

ปัจจัยในการตัดสินใจของผู้สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel

Factors in Making Decision of TV Muslims White Channel Supporters



ปัจจัยในการตัดสินใจของผู้สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel

Factors in Making Decision of TV Muslims White Channel Supporters



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2561



©2562

ยลวูทท์ เกตุเทียะงกัจ

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

เรื่อง ปัจจัยในการตัดสินใจของผู้สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel

ผู้วิจัย ยลวุทธ์ เกตุเที่ยงกิจ

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.มนตรา ธาดานวยชัย)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปฐมมา สตะเวทิน)

(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

29 มิถุนายน 2562

ยลวูทท์ เกตุเที่ยงกิจ. ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์, มิถุนายน 2562, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปัจจัยในการตัดสินใจของผู้สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel (80 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.มนทิรา ธาดากำนวชัย

## บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยในการตัดสินใจของผู้สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel” มีวัตถุประสงค์เพื่อวิจัย 2 ข้อ คือ 1) เพื่อศึกษาประเภทเนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอของสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel 2) เพื่อศึกษาประเภทปัจจัยในการตัดสินใจสนับสนุนกับสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาและการสัมภาษณ์เจาะลึก ทั้งนี้การวิเคราะห์เนื้อหาประเภทรายการ และรูปแบบการนำเสนอรายการที่ออกอากาศในช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel จำนวน 43 รายการ ในส่วนการสัมภาษณ์เจาะลึกโดยสัมภาษณ์ผู้สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel จำนวน 10 คน

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจ และสาเหตุในการสนับสนุนเป็นหน่วยในการวิเคราะห์ของผู้ที่สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel พบว่า มีเนื้อหาประเภทจำนวน 43 รายการ รายการที่หลากหลาย เป็นแบบช่องฟรีทีวีทั่วไป สามารถรับชมได้ทุกเพศทุกวัย และถูกต้องตามหลักศาสนา จากผู้ถูกสัมภาษณ์ได้กล่าวเป็นทำนองเดียวกัน รูปแบบและประเภทเนื้อหารายการของรายการหลักที่มีเปอร์เซ็นต์สูงสุดอยู่ 3 ประเภท ได้แก่ ความรู้ทั่วไป 18 รายการ, รายการถามตอบปัญหาศาสนา 8 รายการ และรายการข่าว 8 รายการ ซึ่งรายการถามตอบปัญหาศาสนาเป็นที่ชื่นชอบจากผู้ถูกสัมภาษณ์ในส่วนผลวิเคราะห์ปัจจัยการตัดสินใจของผู้สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel พบว่า ด้านความเชื่อทางศาสนา และความเชื่อในตัวบุคคล คือ ผู้บริหารองค์กร เซครีฎอ อะหมัด สมะดี เป็นปัจจัยในการตัดสินใจของผู้สนับสนุน

คำสำคัญ: ปัจจัยการตัดสินใจ, สถานีโทรทัศน์มุสลิม

Kedthiangkit, Y. M.Com.Arts (Strategic Communications), June 2019, Graduate School, Bangkok University.

Factors in Making Decision of TV Muslims White Channel Supporters (80 pp.)

Advisor: Montira Tadaamnuaychai, Ph.D.

## ABSTRACT

The research “Factors in making decision of TV Muslims White Channel supporters” has 2 research objectives which are 1) to study the content and the presentation format of TV (Muslim) White Channel 2) to study the factors of making decision to support TV Muslim White Channel.

This research is qualitative research which uses content analysis and in-depth interviews. It is based on content analysis of program type and presentation format of broadcasted programs on TV Muslim White Channel, in total 43 programs. In the part of in-depth interview, it is interview of 10 TV Muslim White Channel supporters.

The results were as, the factors of making decision and the reasons to support of TV Muslim White Channel supporters came from the 43 various programs that were similar to other free TV Channels, all genders and age were able to watch and the contents were correct according to Islamic principle. As from in-depth interview, interviewees said similarly that contents and formats of main programs of the highest percentages covers 3 types which are general knowledge 18 programs, question & answer 8 programs, and news 8 programs. The most popular program is Islamic question & answer program. The analysis result of the decision factors for the supporter of the Muslim Channel, White Channel was found that the religious beliefs and personal beliefs in Sheikh Rida Ahmad Samadi, the organization executive, are the factors for making decision of supporters.

*Keywords: Decision Making Factors, TV Muslim Channel*

## กิตติกรรมประกาศ

มวลการสรรเสริญเป็นกรรมสิทธิ์ของอัลลอฮฺ (ซ.บ.) งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดีจากความช่วยเหลือจากพระองค์ และได้รับคำแนะนำต่าง ๆ จากบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้วิจัยขออนุญาติกล่าวถึงดังนี้

ขอขอบคุณผู้อำนวยการสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel เซครีฎอ อะหมัด สมะดี อาจารย์สุวลี ทองทา อดีตที่ปรึกษาระบบขนส่งทางราง และที่ปรึกษาองค์การเกษตรกรรมผู้ทรงคุณวุฒิ กิตติมศักดิ์มาเป็นที่ปรึกษาพิเศษที่ให้มุมมองแนวคิดสอดคล้องในการทำวิจัยได้มุมมองและแนวทางการทำวิจัยที่ชัดเจนมากขึ้นแก่ผู้วิจัย

ขอขอบคุณ ดร.มนทิรา ธาดาอำนวยชัย อาจารย์ที่ปรึกษาที่ให้เกียรติมาเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา และได้ให้คำแนะนำทางวิชาการต่าง ๆ แก่ผู้วิจัย

ขอขอบคุณ นายสุเมศวร์ โหมินทร์ ผู้จัดการทั่วไป นายชัชวาล อัสการ์มี ฝ่ายบริหาร สถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel และผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านที่ให้ความร่วมมือและความอนุเคราะห์สนับสนุนการจัดเก็บข้อมูลในการทำวิจัยนี้

ขอขอบคุณ บรรดาครูอาจารย์ จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ผู้สนับสนุนการผลิตอาวุธทางปัญญานั้นก็คือ “วิชาความรู้” ให้แก่ผู้วิจัย ซึ่งยังประโยชน์ต่อการทำวิจัยในด้านวิชาการ จากหลากหลายแขนงวิชาความรู้

ขอขอบคุณครอบครัว เกตุเที่ยงกิจ และครอบครัวทองทา ที่ช่วยสนับสนุนทุก ๆ ด้านจนสำเร็จเสร็จสิ้นการศึกษาในระดับมหาบัณฑิตแก่ผู้วิจัย

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอน้อมเคารพ ศรัทธา และระลึกในพระคุณของ “เอกองค์อัลลอฮฺ” (ซ.บ.) ที่ประทานโอกาสให้แก่ผู้วิจัยได้ทำวิจัยให้กับสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel ที่ดำเนินงานอยู่ภายใต้หลักการของศาสนาอิสลามอย่างถูกต้อง ซึ่งสามารถเป็นสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) ต้นแบบแห่งศีลธรรมจรรยาที่ดีต่อมวลมนุษยชาติต่อไป

ยลวูธ เกตุเที่ยงกิจ

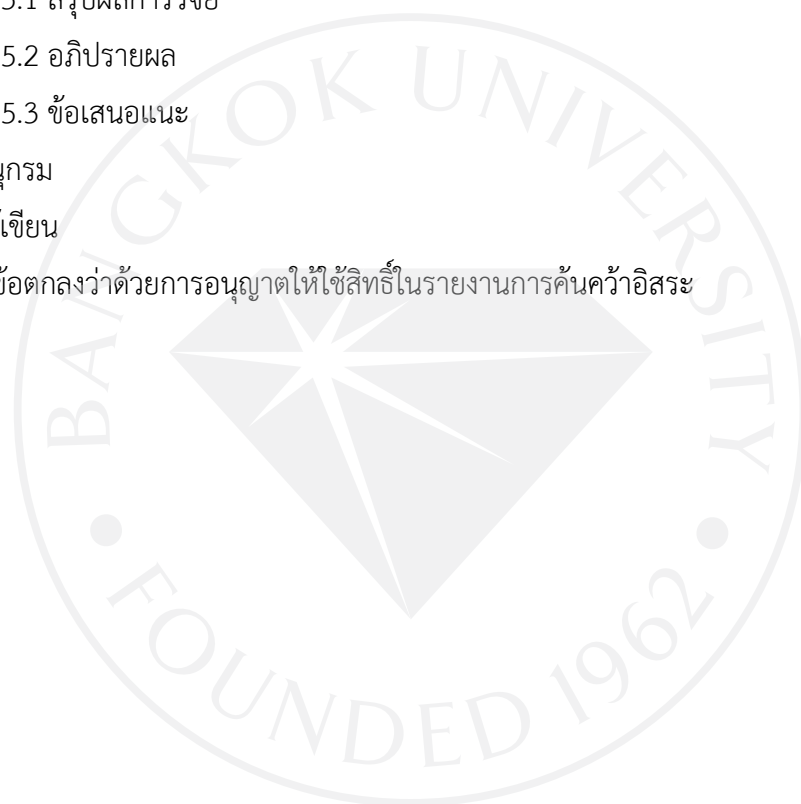
## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความสำคัญและที่มาของงานวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.3 คำถามนำวิจัย	4
1.4 ขอบเขตของงานวิจัย	5
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ	5
บทที่ 2 แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์	7
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์	14
2.3 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม	16
2.4 ทฤษฎีการตัดสินใจ	26
2.5 แนวคิดประวัติความเป็นมาสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมมุสลิม	39
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 ประเภทของงานวิจัย	44
3.2 แหล่งข้อมูล	44
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	45
3.4 วิเคราะห์ข้อมูล	45
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
4.1 ผลวิเคราะห์ด้านประเภทของช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel	48
4.2 ผลวิเคราะห์ปัจจัยการตัดสินใจของผู้สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel ประกอบด้วย	62



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 (ต่อ) ผลการวิจัย	
4.3 สรุปผลวิเคราะห์ปัจจัยการตัดสินใจของผู้สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel	67
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	69
5.2 อภิปรายผล	72
5.3 ข้อเสนอแนะ	74
บรรณานุกรม	76
ประวัติผู้เขียน	80
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	



## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1: ตารางอัตราส่วนของผังรายการของช่อง White Channel ปี 2562	3
ตารางที่ 3.1: ตารางข้อมูลรายละเอียดของผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 10 คน	44
ตารางที่ 4.1: ตารางอัตราส่วนของผังรายการของช่อง White Channel ปี 2562 รายการหลักที่มีเปอร์เซ็นต์ (%) สูงสุดอยู่ 3 หมวดหมู่	48
ตารางที่ 5.1: ตารางอัตราส่วนของผังรายการของช่อง White Channel ปี 2562 รายการหลักที่มีเปอร์เซ็นต์ (%) สูงสุดอยู่ 3 หมวดหมู่	70



## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 4.1: รายการบัวต้วน้อย	49
ภาพที่ 4.2: รายการข้าว	50
ภาพที่ 4.3: รายการเรื่องร้องเรียน	51
ภาพที่ 4.4: รายการบี้ยินูน	52
ภาพที่ 4.5: รายการแพทน์ปี	53
ภาพที่ 4.6: รายการแนวทางที่เที่ยงตรง	54
ภาพที่ 4.7: รายการแนวความรู้ทั่วไป	57
ภาพที่ 4.8: รายการถามตอบปัญหาศาสนา	59
ภาพที่ 4.9: รายการข้าว	61



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความสำคัญและที่มาของงานวิจัย

ความเป็นมาของ White Channel ถือเป็นการต่อยอดครั้งสำคัญของกลุ่มมุสลิมเพื่อสันติ ซึ่งก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2544 และได้พัฒนาศักยภาพขององค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการทำงานที่ครอบคลุม และมีประสิทธิภาพขึ้นตามลำดับ “เป้าหมายของสถานีโทรทัศน์ White Channel” ผลิตรายการโทรทัศน์สีขาวที่มีเนื้อหาสร้างสรรค์สำหรับทุกคนในครอบครัว เสนอมาตรฐานใหม่ให้สังคมทั่วไปในการใช้ศีลธรรมในการแก้ปัญหาสังคม นำเสนอหลักการอิสลามกับสังคมมุสลิมอย่างมีศิลปะ “เนื้อหาหลักของสถานีโทรทัศน์ White Channel” สถานีโทรทัศน์ White Channel เป็นสถานีวาไรตี้ที่มีการเทศนาธรรมตามคำสอนอิสลามเป็นหลัก แต่ก็มีรายการประเภทอื่น ๆ ด้วย เช่น รายการเด็ก, รายการอาหาร, รายการสุขภาพ และรายการวิเคราะห์ข่าว ด้วยเงิน 300,000 บาท จากกลุ่มผู้ฟังวิทยุ AM รายการอิสลามอินไทยแลนด์เป็น “ทุนต้นทาง” ของสถานีความดี ไลฟ์ แชนแนล ไม่ใช่ทุนสนับสนุนจากภาครัฐ, ไม่ใช่เงินสนับสนุนจากอาหรับ หรือเงินทุนจากกลุ่มทุนใด ๆ กล่าวได้ว่า กล่าวอ่อนของไลฟ์แชนแนลแยกออกจากความคาดหวังของสังคม

ปี พ.ศ. 2545 มูลนิธิมุสลิมเพื่อสันติเริ่มมีผลงานเรียกร้องสิทธิมุสลิม ประสานงานสร้างสายสัมพันธ์กับกลุ่มทำงานต่าง ๆ ทั่วประเทศ จนผลงานเป็นที่ยอมรับในวงกว้าง

ปี พ.ศ. 2550 สหกรณ์อิสลามอمانةฮู เป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้ไลฟ์แชนแนลเข้าถึงแหล่งเงินทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งเงินทุนที่เต็มไปด้วยเงื่อนไขตามหลักการอิสลาม

ปี พ.ศ. 2555 วันที่ 6 กุมภาพันธ์ เป็นวันแรกที่ไลฟ์แชนแนลแพร่ภาพ หลังจากทีมงานและผู้เกี่ยวข้องกว่า 50 ชีวิต พุ่มเทประชุมเตรียมความพร้อมอย่างหนักเป็นเวลาหลายเดือน ถูกขับเค้นด้วยฟันเฟืองน้อยใหญ่ที่ล้วนมีความสำคัญในตัวเอง เป็นเรื่องจริงเกิดขึ้นอีกครั้งในกรณีสนามการทำงานของไลฟ์แชนแนล ความสำเร็จหลายประการที่ดูคล้ายเป็นผลงานของเรา แต่ทว่าน้อยคนจะรู้ว่า มีผู้ร่วมผลักดัน ผู้ร่วมสนับสนุนอีกมากมายทั้งในนามองค์กร และให้ความช่วยเหลือในนามส่วนตัว การที่กำหนดให้บอร์ดชาร์อะฮูเป็นบอร์ดสูงสุดมีอำนาจเต็มในการพิจารณาเรื่องต่าง ๆ นับเป็นการวางรากฐานสำคัญให้ไลฟ์แชนแนลเป็นองค์กรที่จัดอันดับให้ศีลธรรมมาก่อนผลกำไร จึงไม่เพียงพอที่จะให้ค่าบอร์ดชาร์อะฮูเป็นเพียงคณะที่ปรึกษา หรือเป็นเพียงบอร์ดตรายางที่ไม่มีอำนาจใด ๆ

ดังนั้น ไลฟ์แชนแนลเลือกที่จะเซ็นเซอร์ตัวเอง และสิ่งที่นำมาเป็นกฎกติกาในการเซ็นเซอร์ ก็ไม่ได้มาจากนโยบายส่วนตัวของใคร หากแต่รวบรวมมาจากบัญญัติใช้บัญญัติห้ามของพระเจ้าผู้สูงส่ง เพราะฉะนั้นภาพหญิงสาว, เสียงดนตรี และเนื้อหารายการที่ขัดกับศีลธรรมอันดีของอิสลาม จึงไม่ได้รับอนุญาตให้ปรากฏบนจอภายใต้โลโก้ของเรา การประชุมร่วมสามฝ่ายระหว่างบอร์ดบริหาร, บอร์ด

ซารีอะฮ์ และกรรมการบริหาร (หัวหน้าฝ่ายต่าง ๆ) นับเป็นกุญแจสำคัญที่ทำให้งานทุกชิ้นของไวท์ แชนแนลเป็นไปตามรากฐานทางศาสนาอย่างเป็นรูปธรรม โดยที่ไม่หลุดออกจากกรอบอิสลามที่มี บอร์ดซารีอะฮ์ ทำหน้าที่เฝ้าระวัง งานโปรดักชันของไวท์แชนแนลทุกชิ้นที่จะถูกส่งต่อเป็นทอด ๆ ผ่านสายพานการผลิต ทำให้สามารถตรวจสอบได้ทุกขั้นตอนทั้งในด้านหลักการศาสนาและในด้าน คุณภาพทางศิลปะ

ในยุคที่ไวท์แชนแนลเป็นสถานที่ที่ก่อตั้งขึ้นใหม่ยังไม่สามารถหาแหล่งเงินทุนมาสนับสนุน บริหารสถานีเกิดใหม่ที่ต่างก็เคັนศักยภาพของแต่ละคนออกมาจนสุดความสามารถ ในบางครั้งอาจ มากเกินด้วยซ้ำ ซึ่งอาจส่งผลเสียต่อสุขภาพในระยะยาว เราอยู่ในยุคสงครามสื่อที่สู้กันด้วยข่าวสาร การที่ชาวโลกตกอยู่ในภาวะ ทั้ง ๆ ที่เรามีทั้งศีลธรรมและปรัชญาธรรมที่มาจากพระเจ้า หากหันไป วิเคราะห์ถึงสาเหตุแห่งการเปลี่ยนแปลงของประชาชาติอิสลามในครั้งนี้อย่างไร อาจมาจากตัวเราเองที่ตกอยู่ใน ฝ่ายตั้งรับมากเกินไป

ไวท์แชนแนลในปัจจุบัน ถึงแม้จะเป็นสถานีช่องสถานีทีวีเล็ก ๆ ทั้งในแง่ของทุนทรัพย์ และ จำนวนบุคลากร ทว่าก็ยังสามารถผลิตรายการที่มีรูปแบบรายการที่หลากหลาย อีกทั้งทุกรายการล้วน มีเป้าหมายร่วมกัน คือ การให้ความรู้สร้างความเข้าใจในอิสลามให้กับผู้ชม ผ่านรูปแบบที่หลากหลาย ทั้งในจอและนอกจอกับกลุ่มผู้ชมที่มีรสนิยมแตกต่างกันออกไป

- รายการวาไรตี้ต่าง ๆ ทั้งรายการเด็ก, รายการท่องเที่ยว, รายการอาหาร และ รายการเพื่อสุขภาพ ที่ล้วนสอดแทรกเรื่องราวสาระเนื้อหาที่น่าสนใจของอิสลาม มากับเนื้อหาที่เฉพาะ ทางและเทคนิคการถ่ายทำที่ร่วมสมัย ทำให้เรื่องศาสนากับเรื่องการใช้ชีวิตเป็นเรื่องที่แยกกันไม่ออก เช่น รายการบ่าวตัวน้อย เป็นต้น

- รายงานข่าวในช่วงต่าง ๆ ของวัน ทำให้เข้าใจและเท่าทันสถานการณ์ของพี่น้อง มุสลิมในทุกมุมโลก เข้าใจโลกเข้าใจสังคมด้วยมุมมองอิสลาม เช่น สก๊อปข่าวประเด็นร้อน เป็นต้น

- รายการด้านสิทธิมนุษยชน รับเรื่องร้องเรียน พร้อมช่วยแนะนำประสานงานใน กรณีที่ถูกละเมิดสิทธิ เช่น รายการเรื่องร้องเรียน เป็นต้น

- อนาคตสีขาว ความบันเทิงฮาแล้ว ที่จะมาทดแทนเสียงเพลงประกอบดนตรีที่ อิสลามไม่อนุญาต สำหรับคนที่ต้องการหาความสุขเล็ก ๆ น้อย ๆ จากสิ่งบันเทิงที่อยู่ในกรอบอิสลาม เช่น รายการบัยยีนุ เป็นต้น

- รายการด้านสุขภาพ เป็นรายการที่ไม่มีที่ไหนนอกจากที่ไวท์แชนแนลเพียงที่เดียว เป็นที่พึ่งด้านวิชาการสำหรับผู้ที่ต้องการป้องกันตนเองจากไสยศาสตร์ ให้ความรู้เกี่ยวกับศาสตร์ ทำนายฝันตามหลักการอิสลาม เช่น รายการแพทย์นบี เป็นต้น

- รายการด้านตอบปัญหาศาสนา การสอนอิสลามแบบดั้งเดิม อีกหนึ่งวิธีเผยแพร่ศาสนาที่ประสบความสำเร็จมาเนิ่นนาน เป็นการบรรยายศาสนธรรมสดในหัวข้อได้รับความสนใจจากสังคม เช่น รายการแนวทางที่เที่ยงตรง เป็นต้น

ตารางที่ 1.1: ตารางอัตราส่วนของผังรายการของช่อง White Channel ปี 2562

หมวดหมู่รายการ	จำนวนรายการ	เปอร์เซ็นต์ (%)
รายการเด็ก	2	4.7%
รายการสุภาพสตรี	3	6.9%
รายการผู้สูงวัย	2	4.7%
รายการความรู้ทั่วไป	18	41.8%
รายการสุขภาพ	2	4.7%
รายการถามตอบปัญหาศาสนา	8	18.6%
รายการข่าว	8	18.6%
จำนวนรายการทั้งหมด	43	100%

ที่มา: สถานีโทรทัศน์ White Channel. (2562). จำนวนหมวดหมู่และจำนวนรายการ มกราคม ถึง ธันวาคม 2562. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

ข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาสถานีโทรทัศน์ White Channel เป็นกรณีศึกษาจากประสบการณ์ในฐานะที่เคยเป็นผู้ชมของสถานีโทรทัศน์นี้ ทำให้เห็นวิธีการดำเนินงานที่แตกต่างไปจากสถานีโทรทัศน์ทั่วไป เนื่องจากสถานีโทรทัศน์ White Channel เป็นสถานีโทรทัศน์มุสลิมที่มีหลักในการดำเนินงานเพื่อประโยชน์ของส่วนรวมเป็นสำคัญ ก่อตั้งโดยการรวมตัวกันของนักวิชาการ นักกิจกรรม และผู้มีประสบการณ์ในการทำงานด้านสื่อสารมวลชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นช่องทางเลือกในการรับข้อมูลข่าวสาร ความบันเทิง ภายใต้กรอบของศาสนาอิสลามอันดีงาม การผลิตสื่อส่งเสริมศีลธรรม จริยธรรม และกิจกรรมแบบมีส่วนร่วมต่อสังคมชุมชนย่อย ๆ ในจังหวัดต่าง ๆ โดยสร้างกิจกรรมออกมาในรูปแบบรายการโทรทัศน์ ดีวีดี สื่อการสอน และการลงพื้นที่สัมผัสชุมชนต่าง ๆ อย่างใกล้ชิด ซึ่งมีการนำเสนอข้อมูลความรู้ทั่วไป ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายทุกคนในสังคม ไม่จำกัดเพศ วัย ศาสนา หรืออาชีพ ซึ่งรายได้ในการดำเนินงานมาจากการสนับสนุนของประชาชนในสังคม ผ่านการทางบริจาคเป็นส่วนใหญ่ และจากการช่วยเหลือด้านอื่น ๆ

จากรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย และความจริงจังในการเผยแพร่อิสลาม จึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่มีผู้ชมโทรเข้ามารับอิสลาม ทั้งในรายการต่าง ๆ และเดินทางมารับอิสลามที่สถานีเป็นจำนวนมาก และไว้ท์แชนแนลก็ยังมียุบายที่จะจัดให้มีหน่วยงานที่จะรับช่วงในการเปิดสอนอิสลามต่อเนื่องให้ผู้ที่ยังรับอิสลาม และผู้ที่เริ่มสนใจศึกษาอิสลามเหล่านี้ การงานทั้งหมดนี้เกิดขึ้นภายใต้พระอนุมัติของอัลลอฮ์ ผู้ทรงช่วยเหลือ ผู้ทรงปรีชาญาณ ผู้ที่ทรงส่งความช่วยเหลือมากมายของพระองค์ผ่านทางบรรดาผู้สนับสนุนไว้ท์แชนแนลทั้งทางตรงและทางอ้อม และขอให้พระองค์ทรงตอบรับการงานที่ดีของเราและผู้ให้ความช่วยเหลือเราอย่างครบถ้วน รูปแบบการประชาสัมพันธ์ หรือรายการที่เปลี่ยนไปนี้ กลายเป็นความท้าทายใหม่ของช่องสถานีโทรทัศน์ White Channel เพราะต้องเป็นการสื่อสารที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะตัวของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อที่จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของตนอย่างแม่นยำที่สุด ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหา ภาษา รูปแบบการนำเสนอ ฯลฯ โดยต้องศึกษาพฤติกรรมความต้องการ หรือรสนิยมในการบริโภคข่าวสารของกลุ่มเป้าหมายของตนให้ถ่องแท้ เพื่อทำให้เกิดปฏิกิริยาตอบกลับจากกลุ่มเป้าหมายไปในทิศทางที่ดี และนำข้อมูลข่าวสารกระจายเป็นวงกว้างออกไป

สรุปได้ว่า การทำสื่อโทรทัศน์มุสลิมในยุคสมัยนี้ องค์กรยังคงต้องนำเสนอสาระเนื้อหาใหม่ ๆ ให้ทันสมัยเข้าใจผู้บริโภค ผู้สนับสนุน และผู้ติดตาม ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ไม่ว่าจะนำเสนอผ่านสื่อใด ๆ ก็ตาม เนื้อหานั้นต้องสอดคล้องกับพฤติกรรม ความต้องการ และรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย อันจะนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น การสร้างสัมพันธ์อันดี การสร้างชื่อเสียง และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ฯลฯ โดยอาจมีผลลัพธ์ทางการตลาดเข้ามาเกี่ยวข้องไม่มากนักน้อยหรือตลอดจนวางแผนกลยุทธ์การสื่อสาร เพื่อให้เนื้อหาถูกส่งไปถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษารูปแบบรายการและประเภทเนื้อหารายการของสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel

1.2.2 เพื่อศึกษาประเภทปัจจัยในการตัดสินใจสนับสนุนกับสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel

## 1.3 คำถามนำวิจัย

1.3.1 ประเภทรูปแบบรายการและประเภทเนื้อหารายการของสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel เป็นอย่างไร

### 1.3.2 ทำไมจึงสนับสนุนช่องของสถานีโทรทัศน์วิทยุ (มุสลิม) White Channel

## 1.4 ขอบเขตของงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัย และสาเหตุการตัดสินใจของผู้สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel

## 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 แนวทางในการสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้แก่ กลุ่มผู้ติดตามของสถานีโทรทัศน์วิทยุ (มุสลิม) White Channel อย่างชัดเจน

1.5.2 แนวทางในการเลือกใช้ประเภทของเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ ที่เหมาะสมของสถานีโทรทัศน์วิทยุ (มุสลิม) White Channel

1.5.3 แนวทางในการประยุกต์ใช้กลยุทธ์การสื่อสารให้แก่ช่องทางสื่อสารอื่น ๆ ของสถานีโทรทัศน์วิทยุ (มุสลิม) White Channel

## 1.6 คำนียามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 รูปแบบรายการ หมายถึง รายการเป็นส่วนต่าง ๆ ของการออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ รายการโทรทัศน์ อาจออกอากาศเพียงแค่ครั้งเดียว หรือมีตอนต่อที่เรียกว่า ภาพยนตร์ชุดทางโทรทัศน์ (TV Series) ส่วนมากมักเป็นรายการประเภทละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์ชุดทางโทรทัศน์ มักแบ่งเป็นภาค ๆ รายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศเป็นพิเศษเพียงครั้งเดียว จะเรียกว่า รายการพิเศษ (Special Program) และสถานีวิทยุโทรทัศน์บางสถานี ยังมีภาพยนตร์โทรทัศน์ (TV Movies) ที่สร้างขึ้นเพื่อออกอากาศทางโทรทัศน์โดยเฉพาะ ไม่ได้ออกฉายทางโรงภาพยนตร์ หรือบันทึกลงในวีดีโอ วีซีดี ดีวีดี หรือสื่ออื่น ๆ

1.6.2 ประเภทเนื้อหาหรือรายการ หมายถึง การแบ่งประเภทรายการที่หลากหลาย ของกลุ่มรายการต่าง ๆ ซึ่งอาจจะแบ่งได้ตาม อายุ เพศ อาชีพ หรือฐานะทางเศรษฐกิจ การศึกษา และถิ่นที่อยู่อาศัยของผู้ชม หรือเจาะจงกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ และความสนใจเนื้อหาหรือรายการด้านนั้น ๆ เช่น รายการสำหรับเด็ก รายการข่าว รายการวาไรตี้ รายการละคร รายการสาระความรู้

1.6.3 สถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel หมายถึง สถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของช่อง และเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อผู้ติดตาม และสาธารณชนทั่วไป



1.6.4 ผู้ที่สนับสนุน หรือผู้ติดตามของสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel หมายถึง ผู้ที่สนับสนุน และติดตามของสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel



## บทที่ 2

### แนวคิด และทฤษฎี

ในการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยในการตัดสินใจของผู้สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel” ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกันภายใต้กรอบของการวิจัย เพื่อนำเสนอแนวคิดทฤษฎี ตลอดจนแนวทางด้านต่าง ๆ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์
- 2.3 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม
- 2.4 ทฤษฎีการตัดสินใจ
- 2.5 แนวคิดประวัติความเป็นมาสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมมุสลิม

#### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์

สื่อมวลชนที่ได้รับการยอมรับมีอิทธิพลและเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่มได้อย่างทั่วถึงที่สุด คือ สื่อโทรทัศน์ รายการโทรทัศน์จึงกลายเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงกว่าสื่ออื่น ๆ และมีเม็ดเงินหมุนเวียนในธุรกิจนี้เป็นจำนวนมากซึ่งสังเกตได้จากบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ต่างก็นำเสนอรายการโทรทัศน์ออกมามากมายในหลากหลายรูปแบบทั้งที่มุ่งเน้นการให้ข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ชมให้ได้มากที่สุด โดยอาศัยความเข้าใจทั้งจากประสบการณ์การทำงานสื่อ ตลอดจนการศึกษาพฤติกรรมความต้องการของผู้รับสาร เพื่อกำหนดพฤติกรรมหน้าที่ของสื่อในฐานะผู้ส่งสาร นักวิชาการด้านสื่อมวลชนได้สรุปโยงความต้องการของมนุษย์ในการสื่อสารผสานเข้ากับหน้าที่ของการสื่อสารดังนี้ (Lasswel, 1948 และ Wright, 1964 อ้างใน อรทัย ศรีสันติสุข, 2528, หน้า 115-116)

1) ผสมผสานส่วนต่าง ๆ ของสังคม (Correlation of Parts of Society) หมายถึง การทำหน้าที่ประสานส่วนต่าง ๆ ของสังคม เป็นเวทีแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ซึ่งเป็นปัญหาที่น่าสนใจร่วมกันเพื่อหาข้อตกลงหรือข้อยุติร่วมกัน

2) ถ่ายทอดมรดกทางสังคมและวัฒนธรรม (Transmission of Social Inheritance) คือ การให้ความรู้ให้การศึกษาโดยการถ่ายทอดสอนสิ่งที่มีคุณค่าในการเรียนรู้เพื่อให้ความรู้นั้นได้มีการสืบทอดต่อไป

3) การให้ความบันเทิง (Entertainment) นับเป็นความต้องการของมนุษย์ประการหนึ่งในการแสวงหาความรื่นเริงบันเทิงใจจึงได้พยายามถ่ายทอดสื่อสาร เพื่อวัตถุประสงค์ดังกล่าวสำหรับสื่อโทรทัศน์ในฐานะที่เป็นสื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารผสานกับความต้องการของผู้รับสารสื่อโทรทัศน์จึงทำ

หน้าที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสารและคาดหวังได้เป็นอย่างดี โดยหน้าที่ของสื่อโทรทัศน์นั้น ประกอบไปด้วยหน้าที่หลัก 4 ประการ ที่สอดคล้องกับความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ในการติดต่อสื่อสารและหน้าที่ของการสื่อสารดังนี้

3.1) หน้าที่เสนอข่าวสาร เนื่องจากมนุษย์มีความต้องการที่จะมีผู้คอยเฝ้ายาม คอยดูแลความปลอดภัยให้ซึ่งการเฝ้าคอยดูแลเหตุการณ์นั้นโทรทัศน์ก็จะต้องมีหน้าที่รายงาน เหตุการณ์หรือส่งข่าวสารมาให้ผู้อื่นได้ทราบทั่วกัน

3.2) หน้าที่เสนอความคิดเห็น เนื่องจากมนุษย์มีความต้องการที่จะแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อช่วยในการตัดสินใจหรือการหาข้อยุติในประเด็นต่าง ๆ จากความต้องการนี้มนุษย์จึง ต้องการสถานที่หรือเวทีเพื่อแสดงความคิดเห็น ซึ่งโทรทัศน์ก็สามารถทำหน้าที่เพื่อการนี้ได้

3.3) หน้าที่เสนอบริการการศึกษา เนื่องจากมนุษย์มีความต้องการเรียนรู้ศิลปะ วิทยาการต่าง ๆ เพื่อใช้ในการประกอบอาชีพ หรือเพื่อสุนทรียของชีวิต ซึ่งความต้องการนี้ก็สามารถใช้ โทรทัศน์ทำหน้าที่บริการให้การศึกษาได้

3.4) หน้าที่บริการความบันเทิง เนื่องจากมนุษย์มีความต้องการในเรื่องความรื่นเริง บันเทิงใจ ความสนุกสนานซึ่งเป็นการพอใจส่วนใหญ่แสวงหาซึ่งโทรทัศน์มีศักยภาพที่เหมาะสมในการบริการความบันเทิงเพื่อตอบสนองความต้องการด้านการพักผ่อนหย่อนใจของมนุษย์ รายการวิทยุ โทรทัศน์ หมายถึง รายการที่ทางสถานีจะต้องจัดขึ้น เพื่อแพร่ภาพให้แก่ผู้ชม โดยต้องมีการจัดทำผัง รายการให้ผู้ชมได้ทราบว่ารายการต่าง ๆ จะมีเมื่อใด อย่างไร โดยสถานีจะทำการประกาศโฆษณาทาง สถานีของตนเองหรือโฆษณาทางสื่ออื่น ๆ หรือออกหนังสือกำหนดรายการของสถานีเพื่อแจกจ่ายหรือ จำหน่าย เพื่อเป็นการโฆษณาซึ่งผู้มีหน้าที่กระทำผังรายการนี้ คือ ฝ่ายจัดรายการจะเป็นผู้รับผิดชอบ ในการจัดทำผังและกำหนดรายการโดยรายการต่าง ๆ ที่กำหนดในผังรายการจะมีลักษณะดังต่อไปนี้

(1) รายการสด (Live Program) หมายถึง รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ถ่ายทอดสด ๆ แล้ว ออกอากาศแพร่ภาพในทันที รายการสดนี้แบ่งออกเป็น 2 แบบด้วยกัน คือ

- รายการสดในสตูดิโอ หมายถึง รายการที่ทำกันในสถานีห้อง สตูดิโอแล้ว ออกอากาศทันที

- รายการสดนอกสถานที่ หมายถึง รายการที่ออกไปถ่ายนอก สถานีแล้วส่งสัญญาณ ออกอากาศโดยมีรถสำหรับการถ่ายทอดรายการไปพร้อมกัน

(2) รายการบันทึกเทปโทรทัศน์ อาจเรียกว่ารายการแห่งรายการประเภทนี้เป็นรายการที่มีวิธีการผลิตที่ถูกต้องเพราะการบันทึกเทปโทรทัศน์ไม่ได้แพร่ภาพในทันทีเพราะสามารถ เก็บภาพไว้เผยแพร่ทีหลังซึ่งเมื่อทำการบันทึกแล้วอาจมีการแก้ไขตัดต่อลำดับภาพได้ จึงทำให้คุณภาพ ของการผลิตรายการมีคุณค่าและมาตรฐานสูงการบันทึกเทปจึงนับว่าดีกว่าและสามารถเตรียมงานไว้

ล่องหน้ารายการที่จัดไว้ดำเนินไปได้ถูกต้องตามแผนหาข้อบกพร่องได้น้อยและประหยัด (มนัสนันท์ อภิรมย์วิจิตร, 2554, หน้า 30-31)

แนวคิดการจัดแบ่งประเภทและรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์

การจัดแบ่งประเภทรายการวิทยุโทรทัศน์มีแนวคิดในจัดแบ่งที่แตกต่างกันไปแล้วแต่เกณฑ์ที่ยึดในการจัดแบ่งประเภทรายการขึ้นอยู่กับความเหมาะสมลักษณะการจัดรายการวัตถุประสงค์ของผู้จัดแบ่งและความจำเป็นในการจัดแบ่งประเภทรายการ เนื่องมาจากเนื้อหาที่จะนำเสนอในรายการมีความแตกต่างและหลากหลาย ลักษณะและความต้องการชมรายการที่ต่างกันของกลุ่มผู้ชมรายการ และความแตกต่างของวัตถุประสงค์ในการจัดรายการทำให้การจัดรายการวิทยุโทรทัศน์หากไม่มีการจัดแบ่งประเภทรายการที่ชัดเจนจะเกิดความยุ่งยาก สับสน ไม่สะดวก ไม่เหมาะสมในการผลิตการจัดรายการและการชมรายการของผู้ชมทั่วไป เพราะการจัดและผลิตรายการที่ดีจะต้องนำเสนอเนื้อหาที่เด่นชัดตรงประเด็นน่าสนใจและต้องสามารถเข้าถึงและดึงดูดให้กลุ่มผู้ชมรายการด้วยจึงจะถือว่าการจัดรายการประสบผลสำเร็จ แนวคิดในการจัดแบ่งประเภทรายการวิทยุโทรทัศน์ มีลักษณะไม่แตกต่างไปจากการจัดแบ่งประเภทรายการวิทยุกระจายเสียงมากนัก คือ นิยมใช้เนื้อหาสาระของรายการลักษณะหรือประเภทของกลุ่มผู้ชมรายการ และบทบาทหน้าที่ของวิทยุโทรทัศน์ในฐานะสถาบันสื่อมวลชนประเภทหนึ่งโดยมีเกณฑ์ในการจัดแบ่งรายการดังนี้

