

อิทธิพลความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าวและรูปแบบการนำเสนอ
ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของ
เจนเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์

The Influence of News Anchors Credibility and Presentation Styles on the
News Viewing Behavior of Baby Boomer Generation

¹ธนวัฒน์ เกษไธสง, ²ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว และ ³ทักษยา วัชรสารทรัพย์

¹Thanawat Ketthaisong, ²Saranthorn Sasithanakornkaew, and ³Taksaya Watcharasarnsap

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Faculty of Humanities, Kasetsart University, Thailand

E-mail: ¹thanawat.kett@ku.th, ²saranthorn.s@ku.th, ³taksaya.w@ku.ac.th

Received March 18, 2026; Revised April 20, 2026; Accepted May 20, 2026

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของเจนเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ตามลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน (เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้) 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าวและรูปแบบการนำเสนอรายการข่าวกับพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของเจนเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ และ 3) เพื่อศึกษาความอิทธิพลของความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าวและรูปแบบการนำเสนอรายการข่าวที่มีต่อพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือเจนเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์จำนวน 400 คนที่มีประสบการณ์ในการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามทั้งออนไลน์และออฟไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทางประชากร (เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้) ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการรับชมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างขึ้นอยู่กับความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าว โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการรับชม ($r = 0.829$) และความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการนำเสนอรายการข่าวและพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ ($r = 0.848$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งสองปัจจัยรวมกันอธิบายความแปรผันของพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวได้ถึง 73.3% (Adjusted $R^2 = 0.733$) และมีผลกระทบทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยรูปแบบการนำเสนอรายการข่าวโทรทัศน์มีอิทธิพลมากที่สุด ($\beta = 0.554$) รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าว ($\beta = 0.319$)

คำสำคัญ: เจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์; ความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าว; พฤติกรรมการรับชมข่าว; รูปแบบการนำเสนอ

Abstract

This study aimed to 1) compare differences in news-watching behavior among the Baby Boomer generation based on demographic characteristics (gender, education level, occupation, and income); 2) examine the relationship between news presenter credibility and news presentation format with news-watching behavior; and 3) investigate the predictive influence of news presenter credibility and news presentation format on news-watching behavior. This research employed a quantitative approach with a sample of 400 Baby Boomers who had experience watching television news programs. Data were collected through both online and offline questionnaires and analyzed using descriptive and inferential statistics. Results revealed that demographic characteristics did not significantly affect news-watching behavior. In contrast, news presenter credibility ($r=0.829$) and news presentation format ($r=0.848$) showed strong positive relationships with news-watching behavior. Both variables together explained 73.3% of the variance (adjusted $R^2=0.733$). The news presentation format had the strongest predictive influence ($\beta=0.554$), followed by news presenter credibility ($\beta=0.319$), with statistical significance at the 0.05 level.

Keywords: Baby Boomer Generation; News Presenter Credibility; News Watching Behavior; Presentation Format

บทนำ

การสื่อสารเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารระหว่างสาธารณะกับองค์กร รวมถึงการมีบทบาทสำคัญในการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์ปัจจุบัน โดยเฉพาะการสื่อสารผ่านสื่อโทรทัศน์ที่เป็นแหล่งข้อมูลที่สะท้อนเหตุการณ์ทันต่อเวลาและเป็นที่ยอมรับในสังคมในปัจจุบัน (Cha, 2025) สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ โดยเฉพาะเจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer Generation) ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2489 – 2507 (อายุ 61 – 79 ปี) สื่อโทรทัศน์ยังคงเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารหลักที่พวกเขาใช้ในการรับข่าวสารจากสถานีต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ ถึงแม้ว่าปัจจุบันจะมีการเติบโตของสื่อออนไลน์และดิจิทัลที่มีผลต่อพฤติกรรมการรับชมข่าว แต่สื่อโทรทัศน์ยังคงรักษาความนิยมและความสำคัญ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุที่มักจะมีข้อจำกัดในการเข้าถึงเทคโนโลยีสมัยใหม่ (United Nations, 2024) การรับชมข่าวผ่านโทรทัศน์ในกลุ่มเจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์นั้น มีการติดตามข่าวสารที่ทันเหตุการณ์ผ่านรายการข่าวสด ที่มักจะนำเสนอข้อมูลผ่านการถ่ายทอดสด

ซึ่งถือเป็นวิธีที่สะดวกและตรงไปตรงมา โดยผู้สูงอายุมักมองว่าการรับชมข่าวจากผู้ดำเนินรายการที่มีความน่าเชื่อถือจะช่วยให้พวกเขามีความมั่นใจในข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ (Li, 2025; TV Digital Watch, 2025) ผู้สูงอายุในกลุ่มนี้ยังคงพึ่งพาโทรทัศน์ในรูปแบบดั้งเดิม (เครื่องรับโทรทัศน์แอนะล็อก) มากกว่าสื่ออื่น ๆ ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้พวกเขาสามารถติดตามข่าวสารและสร้างความเชื่อมโยงกับสมาชิกในครอบครัวหรือชุมชน (Sanusi et al., 2022)

