

## บทที่ 6

### ผลกระทบต่อพฤติกรรมในการประกอบอาหารของผู้ชมที่รับผิดชอบในการประกอบอาหาร

ในการศึกษาเรื่อง "บทบาทของรายการทำอาหารทางโทรทัศน์ที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมในการประกอบอาหารของผู้ชมที่รับผิดชอบในการประกอบอาหาร" ผู้วิจัยได้พรรณนาวิเคราะห์ถึงผลกระทบต่อพฤติกรรมที่เกิดขึ้นต่อผู้ชมที่เกิดจากบทบาทต่างๆของผู้ดำเนินรายการ และที่เกิดจากบทบาทของตัวรายการทำอาหารทางโทรทัศน์ซึ่งได้คำนึงถึงความสัมพันธ์ของการให้ความรู้ ทักษะ ทักษะ การยอมรับ การเปลี่ยนพฤติกรรมและการนำไปปฏิบัติควบคู่ไปด้วย มีรายละเอียดดังนี้

จากการวิเคราะห์กรณีศึกษาของรายการเคาะกระทะและรายการพ่อลูกเข้าครัว นั้นจะพบว่าพิธีกรผู้ดำเนินรายการนั้นมีบทบาทที่เป็นบทบาทหลักๆ ในการดำเนินรายการดังนี้

- 1 บทบาทของการครูผู้สอนและผู้สาธิต ( Teacher & Demonstrator )
- 2 บทบาทของการเป็นผู้ประชาสัมพันธ์สินค้า ( Presenter )
- 3 บทบาทของการเป็นผู้ให้คำปรึกษาและคำแนะนำ ( Consultant )
- 4 บทบาทของการเป็นผู้ดำเนินรายการ ( Host )
- 5 บทบาทของการเป็นผู้แนะนำรายการอาหาร ( Food Guide )
- 6 บทบาทของการเป็นมัคคุเทศก์นำเที่ยว ( Tour Guide )
- 7 บทบาทของการเป็นผู้ถือเคล็ดลับ ( Secret Holder )

และจากบทบาทดังกล่าวข้างต้นนั้นผู้วิจัยพบว่าผู้ชมส่วนใหญ่ให้ความสนใจและให้ความสำคัญกับบทบาทของผู้ดำเนินรายการอยู่เพียงไม่กี่บทบาทที่สำคัญนั้นคือบทบาทของการเป็นครูผู้สอนและผู้สาธิต (Teacher & Demonstrator) ซึ่งนับเป็นขั้นตอนหรือปัจจัยที่สำคัญที่ผู้ดำเนินรายการมีความตั้งใจที่จะให้เกิดความรู้ (Knowledge) กับผู้ชมซึ่งผลที่เกิดขึ้นจะเป็นอย่างไรนั้นสามารถเห็นได้จากข้อมูลดังต่อไปนี้

"ดิฉันติดตามรายการเคาะกระทะทุกวันจันทร์ตอนเช้าเป็นเวลานานแล้วนะคะ ดิฉันชอบช่วงที่อาจารย์ทำกับข้าวกับคุณเบ็กก็มากเลยคะ ทำไปทะเลาะกันไปเป็นธรรมชาติดีคะ และยังได้สาระให้ความรู้อีกด้วยดิฉันได้รับความรู้หลายอย่างจากรายการเคาะกระทะ..." (เดือนพร ไวค่านวณ. จดหมาย, 9 ตุลาคม 2544)

หรือ

"ดิฉันขอชื่นชมที่คุณทั้งสองได้นำเสนอรายการที่ให้สาระประโยชน์แก่ผู้ชมเป็นอย่างยิ่งเพราะให้ความรู้ในด้านการประกอบอาหารอย่างสะดวกและไม่ยุ่งยากจนเกินไปทำให้ดิฉันชอบตั้งแต่เช้าเพื่อดูรายการเคาะกระทะของทั้งสองท่านเพื่อที่ดิฉันจะได้นำไปใช้ประโยชน์ในการประกอบอาหารอย่างรวดเร็วขึ้นบ้าง..." (พัชรียา นิลคำ. จดหมาย, ไม่ปรากฏวันที่)

หรือ

"หนูเป็นอีกคนหนึ่งที่ชอบดูรายการเคาะกระทะของอาจารย์รายการของอาจารย์ดีทำให้หนูได้รับความรู้เกี่ยวกับอาหารหลายอย่าง..." (ลูกหยี. จดหมาย, 9 กันยายน 2544)

หรือ

"ดิฉันเพิ่งติดตามรายการมาได้ 2 เดือน ชอบรายการนี้มากเพราะมีเนื้อหาสาระให้ความรู้กับดิฉันมากมายโดยเฉพาะช่วงแนะนำอาหาร ดิฉันได้สูตรอาหารและขนมไปลองทำหลายอย่าง..." (สมพร พงศ์วรวัฒน์. จดหมาย, ไม่ปรากฏวันที่)

