้เหมือนกับวันที่ได้ป้าย ลูกค้าก็ยังคงอยู่กับคุณไปเรื่อยๆ เพราะฉะนั้น สิ่งสำคัญคืออาหารจะต้องอร่อยจริง จะต้องซื่อสัตย์และรักษามาตรฐานของตัวเอง “

(คมสัน วิไลพรเจริญ,สัมภาษณ์,2 กันยายน 2544)

คุณคมสันเป็นผู้ประกอบการร้านอาหารอีกคนหนึ่งที่มีความเชื่อถือในตัวของหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์เป็นอย่างมาก จะเห็นได้จากคำกล่าวข้างต้น ที่ให้ความเชื่อถือเป็นอย่างมาก ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างคำกล่าวต่อไปนี้ว่า “ป้ายเชลล์เป็นป้ายศักดิ์สิทธิ์ ถึงมีเงินล้านก็ซื้อไม่ได้ ป้ายนี้ไม่สนใจว่าเป็นร้านริมถนนหรือชั้นห้าง ขึ้นอยู่ว่าทำได้มาตรฐานของป้ายริเปล่า...”



รูปที่ 20 ป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิมของร้านโตเปิดอย่าง



รูปที่ 21 ร้านโตเปิดยาง

ร้านโตเปิดยาง ตั้งอยู่ที่ถนนประชาราษฎร์ 1 ซอยประชาราษฎร์ 20 ลักษณะร้านเป็นตึกแถว 2 ชั้น ติดเครื่องปรับอากาศ มีตู้เปิดยางตั้งอยู่หน้าร้าน ในร้านมีโต๊ะอยู่ไม่ถึง 10 โต๊ะ เปิดตั้งแต่ 8 โมงเช้าถึงบ่าย 3 โมง อาหารจานเด่นของร้านคืออาหารที่มีเปิดเป็นส่วนประกอบ เช่น ข้าวหน้าเปิด ก๋วยเตี๋ยวเปิดยาง เป็นต้น โดยเปิดของที่ร้านนี้จะมีหนังกรอบแต่เนื้อไม่แข็ง และไม่มีมันแทรกอยู่เลย นอกจากนี้ที่ร้านยังส่งเปิดขึ้นบริการบนเครื่องการบินไทยอีกด้วย

3. ร้านจั่วเจียบง่วน เป็นร้านเก่าแก่ที่เปิดมานานกว่า 70 ปี ในปัจจุบันมีคุณสุพรรณิ ม่วงจีบ เป็นผู้ดูแลร้าน โดยผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์คุณสุพรรณิ ถึงประวัติความเป็นมาของร้าน

"ร้านนี้เปิดกิจการมานานตั้งแต่รุ่นคุณปู่ประมาณ 70 ปี คุณปู่มาจากเมืองจีน เมื่อก่อนร้านอยู่ริมน้ำ ต่อมาจึงย้ายมาอยู่ที่นี้จนถึงปัจจุบัน ที่นี้เป็นเจ้าแรกที่ขายห่านพะไล ขายตั้งแต่ตัวละสองร้อยกว่าๆ จนเดี๋ยวนี้ตัวละเจ็ดแปดร้อย"

“ได้ป้ายมาตั้งแต่ปี 2511 โดยหม่อมมาทานเองไม่ได้มีการเชิญมาหรือรู้จักเป็นการส่วนตัว และตอนนี้ก็ยังมาทานอยู่ มีรายการอื่นๆชวนไปออกรายการอย่างบ้านเลขที่ 5 แต่ก็ไม่ได้ติดป้าย เลือกติดป้ายเซลล์เพราะมีมานานเป็นสิบๆปีแล้ว และคิดว่าป้ายมีค่าในตัวอยู่แล้ว สมัยก่อนเมื่อพูดถึงร้านที่มีป้ายเซลล์ ต้องอ้ออ่ย เชื่อมั่นในตัวท่านด้วย เพราะว่าเมื่อก่อนท่านก็ทำรายการชิมอาหารมาก่อนแต่เริ่มแรก เชื่อมั่นทั้งสองอย่าง คือถ้าหม่อมมาทานก็คือว่าน่าเชื่อถือ”

“ป้ายมีส่วนช่วยในการโปรโมท ลูกค้านำเข้าอย่างคนรุ่นเก่าๆก็จะรู้จักป้าย แต่ในปัจจุบันมีหลายป้ายมากเลยแต่ที่เก่าแก่ก็คือเซลล์ชวนชิม อันดับหนึ่งอยู่แล้ว”

“ที่นี่เป็นเจ้าแรก ร้านข้างๆก็มีป้ายเปิปพิศดาร บางทีมีลูกค้มาถามว่าอันไหนเจ้าเก่า ก็บอกให้เขาดูจากป้าย เซลล์กับเปิป อันไหนเก่าแก่กว่ากัน ป้ายก็ช่วยเราเยอะ และคิดว่าป้ายรับประกันมีความจำเป็น เพราะเวลาไปทานอาหาร ถ้าเห็นป้ายเซลล์ มันต้องรับรองก่อน อย่างน้อยว่ารสชาติใช้ได้อยู่แล้ว และคิดว่าในตอนนี้นี้เซลล์ยังมีเพาเวอร์อยู่ คนรุ่นใหม่อาจจะดูเปิปพิศดารเพราะเขามีการตลาด การโปรโมทดีกว่า แต่ป้ายเซลล์ชวนชิมจะให้คล้ายๆกับอาหารอ้ออ่ยจริงๆ ไม่ได้ทำการตลาดจนเกินไป”

(สุพรรณณี ม่วงจีบ, สัมภาษณ์, 4 เมษายน 2545)

เนื่องจากป้ายเซลล์ชวนชิมมีความเก่าแก่มาก ประกอบกับความน่าเชื่อถือของหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ที่เคยทำรายการชิมอาหารมาก่อน และเป็นผู้ริเริ่มชิมอาหารเป็นคนแรก จึงทำให้เจ้าของร้านจั่วเจียบง่วนมีความเชื่อถือในตัวป้ายสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิมมากกว่าป้ายรับประกันความอร่อยอื่นๆ ดังที่ได้กล่าวในข้างต้น

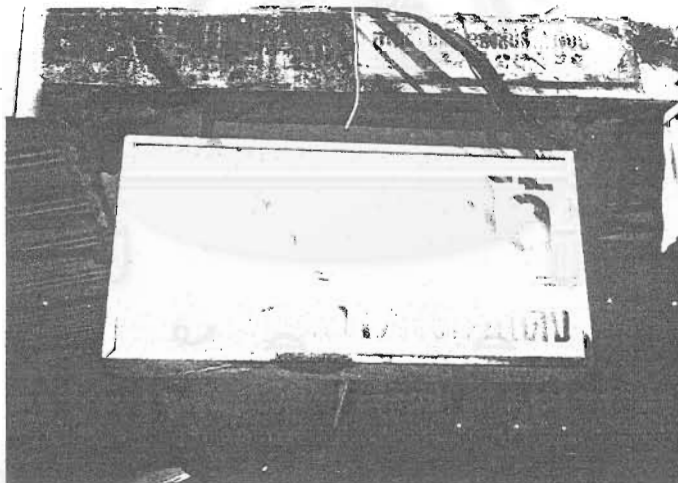


รูปที่ 22 ร้านจั่วเจียบง่วน

ร้านฉิวเจียบง่วน ตั้งอยู่ที่ท่าดินแดง ผังธนบุรี ซึ่งอยู่ตรงข้ามกับท่าราชวงศ์ในฝั่งกรุงเทพฯ อยู่ด้านในสุด ตรงปากซอยท่าดินแดง 20 มีที่จอดรถสะดวกสบายอยู่ข้างๆร้าน ลักษณะร้านเป็นห้องแถวมี 2 ชั้น ชั้นบนติดเครื่องปรับอากาศเพื่อให้นั่งสบายขึ้น ส่วนชั้นล่างเปิดโล่งมีตู้ใส่ห่านพะไลตั้งโชว์อยู่หน้าร้าน



รูปที่ 23 ป้ายร้านฉิวเจียบง่วน



รูปที่ 24 ป้ายสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิมของร้านฉิวเจียบง่วน

ห่านพะไลที่นี้ทำเพียงวันละสิบกว่าตัวเท่านั้น พอเที่ยงๆก็แทบจะไม่เหลือให้คนที่มาทีหลังได้รับประทาน นอกจากห่านพะไลกับข้าวสวย ยังมีแกงจืดกระดูกหมูใส่มะระหรือ ต้มกระดูกหมูกับหน่อไม้สดไว้คอยบริการด้วย

4.ร้านง่วนหลี่ ร้านนี้เป็นร้านที่เกิดจากการร่วมหุ้นระหว่าง คุณสมชัย - คุณสมศรี จักร์ตรีมงคล , คุณชัยยง จักร์ตรีมงคล , คุณณัฐนันท์ อรัญธนวงศ์

“ร้านนี้เปิดกิจการมาประมาณยี่สิบกว่าปี และได้ป้ายเชลล์ชวนชิมตั้งแต่ปี 2525 แต่เดิมร้านตั้งอยู่ด้านสวนลุม หลังจากนั้นได้ย้ายไปที่สนามเป้า จนในที่สุดจึงได้ย้ายกลับมาอยู่ที่นี้จนทุกวันนี้ “

“ คุณสมชัยซึ่งเป็นเจ้าแม่ใหญ่รู้จักกับอาหม่อม จึงได้เชิญท่านมาทานที่นี่ เมื่อท่านมาทานก็ชอบจึงไปเขียนลงหนังสือให้ ทางร้านจึงได้ไปทำป้ายมาติดที่ร้าน “

“ ดิฉันเชื่อว่าป้ายมีส่วนในการโปรโมทร้าน อย่างคนเขาเห็นป้ายก็ป้ายเชลล์ร้านนี้ก็มีป้ายเชลล์ น่าจะลองเข้ามากินดู เมื่อมากินถ้าร้านทำอร่อย บริการดี ถูกใจเขา ลูกค้าก็จะกลับมาอีกเรื่อยๆ คือสื่อสมัยนี้สำคัญนะ ถ้ามีสื่ออะไรพวกนี้ คนเขาก็จะให้ความสนใจ แต่ก็ขึ้นอยู่กับทางร้านด้วยว่าจะรักษาตรงนี้ได้ตลอดไปหรือเปล่า อย่างที่ร้านมีเคล็ดลับคือ อาหารอร่อยเร็ว และบริการดี “

(สมศรี จักร์ตรีมงคล,สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2545)

จากการสัมภาษณ์เจ้าของร้านง่วนหลี่ พบว่าทางร้านมีความเชื่อถือในป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิม จากเหตุผลที่ว่า ป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิมช่วยในการประชาสัมพันธ์ร้าน ทำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น



รูปที่ 25 ป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิมของร้านง่วนหลี่

ร้านงวนหลีตั้งอยู่ที่หัวมุมสุดถนนหลังสวน ที่มาบรรจบกับถนนสารสิน อยู่ตรงข้ามกับสวนลุมพินี มีที่จอดรถอยู่ก่อนถึงหัวมุมร้าน ร้านค่อนข้างใหญ่ ใหญ่ ใหญ่ มีพนักงานคอยบริการมากมาย ทำให้ไม่ต้องรอนาน ที่นั่งในร้านมีทั้งที่เป็นห้องปรับอากาศและที่รับอากาศธรรมชาติ นอกจากนี้ร้านยังเปิดบริการตั้งแต่ 7 โมงเช้าจนถึงตี 3 เป็นประจำทุกวัน



รูปที่ 26 ประกาศนียบัตรเชลล์ชวนชิมของร้านงวนหลี

อาหารที่ร้านเนื่องจากเป็นร้านข้าวต้ม ทำให้มีกับข้าวหลายอย่าง ซึ่งล้วนแต่มีรสชาติอร่อยทั้งนั้น เช่น หอยกะพงผัดใบโหระพา เลือดเปิดผัดต้นหอม ต้นกระเทียมผัดกุ้ง ผัดใบปอ ปูไข่ดอง เป็นต้น

ประเภทอาหารไทย

1.ร้านเบนคูซีน ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เจ้าของร้านคือ คุณดลจิตร์ จิตรรังศรี

“แต่เดิมา อาศัยอยู่ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา ทำงานทางด้านอาหารมา 20 ปี ได้ย้ายเชลล์ชวนชิมมาตั้งแต่ยังอาศัยอยู่ที่เมือง ซีแอตเติล ประเทศสหรัฐอเมริกา เนื่องจากสมัยนั้น การบินไทยยังไปลงที่ซีแอตเติล และหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี ก็ได้เดินทางไปรับเครื่อง จึงได้มาทานอาหารที่ร้าน และหลังจากนั้นจึงได้ติดต่อกันเรื่อยมาเนื่องจากว่า หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี ได้ชักชวนให้มาทำ catering กับการบินไทย คือ ทำห่อหมกปลาแซลมอน สำหรับเสิร์ฟชั้น first

class และยังสามารถเป็นผู้ที่ประกอบอาหารให้ลูกเรือไทยที่ไปพักที่ซีแอตเติลทานเป็นประจำเนื่องจากอยู่ใกล้กับที่พักของลูกเรือ

หลังจากกลับมาอยู่ที่เมืองไทยอีกครั้งจึงได้ตัดสินใจที่จะเปิดร้านอาหารขึ้นที่หลังการบินไทย หม่อมราชวงศ์ถนัดศรีได้กรุณาที่จะมาทานอาหารที่ร้านและเขียนลงหนังสือให้อีกครั้ง ป้ายเชลล์ชวนชิมเป็นส่วนหนึ่งเหมือนการรับรองความอร่อย ถึงแม้รสนิยมคนเราไม่เหมือนกัน แต่หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี มีประสบการณ์มายาวนาน นอกจากนั้นยังเป็นชาววังที่ได้รับประทานอาหารอร่อยมาตลอด จึงคิดว่าหม่อมราชวงศ์ถนัดศรีค่อนข้างจะเป็นปรมาจารย์ทางด้านอาหารชิมอาหาร ป้ายเชลล์ชวนชิมมีส่วนช่วยในการโปรโมทร้าน เช่นถ้ามีร้านอาหารที่เหมือนกันอยู่ 3 ร้าน ลูกค้าย่อมเลือกร้านที่มีป้ายก่อน เมื่อเข้ามาแล้วลูกค้าพอใจในรสชาติก็จะกลายมาเป็นลูกค้าประจำ ซึ่งเรื่องนี้ขึ้นอยู่กับฝีมือการทำอาหารของแต่ละร้าน อย่างที่ร้านนั้นตอนแรกที่มาเปิดก็ยังไม่มีย้ายหลังจากนั้นอีกประมาณ 4-5 เดือนถึงจะได้รับป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิม เมื่อได้รับป้ายเห็นได้ชัดว่ามีลูกค้าเข้ารับประทานมากขึ้น”

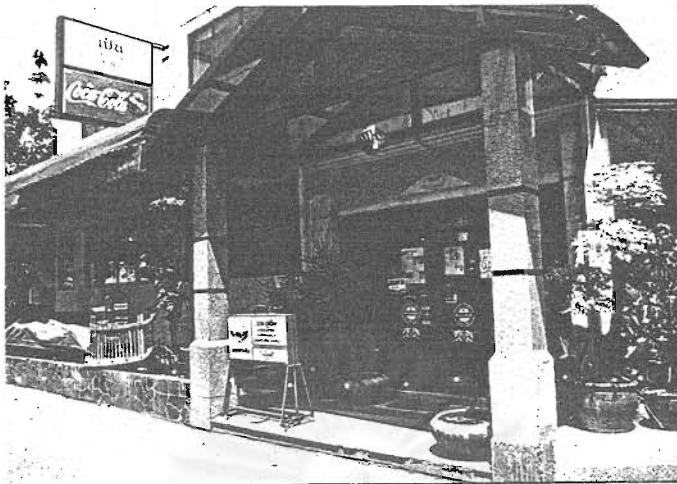
คุณดลจิตร์ ได้สรุปไว้ในตอนท้ายว่า

“ป้ายรับประกันความอร่อยในเมืองไทยบางที่ก็ไม่มีความหมาย เพราะค่าใช้จ่ายอื่น ๆ สูงก็ทำให้ร้านอยู่ไม่ได้ ทุกอย่างอยู่ที่ค่าใช้จ่าย ร้านอาหารที่เมืองนอกยังมีอายุมากยิ่งดี แต่ที่เมืองไทยลูกค้าจะยิ่งน้อยลงเนื่องจากคนไทยขี้เบื่อ”

(ดลจิตร์ จิตรรังศรี, สัมภาษณ์, 25 สิงหาคม 2544)

จากคำกล่าวข้างต้นจะเห็นว่าสิ่งที่ทำให้ป้ายเชลล์ชวนชิมได้รับการเชื่อถือและยอมรับ มีสาเหตุมาจากความน่าเชื่อถือของหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ที่มีประสบการณ์มายาวนาน และมีชาติตระกูลที่สูงส่ง จึงทำให้ได้รับการยอมรับจากผู้ประกอบการ

ร้านเบน คูซีน เปิดร้านอยู่ด้านหลังบริษัทการบินไทย สำนักงานใหญ่ที่ถนนวิภาวดีรังสิต ถ้าเข้าซอยวิภาวดี 22 ที่ปากซอยมีอุรุโพล์ ตรงไปจนถึงทางเลี้ยวขวา แล้วตรงไปจนถึงประตูด้านหลังของการบินไทย ก็จะได้เห็นเบนคูซีนอยู่ทางซ้ายมือ



รูปที่ 27 ร้านเบนคูซีน



รูปที่ 28 ป้ายสัญลักษณ์เซลล์ชอนชิมของร้านเบนคูซีน

อาหารจานเด็ดของที่นี่คือ ห่อหมกปลาแชลมอน ซึ่งคุณน้อยได้ความคิดมาจากการที่ซีแอตเติลมีปลาแชลมอนมากจึงได้ดัดแปลงมาทำอาหารแบบไทยๆ ซึ่งหนึ่งวันจะทำแค่ 20 กระทงเท่านั้นเอง นอกจากห่อหมก มี น้ำตกลปลาแชลมอน ซึ่งใช้เนื้อปลาที่หั่นเป็นชิ้นตามขวาง นำไปย่างให้สุกพอดี ภาดด้วยเครื่องปรุงน้ำตกลที่เตรียมไว้รสชาติเข้มข้น ของล้ำคณูอีกอย่างหนึ่ง ที่ทางร้านไม่ได้ทำวางขาย แต่รับสั่งทำเท่านั้นคือ ลูกชุบตำรับชาววัง

ส่วนบรรยากาศภายในร้านตกแต่งสวยงาม โปรง โฉงสบาย ผนังกรุกระจกเป็นส่วนใหญ่ ไม่ปิดทึบ จึงทำให้เป็นร้านที่น่านั่งร้านหนึ่ง

2. ร้านครัวระฆังทอง เจ้าของร้านคือคุณผลิต เขียนทอง หรือคุณใจ

“ตอนแรกไม่ได้ตั้งใจจะเปิดร้าน แต่จับพลัดจับผลูมา เริ่มมาจากร้านเล็กๆ ริมแม่น้ำ แล้วก็ขยายมาที่นี่ ร้านเล็กทำได้ประมาณ 7 ปี แล้วมาอยู่ที่นี่ได้ประมาณ 2 ปี ป้ายเชลล์ชวนชิม ได้มาจากร้านเล็ก ไม่ได้ตั้งใจทำร้านอาหารตั้งแต่แรกๆ แต่พอทำแล้วเกิดผลดี ก็เลยตั้งแน่วไว้ว่าจะทำแบบไหน ต้องการทำร้านอาหารให้เป็นแบบบ้าน ให้ทุกคนมีบรรยากาศว่าคล้ายๆ เป็นบ้านของตัวเอง คนก็จะได้มีความเป็นส่วนตัว ไม่อยากให้เกิดว่าเป็นร้านอาหาร”

“คุณชายอาหม่อมก็เลยได้มาสัมผัส พอสัมผัสแล้วก็เลยเห็นว่าป้ายเชลล์ชวนชิมไม่ได้ได้มาง่ายๆ ท่านมาตั้ง 3 ครั้ง 3 ครา ไม่ได้รู้จักกับคุณชายมาก่อน แต่รู้จักกันระหว่างคุณหม่อม กัมมาฯ พลงกูร ท่านมาที่ร้านผมประจำ เพราะว่าท่านอยู่ที่ศิริราช พอดีว่าวันนั้นคุณชายก็มา ก็เลยมาเจอกันโดยบังเอิญ ก็เหมือนกับคุ้นเคย ก็เลยนับเป็นคนที่คุณให้ความเคารพระหว่างผมกับคุณชาย”

“คิดว่าป้ายนี้น่าจะเป็นป้ายที่คนรู้จักมากที่สุด คือว่าป้ายตรงนี้เนี่ย บางป้ายเสียสตางค์ บางป้ายไม่เสีย อย่างเช่น เชลล์ชวนชิม ผมยอมรับว่าที่ได้มาเนี่ย ไม่ได้เสียอะไรให้กับอาหม่อมเลย ไม่มีได้โต๊ะ เหนือโต๊ะ อะไรทั้งสิ้น แต่ค่าทำป้ายต้องไปทำที่บริษัทของเขา ค่าทำป้ายประมาณ 3000 บาท นอกจากนี้ป้ายยังช่วยในการโปรโมทร้าน เพราะคนที่ไม่รู้จักก็หันมาให้ความสนใจ มีคนโทรมาถามบ้างเมื่อลงหนังสือพิมพ์มติชน และคิดว่าถ้าไม่มีอาหม่อมคงไม่มีป้ายนี้”

(ผลิต เขียนทอง, สัมภาษณ์, 10 เมษายน 2545)

จากคำกล่าวข้างต้นจะพบว่าอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิมได้รับการยอมรับ ก็คือ ที่มาของการได้รับป้าย ซึ่งไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ เรียกว่าไม่ต้องเสียเงินซื้อป้าย จึงทำให้มีความน่าเชื่อถือมากกว่าป้ายรับประกันความอร่อยอื่นๆ

ร้านครัวระฆังทอง ตั้งอยู่ที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา ทางฝั่งธนบุรี ใกล้กับวัดระฆังโฆสิตาราม ตัวร้านมีสองชั้น ชั้นล่างติดกระจก ติดเครื่องปรับอากาศ ชั้นบนเป็นคาดฟ้าเปิดรับอากาศธรรมชาติ ครัวระฆังทองอยู่ตรงข้ามภัตตาคารดีเดี่ยเตอร์ ถ้าขับรถไปต้องจอดรถที่ลานวัดแล้วเดินไปที่ร้าน



รูปที่ 29 ป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิมของร้านครัวระฆังทอง



รูปที่ 30 ป้ายร้านครัวระฆังทอง

อาหารจานเด่นของร้านส่วนใหญ่จะมีรสจัด และที่ไม่เหมือนใครได้แก่ส้มตำยอดมะพร้าวอ่อน ใช้มะพร้าวอ่อนมาซอยเป็นเส้นๆ ใส่แทนมะละกอ รสชาติดีเพราะได้รสหวานจากยอดมะพร้าวอ่อนเอง

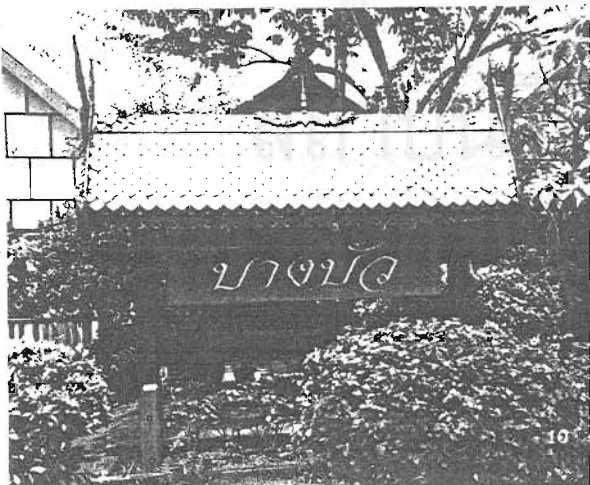
3.ร้านสวนอาหารบางบัว เปิดขายอาหารมานาน 14 ปี โดยคุณประสิทธิ์ ขานวล ซึ่งเป็นเจ้าของร้าน

“ ตอนแรกเป็นกัปตันอยู่ที่เพลินชี่ฟู้ด ต่อมาพร้อมกับเพื่อนอีก 2 คนมาเปิดร้าน โดยผมและภรรยาเป็นคนทำอาหารเองเพราะภรรยาก็เคยทำเป็นแม่บ้านอยู่ที่เพลินชี่ฟู้ด สาขาวิภาวดี เช่นเดียวกัน ตอนเปิดใหม่ๆไม่มีชื่อเสียง ต่อมาเมื่อมีแขกคนหนึ่งมากินที่ร้าน เขาทำงานอยู่เซลล์ชวนชิม จึงช่วยติดต่อให้คุณชายมาทาน เมื่อคุณชายมาทาน ก็ได้ไปเขียนลงหนังสือให้ ทำให้ได้รับป้ายมา นอกจากนั้นยังได้ไปออกรายการร่วมกับอาหม่อม ซึ่งทำให้ร้านเราขายดีขึ้น มีคนรู้จักมากขึ้น รู้สึกเชื่อมั่นในอาหม่อม มาก เพราะ เห็นได้ชัดว่าเมื่อมีป้ายแล้วขายดีขึ้น ”

(ประสิทธิ์ ขานวล, สัมภาษณ์, 10 เมษายน 2545)

คุณประสิทธิ์ ขานวล เจ้าของร้านสวนอาหารบางบัวเป็นอีกคนหนึ่งที่มีความเชื่อมั่นในตัวของหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ เนื่องจากมีประสบการณ์จากความเปลี่ยนแปลงหลังจากได้รับป้ายสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิม เพราะเมื่อได้รับป้ายสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิมและออกรายการโทรทัศน์แล้ว ทำให้มีคนรู้จักร้านมากขึ้นและลูกค้าก็มาทานที่ร้านมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

ร้านสวนอาหารบางบัวตั้งอยู่ที่ถนนพหลโยธิน ตรงข้ามกับกรมทหารราบที่ 11 ถึงก่อนวัดพระศรี ลักษณะร้านเป็นร้านที่ให้บรรยากาศเหมือนอยู่ในสวน มีบริเวณกว้างขวาง ตกแต่งร่มรื่นสวยงาม มีที่จอดรถสะดวกสบาย อาหารจานเด่นของร้านคือแกงคั่วหอยขม ปลาช่อนลานนา ยำไก่บ้าน เป็นต้น



รูปที่ 31 ร้านบางบัว



รูปที่ 32 ป้ายสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิมของร้านบางบัว

4. ร้านกาหลง เจ้าของร้านคือ คุณเรียม เจริญเผ่า ได้เล่าถึงประวัติความเป็นมาของร้านให้ผู้วิจัยฟังดังนี้

" เดิมดิฉันขายที่ดินอยู่ ต่อมาก็เลิกมาทำร้านอาหาร เพราะว่าโดยส่วนตัวเป็นคนชอบทำอาหาร ร้านนี้เปิดมาได้ 25 ปีแล้ว เมื่อก่อนเปิดอยู่ 3 แห่ง คือที่ลาดพร้าว ชองถนนตรี และที่นี่ แต่ที่ชองถนนตรีเลิกทำไปแล้วเพราะหมดสัญญาเช่า ประกอบกับช่วงนั้นมีการทำถนนทำให้การเดินทางไม่สะดวก เมื่อหมดสัญญาเช่าจึงไม่ได้ต่อสัญญา ตอนนี้อยู่เหลือที่นี้กับที่ลาดพร้าว 2 แห่ง "

" ตอนเปิดร้านแรกๆก็ทำเองทั้งหมด แต่เดอนหลังเริ่มมีการฝึกให้กับคนอื่นทำบ้าง เพราะทำคนเดียวก็ไม่ไหว แต่เป็นคนฝึกเองกับมือจนกว่าจะทำได้รสชาติเดียวกับที่เราทำไว้ไม่นั้นเดี๋ยวจะเสียชื่อ พวกรสชาติอาหารต้องชิมเองก่อนตั้งนาน ถึงจะสอนให้เขาทำได้ ตอนหลังคุณชายซึ่งรู้จักกันอยู่ก่อนแล้วได้มาทานที่ร้าน และเห็นว่ารสชาติดี จึงนำไปลงหนังสือให้ แล้วจึงได้ป้ายเซลล์ชวนชิมมา ซึ่งก็ช่วยในการโปรโมทร้านได้บ้าง แต่ถึงได้ป้ายถ้ารสชาติอาหารไม่อร่อยก็คงไม่อยู่มาได้ถึงทุกวันนี้ เพราะนั่นเรื่องของรสชาติก็เป็นเรื่องสำคัญ ที่ร้านมีเคล็ดลับคือใช้ของดี ถึงเราได้กำไรน้อยแต่เราก็ตายได้ มะนาวก็คั้นวันต่อวัน ถ้าใช้ไม่หมดก็ต้องทิ้ง "

(เรียม เจริญเผ่า, สัมภาษณ์, 11 เมษายน 2545)



รูปที่ 33 ร้านกาหลง



รูปที่ 34 ป้ายชื่อร้านกาลอง

ร้านกาลองตั้งอยู่ที่ซอยวัดเทวราชกุญชร ช้างหลุมุดแห่งชาติ เป็นร้านที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำ จึงทำให้มีบรรยากาศเย็นสบาย เหมาะที่จะนั่งทานข้าว ชมบรรยากาศริมน้ำเป็นอย่างยิ่ง

จากข้อมูลดังกล่าวเบื้องต้นจะเห็นได้ว่า ป้ายสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิมได้สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ประกอบการร้านอาหาร และยังทำให้ผู้ประกอบการบรรลุเป้าหมายทางการขายได้ โดยเฉพาะในตอนเริ่มต้นเปิดร้านใหม่ ซึ่งการที่ได้รับป้ายเซลล์ชวนชิมจะทำให้ผู้บริโภครับรู้ว่ามีร้านนั้นอยู่ แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับตัวผู้ประกอบการเองว่า จะสามารถผูกใจลูกค้าให้กลับเข้ามารับประทานอาหารที่ร้านได้อีกหรือไม่ สาเหตุที่ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารดังกล่าวมาแล้วข้างต้น ให้ความเชื่อถือกับป้ายสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิม ถึงแม้ว่าจะมีป้ายรับประกันต่างๆ มากมายมาเสนอให้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ก็ไม่ได้ให้ความสนใจในป้ายรับประกันความอร่อยนั้นๆ เนื่องจากเหตุผลดังต่อไปนี้

1. ป้ายสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิมไม่ต้องเสียเงินในการได้มา และถ้าหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี เชิญไปออกรายการ ก็ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆทั้งสิ้น ทั้งยังได้รับค่าเดินทางอีกเล็กน้อยประมาณ 2000 บาท (ในปัจจุบันเปลี่ยนเป็นให้ผลิตภัณฑ์สำหรับประกอบอาหารเป็นการตอบแทน) ผิดกับรายการอื่นๆที่ชักชวนให้ไปออกรายการ ผู้ประกอบการจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการออกรายการโทรทัศน์เป็นเงินจำนวนประมาณ 20000-30000 บาทต่อครั้ง

2.หลังจากที่หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี ให้อัยสัจญ์ลักษณะเซลส์ชวนชิมกับร้านอาหารข้างต้นแล้ว จากการสัมภาษณ์จะพบว่า หม่อมราชวงศ์ถนัดศรียังคงแวะเวียนมาทานอาหารตามร้านต่างๆข้างต้นอยู่เป็นประจำสม่ำเสมอ และทุกครั้งที่มาอุดหนุนท่านไม่เคยที่จะแม้กระทั่งขอส่วนลด ยังคงจ่ายค่าอาหารครบถ้วนทุกครั้ง ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้ผู้ประกอบการรู้สึกประทับใจ และให้ความนับถือ

3.นอกจากการที่หม่อมราชวงศ์ถนัดศรีแวะเวียนมาเป็นลูกค้าประจำของแต่ละร้านแล้ว เมื่อเวลาว่างงานต่างๆที่ต้องมีการออกร้าน ท่านยังได้ติดต่อร้านอาหารที่ได้รับอัยสัจญ์ชวนชิมไปออกร้านด้วยเสมอ นอกจากนั้นหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี ยังได้ทำการพูดโปรโมทร้านต่างๆผ่านรายการวิทยุและโทรทัศน์ตลอด เรียกได้ว่าถ้าร้านอาหารใดได้อัยแล้วและยังสามารถรักษาความอร่อยไว้ได้ หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี ก็คงจะยังคงสนับสนุนร้านอาหารเหล่านี้อย่างต่อเนื่อง โดยไม่ได้มีการเรียกร้องค่าตอบแทนใดๆ

4. สิ่งที่ร้านอาหารต่างๆยอมรับตรงกันก็คือ อัยสัจญ์ลักษณะเซลส์ชวนชิมเป็นป้ายรับประกันที่เกิดขึ้นเป็นป้ายแรก และ มีอายุยาวนานถึง 40 ปี ถ้าป้ายนี้ไม่ดี ไม่มีความน่าเชื่อถือ คงไม่สามารถอยู่มาถึงปานนี้

5.ชื่อเสียงของหม่อมราชวงศ์ถนัดศรีเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่น ดังที่มีผู้ประกอบการกล่าวไว้ว่า

”หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี เป็นคนมีชื่อเสียง ได้รับการยอมรับจากคนทั่วไป และเป็นชาววังย่อมต้องได้รับประทานอาหารอร่อยมามาก และยังมีประสบการณ์ที่เกี่ยวกับอาหาร ถือได้ว่าเป็นปรมาจารย์ทางด้านอาหารชิมอาหาร”

นอกจากนี้ผู้ประกอบการร้านอาหารข้างต้นต่างเห็นว่า

”อัยสัจญ์ลักษณะเซลส์ชวนชิมเป็นของหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี ถ้าไม่มีหม่อมราชวงศ์ถนัดศรีก็ไม่ใช่อัยสัจญ์ชวนชิม และบริษัทเซลส์ก็คงไม่ทำเช่นนั้น “ (สมศักดิ์ สมศักดิ์ศรี,บทสัมภาษณ์, 7 กันยายน 2544)

6.ผู้ประกอบการร้านอาหารเหล่านี้ยังเห็นว่าการที่ร้านจะเป็นที่ยอมรับนั้น น่าจะมาจากความอร่อยของอาหาร ความมีคุณภาพ และความสะอาดของร้านเป็นสิ่งสำคัญ ส่วนอัยสัจญ์ลักษณะเซลส์ชวนชิมนั้นจะมีบทบาทในการช่วยประชาสัมพันธ์ร้านในตอนแรกๆเท่านั้น

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการข้างต้น ทำให้เห็นว่าผู้ประกอบการร้านอาหารบางร้าน เช่น ร้านโตเปิดย่าง เห็นความสำคัญของการรับประกันคุณภาพความอร่อย ซึ่งคุณโตได้กล่าวไว้ในกรรให้สัมภาษณ์ว่า "ถ้าทางร้านต้องการที่จะนำอาหารไปขายในห้างจะต้องได้รับป้ายเซลล์ชวนชิมเสียก่อน" ซึ่งคุณโต เจ้าของร้านโตเปิดย่างก็ได้เพียรพยายามจนกระทั่งประสบความสำเร็จ ได้รับป้ายเซลล์ชวนชิม ตามที่ต้องการ และสามารถบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ได้

นอกจากนี้ยังมีร้านอาหารบางร้านก็ต้องการป้ายรับประกันคุณภาพความอร่อย เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นต่อร้านของตนและช่วยในการประชาสัมพันธ์ร้านไปในตัวด้วย เช่น ร้านจีโนส์ ร้านคาปริซิโอ ซึ่งขณะนั้นเป็นช่วงที่เริ่มเปิดร้านใหม่



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 6

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การสื่อความหมายเพื่อการรับรองคุณภาพความอร่อยของอาหารผ่านป้ายเซลล์ชวนชิม ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อให้เข้าใจถึง สาเหตุที่ป้ายเซลล์ชวนชิมได้รับการยอมรับจากผู้ประกอบการร้านอาหาร นอกจากนี้ยังเพื่อให้เข้าใจถึงวิธีการในการสื่อความหมายของสัญลักษณ์เซลล์ชวนชิม โดยผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุและโทรทัศน์ ซึ่งจากการศึกษาทำให้ผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นประเด็นต่างๆได้ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ของป้ายเซลล์ชวนชิมที่เกิดขึ้นนั้น เกิดมาจากความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารคือหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ประกอบกับระยะเวลาอันยาวนานที่ป้ายเซลล์ชวนชิมได้กำเนิดขึ้น นอกจากนี้ป้ายเซลล์ชวนชิมยังเป็นป้ายรับประกันความอร่อยป้ายแรกที่เกิดขึ้นในประเทศไทย จากการที่ศึกษาผู้วิจัยได้ศึกษาถึงสาเหตุที่ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือในตัวของผู้ส่งสารคือหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ซึ่งสามารถทำการสรุปได้ดังนี้คือ

หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ถือกำเนิดในวังและใช้ชีวิตอยู่ในวังเป็นเวลานาน ทำให้มีความคุ้นเคยกับอาหารไทยที่เป็นต้นตำรับดั้งเดิม เป็นอาหารชาววัง ซึ่งคนไทยโดยทั่วไปจะยกย่องว่าเป็นอาหารที่เลิศรส มีความประณีต บรรจงในการประกอบที่สุด และมีน้อยคนนักที่จะมีโอกาสได้ไปสัมผัสในส่วนนั้น

หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ เป็นผู้ที่มีความรู้ในเรื่องของอาหารเป็นอย่างดี อันเป็นผลต่อเนื่องมาจากชาติกำเนิดของท่าน ซึ่งในสมัยนั้นการที่มีสกุลขุนชาติ ย่อมมีความน่าเชื่อถือกว่าบุคคลทั่วไป

หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ เป็นผู้มีลักษณะนิสัยแบบตรงไป ตรงมา มีความซื่อสัตย์ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่สุดสำหรับภาพลักษณ์ของป้ายเซลล์ชวนชิม เพราะถ้าไม่มีความซื่อสัตย์แล้ว ป้ายเซลล์ชวนชิมก็คงจะไม่มีคนเชื่อถือมาจนถึงปัจจุบัน

2. นอกจากนี้หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ยังใช้สื่อต่างๆในการทำหน้าที่สร้างประทับความรู้สึกให้กับผู้บริโภค ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ และสื่อโทรทัศน์ โดยแรกเริ่มนั้นหม่อม

ราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ได้เริ่มจากการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ก่อน หลังจากนั้นจึงเริ่มมาใช้สื่อวิทยุควบคู่ และเมื่อเห็นว่าการใช้สื่อทั้งสองในการสร้างประทับความรู้สึกเป็นไปด้วยดี จึงได้เริ่มมาทำรายการ โทรทัศน์

ในเรื่องของสื่อสิ่งพิมพ์นั้น จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์จากบทความในวารสาร สยามรัฐ สัปดาห์วิจารณ์และฟ้าเมืองไทย สุดสัปดาห์ พบว่า หม่อมราชวงศ์ ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ได้ใช้บทความในวารสารเหล่านี้ เป็นตัวสร้างจุดจับใจ โดยลักษณะของภาษาที่ใช้ในการเขียนบทความนั้น เป็นการใช้ภาษาที่ก่อให้เกิดจินตนาการ และยังได้สร้างความเชื่อมั่นผ่านบทความโดยการแสดงให้ผู้บริโภคได้เห็นถึงความรู้ ความสามารถที่มีในเรื่องของการประกอบอาหาร นอกจากนี้ยังมีความเข้าใจในเรื่องของอาหารเป็นอย่างดีอีกด้วย

การสื่อความหมายในสื่อวิทยุ นั้น ทำได้โดยการกล่าวถึงร้านอาหารที่ได้รับ ป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิม อยู่โดยตลอด แต่ถ้าร้านใดมีรสชาติอาหารที่เปลี่ยนไปท่านก็จะติติงผ่านสื่อด้วยเช่นกัน ทำยที่สุดแล้วถ้าร้านนั้นๆไม่ปรับปรุงเปลี่ยนแปลง หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ก็จะไม่มีการพูดถึงร้านนั้นอีกเลย ซึ่งการพูดผ่านสื่อต่างๆนั้น หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ไม่เคยคิดเงิน ถือว่าเป็นการประชาสัมพันธ์ร้านให้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ การที่ท่านพูดถึงป้ายเชลล์ชวนชิมตลอดนั้นเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงร้านอาหารต่างๆที่ได้รับป้ายเชลล์ชวนชิม พร้อมทั้งสาเหตุที่ได้รับ ซึ่งหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ จะบอกเล่าผ่านสื่อทุกครั้งไป

การสื่อความหมายผ่านสื่อโทรทัศน์นั้น จากการศึกษาค้นคว้าพบว่า หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ใช้สื่อโทรทัศน์ในการประชาสัมพันธ์ป้ายเชลล์ชวนชิมในอัตราที่น้อยลง ซึ่งน่าจะมีสาเหตุเนื่องมาจาก ผู้สนับสนุนรายการโทรทัศน์ไม่ใช่บริษัทเชลล์อีกต่อไป ถึงแม้ว่ารายละเอียดเกี่ยวกับป้ายเชลล์ชวนชิมจะน้อยลง แต่ในบางครั้งบางตอน ก็ยังคงมีการกล่าวถึงป้ายเชลล์ชวนชิมอยู่เป็นระยะ เพียงแต่ไม่ใช่หลักสำคัญของรายการอีกต่อไป

ในส่วนของสาเหตุที่ป้ายเชลล์ชวนชิมได้รับการยอมรับจากผู้ประกอบการร้านอาหารนั้น จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่า ความน่าเชื่อถือของป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิมในส่วนของผู้ประกอบการนั้นจะมีผลในช่วงแรก ของการเปิดร้าน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้ป้ายเป็นใบเบิกทางในการประกอบการ และเป็นการประชาสัมพันธ์และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับร้านของตน หลังจากนั้นร้านอาหารส่วนใหญ่จะเห็นตรงกันว่า จะต้องรักษาคุณภาพและความอร่อยไว้ให้ได้ตลอดไป เพื่อที่

จะได้ดึงลูกค้าไว้ให้กลับมารับประทานอาหารที่ร้านอีก เพราะถ้าอาหารไม่อร่อยถึงแม้ว่ามีป้ายรับประกันความอร่อยแต่ลูกค้าก็คงไม่กลับมาอีก

จากข้างต้นจะเห็นว่าการสื่อความหมายเพื่อการรับประกันคุณภาพความอร่อยของอาหารจากป้ายเชลล์ชวนชิมนั้น หม่อมราชวงศ์ ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ซึ่งเป็นผู้ก่อตั้งป้าย ทำหน้าที่ในการสร้างประทับความรู้สึกของป้ายเชลล์ชวนชิม ให้อยู่ในใจของผู้บริโภค โดยใช้ลักษณะเฉพาะของตัวเองเป็นจุดที่สร้างความเชื่อมั่น ดังจะเห็นได้จากการวิจัยข้างต้นที่แสดงให้เห็นถึงจุดจับใจในตัวของหม่อมราชวงศ์ ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ และวิธีที่ใช้ในการสื่อความหมายผ่านสื่อต่างๆ นอกจากนี้ยังได้รับการยืนยันถึงความเชื่อมั่นในตัวของหม่อมราชวงศ์ ถนัดศรี สวัสดิวัตน์จากกลุ่มของผู้ประกอบการ ซึ่งมีความเห็นตรงกันว่ามีความเชื่อมั่นในตัวของหม่อมราชวงศ์ ถนัดศรี สวัสดิวัตน์

ข้อจำกัดในการวิจัย

ในการสัมภาษณ์ร้านอาหารใหญ่ๆ ที่มีผู้จัดการร้านอาหาร ส่วนใหญ่จะไม่ได้สัมภาษณ์กับเจ้าของร้านอาหารโดยตรง และการที่จะติดต่อขอทำการสัมภาษณ์ร้านส่วนใหญ่ไม่ค่อยให้ความร่วมมือ

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเฉพาะการสื่อความหมายเพื่อการรับรองคุณภาพความอร่อยของอาหารจากป้ายเชลล์ชวนชิมเท่านั้น ดังนั้นจึงน่าที่จะมีการศึกษาจากป้ายรับรองคุณภาพความอร่อยอื่นๆต่อไป เนื่องจากในปัจจุบันเกิดป้ายรับรองคุณภาพความอร่อยขึ้นมากมายหลายป้าย เช่น ป้ายสัญลักษณ์เปิบพิศดาร ป้ายสัญลักษณ์แม่ช้อยนางรำ เป็นต้น

นอกจากนั้นน่าจะมีการทำการวิจัยเชิงสำรวจว่าการสื่อสารด้วยป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิมมีผลมีผลต่อผู้บริโภคอย่างไร

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ. 2541. สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์
- จิตลาวัฒน์ บุณนาค. 2539. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในสายตาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย. ปริญญาวารสารศาสตร์มหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, หม่อมราชวงศ์. 2543. ถนัดศรีที่ทางอ้อม. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มติชน,
- ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, หม่อมราชวงศ์. 2544. ถนัดศรีที่ทางอ้อมชุดสอง. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มติชน,
- บริษัท เซลล์ แห่งประเทศไทย จำกัด. 2543. คู่มือเซลล์ชวนชิม. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เซลล์ แห่งประเทศไทย จำกัด,
- ประมะ สตะเวทิน. 2538. การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี. กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์,
- ประมะ สตะเวทิน. 2538. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์,
- วันทนา จิรธนา. 2538. กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ของ บริษัท ไทโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด. วิทยานิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
- วิรัช ฤทธิธนกุล. 2525. วาทนิเทศและวาทศิลป์. กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
- เสถียร เขยประทับ. 2531. การสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในประเทศไทย พัฒนา. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
- สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์. 2538. การเปิดรับข่าวสารและทัศนคติของผู้ผลิตที่มีต่อสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. ปริญญาวารสารศาสตร์มหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
- ศิริชัย ศิริกายะ และ กาญจนา แก้วเทพ. 2531. ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,

ภาษาอังกฤษ

Everett M. Rogers. 1973. “Mass Media and Interpersonal Communication”in Handbook of Communication. Chicago: Rand McNally College,

Everett M. Rogers and Floyd F. Shoemaker. 1971. Communication of Innovation: Cross – cultural Approach. New York: The Free Press,

Jukka Gronow. 1997. The Sociology of Taste.: Routledge,

Juran, Joseph M and Godfrey A. Blanton. 2000. Juran’s Quality Handbook. New York: McGraw Hill,

Kenneth Bouling E. 1956. The Image: Knowledge in Life and Society.

Wilbur Schramm. 1964. Mass Media and National Development: The Role of Information in the Development Countries. California: Stanford University Press,



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาว พิมพวัล พานิชรุทติวงศ์ เกิดเมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม 2518 ที่โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ จบการศึกษาจากคณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปี 2539 หลังจากจบการศึกษาได้เข้าทำงานที่บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในตำแหน่งพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน จนถึงปัจจุบัน



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