1) การแบ่งประเภทรายการตามเนื้อหาสาระของรายการ การจัดแบ่งที่ยึดเนื้อหาเป็น เกณฑ์ในการจัดแบ่ง ซึ่งจะมีเนื้อหาที่สามารถนำมาจัด หรือนำเสนอเป็นรายการวิทยุโทรทัศน์ได้ หลากหลายประเภท เช่น รายการสุขภาพ รายการอาหาร รายการศิลปะ รายการข่าว รายการกีฬาประเภทต่าง ๆ เป็นต้น

2) การจัดแบ่งประเภทรายการตามกลุ่มผู้ชมรายการ การจัดแบ่งประเภทรายการโดยยึดลักษณะหรือประเภทของกลุ่มผู้ชมรายการซึ่งมีความแตกต่างและหลากหลายทั้งลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ เพศ วัย การศึกษา อาชีพ รายได้ สภาพภูมิประเทศ หรือลักษณะทางจิตวิทยา ได้แก่ ความชอบ ความต้องการวัฒนธรรม ค่านิยม ความเชื่อ ทัศนคติ ฯลฯ เป็นเกณฑ์ในการจัดแบ่งก็จะสามารถจำแนกออกได้หลายประเภทรายการ เช่น รายการเด็ก รายการวัยรุ่น รายการผู้หญิงสตรี รายการเฉพาะเจาะจงกลุ่มผู้ชม ได้แก่ รายการสำหรับคนรักรถ รายการสำหรับคนชอบแข่งรถ รายการคนรักสัตว์ หรือรายการเกี่ยวกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

3) การแบ่งตามบทบาทหน้าที่ของวิทยุโทรทัศน์ การจัดแบ่งประเภทรายการโดยยึดบทบาทหน้าที่ของวิทยุโทรทัศน์ซึ่งสามารถจำแนกประเภทรายการวิทยุโทรทัศน์ออกเป็นรายการ ประเภทข่าวสารรายการประเภทบันเทิงรายการประเภทให้ความรู้ และการศึกษารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์ (Program Format) หมายถึง ลักษณะโดยรวมของรายการวิทยุโทรทัศน์ซึ่งใช้เทคนิควิธีการและลีลาการนำเสนอเพื่อถ่ายทอดเนื้อหาสาระหรือสิ่งต่าง ๆ ที่ปรากฏในรายการให้เป็นที่น่าสนใจและดึงดูด

ความสนใจต่อผู้ชมรายการโดยเทคนิควิธีการและลีลาการนำเสนอจะมีลักษณะแตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความแตกต่างในการผสมผสานองค์ประกอบในการผลิตรายการ เช่น ภาพ เสียง ผู้ดำเนินรายการ ฉาก ภาพกราฟิก ผู้ร่วมรายการ รวมไปถึงสิ่งสนับสนุน การผลิตอื่น ๆ ประกอบกับปัจจุบันสภาพสังคมและเศรษฐกิจที่มีความสลับซับซ้อนทำให้เนื้อหาสาระ ข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิงมีปริมาณมากและหลากหลาย ขณะเดียวกันผู้ชมรายการก็มีความต้องการที่หลากหลาย และแตกต่างกันไปด้วยหน้าที่ของสถานี และผู้จัดรายการต้องพยายามคิดค้นหาจุดลงตัวที่พอดีระหว่างเนื้อหา รูปแบบ วิธีการนำเสนอเนื้อหา ของรายการกับความต้องการของผู้ชมรายการเพื่อให้ได้รายการที่ดีมีคุณภาพ และเป็นที่น่าสนใจมากที่สุดตามปกติผู้ชมรายการวิทยุโทรทัศน์มักมีสมาธิสั้น และให้ความสนใจอยู่เพียงช่วงระยะเวลาที่จำกัดประกอบกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีของวิทยุโทรทัศน์ที่เอื้ออำนวยความสะดวกในการเปิดรับชมทำให้การเปลี่ยนช่องการรับชมไปสถานีอื่นทำได้ง่ายและผู้ชมยังมีทางเลือกในการรับชมได้หลายสถานี ดังนั้นหากผู้จัดรายการขาดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการเลือกวิธีการเทคนิค และลีลาการนำเสนอที่น่าสนใจยังคงติดอยู่กับวิธีการ และการนำเสนอในรูปแบบเดิม ๆ ประกอบกับผู้ชมรายการมีสมาธิในการรับชมที่สั้นลงโอกาสที่ผู้ชมจะเปลี่ยนช่องหรือเปลี่ยนสถานีก็ทำได้ง่ายและเร็วขึ้นด้วยเหตุผลที่กล่าวมานี้จึงเกิดการพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์ในรูปแบบใหม่ ๆ แตกต่างจากเดิม โดยเพิ่มความน่าสนใจ ดึงดูดใจ ด้วยวิธีการและลีลาการนำเสนอที่สอดคล้องและกลมกลืนไปกับเนื้อหาสาระเพื่อให้ผู้ชมได้ติดตามรายการตั้งแต่ต้นจนจบ รายการลดความความน่าเบื่อหน่ายและโอกาสการเปลี่ยนความสนใจไปจากรายการหรือสถานีการ จัดแบ่งรายการวิทยุโทรทัศน์ของประเทศไทย ส่วนใหญ่ได้อิทธิพลมาจาก สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ญี่ปุ่น ดังที่ให้เห็นจากรูปแบบรายการที่ปรากฏในจอโทรทัศน์ของสถานีต่าง ๆ จะมีลักษณะการนำเสนอ ไม่แตกต่างจากรูปแบบหรือบางรายการอาจมีการลอกเลียนแบบมาเกือบทั้งหมดจากรูปแบบรายการ ที่ได้รับความนิยมหรือมีชื่อเสียงในประเทศดังกล่าว ซึ่งอาจมีการดัดแปลงในรายละเอียดและ องค์ประกอบการผลิตบางอย่างเพื่อความเหมาะสมเป็นที่ยอมรับและสอดคล้องกับสังคมไทยสำหรับ รูปแบบรายการโทรทัศน์ที่เป็นที่รู้จักและนิยมใช้ในการจัดรายการโทรทัศน์กันอย่างแพร่หลาย มีหลาย รูปแบบซึ่งมีลักษณะเฉพาะ และมีวิธีการนำเสนอที่แตกต่างกันออกไปมีดังต่อไปนี้

3.1) พุดคุย รายการพุดคุย (Talk Program) เป็นรูปแบบรายการที่เป็นผู้มาปรากฏตัวเพื่อพุดคุยกับผู้ชมโดยการหยิบยกเอาประเด็นเกี่ยวกับข่าวสารความเคลื่อนไหวเหตุการณ์สาระ ความรู้ หรือความบันเทิงที่กำลังอยู่ในความสนใจของผู้ชมรายการมานำเสนอและพุดคุยกับผู้ชม โดยตรงในสหรัฐอเมริกานิยมเรียกว่ารายการทอล์คโชว์ (Talk Show) ลักษณะการนำเสนอรายการ พุดคุยมีพัฒนาการที่เปลี่ยนแปลงไปแต่เดิมจะใช้การนำเสนอด้วยการพูดเป็นหลัก และมีภาพประกอบ เพื่อจะได้ไม่เห็นว่าผู้พูดตลอดรายการในระยะหลังเริ่มใช้รูปแบบอื่น ๆ มาผสมผสาน เช่น

การสัมภาษณ์ การสนทนา ฯลฯ การพูดคุยสามารถสอดแทรกความบันเทิงซึ่งอาจจะเป็นการแสดงดนตรีแสดงตลกหรือ แสดงมายากลเพียงแต่การแสดงเหล่านี้ถือเป็นส่วนประกอบของรายการเท่านั้น โดยที่ถือว่าการพูดคุย เป็นจุดเด่นกว่ารายการพูดคุยจะมีคุณภาพและน่าสนใจยิ่งขึ้นหากผู้ดำเนินรายการหรือผู้ที่ทำหน้าที่พูดคุยกับผู้ชมเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในการพูด และการนำเสนอเนื้อหาของรายการสามารถดำเนินรายการได้อย่างราบรื่นและเป็นธรรมชาติ (ชัยยงค์ พรหมวงศ์, นิคม ทาแดง และไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค์, 2547, หน้า 149-155 และสุปรีย์ สุวรรณบุรณ์, 2557)

3.2) สนทนา รายการสนทนา (Conversational Program) เป็นรูปแบบรายการที่มีคนมาพูดคุยกัน 2 หรือ 3 คน โดยมีคนหนึ่งเป็นผู้ดำเนินรายการหรือดำเนินการสนทนาส่วนบุคคลที่เหลือจะเป็นผู้ร่วมสนทนา ผู้ดำเนินรายการจะทำหน้าที่นำการสนทนา และคอยควบคุมการสนทนาให้เป็นที่ไปตามขอบเขตและวัตถุประสงค์ของรายการคอยเชื่อมโยงประเด็นการสนทนา เพื่อไม่ให้ผู้ชมเกิดความสับสนกับประเด็นที่สนทนาผู้ดำเนินการสนทนาอาจร่วมแสดงความคิดเห็นด้วยการพูดคุยกับผู้ร่วมรายการในขณะเดียวกันก็ต้องคอยพูดคุยกับผู้ชมรายการด้วยโดยเฉพาะในช่วงต้นที่ต้องเปิดประเด็นการสนทนาและช่วงท้ายที่ต้องสรุปประเด็นการสนทนา รายการสนทนา แตกต่างกับรายการพูดคุยกล่าวคือ รายการพูดคุยเป็นการพูดคุยกับผู้ชมโดยตรงในขณะที่รายการสนทนามีใช่เป็นการพูดคุยกับผู้ชมโดยตรงแต่เป็นการสนทนากันระหว่างผู้ร่วมรายการการนำเสนอรายการสนทนาที่ดีมีใช่เพียงการนำเสนอภาพผู้ร่วมสนทนาตัดสลับกันไปมาเท่านั้น หากแต่ควรจะต้องมีภาพเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อหรือประเด็นที่กำลังสนทนาติดต่อประกอบกับรายการด้วย

3.3) อภิปราย รายการอภิปราย (Discussion Program) เป็นรูปแบบรายการพูดคุยลักษณะหนึ่งแต่ไม่ใช่เป็นการพูดคุยกับผู้ชมโดยตรง หากแต่เป็นการพูดคุยระหว่างผู้ดำเนินการอภิปรายหรือผู้ดำเนินรายการกับผู้ร่วมรายการซึ่งอาจจะมีตั้งแต่ 2-4 คน ผู้ร่วมรายการมักจะเป็นผู้ทรงคุณวุฒิมีความรู้ความสามารถมีประสบการณ์ มีความเชี่ยวชาญหรือเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้ออภิปราย ผู้ทรงคุณวุฒิที่ เชิญมาร่วมรายการแต่ละครั้งควรมีความหลากหลายเพื่อผู้ชมจะได้รับรู้ในทรรศนะหรือมุมมองที่แตกต่างกันไปโดยหัวข้อที่หยิบยกมาอภิปรายในรายการควรเป็นหัวข้อที่กำลังเป็นที่สนใจของสังคมในขณะนั้น ซึ่งผู้จัดรายการจะต้องเป็นผู้กำหนดขึ้นมาผู้ดำเนินรายการจะเป็นผู้ทำหน้าที่พูดกล่าวถึงหัวข้อที่หยิบยกมาอภิปราย คอยป้อนประเด็นคำถามให้ผู้ร่วมรายการแต่ละคนได้ร่วมแสดงทรรศนะคติและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่ละคนอย่างมีกติกามารยาทและต้องคอยควบคุมการอภิปรายให้อยู่ในขอบเขตของประเด็นที่กำหนดไว้ผู้ดำเนินรายการจะทำหน้าที่เป็นเพียงผู้นำการอภิปรายและสรุปความคิดเห็นของผู้ร่วมอภิปรายในช่วงจังหวะที่เหมาะสมเท่านั้น จะไม่ร่วมแสดงทรรศนะและความคิดเห็นเหมือนรายการสนทนาวัตถุประสงค์ของรายการอภิปรายส่วนใหญ่ต้องการให้เป็นเวทีแสดงทรรศนะหรือความคิดเห็น และแลกเปลี่ยนแนวความคิดระหว่างผู้ร่วมรายการ หากเป็นรายการอภิปรายที่ถ่ายทอดสด (Live) อาจเปิดโอกาสให้ผู้ชมทางบ้านร่วมแสดงความคิดเห็น



ด้วยหัวข้อหรือประเด็นที่ อภิปรายมักเป็นเรื่องที่มีสาระทางวิชาการและเป็นประโยชน์ต่อสังคม ส่วนรวมไม่เป็นเรื่องไร้สาระ

3.4) สัมภาษณ์ รายการสัมภาษณ์ (Interview Program) เป็นรูปแบบรายการที่มีบุคคล 2 คน หรือมากกว่ามาร่วมพูดคุยซักถามปัญหาข้อสงสัย หรือชี้แจงข้อเท็จจริงตามหัวข้อที่กำหนดในแต่ละรายการโดยมีผู้ดำเนินรายการ 1 คน ทำหน้าที่สัมภาษณ์หรือซักถาม และผู้ร่วมรายการหรือผู้ให้สัมภาษณ์เป็นผู้ตอบ หรือชี้แจงข้อเท็จจริงต่อข้อคำถามซึ่งอาจจะมีจำนวนมากกว่า 1 คน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของเวลาและขอบข่ายเนื้อหาของหัวข้อที่สัมภาษณ์ว่ามีมากน้อยเพียงใด

3.5) สาธิตและทดลอง รายการสาธิตและทดลอง (Demonstration and Experimental Program) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอด้วยการอธิบายกรรมวิธี เทคนิค วิธีการ กระบวนการและขั้นตอนหรือรายละเอียดอื่น ๆ ของการกระทำหรือการประดิษฐ์สิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยการนำเสนอภาพและเสียงประกอบการสาธิตและทดลองในแต่ละเทคนิคแต่ละวิธีการ หรือแต่ละขั้นตอนที่เป็นรูปธรรมสามารถนำไปปฏิบัติหรือทำได้จริง เช่น การสาธิตการเสริมสวย การทำผม การแต่งหน้า การสาธิตการปรุงอาหาร การสาธิตการประดิษฐ์สิ่งของต่าง ๆ เป็นต้น

3.6) ข่าว รายการข่าว (News Program) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเหตุการณ์ เรื่องราวข้อเท็จจริง หรือข้อคิดเห็นที่น่าสนใจมีความสดใหม่มีผลกระทบต่อประชาชนส่วนใหญ่ หรือมีองค์ประกอบข่าวอื่น ๆ โดยใช้วิธีการนำเสนอทั้งในลักษณะของการประกาศการอ่านคำบรรยายข่าว ประกอบภาพโดยผู้ประกาศข่าวการรายงานพิเศษหรือการสัมภาษณ์โดยผู้สื่อข่าว หรือผู้รายงานข่าว ในสถานที่จริงหรือลักษณะอื่น ๆ

3.7) สารคดี รายการสารคดี (Documentary Program) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเรื่องราวที่เป็นจริงหรือมีพื้นฐานอยู่บนข้อเท็จจริง ไม่ใช่จากเรื่องที่แต่งขึ้นหรือจากนวนิยาย หรือจากจินตนาการ ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องที่ผูกพันกับเหตุการณ์และบุคคลจริงเกี่ยวข้องหรือสัมพันธ์กับมนุษย์ อย่างไรก็ตามแม้จะเป็นการนำเสนอเรื่องจริง แต่การนำเสนอจะต้องมีลักษณะสร้างสรรค์ไม่ใช่ลอกเลียนแบบจากของจริงทั้งหมดโดยไม่มีการตกแต่งการนำเสนอเนื้อหาสาระในรายการสารคดี โดยทั่วไปอาจเสนอ ด้วยภาพและเสียงบรรยายตลอดรายการโดยไม่มีผู้ดำเนินรายการปรากฏตัวเพื่อคอยพูดเกริ่นนำ หรือเชื่อมโยงรายการ หรืออาจมีผู้ดำเนินรายการปรากฏตัวและทำหน้าที่พูดนำเข้าสู่รายการคอยพูดเชื่อมโยงรายการในแต่ละช่วงแต่ละตอน และคอยพูด สรุปในช่วงท้ายของรายการ

3.8) ละคร รายการละคร (Drama Program) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเรื่องราว โดยใช้การแสดงตามบทบาทในเรื่องราวที่แต่งขึ้นหรือดัดแปลงจากเรื่องจริง เพื่อสื่อความหมายเกี่ยวกับ สาระข้อคิด คติเตือนใจ และความบันเทิงไปสู่ผู้ชมรายการ โดยอาศัยองค์ประกอบและเทคนิคทางการ

ละคร ศิลปะการแสดงเทคนิคการถ่ายทำ การตัดต่อลำดับภาพ และการให้เสียงดนตรีและเสียงประกอบ เพื่อให้เรื่องราวมีความสมจริงสมจังผู้ชมชมแล้วมีอารมณ์ร่วม และเกิดความรู้สึกล้อล่ตาม

3.9) สารละคร รายการสารละคร (Docudrama Program) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอโดยอาศัยรูปแบบสารคดีผสมผสานกับรูปแบบละคร เป็นนำเอารูปแบบของละครมาใช้เพื่อสื่อความหมายถ่ายทอดสาระความรู้ หรือสะท้อนปัญหาต่าง ๆ โดยการผูกเรื่องราวเป็นละครที่สะท้อนให้ผู้ชมตระหนักและรับรู้ถึงปัญหาสาเหตุของปัญหาและอาจรวมถึงแนวทางการแก้ไขปัญหา นั้น ๆ และมีผู้ดำเนินรายการเป็นผู้ทำหน้าที่เกริ่นนำอธิบายหรือขยายสาระ และสรุปประเด็น

3.10) เพลงและดนตรี รายการเพลง (Music Program) เป็นรายการที่นำเสนอเพลงหรือการแสดงดนตรี ซึ่งสามารถจัดนำเสนอในลักษณะเป็นเพลงที่มีภาพประกอบเป็นเรื่องราวตามเนื้อหาของเพลงที่เรียกว่ามิวสิกวิดีโอ (Music Video) หรือเป็นการจัดแสดงดนตรีที่เรียกว่าการแสดงคอนเสิร์ต ซึ่งอาจจะเป็นการบันทึกเทปโทรทัศน์ไว้ล่วงหน้าก่อนออกอากาศแพร่หลาย หรือเป็นการถ่ายทอดสดโดยมีพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการเป็นผู้พูดเปิดนำรายการพูดเชื่อมโยงเข้าสู่เพลงหรือการแสดงดนตรีของนักร้องและพูดปิดรายการ

3.11) นิตยสาร รายการนิตยสาร (Magazine Program) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเนื้อหาสาระที่หลากหลายซึ่งอาจจัดแบ่งเป็นเรื่องย่อยต่างกันหลาย ๆ เรื่องแต่ละเรื่องจะเป็นแนวเดียวกัน หรือต่างแนวกันก็ได้และใช้รูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายในรายการเดียวกัน เช่น อาจเริ่มด้วยรายการเพลงสลับด้วยรายการสัมภาษณ์ รายการสารคดี รายการสนทนา หรือรายการละคร แต่สิ่งสำคัญของรูปแบบนิตยสารก็คือ การเชื่อมโยงหรือการร้อยเรียงแต่ละเรื่องย่อยหรือแต่ละตอนให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันมีความสอดคล้องและกลมกลืนกัน

3.12) ปกิณกะ รายการปกิณกะ (Variety Program) หรือที่นิยมเรียกว่า รายการวาไรตี้ (Variety) เป็นรูปแบบรายการที่มุ่งเน้นนำเสนอความบันเทิงหลายเรื่อง หลายรส โดยใช้รูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายคล้าย ๆ กับรายการนิตยสารต่างกันเพียงรายการ ปกิณกะไม่จำเป็นต้องเชื่อมโยง หรือร้อยเรียงแต่ละช่วงแต่ละตอนของรายการให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันรายการ ปกิณกะจึงมีความหลากหลาย ทั้งในด้านเนื้อหารายการ และรูปแบบการนำเสนอด้วยความมุ่งหวังที่จะสร้างความพึงพอใจสร้างความ สนุกสนานบันเทิงใจให้กับกลุ่มผู้ชมรายการที่มีความชอบแตกต่างกัน รูปแบบรายการที่มีปรากฏในรายการปกิณกะ ได้แก่ รายการแสดงดนตรี และร้องเพลง รายการแสดงตลกหรือละครตลกเบาสมอง รายการสัมภาษณ์นักร้องหรือนักแสดงที่มีชื่อเสียงพร้อมการแสดงความสามารถพิเศษ ฯลฯ และองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญในการสร้างสรรค์รายการ ปกิณกะก็คือพิธีกรประจำรายการผู้ทำหน้าที่เหมือนตัวแทนของผู้ชมรายการซึ่งจะต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถในด้านการนำเสนอมีไหวพริบดี แก้ปัญหาเฉพาะหน้าเก่งและมีบุคลิกภาพเหมาะสมกับกลุ่มผู้ชม



3.13) เกมโชว์ รายการเกมโชว์ (Game Show Program) เป็นรูปแบบรายการที่จัดให้มีการแข่งขันกันระหว่างผู้ร่วมรายการด้วยการเล่นเกม หรือตอบปัญหาที่ผู้จัดรายการกำหนดขึ้น ภายใต้เงื่อนไขของกฎและกติกาที่กำหนดไว้ล่วงหน้า เกมหรือกิจกรรมที่จัดอาจเป็นการแข่งขันทางร่างกายหรือใช้สติปัญญาระหว่างผู้เข้าร่วมแข่งขันฝ่ายชนะจะได้รับรางวัลเป็นเงินหรือของรางวัลที่มีมูลค่าจำนวนมาก ในขณะที่ผู้แพ้จะได้รับเงินหรือของรางวัลตอบแทน โดยมีพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการเป็นผู้อธิบายชี้แจงกติกาคอยดำเนินการและควบคุมการแข่งขันให้เกิดความสนุกสนานและยุติธรรมในกรณีที่เป็นการแข่งขัน ตอบปัญหาโดยตรงอาจเรียกว่าเป็นรายการตอบปัญหา (Quiz Program) ซึ่งมักเป็นการทดสอบความรู้หรือความรู้ปัญหาในเรื่องต่าง ๆ

3.14) สปอต รายการสปอต (Spot Program) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเนื้อหาสาระที่ผ่านกระบวนการผูกเรื่องและเรียบเรียงให้สั้นกะทัดรัด และใช้ศิลปะการนำเสนอด้วยภาพและเสียงที่สอดคล้อง และกลมกลืนกับเนื้อหาสาระโดยใช้ระยะเวลารวมทั้งสิ้น 30-60 วินาที วัตถุประสงค์ของการนำเสนอในรูปแบบสปอตวิทยุโทรทัศน์ก็เพื่อจะตอกย้ำเตือนด้วยการออกอากาศแพร่ภาพบ่อยครั้ง เช่น สปอตประชาสัมพันธ์ สปอตโฆษณา หรือสปอตณรงค์ในเรื่องราวหรือประเด็นปัญหาหนึ่งของสังคมซึ่งผู้รณรงค์ต้องการโน้มน้าว หรือชักจูงใจให้ประชาชนทั่วไปได้รับรู้ และร่วมมือกันปฏิบัติตาม

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

ความหมายของลักษณะประชากรศาสตร์

พฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ในโลกนี้เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากสิ่งแวดล้อมภายนอกมากระดุน โดยคนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย โดยลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง ลักษณะส่วนบุคคลซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ และการศึกษา เหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการวางกลยุทธ์การตลาดในการแบ่งกลุ่มเป้าหมายเพื่อนำมาทำแผนการตลาด โดยลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรจะช่วยกำหนดตลาดเป้าหมายว่า สินค้าที่ต้องการขายจะเจาะกลุ่มเป้าหมายกลุ่มไหนรวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น ตัวแปรด้านทางประชากรศาสตร์ที่สำคัญมีดังต่อไปนี้ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2542, หน้า 44-52)

1) อายุ (Age) เนื่องจากสินค้าจะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน นักการตลาดจึงนิยมใช้จากตัวแปรอายุ ซึ่งเป็นตัวแปรด้านทางประชากรศาสตร์มาแบ่งกลุ่มเป้าหมาย (Target) เพื่อนำเอาไปทากลยุทธ์ในแผนการตลาดเชิงรุก

2) เพศ (Sex) เป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนตลาดที่สำคัญ ซึ่งนักการตลาดจึงนิยมใช้จากตัวแปรเพศซึ่งเป็นตัวแปรด้านทางประชากรศาสตร์มาแบ่งกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำเอาไปทากลยุทธ์ในแผนการตลาดเชิงรุกอย่างไรก็ตามนักการตลาดต้องศึกษาตัวแปรตัวนี้อย่างรอบคอบ เพราะในปัจจุบันนี้ตัวแปรด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจมีสาเหตุจากการที่เพศหญิงทำงานมากขึ้นหรือมีเพศที่สาม เช่น กระเทย เกย์ ทอม เลสเบียน เป็นต้น

3) ลักษณะครอบครัว (Marital Status) ตัวแปรลักษณะครอบครัวเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญเกี่ยวกับหน่วยผู้บริโภคซึ่งนักการตลาดมักจะสนใจในเรื่องของจำนวน และลักษณะของบุคคลในครัวเรือนที่ใช้สินค้า และยังสนใจในเรื่องการพิจารณาลักษณะประชากรศาสตร์จากพฤติกรรมเหล่านี้เพื่อจะมาการพัฒนากลยุทธ์การตลาดของสินค้าได้อย่างเหมาะสม

4) รายได้การศึกษา และอาชีพ (Income, Education and Occupation) เป็นตัวแปรสำคัญในการกำหนดส่วนของตลาดเพื่อทำการตลาดในการขายสินค้าในเชิงกลยุทธ์โดยทั่วไป นักการตลาดจะสนใจกลุ่มบุคคลที่มีรายได้สูงเนื่องจากมีกำลังซื้อและทำการตลาดง่ายกว่า และกลุ่มบุคคลหรือครอบครัวที่มีรายได้นั้นเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ตามที่นักการตลาดจึงต้องให้ความสำคัญกับกลุ่มนี้ ปัญหาสำคัญของการแบ่งส่วนตลาดโดยใช้เกณฑ์รายได้เป็นตัวชี้การมีหรือไม่มีต่อความสามารถในการซื้อสินค้า อย่างไรก็ตามการเลือกสินค้าอาจใช้เกณฑ์การดำรงชีวิตตามรสนิยม และค่านิยม อาชีพ การศึกษา ฯลฯ ด้วย แม้ว่ารายได้จะเป็นส่วนใหญ่ในการใช้ คือ ตัวแปร แต่ก็ต้องรวมรายได้ทั้งหมดกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์หรืออื่น ๆ อีกด้วย เพื่อจะได้กำหนดตลาดเป้าหมายได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น และได้ประสิทธิภาพสูงสุดเกี่ยวกับเกณฑ์ของอายุและอาชีพพร้อมกัน

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง เพศ อายุ วงจรชีวิตของครอบครัวการศึกษา และรายได้ เป็นต้น ซึ่งมีความสำคัญต่อนักการตลาด เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ (Demand) หรือยอดขายในตัวสินค้าทั้งหลาย นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์มักจะทำให้เกิดตลาดใหม่อยู่เสมอ ๆ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2543, หน้า 38-39)

นอกจากนี้ ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2548, หน้า 22) ได้กล่าวถึงความหมายของปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic Factor) ไว้ว่า ลักษณะของประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ขนาดของครอบครัว การศึกษา ประสบการณ์ ระดับรายได้ อาชีพ เชื้อชาติ และสัญชาติ ซึ่งโดยตัวแปรดังกล่าวรวมแล้วจะมีผลต่อรูปแบบของอุปสงค์หรือยอดขาย และปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

สุวสา ชัยสุรัตน์ (2537) กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ (Demographic) หมายถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นหลักเกณฑ์ในการบ่งบอกถึงลักษณะทางประชากรที่อยู่ในตัวบุคคลนั้น ๆ ได้แก่ อายุ เพศ ขนาดครอบครัว รายได้ การศึกษา อาชีพ วัฏจักรชีวิตครอบครัว ศาสนาเชื้อชาติสัญชาติและสถานภาพทางสังคม (Social Class)

Hanna & Wozniak (2001) และ Shiffman & Kanuk (2003) ได้ให้ความหมายของ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ไว้คล้ายคลึงกันโดยกล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง ข้อมูลส่วนตัวเกี่ยวกับตัวบุคคลนั้น ๆ เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนา และเชื้อชาติ ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าในตลาด โดยตัวแปรดังกล่าวนำมาใช้เป็นลักษณะ พื้นฐานสำหรับการแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) โดยนำมาเชื่อมโยงกับความต้องการ หรือความชอบและอัตราการใช้จ่ายสินค้าของผู้บริโภค ลักษณะทางประชากรศาสตร์จัดเป็นปัจจัยอย่าง หนึ่งที่มีความสำคัญต่อการวางกลยุทธ์ทางการตลาดของนักการตลาด เนื่องจากการที่นักการตลาดจะ ขายสินค้าหรือทำการตลาดสินค้านั้น ๆ จะต้องวางกลุ่มเป้าหมาย (Target) ก่อนโดยใช้ลักษณะทาง ประชากรศาสตร์เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือก อาทิ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา เป็นต้น

### 2.3 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม

ความหมายของพฤติกรรม ได้มีผู้ให้ความหมายไว้ดังนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 (ราชบัณฑิตยสถาน, 2546, หน้า 768) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมไว้ว่า “การกระทำ หรืออาการที่แสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิด และความรู้สึกเพื่อตอบสนองสิ่งเร้า”

ไพบูลย์ เทวรักษ์ (2529, หน้า 4-6) กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง อากัปกริยาทั้งหมดของ บุคคลที่เราสามารถสังเกตได้ทั้งทางตรง และทางอ้อม แบบทั้งรู้ตัวและไม่รู้ตัว ได้แก่ นั่ง เดิน นอน ยืน โกรธเกลียด รัก เป็นต้น สามารถแบ่งได้เป็น 2 พฤติกรรม คือ

1) พฤติกรรมภายใน (Convert Behavior) เป็นพฤติกรรมอยู่ในใจของตนเองยากที่ สามารถจะบอกให้ผู้อื่นรู้ได้ถ้าได้ไม่บอกกล่าวออกมา เช่น การเข้าใจ การนึกคิด การตัดสินใจ ฯลฯ

2) พฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกแล้วผู้อื่นรับรู้ สังเกตได้ เช่น การเต้นของหัวใจ การเดิน พูด ทำงาน ฯลฯ หรืออุปกรณ์ช่วยบันทึกพฤติกรรม เช่น เครื่องมือวัดคลื่นสมอง เป็นต้น

ธงชัย สันติวงษ์ (2535, หน้า 24) ได้กล่าวไว้ว่า “ความหมายของพฤติกรรมมนุษย์ (Human Behavior) หมายถึง กระบวนการต่าง ๆ ของตัวบุคคลที่แสดงออกต่อสภาพแวดล้อมต่อสิ่งภายนอก คือ การกระทำ หรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งนั้นของมนุษย์ที่ปรากฏออกมา โดยเป็นไปตาม ขั้นตอนของกระบวนการคิด”

ลิขิต กาญจนภรณ์ (2525, หน้า 3) ได้กล่าวว่า “พฤติกรรม หมายถึง การทำกิจกรรมใด ๆ ก็ตามของบุคคลที่สามารถสังเกตได้จากบุคคลคนอื่น เช่น การรับประทานอาหาร การขี่จักรยาน การพูดคุย การหัวเราะ และการร้องไห้ ล้วนเป็นพฤติกรรมทั้งสิ้น”

ประทีป จินฉัตร (2540, หน้า 5) ได้กล่าวว่า “พฤติกรรม (Behavior) หมายถึง สิ่งที่คุณแสดงออก หรือสนองตอบต่อสิ่งเร้าที่สามารถสังเกตได้วัดได้ตรงกัน”

พิบูล ทีปะपाल (2534, หน้า 154-156) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมของมนุษย์จะแสดงพฤติกรรมอย่างไรก็ตามพฤติกรรมหนึ่งออกมา จะมีเหตุมีผลเสียก่อนนั้นเรียกว่า “กระบวนการของพฤติกรรม” (Process of Behavior) ซึ่งมีอยู่ 3 ประการ คือ

1) พฤติกรรมที่เกิดขึ้นได้ต้องมีสาเหตุ (Behavior of Caused) คือ การที่คนเราแสดงอย่างหนึ่งออกมานั้นจะต้องมีเหตุมีผล ทำให้เกิดความต้องการเกิดขึ้นในตัวเรานั้นเอง

2) พฤติกรรมที่ทำให้เกิดการจูงใจ หรือการกระตุ้น (Behavior is Motivated) คือ เมื่อเรามีความต้องการที่จะบรรลุให้ถึงเป้าหมายนั้นจนกลายเป็นแรงจูงใจ หรือแรงกระตุ้นให้เรานั้นได้แสดงออกพฤติกรรมเพื่อบรรลุให้ถึงเป้าหมาย

3) พฤติกรรมที่มุ่งไปสู่เป้าหมาย (Behavior Goal Direct) คือ การที่บุคคลจะแสดงพฤติกรรมอะไรออกมา มิได้กระทำโดยไร้จุดหมายแต่กลับมุ่งไปสู่จุดหมายที่ชัดเจน เพื่อให้บรรลุตามความเป้าหมายที่ได้วางเอาไว้

มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2550 อ้างใน นันทสิทธิ์ แก้วทิพยเนตร, 2555) ได้มีการแบ่งประเภทพฤติกรรมได้ ดังนี้

1) พฤติกรรมแบ่งตามการแสดงออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1.1) พฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior) คือการกระทำที่เกิดขึ้นแล้วสามารถ สังเกตได้โดยตรงด้วยประสาทสัมผัส เช่น หู ตา จมูก ปาก เป็นต้น

1.2) พฤติกรรมภายใน (Convent Behavior) คือกระบวนการที่เกิดขึ้นในใจซึ่งบุคคลอื่นไม่สามารถสังเกตเห็นได้ จะต้องวัดด้วยเครื่องมือต่าง ๆ เช่น การวัดชีพจร

2) แบ่งตามเกณฑ์พฤติกรรมปกติ และพฤติกรรมผิดปกติ

2.1) พฤติกรรมปกติ พฤติกรรมของบุคคลส่วนใหญ่จะเป็นไปในแบบเดียวกันในพัฒนาการตามวัยต่าง ๆ ของมนุษย์ ซึ่งสังคมและวัฒนธรรมนั้น ๆ จะเป็นกรอบที่บังคับพฤติกรรมให้บุคคลแสดงออก

2.2) พฤติกรรมผิดปกติ หรือพฤติกรรมเบี่ยงเบน คือ พฤติกรรมที่ไม่ได้เป็นไปตามเกณฑ์ พิจารณาของพฤติกรรมปกติจะเป็นพฤติกรรมที่เบี่ยงเบนไปจากบรรทัดฐานทางสังคม อาจจะเบี่ยงเบน ไปในทางบวกหรือด้านลบ ขึ้นอยู่กับสถานที่ เวลา สภาพแวดล้อม และการเปลี่ยนแปลงทางสังคมด้วย

3) แบ่งตามสาขาวิชาต่าง ๆ เช่น

3.1) ด้านสุขภาพเป็นพฤติกรรมสุขภาพ

3.2) ด้านการเมืองการปกครอง เป็นพฤติกรรมการเมือง

3.3) ด้านเศรษฐกิจ เป็นพฤติกรรมทางเศรษฐกิจ

3.4) ด้านศาสนา เป็นพฤติกรรมทางศาสนา ฯลฯ

พื้นฐานความคิดพฤติกรรมมนุษย์ การที่จะทำความเข้าใจพฤติกรรมของบุคคล จำเป็นต้องมีข้อตกลงเบื้องต้นของพฤติกรรมศาสตร์ดังนี้

- 1) คนมีความแตกต่างกัน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านร่างกาย อารมณ์ สติปัญญา และสังคม
- 2) พฤติกรรมทุกพฤติกรรมต้องมีสาเหตุ สาเหตุที่ทำให้บุคคลมีพฤติกรรม
- 3) พฤติกรรมทุกพฤติกรรมต้องมีแรงจูงใจ (Motive) หมายความว่า อยู่เฉย ๆ

บุคคลจะไม่แสดงพฤติกรรมออกมา

- 4) สาเหตุที่ต่างกันอาจนำไปสู่พฤติกรรมเดียวที่เหมือนกันได้
- 5) สาเหตุเดียวกันอาจทำให้เกิดการตอบสนองพฤติกรรมที่ต่างกัน
- 6) คนและสังคมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ
- 7) คนในสิ่งแวดล้อมเดียวกันมักมีแบบแผนในการปฏิบัติ หรือแสดงออกที่คล้ายกัน

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า พฤติกรรม คือ การกระทำต่าง ๆ ที่สามารถสังเกตได้รวมถึง กระบวนการตัดสินใจสามารถส่งต่อถึงผู้อื่น และสามารถประเมินผลได้ด้วยการแสดงออกของ พฤติกรรมมากระตุ้นซึ่งก่อให้เกิดพฤติกรรม

องค์ประกอบของพฤติกรรม

Cronbach (1972, p. 14) กล่าวว่า พฤติกรรมคนเรานั้นมีอยู่ 7 ประการ คือ

1) ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการหรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรม คนเราต้องทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการที่เกิดขึ้นกิจกรรมบางอย่างก็ให้ความพอใจหรือสนองความต้องการได้ทันทีแต่ความต้องการหรือวัตถุประสงค์บางอย่างก็ต้องใช้เวลาอันจึงจะสามารถทำความต้องการหลาย ๆ อย่างในเวลาเดียวกันเพื่อตอบสนองความต้องการที่รีบด่วนมาก ไปหารีบที่น้อยกว่า

2) ความพร้อม (Readiness) หมายถึง ระดับวุฒิภาวะ ความสามารถเพื่อให้การทำ กิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ แต่เราไม่สามารถสนองความต้องการได้ทั้งหมดทุกความต้องการ เพราะบางอย่างนั้นเราไม่สามารถกำหนดได้

3) สถานการณ์ (Situation) คือ การเลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการจาก สถานการณ์ เสียก่อนแล้ว ค่อยเลือกตัดสินใจวิธีการเพื่อที่จะได้รับความพึงพอใจมากที่สุด

4) การแปลความหมาย (Interpretation) คือ ก่อนที่ทำการกิจกรรมหนึ่งต้องเลือก สถานการณ์เสียก่อนแล้วตัดสินใจเลือกวิธีการที่คาดว่าจะได้รับความพอใจมากที่สุด

5) การตอบสนอง (Response) คือ การทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการโดย วิธีการที่แปลความหมาย

6) ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consequence) คือ เมื่อทำกิจกรรมแล้วรับผลกระทบนั้นผลอาจได้ตามที่คาดคิดไว้ หรืออาจไม่เป็นไปตามที่คิดกับความหมายก็ได้

7) ปฏิกริยาต่อความคาดหวัง (Reaction to Thwarting) คือ เราไม่สามารถจะสนองความต้องการได้กับความผิดหวังในกรณีเช่นนี้ อาจจะย้อนกลับไปแก้ไขความหมายสถานะใหม่ก่อน และเลือกวิธีการตอบสนองใหม่ก็ได้

ซูดา จิตพิทักษ์ (2525, หน้า 59-77) ได้กล่าวว่า สิ่งที่กำหนดพฤติกรรมของมนุษย์ว่า การแสดงพฤติกรรมออกมาครั้งหนึ่ง ๆ ของมนุษย์นั้นได้มีผู้สงสัยว่าอะไรที่ทำให้การแสดงออกมา ซึ่งพฤติกรรมเป็นไปอย่างนั้นอะไรในที่นี่ ก็คือเครื่องมือกำหนดพฤติกรรมจะต้องมีพฤติกรรมออกมา แบบไหนก็ตาม ย่อมจะต้องมีสิ่งกำหนดพฤติกรรมการเข้าใจในสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมของมนุษย์ จะทำให้เข้าใจพฤติกรรมของมนุษย์ได้ด้วยซึ่งสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมมนุษย์สามารถอาจแยกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

### 1) ลักษณะนิสัย

คนส่วนมากรู้จักคำว่าลักษณะนิสัยและมักใช้กันอยู่เสมอ เช่น นิสัยขี้โมโห นิสัยใจน้อย นิสัยขี้อาย แต่ละคนอาจใช้ในความหมายที่เหมือน ๆ กันหรืออาจเพี้ยนกันไปบ้างไม่มากนัก แต่ในที่นี้ลักษณะนิสัยจะหมายถึงรวมถึงสิ่งต่อไปนี้ คือ ความเชื่อ ค่านิยม ทศนคติ และบุคลิกภาพ

1.1) ความเชื่อ (Belief) หมายถึง การที่คิดว่าการกระทำบางอย่าง เหตุการณ์บางอย่างปรากฏการณ์บางอย่าง สิ่งของบางอย่างมีอยู่จริง หรือเกิดขึ้นจริง สรุปลงได้ก็คือ การที่คิดถึงข้อเท็จจริงที่มันเป็นเช่นนั้น ซึ่งความคิดนี้อาจจะได้ไม่ถูกต้องตามและเป็นความจริงก็ได้ แต่ได้คิดว่าได้เกิดขึ้นจริงและความจริงเป็น ดังนั้นแล้วนั้นคือความเชื่อ

#### 1.2) ค่านิยม (Value) มีผู้ให้ความหมายของค่านิยมไว้ดังนี้

Kluckhohn (1951, p. 395) ได้สรุปไว้ว่า “ค่านิยม คือ แนวความคิดที่เห็นได้เด่นชัดและไม่เด่นชัด ซึ่งอาจเป็นลักษณะเฉพาะบุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลให้เลือกกระทำการอันใดอันหนึ่งจากที่มีอยู่หลาย ๆ วิธีการ หรือหลาย ๆ เป้าหมายที่มีอยู่”

Smelser (1968, p. 25) กล่าวว่า “ค่านิยมเป็นสิ่งที่บอกเอาไว้อย่างกว้าง ๆ ว่าจุดมุ่งหมายอะไรบ้างในชีวิตเป็นสิ่งที่ควรตั้งเป้าหมาย หรือนำปรารถนาจะให้เป็น ดังนั้น ค่านิยม คือ เครื่องมือที่ชี้แนวทางปฏิบัติอย่างกว้าง ๆ”

พิทยา สายหู (2516, หน้า 52) กล่าวว่า “ค่านิยม คือ ตัวช่วยในการตัดสินใจของคนนิยมยึดถือประจำใจ”

1.3) ทศนคติ (Attitude) คำนี้เป็นคำที่ดีความหมายได้ยากที่สุด และตีความหมายผิดแผกกันมากที่สุดในบรรดาคำศัพท์ที่ใช้กันอยู่ในจิตวิทยาสังคมปัจจุบันที่ศนคติมีความหมายที่ยืดหยุ่นมากและเป็นคำนามธรรม ทฤษฎีที่ใช้อธิบายโครงสร้างของทศนคติมีอยู่หลาย



ทฤษฎี แต่ละทฤษฎีล้วนเห็นพ้องต้องกันว่าทัศนคติมีความเกี่ยวข้องกันกับพฤติกรรมของบุคคล กล่าวคือทัศนคติเป็นแนวโน้ม หรือขั้นเตรียมพร้อมของพฤติกรรม ทัศนคติมาจากศัพท์ภาษาละตินว่า “Aptus” ซึ่งมีความหมายว่าเหมาะสม (Fitness) หรือการปรุงแต่ง (Adaptedness) ในทางจิตวิทยาถือว่าทัศนคติเป็นตัวแปรตัวหนึ่งที่ไม่สามารถจะสังเกตเห็นได้ง่าย แต่จะต้องศึกษาค้นคว้า ด้วยกรรมวิธีที่ซับซ้อน นักจิตวิทยาและนักจิตวิทยาสังคมหลายท่าน นำคำว่า Attitude มาใช้ และให้ความหมายไว้ต่าง ๆ กันถึง 80 ความหมาย

Lindzey & Aronson (1968, pp. 271-272) ได้อธิบายเกี่ยวกับทัศนคติ โดยการแยกอธิบายความหมายของ ทัศนคติออกเป็น 5 ลักษณะย่อย ๆ ดังนี้ คือ

- (1) เป็นภาวะทางประสาทและจิต ที่แสดงออกให้เห็นได้ทางพฤติกรรม เช่น โกรธเกลียด รัก เป็นต้น
  - (2) เป็นความพร้อมที่จะตอบสนอง คือ การมีทัศนคติที่ดีหรือไม่ดี ก็พร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งนั้นตามทัศนคติที่ได้เกิดขึ้น เช่น ชอบวิชาภาษาอังกฤษ ก็มีความสนใจจะเรียนวิชาภาษาอังกฤษ
  - (3) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเป็นระเบียบเกิดขึ้นเป็นกลุ่มและจัดระเบียบไว้แล้วในตัวเองคือเมื่อเกิดทัศนคติต่อสิ่งใดแล้วก็จะเกิดขึ้นต่อเนื่องกันและจะติดตามมาด้วยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กัน เช่น โกรธก็จะหน้าบึ้ง เป็นต้น
  - (4) เป็นสิ่งที่เกิดจากประสบการณ์ คือ ประสบการณ์นั้นช่วยการสร้างมุมมองทัศนคติได้ดี ได้หรือไม่
  - (5) เป็นพลังสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการแสดงออกทัศนคตินั้น เป็นลักษณะจำเพาะเจาะจงกว่าค่านิยม หรือบุคลิกภาพ เพราะค่านิยม เช่น ค่านิยมที่มีต่อระบอบประชาธิปไตยต่อระบอบคอมมิวนิสต์ต่อความเชื่อสัตย์ต่อวัตถุนั้นมีลักษณะกว้าง ๆ ไม่จำเพาะเจาะจงต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือคนใดคนหนึ่ง การวัดทัศนคติเป็นสิ่งที่ทำได้ยากไม่เหมือนกับการวัดทางกายภาพซึ่งเราสามารถวัดกันได้โดยตรง เพราะทัศนคติเป็นเพียงท่าทีทางจิตซึ่งกำหนดแนวปฏิบัติต่อประสบการณ์ใหม่ ก่อนที่จะทำการแสดงออกไปจริง ๆ ด้วยเหตุนี้การวัดทัศนคติจึง เป็นเรื่องทีละเอียดอ่อนซับซ้อนต้องอาศัยการ ตอบสนองออกมาเป็นถ้อยคำหรือพฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior) เสียก่อน
- 1.4) บุคลิกภาพ (Personality) บุคลิกภาพในที่นี้เป็นอีกส่วนหนึ่งของลักษณะนิสัยคนธรรมดาทั่วไปมักจะมีบุคลิกภาพในแง่ของลักษณะหน้าตา การแต่งกาย วิธีการพูด วิธีการวางตัวในที่ต่าง ๆ เพราะฉะนั้นคนที่บุคลิกภาพดีมักจะหมายความถึงบุคคลที่มีรูปร่างหน้าตาดีวางตัวเหมาะสมกับกาลเทศะ พูดจาฉะฉานไม่เคอะเขิน และคนที่บุคลิกภาพไม่ดีก็ หมายความว่าบุคคลที่มีรูปร่างหน้าตาไม่ดีวางตัวไม่เหมาะสมกับกาลเทศะ พูดจาไม่ฉะฉานงก ๆ เงิ่น ๆ แต่ในทางจิตวิทยานั้น ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า บุคลิกภาพต่างออกไป คือ

Lundin (1961, p. 71 อ้างใน นันทสิทธิ์ แก้วทิพยเนตร, 2555) นิยาม คำว่า “บุคลิกภาพ คือ เครื่องมือในการกำหนดพฤติกรรมที่มีลักษณะเด่นหลาย ๆ ประการ ซึ่งบุคคล ได้มาภายใต้สถานการณ์พิเศษ”

Cattel (1965, p. 25 อ้างใน นันทสิทธิ์ แก้วทิพยเนตร, 2555) ได้ให้คำจำกัดความว่า “บุคลิกภาพ คือ สิ่งที่ยืนยันว่าคุณคนหนึ่งจะทำอะไรถ้าเขาอยู่ในสถานการณ์หนึ่ง”

Allport (1937, p. 38 อ้างใน นันทสิทธิ์ แก้วทิพยเนตร, 2555) ได้อธิบายว่า “บุคลิกภาพ คือ ระบบต่าง ๆ ทางร่างกายและใจเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้และเป็นเครื่องกำหนดอันเป็นลักษณะเฉพาะตัวของเขาและจะปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมรอบตัวเขาอย่างไร”

จากคำจำกัดความดังกล่าวนี้พอจะสรุปได้ว่า บุคลิกภาพคือสิ่งที่บ่งบอกว่าบุคคลจะปฏิบัติอย่างไรในสถานการณ์หนึ่ง ๆ หมายความว่า ถ้าสถานการณ์อย่างเดียวกันแล้วคน 2 คน มีพฤติกรรมต่างกัน ซึ่งก็จะอธิบายได้ว่าคงเป็นเพราะเขามีบุคลิกภาพที่ต่างกัน และคนๆ เดียวกันถ้าอยู่ในสภาพแวดล้อมหรือสถานการณ์ที่ต่างกันก็ควรมีพฤติกรรมต่างกันออกไปด้วย

2) กระบวนการอื่น ๆ ทางสังคมซึ่งไม่เกี่ยวกับลักษณะนิสัยส่วนตัวของมนุษย์สามารถแยกได้ 2 ประเด็น คือ

2.1) สิ่งกระตุ้นพฤติกรรม (Stimulus Object) คือ ความเข้มข้นในการกระตุ้นพฤติกรรม (Strength of Stimulus Object) ลักษณะนิสัยของบุคคล คือ ความเชื่อถือ ค่านิยม ทักษะ และบุคลิกภาพนั้น จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม แต่จะไม่ได้เกิดขึ้นถ้าไม่มีสิ่งกระตุ้นพฤติกรรม สิ่งกระตุ้นก็ได้ เช่น อาหาร เสียงปืน คำสบประมาท หนังสือ ความทิว ถ้าเราเดินไปตามถนนได้ยินเสียงปืนดังปังเราก็จะหันไปทางที่มาของเสียงปืนนั้นเสียงปืนจึงเป็นสิ่งกระตุ้นพฤติกรรม การเหลียวไปมอง เมื่อเราเหลียวไปมองแล้ว ถ้าเห็นคนยืนอยู่และกำลัง ยกปืนเล็งมาทางเรา ๆ ก็อาจจะกระโดดนอนราบหรือวิ่งหนีโดยเร็วปืนกระบอกนั้นและชายผู้ถือปืนจึงเป็นสิ่งกระตุ้นพฤติกรรมทำให้เราวิ่งหนีหรือกระโดดลงกับพื้น สิ่งกระตุ้นพฤติกรรมนี้มีพลังหรือความเข้มข้น (Strength) ด้วย ตัวอย่างเช่น ผู้หญิง 2 คน อาจทำให้ชายหนุ่มคนหนึ่งมีพฤติกรรมที่แตกต่างออกไป คือ สมมติชายหนุ่มคนหนึ่งเดินสวนกับ หญิงสาวคนหนึ่ง ชายหนุ่มอาจขำเล็งมอง (หญิงสาวจึงเป็นสิ่งกระตุ้นพฤติกรรมในกรณีนี้) แต่ไม่ถึงกับเหลียวหลังกลับไปดูแต่ถ้าชายคนเดียวกันนี้เดินสวนกับผู้หญิงอีกคนหนึ่งซึ่งมีความงามหยดย้อยและแต่งตัวสวยชวนมองอย่างมากมายแล้ว ชายหนุ่มผู้นี้ก็อาจจะหันหลังกลับไปอีกเมื่อเดินสวนกันไปแล้ว หญิงสาวทั้ง 2 คน ต่างเป็นสิ่งกระตุ้นพฤติกรรม (Stimulus Object) ของชายหนุ่มเหมือนกัน แต่พลังที่จะกระตุ้นพฤติกรรมของหญิงสาวคนที่ 2 มีมากกว่าจึงทำให้ชายหนุ่มมีพฤติกรรมมากขึ้นเมื่อพบหญิงคนที่ 2



2.2) สถานการณ์ (Situation) สถานการณ์ หมายถึง สิ่งแวดล้อมทั้งที่เป็นบุคคลและไม่ใช่มนุษย์ ซึ่งอยู่ในสภาวะที่บุคคลกำลังจะมีพฤติกรรม ตัวอย่างเช่น เวลาเราไปชมภาพยนตร์ต้องไปเข้าคิวซื้อบัตรชมภาพยนตร์เหมือนกันหมด เพราะเขากำหนดไว้ว่าใครจะซื้อบัตรชมภาพยนตร์ก็ต้องเข้าคิวไม่ว่าลักษณะนิสัยของเราจะเป็นอย่างไรก็ต้องไปเข้าคิวเหมือนกันหมด

ในทัศนะของนักจิตวิทยาสังคมนั้น พยายามอธิบายว่า ความคิดที่ดีความรู้สึกที่ดี หรือพฤติกรรมของคนนั้น มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับการปรากฏตัวของคนอื่นหรือสิ่งอื่น ๆ หรือมีความคิดว่าคนอื่นและสิ่งแวดล้อมเข้ามาเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของคนอย่างไรบ้าง นักจิตวิทยาสังคมยอมรับ ฐานะตำแหน่ง และบทบาท ซึ่งเป็นสิ่งที่มีอยู่แล้วก่อนที่ตัวคนจะเข้าไปสวมตำแหน่งนั้น แต่จิตวิทยาเป็นการศึกษาถึงปฏิกริยาซึ่งเป็นผลในพฤติกรรมที่เกิดขึ้นระหว่าง “ตัว” (Self) กับฐานะตำแหน่ง และบทบาท นักจิตวิทยาถือว่าตำแหน่ง (Position) เป็นแต่เพียงระบบของการคาดหวังบทบาท (System of Role Expectation) พฤติกรรมของคนจริง ๆ ที่ปรากฏนั้นเป็นผลเนื่องมาจากปฏิกริยา (Product of the Interaction) ระหว่าง “ตัว” (Self) กับ “บทบาท” (Role) ทั้งนี้ที่คน ๆ หนึ่งทราบว่าตัวถูกคาดหวังว่าจะทำบทบาท (Role Expectation) คน ๆ นั้นก็จะเกิดการคาดหวังบทบาทจากผู้ที่ตัวจะมีพฤติกรรมต่อ ซึ่งเรียกว่า การคาดหวังบทบาทปฏิกริยา (Reciprocal Role Expectation of Self) ดังนั้นพฤติกรรมของคนเราจะเป็นไปได้ถูกต้องหรือไม่ขึ้นอยู่กับสิ่งต่อไปนี้คือ

1) ความถูกต้องแน่นอนในการคาดหวังบทบาท (The Validity of Role Perception) ซึ่งขึ้น อยู่กับการคาดการณ์ของตำแหน่งของตัวเอง และผู้ที่จะมีปฏิกริยาต่อตัวอย่างเช่น มีผู้มาพบท่านผู้อ่านโดยมิได้แจ้งให้ทราบว่าเป็นใคร ท่านผู้อ่านก็จะไม่สามารถตระหนัก ได้เลยว่า จะต้องปฏิบัติอย่างไรแต่ถ้าหากผู้ที่มาหาท่านผู้อ่านแจ้งว่าตนเป็นพนักงานไปรษณีย์มาส่งโทรเลขท่านผู้อ่านก็จะสามารถทราบ ได้ทันทีว่าจะปฏิบัติอย่างไร

2) ความสันทัดในการดำเนินบทบาท (Skill in Role Enactment) ซึ่งขึ้นอยู่กับการประสพการณ์ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับเหตุการณ์ในขณะมีปฏิกริยา เช่นเดียวกับผู้แสดงละครที่เคยแสดงบทบาทใด บทบาทหนึ่งแล้วย่อมจะสามารถแสดงได้ดีกว่าบทที่ตนไม่เคยแสดง

3) สภาพของ “ตัว” ของคน ๆ นั้นซึ่ง หมายถึงจิตใจอารมณ์ ในขณะที่มีปฏิกริยาสัมพันธ์อันจะเป็นผลต่อการคาดหวังบทบาทและความสันทัดในการดำเนินบทบาท ซึ่งหมายความว่า ถ้าหากในขณะแสดงบทบาทนั้นถ้าหากผู้แสดงบทบาทอารมณ์ไม่ดีก็ย่อมแสดงได้แตกต่างจากการแสดงขณะอารมณ์ดี

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา (2550 อ่างใน นันทสิทธิ์ แก้วทิพย์เนตร, 2555) ได้แบ่งปัจจัยพื้นฐานของพฤติกรรมได้ ดังนี้

1) ปัจจัยพื้นฐานทางสังคมวิทยา พื้นฐานของพฤติกรรมด้านนี้มุ่งไปที่สิ่งแวดล้อมทางด้านสังคมสภาพของสังคมขึ้นอยู่กับองค์ประกอบต่อไปนี้

1.1) กลุ่มคนคนที่อยู่ร่วมกันในพื้นที่หนึ่งอาจเริ่มต้นที่เผ่าพันธุ์หรือพวกเดียวกันระยะต่อมาจำนวนผู้คนก็จะเริ่มมากขึ้น เนื่องจากการสืบพันธุ์อาจเริ่มมีการผสมผสานเผ่าพันธุ์อพยพออกไป ย้ายเข้ามาทำให้มีการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนประชากร เช่น มีวัยเด็ก และวัยชรามากกว่าวัยหนุ่มสาวหรือลูกผสมมากกว่าเผ่าพันธุ์เดิมเป็นต้นอันจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการแสดงออกที่แตกต่างจากเดิม

1.2) ทรัพยากรและธรรมชาติในพื้นที่เป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างสภาพสังคมเป็นตัวชักนำให้คนมาอยู่ร่วมกันและเกิดพฤติกรรมทางสังคมขึ้นเมื่อคนเข้าไปอยู่ร่วมกันและใช้ประโยชน์จากธรรมชาติ เช่น ดิน ธาตุ ภูเขา แหล่งน้ำ อากาศ แสงแดด ต้นไม้ สัตว์ต่าง ๆ เป็นต้น ทรัพยากรธรรมชาติเหล่านี้ก็เปลี่ยนแปลงไปส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติโดยน้ำมือคน และทำให้พฤติกรรมคนในสังคมเปลี่ยนแปลงไปด้วย

1.3) รูปแบบการดำเนินชีวิตในเบื้องต้นของการดำเนินชีวิตของคนจำเป็นต้องแสวงหาปัจจัยสี่ เพื่อการดำรงชีวิตถัดไปเป็นเรื่องการสืบพันธุ์มีลูกหลานตลอดจนเกี่ยวข้องกับผู้อื่นในสังคมมากขึ้นเรื่อย ๆ จากสังคมง่าย ๆ ระยะแรกกลายเป็นสังคมที่ซับซ้อนมากขึ้นเกิดกิจกรรมทางสังคมมากขึ้นเริ่มพัฒนาเพื่อความสงบสุขเริ่มรู้จักการแลกเปลี่ยนกัน เพื่อความสะดวกในการดำเนินชีวิตรูปแบบของการดำเนินชีวิตจึงเปลี่ยนแปลงไป

1.4) สถาบันต่าง ๆ ทางสังคมเมื่อคนอยู่ร่วมกันมากขึ้นก็จะสร้างเครื่องมือเครื่องใช้เพื่อช่วยในการทำกิจกรรมต่าง ๆ เมื่อมีเครื่องมือเครื่องใช้มากขึ้นคนก็จะสร้างองค์กรหรือหน่วยงานเพื่อให้คนผูกพัน และเกื้อกูลกันสังคมยิ่งซับซ้อน รูปแบบของกิจกรรมในสังคมก็ยิ่งหลากหลายและซับซ้อน ตามไปด้วยคนจึงจัดกระบวนการทำงานให้มีรูปแบบที่ชัดเจนต่อเนื่องกำหนดบทบาทสมาชิกและความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก กระบวนการที่มีรูปแบบที่ชัดเจนนี้เรียกว่าสถาบันซึ่งหมายถึง งานวัตถุประสงค์กิจกรรมบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของสมาชิก เครื่องมือเครื่องใช้หน่วยงานองค์กรที่ใช้หน่วยงานองค์กรที่ช่วยกันสร้างขึ้นอย่างมีรูปแบบมีระบบงานที่ชัดเจนและยึดถือปฏิบัติอย่างต่อเนื่องมั่นคง เช่น สถาบันครอบครัว การศึกษา ศาสนา เศรษฐกิจ การสื่อสารคมนาคม เป็นต้น

2) ปัจจัยพื้นฐานทางจิตวิทยา พื้นฐานของปัจจัยนี้มุ่งไปที่ความคิดและความรู้สึกเป็นสำคัญ การทำงานของจิตใจจะส่งผลให้มีพฤติกรรมเหมาะสมหรือไม่

2.1) อวัยวะรับความรู้สึก ได้แก่ ประสาทสัมผัสทั้ง 7 อย่าง คือ หู ตา จมูก ลิ้น ผิวกาย การทรงตัว และความรู้สึกภายใน (กล้ามเนื้อ เอ็น เนื้อเยื่อ ข้อต่อ) หากอวัยวะรับความรู้สึกเกิดความบกพร่องย่อมส่งผลต่อกระบวนการทำงานของจิตใจ

2.2) สิ่งเร้ามีทั้งสิ่งเร้าภายใน และภายนอกอาจเป็นวัตถุสิ่งของหรือเหตุการณ์ความรู้สึกความต้องการ อารมณ์ และจิตใจสำนึกก็ได้ สิ่งเร้าที่มีความรุนแรงและมีความถี่

ต่าง ๆ กันจะมีผลต่อการแสดงออกของบุคคลแตกต่างกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสิ่งเร้าที่ไปกระตุ้นปมที่จิตไร้สำนึก ปฏิกริยาโต้ตอบจะรุนแรงกว่าปกติ

### 2.3) ความตั้งใจแน่วแน่ระดับความตั้งใจแน่วแน่มิผลต่อการรับรู้

รายละเอียดซึ่งส่งผลต่อคุณภาพของการแสดงออก

2.4) การเรียนรู้พฤติกรรมส่วนใหญ่ของคนเกิดจากการการเรียนรู้การเรียนรู้ทำให้คนสามารถบอกคุณค่ามีอารมณ์ และการคิดโต้ตอบได้อย่างถูกต้องเหมาะสมเรียนรู้ใหม่ที่ถูกต้องเพื่อแก้ไขพฤติกรรมที่เป็นปัญหา

2.5) การเกี่ยวโยงระหว่างศูนย์ต่าง ๆ ในสมองทั้งด้านการวิภาคและสรีรวิทยาทุกขั้นตอนในการทำงานของจิตใจจะต้องเกี่ยวโยงระหว่างศูนย์ต่าง ๆ เช่น ศูนย์ความรู้สึก อารมณ์ การเคลื่อนไหว เป็นต้น ความบกพร่องในจุดต่าง ๆ ย่อมส่งผลต่อการโต้ตอบกับสิ่งเร้า

2.6) ระดับความรู้สึกตัวมีผลต่อการรับรู้และโต้ตอบกับสิ่งเร้าตั้งนี้ รู้สึกตัวเต็มที่จะสามารถรับรู้และโต้ตอบได้ถูกต้อง ครึ่งหลับ ครึ่งตื่น เป็นการรับรู้แต่ไม่ตอบโต้ หมดสติหรือไม่รู้สึกตัวเลยเป็นสภาพที่หมดความรู้สึก

### 3) ปัจจัยพื้นฐานทางจริยธรรม

3.1) ความรู้เชิงจริยธรรม หมายถึง การมีความรู้ในสังคมของตนถือการกระทำชนิดใดว่าควรทำหรือไม่ควรทำเหมาะสมหรือไม่เหมาะสม

3.2) ทักษะเชิงจริยธรรม หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมในเชิงจริยธรรมต่าง ๆ ว่าชอบหรือไม่ชอบลักษณะนั้น ๆ เพียงใด

3.3) เหตุผลเชิงจริยธรรม หมายถึง เหตุจูงใจที่อยู่เบื้องหลังการเลือกกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมบางอย่าง เช่น การหลีกเลี่ยงการถูกลงโทษ การแสวงหารางวัลการได้รับการยอมรับจากคนที่มีความหมายกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของสังคมการรักษาสัญญา และการทำเพื่ออุดมคติที่ยึดถือ

3.4) พฤติกรรมเชิงจริยธรรม หมายถึง การที่บุคคลแสดงพฤติกรรมที่สังคมชมชอบ หรืองดเว้นการแสดงพฤติกรรมที่ฝ่าฝืนกฎเกณฑ์ หรือค่านิยมในสังคมนั้น ๆ

จากการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสื่อของ Sven & Benno (1977, p. 175 อ้างใน นันทสิทธิ์ แก้วทิพย์เนตร, 2555) ได้สร้างแบบจำลองเกี่ยวกับพฤติกรรมก่อนระหว่างและหลังการเปิดรับ และการบริโภคสื่อของผู้รับสารไว้ ดังนี้

1) ก่อนเปิดรับผู้รับสารจะเป็นผู้เลือกสิ่งทีตนต้องการบริโภคเพื่อความพึงพอใจของตัวเอง โดยเลือกสิ่งที่ต้องการจากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่ต้องการจะชม

2) ระหว่างเปิดรับสารผู้รับสารจะเลือกเข้าใจและตีความเนื้อหาของภาพยนตร์รวมทั้งบ่งชี้ถึงองค์ประกอบที่สำคัญของภาพยนตร์

3) หลังเปิดรับผู้รับสารจะเลือกจดจำข้อมูลข่าวสารจากภาพยนตร์ที่ได้ชม และนำเนื้อหาของภาพยนตร์ที่เลือกชมมาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับบุคคลอื่นเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่ได้ชม

พีระ จิโรโสภณ (2529, หน้า 636-640 อ้างใน นันทสิทธิ์ แก้วทิพยเนตร, 2555) ได้กล่าวถึงกระบวนการเลือกเปิดรับภาพยนตร์ที่แตกต่างกัน เนื่องจากมีความเชื่อ ค่านิยม ประสบการณ์ ความต้องการที่แตกต่างกัน โดยกระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรองสารในการรับรู้ (Perception) ของมนุษย์ซึ่งประกอบด้วยการกรอง 3 ขั้นตอน ดังนี้

1) ก่อนที่จะชมภาพยนตร์ ผู้รับสารจะมีการเลือกรับหรือเลือกสนใจภาพยนตร์เรื่องใดเรื่องหนึ่ง (Selective Exposure of Selective Attention) โดยมีการแสวงหาหรือเลือกสรรข่าวสารตามความสนใจและความต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับทัศนคติที่มีอยู่เดิม และหลีกเลี่ยงข่าวสารหรือชมภาพยนตร์ที่ขัดแย้งกับความรู้ ความเข้าใจ หรือความรู้สึกนึกคิด เดิมของตนเอง เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่ สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ

2) ระหว่างการชมภาพยนตร์ผู้รับสารจะมีการเลือกรับรู้หรือตีความหมาย (Selective Perception or Selective Interpretation) ของภาพยนตร์ที่ชมแตกต่างกันไปตามความเข้าใจทัศนคติประสบการณ์ความเชื่อความต้องการความคาดหวังแรงจูงใจสภาวะร่างกายหรือสภาวะอารมณ์ในขณะนั้น

3) หลังการชมภาพยนตร์ผู้รับสารจะมีการเลือกจดจำ (Selective Retention) เนื้อหาสาระของภาพยนตร์เฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติหรือความเชื่อของตนเองและมักจะลืมสิ่งที่ตนไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยดังนั้น การเลือกจดจำเนื้อหาของภาพยนตร์จึงเท่ากับเป็นการ ช่วยเสริมทัศนคติหรือความเชื่อเดิมของผู้รับสารหรือผู้ชมให้มั่นคงยิ่งขึ้น

McQuail (1994, pp. 302-303 อ้างใน นันทสิทธิ์ แก้วทิพยเนตร, 2555) ได้อธิบายว่า การที่ผู้รับสารจะตัดสินใจใช้สื่อใดขึ้นอยู่กับปัจจัยในตัวสื่อเองด้วย ได้แก่

1) ลักษณะของสื่อซึ่งเหมาะกับกลุ่มทางประชากรสังคมแบบใด เช่น ภาพยนตร์ที่สร้างขึ้นเพื่อให้เด็กชมภาพยนตร์สำหรับผู้หญิงวัยรุ่น หรือกลุ่มเฉพาะ

2) ประเภทของสื่อจะดึงดูดให้ผู้รับสารเลือกบริโภคได้ตามรสนิยม ได้แก่ ภาพยนตร์ประเภท ตลกชีวิต ฆาตกรรม เป็นต้น

3) ระดับการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการนำเสนอตัวสื่อหากมีการโฆษณา มากจะทำให้ผู้ชมอยากไปชมภาพยนตร์เรื่องนั้น

4) เวลาและกำหนดการฉายของโปรแกรมซึ่งจะทำให้ผู้ชมมีทางเลือกหลายทางเหมาะสมกับเวลาว่างที่มีอยู่

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2531, หน้า 50-53 อ่างใน นันทสิทธิ์ แก้วทิพนเตร, 2555) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีการเลือกรับรู้ไว้ว่าปัจจัยในการเลือกรับรู้นั้น มีทั้งปัจจัยจากตัวผู้รับ และจากตัวกระตุ้น โดยอาจแบ่งออกได้เป็น 3 ปัจจัย คือ

1) ความคลุมเครือของตัวกระตุ้น ยิ่งตัวกระตุ้นคลุมเครือมากเท่าใดการรับรู้ก็จะขึ้นอยู่กับจิตวิสัยมากเท่านั้น เช่น ขณะอยู่บ้านคนเดียวในตอนกลางคืนเมื่อได้ยินเสียงก๊อ๊กก๊กการตีความของเสียงนั้นขึ้นอยู่กับบุคคลนั้น อย่างมากบางคนอาจคิดว่าเป็นขโมยผีหนูหรือหนูผาดไปเองจะเห็นว่าถ้าบุคคลมีความคลุมเครือในตัวกระตุ้นมากการรับรู้ก็จะผันแปรตามบุคคลมากตามไปด้วย เมื่อเวลาติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น การนำเสนอข้อมูลอย่างชัดเจนจะช่วยให้เกิดการรับรู้ได้ดียิ่งขึ้นด้วย เช่น ในการจัดชุดโฆษณาขายของพนักงานขายเสียงดังฟังชัดพูดชัดจิงหะพอเหมาะ มีแสงสว่างที่พอเหมาะมีของที่จะขายให้ดูได้สะดวกการจัดโฆษณาก็จะบรรลุความสำเร็จได้มาก

2) ความต้องการของปัจเจกบุคคล ขณะที่เรากำลังหิวสายตของเราคงสอดส่ายหาแต่ร้านอาหาร หรือเวลาที่เรากำลังเร่งรีบเราก็ตั้งหน้าตั้งตาเดิน โดยไม่สนใจสิ่งรอบข้าง นอกจากมองว่ามันไม่กีดขวางเท้าเท่านั้นจะเห็นได้ว่าขณะที่เราหิวเราคงไม่สนใจในร้านขายรองเท้าตลอดทางเดินเท้าที่ผ่าน หรือถ้าเรากำลังรีบเราก็จะไม่ทัน เห็นร้านอาหารที่เปิดใหม่ใหญ่โตนั่น แสดงว่าเราเกิดการเลือกรับรู้ และการเลือกรับรู้นี้จะเกิดขึ้นจากความต้องการของเราเองไม่ว่าความต้องการนั้น จะเป็นการตอบสนองความต้องการของร่างกายหรืออารมณ์และจิตใจก็ตาม

3) การตามอย่างผู้อื่นคำพูดที่ว่า “ว่าไงว่าตามกัน” หรือสำนวนที่ว่า “เข้าเมืองตาหลิ่วต้อง หลิวตาตาม” มิได้มีผลแต่ทำให้เกิดสมัยนิยมต่างๆ เท่านั้น แต่ก่อให้เกิดการยอมรับการรับรู้ว่าสิ่งต่าง ๆ นั้นดีตามยุคสมัยไปด้วย เช่น ในยุคของฮิปปีที่ไว้ผมยาวรุงรัง ไม่ตัดไม่แต่งผมในยุคนั้น กลายเป็นความนิยมว่าสวยงามแต่มาในยุคนี้ก็ต้องตัดให้ดูแปลกไปตามรูปแบบ การเกิดความนิยมตามอย่างกันนั้นมิได้มีผลเพียงต่อความนิยมในการแต่งกายเท่านั้น อาจมีอิทธิพลถึงค่านิยมบางอย่างในสังคม เช่น ในยุคนี้เป็นยุคนิยมการตกปลา มองว่าการตกปลาเป็นกีฬาตกเล่น ๆ ตกแล้วก็ปล่อยไม่ได้ ทำบาปทำกรรมให้ใครเราจะเห็นได้ว่า ตัวอย่างเหล่านี้เกิดจากการตามอย่างผู้อื่นนั่นเอง

#### 2.4 ทฤษฎีการตัดสินใจ

ทฤษฎีการตัดสินใจเป็นทฤษฎีที่มีความสำคัญยิ่งต่อการตัดสินใจการหาทางเลือกที่เหมาะสมของแต่ละบุคคลดังที่ Bross (1953 อ่างใน อรุณศรี กุมุท, 2529, หน้า 4) ที่ได้อธิบายเกี่ยวกับการตัดสินใจไว้ว่า ปัจจุบันพฤติกรรมการตัดสินใจได้ทวีความยุ่งยากมากขึ้น มิใช่แต่ว่าจะมีทางเลือกมากมายให้ต้องตัดสินใจเลือกเท่านั้น แต่ยังมี ความขัดแย้งในเรื่องค่านิยมที่ยึดถือด้วย บุคคลสามารถได้รับการช่วยเหลือ 2 ประการ คือ

ประการแรก ในการตัดสินใจในเป้าหมายเฉพาะอย่างยิ่งเรียกว่า ผลที่ได้ (Outcome)

ประการที่สอง ในการพิจารณาทางเลือกหลายทาง และซึ่งน้ำหนักทางเลือกเหล่านั้นในส่วนที่สัมพันธ์กับคุณลักษณะของเขาเองเพื่อให้สามารถตัดสินใจได้ ทฤษฎีการตัดสินใจมีหลายทฤษฎี และทฤษฎีที่เสนอต่อไปนี้จะเกี่ยวข้องกับปัจจัยในการตัดสินใจ เลือกศึกษาหรือเลือกอาชีพ ดังนี้

ทฤษฎีการตัดสินใจของ Gelatt (1987 อ้างใน ทิพย์มาศย์ พิมลศักดิ์, 2539) กล่าวว่า วัฏจักรการตัดสินใจของ Gelatt (1987 อ้างใน ทิพย์มาศย์ พิมลศักดิ์, 2539) กล่าวไว้ว่า ทฤษฎีนี้กระบวนการตัดสินใจ จะเริ่มจากจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ และเมื่อผ่านไปเข้าสู่การความต้องการจึงจะตัดสินใจก็เพื่อจะได้รวบรวมข้อมูลให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจ หลังจากนั้นก็จะพิจารณาข้อมูลทั้งหมดให้เป็นไปตามและสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจ แล้วก็พิจารณาข้อมูลที่ได้ นำมาประยุกต์เพื่อที่จะเลือกพิจารณาความเป็นไปได้ของทางเลือกในการวิเคราะห์ผลที่ขึ้นอยู่กับความสำเร็จของประสบการณ์ และระดับความปรารถนาของบุคคลนั้นในอดีต ซึ่งการวิเคราะห์ผลจะมีคุณภาพภาพหรือไม่ขึ้นขึ้นอยู่กับ 2 ประการ คือ (1) ข้อมูลที่รวบรวมได้ (2) น้ำหนักในการคาดเดาอย่างเหมาะสมหรือไม่ ต่อไปเป็นระบบของค่านิยมขั้นนี้บุคคลจะพิจารณาความปรารถนาแล้วจะเปรียบเทียบผลที่ได้รับของค่านิยม เช่น เลือกวิชาชีพนี้เพื่อต้องการเงินเดือนมาก หรือคาดได้ว่าถ้าได้เรียนจบในสาขาวิชานี้จะได้มี โอกาสศึกษาต่อ และได้เงินเดือนที่สูง การตั้งคำถามว่าค่านิยมสูงสุดของเขานั้นคืออะไร ทั้งนี้เพื่อให้การตัดสินใจเลือกนั้นเหมาะสมยิ่งขึ้น ส่วนขั้นสุดท้ายเป็นการประเมินผลการเลือกตัดสินใจซึ่งผลจะมาจาก การตัดสินใจ โดยวางแผนเพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติมในการตัดสินใจครั้งต่อไป

สำหรับวงจรกระบวนการตัดสินใจประกอบด้วยขั้นตอนที่สำคัญดังนี้คือ

- 1) จุดมุ่งหมายความต้องการตัดสินใจกับทางเลือกนั้น
- 2) ข้อเสนอเทศจะต้องค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับทางเลือกนั้น
- 3) ต้องค้นหาข้อมูลถึงความเป็นไปได้ทั้งหมดของกิจกรรมนั้น
- 4) ความเป็นไปได้จะต้องตรวจสอบตามลำดับในแต่ละทางเลือก
- 5) ความน่าจะเป็นจะได้รับผลโดยการวิเคราะห์ข้อเท็จจริงของแต่ละลำดับ
- 6) ค่านิยมต้องประเมินด้วยความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหรือบุคคลในแต่ละลำดับ
- 7) ประเมินผลด้วยความเหมาะสมและการเลือกตัดสินใจ
- 8) การตัดสินใจมีการตัดสินใจซึ่งอาจเป็น

8.1) ได้ตัดสินใจแล้ว

8.2) ค้นหาข้อมูลเสนอเทศใหม่

จากทฤษฎีการตัดสินใจของ Gelatt (1987 อ้างใน ทิพย์มาศย์ พิมลศักดิ์, 2539) สรุปได้ว่าการตัดสินใจมีระบบที่ประกอบด้วยจุดมุ่งหมาย ข้อมูลที่ดี พิจารณาความเป็นไปได้ค่านิยม การประเมินผล และการตัดสินใจทางเลือกที่ดีเหมาะสมที่สุดของแต่ละเหตุการณ์



ทฤษฎีการตัดสินใจของ Tiedman & O'hara (n.d. อ้างใน พรศรี สุขสวัสดิ์, 2533, หน้า 12-13) มีแนวคิดว่าการตัดสินใจเลือกอาชีพการปรับตัวในการประกอบอาชีพเป็นกระบวนการคิดอย่างมีเหตุผล และพัฒนามาเป็นระยะเวลาอันยาวนานแบ่งพัฒนาการด้านอาชีพออกเป็นขั้น ๆ ดังนี้

1) ขั้นเตรียมเลือกอาชีพ (The Period of Anticipation of Decision Making or Preoccupation) ขั้นนี้เป็นขั้นที่บุคคลจะเผชิญกับปัญหาเฉพาะหน้า เช่น จะต้องตัดสินใจเกี่ยวกับหลักสูตรที่จะต้องเรียน หรือเริ่มคิดเตรียมการที่จะเลือกอาชีพต่อไปในอนาคตในขั้นนี้บุคคลจะใช้กระบวนการวิเคราะห์แยกแยะรายละเอียดเกี่ยวกับตนเอง และสิ่งแวดล้อมและก่อตัวเป็นความคิดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกสาขาวิชาเรียนหรือเลือกอาชีพ ในขั้นนี้แบ่งย่อยออกเป็น 4 ขั้นดังนี้ คือ

1.1) ขั้นการสำรวจ (Exploration) คือ สำรวจและประเมินตนเอง เช่น ความถนัด ความสามารถ ความสนใจและความรวมไปถึงลักษณะสาขาวิชา ลักษณะอาชีพ ข้อดีและข้อเสียด้วย

1.2) ขั้นการก่อตัวของความคิด (Crystallization) คือ ประเมินตัวเอง วิเคราะห์ หรือสาขาวิชาแล้วก็จะรวมตัวเป็นแนวคิดนำไปใช้ในการตัดสินใจในการเลือกสายการเรียนหรืออาชีพ

1.3) ขั้นการลองเลือกอาชีพ (Choice) คือ การจะตัดสินใจลองเลือกสายการเรียนหรืออาชีพ

1.4) ขั้นการพิจารณารายละเอียดเพื่อความชัดเจน เพื่อความแน่นอนในการตัดสินใจ (Clarification of Specification) คือ ทหารายละเอียดเพิ่มเติมอีกครั้ง ในสาขาวิชาหรืออาชีพที่เลือก

2) การประกอบอาชีพและการปรับตัวในการทำงาน (The Period of Implementation and Adjustment) คือ การตัดสินใจเลือกสาขาการเรียนและอาชีพแล้ว ก็จะไปสู่ขั้นตอนการศึกษาหรือ ประกอบอาชีพตามที่ได้เลือกไว้ โดยแบ่งได้เป็น 3 ขั้น คือ

2.1) ขั้นการนำตนเองเข้าสู่การศึกษาหรือทำงาน (Induction) คือ เข้าทำงาน หรือเรียนตามสาขาที่ได้ตัดสินใจเลือกแล้ว

2.2) ขั้นการเปลี่ยนแปลงปรับปรุง (Transition or Reformation) คือ การประสบปัญหาเกี่ยวกับการเรียน หรือประกอบอาชีพที่เลือกนั้น การจะปรับปรุง หรือสำรวจตนเอง อาชีพ หรือสาขาที่เรียนใหม่เพื่อไปสู่การตัดสินใจเลือกที่เหมาะสมต่อไป

2.3) ขั้นความมั่นคงในการประกอบอาชีพ (Maintenance or Integration) คือ ถ้าประสบความสำเร็จในการศึกษา หรือประกอบอาชีพที่ได้เลือกสรรแล้วนั้นก็จะเป็นกำลังใจให้มุ่งมั่นศึกษา หรือประกอบอาชีพให้ความเจริญก้าวหน้าต่อไป

จากทฤษฎีการตัดสินใจของ Tiedman & O'hara (n.d. อ้างใน พรศรี สุขสวัสดิ์, 2533) สรุปได้ว่า บุคลิกภาพของบุคคลกับอาชีพมีความสัมพันธ์กันเห็นได้ชัดเจนจากการที่บุคคลต้องผ่านกระบวนการตัดสินใจทฤษฎีนี้ได้ย้ำเรื่องของการตัดสินใจว่าเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาการทางอาชีพ

จากการศึกษาทฤษฎีการตัดสินใจของนักวิชาการหลายท่าน พบว่า การตัดสินใจเลือกอะไรก็ตามจะต้องคิดอย่างเป็นระบบมีเหตุผลในการพิจารณา มีข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวข้องในเรื่องที่จะตัดสินใจเป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังพบว่า การตัดสินใจมีการทำเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่อง และการตัดสินใจเป็นหัวใจสำคัญในการเลือกศึกษาต่อ หรือเลือกอาชีพฉะนั้นนักศึกษาที่เลือกศึกษาต่อจึงต้องพิจารณาอย่างรอบคอบเพราะการตัดสินใจเลือกเรียนสายใดสายหนึ่งเท่ากับว่าได้ลงทุนเพิ่มมูลค่าให้ตนเอง และเป็นการสร้างความพร้อมที่จะนำไปประกอบอาชีพที่สอดคล้องกับสายการเรียนที่เลือกเรียน

#### 2.4.1 ลักษณะของการตัดสินใจ

ชูชัย เทพสาร (2546, หน้า 15) ได้แบ่งการตัดสินใจของมนุษย์เป็น 2 ลักษณะ คือ

1) การตัดสินใจตามธรรมชาติ หมายถึง การตัดสินใจที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติของการตัดสินใจของคนทั่วไปที่ปฏิบัติเป็นประจำ โดยการตัดสินใจที่ขาดการควบคุมอย่างเป็นระบบแม้ว่าจะมีเหตุผลแต่ก็เป็นเหตุผลทางอารมณ์มาเจือปนมากกว่าเหตุผลตามหลักตรรกศาสตร์ เช่น ในการเลือกคู่ครองจะพบว่าส่วนใหญ่รูปร่างหน้าตาจะมีอิทธิพลต่อการเลือกคู่ครองเหนือคุณสมบัติอื่น ๆ จัดได้ว่าเป็นการตัดสินใจในระดับบุคคลหรือครอบครัว

2) การตัดสินใจที่ควรจะเป็น หมายถึง การตัดสินใจที่รู้ทั้งหลายได้รวบรวมไว้เป็นหลักปฏิบัติซึ่งเป็นไปตามหลักตรรกศาสตร์ หรือตามเหตุผลปราศจากอารมณ์ มีการควบคุมอย่างระบบด้วยการศึกษาปัญหาวิเคราะห์ปัญหาหาแนวทางแก้ไข และพิจารณาถึงผลกระทบแล้วจึงเลือกวิธีการที่ดีที่สุดเป็นการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพสูงเป็นการตัดสินใจระดับชุมชนหรือสังคม

#### 2.4.2 ประเภทของการตัดสินใจ

การตัดสินใจจะมีผลมาเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ในอนาคต ดังนั้นปรากฏการณ์แห่งความไม่แน่นอนจึงได้จัดหมวดหมู่ รศนา อัจชะกิจ (2539 อ้างใน จิระจิตต์ ราคา, 2540, หน้า 86-91) ได้แบ่งเป็น 3 หมวดหมู่ ดังนี้

1) การตัดสินใจภายใต้ภาวะแน่นอน (Certainty) คือ การตัดสินใจที่มีข้อมูลแน่นอนและชัดเจนเกือบร้อยเปอร์เซ็นต์ กำหนดได้ว่าจะเกิดอย่างไร และเป็นไปได้ไม่น้อยมากในการตัดสินใจภายใต้ความแน่นอนที่มีโอกาสสนาวิธีการตัดสินใจทั้งหลาย แต่จะมาพัฒนาในรูปแบบการตัดสินใจภายใต้ภาวะที่แน่นอน โดยกำหนดข้อสมมติไว้แบบใดบ้างที่จะเกิด



2) การตัดสินใจภายใต้ภาวะไม่แน่นอน (Uncertainty) คือ การตัดสินใจภายใต้ภาวะไม่แน่นอนมีโอกาสเกิดได้มากที่สุด ผู้ เพราะผู้ตัดสินใจไม่มีข้อมูล หรือแทบไม่มีข้อมูลเลยในการประกอบการตัดสินใจ หรือกฎเกณฑ์ที่ใช้ประกอบการตัดสินใจขึ้นอยู่กับนิสัยของผู้ตัดสินใจซึ่งแบ่งเป็น 5 ประเภท ดังนี้

2.1) บุคคลประเภทใช้หลักการ Maximin (Maximize Minimum Pay-Off) คือ บุคคลมักจะระแวงระวังภัย และไม่ไว้วางใจในความไม่แน่นอน จึงมีวิธีเลือกการตัดสินใจตามวิธีปฏิบัติที่แน่ใจว่าจะประสบผลสำเร็จต่ำสุด แต่มีความแน่นอนสูงสุด

2.2) บุคคลประเภทใช้หลัก (Maximize Minimum Pay-Off) คือ ประเภทนี้จัดเป็นผู้คาดการณ์ล่วงหน้าในแต่แง่ดี เขาจะไม่คำนึงถึงความไม่แน่นอนเพราะเชื่อมั่นในตัวเองสูงสุด

2.3) บุคคลประเภทใช้หลัก Middle of the Line between the Maximax and Maximin คือ บุคคลประนีประนอม เหมาะสมสำหรับร่วมงานกับสองประเภทดังกล่าวข้างต้น

2.4) บุคคลประเภท Criterion of Rationality คือ บุคคลนิยมความเสมอภาค และแตกต่างจากกรณีประนีประนอม เพราะใช้ทางเลือกนำมาคิดวิเคราะห์ถ่วงน้ำหนักให้เท่ากัน และยังคงใช้การพิจารณาจากปริมาณค่าสูงสุดตามที่ได้คาดไว้

2.5) บุคคลประเภทแม็กซ์-แม็กซ์ (Miximax) คือ ใฝ่สูงเกินศักดิ์ พยายามรักษาโอกาสหวังผลประโยชน์สูงสุด หรือเลือกโอกาสเสียน้อยที่สุด

3) การตัดสินใจภายใต้ภาวะเสี่ยง (Risk) การตัดสินใจภายใต้สภาวะการเสี่ยงมีโอกาสเป็นไปได้สูงรองจากการตัดสินใจภายใต้ภาวะไม่แน่นอน เนื่องจากภาวะนี้อยู่กึ่งกลางระหว่างภาวะแน่นอนและไม่แน่นอน การตัดสินใจจะทำตามข้อมูลที่พอมืออยู่บ้างแต่ไม่สมบูรณ์ ข้อมูลที่ได้รับเพียงช่วยให้คาดเดาว่าตามรูปแบบของความน่าจะเป็นนั้น สภาวะการณ์ใดมีโอกาสจะเกิดขึ้นได้บ้าง โดยข้อมูลจะมีหลายรูปแบบ และหลายตีกี่

#### 2.4.3 กระบวนการตัดสินใจ

เป็นกระบวนการทางวิทยาศาสตร์โดยใช้หลักเหตุผลเป็นลักษณะของการหาทางออกที่ดีที่สุด เป็นพื้นฐานมีนักวิชาการได้กล่าวถึงกระบวนการตัดสินใจดังนี้

อุมพร เพิ่มพูน (2544 อ่างใน ชูชัย เทพสาร, 2546, หน้า 11-13) กล่าวว่า ขั้นตอนในการตัดสินใจโดยถือแนวพิจารณาการแก้ปัญหา (Problem Solving Approach) เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาโดยแบ่งเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

1) ขั้นตอนแสวงหาข้อมูลข่าวสาร (Data Collection) เนื่องจากว่าปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นย่อมมีสาเหตุการเสาะหาข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัญหา คือ การเสาะหาสิ่งที่เป็นสาเหตุ นั้นเพื่อมาเป็นส่วนประกอบในการตัดสินใจจะต้องกระทำอย่างเป็นวิทยาศาสตร์ ทั้งในแง่ของการเก็บรวบรวมข้อมูล (Collective) และในแง่การวิเคราะห์ (Analysis) ซึ่งเป็นลักษณะเดียวกับการวิจัย

2) ขั้นตอนการกำหนดทางเลือก (Formulating Alternative) เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญมากในกระบวนการตัดสินใจเป็นการพยายามจะครอบคลุมวิถีทางที่จะแก้ปัญหาได้ในหลาย ๆ วิธีต้องกำหนดให้ได้ในรูปธรรมหลักข้อเท็จจริงหลัก (Main Fact) เป็นอย่างไรบ้างและในทางปฏิบัติต้องสร้างฉาก (Scenario) ขึ้นมาก่อนว่าเรื่องนี้มีทางเลือกอะไรบ้างในทางเลือกนั้น ๆ มีข้อเท็จจริงรูปธรรมหลัก ๆ อะไรบ้าง

3) ขั้นตอนการวิเคราะห์ทางเลือก (Analysis Alternative) การวิเคราะห์ทางเลือกควรใช้ความเป็นจริงที่เป็นภาวะวิสัย (Objective Analysis) พยายามหลีกเลี่ยงการนำคำทั้งหลายมาเกี่ยวข้องในการวิเคราะห์

4) ขั้นตอนการเปรียบเทียบค่าทางเลือก (Value Comparison) ขั้นตอนนี้เป็นการเปรียบเทียบโดยนำค่ามาเกี่ยวข้องนำมาเปรียบเทียบกับขั้นตอนอื่นที่ปลอดจากค่าแล้วมาพิจารณาทางเลือกอีกทีหนึ่ง

5) ขั้นตอนการตัดสินใจเลือกทางที่ดีที่สุด (Choice Alternative on the Best Set of Alternative) ขั้นตอนนี้เป็นการตัดสินใจทางเลือกที่ดีที่สุด

ชูชัย เทพสาร (2546, หน้า 16) ได้สรุปถึงกระบวนการตัดสินใจไว้ อยู่ 6 ขั้นตอน ดังนี้

1) การกำหนดปัญหาโดยทั่วไป ปัญหา หมายถึง สภาพที่พอใจและไม่พอใจกันระหว่างกับสิ่งที่ควรเป็นกับสิ่งที่ควรอยู่ หรือความต้องการหน้าที่ของผู้ตัดสินใจ

2) มาตรฐานสำหรับกำหนดใช้ในการตัดสินใจขึ้นอยู่กับสถานการณ์ ลักษณะปัจจัยต่าง ๆ ที่ใช้พิจารณาการตัดสินใจ

3) มาตรการความสำคัญหรือลำดับปัจจัยที่อะไรมีความสำคัญมากที่สุด

4) เลือกทางที่พอจะมีความเป็นไปได้ แล้วกำหนดคุณค่าทางเลือกตามมาตรการแต่ละขั้นตอน

5) เลือกทางตามขั้นตอนแล้ว ก็จะประเมินจุดอ่อนจุดแข็งแต่ละทางเลือกว่ามีมากน้อยแค่ไหนโดยใช้มาตรการที่กำหนดไว้มาหาค่าของแต่ละทางเลือก ที่ดูจากจุดอ่อนและจุดแข็งแต่ละมาตรการคูณกับค่าของทางเลือก แล้วนำมารวมกันเป็นค่าทั้งหมด

6) ขั้นสุดท้าย คือ การเลือกคะแนนที่มากที่สุด เอามาใช้เป็นทางเลือก ชันนทีสิริ สายเป้า (2543, หน้า 12) สรุปไว้ว่า ขั้นตอนการตัดสินใจมี 4 ขั้นตอน ได้แก่

6.1) จำแนกแยกแยะตัวปัญหาภายใต้ความรู้สึกว่าต้องหาทางเลือก คือ จับประเด็นปัญหา หากจุดสำคัญเบื้องต้นของการตัดสินใจ แล้วทำการสำรวจตรวจสอบปัญหานั้นคืออะไร

6.2) จำแนกแยกแยะสาเหตุแห่งตัวปัญหา คือ การแยกสาเหตุปัญหาแล้วการกำหนดทางเลือกจะได้แก้ไขปัญหาและหาทางเลือกที่จะปรับปรุงอย่างเหมาะสม

6.3) กำหนดและการเลือกทางเลือก คือ การกำหนดทางเลือกในเชิงกลยุทธ์ประกอบด้วย แหล่งข้อมูล ข่าวสารของข้อมูล ที่เป็นเหตุผลใช้ในการกำหนดทางเลือก

6.4) ปฏิบัติตามการตัดสินใจทางเลือก การปฏิบัติตามการตัดสินใจจำเป็นที่จะต้องติดตามถึงเหตุการณ์ และสถานการณ์บางอย่างที่ได้คาดว่าจะมีการเปลี่ยนแปลง

Taylor (1997, pp. 198-199 อ้างใน วุฒิชัย จานง, 2540, หน้า 13-14) กล่าวไว้ว่ากระบวนการตัดสินใจนั้นมีขั้นตอนการแก้ปัญหาได้แก่

1) ต้องแยกแยะปัญหา เมื่อเกิดมีความรู้สึกที่ปัญหาได้เกิดขึ้น เป็นความรู้สึกภายในว่ามีบางอย่างที่ทำให้ไม่เป็นไปตามคาดการณ์ไว้ เป็นการสร้างความแน่ใจและมั่นใจในการเข้าถึงตัวปัญหาที่แท้จริง

2) หาข่าวสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวปัญหา คือ เป็นการค้นหาสาเหตุที่ก่อให้เกิดปัญหาโดยมุ่งหาสาเหตุของปัญหาให้มากที่สุด ข้อมูลต้องมีความเกี่ยวข้องกับปัญหาเพื่อเพียงพอในการแก้ปัญหา

3) ประเมินค่าข่าวสาร ต้องเป็นการประเมินว่าข่าวสารที่ถูกต้องเหมาะสมเพียงพอและสามารถนำไปวิเคราะห์ถึงปัญหาได้รับหรือไม่

4) การกำหนดทางเลือก เป็นการกำหนดทางเลือกให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ ทางเลือกนั้นพยายามที่จะครอบคลุมวิถีทางที่จะแก้ปัญหาได้ในหลาย ๆ วิธีมีการลำดับความสำคัญของทางเลือกไว้แต่ยังยอมรับว่าทางเลือกแต่ละทางนั้น อาจช่วยแก้ไขปัญหาก็ได้ถูกต้องและเหมาะสมในระดับที่แตกต่างกัน

5) การเลือกทางเลือก คือ การกำหนดไว้เพื่อจะได้นำไปใช้ในการตัดสินใจอย่างชัดเจนต่อไปเพื่อให้เป็นที่ยอมรับ

6) ปฏิบัติการตัดสินใจเป็นการปฏิบัติตามผลของการตัดสินใจที่ได้เลือกทางเลือกไว้แล้ว วรณา พรหมบุรุษย์ (2540, หน้า 50) กล่าวไว้ว่า การตัดสินใจจะต้องมีขั้นตอนดังนี้

6.1) การเข้าใจ คือ ต้องมีการศึกษาหาข้อมูลด้วยตนเองตั้งแต่เริ่มเรื่องไปจนถึงมีการสำรวจในสถานการณ์นั้น

6.2) การรู้จักตนเอง คือ การเข้าใจความรู้สึก และเหตุผลในด้านที่ตรวถึงคุณค่าทั้งคนอื่นและตัวเอง

6.3) มีความรู้เรื่องการพัฒนา คือ รู้ในเรื่องการพัฒนาเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จในชีวิตในด้านการเรียน หรือ อาชีพการงานควรคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้คือ

- (1) มีการเปลี่ยนแปลงและมองหาทักษะใหม่อยู่เสมอ
- (2) ถามใจเราถึง ค่านิยม ความสามารถ มีความสนใจหรือไม่
- (3) มุ่งสู่เส้นทางที่เป็นไปได้ และตรงกับศักยภาพของตน
- (4) ค้นคว้าหาสิ่งที่เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตของตนเอง
- (5) สอบถามผู้รู้ ขอคำแนะนำ ขอคำปรึกษา จากทุกฝ่าย
- (6) เลือกตัดสินใจแล้ว ควรมีการตรวจสอบข้อดีและข้อเสียเพื่อผล

ที่แน่นอน

Szilagy (1984, pp. 211-214) กล่าวว่า กระบวนการของการตัดสินใจมีรายละเอียดที่สำคัญ 5 ประการ คือ

- 1) การตระหนักและการชี้ให้เห็นถึงปัญหา ก่อนอื่นผู้บริหารจะต้องทราบว่าเป็นเป้าหมายขององค์การ คือ ปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจและมองเห็นช่องว่างระหว่างเป้าหมายและความเป็นจริงซึ่งคือปัญหานั้นเอง โดยที่มาของปัญหานั้นได้แก่แหล่งข้อมูลจากภายใน และภายนอกองค์การนั่นเอง
- 2) การพัฒนาและประเมินทางเลือกเป็นการรวบรวมความคิดและทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อใช้ในการแก้ปัญหา นั้น ๆ การพัฒนาทางเลือกก็คือการทำให้เกิดทางเลือกหลาย ๆ ทาง
- 3) การเลือกสรรทางเลือกใดจากหลาย ๆ ทางเลือก เป็นการนำทางเลือกแต่ละทางมาประเมินเพื่อเลือกทางเลือกที่เหมาะสมกับเป้าหมายขององค์การทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้ตัดสินใจ
- 4) การปฏิบัติการการตัดสินใจที่เกิดขึ้นนั้นจะมีการสื่อสารให้กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้รับ ทราบไม่ว่าจะเป็นการบอกกล่าวด้วยวาจาหรือด้วยลายลักษณ์อักษร เพื่อให้เกิดการปฏิบัติและมีผลย้อนกลับ
- 5) การประเมินผล ในการประเมินผลนั้นมีคำถามอยู่สามประการสำหรับผู้ประเมิน ได้แก่ กิจกรรม ที่กระทำไปนั้นได้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือยัง พนักงานรวมทั้งลูกคามีส่วนร่วมในการยอมรับการตัดสินใจนั้นในระยะยาวหรือไม่อย่างไรและคำถามสุดท้าย คือได้รับอะไรจากการนำการตัดสินใจนั้นไปปฏิบัติ

กล่าวคือ ขั้นตอนการตัดสินใจที่จำเป็นจะต้องมีตั้งแต่การเกิดความรู้สึกของปัญหาจากข่าวสารการประเมินค่า และกำหนดทางเลือกของการเลือกการปฏิบัติตามการตัดสินใจให้ถูกต้องหรือเหมาะสมขึ้นอยู่กับผลของการตัดสินใจ ดังนั้นการตัดสินใจเลือกมักจะเป็นการตัดสินใจเพื่อให้ได้มาซึ่งความพอใจโดยผ่านกระบวนการต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาข้างต้นนั้น และในการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเป็นการเลือกบริโภคสินค้าหรือบริการในที่นี้คือ สถานศึกษาซึ่งเปิดให้บริการทางการศึกษานั้นเอง

ฉะนั้นในการตัดสินใจเลือกอะไรก็ได้แต่จึงมีความจำเป็นต้องทราบข้อมูลและคุณลักษณะของผู้บริโภคการตัดสินใจเป็นส่วนสำคัญที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ เนื่องจากในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจล้วนแต่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจทั้งสิ้น ผลลัพธ์ของการตัดสินใจที่เกิดขึ้นนั้นไม่ว่าจะเป็นความล้มเหลวหรือความสำเร็จย่อมมีผลกระทบเช่นกัน

#### 2.4.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

อัญญาธ สุนทรสารทูล (2547, หน้า 34) ได้สรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไว้ 4 ด้าน คือ

- 1) ปัจจัยทางด้านสังคม คือ ความเชื่อ ศาสนา ค่านิยม วัฒนธรรม ประเพณี หลักธรรมของสังคม และระบบการศึกษา
  - 2) ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ คือ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ อาชีพ เงินเดือน อาหาร และเงินทุน
  - 3) ปัจจัยด้านผู้ตัดสินใจ คือ สติปัญญา ความรอบรู้ การศึกษา ประสบการณ์ วุฒิภาวะ นิสัย อารมณ์ และอายุของผู้ตัดสินใจ
  - 4) ปัจจัยด้านเวลาสถานที่และข้อเท็จจริง คือ การตัดสินใจที่ต้องทำในเวลาสถานที่และข้อเท็จจริงจะได้ปริมาณและคุณภาพแตกต่างกัน และการเลือกใช้อาจจะแตกต่างกันด้วย
- Reeder (1996, pp. 179-182 อ้างใน ชูชัย เทพสาร, 2546, หน้า 8-10) กล่าวว่า การตัดสินใจในรูปแบบจิตวิทยาสังคมนั้น มีรูปแบบทางจิตวิทยาสังคม (Social Psychology) คือ การตัดสินใจจาก พฤติกรรม เศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของมนุษย์ คือ ปัจจัยภายนอก แต่อิทธิพลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนไปตามสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง เหล่านั้นเข้าสู่ตัวคน ๆ นั้น ซึ่งทำให้เข้ามาสู่ตัวบุคคลนี้จะซึ่งอยู่ในรูปของความเชื่อ (Beliefs) และความไม่เชื่อ (Disbeliefs) ซึ่งความเชื่อและความไม่เชื่อเป็นเหตุผลที่ทำให้บุคคลใช้ในการตัดสินใจเลือกกระทำพฤติกรรม และไม่ได้เกิดจากปัจจัยภายนอกโดยตรงในการตัดสินใจและการกระทำทางสังคมของบุคคลจะประกอบด้วย ความเชื่อและความไม่เชื่อหลาย ๆ อย่างรวมกัน และการกระทำทางสังคม (Social Action) ประกอบด้วยกลุ่มของปัจจัยหลายประการ และเหตุผลการตัดสินใจที่แตกต่างกัน เหตุผลดังกล่าวประกอบด้วย 4 ปัจจัยสนับสนุนดังต่อไปนี้

#### 1) ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) ประกอบด้วย

1.1) เป้าหมายหรือจุดมุ่งหมาย (Goals) คือ ความเชื่อ คุณลักษณะ ความรู้ ธุรกิจ หรือสภาพความเป็นอยู่ ความมุ่งหมายเพื่อจะได้บรรลุผลตามเป้าหมายหรือจุดประสงค์ไว้ตามที่บุคคลต้องการ

1.2) ความเชื่อ (Belief Orientation) คือ การรับรู้ความเข้าใจของแต่ละคน หรือของกลุ่มต่อสิ่งที่เกิดขึ้น ไม่ว่าความเชื่อนั้นเป็นผลมาจากการแนวคิดหรือความรู้ ความเชื่อก็จะมี

ผลต่อการตัดสินใจและเลือกรูปแบบของพฤติกรรมบนพื้นฐานของความเชื่อที่ยึดมั่นอยู่ ความเชื่อคือการยอมรับโดยบริสุทธิ์ใจว่าเป็นความจริง ความเชื่อเกิดภาวะทางจิตใจของแต่ละบุคคล ซึ่งอาจเป็นการสมัครใจของบุคคลนั้น แต่อย่างไรก็ตามความเชื่อจะส่งผลหรือไม่ส่งผลต่อกระทำพฤติกรรมนั้นก็ขึ้นอยู่กับ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2525, หน้า 25)

1.3) ค่านิยม (Value Standard) คือ สิ่งที่บุคคลหนึ่งยึดถือ วิถีปฏิบัติ ค่านิยมต่อจิตใจ และการแสดงออกทางทัศนคติและพฤติกรรมของผู้กระทำทุกรูปแบบ เป็นความเชื่ออย่างหนึ่งที่มีลักษณะค่อนข้างถาวร และบุคคลพยายามที่จะกระทำให้สอดคล้องกับค่านิยมที่ตนเองยึดถืออยู่

1.4) นิสัยและขนบธรรมเนียม (Habit and Customs) คือ สังคมกำหนดแบบอย่างพฤติกรรมไว้ และได้สืบทอดต่อกันมาและหากมีการละเมิด สังคมก็จะไม่เห็นชอบด้วยในการตัดสินใจที่จะเลือกกระทำ

## 2) ปัจจัยผลัก (Push factors) ประกอบด้วย

2.1) ความคาดหวัง (Expectation) คือ เป็นการรับรู้ของผู้กระทำทางสังคมว่าบุคคลอื่นกลุ่มหรือสังคมโดยทั่วไปต้องการให้เชื่อหรือรู้สึก หรือประพฤติปฏิบัติอย่างไรโดยหนึ่งโดยเฉพาะภายใต้สถานการณ์นั้น หรือกล่าวได้ว่า ความคาดหวัง คือ ทำที่ของบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตัวเอง ซึ่งคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลนั้นถือปฏิบัติและกระทำในสิ่งที่ตนต้องการ ดังนั้นในการตัดสินใจในการเลือกกระทำพฤติกรรมของบุคคล (Social Action) ส่วนหนึ่งจึงขึ้นอยู่กับความคาดหวังและทำที่ของบุคคลอื่นด้วย

2.2) ข้อผูกพัน (Commitment) เป็นสิ่งที่ผู้กระทำเชื่อว่าเขาถูกผูกมัดที่จะต้องกระทำให้สอดคล้องกับสถานการณ์หรือประเด็นปัญหาที่ตนเกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม ทั้งนี้ผู้กระทำจะทำตามคำสัญญาที่ให้ไว้กับผู้อื่นดังนั้นข้อผูกพันจึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและการกระทำทางสังคมเพราะผู้กระทำตั้งใจจะกระทำสิ่งนั้น ๆ เนื่องจากเขาเชื่อว่าข้อผูกพันที่จะต้องกระทำ

2.3) การบังคับ (Forces) เป็นตัวช่วยกระตุ้นให้ผู้กระทำตัดสินใจกระทำได้เร็วขึ้น เพราะขณะที่ผู้กระทำตั้งใจกระทำสิ่งต่าง ๆ เป็นความเชื่อที่อยู่ในใจของผู้กระทำว่าตนเองต้องตัดสินใจหรือกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยที่ตนเองรู้สึกว่ามีทางเลือกอื่นอีกนอกจากจะต้องประพฤติปฏิบัติตามในสถานการณ์ที่ผู้กระทำตั้งใจกระทำสิ่งต่าง ๆ แต่ยังไม่แน่ใจว่าจะกระทำดีหรือไม่ นั้นการบังคับจะเป็นสิ่งช่วยกระตุ้นให้ผู้กระทำตัดสินใจปฏิบัติได้เร็วขึ้นดังนั้นการบังคับจึงมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจและการกระทำทางสังคมเนื่องจากบุคคลมักมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติปฏิบัติเมื่อถูกบังคับให้ทำ



### 3) ปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน (Able Factors)

3.1) โอกาส (Opportunity) คือ ความเชื่อของผู้กระทำที่มีต่อสถานการณ์หรือทางเลือกที่มีอยู่ซึ่งเมื่อผู้กระทำพิจารณาแล้วเห็นว่าภายใต้สถานการณ์นั้นมีช่องทางจังหวะเวลาที่เหมาะสมและเปิดโอกาสให้ เลือกกระทำได้ ดังนั้นการที่บุคคลจะตัดสินใจและประพฤติปฏิบัติอย่างหนึ่งอย่างใดลงไปจึงขึ้นอยู่กับโอกาสที่มีในสถานการณ์นั้น

3.2) ความสามารถ (Ability) คือ การรับรู้ของผู้กระทำเกี่ยวกับกำลังหรือพลังของตนเองในการที่จะกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดโดยจนบรรลุผลสำเร็จภายใต้สถานการณ์นั้น ๆ ผู้กระทำจะตระหนักถึงความสามารถของตนเองก่อนที่การตัดสินใจและกระทำทางสังคมเพราะรู้ว่าถ้าตัดสินใจกระทำไปแล้วจะมีความสามารถกระทำได้นั่นเอง ดังนั้น โดยทั่วไปแล้วบุคคลจะกระทำพฤติกรรมใด ๆ จะพิจารณาขีดความสามารถของตนเองเสียก่อน

3.3) การสนับสนุน (Support) คือ การช่วยเหลือซึ่งผู้กระทำเชื่อว่ากำลังได้รับหรือจะได้รับการช่วยเหลือในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งผู้กระทำจะเป็นผู้เลือกดังนั้นบุคคลมักจะมีแนวโน้มเอียงที่ตัดสินใจและกระทำพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดเมื่อรู้ว่าได้รับการสนับสนุนจากผู้อื่น

ซูซีย์ เทพสาร (2546, หน้า 13) กล่าวว่า ปัจจัยของการตัดสินใจในแนวคิดซึ่งสรุปได้ว่าการตัดสินใจจะต้องพิจารณาปัจจัย 3 อย่าง คือ

ประการแรก ได้แก่ ข้อมูลจากตนเองที่ได้รู้จักตนเองอย่างถ่องแท้เที่ยงธรรม

ประการที่สอง การใช้ข้อมูลทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

ประการที่สาม ด้านความรู้วิชาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องนอกจากนี้ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา บางตัวก็มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ การรับรู้ ค่านิยม และบุคลิกภาพ ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

1) การรับรู้ (Perception) จะมีอิทธิพลในการกำหนดพฤติกรรมการตัดสินใจของบุคคลให้แตกต่างกันออกไปโดยเฉพาะจะมีอิทธิพลในสถานการณ์การตัดสินใจที่ไม่แน่นอน ข้อมูลในการตัดสินใจไม่เพียงพอ และยังมีบทบาทสำคัญเมื่อจะต้องตัดสินใจเลือกทางที่ไม่มีข้อแตกต่างกันมากนัก ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการรับรู้ ได้แก่ ประสบการณ์ ค่านิยมของแต่ละบุคคล บุคลิกภาพ พื้นฐานทางวัฒนธรรม และลักษณะทางกายภาพของแต่ละบุคคล

2) ค่านิยม เป็นกรอบมาตรฐานซึ่งใช้เป็นกรอบกำหนดทางเลือกของคนจากทางเลือกต่าง ๆ ถือว่ามีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจ ค่านิยมอาจจะเรียนรู้จากพ่อแม่ ครูอาจารย์ เพื่อนฝูง เพื่อนร่วมงาน พื้นฐานทางสังคม สื่อมวลชน และอื่น ๆ นอกจากค่านิยมแล้วจริยธรรมในสังคมก็มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจกล่าวคือในการแสวงหาทางเลือกต่าง ๆ เพื่อประกอบกรตัดสินใจนั้น ผู้ตัดสินใจต้องคำนึงถึงจริยธรรมหรือค่านิยมของสังคมนั้น ๆ ด้วยว่าทางเลือกนั้นนำไปปฏิบัติแล้วสังคมยอมรับหรือไม่ หรือจะก่อให้เกิดปัญหาหรือมีผลกระทบต่อจริยธรรมของคนในสังคมหรือไม่

3) บุคลิกภาพ (Personality) ของผู้ตัดสินใจแต่ละคนจะมีอิทธิพล เช่น บางคนอาจจะมีอาจมีบุคลิกภาพกล้าเสี่ยง กล้าได้กล้าเสีย บางคนชอบปริอในการตัดสินใจบางคนชอบทดลอง เมื่อพบเหตุการณ์เดียวกันผู้ตัดสินใจที่มีบุคลิกภาพต่างกันจะเลือกวิธีในการแก้ปัญหาแตกต่างกัน

วัชร ทรัพย์มี (2539, หน้า 557-558) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจคือ

1) ปัจจัยที่เกี่ยวกับผลได้ผลเสียต่อตนเอง เช่น ในการเลือกอาชีพจะคำนึงถึงรายได้ จะทำให้มีเงินมีใช้ระดับใดงานนั้นน่าสนใจตรงตามความถนัดความสามารถของตนหรือไม่ จะทำงานในท้องถิ่นที่ตนต้องการหรือไม่มีโอกาสก้าวหน้าและมีความมั่นคงในการทำงานนั้นมากน้อยเพียงใด

2) ปัจจัยที่เกี่ยวกับผลได้ผลเสียต่อคนใกล้ชิด ซึ่งเป็นบุคคลที่สำคัญเพียงพอไหมมีเวลาให้กับครอบครัวหรือไม่ มีสวัสดิการสำหรับครอบครัวหรือไม่

3) ปัจจัยด้านการยอมรับตนเอง โดยบุคคลจะพิจารณาว่าถ้าเลือกกระทำเช่นนี้แล้วตนเองภูมิใจหรือไม่ รับผิดชอบหรือไม่ เช่น ถ้าตัดสินใจศึกษาต่อสาขาวิชานี้ตนเองภูมิใจ หรือรู้สึกดีอยู่ เป็นต้น

4) ปัจจัยด้านบุคคลแวดล้อม เช่น พ่อแม่ ญาติพี่น้อง ครูอาจารย์ เพื่อนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของบุคคลในเรื่องต่าง ๆ อาทิ การตัดสินใจเลือกสาขาการเรียน เลือกอาชีพ เลือกคู่ตัดสินใจปลูกบ้าน หรือกระทั่งการตัดสินใจเล็ก ๆ น้อย ๆ

5) ปัจจัยด้านศีลธรรมจรรยา การตัดสินใจของบุคคลไม่ใช่จะคำนึงถึงสิ่งที่จะทำให้บุคคลนั้นพึงพอใจทั้งหมดยังมีปัจจัยด้านศีลธรรมจรรยาเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ถ้าสิ่งที่ตัดสินใจลงใจไปตนเองพอใจแต่ผิดศีลธรรมจรรยาก็ทำให้ตัดสินใจเช่นนั้นไม่ได้

6) ปัจจัยด้านการยอมรับของสังคม เช่น ในสังคมที่คิดว่าการหย่าร้างเป็นเรื่องธรรมดาที่คิดว่าการหย่าร้างเป็นเรื่องร้ายแรง การตัดสินใจหย่าร้างในกรณีแรกคงง่ายกว่ากรณีหลัง เป็นต้น

7) ปัจจัยด้านอารมณ์ ในขณะที่บุคคลตกอยู่ในสภาพที่มีอารมณ์รุนแรง เช่น รักเกลียด โกรธ กลัว หรือกังวลอย่างหนัก ถ้าตัดสินใจอะไรลงไปในขณะที่นั้นมีแนวโน้มที่จะเกิดความผิดพลาดได้ง่าย หรือในกรณีที่มีเรื่องสำคัญต้องตัดสินใจคนเราจะเกิดความเครียดไม่แน่ใจว่าการตัดสินใจนั้นเหมาะสมหรือไม่ การตัดสินใจจึงควรรอให้อารมณ์อยู่ในสภาวะสงบเสียก่อนแล้วจึงค่อยพิจารณาตัดสินใจ

วุฒิชัย จำนง (2540, หน้า 16-17) ได้กล่าวพฤติกรรมการตัดสินใจของมนุษย์ไว้ 9 ประเด็นคือ

1) นิสัยเป็นผลของการเรียนรู้หรือการสร้างประสบการณ์ที่ผ่านมาแล้ว หากว่าการประพฤติปฏิบัติ ซึ่งเป็นไปค่อนข้างจะอัตโนมัติ เพราะว่าได้มีการประพฤติปฏิบัติเช่นนี้มาก่อนแล้วและรู้สึกว่าได้ผลดี พอสมควรเพราะการตัดสินใจและการเลือกทางเลือกในสถานการณ์ใหม่ซึ่งถึงแม้จะ



เป็นสถานการณ์ใหม่ แต่คล้ายกับสถานการณ์เก่ามนุษย์ชอบที่จะตัดสินใจตามความเคยชินที่ได้ปฏิบัติมา

2) การแก้ปัญหา ลักษณะของการตัดสินใจในระดับที่สองนี้โดยเฉพาะอย่างยิ่ง พฤติกรรมของมนุษย์ที่พยายามเกี่ยวข้องกับสถานการณ์สิ่งแวดล้อมคือการประเมินสิ่งใหม่ ๆ ในสถานการณ์ใหม่ พยายามที่จะใช้เทคนิควิธี ตลอดจนจนกลวิธีต่าง ๆ ที่ใช้มาแนวทางปฏิบัติแต่ละครั้งในหลายกรณีได้ทำโดยนิสัยแต่มีหลายวิธีที่จะใช้ประเมินสถานการณ์ใหม่ ๆ เพื่อที่จะหาถูกทางในการแก้ปัญหาเหล่านั้น

3) ความสร้างสรรค์ เป็นลักษณะที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์แปลกใหม่ซึ่ง เดอร์กิน (Durkin) กล่าวแนะนำไว้ว่าในตอนแรกเป็นเรื่องของการทดลองแล้วประสบความสำเร็จผิดพลาดถัดไป คือการค่อย ๆ วิเคราะห์ และท้ายที่สุดคือการจัดรูปแบบใหม่โดยทันทีที่การสร้างสรรค์นี้มีลักษณะของการเสี่ยงเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย รวมทั้งการใช้ความรู้สึกประเภทหนึ่งที่เราเรียกว่าลางสังหรณ์ สาเหตุที่เกิดความรู้สึกเช่นนั้นมิได้หมายความว่าผ่านกระบวนการสร้างสรรค์ หากแต่ว่าเป็นการมองเห็นลู่ทางโดยสภาพสิ่งบอกใบ้

4) การเรียนรู้และการรับรู้ พฤติกรรมการตัดสินใจของมนุษย์โดยทั่ว ๆ ไปมักจะต้องเริ่มต้นจากการที่เรารู้ ซึ่งทั้งนี้เราอาจจะยอมรับความจริงข้อหนึ่งว่าในสภาพการรับรู้ของมนุษย์นั้นมักจะเข้าไปในลักษณะที่เรียกว่า “เลือกที่จะรับรู้” การเรียนรู้และการรับรู้ของบุคคลนั้นเป็นลักษณะของการสั่งสมทางสังคม

5) ฐานะและบทบาท การรับรู้ในฐานะและบทบาทของตัวเองนั้นเป็นสิ่งสำคัญมาก อีกประการหนึ่ง เพราะลักษณะการที่บุคคลเข้ามาทำงานในองค์กรใด ๆ ก็ตามจำเป็นต้องมีบทบาทที่ตนแสดงและยิ่งไปกว่านั้นจะต้องพยายามผสมผสานบทบาทส่วนตัวที่แสดง หรือวิธีการที่จะพัฒนาตนเองกับบทบาทที่ตัวเองต้องการแสดงตามความต้องการองค์กรซึ่งในกรณีนี้เป็นความสำคัญอย่างยิ่งยวดที่ทำการตัดสินใจต้องทำความเข้าใจให้ดีไม่เช่นนั้นแล้วลักษณะการตัดสินใจจะเป็นเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ส่วนตัวมากกว่าองค์กร

6) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในพฤติกรรมการตัดสินใจที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลตลอดจนการสั่งสมทางสังคมในองค์กร

7) ภาวะผู้นำ ลักษณะภาวะผู้นำที่ผู้ทำการตัดสินใจต้องใช้จะแสดงออกมาถึงกระบวนการที่ผู้ทำการตัดสินใจเป็นต้นว่าถ้าผู้นั้นยกอำนาจของตนเป็นใหญ่แต่ผู้เดียวมีความเชื่อถือและดีใจอันมีความเป็นตัวของตัวเองมากเกินไป ภาวะผู้นำนั้นจะส่งผลออกมาในกระบวนการตัดสินใจของผู้นั้นในขณะที่เดียวกันจะเห็นว่าภาวะผู้นำนั้นเปลี่ยนไป กระบวนการตัดสินใจจะเปลี่ยนไปด้วย เช่นภาวะผู้นำอาจจะเข้าไปในลักษณะไม่กล้าตัดสินใจ เป็นต้น

8) การร่วมอำนาจกัน การปฏิบัติส่วนหนึ่งของสังคมนั้นเป็นการแลกเปลี่ยนอำนาจซึ่งกันและกันในกรณีของผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชาจะมีการร่วมอำนาจกันว่า ถ้าฐานของอำนาจผู้ใต้บังคับบัญชาเท่า ๆ กับอำนาจของผู้บังคับบัญชาแล้วการร่วมอำนาจจะมีมากขึ้น กระบวนการตัดสินใจหากว่าในสังคมไทยโดยเฉพาะฐานอำนาจของผู้ใต้บังคับบัญชานั้นอยู่ต่ำกว่าผู้บังคับบัญชาอย่างมากเหลือเกินในกรณีเช่นนี้เราจะเห็นว่าอำนาจหน้าที่ในการตัดสินใจโดยตรงนั้นมักจะตกอยู่ที่ผู้บังคับบัญชา

9) การปฏิบัติต่อกัน การปฏิบัติต่อกันว่ามีการยอมรับหรือการประสานงานเข้าอกเข้าใจกันมาก่อนสักประการใดซึ่งลักษณะการเช่นนี้นี้ย่อมจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของเอกบุคคลในองค์การนั้น เช่น การร่วมมือประสานกันมีอยู่บ่อยเพราะฉะนั้นการตัดสินใจอาจจะออกมาเป็นเอกเทศได้

## 2.5 แนวคิดประวัติความเป็นมาสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมมุสลิม

แวดวงสื่อมุสลิม เริ่มจากสื่อวิทยุภาคมุสลิมการตื่นตัวค่อนข้างสูงประมาณเมื่อ 20 ปีที่แล้ว ส่วนแวดวงสื่อสิ่งพิมพ์มุสลิมการตื่นตัวสูงสุดยุคปลายของหนังสือพิมพ์ทางนำยุคแรกทีมงานจากหนังสือพิมพ์ทางนำต่างแยกตัวออกไปทำนิตยสารอันนาส นิสา มุสลิมใหม่ มุสลิมนิวยอร์ก มุสลิมไทย สัจธรรมรวมถึงสื่อสิ่งพิมพ์รุ่นใหม่อย่างนิตยสารดินไดอารี่และหนังสือพิมพ์กัมปจวบจนยุคบูมของอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์มุสลิมต่าง ๆ ก็เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ทั้งที่หวังผลทางการค้า และที่มุ่งสร้างพื้นที่ใหม่ ๆ ในการเผยแผ่ศาสนา

มายุคนี้ที่ทีวีดาวเทียมก็เป็นสื่ออีกทางเลือกหนึ่งที่มุสลิมให้ความสนใจเป็นอย่างมาก ประเทศไทยมีช่องดาวเทียมหลายร้อยช่อง ล่าสุด ณ เดือนมีนาคม 2555 สังคมมุสลิมมีทีวีดาวเทียมถึง 5 ช่อง แต่ละช่องมีทิศทางและความน่าสนใจอย่างไร และสังคมมุสลิมจะได้อะไรจากทีวีดาวเทียมมุสลิมทั้ง 5 ช่องบ้าง

ช่องทีวีมุสลิม สอนศาสนาไปด้วย ขยายยาไปด้วย หลังสร้างปรากฏการณ์ให้กับสังคมมุสลิมด้วยรายการวิทยุคลื่นคุณธรรม 24 ชั่วโมง ในช่วงยุคต้นทศวรรษ 2540 ออกจากคลื่นวิทยุเอเอ็ม 999

คุณบรรจง โชะมณี และมูลนิธิเพื่อคุณธรรมก็ถอยมาตั้งหลักสักพัก ในที่สุดก็เริ่มต้นอีกครั้งด้วยวิทยุชุมชน 24 ชั่วโมง แต่นั่นก็ไม่เป็นที่รับรู้ในวงกว้างมากนัก เพราะถูกจำกัดด้วยพื้นที่การกระจายเสียง จนกระทั่งหันมาทำรายการทีวีดาวเทียมช่องแรกของมุสลิม จึงได้รับการต้อนรับจากผู้ชมมุสลิมอย่างล้นหลาม แต่การมาเยือนอยู่ในสนามทีวีดาวเทียมที่ค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงนี้ การมาก่อนกาลของช่องทีวีมุสลิม ในยุคที่เอเยนซีโฆษณายังไม่เหลียวหน้าไปมองทีวีดาวเทียมสักเท่าไรทำให้บรรจงต้องดิ้นรนในการหาโฆษณา จนกระทั่งเขามาเจอโมเดลการขายสินค้าเพื่อมาใช้จ่ายในการบริหารสถานีของดาวเทียมช่องอื่น และเมื่อบรรจงเจอกับผลิตภัณฑ์ “ตายสิบปีดีเหมือนเดิม” ด้วย

ความสามารถในการพูดเชิญชวนและชักจูง จึงทำให้สินค้าของทีวีมุสลิมขายดีจนเทน้ำเทท่า และ บรรจงก็ต่อยอดด้วยการขายปุ๋ย ปากกาอัลกุรอาน หรือล่าสุดยาสำหรับเลิกยาเสพติด จนปัจจุบัน รายได้หลักของทีวีมุสลิมน่าจะมาจากการขายผลิตภัณฑ์มากกว่ารายได้จากโฆษณาเสียด้วยซ้ำ ถึงแม้ เนื้อหาของช่องจะอัดแน่นไปด้วยรายการที่ถูกจริตแม่บ้านที่ไม่ได้นั่งเฝ้าหน้าจอทีวีตลอดเวลา แต่ว่า เปิดทีวีทั้งวัน รายการประเภทตั้งกล้องแล้วเอาโต๊ะครุหมุนเวียนเปลี่ยนกันมาบรรยาย จนกระทั่งหลาย ครั้งถูกค่อนแคะว่าเป็น “รายการวิทยุมีภาพ” แต่ว่าทีวีมุสลิมก็สร้างคุณภาพหลายอย่างให้กับสังคม มุสลิม หรือแม้กระทั่งสร้างให้เกิดโต๊ะครุจอแก้วหลากหลายคน ไม่ว่าจะเป็น อ.ซิดดี๊ก มุฮัมมัดสะอีด, อ.ฟาริด เฟนดี้, อ.อะฮ์มัด ก้อพิทักษ์, อ.ชาฮิฟ วงศ์เสงี่ยม หรือ อ.อาหมีน ลอนา แต่การที่มีการขาย ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ บ่อยครั้งมากในรอบ 24 ชั่วโมง ทำให้เริ่มการเสียงบ่นจากผู้ชม รวมไปถึงระบบการบริหารงานสถานีโทรทัศน์ที่ดูเหมือนจะรวมศูนย์ที่ประธานมูลนิธิ ทำให้เริ่มเกิดเสียงเรียกร้องให้มีช่อง โทรทัศน์ดาวเทียมมุสลิมสถานีที่ 2 และ TMTV ก็ตอบโคงภัยดังกล่าวพอดี

TMTV มาแรง แต่ยังไม่แข็งแรงทางโค้ง มูลนิธิฮัมซะห์โดย อ.มุสฏอฟา อยู่เป็นสุข มีโครงการจะ ทำช่องทีวีดาวเทียมมุสลิมขึ้นมา กระแสเสียงความคาดหวังของสังคมมุสลิมอีกส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะ ภาพลักษณ์โต๊ะครุที่ปราศจากความต่างพร้อย และทุกคนมั่นใจในคุณงามความดีของท่าน อีกทั้งการมี อ.ราชันย์ ฮูเซ็น อดีตผู้อำนวยการองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท.) มือเก่าแห่งวงการ ทีวี มาเป็นผู้อำนวยการสถานีอีกด้วย ทำให้เมื่อแรกเปิดสถานี ถนนทุกสายต่างวิ่งเข้ามาหา TMTV ด้วย ความมุ่งหวังในตัวสถานีโทรทัศน์มุสลิมที่เปี่ยมคุณภาพ เพื่อเป็นอีกหนึ่งตัวเลือกในการรับชม แต่เมื่อ ไม่ใช่เบอร์แรกของแวดวง การจะเบียดเบอร์หนึ่งให้ตกจากเก้าอี้ ก็เป็นเรื่องที่ไม่ันง่ายง่าย ถึงแม้จะมี สรรพกำลังมากมายมาหนุนหลังก็ตาม หลังจาก อ.ราชันย์ ช่วยประทับประคองสถานี TMTV ในช่วง ต้นแล้ว ผู้อำนวยการสถานีที่มารับไม้ต่อก็คือ อ.ประเสริฐ มัสซารี นักบริหารและนักประชาสัมพันธ์ ระดับชั้นของวงการ แต่นักบริหารมืออาชีพอย่าง อ.ประเสริฐ ก็อยู่ได้ไม่นานนัก ปัจจุบันการบริหาร สถานีตกมาอยู่ในมือของ อ.ฟูอาด อยู่เป็นสุข สถานะปัจจุบันของ TMTV อาจจะมีแตกต่างตรง ที่ไม่ได้มีเงาของผู้นำสูงสุดองค์กรครอบงำเหมือนกับช่องทีวีมุสลิมอื่น ๆ แต่การเป็นทีวีหนึ่งช่องท่ามกลางช่องทีวีดาวเทียมนับร้อยช่อง การบริหารช่องให้ไม่ขาดทุน ก็นับว่าหนักหนาเอาการอยู่ นอกจากนี้ตอนนี้ที่หันไปขายยาไม่ต่างจากช่องทีวีมุสลิมแล้ว TMTV ต้องคิดถึงการดึงดูดเม็ดเงินโฆษณาแข่งกับ ทีวีดาวเทียมทั่วไปหลายร้อยช่อง และแข่งกับช่องทีวีดาวเทียมมุสลิมอีกสี่ช่อง ซึ่งนับว่าไม่ใช่เรื่องง่าย นอกจาก TMTV จะสร้างความแตกต่างให้กับตัวเองได้อย่างที่ไวท์ชาแนลทำ

ไวท์ชาแนล เซครีกูอชาแนล ชาวครราวกำเนิดของไวท์ชาแนล เป็นที่กล่าวขวัญกันอย่างหนาหู ในโลกโซเชียลมีเดีย การมีผู้นำท่อย่าง เซครีกูอ สมะดี นับเป็นทั้งข้อดีและข้อเสีย เพราะภาพลักษณ์ นักการศาสนาขวัญใจคนรุ่นใหม่สามารถเป็นแม่เหล็กชั้นดีสำหรับบรรดาแฟนคลับ แต่ในขณะเดียวกันเซครีกูอก็กลายเป็นโลโก้ช่องทีวีที่คนอีกหลายกลุ่มพร้อมจะกดรีโมทหนีเช่นกัน ความโดดเด่นของ

ไวท์ชาแนลนอกจากการมีเซครีทเป็นผู้ดำเนินการสถานีแล้ว การได้ทีมงานมากฝีมืออย่างวัน อัครีรัฐ อดีตผู้กำกับโฆษณาจากแกรมมี่ บรรเลง ทัศนีย์ โปรดิเวเซอร์มือฉมังจากเอเอสทีวี ราเมศร์ ปานนพภา ผู้ช่วยผู้กำกับฝีมือดีจากรายการรวมภอนไนท์ รวมไปถึงทีมงานคนรุ่นใหม่ที่เป็นลูกศิษย์ของเซครีท ทำให้ไวท์ชาแนลค่อนข้างกินขาดในแง่รูปแบบรายการที่ทันสมัยและมีความแตกต่าง รวมไปถึงจุดยืน ในการสร้างสรรค์รายการทีวีที่ปราศจากสิ่งมอมเมา และสิ่งที่ผิดหลักการศาสนา ทำให้ไวท์ชาแนล กลายเป็นความหวังสำหรับผู้บริโภคมุสลิม แต่การดำรงตนเป็นทีวีสีขาวบริสุทธิ์ของไวท์ชาแนลก็ต้อง ยอมรับว่ามีความเสี่ยงในแง่ธุรกิจ เพราะทำให้ต้องจำกัดตัวเองในการขายโฆษณา เพราะไม่ใช่ว่าสินค้า ทุกชิ้นจะสามารถมาลงโฆษณาในไวท์ชาแนลได้ และถึงแม้สินค้าจะฮาลาล แต่หากโฆษณาไม่ฮาลาล ทีวีสีขาวก็ต้องปฏิเสธโฆษณาชิ้นนั้นไป ในเมื่อเงินทุนก้อนแรกสำหรับใช้จ่ายในการลงทุนมาจากการ เปิดขายหุ้นผ่านสหกรณ์ออมทรัพย์อะมานะฮ์ และรายได้ของสถานีมาจากการขายโฆษณา โดยการ พยายามหลีกเลี่ยงจากภาพทีวีขายยาอย่างทีวีมุสลิมของมูลนิธิเพื่อคุณธรรมเป็น ทำให้แหล่งรายได้ ของไวท์ชาแนลจึงจำกัดนัก ทางออกของไวท์ชาแนลคือการสร้างช่องทางอื่นในการหารายได้มาเพื่อ จุนเจือสถานี ซึ่งรูปแบบของยะติมทีวีนับได้ว่าเป็นอีกหนึ่งโมเดลที่มีความน่าสนใจ

ยะติมทีวี กำไรไม่ใช่เป้าหมาย หากจะเอ่ยถึงองค์กรพัฒนาเอกชนสักหนึ่งองค์กรที่ประสบ ความสำเร็จทั้งในแง่กิจกรรมและมวลชน มูลนิธิศรัทธาชนเพื่อการศึกษาและเด็กกำพร้าภายใต้การนำ ของ รตอ.พรชัย ไวยศิลป์ นับได้ว่าเป็นเบอร์หนึ่งของสังคมมุสลิมไทยในหัวเวลานี้ แต่การดำเนินที่ ขับเคลื่อนด้วยเงินบริจาคเพียงอย่างเดียว ก็ทำให้งานช่วยเหลือเด็กกำพร้าและหญิงหม้ายอาจจะติดขัด บ้างในบางครั้ง ด้วยเหตุผลดังกล่าวมูลนิธิศรัทธาชนฯ ในทศวรรษนี้พยายามหาช่องทางอื่นในการนำ เงินมาสร้างกองทุนเพื่อช่วยเหลือเด็กกำพร้าและหญิงหม้าย โดยใช้แนวคิดของเงินต่อเงิน นั่นคือการ ทำธุรกิจให้กำไร เพื่อนำเงินมาบริจาคเพื่อช่วยเหลือเด็กกำพร้าต่อ การทำศรัทธาชนการ์เดนเพลส อพาร์ทเมนท์ให้เช่าก็ดำเนินไปตามแนวคิดเช่นนี้ การทำทีวีดาวเทียม ก็ดำเนินไปตามแนวคิดนี้เช่นกัน

บริษัทยะติมทีวีจำกัดจึงถือกำเนิดขึ้น โดยนำแนวคิดผู้ประกอบการสังคม (Social Entrepreneur) มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ ส่วนเม็ดเงินที่ใช้ในการเริ่มต้นนั้น ก็ได้มาจากการลงขัน ให้ยืมเงินส่วนตัวของบรรดาผู้ใหญ่ที่ให้การสนับสนุนมูลนิธิฯ มาโดยตลอด โดยไม่ต้องจ่ายเงินของ มูลนิธิศรัทธาชนฯแม้เพียงสักบาท โดยจุดแข็งสำคัญของยะติมทีวีก็คือ คอลิด ปูทอง ผู้จัดการฝ่ายผลิต และฝ่ายรายการนั่นเอง ในมุมหนึ่งหลายคนจะเห็นภาพของคุณคอลิดในการเป็นพิธีกรตามงานการ กุศลต่าง ๆ ของมุสลิม แต่ในอีกมุมหนึ่งที่หลายคนอาจไม่รู้ ว่าคอลิดคือผู้จัดการบริษัทคัพเวอร์เฟรม จำกัด บริษัทผู้ผลิตรายการทีวีที่มีประสบการณ์ในการทำรายการทีวีหลายรายการทางช่องทีวีไทย เช่น สิทธิวิฑาห์ เกิดโอเดียมหัตถ์จรรยาความคิด ้วยมันคัมมือ ดังนั้นการเริ่มทำโทรทัศน์ดาวเทียมของยะติม ทีวีจึงไม่ใช่การเริ่มจากศูนย์ การเกิดขึ้นมาของยะติมทีวียังถือเป็นการขยายฐานงานช่วยเหลือเด็ก กำพร้าและหญิงหม้ายของมูลนิธิศรัทธาชนเพื่อการศึกษาและเด็กกำพร้า จากแค่ในเขตภาคกลางไปสู่

ทั่วประเทศ โดยเฉพาะในเขตภาคใต้ที่มีเด็กกำพร้าและหญิงหม้ายมากขึ้นทุกวัน อันเนื่องจาก เหตุการณ์ความไม่สงบ แต่การหยัดยื้อของทีวีนั้นก็ต้องมีเงินไหลเข้ามา แค่เม็ดเงินจากโฆษณาอย่าง เดียวคงไม่พอ เนื่องจากช่องดาวเทียมที่เพิ่มขึ้นจนเป็นดอกเห็ด ทำให้ต้องแย่งชิงโฆษณากันจนมีบาง สถานีถึงกับใช้โปรโมชั่นในอัตราหลักร้อยบาทก็มี ทางยะติมทีวีจึงหาช่องทางอื่นนอกเหนือจาก โฆษณาด้วย ไม่ว่าจะเป็นการขายผลิตภัณฑ์ของสถานีในงานยะติมทีวีสัญจร หรือการพูดโอเดียสมาชิก ยะติมทีวีรายปีขึ้นมา รวมไปถึงโครงการโรงเรียนศรัทธาชนการศึกษาทางไกลผ่านโทรทัศน์ดาวเทียมที่ มูลนิธิศรัทธาชน ฯ รับหน้าเสื่อดำเนินงานผ่านช่องยะติมทีวี อีกหนึ่งหนทางในการทำให้สถานีอยู่ได้ก็ คือ การทำรายการรูปแบบอื่น นอกเหนือจากการนำโตะครุมาบรรยายหน้ากล้อง ซึ่งรายการแบบนี้ ยากที่จะขายโฆษณาในอัตราสูง ๆ ได้ คอลิตเผยว่า ในอนาคตช่วงเวลาเสาร์อาทิตย์จะเป็นช่วงเวลา ทองของยะติมทีวีโดยเขาจะเน้นสร้างรายการประเภทวาไรตี้ขึ้นมา ซึ่งก้าวอย่างครั้งนี้ของยะติมทีวีก็ นับว่าน่าจับตามอง เพราะรายการวาไรตี้เป็นเนื้อหาที่ใคร ๆ ก็ดูได้ จึงสามารถขายโฆษณาใครก็ได้ ซึ่งทำให้ยะติมทีวีก้าวไปสู่รายการที่ไม่ได้ทำให้เฉพาะคนมุสลิมดูเท่านั้น เช่นเดียวกับแนวคิดหลักของ IBTV

ไอบีทีวี มุสลิมทำ ใคร ๆ ก็ดูได้การที่สามารถ ทรัพย์พจน์ ประธานบริหารบริษัทไอบีเอฟ ฮาลาลฟูดส์ ผู้ผลิตและจำหน่ายธุรกิจอาหารไอบีเอฟหันมารุกธุรกิจสื่อ นักธุรกิจอย่างเขาคงไม่ได้คิด จะนำเงินมาโยนทิ้งเล่น ๆ ก่อนหน้านี้เขาเติบโตจากธุรกิจอสังหาริมทรัพย์แล้วมาเป็นที่จับตาของสังคม จากการเข้าไปซื้อต่อธุรกิจไอบีเอฟ “ผมเป็นมุสลิม แต่ทีวีของผมจะไม่ใช่ทีวีที่จะนำเสนอเรื่องราว เฉพาะมุสลิม เราจะเปิดโอกาสให้ทุกฝ่าย ไม่ว่าจะมุสลิม พุทธ หรือคริสต์ เพื่อให้เป็นสื่อที่สร้างความ เข้าใจกันดีในสังคม ให้คนพุทธได้เข้าใจคนมุสลิม ให้คนมุสลิมได้เข้าใจคนศาสนาอื่น คิดว่าจะเป็มนิติ ใหมของการทำรายการโทรทัศน์” สามารถ ทรัพย์พจน์ ให้สัมภาษณ์หนังสือพิมพ์ไอบีประชาไทถึงบุคคลิก ไอบีทีวีที่คุณสามารถ วางให้ไอบีทีวีเป็นอัลจาซีราเมืองไทย โดยตั้งเป้านำเสนอข่าว-สาระบันเทิง รายงานการจราจรสด ๆ แบบเรียลไทม์ สลับกับการรายงานทั้งภาษาไทย, อาหรับ, มาเลย์ ให้ผู้ชมใน เอเชีย-อาหรับ สามารถรับชมพร้อมเมืองไทยได้ นอกจากนี้จะได้ ปฏษฎฎงค์ ศิลปวงษา ผู้คลุกคลีใน แวดวงโทรทัศน์มาอย่างยาวนาน รับหน้าเสื่อเป็นผู้ช่วยผู้อำนวยการสถานีเพื่อดูแลเนื้อหาการทาง หมดแล้ว ไอบีทีวียังได้ประจักษ์ มะวงศ์สา อดีตบรรณาธิการบริหารนิตยสารเนชั่นสุดสัปดาห์และ กรุงเทพธุรกิจสุดสัปดาห์ รวมทั้งสมพร หลงจิ อดีตคนข่าวของเนชั่นมาเป็นพิธีกรในรายการข่าวอีก ด้วย ดังนั้นเมื่อเรากดรีโมทมาที่ IBTV ภาพที่จะได้เห็นคือ สถานีทางด้านข่าวสารที่มีความทันสมัย เหนือกว่าช่องมุสลิมด้วยกัน และการประกาศตัวชัดเจนว่าไม่ใช่สถานีที่พูดเรื่องศาสนาจึงทำให้ IBTV จึงไม่ได้มีคู่แข่งเป็นทีวีมุสลิมสื่อช่องก่อนหน้า แต่คู่แข่งตัวฉกาจของ IBTV ก็คือเนชั่น วอยซ์ทีวี สปริง นิวส์ และทีวีดาวเทียมช่องข่าวรายอื่น ๆ การที่เป็นทีวีดาวเทียมช่องข่าวที่ยังไม่มีสำนักข่าวเป็นของ

ตัวเอง ถึงจะมีนายทุนเงินหนาอย่างสามารถ ทรัพย์สินพจน์ หนุนหลัง แต่เส้นทางของ IBTV ก็เชื่อว่า จะ ง่ายตาย

ฟองสบู่หรือดาวโรจน์ฟ้า? หลังจากประเทศไทยได้มีคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. ซึ่งตอนนี้อยู่ในขั้นตอนการร่างแผนแม่บท เมื่อกติกาเสร็จบรรดานักเตะที่วิ่งเล่นแบบไร้ระเบียบในสนามก็ต้องโดนจัดระเบียบ เมื่อนั้น จะเหลือทีวีดาวเทียมที่ผ่านกฎเกณฑ์กันสักกี่ช่อง ส่วนทีวีดาวเทียมของมุสลิมนั้น ไม่เพียงแต่จะต้อง ระทึกใจกับกติกาที่อยู่ในขั้นตอนร่างของ กสทช. แต่การอยู่ได้ในแง่ธุรกิจ ก็นับว่าเป็นอีกปัจจัยสำคัญ เพราะต่อให้ทำด้วยใจขนาดไหน แต่ด้วยค่าใช้จ่ายต่อเดือนเรือนล้าน หากต้องแบกรับนานหลายเดือน เข้าคนที่ทำด้วยใจก็สามารถถอดใจได้เช่นกันและเมื่อฟองสบู่แตก ก็จะเหลือแต่ตัวจริงเท่านั้นที่อยู่รอด โดยสรุปแล้วปัจจุบันมีสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมที่มีผู้ประกอบการเป็นมุสลิมถึง 5 ช่อง อันประกอบไปด้วย (กิตติยา หมัดนุรักษ์, 2555, หน้า 6-10)

- 1) ทีวีมุสลิมไทยแลนด์ 24 ชม. TV Muslim Thailand ดำเนินงานโดย มูลนิธิเพื่อคุณธรรม
- 2) โทรทัศน์ไทยมุสลิม TMTV ดำเนินงานโดย มูลนิธิฮัมซะห์
- 3) ยะตีมทีวี (Yateem TV) ดำเนินงานโดย มูลนิธิศรัทธาชน
- 4) ทีวีความดี 24 ชม. White Chanal ดำเนินงานโดย บริษัท TND มัลติมีเดีย จำกัด
- 5) ไอบีทีทีวี (IBTV) ดำเนินงานโดย IB TELEVISION CO. LTD



### บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยในการตัดสินใจของผู้สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel” จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจของผู้สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel

#### 3.1 ประเภทของงานวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์ส่วนบุคคล และการวิเคราะห์เนื้อหาของผู้ที่สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel

#### 3.2 แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลใช้เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล 2 เครื่องมือ

- 1) การวิเคราะห์รูปแบบรายการและประเภทเนื้อหาของรายการช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel
- 2) In-Depth Interview การสัมภาษณ์ความคิดเห็นผู้ที่สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel เป็นรายบุคคล จำนวน 10 คน

ตารางที่ 3.1: ตารางข้อมูลรายละเอียดของผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 10 คน

ลำดับ	รายละเอียด			
	เพศ	อายุ	อาชีพ	จำนวนปีสนับสนุน
A	หญิง	64 ปี	ที่ปรึกษา อาจารย์พิเศษ	8 ปี
B	ชาย	36 ปี	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	8 ปี
C	ชาย	42 ปี	นักการทูต	8 ปี
D	หญิง	30 ปี	พนักงานเอกชน	8 ปี
E	ชาย	30 ปี	พนักงานเอกชน	8 ปี

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ): ตารางข้อมูลรายละเอียดของผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 10 คน

ลำดับ	รายละเอียด			
	เพศ	อายุ	อาชีพ	จำนวนปีสนับสนุน
F	ชาย	34 ปี	พนักงานเอกชน ธุรกิจส่วนตัว	8 ปี
G	หญิง	30 ปี	พนักงานเอกชน	8 ปี
H	ชาย	55 ปี	ธุรกิจส่วนตัว	8 ปี
I	หญิง	65 ปี	ธุรกิจส่วนตัว	8 ปี
J	หญิง	32 ปี	ธุรกิจส่วนตัว	8 ปี

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลของการสัมภาษณ์ เป็นรายบุคคล (Personal Interview) ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2561-31 มีนาคม พ.ศ. 2562 เป็นจำนวน 10 คน จากนั้นนำมาเพื่อวิเคราะห์รูปแบบเนื้อหา และสาเหตุของผู้ที่สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel ต่อไป

### 3.4 วิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำเสนอการวิจัยในรูปแบบการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data Analysis) โดยดำเนินการวิเคราะห์ที่ใช้ข้อมูลจากความคิดเห็นของผู้ที่สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel จำนวน 10 คน มาวิเคราะห์ว่าสอดคล้องหรือมีนัยกับผลการสำรวจข้อมูลหรือไม่อย่างไร โดยดำเนินการวิเคราะห์ด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

1) ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมจำนวนรูปแบบรายการและประเภทเนื้อหารายการที่ออกอากาศในช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel ซึ่งมีจำนวน 43 รายการ โดยรูปแบบรายการรายการหลักที่มีเปอร์เซ็นต์ (%) สูงสุดอยู่ 3 ประเภทรายการด้วยกัน คือ (1) ประเภทรายการความรู้ทั่วไป (2) ประเภทรายการถามตอบปัญหาศาสนา (3) ประเภทรายการข่าว รายการอะไร เปอร์เซ็นต์เท่าไร

2) ประเภทเนื้อหาของในช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel นำเสนอประเภทใดที่เป็นปัจจัยการตัดสินใจของผู้สนับสนุนแล้วสำรวจว่าประเภทรายการที่มีผู้สนับสนุนชอบมากที่สุดเป็นแบบใด



3) สัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ที่สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel จำนวน 10 คน ในระหว่างวันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2561-31 มีนาคม พ.ศ. 2562 เพื่อนำความคิดเห็นนั้นมาวิเคราะห์ว่าสอดคล้องหรือมีนัยต่อผลการสำรวจอย่างไรบ้าง



## บทที่ 4 ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยในการตัดสินใจของผู้สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel” เป็นการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจ และสาเหตุในการสนับสนุนเป็นหน่วยในการวิเคราะห์ของผู้ที่สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel โดยใช้ทฤษฎีแนวคิดการจัดแบ่งประเภทและรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์ ของหัวข้อที่ 3 คือ การแบ่งตามบทบาทหน้าที่ของวิทยุโทรทัศน์ การจัดแบ่งประเภทรายการโดยยึดบทบาทหน้าที่ของวิทยุโทรทัศน์ซึ่งสามารถจำแนกประเภทรายการวิทยุโทรทัศน์ออกเป็นรายการ ประเภทข่าวสารรายการประเภทบันเทิงรายการประเภทให้ความรู้และการศึกษารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์ (Program Format) หมายถึง ลักษณะโดยรวมของรายการวิทยุโทรทัศน์ซึ่งใช้เทคนิควิธีการและลีลาการนำเสนอเพื่อถ่ายทอดเนื้อหาสาระหรือสิ่งต่าง ๆ ที่ปรากฏในรายการให้เป็นที่น่าสนใจและดึงดูดความสนใจต่อผู้ชมรายการโดยเทคนิควิธีการและลีลาการนำเสนอจะมีลักษณะแตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความแตกต่างในการผสมผสานองค์ประกอบในการผลิตรายการ เช่น ภาพ เสียง ผู้ดำเนินรายการ ฉาก ภาพกราฟิก ผู้ร่วมรายการ รวมไปถึงสิ่งสนับสนุนการผลิตอื่น ๆ ประกอบกับปัจจุบันสภาพสังคมและเศรษฐกิจที่มีความสลับซับซ้อนทำให้เนื้อหาสาระข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิงมีปริมาณมากและหลากหลาย ขณะเดียวกันผู้ชมรายการก็มีความต้องการที่หลากหลายและแตกต่างกันไปด้วยหน้าที่ของสถานีและผู้จัดรายการต้องพยายามคิดค้นหาจุดลงตัวที่พอดีระหว่างเนื้อหา รูปแบบ วิธีการนำเสนอเนื้อหา ของรายการกับความต้องการของผู้ชมรายการเพื่อให้ได้รายการที่ดีมีคุณภาพ และเป็นที่น่าสนใจมากที่สุดตามปกติผู้ชมรายการวิทยุโทรทัศน์มักมีสมาธิสั้น และให้ความสนใจอยู่เพียงช่วงระยะเวลา ที่จำกัดประกอบกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีของวิทยุโทรทัศน์ที่เอื้ออำนวยความสะดวกในการเปิดรับชมทำให้การเปลี่ยนช่องการรับชมไปสถานีอื่นทำได้ง่ายและผู้ชมยังมีทางเลือกในการรับชมได้หลายสถานี ดังนั้นหากผู้จัดรายการขาดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการเลือกวิธีการเทคนิค และลีลาการนำเสนอที่น่าสนใจยังคงติดอยู่กับวิธีการ และการนำเสนอในรูปแบบเดิม ๆ ประกอบกับผู้ชมรายการมีสิทธิในการรับชมที่สั้นลงโอกาสที่ผู้ชมจะเปลี่ยนช่องหรือเปลี่ยนสถานีก็ทำได้ง่ายและเร็วขึ้นด้วยเหตุผลที่กล่าวมานี้จึงเกิดการพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์ในรูปแบบใหม่ ๆ แตกต่างจากเดิม โดยเพิ่มความน่าสนใจ ดึงดูดใจด้วยวิธีการและลีลาการนำเสนอที่สอดคล้องและกลมกลืนไปกับเนื้อหาสาระเพื่อให้ผู้ชมได้ติดตามรายการตั้งแต่ต้นจนจบรายการลดความความน่าเบื่อหน่าย และโอกาสการเปลี่ยนความสนใจไปจากรายการหรือสถานีการจัดแบ่งรายการวิทยุโทรทัศน์ของประเทศไทย ส่วนใหญ่ได้อิทธิพลมาจากสหรัฐอเมริกา อังกฤษ ญี่ปุ่น ดังที่ได้เห็นจากรูปแบบรายการที่ปรากฏในจอโทรทัศน์ของสถานีต่าง ๆ จะมีลักษณะ

การนำเสนอไม่แตกต่างจากรูปแบบหรือบางรายการอาจมีการลอกเลียนแบบมาเกือบทั้งหมด จากรูปแบบรายการที่ได้รับความนิยมหรือมีชื่อเสียงในประเทศดังกล่าว ซึ่งอาจมีการดัดแปลงใน รายละเอียดและองค์ประกอบการผลิตบางอย่าง เพื่อความเหมาะสมเป็นที่ยอมรับและสอดคล้องกับ สังคมไทยสำหรับรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่เป็นที่รู้จักและนิยมใช้ในการจัดรายการโทรทัศน์กันอย่าง แพร่หลายมีหลายรูปแบบซึ่งมีลักษณะเฉพาะ และมีวิธีการนำเสนอที่แตกต่างกันออกไปใน 14 แบบ สถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel มีอยู่ 10 แบบ คือ พุดคุย สนทนา อภิปราย สัมภาษณ์ ข่าว ละคร สารละคร เพลงและดนตรี ปกณิกะ และเกมโชว์ ซึ่งเป็น 1 ใน 2 ปัจจัยหลักในการตัดสินใจ และสาเหตุในการสนับสนุนเป็นหน่วยในการวิเคราะห์ของผู้ที่สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel มี 2 ปัจจัยหลัก ดังนี้

#### 4.1 ผลวิเคราะห์ด้านประเภทของช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel

4.1.1 รูปแบบรายการในช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel คือ ประเภทของ เนื้อหาในช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel นำเสนอได้วิเคราะห์รายการตัวอย่างไว้ดังนี้

ตารางที่ 4.1: ตารางอัตราส่วนของผังรายการของช่อง White Channel ปี 2562 รายการหลักที่มี เปอร์เซ็นต์ (%) สูงสุดอยู่ 3 หมวดหมู่

หมวดหมู่ รายการ	รูปแบบ รายการ	ประเภท เนื้อหา	มีกี่รายการ	เปอร์เซ็นต์ (%)
รายการ ความรู้ทั่วไป	พุดคุย	ความรู้ทั่วไป	18 รายการ	41.8%
รายการตอบ ปัญหาศาสนา	พุดคุย	ปัญหา ศาสนา	8 รายการ	18.6%
รายการข่าว	ข่าว	ข่าว	8 รายการ	18.6%

ที่มา: สถานีโทรทัศน์ White Channel. (2562). จำนวนหมวดหมู่และจำนวนรายการ มกราคม ถึง ธันวาคม 2562. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

ซึ่งสามารถแบ่งตามประเภทรายการจากรายการที่มีเปอร์เซ็นต์ (%) สูงที่สุด 3 หมวดหมู่ จากทฤษฎีแนวความคิดการจัดแบ่งประเภทและรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์ ในหัวข้อที่ 3 คือ

การแบ่งตามบทบาทหน้าที่ของวิทยุโทรทัศน์ และได้นำประเภทรายการที่ได้ถูกกล่าวถึงจากการสัมภาษณ์ของผู้สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel มาแนะนำให้เห็นภาพมากยิ่งขึ้นไว้ดังนี้

ภาพที่ 4.1: รายการข่าวตัวน้อย



ที่มา: White Channel สถานีความถี่ 24 ชม. (2562 ก). รายการข่าวตัวน้อย. สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/tv.whitechannel/?pageid=228319920583995&ftentid=2535400883209209&padding=0>.

รายการข่าวตัวน้อย เป็นประเภทปิกนิก (Variety Program) หรือที่นิยมเรียกว่ารายการวาไรตี้ (Variety) เป็นรูปแบบรายการที่มุ่งเน้นนำเสนอความบันเทิงหลายเรื่อง หลายรส โดยใช้รูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายคล้าย ๆ กับรายการนิตยสารต่างกันเพียงรายการ ปิกนิกไม่จำเป็นต้องเชื่อมโยง หรือร้อยเรียงแต่ละช่วงแต่ละตอนของรายการให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันรายการ ปิกนิกจึงมีความหลากหลาย ทั้งในด้านเนื้อหารายการและรูปแบบการนำเสนอด้วยความมุ่งหวังที่จะสร้างความพึงพอใจสร้างความสนุกสนานบันเทิงใจให้กับกลุ่มผู้ชมรายการที่มีความชอบแตกต่างกัน รูปแบบรายการที่มักปรากฏในรายการปิกนิก ได้แก่ รายการแสดงดนตรี และร้องเพลง รายการแสดงตลก หรือละครตลกเบาสมอง รายการสัมภาษณ์นักร้อง หรือนักแสดงที่มีชื่อเสียงพร้อมการแสดงความสามารถพิเศษ ฯลฯ และองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญในการสร้างสรรค์รายการ ปิกนิกก็คือพิธีกรประจำรายการผู้ทำหน้าที่เหมือนตัวแทนของผู้ชมรายการซึ่งจะต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถในด้านการนำเสนอมิให้วืดว้างกับปัญหาเฉพาะหน้า และมีความบุคลิกภาพเหมาะสมกับกลุ่มผู้ชมรายการข่าวตัวน้อยรายการเด็กที่ซุกซน และเชิญชวนน้อง ๆ มาร่วมทำความดีด้วยการนำ Mascot ตัวการ์ตูนมาร่วมดำเนินรายการกับนักวิชาการศาสนาเพิ่มความสนใจ และช่วยให้เด็ก ๆ เข้าใจเพลิดเพลินในการสอนเรื่องราวของศาสนาอยากที่จะทำตามกันมากขึ้น ซึ่งผู้ถูกสัมภาษณ์ได้กล่าวไว้ในการสัมภาษณ์ว่า

“รายการข่าวตัวน้อย ที่ชื่นชอบเป็นรายการแนวเกี่ยวกับเด็ก ๆ เล่านิทาน สอนศาสนาให้กับเด็กด้วยวิธีง่าย ๆ ให้เด็กได้นำไปใช้ปฏิบัติทำให้เราได้มีเวลาอยู่กับหลาน ๆ วิทยุน้อย ๆ สนุกสนานสอดแทรกสาระวิชาความรู้ของศาสนาไปในตัว โดย อ.บุคคอสี อัลการิมี่ เป็นผู้ให้ความรู้ความสนุกสนาน และมีตัวตุ๊กตารูปสัตว์มาช่วยเด็ก ๆ คุณเพิ่มสีสันในรายการ” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ G, การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 มีนาคม 2562)

ภาพที่ 4.2: รายการข่าว



ที่มา: White Channel สถานีความถี่ 24 ชม. (2562 ข). รายการข่าว. สืบค้นจาก

<https://www.facebook.com/tv.whitechannel/?pageid=228319920583995&ftentid=2535400883209209&padding=0>.

รายงานข่าว เป็นประเภทข่าว รายการข่าว (News Program) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเหตุการณ์เรื่องราวข้อเท็จจริง หรือข้อคิดเห็นที่น่าสนใจมีความสดใหม่มีผลกระทบต่อประชาชนส่วนใหญ่ หรือมีองค์ประกอบข่าวอื่น ๆ โดยใช้วิธีการนำเสนอทั้งในลักษณะของการประกาศการอ่านคำบรรยายข่าว ประกอบภาพโดยผู้ประกาศข่าวการรายงานพิเศษหรือการสัมภาษณ์โดยผู้สื่อข่าวหรือผู้รายงานข่าวใน สถานที่จริงหรือลักษณะอื่น ๆ รายงานข่าวเป็นรายการนำเสนอข่าวในช่วงต่าง ๆ ของวันทำให้เข้าใจรับรู้เรื่องราวทั่วไปในประเทศ ต่างประเทศ และทันสถานการณ์ของพี่น้องมุสลิมในทุกลมุมโลก เข้าใจโลกเข้าใจสังคมด้วยมุมมองอิสลาม เช่น สก๊อปข่าวประเด็นร้อน ก็นำเสนอข่าวเด่นประเด็น ณ ช่วงเวลานั้นที่กำลังเกิดขึ้น ด้วยการโทรสัมภาษณ์สดในรายการ หรือเชิญมาคุยในรายการที่สถานีโทรทัศน์ เช่น เชิญตัวแทนนักการเมืองมาเสนอวิสัยทัศน์ สดในรายการข่าวพิเศษ ก็จะนำเสนอให้อยู่ในกรอบของอิสลาม ซึ่งผู้ถูกสัมภาษณ์ได้กล่าวไว้ในการสัมภาษณ์ว่า

“รายการที่รับชมรองลงมาก็คือ รายการข่าวเป็นรายการได้อัพเดทสาระเรื่องราวในแต่ละวันทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งพัฒนาได้เด่นชัดมาก บุคลิกผู้อ่านข่าว มุกกล้อง หรือฉากเวลาอ่านข่าว และการนำเสนอข่าวเทียบเท่าช่องฟรีทีวีทั่วไป แล้วยังสามารถรับชมได้ทุกเพศทุกวัย” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ B, การสื่อสารส่วนบุคคล, 3 ธันวาคม 2561)

“รายการข่าว เป็นรายการที่พัฒนาที่เด่นชัดมากที่สุดตอนนี้ มีรูปแบบการแต่งตัว บุคลิกผู้อ่านข่าว มุกกล้อง การถ่ายทำสตู๊ป และการนำเสนอข่าวเป็นแบบช่องฟรีทีวีทั่วไปเลยก็ว่าได้ ซึ่งมีการพัฒนามาจนตอนนี้ แล้วยังสามารถรับชมได้ทุกเพศทุกวัย” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ F, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กุมภาพันธ์ 2562)

ภาพที่ 4.3: รายการเรื่องร้องเรียน



ที่มา: White Channel สถานีความดี 24 ชม. (2562 ค). รายการเรื่องร้องเรียน. สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/tv.whitechannel/?pageid=228319920583995&ftentid=2535400883209209&padding=0>.

รายการสิทธิมนุษยชน เป็นประเภทพูดคุย รายการพูดคุย (Talk Program) เป็นรูปแบบรายการที่เป็นผู้มาปรากฏตัวเพื่อพูดคุยกับผู้ชมโดยการหยิบยกเอาประเด็นเกี่ยวกับข่าวสารความเคลื่อนไหวเหตุการณ์สาระความรู้ หรือความบันเทิงที่กำลังอยู่ในความสนใจของผู้ชมรายการมาแนะนำและพูดคุยกับผู้ชมโดยตรง ในสหรัฐอเมริกานิยมเรียกว่า รายการทอล์คโชว์ (Talk Show) ลักษณะการนำเสนอรายการพูดคุยมีพัฒนาการที่เปลี่ยนแปลงไปแต่เดิมจะใช้การนำเสนอด้วยการพูดเป็นหลัก และมีภาพประกอบเพื่อจะได้ไม่เห็นว่าผู้พูดตลอดรายการในระยะหลังเริ่มใช้รูปแบบอื่น ๆ มาผสมผสาน เช่น การสัมภาษณ์ การสนทนา ฯลฯ การพูดคุยสามารถสอดแทรกความบันเทิง ซึ่งอาจจะเป็นการแสดงดนตรีแสดงตลก หรือแสดงมายากลเพียงแต่การแสดงเหล่านี้ถือเป็นส่วนประกอบของรายการเท่านั้น โดยที่ถือว่าการพูดคุยเป็นจุดเด่นกว่ารายการพูดคุยจะมีคุณภาพและ

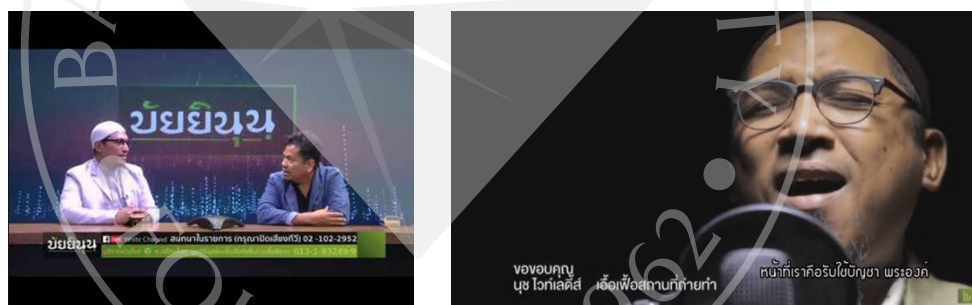


นำเสนอใจยิ่งขึ้นหากผู้ดำเนินรายการหรือผู้ที่ทำหน้าที่พูดคุยกับผู้ชมเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในการพูด และการนำเสนอเนื้อหาของรายการสามารถดำเนินรายการได้อย่างราบรื่นและเป็นธรรมชาติ (ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และคณะ, 2547, หน้า 149-155 และสุปรีย์ สุวรรณบุรณ์, 2557)

รายการเรื่องร้องเรียน พร้อมช่วยแนะนำประสานงานในกรณีที่ถูกละเมิดสิทธิ เช่น รายการเรื่องร้องเรียนเป็นรายการที่นำเสนอปัญหาที่เกิดขึ้นจริงแล้วนำมาตีแผ่ความจริง และช่วยเหลือผู้ทุกข์ร้อนที่ร้องเรียนเข้ามายังรายการช่องโทรทัศน์ พร้อมทั้งให้ความรู้ทางด้านกฎหมายเบื้องต้นในเรื่องนั้นแก่ผู้รับชม ซึ่งผู้ถูกสัมภาษณ์ได้กล่าวไว้ในการสัมภาษณ์ว่า

“ช่อง White Channel เป็นช่องที่ช่วยเหลือสิทธิมนุษยชน ทุกกรณีที่ผู้ร้องเรียนเดือดร้อน และผู้ถูกสัมภาษณ์ E กล่าวว่า อีกว่า White Channel เป็นช่องที่ชอบช่วยเหลืออย่างจริงจัง เรื่องช่วยเหลือชาวโรงอิงญา ซึ่งได้อยู่ในรายการเรื่องร้องเรียน” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ D, การสื่อสารส่วนบุคคล, 7 มกราคม 2562)

ภาพที่ 4.4: รายการบัยยีนูน



ที่มา: White Channel สถานีความดี 24 ชม. (2562 ง). รายการบัยยีนูน. สืบค้นจาก

<https://www.facebook.com/tv.whitechannel/?pageid=228319920583995&ftentidentifier=2535400883209209&padding=0>.

รายการอนาซีตสีชาว เป็นประเภทเพลงและดนตรี รายการเพลง (Music Program) เป็นรายการที่นำเสนอเพลง หรือการแสดงดนตรี ซึ่งสามารถจัดนำเสนอในลักษณะเป็นเพลงที่มีภาพประกอบเป็นเรื่องราวตามเนื้อหาของ เพลงที่เรียกว่ามิวสิกวิดีโอ (Music Video) หรือเป็นการจัดแสดงดนตรีที่เรียกว่าการแสดงคอนเสิร์ต ซึ่งอาจจะเป็นการบันทึกเทปโทรทัศน์ไว้ล่วงหน้าก่อนออกอากาศแพร่หลาย หรือเป็นการถ่ายทอดสดโดยมีพิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการเป็นผู้พูดเปิดนำรายการพูดเชื่อมโยงเข้าสู่เพลง หรือการแสดงดนตรีของนักร้องและพูดปิดรายการ แต่รายการอนาซีต



สีขาวเป็นความบันเทิงฮาลาล ที่จะมาทดแทนเสียงเพลงประกอบดนตรีที่อิสลามไม่อนุญาตสำหรับคนที่ต้องการหาความสุขเล็ก ๆ น้อย ๆ จากสิ่งบันเทิงที่อยู่ในกรอบอิสลาม เช่น รายการบันเทิงเป็นรายการที่สร้างความเพลิดเพลินผ่อนคลายไปกับบทเพลงที่รายการนำเสนอที่ไม่มีเครื่องดนตรีประกอบเพลง พร้อมกับให้สาระที่มาที่ไปของแต่ละบทเพลงและสอดแทรกหลักคำสอน ซึ่งผู้ถูกสัมภาษณ์ได้กล่าวไว้ในการสัมภาษณ์ว่า

“รายการบันเทิงเป็นอีกรายการที่คอยติดตามที่มีพิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการ 3 คน จากกลุ่มนักร้อง (อนาซิด) ของสถานีมาพูดคุยกันในเรื่องศาสนาให้เข้าใจอย่างง่าย ๆ และได้ฟังบทเพลง (อนาซิด) ที่ไม่มีเสียงดนตรีที่ถูกต้องตามหลักการศาสนาอีกด้วย” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ E, การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 กุมภาพันธ์ 2562)

ภาพที่ 4.5: รายการแพथ์นบี



ที่มา: White Channel สถานีความดี 24 ชม. (2562 จ). รายการแพथ์นบี. สืบค้นจาก

<https://www.facebook.com/tv.whitechannel/?pageid=228319920583995&ftentid=2535400883209209&padding=0>.

รายการแพथ์นบี เป็นประเภทพูดคุย รายการพูดคุย (Talk Program) เป็นรูปแบบรายการที่เป็นผู้มาปรากฏตัวเพื่อพูดคุยกับผู้ชมโดยการหยิบยกเอาประเด็นเกี่ยวกับข่าวสารความเคลื่อนไหวเหตุการณ์สาระความรู้ หรือความบันเทิงที่กำลังอยู่ในความสนใจของผู้ชมรายการมานำเสนอและพูดคุยกับผู้ชมโดยตรง ในสหรัฐอเมริกานิยมเรียกว่า รายการทอล์คโชว์ (Talk Show) ลักษณะการนำเสนอรายการพูดคุยมีพัฒนาการที่เปลี่ยนแปลงไปแต่เดิมจะใช้การนำเสนอด้วยการพูดเป็นหลัก และมีภาพประกอบเพื่อจะได้ไม่เห็นว่าผู้พูดตลอดรายการในระยะหลังเริ่มใช้รูปแบบอื่น ๆ มา

ผสมผสาน เช่น การสัมภาษณ์ การสนทนา ฯลฯ การพูดคุยสามารถสอดแทรกความบันเทิงซึ่งอาจจะเป็นการแสดงดนตรีแสดงตลก หรือแสดงมายากลเพียงแต่การแสดงเหล่านี้ถือเป็นส่วนประกอบของรายการเท่านั้น โดยที่ถือว่าการพูดคุยเป็นจุดเด่นกว่ารายการพูดคุยจะมีคุณภาพและน่าสนใจยิ่งขึ้น หากผู้ดำเนินรายการหรือผู้ที่ทำหน้าที่พูดคุยกับผู้ชมเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในการพูด และการนำเสนอเนื้อหาของรายการ สามารถดำเนินรายการได้อย่างราบรื่นและเป็นธรรมชาติ (ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และคณะ, 2547, หน้า 149-155 และสุปรีย์ดี สุวรรณบุรณ์, 2557)

เป็นรายการที่ไวท์แชนแนล นำเสนอรูปแบบด้านวิชาการสำหรับผู้ที่ต้องการป้องกันตนเอง จากไสยศาสตร์ให้ความรู้เกี่ยวกับศาสตร์ทำนายฝันตามหลักการอิสลามเป็นรายการที่ให้ความรู้วิธีป้องกันโรคต่าง ๆ จากคุณหมอที่เชิญมาจากโรงพยาบาล และวิธีป้องกันโรคมืดไสยศาสตร์จากนักวิชาการ ศาสนาไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งผู้ถูกสัมภาษณ์ได้กล่าวไว้ในการสัมภาษณ์ว่า

“จะมีกรอชม รายการแพทยันี่เป็นประจำ เพราะเป็นรายการที่ช่วยให้ผู้รับชมได้ ความรู้สาระเกี่ยวกับการรักษาโรคต่าง ๆ และได้รับคำตอบสด ๆ เกี่ยวกับอาการของผู้รับชมที่เป็นอยู่” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ C, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 มกราคม 2562)

ภาพที่ 4.6: รายการแนวทางที่เที่ยงตรง



ที่มา: White Channel สถานีความดี 24 ชม. (2562 ฉ). รายการแนวทางที่เที่ยงตรง. สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/tv.whitechannel/?pageid=228319920583995&ftentid=ntifier=2535400883209209&padding=0>.

รายการตอบปัญหาศาสนา เป็นประเภทพูดคุย รายการพูดคุย (Talk Program) เป็นรูปแบบรายการที่เป็นผู้มาปรากฏตัวเพื่อพูดคุยกับผู้ชมโดยการหยิบยกเอาประเด็นเกี่ยวกับข่าวสารความ

เคลื่อนไหวเหตุการณ์สาระความรู้ หรือความบันเทิงที่กำลังอยู่ในความสนใจของผู้ชมรายการมา นำเสนอและพูดคุยกับผู้ชมโดยตรง ในสหรัฐอเมริกานิยมเรียกว่า รายการทอล์คโชว์ (Talk Show) ลักษณะการนำเสนอรายการพูดคุยมีพัฒนาการที่เปลี่ยนแปลงไปแต่เดิมจะใช้การนำเสนอด้วยการพูดเป็นหลัก และมีภาพประกอบเพื่อจะได้ไม่เห็นว่าผู้พูดตลอดรายการในระยะหลังเริ่มใช้รูปแบบอื่น ๆ มาผสมผสาน เช่น การสัมภาษณ์ การสนทนา ฯลฯ การพูดคุยสามารถสอดแทรกความบันเทิงซึ่งอาจจะเป็นการแสดงดนตรีแสดงตลก หรือแสดงมายากลเพียงแต่การแสดงเหล่านี้ถือเป็นส่วนประกอบของรายการเท่านั้น โดยที่ถือว่าการพูดคุยเป็นจุดเด่นกว่ารายการพูดคุยจะมีคุณภาพและน่าสนใจยิ่งขึ้นหากผู้ดำเนินรายการหรือผู้ที่ทำหน้าที่พูดคุยกับผู้ชมเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในการพูด และการนำเสนอเนื้อหาของรายการสามารถดำเนินรายการได้อย่างราบรื่นและเป็นธรรมชาติ (ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และคณะ, 2547, หน้า 149-155 และสุปรีย์ สุวรรณบุรณ์, 2557)

เป็นการสอนอิสลามแบบดั้งเดิม อีกหนึ่งวิธีเผยแพร่ศาสนาที่ประสบความสำเร็จมาเนิ่นนาน คือการที่นักวิชาการศาสนาออกรายการสดในหัวข้อได้รับความสนใจจากสังคม เช่น รายการแนวทางที่เที่ยงตรง และรายการทำนถาม-อิสลามตอบ ซึ่งเป็นรายการที่ตอบคำถามปัญหาศาสนาตลอดทั้งรายการเป็นรายการสด ซึ่งผู้ที่รับชมจะได้คำตอบ และไขปัญหาอย่างรวดเร็วจากนักวิชาการศาสนา ของช่องเป็นผู้ให้คำตอบ ซึ่งผู้ถูกสัมภาษณ์ได้กล่าวไว้ในการสัมภาษณ์ว่า

“ชอบรายการที่ช่องได้นำเสนอนั้น มีความหลากหลายได้ความรู้มากมาย ทั้งรายการวาไรตี้ก็ดี รายการข่าวก็ดี และอีกหลายรายการต่าง ๆ เป็นต้น ตอบโจทย์ผู้ที่สนับสนุน และผู้ติดตามช่องเป็นอย่างดี โดยส่วนตัวแล้วชอบรายการสดโต้ตอบกับผู้รับชม ซึ่งชอบรายการ ถาม-ตอบ (ปัญหาศาสนา) ที่ เชคริฎอ อะหมัด สมะดี เป็นผู้ให้คำตอบ ในรายการให้แก่ผู้รับชม” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ A, การสื่อสารส่วนบุคคล, 1 ธันวาคม 2561)

“ชื่นชอบรายการที่มีวิทยากร ผู้รู้ทางด้านศาสนาที่เป็นรายการสดสามารถคุยสนทนาโต้ตอบกับผู้รับชม ถึงปัญหาทางศาสนาที่ผู้รับชมนั้นไม่รู้มา ไขปัญหาให้แก่ผู้รับชม ซึ่งชอบรายการถาม-ตอบ (ปัญหาศาสนา) ที่ เชคริฎอ อะหมัด สมะดี เป็นผู้ให้คำตอบ ในรายการให้แก่ผู้รับชม” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ E, การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 กุมภาพันธ์ 2562)

“รายการที่ช่องนำเสนอ ตอนนี้มีหลากหลายทั้งรายการวาไรตี้ รายการข่าว รายการเกี่ยวกับแพทย์มาให้ความรู้ รายการเด็ก ซึ่งสามารถรับชมได้ทุกเพศทุกวัย จริง ๆ และตอบโจทย์ คนดูที่ต้องการชมสาระและการนำเสนอดี แบบช่องฟรีทีวี ที่ไม่ผิดต่อหลักคำสอนมีรายการสดโต้ตอบกับผู้รับชมมากมาย โดยส่วนตัวแล้วนั้น ชอบรายการถาม-ตอบ (ปัญหาศาสนา) ที่มี เชคริฎอ อะหมัด สมะดี เป็นผู้ให้คำตอบแก่ผู้รับชม” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ F, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กุมภาพันธ์ 2562)

“รายการที่ชื่อนำเสนอ มีความหลากหลายทั้งสาระความรู้ รายการวาไรตี้ รายการข่าว รายการสุขภาพ ละคร หนังสือ รายการต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งสามารถรับชมได้ทุกเพศทุกวัย และตอบโจทย์ผู้ที่สนับสนุน และผู้ติดตามช่องได้เป็นอย่างดี มีการนำเสนอสาระ แบบช่องฟรีทีวี ที่ไม่ต่อหลักคำสอน มีรายการสดโต้ตอบกับผู้รับชม ซึ่งชอบเป็นการส่วนตัวเอง คือ ชอบรายการถาม-ตอบ (ปัญหาศาสนา) ที่ เซคริฎอ อะหมัด สมะดี เป็นผู้ให้คำตอบในรายการให้แก่ผู้รับชม” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ G, การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 มีนาคม 2562)

“รายการที่ชื่อนำเสนอเทียบเท่ากับช่อง ฟรีทีวีทั่วไป มีความหลากหลายทั้งสาระความรู้ รายการวาไรตี้ รายการข่าว รายการสุขภาพ ละคร หนังสือ รายการต่าง ๆ เป็นต้น และเป็นช่องที่สามารถรับชมได้ตลอด 24 ชม. และได้ทุกเพศทุกวัย ตอบโจทย์ ผู้ที่สนับสนุน และผู้ติดตามช่องเป็นอย่างดี ชอบที่มีรายการสดโต้ตอบกับผู้รับชม ซึ่งชอบรายการถาม-ตอบ (ปัญหาศาสนา) ที่ เซคริฎอ อะหมัด สมะดี เป็นผู้ให้คำตอบ ในรายการให้แก่ผู้รับชม” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ H, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 มีนาคม 2562)

“รายการที่ชื่อนำเสนอมีความร่วมสมัย มีความหลากหลายทั้งสาระความรู้ แทบจะครบทุกหมวดหมู่รายการของช่องทีวีต้องมี ณ ขนาดนี้ เช่น รายการวาไรตี้ รายการข่าว รายการสุขภาพ ละคร หนังสือ รายการพิเศษต่าง ๆ เป็นต้น เป็นช่องทีวีที่รับชมได้ตลอด 24 ชม. ได้ทุกเพศทุกวัยเข้าถึงและตอบโจทย์ผู้ที่สนับสนุน และผู้ติดตามช่องอย่างมาก รายการที่ชอบ คือ รายการถาม-ตอบ (ปัญหาศาสนา) ที่ เซคริฎอ อะหมัด สมะดี เป็นผู้ให้คำตอบในรายการให้แก่ผู้รับชม ไขปัญหาคาใจเกี่ยวกับเรื่องศาสนา ซึ่งเป็นรายการสดโต้ตอบกับผู้รับชม” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ I, การสื่อสารส่วนบุคคล, 17 มีนาคม 2562)

“รายการที่ชื่อนำเสนอทั้งสาระความรู้ ทุกหมวดหมู่รายการของช่องทีวี เช่น รายการข่าว รายการสุขภาพ ละคร หนังสือ เป็นต้น เป็นช่องทีวีที่รับชมได้ทุกเพศทุกวัย ตอบโจทย์ผู้รับชมอย่างมาก รายการที่ชอบ คือ รายการถาม-ตอบ (ปัญหาศาสนา) ที่ เซคริฎอ อะหมัด สมะดี เป็นผู้ให้คำตอบ ไขปัญหาคาใจเกี่ยวกับเรื่องศาสนา ซึ่งเป็นรายการสดโต้ตอบกับผู้รับชม” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ J, การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 มีนาคม 2562)

4.1.2 ประเภทเนื้อหารายการในช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel คือ ประเภทเนื้อหารายการในช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel สามารถแบ่งออกเป็น 7 หมวดหมู่ด้วยกัน ได้แก่ รายการเด็ก รายการสุขภาพสตรี รายการผู้สูงอายุ รายการความรู้ทั่วไป รายการสุขภาพ รายการตอบปัญหาศาสนา รายการข่าว และได้วิเคราะห์รายการตัวอย่างไว้ดังนี้

จากข้อมูลข้างต้นแล้วหมวดหมู่รายการหลักที่มีเปอร์เซ็นต์ (%) สูงสุดอยู่ 3 หมวด รายการด้วยกัน คือ 1) รายการความรู้ทั่วไป 2) รายการถามตอบปัญหาศาสนา 3) รายการข่าว ดังนี้

4.1.2.1 หมวดรายการความรู้ทั่วไป เป็นประเภทพูดคุย รายการพูดคุย (Talk Program) เป็นรูปแบบรายการที่เป็นผู้มาปรากฏตัวเพื่อพูดคุยกับผู้ชมโดยการหยิบยกเอาประเด็นเกี่ยวกับข่าวสารความเคลื่อนไหวเหตุการณ์สาระความรู้ หรือความบันเทิงที่กำลังอยู่ในความสนใจของผู้ชมรายการมาแนะนำและพูดคุยกับผู้ชมโดยตรง ในสหรัฐอเมริกา นิยมเรียกว่า รายการทอล์คโชว์ (Talk Show) ลักษณะการนำเสนอรายการพูดคุยมีพัฒนาการที่เปลี่ยนแปลงไปแต่เดิมจะใช้การนำเสนอด้วยการพูดเป็นหลัก และมีภาพประกอบเพื่อจะได้ไม่เห็นว่าผู้พูดตลอดรายการในระยะหลังเริ่มใช้รูปแบบอื่น ๆ มาผสมผสาน เช่น การสัมภาษณ์ การสนทนา ฯลฯ การพูดคุยสามารถสอดแทรกความบันเทิงซึ่งอาจจะเป็นการแสดงดนตรีแสดงตลก หรือแสดงมายากลเพียงแต่การแสดงเหล่านี้ถือเป็นส่วนประกอบของรายการเท่านั้น โดยที่ถือว่าการพูดคุย เป็นจุดเด่นกว่ารายการพูดคุยจะมีคุณภาพและน่าสนใจยิ่งขึ้นหากผู้ดำเนินรายการหรือผู้ที่ทำหน้าที่พูดคุยกับผู้ชมเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในการพูด และการนำเสนอเนื้อหาของรายการ สามารถดำเนินรายการได้อย่างราบรื่นและเป็นธรรมชาติ (ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และคณะ, 2547, หน้า 149-155 และสุปรีย์ สุวรรณบุรณ์, 2557)

เป็นรูปแบบรายการพูดคุยหรือเสวนาเป็นการนำเสนอเรื่องราวทั้งเรื่องทั่วไปและเรื่องราวเกี่ยวกับศาสนา ทั้งนี้จะมีการเปิดโอกาสให้ผู้ชมสามารถถามคำถามในรายการได้ทั้งรายการที่เกี่ยวข้องกับเรื่องทั่วไป เป็นการนำเสนอในลักษณะที่ไม่เป็นทางการมากนัก หรืออาจเป็นวิชาการมากเกินไป

ภาพที่ 4.7: รายการแนวความรู้ทั่วไป



ที่มา: White Channel สถานีความดี 24 ชม. (2562 ข). รายการแนวความรู้ทั่วไป. สืบค้นจาก

<https://www.facebook.com/tv.whitechannel/?pageid=228319920583995&ftentid=2535400883209209&ftpadding=0>.



แต่มีการเพิ่มความเข้มข้นหรือความน่าสนใจให้เนื้อหามากขึ้น โดยการโต้ตอบการซักถามจากผู้ดำเนินรายการ เช่น รายการ “คุยถูกคอ” เป็นรายการที่นำเสนอเรื่องทั่วไปที่เกิดขึ้นด้วยการพูดคุยอย่างเป็นกันเองบอกข่าวคราวของทางสถานีอย่างสบาย ๆ หรือรายการที่มีการพูดคุยเสวนาปกติแต่เพิ่มสีสันบางอย่างเข้าไป เช่น รายการ “บ๊วยินุน” ที่มีพิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการ 3 คน จากกลุ่มนักร้อง (อนาซิด) ของสถานีมาพูดคุยกันในเรื่องศาสนาให้เข้าใจอย่างง่าย ๆ อย่างน่าสนใจเพราะมีการนำเสนอบทเพลงในบางช่วงด้วย และอีกหนึ่งรายการที่ได้นำเสนอเรื่องของสุขภาพให้เข้าใจได้อย่างง่ายดายนผ่านการพูดคุยซักถามในรายการ “แพथันปี” ที่นำหลักการการรักษาตามหลักการศาสนามาใช้ และเปิดโอกาสให้ทางบ้านโทรศัพท์เข้ามาปรึกษาปัญหา ลักษณะรายการที่พบในรูปแบบนี้ ได้แก่ ละครสอนคน โลกสวยด้วยอิสลาม สถานีตะวะฮฺ บ่าวตัวน้อย อธิบายอัล-ฮาดีษ และภารกิจสีขาว ซึ่งสอดคล้องและได้อ้างอิงจากผู้ถูกสัมภาษณ์กล่าวว่า

“รายการบ่าวตัวน้อย ที่ชื่นชอบเป็นรายการแนวเกี่ยวกับเด็ก ๆ เล่านิทานสอนศาสนาให้กับเด็กด้วยวิธีง่าย ๆ ให้เด็กได้นำไปใช้ปฏิบัติ ทำให้เราได้มีเวลาอยู่กับหลาน ๆ ้วยน้อย ๆ สนุกสนานสอดแทรกสาระวิชาความรู้ของศาสนาไปในตัว โดย อ.บุคคอลลี อัลการีมี่ เป็นผู้ให้ความรู้ความสนุกสนาน และมีตัวตุ๊กตารูปสัตว์มาช่วยเด็ก ๆ คุยเพิ่มสีสันในรายการ เป็นต้น” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ G, การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 มีนาคม 2562)

“รายการ “บ๊วยินุน” เป็นอีกรายการที่คอยติดตามที่มีพิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการ 3 คน จากกลุ่มนักร้อง (อนาซิด) ของสถานีมาพูดคุยกันในเรื่องศาสนาให้เข้าใจอย่างง่าย ๆ และได้ฟังบทเพลง (อนาซิด) ที่ไม่มีเสียงดนตรีที่ถูกต้องตามหลักการศาสนาอีกด้วย” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ E, การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 กุมภาพันธ์ 2562)

“จะมีกรอชม รายการแพथันปีเป็นประจำ เพราะเป็นรายการที่ช่วยให้ผู้รับชมได้ความรู้สาระเกี่ยวกับการรักษาโรคต่าง ๆ และได้รับคำตอบสด ๆ เกี่ยวกับอาการของผู้รับชมที่เป็นอยู่” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ C, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 มกราคม 2562)

4.1.2.2 หมวดถามตอบปัญหาศาสนา เป็นประเภทพูดคุย รายการพูดคุย (Talk Program) เป็นรูปแบบรายการที่เป็นผู้มาปรากฏตัวเพื่อพูดคุยกับผู้ชมโดยการหยิบยกเอาประเด็นเกี่ยวกับข่าวสารความเคลื่อนไหวเหตุการณ์สาระความรู้ หรือความบันเทิงที่กำลังอยู่ในความสนใจของผู้ชมรายการมานำเสนอและพูดคุยกับผู้ชมโดยตรง ในสหรัฐอเมริกานิยมเรียกว่า รายการทอล์คโชว์ (Talk Show) ลักษณะการนำเสนอรายการพูดคุยมีพัฒนาการที่เปลี่ยนแปลงไปแต่เดิมจะใช้นำเสนอด้วยการพูดเป็นหลัก และมีภาพประกอบเพื่อจะได้ไม่เห็นหน้าผู้พูดตลอดรายการในระยะหลังเริ่มใช้รูปแบบอื่น ๆ มาผสมผสาน เช่น การสัมภาษณ์ การสนทนา ฯลฯ การพูดคุยสามารถสอดแทรกความบันเทิงซึ่งอาจจะเป็นการแสดงดนตรีแสดงตลก หรือแสดงมายากลเพียงแต่การแสดงเหล่านี้ถือ

เป็นส่วนประกอบของรายการเท่านั้น โดยที่ถือว่าการพูดคุยเป็นจุดเด่นกว่ารายการพูดคุยจะมีคุณภาพ และน่าสนใจยิ่งขึ้นหากผู้ดำเนินรายการหรือผู้ที่ทำหน้าที่พูดคุยกับผู้ชมเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ ในการพูด และการนำเสนอเนื้อหาของรายการ สามารถดำเนินรายการได้อย่างราบรื่นและเป็น ธรรมชาติ (ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และคณะ, 2547, หน้า 149-155 และสุปรีย์ สุวรรณบุรณ์, 2557)

เป็นการผลิตรายการเพื่อให้ความรู้กับผู้ชมที่มีปัญหาในเรื่องศาสนา รูปแบบรายการ สดให้มีความรู้สึกได้มีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบและมีส่วนร่วมกับผู้รับชมรู้สึกได้ใกล้ชิด มีการปฏิสัมพันธ์กับคู่ สนทนาการพูดคุยประเด็นเกี่ยวกับศาสนาที่กะทัดรัดไม่ยาว และตรงประเด็นมีการนำเสนอเนื้อหาโดย มีผู้รู้ นักวิชาการของช่องมาไขปัญหาศาสนาจากทางบ้านเป็นการถาม-ตอบในเรื่องเฉพาะนั้น ๆ

ภาพที่ 4.8: รายการถามตอบปัญหาศาสนา



ที่มา: White Channel สถานีความดี 24 ชม. (2562 ซ). รายการถามตอบปัญหาศาสนา. สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/tv.whitechannel/?pageid=228319920583995&ftentid=2535400883209209&padding=0>.

ตามหัวข้อของรายการ หรือปัญหาเร่งด่วนที่เกี่ยวกับปัญหาทางศาสนาเท่านั้น เพื่อความเข้าใจได้ง่ายและสะดวกต่อ ตัวผู้ถามจากทางบ้าน และผู้รับชมจากทางบ้านท่านอื่นด้วย ซึ่งเกือบทั้งหมดของผู้ถูกสัมภาษณ์ทั้ง 10 ท่าน ชอบรูปแบบหมวดรายการนี้

ซึ่งผู้ถูกสัมภาษณ์ได้กล่าวไว้ในการสัมภาษณ์ว่า

“ชอบรายการที่ช่องได้นำเสนอนั้น มีความหลากหลายได้ความรู้มากมาย ทั้งรายการวาไรตี้ก็ดี รายการข่าวก็ดี และอีกหลายรายการต่าง ๆ เป็นต้น ตอบโจทย์ผู้ที่สนับสนุน และผู้ติดตามช่องเป็นอย่างดี โดยส่วนตัวแล้วชอบรายการสดโต้ตอบกับผู้รับชม ซึ่งชอบรายการ ถาม-ตอบ (ปัญหาศาสนา) ที่ เซครีฎอ อะหมัด สมะดี เป็นผู้ให้คำตอบในรายการให้แก่ผู้รับชม” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ A, การสื่อสารส่วนบุคคล, 1 ธันวาคม 2561)



“ยื่นขอรายการที่มีวิทยากรผู้รู้ทางด้านศาสนาที่เป็นรายการสดสามารถคุยสนทนาโต้ตอบกับผู้รับชมถึงปัญหาทางศาสนาที่ผู้รับชมนั้นไม่รู้มาไขปัญหาให้แก่ผู้รับชม ซึ่งขอรายการถาม-ตอบ (ปัญหาศาสนา) ที่ เซครีฎอ อะหมัด สมะดี เป็นผู้ให้คำตอบในรายการให้แก่ผู้รับชม” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ E, การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 กุมภาพันธ์ 2562)

“รายการที่ชื่อนำเสนอ ตอนนี้มีหลากหลายทั้งรายการวาไรตี้ รายการข่าว รายการเกี่ยวกับแพทย์มาให้ความรู้ รายการเด็ก ซึ่งสามารถรับชมได้ทุกเพศทุกวัยจริง ๆ และตอบโจทย์ คนดูที่ต้องการชมสาระและการนำเสนอดี แบบช่องฟรีทีวี ที่ไม่ผิดต่อหลักคำสอนมีรายการสดโต้ตอบกับผู้รับชมมากมาย โดยส่วนตัวเองแล้วนั้น ชอบรายการถาม-ตอบ (ปัญหาศาสนา) ที่มี เซครีฎอ อะหมัด สมะดี เป็นผู้ให้คำตอบแก่ผู้รับชม” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ F, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กุมภาพันธ์ 2562)

“รายการที่ชื่อนำเสนอ มีความหลากหลายทั้งสาระความรู้ รายการวาไรตี้ รายการข่าว รายการสุขภาพ ละคร หนังสือ รายการต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งสามารถรับชมได้ทุกเพศทุกวัย และตอบโจทย์ผู้ที่สนับสนุน และผู้ติดตามช่องได้เป็นอย่างดี มีการนำเสนอสาระ แบบช่องฟรีทีวี ที่ไม่ต่อหลักคำสอน มีรายการสดโต้ตอบกับผู้รับชม ซึ่งชอบเป็นการส่วนตัวเอง คือ ชอบรายการถาม-ตอบ (ปัญหาศาสนา) ที่ เซครีฎอ อะหมัด สมะดี เป็นผู้ให้คำตอบในรายการให้แก่ผู้รับชม” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ G, การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 มีนาคม 2562)

“รายการที่ชื่อนำเสนอเทียบเท่ากับช่อง ฟรีทีวีทั่วไป มีความหลากหลายทั้งสาระความรู้ รายการวาไรตี้ รายการข่าว รายการสุขภาพ ละคร หนังสือ รายการต่าง ๆ เป็นต้น และเป็นช่องที่สามารถรับชมได้ตลอด 24 ชม. และได้ทุกเพศทุกวัยตอบโจทย์ผู้ที่สนับสนุน และผู้ติดตามช่องเป็นอย่างดี ชอบที่มีรายการสดโต้ตอบกับผู้รับชม ซึ่งชอบรายการถาม-ตอบ (ปัญหาศาสนา) ที่ เซครีฎอ อะหมัด สมะดี เป็นผู้ให้คำตอบ ในรายการให้แก่ผู้รับชม” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ H, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 มีนาคม 2562)

“รายการที่ชื่อนำเสนอมีความร่วมสมัย มีความหลากหลาย ทั้งสาระความรู้ แทบจะครบทุกหมวดหมู่รายการของช่องทีวีต้องมี ณ ขนาดนี้ เช่น รายการวาไรตี้ รายการข่าว รายการสุขภาพ ละคร หนังสือ รายการพิเศษต่าง ๆ เป็นต้น เป็นช่องทีวีที่รับชมได้ตลอด 24 ชม. ได้ทุกเพศทุกวัย เข้าถึงและตอบโจทย์ผู้ที่สนับสนุน และผู้ติดตามช่องอย่างมาก รายการที่ชอบ คือ รายการถาม-ตอบ (ปัญหาศาสนา) ที่ เซครีฎอ อะหมัด สมะดี เป็นผู้ให้คำตอบในรายการให้แก่ผู้รับชม ไขปัญหาคาใจเกี่ยวกับเรื่องศาสนา ซึ่งเป็นรายการสดโต้ตอบกับผู้รับชม” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ I, การสื่อสารส่วนบุคคล, 17 มีนาคม 2562)

“รายการที่ชื่อนำเสนอทั้งสาระความรู้ ทุกหมวดหมู่รายการของช่องทีวี เช่น รายการข่าว รายการสุขภาพ ละคร หนังสือ เป็นต้น เป็นช่องทีวีที่รับชมได้ทุกเพศทุกวัยตอบ

โจทย์ผู้รับชมอย่างมาก รายการที่ชอบ คือ รายการถาม-ตอบ (ปัญหาศาสนา) ที่ เซครีฎอ อะหมัด สมะดี เป็นผู้ให้คำตอบไขปัญหาคาใจเกี่ยวกับเรื่องศาสนา ซึ่งเป็นรายการสดโต้ตอบกับผู้รับชม” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ J, การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 มีนาคม 2562)

4.1.2.3 หมวดรายการข่าว เป็นประเภทข่าว รายการข่าว (News Program) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเหตุการณ์เรื่องราวข้อเท็จจริง หรือข้อคิดเห็นที่น่าสนใจมีความสดใหม่ มีผลกระทบต่อประชาชนส่วนใหญ่ หรือมีองค์ประกอบข่าวอื่น ๆ โดยใช้วิธีการนำเสนอทั้งในลักษณะของการประกาศการอ่านคำบรรยายข่าว ประกอบภาพโดยผู้ประกาศข่าวการรายงานพิเศษหรือการสัมภาษณ์โดยผู้สื่อข่าวหรือผู้รายงานข่าวในสถานที่จริงหรือลักษณะอื่น ๆ

เป็นการผลิตรายการข่าวที่เพื่อสื่อสารที่สู้กันด้วยข่าวสาร ด้วยสังคมและปรัชญาธรรมที่มาจากพระเจ้า “ฝ่ายข่าว” ในไวท์แชนแนล ไม่ใช่เพียงแผนกแผนกหนึ่งที่มีไว้เพียงระดับสถานี ฝ่ายข่าวของเราถูกผู้บริหารวางเป็นหัวหอก ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งสถานี ก็เพื่อตอบโจทย์ผู้ชมที่อยากหลีกเลี่ยงสิ่งต้องห้ามในการรับชม สำนักข่าวไวท์ จึงมีใช่เพียง รายการข่าวที่ไม่มีเสียงดนตรี ไม่มีภาพหญิงสาวเท่านั้น จริงอยู่ที่ภาพลักษณะนี้อาจเป็นภาพจำแรก ๆ ของผู้ชม แต่หากพิจารณาลึก ๆ แล้ว จะพบอะไรมากกว่านั้น จะพบกับหลายสิ่งที่สำนักข่าวไวท์นำเสนอ ไม่ว่าจะเป็นสื่อบุคคล รายงานข่าวเข้า รายงานข่าวเที่ยง รวมถึงประเด็นร้อนต่าง ๆ ก็จะนำเสนอให้อยู่ในกรอบของอิสลามอีกด้วย ซึ่งได้สอดคล้องกับคำตอบของผู้ถูกสัมภาษณ์ได้กล่าวไว้ในการสัมภาษณ์ว่า

ภาพที่ 4.9: รายการข่าว



ที่มา: White Channel สถานีความดี 24 ชม. (2562 ณ). *รายการข่าว*. สืบค้นจาก

<https://www.facebook.com/tv.whitechannel/?pageid=228319920583995&ftentidntifier=2535400883209209&padding=0>.

“รายการที่รับชมรองลงมาก็คือรายการข่าว เป็นรายการได้อัพเดทสาระ เรื่องราวในแต่ละวันทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งพัฒนาได้เด่นชัดมาก บุคลิกผู้อ่านข่าว มุมกล้อง หรือฉากเวลาอ่านข่าวและการนำเสนอข่าวเทียบเท่าช่องฟรีทีวีทั่ว แล้วยังสามารถ รับชมได้ทุกเพศทุกวัย” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ B, การสื่อสารส่วนบุคคล, 3 ธันวาคม 2561)

“รายการข่าว เป็นรายการที่พัฒนาที่เด่นชัดมากที่สุดตอนนี้ มีรูปแบบการ แต่งตัว บุคลิกผู้อ่านข่าว มุมกล้อง การถ่ายทำสกรีน และการนำเสนอข่าว เป็นแบบช่องฟรีทีวี ทั่วไปเลยก็ว่าได้ ซึ่งมีการพัฒนามาจนตอนนี้ แล้วยังสามารถรับชมได้ทุกเพศทุกวัย” (ผู้ถูก สัมภาษณ์ F, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กุมภาพันธ์ 2562)

## 4.2 ผลวิเคราะห์ปัจจัยการตัดสินใจของผู้สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel ประกอบด้วย

4.2.1 ด้านค่านิยม (Value Standard) เป็นสิ่งที่บุคคลยึดถือ เป็นเครื่องช่วยตัดสินใจและ กำหนดการกระทำของตนเองเป็นความเชื่ออย่างหนึ่งที่มีลักษณะค่อนข้างถาวร ผู้กระทำเชื่อว่าวิถี ปฏิบัติบางอย่างเป็นสิ่งที่ดีหรือสังคมเห็นดีเห็นชอบที่จะยึดถือปฏิบัติ ค่านิยมของมนุษย์หรือของ ผู้กระทำทางสังคมจะแสดงออกทางทัศนคติและพฤติกรรมของผู้กระทำทุกรูปแบบ ดังนั้นค่านิยมจึงมี อิทธิพลต่อการตัดสินใจ และการกระทำทางสังคมของบุคคลโดยบุคคลพยายามที่จะกระทำให้ สอดคล้องกับค่านิยมที่ตนเองยึดถืออยู่ ซึ่งผู้ถูกสัมภาษณ์ได้กล่าวไว้ในการสัมภาษณ์ว่า

“การรับชมรายการทีวีทุกรายการจะไม่มี ปะปนกันระหว่างนักแสดงผู้หญิงกับ นักแสดงผู้ชาย ถ้าทั้ง 2 ไม่ใช่ แม่ลูกกัน (ผู้หญิงจำกัด อายุ 3-10 และ 40 ขึ้นไป) หรือผู้ชายแต่งตัว ไปเปลือยโชว์เรือนร่าง ผู้ชายไม่ใส่กางเกงสั้นเหนือหัวเขา ผู้หญิงไม่ใส่เสื้อผ้ารัดรูป เปิดเผยเส้นผม ศีรษะ และให้เห็นผิวกาย เป็นต้น จึงทำให้รายการทั้งหมดที่ออกมานั้นมีคุณภาพที่ไม่ขัดต่อหลัก ศาสนา” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ F, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กุมภาพันธ์ 2562)

“รายการดีมีคุณภาพ เช่น รายการทีวีทุกรายการจะไม่มีการพูดจาหยาบคาย ไม่มี ฉากข่มขืน หรือตบจูบ ไม่ปะปนนักแสดงผู้หญิง กับนักแสดงผู้ชาย หรือผู้ชายแต่งตัวไปเปลือย ผู้หญิง ไม่โชว์เรือนร่างไม่เปิดเผยเส้นผมศีรษะ หรือโชว์ให้เห็นผิวกาย เป็นต้น จึงทำให้รายการทั้งหมดที่ ออกมานั้นมีคุณภาพที่ไม่ขัดต่อหลักศาสนา” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ G, การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 มีนาคม 2562)

“ไม่ผลิตสื่อขึ้นมาส่งเสริมให้ทำพวกอบายมุข ทั้งหลาย การพนัน การทะเลาะวิวาท สิ่งของมีนเมา การขโมย ซึ่งการที่ท่านเข้มงวดด้วยการใช้หลักศาสนา จึงทำให้สื่อช่อง White Channel ที่แตกต่างจากช่องฟรีทีวีทั่วไป จึงทำให้รายการทั้งหมดที่ออกมานั้นมีคุณภาพที่ไม่ขัดต่อ หลักคำสอนของศาสนา” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ H, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 มีนาคม 2562)

“ชอบที่รายการไม่ผลิตสื่อชั้นนำส่งเสริมเชิญชวนให้ทำในสิ่งที่ไม่ดีทั้งปวง เช่น ส่งเสริมอบายมุข สิ่งมีนเมา ยาเสพติด การเล่นพนัน การทะเลาะวิวาท การลักขโมย จึงทำให้สื่อช่อง White Channel ที่นั่นมีรูปแบบที่นำเสนอรายการที่แตกต่างจากช่องทั่วไป จึงทำให้รายการทั้งหมดที่มีคุณภาพ และไม่ขัดต่อหลักคำสอน อยู่ในกรอบของศาสนานุญญาต” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ I, การสื่อสารส่วนบุคคล, 17 มีนาคม 2562)

4.2.2 ด้านความเชื่อ (Belief Orientation) คือ การรับรู้หรือความเข้าใจของแต่ละคนหรือของกลุ่มต่อสิ่งที่เกิดขึ้น ความเชื่อนั้นเป็นผลมาจากการที่บุคคลได้รับรู้ไม่ว่าจะเป็นแนวคิดหรือความรู้ที่ตนเองซึ่งความเชื่อจะมีผลต่อการตัดสินใจของบุคคลและพฤติกรรมทางสังคมบุคคลในกรณีที่ว่าบุคคลและจะเลือกรูปแบบของพฤติกรรมบนพื้นฐานของความเชื่อที่ตนยึดมั่นอยู่ ซึ่งความเชื่อนี้

ซึ่งผู้ถูกสัมภาษณ์ได้กล่าวไว้ในการสัมภาษณ์ว่า

“เชื่อในหลักความเชื่อทางศาสนาที่ว่าด้วยการหวังผลบุญการตอบแทนจากพระเจ้า เป็นการทำความดีที่ให้เงินที่เราบริจาค นั้นทำงาน คือ ทำความดีแทนเราเป็นความดีที่เหมือนตั้งสายน้ำที่ไม่ขาดสาย ด้วยกับเงินบริจาค การลงแรง (ช่วยเหลืองานการกุศล) หรือการให้กำลังใจทำให้ความดีหรือผลบุญ นั้นส่งตรงถึงเราตลอดเวลา แม้ว่าชีวิตเราจะจากโลกนี้ไปแล้วก็ตาม แล้วความดีนั้นเหล่านั้นจะกลับไปตอบแทนตัวเราในโลกหน้า คือ ชีวิตหลังความตาย” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ A, การสื่อสารส่วนบุคคล, 1 ธันวาคม 2561)

“เชื่อว่าด้วยการทำความดีที่ให้เงินที่เราบริจาค นั้นไม่สูญเปล่าอย่างแน่นอน เพราะเงินที่เราได้บริจาคไปนั้น เสมือนเป็นความดี หรือการลงทุนของเรา ที่กำไรของมัน (ความดี) จะงอกเงยอย่างไม่มีวันจบสิ้น ความดีไหลเขาหาเราเหมือนตั้งสายน้ำที่ไม่ขาดสายด้วยกับเงินที่เราได้บริจาคให้ช่องได้ทำงานแทนเรา ไม่ว่าช่องจะทำรายการเกี่ยวกับเยาวชน หรือส่งเสริมความดี คุณธรรมแก่สังคม หรืออะไรก็ตาม เราก็จะได้ความดีหรือผลบุญตลอดเวลา ไปจนถึงโลกหน้า คือ ชีวิตหลังความตาย” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ B, การสื่อสารส่วนบุคคล, 3 ธันวาคม 2561)

“ความเชื่อทางศาสนาที่ว่าด้วยมีความดีเจ็ดประการ ที่ผลบุญของมันจะยังคงต่อเนื่องไม่ขาดสายแม้ผู้เป็นป่าวจะสิ้นลมหายใจอยู่ในหลุมศพไปแล้ว คือ การที่คนคนหนึ่งได้สั่งสอนเผยแผ่ความรู้, หรือชุดแม่น้ำลำธาร, ขุดบ่อน้ำ, ปลูกต้นอินทผลัม, สร้างมัสยิด, แจกจ่ายคัมภีร์อัลกรุอัน หรือมีลูกที่คอยวิงวอนขอภัยโทษให้แก่เขาหลังจากที่เขาตายไป และนั่นคือสาเหตุหลักในการบริจาค เพราะช่อง White Channel เป็นช่องที่ให้ความรู้ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ และช่วยส่งนำทางไปสู่หนทางที่เที่ยงตรงของศาสนา รู้จักพระเจ้าผู้เป็นเจ้าของที่พวกเขาจำเป็นต้องเคารพสักการะให้ความรู้สามารถแยกแยะได้ระหว่างทางนำกับทางที่หลงผิด สัจธรรมกับความเท็จและระหว่างสิ่งที่เป็นที่อนุมัติ

กับสิ่งต้องห้าม และนั่นทำให้เงินที่บริจาคไปอยู่ในหลักคำเชื่อที่ผลบุญของมันจะยังคงต่อเนื่องไม่ขาดสายแม้ผู้เป็นบ่าวจะสิ้นลมหายใจอยู่ในหลุมศพไปแล้ว” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ C, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 มกราคม 2562)

“หลักความเชื่อทางศาสนา ด้วยกับการทำความดีที่ให้เงินที่เราบริจาค นั้นไปหนักบนตราซึ่งความดีของเรา เพิ่มพูนไปอย่างต่อเนื่องและไม่สูญเปล่าแน่นอน เพราะเสมือนการที่นำเงินของเราไปซื้อต้นไม้ (ความดีผลบุญ) หนึ่งต้นมาปลูกไว้ ซึ่งแน่นอนว่ามันต้องเติบโตเพราะมีคนช่วยดูแลแทนเรา (White Channel) โดยที่ช่องได้ผลที่ออกดอกจากต้นไปขายต่อ (การเผยแพร่ความดี) แทนเรา เราก็เสมือนได้การขายนั้นคืนมาด้วย มันเป็นการลงทุนที่น้อยแต่ได้กำไรสูงมาก ไม่ว่าจะจน หรือจะรวยอยู่ที่ความตั้งใจในการบริจาคช่วยเหลือศาสนา ความดีจะงอกเงยอย่างไม่มีวันจบสิ้น แล้วเราจะภูมิใจในวันที่เรากลับไปโลกหน้า (ชีวิตหลังความตาย) บอกผลงานความดีต่อพระเจ้าของเรา” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ D, การสื่อสารส่วนบุคคล, 7 มกราคม 2562)

“แรงจูงใจหลักหรือเหตุผลหลักคือความเชื่อในศาสนาเรื่องการตอบแทนและผลบุญที่อัลลอฮ์เจ้าจะประทานให้เราในวันปรโลกหน้า ส่วนแรงจูงใจอื่นคืออยากที่จะให้สังคมไทยมีสื่อสีขาวที่ส่งเสริมคุณธรรมความดีสื่อที่นำเสนอคุณธรรมและจริยธรรมอันดีงามแก่สังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานีโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาหลากหลายเนื้อหาที่มีประโยชน์สอนคนให้เป็นคนดีของสังคมนำเสนอข่าวสารที่มีประโยชน์เป็นกลางถูกต้องเป็นกระบอกเสียงของผู้คนที่ถูกเอารัดเอาเปรียบในสังคม” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ E, การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 กุมภาพันธ์ 2562)

4.2.3 ด้านบุคลากร (Personal) คือ ผู้ที่มีหน้าที่บริหารที่จะต้องรับผิดชอบต่อการจัดการให้เกิดประสิทธิภาพ ความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรในการดำเนินงานต่าง ๆ ก็คือ การมีทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพ กระบวนการบริหารงานบุคคลจึงต้องมีขั้นตอนในการคัดสรรบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเหมาะสมกับตำแหน่งงาน เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรสำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล นั้นรวมไปถึงวิทยากรนักวิชาการศาสนา (ผู้รู้ทางด้านศาสนา) ด้วยเช่นกัน ทั้งนี้เพื่อให้หน่วยงานสามารถทำภารกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลตามความมุ่งหมาย ซึ่งผู้ถูกสัมภาษณ์ได้กล่าวไว้ในการสัมภาษณ์ว่า

“เชื่อมั่นในการดูแลกำกับโดย เซครีฎอ อะหมัด สมะดี (นักวิชาการอาวุโส) อยู่ในทีมบริหารเพราะมีกระบวนการตัดสินใจที่อ้างอิงจากหลักการศาสนา ว่าสิ่งไหนศาสนาอนุญาต หรือไม่อนุญาตให้กระทำได้มากำกับดูแลการทำงานต่าง ๆ เช่น รายการทีวีทุกรายการจะไม่มีปะปนกัน ระหว่างนักแสดงผู้หญิงกับนักแสดงผู้ชาย ถ้าทั้ง 2 ไม่ใช่ แม่ลูกกัน (ผู้หญิงจำกัด อายุ 3-10 และ 40 ขึ้นไป) หรือผู้ชายแต่งตัวโป้เปลือยโชว์เรือนร่าง ผู้ชายไม่ใส่กางเกงสั้นเหนือหัวเข่า ผู้หญิงไม่ใส่เสื้อผ้ารัดรูป เปิดเผยเส้นผมศีรษะ และให้เห็นผิวกาย เป็นต้น จึงทำให้รายการทั้งหมดที่ออกมานั้นมีคุณภาพที่ไม่ขัดต่อหลักศาสนา” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ F, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กุมภาพันธ์ 2562)

“ชื่นชอบวิทยากร ท่านแรก เซครีฎอ อะหมัด สมะดี (นักวิชาการอาวุโส) ที่จบปริญญาโท สาขาด้านการศาสนาโดยเฉพาะจากประเทศโมร็อกโก ตอบคำถามไขปัญหาทางศาสนาได้ตรงไปตรงมาชัดเจน และครบถ้วนเพราะท่านเป็นคนที่ศึกษาค้นคว้าตำราหนังสือต่าง ๆ จากนักวิชาการศาสนารุ่นเก่า ๆ ที่ได้ถ่ายทอดความรู้เป็นตำราหลายต่อหลายเล่ม

ท่านที่ 2 อ.ซิดดี๊ก มุฮัมหมัดฮาอิด ที่จบปริญญาตรีที่ประเทศอียิปต์ จบสาขาวิชาด้านศาสนาโดยตรงเช่นกัน ท่านตอบคำถามได้ชัดเจนและตรงไปตรงมา แต่ท่านมีอิริยาบถและถ้อยคำอ่อนโยนในการตอบคำถาม ทแต่ที่ชื่นชอบมากที่สุดใในคณาจารย์ทั้งหมด คือ เซครีฎอ อะหมัด สมะดี” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ F, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กุมภาพันธ์ 2562)

“เชื่อนั่น เซครีฎอ อะหมัด สมะดี (นักวิชาการอาวุโส) อยู่ในทีมบริหารเพราะมีกระบวนการตัดสินใจที่มาจากหลักการศาสนา ว่าสิ่งไหนศาสนานุญาต หรือ ไม่อนุญาต ให้กระทำได้มากำกับดูแลการทำงานต่าง ๆ ทำให้ชัดเจนต่อการทำงานที่จะส่งต่อไปยังทีมงานบุคลากรมีคุณภาพที่คอยสนับสนุนหลักการที่ทีมบริหารได้สั่งไว้อย่างชัดเจน ส่งผลให้รายการดีมีคุณภาพ เช่น รายการทีวีทุกรายการจะไม่มี การพูดจาหยาบคาย ไม่มีฉากข่มขืน หรือตบจูบ ไม่ปะปนนักแสดงผู้หญิงกับนักแสดงผู้ชาย หรือผู้ชายแต่งตัวโปเปลือย ผู้หญิงไม่โชว์เรือนร่างไม่เปิดเผยเส้นผมศีรษะ หรือโชว์ให้เห็นผิวกาย เป็นต้น จึงทำให้รายการทั้งหมดที่ออกมานั้นมีคุณภาพที่ไม่ขัดต่อหลักศาสนา” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ G, การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 มีนาคม 2562)

“ชื่นชอบนักวิชาการศาสนาที่เก่ง ๆ ในช่องหลายท่าน เช่น ท่านแรก เซครีฎอ อะหมัด สมะดี (นักวิชาการอาวุโส) ที่จบปริญญาโท สาขาด้านการศาสนาโดยเฉพาะ จากประเทศโมร็อกโก ตอบคำถามไขปัญหาทางศาสนาได้ตรงไปตรงมา อันไหนที่ศาสนาว่าทำได้คือทำได้ อันที่ศาสนาว่าทำไม่ได้ก็คือทำไม่ได้ ชัดเจน และไม่บิดเบือนข้อเท็จจริง เพราะท่านเป็นคนที่ศึกษาค้นคว้าตำราหนังสือต่าง ๆ จากนักวิชาการศาสนาหลายต่อหลายเล่มเยอะมาก

ท่านที่ 2 อ.บุคคอลลี อัลการ์มี ที่จบปริญญาตรี ที่ประเทศซีเรีย จบสาขาวิชาด้านศาสนาโดยตรงเช่นกัน ท่านตอบคำถามได้ชัดเจนและตรงไปตรงมา แต่ท่านมีการตอบด้วยน้ำเสียงที่ถ่อมตัว และถ้อยคำอ่อนโยน ในการตอบคำถามที่ และเป็นที่รักของเด็ก ๆ ในรายการบ่าวตัวน้อย ชื่นชอบมากที่สุดใในคณาจารย์ทั้งหมด คือ เซครีฎอ อะหมัด สมะดี (ผู้ถูกสัมภาษณ์ G, การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 มีนาคม 2562)

“เชื่อนั่น เซครีฎอ อะหมัด สมะดี (นักวิชาการอาวุโส) อยู่ในทีมบริหาร จึงทำให้มั่นใจได้ว่ากระบวนการผลิตรายการ หรือบริหารช่องนั้น จะต้องมาจากการตัดสินใจด้วยหลักการศาสนาที่เข้มขันจากท่าน ทำให้การทำงานต่างเป็นที่ว่าศาสนานุญาตอย่างแน่นอน ตามเจตนารมณ์ที่ว่าด้วย ผลิตสื่อที่ชาวสะอาดไม่ผิดหลักการศาสนา เช่น ไม่ผลิตสื่อขึ้นมาส่งเสริมให้ทำพวกอบายมุขทั้งหลาย การพนัน การทะเลาะวิวาท สิ่งของมีนเมา การขโมย ซึ่งการที่ท่านเข้มงวดด้วยการใช้หลัก



ศาสนา จึงทำให้สื่อช่อง White Channel ที่แตกต่างจากช่องฟรีทีวีทั่วไป จึงทำให้รายการทั้งหมดที่ออกมานั้นมีคุณภาพที่ไม่ขัดต่อหลักคำสอนของศาสนา” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ H, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 มีนาคม 2562)

“ชื่นชอบนักวิชาการศาสนาที่เก่ง ๆ ในช่องหลายท่าน เช่น ท่านแรก เซครีฎอ อะหมัด สมะดี (นักวิชาการอาวุโส) จบปริญญาตรีที่อียิปต์ ต่อด้วยจบปริญญาโท สาขาด้านการศาสนา จากประเทศโมร็อกโก มีเอกลักษณ์ด้านวินิจฉัยปัญหา แล้วตอบคำถามไขปัญหาทางศาสนาได้อย่างละเอียดตรงไปตรงมาชัดเจน และศึกษาค้นคว้าตำราหนังสือต่าง ๆ หลายต่อหลายเล่ม รวมทั้งตำรานักวิชาการรุ่นปัจจุบัน ท่านก็ตามอ่านเพื่อเพิ่มความรู้ปัญหาวิชาการในยุคสมัยใหม่

ท่านที่ 2 อ.นาอีม วงศ์เสงี่ยม ที่จบปริญญาตรี มหาวิทยาลัยฟาฏอนี ประเทศไทย ต่อด้วยศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชาตะวะฮฺ (การแผ่แพร่ศาสนา) จากประเทศซาอุดีอาระเบีย ท่านตอบคำถามได้ชัดเจนและตรงไปตรงมา แต่ท่านมีการตอบด้วยความสุขุมรอบคอบ และถ้อยคำอ่อนโยนในการตอบคำถามที่ และเป็นที่รักของเยาวชนค่ายอบรม (อบรมศาสนา) ภาคฤดูร้อนชื่นชอบมากที่สุด ในคณาจารย์ทั้งหมด คือ เซครีฎอ อะหมัด สมะดี” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ H, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 มีนาคม 2562)

“เชื่อมั่น เซครีฎอ อะหมัด สมะดี บริหารองค์กรเป็นบอร์ดบริหารที่ใช้หลักการในกรอบของศาสนาที่กำหนดทิศทางกระบวนการผลิตรายการ และในการบริหารช่องทีวีจะต้องตัดสินใจด้วยหลักการศาสนา เข้มงวดทุกรายการที่จะเผยแพร่สู่สายตาสาธารณชน ว่าเป็นสิ่งที่ศาสนาอนุญาต จะได้เป็นสื่อที่ชาวสะอาดตามกรอบของศาสนา ดังที่ตั้งใจเอาไว้ ไม่ผลิตสื่อขึ้นส่งเสริมเชิญชวนให้ทำในสิ่งที่ไม่ดีทั้งปวง เช่น ส่งเสริมอบายมุข สิ่งมีนเมา ยาเสพติด การเล่นเกม การทะเลาะวิวาท การลักขโมย จึงทำให้สื่อช่อง White Channel ที่นั้นมีรูปแบบที่น่าเสนอรายการที่แตกต่างจากช่องทั่วไป จึงทำให้รายการทั้งหมดที่มีคุณภาพ และไม่ขัดต่อหลักคำสอนอยู่ในกรอบของศาสนาอนุญาต (ผู้ถูกสัมภาษณ์ J, การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 มีนาคม 2562)

“นักวิชาการศาสนาที่เก่ง ๆ ในช่องหลายท่าน เช่น ท่านแรก เซครีฎอ อะหมัด สมะดี (นักวิชาการอาวุโส) จบปริญญาตรี จบปริญญาโท สาขาด้านการศาสนา จากต่างประเทศ อหรับมีความเชี่ยวชาญด้านวินิจฉัยปัญหา แล้วตอบคำถามไขปัญหาทางศาสนาได้อย่างละเอียดรอบคอบ ตรงไปตรงมาชัดเจน

ท่านที่ 2 อ.อับดุลวาเฮด หวังประโยชน์ ที่จบปริญญาตรี จากต่างประเทศ ท่านตอบคำถามได้ชัดเจน ตอบด้วยความรอบคอบในการตอบคำถาม และเป็นที่รักของเยาวชน ชื่นชอบมากที่สุด ในคณาจารย์ทั้งหมด คือ เซครีฎอ อะหมัด สมะดี” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ J, การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 มีนาคม 2562)



“เมื่อแรงจูงใจนั้นมาจากด้านศาสนาที่ช่องได้นำเสนอให้แก่พี่น้องไทย-มุสลิมในประเทศไทยแล้ว สิ่งที่สำคัญที่ทำให้ตัดสินใจสนับสนุนต่อมาก็คือ นักวิชาการของช่อง-ทีวีมุสลิม White Channel ที่มีความรู้มากมายหลายคนอยู่ในช่องหนึ่งนั้นก็คือ เซคริฎอ อะหมัด สมะดี (นักวิชาการอาวุโส) ผู้ทรงคุณวุฒิผู้ที่มีความรู้ทางด้านศาสนาที่เก่งและมากความรู้คนหนึ่งของประเทศไทย ซึ่งได้รับการชื่นชมจากผู้รู้ (นักวิชาการต่างแดน) ว่าเป็นคนที่เก่ง มีความรู้ วินิจฉัยถึงปัญหาต่าง ๆ ของศาสนาให้พี่น้องมุสลิมในประเทศไทยได้เข้าใจได้อย่างชัดเจน” (ผู้ถูกสัมภาษณ์ E, การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 กุมภาพันธ์ 2562)

#### 4.3 สรุปผลวิเคราะห์ปัจจัยการตัดสินใจของผู้สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel

จากข้อมูลการผลิตรูปแบบและเนื้อหาของสถานีโทรทัศน์ White Channel ผลิตรายการโทรทัศน์สีขาว ทั้งนี้พบว่า ช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel นั้นมีเนื้อหารายการ และรูปแบบรายการในการนำเสนอของช่องที่มีคุณภาพที่ไม่ขัดต่อหลักคำสอนของศาสนา รายการสนุกสนานเพลิดเพลิน น่าติดตาม รับชมได้ทุกเพศทุกวัย และส่งเสริมในเรื่องคุณธรรมความดี นำเรื่องศาสนาเข้าไปสอดแทรกในรายการต่าง ๆ ได้อย่างลงตัว และทางช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel มีหมวดหมู่รายการที่สอดรับต่อผู้สนับสนุนได้เป็นอย่างดี ตามทฤษฎีแนวคิดการจัดแบ่งประเภทและรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์ ของหัวข้อที่ 3 คือ การแบ่งตามบทบาทหน้าที่ของวิทยุโทรทัศน์ (ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และคณะ, 2547, หน้า 149-155 และสุปรีย์ สุวรรณบุรณ์, 2557)

รวมถึงการที่ช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel มีบุคลากรทีมบริหารที่ผู้สนับสนุนเชื่อมั่นในการบริหาร และคณาจารย์ผู้ให้ความรู้ทางด้านศาสนาหลายท่าน จึงทำให้มั่นใจได้ว่า กระบวนการผลิตรายการ หรือบริหารช่องนั้นจะต้องมาจากการตัดสินใจด้วยหลักการศาสนาที่เข้มข้นจากทีมผู้บริหาร และคณะบอร์ดซารีอะฮ์ (บอร์ดด้านศาสนา) ทำให้การทำงานเป็นที่ศาสนาอนุญาตอย่างแน่นอน ตามเจตนารมณ์ที่ว่าด้วย ผลิตสื่อที่ชาวสะอาดไม่ผิดหลักการศาสนา

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า “ปัจจัยการตัดสินใจ” ด้านความเชื่อจึงเป็นนัยที่สำคัญยิ่งที่ส่งเสริมให้ผู้สนับสนุนให้การสนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel แนวคิดปัจจัยการตัดสินใจด้านความเชื่อของนักวิชาการ อาที อัชฎายุส สุนทรศารทูล (2547, หน้า 34) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไว้ คือ ปัจจัยทางด้านสังคม เช่น วัฒนธรรม ประเพณี ค่านิยม ความเชื่อ หลักธรรมของสังคม ระบบการศึกษาและสิ่งแวดล้อม และ Reeder (1996, pp. 179-182 อ้างใน ชูชัย เทพสาร, 2546, หน้า 8-10) กล่าวว่า การตัดสินใจในรูปแบบจิตวิทยาสังคมนั้นโดยทั่วไปรูปแบบทางจิตวิทยาสังคม (Social Psychology) ที่เกี่ยวกับการตัดสินใจและพฤติกรรมของมนุษย์นั้น สถานภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองซึ่งเป็นปัจจัยภายนอก จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

โดยบุคคลจะแปลงสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองเหล่านั้นเข้าสู่ตัวคน ๆ นั้น ซึ่งการแปลงปัจจัยภายนอกมาสู่ตัวบุคคลนี้จะอยู่ในรูปของความเชื่อ (Beliefs) ความเชื่อ (Belief Orientation) คือ การรับรู้หรือความเข้าใจของแต่ละคนหรือของกลุ่มต่อสิ่งที่เกิดขึ้น ความเชื่อนั้นเป็นผลมาจากการที่บุคคลได้รับรู้ไม่ว่าจะเป็นแนวคิดหรือความรู้ที่ตนเองซึ่งความเชื่อจะมีผลต่อการตัดสินใจของบุคคลและพฤติกรรมทางสังคมบุคคลในกรณีที่ว่าบุคคลและจะเลือกรูปแบบของพฤติกรรมบนพื้นฐานของความเชื่อที่ตนยึดมั่นอยู่ ซึ่งความเชื่อนี้ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2525, หน้า 25) ต่างกล่าวไปในทิศทางเดียวกันว่า นอกเหนือจากสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือแม้แต่การเมืองซึ่งเป็นปัจจัยภายนอก นั้นไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจด้านความเชื่อส่วนบุคคล ซึ่งอาจหมายรวมระดับครอบครัวไปจนถึงระดับประเทศชาติ ซึ่งช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel ผลิตเนื้อหารายการ และรูปแบบรายการในการนำเสนอของช่องที่มีคุณภาพที่ไม่ขัดต่อหลักคำสอนของศาสนาที่แตกต่างจากช่องฟรีทีวีทั่วไป และเชื่อมั่นที่ที่ช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel มีทีมผู้บริหารคณะบอร์ดบริหารชาธิอะฮ์ (บอร์ดด้านศาสนา) จึงทำให้มั่นใจได้ว่ากระบวนการผลิตรายการ หรือบริหารช่องนั้น จะต้องมาจากการตัดสินใจด้วยหลักการศาสนาที่เข้มขันเป็นที่ศาสนาอนุญาตไม่ผิดหลักการศาสนาอย่างแน่นอน บวกเข้ากับความเชื่อทางศาสนาของผู้สนับสนุนว่าการบริจาคสนับสนุนด้วยเงินบริจาคของเค้านั้นไม่มีวันสูญเปล่า ได้สอดคล้องกับแนวคิดของนักวิชาการที่กล่าวมา

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยในการตัดสินใจของผู้สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel” จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาประเภทเนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอของสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel 2) เพื่อศึกษาประเภทปัจจัยในการตัดสินใจสนับสนุนกับสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel โดยวิเคราะห์จากข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์ส่วนบุคคล และการวิเคราะห์เนื้อหาของผู้ที่สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2561-31 มีนาคม พ.ศ. 2562

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ “ปัจจัยในการตัดสินใจของผู้สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel” พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจของผู้สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel นั้นสามารถแบ่งหน่วยการวิเคราะห์ได้เป็น 2 ด้าน คือ

5.1.1 ด้านประเภทของช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel แบ่งเป็น 2 ด้าน ได้แก่

5.1.1.1 ด้านรูปแบบรายการในช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel

1) ผลการวิจัยด้านเนื้อหาการนำเสนอ

จากการศึกษาด้านประเภทของเนื้อหาช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel พบว่าผู้ถูกสัมภาษณ์ชอบเนื้อหารายการที่นำเสนอ เพราะมีความหลากหลายทั้งรายการวาไรตี้ รายการข่าว รายการเกี่ยวกับแพทย์มาให้ความรู้ รายการเด็ก มีรายการสดได้ตอบกับผู้รับชมสามารถรับชมได้ทุกเพศทุกวัย และตอบโจทย์คนดูที่ต้องการชมสาระและการนำเสนอดีแบบช่องฟรีทีวี ทำให้รายการทั้งหมดที่มีคุณภาพ ที่สำคัญคือเนื้อหาของช่องไม่ผิดต่อหลักคำสอนของศาสนา

2) ผลการวิจัยด้านรูปแบบการนำเสนอ

5.1.1.2 ด้านประเภทเนื้อหารายการในช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel

ตารางที่ 5.1: ตารางอัตราส่วนของผังรายการของช่อง White Channel ปี 2562 รายการหลักที่มีเปอร์เซ็นต์ (%) สูงสุดอยู่ 3 หมวดหมู่

หมวดหมู่รายการ	รูปแบบรายการ	ประเภทเนื้อหา	มีกี่รายการ	เปอร์เซ็นต์ (%)
รายการความรู้ทั่วไป	พุดคุย	ความรู้ทั่วไป	18 รายการ	41.8%
รายการตอบปัญหาศาสนา	พุดคุย	ปัญหาศาสนา	8 รายการ	18.6%
รายการข่าว	ข่าว	ข่าว	8 รายการ	18.6%

ที่มา: สถานีโทรทัศน์ White Channel. (2562). จำนวนหมวดหมู่และจำนวนรายการ มกราคม ถึง ธันวาคม 2562. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

จากการศึกษาด้านรูปแบบในช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel พบว่าประเภทของรูปแบบในช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel มีทั้งหมด 7 หมวดหมู่ด้วยกัน ได้แก่ รายการเด็ก รายการสุขภาพสตรี รายการผู้สูงอายุ รายการความรู้ทั่วไป รายการสุขภาพ รายการตอบปัญหาศาสนา รายการข่าว แต่จากข้อมูลข้างต้นแล้วรูปแบบหมวดหมู่รายการหลักที่มีเปอร์เซ็นต์ (%) สูงสุดอยู่ 3 หมวดรายการด้วยกัน คือ 1) รายการความรู้ทั่วไป 2) รายการถามตอบปัญหาศาสนา 3) รายการข่าว ดังนี้

1) หมวดรายการความรู้ทั่วไป มีจำนวนรายการคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ที่มากที่สุด คือ 41.8% เป็นรูปแบบรายการพุดคุยหรือเสวนาเป็นการนำเสนอเรื่องราวทั้งเรื่องทั่วไปและเรื่องราวเกี่ยวกับศาสนา ทั้งนี้จะมีการเปิดโอกาสให้ผู้ชมสามารถถามคำถามในรายการได้ทั้งรายการที่เกี่ยวกับเรื่องทั่วไป เป็นการนำเสนอในลักษณะที่ไม่เป็นทางการมากนัก หรืออาจเป็นวิชาการมากเกินไป แต่มีการเพิ่มความเข้มข้นหรือความน่าสนใจให้เนื้อหามากขึ้น โดยการได้ตอบการซักถามจากผู้ดำเนินรายการ เช่น รายการ “คุยถูกคอ” เป็นรายการที่นำเสนอเรื่องทั่วไปที่เกิดขึ้นด้วยการพุดคุยอย่างเป็นกันเองบอกข่าวคราวของทางสถานีอย่างสบาย ๆ หรือรายการที่มีการพุดคุย เสวนาปกติแต่เพิ่มสีสันบางอย่างเข้าไป เช่น รายการ “บัยยิหนุ” ที่มีพิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการ 3 คน จากกลุ่มนักร้อง (อนาซิด) ของสถานีมาพุดคุยกันในเรื่องศาสนาให้เข้าใจอย่างง่าย ๆ อย่างน่าสนใจเพราะมีการนำเสนอบทเพลงในบางช่วงด้วย และอีกหนึ่งรายการที่ได้นำเสนอเรื่องของสุขภาพให้เข้าใจได้อย่างง่ายดาย

ผ่านการพูดคุยซักถามในรายการ “แพทย์นบี” ที่นำหลักการการรักษาตามหลักศาสนามาใช้และเปิดโอกาสให้ทางบ้านโทรศัพท์เข้ามาปรึกษาปัญหา ลักษณะรายการที่พบในรูปแบบนี้ได้แก่ ละครสอนคน โลกสวยด้วยอิสลาม สถานีตะวะฮฺ บ่าวตัวน้อย อธิบายอัล-ฮาดิษ และภารกิจสีเขียว

2) หมวดถามตอบปัญหาศาสนา มีจำนวนรายการคิดเป็นเปอร์เซ็นต์รองลงมา คือ 18.6% เป็นการผลิตรายการเพื่อให้ความรู้กับผู้ชมที่มีปัญหาในเรื่องศาสนา รูปแบบรายการสดให้ความรู้ผู้ชมได้มีปฏิสัมพันธ์ได้ตอบและมีส่วนร่วมกับผู้รับชมรู้สึกได้ใกล้ชิด มีการปฏิสัมพันธ์กับคู่สนทนา การพูดคุยประเด็นเกี่ยวกับศาสนาที่กระทัดรัดไม่ยาว และตรงประเด็นมีการนำเสนอเนื้อหาโดยมี ผู้รู้ นักวิชาการของช่อง มาไขปัญหาศาสนาจากทางบ้านเป็นการถาม-ตอบในเรื่องเฉพาะนั้น ๆ ตามหัวข้อของรายการ หรือปัญหาเร่งด่วนที่เกี่ยวกับปัญหาทางศาสนาเท่านั้น เพื่อความเข้าใจได้ง่ายและสะดวกต่อตัวผู้ถามจากทางบ้าน และผู้รับชมจากทางบ้านท่านอื่นด้วย ซึ่งเกือบทั้งหมดของผู้ถูกสัมภาษณ์ทั้ง 10 ท่าน ชอบรูปแบบหมวดรายการนี้

3) หมวดรายการข่าว มีจำนวนรายการคิดเป็นเปอร์เซ็นต์รองลงมา คือ 18.6% เป็นรูปแบบการผลิตรายการข่าวที่เพื่อสื่อสารที่สู้กันด้วยข่าวสาร ด้วยศีลธรรมและปรัชญาธรรม ที่มาจากพระเจ้า “ฝ่ายข่าว” ในไวท์แซนแนล ไม่ใช่เพียงแผนกแผนกหนึ่งที่มีไว้เพียงระดับสถานี ฝ่ายข่าวของเราถูกผู้บริหารวางเป็นหัวหอก ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งสถานี ก็เพื่อตอบโจทย์ผู้ชมที่อยากหลีกเลี่ยงสิ่งต้องห้ามในการรับชมสำนักข่าวไวท์ จึงมีไว้เพียงรายการข่าวที่ไม่มีเสียงดนตรีไม่มีภาพหญิงสาวเท่านั้น จริงอยู่ที่ภาพลักษณะนี้อาจเป็นภาพจำแรก ๆ ของผู้ชม แต่หากพิจารณาอีก ๆ แล้ว จะพบอะไรมากกว่านั้น จะพบกับหลายสิ่งที่สำนักข่าวไวท์นำเสนอ ไม่ว่าจะเป็นสื่อบุคคล รายงานข่าวเช้า รายงานข่าวเที่ยง รวมถึงประเด็นร้อนต่าง ๆ ก็จะนำเสนอให้อยู่ในกรอบของอิสลาม

5.1.2 ด้านปัจจัยการตัดสินใจของผู้สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel ประกอบด้วย

5.1.2.1 ด้านค่านิยม (Value Standard) เป็นสิ่งที่บุคคลยึดถือเป็นเครื่องช่วยตัดสินใจและกำหนดการกระทำของตนเองเป็นความเชื่ออย่างหนึ่งที่มีลักษณะค่อนข้างถาวร ผู้กระทำเชื่อว่าวิถีปฏิบัติบางอย่างเป็นสิ่งที่ดีเองหรือสังคมเห็นดีเห็นชอบที่จะยึดถือปฏิบัติ ค่านิยมของมนุษย์หรือของผู้กระทำทางสังคมจะแสดงออกทางทัศนคติและพฤติกรรมของผู้กระทำทุกรูปแบบ ดังนั้นค่านิยมจึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ และการกระทำทางสังคมของบุคคลโดยบุคคลพยายามที่จะกระทำให้สอดคล้องกับค่านิยมที่ตนเองยึดถืออยู่ ซึ่งผู้ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่กล่าวไว้ว่าที่เลือกรับชมช่องก็เพราะรายการทีวีทุกรายการจะไม่มีปะปนกันระหว่างนักแสดงผู้หญิงกับนักแสดงผู้ชาย หรือผู้ชายแต่งตัวไปเปลือยโชว์เรือนร่าง ผู้ชายไม่ใส่กางเกงสั้นเหนือหัวเข้า ผู้หญิงไม่ใส่เสื้อผ้ารัดรูป เปิดเผยเส้นผมศีรษะ และให้เห็นผิวหนัง เป็นต้น จึงทำให้รายการทั้งหมดที่ออกมานั้นมีคุณภาพที่ไม่ขัดต่อหลักศาสนา

5.1.2.2 ด้านความเชื่อ (Belief Orientation) คือ การรับรู้หรือความเข้าใจของแต่ละคนหรือของกลุ่มต่อสิ่งที่เกิดขึ้น ความเชื่อเป็นผลมาจากการที่บุคคลได้รับรู้ไม่ว่าจะเป็นแนวคิดหรือความรู้ที่ตนเองซึ่งความเชื่อจะมีผลต่อการตัดสินใจของบุคคลและพฤติกรรมทางสังคมบุคคลในกรณีที่ว่าบุคคลและจะเลือกรูปแบบของพฤติกรรมบนพื้นฐานของความเชื่อที่ตนยึดมั่นอยู่ ซึ่งความเชื่อนี้ ซึ่งผู้ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ได้กล่าวไว้ว่า รับชมสนับสนุนช่องเพราะเชื่อในหลักความเชื่อทางศาสนา หวังผลบุญการตอบแทนจากพระเจ้า เป็นการทำความดีที่ให้เงินที่เราบริจาค ทำความดีแทนเราได้รับความดีที่เหมือนดั่งสายน้ำที่ไม่ขาดสายด้วยกับเงินบริจาค การลงแรง (ช่วยเหลืองานการกุศล) หรือการให้กำลังใจทำให้ความดีหรือผลบุญนั้นส่งตรงถึงเราตลอดเวลา แม้ว่าชีวิตเราจะจากโลกนี้ไปแล้วก็ตาม แล้วความดีนั้นเหล่านั้นจะกลับไปตอบแทนตัวเราในโลกหน้า คือ ชีวิตหลังความตาย

5.1.2.3 ด้านบุคลากร (Personal) คือ ผู้ที่มีหน้าที่บริหารที่จะต้องรับผิดชอบต่อการจัดการให้เกิดประสิทธิภาพ ความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร ในการดำเนินงานต่าง ๆ ก็คือ การมีทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพ กระบวนการบริหารงานบุคคลจึงต้องมีขั้นตอนในการคัดสรรบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเหมาะสมกับตำแหน่งงาน เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรสำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล นั้นรวมไปถึง วิทยากร นักวิชาการศาสนา (ผู้รู้ทางด้านศาสนา) ด้วยเช่นกัน ทั้งนี้เพื่อให้หน่วยงานสามารถทำภารกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามความมุ่งหมาย ซึ่งผู้ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ได้กล่าวไว้ว่า ชื่นชอบวิทยากร ท่านแรก เซคริฎอ อะหมัด สมะดี (นักวิชาการอาวูโส) ที่จบปริญญาโท สาขาด้านการศาสนาโดยเฉพาะ จากประเทศโมร็อกโก ตอบคำถามไขปัญหาทางศาสนาได้ตรงไปตรงมาชัดเจน และครบถ้วนเพราะท่านเป็นคนที่ศึกษาค้นคว้าตำราหนังสือต่าง ๆ จากนักวิชาการศาสนารุ่นเก่า ๆ ที่ได้ถ่ายทอดความรู้เป็นตำราหลายต่อหลายเล่ม และเป็นที่ยอมรับมากที่สุดของคนในศาสนาทั้งหมด คือ เซคริฎอ อะหมัด สมะดี และเชื่อมั่นทีมบริหาร จึงทำให้มั่นใจได้ว่ากระบวนการผลิตรายการ หรือบริหารช่องนั้น จะต้องมาจากการตัดสินใจด้วยหลักการศาสนาที่เข้มแข็งจากท่าน ทำให้การทำงานต่างเป็นที่ว่าศาสนาอนุญาตอย่างแน่นอนตามเจตนารมณ์ที่ว่าด้วยผลดีที่ชาวสะอาดไม่ผิดหลักการศาสนา เช่น ไม่ผลิตสื่อขึ้นมาส่งเสริมให้ทำพวกอบายมุขทั้งหลาย การพนัน การทะเลาะวิวาท สิ่งของมีนเมา การขโมย ซึ่งการที่ท่านเข้มงวดด้วยการใช้หลักศาสนา จึงทำให้สื่อช่อง White Channel ที่แตกต่างจากช่องฟรีทีวีทั่วไป จึงทำให้รายการทั้งหมดที่ออกมานั้นมีคุณภาพที่ไม่ขัดต่อหลักคำสอนของศาสนา

## 5.2 อภิปรายผล

สถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel ก่อตั้งขึ้นเพื่อเป้าหมายเป็นสถานีโทรทัศน์ White Channel ผลิตรายการโทรทัศน์สีขาว ที่มีเนื้อหาสร้างสรรค์ สำหรับทุกคนในครอบครัวเสนอมาตรฐานใหม่ให้สังคมทั่วไปในการใช้ศีลธรรมในการแก้ปัญหาสังคม นำเสนอหลักการอิสลามกับสังคมมุสลิม



อย่างมีศิลปะ “เนื้อหาหลักของสถานีโทรทัศน์ White Channel” สถานีโทรทัศน์ White Channel เป็นสถานีวาระดีที่มีการเทศนาธรรมตามคำสอนอิสลามเป็นหลัก

ทั้งนี้พบว่า ช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel นั้นมีเนื้อหารายการ และรูปแบบรายการในการนำเสนอของช่องที่มีคุณภาพที่ไม่ขัดต่อหลักคำสอนของศาสนา รายการสนุกสนาน เพลิดเพลิน น่าติดตาม รับชมได้ทุกเพศทุกวัย และส่งเสริมในเรื่องคุณธรรมความดี นำเรื่องศาสนาเข้าไปสอดแทรกในรายการต่าง ๆ ได้อย่างลงตัว และทางช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel มีหมวดหมู่รายการที่สอดคล้องกับผู้สนับสนุนได้เป็นอย่างดี รวมถึงการที่ช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel มีบุคลากรที่บริหารจัดการที่ผู้สนับสนุนเชื่อมั่นในการบริหาร และคณาจารย์ผู้ให้ความรู้ทางด้านศาสนาหลายท่าน จึงทำให้มั่นใจได้ว่ากระบวนการผลิตรายการ หรือบริหารช่องนั้น จะต้องมาจากการตัดสินใจด้วยหลักการศาสนาที่เข้มข้นจากทีมผู้บริหาร และคณะกรรมการวิชาชีพ (บอร์ดด้านศาสนา) ทำให้การทำงานเป็นที่ศาสนาอนุญาตอย่างแน่นอน ตามเจตนารมณ์ที่ว่าด้วย ผลิตสื่อที่ชาวสะอาดไม่ผิดหลักการศาสนา

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า “ปัจจัยการตัดสินใจ” ด้านความเชื่อจึงเป็นนัยที่สำคัญยิ่งที่ส่งเสริมให้ผู้สนับสนุนให้การสนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel แนวคิดปัจจัยการตัดสินใจด้านความเชื่อของนักวิชาการ อาทิ อับดุลฮาคิม สุนทรสารทูล (2547, หน้า 34) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไว้ คือ ปัจจัยทางด้านสังคม เช่น วัฒนธรรม ประเพณี ค่านิยม ความเชื่อ หลักธรรมของสังคม ระบบการศึกษาและสิ่งแวดล้อม และ Reeder (1996, pp. 179-182 อ้างใน ชูชัย เทพสาร, 2546, หน้า 8-10) กล่าวว่า การตัดสินใจในรูปแบบจิตวิทยาสังคมนั้นโดยทั่วไปรูปแบบทางจิตวิทยาสังคม (Social Psychology) ที่เกี่ยวกับการตัดสินใจและพฤติกรรมของมนุษย์นั้น สถานภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองซึ่งเป็นปัจจัยภายนอก จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยบุคคลจะแปลงสถานภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองเหล่านั้นเข้าสู่ตัวคน ๆ นั้น ซึ่งการแปลงปัจจัยภายนอกมาสู่ตัวบุคคลนี้จะอยู่ในรูปของความเชื่อ (Beliefs) ความเชื่อ (Belief Orientation) คือ การรับรู้หรือความเข้าใจของแต่ละคนหรือของกลุ่มต่อสิ่งที่เกิดขึ้น ความเชื่อนั้นเป็นผลมาจากการที่บุคคลได้รับรู้ไม่ว่าจะเป็นแนวคิดหรือความรู้ที่ตนเองซึ่งความเชื่อจะมีผลต่อการตัดสินใจของบุคคล และพฤติกรรมทางสังคมบุคคลในกรณีที่ว่าบุคคลและจะเลือกรูปแบบของพฤติกรรมบนพื้นฐานของความเชื่อที่ตนยึดมั่นอยู่ ซึ่งความเชื่อนี้ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2525, หน้า 25) ต่างกล่าวไปในทิศทางเดียวกันว่า นอกเหนือจากสถานภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือแม้แต่การเมืองซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกนั้นไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจด้านความเชื่อส่วนบุคคล ซึ่งอาจหมายรวมระดับครอบครัว ไปจนถึงระดับประเทศชาติ ซึ่งช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel ผลิตเนื้อหารายการ และรูปแบบรายการในการนำเสนอของช่องที่มีคุณภาพที่ไม่ขัดต่อหลักคำสอนของศาสนาที่แตกต่างจากช่องฟรีทีวีทั่วไป และเชื่อมั่นที่ที่ช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel มีทีมผู้บริหาร คณะบอร์ดบริหาร



ซารีอะฮ์ (บอรรถด้านศาสนา) จึงทำให้มั่นใจได้ว่ากระบวนการผลิตรายการ หรือบริหารช่องนั้นจะต้องมาจากการตัดสินใจด้วยหลักการศาสนาที่เข้มขันเป็นที่ศาสนาอนุญาตไม่ผิดหลักการศาสนาอย่างแน่นอน บวกเข้ากับความเชื่อทางศาสนาของผู้สนับสนุนว่าการบริจาคสนับสนุนด้วยเงินบริจาคของเขานั้นไม่มีวันสูญเปล่า ได้สอดคล้องกับแนวคิดของนักวิชาการที่กล่าวมา

ดังนั้นการศึกษาด้านการตัดสินใจของผู้สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel นั้นที่มาจากสภาพแวดล้อมแบบใดแบบหนึ่งแต่มีความเชื่อที่เหมือนกันจนเกิดเป็นลักษณะเฉพาะตัวของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างองค์และผลิตเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพหรือพฤติกรรมผู้บริโภคเฉพาะตัวนั้น ๆ จึงจำเป็นมากสำหรับการผลิตเนื้อหาช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel รวมไปถึงเนื้อหาขององค์กร หน่วยงาน และบริษัทอื่น ๆ อันจะส่งผลให้เกิดการมีส่วนร่วมสูงสุด

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

5.3.1.1 ควรเพิ่มเนื้อหารายการประเภทตอบคำถามปัญหาศาสนาหรือรายการอื่นที่มีผู้สนับสนุนชื่นชอบมากที่สุด คือ นักวิชาการ เชคริฎอ อะหมัด สมะดี เป็นผู้ดำเนินรายการให้ความรู้ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel

5.3.1.2 ผลสำรวจจากการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลของผู้สนับสนุนสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับการบริหารองค์กรและการผลิตเนื้อหารายการในอนาคต เพื่อให้ผู้ที่สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel รู้สึกพึงพอใจมากขึ้น

5.3.1.3 ควรที่จะเพิ่มรูปแบบการนำเสนอ พอดแคสต์ (Podcast) ซึ่งเป็นการเผยแพร่ในรูปแบบเสียงเหมือนการฟังรายการวิทยุ ไม่ว่าจะป็นรายการย้อนหลังผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สืบเนื่องมาจากเป็นที่นิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ (Am2b Marketing, 2561)

5.3.1.4 ไม่ว่าจะนำเสนอผลิตเนื้อหารายการประเภทใด รูปแบบใด ก็ตามควรจะคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อเนื้อหานั้น ๆ เป็นอันดับแรก มากกว่าที่จะคำนึงว่า เราต้องการบอกอะไร ซึ่งข้อนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับขององค์กร

#### 5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

5.3.2.1 การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) แบบการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลจากผู้สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel จำนวน 10 คน การสัมภาษณ์แบบปลายปิด จึงอาจยังให้ข้อมูลและข้อเท็จจริงที่ไม่ลึกซึ้งหรือครอบคลุมนัก ซึ่งสมควรมีการวิจัยเชิงลึกกับผู้ที่มีส่วนร่วมในการวิจัยครั้งต่อ ๆ ไป

5.3.2.2 การวิจัยควรรศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้สนับสนุนที่ครอบคลุมทั่วประเทศให้มากยิ่งขึ้นกว่าเดิมจะสามารถสะท้อนผลการดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel ได้  
อย่างครอบคลุมมากขึ้น



## บรรณานุกรม

- กิตติยา หมัดนุรักษ์. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกรับชมรายการทางโทรทัศน์ ดาวเทียมในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- จิระจิตต์ ราคา. (2540). *การตัดสินใจและการควบคุม*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2548). *การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชนันท์สิริ สายเป่า. (2543). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน*. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชัยยงค์ พรหมวงศ์, นิคม ทาแดง และไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค. (2547). *ความรู้เรื่องรูปแบบรายการโทรทัศน์*. สืบค้นจาก <http://www.ipesp.ac.th/learning/thai/chapter9-3.html>.
- ชูดา จิตพิทักษ์. (2525). *พฤติกรรมศาสตร์เบื้องต้น (ครั้งที่พิมพ์ 2)*. กรุงเทพฯ: สารมวลชน.
- ชูชัย เทพสาร. (2546). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือกบริษัทรักษาความปลอดภัย: กรณีศึกษาผู้ประกอบการซื้อ-ขายแลกเปลี่ยนรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- दनัย จันทร์เจ้าฉาย. (2552). *White ocean strategy กลยุทธ์น่านน้ำสีขาว*. กรุงเทพฯ: ดีเอ็มจี.
- ทิพย์มาศย์ พิมลศักดิ์. (2539). *ผลการใช้ชุดการแนะแนวอาชีพที่มีต่อการตัดสินใจเลือกอาชีพของนักเรียน นานาชาติชั้นต้น ปีที่ 3*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นันทสิทธิ์ แก้วทิพย์เนตร. (2555). *พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ของนักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชลบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปติดา ชูพันธ์ดี. (2554). *กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนโครงการสังคมสีขาวของบริษัท ไดีเร็กซ์ มีเดีย กรุ๊ป (ประเทศไทย) จำกัด*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประทีป จินนี่. (2540). *การวิเคราะห์พฤติกรรมและการปรับพฤติกรรม*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พระมหาคัมภีร์อัครอรานพร้อมคำแปลเป็นภาษาไทย. (2553). *ชาอูดีอาระเบีย: ยูเรก้า*.
- พรศรี สุขสวัสดิ์. (2533). *เหตุผลในการเลือกเรียนวิชาบรรณารักษศาสตร์ของนักศึกษาปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยของรัฐและวิทยาลัยครู*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- พัทยา สายหู. (2516). *โลกสมมติ*. กรุงเทพฯ: ศึกษิตสยาม.
- พิบูล ทีปะปาล. (2534). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: มิตรสัมพันธ์กราฟฟิคอาร์ต.
- ไพบูลย์ เทวรักษ์. (2529). *ศึกษาพฤติกรรมภายนอกและภายใน*. กรุงเทพฯ: โครงการตำรา  
วิทยาศาสตร์อุตสาหกรรม.
- มนัสนันท์ อภิรมย์วิจิตร. (2554). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเปิดรับชมรายการข่าวบันเทิงของ  
ประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต,  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542*. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์  
พับลิเคชั่น.
- ลิขิต กาญจนภรณ์. (2525). *พื้นฐานพฤติกรรมมนุษย์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วรรณมา พรหมบุรณย์. (2540). *การพัฒนามนุษย์ที่ยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: สหธรรมมิก.
- วัชรวิ ทรัพย์มี. (2539). *หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับบริการปรึกษา*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัย  
ธรรมาธิราช.
- วุฒิชัย จำนง. (2540). *การจูงใจในองค์การธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- สถานีโทรทัศน์ White Channel. (2562). *จำนวนหมวดหมู่และจำนวนรายการ มกราคม ถึง  
ธันวาคม 2562*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- สุปรดี สุวรรณบุรณ. (2557). *รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์*. สืบค้นจาก <http://www.ipesp.ac.th/learning/thai/chapter9-3.html>.
- สุวสา ชัยสุรัตน์. (2537). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: ภูมิบัณฑิตการพิมพ์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). *กลยุทธ์การตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อดุลย์ ปู่ทอง. (2557). *โครงการจัดตั้งบริษัทผลิตรายการขายสินค้าทางสถานีโทรทัศน์มุสลิม.  
การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ*.
- อรทัย ศรีสันติสุข. (2528). *บทบาทหน้าที่ของวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์*. นนทบุรี:  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อรุณศรี กุมพ. (2529). *การให้ข้อมูลที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย  
ศรีนครินทรวิโรฒ.
- อัมภาจุฑา สุนทรสารทูล. (2547). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้วงจรระบบดิจิทัล ของบริษัท  
ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าประเภทธนาคาร*. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

- อัลสุดา ชนิดพัฒนา, กุลวาณี อาบีดิน และวลลิตา งามโชนง. (2556). *องค์กรสีขาวต้นแบบของประเทศไทย กรณีศึกษา สถานีความดี 24 ชั่วโมง*. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Am2b Marketing. (2561). *รู้จัก Content Marketing คืออะไร? สำคัญอย่างไรในองค์กร*. สืบค้นจาก <https://www.am2bmarketing.co.th/content-marketing>.
- Cronbach, L. J. (1972). *Essentials of psychological testing* (5<sup>th</sup> ed.). New York: Harperb Collions.
- Hanna, N., & Wozniak, R. (2001). *Consumer behavior: An applied approach*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kluckhohn, C. (1951). Values and value orientations in the theory of action. In T. Parsons & E. A. Shils, (Eds.), *Toward a general theory of action*. Cambridge: Harvard University Press.
- Lindzey, G., & Aronson, E. (1968). The handbook of social psychology. *Journal of Experimental Social Psychology*, 4, 26-34.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2003). *Customer behavior* (5<sup>th</sup> ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Smelser, N. J. (1968). *Theory of collective behavior*. Lincoln, UK: Routledge and Kegan Paul.
- Szilagyi, A. D. (1984). *Management and performance* (3<sup>rd</sup> ed.). Glenview, IL: Scott, Foresman.
- White Channel สถานีความดี 24 ชม. (2562 ก). *รายการข่าวตัวน้อย*. สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/tv.whitechannel/?pageid=228319920583995&ftentid=2535400883209209&padding=0>.
- White Channel สถานีความดี 24 ชม. (2562 ข). *รายการข่าว*. สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/tv.whitechannel/?pageid=228319920583995&ftentid=2535400883209209&padding=0>.
- White Channel สถานีความดี 24 ชม. (2562 ค). *รายการเรื่องร้องเรียน*. สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/tv.whitechannel/?pageid=228319920583995&ftentid=2535400883209209&padding=0>.

White Channel สถานีความถี่ 24 ชม. (2562 ง). *รายการบี้ยินุน*. สืบค้นจาก

<https://www.facebook.com/tv.whitechannel/?pageid=228319920583995&ftentid=2535400883209209&padding=0>.

White Channel สถานีความถี่ 24 ชม. (2562 จ). *รายการแพทย์นปี*. สืบค้นจาก

<https://www.facebook.com/tv.whitechannel/?pageid=228319920583995&ftentid=2535400883209209&padding=0>.

White Channel สถานีความถี่ 24 ชม. (2562 ฉ). *รายการแนวทางที่เที่ยงตรง*. สืบค้นจาก

<https://www.facebook.com/tv.whitechannel/?pageid=228319920583995&ftentid=2535400883209209&padding=0>.

White Channel สถานีความถี่ 24 ชม. (2562 ช). *รายการแนวความรู้ทั่วไป*. สืบค้นจาก

<https://www.facebook.com/tv.whitechannel/?pageid=228319920583995&ftentid=2535400883209209&padding=0>.

White Channel สถานีความถี่ 24 ชม. (2562 ซ). *รายการถามตอบปัญหาศาสนา*. สืบค้นจาก

<https://www.facebook.com/tv.whitechannel/?pageid=228319920583995&ftentid=2535400883209209&padding=0>.

White Channel สถานีความถี่ 24 ชม. (2562 ฅ). *รายการข่าว*. สืบค้นจาก

<https://www.facebook.com/tv.whitechannel/?pageid=228319920583995&ftentid=2535400883209209&padding=0>.

**ประวัติผู้เขียน**

ชื่อ-นามสกุล	ยลวุธ เกตุเที่ยงกิจ
อีเมล	yollawut.kedt@bumail.net
ประวัติการศึกษา	ระดับปริญญาตรี คณะศิลปกรรมศาสตร์ สาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ประสบการณ์การทำงาน	- Assistant Manager, Corporate and Brand C.P.Land Public Co., Ltd. - Corporate Communication Islamic Bank of Thailand





มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 7 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2562

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) ..... อยู่บ้านเลขที่ 41/8  
ซอย ลาดศิลาภาม ถนน สีลม แขวง ปิ่นเกล้า ตำบล/แขวง ดุสิต กรุงเทพมหานคร  
อำเภอ/เขต บางกอกน้อย จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10700  
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7610 300 381  
ระดับปริญญา  ตรี  โท  เอก  
หลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ คณะ นิเทศศาสตร์  
ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย  
กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/  
วิทยานิพนธ์หัวข้อ ปัจจัยในการตัดสินใจของผู้ส่งไปรษณีย์ ช่องทางการโทรศัพท์ (มัลติมีเดีย)  
White Channel

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ..... นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ..... ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
(ต่อไปนี้จะเรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี  
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่  
ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้  
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ  
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาลิขสิทธิ์ในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ  
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ  
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา  
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย  
ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ [REDACTED] ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ  
( [REDACTED] )

ลงชื่อ [REDACTED] ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ  
(อาจารย์อภิญญา จุลพิสิฐ)  
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ [REDACTED] พยาน  
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ [REDACTED] พยาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.ปฐมา สตะเวทิน)  
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร