

ความน่าเชื่อถือของผู้สื่อข่าวรายการแซ็คเล้าเมาข้าว
ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ชม Gen Y ในกรุงเทพมหานคร
ในเขตพื้นที่หนองจอก กรุงเทพมหานครเพื่อสร้างความยั่งยืน
The Credibility of Reporters on 'Zach Lao Mouth
Khaow' Show Impact on Satisfaction of Gen Y
Viewers in Bangkok

จิรปริยา อุปถัมภ์^{1*} และพรพรหม ชมงาม²
Jirapreeya Upatham¹ and Pornprom Chomngam²

Received: August 25, 2024

Revised: December 19, 2024

Accepted: December 26, 2024

¹นักศึกษาลัทธิสุตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

¹Master student, Master of Communication Art Program in
Strategic Communications, Bangkok University

*Corresponding Author

²อาจารย์ประจำภาควิชาการสื่อสารและสื่อใหม่ คณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

²Communication and New Media Department, School of
Communication Arts, Bangkok University

¹²(Email : Jirapreeya.upat@bumail.net,)

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความน่าเชื่อถือของผู้สื่อข่าวรายการแซ็คเล่แม่ข้าว ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ชม Gen Y ในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาดังนี้ 1) เพื่อศึกษาความน่าเชื่อถือของผู้สื่อข่าวรายการแซ็คเล่แม่ข้าว 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ชมรายการแซ็คเล่แม่ข้าว Gen Y ในกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาถึงความน่าเชื่อถือของผู้สื่อข่าวรายการแซ็คเล่แม่ข้าวที่มีต่อความพึงพอใจ ของผู้ชม Gen Y ในกรุงเทพมหานครกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มผู้ชมรายการแซ็คเล่แม่ข้าว ทั้งเพศชายและเพศหญิง Gen Y ที่มีช่วงอายุตั้งแต่ 21-37 ปี และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 231 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation)

ผลการศึกษาพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มองว่าความเชี่ยวชาญเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่ทำให้ผู้สื่อข่าวรายการแซ็คเล่แม่ข้าวมีความน่าเชื่อถือ โดยผู้ชมรู้สึกเชื่อมั่นในตัวของผู้สื่อข่าวรายการแซ็คเล่แม่ข้าวที่ใช้ความรู้เฉพาะด้านการสืบหาข้อเท็จจริงของเนื้อหาข่าวในการนำมาอ้างอิงเพื่อรับประกันความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอ รวมทั้งประสบการณ์ทำงานที่สะสมมานานของผู้สื่อข่าวรายการแซ็คเล่แม่ข้าว ทำให้ผู้ชมรู้สึกเชื่อมั่น 2) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความต้องการรู้ทันเหตุการณ์ เนื่องจากผู้ชมพึงพอใจต่อข่าวสารของรายการแซ็คเล่แม่ข้าว ที่นำเสนอได้ตามกระแสหรือทันเหตุการณ์ ทำให้ผู้ชมไม่ตกเทรนด์ อยู่ในกระแสสังคมตลอดเวลา รู้เท่าทันคน และไม่ตกเป็นเหยื่อของสังคม 3) ความน่าเชื่อถือของผู้สื่อข่าวรายการแซ็คเล่แม่ข้าวมีผลต่อความพึงพอใจ ของผู้ชม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: ผู้สื่อข่าว, รายการแซ็คเล่แม่ข้าว, ความพึงพอใจของผู้ชม, Gen Y

Abstract

The study on the credibility of reporters on 'Zach Lao Mouth Khaow' show impact on satisfaction of Gen Y viewers in Bangkok aims to achieve the following objectives: 1) To examine the credibility of reporters on 'Zach Lao Mouth Khaow' show; 2) To study the satisfaction of Gen Y viewers in Bangkok towards 'Zach Lao Mouth Khaow' show; 3) To investigate the relationship between the credibility of reporters on 'Zach Lao Mouth Khaow' show and satisfaction of Gen Y viewers in Bangkok. The sample for this study consists of 231 male and female Gen Y viewers, aged 21-37, residing in Bangkok. Questionnaires were used as the data collection tool, and the data was analyzed using Pearson Product Moment Correlation statistics.

The results revealed that: 1) The majority of the respondents consider expertise to be the most important factor contributing to the credibility of reporters on 'Zach Lao Mouth Khaow' show. Viewers feel confident in the reporters who use specialized knowledge in investigating the facts of the news content, citing references to ensure the accuracy of the information presented, along with the extensive experience accumulated by the reporters, which further enhances viewer trust. 2) The majority of respondents emphasize the importance of surveillance. They are satisfied with the news presented on 'Zach Lao Mouth Khaow' show, as it is up-to-date and follows current trends, helping viewers stay informed, stay in the social loop, be aware of people, and avoid becoming victims of

society. 3) The credibility of reporters on 'Zach Lao Mouth Khaow' show affecting on the satisfaction of Gen Y viewers in Bangkok, with statistical significance at the 0.01 level.