หรือ

"พอถึงวันจันทร์ตอนเช้าหนูจะไปอยู่หน้าจอโทรทัศน์เพราะไม่ให้ใครกดช่องอื่นเพราะรายการของพี่มีสาระมากและพี่ทั้งสองก็พูดตลกมาก...อาหารที่พี่สอนทำหนูเอาขนมไปลองทำขายเพื่อเอาทุนเรียนหนังสือ..." (รสนานี สากล. จดหมาย, ไม่ปรากฏวันที่)

หรือ

" ดูรายการทั้งของคุณและของคุณหมึกแดงคะชอบทำกับข้าวไม่ชอบกินนอกบ้าน ดูแล้วก็ได้ความรู้ดีบางอย่างอยู่ในตำราแล้วรู้สึกว่ามันน่าจะพอมีคนมาสอนมาให้ดูถึงรู้ว่า... เอ้อ! จริงๆ แล้วมันก็ไม่ยากนี่นา..." ( อุไรวรรณ ศิริสมสกุล. สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2545)

หรือ

" ทำตามง่ายมากเรามันทำกับข้าวเป็นอยู่แล้วทุกวันนี้ก็ทำของขายอยู่ทำเบเกอรี่ ชอบดูทั้งหมดนะคะ ถ้ามีเวลา ดูทั้งอาจารย์ยิ่งศักดิ์ ดูทั้งคุณหมึกแดง แล้วแต่ช่องว่างพอดูมันก็ให้ความรู้ดี ชอบพอกับข้าวจานเดียว..." ( อุไร บุรณะศิลป์. สัมภาษณ์, 21 มิถุนายน 2545 )  
เป็นต้น

จากบทสัมภาษณ์และจดหมายที่ผู้ชมส่งมายังรายการจะเห็นว่าผู้ชมส่วนใหญ่ที่ชมรายการทำอาหารทางโทรทัศน์นั้นมีความสนใจที่อยากได้ความรู้เกี่ยวกับการประกอบอาหาร เพื่อที่จะได้นำไปใช้ในชีวิตประจำวันกับความรับผิดชอบของตนเอง ดังนั้นรายการทำอาหารทางโทรทัศน์จึงสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายของตนเองได้ และผู้ดำเนินรายการเองนั้นก็สามารถรับผิดชอบในบทบาทของตนเองได้เช่นกัน

ขั้นตอนของการให้ความรู้ (Knowledge) นั้นเป็นการนำเสนอที่พบว่ารายการโทรทัศน์ทั้งสองรายการสามารถทำได้อย่างบรรลุวัตถุประสงค์ในแง่ของการนำเสนอข้อมูลที่มุ่งหวังจะให้ผู้ชมเกิดความรู้ในเบื้องต้นที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitud) และจากการที่ผู้ชมเลือกที่จะรับชมรายการอย่างสม่ำเสมอและชื่นชมในการนำเสนอรายการหรือวิธีการดำเนินรายการของผู้ดำเนินรายการนั้นน่าจะเป็นตัวชี้วัดได้ว่าผู้ชมเหล่านั้นมีทัศนคติที่ดีต่อรายการ จึงเลือกที่จะรับชมอีกหลังจากที่ได้รับชมแล้ว และยังมีปฏิริยาในการตอบสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยการเขียนจดหมายเข้ามายังรายการเพื่อติชมเสนอแนะ แสดงความคิดเห็นต่างๆ อีกด้วยเช่น

" ดิฉันติดตามชมรายการเคาะกระทะมาตลอดชอบทุกช่วงของรายการ..." ( มาลี ขจรศิลป์ชัย. จดหมาย, 18 สิงหาคม 2544)

" หนูติดตามรายการเคาะกระทะทุกอาทิตย์เพราะเป็นคนชอบทำอาหารและชอบพี่เบ็คกี้และอาจารย์ยิ่งศักดิ์มากเพราะเป็นพิธีกรที่มีอารมณ์ขันมาก... เมื่อก่อนไม่ชอบทำอาหาร แต่เดี๋ยวนี้ชอบทำมากๆ..." ( เขียวลักษณ์ บังเกิดลาภ. จดหมาย, ไม่ปรากฏวันที่)

" ดิฉันได้รับโอกาสชมรายการเคาะกระทะหลายครั้ง รู้สึกชอบการดำเนินรายการอย่างง่ายและรวดเร็ว ซึ่งก็สามารถทำให้เข้าใจได้ง่ายเช่นกัน..." ( อัญชญา รังสิตโยธิน. จดหมาย, 28 กันยายน 2544)

"...ฉบับนี้เป็นฉบับที่ 4 แล้วนะคะไม่เห็นอาจารย์ตอบเลย หรือทิ้งลงขยะไปหมดแล้วแต่ไม่เป็นไรดิฉันจะยังคงคอยเสมอคอยการตอบจดหมาย คอยดูรายการอาจารย์กับคุณเบ๊คก็ชอบทำอาหารพอดูแล้วก็จะจดจำเอาไปทำทาน..." ( ดวงดาว นิตทิม. จดหมาย, 9 ตุลาคม 2544)

" ดิฉันติดตามชมรายการเคาะกระทะทุกวันจันทร์ตอนเช้า.. ชอบคุณทำไปทะเลาะกันไปเป็นธรรมชาติดี..." ( เตือนพร ไวก้านวน. จดหมาย, 9 ตุลาคม 2544)

" ดิฉันชอบชมรายการเคาะกระทะมากเลยคะ ติดตามตั้งแต่ยังไม่เปลี่ยนชื่อรายการจนเดี๋ยวนี้เปลี่ยนมาเป็นเคาะกระทะแล้ว อะไรจะเปลี่ยนขออย่างให้เปลี่ยนพิธีกรทั้งคู่คะคะ เพราะจัดรายการสนุกเป็นธรรมชาติมากคะ..." ( อูรารวรรณ เดชโบราณ. จดหมาย, 28 กันยายน 2544)

" อยากทำอาหารฝรั่งคะ ทุกวันนี้ทำแต่อาหารไทยได้ดูคุณหมึกแดงบ่อยๆ เริ่มรู้สึกว่าการทำฝรั่งทำไม่ยากอย่างที่คิด...พอดูบ่อยๆ เข้มมันเหมือนมันใจขึ้นก็เริ่มกล้าๆ ที่จะลองทำ (หัวเราะ) แต่เวลาทำเองมันกินได้หรือเปล่านั้นไม่รู้..." ( พรธนิภา ชนประเสริฐ. สัมภาษณ์, 25 มิถุนายน 2545 )

"..ดูแล้วก็จำๆ เอาคะจะจดบ้างจำบ้างแต่ตอนหลังให้ลูกเข้าไปเอาสูตรจาก Website ที่คุณหมึกแดงเค้าแนะนำ... เก็บไว้ได้หลายสูตร แล้วคิดอยู่เหมือนกันว่าจะลองทำแต่ส่วนผสมมันมีไม่ครบเลยไม่ได้ถูกซ์ทำสักทีคะ..." ( สุนีย์ คำวิจิตร. สัมภาษณ์, 25 มิถุนายน 2545)

จากจดหมายที่เขียนเข้ามายังรายการส่วนใหญ่นั้นนอกจากการติชมหรือการให้ข้อเสนอแนะแล้ว ผู้วิจัยพบว่าในจดหมายเกือบทุกฉบับ จะมีคำถามที่เกี่ยวข้องกับงานครัวถามเข้ามามากมายและถึงแม้ว่าจะมีการตอบจดหมายในรายการทั้งสองรายการ ในทุกสัปดาห์ก็ตาม จดหมายที่ได้รับการตอบผ่านทางรายการนั้นจะมีเพียงสัปดาห์ละ 1 ฉบับ ต่อ 1 รายการ ในขณะที่ปริมาณของจดหมายมีมากกว่าหลายเท่าในรายการเคาะกระทะนั้นจะมีการมอบของรางวัลคือ นิตยสาร Food News ให้กับจดหมายที่ถูกเลือกมาตอบคำถามออกอากาศ ดังนั้นจะหมายถึง

เขียนเข้ามามากมายนั้นอาจจะมาจากสาเหตุนี้แต่เมื่อผู้วิจัยได้มีโอกาสทำการศึกษาเนื้อความในจดหมายนั้นมีเพียงไม่กี่ฉบับที่จะย้าให้ตอบออกอากาศเพื่อจะมีสิทธิ์รับหนังสือและพบว่ามีความหมายจำนวนไม่น้อยที่สุดของเปล่าจ่าหน้าของและติดแสตมป์มาด้วยเพื่อให้ทางรายการตอบจดหมายกลับไปเป็นส่วนตัว

ผู้วิจัยได้ติดต่อขอตัวอย่างจดหมายของรายการ ฟอแลกซ์เข้าครัว จากที่มงานของบริษัท ถนัดศรี แอนด์ ซันคอนซัลติง จำกัด แต่ทางที่งานไม่สามารถมอบจดหมายให้ผู้วิจัยนำมาศึกษาได้เนื่องจากเป็นนโยบายของบริษัทฯ ผู้วิจัยจึงได้สอบถามจากคุณพลากุล ผู้ควบคุมการผลิตรายการถึงปฏิกิริยาตอบกลับ (Feed back) ของกลุ่มผู้ชมที่มีต่อรายการฟอแลกซ์เข้าครัวโดยตรงและพบว่า