แม้สื่อโทรทัศน์จะไม่ได้เป็นสื่อใหม่ แต่การนำเสนอรายการข่าวยังคงมีบทบาทสำคัญในการสะท้อนสถานการณ์สังคมและเป็นช่องทางสำคัญในการให้ข้อมูลที่เชื่อถือได้สำหรับผู้ชม (วิรุฬรัตน์ปริศนน์ และ ลลิต วิทยสรณะ, 2562) ผู้ดำเนินรายการข่าวที่มีความน่าเชื่อถือและมีบุคลิกภาพที่เหมาะสมจะช่วยกระตุ้นความสนใจของผู้ชมและเสริมสร้างการรับรู้เชิงบวกต่อข่าวสารที่ถ่ายทอด (Cha, 2025) เช่นเดียวกับรูปแบบการนำเสนอข่าวที่หลากหลาย เช่น ข่าวสด ข่าวสั้น การเล่าข่าว และการสัมภาษณ์ข่าว ซึ่งมีส่วนสำคัญในการกำหนดความเข้าใจและความสนใจของผู้ชมในการเลือกติดตามข่าวสาร (Sanusi et al., 2022) จากข้อมูลการสำรวจความน่าเชื่อถือของสื่อพบว่า ช่อง 7HD เป็นช่องที่ได้รับความไว้วางใจสูงสุดในหมู่ผู้ชม (สูงถึงร้อยละ 74) รองลงมาคือช่อง Amarin TV และ Workpoint TV ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการยอมรับและความเชื่อมั่นที่ผู้ชมมีต่อสื่อโทรทัศน์หลักในประเทศไทย (Reuters Institute, 2025) ข้อมูลนี้สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของสื่อโทรทัศน์ในการเป็นแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุที่ยังคงพึ่งพาโทรทัศน์ในฐานะสื่อที่สร้างความมั่นคงและความปลอดภัยทางสังคม

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าว รูปแบบการนำเสนอข่าว และพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของเจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ เพื่อช่วยเสริมความเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการและพฤติกรรมการรับชมข่าวของผู้สูงอายุซึ่งจะเป็นข้อมูลที่สำคัญสำหรับสถานีโทรทัศน์ในการพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอข่าวที่สอดคล้องกับกลุ่มผู้ชมเจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ในสังคมไทย อย่างไรก็ตาม ในบริบทปัจจุบันที่ข้อมูลข่าวสารมีความซับซ้อนและมีการแพร่กระจายของข่าวปลอม (Fake News) เพิ่มขึ้น การขาดความเข้าใจเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการและรูปแบบการนำเสนอข่าว อาจส่งผลให้ผู้สูงอายุเกิดการรับรู้ข้อมูลที่คลาดเคลื่อน ดังนั้น การศึกษาปัจจัยทั้งสองจึงมีความสำคัญในการอธิบายพฤติกรรมการรับชมข่าวของกลุ่มเจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ในประเทศไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของเจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ตามลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน (เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้)
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าวและรูปแบบการนำเสนอรายการข่าว กับพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของเจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์

3. เพื่อศึกษาอิทธิพลเชิงพยากรณ์ของความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าวและรูปแบบการนำเสนอรายการข่าวที่มีต่อพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์

การทบทวนวรรณกรรม

การทบทวนวรรณกรรมในงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลของความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าวและรูปแบบการนำเสนอที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ โดยการทบทวนวรรณกรรมจะช่วยให้เชื่อมโยงองค์ความรู้ที่มีอยู่และระบุช่องว่างขององค์ความรู้ที่ยังไม่ได้รับการศึกษาอย่างครอบคลุม โดยแบ่งการทบทวนวรรณกรรมออกเป็น 6 ประเด็นสำคัญ ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีประชากรศาสตร์

ทฤษฎีประชากรศาสตร์กล่าวถึงผลกระทบของลักษณะทางประชากร เช่น เพศ อายุ และการศึกษา ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการรับสารและการตัดสินใจของบุคคล โดยเฉพาะในกลุ่มประชากรที่แตกต่างกันในเชิงอายุและประสบการณ์ชีวิต ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมการรับสารที่มีความแตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น เจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์มีลักษณะการรับสารที่มีอิทธิพลจากทัศนคติที่สั่งสมจากประสบการณ์ในอดีต

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าว

ความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าว (Source Credibility) ได้รับการอธิบายผ่านปัจจัยหลัก 3 ประการ ได้แก่ ความเชี่ยวชาญ (Expertise), ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) และความน่าดึงดูด (Attractiveness) ซึ่งมีผลต่อการรับสารและการเชื่อถือข่าวสารที่นำเสนอ งานวิจัยหลายชิ้นแสดงให้เห็นว่าความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าวมีอิทธิพลโดยตรงต่อการยอมรับและพฤติกรรมการรับชมข่าวของผู้ชม