Keywords: : reporters, Zach Lao Mouth Khaow' show, viewers' satisfaction, Gen Y

บทนำ

ข่าวนับว่าเป็นสิ่งที่สำคัญ เพราะข่าว ทำให้คนหันเหตการณ์ สนใจต่อเหตุบ้านการเมืองมากขึ้น ปัจจุบันผู้ชมสามารถติดตามข่าวสารได้จากหลากหลายช่องทางทั้ง หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และช่องทางออนไลน์ ทำให้เกิดการแข่งขันในวงการข่าว การนำเสนอข่าว ให้มีรูปแบบที่น่าสนใจ จึงเป็นสิ่งที่สำคัญมากในตลาดสื่อ เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนเวลาในการออกอากาศกับรายการประเภทอื่น ๆ ซึ่งรายการประเภทข่าวนำเสนอทั้งในรูปแบบข่าวสั้นต้นชั่วโมง ข่าวภาคเช้า ข่าวภาคเที่ยง ข่าวภาคค่ำ รวมถึงข่าวดึก และมีการนำเสนอรายการข่าวในรูปแบบการเล่าข่าวเพื่อให้ดูน่าสนใจ น่าติดตาม บางช่องให้ความสำคัญกับการนำเสนอรายการข่าวมากจนดูโดดเด่นกว่ารายการประเภทอื่น ๆ จะเห็นได้ว่าปัจจุบันนี้ข่าวสารเป็นสิ่งที่อยู่รอบ ๆ ตัว ผู้บริโภคข่าวสารมีความรู้เท่าทัน มีวิจารณญาณในการเลือกรับข่าวสารมากขึ้น ในขณะที่ผู้ที่ทำหน้าที่นำเสนอข่าวอย่างผู้ประกาศหรือผู้สื่อข่าวควรตระหนักถึงจรรยาบรรณสื่อมวลชน การนำเสนอข่าวที่ถูกต้อง เป็นกลาง น่าเชื่อถือ เพื่อเป็นประโยชน์สูงสุดของผู้บริโภคข่าวสาร สังคม และประเทศชาติต่อไป

การสื่อข่าว ถือได้ว่าเป็นหน้าที่หลักของผู้สื่อข่าว ในการนำเสนอข่าวสารออกสู่สาธารณะ ซึ่งเป็นงานที่ต้องอาศัยทฤษฎีและการปฏิบัติ รวมถึงประสบการณ์ของสื่อมวลชน ในการตัดสินใจสื่อข่าวนั้น ๆ โดยเฉพาะสังคมทุกวันนี้มีความซับซ้อน มีเหตุการณ์ต่าง ๆ เกิดขึ้นมากมาย อีกทั้งผู้รับข่าวสาร ที่มีความพยายามในการ

แสวงหาข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ดังนั้น การสื่อข่าวในปัจจุบัน สื่อมวลชนจึงไม่ได้สื่อข่าวเพียงเพื่อนำเสนอผ่านสื่อดั้งเดิมอย่างหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง หรือโทรทัศน์ เพียงเท่านั้น แต่สื่อมวลชนยังต้องพัฒนาตนเองเพื่อให้ก้าวทันโลกยุคดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วด้วย

โดยสื่อมวลชนมีบทบาทหน้าที่หลายประการ การเป็นผู้แจ้งข่าวสาร การเสาะแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้วยวิธีการต่าง ๆ เพื่อนำมารายงานให้ข้อมูลแก่ผู้รับข่าวสารได้รับทราบถึงความเป็นไปในสังคม ซึ่งปัจจุบันจะเป็นสังคมดิจิทัลที่มีสื่อใหม่เกิดขึ้นมากมาย ส่งผลให้ผู้รับข่าวสารมีทางเลือกในการเปิดรับข่าวสารตามความสนใจได้มากขึ้น สื่อต่าง ๆ มีการแข่งขันกันนำเสนอข่าวสารบนพื้นฐานของความรวดเร็วมากขึ้น แต่สิ่งสำคัญที่สื่อมวลชนไม่ควรมองข้ามคือความถูกต้องของเนื้อหาข่าว ทั้งนี้ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสื่อมวลชน

จากผลการสำรวจสังคมไทยเข้าสู่ยุคของการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่โลกของยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ โดยศูนย์วิเคราะห์ข้อมูลสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2565 พบว่าภาพรวมคนไทยใช้เวลาในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยอยู่ที่ 7 ชั่วโมง 4 นาที ต่อวัน และเจนเนอเรชันที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ Gen Y อยู่ที่ 8 ชั่วโมง 55 นาทีต่อวัน (Thailand internet user behavior, 2022) สื่อออนไลน์จึงเข้ามามีบทบาทกับคนไทยเป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบข่าวสาร เคล็ดลับความรู้ หรือเรื่องชีวิตประจำวัน ทำให้การเข้าถึงมีเพิ่มมากยิ่งขึ้น และเป็นช่องทางที่สื่อสารได้อย่างรวดเร็ว ในปัจจุบันสื่อต้องใช้ความเร็ว เข้าถึงง่าย และเป็นจริง รวมถึงต้องมีความน่าเชื่อถือของผู้ให้ข้อมูลข่าวสารนั้น ๆ

ทั้งนี้สื่อออนไลน์ด้าน Social Media ที่คนไทยนิยมใช้มากที่สุดคือ Facebook รองลงมาคือ LINE และ อันดับ 4 คือ TikTok จะเห็นได้ว่าในปีที่ผ่านมา TikTok ถือว่าเป็น Platform ที่มาแรงมาก ๆ ซึ่งสถิติล่าสุด TikTok ก็

กระโดดขึ้นมาในอันดับที่ 4 ที่ได้รับความนิยมใช้งานถึงร้อยละ 78.2 (We Are Social Meltwater, 2023) จากผลการสำรวจดังกล่าว การเผยแพร่ข่าวสารในช่องทางออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มของ TikTok ทำให้เกิดความสนใจในการรับชมเพิ่มมากขึ้น

