

## บทที่ 7

### ผลวิเคราะห์กรณีศึกษา

เมื่อผู้วิจัยได้วิเคราะห์ถึงวิธีการสื่อความหมายและการนำเสนอ รวมถึงบทบาทของรายการทำอาหารทางโทรทัศน์ทั้ง 2 รายการ คือ รายการเคาะกระทะ และรายการพ่อลูกเข้าครัวแล้ว ผู้วิจัยจึงนำผลจากการวิเคราะห์กรณีศึกษาทั้ง 2 กรณี มานำเสนอเปรียบเทียบ เพื่อให้เห็นถึงความเหมือนหรือแตกต่างให้ชัดเจนยิ่งขึ้น และในตอนท้ายผู้วิจัยได้นำรายการทำอาหารทางโทรทัศน์ของต่างประเทศมานำเสนอเปรียบเทียบกับกรณีศึกษาทั้ง 2 กรณีอีกด้วย

จากการศึกษาและวิเคราะห์ถึงการนำเสนอรายการทำอาหารทางโทรทัศน์ทั้ง 2 รายการ คือ รายการเคาะกระทะ และรายการพ่อลูกเข้าครัว พบว่าทั้ง 2 รายการมีวัตถุประสงค์หลักในการนำเสนอที่เหมือนกันคือ นำเสนอรายการสอนทำอาหารที่ให้ทั้งสาระและควบคู่ไปกับความบันเทิง โดยมีความมุ่งหวังให้ผู้ชมเกิดความรู้ (Knowledge) เกิดทัศนคติ (Attitude) เกิดความเชื่อหรือ การยอมรับ (Belief) เกิดพฤติกรรม (Behavior) และนำไปปฏิบัติจริง (Practice)

รายการทำอาหารทั้ง 2 รายการมีการแบ่งออกเป็นช่วงต่าง ๆ ซึ่งมีความคล้ายคลึงกัน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงโครงสร้างของรายการที่คล้ายกัน และแต่ละช่วงของรายการจะนำเสนอในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอาหารในแง่มุมต่าง ๆ โดยมีเนื้อหาที่ใกล้เคียงกัน และมีวิธีการสื่อความหมายที่ใกล้เคียงกัน มีบทบาทที่คล้ายคลึงกัน ดังนี้

1. วิธีการสื่อความหมายในลักษณะของการสาธิตหรือการแสดงวิธีทำอาหารซึ่งเป็นเนื้อหาหลัก และนับได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญของรายการทำอาหารทางโทรทัศน์ รายการเคาะกระทะจะนำเสนอเป็น Pattern เลยว่าจะต้องมีการนำเสนออาหารคาว 1 อย่าง และอาหารหวาน 1 อย่าง ซึ่งอาจจะเป็นอาหารหวานทั่ว ๆ ไป หรือจะเป็นเบเกอรี่ (Bakery) ซึ่งเป็นความถนัดของตัวพิธีกรผู้ดำเนินรายการคือ อาจารย์ยิ่งศักดิ์

บทบาทหลักของรายการเคาะกระทะ คือ การเป็นสื่อเพื่อสนับสนุนการสอนและการสาธิต (Media Advocate) บทบาทของการเป็นสื่อเพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ (Media for Advertising) และบทบาทของการเป็นสื่อเพื่อการให้คำปรึกษา (Media for Consulting)

และในขณะเดียวกันผู้ดำเนินรายการและผู้สาธิตเองก็มีบทบาทที่สำคัญในการสื่อความหมายเช่นกัน นั่นคือ บทบาทของการเป็นครูผู้สอนและผู้สาธิต (Teacher and Demonstrator) บทบาทของการเป็นผู้ประชาสัมพันธ์สินค้า (Presenter) บทบาทของการเป็นผู้ให้คำปรึกษาแนะนำ (Consultant) บทบาทของการเป็นผู้ดำเนินรายการ (Host) และบทบาทของการเป็นผู้ถือเคล็ดลับ (Secret Holder)

โดยมีความมุ่งหวังที่จะให้ผู้ชมเกิดความรู้ (Knowledge) จากการสาธิตและการสอนรวมถึงเคล็ดลับต่าง ๆ ที่นำมาถ่ายทอดผ่านรายการไปยังผู้ชมและเมื่อมีความรู้ที่ได้มีการต่อยอดอยู่บ่อย ๆ จนเกิดทัศนคติ (Attitude) ประกอบกับความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการที่มีประสบการณ์ในวงการอาหารมาเป็นเวลานานจะทำให้ผู้ชมเกิดความเชื่อ และการยอมรับ (Belief) และเมื่อมีความเชื่อก็ย่อมจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Behavior) ของผู้ชมและนำไปถึงการปฏิบัติตามความรู้ที่ได้รับมาในที่สุด (Practice)

อาหารที่นำเสนอผ่านรายการเคาะกระทะ ส่วนใหญ่จะเป็นการประยุกต์หรือเป็นการผสมผสานวัฒนธรรม จนได้อาหารจานใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม รวมถึงนำเสนอวิธีการกินที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เช่น แกงเขียวหวานเนื้อใส่บร๊านดี กินกับขนมปังปิ้ง เป็นต้น

องค์ความรู้ที่มีการประยุกต์มากมาย แตกต่างไปจากพฤติกรรมในการบริโภคปกติในชีวิตประจำวันของผู้ชมโดยสิ้นเชิงนั้น อาจจำเป็นต้องใช้เวลาในการทำให้เกิดการยอมรับ จนผ่านกระบวนการขั้นตอนของความเชื่อไปจนเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและนำไปปฏิบัติจริง

การสื่อความหมายในลักษณะของการสอนของอาจารย์ยังคงให้ความสำคัญเน้นความสนุกสนานเป็นหลักสำคัญ

“คนไทยไม่ชอบการสอนอะไรที่ซีเรียสหรือ มั่นหน้าเบื่อ ถ้าอยากให้คนได้ความรู้ ยิ่งเป็นการให้ความรู้ที่คนฟังไม่มีโอกาสถามแล้วเนี่ยนะมันต้องสนุกอย่างน้อยเขาได้ความบันเทิงควบคู่ไปกับความรู้ในรูปแบบ edutainment เราทำรายการอาหารไข่ม้อย เคาะกระทะเป็นรายการสอนทำอาหารที่มี concept หลัก คือ การถ่ายทอดความรู้ของอาจารย์ โดยมุ่งหวังให้ผู้ชมได้เรียนรู้วิธีการปรุงอาหารและที่สำคัญได้มีโอกาสรู้ว่าผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ใช้อย่างไร เพื่อประโยชน์สูงสุดของสปอนเซอร์ (Sponsors) โดยการถ่ายทอดผ่านผู้ดำเนินรายการหรือพรีเซนเตอร์ (Presenter) คือ เราสองคน หมายรวมถึงคุณริสาในฐานะพิธีกรรวมดำเนินรายการ ด้วยความสนุกสนาน แต่เมื่อสิ้น