รูปแบบการนำเสนอรายการข่าว

รูปแบบการนำเสนอข่าวมีความหลากหลาย เช่น การนำเสนอข่าวในรูปแบบข่าวสด ข่าวสารคดี ข่าวสั้น และข่าววิเคราะห์ ซึ่งมีความแตกต่างในด้านการใช้ภาษาและกราฟิกเพื่อดึงดูดผู้ชม งานวิจัยพบว่ารูปแบบการนำเสนอข่าวที่มีความกระชับ ใช้ภาพและกราฟิกที่เข้าใจง่ายช่วยเพิ่มความเข้าใจและส่งเสริมพฤติกรรมการรับชมที่มีประสิทธิภาพ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับชมรายการข่าว

พฤติกรรมการรับชมรายการข่าวเป็นการตอบสนองต่อสารที่ได้รับจากผู้ประกาศข่าว ซึ่งอาจได้รับอิทธิพลจากปัจจัยหลายประการ เช่น ความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการ รูปแบบการนำเสนอ และความสนใจของผู้ชมที่แตกต่างกันตามช่วงเวลา ความถี่ในการรับชม และประเภทของรายการที่ติดตาม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเจนเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์

เจนเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer Generation) ซึ่งเกิดระหว่างปี 1946 – 1964 เป็นกลุ่มประชากรที่มีประสบการณ์และวิธีการรับข่าวสารที่แตกต่างจากเจนเนอเรชันอื่นๆ เนื่องจากพวกเขาเติบโตมาท่ามกลางการบริโภคสื่อโทรทัศน์และยังคงให้ความสำคัญกับการรับข่าวสารจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือและมีคุณภาพ

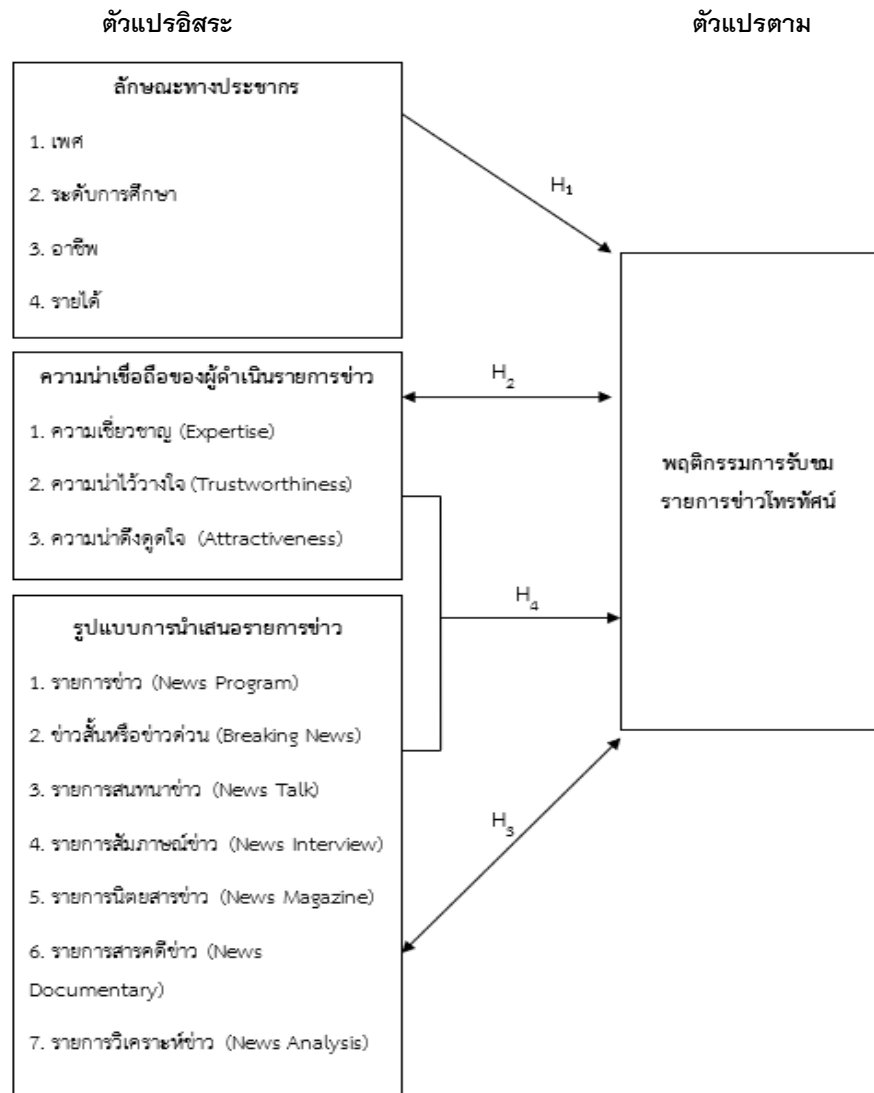
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่ผ่านมาในทั้งในและต่างประเทศได้ชี้ให้เห็นว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าวและรูปแบบการนำเสนอมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการรับชมข่าวของผู้ชม โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ชมที่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในลักษณะที่แตกต่างกัน การศึกษาเหล่านี้ได้อธิบายถึงอิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ เช่น ความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าวที่มีความสำคัญในการตัดสินใจของผู้ชมในการเลือกติดตามรายการข่าว หรือการใช้ภาษาที่เหมาะสมและความสามารถในการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการรับสารและการเข้าใจข้อมูลข่าวสาร

ดังนั้น งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมดได้ให้ข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับอิทธิพลของความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าวและรูปแบบการนำเสนอที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการรับชมข่าว ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการศึกษาพฤติกรรมการรับชมข่าวในกลุ่มผู้ชมต่างๆ ทั้งนี้งานวิจัยในประเทศไทยยังคงขาดการศึกษาในมิติที่เชื่อมโยงทั้งสองปัจจัยนี้อย่างเป็นระบบและมีการวิเคราะห์ในบริบทที่ครอบคลุมมากขึ้น อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่ผ่านมาแม้จะศึกษาปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าวหรือรูปแบบการนำเสนอข่าวแยกกัน แต่ยังขาดการศึกษาเชิงบูรณาการที่วิเคราะห์อิทธิพลของทั้งสองปัจจัยร่วมกันในบริบทของเจนเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ในประเทศไทยอย่างเป็นระบบ ซึ่งเป็นช่องว่างขององค์ความรู้ที่งานวิจัยนี้มุ่งเติมเต็ม

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้กรอบแนวคิดจากทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ ซึ่งรวมถึงทฤษฎีประชากรศาสตร์ ความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าว รูปแบบการนำเสนอข่าว และเจนเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ เพื่อศึกษาอิทธิพลของลักษณะทางประชากร การรับรู้ความน่าเชื่อถือ รูปแบบการนำเสนอ และอัตลักษณ์ของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ที่มีต่อพฤติกรรมการรับชมข่าวในกลุ่มผู้ชมเจนเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ในประเทศไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐานที่ 1 : ลักษณะทางประชากรมีความแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 : ความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์

สมมติฐานที่ 3 : รูปแบบการนำเสนอรายการข่าวโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์

สมมติฐานที่ 4 : ความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าว และรูปแบบการนำเสนอรายการข่าวโทรทัศน์ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการรับชมรายการข่าว

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มเจนเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ ผู้ที่มีอายุ 61–79 ปี หรือผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2489–2507 และมีประสบการณ์การรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มเจนเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ที่มีพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ จำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของคอคแรน (Cochran, 1977) สำหรับกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 และกำหนดค่าสัดส่วนของประชากรเท่ากับ 0.50 ซึ่งได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำจำนวน 385 คน อย่างไรก็ตาม เพื่อป้องกันความผิดพลาดและความคลาดเคลื่อนที่อาจเกิดขึ้นจากการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้จริงเป็นจำนวน 400 คน ในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้ที่เป็นเจนเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์และมีประสบการณ์การรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ ซึ่งสามารถให้ข้อมูลได้อย่างครบถ้วนและตรงตามคุณสมบัติที่กำหนด การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้อย่างครอบคลุมทั้งในเขตเมืองและชนบททั่วประเทศไทย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามออนไลน์และออฟไลน์ (Online and Offline Questionnaires) ซึ่งประกอบด้วยคำถามปลายปิด (Closed-Ended Questions) และคำถามที่ใช้มาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ 1) ลักษณะประชากร 2) ความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าว 3) รูปแบบการนำเสนอรายการข่าว 4) พฤติกรรมการรับชมรายการข่าว โดยใช้มาตรวัด Likert Scale 5 ระดับ โดยในการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือวิจัย ผู้วิจัยได้คำนวณค่า Cronbach's Alpha สำหรับแต่ละตัวแปร พบว่าได้ค่า 0.70 ขึ้นไป ซึ่งหมายถึงความเชื่อมั่นของเครื่องมือวิจัยอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ดังนี้ ความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าวค่า Cronbach's Alpha = 0.89 รูปแบบการนำเสนอรายการข่าว ค่า Cronbach's Alpha = 0.85 และพฤติกรรมการรับชมรายการข่าว ค่า Cronbach's Alpha = 0.83 ซึ่งค่าความเชื่อมั่นที่สูงกว่า 0.70 ในทุกตัวแปรแสดงให้เห็นว่าเครื่องมือวิจัยมีความน่าเชื่อถือและสามารถใช้ในการเก็บข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยการเผยแพร่แบบสอบถามผ่าน Google Forms และช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook และ Line Groups ของกลุ่มเจนเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ รวมถึงการเก็บข้อมูลในรูปแบบ ออฟไลน์ โดยนำแบบสอบถามไปแจกจ่ายใน ชุมชน และงาน เกษียณอายุราชการ จำนวน 4 แห่ง เพื่อเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายและสะท้อนพฤติกรรมการรับชมข่าวของผู้สูงวัยในบริบทที่แตกต่างกัน