ในยุคดิจิทัลที่ข้อมูลข่าวสารเข้าถึงผู้รับสารได้อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการข่าวทาง Social Media ส่งผลให้ความน่าเชื่อถือของผู้สื่อข่าวเป็นสิ่งที่น่าสนใจ เพราะผู้สื่อข่าวเป็นผู้ที่เชื่อมโยงข้อมูลจากแหล่งข่าวไปยังประชาชน และยังสามารถเป็นผู้กำหนดทิศทางของการรับรู้และความเข้าใจต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ในสังคมด้วย ดังนั้น ความน่าเชื่อถือของผู้สื่อข่าว จึงมีบทบาทสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่น สร้างอารมณ์และความรู้สึกต่าง ๆ รวมไปถึงการสร้างคามพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของผู้รับสาร ซึ่งปัจจุบันผู้สื่อข่าวหลายคนมีการผันตัวไปเป็นนักสร้างคอนเทนต์ประเภทข่าว บน Platform TikTok มากขึ้น แต่หลายครั้งเราพบกับ ปัญหาหรืออุปสรรคที่เกิดจากผู้สื่อข่าวในการรายงานข่าว บน Platform TikTok เช่น การอ่านผิด การสะกดชื่อผิด การนำเสนอข่าวที่ขาดการคัดกรองจนนำไปสู่การเสนอข้อมูลข่าวสารอันเป็นเท็จและบิดเบือนได้ ดังนั้นผู้สื่อข่าวควรมีคุณสมบัติพื้นฐาน อันส่งผลต่อความน่าเชื่อถือต่อตัวผู้สื่อข่าว และภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของผู้ชม คือ อ่านออกเสียงถูกต้อง ชัดถ้อยชัดคำ มีจังหวะ มีชีวิตชีวา มีความสามารถในการสื่อสารให้ผู้ชมเข้าใจได้ง่าย ผู้สื่อข่าวต้องมีความรู้ มีความเข้าใจในข่าว สามารถจับประเด็นสำคัญของข่าวได้ สามารถแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้าได้ ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่จำเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะผู้สื่อข่าวที่รายงานสดต้องสามารถแก้ไขสถานการณ์ได้ทันที มีบุคลิกน่าเชื่อถือ มีการวางสีหน้าท่าทางในการแสดงออกที่มีความมั่นใจ รวมถึงการแต่งกาย เสื้อผ้า ทรงผม ต้องดูสุภาพ เหมาะสมกับรูปแบบรายการนั้น ๆ (ภัทธีรา สารากรบริรักษ์, 2557)

โดยเฉพาะรายการเช็กเล่าเมาข่าว ที่เผยแพร่ทาง Platform TikTok มีผู้ติดตามประมาณสามแสนคนดำเนินรายการโดย นายนิธินทร์ ทองย้อย ผู้สื่อข่าวสังกัด ไทยรัฐทีวี ได้นำความรู้ความสามารถและความน่าเชื่อถือจากการที่เป็นผู้

สื่อข่าวไปต่อยอดผสมกับการสร้างตัวตนให้เป็นนักสร้างคอนเทนต์ประเภทข่าว เพื่อปรับตัวให้เข้ากับกลุ่มผู้ชม Gen Y โดยการทำการรายการแซ็คเล่าเล่าข่าว เป็นรายการสรุปข่าวที่เป็นกระแส ทันต่อเหตุการณ์บ้านเมือง มีรูปแบบการนำเสนอเป็นคลิปวิดีโอสั้น กระชับ เนื้อหาถูกต้องครบถ้วน โดยตลอดการนำเสนอข่าวผู้ชมจะเห็นสีหน้า ท่าทาง ความมั่นใจ ของนายนิธินทร์ ทองย้อย ซึ่งเป็นผู้นำเสนอข่าวอยู่ในคลิปวิดีโอตลอดเวลา เพื่อสื่อสารให้ผู้ชมได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ ถูกต้อง ถือเป็นรายการประเภทสรุปข่าวที่มียอดผู้ชม ผู้ติดตาม และยอดกดไลก์สูง

ในแง่ของการรายงานข่าวออนไลน์ กลุ่มผู้ชมสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในเนื้อหา และมีปฏิริยาตอบสนองต่อเนื้อหาข่าวต่าง ๆ ที่นำเสนอบนออนไลน์ ได้อย่างทันท่วงที (สิริชัย วงษ์สาธิตศาสตร์, 2549) ตัวอย่างเช่น ผู้ที่เข้ามาใช้บริการ TikTok สามารถติดต่อสื่อสารหรือร่วมทำกิจกรรมกับผู้ใช้งานท่านอื่นได้ เช่น การเขียนข้อความ แสดงความคิดเห็นเรื่องที่สนใจได้ (อภิรติ์ ต้นติสุนทรโธม, 2551) ถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมอย่างมากในแง่ของการบริโภคสื่อในยุคดิจิทัล ซึ่งความพึงพอใจของผู้ชมสามารถเกิดขึ้นได้จากความคาดหวังการมีส่วนร่วมและการเชื่อมโยง (ภัทรเวช พุ่มเฟื่อง และดวงกมล ชาติประเสริฐ, 2562; Dennis & Gray, 2013) รวมไปถึงการใช้สื่อตามความพึงพอใจเพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการรับรู้ต่อเหตุการณ์ การได้รับข้อมูลข่าวสารเพื่อช่วยในการตัดสินใจเพื่อนำมาพูดคุยกับผู้อื่น ความพึงพอใจเมื่อได้มีส่วนร่วมนำมาเสริม ความคิดเห็นหรือสนับสนุนในการตัดสินใจ ความพึงพอใจจากข่าวสารที่ก่อให้เกิดความบันเทิงและความเพลิดเพลิน (McCombs and Becker, 1979) ซึ่งหากผู้รับชมข่าวสารแล้วเกิดความพึงพอใจต่อข่าวนั้น ๆ ผู้ชมก็จะนำข้อคิดหรือประโยชน์ที่ได้จากการรับชมข่าวไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน ทั้งในแง่ของพฤติกรรมได้

จากทั้งหมดที่กล่าวมาจึงเป็นเหตุที่ผู้จัดทำวิจัยมีความต้องการศึกษาถึงความน่าเชื่อถือของผู้สื่อข่าวรายการแซ็คเล่าเล่าข่าว ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ชม

Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ข้อมูลงานวิจัยนี้เป็นประโยชน์ต่อผู้สื่อข่าวในการนำไปพัฒนารูปแบบการนำเสนอข่าวต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความน่าเชื่อถือของผู้สื่อข่าวในรายการเช็กเล่าเมาข่าว
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ชมรายการเช็กเล่าเมาข่าว Gen Y ในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความน่าเชื่อถือของผู้สื่อข่าวในรายการ เช็กเล่าเมาข่าวที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ชมรายการเช็กเล่าเมาข่าว Gen Y ในกรุงเทพมหานคร

วิธีการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) เป็นการวิจัยเพื่อสำรวจตัวแปร เพื่อนำผลมาอธิบายการเกิดขึ้นของปรากฏการณ์ของตัวแปรนั้น โดยมุ่งเน้นการวิจัยเพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปร (Discovery of relationship between variables) โดยผู้วิจัยแจกแบบสอบถาม จำนวน 231 ชุด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้คือ กลุ่มผู้ชมเจเนอเรชั่น Y อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีช่วงอายุตั้งแต่ 21-37 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G* Power 3 คือ ขนาดของผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง (Input Effect Size $f^2 = 0.15$) ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ คือ 0.05 (β err prob = 0.05) พลังของการทดสอบคือ 0.95 [Power (1- β err prob) = 0.95] จำนวนของตัวแปรอิสระหรือจำนวนของตัวแปรที่ใช้ในการพยากรณ์ (Number of Predictors) เท่ากับ 3 จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างคือ 119 แต่เนื่องจากจำนวนตัวอย่างยิ่งมากยิ่งขึ้นทำให้ค่าที่คำนวณได้มีความคงเส้นคงวา (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2017) ดังนั้น ผู้วิจัยจึง

เลือกใช้ขนาดตัวอย่างตามที่เก็บได้จริงคือ 231 คน การเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธี Cluster sampling ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มผู้ตอบออกเป็น 2 Clusters คือ ช่วง 1-31 มกราคม 2567 และ 1-29 กุมภาพันธ์ 2567 ผู้วิจัยเชื่อว่า ปัจจัยด้านประชากรในแต่ละ Cluster มีลักษณะทั่วไปไม่แตกต่างกัน ผู้วิจัยเก็บตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามได้ในช่วง 1-31 มีนาคม 2567 และหยุดเก็บข้อมูลเมื่อผู้ตอบมีจำนวนครบ 231 คน

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากทฤษฎีแนวคิดที่เกี่ยวข้อง โดยแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ 2) คำถามเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของผู้สื่อข่าวรายการแซ็คเล่แม่ข้าว ซึ่งคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าแบบ Likert scale แบ่งออกเป็น (1) ความน่าไว้วางใจ (2) ความเชี่ยวชาญ และ (3) ความน่าดึงดูดของผู้มีชื่อเสียง 3) คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ชม Gen Y ต่อรายการแซ็คเล่แม่ข้าว ซึ่งคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าแบบ Likert scale แบ่งออกเป็น 1) ต้องการรู้ทันเหตุการณ์ (2) ช่วยในการตัดสินใจ (3) ต้องการข้อมูลในการพูดคุยหรือสนทนา (4) ต้องการการมีส่วนร่วม (5) เสริมความคิดเห็น หรือการสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว และ (6) ความบันเทิง ผู้วิจัยศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยทำความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาที่จะทำการวิจัยเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม และทำการตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามไปให้กับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ได้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัยด้วยค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) อยู่ที่ 0.90 หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด ก่อนการเก็บข้อมูลจริงเพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือ

โดยค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.84 ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์ และทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

การวิจัยครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการกำหนดแหล่งข้อมูลคือแหล่งปฐมภูมิ โดยผู้วิจัยใช้บริการจากเว็บไซต์ Google ที่เรียกว่า Google form ในการสร้างแบบสอบถามออนไลน์ขึ้นมา หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามออนไลน์ไปยังช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มผู้ชมรายการแซ็คเล่เฒ่าข้าว และกลุ่มผู้ติดตามของผู้สื่อข่าวของรายการ เช่น ตึกตอกช่องแซ็คเล่เฒ่าข้าว เพจเฟซบุ๊ก และอินสตาแกรม ของผู้สื่อข่าว นัทธวินทร์ ทองย้อย เป็นต้น เมื่อผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาครบถ้วนตามจำนวน ก็ดำเนินการตรวจสอบแบบสอบถามออนไลน์ที่ได้รับมา เพื่อตรวจดูความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติต่อไป

ผลการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงความน่าเชื่อถือของผู้สื่อข่าวรายการแซ็คเล่เฒ่าข้าว ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ชม Gen Y ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 231 คน นำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลเพื่ออธิบายและทดสอบคำถามการวิจัย โดยมีการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับทางลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เสนอผลการวิจัยโดยแจกแจงเป็นความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับทางลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะประชากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ ชาย	92	39.80
หญิง	139	60.20
อายุ 21-24 ปี	35	15.20
25-28 ปี	80	34.60
29-32 ปี	69	29.90
33-37 ปี	47	20.30
การศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี	14	6.10
ปริญญาตรี	180	77.90
ปริญญาโท	37	16.00
อาชีพ รับราชการ	43	18.60
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	39	16.90
พนักงานบริษัท	98	42.40
ธุรกิจส่วนตัว	51	22.10
รายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท	5	2.20
10,001-20,000 บาท	83	35.90
20,001-30,000 บาท	91	39.40
30,001 บาทขึ้นไป	52	22.50

ตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 60.20 อายุระหว่าง ระหว่าง 25-28 ปี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 34.60 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 77.90 ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัท จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 42.40 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 39.40

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความน่าเชื่อถือของผู้สื่ ข่าวรายการแซ็คเล้าแม่ข้าว

ความน่าเชื่อถือของผู้สื่ข่าวรายการ แซ็คเล้าแม่ข้าว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ความน่าไว้วางใจ	4.28	0.559	มาก
ความเชี่ยวชาญ	4.29	0.538	มาก
ความน่าดึงดูดของผู้มีชื่อเสียง	4.17	0.582	มาก
รวม	4.25	0.503	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ความน่าเชื่อถือของผู้สื่ข่าวรายการแซ็คเล้าแม่ข้าว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.503) ซึ่งเมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ความเชี่ยวชาญ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.538) อันดับสอง คือ ความน่าไว้วางใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.559) และอันดับสุดท้าย ความน่าดึงดูดของผู้มีชื่อเสียง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.582)

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความพึงพอใจของผู้ชม Gen Y ต่รายการแซ็คเล้าแม่ข้าว

ความพึงพอใจของผู้ชม Gen Y ต่รายการแซ็คเล้าแม่ ข้าว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ต้องการรู้ทันเหตุการณ์	4.30	0.540	มาก
ช่วยในการตัดสินใจ	4.14	0.566	มาก
ต้องการข้อมูลในการพูดคุย หรือสนทนา	4.15	0.622	มาก
ต้องการการมีส่วนร่วม	4.22	0.602	มาก
เสริมความเห็น หรือ สนับสนุนการตัดสินใจที่ได้ ทำไปแล้ว	4.12	0.614	มาก

ความพึงพอใจของผู้ชม Gen Y ต่อรายการแซ็คเล่เมาซ่า	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ค่า			
ความบันเทิง	4.22	0.590	มาก
รวม	4.19	0.514	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ความพึงพอใจของผู้ชม Gen Y ต่อรายการแซ็คเล่เมาซ่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.19 , S.D. = 0.514) ซึ่งเมื่อพิจารณาทางด้าน โดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ต้องการรู้ทันเหตุการณ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.30 , S.D. = 0.540) อันดับสอง มีจำนวนเท่ากัน ได้แก่ ต้องการการมีส่วนร่วม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.22 , S.D. = 0.602) และ ความบันเทิง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.22 , S.D. = 0.590) อันดับสาม ต้องการข้อมูลในการพูดคุยหรือสนทนา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.15 , S.D. = 0.622) อันดับสี่ ช่วยในการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.14 , S.D. = 0.566) และอันดับสุดท้าย เสริมความเห็น หรือสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้ทำไปแล้ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.12 , S.D. = 0.614)

การทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระหว่างความน่าเชื่อถือของผู้สื่อข่าวรายการแซ็คเล่เมาซ่า กับความพึงพอใจของผู้ชม Gen Y ต่อรายการแซ็คเล่เมาซ่า ในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	ต้องการรู้ทันเหตุการณ์	ช่วยในการตัดสินใจ	ต้องการข้อมูลในการพูดคุยหรือสนทนา	ต้องการการมีส่วนร่วม	เสริมความคิดเห็นหรือการสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว	ความบันเทิง	ความพึงพอใจของผู้ชม
--------	------------------------	-------------------	-----------------------------------	----------------------	---	-------------	---------------------

ความน่าเชื่อถือ	.766**	.757**	.755**	.789**	.778**	.732**	.874**
ความไว้วางใจ	.690**	.651**	.656**	.722**	.720**	.672**	.785**
ความเชี่ยวชาญ	.696**	.667**	.693**	.699**	.674**	.636**	.776**
ความน่าดึงดูดของผู้มีชื่อเสียง	.680**	.720**	.687**	.706**	.704**	.665**	.794**

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (2-tailed).

ตัวแปร ความน่าเชื่อถือของผู้สื่อข่าวรายการแซ็คเล่แม่ข้าว และความพึงพอใจของผู้ชม และคือตัวแปรในภาพรวม ตัวแปรที่เหลือทั้งหมด คือ ตัวแปรในภาพย่อย จากตารางที่ 4 พบว่าความน่าเชื่อถือของผู้สื่อข่าวรายการแซ็คเล่แม่ข้าว ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ชม Gen Y ในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม ในระดับมาก ($r = .874^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ความไว้วางใจของผู้สื่อข่าวรายการแซ็คเล่แม่ข้าว ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ชม Gen Y ในกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก ($r = .785^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งในภาพรวมและภาพย่อย

ความเชี่ยวชาญของผู้สื่อข่าวรายการแซ็คเล่แม่ข้าว ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ชม Gen Y ในกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก ($r = .776^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งในภาพรวมและภาพย่อย

ความน่าดึงดูดของผู้สื่อข่าวรายการแซ็คเล่แม่ข้าว ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ชม Gen Y ในกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก ($r = .794^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งในภาพรวมและภาพย่อย

สรุปผล

จากการศึกษาสามารถสรุปผลได้ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 60.20 อายุระหว่าง ระหว่าง 25-28 ปี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 34.60 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 77.90 ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัท จำนวน 98 คน

คิดเป็นร้อยละ 42.40 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 39.40 จากการศึกษาความน่าเชื่อถือของผู้สื่อข่าวรายการแซ็คเล่แม่ข้าว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกให้ความสำคัญกับด้านความเชี่ยวชาญ เพราะรู้สึกเชื่อมั่นผู้สื่อข่าวรายการแซ็คเล่แม่ข้าวที่ใช้ความรู้เฉพาะด้านการสืบหาข้อเท็จจริงของเนื้อหาข่าว ในการรับประกันความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอ และจากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ชม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความต้องการรู้ทันเหตุการณ์ เนื่องจากได้รับข้อมูลข่าวสารที่ทันต่อกระแสของเหตุการณ์บ้านเมือง จากการรับชมรายการแซ็คเล่แม่ข้าว

อภิปรายผล

1. ความน่าเชื่อถือของผู้สื่อข่าวรายการแซ็คเล่แม่ข้าวจากการศึกษาความน่าเชื่อถือของผู้สื่อข่าวรายการแซ็คเล่แม่ข้าว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่าความเชี่ยวชาญ เป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่ทำให้ผู้สื่อข่าวรายการแซ็คเล่แม่ข้าวมีความน่าเชื่อถือ โดยผู้ชมรู้สึกเชื่อมั่นในตัวของผู้สื่อข่าวรายการแซ็คเล่แม่ข้าวที่ใช้ความรู้เฉพาะด้านการสืบหาข้อเท็จจริงของเนื้อหาข่าวในการนำมาอ้างอิงเพื่อรับประกันความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอ รวมทั้งประสบการณ์ทำงานที่สะสมมานานของผู้สื่อข่าวรายการแซ็คเล่แม่ข้าว ทำให้ผู้ชมรู้สึกเชื่อมั่น สอดคล้องกับแนวคิดของ Ohanian (1990) ที่กล่าวไว้ว่า ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร จะน่าเชื่อถือก็ต่อเมื่อผู้นำเสนอมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ ซึ่งเป็นความถนัดเฉพาะทางของผู้ส่งสารเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้ส่งสารต้องการนำเสนอ และผู้ส่งสารจะต้องมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้อง จะถือว่าผู้นำเสนอนั้นมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธวัชรรัตน์ ศรีจันทร์ภาค, ไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค์ และ สันทัด ทองรินทร์ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่องคุณลักษณะที่ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของผู้ประกาศข่าวในรายการประเภทเล่าข่าวทางสถานีโทรทัศน์ สรบุว่า กลุ่มตัวอย่าง

ส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นว่าคุณลักษณะด้านความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์และบุคลิกภาพของผู้ประกาศข่าวในรายการประเภทเล่าข่าวทางโทรทัศน์มีผลต่อความน่าเชื่อถือในข่าวที่นำเสนอรวมอยู่ระดับมาก และสอดคล้องกับ รัตนวดี นาควานิช (2558) ที่ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว โดยเน้นสถานการณ์ การรายงานข่าวความขัดแย้งทางการเมือง ที่มีการปิดกรุงเทพมหานคร พบว่า ความน่าเชื่อถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการเลือกแหล่งข่าว และผู้สื่อข่าวเชื่อถือ ข้อมูลจากการสังเกตการณ์ โดย 4 มิติที่ผู้สื่อข่าวใช้ประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว คือ 1) ความน่าไว้วางใจ 2) ลักษณะภายนอก 3) แรงจูงใจในการให้ข่าว 4) สถานภาพหรือตำแหน่งของแหล่งข่าว

2. ความพึงพอใจของผู้ชมรายการแซ็คเล่าเล่าข่าวของผู้ชม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ชมรายการแซ็คเล่าเล่าข่าวของผู้ชม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับด้านความต้องการรู้ทันเหตุการณ์ เนื่องจากผู้ชมพึงพอใจต่อข่าวสารของรายการแซ็คเล่าเล่าข่าว ที่นำเสนอได้ตามกระแสหรือทันเหตุการณ์ ทำให้ผู้ชมไม่ตกเทรนด์อยู่ในกระแสสังคมตลอดเวลา รู้เท่าทันคน และไม่ตกเป็นเหยื่อของสังคม สอดคล้องกับแนวคิดของ McComb & Becker (1979) ที่ได้กล่าวถึงการใช้สื่อเพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการว่า บุคคลใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ในเรื่องต่าง ๆ เพื่อต้องการรู้ทันเหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามเหตุการณ์ต่าง ๆ ผ่านสื่อมวลชน เพื่อให้รู้เท่าทันเหตุการณ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัฐธรรมา ขวาท (2551) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการสถานีโทรทัศน์กองทัพบก ศูนย์ประชาสัมพันธ์พลเรือน ตำรวจ ทหาร (ททบ.ศปชส.พตท. หรือททบ.5/1) ในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับชมรายการของสถานีโทรทัศน์กองทัพบกฯ (ททบ.5/1) ด้วยเหตุผลที่เปิดรับชมรายการคือ เพื่อติดตาม

สถานการณ์ อย่างทันกระแส สอดคล้องกับงานวิจัยของ วีรวัฒน์ เพ็งช่วย (2554) ที่ศึกษาเรื่อง ความคาดหวัง พฤติกรรมการใช้บริการ และ ความพึงพอใจจากการใช้บริการด้านข้อมูลข่าวสารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังว่าและพึงพอใจที่จะได้รับรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์ และได้ติดตามความเคลื่อนไหวด้านต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม และไม่พลาดในสิ่งที่ควรจะรู้มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทพร ทาวะระ (2555) ที่ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจและความคาดหวังต่อรายการ ประเด็นเด็ด 7 สี ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ คิดว่าประโยชน์ที่ได้รับจากการชมรายการประเด็นเด็ด 7 สี คือ ทราบข่าวสารเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ทันต่อเหตุการณ์ สามารถนำประโยชน์มาใช้ในชีวิตประจำวันได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรพร โกษยพงศ์ และ พงศ์ณัชัช กนกงามวิโรจน์ (2565) ที่ทำการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อที่มีต่อรายการข่าวชั้นคนข่าวทางช่อง Nation TV ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการข่าวชั้นคนข่าวทางช่อง Nation TV มีความพึงพอใจในเนื้อหารายการมีความทันต่อเหตุการณ์และกำลังเป็นที่สนใจอยู่ในระดับมากที่สุด

3. ความน่าเชื่อถือของผู้สื่อข่าวรายการแซ็คเล่มาข่าวที่มีต่อความพึงพอใจ ของผู้ชม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาความน่าเชื่อถือของผู้สื่อข่าวรายการแซ็คเล่มาข่าวที่มีต่อความพึงพอใจ ของผู้ชม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมความน่าเชื่อถือของผู้สื่อข่าวรายการแซ็คเล่มาข่าวมีผลต่อความพึงพอใจ ของผู้ชม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานครสอดคล้องกับแนวคิดของ Ohanian (1990) ที่กล่าวไว้ว่า ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร จะน่าเชื่อถือก็ต่อเมื่อผู้นำเสนอมีความน่าไว้วางใจ ความเชี่ยวชาญ และความน่าดึงดูดของผู้มีชื่อเสียง ตรงตามสมมติฐานที่ทางผู้วิจัยได้กำหนดไว้แสดงให้เห็นว่าผู้ชม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจต่อความน่าเชื่อถือของผู้สื่อข่าวรายการแซ็คเล่มาข่าว

เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของอภิญา ตั้งประสิทธิ์ศิลป์ (2563) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลข่าวสารบน เฟซบุ๊กที่มีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้สื่อสังคม ในเขต กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลข่าวสารทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ความน่าไว้วางใจ ความเชี่ยวชาญ ความน่าดึงดูดของผู้มีชื่อเสียง มีความ สอดคล้องและสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับสารทำให้เกิดพฤติกรรมการส่ง ต่อข้อมูลข่าวสารนั้น ๆ และสอดคล้องกับวิภรณ์รัตน์ เยาวละออง (2558) ที่ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการ ยกทัพข่าวเช้า ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง PPTV พบว่า กลุ่มผู้ชมมี ความพึงพอใจต่อผู้ดำเนินรายการที่มีความน่าเชื่อถือ คือความเชี่ยวชาญ ความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาข่าว รวมทั้งมีบุคลิกที่ดีเหมาะสมกับรูปแบบรายการ

ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษาพบว่า ความน่าเชื่อถือของผู้สื่อข่าวรายการเช็กเล่าข่าว ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ชม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยปัจจัยด้าน ความความเชี่ยวชาญ เป็นปัจจัยที่ผู้ชม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญ ดังนั้นผู้ที่ทำหน้าที่เป็นผู้สื่อข่าวควรมีความเชี่ยวชาญในการทำข่าว พร้อมทั้งพัฒนาศักยภาพของตนเองอยู่เสมอ โดยการใช้ความรู้เฉพาะด้าน อย่างการ สืบหาข้อเท็จจริงของเนื้อหาข่าว นำมาประกอบเป็นหลักฐานอ้างอิงในการรับ ประกันความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอ เพื่อข่าวสารที่นำเสนอออกไป จะเป็นประโยชน์ต่อสังคม รวมทั้งข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องจะส่งผลทำให้ผู้ชมมี ความเชื่อถือในตัวผู้สื่อข่าวและวงการสื่อสารมวลชนมากยิ่งขึ้น

2. จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของผู้ชม Gen Y ในเขต กรุงเทพมหานคร โดยปัจจัยด้านความต้องการรู้เท่าทันเหตุการณ์ เป็นปัจจัยที่ผู้ชม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญ ดังนั้น ในการนำเสนอข่าว ผู้สื่อข่าว

รวมทั้งผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมสื่อ ควรให้ความสำคัญกับการนำเสนอข่าวที่ทันต่อกระแสของเหตุการณ์บ้านเมือง เพื่อเป็นประโยชน์ให้ผู้ชมในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ทันกระแสสังคมอยู่ตลอดเวลา และสามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการสนทนากับบุคคลอื่น ๆ ในสังคมได้ทันสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงความน่าเชื่อถือของผู้สื่อข่าวรายการแซ็คเล่แม่ข่าว ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ชม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาถึงแนวโน้มหรือทิศทางในอนาคตของความน่าเชื่อถือของผู้สื่อข่าว โดยการศึกษาแบบนี้จะทำให้ผู้สื่อข่าวสร้างความน่าเชื่อถือในการนำเสนอข่าวสาร ได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบันมากขึ้น และผลการศึกษาที่ได้มาจะสามารถนำไปปรับปรุง และพัฒนารายการข่าวเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ชมต่อไป

บรรณานุกรม

- ฐิติธรรมา ชวเชต. (2551). พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการสถานีโทรทัศน์กองทัพบก ศูนย์ประชาสัมพันธ์พลเรือน ตำรวจ ทหาร (ททบ.ศปชส.พตท. หรือ ททบ.5/1) ในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้. (วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต).มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมจริราช, นนทบุรี.
- ธวัชรรัตน์ ศรีจันทร์กาศ, ไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค์ และ สันทัด ทองรินทร์ (2563). คุณลักษณะที่ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของผู้ประกาศข่าวในรายการประเภทเล่าข่าวทางสถานีโทรทัศน์. วารสารนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมจริราช.

- นันทร ทาจะระ (2555). ความพึงพอใจและความคาดหวังต่อรายการประเด็น
เด็ด 7 สี. ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิตบัณฑิต. คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
พัชรพร โกษยพงศ์ และ พงศ์ณัชชัย กนกงามวิโรจน์ (2565). พฤติกรรมการ
เปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อที่มีต่อรายการข่าวข้นคนข่าวทางช่อง
Nation TV ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิจัยธรรมศึกษา
5(1) มกราคม-มิถุนายน2565), ศูนย์วิจัยธรรมศึกษา สำนักเรียนวัด
อาวุธวิกสิตาราม.
- ภัทธีรา สารากรบริรักษ์. (2557). ผู้ประกาศและการใช้เสียงทางวิทยุและ
โทรทัศน์. กรุงเทพฯ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภัทรเวช ฟุ้งเฟื่อง ดวงกมล ขาดิประเสริฐ. (2562). ความคาดหวังและความ
พึงพอใจของผู้ชมละครโทรทัศน์“บุพเพสันนิวาส.”วารสารสถาบันวิจัย
และพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, 4(2),123-141.
- รัตน์วดี นาควนิช (2558). การประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว : จุดเริ่ม
ต้นของคุณภาพ. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย,
35(1), (241-257).
- วิภรณ์รัตน์ เยาวละออง. (2558). พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของ
ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการ ยกทัพข่าวเช้าทาง
สถานีโทรทัศน์ช่อง PPTV. วิทยานิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต, วารสาร
ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์.
- วีรวัฒน์ เฟื่องช่วย (2554). ความคาดหวัง พฤติกรรมการใช้บริการ และความพึง
พอใจจากการใช้บริการด้านข้อมูล ข่าวสารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่.
วิทยานิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต, วารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์.

- สิริชัย วงษ์สาธิตศาสตร์. (2549). สื่อออนไลน์ช่องทางเลือกใหม่ของการรายงานข่าวของสื่อมวลชนไทย. วารสารรามคำแหง, 23(1), 43-45.
- อภิญา ตั้งประสิทธิ์ศิลป์. (2563). ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊ก ที่มีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้สื่อสังคม ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อริดี ตันติสุนทรโธม. (2551). การสร้างภาพลักษณ์ด้วยการกำหนดบุคลิกภาพของอภิลิทธิ เวชชา ชีวะผ่านhi5. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- Dennis, D. M., & Gray, D. M. (2013). An episode-by-episode examination: What drives television-viewer behavior - digging down into audience satisfaction with television dramas. *Journal of Advertising Research*, 53(2), 166-174. Retrived from <https://doi.org/10.2501/JAR-53-2-166-174>.
- Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M. and Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, 2nd Edition, Sage Publications, Inc.
- McCombs, M. E., & Becker, L. B. (1979). *Using Mass Communication Theory*, Englewood cliffs : N.J. Prentice Hall.
- Ohanian, R. (1990). Construction and validation of a scale to measure celebrity endorsers perceived expertise, trustworthiness, and attractiveness. *Journal of Advertising*, 19(3), 39-52.
- Thailand internet user behavior. (2022). ผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2565.สืบค้นจาก <https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/publications/iub2022.aspx>.

We Are Social Meltwater. (2023). ผลสำรวจสื่อออนไลน์ด้าน *Social Media* ที่คนไทยนิยมใช้มากที่สุด ปี 2023. สืบค้นจาก <https://www.meltwater.com/en/2023-global-digital-trends>.