



**กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจของผู้บรรยายกีฬามวยไทย
กับการรับรู้และทัศนคติที่มีต่อการอนุรักษ์กีฬามวยไทย
ของผู้รับชมที่เป็นแฟนมวยในเขตกรุงเทพมหานคร**

**Communication Strategies for Persuasion of Muay Thai Commentators
with Perceptions and Attitudes on the Preservation of Muay Thai
for Audiences Who Are Boxing Fans in Bangkok**

สโมสร อุบคำ. วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.

จูติ วิทยสธนะ. วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.

Samosorn Oobkham. College of Communication Arts, Rangsit University.

Thiti Vitayasorana. College of Communication Arts, Rangsit University.

Email : kunrapad.nam@gmail.com

Received: 11 September 2023 ; Revised: 26 September 2023 ; Accepted: 20 December 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจที่ผู้บรรยายกีฬามวยไทยนำมาใช้บรรยายกีฬามวยไทย 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจที่ผู้บรรยายกีฬามวยไทยนำมาใช้บรรยายกีฬามวยไทย กับการรับรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์กีฬามวยไทยของผู้รับชมที่เป็นแฟนมวยในเขตกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์กีฬามวยไทย กับทัศนคติที่มีต่อการอนุรักษ์กีฬามวยไทยของผู้รับชมที่เป็นแฟนมวยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้รับชมที่เป็นแฟนมวย ในเขตกรุงเทพมหานคร 5 สนาม จำนวน 400 คน

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติว่ากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจที่ผู้บรรยายกีฬามวยไทยนำมาใช้ในการบรรยายกีฬามวยไทย อยู่ในระดับมากที่สุด 2) กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้การอนุรักษ์กีฬามวยไทยในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับรับรู้มากที่สุด และ 3) กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่มีต่อการอนุรักษ์กีฬามวยไทยในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมีทัศนคติทางบวกมาก

ผลการวิจัยตามสมมติฐาน พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจที่ผู้บรรยายกีฬามวยไทยนำมาใช้บรรยายกีฬามวยไทย มีความสัมพันธ์กับการรับรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์กีฬามวยไทยของผู้รับชมที่เป็นแฟนมวยในเขตกรุงเทพมหานคร และการรับรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์กีฬามวยไทยมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการอนุรักษ์กีฬามวยไทยของผู้รับชมที่เป็นแฟนมวยในเขตกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ: การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ, ผู้บรรยายกีฬามวยไทย, การอนุรักษ์กีฬามวยไทย, แฟนมวย

Abstract

This research aimed to 1) study the communication strategies for the persuasion of Muay Thai commentators, 2) study the relationship between the communication strategies for the persuasion of Muay Thai commentators and the perceptions on the preservation of Muay Thai for audiences who are boxing fans in Bangkok, and 3) study the relationship between the perceptions and attitudes on the preservation of Muay Thai for audiences who are boxing fans in Bangkok. By collecting information from viewers who are boxing fans In Bangkok, 5 stadiums, 400 people.

The results of the research found that 1) the sample group had persuasive communication strategies used by Muay Thai commentators in their Muay Thai lectures. 2) The sample group had an average level of awareness of the conservation of Muay Thai sports overall. is at the highest level of awareness and 3) the sample group has an attitude towards preserving the sport of Muay Thai. Overall, the average is at the level of having a very positive attitude.

According to the findings based on the hypotheses, the communication strategies for the persuasion of Muay Thai commentators were related to the perceptions on the preservation of Muay Thai for audiences who are boxing fans in Bangkok. Similarly, the perceptions on the preservation of Muay Thai were related to the attitudes on the preservation of Muay Thai for audiences who are boxing fans in Bangkok.

Keywords: Communication for persuasion, Muay Thai commentators, preservation of Muay Thai, boxing fans

บทนำ

พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ได้ทรงเห็นความสำคัญของการพัฒนากีฬามวยไทยเป็นอย่างยิ่ง เมื่อมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องหรือการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย ก็ทรงสนพระทัยและพระราชทานพระราชดำรัสเป็นข้อคิดให้กับนักกีฬามวยไทยหรือหัวหน้าคณะนักมวย รวมถึงผู้บรรยายและผู้รับชมที่เป็นแฟนมวยกีฬามวยไทย บุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับกีฬามวยไทย อยู่เสมอมิได้ขาดเพราะกีฬามวยไทยเป็นกีฬาต่อสู้ประจำชาติเป็นกีฬาจากการป้องกันตัวของนักรบไทยแต่โบราณ มาสมัยนี้เราจะต้องป้องกันตัวด้วยการต่อสู้ส่วนหนึ่งและด้วยวิธีที่จะพัฒนาประเทศอีกส่วนหนึ่ง ซึ่งนักกีฬามวยไทยทราบดีว่าถ้าต่อสู้เฉพาะด้วยกำลังก็คงแพ้นแน่ ทำให้ต้องมีวิธีการออกอาวุธและสติที่มั่นคง มีวิชาการรุกและรับ ซึ่งทั้งหมดคือศิลปะกีฬามวยไทยที่ไม่เพียงแค่นักมวยเท่านั้นที่ชื่นชอบ ชาวต่างชาติก็ให้ความสนใจจำนวนมากไม่น้อย (กรมพลศึกษา, 2562)

การพัฒนากีฬามวยไทยเป็นสิ่งที่สำคัญ คือ กฎหมายคุ้มครองนักกีฬามวยไทย และบุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับกีฬามวยไทย โดยมีการกีฬาแห่งประเทศไทย (กกท.) ซึ่งเป็นหน่วยงานสำนักคณะกรรมการกีฬามวย เป็นผู้ดูแลภาพรวมทั้งหมดของกีฬามวยไทยในประเทศไทย พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ได้ทรงเห็นความสำคัญกับกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองและสิทธิประโยชน์ของนักกีฬามวยไทย จึงได้มีพระราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้มี พระราชบัญญัติกีฬามวย พ.ศ.2562 (พ.ร.บ.) กำหนดว่าด้วยเรื่องของกฎหมายกีฬามวยไทยขึ้นมา โดยให้การกีฬาแห่งประเทศไทย (กกท.) เป็นผู้ดูแลและควบคุมกฎหมายกีฬามวยไทย เพราะกีฬามวยไทยเป็นศิลปะการต่อสู้และเป็นวัฒนธรรมประจำชาติที่ได้รับความสนใจอย่างกว้างขวางจากชาวต่างชาติ รวมทั้งการแข่งขันกีฬามวยไทยเป็นที่ได้รับความนิยม

อย่างแพร่หลาย หากแต่ยังไม่มีกฎหมายที่ควบคุมการแข่งขันกีฬามวยไทยและส่งเสริมกีฬามวยไทยให้มีมาตรฐาน ดังนั้นจึงสมควรให้มีกฎหมายเพื่อควบคุมกิจการดังกล่าว และเพื่อจัดให้มีสวัสดิการแก่นักกีฬามวยไทยและบุคคลในวงการกีฬามวยไทยที่เหมาะสม จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้ไว้ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมาจนถึงบัดนี้ (กระทรวงการทองเที่ยวและกีฬา, 2556)

จากแนวทางการพัฒนากีฬามวยไทยที่ปรากฏตามพระราชบัญญัติกีฬามวย พ.ศ. 2562 (พ.ร.บ.) ดังกล่าวข้างต้น ส่งผลให้มีการพัฒนาและมีการเผยแพร่กีฬามวยไทยอย่างแพร่หลายในวงกว้างจนได้รับการนำมาเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นเนื้อหาที่ปรากฏอยู่ในโทรทัศน์ ซึ่งในปัจจุบันช่องทีวีดิจิทัลแทบจะทุกช่องหลักได้จัดให้มีคอนเทนต์การถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬามวยไทยเป็นประจำทุกสัปดาห์ เพื่อเป็นการอนุรักษ์กีฬามวยไทย จนปัจจุบันนี้กลายเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางต่อผู้รับชมที่เป็นแฟนมวยที่รอดติดตามผ่านทางโทรทัศน์ โดยผู้รับชมที่เป็นแฟนมวยต่างเป็นที่รู้จักกันว่ารายการกีฬามวยไทยผ่านสื่อโทรทัศน์ถูกเรียกขานในคำที่ถูกบัญญัติขึ้นมาใหม่ว่า “มวยคู่” (โสพิศ ทูยเวียง, 2557) ตามลักษณะที่เหมือนกับการบรรจุกีฬามวยไทยไว้ในกล่องรูปร่างสี่เหลี่ยมของจอโทรทัศน์เป็นสาเหตุทำให้กีฬามวยไทยนั้นได้รับความนิยมจากผู้รับชมที่เป็นแฟนมวยทั้งในแง่มุมมองวัฒนธรรม การกีฬา ศิลปะการต่อสู้ประจำชาติที่แพร่ภาพผ่านรายการมวยคู่สัปดาห์ผู้ชมจำนวนมากโดยผู้ทำหน้าที่ผู้ส่งสารที่สำคัญ คือ ผู้บรรยายกีฬามวยไทยทางโทรทัศน์ ก็เป็นอีกหนึ่งส่วนสำคัญที่มีผลต่อการพัฒนากีฬามวยไทย เนื่องจากเป็นผู้ที่เติมสีสัน สร้างเสริมบรรยากาศในขณะบรรยายเกมการแข่งขันมวยขณะที่ต่อสู้กันบนสังเวียนให้ผู้รับชมที่เป็นแฟนมวยเกิดการรับรู้ เข้าใจ และช่วยอธิบายวิธีการรับชมกีฬามวยไทยเพื่อให้ผู้รับชมที่เป็นแฟนมวยสนใจมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการพัฒนากีฬามวยไทยอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน

กลยุทธ์การสื่อสารที่ผู้บรรยายกีฬามวยไทยได้นำมาใช้เผยแพร่ให้ผู้รับชมที่เป็นแฟนมวยทางโทรทัศน์นั้นมีความสำคัญยิ่งที่จะทำให้ผู้ชมที่เป็นแฟนมวย มีความสนุกสนานและเพลิดเพลินสอดคล้องกับแนวทางกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจที่ อรรถวรรณ บิลันธนโอบาท (2554) ได้กล่าวว่า ลักษณะการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจนั้น มี 3 ประการ ประกอบด้วย ประการแรก ผู้โน้มน้าวใจมีทั้งความตั้งใจที่จะมีอิทธิพลบางประการเหนือผู้ถูกโน้มน้าวประการที่สอง โดยปกติผู้ถูกโน้มน้าวใจจะมีทางเลือกมากกว่าหนึ่งและ ผู้โน้มน้าวจะพยายามชักจูงผู้ถูกโน้มน้าวใจให้ยอมรับทางเลือกที่ตนเสนอและประการสุดท้ายสิ่งที่ผู้โน้มน้าวใจต้องการคือ การเปลี่ยนแปลงหรือการสร้างหรือการดำรงไว้ ซึ่งความคิดเห็น ค่านิยม ความเชื่อและทัศนคติของผู้ถูกโน้มน้าวใจนั่นเอง

ในการวิจัยครั้งนี้มุ่งจะศึกษาถึงกลยุทธ์การสื่อสารดังกล่าวที่ผู้บรรยายกีฬามวยไทยนำมาประยุกต์ใช้ในการบรรยาย เพื่อโน้มน้าวใจให้เกิดการรับรู้ และทัศนคติที่ดีต่อการอนุรักษ์กีฬามวยไทย ซึ่งประกอบด้วยกลยุทธ์ 12 ประการ ได้แก่ 1) การให้สัญญา 2) การเตือนเชิงขู่ 3) การบอกถึงประโยชน์ 4) การบอกถึงผลเสีย 5) การอ้างบุญคุณ 6) การกล่าวถึงสิ่งที่ถูกต้องดีงาม 7) การสร้างความรู้สึกที่ดี 8) การสร้างความรู้สึกที่ไม่ดี 9) การคาดการณ์ถึงอนาคตที่ดี 10) การคาดการณ์ถึงอนาคตที่ไม่ดี 11) การกล่าวถึงสิ่งที่ควรกระทำ 12) การสร้างความภาคภูมิใจ โดยกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจของผู้บรรยายกีฬามวยไทยใช้บรรยายกีฬามวยไทย จะถูกนำมาเป็นกรอบในการศึกษาค้นคว้า โดยมุ่งเน้นไปที่ทางเลือกในการสื่อสารหรือ การคัดเลือกสารอันได้แก่ เนื้อหาสารในการบรรยายกีฬามวยไทยของผู้บรรยายกีฬามวยไทยที่สอดคล้องกับกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ ทั้ง 12 ประการเพื่อโน้มน้าวใจผู้รับชมที่เป็นแฟนมวยไทยให้เกิดการรับรู้ มีทัศนคติในการอนุรักษ์กีฬามวยไทย ไปตามที่คุณบรรยายกีฬามวยไทย

ในฐานะผู้ส่งสารต้องการ ในการศึกษารั้งนี้ได้เลือกสนามกีฬามวยไทย 5 สนาม เนื่องจากทั้ง 5 สนาม ประกอบด้วย 1) เวทีมวยลุมพินี 2) เวทีมวยราชดำเนิน 3) เวทีมวยกองทัพอากาศ 4) เวทีมวยเอเชียทีค และ 5) เวทีมวยเดอะสตรีท เป็นสนามมวยมาตรฐานของประเทศไทยที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นสนามมวยที่จัดการแข่งขันกีฬามวยไทยมาแล้วไม่น้อยกว่า 20 ปี ซึ่งในแต่ละสนามมวยดังกล่าว มีผู้รับชมเข้าสนามมวยในทุกครั้งที่จัดการแข่งขันไม่น้อยกว่า 500 คน แต่ละสนามสามารถจุผู้รับชมกีฬามวยไทยได้มากถึง 2,000 คน นอกจากนี้ ทั้ง 5 สนามมวยดังกล่าว ได้รับการรับรองให้เป็นสนามมวยมาตรฐานของประเทศไทย จากการรับรองของสำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย การกีฬาแห่งประเทศไทย (กกท.)

จากที่มาและความสำคัญดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยในฐานะบรรณาธิการฝ่ายข่าวกีฬา สำนักพิมพ์เดลินิวส์ จึงเห็นความสำคัญที่จะศึกษากลยุทธ์ในการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจของผู้บรรยายกีฬามวยไทย ที่ใช้ในการบรรยายกีฬามวยไทย เพื่อมุ่งหวังให้ผู้รับชมที่เป็นแฟนกีฬามวย เกิดการรับรู้และมีทัศนคติที่ดีต่อการอนุรักษ์กีฬามวยไทย อันเป็นเอกลักษณ์และศิลปะประจำชาติไทย ร่วมสืบสานวัฒนธรรมไทย ส่งเสริมพัฒนากีฬามวยไทย ให้ก้าวไปสู่กีฬาระดับสากลต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจที่ผู้บรรยายกีฬามวยไทยนำมาใช้บรรยายกีฬามวยไทย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจที่ผู้บรรยายกีฬามวยไทยนำมาใช้บรรยายกีฬามวยไทย กับการรับรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์กีฬามวยไทยของผู้รับชมที่เป็นแฟนมวยในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์กีฬามวยไทยกับทัศนคติที่มีต่อการอนุรักษ์กีฬามวยไทยของผู้รับชมที่เป็นแฟนมวยในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

1. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจที่ผู้บรรยายกีฬามวยไทย นำมาใช้ในการบรรยายกีฬามวยไทย มีความสัมพันธ์กับการรับรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์กีฬามวยไทย ของผู้รับชมที่เป็นแฟนมวยในเขตกรุงเทพมหานคร
2. การรับรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์กีฬามวยไทย มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการอนุรักษ์กีฬามวยไทยของผู้รับชมที่เป็นแฟนมวยในเขตกรุงเทพมหานคร

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจของผู้บรรยายกีฬามวยไทย กับการรับรู้และทัศนคติที่มีต่อการอนุรักษ์กีฬามวยไทยของผู้รับชมที่เป็นแฟนมวยในเขตกรุงเทพมหานคร มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ

การโน้มน้าวใจ เป็นความพยายามอันแน่วแน่ที่จะเปลี่ยนแปลงความคิด การกระทำโดยการควบคุมแรงผลักดันของมนุษย์ไปสู่เป้าหมายที่กำหนดล่วงหน้า หรือความพยายามที่จะสร้างอิทธิพลเหนือผู้อื่น (intense Attempt) และการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ เป็นความพยายามของบุคคลหนึ่งที่จะเปลี่ยนทัศนคติ

ความเชื่อ และพฤติกรรมของคนอื่น หรือกลุ่มอื่นโดยการถ่ายทอดสารออกไป (ณัฐรุดา วิจิตรจามรี, 2556) ดังนั้นสรุปได้ว่าการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ หมายถึง การสื่อสารของบุคคลหนึ่งที่จะเปลี่ยนทัศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรมของคนอื่น หรือกลุ่มอื่นโดยการถ่ายทอดสารออกไปเพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของตน

แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้

การรับรู้ เป็นพื้นฐานที่สำคัญของแต่ละบุคคล เพราะการตอบสนองพฤติกรรมใด ๆ จะขึ้นอยู่กับความรู้จากสภาพแวดล้อมของตนและ ความสามารถในการแปลความหมายของสภาพต่อนั้น ๆ ดังนั้นการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพจึง ขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าและปัจจัยการรับรู้ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งปัจจัยการรับรู้ประกอบด้วยประสาทสัมผัส และปัจจัยทางจิตวิทยา คือ ความรู้เดิม เจตคติ และความต้องการเป็นต้น การรับรู้จะประกอบด้วยกระบวนการสามด้าน คือ การสัมผัส การแปลความหมาย และอารมณ์ (มาลินี มาลีคล้าย, 2554) ดังนั้นสรุปได้ว่าการรับรู้เป็นกระบวนการที่สมองตีความและแปลความหมายจากสิ่งเร้าที่มาสัมผัส สิ่งกระตุ้นเดียวกันนี้อาจแตกต่างกัน แต่จะแสดงออกแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับความจำเป็นค่านิยม และความคาดหวังของแต่ละบุคคล

แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติคือการประเมิน หรือการตัดสินเกี่ยวกับความชอบหรือไม่ชอบวัตถุ คน หรือเหตุการณ์ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความรู้สึก ของบุคคลเกี่ยวกับบางสิ่งบางอย่าง หรือเป็นแนวโน้มของบุคคลที่แสดงต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอาจเป็นบุคคล กลุ่มคน ความคิดหรือสิ่งของ โดยมีความรู้สึกหรือความเชื่อเป็นพื้นฐาน ทัศนคติไม่ใช่สิ่งเดียว กับค่านิยม แต่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน โดยค่านิยมเป็นสิ่งที่บุคคลเห็นคุณค่า แต่ทัศนคติเป็นความรู้สึกด้านอารมณ์ (พอใจหรือไม่พอใจ) ซึ่งความรู้สึก จะส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมของบุคคล (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2550) ดังนั้นสรุปได้ว่า ทัศนคติ เกิดขึ้นมาจากบุคคลที่มีความรู้สึก และความคิด ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด และบุคคลเหล่านั้นก็จะแสดงออกมาโดยทางพฤติกรรม

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม ที่มีลักษณะคำถามปลายปิด (Closed - Ended Question) และคำถามปลายเปิด (Opened - Ended Question) โดยสร้างขึ้นจากการทบทวนเอกสาร งานวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และผลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้บรรยายกีฬามวยไทย เพื่อให้เนื้อหาของคำถามครอบคลุมมากที่สุด โดยแบ่งเนื้อหาของคำถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการนำกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ ที่ผู้บรรยายกีฬามวยไทยนำมาใช้บรรยายกีฬามวยไทย จำนวน 12 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการรับรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์กีฬามวยไทย จำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการอนุรักษ์กีฬามวยไทย จำนวน 10 ข้อ

กลุ่มเป้าหมาย

ผู้รับชมที่เป็นแฟนมวยทั้ง 5 สนามมวยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน

ตารางที่ 1 การดำเนินการวิจัยจำแนกตามวัตถุประสงค์การวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัย	วิธีการศึกษา	แหล่งข้อมูล
เพื่อศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจให้ผู้บรรยายกีฬามวยไทยนำมาใช้บรรยายกีฬามวยไทย	1) ศึกษาเอกสาร งานวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบรรยายกีฬามวยไทย 2) สัมภาษณ์ผู้บรรยายกีฬามวยไทยที่มีประสบการณ์ในการบรรยายกีฬามวยไทย ไม่น้อยกว่า 10 ปี	1) เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) สัมภาษณ์ผู้บรรยายกีฬามวยไทยที่มีประสบการณ์ในการบรรยายกีฬามวยไทย ไม่น้อยกว่า 10 ปี
เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจให้ผู้บรรยายกีฬามวยไทยนำมาใช้บรรยายกีฬามวยไทยกับการรับรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์กีฬามวยไทยของผู้รับชมที่เป็นแฟนมวย ในเขตกรุงเทพมหานคร	2) สํารวจทัศนคติที่มีต่อการนำกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจให้ผู้บรรยายกีฬามวยไทยใช้บรรยายและสำรวจการรับรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์กีฬามวยไทยของผู้รับชมที่เป็นแฟนมวยในเขตกรุงเทพมหานครกับทัศนคติที่มีต่อการอนุรักษ์กีฬามวยไทยของผู้รับชมที่เป็นแฟนมวยในเขตกรุงเทพมหานคร	ผู้รับชมที่เป็นแฟนมวย ณ สนามมวยเวทีมาตรฐานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ก่อตั้งมาแล้วไม่น้อยกว่า 10 ปี จำนวน 5 สนาม รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน
เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์กีฬามวยไทยกับทัศนคติที่มีต่อการอนุรักษ์กีฬามวยไทยของผู้รับชมที่เป็นแฟนมวยในเขตกรุงเทพมหานคร		

การทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามก่อนนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริงด้วยวิธีการดังต่อไปนี้

1) หาคความเที่ยงตรง (Validity) นำแบบสอบถามไปหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยผู้วิจัยได้ปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญทางด้านกีฬามวยไทย จำนวน 3 คน คือ ผศ.ดร.ฟ้าลั่น กระสังข์ กรรมการสมาคมกีฬามวยไทย (คิตะมวยไทย) และผู้บริหารฟาลันมวยไทยยิม ดร.เลอภพ ไสรัตน์ อดีตหัวหน้าข่าวกีฬาเดลินิวส์และนายกสมาคมผู้สื่อข่าวกีฬาแห่งประเทศไทย และ รศ.ดร.พนม คลีฉายา คณานิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) ครอบคลุมทุกประเด็นตามนิยามศัพท์เชิงแนวคิดและวัตถุประสงค์หรือไม่ จากนั้นจึงขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไข ให้มีความถูกต้องและเหมาะสมก่อนนำไปสอบถามเพื่อเก็บข้อมูล โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ให้คะแนน +1 คะแนนหมายถึงแน่ใจว่าคำถามนั้นวัดได้ตรงสิ่งที่ต้องการวัด

ให้คะแนน 0 คะแนนหมายถึงไม่แน่ใจว่าคำถามนั้นวัดได้ตรงสิ่งที่ต้องการวัด

ให้คะแนน -1 คะแนนหมายถึงแน่ใจว่าคำถามนั้นวัดได้ไม่ตรงสิ่งที่ต้องการวัด

โดยใช้สูตรดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อกำหนดให้

$$\begin{aligned} IOC &= \text{ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับพฤติกรรมบ่งชี้} \\ \sum R &= \text{ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด} \\ N &= \text{จำนวนผู้เชี่ยวชาญ} \end{aligned}$$

การเลือกข้อคำถาม ใช้เกณฑ์ในการตัดสินความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ที่กำหนดค่าดัชนี IOC ที่คำนวณได้ต้องมากกว่า .05 (IOC > 0.5) จึงถือได้ว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับพฤติกรรมบ่งชี้ที่ต้องการวัด

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลทั้งหมดไปดำเนินการ ดังต่อไปนี้

- 1) ให้คะแนนคำตอบในแต่ละข้อ โดยการนำแบบสอบถามทุกฉบับมาลงรหัส (Coding) เพื่อให้ข้อมูลอยู่ในรูปของตัวเลขหรือรหัส
- 2) คัดลอกรหัสที่ลงไว้เรียบร้อยแล้วในแบบฟอร์มการลงรหัส เพื่อบันทึก ลงในแบบบันทึกข้อมูล
- 3) ประมวลผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Science) เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ
- 4) นำผลที่ได้มาแปลความหมายและจัดทำตารางแสดงผล ทำรายงานอภิปราย สรุปผลการศึกษา

ผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยผลการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกผู้บรรยายกีฬามวยไทย 5 คน ที่มีประสบการณ์การบรรยายกีฬามวยไทยไม่น้อยกว่า 10 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บรรยายกีฬามวยไทยได้นำกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจมาใช้ในการบรรยายประกอบด้วย กลยุทธ์ 12 ประการ ดังต่อไปนี้

- 1) กลยุทธ์การให้สัญญา ได้แก่ ถ้าวันนี้ติดตามชมกีฬามวยไทย จะทำให้ศิลปะการต่อสู้ไม่สูญหายไปไหนและอยู่กับประเทศไทยของเราตราบนานเท่านาน
- 2) กลยุทธ์การเตือนเชิงขู่ ได้แก่ หากวันนี้คุณไม่ดูกีฬามวยไทย อนาคตจะไม่มีกีฬามวยไทย ให้ลูกหลานได้ดู
- 3) กลยุทธ์การบอกถึงประโยชน์ ได้แก่ กีฬามวยไทยเป็นเหมือนสัญลักษณ์ที่เผยแพร่วัฒนธรรมกีฬาของไทยให้คนทั่วโลกได้รับรู้ และรู้จักประเทศไทยเนื่องจากดูกีฬามวยไทย
- 4) กลยุทธ์การบอกถึงผลเสีย ได้แก่ หากท่านยังปล่อยให้ประเทศไทยไม่สนับสนุนกีฬามวยไทย ลูกหลานไทยก็จะได้รับผลกระทบไม่ได้ดูศิลปะการต่อสู้ของไทย จะทำให้ไม่มีการสืบทอดกีฬามวยไทย
- 5) กลยุทธ์การอ้างบุญคุณ ได้แก่ ในฐานะที่ผู้บรรยายทำการบรรยายกีฬามวยไทยมานานแล้ว ผู้รับชมก็ติดตามกีฬามวยไทยมานาน หากผู้รับชมอยากเห็นผู้บรรยายนอนตายตาหลับต้องมาดูกีฬามวยไทย

6) กลยุทธ์การกล่าวถึงสิ่งที่ถูกต้องดีงาม ได้แก่ นักกีฬามวยไทยไปชกที่ต่างประเทศมีเกียรติในฐานะผู้เผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมและผู้รับชมในฐานะที่เป็นคนไทยก็ได้รับการยกย่องจากคนทั่วโลกด้วย

7) กลยุทธ์การสร้างความรู้สึกที่ดี ได้แก่ ถ้าท่านดูกีฬามวยไทยจะช่วยส่งเสริมและอนุรักษ์กีฬามวยไทยให้นักมวยมีรายได้เงินไปดูแลครอบครัว

8) กลยุทธ์การสร้างความรู้สึที่ดี ได้แก่ ถ้าท่านไม่ร่วมอนุรักษ์กีฬามวยไทยจะส่งผลให้กีฬามวยไทยสูญหาย ท่านจะต้องมีส่วนเป็นผู้รับผิดชอบ

9) กลยุทธ์การคาดการณ์ถึงอนาคตที่ดี ได้แก่ หากคนไทยทุกคนหันมาสนับสนุนกีฬามวยไทย มากกว่ากีฬามวยสากลก็จะทำให้อนาคตกีฬามวยไทยจะอยู่คู่กับประเทศไทยไปตลอด

10) กลยุทธ์การคาดการณ์ถึงอนาคตที่ไม่ดี ได้แก่ หากวันนี้ยังไม่เริ่มอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรมการต่อสู้ของชาติอีกไม่นานกีฬามวยไทยก็จะถึงคราวอวสาน

11) กลยุทธ์การกล่าวถึงสิ่งที่ควรกระทำ ได้แก่ เกิดมาเป็นคนไทยในชีวิตหนึ่งการตอบแทนประเทศก็ต้องช่วยกันอนุรักษ์ศิลปการต่อสู้ประจำชาติ เนื่องจากกีฬามวยไทยเป็นกีฬาสายเลือดที่ถูกสืบทอดมาจากรุ่นบรรพบุรุษจนถึงทุกวันนี้

12) กลยุทธ์การสร้างความภาคภูมิใจ ได้แก่ กีฬามวยไทยเป็นการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมกีฬาที่ดีของชาติไทย กระจายออกไปกลายเป็นที่รับรู้ของคนทั่วโลก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามที่สร้างจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บรรยายกีฬามวยไทย สำนวจการนำกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจที่ผู้บรรยายกีฬามวยไทยใช้ในการบรรยายกับการรับรู้และทัศนคติที่มีต่อการอนุรักษ์กีฬามวยไทย โดยในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ชมที่เป็นแฟนมวย ในเขตกรุงเทพมหานคร 5 สนาม จำนวน 400 คน สามารถสรุปการผลวิจัยได้ดังนี้

1) ลักษณะทางประชากรของผู้รับชมที่เป็นแฟนมวยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน พบว่า เป็นเพศชาย จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.5 และเพศหญิง จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 กลุ่มตัวอย่างมีอายุ 30-39 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 อายุ 40-49 ปี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 อายุมากกว่า 59 ปี จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 กลุ่มตัวอย่างการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 ระดับประถมศึกษา จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 นอกจากนี้ ยังสามารถแบ่งตามอาชีพ ได้แก่ อาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42 ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 และอาชีพอื่น ๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0

2) ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจที่ผู้บรรยายกีฬามวยไทยนำมาใช้ในการบรรยายกีฬามวยไทย พบว่า ผู้รับชมที่เป็นแฟนมวย กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน มีทัศนะว่ากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจที่ผู้บรรยายกีฬามวยไทยนำมาใช้ในการบรรยายกีฬามวยไทยดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจที่ผู้บรรยายกีฬามวยไทยนำมาใช้ในการบรรยายกีฬามวยไทย

ลำดับ	กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจที่	ค่าเฉลี่ย	ระดับกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจที่
1	กลยุทธ์การให้สัญญา	4.85	มากที่สุด
2	กลยุทธ์การสร้างความภาคภูมิใจ	4.82	มากที่สุด
3	กลยุทธ์การเกริ่นถึงสิ่งที่ควรกระทำ	4.81	มากที่สุด
4	กลยุทธ์การเตือนเชิงขู่	4.76	มากที่สุด
5	กลยุทธ์การคาดการณ์ถึงอนาคตที่ไม่ดี	4.74	มากที่สุด
6	กลยุทธ์การอ้างบุญคุณ	4.73	มากที่สุด
7	กลยุทธ์การสร้างความรู้สึที่ดี	4.72	มากที่สุด
8	กลยุทธ์การสร้างความรู้สึที่ดี	4.71	มากที่สุด
9	กลยุทธ์การคาดการณ์ถึงอนาคตที่ดี	4.69	มากที่สุด
10	กลยุทธ์การสร้างความรู้สึที่ไม่ดี	4.65	มากที่สุด
11	กลยุทธ์การบอกถึงผลเสีย	4.60	มากที่สุด
12	กลยุทธ์การบอกถึงประโยชน์	4.57	มากที่สุด
รวม		4.72	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนะว่ากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจที่ผู้บรรยายกีฬามวยไทยนำมาใช้ในการบรรยายกีฬามวยไทย โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.72

3) ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้รับชมที่เป็นแฟนมวยกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน มีการรับรู้การอนุรักษ์กีฬามวยไทยในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับรับรู้มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.75 โดยกีฬามวยไทยมีคุณค่าและเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชาติ คนไทยทุกคนต้องหวงแหนและอนุรักษ์กีฬามวยไทยให้อยู่คู่กับประเทศไทยตราบนานเท่านาน อยู่ในระดับการรับรู้มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.82 รองลงมาคือ กีฬามวยไทยมีประโยชน์เป็นสัญลักษณ์ของชาติการที่คนไทยช่วยกันส่งเสริมถือเป็นการอนุรักษ์กีฬามวยไทยให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วโลก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.81การรับรู้ลำดับที่สามคือ การอนุรักษ์กีฬามวยไทยเป็นสิ่งที่ภาคภูมิใจและทำให้คนทั่วโลกรู้จักศิลปะการต่อสู้ประจำชาติ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.78 ตามลำดับ

4) ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการอนุรักษ์กีฬามวยไทย พบว่า ผู้รับชมที่เป็นแฟนมวยกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน มีทัศนคติที่มีต่อการอนุรักษ์กีฬามวยไทย ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมีทัศนคติทางบวกมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.68 โดยการรับชมกีฬามวยไทยเท่ากับว่าเป็นการสืบทอดและอนุรักษ์ศิลปะการต่อสู้ของชาติอยู่ในระดับทัศนคติทางบวกมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.81 รองลงมาคือ นักกีฬามวยไทยไปชกที่ต่างประเทศเป็นผู้มีเกียรติในฐานะที่เป็นผู้เผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมของชาติ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.73 และการอนุรักษ์กีฬามวยไทยเป็นสิ่งที่ภาคภูมิใจ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.70 ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจที่ผู้บรรยายกีฬามวยไทยนำมาใช้ในการบรรยายกีฬามวยไทย มีความสัมพันธ์กับการรับรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์กีฬามวยไทยของผู้รับชมที่เป็นแฟนมวยในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจมีความสัมพันธ์กับการรับรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์กีฬามวยไทยของผู้รับชมที่เป็นแฟนมวยในเขตกรุงเทพมหานครเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 ด้วยระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ($r=0.848$)

สมมติฐานข้อที่ 2 การรับรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์กีฬามวยไทยมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการอนุรักษ์กีฬามวยไทยของผู้รับชมที่เป็นแฟนมวย ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การรับรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์กีฬามวยไทยมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการอนุรักษ์กีฬามวยไทยของผู้รับชมที่เป็นแฟนมวย ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 ด้วยระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ($r=0.864$)

อภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่ากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจที่ผู้บรรยายกีฬามวยไทยนำมาใช้ในการบรรยายกีฬามวยไทย ประกอบด้วย 12 ประการ คือ 1) กลยุทธ์การให้สัญญา 2) กลยุทธ์การเตือนเชิงขู่ 3) กลยุทธ์การบอกถึงประโยชน์ 4) กลยุทธ์การบอกถึงผลเสีย 5) กลยุทธ์การอ้างบุญคุณ 6) กลยุทธ์การกล่าวถึงสิ่งที่ถูกต้องดีงาม 7) กลยุทธ์การสร้างความรู้สึกที่ดี 8) กลยุทธ์การสร้างความรู้สึกที่ไม่ดี 9) กลยุทธ์การคาดการณ์ถึงอนาคตที่ดี 10) กลยุทธ์การคาดการณ์ถึงอนาคตที่ไม่ดี 11) กลยุทธ์การกล่าวถึงสิ่งที่ควรกระทำ 12) กลยุทธ์การสร้างความภาคภูมิใจ และกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจที่ผู้บรรยายกีฬามวยไทยนำมาใช้ในการบรรยายกีฬามวยไทย โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การได้รับความยินยอมพร้อมใจของ Whelless, barracloUGH and Stewart (1983 อ้างใน อรรถธรณ ปิลันธน์โอวาท, 2554) ที่ได้นิยามว่า กลยุทธ์แห่งการได้รับความยินยอมมุ่งเน้นไปสู่ผลแห่งพฤติกรรมการสื่อสารอันเกี่ยวข้องกับการพิจารณาถึงการปรับเปลี่ยนทัศนคติหรือไม่ก็ตาม ซึ่งอาจสรุปได้ว่า พฤติกรรมการได้รับความยินยอม เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการสื่อสารที่ตัวแทนรองรับให้เกิดขึ้นจากกลุ่มเป้าหมายในพฤติกรรมบางอย่าง ซึ่งอาจจะแสดงถึงการจงใจให้เกิดการปฏิบัติตามของพฤติกรรม กลยุทธ์แห่งการได้รับความยินยอม คือเนื้อหาที่ตัวแทนเลือกให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการกระทำตามดังความต้องการของตัวแทน อีกทั้งยังสอดคล้องกับทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ (McQuire, 1973 อ้างใน อรรถธรณ ปิลันธน์โอวาท, 2554) อธิบายตามหลักการทฤษฎีดังนี้ องค์ประกอบพื้นฐานในการโน้มน้าวใจไว้ ได้แก่ จากมุมมองของผู้รับสาร ตัวผู้ส่งสาร ผ่านขั้นตอนการโน้มน้าวใจ ในขั้นนำเสนอ ขั้นให้ความสนใจ ขั้นเข้าใจ ขั้นคล้อยตาม ขั้นยึดเหนี่ยวสิ่งใหม่ การกระทำซึ่งอาจสรุปได้ว่ากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจที่ผู้บรรยายกีฬามวยไทยนำมาใช้บรรยายกีฬามวยไทย ทั้ง 12 ประการนั้น ล้วนมีองค์ประกอบพื้นฐานในการโน้มน้าวใจ ผ่านขั้นตอนอย่างเป็นแบบแผนจากผู้ส่งสารถึงผู้รับสารอย่างสมบูรณ์และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุทธิทิพย์ เพ็ญงาม (2563) ได้ศึกษาเรื่องการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจโดยใช้สื่อบุคคลกับพฤติกรรมการเลี้ยงกุ้งขาวแวนนาไมของเกษตรกรในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ ของนักวิชาการบริษัทเจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด

ผลการวิจัยพบว่า การใช้กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ 12 ประการ นักวิชาการบริษัทเจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด ได้ใช้กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ ในระดับมากที่สุดจำนวน 9 ประการ ได้แก่ การให้สัญญา การเตือนเชิงขู่ การบอกถึง ผลเสีย การแสดงความชอบ การให้บางสิ่งบางอย่าง การกล่าวถึงสิ่งที่ถูกต้องดีงาม การสร้าง ความรู้สึกที่ดี การคาดถึงอนาคตที่ดี และการคาดถึงอนาคตที่ไม่ดี สำหรับผลการวิจัยครั้งนี้พบว่าผู้บรรยายกีฬามวยไทยได้พยายามคัดเลือกสารที่นำมาใช้บรรยายเพื่อมุ่งหวังในการโน้มน้าวใจ กลุ่มผู้รับสารที่เป็นผู้รับชมกีฬามวยไทยให้เกิดการรับรู้และมีทัศนคติที่ดีต่อการอนุรักษ์กีฬามวยไทย

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจมีความสัมพันธ์กับการรับรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์กีฬามวยไทยของผู้รับชมที่เป็นแฟนมวย ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 แสดงให้เห็นว่ากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์กีฬามวยไทยของผู้รับชมที่เป็นแฟน ในเขตกรุงเทพมหานคร ตามระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ($r=0.848$) กล่าวคือ กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจมีความสัมพันธ์กับการรับรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์กีฬามวยไทยของผู้รับชมที่เป็นแฟนมวย ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับ สุรชาติพิญ เพื่องาม (2563) ได้ศึกษาเรื่อง การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ โดยใช้สื่อบุคคลกับพฤติกรรมการเลี้ยงกุ้งขาวแวนนาไมของเกษตรกร ในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 307 คน พบว่ากลยุทธ์การสื่อสาร เพื่อการโน้มน้าวใจมีความสัมพันธ์กับการรับรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งขาวแวนนาไมของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการวิจัยดังกล่าวยังสอดคล้องกับ อุดุลย์ จาตุรงคกุล (อ้างใน จินตนา ตันติศิริรัตน์, 2556:9-10) ที่ได้อธิบายว่า การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจเป็นเครื่องมือที่มนุษย์จะใช้ในการ จูงใจบุคคล ซึ่งผู้ทำหน้าที่ส่งสารหรือเป็นแหล่งสารจะใช้การสื่อสารเพื่อจูงใจผู้รับสารให้ มีปฏิกิริยาตอบสนองต่อข่าวสารที่ได้รับไป และสอดคล้องกับ เกียรติศักดิ์ แสงชัยศรี (2550) ที่ศึกษาเรื่องการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจโดยใช้สื่อบุคคลกับการตัดสินใจเข้าเป็นนักกีฬาตัวแทนของโรงเรียนในระดับมัธยมศึกษาในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่พบว่ากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจมีความสัมพันธ์กับการรับรู้เกี่ยวกับการเป็นนักกีฬาตัวแทนของโรงเรียนในระดับมัธยมศึกษาในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี

สมมติฐานข้อที่ 2 การรับรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์กีฬามวยไทยมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการอนุรักษ์กีฬามวยไทยของผู้รับชมที่เป็นแฟนมวย ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 พบว่า การรับรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์กีฬามวยไทยมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการอนุรักษ์กีฬามวยไทยของผู้รับชมที่เป็นแฟนมวย ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 แสดงให้เห็นว่าการรับรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์กีฬามวยไทยมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการอนุรักษ์กีฬามวยไทยของผู้รับชมที่เป็นแฟนมวยในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยดังกล่าว สอดคล้อง กับ เกียรติศักดิ์ แสงชัยศรี (2550) ได้ศึกษาเรื่องการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ โดยใช้สื่อบุคคลกับการตัดสินใจเข้าเป็นนักกีฬาตัวแทนของโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจกับการรับรู้เกี่ยวกับการเป็นนักกีฬาตัวแทนของโรงเรียนในระดับมัธยมศึกษาในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี และศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการเป็นนักกีฬาตัวแทนของโรงเรียนระดับมัธยมศึกษา กับพฤติกรรมการตัดสินใจเข้าเป็นนักกีฬาตัวแทนของโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี จากผลการวิจัยพบว่า

กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจมีความสัมพันธ์กับการรับรู้เกี่ยวกับการเป็นนักกีฬาตัวแทนของโรงเรียนในระดับมัธยมศึกษาในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี และการรับรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการตัดสินใจเข้าเป็นนักกีฬาตัวแทนของโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานีและยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสุทธาทิพย์ เพื่อนงาม (2563) ได้ศึกษาเรื่องการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจโดยใช้สื่อบุคคลกับพฤติกรรมการเล่นกอล์ฟเยาวชนนาไมของเกษตรกร ในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับการเล่น กอล์ฟเยาวชนนาไมกับพฤติกรรมการเล่นกอล์ฟเยาวชนนาไมของเกษตรกรผู้เลี้ยงกอล์ฟในเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 307 คน พบว่าการรับรู้เกี่ยวกับการเล่นกอล์ฟเยาวชนนาไม ของเกษตรกรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นกอล์ฟเยาวชนนาไมของเกษตรกรผู้เลี้ยงกอล์ฟในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ(เนวียา สามนปาล, 2564) ได้ศึกษาเรื่องการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชันกับทัศนคติและพฤติกรรมต่อการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชันกับทัศนคติที่มีต่อการทุจริตคอร์รัปชันของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ทัศนคติที่มีต่อการทุจริตคอร์รัปชันกับพฤติกรรมต่อการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชัน มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการทุจริตคอร์รัปชันของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และทัศนคติที่มีต่อการทุจริตคอร์รัปชันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมต่อการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จากผลการวิจัยที่สอดคล้องนั้น สามารถอธิบายได้ว่า การเกิดพฤติกรรมเป็นผลมาจากทัศนคติ ดังนั้นจึงพออนุมานได้ว่าการรับรู้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมอันเนื่องมาจากมีความสัมพันธ์กับทัศนคติ

ดังนั้น จากผลการวิจัยดังกล่าว เป็นการยืนยันถึงแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2550) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ทัศนคติคือ การประเมินหรือการตัดสินใจเกี่ยวกับความชอบหรือไม่ชอบวัตถุคน หรือเหตุการณ์ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความรู้สึกของบุคคลเกี่ยวกับบางสิ่งบางอย่าง หรือเป็นแนวโน้มของบุคคลที่แสดงต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอาจเป็นบุคคล กลุ่มคน ความคิดหรือสิ่งของ โดยมีความรู้สึกหรือความเชื่อเป็นพื้นฐาน ทัศนคติไม่ใช่สิ่งเดียวกับค่านิยม แต่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน โดยค่านิยมเป็นสิ่งที่บุคคลเห็นคุณค่า แต่ทัศนคติเป็นความรู้สึกในทางบวกและทางลบ ซึ่งความรู้สึกจะส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมของบุคคล

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการวิจัยสำรวจพบว่ากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจที่ผู้บรรยายกีฬามวยไทยนำมาใช้ในการบรรยายนั้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด กลยุทธ์การให้สัญญา กลยุทธ์การสร้างความภาคภูมิใจ กลยุทธ์การกล่าวถึงสิ่งที่ควรกระทำ กลยุทธ์การเตือนเชิงขู่ กลยุทธ์การคาดการณ์ถึงอนาคตที่ไม่ดี กลยุทธ์การอ้างบุญคุณ ดังนั้นหากผู้บรรยายกีฬามวยไทยในอนาคตนำกลยุทธ์ดังกล่าวมาใช้ในการบรรยาย ก็จะสามารถทำให้เกิดการโน้มน้าวใจผู้รับชม ทำให้เกิดการรับรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์กีฬามวยไทย และทัศนคติที่มีต่อการอนุรักษ์

กีฬามวยไทยทางบวกมาก

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อไป

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก ผู้บรรยายกีฬามวยไทย และระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณด้วยการสำรวจในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เข้าชมกีฬามวยไทยในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป จึงควรศึกษา วิจัยในกลุ่มผู้บรรยายกีฬามวยไทย และผู้รับชมที่เป็นแฟนมวยให้ครอบคลุมภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ

บรรณานุกรม

- กรมพลศึกษา. (2556). *ศิลปะมวยไทย*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เอสไอเอฟเซ็ทกราฟฟิคดีไซน์.
- กรมพลศึกษา. (2562). *หนังสือประวัติศาสตร์กีฬามวยไทย*. กรุงเทพฯ โรงพิมพ์เอสไอเอฟเซ็ทกราฟฟิคดีไซน์.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2556). *ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2560-2564*. กรุงเทพฯ โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- เกียรติศักดิ์ แสงชัยศรี. (2550). *การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจโดยใช้สื่อบุคคลกับการตัดสินใจ* เข้าเป็นนักกีฬาตัวแทนของโรงเรียนในระดับมัธยมศึกษาในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี. [วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยรังสิต].
- จินตนา ตันติศิริรัตน์. (2556). *กลยุทธ์การจูงใจผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตแพลตฟอร์มกับกร้อง* เกาหลีทำความดีเพื่อสังคม. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ณัฐสุดา วิจิตรจามรี. (2556). *การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นวิยา สามนपाल. (2564). การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชันกับทัศนคติและพฤติกรรมการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์*, 25(3): 79-90.
- มาลินี มาลีคล้าย. (2554). *การรับรู้การสื่อสารการตลาดของผู้บริโภคที่มีผลภาพลักษณ์ตราสินค้าอิซตันในเขตกรุงเทพมหานคร*. [ปริญาญารุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี].
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2550). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมสารจำกัด.
- สุธาทิพย์ เพื่องาม. (2563). *กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจโดยสื่อบุคคลกับพฤติกรรมเลี้ยงกุ้งขาวแวนนาไมของเกษตรกรในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา*. *วารสารมนุษยกับสังคม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 5(2): 27-46.
- โสพิศ พุยเวียง. (2557). *คุณสมบัติและการสื่อสารของผู้บรรยายกีฬามวยไทยผ่านทางโทรทัศน์*. [วิทยานิพนธ์ปริญาญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].
- อรวรรณ ปิณฑน์โอวาท. (2554). *การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.