เสียงหัวเราะ คือ สาระที่คุณผู้ชมได้ติดตัวไปโดยที่เขาเองไม่รู้ตัว” (ยิ่งศักดิ์ จงเลิศเจษฎาวงศ์. สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2545)

จากการสื่อความหมายในลักษณะนี้ ผลที่เกิดกับผู้ชมจะเป็นอย่างไร

“ดูประจำคะ ชอบคุณสองคนเถียงกันสนุกดี... ส่วนใหญ่อยู่บ้านคะ ไม่ค่อยได้ออกไปไหน อยู่บ้านทำงานฝีมือ แล้วฝากเขาขาย พอตอนเย็นลูกชายกับพ่อเขาใกล้จะกลับ ก็จะไปทำกับข้าวรอเขาคะ... บางทีคิดอะไรไม่ออก พอดูคุณสองคนตอนเช้า ก็จะเอามาลองทำ บางทีก็ทำได้ บางทีก็ทำไม่ได้ มัวแต่ฟังคุณเถียงกันเพลิน เลยลืมไปเลยว่าต้องใส่อะไรบ้าง (หัวเราะ)” (นฤมล น้อยรัชชกุล. สัมภาษณ์, 11 พฤศจิกายน 2544)

“ดูรายการเป็นประจำคะ ชอบ สนุกดี เคยเป็นลูกศิษย์ อาจารย์ยิ่งศักดิ์ด้วย ที่บ้านทำเบเกอรี่ส่งขายตามโรงเรียนและสำนักงาน...ปกติอยู่บ้านก็ทำอาหารให้ลูกๆ และสามีทานเป็นประจำคะ ดูรายการบางทีก็ได้ไอเดียคะ เพราะทำทุก ๆ วันมันก็เบื่อเหมือนกัน” (รัชฎาพร ศรีฐานิศรกร. สัมภาษณ์, 21 ตุลาคม 2544)

จากบทสัมภาษณ์ของผู้ชมข้างต้นจะเห็นว่า ความสนุกสนานที่ได้จากการรับชม น่าจะเป็นปัจจัยแรก ที่ทำให้เขาเหล่านั้นเลือกที่จะชมอีกในคราวต่อ ๆ ไป ส่วนสารที่ผู้ส่งสารมีความตั้งใจที่จะส่งนั้น ผู้รับอาจรับได้บ้างไม่ได้บ้าง ขึ้นอยู่กับบุคคลและความตั้งใจขณะที่ชมรายการ

ในการนำเสนอเนื้อหาในรายการแต่ละตอนนั้น นอกจากการนำเสนอตำรับใหม่ ๆ ในทุกสัปดาห์แล้ว โจทย์ที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้รายการสามารถอยู่ได้โดยไม่ประสบภาวะขาดทุน คือ การที่ผู้ผลิตต้องนำสินค้าและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เข้ามาใช้ในรายการให้ได้อย่างครบถ้วน

รายการอาหารในเมืองไทยกลายเป็นรายการเพื่อการค้า ไม่ใช่เพื่อให้อย่างแท้จริง มันหลีกเลี่ยงไม่ได้ ในภาวะของการตลาดที่มันอยู่ในมือของสปอนเซอร์ อยู่ในมือของเอเจนซี ณ วันใดที่มันมาอยู่ในมือของผู้ผลิตมันก็อีกแบบ (เทอดโชค เกียรติสุขเกษม. ผู้ควบคุมการผลิตรายการ. สัมภาษณ์, 26 มกราคม 2543 )

สำหรับรายการพ่อลูกเข้าครัวนั้น มีช่วงของการสาธิตในลักษณะการแสดงวิธีทำอาหาร 2 ช่วงเช่นกัน แต่จากการศึกษาพบว่า ไม่ได้มีการแบ่งเรื่องการนำเสนออาหารควา หรือ

อาหารหวานอย่างชัดเจน แต่จะมีการแบ่งการสอนออกเป็นช่วงที่มี ม.ร.ว. ถนัดศรี ร่วมดำเนินรายการซึ่งจะเป็นการเจาะลึกถึงสูตรต่าง ๆ และจะมีการโยงไปถึงเรื่องราวในสมัยอดีต เพื่อให้ระลึกถึงวันเก่า ๆ และจะบอกถึงส่วนผสม และวัตถุดิบต่าง ๆ ที่ใช้ในการประกอบอาหารรวมถึงเหตุผลในการใช้วัตถุดิบนั้น ๆ ส่วนการสาธิตหรือการแสดงวิธีทำอาหารอีกช่วงจะเป็นช่วงพิเศษคือ “Product Hi-light” ที่คุณหมึกแดงจะสาธิตเพียงผู้เดียว และนำผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนมาใช้เพื่อเป็นการแนะนำวิธีการใช้ Product ให้ผู้ชมได้ทราบ

บทบาทของรายการพ่อลูกเข้าครัวนั้นก็ยังมีบทบาทที่ใกล้เคียงกับรายการเคาะกระทะนั้นคือ บทบาทของการเป็นสื่อเพื่อสนับสนุนการสอนและสาธิต (Media Advocate) บทบาทของการเป็นสื่อเพื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ (Media for Advertising) และบทบาทของการเป็นสื่อเพื่อการให้คำปรึกษา (Media for Consulting)

ในขณะที่บทบาทของผู้ดำเนินรายการเองก็สอดคล้องกัน นั่นคือบทบาทของการเป็นครูผู้สอนและสาธิต (Teacher and Demonstrator) บทบาทของการเป็นผู้ประชาสัมพันธ์สินค้า (Presenter) บทบาทของการเป็นผู้ให้คำปรึกษาและแนะนำ (Consultant) และบทบาทของการเป็นผู้ดำเนินรายการ (Host)

อาหารที่นำเสนอผ่านรายการพ่อลูกเข้าครัว จะเน้นอาหารที่มีความเป็นสากลอันเป็นที่นิยมทั่วไปทั้งในระดับประเทศและระดับโลก

อิทธิพลของผู้ดำเนินรายการทั้ง 2 ท่านก็เป็นปัจจัยสำคัญในการเกิดการยอมรับของผู้ชมจนนำไปถึงขั้นตอนในการปฏิบัติจริง ม.ร.ว. ถนัดศรี เป็นผู้ที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในประเทศไทย เป็นเจ้าของสัญลักษณ์ เซลล์ชวนชิม และเป็นผู้ที่อยู่ในแวดวงของการแนะนำความอร่อยและเป็นผู้เชี่ยวชาญในการประกอบอาหารมานานหลายสิบปี ประกอบกับ ม.ล. ศิริเฉลิม ซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่ จบการศึกษาทางด้านอาหารมาจากต่างประเทศ ยิ่งทำให้เกิดความน่าเชื่อถือเป็นอย่างมาก

"ผมได้เปรียบคนอื่นเยอะ เพราะเรียนมาโดยตรง เพราะสื่อเป็น และเพราะเป็นลูก ถนัดศรี" ศิริเฉลิม สวัสดิวัฒน์, ม.ล. สัมภาษณ์ นิตยสารแพรว (25 มีนาคม 2543) หน้า 144.