" จดหมายมีเข้ามาเยอะมาอะ...ส่วนใหญ่ผมคิดว่าทุกรายการก็คงคล้ายๆ กัน คนที่จะเขียนจดหมายมาต้องเป็นคนที่ดูรายการเราบ่อยๆ และต้องชื่นชอบอะไรบางอย่างในรายการ ซึ่งอาจจะชอบคุณหมึกแดง หรือเป็นแฟนเก่าๆ ของ ม.ร.ว. ถนัดศรี" (พลากุล ตราชู, ผู้ควบคุมการผลิตรายการ, สัมภาษณ์ 24 เมษายน 2546)

และเมื่อผู้วิจัยสอบถามเพิ่มเติมถึงเนื้อหาของจดหมายว่ามีเนื้อหาเกี่ยวกับอะไร และมีหลักเกณฑ์อย่างไรในการเลือกจดหมายเพื่อที่จะใช้ตอบผ่านทางรายการผู้วิจัยพบว่า

" ส่วนมากก็จะถามถึงเรื่องในครัวซะมาก เช่น ของบางอย่างอย่างปลาบึกเป่ากินได้มั๊ย ถ้ามีพิษมีวิธีปรุงแก้พิษมีวิธีปรุงแก้พิษหรือเปล่า หรืออาจจะถามถึงวิธีการต้มซุบไม่ให้มีฟองมาก... สัมเพหระในครัวแหละอะ...แล้วจดหมายที่เขียนมาส่วนใหญ่เมื่อถามคำถามแล้วก็มักจะอวยพรให้รายการมีเรตติ้ง (Rating) ดีๆ ให้จัดไปนานๆ บางทีก็แนะนำอะไรต่างๆ อย่างเช่น อยากให้คุณหมึกแดงทำอาหารไทยบ้างหรือให้มีรายการหลายๆ วันหน่อย... ประมาณเนียครับ" (พลากุล ตราชู, ผู้ควบคุมการผลิตรายการ, สัมภาษณ์ 24 เมษายน 2546)

จากบทสัมภาษณ์ดังกล่าวสรุปได้ว่าจดหมายที่เขียนเข้ามาถึงรายการประเภทนี้นั้นจะเป็นจดหมายที่ต้องการคำปรึกษา ต้องการคำตอบที่จะแก้ไขข้อข้องใจของผู้ชมในการประกอบอาหารและที่เขียนเข้ามานั้นก็เพราะมีความเชื่อหรือมีความยอมรับในความสามารถของผู้ดำเนินรายการมีความเชื่อว่าคุณดำเนินรายการเป็นผู้รู้จริงซึ่งบทบาทของผู้ดำเนินรายการในช่วงนี้ผู้ดำเนินรายการจะอยู่ในบทบาทของผู้ให้คำปรึกษา (Consultant) และเมื่อผู้ดำเนินรายการอยู่ใน

บทบาทนี้แล้วมีปฏิกริยาตอบกลับ (Feed back) จากผู้ชมเข้ามามากมายจึงนับว่าผู้ดำเนินรายการและตัวรายการทั้ง 2 รายการ สามารถบรรลุถึงวัตถุประสงค์ทางการสื่อสารในด้านการให้คำปรึกษาได้

และหากมองถึงตัวแปรที่สำคัญอีกตัวแปรหนึ่งคือความเชื่อหรือการยอมรับ (Beliefs) นั้นผู้วิจัยพบว่าจากข้อความในจดหมายหรือบทสัมภาษณ์ของผู้ชมนั้นก็นับเป็นการยอมรับในระดับหนึ่งแต่เนื่องจากผู้ดำเนินรายการทั้งสองรายการที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษานั้นมีความมุ่งหวังที่จะทำให้ผู้ชมเกิดการยอมรับในสิ่งที่นำเสนอมากไปกว่าการยอมรับในแง่ของการขอคำปรึกษาเพียงอย่างเดียว