โดยตั้งเป้าหมายกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จากนั้นทำการตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยการวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ทางสถิติ โดยแบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่

1.1 การหาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

1.2 การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายระดับความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าว รูปแบบการนำเสนอรายการข่าวโทรทัศน์ และพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์

2) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้แก่

2.1 การทดสอบ t-test (Independent Sample t-test) เพื่อตรวจสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการรับชมตามลักษณะประชากร

2.2 การทดสอบ One-Way ANOVA เพื่อทดสอบความแตกต่างตามกลุ่มประชากรด้านอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้

2.3 การทดสอบ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ เช่น ความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าว และรูปแบบการนำเสนอรายการข่าว กับพฤติกรรมการรับชม

2.4 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA) เพื่อทดสอบอิทธิพลของปัจจัยต่างๆ ที่มีต่อพฤติกรรมการรับชมรายการข่าว

ผลการวิจัย

เปรียบเทียบความแตกต่างลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทางประชากร ประกอบด้วย เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.20 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.80 โดยมีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาเป็นระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 มีอาชีพอื่น ๆ (เกษียณอายุ) จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.30 รองลงมาเป็นพนักงานรัฐ/ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.30 และมีรายได้มากกว่า 45,000 บาทต่อเดือน จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะประชากรกับพฤติกรรม การรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ ผลการวิจัยพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้ อาจสะท้อนให้เห็นว่า ในบริบทปัจจุบัน ปัจจัยด้านเนื้อหาข่าวและรูปแบบการนำเสนออาจมีความสำคัญเหนือกว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในการกำหนดพฤติกรรมการรับชมข่าวของผู้ชม

ความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าว และรูปแบบการนำเสนอ รายการข่าวกับพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์

ความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ ผลการวิจัยพบว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไปในทางเดียวกันที่ 0.829 ซึ่งมีเกณฑ์การแปลความหมายสัมพันธ์ระดับสูง

รูปแบบการนำเสนอรายการข่าวโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมรายการข่าว ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการนำเสนอรายการข่าวโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไปในทางเดียวกันที่ 0.848 ซึ่งมีเกณฑ์การแปลความหมายสัมพันธ์ระดับสูง

อิทธิพลของความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าว และรูปแบบการนำเสนอรายการ ข่าวที่มีต่อพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์

ความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าว และรูปแบบการนำเสนอรายการข่าวโทรทัศน์ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ ผลการวิจัยพบว่า ความน่าเชื่อถือของ

ผู้ดำเนินรายการข่าว และรูปแบบการนำเสนอรายการข่าวโทรทัศน์ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยตัวแปรอิสระทั้ง 2 ตัว ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าว และรูปแบบการนำเสนอรายการข่าวโทรทัศน์ สามารถร่วมกันอธิบายการแปรผันของพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างได้อย่างร้อยละ 73.3 ($\text{Adjust } R^2 = .733$) และเมื่อควบคุมอิทธิพลของตัวแปรอิสระอื่น ๆ ให้คงที่แล้ว พบว่า รูปแบบการนำเสนอรายการข่าวโทรทัศน์ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์มากที่สุด โดยมีค่าอิทธิพล (β) เท่ากับ 0.554 รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าว มีค่าอิทธิพล (β) เท่ากับ 0.319 ดังนั้น กล่าวได้ว่า รูปแบบการนำเสนอรายการข่าวโทรทัศน์ และความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าว เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังที่แสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นต้น

ข้อ	ตัวแปรอิสระ	b	β	t	Sig.t
1)	ความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าว	0.455	0.319	4.817	.000*
2)	รูปแบบการนำเสนอรายการข่าวโทรทัศน์	0.719	0.554	8.374	.000*

Adjust R2 = .733, F2 =547.867, Sig. = 0.000*

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

เปรียบเทียบความแตกต่างลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์

ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ที่แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ไม่ใช่ตัวแปรสำคัญที่กำหนดพฤติกรรมการรับชมข่าวของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ ผลดังกล่าวสามารถอธิบายได้ว่า กลุ่มเบบี้บูมเมอร์เป็นกลุ่มวัยที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตค่อนข้างคงที่ มีเวลาในการติดตามข่าวสารมากขึ้น และให้ความสำคัญกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในฐานะกิจวัตรประจำวัน เมื่อพฤติกรรมการรับชมข่าวถูกหล่อหลอมให้เป็นกิจวัตรร่วม เช่น การรับชมข่าวในช่วงเวลาเดิมหรือช่องเดิมอย่างต่อเนื่อง ความแตกต่างด้านเพศ การศึกษา อาชีพ และรายได้จึงไม่ปรากฏผลอย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับ Newman (2023) ที่อธิบายว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของผู้บริโภคได้ถูกกำหนดโดยลักษณะทางประชากรศาสตร์เพียงอย่างเดียว หากแต่สัมพันธ์กับแบบแผนการดำเนินชีวิต ความเคยชินในการใช้สื่อ และบริบททางสังคมของผู้รับสาร

เมื่อกลุ่มตัวอย่างอยู่ในช่วงวัยเดียวกันและมีประสบการณ์การดำเนินชีวิตที่ใกล้เคียงกัน พฤติกรรมการติดตามข่าวสารจึงมีแนวโน้มเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ส่งผลให้ความแตกต่างด้านเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ไม่ปรากฏผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นอกจากนี้ ผลการศึกษายังสอดคล้องกับ Park and Kaye (2022) ที่ชี้ให้เห็นว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อข่าวในปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับความคุ้นเคยในการใช้สื่อและรูปแบบการบริโภคข่าวที่เกิดขึ้นซ้ำอย่างต่อเนื่องมากกว่าปัจจัยประชากรศาสตร์ย่อย กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารมีพฤติกรรมการรับชมข่าวเป็นกิจวัตร เช่น การรับชมในช่วงเวลาเดิม เลือกรับชมข่าวเดิม หรือเปิดรับเนื้อหาข่าวในรูปแบบที่คุ้นเคย ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์จึงอาจมีอิทธิพลลดลง และไม่เพียงพอที่จะทำให้เกิดความแตกต่างของพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์อย่างชัดเจน

ความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าว และรูปแบบการนำเสนอรายการข่าวกับพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์

ความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าวกับพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ พบว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ($r = 0.829$) ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในระดับสูง แสดงให้เห็นว่า เมื่อผู้ชมรับรู้ว่าคุณดำเนินรายการมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น จะส่งผลให้พฤติกรรมการรับชมข่าวเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Hanimann et al. (2023) ที่อธิบายว่า ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร (source credibility) เป็นการประเมินของผู้รับสารต่อความน่าไว้วางใจและความสามารถของผู้ส่งสาร ซึ่งมีผลโดยตรงต่อการยอมรับข้อมูลและพฤติกรรมของผู้รับสาร กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารเชื่อถือแหล่งข้อมูล ก็จะมีแนวโน้มเปิดรับสารและติดตามอย่างต่อเนื่อง

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการนำเสนอรายการข่าวกับพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ พบว่า รูปแบบการนำเสนอมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการรับชมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ($r = 0.848$) ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในระดับสูง แสดงให้เห็นว่า เมื่อผู้ชมรับรู้ว่ารูปแบบการนำเสนอข่าวมีความเหมาะสม เข้าใจง่าย และน่าสนใจ จะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการรับชมที่ต่อเนื่องมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Uses and Gratifications Theory ของ Sichach (2024) ที่อธิบายว่า ผู้รับสารเป็นผู้เลือกใช้สื่ออย่างมีเหตุผล โดยจะเลือกสื่อที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเอง เช่น ความเข้าใจ ความสะดวก และความพึงพอใจ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Whyte (2020) ที่พบว่า รูปแบบการนำเสนอข่าวที่ช่วยให้เข้าใจง่าย เช่น การจัดลำดับเนื้อหาและการใช้สื่อประกอบ สามารถเพิ่มการจดจำและส่งผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการเปิดรับข่าวของผู้ชมได้

อิทธิพลของความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าว และรูปแบบการนำเสนอรายการข่าวที่มีต่อพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์

อิทธิพลของความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าว และรูปแบบการนำเสนอรายการข่าว มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 2 ตัว สามารถร่วมกันอธิบายความแปรผันของพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวได้ร้อยละ 73.3 (Adjusted $R^2 = 0.733$) แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองมีความสามารถในการอธิบายพฤติกรรมในระดับสูง เมื่อพิจารณารายตัวแปร พบว่า รูปแบบการนำเสนอรายการข่าวโทรทัศน์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด ($\beta = 0.554$) รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าว ($\beta = 0.319$) และทั้งสองปัจจัยมีอิทธิพลในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อีสรี ไพเราะ (2567) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมการรับชมข่าวไม่ได้ขึ้นอยู่กับเนื้อหาของข่าวเท่านั้น แต่ยังขึ้นอยู่กับความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการและรูปแบบการนำเสนอ ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับชม ความถี่และความต่อเนื่องในการรับชม

ดังนั้น พฤติกรรมการรับชมข่าวของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์จึงเป็นผลจากการทำงานร่วมกันของคนเล่าและวิธีเล่าโดยรูปแบบการนำเสนอทำหน้าที่เป็นแรงดึงดูดหลักในการสร้างประสบการณ์การรับชม ขณะที่ความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการช่วยเสริมความมั่นใจและความผูกพันในระยะยาว ซึ่งหากมีการพัฒนาทั้งสองด้านควบคู่กัน จะสามารถส่งเสริมพฤติกรรมการรับชมข่าวได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการวิจัยทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ ซึ่งสะท้อนกระบวนการอธิบายพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของเจนเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ โดยสามารถสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดเชิงกระบวนการตาม C-P-A Model (Credibility-Presentation-Audience Behavior Model) ซึ่งพัฒนาประยุกต์จากแนวคิดเชิงพฤติกรรมสื่อ และสามารถอธิบายได้ดังนี้



ภาพที่ 2 แสดงกระบวนการ C-P-A Model

C – Credibility (ความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าว)

ความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าวเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการรับชมข่าวของกลุ่มเจนเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ โดยหมายถึง การที่ผู้ดำเนินรายการมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ มีบุคลิกภาพที่เหมาะสม และสามารถถ่ายทอดข่าวสารได้อย่างน่าเชื่อถือ ความน่าเชื่อถือช่วยสร้างความมั่นใจให้กับผู้ชม ทำให้เกิดการยอมรับข้อมูลข่าวสาร และส่งผลให้เกิดการติดตามรับชมอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุที่ให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลที่ไว้วางใจได้

P – Presentation (รูปแบบการนำเสนอรายการข่าว)

รูปแบบการนำเสนอรายการข่าวเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงที่สุดต่อพฤติกรรมการรับชม โดยหมายถึง วิธีการถ่ายทอดข่าว เช่น ความชัดเจนของเนื้อหา การใช้ภาษา การเรียบเรียงลำดับข่าว รวมถึงการใช้ภาพและกราฟิกประกอบที่ช่วยให้เข้าใจง่าย รูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสมจะช่วยลดความซับซ้อนของข้อมูล ทำให้ผู้ชมสามารถรับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเพิ่มความน่าสนใจในการติดตามข่าวอย่างต่อเนื่อง

A – Audience Behavior (พฤติกรรมการรับชมรายการข่าว)

พฤติกรรมการรับชมรายการข่าวของเจนเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ หมายถึง ความถี่ ความต่อเนื่อง และความตั้งใจในการรับชมข่าว ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการรับรู้ความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการและรูปแบบการนำเสนอข่าวที่เหมาะสม โดยผู้ชมจะมีแนวโน้มเลือกรับชมข่าวจากแหล่งที่ให้ความมั่นใจและเข้าใจง่ายเป็นหลัก

สรุป C-P-A Model

C-P-A Model แสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ขึ้นอยู่กับ 2 ปัจจัยหลัก ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าว (Credibility) และรูปแบบการนำเสนอรายการข่าว (Presentation) โดยเฉพาะรูปแบบการนำเสนอที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการดึงดูดและรักษาความสนใจของผู้ชม ขณะที่ความน่าเชื่อถือทำหน้าที่เสริมสร้างความไว้วางใจและความผูกพันในระยะยาว

องค์ความรู้ดังกล่าวสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนารายการข่าว โดยควรมุ่งเน้นการออกแบบรูปแบบการนำเสนอที่เข้าใจง่าย ควบคู่กับการพัฒนาผู้ดำเนินรายการให้มีความน่าเชื่อถือ เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการรับชมข่าวอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนในกลุ่มผู้ชมสูงอายุ ทั้งนี้ความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการ (Credibility) ทำหน้าที่เป็นปัจจัยเสริมความเชื่อมั่น (Supportive Factor) ขณะที่รูปแบบการนำเสนอ (Presentation) ทำหน้าที่เป็นปัจจัยดึงดูด (Attractor Factor) ซึ่งร่วมกันส่งผลต่อพฤติกรรมการรับชมในลักษณะเชิงพลวัต

สรุป

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า พฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ไม่ได้ขึ้นอยู่กับลักษณะทางประชากร แต่มีความสัมพันธ์และได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าวและรูปแบบการนำเสนอรายการข่าวเป็นสำคัญ โดยเฉพาะรูปแบบการนำเสนอที่มีบทบาทเด่นในการกำหนดพฤติกรรมการรับชม

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์ โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1) ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น ผู้ผลิตรายการสามารถออกแบบเนื้อหาและรูปแบบรายการข่าวให้ตอบโจทย์ผู้ชมในภาพรวมได้ โดยไม่จำเป็นต้องแบ่งกลุ่มเป้าหมายย่อยตามลักษณะประชากรศาสตร์มากนัก แต่ควรมุ่งเน้นไปที่คุณภาพของเนื้อหาและความเหมาะสมของการนำเสนอเป็นหลัก

2) ด้านความสัมพันธ์ของตัวแปร ผลการวิจัยพบว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าวและรูปแบบการนำเสนอรายการข่าวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการรับชม ดังนั้น สถานีโทรทัศน์และผู้ผลิตรายการควรให้ความสำคัญกับทั้งสองปัจจัยควบคู่กัน โดยควรพัฒนาผู้ดำเนินรายการให้มีความรู้

ความสามารถ และบุคลิกภาพที่เหมาะสม รวมถึงพัฒนารูปแบบการนำเสนอให้มีความน่าสนใจ เข้าใจง่าย และสอดคล้องกับลักษณะของผู้ชม เพื่อส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมการรับชมอย่างต่อเนื่อง

3) ด้านอิทธิพลของตัวแปร ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการนำเสนอรายการข่าวและความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการรับชม โดยรูปแบบการนำเสนอมีอิทธิพลสูงสุด ดังนั้น ผู้ผลิตรายการควรให้ความสำคัญกับการออกแบบรูปแบบการนำเสนอเป็นพิเศษ เช่น การจัดลำดับข่าวอย่างเป็นระบบ การใช้ภาษาที่กระชับ และการใช้ภาพ กราฟิก หรือสื่อมัลติมีเดียประกอบ เพื่อช่วยให้ผู้ชมสามารถรับสารได้อย่างรวดเร็วและชัดเจน โดยควรใช้กราฟิกที่มีขนาดใหญ่ ตัวอักษรอ่านง่าย และใช้สีที่มีความคอนทราสต์สูง เพื่อลดข้อจำกัดด้านการมองเห็นของผู้สูงอายุ ควบคู่กับการพัฒนาความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการ เพื่อเสริมสร้างความไว้วางใจและการติดตามในระยะยาว

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยครั้งนี้สะท้อนว่า รูปแบบการนำเสนอและความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการเป็นปัจจัยสำคัญต่อพฤติกรรมการรับชมรายการข่าว ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยอื่นเพิ่มเติม เช่น ความน่าสนใจของเนื้อหา รูปแบบสื่อดิจิทัล หรือพฤติกรรมการรับชมข่าวผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ นอกจากนี้ ควรใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากยิ่งขึ้น เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่ม เพื่ออธิบายเหตุผลเบื้องหลังพฤติกรรมของผู้ชม รวมถึงควรขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังช่วงวัยอื่น เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการรับชมข่าวในแต่ละกลุ่ม และสามารถนำไปพัฒนารูปแบบรายการข่าวให้ตอบสนองกับผู้ชมได้อย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- วิรุฬห์ รัตนปริศณัน, และ สุทธิ วิทยสรณะ. (2562). พฤติกรรมกาเปิดรับรายการข่าวและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับรายการข่าว สถานีโทรทัศน์ TNN24 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์*, 23(1), 213–231. สืบค้นจาก <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jca/article/view/246188>
- อิสริ ไพเราะ. (2567). การศึกษาพฤติกรรมการับชมรายการโทรทัศน์ต่อรูปแบบรายการโทรทัศน์ เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว. *Journal of Administrative and Management Innovation*, 12(3), 16–28. สืบค้นจาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/RCIM/article/view/268178>
- Cha, J. (2025). Predictors of the credibility of social media as a news outlet: An examination of the influences of social media contacts, source perceptions, and media use. *JMM International Journal on Media Management*, 26(1–2), 1–26. <https://doi.org/10.1080/14241277.2025.2481826>
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.

- Hanimann, A., Heimann, A., Hellmueller, L., & Trilling, D. (2023). Believing in credibility measures: Reviewing credibility measures in media research from 1951 to 2018. *International Journal of Communication*, 17, 214–235. Retrieved from <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/18815>
- Li, L. (2025). *Impact of AI virtual anchors on traditional news anchors*. Science Direct.
- Newman, N. (2023). *Digital news report 2023*. Reuters Institute for the Study of Journalism. Retrieved from https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf
- Park, S., & Kaye, B. K. (2022). News consumption across platforms: The role of age and habits in media use. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 99(4), 1023–1045.
- Reuters Institute. (2025). *Digital news report 2025: Thailand*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Sanusi, B., Daniel, H., Olanihun, S., & Olanrewaju, M. (2022). TV news presentation, source attractiveness, and credibility: An audience perception study. *NIU Journal of Social Sciences*, 8(3), 179–186. <https://doi.org/10.58709/niujss.v8i3.1516>
- Sichach, M. (2024). *Uses and gratifications theory: Background, history and limitations*. Social Science Research Network.
- TV Digital Watch. (13 August 2025). *Cross-platfrom ratings July 2025*. TV Digital Watch. Retrieved from <https://www.tvdigitalwatch.com/cross-plattform-rating-july-2568/>
- United Nations. (2024). *International day of older persons*. United Nations. Retrieved from <https://www.un.org/en/observances/older-persons-day>
- Whyte, G. (2020). *The impact of presentation format on recall of information, attitudes, and intention to change behaviour*(Master's thesis). University of Strathclyde.