"หมึกแดงเกิดในวัง โตในวัง กินแต่ของดีๆ กินอาหารชาววังมาโดยตลอด ลึนจึงคุ้นกับอาหารวังมาตลอดชีวิต" ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, ม.ร.ว. สัมภาษณ์ นิตยสารแพรว (25 พฤศจิกายน 2543) หน้า 256.

จากการให้สัมภาษณ์ ดังกล่าวข้างต้นเป็นการแสดงถึงการสนับสนุน ม.ล.ศิริเฉลิม ถึงการเป็นผู้รู้จริง หรือผู้ที่คุ้นเคยกับการกินอาหารที่ดี เพราะขึ้นชื่อว่า อาหาร "ชาววัง" ย่อมจะต้องดีและมีคุณภาพกว่าอาหารทั่วไป นับเป็นการตอกย้ำถึงเครดิตของคุณหมึกแดงโดยบิดาที่กำลังลดบทบาททางด้านนี้ของตนเองลงไปและส่งเสริมให้บทบาทของความเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านอาหารของลูกชายให้โดดเด่นขึ้นมาแทนที่

"ดูรายการของหมึกแดงก็ดูไปเรื่อย ๆ เพลิน ๆ ดี ... เขาชอบพูดไปหัวเราะไปค่ะ อาหารที่เขาทำให้ดูมันก็น่ากินดี แต่โอกาสทำคงลำบากเพราะส่วนใหญ่เป็นอาหารฝรั่ง อุปกรณ์เราไม่พร้อมเท่าเขา แต่บางอย่างก็พอเอามาลองทำบ้าง อย่างพวกคั่วกลิ้งอะไรอย่างนี้ค่ะ แต่ได้ความรู้ดีนะคะ" (นันท์นิ ธรรมโชติ, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2545)

"ขอบคุณพ่อลูกคู่นี้ค่ะ เพราะบางอย่างของโบราณของชาววัง เราไม่ค่อยรู้ ไม่เคยได้สัมผัส พอเขาเล่าให้ฟังในรายการก็เลยได้รู้ ส่วนอาหารที่เขาทำส่วนใหญ่ ก็ดู ๆ ไว้ บางอย่างก็พอทำตามได้ก็ลอง ๆ ทำบ้างค่ะ" (ปิยะนันท์ หมั่นเพียรการ, สัมภาษณ์ 5 มีนาคม 2545)

2. การโฆษณาสินค้า เป็นเนื้อหาแอบแฝงมากับช่วงต่าง ๆ ของรายการซึ่งทั้ง 2 รายการเป็นรายการที่ผลิตโดยองค์กรเอกชน ดังนั้นรายได้จากการโฆษณา จึงนับว่าเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับทางรายการ ทำให้ผู้ผลิตจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับผู้สนับสนุนรายการ และหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะนำเสนอการโฆษณาควบคู่ไปกับเนื้อหาของรายการ จากกรณีวิเคราะห์พบว่า

รายการเคาะกระทะนั้น จะสามารถเห็นการโฆษณาได้ชัดเจน จากช่วงของการสาธิตทำอาหารทั้งคาวและหวาน เพราะการสาธิตจะใช้ผลิตภัณฑ์จากผู้สนับสนุนรายการเป็นส่วนประกอบในการสาธิตทุกครั้ง ซึ่งพิธีกรจะกล่าวเน้นและย้ำถึงตราสินค้าและคุณภาพอยู่อย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งยังมีช่วงพิเศษของสินค้าบางรายการอยู่หลายช่วงด้วยกัน เช่น "อร่อยมหัศจรรย์กับอีฟ" "อร่อยครบรสกับน้ำปลาตราเสาวรส" "เฟิสท์เปิดฝา" หรือ "Slim & smart by sealect tuna" เป็นต้น

ประโยชน์ที่มักจะได้ยินบ่อย ๆ ผ่านทางรายการเคาะกระทะ เช่น "น้ำมันพืช ตรา มรกตฝาสีเหลือง เป็นน้ำมันถั่วเหลืองใช้สำหรับผัดผัดผัดเขียว เป็นน้ำมันปาล์มใช้สำหรับทอดผัดทอด เป็นน้ำมันเมล็ดดอกทานตะวัน เพิ่มวิตามินอี ปราศจากคอเลสเตอรอล" หรือ "หม้อของเฟิร์สเนี่ยของเค้าดีนะ ช่วยประหยัดพลังงานเพราะร้อนเร็ว และกระจายความร้อนได้ดี" เป็นต้น

"การตอกย้ำ ๆ ๆ น่าจะมีผลกับคนดู เอ็ดดูเคท (Educate) มากขึ้นและเราเองก็มีสื่ออื่นซัพพอร์ต (Support) น่าจะเพียงพอเรียกว่าเป็นเอ็ดดูเคชันแนลแอด (Educational Ad) ในแง่ฮาวทู (How to) ต้องใช้โพรเฟสชันแนล (Professional) ในการตอกย้ำผ่านแมสมีเดีย (Mass Media) ซึ่งก็ได้ผลนะครับ เพราะมันทำให้ยอดขายน้ำมันปาล์มฝาสีเขียวของมรกตขายดีเป็นอันดับหนึ่ง แชร์ (Share) ตลาดอยู่ 40 เปอร์เซ็นต์ เพราะคนไทยชอบกินของทอดและเขาเข้าใจว่าปาล์มใช้ทอดดีกว่านะ ซึ่งแม้แต่คุณหมึกแดงเองก็ยังยอมรับตรงจุดนี้ว่า การใช้ใช้น้ำมันปาล์มทอดนั้น คุณภาพอาหารจะกรอบได้นานกว่า นับเป็นการคอมเฟิร์ม (Confirm) ว่ามันจริงนะ ไม่ใช่เรื่องโฆษณาล้อเล่น ๆ " (อัสนี มาลัมพูช, ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดบริษัทมรกต อินดัสตรีส์ สัมภาษณ์, 17 มิถุนายน 2545)

ผู้ดำเนินรายการพยายามส่งข้อความที่เป็นการบอกถึงคุณภาพและสรรพคุณของสินค้าที่ให้การสนับสนุนอยู่เสมอ เพื่อเป็นการตอกย้ำให้ผู้ชมได้รับรู้ถึงคุณภาพและจดจำตราสินค้าต่าง ๆ ได้

การศึกษาถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เป็นปัจจัยสำคัญในการสื่อสารนั้นคือ ความสัมพันธ์ของการ ให้ความรู้ (Knowledge) แก่ผู้รับสารเพื่อที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude) ของผู้รับสาร ซึ่งจะนำไปสู่การยอมรับหรือเปลี่ยนแปลงความเชื่อ (Beliefs) เพื่อที่จะทำให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Behavior) จนนำไปถึงการปฏิบัติ (Practice) ของผู้รับสาร