ความอยู่รอดของรายการเป็นปัจจัยหลักที่ผู้ผลิตรายการต้องให้ความสำคัญพิธีกรผู้ดำเนินรายการของรายการทั้ง 2 รายการ ที่ผู้วิจัยทำการศึกษานั้นมีบทบาทที่สำคัญมากอีกบทบาทหนึ่ง นั่นคือบทบาทของการเป็นผู้ประชาสัมพันธ์สินค้า (Presenter) ที่มีหน้าที่ที่จะต้องใช้ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของผู้สนับสนุนรายการในการประกอบอาหารและต้องทำหน้าที่บรรยายสรรพคุณของสินค้าเหล่านั้นผ่านทางรายการอย่างสม่ำเสมอตามสัญญาที่ได้ทำไว้กับผู้สนับสนุนรายการและจากการตอกย้ำถึงสินค้าอยู่บ่อย ๆ โดยมุ่งหวังให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกคล้อยตามและยอมรับในผลิตภัณฑ์ที่กล่าวถึงนั้น ซึ่งในส่วนของผู้สนับสนุนรายการนั้นผู้วิจัยพบว่าผู้สนับสนุนมีความเชื่อว่าการตอกย้ำในบทบาทนี้ของผู้ดำเนินรายการจะเกิดผลลัพธ์ที่ดีกับสินค้า ทั้งในแง่ให้ความรู้ (Knowledge) ทักษะคติ (Attitude) และการยอมรับในผลิตภัณฑ์ (Beliefs) ดังจะเห็นได้จากบทสัมภาษณ์ดังนี้

" การตอกย้ำ ตอกย้ำบ่อยๆ น่าจะมีผลกับคนดู เพราะมันมี Educate มากขึ้นและทางมรกตเองก็มีสื่ออื่นๆ Support อีก เรียกว่าเป็น Education Ad. ก็เคยเช็ค (Check) เหมือนกันนะ คนรู้ว่าผ้าสีเขียวทอด ผ้าสีเหลืองผัด แต่ถ้าเป็นลูกค้าต่างจังหวัดเค้าจะเน้นราคาถูกเป็นหลัก" (อัสนี มาล้มพุษ. ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ มรกต สัมภาษณ์, 17 มิถุนายน 2545

"ตั้งแต่สนับสนุนรายการเคาะกระทะมาที่รู้สึกว่ายอดขายของเราอืพีดีขึ้นมากนะ อย่างน้อยคนเห็นแล้วร้องอ้อ! เพราะเราเป็น Brand ใหม่สำหรับตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าที่การแข่งขันสูงเรางบน้อยมันต้องยังงี้ละ คือมันต้องหา Presenter ที่ใช้ พูดแล้วคนเชื่อ มันถึงจะแรงแล้วอาจารย์ยิ่งศักดิ์เนี่ยภาพแก็ดได้แล้วความต่อเนื่องในการสนับสนุนแล้วยังมีการแนะนำวิธีการใช้อีกบวกกับโปรโมชันที่เราจัดอีกมันก็เรียกว่าส่งเสริมกันไป... แต่ถ้าลำพังให้พี่ขายไปวันๆ ไม่มีสื่อ

มันคงสำเร็จยากนะ..." (รัตนา. ผู้จัดการฝ่ายการตลาดผลิตภัณฑ์อ๊อฟ, สัมภาษณ์, 18 มิถุนายน 2545)

".. ถึงแม้ว่า ซีเล็คทูน่า จะมึบในการโฆษณาเยอะแล้วเราก็เลือกใช้สื่อประเภท Loose Spot ใน Prime Time เยอะมากก็จริง แต่เราก็ไม่สามารถมองข้าม Presenter ที่จะเป็นผู้สอนให้ลูกค้ารู้จักวิธีใช้สินค้าของเราได้...มันช่วยได้ครับ...ช่วยให้ลูกค้าเกิด Idea...แล้วที่ต้องใช้คุณมะพร้าวที่จะเป็นอาจารย์ยิ่งศักดิ์เพราะจุดแข็งที่เรานำมาใช้โฆษณา คือ ซีเล็คทูน่า อร่อย ไขมันต่ำ แล้วคุณมะพร้าวเค้าหอม พุดแล้วน่าเชื่อถือ ในขณะที่หุ่นของอาจารย์ยิ่งศักดิ์ไม่ใช่หุ่นของซีเล็ค จึงให้อาจารย์อยู่เบื้องหลังคิดสูตรอย่างเดียวให้คนอื่น Present จะดูน่าเชื่อถือกว่า กินแล้วไม่อ้วน..." (ศุภกฤษณ์ ลำไย. Market Communication Executive ผลิตภัณฑ์ ซีเล็คทูน่า. สัมภาษณ์, 17 มิถุนายน 2545)

"สำหรับการเลือกสนับสนุนรายการของคุณหมึกแดงเพราะเรามองว่าคุณหมึกแดงเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง Target Group เป็น B+ ถึง A คนดูอาจไม่ได้ทำกับข้าวเองดูเป็น ไอเดีย (idea) ทางมาลีหวังผลเรื่องภาพลักษณ์ (Image) ของผลิตภัณฑ์ (Brand) เป็นหลักไม่ได้หวังผลในการ Adapt (ประยุกต์) ผมหวังผลในการบริโภคปกติอยากเข้าไปในกลุ่มของคุณหมึกแดงมากกว่า...ต่างจากการสนับสนุนของอาจารย์ยิ่งศักดิ์ที่ Target Group แตกต่างกัน และ อาจารย์ก็ถนัดในการ Adapt (ประยุกต์) เพราะฉะนั้นให้อาจารย์ยิ่งศักดิ์สอนและบอกให้คนเอาไปใช้แล้วให้คุณหมึกแดงสร้าง Anareness ประกอบกับสื่ออื่นๆ ตอกย้ำแตกต่างกันไป" (สมชาติ เหล่าปรีดา. อดีตผู้อำนวยการ การตลาดผลิตภัณฑ์มาลี. สัมภาษณ์, 13 มิถุนายน 2545)

จากบทสัมภาษณ์ของผู้สนับสนุนรายการพบว่าผู้สนับสนุนรายการต่างมีความเชื่อมั่นในตัวของ Presenter ผู้ประชาสัมพันธ์สินค้าว่าจะสามารถขายสินค้าของตนเองได้ และการสนับสนุนรายการเป็นระยะเวลาอย่างต่อเนื่องก็น่าจะเป็นตัวชี้วัดได้ว่าการสนับสนุนรายการทำอาหารทางโทรทัศน์มีอิทธิพลที่จะก่อให้เกิดผลกระทบกับการยอมรับของผู้ชมได้เป็นอย่างดีและด้วยยอดขายของสินค้าหลังจากการร่วมสนับสนุนรายการแล้วมียอดขายที่เติบโตขึ้นแต่ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่าการสนับสนุนรายการอาจเป็นปัจจัยหนึ่งส่งผลต่อยอดขายแต่ไม่ใช่ปัจจัยเดียวที่เป็นปัจจัยที่ทำให้สินค้าเหล่านั้นประสบความสำเร็จ

เมื่อได้ทำการศึกษาจากผู้สนับสนุนรายการแล้วผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึงผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ชมว่า เมื่อได้ชมรายการอย่างสม่ำเสมอและได้รับข้อมูลของสินค้าต่างๆ อย่างต่อเนื่องนั้นจะเกิดผล อย่างไร

"แหม คุณเบ็คก็แนะนำให้ทำวุ้นบอยนี่คะ ก็เห็นว่ามันง่ายวุ้นวุ้นหนึ่งก็ไม่แพงก็ลองๆ เอามาทำตามบ้าง ของหวานมันไม่เหมือนอาหารคว่ำแปลกๆ มากๆ ก็ไม่กล้าลองเหมือนกัน เอาวุ้นมาต้มใส่น้ำหวานบ้างเอามาทำอะไร ตอนนั้นที่คุณแนะนำเป็นชาดำ หรืออะไรเนี่ยก็อร่อยดี พอกินได้ (หัวเราะ) บางทีก็เอามาทำอีกแล้วแต่...ไม่ซีเรียส" (สุกัญญา รัตนบรรเจิด. สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2545)

"นึกไม่ถึงว่าเฮลท์บอย มาทำอย่างนี้ได้ เคยลองทำตามคะอย่างกล้วยเชื่อมที่ใช้กล้วยไซ้มาเชื่อมในน้ำแดง น้ำเขียว น้ำสับปะรด นะอร่อยดีเหมือนกันทำไม่ยากด้วย" (อุไรวรรณ ศิริสมสกุล. สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2545)

"น้ำปลาหระคะ ชื่อมาลองใช้เหมือนกันมันไม่เค็มมาก แล้วเสาวรสนี้ พอวางทิ้งไว้นานๆมันยังงะเกลือกมันไม่ติดขวดไม่เหมือนบ่างยี่ห้อวางแผลบเดียวชั่งเกลือกขึ้นเต็มนอกขวดเลย ชีเลิศหนูว่า เคยลองชื่อมาทำ แต่เด็กๆ ที่บ้านไม่ชอบกินตอนหลังเลยชื่อแบบสำเร็จรูปที่เขาทำเป็นแกงเขียวหวานกระป๋อง แบบนั้นนะพอกินได้ ไม่มีใครบ่น เฮลท์บอยมีติดบ้านตลอดเด็กเยอะคะ" (นฤมล พัทธาคมกุล. สัมภาษณ์, 21 มิถุนายน 2545)

"ก็เป็นธรรมดาเนี่ยคะ ทางบริษัทเขาชื่อโฆษณา คุณกับอาจารย์ก็ต้องโปรโมท (Promote) ให้เขาบ้างไม่ได้น่าเกลียดอะไร อาจารย์พูดก็น่ารักดีที่บ้านก็ใช้คะฝาสีเขียน (มรกต) ทอดอะไรก็กรอบดี เนยก็ใช้ ออร์คิดแต่น้ำมันส่วนใหญ่ชื่อจากบริษัทมาเป็นบีบเพราะที่บ้านค้าขายเบเกอรี่ ชื่อที่ก็เยอะคะ แต่อย่างออร์คิดนี้ใช้ตลอด หอมดี" (อุไรศรี บุรณะศีล. สัมภาษณ์, 21 มิถุนายน 2545)

"มีลูกสาวคะ...เค้าทำเบเกอรี่ ก็ใช้เนยออร์คิดกับ เฮลท์บอย ของเค้าดีนี่อย่าง น้ำมันนี้ใช้มรกตทั่วเหลือง อ้อ อย่างอื่นของมรกตเธอ ก็เคยลองที่นี้มันยุ่งยากใช้ทั่วเหลืองตัวเดียวแหละ ผัดทอดหมดแหละคุณ" (อาบจิตต์ กาญจนารมณ. สัมภาษณ์, 2 มิถุนายน 2545)



" อ้อช่วงอีฟเธอเห็นอาจารย์มาทำท่าเสกๆ อะไรอยู่เหมือนกันไม่ค่อยได้ใช้เตาอบหรือ มันทิ้งนะ แต่ดูๆ แล้วก็ยังไม่ยุ่งยากนะที่บ้านยังไม่มีเตาอบแบบนี้ ถ้าจะทำคงไปดูเตาตามห้างแหละต้องดูพวกหลังการขายด้วยเหมือนกันแต่ที่เห็นคุณโฆษณา ดูเหมือนว่าเขารับผิดชอบดีนี่นะ แล้วตกลงมันดีจริงไหม?" ( ศิริมาลย์ จีระวิทย์. สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2545)

จากบทสัมภาษณ์ดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าผู้ชมก็เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการและเมื่อผู้วิจัยได้ศึกษา และถามเจาะลึกไปยังผู้ชมแต่ละท่านนั้นก็กลับพบว่าการใช้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่างๆ นั้นความสะดวกในการหาซื้อเป็นปัจจัยสำคัญหากไปถึงร้านแล้วสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ต้องการไม่มีจำหน่ายก็ไม่ได้เป็นปัจจัยสำคัญ เพราะการตอกย้ำบ่อยๆ ของผู้ดำเนินรายการ และภาพโฆษณาที่ผู้ชมได้ชมนั้นจะทำให้ผู้ชมเกิดผลกระทบที่สำคัญในการทดลองใช้ในครั้งแรกหากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่เคยใช้มาก่อน และหากเมื่อใช้แล้วเกิดความชื่นชอบในผลิตภัณฑ์ก็จะใช้อย่างต่อเนื่อง แต่หากเมื่อใดก็ตามที่ผู้ชมไปซื้อสินค้าดังกล่าว แล้วไม่มีสินค้า หรือสินค้าหมดผู้ชมเหล่านั้นก็พร้อมที่จะหันไปซื้อสินค้าของคู่แข่งแทน ไม่ได้มีความภักดี (Loyalty) กับยี่ห้อต่างๆ เพราะสามารถเปลี่ยน (Switch) ไปใช้สินค้าผลิตภัณฑ์ยี่ห้ออื่นๆ ทดแทนได้

กล่าวโดยสรุปได้ว่าการตอกย้ำที่ผู้ดำเนินรายการมีความมุ่งหวังที่จะก่อให้เกิดการยอมรับในตัวผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าของสนับสนุนนั้น จากการศึกษาพบว่าผู้ชมส่วนมากให้การยอมรับมีความเชื่อมั่นในตราสินค้าที่ ผู้ดำเนินรายการ หรืออีกนัยหนึ่ง Presenter แนะนำ และสามารถนำไปสู่การเปลี่ยนพฤติกรรม (Behaviour) ได้ แต่เมื่อทำการศึกษาต่อไปจึงพบว่าพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปนั้นไม่ใช่พฤติกรรมที่ถาวรหากเป็นแค่เพียงพฤติกรรมที่เกิดการเปลี่ยนแปลงเพียงชั่วคราวเพราะหากเกิดมีปัจจัยอื่นๆ ที่เข้ามามีผลในพฤติกรรมนั้น เช่นของหมด หรือยี่ห้ออื่นลดราคาหรือมีของแถมของสมนาคุณที่น่าสนใจในผู้ชมก็พร้อมที่จะเปลี่ยนพฤติกรรมในการบริโภคไปอีกได้อย่างง่ายดาย ดังนั้นการปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง (Practice) จึงไม่เกิดขึ้นหรือหากจะเกิดขึ้นก็เกิดขึ้นน้อยมากจนไม่อาจวัดได้

และเมื่อทำการศึกษาถึงบทบาทอื่นที่เป็นที่สนใจของผู้ชม คือ บทบาทของการเป็นผู้ถือเคล็ดลับ (Secret Holder) นั้นผู้วิจัยพบว่าผู้ดำเนินรายการทั้ง 2 รายการไม่ได้มีความตั้งใจที่จะนำเสนอเคล็ดลับแบบจริงจัง กล่าวคือเคล็ดลับต่างๆ หรือเทคนิคที่เป็นรายละเอียดปลีกย่อยต่างๆ นั้นจะได้มาโดยธรรมชาติของการพูดคุยกันในขณะบันทึกเทปรายการที่กล่าวเช่นนี้ เพราะเคล็ดลับต่าง ๆ ที่ได้มานั้นเช่นการทำแกงนั้นขั้นตอนของการปรุงรสที่โดยทั่วไปจะปรุงรสเมื่ออาหารสุกแล้วแต่อาจารย์ยังคงดีเดิมน้ำปลาในขั้นตอนการผัดพริกแกง และ พริกอีกท่านหนึ่ง

คือ คุณริสา ถามขึ้นมาด้วยความสงสัยว่าทำไม อาจารย์จึงบอกว่ามันทำให้เครื่องแกงหอมน่ารับประทานกว่าโดยที่อาจารย์เองก็ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการบอกถึงเคล็ดลับเรื่องนี้ เพราะไม่ได้มีการนัดแนะกันก่อนการบันทึกเทป เพราะหากเรื่องใดเป็นเรื่องที่เห็นว่าสำคัญมากนั้นจะมีการซักซ้อมกันก่อนบันทึกเทปเพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าจะไม่ลืมที่จะบอกผู้ชมถึงสิ่งที่ตั้งใจจะบอกเป็นต้น

หรือกรณีของคุณหมึกแดงนั้นเคล็ดลับต่างๆ ของงานครัวคุณหมึกแดงจะนำมาสอนแบบตรงไปตรงมาดังจะเห็นได้ชัดในช่วงครัวสร้างคนที่จะบอกเทคนิควิธีการเตรียมส่วนผสมเครื่องปรุง เทคนิคการปกฝักผลไม้ เทคนิคในการหั่นหรือเลาะกระดูก หรือเครื่องเทศสำคัญในการเคี้ยวซูบ หรือน้ำสต็อก ในครัวฝรั่งซึ่งเป็นลักษณะการสอนแบบตรงไปตรงมาด้วยความตั้งใจที่จะสอนไม่ได้เป็นเคล็ดลับที่มีความลึกซึ้งหรือเคล็ดลับที่ได้รับการถ่ายทอดมา ซึ่งต่างจากเคล็ดลับในแบบของอาจารย์ยิ่งศักดิ์ ที่จะมีเคล็ดลับที่เป็นเสน่ห์ ในการประกอบอาหารมากกว่า ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าหากผู้ชมเป็นผู้ที่มีความสามารถในการประกอบอาหารที่ดีอยู่แล้วในเบื้องต้นจะเกิดความชอบและผูกพันกับรายการเคาะกระทะ และอาจารย์ยิ่งศักดิ์มาก เพราะสิ่งที่จะได้จากรายการคือเคล็ดลับ หรือเทคนิคในการปรุงอาหารที่ตนเองไม่เคยทราบมาก่อน แต่หากเป็นผู้ที่ยังไม่มีความชำนาญจะชอบ และติดตามการสอนแบบคุณหมึกแดงเพราะมีการสอนที่เป็นขั้นตอนอย่างชัดเจนตามตำรา

เมื่อผู้วิจัยได้ทำการศึกษามาถึงในขั้นตอนนี้และนำแนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของการให้ความรู้ ( Knowledge) ทักษะคติ (Attitude) การยอมรับ (Beliefs) พฤติกรรม (Behavior) และการปฏิบัติ (Practice) เป็นกรอบในการวิเคราะห์ผลกระทบต่อผู้ชมที่รับผิดชอบในการประกอบอาหาร แล้วนั้นสามารถสรุปได้ว่าผู้ชมได้รับความรู้จากการรับชมรายการไปตามวัตถุประสงค์ของรายการและทีมงาน และผู้ชมก็มีทัศนคติที่เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีที่มีความชื่นชอบและชื่นชมรายการทำอาหารทางโทรทัศน์จนถึงขั้นของการยอมรับในสิ่งที่ได้รับชมเกิดความเชื่อในสิ่งที่ผู้ดำเนินรายการได้แนะนำจนสามารถนำไปสู่การเปลี่ยนพฤติกรรมจนเกิดการทดลองใช้การทดลองทำ และเมื่อได้ทดลองทำหรือทดลองใช้แล้วนั้นไม่อาจรับประกันได้ว่าจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ถาวร จนถึงขั้นปฏิบัติอย่างต่อเนื่องเพราะยังมีปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมแบบถาวรอีกมาก