

ปัจจัยในการตัดสินใจของผู้สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์มุสลิม White Channel  
Factors in making decision of TV Muslims White channel supporters

ยลวูท เกตุเที่ยงกิจ<sup>1</sup>

ดร.มนทิรา ธาดาอำนวยชัย<sup>2</sup>

<sup>1</sup>นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

Yollowut.kedt@bumail.net

<sup>2</sup>อาจารย์ประจำหลักสูตรการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

dr.montira.t@gmail.com

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยในการตัดสินใจของผู้สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์มุสลิม White Channel” มีวัตถุประสงค์เพื่อวิจัย 2 ข้อ คือ 1. เพื่อศึกษาประเภทเนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอของสถานีโทรทัศน์มุสลิม White channel 2. เพื่อศึกษาประเภทปัจจัยในการตัดสินใจสนับสนุน กับสถานีโทรทัศน์มุสลิม White channel

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาและการสัมภาษณ์เจาะลึก ทั้งนี้การวิเคราะห์เนื้อหาประเภทรายการ และ รูปแบบการนำเสนอรายการที่ออกอากาศในช่องสถานีโทรทัศน์มุสลิม White channel จำนวน 43 รายการ ในส่วนการสัมภาษณ์เจาะลึกโดยสัมภาษณ์ผู้สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์มุสลิม White channel จำนวน 10 คน

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจ และสาเหตุในการสนับสนุน เป็นหน่วยในการวิเคราะห์ ของผู้สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์มุสลิม White channel พบว่า มีเนื้อหาประเภท จำนวน 43 รายการ รายการที่หลากหลาย เป็นแบบช่องฟรีทีวีทั่วไป สามารถรับชมได้ทุกเพศทุกวัย และถูกต้องตามหลักการศึกษา จากผู้ถูกสัมภาษณ์ได้กล่าวเป็นทำนองเดียวกันรูปแบบ และประเภทเนื้อหารายการ ของรายการหลักที่มีเปอร์เซ็นต์สูงสุดอยู่ 3 ประเภทได้แก่ความรู้ทั่วไป 18 รายการ ,รายการถามตอบปัญหาศาสนา 8 รายการ และรายการข่าว 8 รายการ ซึ่งรายการถามตอบปัญหาศาสนา เป็นที่ชื่นชอบจากผู้ที่ถูกสัมภาษณ์ ในส่วนผลวิเคราะห์ปัจจัยการตัดสินใจของผู้สนับสนุน ช่องสถานีโทรทัศน์มุสลิม White channel พบว่า ด้านความเชื่อทางศาสนา และ ความเชื่อในตัวบุคคล คือ ผู้บริหารองค์กร เซครีฎอ อะหมัด สมะดี เป็นปัจจัยในการตัดสินใจของผู้สนับสนุน

**คำสำคัญ:** ปัจจัยการตัดสินใจ, สถานีโทรทัศน์มุสลิม

### 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

## บทนำ

ความเป็นมาของ White Channel "White Channel" ถือเป็นการต่อยอดครั้งสำคัญของ กลุ่มมุสลิม เพื่อสันติ ซึ่งก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2544 และได้พัฒนาศักยภาพขององค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการทำงานที่ครอบคลุม และมีประสิทธิภาพขึ้นตามลำดับ "เป้าหมายของสถานีโทรทัศน์ White Channel" ผลิตรายการโทรทัศน์สีขาว ที่มีเนื้อหาสร้างสรรค์ สำหรับทุกคนในครอบครัว เสนอมาตรฐานใหม่ให้สังคมทั่วไป ในการใช้ศีลธรรมในการแก้ปัญหาสังคม นำเสนอหลักการอิสลาม กับสังคมมุสลิม อย่างมีศิลปะ "เนื้อหาหลักของสถานีโทรทัศน์ White Channel" สถานีโทรทัศน์ White Channel เป็นสถานีวาไรตี้ ที่มีการเทศนาธรรมตามคำสอนอิสลามเป็นหลัก แต่ก็มีรายการประเภทอื่นๆ ด้วยเช่น รายการเด็ก, รายการอาหาร, รายการสุขภาพ, รายการวิเคราะห์ข่าว ด้วยเงิน 300,000 บาท จากกลุ่มผู้ฟังวิทยุ AM. รายการอิสลามอินไทยแลนด์ เป็น “ทุนต้นทาง” ของสถานีความดี ไวท์แซนแนล ไม่ใช่ทุนสนับสนุนจากภาครัฐ, ไม่ใช่เงินสนับสนุนจากอาหรับ, หรือเงินทุนจากกลุ่มทุนใดๆ กล่าวได้ว่า กล้าอ่อนของไวท์แซนแนลแยงออกจากความคาดหวังของสังคม

ดังนั้น ไวท์แซนแนลเลือกที่จะเซ็นเซอร์ตัวเอง และสิ่งที่นำมาเป็นกฎกติกาในการเซ็นเซอร์ ก็ไม่ได้มาจากนโยบายส่วนตัวของใคร หากแต่รวบรวมมาจากบัญญัติใช้บัญญัติห้ามของพระเจ้าผู้สูงส่ง เพราะฉะนั้นภาพหญิงสาว, เสียงดนตรี, และเนื้อหารายการที่ขัดกับศีลธรรมอันดีของอิสลาม จึงไม่ได้รับอนุญาตให้ปรากฏบนจอภายใต้โลโก้ของเรา การประชุมร่วมสามฝ่ายระหว่างบอร์ดบริหาร, บอร์ดซาริอะฮ์ และกรรมการบริหาร (หัวหน้าฝ่ายต่างๆ) นับเป็นกุญแจสำคัญที่ทำให้งานทุกชิ้นของไวท์แซนแนล เป็นไปตามรากฐานทางศาสนา อย่างเป็นรูปธรรมโดยที่ไม่หลุดออกจากกรอบอิสลามในด้านหลักการศาสนาและในด้านคุณภาพทางศิลปะ คือ การให้ความรู้สร้างความเข้าใจในอิสลามให้กับผู้ชม ผ่านรูปแบบที่หลากหลายทั้งในจอและนอกจอ กับกลุ่มผู้ชมที่มีรสนิยมแตกต่างกันออกไป ช่างต้นทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาสถานีโทรทัศน์ White Channel เป็นกรณีศึกษา จากประสบการณ์ในฐานะที่เคยเป็นผู้ชมของสถานีโทรทัศน์นี้ ทำให้เห็นวิธีการดำเนินงานที่แตกต่างไปจากสถานีโทรทัศน์ทั่วไป เนื่องจากสถานีโทรทัศน์ White Channel เป็นสถานีโทรทัศน์มุสลิมที่มี

หลักในการดำเนินงานเพื่อประโยชน์ของส่วนรวมเป็นสำคัญ ก่อตั้งโดยการรวมตัวกันของนักวิชาการ นักกิจกรรม และผู้มีประสบการณ์ในการทำงานด้านสื่อสารมวลชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นช่องทางเลือกในการรับข้อมูลข่าวสาร ความบันเทิง ภายใต้กรอบของศาสนาอิสลามอันดีงาม การผลิตสื่อส่งเสริมศีลธรรม จริยธรรม และกิจกรรมแบบมีส่วนร่วมต่อสังคมชุมชนย่อยๆ ในจังหวัดต่างๆ โดยสร้างกิจกรรมออกมาในรูปแบบรายการโทรทัศน์ ดีวีดี สื่อการสอน และการลงพื้นที่สัมผัสชุมชนต่างๆ อย่างใกล้ชิด ซึ่งมีการนำเสนอข้อมูลความรู้ทั่วไป ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายทุกคนในสังคม ไม่จำกัดเพศ วัย ศาสนา หรืออาชีพ จากการสนับสนุนของประชาชน สรุปได้ว่า การทำสื่อโทรทัศน์มุสลิมในยุคสมัยนี้ องค์กรยังคงต้องนำเสนอสาระเนื้อหาใหม่ๆ ให้ทันสมัยเข้าใจผู้บริโภค ผู้สนับสนุน และผู้ติดตาม ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ไม่ว่าจะนำเสนอผ่านสื่อใดๆ ก็ตาม เนื้อหานั้นต้องสอดคล้องกับพฤติกรรม ความต้องการ และรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย อันจะนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น การสร้างสัมพันธ์อันดี การสร้างชื่อเสียง และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ฯลฯ โดยอาจมีผลลัพธ์ทางการตลาดเข้ามาเกี่ยวข้องไม่มากก็น้อย หรือตลอดจนวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อให้เนื้อหาถูกส่งไปถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบรายการและประเภทเนื้อหารายการของสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White channel
2. เพื่อศึกษาประเภทปัจจัยในการตัดสินใจสนับสนุน กับสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White channel

### ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยและสาเหตุการตัดสินใจของผู้สนับสนุนช่องสถานี โทรทัศน์ (มุสลิม) White Channel

### วิธีดำเนินการวิจัย

1. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยใช้การสัมภาษณ์ส่วนบุคคล และการวิเคราะห์เนื้อหา ของผู้ที่สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White channel

2. ขั้นตอนการวิจัย

แหล่งข้อมูลใช้เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล 2 เครื่องมือ

2.1. การวิเคราะห์รูปแบบรายการและประเภทเนื้อหารายการช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White channel

2.2 In-Depth Interview การสัมภาษณ์ความคิดเห็นผู้ที่สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White channel เป็นรายบุคคล จำนวน 10 คน

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

#### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำเสนอการวิจัยในรูปแบบการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data Analysis) โดยดำเนินการวิเคราะห์ ใช้ข้อมูลจากความคิดเห็นของผู้ที่สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White channel จำนวน 10 คน มาวิเคราะห์ว่า สอดคล้องหรือมีนัยยะกับผลการสำรวจข้อมูลหรือไม่อย่างไร โดยดำเนินการวิเคราะห์ด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

1) ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมจำนวนรูปแบบรายการและประเภทเนื้อหารายการ ที่ออกอากาศในช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White channel ซึ่งมีจำนวน 43 รายการ โดยรูปแบบรายการ รายการหลักที่มีเปอร์เซ็นต์ (%) สูงสุดอยู่ 3 ประเภทรายการด้วยกัน คือ 1. ประเภทรายการความรู้ทั่วไป 2. ประเภทรายการถามตอบปัญหาศาสนา 3. ประเภทรายการข่าว รายการอะไร เปอร์เซ็นต์เท่าไร

2) ประเภทเนื้อหาของในช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White channel นำเสนอประเภทใดที่เป็นปัจจัยการตัดสินใจของผู้สนับสนุนแล้วสำรวจว่าประเภทรายการ ที่มีผู้สนับสนุนชอบมากที่สุด เป็นแบบใด

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

#### ผลการวิจัย

ปัจจัยหลักในการตัดสินใจ และสาเหตุในการสนับสนุน เป็นหน่วยในการวิเคราะห์ ของผู้ที่สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White channel มี 2 ปัจจัยหลัก ดังนี้

##### 1. ผลวิเคราะห์ด้านประเภทของช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White channel

1.1 รูปแบบรายการในช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White channel คือ ประเภทของเนื้อหาในช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White channel นำเสนอได้วิเคราะห์รายการตัวอย่างไว้ดังนี้ อัตราส่วนของผังรายการของช่อง White Channel ปี 2562 รายการหลักที่มีเปอร์เซ็นต์ (%) สูงสุดอยู่ 3 หมวดหมู่มีเนื้อหาประเภท จำนวน 43 รายการ รายการที่หลากหลาย เป็นแบบช่องฟรีทีวีทั่วไป สามารถรับชมได้ทุกเพศทุกวัย และถูกต้องตามหลักการศาสนา จากผู้ถูกสัมภาษณ์ได้กล่าวเป็นทำนองเดียวกันรูปแบบ และประเภทเนื้อหา รายการ ของรายการหลักที่มีเปอร์เซ็นต์สูงสุดอยู่ 3 ประเภทได้แก่ความรู้ทั่วไป รูปแบบรายการประเภทพูดคุย ทั้งหมด 18 รายการ 41 เปอร์เซ็นต์ (%) ,รายการถามตอบปัญหาศาสนา รูปแบบรายการประเภทพูดคุย ทั้งหมด 8 รายการ 18.6 เปอร์เซ็นต์ (%) และรายการข่าว รูปแบบรายการประเภทข่าว มีทั้งหมด 8 รายการ 18.6 เปอร์เซ็นต์ (%) ซึ่งรายการถามตอบปัญหาศาสนา เป็นที่ชื่นชอบจากผู้ที่ถูกสัมภาษณ์

1.2 ประเภทเนื้อหารายการในช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White channel คือ ประเภทเนื้อหา รายการในช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White channel สามารถแบ่งออกเป็น 7 หมวดหมู่ด้วยกัน ได้แก่ รายการเด็ก รายการสุขภาพสตรี รายการผู้สูงอายุ รายการความรู้ทั่วไป รายการสุขภาพ รายการตอบปัญหาศาสนา รายการข่าว และได้วิเคราะห์รายการตัวอย่างไว้ดังนี้

จากข้อมูลข้างต้นแล้วหมวดหมู่รายการหลักที่มีเปอร์เซ็นต์ (%) สูงสุดอยู่ 3 หมวดรายการด้วยกัน คือ 1. รายการความรู้ทั่วไป 2. รายการถามตอบปัญหาศาสนา 3. รายการข่าว ดังนี้

ซึ่งหมวดรายการความรู้ทั่วไป และ หมวดถามตอบปัญหาศาสนา จะเป็นประเภทที่เหมือนกันคือ ประเภทพูดคุย รายการพูดคุย (Talk Program) เป็นรูปแบบรายการที่เป็นผู้มาปรากฏตัวเพื่อ พูดคุยกับผู้ชม โดยการหยิบยกเอาประเด็นเกี่ยวกับข่าวสารความเคลื่อนไหวเหตุการณ์สาระความรู้ หรือความบันเทิงที่กำลังอยู่ในความสนใจของผู้ชมรายการมานำเสนอและพูดคุยกับผู้ชมโดยตรง ใน สหรัฐอเมริกา นิยมเรียกว่ารายการ

ทอล์คโชว์ (Talk Show) ลักษณะการนำเสนอรายการพูดคุย มี พัฒนาการที่เปลี่ยนแปลงไปแต่เดิมจะใช้การนำเสนอด้วยการพูดเป็นหลัก และมีภาพประกอบเพื่อจะได้ ไม่เห็นหน้าผู้พูดตลอดรายการ ในระยะหลังเริ่มใช้รูปแบบอื่นๆ มาผสมผสาน เช่น การสัมภาษณ์ การสนทนา ฯลฯ การพูดคุยสามารถสอดแทรกความบันเทิงซึ่งอาจจะเป็นการแสดงดนตรีแสดงตลกหรือ แสดงมายากลเพียงแต่การแสดงเหล่านี้ถือเป็นส่วนประกอบของรายการเท่านั้น โดยที่ถือว่าการพูดคุย เป็นจุดเด่นกว่ารายการพูดคุยจะมีคุณภาพและน่าสนใจยิ่งขึ้นหากผู้ดำเนินรายการหรือผู้ที่ทำหน้าที่พูดคุยกับผู้ชมเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในการพูด และการนำเสนอเนื้อหาของรายการ สามารถดำเนินรายการได้อย่างราบรื่นและเป็นธรรมชาติ

หมวดรายการข่าว เป็นประเภทข่าว รายการข่าว (News Program) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเหตุการณ์เรื่องราวข้อเท็จจริง หรือข้อคิดเห็นที่น่าสนใจมีความสดใหม่มีผลกระทบต่อประชาชนส่วนใหญ่ หรือมีองค์ประกอบข่าวอื่นๆ โดยใช้วิธีการนำเสนอทั้งในลักษณะของการประกาศการอ่านคำบรรยายข่าว ประกอบภาพโดยผู้ประกาศข่าวการรายงานพิเศษหรือการสัมภาษณ์โดยผู้สื่อข่าวหรือผู้รายงานข่าวใน สถานที่จริงหรือลักษณะอื่นๆ

2. ผลวิเคราะห์ปัจจัยการตัดสินใจของผู้สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White channel ประกอบด้วยในส่วนผลวิเคราะห์ปัจจัยการตัดสินใจของผู้สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White channel พบว่า ด้านความเชื่อทางศาสนา และ ความเชื่อในตัวบุคคล คือ ผู้บริหารองค์กร เซคริฎอ อะหมัด สมะดี เป็นปัจจัยในการตัดสินใจของผู้สนับสนุน

### อภิปรายผลการวิจัย

สถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White channel ก่อตั้งขึ้นเพื่อเป้าหมายเป็นสถานีโทรทัศน์ White Channel ผลิตรายการโทรทัศน์สีขาว ที่มีเนื้อหาสร้างสรรค์ สำหรับทุกคนในครอบครัว เสนอมาตรฐานใหม่ให้สังคมทั่วไปในการใช้ศีลธรรมในการแก้ปัญหาสังคม นำเสนอหลักการอิสลาม กับสังคมมุสลิม อย่างมีศิลปะ "เนื้อหาหลักของสถานีโทรทัศน์ White Channel" สถานีโทรทัศน์ White Channel เป็นสถานีไวรัลดี ที่มีการเทศนาธรรมตามคำสอนอิสลามเป็นหลัก

ทั้งนี้พบว่า ช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White channel นั้นมีเนื้อหารายการ และรูปแบบรายการในการนำเสนอของช่องที่มีคุณภาพที่ไม่ขัดต่อหลักคำสอนของศาสนา รายการสนุกสนานเพลิดเพลิน น่าติดตาม รับชมได้ทุกเพศทุกวัย และส่งเสริมในเรื่องคุณธรรมความดี นำเรื่องศาสนาเข้าไปสอดแทรกในรายการต่างๆได้อย่างลงตัว และทางช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White channel มีหมวดหมู่รายการที่สอดรับกับผู้สนับสนุนได้เป็นอย่างดี รวมถึงการที่ช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White channel มีบุคลากรที่ผู้บริหารที่ผู้สนับสนุนเชื่อมั่นในการบริหาร และคณาจารย์ผู้ให้ความรู้ทางด้านศาสนาหลายท่าน จึงทำให้มั่นใจได้ว่ากระบวนการผลิตรายการ หรือบริหารช่องนั้น จะต้องมาจากการตัดสินใจด้วยหลักการศาสนาที่เข้มแข็งจากทีมผู้บริหาร และคณะบอร์ดชารีอะฮ์ (บอร์ดด้านศาสนา) ทำให้การทำงานเป็นที่ศาสนาอนุญาตอย่างแน่นอน ตามเจตนารมณ์ที่ว่าด้วย ผลิตสื่อที่ขาวสะอาดไม่ผิดหลักการศาสนา

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า “ปัจจัยการตัดสินใจ” ด้านความเชื่อ จึงเป็นนัยยะที่สำคัญยิ่งที่ส่งเสริมให้ผู้สนับสนุนให้การสนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White channel แนวคิดปัจจัยการตัดสินใจด้านความเชื่อของนักวิชาการ อาที อัจญายุส สุนทรศารทูล (2547 : 34) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไว้คือ ปัจจัยทางด้านสังคม เช่น วัฒนธรรม ประเพณี ค่านิยม ความเชื่อ หลักธรรมของสังคม ระบบการศึกษา และสิ่งแวดล้อม และ รีเดอร์ (Reeder. 1996 : 179-182, อ้างถึงในชูชัย เทพสาร. 2546 : 8-10) กล่าวว่า การตัดสินใจในรูปแบบจิตวิทยาสังคมนั้นโดยทั่วไปรูปแบบทางจิตวิทยาสังคม (Social Psychology) ที่

เกี่ยวกับการตัดสินใจและพฤติกรรมของมนุษย์นั้น สถานภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองซึ่งเป็นปัจจัยภายนอก จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยบุคคลจะแปลงสถานภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองเหล่านั้นเข้าสู่ตัวคนๆ นั้นซึ่งการแปลงปัจจัยภายนอกมาสู่ตัวบุคคลนี้จะอยู่ในรูปของ ความเชื่อ (Beliefs) ความเชื่อ (Belief Orientation) คือ การรับรู้หรือความเข้าใจของแต่ละคนหรือของกลุ่มต่อสิ่งที่เกิดขึ้น ความเชื่อนั้นเป็นผลมาจากการที่บุคคลได้รับรู้ไม่ว่าจะเป็นแนวคิดหรือความรู้ที่ตนเองซึ่งความเชื่อจะมีผลต่อการตัดสินใจของบุคคลและพฤติกรรมทางสังคมบุคคลในกรณีที่ว่าบุคคลและจะเลือกรูปแบบของพฤติกรรมบนพื้นฐานของความเชื่อที่ตนยึดมั่นอยู่ ซึ่งความเชื่อนี้ (ราชบัณฑิตยสถาน. 2525 : 25) ต่างกล่าวไปในทิศทางเดียวกันว่า นอกเหนือจากสถานภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือแม้แต่การเมืองซึ่งเป็นปัจจัยภายนอก นั้นไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจด้านความเชื่อส่วนบุคคล ซึ่งอาจหมายรวมระดับครอบครัว ไปจนถึงระดับ ประเทศชาติ ซึ่งช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White channel ผลิตเนื้อหารายการ และรูปแบบรายการในการนำเสนอของช่องที่มีคุณภาพที่ไม่ขัดต่อหลักคำสอนของศาสนาที่แตกต่างจากช่องฟรีทีวีทั่วไป และเชื่อมั่นที่ที่ช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White channel มีทีมผู้บริหาร คณะบอร์ดบริหารชาลีอะฮ์ (บอร์ดด้านศาสนา) จึงทำให้มั่นใจได้ว่า กระบวนการผลิตรายการ หรือบริหารช่องนั้น จะต้องมาจากการตัดสินใจด้วยหลักการศาสนาที่เข้มข้น เป็นที่ศาสนานุญาตไม่ผิดหลักการศาสนาอย่างแน่นอน บวกเข้ากับความเชื่อทางศาสนาของผู้สนับสนุนว่าการบริจาคสนับสนุนด้วยเงินบริจาคของค่านั้นไม่มีวันสูญเปล่า ได้สอดคล้องกับแนวคิดของนักวิชาการที่กล่าวมา ดังนั้นการศึกษาด้านการตัดสินใจของผู้สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White channel นั้น ที่มาจกสภาพแวดล้อมแบบใดแบบหนึ่งแต่มีความเชื่อที่เหมือนกันจนเกิดเป็นลักษณะเฉพาะตัวของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างองค์และผลิตเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพหรือพฤติกรรมผู้บริโภคเฉพาะตัวนั้นๆ จึงจำเป็นมากสำหรับการผลิตเนื้อหาช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White channel รวมไปถึงเนื้อหาขององค์กร หน่วยงาน และบริษัทอื่นๆ อันจะส่งผลให้เกิดการมีส่วนร่วมสูงสุด

### ข้อเสนอแนะ

#### 1. ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้งาน

1.1 ควรเพิ่มเนื้อหารายการประเภทตอบคำถามปัญหาศาสนาหรือรายการอื่นที่มีผู้สนับสนุนชื่นชอบมากที่สุด คือนักวิชาการ เชค ริฎอ อะหมัด สมะดี เป็นผู้นำเนินรายการให้ความรู้เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) Whitechannel

1.2 ผลสำรวจจากการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลของผู้สนับสนุนสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับการบริหารองค์กรและการผลิตเนื้อหารายการในอนาคต เพื่อให้ผู้ที่สนับสนุนช่องสถานีโทรทัศน์ (มุสลิม) White channel รู้สึกพึงพอใจมากขึ้น

1.3 ควรที่จะเพิ่มรูปแบบการนำเสนอ พอดแคสต์ (Podcast) ซึ่งเป็นการเผยแพร่ในรูปแบบเสียงเหมือนการฟังรายการวิทยุ ไม่ว่าจะเป็นรายการย้อนหลังผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สืบเนื่องมาจากเป็นที่นิยมมากขึ้นเรื่อยๆ (Am2b Marketing, 2561)

1.4 ไม่ว่าจะนำเสนอผลิตเนื้อหารายการประเภทใด รูปแบบใด ก็ตามควรจะคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อเนื้อหานั้นๆ เป็นอันดับแรก มากกว่าที่จะคำนึงว่า เราต้องการบอกอะไร ซึ่งข้อนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับขององค์กร

## 2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

2.1 การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) แบบการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลจากผู้สนับสนุนช่องทางโทรทัศน์ (มุสลิม) White channel จำนวน 10 คน การสัมภาษณ์แบบปลายเปิด จึงอาจยังให้ข้อมูลและข้อเท็จจริงที่ไม่ลึกซึ้งหรือครอบคลุมนัก ซึ่งสมควรมีการวิจัยเชิงลึกกับผู้ที่มีส่วนร่วมในการวิจัยครั้งต่อไป

2.2 การวิจัยควรศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้สนับสนุนที่ครอบคลุมทั่วประเทศให้มากยิ่งขึ้นกว่าเดิมจะสามารถสะท้อนผลการดำเนินงานของช่องทางโทรทัศน์ (มุสลิม) White channel ได้อย่างครอบคลุมมากขึ้น

## เอกสารอ้างอิง

- กิตติยา หมัดนุรักษ์. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกรับชมรายการทางโทรทัศน์ดาวเทียมในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ทรัพยากรมนุษย์มหาบัณฑิต. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- दनัย จันทร์เจ้าฉาย. (2552). White Ocean Strategy กลยุทธ์น่านน้ำสีขาว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ดีเอ็มจี
- ปติตา ชูพันธ์ดีลก. (2554). กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนโครงการสังคมสีขาว ของบริษัท ไทเร็กซ์ มีเดีย กรุ๊ป (ประเทศไทย) จำกัด. วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ม.ป.ป. (2553). พระมหาคัมภีร์อัลกุรอานพร้อมคำแปลเป็นภาษา. ซาอูดิอาระเบีย: สำนักพิมพ์ ยูเรก้า
- อดุลย์ ปู่ทอง. (2557). โครงการจัดตั้งบริษัทผลิตรายการขายสินค้าทางสถานีโทรทัศน์มุสลิม. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารและการสร้างคุณค่า. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อัลฮุตา ชนิดพัฒนา ,กุลวณิ อาบีติน ,วลลิตา งามโขง. (2556). องค์กรสีขาวต้นแบบของประเทศไทย กรณีศึกษา สถานีความดี 24 ชั่วโมง. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.