



รายงานวิจัยเรื่อง

การสื่อสารความหมายของอาหารไทยในร้านอาหารไทยชั้นนำ

The Meaning Communication of Thai Food in Fine Thai
Restaurants

ผศ.ดร.ขจิตขวัญ กิจวิศาละ

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสวนดุสิต



รายงานวิจัยเรื่อง

การสื่อสารความหมายของอาหารไทยในร้านอาหารไทยชั้นนำ

The Meaning Communication of Thai Food in Fine Thai
Restaurants

ผศ.ดร.ขจิตขวัญ กิจวิศาละ

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสวนดุสิต

(งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยสวนดุสิต ปีงบประมาณ 2555)

หัวข้อวิจัย การสื่อสารความหมายของอาหารไทยในร้านอาหารไทยชั้นนำ
ผู้ดำเนินการวิจัย ผศ.ดร.ชจิตชวีญู กิจวิสาละ
หน่วยงาน หลักสูตรนิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ
 มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ปี พ.ศ. 2560

งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษากระบวนการประกอบสร้างความหมายของอาหารไทยในร้านอาหารไทยชั้นนำและ (2) ความหมายของอาหารไทยที่ถูกประกอบสร้างจากร้านอาหารไทยชั้นนำ ในด้านระเบียบวิธีวิจัย งานวิจัยชิ้นนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (participation observation) และการวิเคราะห์ข้อความ (textual analysis) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) โดยเก็บข้อมูลจากร้านอาหารไทยที่ประสบความสำเร็จได้รับการยอมรับ จากสถาบันจัดอันดับร้านอาหารที่มีชื่อเสียง ในระดับสากลอย่างมิชลินสตาร์หรือการอันดับร้านอาหารยอดนิยมจากระดับสากลจำนวน 4 ร้านได้แก่ ร้านสระบัว, ร้าน Nahm, ร้าน Blue Elephant และร้าน โบ.ลาน

ผลการศึกษาพบว่า ร้านอาหารไทยทั้ง 4 นั้นได้ประกอบสร้างความหมายให้อาหารไทยเป็นสินค้าเชิงสัญลักษณ์ ผ่านองค์ประกอบ (1) วัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหาร ประกอบด้วย วัตถุดิบประเภทเครื่องเทศ สมุนไพร และผลไม้, วัตถุดิบประเภทผัก, วัตถุดิบประเภทเครื่องปรุงและวัตถุดิบอื่นๆ และวัตถุดิบประเภทเนื้อสัตว์ (2) กรรมวิธีในการประกอบอาหาร (3) การตกแต่งอาหาร (4) รสชาติอาหาร (5) แบบแผนในการบริโภค ประกอบด้วย การจัดวางอุปกรณ์ในการบริโภค, ลักษณะอุปกรณ์ที่ใช้ในการบริโภค รูปแบบในการบริโภคและมารยาทในการรับประทานอาหาร (6) เมนูอาหาร ประกอบด้วย การจัดแบ่งประเภทอาหาร และรูปแบบการนำเสนอ (7) บริการ ประกอบด้วย การแต่งกาย และการให้บริการ (8) การตกแต่งร้านอาหาร (9) ราคา และ (10) การสื่อสารผ่านเว็บไซต์ของทางร้าน

การประกอบสร้างความหมายให้กับอาหารไทยกลายเป็นสินค้าเชิงสัญลักษณ์ใช้กลยุทธ์การผสมผสานความเป็นโลกกับความเป็นท้องถิ่น โดย “ชุดความหมายที่แสดงถึงความเป็นโลก” ประกอบด้วย (1) ความมีมาตรฐานของร้านอาหาร (standardisation), (2) ความรู้ความเชี่ยวชาญ (knowledge/ professionalism) และ (3) การรับประทานอาหารแบบดินเนอร์ (dinner practices) ขณะที่ “ชุดความหมายที่แสดงถึงความเป็นท้องถิ่น” ประกอบด้วย (1) ความเป็นอาหารไทยที่จริงแท้ (Thai authenticity) และ (2) ความรู้ความเชี่ยวชาญ

Research Title	The Meaning Communication of Thai Food in Fine Thai Restaurants
Researcher	Ms.KAJITKWAN KIJVISALA
Organization	Communication Arts Curriculum, Faculty of Management Science Suan Dusit University
Year	2017

The research aims to study (1) the process of meaning construction of Thai food in fine Thai restaurants (2) the meaning of “Thai Food” constructed by fine Thai restaurants.

The methodology applied in this research is a qualitative through participation observation and textual analysis using purposive sampling technique. The samples, achieving Thai restaurants ranked by international ranking institutions and by the global media, are (1) Srabua (2) Nahm (3) Bo.lan and (4) Blue Elephant.

The research found these Thai restaurants have constructed the meaning of “Thai Food” through (1) ingredients (2) cooking process (3) food decoration (4) taste (5) table manners and setting (6) menu (7) waiter/waitress (8) restaurant decoration (9) price and (10) restaurant’s website.

Thai restaurants create sign commodities by means of articulation. Set of signs representing global are (1) standardisation (2) knowledge/ professionalism (3) dinner practices. Meanwhile set of signs representing local are (1) Thai authenticity and (2) knowledge/ professionalism.

กิตติกรรมประกาศ

ประเด็นการสื่อสารในมิติของอาหารนั้น เป็นสิ่งที่อยู่ในความสนใจของผู้วิจัยเสมอมา จากการค้นคว้าผู้วิจัยพบว่างานวิจัยในประเด็นการสื่อสารอาหารมีจำนวนไม่มากนัก และเมื่อยิ่งเฉพาะเจาะจงที่อาหารไทยแล้ว งานวิจัยก็ยังมีน้อยลงอีก ในฐานะที่ผู้วิจัยสังกัดหลักสูตรนิเทศศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยสวนดุสิต ซึ่งศาสตร์ด้านอาหารนับเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญของมหาวิทยาลัย ผู้วิจัยจึงมีความมุ่งมั่นที่จะผลิตผลงานวิจัยในด้านการสื่อสารอาหารออกมา

แม้ว่าในระหว่างที่ผู้วิจัยทำงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยจะประสบปัญหาสุขภาพ แต่ความมุ่งมั่นในการทำงานวิจัยชิ้นนี้ให้สำเร็จยังคงเป็นสิ่งที่ติดค้างอยู่ในใจของผู้วิจัยอยู่เสมอ และการที่ผลงานวิจัยนี้สำเร็จลง พร้อมๆ กับความรู้ของผู้วิจัยที่เพิ่มมากขึ้นในประเด็นการสื่อสารอาหารจึงเป็นเรื่องที่น่ายินดีอย่างยิ่งสำหรับผู้วิจัย ผู้วิจัยขอขอบคุณสถาบันวิจัยและพัฒนา ที่ได้เปิดโอกาสให้ผู้วิจัยได้รับทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยสวนดุสิต มา ณ. ที่นี้

ขจิตขวัญ กิจวิสาละ

2560

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญ	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
ข้อจำกัดในงานวิจัย	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิดเรื่องการบริโภคเชิงสัญญาะ	5
แนวคิดเรื่องความจริงเสมือน	9
แนวคิดเรื่องกระบวนการผสมผสานทางวัฒนธรรม	11
แนวคิดเรื่องการผสมผสานความเป็นโลกและความเป็นท้องถิ่น	13
แนวทางการศึกษาการสื่อสารอาหารของนักวิชาการกลุ่มโครงสร้างนิยม	14
แนวคิดเรื่องกระบวนการสร้างอารยธรรม	19
แนวคิดเรื่องฮาบิทัสในการบริโภคอาหารของชนชั้นต่างๆ	21
แนวคิดเกี่ยวกับการรับประทานอาหารนอกบ้าน	23
ความหมายของอาหาร	26
ความหมายของการกิน	27
แนวคิดด้านสัญวิทยา	30
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	32
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	40
การสังเกตแบบมีส่วนร่วม	40
การวิเคราะห์เอกสาร	41

บทที่ 4 กระบวนการประกอบสร้างความหมายของอาหารไทยและความหมาย ของอาหารไทยในร้านอาหารไทยชั้นนำ	43
กระบวนการประกอบสร้างความหมายของอาหารไทยในร้านอาหารไทยชั้นนำ	43
ร้านอาหารสระบัว	44
ร้าน Nahm	60
ร้านโบ.ลาน	69
ร้าน Blue Elephant	82
ลักษณะการผสมผสานความเป็นโลกกับความเป็นท้องถิ่นผ่านองค์ประกอบต่างๆ ของร้านอาหารไทยชั้นนำ	92
ความหมายของอาหารไทยในร้านอาหารไทยชั้นนำ	119
ชุดความหมายที่แสดง “ความเป็นโลก” ของร้านอาหารไทยทั้งสิ้น	119
ชุดความหมายที่แสดง “ความเป็นท้องถิ่น” ของร้านอาหารไทยทั้งสิ้น	142
กลวิธีในการผสมผสานความเป็นโลกและความเป็นท้องถิ่นในมื้ออาหารไทย	157
 บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	166
สรุปผลการวิจัย	166
อภิปรายผล	175
ข้อเสนอแนะ	185
 บรรณานุกรม	187
บรรณานุกรมภาษาไทย	187
บรรณานุกรมภาษาต่างประเทศ	192
 ประวัติผู้วิจัย	190

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	ลักษณะของระบบอาหาร (The Features of Food System)	29
4.1	การประกอบสร้างความหมายของอาหารไทยผ่านองค์ประกอบต่างๆ ในร้านสระบัว	59
4.2	การประกอบสร้างความหมายของอาหารไทยผ่านองค์ประกอบต่างๆ ในร้าน Nahm	68
4.3	การประกอบสร้างความหมายของอาหารไทยผ่านองค์ประกอบต่างๆ ในร้านโบ.ลาน	81
4.4	การประกอบสร้างความหมายของอาหารไทยผ่านองค์ประกอบต่างๆ ในร้าน Blue Elephant	91
4.5	สรุปลักษณะการผสมผสานความเป็นโลกกับความเป็นท้องถิ่นผ่านองค์ประกอบต่างๆ ของร้านอาหารไทยชั้นนำ	92
4.6	องค์ประกอบที่มีความเป็นไทยทุกร้าน	112
4.7	องค์ประกอบที่มีความเป็นสากลทุกร้าน	114
4.8	ชุดความหมายที่แสดงความเป็นโลกของร้านอาหารไทยทั้งสิ้น	119
4.9	ชุดความหมายที่แสดงความเป็นท้องถิ่นของร้านอาหารไทยทั้งสิ้น	143

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	The culinary triangle	16
2.2	Culinary transformation	17
4.1	ขนมกรอบไข่ขาวกับเม็ดมะม่วง ร้านสระบัว	48
4.2	แกงแดงเย็นกับกุ้งมังกร ร้านอาหารสระบัว	49
4.3	กะเพราเห็ด ไช้ดาว ร้านสระบัว	50
4.4	แกงเขียวหวาน ร้านสระบัว	50
4.5	แกงแดงเย็นกับกุ้งมังกร ร้านสระบัว	52
4.6	การนำเสนอแกงเขียวหวานปลา ร้านสระบัว	52
4.7	การนำเสนอแกงเขียวหวานปลา ร้านสระบัว	52
4.8	การนำเสนอแกงเขียวหวานปลา ร้านสระบัว	52
4.9	ลาบเปิด ร้านสระบัว	53
4.10	การนำเสนอสาหร่ายน้ำกะทิ ร้านสระบัว	53
4.11	การนำเสนอสาหร่ายน้ำกะทิ ร้านสระบัว	53
4.12	รากบัวกรอบรสมะกรูด ร้านสระบัว	54
4.13	ขนมปังหน้ากุ้ง ร้านสระบัว	54
4.14	การตกแต่งอาหารแบบสากล ร้านสระบัว	54
4.15	การตกแต่งอาหาร แคบหมู น้ำพริกหนุ่ม ร้านสระบัว	55
4.16	ยำเนื้อ ร้านสระบัว	55
4.17	การจัดวางอุปกรณ์ในการบริโภค ร้านสระบัว	56
4.18	การให้บริการของบริการร้านสระบัว	59
4.19	การตกแต่งร้านสระบัว	60
4.20	ขนมเบื้อง ร้าน Nahm	63
4.21	มะม่วงส้มฉุน ร้าน Nahm	63
4.22	การตกแต่งปล่าปลาอินทรีของร้าน Nahm	64

ภาพที่		หน้า
4.23	การจัดวางอุปกรณ์และลักษณะอุปกรณ์ที่ใช้ในการบริโภคของร้าน Nahm	65
4.24	ป้ายชื่อร้าน Nahm	67
4.25	การตกแต่งร้าน Nahm	68
4.26	การสื่อสารผ่านเว็บไซต์ของร้าน Nahm เกี่ยวกับการใช้วัสดุที่มีคุณภาพ	69
4.27	ตำขุ่นอ่อนอย่างเหนียว แคบหมูเชียงรายแม่ปิ่นนภา ร้านโบ.ลาน	72
4.28	การตกแต่งอาหารแบบสากล ร้านโบ.ลาน	73
4.29	การนำอาหารพื้นบ้านมาเสนอตามแบบแผนการบริโภคสากลของ ร้าน โบ.ลาน	73
4.30	การตกแต่งอาหารแบบสากล ร้านโบ.ลาน	74
4.31	การเสิร์ฟน้ำชา ร้านโบ.ลาน	74
4.32	การตกแต่งในลักษณะพูนจานและโรยหน้าด้วยสมุนไพรชนิดต่างๆ ในยำ กุ้งก้ามกรามสงขลากับมะเขือยาวพื้นบ้านและไข่ไก่เกษตรอินทรีย์ของ ร้านโบ.ลาน	75
4.33	การตกแต่งในลักษณะพูนจานและโรยหน้าด้วยสมุนไพรชนิดต่างๆ ในแกง เป็ดแบบนางสิน ใส่มะอึ๊กและผัก คนเครื่องหม่อมเจ้านิวาศสวัสดิ์ ร้าน โบ.ลาน	75
4.34	การตกแต่งด้วยการใช้ใบตองอาหารของร้านโบ.ลาน	75
4.35	การใช้ภาชนะอันเป็นลักษณะเฉพาะของไทยในร้านโบ.ลาน	76
4.36	การสื่อสารที่มาสูตรอาหารของ ร้านโบ.ลาน	76
4.37	การจัดวางอุปกรณ์ในการบริโภคของร้านโบ.ลาน	77
4.38	เมนูอาหารร้านโบ.ลาน	80
4.39	การตกแต่งภายในร้านโบ.ลาน	81
4.40	ป้ายประชาสัมพันธ์งาน Eat Responsibly Day ของร้านโบ.ลาน	81
4.41	การสื่อสารเกี่ยวกับเซฟในเว็บไซต์ของร้านโบ.ลาน	82
4.42	ข้าวในร้าน Blue Elephant	84
4.43	แกงระวางเนื้อ ร้าน Blue Elephant	85
4.44	การตกแต่งอาหารออเดิร์ฟ ร้าน Blue Elephant	86
4.45	ปลากะพงนึ่งกระเทียมดอง ร้าน Blue Elephant	86
4.46	การจัดวางอุปกรณ์ต่างๆ ในการบริโภคร้าน Blue Elephant	88
4.47	ลักษณะจานชามที่ใช้ในร้าน Blue Elephant	88
4.48	อาหารจานของหวานร้าน Blue Elephant	90
4.49	การแต่งกายของบริการหญิงร้าน Blue Elephant	91
4.50	อาคารที่ตั้งร้าน Blue Elephant	91
4.51	การตกแต่งภายในร้าน Blue Elephant	92

ภาพที่		หน้า
4.52	การสื่อสารในเว็บไซต์ของร้าน Blue Elephant ถึงความเชี่ยวชาญของเชฟ	91
5.1	กระบวนการประกอบสร้างความหมายของอาหารไทยในร้านอาหารไทย ชั้นนำ: จากการบริโภคเพื่ออิมท็องสู่การบริโภคเชิงสัญลักษณ์	175