รายการทั้ง 2 รายการมีความพยายามที่จะให้ความรู้กับผู้ชม ทั้งความรู้ทั่วไปที่ปราศจากความมุ่งหวังทางด้านการโฆษณาสินค้า และรวมถึงความรู้ที่จะมุ่งหวังให้ผู้ชมทราบถึงวิธีการใช้สินค้าของผู้สนับสนุนรายการ อย่างถูกต้องโดยใช้ตนเอง คือ ตัวผู้ดำเนินรายการเองซึ่งเป็นที่ยอมรับของผู้ชมอยู่แล้วนั้นเป็นผู้ตอกย้ำ หรือ รับรองคุณภาพของสินค้า เพื่อที่จะทำให้ผู้ชมเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ จนไปถึงขั้นการยอมรับและนำไปทดลองจนถึงขั้นนำไปปฏิบัติจริง ๆ

จากแนวคิดเรื่องการเปลี่ยนแปลงของสังคม (Social Change) Roger ได้กล่าวว่าการส่งสารซ้ำหลาย ๆ ครั้ง จะทำให้สารนั้นถูกยอมรับโดยผู้รับสารมากขึ้น ซึ่งทำให้ผู้รับสารจำเนื้อหาได้ดีขึ้น และสารนั้นจะมีประสิทธิภาพในการจูงใจเพิ่มขึ้นอีกด้วย

“ผมสนับสนุนอาจารย์ยิ่งศักดิ์ มาโดยตลอด ตั้งแต่อาจารย์เริ่มเปิดโรงเรียน... อาจารย์ใช้แบ่งสาลีของผมประกอบการสอนในโรงเรียนอาจารย์มาตั้งแต่แรก เมื่ออาจารย์ทำนิตยสาร FOOD NEWS ทางบริษัท ก็ซื้อหน้าโฆษณาที่ปกมาจนถึงปัจจุบันและเมื่ออาจารย์ทำรายการโทรทัศน์ ทางบริษัท ก็ตามมาสนับสนุนอีกอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการสร้าง Awareness ที่ชัดเจนให้กับผู้บริโภคว่า แบ่งสาลี ที่มีคุณภาพถูกใจอาจารย์ยิ่งศักดิ์ นั่นคือ แบ่งสาลีในเครืออุตสาหกรรมแบ่งข้าวสาลีไทย หรือ TFM ... ซึ่งแบ่งการใช้งานตามประเภทของงานเบเกอรี่ เช่น ถ้าจะทำเค้กต้องใช้แบ่งสาลีตราการบิน ถ้าจะทำขนมปังต้องใช้ตรายานอวกาศ ถ้าเป็นแบ่งเอนกประสงค์ต้องใช้ตราคน” พรชัย ศรีชัยยงพานิช, ประธานบริหารบริษัทอุตสาหกรรมแบ่งข้าวสาลีไทย มาร์เก็ตติ้ง จำกัด สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2545.

รายการพ่อลูกเข้าครัว ก็จะมีการแฝงการโฆษณาสินค้าเข้ามาไม่น้อยเช่นกัน แต่จะไม่พบการนำชื่อผลิตภัณฑ์มาตั้งชื่อช่วงมากนัก แต่ก็มีบ้างเช่น “รู้หมดเปลือกกับมาลี” “ภูเขาทองมอบโชค” เป็นต้น และพิธีกรเองก็จะมีการพูดเน้นย้ำถึงตราสินค้าและคุณภาพอย่างสม่ำเสมอเช่นกัน

นอกเหนือจากการพยายามโน้มน้าวใจ ด้วยการสร้างความรู้ความเข้าใจ (Knowledge) ความเชื่อ และทัศนคติ (Attitude) โดยการตอกย้ำตราและคุณภาพสินค้ารวมถึงการรับประกันความอร่อย โดยการใช้ตัวเองเป็น Presenter แล้วทั้ง 2 รายการยังใช้กลยุทธ์ (Strategy) ในการเปิดโอกาสให้ผู้ชมทางบ้านได้เข้ามามีส่วนร่วมกับทางรายการด้วยการร่วมสนุกกับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อลุ้นรับรางวัล

Roger : 1983 ได้เสนอวิธีแก้ K.A.P. gap ไว้ 4 วิธีคือ

1. การให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้ (How to) ให้มากขึ้น
2. ให้คำแนะนำในการปฏิบัติ
3. การให้รางวัลแก่ผู้ยอมรับ
4. การใช้กลยุทธ์โน้มน้าวใจ

จากทฤษฎีดังกล่าว จะเห็นได้ว่าผู้ดำเนินรายการได้ใช้การสอนผ่านสื่อเพื่อเน้นการให้ความรู้เกี่ยวกับการปรุงอาหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้คำแนะนำรวมถึงการนำเสนอสูตรอาหารแบบใหม่ ๆ โดยใช้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่สนับสนุนอย่างต่อเนื่องในทุกสัปดาห์

หยิบจับสินค้า ฉีกซอง ให้ผู้ชมได้เห็นประกอบกับการพูดเพื่อตอกย้ำถึงคุณภาพของสินค้า ช้ำ ๆ โดยมีความมุ่งหวังที่จะให้ผู้ชมยอมรับและนำไปปฏิบัติตาม เช่น "ต้องใส่เนยออร์คินนะ ตำรับนี้... เพราะเนยออร์คินจะทำให้สังขยาตำรับนี้หอมอย่าบอกใครเชียวน"

และเมื่อรายการในรูปแบบนี้ได้ดำเนินไประยะหนึ่ง ทางรายการก็เปิดโอกาสให้ผู้ชมส่งจดหมายหรือไปรษณียบัตร มาร่วมสนุกในช่วงต่าง ๆ โดยมีความมุ่งหวังให้ผู้ชมเกิด Awareness เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าที่สนับสนุนรายการอยู่ เช่น เปิดโอกาสให้ผู้ชมส่งจดหมายบอกอาหารสูตรเด็ดของแต่ละบ้าน โดยมีข้อแม้ว่า จะต้องมีส่วนผสมของน้ำปลาแท้ตราเสาวรส มาด้วย ส่งมาในช่วงของ "อร่อยครบรสกับน้ำปลาแท้ตราเสาวรส" เป็นต้น และหากจดหมายฉบับใดได้รับเลือกจากทางรายการ ทีมงานก็จะติดต่อเพื่อไปถ่ายทำสูตรเด็ดถึงบ้าน โดยผู้ถูกคัดเลือกจะได้รับเงินรางวัลมูลค่า 2,000.- บาท และได้รับผลิตภัณฑ์น้ำปลาแท้ตราเสาวรสไว้ใช้อีกด้วย

รายการพอลูกเข้าครัวก็มีช่วงรู้หมดเปลือกว่ามาลีที่มีการใช้ การเปลี่ยนพฤติกรรมด้วยการมอบรางวัลในรูปแบบของการจับฉลากชิงโชค โดยให้ผู้ชมส่งฝากระป๋องของผลิตภัณฑ์มาลี มาพร้อมชื่อที่อยู่ เพื่อชิงรางวัลไปทัวร์กับคุณหมึกแดงที่ต่างประเทศ

สถานีโทรทัศน์ที่ออกอากาศ สำหรับรายการเคาะกระทะออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ซึ่งทางสถานีมีอิทธิพลกับทางรายการในการกำหนดเวลาในการออกอากาศมาให้ ทำให้ส่งผลกระทบต่อรายการมากพอสมควร เนื่องจากรายการเคาะกระทะออกอากาศในช่วงเวลา 8.00 – 9.00 น. ของวันจันทร์เป็นช่วงที่คนออกไปทำงานหรือเรียนหนังสือ ตั้งแต่เช้า ผู้ที่ทำงานจึงไม่สามารถติดตามรายการเคาะกระทะได้ ผู้ที่สามารถติดตามได้อย่างต่อเนื่องคือ กลุ่มของแม่บ้านทำให้การนำเสนอเนื้อหาต้องถูกคัดเลือกอย่างดี เพื่อความเหมาะสม และยังคงระมัดระวังในเรื่องการโฆษณา และการที่ คณะกรรมการตรวจพิจารณาของสถานี (Censor) ค่อนข้างเข้มงวดจึงไม่สามารถบอกคำขวัญโฆษณา (Slogan) ของสินค้าได้



ส่วนรายการพอลูกเข้าครัวออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีในเวลาเดิมคือ วันเสาร์ เวลา 11.00 – 12.00 น. โดยต่อมาได้ถูกเปลี่ยนเวลาเป็น 17.00 – 18.00 น. ในวันอาทิตย์ ซึ่งช่วงเวลาดังกล่าวไม่ว่าจะเป็นเวลาเดิมหรือเวลาใหม่ ล้วนแล้วแต่เป็นช่วงเวลาที่ดีและเหมาะสม กล่าวคือ เวลาเดิมเป็นเวลาก่อนอาหารกลางวัน และเวลาใหม่ก็เป็นเวลาก่อนอาหารเย็น ถือว่าเหมาะสมเป็นอย่างยิ่ง และด้วยเวลาลักษณะนี้ สามารถทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกคล้อยตามได้เป็นอย่างดี อีกทั้งสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ก็ไม่ได้เข้มงวดในเรื่องการควบคุมมากนัก จึงทำให้สามารถนำเสนอรายการได้ค่อนข้างอิสระ และสามารถตอกย้ำคุณภาพและคำขวัญของสินค้า ได้อย่างเต็มที่อีกด้วย

จากการศึกษาเปรียบเทียบรายการเคาะกระทะ กับรายการสอนทำอาหารทางโทรทัศน์ของต่างประเทศที่ผู้วิจัยได้มีโอกาสรับชมทางสถานีโทรทัศน์ ยูบีซี ช่องซีรีส์ (UBC SERIES) หลายรายการด้วยกัน ประกอบด้วยรายการดังนี้

- Rosemary Castle Cook (โรเซมาเรีย คาสเชิล คูก)

เป็นรายการที่ออกอากาศทาง UBC SERIES ทุกวันจันทร์ เวลา 23.00 น. วันพุธ เวลา 19.00 น. และวันพฤหัสบดีเวลา 11.30 น. ที่จะมีผู้ดำเนินรายการหลักคือ โรเซมาเรีย (Rosemary) เป็นเชฟที่มีชื่อเสียง ใช้ปราสาทเก่าแก่ในประเทศสกอตแลนด์ (Scotland) เป็นที่สอนและใช้เป็นฉากในการถ่ายทำรายการ โดยหาชื่อวัตถุดิบ (Ingredients) หรือส่วนประกอบสำคัญต่างๆ ที่จำเป็นในการทำอาหารในแต่ละสัปดาห์ ก่อนที่จะสอน และสาธิตวิธีการทำ

- Cook Like A Chef (คูกไลค์อะเชฟ)

เป็นรายการที่ออกอากาศทาง UBC SERIES ทุกวันอาทิตย์ เวลา 13.30 น. โดยจะมีเชฟชื่อดังมาเป็นผู้สาธิตและสอนเทคนิคของทางกรรมวิธีในการประกอบอาหารไทยจะเริ่มตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบ การเตรียมอุปกรณ์จนถึง ขั้นตอนในการปรุงอาหารแบบมืออาชีพ

- Rick Stein's Fruit Of The Sea (ริคสไตน์ฟรุตออฟเดอะซี)

เป็นรายการที่ออกอากาศทาง UBC SERIES ทุกวันพฤหัสบดี เวลา 23.00 น. โดย Rick Stein เชฟที่ได้รับรางวัล (Award Winning Chef) เป็นผู้ดำเนินรายการ และผู้สาธิตโดยจะเริ่มตั้งแต่การนำเที่ยว เล่นถึงประวัติความเป็นมาของอาหารในแต่ละตำรับที่จะนำเสนอ ไปจนถึงการสาธิตแสดงวิธีทำ และยังมีการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ รวมถึงการไปเลือกรับประทานอาหารตามสถานที่ต่างๆ ก่อนที่จะกลับมาสาธิตวิธีการทำอีก 1 ตำรับ ในแต่ละตอน

จากการศึกษาเปรียบเทียบ ผู้วิจัยไม่พบว่ามีรายการสอนทำอาหารของต่างประเทศ รายการใดเลยที่มีผู้สนับสนุนรายการ (Sponsors) แทรกการโฆษณาอยู่ในเนื้อหาของรายการ (In-Program) และภาพที่ปรากฏตลอดระยะเวลาในการนำเสนอรายการไม่ว่าจะเป็นช่วงใด ก็เป็นภาพที่ไม่มีสินค้ายี่ห้อหนึ่ง วางอยู่ในฉาก หรือแม้แต่จะเป็นการหยิบผลิตภัณฑ์เหล่านั้นขึ้นมาใช้ในการประกอบอาหาร หากจะมีการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นเครื่องปรุงก็จะใช้แบบเป็นธรรมชาติและกล่องจะไม่ได้จับภาพของตราสินค้าเพราะเป็นการใช้เครื่องปรุงธรรมดาไม่ใช้การใช้สินค้าตามสัญญา (Contract)

ผู้วิจัยสามารถนั่งชมรายการทุกรายการดังกล่าวข้างต้นตั้งแต่ต้นจนจบรายการด้วยความรู้สึกเพลิดเพลินไปกับการนำเสนอรายการโดยไม่มีโฆษณา ในรายการมาคั้น อีกทั้งยังไม่มีการโฆษณา ในลักษณะที่พบเห็นได้ทั่วไปในสรรพคุณของสินค้าในช่วงต่างๆอีกด้วย

เมื่อผู้วิจัยเปรียบเทียบในลักษณะของภาพหรือมุมกล้องที่นำเสนอรายการ Cook Like a Chef น่าจะเป็นรายการที่สามารถนำเสนอภาพในแง่ของการสาธิตหรือการสอนด้วยการแสดงวิธีการทำให้อูได้สมบูรณ์ที่สุดเนื่องจากเป็นรายการเดียวที่ใช้การถ่ายทำในสตูดิโอ (Studio) ที่มีการสร้างฉากที่เหมาะสม และสามารถควบคุมแสง และมุมกล้องได้เป็นอย่างดีเพราะ Studio จะมีเพดานที่สูง และสามารถนำเสนอภาพจากมุม 90 องศา จากด้านบนลงมาได้อย่างสะดวก ในขณะที่รายการอื่นๆ คือ Rosemary Castle Cook และ Rick Stein's Fruit of The Sea จะใช้ครัวที่เป็นครัวสำเร็จรูปในสถานที่ต่างๆ ในการถ่ายทำ ดังนั้นทำให้มุมของภาพ และการจัดแสงมีข้อจำกัดค่อนข้างมาก

แต่เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับรายการเคาะกระทะซึ่งช่วงของการสาธิตทำอาหารที่อาจารย์ยังคงดี ใช้วิธีการสอนโดยการแสดงวิธีการทำให้อูเช่นกัน ทั้งช่วง "มือพิเศษของคนพิเศษ" และ "หวานสนุกคลุกเส้นห่อ" ที่ใช้การถ่ายทำใน สตูดิโอ (Studio) เช่นกันนั้นจะเห็นได้ชัดว่าภาพและแสงของรายการเคาะกระทะ ยังไม่สมบูรณ์เท่าที่ควร กล่าวคือแสงที่ใช้ในการถ่ายทำไม่ทำให้ภาพของอาหารดูน่ารับประทานมากเหมือนอย่างรายการต่างประเทศ และมุมกล้องก็จะมีมุมกล้องในลักษณะที่คล้ายกับรายการ Cook Like a Chef อยู่บ้างเช่นมุมกล้องก็จะมีมุมกล้องที่ถ่ายทำมาจากด้านบน หรือการใช้กล้องที่ตาก้องใช้เทคนิคในการถ่ายทำแบบ Hand Held คือการใช้มือถือกล้องแบบฟรีสไตล์ เพื่อความสะดวกในการเคลื่อนที่เข้าหาวัตถุที่ต้องการถ่ายทำ จึงทำให้สามารถถ่ายภาพในระยะใกล้มาก (Close Up) ขณะที่ทำการสาธิตอยู่ และรายการ Cook Like a Chef ก็มีภาพในลักษณะนี้เช่นกัน

และเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับรายการฟู้ดลูกเข้าในช่วงของการสาธิตทำอาหารคือ ช่วง "เจาะลึกสูตรเด็ด " และ "Product Hi-Light" ที่ใช้การถ่ายทำในห้องส่ง หรือ สตูดิโอ (Studio) เช่นกันนั้นรูปแบบในการสาธิตก็มีความคล้ายคลึงกับรายการ Cook Like a Chef แต่เมื่อการศึกษาวิจัยเปรียบเทียบในแง่ของมุมมองแล้วจะพบว่าความสมบูรณ์ของภาพ จากช่วงทั้ง 2 ช่วงนี้ ยังขาดความสมบูรณ์อีกมากเมื่อเปรียบเทียบกับรายการ Cook Like a Chef ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของแสง หรือ มุมกล้องที่ใช้ ซึ่งรายการฟู้ดลูกเข้าครัว ไม่มีมุมมอง 90 องศา ที่ถ่ายภาพจากด้านบน ที่จะใช้ในการ เจาะการถ่ายทำลงไปในภาชนะ หากยังคงใช้ ความสามารถของพิธีกร ผู้สาธิตจะเป็น ผู้ขยับวัตถุเข้าหากล้อง จึงทำให้ภาพที่ผู้ชมได้รับชมนั้นไม่สมบูรณ์หรือไม่ Smooth นั่นเอง

ภาพในการนำเสนออาหารเมื่อจบการสาธิตแล้วนั้นรายการ Cook Like a Chef จะมีลักษณะของภาพที่ค่อนข้างแตกต่างจากรายการอื่นๆ กล่าวคือภาพจาก Cook Like a Chef จะมีการเคลื่อนไหว อาหารที่ทำเสร็จแล้วจะหมุนอยู่รอบตัว 360 องศา และจะมีการตกแต่งด้วย เทคนิคพิเศษ ทำให้อาหารดูสวยงามน่ารับประทานมากกว่าปกติ โดยผู้วิจัยได้มีโอกาสศึกษาการ ถ่ายภาพของตำราสอนทำอาหารที่จะใช้เทคนิคในการทำอาหารเพื่อใช้ในการถ่ายภาพทำให้อาหารแต่ละอย่างนั้นดูดีดูน่ารับประทานแต่ไม่อาจรับประทานได้เนื่องจากอาจมีการใช้ แลคเกอร์ (Lacquer) เคลือบเพื่อให้ดูมันวาว หรือเพิ่มสีลงไปให้อาหารจานนั้นดูมีสีสันเมื่อถูกแสงที่ใช้ในการถ่ายทำก็ไม่ทำให้สีสดดูซีดจางจนเกินไปนัก ในขณะที่รายการเคาะกระทะจะจบภาพของ อาหารคู่กับผู้สนับสนุน และอาจมีการจัดองค์ประกอบของภาพเพิ่มเติมด้วยอุปกรณ์ประกอบฉาก ต่างๆ (Properties) เช่นดอกไม้ หรือผ้าปูโต๊ะลวดลายต่างๆ และภาพจะเป็นภาพนิ่งไม่ได้เคลื่อนไหวหรือหากจะมีการเคลื่อนไหวก็เกิดจากการเคลื่อนไหวของกล้องไม่ใช่วัตถุ และอาหารที่ทำใน รายการเคาะกระทะที่นำมาใช้เป็นภาพของการจบการสาธิตก็เป็นจานเดียวกับที่สาธิตนั่นเองจึง เป็นอาหารที่สามารถรับประทานได้จริงไม่ได้ใช้เทคนิคในการตกแต่ง เพื่อความสมบูรณ์ของภาพ แต่อย่างใด และภาพของรายการฟู้ดลูกเข้าครัว ก็ใช้ภาพจบในลักษณะคล้ายกัน คือใช้การถ่าย ภาพระยะใกล้ (Close up) ไปยังอาหารที่ทำเสร็จสมบูรณ์แล้วโดยไม่ได้เน้นถึงความสวยงามหรือน่ารับประทานจนเกินไปแต่ในขณะที่ภาพของรายการ Cook Like a Chef นั้นจะได้ภาพที่ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกว่าเห็นแล้วน่ารับประทานมากกว่าซึ่งเป็นหัวใจหลักสำคัญของรายการสอน ทำอาหาร

เมื่อศึกษาวิจัยเปรียบเทียบในแง่มุมมองของวิธีการสาธิต หรือวิธีการสอนด้วยการแสดงวิธีทำ นั้นรายการเคาะกระทะใช้วิธีคล้ายกับ Cook Like a Chef และ Rosemary Castle Cook ในช่วงที่ ต่างกัน ในช่วงของ "มือพิเศษกับคนพิเศษ" มีผู้ร่วมรายการมาร่วมอยู่ในช่วงของการสาธิตก็จริงแต่

ไม่ได้มีส่วนช่วยในการสอน แต่จะอยู่ร่วมรายการเพื่อสร้างความสนุกและเพื่อให้เกิดสีสันให้เหมาะกับรายการที่ออกอากาศในเวลา 08.00 น. เท่านั้น แต่จะมีคุณ ริสา เป็นพิธีกรร่วมที่เปรียบเสมือนเป็นผู้ช่วยในครัว และรายการพอลูกเข้าครัวจะมีคุณหมึกแดงเป็นหลักในการสาธิตโดยจะมี ม.ร.ว.ถนัดศรีอยู่ร่วมด้วยในฐานะของผู้เชี่ยวชาญอีกท่านหนึ่งที่จะเป็นผู้ให้ความคิดเห็น และความรู้เกี่ยวกับอาหารที่กำลังสาธิตอยู่ ไม่ได้อยู่ในฐานะผู้ช่วยในครัว ในขณะที่รายการ Cook Like a Chef จะมีเชฟเป็นผู้สาธิตเป็นหลัก และมีทีมงานที่เป็นผู้ช่วยยืนที่โต๊ะด้านหลังของฉาก และแต่ละคนก็มีหน้าที่ในการนำสิ่งต่างๆ ของตนเอง โดยจะไม่มีใครที่ว่างอยู่เลย และเมื่อใดก็ตามที่เชฟต้องการให้ผู้ช่วยมาช่วยสาธิตหรือช่วยทำในสิ่งที่เชฟกำลังอธิบายอยู่นั้นเชฟก็จะเรียกให้มายืนร่วมอยู่ที่โต๊ะสาธิตด้านหน้า และขณะที่เชฟอธิบายนั้นผู้ช่วยก็มีหน้าที่ทำในสิ่งที่เชฟพูด โดยภาพจะถ่ายระยะใกล้มาก (Close Up) ไปในภาพขณะที่ผู้ช่วยกำลังทำอยู่ ซึ่งการนำเสนอในลักษณะนี้ทำให้ง่ายต่อการเข้าใจของผู้ชมที่กำลังชมรายการไม่เกิดความสับสนว่า ณ ขณะนั้นๆ กำลังเสนอเรื่องใด และควรจะทำอะไร เพราะในรายการเคาะกระทะนั้นขณะที่คุณริสา กำลังทำในสิ่งที่อาจารย์ยิ่งศักดิ์ให้ทำนั้น อาจารย์ยิ่งศักดิ์ ก็จะหันหน้าไปทำอย่างอื่นและอธิบายในสิ่งที่ตนเองกำลังทำ ซึ่งบางครั้งภาพที่นำเสนอผ่านทางโทรทัศน์นั้น Producer ได้นำภาพที่คุณริสา กำลังทำมาตัดแทรก (Insert) ในช่วงเดียวกับที่อาจารย์ยิ่งศักดิ์กำลังจะอธิบายเรื่องอื่นอยู่ซึ่งหากผู้ชมไม่ตั้งใจชมอย่างต่อเนื่องอาจเกิดความสับสนได้ ซึ่งปัญหานี้เกิดขึ้นเนื่องจากข้อจำกัดของเวลาในการนำเสนอรายการที่เคาะกระทะมีเวลาสำหรับการนำเสนออาหาร 1 ตักรับในช่วงนี้เพียง 12 นาที และรายการพอลูกเข้าครัว จะมีคุณหมึกแดงเป็นผู้สาธิต เพียงผู้เดียวการลำดับภาพ จึงไม่ค่อยเกิดความสับสน แต่บ่อยครั้งที่ความชำนาญมากของคุณหมึกแดง ทำให้กล้องไม่สามารถจับภาพได้ทันก็อาจทำให้ผู้ชมไม่ได้มีโอกาสเห็นกรรมวิธีอย่างชัดเจนมากนัก และข้อจำกัดในด้านของระยะเวลาที่ใช้ในการออกอากาศนั้น รายการพอลูกเข้าครัว ก็มีเวลาเพียงตักรับละ 10 -12 เช่นกัน ในขณะที่ Cook Like a Chef มีเวลาถึง 30 นาที

สำหรับช่วง "หวานสนุกคลุกเสิร์ฟ" ที่ทางรายการเคาะกระทะได้ให้แขกรับเชิญรับบทบาทในช่วงนี้เป็นนักเรียน และใช้วิธีการสาธิตโดยการสอน และแสดงวิธีทำให้ดูแล้วให้นักเรียนปฏิบัติตามนั้น มีความคล้ายคลึงกับรายการ Rosemary Castle Cook ซึ่งในรายการของ เชฟ Rosemary นั้นจะมีนักเรียนมาร่วมเรียนครั้งละ 4-5 ท่านซึ่งทำให้การนำเสนอที่ค่อนข้างที่จะมีความสับสนและวุ่นวายพอสมควร ผู้ชมต้องมีความตั้งใจในการรับชมเป็นอย่างมากเพราะในการสาธิตจะไม่ได้พูดอยู่ท่านเดียว ผู้ร่วมรายการต่างมีส่วนร่วมในการสนทนาดังนั้นจึงทำให้ความสนใจในถูกเบี่ยงเบนไปได้ค่อนข้างมาก ในรายการพอลูกเข้าครัวจะมีช่วงคล้ายคลึงกันในแง่ของการเรียนการสอนแบบเป็นกลุ่มคือช่วงของ ครัวสร้างคน ที่คุณหมึกแดงจะสอนนักเรียนจาก

สถาบันราชภัฏสวนดุสิต ครั้งละ 4-5 ท่าน แต่ในช่วงนี้คุณหมึกแดงจะเป็นผู้สอนอยู่ท่านเดียว และนักเรียนจะยืนฟังโดยไม่ได้มีการลงมือทำไปพร้อมกับการสอน และหากนักเรียนจะสนทนา ก็จะเป็นการถามคำถามให้คุณหมึกแดงตอบ จึงไม่เกิดความซุกมุ่นวุ่นวายในครัว และเนื้อหาของการสอนในช่วงนี้จะเป็นการสอนเทคนิค หรือเคล็ดลับในงานครัว เล็กๆ น้อยๆ ไม่ใช่การสอนทำอาหารแบบจริงจัง

หากมองในแง่ของเวลาที่ใช้ในการนำเสนอรายการ Rosemary Castle Cook ได้ให้เวลากับเนื้อหาของรายการในช่วงนี้ประมาณ 20 นาที ในขณะที่รายการเคาะกระทะให้เวลากับเนื้อหาในช่วงนี้ประมาณ 10-12 นาที รายการพอลูกเข้าครัวให้เวลากับเนื้อหาช่วงนี้ประมาณ 5 นาที เท่านั้นดังนั้นกรรมวิธีในการแสดงให้เห็นถึงวิธีการประกอบอาหารนั้นรายการ Rosemary Castle Cook สามารถให้รายละเอียดได้มากกว่า และยังไม่ถูกเนื้อหาในส่วนของการบรรยายสรรพคุณต่างๆ ของผู้สนับสนุนดึงดูดความสนใจไปอีกด้วย

หากเปรียบเทียบทั้ง 2 รายการคือ Rosemary castle Cook กับ Cook Like a Chef ผู้วิจัยพบว่ารายการ Cook Like a Chef สามารถทำให้ผู้ชมได้รับความรู้และเกิดความเข้าใจในเนื้อหาของรายการได้ดีกว่า อีกทั้งยังไม่มีผู้ร่วมรายการที่เป็นนักเรียนมาเป็นส่วนทำให้เกิดความสับสนในการนำเสนอ

ส่วนรายการ Rick Stein's Fruit of the Sea นั้นผู้วิจัยพบว่ารูปแบบในการแบ่งช่วงต่างๆ ของรายการ เช่นช่วงสาธิตทำอาหาร ช่วงนำเที่ยว หรือแม้แต่ช่วงของการแนะนำร้านอาหารต่าง ๆ นั้นมีรูปแบบที่คล้ายคลึงกับ รายการพอลูกเข้าครัวมาก และผู้ดำเนินรายการ Rick Stein นั้นก็มีบุคลิกภาพในรายการที่แสดงออกถึงความเป็นกันเองสบายๆ การแต่งกายในรายการถึงแม้ว่าตัวเขาจะเป็นพ่อครัวที่เคยได้รับรางวัล (Award Winning Chef) มาก็ตามเขาจะเลือกที่จะแต่งตัวสบายๆ ใส่เสื้อเชิ้ตพิมพ์ลายแขนสั้น ในการดำเนินรายการนั้นคุณหมึกแดงก็มักจะสวมเสื้อเชิ้ต พิมพ์ลาย แขนสั้น เช่นกัน

เนื้อหาของรายการพอลูกเข้าครัว และ Rick Stein's Fruit of the Sea ที่มีความคล้ายคลึงกันในช่วงของการนำเที่ยว และแนะนำร้านอาหารนั้น รายการ Rick Stein's Fruit of the Sea สามารถนำเสนอ สถานที่ท่องเที่ยวได้สวยงามกว่ามาก ในที่นี้ผู้วิจัยหมายถึงในแง่ของลักษณะของภาพที่นำเสนอ มิได้หมายถึง ภูมิประเทศ หรือสถานที่ เพราะภาพจากรายการ Rick Stein's Fruit of the Sea นั้นจะมีมุกกล้องที่หลากหลาย มีภาพที่เป็นภาพจากมุมสูงที่ถ่ายลงไปให้

เห็นลักษณะภูมิประเทศ และบางครั้งภาพมุมสูงยังเป็นภาพเคลื่อนไหวให้ความรู้สึกเหมือนการมองลงมาจากเฮลิคอปเตอร์ในขณะที่กำลังบินอยู่ด้วย ซึ่งภาพในลักษณะนี้จะต้องมีการลงทุนที่สูงกว่ามาก ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้รายการพ่อลูกเข้าครัวไม่สามารถนำเสนอภาพในลักษณะเดียวกันนี้ได้

ส่วนในการแนะนำอาหารอร่อยจากร้านต่างๆ นั้น ภาพและเสียงของรายการ Rick Stein's Fruit of the Sea ก็สามารถนำเสนอได้น่าสนใจมาก ทั้งนี้ภาพบรรยากาศโดยรวมและอาหารที่น่าเสนอนั้นดูน่ารับประทานมาก ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการนำเสนอรายการประเภทนี้ ในขณะที่ภาพของรายการพ่อลูกเข้าครัวนั้นพาไปในร้านอาหารที่เน้นเฉพาะความอร่อยไม่ได้เน้นบรรยากาศ และภาพที่ออกมานั้นเป็นภาพที่ไม่สมบูรณ์เท่าที่ควรเพราะผู้ผลิตไม่ได้ให้ความสำคัญกับช่วงนี้มากไปกว่าการแนะนำ ร้านอาหารอร่อยเพื่อมอบป้าย หมึกแดงโกด์ ที่เป็นป้ายรับประกันความอร่อยให้กับทางร้าน ในลักษณะเดียวกับป้ายเซลล์ชวนชิม ของ ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ บิดาคุณหมึกแดง

จากผลการวิเคราะห์กรณีศึกษาเปรียบเทียบรายการพ่อลูกเข้าครัวกับรายการสอนทำอาหารทางโทรทัศน์ของต่างประเทศที่ผู้วิจัยได้มีโอกาสรับชมทางสถานีโทรทัศน์ยูบีซี ช่อง ซีรีส์ (UBC SERIES)หลายรายการดังที่ได้กล่าวไว้ในตอนท้ายของบทที่ 4 คือรายการ

- Rosemary Castle Cook
- Cook like a chef
- Rick Steins Fruit of the sea นั้น

ดังที่ได้กล่าวไว้ในตอนท้ายของบทที่ 4 ว่าไม่มีรายการสอนทำอาหารทางโทรทัศน์ของต่างประเทศรายการใดเลยที่มีผู้สนับสนุนรายการ (Sponsors) แทรกการโฆษณาอยู่ในเนื้อหาของรายการ (In-Program) และภาพที่ปรากฏตลอดระยะเวลาในการนำเสนอรายการไม่ว่าจะเป็นช่วงใดก็เป็นภาพที่ไม่มีสินค้ายี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่งวางอยู่ในฉากหรือแม้แต่จะเป็นการหยิบผลิตภัณฑ์เหล่านั้นขึ้นมาใช้ในการประกอบอาหาร

จากการศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบของรายการพ่อลูกเข้าครัวกับรายการของต่างประเทศพบว่า รูปแบบและ Concept ของรายการพ่อลูกเข้าครัวค่อนข้างที่จะมีความคล้ายคลึงกับรายการ Rick Stein's Fruit of the Sea เป็นอย่างมากไม่ว่าจะเป็นบุคลิกภาพของผู้ดำเนินรายการ การแต่งกาย และรายละเอียดของการแบ่งช่วงของรายการก็มีความคล้ายคลึงกัน

แต่ในขณะเดียวกันช่วง "เจาะลึกสูตรเด็ด" และ "Product Hi-Light" ก็มีความคล้ายกับรายการ Cook Like a Chef เช่นกัน เมื่อศึกษาวิจัยเปรียบเทียบในแง่มุมมองของมุมมองแล้ว ความสมบูรณ์ของภาพจาก ช่วงทั้ง 2 ช่วงนี้ยังขาดความสมบูรณ์อีกมากเมื่อเทียบกับ Cook Like a Chef ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของแสง หรือมุมมองที่ซ้ำ และรายการพ่อลูกเข้าครัวไม่มีมุมมอง 90 องศา จากด้านบนที่จะใช้ในการเจาะการถ่ายทำลงไปในภาชนะหากยังคงใช้วิธีการขยับวัตถุเข้า โดยให้ผู้สาคิดเป็นผู้ขยับจึงทำให้ภาพที่ผู้ชมได้รับชมนั้นไม่สมบูรณ์เท่าที่ควร