

กระบวนการที่ทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า : กรณีศึกษามวยไทยผ่านสื่อโทรทัศน์



นางสาวทรายทิพย์ ธีระเดชพงศ์

ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE COMMODIFICATION OF CULTURE :  
A CASE STUDY OF TELEVISED MUAY THAI



Miss Saithip Teeradetpong

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts Program in Political Economy

Faculty of Economics

Chulalongkorn University

Academic Year 2010

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

กระบวนการที่ทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า :

กรณีศึกษามวยไทยผ่านสื่อโทรทัศน์

โดย

นางสาวทรายทิพย์ ธีระเดชพงศ์

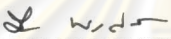
สาขาวิชา

เศรษฐศาสตร์การเมือง


อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

รองศาสตราจารย์ ดร.นवलน้อย ตีร์รัตน์


คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัย  
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

  
..... คณบดีคณะเศรษฐศาสตร์  
(ศาสตราจารย์ ดร.ตีรณ พงศ์มพัฒน์)


คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.กนกศักดิ์ แก้วเทพ)

  
..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก  
(รองศาสตราจารย์ ดร.นवलน้อย ตีร์รัตน์)

  
..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิรงรอง รามสูต)

  
..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย  
(อาจารย์ ดร.ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์)

ทฤษฎีวิทยุ ธีระเดชพงศ์ :กระบวนการที่ทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า : กรณีศึกษามวยไทยผ่านสื่อโทรทัศน์. (THE COMMODIFICATION OF CULTURE : A CASE STUDY OF TELEVISED MUAY THAI) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : รศ.ดร.นวลน้อย ตีร์รัตน์, 178 หน้า.

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการที่วัฒนธรรมถูกทำให้กลายเป็นสินค้า โดยเลือกกรณีศึกษามวยไทยที่เผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์คือรายการมวยไทย 7 สี ทางสถานีโทรทัศน์สี กองทัพบกช่อง 7 โดยศึกษาวิเคราะห์จากเอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้องรวมถึงการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสำคัญในรายการมวยไทย 7 สี คือ โปรโมเตอร์ หัวหน้าค่าย กลุ่มนักมวย และผู้ชมรายการดังกล่าว

การวิเคราะห์ใช้ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองของสำนักมาร์กซิสต์ เพื่อวิเคราะห์กระบวนการทำให้เป็นสินค้าโดยเฉพาะประเด็นการผันเปลี่ยนจากมูลค่าใช้สอย (use value) มาเป็นมูลค่าแลกเปลี่ยน (exchange value) และกลไกการตั้งราคา (pricing) และส่วนของเศรษฐศาสตร์การเมือง สื่อสารมวลชน (political economy of mass media) เพื่อวิเคราะห์บทบาทการสนับสนุนส่งเสริมของสื่อโทรทัศน์ในกระบวนการทำให้มวยไทยกลายเป็นสินค้า รวมไปถึงการนำทฤษฎีของทุนวัฒนธรรมของสำนักบูร์ดิเอนในส่วนของการใช้ร่างกายเป็นทุน (bodily capital) เพื่อวิเคราะห์การใช้เรือนร่างของนักมวยในฐานะที่เป็นเพียงปัจจัยการผลิตหลักสำหรับผันแปรมวยไทยให้กลายเป็นสินค้าอย่างหนึ่ง

ผลการวิจัยพบว่า มวยไทยในฐานะที่เป็นศิลปวัฒนธรรมแห่งการต่อสู้ของไทยถูกทำให้มีฐานะเป็นเพียงสินค้าอย่างหนึ่งโดยดูได้จากกลไกการตั้งราคา (pricing) ในการแข่งขันชกมวยที่เข้ามามีอิทธิพลเพิ่มขึ้น ทำให้สาระของการชกมวยไทยจากที่เคยมุ่งเน้นเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมไทยเพื่อค้นหาคนที่มีฝีมือชกมวยและเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตไปสู่การชกเพื่อหารายได้เป็นหลัก กลไกราคาพัฒนาจากการชกเพื่อชิงรางวัลไปสู่การชกแข่งขันเพื่อการหาเลี้ยงชีพ นักมวยได้ใช้เรือนร่างของตนเองเพื่อเป็นปัจจัยการผลิตผ่านการฝึกซ้อม ควบคุม และสร้างความแข็งแกร่งของร่างกาย รวมถึงนักมวยถูกผลิตขึ้นมาผ่านการขูดรีดพลังแรงงานเพื่อสนองความต้องการของนายทุน

เมื่อมวยไทยเข้าไปเผยแพร่ในสื่อโทรทัศน์ก็ยิ่งทำให้กระบวนการทำให้เป็นสินค้ามีความชัดเจนและซับซ้อนขึ้น กล่าวคือมวยไทยได้กลายเป็นเพียงสินค้าประเภทหนึ่งที่กลุ่มทุนสื่อโทรทัศน์ผลิตออกมาขายให้กับกลุ่มทุนสินค้าเพื่อสร้างผลกำไรสะสมมูลค่าส่วนเกินให้สื่อโทรทัศน์ผ่านค่าโฆษณา นักมวยที่ถูกผลิตทางรายการมวยไทย 7 สี ในตัวอย่างของกรณีศึกษานี้ จึงมีลักษณะที่ถูกผลิตขึ้นจำนวนมากในรูปแบบเดียวกันเพื่อสนองความต้องการของผู้ชมมากกว่าเน้นคุณภาพแม่ไม้มวยไทยอย่างแท้จริง เกิดกระบวนการสะสมความมั่งคั่งจากมูลค่าส่วนเกินของสื่อโทรทัศน์

สาขาวิชา.....เศรษฐศาสตร์การเมือง..... ลายมือชื่อนิติ..... ทรายทิพย์ ธีระเดชพงศ์.....  
ปีการศึกษา..... 2553..... ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....



# # 5185270629 : MAJOR POLITICAL ECONOMY

KEYWORDS : COMMODIFICATION / CULTURAL / MUAY THAI

SAITHIP THEERADETPONG : THE COMMODIFICATION OF CULTURE

: A CASE STUDY OF TELEVISED MUAY THAI. ADVISOR :

ASSOC.PROF.NUALNOI TREERAT, Ph.D., 178 pp.

The main objective of this thesis is to study how culture is commodified by selecting Televised Muay Thai (Muay Thai Ched See Program) as a case study. The research instrument applied for the study is to interview those who substantially involve with Muay Thai boxing business namely promoter, Boxing-camp masters, Muay Thai boxers and program's audiences.

The thesis applies Marxist's political economy theory of commodification as the analyzing framework, especially in the issues of pricing which use value, is transformed to exchange value, and political economy of mass media concentrating on the supporting role of televisions in commodifying process. Besides, Bourdieu's crucial analysis on bodily capital is applied on the issue of how Muay Thai boxers use their body as means of production and capital.

The study shows Thai boxing as a cultural aspect of martial arts is significantly commodified through pricing. Pricing process seducingly causes purpose of boxing from as a way of life to earn boxers' living. In this way, boxer's body is appropriated as a means of production and bodily capital through tough training, weight and body control as well as appropriating their labour power to meet the capitalists' need.

In addition, The commodification process of Thai boxing is more intensified and complicated when Thai boxing program is produced for broadcasting. TV media, as a capitalist, produces martial art of Thai boxing as just a commodity to exchange for advertising revenue. The furious style of boxing is thus repetitively produced as a mass production to meet audiences' satisfaction to gain more benefit regardless of boxer's quality. Thereby, Channel 7 as the producer of Muay Thai Ched See program is the wealthiest man among those who involve in commodifying process and use the surplus value for reproducing Thai boxing program in commoditizing cycle.

Field of Study : .....	Political Economy.....	Student's Signature .....	<i>S. Theeradetpong</i>
Academic Year : .....	2010.....	Advisor's Signature .....	<i>N. Treerat</i>

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้สำเร็จลุล่วงไปด้วยความช่วยเหลือ คำแนะนำและกำลังใจที่ดีเสมอมาจากบุคคลหลายท่านดังนี้

ขอขอบพระคุณ ท่านรองศาสตราจารย์ ดร.นวลน้อย ตริรัตน์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.กนกศักดิ์ แก้วเทพ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิรงรอง รามสูต และอาจารย์ ดร.ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาสละเวลาคอยให้คำปรึกษา คำแนะนำ แก้ไขงานวิทยานิพนธ์ให้มีความถูกต้อง ตรงประเด็นซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้มีความถูกต้องและสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี รวมทั้งคณะครู อาจารย์ไม่ว่าจะเป็นที่โรงเรียนสตรีวิทยา คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และที่ภาควิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยทุกท่านที่ให้ความรู้ ให้ข้อคิดและประสบการณ์ที่มีค่าที่สุดในชีวิต

ขอขอบพระคุณในความรัก ความอบอุ่นและความปรารถนาดีของนายประยุทธ นางสุดาวรรณ และนายปิยะนันท์ ธีระเดชพงศ์ ผู้ซึ่งเป็นบิดา มารดาและพี่ชาย ที่เป็นทุกอย่างในชีวิต และเป็นแรงผลักดันที่สำคัญที่ทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลงด้วยดี ตลอดจนครอบครัว ธีระเดชพงศ์ คุณปู่ซุ่น (นายพีระพงษ์ ธีระเดชพงศ์) ผู้ให้ข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้

ขอขอบคุณคณะผู้บริหารโรงเรียนเทศบาลวัดดอนไก่อดีทุกท่าน ที่เข้าใจในความจำเป็นของผู้วิจัยที่ต้องทุ่มเทให้กับการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ จนอาจทำให้เสียเวลางานไปบ้าง ขอขอบคุณพี่เทน พี่มวย ที่คอยช่วยเหลือน้องในการทำงาน แบ่งเบาภาระงานของน้อง และขอขอบคุณครูแจจ อีกหนึ่งกำลังใจที่สำคัญที่เป็นที่ปรึกษา คอยกระตุ้น และให้กำลังใจในช่วงที่ท้อแท้ ไม่อยากทำ จนทำให้ก้าวผ่านในช่วงที่สำคัญนี้ได้

ขอขอบคุณ พี่เก้ พี่ต้อย พี่เก้-สมชาย และพี่เบิร์ท-จักรกฤษณ์ ซึ่งเป็นผู้ที่เอาใจใส่น้องในเรื่องการเรียน ให้คำปรึกษาและคำแนะนำ ตลอดจนช่วยเหลือน้องสาวคนนี้ทุกอย่างในช่วงเวลาที่มีความหมายของการเป็นนิสิตปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์การเมือง ขอขอบคุณพี่ๆ Pol Econ รุ่น 8 ทุกคนที่คอยให้แง่คิดในมุมมองต่างๆซึ่งเป็นประโยชน์และเพิ่มประสบการณ์ที่ดีให้กับน้องมาตลอด

ขอขอบคุณอีกครั้งสำหรับบุคคลที่กล่าวมาในที่นี้รวมทั้งอีกหลายๆท่านที่ไม่ได้เอยนาม ที่ทำให้สาวน้อยก้าวเดินสู่นับได้ความสำเร็จอีกขั้นหนึ่งของชีวิต...ขอขอบคุณค่ะ

# สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
1.3 ขอบเขตของการวิจัย.....	5
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ.....	5
1.5 วิธีการศึกษา.....	5
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
1.7 โครงสร้างการนำเสนอ.....	8
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
2.1 แนวคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองมาร์กซิสต์.....	10
2.1.1 สินค้าในแนวคิดแบบมาร์กซิสต์.....	12
2.1.2 กระบวนการสะสมมูลค่าส่วนเกินและการผลิตซ้ำ.....	13
2.2 กระบวนการทำให้เป็นสินค้า.....	17
2.3 แนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองเรื่องสื่อ.....	19
2.4 แนวคิดทุนทางวัฒนธรรม.....	23
2.4.1 การศึกษาเรื่องของร่างกายในฐานะที่เป็นทุนและในมุมมองของการ สื่อสาร.....	24
2.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	27
2.5.1 งานวิจัยที่เกี่ยวกับกระบวนการกลายเป็นสินค้าในแง่มุมต่างๆ.....	27
2.5.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย.....	31

บทที่ 3 พัฒนาการและโครงสร้างของมวยไทย.....	35
3.1 พัฒนาการของมวยไทย.....	35
3.2 ประวัติความเป็นมาของมวยไทยในजूตู่(สถานีโทรทัศน์) .....	46
3.3 โครงสร้างของมวยไทย.....	58
3.3.1 โครงสร้างของตลาดมวยไทยก่อนปี พ.ศ. 2488.....	59
3.3.2 โครงสร้างของตลาดมวยไทยหลังปี พ.ศ. 2488.....	60
บทที่ 4 โครงสร้างตลาดมวยในजूตู่โทรทัศน์: มวยไทย 7 สี.....	69
4.1 นายสนามมวย.....	69
4.2 โปรโมเตอร์.....	70
4.3 หัวหน้าค่าย.....	72
4.4 นักมวย.....	75
4.5 ผู้ชม.....	86
4.6 กลุ่มทุนโฆษณาและजूตู่สถานีโทรทัศน์.....	89
4.7 บทสรุป.....	94
บทที่ 5 กระบวนการที่ทำให้เป็นสินค้า : กรณีมวยไทยฝ่ายรายการมวยไทย 7 สี.....	95
5.1 นักมวยกับกลไกการตั้งราคา (Pricing) .....	96
5.1.1 การตั้งราคาในรูปแบบของเงินรางวัล (ก่อน พ.ศ.2488).....	96
5.1.2 การตั้งราคาในรูปแบบของค่าตัวและเงินรางวัล (หลัง พ.ศ.2488).....	99
5.1.3 การตั้งราคากับบทบาทของสื่อมวลชนในการทำให้เป็นสินค้า.....	101
5.2 นักมวยกับการใช้ร่างกายเป็นทุนรอน (Bodily Capital) .....	110
5.3 ความมั่งคั่งในกระบวนการกลายเป็นสินค้า.....	117
5.3.1 กระบวนการผลิตมวยไทย 7 สี.....	117
5.3.2 กลุ่มทุนโฆษณาผู้สนับสนุนรายการมวยไทย 7 สี กับการขยายสะสม มูลค่าส่วนเกินและการผลิตซ้ำ.....	119
บทที่ 6 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	126
6.1 สรุปผลการศึกษา.....	126
6.2 ข้อจำกัดในการศึกษา.....	128
6.3 ข้อเสนอแนะ.....	128



รายการอ้างอิง.....	130
ภาคผนวก.....	134
ภาคผนวก ก.....	135
ภาคผนวก ข.....	151
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	178



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	รายการแข่งขันมวยไทยประจำสัปดาห์.....	3
3.1	รายการมวยจอคู่ที่ออกอากาศสดในปี พ.ศ.2506.....	50
3.2	ตัวอย่างผังรายการมวยเดือนมีนาคม พ.ศ. 2519.....	50
3.3	เวลาออกอากาศรายการมวยช่วงปี พ.ศ. 2533.....	54
3.4	เวลาออกอากาศรายการมวยช่วงปี พ.ศ. 2548.....	55
3.5	เวลาออกอากาศรายการมวยช่วงปี พ.ศ. 2553.....	58
3.6	ลักษณะการจัดรายการมวยแต่ละช่อง.....	58
4.1	แสดงอันดับการชกมวยไทยในแต่ละรุ่นของสนามมวยช่อง 7 สี.....	76
4.2	โครงสร้าง ประเภทและสัดส่วนการแบ่งเงินรางวัลของนักมวยในรายการมวยไทย 7 สี.....	81
4.3	ระดับความนิยมของผู้ชมต่อรายการมวยไทย 7 สี.....	88
4.4	แสดงการเข้าถึงโทรทัศน์ของประชากรไทยในปัจจุบัน.....	90
4.5	ประเภทของกลุ่มทุนโฆษณาที่เข้ามาสนับสนุนรายการมวยไทย 7 สี.....	93
5.1	จำนวนค่ายมวยและนักมวยไทยทั่วประเทศ.....	100
5.2	สรุปรูปแบบของมวยไทยแต่ละช่วงเวลา.....	108
5.3	แสดงการฝึกซ้อมประจำวันของค่ายเพชรพญาไท.....	113
5.4	ประมาณการค่าใช้จ่ายของทางช่อง 7 ต่อการจัดรายการมวยไทย 7 สี.....	118
5.5	ประมาณการส่วนต่าง(กำไร) ที่ช่อง 7 สีได้รับจากการจัดรายการมวยไทย 7 สี...	123

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
3.1	แสดงลักษณะโครงสร้างตลาดมวญไทยก่อนปี พ.ศ.2488.....	60
3.2	แสดงลักษณะโครงสร้างตลาดมวญไทยหลังปี พ.ศ.2488.....	68
5.1	แสดงการออกอาวุธของนักมวญในรายการมวญไทย 7 สี.....	104
5.2	แสดงการโฆษณาภายในสนามมวญช่อง 7 โดยผ่านสื่อโทรทัศน์.....	107
5.3	แสดงการโฆษณาสินค้าผ่านป้ายบอกยก.....	107



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในโลกปัจจุบันที่ขับเคลื่อนด้วยแรงพลังอันสำคัญของกระแสโลกาภิวัตน์ทุนนิยม ส่งผลให้โครงสร้างทางการเมือง สังคม เศรษฐกิจ รวมไปถึงวัฒนธรรมของผู้คนทั่วทุกมุมโลกแปรเปลี่ยนไปในทางที่เหมือนกันมากขึ้น กล่าวคือ ความต้องการในตัวสินค้ารวมไปถึงรสนิยมต่าง ๆ ที่ผันแปรไปตามการกระตุ้นความต้องการจากผู้ผลิต จนเกิดการผลิตสินค้าต่าง ๆ ออกมาในปริมาณที่มากจนล้นตลาดและเอ่อล้นไปมากกว่าความต้องการของมนุษย์ปุถุชน จนเกิดวิกฤตเชิงโครงสร้างเศรษฐกิจในระบบทุนนิยมจากสาเหตุดังกล่าวอยู่เป็นระยะ

วัฒนธรรมเช่นเดียวกัน ที่หนีไปไม่พ้นจากการแปรเปลี่ยนไปตามโลกของทุนนิยม มีการกล่าวถึงวัฒนธรรมว่าเป็น "หนทางทั้งหมดแห่งการดำเนินชีวิต" ซึ่งรวมถึงกฎกติกาแห่งการดำเนินชีวิต พิธีกรรม ประเพณี ศิลปะ ปทัสถานแห่งพฤติกรรม เช่น กฎหมายและศีลธรรมและระบบของความเชื่อรวมทั้งศิลปะ การละเล่น และกีฬา แต่ระบบทุนนิยมได้เข้ามามีอิทธิพลทำให้วัฒนธรรมที่ถูกสืบทอดมาอย่างช้านานในสังคม ๆ หนึ่ง เลือนหายไป หรือถูกปรับให้มีลักษณะที่จะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตไปตามวิถีชีวิตในสังคมแห่งการบริโภค หรือแม้กระทั่งการอาศัยเอาวัฒนธรรมเหล่านั้นมาเป็นประโยชน์ในเชิงพาณิชย์เพื่อผลประโยชน์ของผู้คนเพียงไม่กี่กลุ่ม เช่น การทำให้หมู่บ้านและชาวกะเหรี่ยงคอยาวรวมไปถึงวิถีชีวิต ประเพณีของพวกเขาเป็นสิ่งที่ไม่ต่างจากสินค้าที่แลกกับเงินเข้าชมของนักท่องเที่ยว หรือการละเล่นพื้นบ้านจากที่เคยละเล่นตามงานบุญต่าง ๆ แต่ถูกทำให้จำกัดการเข้าถึงด้วยการจ่ายเงินเพื่อเข้าชม หรือออกมาเป็นอัลบั้มเพลงเพื่อผลิตให้ได้จำนวนมากเพื่อกำไรเป็นสำคัญ

การแผ่ขยายอาณาบริเวณของระบบทุนนิยมกว้างขวางและลึกซึ้งออกไปด้วยเทคโนโลยีทางการสื่อสารที่พัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็วไม่หยุดนิ่ง เนื้อหาที่เกี่ยวกับบริบททางวัฒนธรรมถูกนำเสนอแค่เพียงผิวเผินผ่านสื่อต่าง ๆ ซึ่งเนื้อหาสาระโดยรวมของการสื่อสารมาทางช่องทางของเทคโนโลยี หลักๆ ก็ยังคงเป็นการนำเสนอสารแก่ผู้บริโภคเพื่อการดำรงอยู่ของระบบทุนนิยมเอาไว้ เช่น การโฆษณาสินค้าผ่านรายการเกมโชว์ หรือละคร แม้กระทั่งช่วงค้นรายการข่าวในสื่อโทรทัศน์ และแม้จะมีสื่อใหม่ (New Media) ที่เกิดขึ้นในโลกไซเบอร์ลักษณะ Social Media เพิ่มมากขึ้นก็ตาม แต่คงปฏิเสธไม่ได้ว่าสื่อโทรทัศน์ที่เกิดขึ้นมาตั้งแต่กลางศตวรรษที่ 20 ยังคงเป็นสื่อที่มีอิทธิพลมากที่สุดสื่อหนึ่ง ทั้งนี้เนื่องมาจากเป็นสื่อที่สามารถปลุกเร้าอารมณ์จุดกระแสความรู้สึกร่วมให้คล้อยตามได้ง่ายผ่านภาพเคลื่อนไหวและเสียง

วัฒนธรรมในแง่มุมมองประเภทต่าง ๆ ถูกสื่อโทรทัศน์หยิบยกเอามานำเสนอมากขึ้น ทั้งด้านศิลปะ การละเล่นพื้นบ้าน หรือสะท้อนผ่านตัวละคร แต่วัฒนธรรมประเภทการละเล่นกีฬา จะโดดเด่นมากกว่าประเภทอื่น ๆ ที่ถูกเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์ในการถ่ายทอดการแข่งขันกีฬา ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นฟุตบอล วอลเลย์บอล เทนนิส แต่กีฬาที่สะท้อนการเป็นวัฒนธรรมไทยอย่าง เด่นชัดมากและได้ถูกนำเข้ามาเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์และได้รับความนิยมลำดับต้น ๆ คงหนีไม่พ้น “มวยไทย”

“มวยไทย” เริ่มขึ้นในสมัยใดไม่ปรากฏ และไม่มีหนังสือเล่มใดเขียนไว้ว่าจะเกิดขึ้น ในสมัยใด แต่เท่าที่ได้ปรากฏนั้นมวยไทยได้เกิดขึ้นมานานแล้วและอาจเกิดขึ้นมาพร้อมกับชาติ ไทยเสียด้วยซ้ำ มวยไทยในอดีตนั้นจะมีการฝึกฝนอยู่ในบรรดาหมู่ทหาร เพราะในสมัยก่อน ประเทศไทยได้มีการสู้รบกับประเทศเพื่อนบ้าน คนไทยจึงได้ฝึกหัดลูกถีบลูกเตะคู่ต่อสู้เอาไว้ หลังจากนั้นจึงมีผู้คิดว่าทำอย่างไรเราจึงจะใช้การถีบเตะนั้นมาเป็นศิลปะ จึงได้มีผู้คิดและฝึกหัด การต่อสู้ป้องกันตัวเองสำหรับการใช้แสดงเวลาที่มีเทศกาลต่างๆ ไว้รอดชาวบ้าน และเป็นของแปลก สำหรับชาวบ้าน เมื่อเป็นเช่นนั้นนานเข้า คนไทยเห็นการถีบเตะอย่างแพร่หลายจึงทำให้ชาวบ้านมี การฝึกหัดมวยไทยกันมากจนถึงกับตั้งเป็นสำนักกันมากมาย การฝึกมวยไทยในสมัยนั้นเพื่อความหมาย 2 อย่างคือ

1. เพื่อไว้สำหรับสู้รบกับข้าศึก
2. เพื่อไว้ต่อสู้ป้องกันตัว

เมื่อพ้นจากภาวะสงครามก็จะมีการชกมวยเพื่อความสนุกสนาน และมีการพนัน กัน ระหว่างหมู่บ้านแต่ก็เป็นเพียงความสนุกสนานเท่านั้น มวยไทยนั้นมีวิวัฒนาการมาตามลำดับ ขึ้น จากการชกด้วยหมัดเปล่า ๆ มาเป็นการคาดเชือกมาสู่การชกแบบมีกรรมการผู้ชี้ขาด มีการ กำหนดจำนวนยกไว้แน่นอน มาเป็นการชกแบบมีการสวมหมวก และมาเป็นแบบในปัจจุบันคือมี สนามมวย มีกฎกติกา การแข่งขันอย่างเป็นทางการเป็นรูปเป็นร่างขึ้นมา การแข่งขันมีทั้งมวยไทยและมวยสากล ตลอดจนจัดส่งให้นักมวยต่างประเทศเข้ามาแข่งขัน และจัดส่งนักมวยไทยไปชกใน ต่างประเทศดังในปัจจุบัน

จะเห็นได้ว่าก่อนที่มวยไทยจะเข้าสู่ยุคปัจจุบันนี้ ได้ผ่านยุคสมัยต่าง ๆ มาเป็น เวลาพอสมควร ยิ่งกลับทำให้เป็นที่นิยมทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยดูจากรายได้ใน การ จัดมวยแต่ละครั้งมักจะเป็นจำนวนเงินที่สูง ดังนั้นมวยไทยจึงประกอบด้วยบุคคลหลายกลุ่ม ที่เข้า มาขับเคลื่อนศิลปะประจำชาตินี้ ให้ก้าวเดินผ่านช่วงเวลามายาวนาน และถูกเปลี่ยนแปลงไปตาม กระแสบริบทของเศรษฐกิจสังคม คำถามที่เกิดขึ้นคือสารัตถะในความเป็นมวยไทยนั้นมี



กระบวนการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรบ้าง และแก่นรากของความเป็นวัฒนธรรมของไทยที่สืบทอดมาช้านานในรูปของศิลปะการต่อสู้อย่างเช่นมวยไทยนั้นยังคงอยู่หรือไม่ หรือคงอยู่ในลักษณะเช่นไร

โดยเฉพาะการที่มวยไทยถูกนำมาเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์ ที่มีจุดประสงค์และข้อจำกัดมากมายในหลายด้านทั้งด้านเวลาการออกอากาศ หรือจุดประสงค์ที่จะสนองความต้องการให้มีผู้ชมจำนวนมากเพื่อผลประโยชน์เชิงพาณิชย์ และส่งผลให้กลุ่มผู้ชมจำนวนมากที่ไม่มีโอกาสเข้าไปชมการชกมวยในสนามมวย สามารถติดตามชมการชกได้ และปฏิเสธไม่ได้ถึงความนิยมของผู้ชมที่มีอย่างกว้างขวางกว่ากีฬาประเภทอื่น ๆ ดังจะเห็นได้จากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ยกเว้นสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสช่องเดียว) มีการถ่ายทอดสดหรือนำเทปการแข่งขันการชกมวยมาเผยแพร่เป็นรายการประจำของทางสถานี และยังมีรายการแข่งขันชกมวยรอบพิเศษหรือรอบการกุศลที่ถ่ายทอดสดอยู่บ่อยครั้งในหลายโอกาส

#### ตารางที่ 1.1 รายการแข่งขันมวยไทยประจำสัปดาห์

วัน	เวที	ชื่อรายการ	เวลา	ถ่ายทอดสด
จันทร์	ราชดำเนิน	ตามโปรโมเตอร์ที่จัด	18.30 น.	-
อังคาร	ลุมพินี	ตามโปรโมเตอร์ที่จัด	18.30 น.	-
พุธ	ตามโปรโมเตอร์ที่จัด	วันทรงชัย NBT*	15.00 น.	ช่อง11(NBT)
	ราชดำเนิน	ตามโปรโมเตอร์ที่จัด	18.30 น.	-
พฤหัสบดี	ตามโปรโมเตอร์ที่จัด	วันทรงชัย NBT*	15.00 น.	ช่อง11(NBT)
	ราชดำเนิน	ตามโปรโมเตอร์ที่จัด	18.30 น.	-
ศุกร์	ลุมพินี	ตามโปรโมเตอร์ที่จัด	18.30 น.	-
เสาร์	สยามอ้อมน้อย	ศึกจ้าวมวยไทย	12.15 น.	ช่อง 3
	ลุมพินี	ตามโปรโมเตอร์ที่จัด	17.00 น.	-
	ลุมพินี	ศึกเพชรลุมพินี	20.30 น.	ASTV5
	ลุมพินี	ศึกมวยไทยลุมพินีเกริกไกร	23.00 น.	ช่อง 5
อาทิตย์	อัศวินดำนรามอินทรา	ศึกสุวรรณภูมิ	11.00 น.	ASTV สุวรรณภูมิ
	อัศวินดำนรามอินทรา	ศึกอัศวินดำ	12.30 น.	ช่อง 9
	ช่อง 7 สี	ศึกมวยไทย 7 สี	13.45 น.	ช่อง 7
	ราชดำเนิน	ศึกราชดำเนินซูเปอร์มวยทิวทัศน์	17.00น.	ทิวทัศน์
	ราชดำเนิน	ตามโปรโมเตอร์ที่จัด	20.30น.	-

จากตารางรายการถ่ายถอดมวยไทยทางสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ นั้น มีเพียงสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เพียงสถานีเดียวเท่านั้นที่อยู่ในฐานะเป็นผู้จัดรายการมวยไทย 7 สี ด้วยตนเองทุกชั้นตอน ส่วนช่องอื่น ๆ จะเข้าไปในลักษณะให้ผู้จัดรายการมาเช่าเวลารายการที่ช่อง 7 สามารถจัดรายการมวยไทย 7 สี ได้ด้วยตนเองและกลายมาเป็นรายการมวยไทยทางโทรทัศน์ที่ถือกันว่าได้รับความนิยมจากผู้ชมมากที่สุด ทั้ง ๆ ที่ต้นทุนในการจัดรายการมวยไทยต้องมีการลงทุนที่ค่อนข้างสูงพอควร อีกทั้งยังจะต้องอาศัยบุคลากรที่คลุกคลีมีประสบการณ์ในวงการมวยไทยเป็นอย่างดี จึงทำให้เกิดคำถามว่าช่อง 7 สี ได้รับผลประโยชน์จากการจัดรายการมวยไทย 7 สี มากน้อยเพียงใด และคุ้มค่าไปกับการลงทุนจัดรายการเองมากน้อยแค่ไหน อีกทั้งคำถามที่สำคัญมากอีกประเด็นคือ เมื่อมวยไทยในฐานะที่เป็นวัฒนธรรมที่สืบทอดมาช้านานอย่างหนึ่งในสังคมไทย เมื่อถูกระแสทุนนิยมแปรเปลี่ยนไป โดยเฉพาะการถูกนำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์ได้ทำให้นือหาสำคัญของความเป็นวัฒนธรรมเปลี่ยนแปลงไปในทางใด

ผู้วิจัยจึงได้นำเอาประเด็นปัญหาดังกล่าวข้างต้นมาสู่การทำวิจัยเพื่อวิเคราะห์ถึงความเปลี่ยนแปลงไปของมวยไทยที่กลายมาเป็นธุรกิจที่ใหญ่โตอีกธุรกิจหนึ่งไปแล้ว โดยใช้แนวคิดกระบวนการทำให้เป็นสินค้าของสำนักมาร์กซิสต์ในการวิเคราะห์เป็นหลัก ประกอบกับการที่ผู้วิจัยเองก็คลุกคลีอยู่กับวงการมวยไทยอยู่พอสมควร ทั้งนี้เนื่องจากปู่ของผู้วิจัยคือ นายพีรพงษ์ ธีระเดชพงศ์ ซึ่งเป็นโปรโมเตอร์มวยในรายการมวยไทย 7 สี จึงทำให้ผู้วิจัยได้สัมผัสกับการแข่งขันชกมวยไทยอยู่บ่อยครั้ง และได้เห็นความเปลี่ยนแปลงของมวยไทยเรื่อยมาตั้งแต่วัยเด็ก จึงเป็นมูลเหตุสำคัญที่ทำให้ตัดสินใจทำการศึกษาเรื่องกระบวนการทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้านักเรียนศึกษาผ่านสื่อโทรทัศน์ ซึ่งเน้นการวิเคราะห์ไปที่รายการมวยไทย 7 สี เป็นหลัก เนื่องจากรายการดังกล่าวได้รับความนิยมสูงซึ่งสามารถเป็นตัวแทนของการวิเคราะห์มวยไทยผ่านสื่อโทรทัศน์ได้ดี อีกทั้งข้อมูลที่จะเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยสามารถเข้าถึงได้ง่ายจากปู่ของผู้วิจัย รวมไปถึงค่ายนักมวยหรือหัวหน้ามวยในสังกัดของปู่ผู้วิจัยซึ่งเป็นโปรโมเตอร์และเจ้าของค่ายมวย

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์ถึงกระบวนการที่ทำให้มวยไทยในฐานะวัฒนธรรมกลายเป็นสินค้าผ่านสื่อโทรทัศน์ โดยใช้รายการมวยไทย 7 สี ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เป็นกรณีศึกษา

### 1.3 ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจะวิเคราะห์กระบวนการที่ทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า กรณีศึกษามวยไทยผ่านสื่อโทรทัศน์ โดยจะใช้ทฤษฎีของสำนักมาร์กซิสต์เป็นหลัก แต่จะนำเอาแนวคิดของการลงทุนในเรือนร่าง (Bodily Capital) ของบูร์ดิเออมาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์ด้วย เพื่อนำไปสู่การตอบปัญหาในกระบวนการผลิตนักมวยเพื่อตอบสนองต่อระบบทุนนิยม นอกจากนี้ การวิเคราะห์ในแง่มุมมองของการนำเสนอมวยไทยผ่านสื่อโทรทัศน์ จะเน้นการวิเคราะห์ผ่านการติดตามชมรายการมวยไทย 7 สี ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เป็นหลัก

### 1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

ปัจจุบัน เป็นที่ประจักษ์กันว่าวัฒนธรรมหลายอย่างที่สืบทอดมาช้านานได้เลือนหายแปรเปลี่ยนไปมาก แต่การตอบคำถามของการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวในลักษณะเชิงวิชาการยังมีไม่มากนัก โดยเฉพาะการนำเอาทฤษฎีทางด้านเศรษฐศาสตร์การเมืองมาวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรม งานวิจัยชิ้นนี้ที่ทำการศึกษาระบบการทำให้มวยไทยในฐานะวัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า จึงจะเป็นการเพิ่มมุมมองและข้อคิดทางวิชาการมากขึ้นต่อบริบทของวัฒนธรรมในสังคม นอกจากนี้ จะทำให้เห็นถึงกระบวนการผลิตเนื้อหาในรายการของสื่อโทรทัศน์ที่เอื้อต่อการดำรงอยู่หรือตอบสนองต่อกระบวนการในระบบทุนนิยมเช่นไร ซึ่งจะทำให้เห็นอีกมุมมองหนึ่งของบทบาทสื่อมวลชนในฐานะที่เป็นนายทุนอีกประเภทหนึ่ง

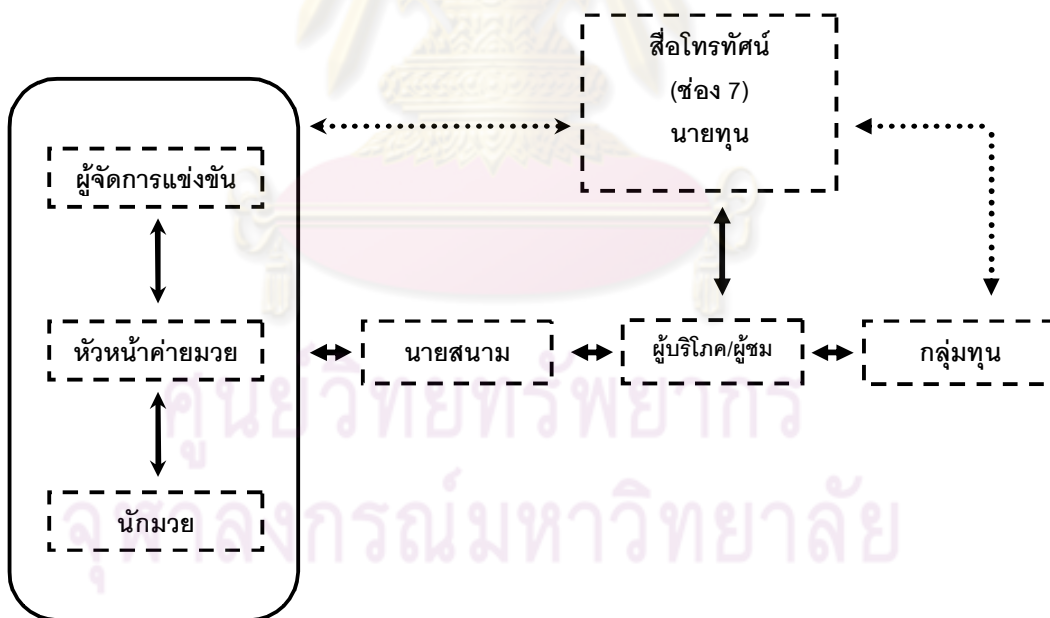
### 1.5 วิธีการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูล และความหมายของข้อมูลจากทัศนะของผู้ให้ข้อมูล การมองปรากฏการณ์จากทัศนะของผู้ที่อยู่ในวงการมวยไทย ค้นคว้าจากเอกสาร การสังเกต การสัมภาษณ์ และจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้ให้เห็นสภาพเงื่อนไขกระบวนการ ขั้นตอนของความสัมพันธ์ต่างๆ เพื่อทำความเข้าใจปรากฏการณ์หรือพฤติกรรมที่ได้ค้นพบโดยการวิเคราะห์ข้อมูลที่อาศัยเครื่องมือทางความคิดภายใต้แนวคิด ทฤษฎี กรอบแนวคิดที่วางไว้ และนำเสนอในรูปแบบของการอธิบายความหรือการพรรณนาวิเคราะห์ โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้ โดยศึกษาจากเอกสารทางวิชาการ รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ วารสาร สิ่งพิมพ์ต่างๆที่เกี่ยวข้อง

การสัมภาษณ์ จะใช้การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการกับผู้ให้ข้อมูลทุกกลุ่ม โดยไม่มีการกำหนดคำถามไว้ล่วงหน้า เพื่อให้ผู้ตอบได้มีอิสระในการพูดคุยได้อย่างเต็มที่ และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ด้วยการเลือกแบบเจาะจงตามเป้าหมายของการศึกษา เป็นการสัมภาษณ์เพื่อซักถามข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับประเด็นต่างๆที่น่าสนใจ โดยบุคคลที่จะเข้าไปสัมภาษณ์ประกอบไปด้วย

1. นายพีระพงษ์ ธีระเดชพงศ์ โพรโมเตอร์จัดการแข่งขัน
2. หัวหน้าค่ายมวยอื่นในความดูแลของโปรโมเตอร์พีระพงษ์ ธีระเดชพงศ์ เช่น นายสมรภัทร์ คำสิงห์ หัวหน้าค่าย ส.คำสิงห์ นายวิชัย ราชานนท์ หัวหน้าค่ายราชานนท์ เป็นต้น
3. นักมวยในค่ายเพชรพญาไท เช่น สะเก็ดดาว เพชรพญาไท
4. กลุ่มนายทุนโฆษณาที่สนับสนุนเงินรางวัลในการชกมวย จำนวน 2 ราย
5. กลุ่มผู้ชมรายการมวยไทย 7 สี จำนวน 4 ราย

#### 1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ในการศึกษากระบวนการทำให้มวยไทยในฐานะวัฒนธรรมกลายเป็นสินค้านั้น กรอบแนวคิดหลักในการวิเคราะห์จะเป็นการศึกษาว่ามวยไทยผันแปรมาเป็นสินค้า ซึ่งสินค้านั้นมีลักษณะอย่างไร กรอบแนวคิดหลักจึงอิงกับแนวคิดกระบวนการที่ทำให้เป็นสินค้า (Commodification) ของทฤษฎีเศรษฐกิจศาสตร์การเมืองแนวมาร์กซิสต์ กล่าวคือ การที่สิ่งใดสิ่งหนึ่ง

จะกลายเป็นสินค้าได้นั้น จะต้องก้าวข้ามตนเองจากมูลค่าใช้สอย (use value) แต่เพียงอย่างเดียว ไปสู่การมีมูลค่าแลกเปลี่ยน (exchange value) ด้วย ซึ่งเมื่อมีมูลค่าแลกเปลี่ยนในตัวเองแล้ว ก็มีระบบการตั้งราคา (Pricing) เข้ามาเป็นตัวจัดระเบียบโครงสร้างและระดับและตีค่ามูลค่าของของสินค้าตัวนั้น ๆ

จากประวัติและวิวัฒนาการของมวยไทย ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มวยไทยจัดได้ว่ามีบทบาทสำคัญต่อสังคมไทยเสมอมา ซึ่งแต่เดิมมวยไทยนั้นเริ่มต้นจากการเป็นกีฬาพื้นบ้านที่เล่นกันตามหมู่บ้านตามชุมชน เป็นมรดกของการสังสรรค์วัฒนธรรมและประเพณีหลาย ๆ ด้านอย่างผสมกลมกลืน เน้นการแสดงออกด้วยท่าทางลีลาแม่ไม้มวยไทยที่สวยงาม มีการเล่นการพนันกันบ้างก็เพื่อความสนุกสนานเท่านั้น แต่เมื่อเศรษฐกิจและสังคมได้เปลี่ยนแปลงไป ทุกสิ่งทุกอย่างถูกจัดเข้าเป็นส่วนหนึ่งของระบบเงินตรา มีการแลกเปลี่ยนเกิดขึ้น แม้แต่กระทั่งศิลปวัฒนธรรมประจำชาติอย่างแม่ไม้มวยไทย กลับถูกนำมาขายเป็นสินค้าบริการแลกเปลี่ยนซื้อขายกันในระบบตลาดในลีลาการต่อสู้ป้องกันตัวขาดแม่ไม้มวยไทยหรือกลยุทธ์ศิลปะแม่ไม้มวยไทย หวังเพียงเพื่อชนะอย่างเดียว กระบวนการที่ทำให้มวยไทยกลายเป็นสินค้า นอกจากตัวศิลปะแม่ไม้มวยไทยที่ถูกตีแผ่ออกเป็นสินค้าแล้ว ตัวนักมวยเป็นตัวแทนสำคัญที่ถือได้ว่าเป็นผู้ถ่ายทอดอารมณ์ของศิลปะมวยไทยยังถูกทำให้เป็นสินค้าผ่านการซื้อขายแลกเปลี่ยน มีค่า มีราคา มีค่าตัวเกิดขึ้น กระบวนการวิเคราะห์ที่ในงานวิจัยเชิงศึกษาคณะศิลปศึกษาของมวยไทยจากชกเพื่อความบันเทิงมาสู่การกลายเป็นธุรกิจซื้อขายแลกเปลี่ยน โดยศึกษากระบวนการผลิตเหล่านี้ตามขั้นตอนของการผลิตที่เริ่มตั้งแต่ผู้จัดการแข่งขัน หัวหน้าค่ายมวย นักมวย โดยใช้การวิเคราะห์แบบเศรษฐศาสตร์มาร์กซิสต์และแนวคิดทุนทางร่างกายของบูร์ดิเออว่าขั้นตอนการผลิตเหล่านี้มีการขูดรีดมูลค่าแรงงานกันอย่างไรบ้าง รวมถึงกระบวนการควบคุม ฝึกฝนร่างกายมีขั้นตอนและวิธีการอย่างไร จากนั้น จะเข้าสู่การวิเคราะห์ถึงตัวผลผลิตหรือตัวสินค้า คือนักมวย ในวงวนของสื่อโทรทัศน์ในฐานะที่เป็นนายทุนในการผลิต ซึ่งจะชี้ให้เห็นถึงกระบวนการสะสมมูลค่าส่วนเกิน (accumulation of surplus value) ของนายทุนผ่านการแสวงหากำไรจากการซื้อเวลาโฆษณาของกลุ่มทุนสินค้า ซึ่งถือเป็นมูลค่าส่วนเกินที่นายทุนจะนำไปผลิตซ้ำเพื่อผลิตต่อไป (reproduction)

จะเห็นได้ว่ากระบวนการที่ทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า กรณีศึกษา มวยไทย ผ่านสื่อโทรทัศน์นั้นมีกระบวนการต่าง ๆ ที่สลับซับซ้อน โดยมีกลุ่มทุนต่าง ๆ เข้าไปเกี่ยวข้องของภายใต้การเปลี่ยนแปลงของเงื่อนไข เศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปสู่ระบบทุนนิยม ระบบเงินตรา การค้าขาย และผลประโยชน์เข้ามาแทนที่จนทำให้ศิลปวัฒนธรรมประจำชาติกลายเป็นทุนวัฒนธรรมที่ก่อให้เกิดมูลค่าและพลังทางสัญลักษณ์และเศรษฐกิจได้



## 1.7 โครงสร้างการนำเสนอ

สำหรับโครงสร้างของเนื้อหาการนำเสนอในงานวิจัยชิ้นนี้จะแบ่งออกเป็น 6 บท ดังนี้

1.7.1 บทนำ โดยจะบอกกล่าวถึงความจำเป็นมาและความสำคัญของปัญหาที่นำมาสู่การวิจัยชิ้นนี้ และวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการศึกษา ขอบเขตของการวิจัย ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ รวมไปถึงกรอบแนวทางการวิเคราะห์

1.7.2 บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในส่วนนี้จะเน้นการสำรวจวรรณกรรมการวิจัยที่เกี่ยวข้องหรือที่เป็นประโยชน์กับการวิจัยของผู้เขียน รวมไปถึงการให้รายละเอียดในเชิงทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการศึกษากระบวนการทำให้กลายเป็นสินค้าในด้านต่าง ๆ

1.7.3 บทที่ 3 จะเป็นบทที่ว่าด้วยพัฒนาการในเชิงประวัติศาสตร์ของมวยไทย โดยวิเคราะห์เน้นบริบททางสังคม เศรษฐกิจการเมืองและ วัฒนธรรมในช่วงเวลาต่าง ๆ ว่าส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในสาระสำคัญของไทยอย่างไรบ้าง จากนั้น จะวิเคราะห์ให้เห็นถึงโครงสร้างของมวยไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันว่าเป็นอย่างไรบ้าง มีพลวัตเปลี่ยนแปลงในลักษณะที่มีผู้เข้ามาเกี่ยวข้องกับวงการมวยไทยในเชิงผลประโยชน์เปลี่ยนแปลงไปเช่นไร

1.7.4 บทที่ 4 บทนี้ จะเป็นการวิเคราะห์ให้เห็นถึงโครงสร้างของรายการมวยไทย 7 สี ในฐานะที่เป็นกรณีศึกษามวยไทยผ่านสื่อโทรทัศน์ในงานวิจัยชิ้นนี้ ว่ามีโครงสร้างและผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างไรบ้าง รวมไปถึงกระบวนการผลิตรายการและนักมวยของรายการมวยไทย 7 สี เป็นอย่างไร ในบทนี้ นอกจากจะเน้นการหาข้อมูลจากเอกสารวิชาการแล้ว ยังมีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องด้วย

1.7.5 บทที่ 5 จะเน้นการวิเคราะห์กระบวนการทำให้กลายเป็นสินค้าของมวยไทย โดยจะนำเอาทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องจากบทที่ 2 มาเป็นหลักในการวิเคราะห์ รวมไปถึงการดึงข้อมูลจากบทที่ 3 – 4 มาเป็นหลักของการวิเคราะห์เช่นเดียวกัน

1.7.6 บทสรุปและข้อเสนอแนะ

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษากระบวนการทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า กรณีศึกษา มวยไทย ผ่านสื่อโทรทัศน์ โดยเลือกรายการมวยไทย 7 สี ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 นั้น ผู้เขียนได้ทบทวนทฤษฎีและวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาสู่การวิเคราะห์กระบวนการกลายเป็นสินค้าของมวยไทย ที่แต่เดิมเป็นเพียงศิลปะวัฒนธรรมการต่อสู้ประจำชาติ ที่ใช้เพื่อการต่อสู้ชั้นเชิงมวย และการรับชมเพื่อความบันเทิงแบบมหรสพ แต่ด้วยสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่แปรเปลี่ยนไป ทำให้ศิลปะและวัฒนธรรมดังกล่าว ถูกแปรเปลี่ยนให้กลายเป็นสินค้าอย่างหนึ่งที่ทั้งคนไทยและชาวต่างประเทศต่างให้ความสนใจในการประกอบธุรกิจด้านมวยไทยเป็นจำนวนมาก กลายเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีผู้เกี่ยวข้องในเชิงผลประโยชน์รวมไปถึงธุรกิจการพนันที่ทำการอย่างมหาศาล

ผู้เขียนได้พิจารณาแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ในทางเศรษฐศาสตร์การเมืองเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์การผันเปลี่ยนมวยไทยในฐานะวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้า และได้พิจารณาหยิบยกเอาแนวคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองมาร์กซิสต์ และกระบวนการทำให้เป็นสินค้า (Commodification) มาเป็นประเด็นหลักในการวิเคราะห์กระบวนการและขั้นตอนของการแปรผันวัฒนธรรมอย่างมวยไทยให้กลายเป็นสินค้าเพื่อแลกเปลี่ยน และด้วยการที่งานวิจัยชิ้นนี้เกี่ยวข้องกับสื่อโทรทัศน์ที่มีอิทธิพลต่อการเผยแพร่และรวมไปถึงการผลิตมวยจอบุ๊อย่างรายการมวยไทย 7 สี ซึ่งเป็นประเด็นรายการสำคัญที่ผู้เขียนนำเอามาเป็นกรณีศึกษาในงานวิจัย ผู้เขียนจึงนำเอาแนวคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยเรื่องสื่อ (Political Economy of Media) ที่ใช้แก่นแกนของแนวคิดมาร์กซิสต์มาขยายประยุกต์ให้เข้ากับการวิเคราะห์บทบาทและอิทธิพลของสื่อ โดยเฉพาะผู้เขียนจะมุ่งเน้นไปที่สื่อโทรทัศน์เป็นสำคัญ นอกจากนี้ การนำเอาทฤษฎีของบูร์ดิเยอ (Bourdieu) ในเรื่องของทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) รวมไปถึงแนวคิดของสำนักเศรษฐศาสตร์การเมืองที่ใช้แก่นของวัฒนธรรมและขยายไปถึงการวิเคราะห์การใช้ฉันทุนของร่างกายมาแปรเปลี่ยนเป็นทุน (Bodily Capital) ซึ่งแนวคิดดังกล่าวนี้ สามารถนำมาเป็นสิ่งเติมเต็มต่อการอธิบายกระบวนการแปรเปลี่ยนร่างกายของนักมวยไทยให้เกิดมูลค่าเพื่อแลกเปลี่ยนในฐานะที่ถูกทำให้ลดลงมาเป็นสินค้า ที่นอกจากเน้นกระบวนการทำให้เป็นสินค้าแบบแนวคิดมาร์กซิสต์แล้ว แนวคิดที่ใช้แก่นของวัฒนธรรมอย่างเจ้าทฤษฎีบูร์ดิเยอรวมไปถึงนักวิชาการแขนงนี้ ก็จะช่วยให้เห็นภาพที่ชัดเจนและซับซ้อนมากขึ้นของกระบวนการทำให้เป็นสินค้านั่นเอง

## 2.1 แนวคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองมาร์กซิสต์

แนวคิดทฤษฎีแนวมาร์กซิสต์เน้นความสำคัญไปที่เรื่องของคนและความสัมพันธ์ระหว่างคนที่หลอมรวมกันเป็นความสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งความสัมพันธ์ของมนุษย์มีหลากหลายรูปแบบด้วยกัน แต่ความสัมพันธ์ที่มาร์กซิสต์สนใจมุ่งเน้นศึกษาก็คือ ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจที่มนุษย์เข้ามาสัมพันธ์กันเพื่อการหาเลี้ยงชีพ ซึ่งมาร์กซิสต์ถือว่าเป็นความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจเป็นพื้นฐานของชีวิตผู้คนในสังคม (ปริชา เปี่ยมพงศ์สานต์, 2529)

การแบ่งยุคสมัยสังคมของมาร์กซ์ ซึ่งถือว่าสังคมคือระบบโครงสร้างของความสัมพันธ์ทางสังคม (structure of social relations) และเนื่องจากมาร์กซิสต์สนใจในเรื่องความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจดังที่กล่าวมาแล้ว จึงมีการใช้เกณฑ์เรื่องแบบวิถีของการผลิต (mode of production) มาเป็นเกณฑ์ในการแบ่งยุคสมัยของสังคมมนุษย์

แบบวิถีการผลิตประกอบขึ้นด้วย 2 ส่วนสำคัญคือ

1. พลังการผลิต (productive force) หมายถึงกิจกรรมของมนุษย์ในการผลิตที่จะใช้เครื่องมือ เครื่องจักร ใช้เทคโนโลยี ความรู้ ความสามารถและทักษะของมนุษย์ (Knuttila, 2002) ซึ่งมีส่วนประกอบย่อยออกเป็น 3 ส่วนคือ

- แรงงานมนุษย์
- เครื่องจักร
- เทคโนโลยี

2. ความสัมพันธ์ทางการผลิต (relations of production) ในกระบวนการผลิตวัตถุดิบที่ยังชีพ มนุษย์ไม่ได้ทำการผลิตอยู่เพียงลำพัง หากแต่จะต้องเข้าร่วมกับคนอื่น ๆ ด้วย จึงเกิดโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์เกิดขึ้นในกระบวนการผลิต ซึ่งเกณฑ์ที่ใช้กำหนดรูปแบบความสัมพันธ์การผลิตของมนุษย์ในแต่ละสมัยหรือแต่ละแบบวิถีการผลิตจะแตกต่างกันออกไป กล่าวคือ ระบบกรรมสิทธิ์ในปัจจัยการผลิต (ownership of means of production) อันเป็นความสัมพันธ์พื้นฐานของสังคม เช่นในสังคมบุพกาล ที่ดินซึ่งเป็นปัจจัยการผลิตที่เป็นหรือไพร่ก็เป็นเพียงคนทำงานบนที่ดินเท่านั้น ในระบบอุตสาหกรรม เจ้าของโรงงานจะมีกรรมสิทธิ์ในโรงงานหรือเครื่องจักร มาร์กซ์จึงให้ความสนใจต่อเรื่องระบบกรรมสิทธิ์ ซึ่งเขาเห็นว่าเป็นบ่อเกิดของอำนาจที่จะส่งผลกระทบต่อเนื่องตามมามากมาย ปริชา เปี่ยมพงศ์สานต์ (2524) เห็นว่า ระบบกรรมสิทธิ์ไม่ได้มีแนวคิดแคบเพียงการเป็นเจ้าของเท่านั้น แต่ยังหมายถึงความเป็นเจ้าของจะต้องเป็นสถาบันที่สมาชิกในสังคมยอมรับและปกป้อง ซึ่งแสดงออกในรูปแบบของมาตรการทางกฎหมายและกฎเกณฑ์ของสังคม อำนาจที่ระบบกรรมสิทธิ์ทำให้มีขึ้นทำหน้าที่หลักคือใช้ในการ

กำหนดการใช้ปัจจัยการผลิตและกำหนดวิธีการแบ่งปันผลผลิตและรายได้ให้แก่สมาชิกกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม

ระบบเศรษฐกิจการเมืองที่ถูกครอบงำด้วยทุน หรือถูกกำหนดด้วยทุนที่เรียกว่า ทุนนิยม อันหมายถึง รูปแบบการผลิต (Mode of production) ซึ่งเป็นปัจจัยการผลิตส่วนใหญ่ที่ตกอยู่ในการครอบครองของกลุ่มบุคคลที่เป็นเอกชน ซึ่งการปฏิบัติงานทั้งปวงเป็นชนชั้นแรงงาน ปัจจัยการผลิตและกำลังแรงงาน (Labor power) เป็นสินค้าที่ซื้อขายกันได้ในตลาด การลงทุนใดๆ ของนายทุนเพื่อมุ่งผลกำไรเป็นสำคัญและกำไรนั้นจะถูกนำไปเพิ่มทุนขยายการผลิตต่อไปอีก เป็นระบบเศรษฐกิจที่แนวคิดมาร์กซิสต์สนใจในการวิเคราะห์วิพากษ์ ในระบบทุนนิยมจะมีลักษณะสำคัญทางเศรษฐกิจ ดังนี้

1. การผลิตจะเป็นไปเพื่อการซื้อขายแลกเปลี่ยน เป็นการผลิตเพื่อตลาด (Commodity production) ไม่ใช่เพื่อใช้เอง ผลผลิตที่กลายเป็นสินค้าจะถูกกำหนดมูลค่าการแลกเปลี่ยนจากระบบตลาด ในระบบเศรษฐกิจแบบนี้จะเกิดการแบ่งงานกันทำ แต่ละหน่วยผลิต จะทำการผลิตสินค้าเฉพาะอย่างที่เป็นที่ต้องการของตลาด ดังนั้น ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ สังคมจึงเป็นความสัมพันธ์ในระบบตลาดด้วย ในระบบทุนนิยมการสะสมความมั่งคั่งก็จะมาจากการผลิตสินค้าเพื่อขาย ดังนั้น ผลผลิตต่างๆ ที่ผลิตได้ในสังคมจะถูกแปรเปลี่ยนให้กลายเป็นสินค้า

2. เงินตราจะมีความสำคัญอย่างมากในระบบทุนนิยม การที่ระบบแลกเปลี่ยนสินค้าได้เข้ามาแทนระบบเศรษฐกิจแบบยังชีพ เงินจึงมีความสำคัญมากขึ้นในฐานะตัวกลางในการแลกเปลี่ยน คนในสังคมจะต้องแสวงหาเงินตราเพื่อนำไปแลกเปลี่ยนสินค้าอื่นๆ ที่ตนต้องการแต่ไม่ได้ผลิต นอกจากนี้ เงินตรายังเป็นปัจจัยในการรักษาและสะสมมูลค่าการแลกเปลี่ยนที่พร้อมจะแลกเปลี่ยนเป็นตัวสินค้าอย่างหนึ่งอย่างใดก็ได้โดยตรง เงินตราจึงกลายเป็นตัวแทนความมั่งคั่งทางวัตถุ และเงินตรายังสามารถแปลงเป็นทุนเพื่อใช้ในกระบวนการสะสมความมั่งคั่งต่อไป

แนวคิดทฤษฎีมาร์กซิสต์จึงให้ความสำคัญในการวิเคราะห์เรื่องผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ที่มีทั้งมิติของความสอดคล้องและขัดแย้งแฝงอยู่ตลอดเวลาในการแลกเปลี่ยนทางเศรษฐกิจของผู้คนทั้งสองฝ่าย การแบ่งผลประโยชน์จึงไม่มีทางที่ทั้งสองฝ่ายจะได้เท่าเทียมกันในสังคมทุนนิยม ซึ่งความเหลื่อมล้ำในการแบ่งปันผลประโยชน์นี้ ย่อมมีผลกระทบต่อความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจของผู้คนในสังคมอย่างลึกซึ้ง นอกจากนี้ ในการวิเคราะห์เรื่องการแลกเปลี่ยนและการแบ่งผลประโยชน์ต้องพิจารณาพฤติกรรมของมนุษย์ในฐานะปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มชนชั้น ซึ่งมาร์กซ์เน้นการวิเคราะห์เรื่องชนชั้นทางเศรษฐกิจ เช่นชนชั้นแรงงานกับนายทุน โดยมองว่ากลุ่มคนที่อยู่ในชนชั้นใดชนชั้นหนึ่งมักจะมีแนวโน้มพฤติกรรมและความต้องการคล้าย ๆ กัน ซึ่ง

ผลประโยชน์แตกต่างกันระหว่างชนชั้นจะก่อให้เกิดความขัดแย้งทางชนชั้น ซึ่งในระบบเศรษฐกิจต่าง ๆ จะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ในระบบทุนนิยมเช่นเดียวกัน การสะสมทุนจะเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาและเปลี่ยนแปลง การสะสมทุนทำให้เกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรม

### 2.1.1 สินค้าในแนวคิดแบบมาร์กซิสต์

สินค้า (Commodity) เป็นรูปแบบหนึ่งของผลผลิต (product) ที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งมาร์กซ์ได้แยกชัดเจนระหว่างคำว่าผลผลิตกับคำว่าสินค้า ซึ่งผลผลิตนั้นไม่จำเป็นต้องเป็นสินค้า เนื่องจากอาจผลิตไว้สำหรับการบริโภคใช้สอยโดยตรง ผลผลิตจะกลายเป็นสินค้าก็ต่อเมื่อผลผลิตนั้นถูกส่งออกขายในท้องตลาด (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2541) หากนำผลิตภัณฑ์ของตนเองมาสนองความต้องการของตนเอง ผลที่เขามผลิตเป็นเพียงมูลค่าในการใช้สอย (use value) แต่ไม่ใช่สินค้า การที่จะผลิตสินค้านั้น ผู้ผลิตไม่เพียงแต่จะต้องผลิตมูลค่าในการใช้สอยเท่านั้น หากแต่จะต้องผลิตมูลค่าใช้สอยให้กับผู้อื่นอีกด้วย (เมธี เอี่ยมวรนาถ, 2542) ในระบบทุนนิยมที่ระบบการผลิตสินค้าเปลี่ยนแปลงอย่างลึกซึ้ง กล่าวคือระบบทุนนิยมได้ทำลายระบบการผลิตเพื่อใช้สอยเอง มาเป็นระบบการผลิตเพื่อแลกเปลี่ยนเป็นสำคัญ จนกลายมาเป็นระบบสำคัญของทุนนิยม ผลผลิตจะเป็นประโยชน์ต่อการใช้หรือไม่ก็อยู่ที่การแลกเปลี่ยนผลผลิตนั้น ๆ ระหว่างกลุ่มคนต่าง ๆ ซึ่งสาเหตุของพัฒนาการระบบการผลิตและระบบการแลกเปลี่ยนที่มีมูลค่าสองประการเข้ามาเกี่ยวข้อง คือ มูลค่าใช้สอย (Use Value) และมูลค่าแลกเปลี่ยน (Exchange Value) ที่มีอยู่ในผลผลิตต่าง ๆ

มูลค่าใช้สอย (Use Value) นั้นมีอยู่ในสิ่งของทุกชนิดที่จำเป็นแก่ผู้คน หรือไม่ว่าจะเป็นส่วนหนึ่งของวัตถุดิบหรือส่วนหนึ่งของเครื่องประกอบ ที่จะเป็นต้องใช้เพื่อสร้างสรรค์ผลผลิตต่าง ๆ ต่อไป มูลค่าในการใช้สอยนี้มีความแตกต่างกันอย่างกว้างขวางในชุมชนต่าง ๆ และสินค้าทุกชนิดก็ย่อมมีมูลค่าสำหรับแลกเปลี่ยนอยู่ด้วย มูลค่าในการแลกเปลี่ยน (exchange value) นี้โดยปรกติเรียกว่ามูลค่า (value) เฉยๆ เนื่องจากในทางเศรษฐศาสตร์เมื่อกล่าวถึงมูลค่าแห่งสิ่งของแล้วก็จะหมายถึงมูลค่าในการแลกเปลี่ยนเท่านั้น มูลค่าในการแลกเปลี่ยนจะแตกต่างจากมูลค่าใช้สอย เช่น สิ่งของชิ้นเดียวกันย่อมมีมูลค่าอยู่ในตัวมันเอง 2 อย่าง เช่นเสื้อผ้านี้สวมใส่ จะสามารถนำมาสวมใส่ก็ได้ หรือจะนำไปขายก็ได้ แต่ความแตกต่างของมูลค่าใช้สอยกับแลกเปลี่ยนอยู่ที่ว่ามูลค่าใช้สอยหรือแลกเปลี่ยนนั้น มาตราการที่จะวัดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนของผลผลิตใด ๆ ไม่ได้ อยู่ที่ความต้องการของผู้ใช้ หากอยู่ที่มูลค่าในการแลกเปลี่ยนของสินค้าอย่างอื่นทั่วไปในบรรดาที่อยู่ในความต้องการของสังคมและอยู่ที่ตัวเงินตราด้วย

มาร์กซ์เห็นว่าหากเราละเสียจากข้อพิจารณาว่าด้วยมูลค่าใช้สอยของสิ่งของต่าง ๆ แล้ว คุณสมบัติอันหนึ่งของสรรพสินค้าที่มีอยู่ร่วมกันเท่าที่เหลืออยู่ให้พิจารณา ก็คือสินค้า



นั้นๆ เป็นผลผลิตของแรงงานนั่นเอง มูลค่าของสินค้าจึงถูกกำหนดโดยปริมาณแห่งแรงงานของมนุษย์ที่ใช้ไปในการผลิตสินค้านั้นๆ ระบบการแลกเปลี่ยนเป็นสิ่งสำคัญในการกำหนดมูลค่า กล่าวคือ เมื่อการแลกเปลี่ยนเริ่มกำเนิดผลผลิตต่าง ๆ ได้ถูกแลกเปลี่ยนกันและกันโดยสัดส่วนไม่คงที่ หรือโดยบังเอิญ นั่นคือแล้วแต่ว่าจะแลกเปลี่ยนกับหมู่ใดในเวลาใด บางทีก็ก่อนเนื้อก่อนหนึ่งก็แลกเปลี่ยนได้ข้าวสองถัง บางครั้งก็ได้ถังเดียว เป็นการแลกเปลี่ยนคร่าว ๆ การผลิตสินค้าไม่ใช่รูปแบบสากลหรือรูปแบบที่ขาดเสียมิได้ในวิถีเศรษฐกิจของมนุษย์ เพียงแต่เป็นรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นมาหลายศตวรรษ และมีความสำคัญขึ้นอย่างมากในสมัยปัจจุบัน ความสำคัญที่เพิ่มขึ้นของสินค้าไม่ได้วัดแต่เพียงด้านปริมาณเท่านั้น หากแต่ยังสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคมของมนุษย์ไปด้วย (Edwards, Reich and Weisskopf, 1972) ซึ่งการเปลี่ยนแปลงจากระบบเศรษฐกิจที่ผลิตเพื่อใช้ในการบริโภคภายในหน่วยผลิตตนเองไปสู่ระบบเศรษฐกิจสินค้าเพื่อการแลกเปลี่ยน หมายความว่าสังคมได้เข้าสู่ระบบที่รับรองกรรมสิทธิ์ส่วนตัวในปัจจัยการผลิตและผลผลิตของแรงงาน เนื่องจากการแลกเปลี่ยนคือการนำสินค้าไปแลกเปลี่ยนกับของผู้อื่น หากสิ่งของนั้นเป็นส่วนรวมก็ยอมนำไปแลกเปลี่ยนไม่ได้ และหมายความว่า เป็นระบบที่มีการแบ่งงานกันทำ เพราะสิ่งของที่นำมาแลกเปลี่ยนยอมต้องเป็นสิ่งของที่มีความแตกต่างกัน (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2541) ผู้ผลิตแต่ละรายสามารถเลือกที่จะผลิตสินค้าตามความต้องการและความถนัดของตน และนำไปแลกเปลี่ยนกับของผู้อื่นในระบบตลาด ก็ที่วิถีการผลิตเปลี่ยนไปสู่การผลิตสินค้า ผลผลิตที่ถูกผลิตขึ้นมาจะเป็นไปเพื่อสนองความต้องการของสังคม โดยผลผลิตจะมีมูลค่าหรือไม่ นั้น ขึ้นอยู่กับการกำหนดของสังคมเป็นสำคัญ ไม่ได้กำหนดจากผู้ผลิต การตัดสินใจของผู้ผลิตว่าจะผลิตสินค้าอะไร หรือลักษณะอย่างไรให้เป็นที่ต้องการของสังคมจึงหมายความว่า สินค้า นั้น ๆ จะต้องมีมูลค่าใช้สอยสำหรับสังคม จึงจะมีมูลค่าสำหรับการแลกเปลี่ยน ดังนั้น การทำให้ผลผลิตกลายเป็นสินค้าได้ รูปแบบของผลผลิตนั้น ๆ จะถูกกำหนดมาจากความต้องการของสังคมนั่นเอง

### 2.1.2 กระบวนการสะสมมูลค่าส่วนเกินและการผลิตซ้ำ

เมื่อระบบแลกเปลี่ยนขยายตัว ความสำคัญของสินค้าและเงินตราก็มีมากขึ้นในระบบเศรษฐกิจทุนนิยม สินค้าจึงไม่ได้ถูกผลิตเพื่อนำไปแลกเปลี่ยนระหว่างกันเพื่อบริโภค แต่สินค้าและเงินตรายังกลายเป็นปัจจัยของการสะสมความมั่งคั่ง ซึ่งเป็นที่มาของการให้ความสำคัญต่อวัตถุของมนุษย์ สินค้าถูกผลิตเพื่อสนองความต้องการของคนที่มีอำนาจซื้อมากกว่าตอบสนองต่อสังคมโดยรวม ระบบทุนนิยมจึงเป็นระบบที่ผู้ผลิตผลิตสินค้าและการแลกเปลี่ยนเพื่อแสวงหากำไรเป็นสำคัญ และระบบทุนนิยมจะแปรสภาพผลผลิตต่าง ๆ ในสังคมให้กลายเป็นสินค้าแทบทั้งสิ้น แม้กระทั่งสิ่งที่เป็นนามธรรมเพียงใดก็ตาม เพื่อแสวงหากำไรและการสะสมความมั่งคั่งไม่มีที่สิ้นสุด

ในความเข้าใจทั่วไป ทูนมักจะหมายถึงทรัพย์สินเงินทองที่เรามีอยู่ แต่มาร์กซ์ได้ใช้ความหมายของทุนอย่างเคร่งครัดว่าทรัพย์สินเงินทองเฉยๆยังไม่ใช้ทุน จนกว่าพวกมันจะเปลี่ยนสถานะ (mode) เข้าไปสู่กระบวนการผลิต เช่นเอาไปลงทุน ใ้แรงงานเข้าไป แล้วทำให้เกิดมูลค่าส่วนเกินและกำไร ทรัพย์สินนั้นจึงจะแปรสภาพไปเป็นทุน ทุนจึงมีใช้สาระ (essence) ในตัวเอง แต่เป็นสถานะที่ถูกมอบหมายหน้าที่ (ทฤษฎีงาน แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2550 : 69-71) สิ่งที่จะแปรสภาพกลายเป็นทุนได้ จึงไม่จำกัดอยู่แต่เฉพาะทรัพย์สินเงินทอง ในระบบการผลิตแบบทุนนิยม สามารถขยายขอบเขตของทุนออกไปที่รู้จักกันในนาม 4-5 M เช่น

- Manpower แรงงานมนุษย์ก็กลายเป็นทุนได้
- Machine (เทคโนโลยี)
- Material (วัตถุดิบ)
- Money (เงิน)
- Management

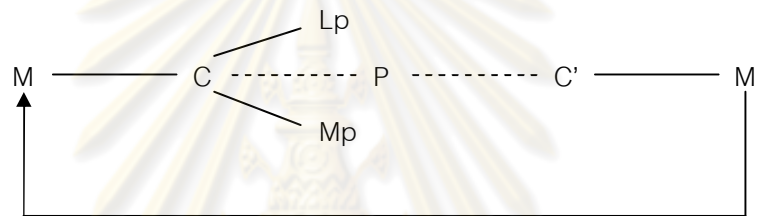
ลักษณะของทุนจะอยู่เฉยไม่ได้ นายทุนจะต้องนำทุนไปทำการผลิตเพื่อก่อให้เกิดมูลค่าส่วนเกินและกำไร ในส่วนของผลผลิตที่เกิดจากทุนนั้น มาร์กซ์มีจุดยืนที่ต่างจากนักเศรษฐศาสตร์เช่น อדם สมิท เนื่องจากมาร์กซ์เห็นว่า ความมั่งคั่งของเจ้าของทุนนั้นไม่ได้เกิดมาจากกำไร จากการขายสินค้าเท่านั้น ซึ่งเกิดขึ้นในขั้นตอนของการแลกเปลี่ยน แต่ทว่าแหล่งของความมั่งคั่งนั้นมาจาก มูลค่าส่วนเกิน (surplus value) ที่คนงานได้ใส่แรงงานของตนเข้าไปในการผลิตมากกว่า นั่นก็คือจะเกิดขึ้นในขั้นตอนของการผลิต กล่าวอีกนัยหนึ่ง ทุนก็คือมูลค่าที่เพิ่มขึ้นมาได้ เพราะมูลค่าส่วนเกิน อันเกิดจากมูลค่าการแลกเปลี่ยนที่แรงงาน(พลังแรงงาน) เป็นผู้ผลิตสินค้า (Commodity) ที่ก่อให้เกิดมูลค่าในการใช้สอยขึ้น ซึ่งกระบวนการกลายเป็นสินค้า (Commodification) ก็คือ การเปลี่ยนมูลค่าในการใช้สอยให้กลายเป็นมูลค่าในการแลกเปลี่ยน

ทุนประกอบขึ้น 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นทุนคงที่ (Fixed Cost) เป็นทุนที่นำไปซื้อปัจจัยการผลิต (means of production) ได้แก่ โรงเรือน เครื่องจักรกล วัตถุดิบ เป็นต้น ซึ่งทุนประเภทนี้จะมีมูลค่าตายตัวตลอดกระบวนการผลิต เพราะเป็นวัตถุ (Object) ที่รอแรงงานคนเข้าไปกระทำต่อมัน แต่มูลค่าของปัจจัยการผลิตแต่ละอย่างจะได้รับการย้ายไปรวมเป็นมูลค่าสินค้าที่ผลิตได้

ส่วนที่สอง คือ ทุนแปรผัน (Variable Cost) ทุนประเภทนี้เป็นทุนที่นายทุนเข้าไปเพื่อจ่ายซื้อพลังแรงงาน (labour force) หรือจ่ายเป็นค่าจ้างให้กับคนงาน เนื่องจากคนงานสามารถผลิตมูลค่าส่วนเกินได้ ดังนั้น มูลค่าในส่วนนี้ จึงสามารถเพิ่มตัวมันเองได้เท่ากับจำนวน

มูลค่าส่วนเกินที่เพิ่มขึ้น เมื่อมีการโอนย้ายพลังงานไปรวมเป็นมูลค่าสินค้าที่ผลิตได้ มูลค่าที่ได้รับ การโอนไปจึงมีมูลค่ามากขึ้นกว่าเดิม ทุนในสวนนี้จึงเป็นทุนที่เพิ่มมูลค่าได้ เช่นความรู้ ความสามารถ หรือพลังงานของคนงานที่นายทุนซื้อมานั้น จะต้องสร้างมูลค่าให้ได้มากที่สุด หรือสูงมากกว่าค่าจ้างที่นายทุนได้จ่ายให้เป็นค่าจ้าง ซึ่งเรียกมูลค่าที่สูงขึ้นนี้ว่า “มูลค่าส่วนเกิน”

เงินจากเดิมที่ทำหน้าที่เป็นเพียงสื่อกลางการแลกเปลี่ยนแต่ไม่ได้เป็นทุน การหมุนเวียนของเงินจึงเป็นรูป C-M-C คือขายสินค้า (C) เพื่อซื้อสินค้า (C) มูลค่าใช้สอยชนิดหนึ่งถูก แลกกับมูลค่าใช้สอยอีกชนิดหนึ่ง จุดมุ่งหมายของกระบวนการคือมูลค่าใช้สอย กลับถูกใช้เพื่อซื้อ ผลิตแรงงาน เงินจึงกลายเป็นทุน การหมุนเวียนของทุนจึงปรากฏในรูป M-C-M' ตามแบบจำลอง ดังนี้



M แทนด้วย เงินทุน

C แทนด้วย สินค้า

M' แทนด้วย เงินทุน (M) + มูลค่าส่วนเกิน (S)

Lp แทนด้วย พลังแรงงาน

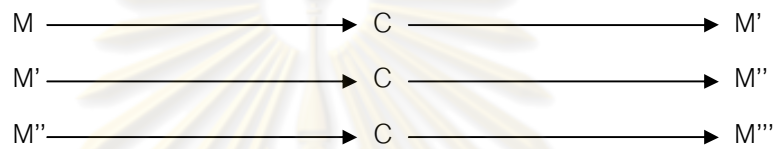
Mp แทนด้วย ปัจจัยการผลิต

P แทนด้วย กระบวนการผลิต

C' แทนด้วย สินค้าที่ผลิตได้

จากแบบจำลองสามารถอธิบายว่า นายทุนนำเงินไปซื้อปัจจัยการผลิต (Mp) และซื้อพลังงานจากคนงาน (Lp) จากนั้นนำเอาปัจจัยการผลิตและพลังงานมาผสมผสานกัน ตามกระบวนการที่กำหนด พลังงานแรงงานนั้นสามารถผลิตมูลค่าขึ้นมาใหม่ ประกอบด้วยมูลค่า ส่วนเกิน นายทุนจะได้สินค้าที่ผลิตขึ้นคือ C' ในขั้นตอนนี้ นับเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุดเพราะมูลค่า ส่วนเกินสามารถเกิดขึ้นได้จากขั้นตอนนี้ ในขั้นตอนสุดท้ายนายทุนจะนำสินค้าที่ผลิตได้มา เปลี่ยนเป็นเงินตรา (M') ณ จุดดังกล่าว ทุนสินค้าก็เปลี่ยนกลับมาเป็นทุนเงินตราอีกครั้ง

กระบวนการสะสมทุนนี้เกิดขึ้นจากการที่สังคมมีการผลิตซ้ำ (Reproduction) หมายความว่าในสังคมใดก็ตาม การผลิตไม่สามารถจะหยุดชะงักได้ เนื่องจากทุนเป็นเสมือนปีศาจที่จะต้องสูบเลือดอยู่ตลอดเวลา จึงจะมีชีวิตอยู่ต่อไปได้ ดังนั้น กระบวนการสูบเลือดของทุนกระทำผ่านกระบวนการผลิต และเลือดนี้ก็หมายถึงแรงงานของคนงานที่ผลิตมูลค่าได้มากกว่าค่าจ้างตอบแทนที่เรียกว่ามูลค่าส่วนเกิน ระบบทุนนิยมจึงต้องผลิตซ้ำสืบทอดตนเองอยู่ตลอดเวลา เพราะการผลิตซ้ำเป็นหลักประกันการดำรงอยู่ของการผลิตแบบทุนนิยม การผลิตซ้ำอาจเป็นการผลิตซ้ำด้านวัตถุ (Material reproduction) หรืออาจเกิดขึ้นในการผลิตซ้ำแรงงาน เช่นการหาคนงานรุ่นใหม่เข้ามาทดแทน รวมไปถึงการผลิตซ้ำความคิดหรืออุดมการณ์



จากแบบจำลอง M แทนด้วยทุนเริ่มต้นที่ใช้ในการผลิตสินค้า C แทนด้วยสินค้าที่ผลิตได้ M' แทนด้วยทุนที่เกิดจากทุนเริ่มต้นบวกด้วยมูลค่าส่วนเกินที่ได้จากการผลิตรอบที่ 1 M'' แทนด้วยทุนที่เกิดจากทุนที่ได้ในรอบที่ 1 บวกด้วยมูลค่าส่วนเกินที่ได้จากการผลิตรอบที่ 2 และ M''' แทนด้วยทุนที่เกิดจากทุนที่ได้ในรอบที่ 2 บวกด้วยมูลค่าส่วนเกินที่ได้จากการผลิตในรอบที่ 3 การผลิตในลักษณะนี้จะเป็นการผลิตซ้ำที่ก่อให้เกิดการสะสมทุนขึ้นในระบบเศรษฐกิจทุนนิยม

การผลิตซ้ำจะเกิดขึ้น 2 ลักษณะคือ การผลิตซ้ำแบบธรรมดา (simple reproduction) และการผลิตซ้ำแบบขยาย ในส่วนของการผลิตซ้ำแบบธรรมดานั้น เป็นการผลิตซ้ำไปเรื่อย ๆ ไม่มีการขยายขนาดการผลิต ส่วนการผลิตซ้ำแบบขยายเป็นการผลิตซ้ำที่มีการขยายขนาดการผลิตออกไป ในระบบทุนนิยมนั้นส่วนใหญ่แล้วจะเป็นการผลิตซ้ำแบบขยาย นายทุนจะไม่ใช้มูลค่าส่วนเกินทั้งหมดไปกับการใช้จ่ายส่วนตัว แต่จะแบ่งส่วนหนึ่งมาเพิ่มเติมลงไปในทุนเดิมเพื่อทำการผลิตต่อไป การที่มูลค่าส่วนเกินเข้าไปเสริมเติมในทุนเดิมและทำให้ขนาดของการผลิตขยายตัวเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เรียกว่า การสะสมทุน (capital accumulation) ซึ่งเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นที่มีมูลเหตุสำคัญ 2 ประการคือ

1. จุดมุ่งหมายในการดำเนินการผลิตของนายทุนก็เพื่อแสวงหากำไรหรือมูลค่าส่วนเกิน ซึ่งนายทุนจะทำเช่นไรที่จะสามารถได้เงินมากขึ้น ก็จะต้องขยายขนาดของการผลิตซ้ำนั้นให้ใหญ่มากขึ้น เช่นเพิ่มเครื่องจักรหรืออุปกรณ์มากขึ้น จ้างแรงงานมากขึ้น ผลิตสินค้าให้มีความหลากหลายและในปริมาณที่มาก (Mass production) เพื่อให้ได้เงินมามากที่สุดเท่าที่จะทำได้

2. ในระบบทุนนิยม ระหว่างบริษัทต่าง ๆ จะมีการแข่งขันอย่างรุนแรง สินค้าของใครได้กำไรสูงก็จะได้ชัยชนะในการแข่งขัน สินค้าของใครขายไม่ออกก็ไม่สามารถจะอยู่ได้ ซึ่งเป็นไปตามกฎเหล็กของระบบทุนนิยมที่เป็นความสัมพันธ์ของการแข่งขันซึ่งนายทุนแต่ละคนจะพอใจแต่การทำธุรกิจให้ดีขึ้นไม่ได้ แต่จะต้องดีกว่าคนอื่นด้วย มิฉะนั้นตนเองจะต้องหลุดออกไปจากสนามการแข่งขัน และกฎที่รุนแรงก็คือรายใหญ่จะกลืนกินทุนตัวเล็ก เพื่อให้ตัวเองรอดปลอดภัย ทุนจึงต้องขยายตัวเองให้ใหญ่ขึ้นอยู่ตลอดเวลา

## 2.2 กระบวนการทำให้เป็นสินค้า (Commodification)

ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า สินค้า คือ วัตถุ หรือสิ่งของที่จะนำมาแลกเปลี่ยน สิ่งที่มีมูลค่า 2 มูลค่า คือมูลค่าใช้สอยและมูลค่าแลกเปลี่ยน หรือมีราคา และอรรถประโยชน์ ดังนั้นการทำให้เป็นสินค้า (กระบวนการแปรเปลี่ยนเป็นสินค้า) จึงเป็นการทำให้ผลิตภัณฑ์และบริการมีมูลค่าแลกเปลี่ยน

กระบวนการทำให้กลายเป็นสินค้า (Commodification) หมายถึงการเปลี่ยนแปลงหรือเปลี่ยนผ่านความสัมพันธ์ไปสู่ความสัมพันธ์แบบเชิงพาณิชย์ ความสัมพันธ์ที่มีการซื้อขายแลกเปลี่ยน ตัวอย่างของกระบวนการทำให้กลายเป็นสินค้าในปัจจุบันมีหลากหลายรูปแบบดังเช่น

- ในกระบวนการกล่อมเกลாத่างสังคม (Socialisation) ก็ถูกผันเปลี่ยนให้กลายมามีมูลค่าแลกเปลี่ยน เช่น กระบวนการกล่อมเกลาท่างสังคมที่สร้างให้ผู้หญิงต้องอยู่กับเหย้าเฝ้ากับเรือน เลี้ยงดูลูก ทำอาหาร ก็ถูกระบบทุนนิยมนำเอากระบวนการซื้อขายแลกเปลี่ยนเข้ามาเพื่อแลกกับแรงงานเหล่านี้

- กระบวนการแปรรูปให้เป็นเอกชน (Privatisation) ของการให้บริการภาครัฐ เท่ากับเป็นการให้บริการภาครัฐที่เป็นสวัสดิการไปสู่การซื้อขายอยู่ในระบบตลาด

- กระบวนการทำให้เป็นอาชีพ (Professionalisation) ของกีฬาสมัครเล่นต่าง ๆ จากเคยเป็นเพียงการเล่นเพื่อผ่อนคลาย แต่ถูกทำให้กลายมาอยู่ในระบบตลาดเพื่อซื้อขายแลกเปลี่ยน และผู้เล่นกีฬาเหล่านี้ก็ยึดกีฬามาเป็นอาชีพเพื่อหาเลี้ยงตนเองเป็นล่ำเป็นสัน

การขยายกระบวนการทำให้เป็นสินค้าเป็นกระบวนการที่ย้อนแย้ง กล่าวคือใน ด้านหนึ่งกระบวนการนี้จะลดทอนการเป็นมนุษย์ (dehuman) และลดทอนความหมายบางอย่าง (demeaning) ลงไป ขณะเดียวกันในกระบวนการของมันก็ยังมีความก้าวหน้า (progressive)



อย่างเช่น กระบวนนี้อาจจะทำให้สถานะผู้หญิงสามารถมาประกอบอาชีพเลี้ยงตนเองหารายได้ได้ แต่ขณะเดียวกันก็กลับตกอยู่ในกระบวนกรถูกลดทอนความเป็นมนุษย์ลงกลายเป็นสินค้า เช่น จากการประกวดนางสาวไทย หรือประกวดความสวยงาม เป็นต้น

อำนาจของกระบวนกรทำให้กลายเป็นสินค้า วางอยู่บนพื้นฐานของประโยชน์ของการแบ่งงานกันทำ (division of labor) ธรรมชาติที่ขัดแย้งกันของกระบวนกรทำให้กลายเป็นสินค้ามาจากข้อเท็จจริงที่ว่า กระบวนกรกลายเป็นสินค้าเป็นส่วนหนึ่งของการกล่อมเกลாதางสังคมที่จำเป็นไปแล้ว แต่ด้วยปัจจัยอิทธิพลของระบบทุน ระบบการกล่อมเกลาทางสังคมจึงได้กลายมาเป็นเนื้อเดียวกันไปกับกระบวนกรกลายเป็นสินค้า ความสัมพันธ์กันในเชิงสินค้าเป็นเสมือนเซลล์ (Cell) ของสังคมกระฎุมพี แต่เป็นความสัมพันธ์ที่ย่อยแย้งกันภายใน เช่นแม่จะตั้งอยู่บนความสัมพันธ์แบบกรรมสิทธิ์ส่วนบุคคลแต่ก็อาจจะมีกระบวนกรละทิ้งหรือขโมยเอากรรมสิทธิ์ปัจเจกบุคคลไปด้วยวิธีการที่หลากหลาย เป็นต้น

กระบวนกรแปรเปลี่ยนเป็นสินค้า จึงนับเป็นกระบวนกรหนึ่งที่ทำให้ทุนเติบโตได้ ระบบทุนนิยมจึงเป็นระบบเศรษฐกิจที่สร้างความมั่งคั่งทางธุรกิจการค้า นายทุนจะเป็นผู้ครอบครองทุนการผลิตและปัจจัยการผลิต (กรรมสิทธิ์) ที่สำคัญ โดยมีชนชั้นแรงงานเป็นทำงานหรือปัจจัยทางการผลิตที่สำคัญ ระบบทุนนิยมยังเป็นระบบที่ปลดปล่อยพันธนาการทางการค้าสู่การค้าเสรีสู่ตลาดของการแข่งขัน ในการแสวงหาความมั่งคั่ง ร่ำรวย ในอุตสาหกรรมการผลิตระบบทุนนิยมทุกอย่างมองเป็นสินค้าที่รอการแลกเปลี่ยนที่ออกมาในรูปของเงินตรามากขึ้น เพื่อแสวงหาผลกำไรในการขยายตัวทางเศรษฐกิจ แม้นัยการบริการทางวัฒนธรรมอย่างมวยไทยก็ถูกมองให้กลายเป็นทุนทางวัฒนธรรม ที่แปรเปลี่ยนเป็นสินค้าที่สามารถซื้อขายกันได้ในตลาด ดังนั้นความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรม จึงเป็นความสัมพันธ์ในระบบตลาดด้วย ระบบทุนนิยมในการสะสมความมั่งคั่งก็จะมาจากการผลิตสินค้าเพื่อขายผลผลิตต่าง ๆ ที่ผลิตได้ในสังคมและวัฒนธรรมจะถูกแปรเปลี่ยนให้กลายเป็นสินค้า

แม้สิ่งที่เป็นสินค้าจะเป็นสิ่งที่มีอยู่ก่อนหน้าระบบทุนนิยม แต่ความแตกต่างก็คือในระบบสังคมก่อนหน้าทุนนิยมนั้น จะมีสิ่งของบางอย่างเท่านั้นที่เป็นสินค้าและมีสิ่งของหลายอย่างอีกเช่นกันที่ไม่สามารถเป็นสินค้าได้ เช่นพระพุทธรูป ความรัก เกียรติยศ แต่ในระบบทุนนิยมจะมีกระบวนกรแปลงทุกสิ่งทุกอย่างให้กลายเป็นสินค้าเริ่มตั้งแต่สิ่งที่มีมาร์กซ์ให้ความสนใจมากที่สุด ก็คือ แรงงานของมนุษย์ ที่ถูกแปลงให้กลายเป็นสินค้า แม้กระทั่งจิตวิญญาณก็สามารถถูกแปรเปลี่ยนไปเป็นสินค้าได้ด้วย (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2550 : 72)

กลไกที่มีความสำคัญที่มาร์กซ์ค้นพบว่าช่วยในการแปลงทุกสิ่งทุกอย่างให้กลายเป็นสินค้าก็คือ “การตั้งราคาต่าง” (Pricing) ให้แก่สิ่งต่าง ๆ ซึ่งจะทำให้วัตถุหรือสิ่งของนั้นเปลี่ยนจากการอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์ของมูลค่าใช้สอย (Use Value) ไปสู่มูลค่าแลกเปลี่ยน (Exchange Value) ซึ่งเป็นกฎของมูลค่าประเภทที่ระบบทุนนิยมได้ใช้เป็นรูปแบบหลักดังที่ได้กล่าวมาแล้ว กระบวนการแปรเปลี่ยนทุกอย่างให้กลายเป็นสินค้าจึงเป็นกลไกที่สำคัญที่ทำให้เกิดปรากฏการณ์ที่ในระบบทุนนิยมจะมองเห็นแต่วัตถุสิ่งของ แต่จะมองไม่เห็นกระบวนการผลิต นั่นคือจะมองไม่เห็นแรงงานที่บรรจุอยู่ภายในสินค้านั้น ๆ วัตถุหรือสิ่งของที่ควรจะมีหน้าที่เป็นตัวสื่อกลางเชื่อมโยงระหว่างมนุษย์ด้วยกัน แต่ความสัมพันธ์ในระบบทุนนิยมกลายเป็นว่าผู้คนกลายมาเป็นสื่อกลางเชื่อมโยงระหว่างสิ่งของกับสิ่งของ และจากศักยภาพมนุษย์ในฐานะที่เป็นผู้ผลิตสิ่งของขึ้นมาที่ควรจะมีความสัมพันธ์แบบเป็นนายต่อวัตถุ แต่เนื่องจากมนุษย์ในระบบทุนนิยมถูกอำนาจมิให้มองเห็นหรือตระหนักในศักยภาพของตนเอง จึงตกเป็นทาสของวัตถุหรือสินค้าที่ผลิตขึ้นมา

### 2.3 แนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยเรื่องสื่อ (Political Economy of Media)

แนวทางในการเข้าสู่ปัญหาของสำนักเศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยสื่อเหมือนกับแนวคิดมาร์กซิสต์ที่ได้กล่าวเอาไว้แล้วข้างต้น คือ จะเน้นประเด็นการวิเคราะห์โครงสร้างสังคมและเน้นเศรษฐกิจเป็นตัวกำหนดและเน้นกระบวนการมากกว่าผลผลิต แต่หันเหประเด็นการวิเคราะห์เหล่านั้นมาใช้กับสื่อมวลชน ซึ่งเมื่อก้าวถึงสื่อแล้ว จุดเน้นสำคัญของสำนักเศรษฐศาสตร์การเมืองจะพิจารณาว่า สื่อมวลชนมีสถานะสองด้าน คือ ด้านที่เป็นปัจจัยการผลิตทางเศรษฐกิจและการเมือง หรือเป็นรูปแบบของกิจกรรมชนิดหนึ่งที่ต้องแสวงหากำไรหรือมูลค่าส่วนเกิน กับอีกด้านหนึ่ง สื่อมวลชนยังเป็นปัจจัยการผลิตทางความคิด หรือเป็นแหล่งผลิตจิตสำนึกให้กับมวลชน สำนักเศรษฐศาสตร์การเมืองจึงสนใจในความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างทางเศรษฐกิจอุตสาหกรรมสื่อ และผลผลิตของสื่อในประเด็นสำคัญ 6 ประเด็นด้วยกัน (กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน, 2550 : 95-97) คือ

2.3.1 โครงสร้างเศรษฐกิจเป็นตัวแปรต้นในการวิเคราะห์สังคม กล่าวคือ ทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในสถาบันต่าง ๆ ของสังคม ปัจจัยเกิดมากจากการกำหนดของสถาบันเศรษฐกิจ

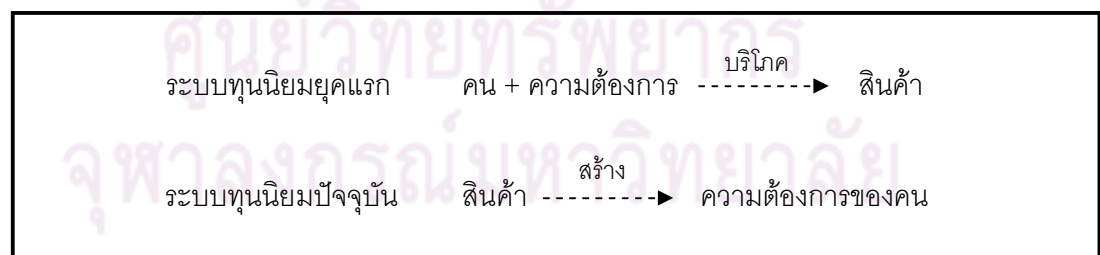
2.3.2 สื่อมีฐานะเป็นอุตสาหกรรมชนิดหนึ่ง (media as industry) ในขณะที่เศรษฐกิจเป็นตัวแปรกำหนดสถาบันอื่น ๆ แม้แต่กรณีของสื่อต่าง ๆ เช่นกัน มีลักษณะที่ถูกเศรษฐกิจเป็นตัวกำหนด (economic determinism of media) ผลที่จะตามมาคือ กลไกทาง

เศรษฐกิจจะเข้าไปกำกับความเป็นสถาบันของสื่อ เนื้อหาและผลผลิตของสื่อและวิธีการทำงานของสื่อ

2.3.3 สื่อถือเป็นระบบธุรกิจชนิดหนึ่ง นักทฤษฎีมาร์กซิสต์สายเศรษฐศาสตร์การเมืองเห็นว่า สื่อมวลชนเป็นแค่เพียงระบบธุรกิจอีกชนิดหนึ่งและการที่เป็นระบบธุรกิจทำให้สื่อมวลชนมีคุณลักษณะที่กำหนดเป้าหมายสูงสุดไว้ที่กำไร (profit-oriented) และมีการแข่งขันกันสูง หากธุรกิจเริ่มสายพานการผลิตแล้ว นอกจากไม่สามารถหยุดลงง่าย ๆ ยังต้องแข่งขันกับคู่แข่งรายต่าง ๆ ในตลาดเดียวกัน และยิ่งสื่อมีสถานะเป็นอุตสาหกรรมมากเท่าใด อิสรภาพและความรับผิดชอบต่อสังคมจะยิ่งลดลง นอกจากนี้ จะก่อให้เกิดการรวมศูนย์ของตลาดทุนไปสู่การผูกขาดโดยเจ้าของธุรกิจเพียงไม่กี่ราย และเนื่องจากสื่อมีสถานะเป็นระบบธุรกิจจึงต้องหาหลักประกันที่จะจัดการกับความเสียหายให้ได้มากที่สุด แม้ว่าจะลดคุณค่าของศิลปะหรือวัฒนธรรมลง ที่สำคัญผู้รับสารรายย่อยหมดโอกาสซื้อเพราะธุรกิจสื่อจะขายสินค้าให้กับผู้บริโภคที่มีอำนาจซื้อ (purchasing power) เท่านั้น เช่น สื่อโทรทัศน์ รายการเด็กที่มีคุณภาพจะมีปริมาณที่น้อยเนื่องจากเจ้าของสินค้าไม่ค่อยลงทุนให้กับเด็ก เพราะเป็นกลุ่มด้อยอำนาจในการซื้อ ยกเว้นแต่กรณีสินค้าประเภทที่ขายให้กับพ่อแม่ผู้ปกครองเท่านั้น

2.3.4 เกณฑ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์สื่อ จุดเน้นสำคัญของสำนักเศรษฐศาสตร์การเมืองคือมิติความสัมพันธ์ทางการผลิต ซึ่งเกณฑ์ที่วิเคราะห์เรื่องสื่อคือความเป็นเจ้าของและอำนาจในการควบคุมสื่อ

2.3.5 ทิศนะต่อผู้รับสาร สำนักเศรษฐศาสตร์การเมืองเชื่อว่าผู้รับสารมีลักษณะตั้งรับ (passive) ต่อสื่อ หรืออีกนัยหนึ่งคือ ผู้รับสารของสื่อมวลชนล้วนเป็นผู้บริโภคของเจ้าของสินค้าต่าง ๆ เท่านั้น ทั้งนี้ นักวิชาการสำนักนี้ อธิบายพัฒนาการการสร้างผู้รับสาร (media audiences) ให้กลายมาเป็นผู้บริโภคสินค้า (product consumers)



ในยุคแรกของระบบทุนนิยม เนื่องจากมีปริมาณของสินค้าในตลาดไม่มาก กระบวนการบริโภคหรือจับจ่ายซื้อสินค้าเริ่มต้นจากคนที่มีความต้องการ (need) หรืออุปสงค์ (demand) ต่อสินค้านั้น ๆ ก่อน แต่ต่อมาในยุคปัจจุบัน นักเศรษฐศาสตร์การเมืองตั้งข้อสังเกตว่าเนื่องจากปริมาณสินค้าในท้องตลาดมีจำนวนมากขึ้นและหลากหลายตราผลิตภัณฑ์ ดังนั้น สินค้า

ต่าง ๆ จึงหาทางสร้างความต้องการของคนก่อน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง มีสินค้าเกิดขึ้นก่อน แล้วความต้องการหรืออุปสงค์ต่อสินค้านั้นจึงจะถูกสร้างขึ้นตามมา และเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างความต้องการต่อสินค้าก็คือ การโฆษณา (advertising) นั่นเอง

สำนักเศรษฐศาสตร์การเมืองเรื่องสื่อ เห็นว่า โฆษณาเกิดจากเมื่อสินค้าไม่สามารถขายตัวมันเองได้อีกต่อไป หรือเมื่อมนุษย์ไม่ได้เกิดความต้องการจริง (real needs) ต่อสินค้าใดๆมาก่อน กลยุทธ์ที่โฆษณาเลือกมาสื่อสารก็คือการสร้างความต้องการเทียม (pseudo-needs) ขึ้นมาทดแทน กล่าวคือ ภาพที่ผู้รับสารเห็นผ่านโฆษณามีลักษณะเป็นเพียงภาพลักษณ์ (image) หรือเหตุการณ์เทียม (pseudo-events) (Boorstin, 1962) ซึ่งไม่ใช่ความจริงที่เกิดขึ้นในชีวิตจริง เป็นแค่เพียงจินตนาการปลอม ๆ ผ่านการรังสรรค์ขึ้น โดยนักโฆษณาเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการต่อตัวสินค้าเท่านั้น

2.3.6 ทศนะต่อเนื้อหาและสารของสื่อมวลชน เมื่อเศรษฐกิจเป็นตัวกำหนดที่สำคัญต่อการสื่อสารแล้ว เนื้อหาหรือสารและวัฒนธรรมที่สื่อมวลชนผลิตขึ้นนั้นจะถูกทำให้กลายเป็นสินค้าชนิดหนึ่ง (commodification of culture) เช่นหมอลำ หนังตะลุง หรือลิเก เป็นสื่อการแสดงพื้นบ้านที่เล่นจำกัดอยู่ในท้องถิ่นเพื่อความบันเทิงและเป็นการสร้างอัตลักษณ์ของคนในชุมชน แต่เมื่อเริ่มนำศิลปินพื้นบ้านมาเซ็นสัญญาฉบับกับค่ายเพลงและนำผลงานออกสู่ตลาด สารที่ผลิตขึ้นก็กลายเป็นสินค้า (Commodity) ชนิดหนึ่งที่ขายสู่ตลาดมวลชนเพื่อหวังผลกำไรเป็นสำคัญ ซึ่งนอกจากกลายเป็นสินค้าวัฒนธรรมแล้ว ระบบเศรษฐกิจทุนนิยม เนื้อหาและสารที่สื่อมวลชนผลิตยังมีลักษณะพิเศษอีกสองประการคือ ประการแรก เนื้อหาหรือสารเหล่านี้ เมื่อผลิตมาแล้ว ยังสามารถที่จะขายซ้ำได้หลายครั้ง ประการที่สอง สารที่สื่อมวลชนผลิตยังมีลักษณะเฉพาะกับบางชนิดที่สามารถขายล่วงหน้า (pre-selling) ให้กับผู้บริโภคก่อนแล้วจึงค่อยไปหามาซื้อภายหลังอีก

ดัลลัส สไมธ์ (Dallas Smythe) เป็นนักมาร์กซิสต์สายเศรษฐศาสตร์การเมืองชาวแคนาดา เสนอบทความเรื่อง “communications: Blindspot of Western Marxism” (1977) ซึ่งในบทความดังกล่าว เขาได้แสดงทัศนะปฏิเสธวิถีคิดของมาร์กซิสต์แนวอุดมการณ์ เพราะเห็นว่าการให้ความสำคัญกับอุดมการณ์มีมติเดียวถือเป็นจุดบอดของการวิเคราะห์การสื่อสาร เพราะจะมองข้ามบทบาทที่แท้จริงทางเศรษฐกิจของสื่อมวลชนในระบบทุนนิยม

สไมธ์ สนใจในการศึกษาองค์ประกอบของผู้รับสารในสื่อมวลชน โดยกล่าวว่า สื่อมวลชนในระบบทุนนิยมได้สร้างผู้รับสารขึ้นมาสองสถานะ ได้แก่ ด้านแรก สื่อมวลชนจะทำให้ผู้รับสารมีฐานะเป็นสินค้าชนิดหนึ่ง (audience as commodities) หรืออีกนัยหนึ่ง สื่อมวลชนจะ



ขายผู้บริโภคของตนให้กับบรรดาเจ้าของสินค้า (advertisers) ผ่านรูปแบบของเรตติ้ง (rating) ซึ่งหมายความว่ายังมีผู้รับสารเป็นจำนวนมากเท่าใด ก็หมายถึงอัตราค่าโฆษณาที่จะยิ่งแพงมากขึ้นเท่านั้น กับอีกด้านหนึ่ง สื่อมวลชนจะสร้างให้ผู้รับสารมีฐานะเป็นแรงงาน (audience as labour) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้รับสารหรือผู้บริโภคสินค้าผ่านสื่อโฆษณา ทั้งนี้ เนื่องจากระบบทุนนิยมจะมองผู้รับสารว่าเป็นส่วนหนึ่งของการผลิตซ้ำแรงงานในระบบ ดังนั้น トラบเท่าที่โฆษณายังทำให้ผู้รับสารกลายเป็นผู้บริโภค (consumer) ในกระบวนการผลิต トラบนั้น พวกเขาที่ยังคงสถานะความเป็นแรงงานต่อไปไม่มีที่สิ้นสุด กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ ผู้รับสารจะคงความเป็นผู้บริโภคอยู่ได้ก็ต่อเมื่อพวกเขายังเป็นแรงงานผลิตสินค้าให้ตนเองได้บริโภค สไมธ์เรียกสินค้าที่ผลิตให้ตนเองบริโภคนี้ว่า สินค้าที่ขายให้กับตลาดของตนเอง (self-market commodities)

โทรทัศน์มีบทบาทสำคัญในกระบวนการทำให้กลายเป็นสินค้าของกีฬา ด้วยการที่การเข้าชมกีฬาไม่ว่าจะด้วยการเข้าร่วมชมโดยตรงที่สนามหรือแม้กระทั่งการชมทางโทรทัศน์ต่างก็มีระดับของการแผลงการค้าอยู่ด้วยทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นการเก็บค่าเข้าชม หรือการจ่ายค่าชมรายเดือน เป็นต้น ขณะที่วงการแข่งขันของสื่อโทรทัศน์มีมากขึ้นในด้านการถ่ายทอดกีฬา เจ้าของธุรกิจกีฬา หรือสโมสรต่าง ๆ ก็ให้เห็นโอกาสในการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมลิขสิทธิ์เพิ่มขึ้นในการถ่ายทอดทางสื่อโทรทัศน์ ซึ่งสื่อโทรทัศน์ก็สามารถชดเชยจากการเสียเงินซื้อลิขสิทธิ์ถ่ายทอดกีฬาโดยการขายผู้ชม (audience) ให้กับกลุ่มทุนสินค้าผ่านการแลกเปลี่ยนด้วยการซื้อเวลาโฆษณา

กระบวนการทำให้กีฬากลายเป็นสินค้านี้มีหลายนัยยะที่น่าสนใจ คือ เมื่อกีฬาต้องพึ่งพิงกับรายได้จากโทรทัศน์มากขึ้น จากค่าโฆษณาและลิขสิทธิ์ ธุรกิจกีฬาต่าง ๆ ก็มุ่งที่จะกอบโกยผลกำไรจากตรงนั้นมากขึ้น ซึ่งมักจะนำไปสู่ความขัดแย้งเชิงผลประโยชน์เกี่ยวกับรายได้ที่เกิดขึ้นจากสื่อโทรทัศน์

กฎเกณฑ์และกระบวนการนำเสนอของกีฬาถูกแปรเปลี่ยนไปเพื่อสนองความต้องการของสื่อโทรทัศน์ รวมไปถึงอาจจะมีการคิดค้นกฎต่าง ๆ ไว้เป็นพิเศษเพื่อสนองความต้องการของสื่อโทรทัศน์ นอกจากนี้ กระบวนการกลายเป็นสินค้าแปรเปลี่ยนการเป็นแฟนกีฬา (fandom) ในหลายประเภทกีฬา เพราะจากในอดีตที่แฟนรายการกีฬาจะเป็นผู้คนในท้องถิ่นต่าง ๆ ที่กีฬาสะท้อนเอกลักษณ์ของตน แต่สื่อโทรทัศน์ที่แพร่ภาพไปทั่วพื้นที่ที่มีสัญญาณรับ สามารถทำให้นักกีฬาและกีฬาเหล่านั้นมีแฟนกีฬาไปทั่วโลกผ่านกระบวนการโลกาภิวัตน์ สื่อโทรทัศน์จึงเอาเส้นแบ่งทางภูมิศาสตร์ออกไปในเชิงพื้นที่และเวลา และขยายฐานของตลาดในระบบทุนนิยมสำหรับธุรกิจกีฬาออกไปนั่นเอง



## 2.4 แนวคิดทุนทางวัฒนธรรม

ทุนวัฒนธรรม เป็นแนวคิดสำคัญของปีแอร์ บูร์ดิเยอ (Pierre Bourdieu) ที่ได้ขยายประเภทของทุนจากทุนทางเศรษฐกิจออกไปเป็นทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) โดยได้นิยามทุนเสียใหม่ ว่าหมายถึงสิ่งใดจะมีสภาวะกลายเป็นทุนนั้น ก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นได้ทำหน้าที่ในฐานะเป็นความสัมพันธ์เชิงอำนาจทางสังคม (function as a social relation) เมื่อวัฒนธรรมถือเป็นทุนประเภทหนึ่ง บูร์ดิเยอจึงเสนอว่า ทุนดังกล่าวจำเป็นต้องมีการนำมาปฏิบัติ (practice) และเมื่อวิเคราะห์การปฏิบัติก็จะต้องมองหาผู้กระทำ (actors) ตามแนวคิดของบูร์ดิเยอ ทุนสามารถจำแนกได้ออกเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่

1. ทุนเศรษฐกิจ (Economic Capital) ทุนประเภทนี้ ได้แก่ รายได้ ทรัพย์สิน ความมั่งคั่งที่สะสมเอาไว้ เงินทอง เป็นต้น
2. ทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital) อันเป็นรูปแบบของทุนที่งานวิจัยชิ้นนี้สนใจที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ แบ่งออกเป็น 3 รูปแบบย่อย คือ
  - Objectified form ได้แก่ ทุนวัฒนธรรมที่อยู่ในรูปของวัตถุ เช่น หนังสือ ซีดี ฯลฯ ที่ปัจเจกบุคคลครอบครองเป็นเจ้าของ
  - Institutionalized form ได้แก่ ทุนวัฒนธรรมที่อยู่ในรูปแบบของสถาบัน เช่น คุณภาพ/ชื่อเสียงของสถานบันการศึกษา เป็นต้น
  - Embodied form ได้แก่ สมรรถนะด้านวัฒนธรรมของปัจเจกบุคคล เช่น ความสามารถ/ความรอบรู้ที่จะพูด เรื่องศิลปะ การมีบุคลิก การวางท่าทางที่สง่างาม
3. ทุนสัญลักษณ์ (Symbolic Capital) ทุนประเภทนี้ Bourdieu หมายถึง สถานภาพ/ชื่อเสียง การได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่นที่ทำให้เจ้าของทุนเกิดความได้เปรียบ/เกิดประโยชน์
4. ทุนสังคม (Social Capital) เป็นคำที่พบเห็นได้บ่อยกว่า ทุนวัฒนธรรม/ทุนสัญลักษณ์ ความหมายของทุนสังคมนั้นมี 2 ความหมาย แต่ทั้งสองความหมายต่างก็หมายถึงเครือข่ายทางสังคม ทั้งสิ้น เพียงแต่ว่าในความหมายแรก เป็นการมองจากตัวโครงสร้างที่มองตัวเครือข่ายจริงๆ ส่วนความหมายที่สองนั้นเป็นการมองจากปัจเจกบุคคลที่มีเครือข่าย และมองว่าเครือข่ายนั้นเป็นทรัพยากรอย่างหนึ่งของตน

ซึ่งทุน 3 ประเภทหลังนี้ Bourdieu มองว่า *สื่อสารมวลชน* จะเป็นสถาบันที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสะสมและการแลกเปลี่ยนเพิ่มพูนทุนทั้ง 3 ประเภทโดยตรง

ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลของสื่อ โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์นั้น บุรีดิเออได้วิเคราะห์ลักษณะสำคัญว่า โทรทัศน์เป็นธุรกิจการค้าที่จะถูกควบคุมด้วยหลักการ 2 ประการด้วยกันคือ เวลา (time) และผลกระทบ (effect)

สำหรับหลักการแรก คือเวลา นั้น เนื่องจากทรัพยากรเวลาในโทรทัศน์นั้นมีอย่างจำกัดและมีมูลค่าที่สูงมาก ดังนั้น เวลาจึงกลายมาเป็นตัวกำหนดวิธีการนำเสนอเรื่องราวในโทรทัศน์ กล่าวคือ ต้องนำเสนอแบบแบ่งขั้วแบ่งดำไปให้ชัดเจน (simple binaries) ที่เรียกว่าผ่านกระบวนการทำให้ง่ายที่สุดและเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว และต้องตัดบริบทปลีกย่อยออกไป (decontextualised) ส่วนการหวังผลกระทบให้เกิดขึ้นภายในชั่วระยะเวลาสั้น ๆ นั้น เนื่องจากโทรทัศน์เป็นสื่อภาพ กลยุทธ์การนำเสนอที่ถูกนำมาใช้เป็นการนำเสนอภาพที่สามารถปลุกเร้าอารมณ์ความรู้สึกได้อย่างสูง (sensationalized and dramatised) ซึ่งภาพที่นำเสนอขึ้นนั้นจะต้องปลุกเร้าอารมณ์ความรู้สึกได้อย่างรุนแรงและรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นอารมณ์เจ็บปวด หวาดกลัว สะใจ ลุ้นระทึก หรือปลื้มปิติก็ตาม (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุขหินวิมาน, 2550 : 564-566)

#### 2.4.1 การศึกษาเรื่องของร่างกายในฐานะที่เป็นทุนและในมุมมองของการสื่อสาร

บุรีดิเออสนใจศึกษาประเด็นเรื่องร่างกายซึ่งถือเป็นประเด็นทางวิชาการที่ใหม่ในช่วงปลายศตวรรษที่ 20 โดยเขาให้ความสนใจศึกษาร่างกายตามแบบอย่างของนักเศรษฐศาสตร์การเมืองและได้ขยายแนวคิดบางอย่างออกไป เริ่มตั้งแต่มาร์กซ์มีความสนใจร่างกายในฐานะที่เป็นอยู่ของแรงงาน ซึ่งมาร์กซ์จำแนกประเภทออกเป็น แรงงานกาย และแรงงานสมอง รวมทั้งวิเคราะห์ว่าอำนาจของโครงสร้างสังคมทุนนิยมได้กำหนดมูลค่าของแรงงานสมองให้มีเหนือกว่าแรงงานร่างกายเป็นอย่างมาก บุรีดิเออสนใจศึกษาร่างกายแยกย่อยเป็น 3 ประเด็นดังนี้

2.4.3.1 ความสนใจร่างกายในมิติของสังคม สังคมในแต่ละยุคสมัยจะมีการให้ความหมายทางสังคม แก่ร่างกายไม่เหมือนกัน อย่างในปัจจุบัน จะมีทัศนคติต่อร่างกายที่เปลี่ยนแปลงไป ด้านหนึ่งสังคมปัจจุบันให้ความสำคัญต่อรูปร่างหน้าตาบุคลิกภาพ จึงเกิดแนวคิดที่ว่าร่างกายถือเป็นทุนอีกชนิดหนึ่ง (bodily capital) อันที่จริงแนวคิดนี้ก็ฝังรากอยู่ในคติความเชื่อของคนไทยมาช้านาน ดังคำกล่าวที่ว่า นารีมีรูปเป็นทรัพย์ ส่วนอีกด้านหนึ่งก็คือ ร่างกายเป็นโครงการที่ยังไม่แล้วเสร็จ (unfinished project) กล่าวคือ เรือนร่างที่ได้มาแต่กำเนิด มนุษย์สามารถที่จะออกแบบดัดแปลงให้เป็นไปอย่างที่ต้องการได้ด้วยกลวิธีต่าง ๆ ทัศนคติดังกล่าวนี้พบเห็นอยู่ทั่วไปตามสื่อมวลชนที่มีทั้งรายการโทรทัศน์ในการบริหารเรือนร่างให้สมส่วน เป็นต้น

2.4.3.2 บุรีดิเออสนใจในการศึกษาความรู้ในการใช้ร่างกายของบุคคล แน่นนอนว่า การใช้ร่างกายดังกล่าวมิได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ แต่เกิดมาจากการฝึกฝน ปรับปรุงร่างกายของ

ร่างกาย เช่นการฝึกอบรมการใช้ร่างกายของทหารที่ต้องทำเป็นกิจวัตร ในขณะที่มาร์กซ์มองร่างกายในแง่เป็นแรงงาน แต่บูร์ดิเออมองร่างกายในแง่ของทุนประเภทต่างๆ เริ่มตั้งแต่การเป็นทุนกายภาพที่สามารถจะแปลงออกไปเป็นทุนประเภทอื่น ๆ เช่นทุนสัญลักษณ์ ทุนวัฒนธรรม เช่นรูปร่างผู้หญิงสูงโปร่ง มีอกมีเอว สามารถเป็นสัญลักษณ์แห่งความมีเรือนร่างงดงาม และแปลงเรือนร่างดังกล่าวให้กลายเป็นสินค้าด้วยกระบวนการทางสังคมนานาชนิด เช่นในเวทีการประกวดนางงาม การประกวดนางแบบ เป็นต้น

2.4.3.3 ร่างกายนั้นมีลักษณะทางชนชั้นเข้ามาเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิด ทั้งนี้เพราะตำแหน่งทางสังคม (social location) ที่หมายถึงสิ่งแวดล้อมทางวัตถุต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน คือศักยภาพความสามารถของร่างกายที่หล่อหลอมให้คนตอบโต้ต่อสถานการณ์ที่แวดล้อมเขา ซึ่งหมายถึงการเข้าไปเป็นเจ้าของวิถีชีวิตบางแบบเป็นการเฉพาะตามเงื่อนไขของวัตถุ บูร์ดิเออเสนอว่า โอกาสที่จะสะสมทุนร่างกายและแปลงทุนกายภาพร่างกายให้ไปเป็นทุนประเภทต่าง ๆ ก็ยังมีความแตกต่างกันไปตามแต่ละชนชั้นด้วย ผู้ที่อยู่ในชนชั้นสูงก็มักจะมีอำนาจในการใช้ทุนกายภาพแปรให้เป็นทุนอื่น ๆ หรือการพบวาก็ฟากอล์ฟเป็นตัวอย่างที่แสดงให้เห็นการจัดวางร่างกายให้เหมาะสม (มีวงสวิงที่เยี่ยม) ซึ่งต้องผ่านการสะสมทุนกายภาพทางร่างกายมาอย่างยาวนานพอควร

นอกจากการนำแนวคิดเรื่องทุนร่างกายของบูร์ดิเออมาใช้เป็นแนวทางการวิเคราะห์แล้ว ผู้เขียนยังใช้แนวคิดทุนทางร่างกาย (Bodily capital) ของ Loic Wacquant และ Paradi ซึ่งได้พัฒนามาจากแนวคิดทฤษฎีของ Bourdieu ซึ่งมีรายละเอียดปลีกย่อยออกไป โดยที่ทั้งสองคนนี้สนใจในการนำเอาแนวคิดการวิเคราะห์ทุนทางร่างกายกับงานวิจัยภาคสนามเพื่อศึกษาการใช้ทุนทางร่างกายในบรรดานักมวย ทั้ง Loic Wacquant และ Paradi พบว่า นักมวยก็คือร่างกายและร่างกายทุกส่วนของเขาถูกจำกัดความและใช้อย่างมีค่าเพื่อบรรจุจุดประสงค์ในการแปรเปลี่ยนให้มีมูลค่าและแปรไปสู่สถานะทางสังคม ร่างกายจึงเป็นทุกอย่างทุกอย่าง อาจถือเป็นศูนย์กลางของจักรวาลของนักมวย (Oates, 1987:5) Pierre Bourdieu ได้จำกัดความหมายของทุนไว้ว่าเป็นแรงงานที่สะสมมูลค่าส่วนเกิน (accumulated labor) ในลักษณะรูปแบบของการทำให้เป็นวัตถุ (Materialized) หรือการหลอมเข้ารวม (incorporated) ซึ่งเมื่อถูกชูดริดโดยตัวแทนกลุ่มนายทุนต่าง ๆ แล้ว จะทำให้มันกลายเป็นการชูดริดพลังงานทางสังคม (Social energy) ในรูปแบบที่เป็นรูปธรรมหรือเป็นแรงงานที่มีชีวิต (living labor) (Bourdieu, 1986 : 241) นักมวยจึงเปรียบเสมือนเป็นผู้ถือครองหรือผู้ประกอบการในทุนของร่างกาย และค่ายมวยที่ใช้ในการฝึกซ้อมเปรียบเสมือนเป็นกลไกทางสังคม (Social machinery) ที่ถูกออกแบบมาให้แปรเปลี่ยนทุนทางร่างกายที่ดูเป็นนามธรรมเพื่อให้ออกมาเป็นรูปธรรมในลักษณะของทุนที่เกี่ยวข้องกับการชกมวย

(pugilistic capital) กล่าวคือ เป็นการเชื่อมโยงส่วนร่างกายของนักมวยให้มาสัมพันธ์กับความสามารถและพลังศักยภาพในตัวนักมวยเพื่อจูงใจให้ผลิตมูลค่าขึ้นด้วยการฝึกฝน จัดการกับร่างกายนักมวยเพื่อให้เป็นมืออาชีพพอที่จะลงแข่งขันโดยใช้สิ่งล่อใจในด้านตัวเงิน การได้รับการยอมรับในสังคม และฐานะทางการเงินและสังคมที่ดีขึ้นจะตามมา

ร่างกายของนักมวยอีกด้านหนึ่งในขณะเดียวกันก็ทำหน้าที่เป็นวิธีการผลิต (means of production) วัตถุที่นักมวยและผู้จัดการค่าย ครูฝึก ร่วมกันในกระบวนการผลิตผ่านการแปรเป็นผลิตภัณฑ์ซึ่งก็คือตัวร่างกาย (somatized product) จากการฝึกฝน ฝึกซ้อม (ขั้นนี้คือขั้นตอนการผลิต) ดังนั้น ทูททางร่างกาย (bodily capital) และแรงงานทางร่างกาย (bodily labor) จึงถูกเชื่อมโยงสัมพันธ์กันในลักษณะของความสัมพันธ์ที่ให้ผลลัพธ์แบบย้อนกลับหรือทำซ้ำขั้นตอนเดิม ซึ่งทำให้กลุ่มผู้ที่อยู่ในกระบวนการผลิตนี้ขึ้นอยู่กับหรือต้องพึ่งพาซึ่งกันและกัน (Wacquant, 2006 : 262) นักมวยจึงใช้สิ่งที่มีมาร์กซ์เรียกว่าพลังทางธรรมชาติของร่างกายตนเองที่จะชูตรีด (appropriate) เอาส่วนพิเศษที่ได้จากธรรมชาติของร่างกายตนเพื่อให้ได้ประโยชน์มากที่สุด ร่างกายของพวกเขาจึงสามารถผลิตมูลค่าได้มากกว่าต้นทุนที่ฝังจมลงไป นอกจากนี้ สิ่งที่สำคัญสำหรับนักมวยด้วยก็คือ ข้อจำกัดในร่างกายของตน ระยะเวลาที่ตัววัตถุคือร่างกายจะหมดอายุการใช้งานในการผลิตมูลค่า รวมไปถึงการฝึกฝน ปรับร่างกายให้สอดคล้องกับความต้องการของเกมการชก ร่างกายของนักมวยยังเป็นระบบของสัญลักษณ์ที่นักมวยเองจะต้องถอดรหัสเพื่อจะได้รู้ถึงสมรรถภาพของร่างกายที่ตนเองมีรวมไปถึงจะได้หาวิธีในการป้องกันร่างกายตนจากการแข่งขัน สิ่งที่เป็นเอกลักษณ์สำหรับกีฬามวยก็คือ ร่างกายเป็นได้ทั้งอาวุธของการโจมตีและเป็นเป้าหมายของการทำลายจากคู่แข่ง

Paradis (2007) ได้แบ่งมิติของBodily capital ออกเป็น 3 มิติด้วยกัน คือ

1. Phenotypical dimension คือมิติของลักษณะรูปร่างของร่างกายที่เห็นหรือสังเกตได้ชัด เช่น สูง ต่ำ ดำขาว สูง เตี้ย กำยำ เป็นต้น
2. Trade-specific dimension เป็นคุณลักษณะทางคุณภาพของร่างกายที่เป็นเครื่องแสดงให้เห็นความสามารถที่ชัดเจนเพื่อทำการค้า เปรียบเสมือนข้อเด่นของสินค้านั้น ๆ โดยมี phenotypical เป็นตัวเชื่อมโยงหรือเป็นตัวสื่อกลาง
3. Ritualized เชื่อมโยงถึงทุนที่ถูกสร้างขึ้นผ่านพิธีกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับร่างกาย

ดังนั้น Identity ของมวยไทยที่ปรากฏให้เห็นอยู่ในปัจจุบัน เมื่อผ่านระบบการฝึกซ้อมมาจากระบบค่าย โดยหัวหน้าค่ายและนักมวยจะพิจารณาถึงการสร้าง identity ให้กับนักมวยแต่ละคนเพื่อให้ผู้ชมรู้ได้ทันทีเมื่อมีการเอ่ยชื่อนักมวยคนดังกล่าว ในการสร้างนักมวยปัจจุบัน identity ของนักมวยจะมี 2 ลักษณะ คือ

1. นักมวยที่เน้นเชิงรุก ซึ่งเป็นนักมวยที่เน้นการออกหมัดชก และเน้นการชนะน็อค โดยใช้อาวุธที่เด็ดที่นักมวยแต่ละคนมี ไม่ว่าจะเป็นหมัด เข่า ลูกเตะลูกถีบ หรืออาวุธประจำกายอย่างศอก ในการเอาชนะคู่ต่อสู้ ซึ่งฉายาของนักมวยประเภทนี้ก็มักจะมีการตั้งให้เข้าใจอีกทีม

2. นักมวยที่เน้นการชกเชิงรับ เป็นประเภทนักมวยที่ไม่เน้นการออกหมัดมากนัก แต่มักจะอาศัยการพลาดพลังของคู่แข่งในการทำคะแนนชก และจะใช้ความคิดหรือภาษามวยเรียกว่าเป็นนักมวยที่ใช้สมองชก มากกว่านักมวยเชิงรุก

## 2.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในส่วนของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้น ผู้เขียนจะแบ่งออกเป็น 2 ประเด็นด้วยกัน คือ ส่วนแรกจะนำเสนอเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการนำหลักการกระบวนการทำให้เป็นสินค้ามาเป็นแนวคิดหลักในการอธิบายและวิเคราะห์งานวิจัย ส่วนที่สองจะนำเสนองานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมวยไทยไม่ว่าจะเป็นการวิเคราะห์มวยไทยในบริบทของการเป็นกีฬา ศิลปะการต่อสู้ มุมมองทางเศรษฐศาสตร์และเชิงประวัติศาสตร์ ซึ่งจะเห็นว่าการวิจัยที่มองว่ามวยไทยกลายเป็นสินค้ายังไม่มีการศึกษาอย่างเป็นระบบ

### 2.5.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการกลายเป็นสินค้าในแง่มุมต่าง ๆ

การนำเอาแนวคิดกระบวนการทำให้เป็นสินค้ามาใช้เพื่อการวิเคราะห์ได้เพิ่มขึ้น ซึ่งถือว่าเป็นแนวคิดที่ได้รับความสนใจจากนักวิชาการ เกษียร เตชะพีระ (2545) ได้นำเอาแนวคิดดังกล่าวมาอธิบายให้มีลักษณะเข้าใจง่ายกับบทความ “เมื่อจ๊กแ้วเริ่มเลือนหายไป” ซึ่งได้อธิบายไว้ถึงปรากฏการณ์ที่สอนให้รู้ว่า การทำจ๊กแ้วหรือชิ้นส่วนอื่น ๆ ของร่างกายให้เป็นสินค้า (Commodification) ย่อมดำเนินผ่านกระบวนการดังนี้คือ 1) การแยกส่วนหรือปลดเปลื้องจ๊กแ้วออกมาจากบริบทองค์รวมแห่งร่างกายที่เป็นชอกอันคับแคบเสียก่อน (Decontextualization) 2) จากนั้นก็สลายวัตถุภาวะ (Materiality) ของจ๊กแ้วหรือระเหิดมันทิ้งเสีย จนมันไม่ปกคลุม เปื้อนสีตามธรรมชาติ หรือนัยหนึ่งก็คือเหมือนไม่เป็นจ๊กแ้วธรรมดาอีกต่อไป (Dematerialization or Sublimation) 3) ดัดแปลงแนวคิด (Concept) เกี่ยวกับจ๊กแ้วเสียใหม่ จาก [บริเวณใต้แขน + เหม็น + ด่า] ไปเป็น [บริเวณใต้แขน + หอม + ชาว] โดยบัญญัติศัพท์ใหม่ว่า “วงแขน” ใช้เรียก



บริเวณร่างกายส่วนนั้นแทน “จ๊กแร่” เสียเพื่อให้ “วงแขน” สื่อความหมาย [หอม + ขาว] แทนความหมาย [เหม็น + ดำ] ของจ๊กแร่แต่เดิม 4) นำไปสู่การใช้อวดโฆษณาจ๊กแร่ตัวเองต่อสาธารณชนอย่างเต็มภาคภูมิ ซึ่งก็คือการปลดปล่อยจ๊กแร่จากพื้นที่เงาสงวนส่วนตัว (Private sphere) ไปเร่ร่อนอยู่ในพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) เป็นของโก้ของโซวี่ เป็นส่วนหนึ่งของภาพลักษณ์สาธารณะและเอกลักษณ์แห่งตัวตน ในที่สุด บัดนั้นการทำจ๊กแร่ให้เป็นสินค้าก็เป็นอันเสร็จสมบูรณ์ ล้วงจ๊กแร่ออกมาจากซอกแขนสาว ๆ สำเร็จ เสกมันให้กลายเป็นวงแขนแล้วเพิ่มยอดขายสินค้าผูกพวงวงแขนให้พุ่งปรี๊ดปรี๊ด นี่คือมุมมองของทุนนิยมโฆษณา ที่บริโภคนิยมได้รุกคืบเข้าทำจ๊กแร่ให้เป็นสินค้าเรียบร้อยแล้ว

พอล โคลก และ ฮาร์วี ซี เพอร์กินส์ (Cloke and Perkins, 2006) ศึกษาเรื่อง Commodification and Adventure in New Zealand Tourism ซึ่งชี้ให้เห็นถึงกระบวนการทำการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในนิวซีแลนด์เป็นสินค้า พบว่านักท่องเที่ยวต้องการสินค้าผจญภัยเพิ่มขึ้น จึงต้องผลิตบริการการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองการบริโภคสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ดังกรณีตัวอย่างกระบวนการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยและธรรมชาติให้เป็นสินค้าในยุคหลังสมัยใหม่ บริษัทท่องเที่ยวผลิตแผ่นพับเสนอรูปแบบสินค้าให้นำตื่นเต้นและเร้าใจ เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เดินทางสู่ประเทศนิวซีแลนด์ แม้ว่าแผ่นพับมีข้อจำกัดในการสื่อสารไม่เท่าเทียมกับต้นแบบ อย่างไรก็ตามสังคมของสินค้าและสังคมของภาพได้สะท้อนนัยสำคัญเกี่ยวกับนิวซีแลนด์ได้อย่างชัดเจนและแปรเปลี่ยนเป็นสัญญาณของสินค้าการผจญภัย

ขณะที่นักทฤษฎีเชิงวิพากษ์สำนักแฟรงค์เฟิร์ตสคูล (Kellner and Durham, 1999) กล่าวถึงการเป็นสินค้าของวัฒนธรรม ซึ่งได้วิเคราะห์ถึงสิ่งประดิษฐ์ทางวัฒนธรรมในบริบทการผลิตอุตสาหกรรม มีลักษณะเช่นเดียวกับการผลิตสินค้าอื่น เช่น ประกอบด้วยกระบวนการทำให้เป็นสินค้า (Commodification) และการทำให้เป็นของมวลชน (Massification) คำว่า “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม” หมายถึงกระบวนการทำให้เป็นอุตสาหกรรม การผลิตวัฒนธรรมมวลชน และระบบค้าขาย อุตสาหกรรมวัฒนธรรมมีหน้าที่ทำให้เกิดความชอบธรรมเชิงอุดมการณ์ต่อการดำรงอยู่ของสังคมทุนนิยม และการดำรงอยู่ของปัจเจกชนในระบบทุนนิยม บริบททางการเมืองอุตสาหกรรมเป็นแหล่งรวมชนชั้นแรงงานเข้าสู่สังคมทุนนิยม วิธีการผลิตแบบอุตสาหกรรมมีการวางแผนงาน และการแบ่งงานกันทำ (Division of labor) สำนักนี้ได้อธิบายว่านี่คือ “จุดจบของปัจเจกชน ความคิด และการกระทำของบุคคล ไม่ได้ขับเคลือนความก้าวหน้าของสังคมวัฒนธรรมอีกต่อไป จึงถูกแทนที่ด้วยองค์กรและสถาบันที่มีอำนาจเหนือปัจเจกชน”

กระบวนการแปรเปลี่ยนวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้ายังได้รับความสนใจ โดยเฉพาะจากนักวิชาการต่างชาติอย่างต่อเนื่อง David Patt (2003) ได้ทำการศึกษาเรื่อง The commodification of Buddhism in the American Marketplace โดยศึกษาถึงกระบวนการทำพระพุทธศาสนาให้กลายเป็นสินค้าในพื้นที่โลกธุรกิจชาวอเมริกันว่า การดำรงอยู่ของพุทธศาสนาภายใต้องค์ประกอบใหม่ของการตลาดต้องทำให้กลายเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียง ผู้นำทางศาสนาที่ตลาดต้องมีความชำนาญด้านการโฆษณาและการตลาดเพื่อดึงดูดผู้เรียน การตลาดในที่นี้ต้องใช้กระบวนการเช่นเดียวกับตลาดการจำหน่ายข้าวโพดคั่วหรือตลาดไปเกมอน การสอนปฏิบัติขั้นสูงทางพุทธศาสนาวัชรยานทำให้ผู้เรียนเข้าถึงได้น้อย วิธีการเปลี่ยนสภาพให้กลายเป็นสินค้าต้องประยุกต์หลักปฏิบัติให้เข้าสู่เป้าหมายสามขั้น หนึ่งการดำรงชีวิตภายใต้ลัทธิการบริโภคนิยมคือการนำพาตนสู่ความล้มเหลว การบริโภควัตถุไม่ใช่การบรรลุความสุขที่ยั่งยืน แต่การบริโภคพระพุทธศาสนาเป็นสิ่งดีนำสู่การบรรลุความสุขที่แท้จริง

ในส่วนของงานวิจัยของไทยก็ได้มีการนำเอาแนวคิดกระบวนการทำให้เป็นสินค้ามาใช้ศึกษางานวิจัยอย่างกว้างขวางมากขึ้น ปัญญา เลิศสุขประเสริฐ (2548) ศึกษากระบวนการกลายเป็นสินค้าของพิธีกรรมงานศพ ภายใต้บริบทที่วัดอยู่ในฐานะผู้ให้บริการ ปัญญาวิเคราะห์ว่าการกลายเป็นสินค้าของงานศพเกิดจากการเปลี่ยนแปลงวิถีการผลิตจากอดีตที่เจ้าภาพหรือญาติของผู้เสียชีวิตจะเป็นผู้ดำเนินการจัดงานศพเองทั้งหมด ไปสู่การผลิตในลักษณะสินค้าบริการโดยฝ่ายฌาปนกิจศพของวัด ที่เป็นเช่นนี้เพราะเกิดการเปลี่ยนแปลงในสมัยรัชกาลที่ 5 ซึ่งรัฐเปิดโอกาสให้วัดเลือกบริการเผาศพตามผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากเดิมที่วัดเป็นสถานที่เผาศพสำหรับชนชั้นสูง

พิธีกรรมในงานศพในฐานะที่เป็นสินค้าบริการมีจุดประสงค์เพื่อตอบสนองต่อการบริโภคที่มีค่านิยมจัดงานศพอย่างใหญ่โตเพื่อแสดงสถานภาพทางสังคมของผู้ตายหรือครอบครัวมากกว่าการให้ความสำคัญต่อคุณค่าในเชิงศาสนา ทั้งนี้การบริโภคในเชิงสัญลักษณ์นี้ทำให้บริการงานศพมีมูลค่าในการแลกเปลี่ยนสูงขึ้น เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจต่อผู้ให้บริการมากกว่า ซึ่งนำไปสู่บทบาทหน้าที่ที่ขัดแย้งของวัดระหว่างบทบาทหรือหน้าที่ทางศาสนาที่ต้องให้ลดละเลิกใกล้เคียงกับการเป็นผู้ให้บริการพิธีกรรมงานศพอันเป็นผลมาจากโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป

ประเด็นของการศึกษาที่ได้กลายมาเป็นสินค้าชนิดหนึ่งจะถูกให้ความสนใจในการนำแนวคิดกระบวนการทำให้เป็นสินค้ามาใช้อธิบาย ปาณิสรา นาชะ (2550) ศึกษากระบวนการกลายเป็นสินค้าของบริการทางการศึกษาในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทั้งด้าน

พัฒนาการ การดำรงอยู่ รวมไปถึงการขยายตัวที่เกิดขึ้น ภายใต้บริบทของสังคม เศรษฐกิจ การเมืองไทยที่เปลี่ยนแปลงไป ศึกษารูปแบบของการบริหารจัดการบริการทางการศึกษา เพื่อให้เลี้ยงตัวเองได้ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในบริบทที่การศึกษากลายเป็นสินค้าชนิดหนึ่งในระบบตลาด โดยอาศัยการวิเคราะห์เชิงประวัติศาสตร์เพื่อให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยชี้ให้เห็นว่า การครอบงำของกระแสแนวคิดทุนนิยมส่งผลสู่การกลายเป็นสินค้าของการศึกษา ทำให้การศึกษาอยู่ในรูปแบบของการซื้อขายแลกเปลี่ยน โดยการศึกษาอยู่ในฐานะสินค้าบริการอย่างหนึ่งและจะมีความสำคัญต่อผู้ผลิตบริการในเชิงของรายได้ การให้บริการจัดการศึกษาที่ถูกผลิตเพื่อแลกเปลี่ยน เพื่อขายในตลาด หรือรูปแบบการศึกษาที่เป็นลักษณะของการจ้างวาน จะมีผู้ผลิตที่รับผิดชอบดำเนินการจัดการศึกษาให้แก่ผู้เข้าศึกษาแลกเปลี่ยนกับเงินค่าดำเนินการ โดยผู้ผลิตในทางการศึกษาชั้นนี้ก็คือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยซึ่งดำเนินการในรูปแบบของการผลิตหลักสูตรพิเศษต่างๆ ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ในปัจจุบันการศึกษาในหลักสูตรพิเศษต่างๆ เกือบทุกหลักสูตรของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยได้มีลักษณะเป็นสินค้าอย่างเด่นชัด เนื่องจากมีผู้ที่ประสงค์จะเข้าศึกษาต่อกลายเป็นผู้ซื้อ และมีมหาวิทยาลัยเป็นผู้ให้บริการทางการศึกษา ทำให้มีระบบตลาดเกิดขึ้น มีการกำหนดค่าเล่าเรียนตามกลไกตลาด รวมทั้งยังมีการผลิตซ้ำ บริการทางการศึกษาโดยอาศัยพลังการผลิตหรือเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้นอย่างก้าวหน้า ซึ่งทำให้การเรียนมีมาตรฐานเดียวกัน แม้ว่าจะอยู่ต่างหลักสูตรกัน อันก่อให้เกิดการผลิตหลักสูตรเป็นแบบอุตสาหกรรม และยังมีภาระโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีก่อให้เกิดแรงจูงใจให้ลูกค้ามาสมัครเรียน ทำให้เกิดการสะสมทุนเพื่อขยายกิจการหรือขยายหลักสูตรพิเศษอันจะทำให้เกิดผลกำไรมากขึ้น ขณะที่ สกฤฤทธิ์ จันทร์พุ่ม (2549) ซึ่งศึกษาเศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยโรงเรียนกวดวิชา พบว่า ในสังคมไทยมีค่านิยมในเรื่องการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาในมหาวิทยาลัยปิดของภาครัฐอย่างมาก ซึ่งระบบการคัดเลือกผู้ที่จะมีสิทธิ์เข้าศึกษาต่อเป็นระบบสอบคัดเลือกแบบแพ้คัดออก ทำให้เกิดการแข่งขันกันอย่างมากในการเตรียมตัวสอบ ทำให้เกิดการกวดวิชาและโรงเรียนกวดวิชาขึ้นเพื่อผลิตความรู้เฉพาะ สำหรับใช้ในการสอบเข้าศึกษาต่อ ความรู้ในการกวดวิชาจึงได้กลายเป็นสินค้าความรู้ชนิดหนึ่งที่มีการผลิตเพื่อขายและตอบสนองความต้องการของตลาด โดยมีนักเรียนทุกระดับชั้นกลายเป็นผู้บริโภคเพื่อหวังว่าจะนำความรู้ที่ได้จากการกวดวิชาในโรงเรียนกวดวิชาไปใช้ในการสอบและสามารถออกมาทำงานในตลาดแรงงานที่ตนใฝ่ฝันได้

เมื่อการกวดวิชาในโรงเรียนกวดวิชากลายเป็นสินค้าหนึ่งแล้วนั้น ผู้ผลิตได้มีกระบวนการดำเนินธุรกิจไม่แตกต่างไปจากการดำเนินธุรกิจในการผลิตสินค้าชนิดอื่นๆ กล่าวคือมีการสะสมมูลค่าส่วนเกินจากพลังแรงงานของครูอาจารย์ท่านอื่น และอาศัยพลังการผลิตหรือ

เทคโนโลยีในการที่จะทำให้สามารถผลิตความรู้ควรวินิจฉัยออกมาได้เป็นจำนวนมาก ขณะเดียวกันก็ทำให้การเรียนการสอนมีมาตรฐานเดียวกันเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง และอาศัยการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเพื่อก่อให้เกิดการสะสมทุนและขยายกิจการต่อไปเรื่อย ๆ

ในมิติของการวิเคราะห์ว่ากีฬานั้นได้กลายมาเป็นสินค้าได้เช่นไร งานของรังสรรค์ ณะพรพันธุ์ (2544) เรื่องกีฬาในระบบทุนนิยมธรรม ดูจะโดดเด่นในการวิเคราะห์ว่า การแข่งขันกีฬามีใช่เรื่องของ การออกกำลังกายเพื่อพละนามายเพียงโสดเดียวอีกต่อไป หากแต่ในตัวของมันเองแปรเปลี่ยนเป็นสินค้า กระบวนการแปรการแข่งขันทัวร์กีฬาให้เป็นสินค้า (Commodification) นอกจากเป็นผลจากการเติบโตของพลังเศรษฐกิจทุนนิยมแล้ว ยังเป็นผลของกระบวนการโทรทัศน์นำวัตต์อีกด้วย โทรทัศน์ช่วยให้กีฬาหลายต่อหลายประเภทเติบโตขึ้นมาเป็นกีฬาสากลหรือกีฬาโลก โดยที่โลกทั้งโลกเป็นตลาดผู้ชมการแข่งขันกีฬาเหล่านี้ จึงต้องใช้งบเงินในการจัดการแข่งขันมากและเกี่ยวพันกับผลประโยชน์จำนวนมหาศาล ทำให้มองเห็นช่องทางในการแสวงหารายได้จากกระบวนการแปรกีฬาให้เป็นสินค้า ยิ่งเมื่อเทคโนโลยีในการถ่ายทอดโทรทัศน์รุดหน้ามากเพียงใด การแข่งขันกีฬา ณ สถานที่หนึ่งสามารถถ่ายทอดสู่ปริมาณพลอื่นได้มากเพียงนั้น หากกีฬาที่แข่งขันมีผู้ชมชื่นชอบจำนวนมาก ความเป็นสากลของกีฬานั้นย่อมเกื้อกูลการหาผลประโยชน์ทางธุรกิจ

### 2.5.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย

ในส่วนองงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมวยไทยนั้น ผู้เขียนพบว่าส่วนใหญ่จะเป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเชิงวิทยาศาสตร์การกีฬา การศึกษา จึงเลือกทำการศึกษาเฉพาะที่จะเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยขึ้นนี้ ผู้วิจัยเริ่มต้นอ่านงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมวยไทยในเชิงพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ งานวิจัยที่เป็นไปในเชิงประวัติศาสตร์พัฒนาการของมวยไทย คืองานของอภิเชก มนเทียรวิเชียรฉาย (2547) ทำการศึกษาการเปลี่ยนแปลงของบทบาทและความสำคัญของมวยไทย พ.ศ. 2463 – 2546 โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาว่าความคิดแบบตะวันตกและแนวคิดทางธุรกิจได้มีผลกระทบอย่างไรบ้างกับบทบาทและความสำคัญของมวยไทยในสังคมไทย โดยได้ใช้วิธีค้นคว้าทางประวัติศาสตร์และใช้หลักฐานทั้งชั้นต้นและชั้นรองในการวิจัย ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่ามวยไทยมีบทบาทสำคัญด้วยกันทั้งสิ้น 8 บทบาท กล่าวคือ เป็นหนึ่งในวิธีการฝึกทหาร เป็นเครื่องส่งเสริมให้เกิดความก้าวหน้าทางสังคมและฐานะทางเศรษฐกิจ เป็นหนึ่งในองค์ประกอบของงานพิธี เป็นสัญลักษณ์ของชาติ เป็นกีฬาอดนียมระดับชาติ เป็นสื่อกลางการพนัน เป็นกิจกรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว และที่สุดเป็นกีฬาอดนียมระดับชาติ ซึ่งที่ผ่านมามวยไทยมีบทบาทปรากฏในบางด้านมาแต่ก่อนปี พ.ศ. 2463 ในขณะที่บทบาทบางส่วนได้



พัฒนาขึ้นในภายหลังและได้สืบทอดอยู่ตราบนานปัจจุบัน ขณะที่ มงคล คำเมือง (2532) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับมวยไทย จากประวัติและวิวัฒนาการของกีฬามวยไทย ตั้งแต่สมัยกรุงสุโขทัยจนถึงปัจจุบัน จะเห็นได้ว่ามวยไทยได้มีบทบาทสำคัญต่อสังคมไทยเสมอมา ซึ่งนอกจากการเป็นศิลปะประจำวันของคนไทยที่ใช้ฝึกหัดการต่อสู้ป้องกันตัวของลูกผู้ชาย ซึ่งสามารถนำไปใช้เพื่อการทหาร การถวายอารักขาพระมหากษัตริย์และสร้างชื่อเสียงเกียรติยศให้กับตนเองและวงศ์ตระกูล ตลอดจนจนยึดเป็นอาชีพที่สามารถมีรายได้จากการแข่งขันชกมวยไทย ปัจจุบันต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลและเกี่ยวข้องกับกีฬามวยไทยในปัจจุบันมีอยู่หลายปัจจัยด้วยกันไม่ว่าจะเป็นตัวผู้ชกมวยไทย ผู้ชมการแข่งขัน ผู้ฝึกสอน ผู้จัดการค่ายมวย ผู้จัดการรายการมวย ผู้บริหารสนามมวย ผู้ตัดสินและกฎหมายต่างๆที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนกติกาการแข่งขัน แนวโน้มของกีฬามวยไทยในอนาคต จะมีลักษณะเป็นธุรกิจมากขึ้น สาเหตุสำคัญที่ทำให้กีฬามวยไทยแปรเปลี่ยนไปในรูปธุรกิจ คือวิธีการจัดดำเนินการแข่งขันและผลประโยชน์ของผู้เกี่ยวข้องในการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย ผู้ชมส่วนใหญ่เข้ามาชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อการเล่นการพนัน เมื่อมีการพนันมาเกี่ยวข้อง มีการเดิมพัน ให้รางวัลพิเศษแก่นักมวย สิ่งเหล่านี้ล้วนแต่เป็นปัจจัยที่ทำให้รูปแบบการต่อสู้ของกีฬามวยไทยเปลี่ยนไปทั้งสิ้น ดังจะเห็นได้จากผู้ชมรายการถ่ายทอดสดการแข่งขันชกมวยทางโทรทัศน์ ซึ่งมีผู้ชมสนใจชมรายการมา ซึ่งมีการเล่นการพนันที่เรียกว่า “มวยตู้” เมื่อมีผู้ชมมากขึ้น การขายโฆษณาของรายการดังกล่าวก็มีมากขึ้น ซึ่งวัตถุประสงค์ที่ให้มีการถ่ายทอดสดเพื่อเป็นการอนุรักษ์และส่งเสริม เผยแพร่กีฬามวยไทยเป็นศิลปะประจำชาติ นั้น แท้ที่จริงแล้วมีผลประโยชน์ในเชิงธุรกิจแอบแฝงทั้งสิ้น

ในขณะที่งานวิจัยของ โลอิส แอน ดอร์ท (2547) ในเรื่องกีฬา ประเพณี และผู้หญิงในการแข่งขันมวยไทย ซึ่งนำเสนอประวัติมวยไทยตั้งแต่แรกเริ่มโดยผ่านการเปลี่ยนแปลงสำคัญต่าง ๆ มาสู่ยุคสมัยใหม่ มีการวิเคราะห์กระบวนการเข้าสู่สมัยใหม่ การเป็นอุตสาหกรรม และการเข้าสู่กระบวนการโลกาภิวัตน์ ตั้งแต่ช่วงปลายคริสต์ศตวรรษที่ 19 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในประเทศไทย เพื่ออธิบายความเปลี่ยนแปลงของมวยไทยจากการเป็นศิลปะการป้องกันตัวมาเป็นกีฬาในระดับชาติและระดับนานาชาติ การศึกษาของโลอิส พบว่า กระบวนการเข้าสู่ความเป็นสมัยใหม่ในช่วงคาบเกี่ยวระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 1 และ 2 มีผลสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงประเพณีมวยไทยจนกลายเป็นกีฬา ซึ่งปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่ความเป็นสมัยใหม่ในไทย มาจากอิทธิพลจากประเทศตะวันตก การผลักดันให้มีความทันสมัยถือเป็นปฏิกิริยาที่ตอบสนองต่อมหาอำนาจตะวันตก

งานที่ศึกษามวยไทยในลักษณะของโครงสร้างและพฤติกรรมในธุรกิจมวยไทยคือ งานของทฤษฎี สิทธิประเสริฐ (2536) เป็นงานชิ้นแรกๆที่บุกเบิกการวิเคราะห์โดยใช้ทฤษฎีทาง



เศรษฐศาสตร์มาใช้วิเคราะห์โครงสร้างของมวยไทย ทฤษฎีได้ศึกษาเรื่อง โครงสร้างและพฤติกรรมของตลาดมวยไทย โดยวิเคราะห์ถึงโครงสร้างและพฤติกรรมตลาดมวยไทย โดยพิจารณาจากโครงสร้าง พฤติกรรมและความสัมพันธ์ของผู้ที่เกี่ยวข้องในวงการมวย จากการศึกษพบว่า การพนันเป็นตัวหล่อเลี้ยงธุรกิจนี้ เนื่องจากผู้ชมส่วนใหญ่จะเข้าไปเล่นการพนัน มีวงเงินไม่ต่ำกว่า 10 ล้านบาทต่อรายการ ระบบการพนันทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถควบคุมให้ผู้เล่นการพนันเสียจ่ายเงินได้ นอกจากนี้การพนันยังเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของสนามมวย ผู้จัดการรายการ หัวหน้าค่าย และนักมวย โดยเฉพาะผู้จัดการรายการจะต้องประกบมวยสูสีเป็นที่พอใจของเซียนมวย นอกจากนี้โครงสร้างของตลาดสนามมวยไทย เป็นตลาดผู้ขายน้อยราย ทั้งนี้อาจจะเป็นผลมาจากการที่มีระเบียบกระทรวงมหาดไทย พ.ศ. 2504 ภายใต้พระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. 2503 ซึ่งกำหนดให้กรุงเทพมหานครมีสนามมวยที่มีการเล่นการพนันอย่างถูกต้องตามกฎหมายได้เพียง 2 สนามเท่านั้น คือสนามมวยเวทีราชดำเนินและสนามมวยเวทีลุมพินี ส่วนตลาดผู้จัดการรายการเป็นตลาดที่เข้ายากแต่ออกง่าย เพราะนอกจากจำนวนผู้จัดการรายการจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในการบริหารหลายอย่างในคนคนเดียวกัน ยังต้องสามารถจัดสรรผลประโยชน์ให้กับสนามและค่ายมวยเป็นที่น่าพอใจ ซึ่งค่ายมวย ปัจจุบันมีค่ายมวยจำนวนมาก สามารถเข้าออกธุรกิจนี้ได้ง่าย การลงทุนไม่สูงนัก มีการกีดกันน้อยมาก หัวหน้าค่ายมวยจะต้องมีระบบการบริหาร มีการคัดเลือกและการฝึกสอนที่ดีจึงจะประสบความสำเร็จ ส่วนตลาดนักมวย การเข้าออกจากตลาดนี้ทำได้ง่ายเช่นกัน เนื่องจากต้นทุนในการเข้าสู่อาชีพต่ำมาก แต่เมื่อเข้ามาแล้วความเป็นอิสระก็จะหมดไปทั้งนี้เพราะต้องอยู่ในสังกัดของค่ายมวยนั้นๆไม่สามารถย้ายค่ายได้ตามอำเภอใจ นักมวยที่เข้าสู่ธุรกิจนี้ส่วนใหญ่เป็นคนที่มีความรู้พื้นฐานอะกจนและมีความรู้ที่น้อย

ขณะที่งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสื่อโทรทัศน์และมวยไทยนั้น เชิดชัย ศรีรัตน์ (2548) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ชมมวยไทยต่อการจัดการในสนามมวย สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 โดยทำการศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ชมมวยไทยต่อการจัดการในสนามมวยสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ชมมวยไทยในสนามมวย สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 จำนวน 340 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที (t-test) ซึ่งผลการวิจัยพบว่า 1. ผู้ชมมวยไทยมีความพึงพอใจต่อการจัดการในสนามมวยสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 อยู่ในระดับมาก เนื่องจากสนามมวยแห่งนี้จัดให้มีการแข่งขันชกมวยที่มีการถ่ายทอดสดทางโทรทัศน์มาเป็นเวลานานกว่า 30 ปี จนเป็นที่นิยมชื่นชอบของผู้ชมมวยไทยทั่วไป 2. ผู้ชมมวยไทยที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการในสนามมวยสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 ไม่แตกต่างกัน

เนื่องจากผู้ชมมวยไทยทั้งเพศชายและเพศหญิง เป็นกลุ่มที่มีความสนใจด้านการชมการแข่งขันชกมวยอยู่แล้ว 3. ผู้ชมมวยไทยที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดการในสนามมวยสถานีสโตนส์คอนกทัพบกช่อง 7 ไม่แตกต่างกัน เพราะถึงแม้ว่าอายุจะต่างกันแต่มีความสนใจในมวยไทยเหมือนกัน 4. ผู้ชมมวยไทยที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดการในสนามมวยสถานีสโตนส์ คอนกทัพบกช่อง 7 ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากทางสนามมวยสถานีสโตนส์คอนกทัพบกช่อง 7 เปิดให้บริการแก่ผู้ที่สนใจโดยทั่วไป ไม่เก็บค่าเข้าชมและมีนโยบายในกาให้ความสำคัญต่อการให้บริการแก่ผู้ชมที่สนใจทุกอาชีพ โดยไม่ปิดกั้น

อย่างไรก็ตาม งานที่ถือว่าเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์มวยจตุและเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยของผู้เขียนเป็นอย่างยิ่ง คืองานวิจัยของ สมเกียรติ ยั่งยืนสวัสดิ์ (2537) ซึ่งทำการศึกษาความเป็นมาและสภาพปัจจุบันของตลาดมวยไทย ตลอดจนกระบวนการดำเนินการทางธุรกิจมวยไทยทางโทรทัศน์ จากผลการวิจัยได้นำเอาทฤษฎีของ Whannel ว่าด้วยปัจจัยที่ทำให้กีฬาชนิดต่างๆ ได้รับความนิยมมาวิเคราะห์ พบว่ามวยไทยในปัจจุบันกลายเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมอย่างสูง และขณะเดียวกันก็เป็นธุรกิจที่มีวงเงินหมุนเวียนนับพันล้านบาท มีผลประโยชน์และผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่าย องค์ประกอบของโครงสร้างตลาดมวยไทยประกอบด้วย สนามมวย โปรโมเตอร์ ผู้สนับสนุน นักมวย กรรมการผู้ตัดสินและผู้ชม โปรโมเตอร์ เป็นผู้ที่มีความบทบาทมากในธุรกิจมวยไทยทางโทรทัศน์ และได้อาศัยหลักการจัดการทางการตลาด ส่วนผลสมทางการตลาด (4P) มาบริหารธุรกิจนี้ การจะประสบความสำเร็จในธุรกิจนี้นอกจากจะต้องเป็นผู้ที่วางแผนทางการตลาดได้ดีแล้ว ยังจะต้องสามารถประสานผลประโยชน์ให้แก่ทุกๆฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้อย่างเหมาะสมด้วย

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 3

### พัฒนาการและโครงสร้างของมวยไทย

ในบทนี้จะเน้นการวิเคราะห์เนื้อหาออกเป็น 2 ส่วนด้วยกันคือ ส่วนที่ 1 จะให้ภาพพัฒนาการความเป็นมาของมวยไทยในเชิงประวัติศาสตร์ว่า มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงในลักษณะสำคัญอย่างไรบ้างภายใต้เงื่อนไขของบริบทเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรมในช่วงเวลานั้น ๆ ในส่วนที่ 2 จะเน้นพัฒนาการของการนำมวยไทยมาเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ ซึ่งจะกล่าวในลักษณะทั่วไป รวมไปถึงการวิเคราะห์โครงสร้างของมวยไทยทั้งในโครงสร้างตลาดมวยไทยที่แข่งขันตามเวทีสำคัญ และที่จัดและถ่ายทอดสดทางสถานีโทรทัศน์ ส่วนในบทต่อไป จะเป็นการศึกษาในส่วนของรายการมวยไทย 7 สี ซึ่งเป็นกรณีศึกษาของงานวิจัยชิ้นนี้

#### 3.1 พัฒนาการของมวยไทย

การค้นคว้าที่มาหรือหลักฐานแหล่งกำเนิดของมวยไทยในปัจจุบันยังเป็นที่ถกเถียงกันอยู่ แต่ตามที่ปรากฏจากหลักฐานปฐมภูมิหรือหลักฐานต่าง ๆ ทางประวัติศาสตร์ของไทยชี้ให้เห็นว่า มวยไทยนั้น เริ่มต้นจากการเป็นศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวที่สำคัญของคนไทยมาแต่โบราณกาล (อาจินต์ ปัญจพวรรค์, 2545:59)

ศิลปะการต่อสู้ หรือ Martial Art คือรูปแบบของการต่อสู้ป้องกันตัว ปรกติมักจะเป็นการต่อสู้โดยไม่ใช้อาวุธ ซึ่งมีรากฐานเทคนิคต่าง ๆ พัฒนามาจากหลายประเทศในแถบเอเชียที่มักจะนิยมการฝึกปรือต่อสู้ป้องกันตัวระยะประชิดที่ไม่มีอาวุธเหมือนประเทศแถบยุโรป<sup>1</sup>

สุจิตต์ วงเทศ (2532:257-258) ระบุว่า การใช้คำว่ามวยไทย โดยมีคำว่า “ไทย” อยู่ด้วยนั้น เพิ่งเริ่มขึ้นมาในยุคหนึ่งของสังคมเมื่อไม่นานมานี้ ตามกระแสชาตินิยม โดยสุจิตต์ได้ตั้งข้อสังเกตของศิลปะการต่อสู้ชนิดนี้ไว้ว่าน่าจะมีรากเหง้าความเป็นมาร่วมกันจากวัฒนธรรมสุวรรณภูมิ ที่มีลาว เขมร มอญ ชวา มลายู รวมอยู่ด้วย ไม่น่าจะมาจากของไทยพวกเดียว เนื่องจากคำว่า “มวย” เป็นคำร่วมของวัฒนธรรมแถบนี้ในสมัยโบราณ และที่สำคัญคือ ในกฎมณเฑียรบาลยุคต้นกรุงศรีอยุธยา ระบุว่ามีการละเล่นในพิธีกรรมที่แสดงให้เห็นถึงร่องรอยประเพณีรำเต็นต่าง ๆ ของผู้คนก่อนสมัยกรุงศรีอยุธยา ที่เรียกรวม ๆ กันว่า “สรรพยุทธ์” และ “สรรพศิลา” ซึ่งการละเล่นทั้ง 2 แบบนี้มีในราชพิธี “เผด็จศึกลดแจตร” ช่วงเดือน 5 ที่พระเจ้าแผ่นดินต้องออก “สนามใหญ่” อันเป็นพระราชพิธีสำคัญที่สุดของแคว้น หรือ อาณาจักร เนื่องจาก

<sup>1</sup> (<http://www.martialarm.com/information/martial-arts-definition.html> available at 26 october 2010)

เป็นพิธีกรรมเฉลิมการเก็บเกี่ยวพืชผลไร่ในปีที่ผ่านมา และขอสิ่งสิริมงคลให้ผืนแผ่นดินไร่หน้าที่จะต้องทำใหม่ในเดือนต่อ ๆ ไป อันจะส่งผลให้เกิดความมั่งคั่งและมั่นคงแก่บ้านเมือง และ”ทุกกระทรวงการทหารพ้อเรือนพลไพร่” หมายถึงทหาร พลเรือน และไพร่บ้านพลเมือง ต้องเข้าร่วมพิธีกรรมอันสำคัญนี้ทั้งหมด โดยกฎมณเฑียรบาลออกชื่อการละเล่นต่าง ๆ ในพิธีกรรมเป็น 2 ชุด โดย “ปล้ำมวย” ถูกประกอบไว้ในชุดแรก (สุจิตต์ วงเทศ, 2532:258) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าในสมัยโบราณมวยไทยเป็นลักษณะกึ่งพิธีกรรมและศิลปะการต่อสู้ เพราะหากว่างเว้นจากการสงครามสถาบันพระมหากษัตริย์ก็มักจะจัดให้มีการชกมวยเพื่อดูชม หรือจัดเข้าร่วมอยู่ในพิธีกรรมอันศักดิ์สิทธิ์เพื่อสร้างบารมีความน่าเกรงขามให้กับตน และในยามสงครามก็จะแปรผันไปเป็นศิลปะการต่อสู้เต็มรูปแบบ เมื่อยามที่จะต้องต่อสู้กับศัตรูด้วยมือเปล่า ซึ่งการต่อสู้ด้วยมือเปล่านี้ถือได้ว่าเป็นเทคนิควิธีที่ได้รับความนิยมในภูมิภาคนี้ ที่มักจะเน้นการใช้เรือนร่างเป็นอาวุธ มากกว่าการสรรหา คัดค้นอาวุธไว้ต่อสู้ภายในแถบยุโรป (กนกรัฐ สิงหพงษ์, สารคดี, พุศศจิกายน:58) ศิลปะการต่อสู้ชนิดนี้กษัตริย์สมัยก่อนยังใช้เป็นกาฝึกฝนฝีมือแสดงแสนยานุภาพของแต่ละพระองค์และยังเป็นเครื่องมือในการคัดเลือกไพร่ประชาชนเข้ารับราชการทหารในวังอีกด้วย

สมัยกรุงสุโขทัย ( พ.ศ.1781 – 1951) มวยไทยเป็นศิลปะการต่อสู้ชั้นสูงของสถาบันพระมหากษัตริย์ โดยถูกบรรจุไว้ในหลักสูตรการศึกษาของกษัตริย์ เพื่อฝึกให้เป็นนักรบที่มีความกล้าหาญ มีสมรรถภาพร่างกายดีเยี่ยม เป็นกษัตริย์ที่เก่งกล้าสามารถในการปกครองประเทศต่อไป ดังความปรากฏตามพงศาวดารว่า พ่อขุนศรีอินทราทิตย์กษัตริย์กรุงสุโขทัยพระองค์แรกทรงเห็นการณ์ไกลส่งเจ้าชายร่วงองค์ที่ 2 อายุ 13 พรรษา ไปฝึกมวยไทยที่ สำนักสมอคอน แขวงเมืองลพบุรี เพื่อฝึกให้เป็นกษัตริย์ที่เก่งกล้าในอนาคต และในปี พ.ศ. 1818 - 1860 พ่อขุนรามคำแหงได้เขียนตำหรับพิชัยสงคราม ข้อความบางตอนกล่าวถึงมวยไทยด้วย นอกจากนี้พระเจ้าลิไท เมื่อครั้งยังทรงพระเยาว์ทรงได้รับการศึกษาจากสำนักราชบัณฑิตในพระราชวังมีความรู้แตกฉานจนได้รับยกย่องว่าเป็นปราชญ์ ซึ่งสำนักราชบัณฑิตมิได้สอนวิชาการเพียงอย่างเดียว พระองค์ต้องฝึกภาคปฏิบัติควบคู่กันไปด้วย โดยเฉพาะการต่อสู้ป้องกันตัวด้วยมือเปล่าแบบมวยไทย และการใช้อาวุธ คือ ดาบ หอก มีด โล่หิธนู เป็นต้น

นอกจากเป็นศาสตร์การต่อสู้ชั้นสูงของกษัตริย์แล้ว มวยไทยในยุคนี้จะเน้นเพื่อใช้คัดเลือกทหาร หลักฐานจากศิลาจารึกกล่าวไว้ชัดเจนว่า กรุงสุโขทัยทำสงครามกับประเทศอื่นรอบด้าน จึงมีการฝึกทหารให้มีความรู้ความชำนาญในรบด้วยอาวุธ ดาบ หอก โล่ หิธ รวมไปถึงการใช้อวัยวะของร่างกายเข้าช่วยในการรบระยะประชิดตัวด้วย เช่น ถีบ เตะ เข่า ศอก เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการรบ หลังเสร็จสงครามแล้ว ชายหนุ่มในสมัยกรุงสุโขทัยมักจะฝึกมวยไทยกันทุกคนเพื่อเสริมลักษณะชายชาติตรี เพื่อศิลปะป้องกันตัว เพื่อเตรียมเข้ารับราชการทหารและถือเป็น

ประเพณีอันดีงาม ในสมัยนั้นจะฝึกมวยไทยตามสำนักที่มีชื่อเสียง เช่น สำนักสมอคอน แขวงเมืองลพบุรี นอกจากนี้ยังมีการฝึกมวยไทยตามลานวัดโดยพระภิกษุอีกด้วย วิธีฝึกหัดมวยไทยในสมัยกรุงสุโขทัย ครูมวยจะใช้กลอุบายให้ศิษย์ ตักน้ำ ต่ำข้าว ผ่าฟัน ว่ายน้ำ ห้อยโหนเถาววัลย์ เพื่อให้ร่างกายแข็งแรงและอดทนก่อนจึงเริ่มฝึกทักษะ โดยการผูกผ้าขาวม้าเป็นปมใหญ่ไว้กับกิ่งไม้ แล้วชกให้ถูกด้วยหมัด เท้า เข่า ศอก นอกจากนี้ยังมีการฝึกเตะกับต้นกล้วย ชกกับคู่ซ้อม ปล้ำกับคู่ซ้อมจบลงด้วยการว่ายน้ำเพื่อทำความสะอาดร่างกายและผ่อนคลายกล้ามเนื้อก่อนนอน ครูมวยจะอบรมศีลธรรมจรรยา ทบทวนทักษะมวยไทยท่าต่างๆ จากการฝึกในวันนั้นผนวกกับทักษะท่าต่างๆ ที่ฝึกก่อนหน้าแล้ว การที่ศิลปะการต่อสู้ชนิดนี้มีการผูกติดเข้ากับสถาบันหลักของสังคมอย่างสถาบันพระมหากษัตริย์และสถาบันศาสนา จึงทำให้มีความขลังและมีความศักดิ์สิทธิ์ จนมีการพัฒนาการประดิษฐ์ท่าไหว้ครู อันสะท้อนถึงการที่จะต้องสำนึกบุญคุณของครูมวยในสังคมระบบอุปถัมภ์ และยังมีเครื่องรางของขลังประดับอีกด้วย

ในสมัยกรุงศรีอยุธยา (พ.ศ.1988 – 2310) ซึ่งนับว่าเป็นช่วงเวลาที่มีการศึกษาสงครามกับอาณาจักรใกล้เคียงบ่อยครั้ง มวยไทยจึงถูกกำหนดลักษณะให้เป็นศิลปะป้องกันตัวด้วยมือเปล่า โดยมีครูผู้เชี่ยวชาญทางการต่อสู้เป็นผู้สอน การฝึกฝนยังคงมีแกนกลางหลักอยู่ในวง แต่ก็มีอยู่ตามชุมชนบ้าง เช่น สำนักดาบพุทธไสยวรรคเป็นสำนักดาบที่มีชื่อเสียงสมัยอยุธยา มีผู้นิยมไปเรียนมาก ซึ่งในการฝึกจะใช้อาวุธจำลอง คือดาบหวายเรียกว่า กระบี่กระบอง นอกจากนี้ยังต้องฝึกการต่อสู้ป้องกันตัวด้วยมือเปล่า เรียกว่า มวยไทย ควบคู่กันไปด้วย ในสมัยนี้วัดยังคงเป็นสถานที่ให้ความรู้ทั้งวิชาสามัญและวิชาปฏิบัติในเชิงอาวุธควบคู่กับมวยไทย ในช่วงสมัยสมเด็จพระนเรศวรมหาราช (พ.ศ.2133 - 2147) พระองค์ทรงเลือกคนหนุ่มรุ่นราวคราวเดียวกับพระองค์มาทรงฝึกหัดด้วยพระองค์เอง โดยฝึกให้มีความกล้าหาญ มีความเชื่อมั่นตนเอง ใช้อาวุธได้ทุกชนิดอย่างชำนาญ มีความสามารถในศิลปะการต่อสู้มวยไทยดีเยี่ยม และพระองค์ทรงตั้ง กองเสือป่าแมวมอง เป็นหน่วยรบแบบกองโจร ซึ่งทหารกองนี้เองมีบทบาทมากในการกอบกู้เอกราชจากพม่าในปี พ.ศ. 2127

สิ่งที่ตอกย้ำว่ามวยไทยในสมัยก่อนนั้น เป็นศิลปะการต่อสู้ชั้นสูงของสถาบันพระมหากษัตริย์สะท้อนได้ชัดจากสมัยสมเด็จพระเจ้าเสือ (พ.ศ.2240 - 2252) หรือขุนหลวงสุรศักดิ์ พระองค์ทรงโปรดการชกมวยไทยมาก ครั้งหนึ่งพระองค์ได้เสด็จไปที่ตำบลหาดกรวดพร้อมด้วยมหาดเล็กอีก 4 คน แต่งกายแบบชาวบ้านไปเที่ยวงานแล้วเข้าร่วมการเปรี๊ยะชก นายสนามรู้เพียงว่าพระองค์เป็นนักมวยจากเมืองกรุงจึงจัดให้ชกกับนักมวยฝีมือดีจากสำนักมวยเมืองวิเศษไชยชาญ ซึ่งได้แก่ นายกลาง หมัดตาย นายใหญ่ หมัดเล็ก และนายเล็ก หมัดหนัก ซึ่ง



พระองค์ชกชนะทั้งสามคนรวด นอกจากนี้พระองค์ทรงฝึกฝนให้เจ้าฟ้าเพชรและเจ้าฟ้าพร พระราชโอรสให้มีความสามารถในด้านมวยไทย กระบี่กระบองและมวยปล้ำ

นอกจากจะเป็นศิลปะการต่อสู้ขั้นสูงแล้ว ในช่วงต้นของกรุงศรีอยุธยา โดยเฉพาะเมื่อยามสงครามสงบลง ศิลปะการต่อสู้มวยไทย ได้มีการเริ่มเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงให้เป็นมหรสพหรือการละเล่นต่อหน้าพระที่นั่งของกษัตริย์มากขึ้น พระมหากษัตริย์หลายพระองค์ ทรงโปรดให้มีการมวยหลวงขึ้นโดยให้คัดเลือกเอาชายฉกรรจ์ที่มีฝีมือในการชกมวยไทยเข้าต่อสู้กันหน้าพระที่นั่ง แล้วคัดเลือกผู้มีฝีมือเลิศไว้เป็นทหารสนิท และทหารรักษาพระองค์ เรียกว่า "ทหารเลือก" สังกัดกรมมวยหลวง มีหน้าที่รักษาความปลอดภัย ภายในพระราชวังหรือตามเสด็จในงานต่างๆ ทั้งยังเป็นครูฝึกมวยไทยให้ทหารและพระราชโอรสอีกด้วย ในสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช (พ.ศ. 2147 - 2233) สถาปบ้านเมืองสงบร่มเย็น มีความเจริญรุ่งเรืองมาก พระองค์ทรงให้การส่งเสริมและสนับสนุนมวยไทยนั้นนิยมมากจนกลายเป็นการละเล่นแข่งขันที่นิยม<sup>2</sup> มีค่ายมวยเกิดขึ้นมากมาย มวยไทยสมัยนี้ชกกันบนลานดิน โดยใช้เชือกเส้นเดียวกันบริเวณเป็นสี่เหลี่ยมจัตุรัส นักมวยจะใช้ด้ายดิบชุบแป้งหรือน้ำมันดินจนแข็งพันมือ เรียกว่า คาดเชือก หรือ มวยคาดเชือก นิยมสวมมงคลไว้ที่ศีรษะ และผูกประเจียดไว้ที่ต้นแขนตลอดการแข่งขัน การเปรียบคู่ชกด้วยความสมัครใจทั้งสองฝ่าย ไม่คำนึงถึงขนาดร่างกายและอายุ กติกาการชกมีการกำหนดกันอย่างหลวม ๆ เท่านั้น คือ ชกจนกว่าฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดจะยอมแพ้ ซึ่งในงานเทศกาลต่างๆ ต้องมีการจัดแข่งขันมวยไทยด้วยเสมอ และเริ่มมีการพนันเข้ามาอย่างชัดเจนมากขึ้น เนื่องจากมีการพนันกันระหว่างนักมวยที่เก่งจากหมู่บ้านหนึ่งกับนักมวยที่เก่งจากอีกหมู่บ้านหนึ่ง

ในช่วงสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย หลังจากที่พ่ายแพ้แก่พม่าเป็นครั้งที่ 2 เมื่อ พ.ศ. 2310 ได้มีนักมวยที่มีชื่อเสียงและถูกยกย่องให้เป็นปรมาจารย์ระดับตำนานของมวยไทยนั้นคือนายขนมต้ม ซึ่งเป็นคนไทยที่ถูกกวาดต้อนไปครั้งกรุงศรีอยุธยาแตก ครั้งที่ 2 ในปี พ.ศ.2317 พระเจ้ากรุงอังวะ กษัตริย์พม่าโปรดให้จัดงานพิธีสมโภชมหาเจดีย์ใหญ่ ณ เมืองร่างกุ้ง ทรงตรัสให้หานักมวยไทยฝีมือดี มาเปรียบกับนักมวยพม่า แล้วให้ชกกันที่หน้าพระที่นั่ง ในวันที่ 17 มีนาคม พ.ศ. 2317 ซึ่งนายขนมต้มชกชนะนักมวยพม่าถึง 10 คน โดยไม่มีการพักเลย การชกชนะครั้งนี้เป็นการเผยแพร่ศิลปะมวยไทยในต่างแดนเป็นครั้งแรก ดังนั้นนายขนมต้มจึงเปรียบเสมือนบิดามวยไทยและวันที่ 17 มีนาคม ถือว่าเป็นวันมวยไทย

<sup>2</sup> ผู้วิจัยเห็นว่าในช่วงเวลานี้ แม้จะมีการเปิดค่ายมวย หรือการที่มวยไทยได้รับความนิยมนมาก แต่แก่นแกนก็ยังถือว่ายังเป็นศิลปะการต่อสู้และเป็นการแข่งขันเพื่อนำไปแสดงชมตามงานต่างๆทั้งในวังหรืองานในชุมชน ไม่น่าจะเรียกว่าเป็นกีฬาอย่างเต็มตัวในช่วงเวลาดังกล่าว

สมัยกรุงธนบุรีเริ่ม พ.ศ. 2310 - 2324 ระยะเวลา 14 ปี บ้านเมืองอยู่ระหว่างการฟื้นฟูประเทศ หลังจากการกู้เอกราชคืนมาได้ การฝึกมวยไทยสมัยนี้เพื่อการสงครามและการฝึกทหารอย่างแท้จริง และมีนักมวยฝีมือดีมากมาย เช่น นายเมฆบ้านท่าเสา นายเที่ยงบ้านแก่ง นายแห้วแขวงเมืองตาก นายนิลทุ่งยั้ง นายถึกศิษย์ครูนิล ส่วนนักมวยที่เป็นนายทหารเลวของพระเจ้าตากสิน ได้แก่ หลวงพรหมเสนา หลวงราชเสน่หา ขุนอภัยภักดี นายหมึก นายทองดี พันขาว หรือพระยาพิชัยดาบหัก การจัดชกมวยในสมัยกรุงธนบุรี นิยมจัดนักมวยต่างถิ่น หรือลูกศิษย์ต่างครูชกกัน กติกาการแข่งขันยังไม่ปรากฏชัดเจน ทราบเพียงแต่ว่าชกแบบไม่มีคะแนนจนกว่าอีกฝ่ายหนึ่งจะยอมแพ้ไป สังเวียนเป็นลานดิน ส่วนมากเป็นบริเวณวัด นักมวยยังชกแบบคาดเชือกสวมมงคล และผูกประเจียดที่ต้นแขนขณะทำการแข่งขัน

ในช่วงสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ มวยไทยในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น ตั้งแต่รัชกาลที่ 1 จนถึงรัชกาลที่ 4 กีฬามวยไทยยังเป็นศิลปะการป้องกันตัวของสังคมชนชั้นสูงเสียเป็นส่วนใหญ่ แม้ชาวบ้านจะนำไปชกแข่งขันกันในงานมหรสพสำคัญต่าง ๆ เพื่อดูและพนันขันต่อ แต่มวยไทยในช่วงเวลานี้ ก็ยังคงถูกถือว่าถูกกำหนดโดยโครงสร้างทางสังคมชนชั้นที่สถาบันพระมหากษัตริย์เข้ามาเกี่ยวข้องกับมวยไทยในวาระและรูปแบบต่าง ๆ มากกว่าที่จะถูกกำหนดหรือเปลี่ยนแปลงมาจากมวลชนในสมัยนั้น เช่น ในสมัยรัชกาลที่ 1 พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช (พ.ศ.2325 - 2352) พระองค์ทรงฝึกหัดมวยไทยมาตั้งแต่ยังทรงพระเยาว์ และทรงสนพระทัยในการเสด็จทอดพระเนตรการแข่งขันชกมวยไทยอยู่เสมอ ในปี พ.ศ.2331 พ่อค้าชาวฝรั่งเศสสองพี่น้องเดินทางไปค้าขายทั่วโลกด้วยเรือกำปั่น คนน้องเป็นนักมวยฝีมือดีเที่ยวพนันชกมวยมาหลายเมืองเดินทางมาถึงกรุงเทพมหานครจึงได้ล่ามกราบเรียนพระยาพระคลัง ขอชกมวยพนันกับคนไทยพระยาพระคลังได้นำความขึ้นกราบทูลรัชกาลที่ 1 พระองค์ทรงตรัสปรึกษากับกรมพระราชวังบวรพระอนุชา ซึ่งเป็นผู้มีฝีมือมวยไทย และคุมกรมมวยหลวงอยู่ในขณะนั้น รับผิดชอบพนันกันเป็นเงิน 50 ชั่ง ต่อสู้กับนักมวยฝรั่งเศสครั้งนี้ สังเวียนการแข่งขันจัดสร้างขึ้นที่สนามหลวงวัดพระแก้ว โดยใช้เชือกเส้นเดียวผูกกับเสา 4 ต้นสูงประมาณ 70 เซนติเมตร ซึ่งกั้นบริเวณเป็นสี่เหลี่ยมจัตุรัส กว้างประมาณด้านละ 20 เมตร ด้านหน้าปลูกพลับพลาที่ประทับ กติกาการแข่งขันไม่มีการให้คะแนน ชกกันจนกว่าจะแพ้ชนะกันโดยเด็ดขาด เมื่อใกล้เวลาชกทรงตรัสสั่งให้แต่งตัวหมิ่นผลาญ ด้วยการขโลมน้ำมันนํ้ายามตามร่างกาย ผูกประเจียดเครื่องรางที่ต้นแขนแล้วให้ช็อคคนมาส่งถึงสังเวียน เมื่อการแข่งขันเริ่มขึ้น ฝรั่งเศสได้เปรียบรูปร่าง เข้าประชิดตัวพยายามจะปล้ำเพื่อหักคอและไหลปล้ำรำ หมิ่นผลาญพยายามปิดป้อง ปิดเปิด สลับกับเตะถีบชิงต้อยแล้วถอยวนหนียิ่งชกนานฝรั่งเศสยิ่งเสียเปรียบเพราะทำอะไรไม่ได้ ฝรั่งเศสเห็นว่าถ้าชกต่อไปน้องชายคงเสียเปรียบแน่จึงตัดสินใจกระโดดเข้าไปขวางกั้นไม่ให้หมิ่นผลาญถอยหนี การกระทำ

เหมือนช่วยกัน จึงเกิดมวยหมู่ระหว่างพวกฝรั่งกับพวกนายเล็อก ฝรั่งบาดเจ็บหลายคน รัชกาลที่ 1 พระราชทานหมอยาหมอนวดไปรักษาพยาบาล เมื่อหายดีแล้วฝรั่งเศษสองพี่น้องก็ออกเรือกลับไป ในสมัยรัชกาลที่ 2 พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย (พ.ศ.2352 - 2367) เมื่อทรงพระเยาว์ พระองค์ทรงฝึกมวยไทยจากสำนักวัดบางหว้าใหญ่ (วัดระฆังโฆสิตาราม) จากสมเด็จพระวันรัต (ทองอยู่) ซึ่งเคยเป็นแม่ทัพเก่า ครั้นเมื่อพระชนม์มายุ 16 พรรษา ได้เสด็จมาประทับในพระราชวังเดิมและทรงฝึกมวยไทยจากนายเล็อกเพิ่มเติมอีก อีกทั้งทรงโปรดให้สร้างสนามมวยที่สนามหญ้าบริเวณวังหลัง และในสมัยรัชกาลที่ 4 พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (พ.ศ.2394 - 2411) ในขณะที่ทรงพระเยาว์ ทรงแต่งองค์อย่างกุมารชกมวยไทย และเล่นกระบี่กระบองโชว์ในงานสมโภชหน้าพระอุโบสถวัดพระศรีรัตนศาสดาราม ซึ่งในสมัยนี้ นับเป็นหัวเลี้ยวหัวต่อของอิทธิพลของชาติตะวันตกและระบบทุนนิยมที่จะทำให้ระบบเศรษฐกิจสยามเปิดประเทศในเชิงโครงสร้างมากขึ้นเรื่อย ๆ และเริ่มมีการกำหนดนโยบายจากชนชั้นสูงที่ให้สังคมมีการปรับตัวรับกับอารยธรรมตะวันตกในช่วงเวลานั้น

และในสมัยรัชกาลที่ 5 และรัชกาลที่ 6 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ถือได้ว่าเป็นยุคทองยุคหนึ่งของมวยไทย โดยสถาบันพระมหากษัตริย์เป็นกำลังหลักสำคัญในการกำหนดนโยบายฟื้นฟูศิลปปะการต่อสู้ชนิดนี้และทำให้มีลักษณะเป็นไปในทางมหรสพเพื่อความบันเทิงใจกันสำหรับประชาชนอย่างกว้างขวางมากขึ้น (Royal Command Fights) ซึ่งพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเอง พระองค์ก็ทรงฝึกมวยไทยจากสำนักมวยหลวง โดยมีปรมาจารย์หลวงพลโยธานุโยค ครูมวยหลวงเป็นผู้ถ่ายทอดการสอน ทำให้พระองค์โปรดกีฬามวยไทยมาก เสด็จทอดพระเนตรการชกมวยหน้าพระที่นั่ง ทรงโปรดให้ข้าหลวงหัวเมืองต่างๆ คัดนักมวยฝีมือดีมาชกกันหน้าพระที่นั่งเพื่อหานักมวยที่เก่งที่สุดเข้าเป็นทหารรักษาพระองค์ สังเกตกรมมวยหลวง ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าให้มี "มวยหลวง" ตามหัวเมืองต่างๆ เพื่อทำหน้าที่ฝึกสอนจัดการแข่งขัน และควบคุมการแข่งขันมวยไทย เมื่อมีงานพระราชพิธีต่างๆ เช่น งานโสกันต์ งานพระเมรุหรืองานรับแขกเมือง สำนักพระราชวังจะออกหมายเรียกให้มวยหลวงนำคณะนักมวยคณะปีกลองมาร่วมแสดงในงานด้วย ดังเช่นในงานศพของ กรมขุนมรุพงษ์ศิริพัฒน์ ซึ่งจัดขึ้นที่ท้องทุ่งพระเมรุ (สนามหลวง) ด้านป้อมเเด็จด้สดกร ในงานนี้พระองค์ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าให้มีการจัดแข่งขันมวยไทยหน้าพระที่นั่ง มีนักมวยฝีมือดีจากต่างจังหวัดหลายคนชกชนะคู่ต่อสู้ได้รับพระราชทานยศศักดิ์เป็นหมื่น และในปี พ.ศ.2430 รัชกาลที่ 5 ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าให้ตั้งกรมศึกษาธิการขึ้น ให้มวยไทยเป็นวิชาหนึ่งในหลักสูตรของโรงเรียนครูฝึกหัดพลศึกษา และโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า มวยไทยจึงกลายเป็นช่องทางสำคัญสำหรับสามัญชนที่ต้องการจะเลื่อนสถานะทางสังคมให้สูงขึ้นไปอยู่ในโครงสร้างสังคมชั้นสูง

ในสมัยรัชกาลที่ 6 พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว เป็นกษัตริย์อีกพระองค์ที่ทรงสนับสนุนศิลปะการต่อสู้มวยไทย เมื่อทรงพระกรุณาให้มีการจัดตั้งกองเสือป่าขึ้นแต่ยังขาดอุปกรณ์หลายอย่าง จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ พระยานนทเสนสุเรนทรภักดี จัดการชกมวยขึ้น เพื่อหารายได้ซื้ออาวุธปืน จึงได้มีการแข่งขันชกมวยไทยขึ้น ณ บริเวณโรงเรียนสวนกุหลาบ เชิงสะพานพุทธฝั่งพระนคร เมื่อปี พ.ศ. 2463 โดยมีพระยานนทเสนสุเรนทรภักดี นายพลเมื่อป่าเป็นนายสนาม มีการบันทึกเอาไว้ว่า เวทีตั้งอยู่กลางสนามหญ้าของโรงเรียน ด้านใกล้สะพานพุทธมีเชือกรอบเวที 2 เส้น มีเสาไม้ 4 ต้น พื้นเวทีเป็นสนามหญ้า ชกกัน 10 ยก 12 ยก และ 15 ยก ตามลำดับของคู่ชกสำคัญ การจับเวลา ใช้กะลาเจาะรูลอยไว้ในโอ่งน้ำที่เต็มโอ่ง เมื่อกะลาจมน้ำ ก็ใช้ไม้ตีเกาะ (กระบอกไม้ไผ่) บอกสัญญาณจบยก การนับเมื่อนักมวยล้มลงกับพื้น วิธีนับใช้คนถือไม้เรียว จรดปลายไม้เรียวลงที่พื้นดิน แล้วยกขึ้นให้ตรงศีรษะแล้วยกลงที่พื้นอีกครั้งหนึ่ง นับเป็น 1 และกระทำเช่นนี้ต่อไปจนครบ 10 เรียกว่าแพ้ (น็อคเอาท์) และจะหยุดนับ ก็ต่อเมื่อนักมวยมีสภาพพร้อมที่จะต่อสู้ได้ต่อไป (สมเกียรติ ยังขึ้นสวัสดิ์, 2537: 2-6) ซึ่งในระยะเริ่มแรกผู้ชมจะนั่งและยืนรอบสังเวียนซึ่งเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส กว้างประมาณด้านละ 26 เมตร ขีดเส้นกั้นบริเวณห้ามผู้ชมล้ำเขตสังเวียน นักมวยคาดเชือกที่มือด้วยด้ายดิบ สวมมงคล ผูกประเจียดไว้ที่ต้นแขน สวมกางเกงขาสั้น สวมกระชับบวมป้องกันอวัยวะที่สำคัญ และใช้ผ้าคาดทับรอบเอวอย่างแน่นหนาอีกครั้ง ไม่สวมเสื้อและรองเท้าว การกรรมการผู้ชี้ขาดแต่งกายด้วยชุดผ้าม่วงนุ่งโจงกระเบน สวมเสื้อราชประแตนและสวมถุงเท้าขาว ดังนั้น มวยไทยในช่วงเวลาที่มีความสงบสุขของบ้านเมือง ชนชั้นสูงก็ยังมึบบทบาทสำคัญที่แปรเปลี่ยนให้มวยไทยมีรูปแบบเป็นลักษณะของการแข่งขันเพื่อมหรสพ เล่นเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และที่สำคัญได้มีการเชื่อมโยงมวยไทยเข้ากับ ความภาคภูมิใจในความเป็นชาติไทย ซึ่งนอกจากมวยไทยแล้ว ยังถือได้ว่า รัชสมัยนี้ ก็พ่ายหลายประเภท โดยเฉพาะอิทธิพลวัฒนธรรมจากตะวันตก รวมไปถึง การกำเนิดของแหล่งพักผ่อนหย่อนใจของชนชั้นสูงก็เพิ่มขึ้นและได้รับความนิยมกว้างขวางในชนชั้นสูง เช่น ฟุตบอล เป็นต้น (ณัฐสุพงศ์ สุขใสต, 49 : 8-10) จากตัวอย่างดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่ามวยไทยได้เริ่มเข้าสู่ลักษณะพื้นฐานของการเปลี่ยนแปลงจากศิลปะการต่อสู้ (Martial Arts) มาเป็นกีฬา โดยที่ยึดถือเอาว่ากีฬา คือ กิจกรรมทางกายภาพที่มีกฎเกณฑ์ ข้อบังคับ กติกา หรือประเพณี บังคับอยู่แน่นอนระดับหนึ่ง และจะเป็นกิจกรรมที่ต้องมีการแข่งขันกัน<sup>3</sup> นั่นเอง

ลักษณะสำคัญของมวยไทยในฐานะเป็นคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมของไทยนั้นมีหลายประการอันเป็นเอกลักษณ์ เช่น การชกที่จะต้องใช้ทุกส่วนของร่างกาย และมีการตั้งชื่อท่าตามลักษณะการออกลีลาการชก มักแบ่งตามลักษณะการแก้ทางมวยและการจู่โจม หรือแบ่งตาม

<sup>3</sup> <http://www.answers.com/topic/sport> : available at 24 october 2010



ลักษณะการใช้หมัดเท้า เข่าศอก หรือแบ่งเป็นแม่ไม้ลูกไม้หรือแบ่งไม้ครูไม้เกร็ด ซึ่งไม้ครู คือ ซึ่งจะมียมวยแข็งที่เน้นการต่อสู้แบบรัดกุมในการจดท่ามวย เป็นมวยรอจังหวะเข้าทำเมื่อฝ่ายตรงข้ามรุกเข้ามาก่อนแล้วหาโอกาสในการเข้ารุก อีกประเภทจะเป็นนักมวยที่มีชั้นเชิงการต่อสู้จับไว รวดเร็ว ใช้กลวงในการชก เช่นจะทำท่าเตะแต่อกหมัดต่อย ส่งผลให้คู่ต่อสู้จับท่าทางมวยได้ยาก เรียกว่ามวยอ่อน ส่วนการแต่งกายของนักมวยไทยสมัยก่อนมักสวมกางเกงใหญ่ไม่มีขอบ ใช้ผ้าขาวม้าคาดเอวไว้กันหลุด และนักมวยอาจใช้ผ้าขาวม้าทับกันให้หนาคาดทับระหว่างขาเพื่อใช้แทนกระจับเวลาขึ้นชก พร้อมคาดเชือกที่หมัดทั้งสองข้าง ซึ่งเป็นที่มาของเอกลักษณ์มวยไทยที่เรียกกันว่า “มวยคาดเชือก” ซึ่งเชื่อกันว่าการคาดเชือกช่วยให้นิ้วมือไม่เคล็ดขัดยอก และทำให้หมัดแข็ง และมักนิยมให้ครูมวยเป็นผู้พันด้ายดิบให้กับนักมวยพร้อมบริกรรมคาถาเพื่อสร้างขวัญกำลังใจอีกทางหนึ่ง

นอกจากนี้ ศิลปะการต่อสู้มวยไทย ยังเน้นปลูกฝังความเชื่อให้นักมวยมีความกตัญญูรู้คุณครูมวย ซึ่งความสัมพันธ์ของครูมวยกับนักมวยในฐานะศิษย์จะเป็นไปในลักษณะของการสอนให้รู้วิชา และนักมวยก็ไม่จำเป็นต้องเข้ามานอนหรืออาศัยอยู่ในค่ายมวยเหมือนอย่างทุกวันนี้ และก่อน การแข่งขันจะมีพิธีการไหว้มวย และการสวมเครื่องรางของขลังเรียกรวมกันว่า “เครื่องคาด” ที่ช่วยส่งเสริมกำลังใจให้นักมวยเชื่อมั่นว่าตนเองจะชกชนะ ความเชื่อด้านการกตัญญูรู้คุณครูมวยกับความเชื่อด้านไสยศาสตร์จึงสะท้อนออกมาผ่านท่ารำและไหว้ครูที่ดูขลังและเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งของมวยไทย การไหว้ครูแต่ละสำนักและท้องถิ่นจะต่างกันไปตามแต่การคิดค้นเพื่อข่มขวัญคู่ต่อสู้ ท่าหลัก ๆ เช่นท่าพรหมสี่หน้า ท่าพนม (สำนักคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2540 : 105)

มวยไทยได้เข้าสู่การเปลี่ยนแปลงขนานใหญ่อีกครั้ง ซึ่งสอดคล้องไปกับบริบททางสังคมในช่วงสมัยทศวรรษ 2480 – 2490 ที่สังคมไทยมีการเปลี่ยนแปลงในเชิงการเมือง เศรษฐกิจและสังคมไปมาก โดยเฉพาะหลังจากการเปลี่ยนแปลงการปกครองจากระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์มาเป็นระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข โดยเฉพาะในช่วง พ.ศ. 2488 – 2493 ไทยและภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์สงครามเย็น ภายใต้อิทธิพลของสหรัฐอเมริกาที่ขึ้นมามีอำนาจในฐานะผู้ขับเคลื่อนระบบทุนนิยมที่สำคัญของโลก ระบบเศรษฐกิจไทยเองได้เริ่มแปรเปลี่ยนจากทุนนิยมโดยรัฐมาเป็นระบบที่เน้นการผลิตเพื่อการนำเข้าโดยมีทุนนิยมต่างชาติเริ่มเข้ามามีบทบาท โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา ซึ่งเมื่อบริบทสังคมเริ่มมีอุตสาหกรรมการผลิตตามระบบทุนนิยม แรงงานจึงขยายตัวเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะที่อพยพมาจากชนบทมายังเมืองหลวง หรือเมืองใหญ่ ๆ มวยไทยจึงเริ่มคลี่คลายตัวเอง จากการที่เคยถูกกำหนดรูปแบบลักษณะหรือนโยบายมาจากชนชั้นสูง



มาเป็นมวลชนที่เริ่มเข้ามามีบทบาทในวงการมวยไทยในฐานะที่เป็นกีฬาและการเข้ามาชมเพื่อพักผ่อนหย่อนใจและความบันเทิง หลังจากหยุดจากการใช้แรงงานในระบบการผลิตแบบทุนนิยมอุตสาหกรรม และนี่ก็อาจจะเป็นการเริ่มต้นของกลุ่มผู้ชมที่ย้ายฐานจากชนชั้นสูงที่เคยนิยมชมชอบในมวยไทยมาเป็นฐานกลุ่มผู้ใช้แรงงานชนชั้นล่าง ชนชั้นกลางระดับล่าง ชนชั้นกลางระดับกลางบางส่วน ที่กลายมาเป็นกลุ่มผู้ชมหลักของกีฬามวยไทย

นอกจากการเปลี่ยนแปลงในลักษณะและรูปแบบแล้ว การเปลี่ยนแปลงทางกายภาพที่สำคัญก็ได้เปลี่ยนไปค่อนข้างมาก โดยเฉพาะการได้รับอิทธิพลมาจากตะวันตก นอกจากระบบเศรษฐกิจไทยที่ถูกปรับเปลี่ยนเชิงโครงสร้างให้สอดคล้องกับระบบทุนนิยมตะวันตกแล้ว มวยไทยก็หนีไม่พ้นเช่นกัน มีการทำให้เป็นมาตรฐานเดียวกันกับตะวันตก (Standardization) เทคนิคและการฝึกซ้อมแบบใหม่ ๆ ได้ถูกนำเข้ามาเพื่อช่วยเปลี่ยนถ่ายให้มวยไทยกลายมาเป็นกีฬาสากลโดยยึดเอาเกณฑ์จากชาติตะวันตกเป็นแม่แบบ

ในช่วงรัฐบาลจอมพล ป. พิบูลสงคราม กรมพลศึกษา มีการประกาศเปลี่ยนกฎเกณฑ์ของมวยไทยหลายประการ (ด้วยอ้างว่า การแข่งขันแบบเดิมป่าเถื่อน มีความรุนแรงเช่นเดียวกับวัฒนธรรมอื่นๆ เช่นการเคียวหมาก หรือเล่นดนตรีไทยก็ถูกสั่งห้ามเช่นเดียวกัน) การแข่งขันมวยไทยจะต้องมีการสวมหมวกแทนการคาดเชือก มีการสวมกระชับ และสวมกางเกงรองเท้า และเริ่มนำเอาระบบแบ่งนักมวยที่แข่งขันตามประเภทน้ำหนัก อย่างตะวันตก ด้วยการแบ่งน้ำหนักออกเป็น 8 ประเภท ระบบดังกล่าวได้รับการพัฒนาด้วยความช่วยเหลือจากทหาร GI ชาวอเมริกัน ที่เข้ามาในช่วงของสงครามเย็น ปัจจุบันระบบประเภทน้ำหนักมีด้วยกัน 19 ประเภท จากmini fly weight ที่ 47.62 กิโลกรัม (100 ปอนด์) ไปจนถึง รุ่น super heavy weight ที่ 95 กิโลกรัม (209 ปอนด์) นอกจากนี้ ระบบการจับเวลา การให้คะแนน และกฎเกณฑ์ในการลงโทษก็เริ่มเข้าสู่กระบวนการทำให้สอดคล้องกับตะวันตกตาม Queensbury rule นั้นหมายความว่า tactics ต่างๆ แบบเดิมในศิลปะของการต่อสู้ของมวยไทยถูกสั่งห้าม ไม่ต่างไปจากวิธีการฝึกฝนฝึกซ้อมที่ถูกทำให้เปลี่ยนแปลงไปตามอิทธิพลของกีฬามวยอย่างตะวันตก ไม่ว่าจะเป็นการนำเอาเบาะซ้อมมาแทนต้นกล้วย การฝึกซ้อมที่สำนักมวยที่อาศัยความสัมพันธ์ครูและลูกศิษย์ลดน้อยลงไป เริ่มที่จะมีการสร้างค่ายมวยเพื่อผลิตนักมวยให้ออกมาตามเกณฑ์มาตรฐานของน้ำหนักที่กฎของมวยสากลได้วางเอาไว้ และความสนิทสนมสัมพันธ์ผันแปรเปลี่ยนไปเป็นการผลิตนักมวยเพื่อสนองความต้องการในการกำไรจากการชก ซึ่งจะเห็นได้ชัดหลังจากมีการกำเนิดเวทีสนามมวยราชดำเนินและเวทีสนามมวยลุมพินี ซึ่งก่อนจะมีสนามมวยถาวรทั้งสองแห่งดังกล่าวนี้ อาจกล่าวได้ว่าตั้งแต่ พ.ศ.2488 เป็นต้นมา เริ่มมีการกำเนิดสนามมวยที่ดำเนินธุรกิจจากพ่อค้าประชาชน รวมทั้งหน่วยงานราชการ ซึ่งจัดแข่งขันกันหลายแห่งสลับวันชกกันไปเรื่อย ๆ ในลักษณะ

เวทีมวยชั่วคราว มีการแข่งขันที่ไม่แน่นอน ส่วนใหญ่จะจัดแข่งขันในวันนักชกตฤกษ์ ทำให้ผู้ชมไม่ทราบกำหนดการแข่งขันที่แน่ชัดนัก สนามมวยชั่วคราวมีดังนี้ (ทฤษฎี สิทธิประเสริฐ, 2536 : 23-24)

1. เวทีมวยราชดำเนิน
2. เวทีสนามมวย ณ โรงภาพยนตร์พัฒนากร
3. เวทีมวยวงเวียนใหญ่
4. เวทีมวย ณ โรงภาพยนตร์ศรีเอยาวราช
5. เวทีมวย ณ โรงภาพยนตร์วงเวียน 22 กรกฎาคม
6. เวทีมวย ณ โรงภาพยนตร์ศรีอยุธยา
7. เวทีมวย ณ ลานสเก็ตบริเวณสวนลุมพินี
8. เวทีมวย ณ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
9. เวทีมวยในกรมสวัสดิการทหารบก
10. เวทีมวยของทหารเรือท่าราชวรดิษฐ์
11. เวทีมวยในกรมทหารช่างที่ 1 สวนอนันต์ บางกอกน้อย
12. เวทีหมู่บ้านเศรษฐิกิจ
13. เวทีมวย ส.ท.ร. ในกรมสวัสดิการทหารเรือ
14. เวทีมวยพระประแดง
15. เวทีมวยทหารอากาศสะพานใหม่
16. เวทีมวยสำโรงสมุทรปราการ
17. เวทีสนามมวยเจ้าพระยา อยู่สวนผัก และต่อมาได้ย้ายมาเปิดใหม่ใกล้สะพานคลองซีกพระ บางขุนนนท์

กระบวนการเปลี่ยนแปลงให้มวยไทยกลายเป็นกีฬาตามกฎเกณฑ์มาตรฐานสากล และเป็นไปในเชิงพาณิชย์มากขึ้น เกิดขึ้นเมื่อมีการเปิดสนามมวยราชดำเนิน เมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ.2488 ซึ่งในยุคแรกสนามมวยยังไม่มีหลังคา แต่มีผู้ชมให้ความสนใจมาเข้าชมกันอย่างล้นหลาม ซึ่งเมื่อความต้องการจากผู้ชมสนองตอบเช่นนี้ จึงมีการเปลี่ยนแปลงในด้านอุปทานของตัวผู้จัด และ เจ้าของค่ายที่มีการเปิดค่ายมวยเพื่อหานักมวยอาชีพกันมากขึ้น และตัวนักมวยเองที่หันมายึดเอามวยไทยเป็นอาชีพหลักด้วยดูทางด้านรายได้ที่เป็นตัวดึงดูดมากขึ้น จึงทำให้มีนักมวยจากพื้นที่ชนบท หรือจากชนชั้นล่าง ชนชั้นกลางล่าง เข้ามาเป็นนักมวยกันมากขึ้น เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของอาชีพ นอกเหนือจากการไปทำงานก่อสร้าง เกษตรกรรม หรืองานในโรงงานอุตสาหกรรม

ในปี พ.ศ. 2494 สนามมวยราชดำเนินได้ก่อสร้างหลังคาอย่างถาวรได้มาตรฐาน สามารถบรรจุผู้ชมได้มากขึ้นเพื่อสนองความต้องการของผู้ชมที่มากขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะปัจจัยด้านการพนักมวยที่ทำให้เป็นช่องทางเลือกของเซียนพนันนอกจากม้าและการพนันอื่น ๆ ในสมัยนั้น จากนั้นสนามมวยลุมพินีได้เปิดการแข่งขันในปี พ.ศ.2496

สิ่งสำคัญประการที่เกิดขึ้นในช่วงระหว่างปี 2488 – 2500 ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าเป็นช่วงรอยต่อที่สำคัญในระบบการจัดการมวยไทยประการหนึ่งก็คือ เมื่อการแข่งขันมวยในเวทีมวยมาตรฐานของทั้งสองสนามดำเนินไประยะหนึ่ง ได้ประสบกับภาวะขาดทุน หรือไม่เป็นไปตามเป้าหมายได้ของค่าตัวเข้าชมที่วางไว้ สาเหตุสำคัญส่วนหนึ่งมาจาก สมัยแรกเริ่มนี้ ยังไม่มีระบบโปรโมเตอร์ หากแต่มีเพียงเจ้าหน้าที่ประกบคู่มวย ที่มักจะเลือกเฉพาะมวยจากค่ายที่ตนเองมีความสัมพันธ์เชิงผลประโยชน์ร่วมกัน และบ่อยครั้งมักจะประกบคู่มวยแบบกลับแกลังนักมวยดังที่ไม่ได้อยู่ในความสัมพันธ์เชิงผลประโยชน์กับตนให้ต้องเจอกับคู่ต่อสู้ที่เหนือชั้นกว่า ส่งผลให้แฟนมวยเกิดการเบื่อและรู้ทางมวยจึงไม่ยอมเสียเงินซื้อตั๋วเข้ามาชม จนในที่สุดทางผู้บริหารเวทีมวยราชดำเนินตัดสินใจเริ่มต้นในการรื้อระบบการจัดการมวยทั้งหมด โดยให้ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประกบคู่มวยยุติบทบาทการทำงานที่ และนำระบบโปรโมเตอร์ตามแบบอย่างของการแข่งขันมวยสากลในต่างประเทศมาใช้ นั่นก็คือ การแต่งตั้งหรือจ้างบุคคลภายนอกที่เชี่ยวชาญในด้านการจัดการบริหารและประกบคู่มวยให้อยู่ในฐานะผู้เช่าสถานที่ ที่จะต้องรับผิดชอบในการประกบคู่มวย การหาโฆษณา การจ่ายเงินรางวัล บริหารผลกำไรขาดทุนในการจัดทั้งหมดให้ออกมามีประสิทธิภาพ หรือคุ้มทุนให้มากที่สุด ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา เวทีมวยลุมพินีและสนามมวยอื่น ๆ ก็ได้นำเอาระบบโปรโมเตอร์มาใช้จนกระทั่งถึงปัจจุบัน

ด้านการแข่งขันกันระหว่างสองสนามมวยมาตรฐาน ในช่วงแรก ๆ ทั้งสองสนามมีการแข่งขันกันสูง ทางสนามมวยลุมพินีจะจัดรายการชกชนกับทางสนามมวยราชดำเนิน และมีผู้ชมเข้ามาชมพอสมควร เนื่องจากเวทีสนามมวยลุมพินีสามารถจัดหาโปรโมเตอร์ระดับที่มีฝีมือทัดเทียมมาได้ ส่วนใหญ่จะเน้นการจัดมวยเพื่อหารายได้ให้กับกรมสวัสดิการกองทัพบก เมื่อการแข่งขันดำเนินไปได้ระยะหนึ่ง และคาดว่าอาจพลอยต่อไป จะทำให้เกิดการได้เปรียบเสียเปรียบกันมากขึ้น ทั้งสองสนามมวยจึงได้ตกลงกันแบ่งวันในการจัดมวย โดยทางเวทีราชดำเนินได้ติดต่อกับทางทหารเรือ ทหารอากาศ และกรมตำรวจ เพื่อจัดมวยเป็นสวัสดิการกรมตำรวจ วันจันทร์จัดมวยในนามสวัสดิการทหารอากาศ วันพุธจัดมวยในนามสวัสดิการทหารเรือ และวันพฤหัสบดีเป็นวันจัดมวยให้กับสนามมวยเวทีราชดำเนินเอง จะเห็นได้อย่างหนึ่งว่า ช่วงแรก ๆ นั้น จะมีการจัดเพื่อสวัสดิการของทหารและตำรวจ ซึ่งสะท้อนได้ถึงโครงสร้างอำนาจทางการเมือง ณ ขณะนั้น ที่ทหาร

และตำรวจมีอิทธิพลในเชิงโครงสร้างทางการเมืองในระบบอุปถัมภ์ ส่วนทางสนามมวยลุมพินีได้วันจัดมวย 3 วัน คือ วันอังคาร วันศุกร์ และวันเสาร์

อิทธิพลของโครงสร้างการเมือง รวมไปถึงกลไกราชการขณะนั้น เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ทำให้สนามมวยทั้งสอง ใช้สายสัมพันธ์โน้มน้าวให้กระทรวงสามารถออกกฎกระทรวง ปี พ.ศ. 2504 ซึ่งมีการกำหนดกรุงเทพฯมีสนามมวยได้ไม่เกิน 2 สนามเท่านั้น และสามารถเล่นการพนันได้ตามกฎกระทรวงที่ออกมาบังคับใช้ภายใต้พระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. 2503 และแม้หลังจากนี้จะมีการตั้งสนามมวยเพื่อแข่งขัน โดยเฉพาะแถบปริมณฑลหรือต่างจังหวัด ก็มักจะเป็นแบบเวทีมวยเชือคราว เพื่อการกุศล แต่ก็อาจกล่าวได้ว่ามีผู้ชมเข้าชมจำนวนพอสมควรแทบจะทุกครั้งที่เมื่อมีการจัดแข่งขันมวย

ในช่วงทศวรรษ 2510 เป็นต้นมา ถือได้ว่าเป็นช่วงที่มวยไทยได้รับความสนใจทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและสมาคมมวยไทยต่าง ๆ โปรโมตส่งเสริมมวยไทยในต่างประเทศอย่างจริงจัง มีทั้งการสร้างภาพยนตร์เรื่องสั้น สารคดีเกี่ยวกับมวยไทย รวมไปถึงมีการตั้งทีมงานเพื่อประชาสัมพันธ์มวยไทยในต่างประเทศเพื่อเชื่อมโยงกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย ในช่วงเวลานี้ บทบาทของกลุ่มทหารจีไออเมริกันประมาณ 48,000 นาย ที่ประจำการในไทยช่วงสงครามเย็นนั้น ถือว่ามีส่วนสำคัญในการช่วยให้มวยไทยเป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติมากขึ้น นอกจากนี้จะเป็นตัวกระตุ้นการใช้จ่ายภายในประเทศจากการท่องเที่ยวแล้ว ทหารอเมริกันยังนิยมชมชอบในการแข่งขันชกมวยไทย และมักจะสนใจถึงขั้นฝึกซ้อม เช่น Dale Kvalheim ซึ่งเป็นมวยไทยชาวอเมริกันที่โด่งดังและประสบความสำเร็จอย่างมาก จนกระทั่งได้มีส่วนสำคัญในการก่อตั้ง USA Kickboxing Association (Stockmann, 1979:13) ทหารอเมริกันจึงนับได้ว่าเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้มีชาวต่างชาติหันมาฝึกมวยไทยอย่างจริงจังและแพร่ขยายไปอย่างรวดเร็ว (Corrine, 1984:36) จนเป็นพื้นฐานให้มีการทำธุรกิจร่วมระหว่างบริษัททัวร์กับสนามมวยที่จะต้องนำนักท่องเที่ยวมาเข้าชมการชกมวยไทยและมีการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก เช่น กางเกงมวยไทย หรือการขอถ่ายรูปกับนักมวยที่ชนะการชก เป็นต้น

### 3.2 ประวัติความเป็นมาของมวยไทยในจอู้ (สถานีโทรทัศน์)

“โทรทัศน์” นับว่าเป็นสื่อที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการโน้มน้าวจิตใจและปรับทัศนคติของผู้ชมให้มีความโน้มเอียงไปในทางที่ผู้ผลิตสื่อต้องการ เนื่องจากโทรทัศน์เป็นสื่อที่ต้องใช้ทั้งประสาทสัมผัสทั้งหูและตา (Rieffer and Cochran, 1985)

การกำเนิดของโทรทัศน์ในไทย นับได้ว่ามีโครงสร้างอำนาจทางการเมืองและชนชั้นนำเข้ามาอิทธิพลเป็นสำคัญ จนในยุคแรก ๆ สื่อชนิดนี้ได้ถูกใช้ในการโฆษณาทางการเมืองและเป็นพื้นที่ต่อสู้แย่งชิงและปรับทัศนคติของมวลชนให้สนองต่อระบอบการเมืองของตน (อุบลรัตน์ศิริยุวศักดิ์, 2544) รัฐบาลไทยภายใต้การนำของจอมพล ป. พิบูลสงคราม ได้จัดตั้งสถานีโทรทัศน์ขึ้นมาครั้งแรกในประเทศไทย และเป็นสถานีโทรทัศน์แห่งแรกบนพื้นแผ่นดินใหญ่เอเชีย ใช้ชื่อว่า บริษัทไทยโทรทัศน์ โดยให้กรมประชาสัมพันธ์เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ดำเนินกิจการแบบเอกชนไม่ใช่รัฐวิสาหกิจ แต่ก็มีกรมประชาสัมพันธ์เข้าไปดูแลจัดการ เพื่อที่จะให้อำนาจรัฐยังคงสามารถควบคุมได้อยู่

ในปี 2498 สถานีโทรทัศน์ช่อง 4 บางขุนพรหม ได้กำเนิดขึ้น และระหว่างปีพ.ศ. 2499 – 2500 ทางช่อง 4 ได้พัฒนารายการโทรทัศน์ของทางสถานี ได้บรรจुरายการต่าง ๆ ที่ทางสถานีเป็นผู้ผลิตรายการเองเช่น รายการเพลง ลีเก โชน และมวยไทย

และหลังจากการประชุมคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 17 มิถุนายน 2502 ได้มีมติให้กรมประชาสัมพันธ์ขยายงานวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ไปตามภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ และในปี พ.ศ. 2503 กรมประชาสัมพันธ์ได้รับงบประมาณสำหรับจัดสร้างวิทยุโทรทัศน์ 3 แห่ง กระจายตามภูมิภาค ดังนี้ คือ

- สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 5 ศูนย์ประชาสัมพันธ์เขต 1 จังหวัดขอนแก่น เริ่มออกอากาศเมื่อ 25 กันยายน 2505
- สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 8 ศูนย์ประชาสัมพันธ์เขต 2 จังหวัดลำปาง ที่ทดลองแพร่ภาพเมื่อ 2 เมษายน พ.ศ.2505
- สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 9 ศูนย์ประชาสัมพันธ์เขต 3 อำเภอหาดใหญ่ ที่เริ่มออกอากาศเมื่อวันที่ 2 พฤษภาคม พ.ศ.2505

การขยายช่องทางจากเดิมที่มีลักษณะรวมเข้าศูนย์กลางออกไปสู่ภูมิภาค ที่กรมประชาสัมพันธ์สังเกตเห็นว่า คุณประโยชน์ของสื่อโทรทัศน์มีคุณประโยชน์สามารถใช้พัฒนาประเทศชาติได้ จุดประกายแนวคิดที่จะก่อตั้งสถานีโทรทัศน์แห่งที่สองขึ้น และเปิดดำเนินการภายหลังช่อง 4 บางขุนพรหมประมาณ 2 ปี ในนามของสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 กองทัพบก ซึ่งในระยะแรกของการก่อตั้งสถานีนั้นมีลักษณะไม่แตกต่างจากช่วงแรกของการกำเนิดช่อง 4 บางขุนพรหม นั่นคือ มีการออกอากาศในปีแรกที่ไม่นานอน โดยแพร่ภาพเพียงสัปดาห์ละ 3 วัน ๆ ละประมาณ 1-2 ชั่วโมง เท่านั้น อย่างไรก็ตาม ช่วงที่สองของวงการสื่อโทรทัศน์ได้เกิดขึ้นในนามของโทรทัศน์ที่มีกองทัพบกอยู่เบื้องหลังเหมือนกับช่อง 5 นั่นคือ “ช่อง 7 ขาวดำ”



ช่อง 7 ขาวดำ มีต้นกำเนิดจากในปี พ.ศ. 2510 สถานีโทรทัศน์แห่งแรกที่ถูกเรียกขานกันต่อมาว่าเป็นสถานีโทรทัศน์สีแห่งแรกของประเทศไทย คือ ช่อง 7 สี ในเวลาต่อมา ซึ่งจุดกำเนิดแรกเริ่มของช่อง 7 มาจากสถานีโทรทัศน์ ช่อง 5 กองทัพบก เนื่องจากในช่วงแรกความสัมพันธ์ในด้านการผลิตและการถ่ายทอดสดต้องพึ่งพิงและใช้อุปกรณ์ของสถานีโทรทัศน์ ช่อง 5

หลังจากที่ช่อง 7 สี ถือกำเนิดขึ้นมา ประเทศไทยมีการกระจายตัวของสถานีโทรทัศน์ที่เกิดขึ้นใหม่เป็นลำดับ ตั้งแต่ ช่อง 3 เมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน พ.ศ. 2510 หลังจากช่อง 7 สี ออกอากาศได้ 4 วัน ทางคณะกรรมการบริษัทไทยโทรทัศน์ จำกัด (ช่อง 4 บางขุนพรหม) ได้รับมติให้เอกชนร่วมลงทุน โดยต่อมาเมื่อพิจารณาข้อเสนอทุกแง่มุมแล้ว ทางคณะกรรมการได้มีมติรับข้อเสนอของบริษัท บางกอกเอนเตอร์เทนเมนท์ จำกัด ซึ่งมีการออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 26 มีนาคม พ.ศ.2513

ส่วนช่อง 9 ซึ่งแท้จริงแล้วก็กำเนิดขึ้นมาจากการโอนย้ายมาจากช่อง 4 บางขุนพรหมเดิม โดยมีเหตุผลมาจากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินงานที่มีปัญหาประกอบกับเหตุผลทางเทคนิคที่ต้องมีการเว้นช่องว่างของสัญญาณเนื่องจากสัญญาณของช่อง 4 บางขุนพรหมนั้นมีความถี่ใกล้เคียงกับสถานีช่อง 3 ซึ่งมีค่าความถี่ที่ใกล้เคียงกันอาจมีผลต่อการรบกวนสัญญาณ ทางช่อง 4 บางขุนพรหม หลังจากดำเนินการรูปแบบใหม่ จึงจำเป็นต้องย้ายสัญญาณไปอยู่ที่ช่อง 9 การเกิดขึ้นของสถานีโทรทัศน์ อสมท. ช่อง 9 ก็คือสถานีโทรทัศน์ที่เปลี่ยนรูปมาจากสถานีโทรทัศน์ไทยทีวี ช่อง 4 เดิม เนื่องจากกิจการของบริษัทไทยโทรทัศน์จำกัด ทั้งด้านวิทยุ ททบ. และสถานีโทรทัศน์ ช่อง 4 มีพัฒนาการมาโดยตลอดทั้งรูปแบบรายการ คุณภาพรายการที่ดีขึ้น ชั่วโมงการออกอากาศและจำนวนโฆษณาที่มากขึ้น เนื่องจากในช่วงปี พ.ศ. 2508 – 2510 มีกำไรกับเงินที่รัฐบาลอนุมัติช่วยเหลือทุกปี บริษัท ฯ ก็นำส่วนนี้มาลงทุนเพื่อปรับปรุงเครื่องส่งและอุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ (ปนัดดา ธนสถิต และ เกริกเกียรติ พันธุ์พิพัฒน์, 2527 : 18)

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า ช่วงเวลาระหว่าง ปี พ.ศ. 2501 เป็นต้นมา ถือได้ว่าเป็นช่วงเวลาสำคัญของการวงการสื่อโทรทัศน์ไทยที่มีการปรับตัวมากมายนและมีช่องสถานีโทรทัศน์ที่หลากหลายมากขึ้น รูปแบบรายการที่สนองตอบต่อผู้ชมมีมากขึ้นตามลำดับ

ความเคลื่อนไหวของมวยไทยในสื่อโทรทัศน์ในยุคที่โทรทัศน์มีการปรับตัวนั้น มวยจตุภูมิเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงแตกต่างไปจากเมื่อช่วงปี พ.ศ. 2498 - 2500 ที่เป็นรูปแบบรายการถ่ายทอดจากสนามมวยราชดำเนินเป็นหลัก แต่การกำเนิดมวยตู้ในยุคนี้้นั้นก่กำเนิดมาจากกีฬาหรือศิลปะพื้นบ้านในเชิงมหรสพที่ยังไม่ได้มีการสร้างกฎ กติกาที่เป็นมาตรฐานแบบกีฬาอย่าง

ชัดเจน หากแต่ในยุคแห่งการปรับตัวของโทรทัศน์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2501 มวยจอต่อสู้ก็ได้มีการสร้างกฎเกณฑ์ตามกฎกติกาสากลมากขึ้น ความนิยมในมวยไทยแพร่หลายอย่างกว้างขวางมากขึ้น โดยเฉพาะในยุคการปรับตัวของสื่อโทรทัศน์ช่วงปี พ.ศ. 2501 – 2522 มวยไทยได้รับความนิยมจากชาวต่างชาติ เช่น ชาวจีน ญี่ปุ่น ในขณะที่วงการโทรทัศน์ไทยในช่วงเวลานั้น ยังไม่มีความสามารถถ่ายทอดผ่านดาวเทียม แต่ประเด็นที่เห็นได้ชัดเจนจนเริ่มมีการชกมวยชนิดที่เรียกว่า “มวยฟรีสไตล์” เป็นการต่อสู้ระหว่างประเภทของมวย เช่น มวยไทยชกกับมวยจีน มวยไทยชกกับคาราเต้ ส่งผลให้มวยไทยในยุคดังกล่าวเริ่มได้รับความนิยมจากชาวต่างชาติแล้ว การสร้างกฎกติกาจึงเริ่มเป็นมาตรฐานมากขึ้นเพื่อสร้างความปลอดภัยต่อนักมวย และสร้างความเป็นสากลและเป็นที่ยอมรับของผู้ชมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งช่วงนี้เอง ที่เริ่มมีการใช้การชั่งน้ำหนักโดยวัดส่วนสูงของนักมวย ระบบน้ำหนักเรียกกันว่าสโตน หลังจากวัดความหนาของร่างกาย วัดส่วนสูงของร่างกาย เรียกว่า “การเปรียบเทียบ” ต่อมาระยะหลังฟิลิปปินส์และญี่ปุ่นซึ่งมีชื่อเสียงด้านการชกมวยสากล มวยไทยก็รับเอากติกาเข้ามา โดยเปลี่ยนการชั่งจากสโตนมาเป็นปอนด์ กล่าวได้ว่า การกำหนดกติกาที่อิงกับมาตรฐานสากลเป็นหลักก็เพื่อสร้างความยุติธรรมระหว่างคู่แข่งชนทั้งสองฝ่าย ทั้งนี้ เนื่องจากพอถ่ายทอดผ่านรายการโทรทัศน์ และแข่งขันกันอยู่ประจำ การสร้างกติกาที่เป็นมาตรฐานที่ยอมรับจากทุกฝ่ายจึงเป็นวิธีหนึ่ง ในการพัฒนามวยไทยให้ได้รับการยอมรับ

การเพิ่มจำนวนของเวทีมวยจากเดิมที่มีสนามมวยมาตรฐานในกรุงเทพมหานคร 2 สนาม คือ สนามมวยราชดำเนินและสนามมวยลุมพินี ขณะที่ช่อง 7 เข้ามามีส่วนร่วมกับวงการมวยต่อสู้อย่างเต็มตัว โดยสร้างเวทีชั่วคราวเพื่อใช้ในการถ่ายทอดสดรายการมวยไทย 7 สี ที่สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 ตลาดหมอชิต โดยการนำของนายเทียมบุญ อินทรบุตร ที่ย้ายมาจากสนามมวยเวทีราชดำเนินนั่นเอง

รายการมวยจอต่อสู้ได้รับการจัดเข้าสู่ผังรายการอย่างจริงจัง สถานีโทรทัศน์ ช่อง 4 บางขุนพรหม มีการออกอากาศมวยดรัมตั้งแต่ยุคแรก สถานีโทรทัศน์ ช่อง 5 ที่ทำการถ่ายทอดมวยดรัมจากเวทีมวยราชดำเนิน ในวันอาทิตย์ ช่วงปี พ.ศ. 2507 และสถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 7 ที่ลงทุนตั้งสนามมวยชั่วคราวไว้ที่สถานีส่งสัญญาณที่ตั้งอยู่บริเวณตลาดหมอชิต ทั้งนี้ เนื่องจากรายการมวยดรัมในช่วงต้นของยุคดังกล่าวอยู่ภายใต้การผลิตของทางสถานีโทรทัศน์เอง ซึ่งถือได้ว่าเป็นช่วงเวลา que สถานีโทรทัศน์เริ่มเรียนรู้กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ โดยเฉพาะ สถานีโทรทัศน์ ช่อง 5 และช่อง 7 ที่ทั้งคู่ต่างมีสถานะคล้ายๆกัน ทั้งกรณีความเป็นเจ้าของ และการผลิตรายการในช่วงต้น

นอกจากการแข่งขันการชกมวยคู่จะมีการจัดที่สนามมวยเวทีราชดำเนิน และ ลุมพินีแล้ว ยังมีการจัดแข่งขันที่สนามมวย 7 สี สัปดาห์ละ 1 วัน คือวันอาทิตย์ เวลา 14.30 – 17.00 น. โดยเริ่มจัดการแข่งขันชกมวยในห้องส่งของสถานีมาตั้งแต่ ปี พ.ศ.2510 ซึ่งจุดประสงค์ ในครั้งแรกก็เพื่อเผยแพร่ศิลปะมวยไทยเป็นสำคัญ บทบาทของช่อง 7 สี ถือได้ว่า มีอิทธิพลสำคัญ อย่างยิ่งในการถ่ายทอดสดมวยจอตู้ เนื่องจากในขณะนั้น ยังไม่มีการถ่ายทอดสดมวยคู่มาจาก เวทีมวยอื่นนอกเหนือไปจากเวทีมวยมาตรฐานเลย ทั้งนี้ เนื่องมาจากความเป็นเจ้าของในการผลิต รายการมวยไทย 7 สี ที่มีบุคลากรและอุปกรณ์เครื่องมือที่พร้อม

จนถึงปี พ.ศ.2521 มวยไทยได้รับความนิยมทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดอย่าง สูงสุด สำหรับมวยไทยในกรุงเทพฯ มีการจัดการแข่งขันชกมวยทุกวัน โดยวันเสาร์และอาทิตย์ มี การแข่งขันชกมวย 2 รอบ คือ รอบบ่าย และรอบค่ำ มีการถ่ายทอดสดทางโทรทัศน์และวิทยุด้วย ทั้งนี้ สนามมวยที่ถือได้ว่าเป็นสนามมวยมาตรฐานของประเทศ มีการแข่งขัน 2 รอบ รอบเย็น 17.00 น. และรอบค่ำ เวลา 20.00 น. ส่วนทางสนามมวยลุมพินีจัดการแข่งขันชกมวย เวลา 18.00 น. วันเสาร์จัดให้มีการแข่งขัน 2 รอบ คือ รอบบ่าย เวลา 13.00 น. และรอบค่ำ สำหรับรอบบ่ายมีการถ่ายทอดสดทางโทรทัศน์ด้วย และจะถ่ายทอดเทปการแข่งขันชกมวยคู่เอก เวลา 22.00 น. (โพธิ์สวัสดิ์ แสงสว่าง, 2522 : 132)

### ตารางที่ 3.1 รายการมวยจอตู้ที่ออกอากาศสดในปี พ.ศ. 2506

สถานีโทรทัศน์	สถานที่	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ
ช่อง 4	เวทีมวยลุมพินี	วันเสาร์	17.45 น.
ช่อง 5	เวทีมวยราชดำเนิน	วันอาทิตย์	17.00 น.

ที่มา: “รายการโทรทัศน์” วันที่ 5-6 มกราคม 2506 จากหนังสือพิมพ์สยามนิกร หน้า 4.

### ตารางที่ 3.2 ตัวอย่างผังรายการมวยเดือนมีนาคม พ.ศ. 2519

สถานีโทรทัศน์	รายการ	วัน	เวลาออกอากาศ	สถานที่
ช่อง 5	ถ่ายทอดมวยราชดำเนิน	อาทิตย์	17.00 – 19.30 น.	เวทีราชดำเนิน
ช่อง 7	มวยไทย 7 สี	อาทิตย์	14.30 – 17.00 น.	เวที 7 สี
ช่อง 9	ถ่ายทอดมวยลุมพินี	เสาร์	14.30 – 17.30 น.	เวทีลุมพินี
ช่อง 9	มวยเอกรอบสัปดาห์	พฤหัสบดี	17.50 – 18.20 น.	รายการเทป

ที่มา : “ผังรายการมวยคู่” วันที่ 4 – 10 , มีนาคม 2519 จากหนังสือพิมพ์สยามรัฐ หน้า 13.

จากผังรายการในปี พ.ศ. 2519 แสดงให้เห็นว่า แม้สถานีโทรทัศน์จะเพิ่มขึ้น และมีการถ่ายทอดสดมวยจตุกันแพร์หลายกว่าเดิม แต่กลับไม่สามารถขยายตัวในแง่ของการสร้างสนามมวยเพื่อการแข่งขันและถ่ายทอดสดอย่างเป็นอิสระ โดยเฉพาะเมื่อมีข้อบังคับตามระเบียบกระทรวงมหาดไทยที่ออกไว้วันที่ 17 พฤศจิกายน 2502 ที่อนุญาตให้จัดตั้งสนามแข่งชกมวย มวยปล้ำ ได้เฉพาะจังหวัดนครไม่เกิน 2 สนาม จังหวัดธนบุรีและจังหวัดอื่น ๆ ไม่เกิน 1 สนาม การให้ตั้งสนามมวยมาตรฐานในกรุงเทพได้ไม่เกิน 2 สนาม สะท้อนว่า เป็นการจำกัดการที่สถานีโทรทัศน์จะได้เป็นเจ้าของในการลงมาผลิตรายการมวยจตุกันแพร์อีก ยังคงเป็นแต่เพียงการทำสัญญาถ่ายทอดสดจากสนามมวยมาตรฐานทั้งสองสนาม ยกเว้นก็เพียงแต่ช่อง 7 สี คือ รายการมวยไทย 7 สี ที่อ้างว่าจัดชกในรูปแบบของเกมส์โชว์ ซึ่งจัดตั้งไว้สำหรับผลิตรายการเท่านั้น ทางสถานีช่อง 7 จึงสามารถจัดรายการมวยได้โดยรายการเป็นการควบคุมของช่อง 7 เอง

ในช่วงยุคการปรับตัวของสื่อโทรทัศน์นี้เองที่ขนานไปกับพัฒนาการของวงการมวยไทย ที่ปรับเปลี่ยนจากระบบแมตช์เมกเกอร์มาสู่ระบบโปรโมเตอร์ ซึ่งเป็นการปรับตัวมวยไทยเข้าสู่สายพานการผลิตแต่การแก้ปัญหาโดยใช้ระบบโปรโมเตอร์กลับสร้างความแตกแยก กล่าวคือหลังจากมีการจัดรายการมวยจตุกันแพร์ (รายการมวยทหารถ่ายทอดทางช่อง 4 บางขุนพรหม) และมวยสนามจริง มวยไทยเริ่มประสบปัญหาเอง คือ เมื่อมีการชกมวยมากถึงสัปดาห์ละ 10 รายการ แล้วจะให้แฟนมวยสนใจไปชมทุกรายการมวยจึงยากขึ้น อีกทั้งโปรโมเตอร์เองก็ไม่สามารถหามวยดีมีคุณภาพมาเรียกความสนใจของผู้ชมได้ (สว่าง สว่างควัฒน์, 2540 : 34) อีกทั้งในช่วงปี พ.ศ. 2501 – 2522 ยังเกิดปัญหาการขาดแคลนนักมวยคุณภาพที่เกิดขึ้นจากระบบการสร้างนักมวยแบบใหม่ จึงมีแนวคิดใหม่ในการสร้างนักมวยดาวรุ่งเพื่อมาทดแทนนักมวยรายเก่าที่เริ่มร่วงลงการออกไปจากวงการ แต่ก็เกิดปัญหาคือการแย่งนักมวยระหว่างโปรโมเตอร์เวทีเดียวกันตามมา เพราะเมื่อโปรโมเตอร์ถูกฝ่ายบริหารกำชับให้จัดรายการใหญ่มากขึ้นเพื่อสู้กับกระแสการแข่งขันที่กำลังได้รับความนิยม ผลก็คือ จำเป็นต้องจัดมวยคู่เก่ามาชกแก้มือซ้ำๆ คู่ละสองสามรอบ (สว่าง สว่างควัฒน์, 2540 : 36) ประกอบกับการตัดสินใจที่เริ่มเปื้อนน้ำกับคู่แข่งที่เริ่มซ้ำ ซึ่งผลที่เกิดขึ้นจากเหตุการณ์นี้เอง ทำให้ผู้ชมมวยเริ่มเสื่อมศรัทธาในตัวนักมวย ซึ่งมีสาเหตุส่วนหนึ่งมาจากการจัดสรรปั้นนักมวยที่ไม่ทันกับรูปแบบสายพานการผลิตนักมวยเพื่อออกอากาศนั่นเอง

เมื่อระบบการสื่อสารได้พัฒนามากขึ้น หลังปี พ.ศ. 2522 เป็นต้นมา จึงเกิดระบบการถ่ายทอดผ่านดาวเทียม ที่เริ่มออกอากาศครั้งแรก เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2522 มีการขยายรัศมีการส่งโทรทัศน์ด้วยการส่งสัญญาณผ่านดาวเทียมของสถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 อสมท. ที่เคยเสนอต่อรัฐบาลธานินทร์ กรัยวิเชียร ว่า อสมท. ขอดำเนินการส่งโทรทัศน์ด้วยระบบดาวเทียม แต่รัฐบาลไม่อนุมัติเนื่องจากเห็นว่าไทยควยใช้ระบบไมโครเวฟไปก่อน จนกระทั่ง พ.ศ. 2522 บริษัท กรุงเทพ



โทรทัศน์และวิทยุ จำกัด ได้เสนอโครงการขยายสัญญาณโทรทัศน์จากส่วนกลางไปสู่ชนบท ซึ่งมี พลเอก เกรียงศักดิ์ ชมะนันทน์ เข้ามาเป็นนายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรีมีมติอนุมัติให้ สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 รับผิดชอบถ่ายทอดและแพร่ภาพดาวเทียมทั่วประเทศ (ปนัดดา ธนสถิต และเกริกเกียรติ พันธุ์พิพัฒน์, 2527 : 25) เมื่อระยะทางการสื่อสารสามารถส่งไปได้ไกลมากขึ้น ทำนองเดียวกันกับผู้ชมที่มีจำนวนมากขึ้น ย่อมมีโอกาสรับชมเพิ่มขึ้น รายการมวยจตุ๊กก็ได้รับความนิยมจากผู้ชมและมีเกือบทุกช่องในช่วงเวลานั้น ยกเว้นทางช่อง 3 อสมท. ที่ในช่วงเวลาดังกล่าวไม่ปรากฏรายการมวยตู้ในผังรายการแต่อย่างใด ขณะที่ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 ช่อง 7 ช่อง 9 มีรายการมวยจตุ๊กอยู่ในผังรายการ แต่โดยรวมแล้ว รายการเหล่านี้ไม่ได้ให้เอกชนจัดรายการเหมือนเช่นปัจจุบัน ทั้งนี้ รายการมวยจตุ๊ก ทางช่อง 7 นั้น เป็นรายการที่ทางสถานีเป็นผู้ผลิตเอง เนื่องจากทางสถานีมีสนามมวยในท้องถิ่นจึงได้เปรียบช่องอื่น ๆ อีกทั้งในช่วงปี 2524 ช่อง 7 ได้สิทธิในการจัดมวยที่เคยเป็นของช่อง 9 อสมท. มาจัดในวันเสาร์ แม้ช่วงแรกการจัดจะเป็นการร่วมจัดระหว่างลุมพินีกับช่อง 7 แต่ต่อมา ทางลุมพินีก็ยกสิทธิให้ช่อง 7 เป็นผู้จัดไปโดยปริยาย ซึ่งทางช่อง 7 ก็ใช้ลักษณะการจัดรายการเช่นเดียวกับรายการมวยไทย 7 สี โดยให้นายสมภพ ศรีสมวงศ์ ที่เป็นนายสนามมวยของเวทีมวยไทย 7 สี เป็นผู้ดูแลรายการ และโปรโมเตอร์ชั้นเกียรติเพชร เป็นผู้ดูแลเรื่องคู่ชกในรายการโดยใช้ชื่อว่า “ศึกดาวรุ่ง 7 สี” จัดแข่งขันที่เวทีมวยลุมพินี ในวันเสาร์ซึ่งไม่ทับซ้อนกับเวลารายการมวยไทย 7 สี ที่จัดแข่งขันที่เวทีมวย 7 สี ของห้องส่ง

ในปี พ.ศ. 2531 ถือเป็นปีที่มีการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญของวงการมวยตู้ เป็นการจัดระเบียบครั้งยิ่งใหญ่เกี่ยวกับรายการมวยตู้ เมื่อมติของทางคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (กบว.) ตั้งข้อกำหนดในการออกอากาศเพื่อเป็นการจัดระเบียบมวยตู้ให้มีจำนวนรายการและเวลาถ่ายทอดที่ไม่มากจนเกินไป เพราะในปี พ.ศ.2530 รายการมวยตู้มีจำนวนมากเกินไป จน กบว. หวั่นว่ารายการมวยตู้จะเป็นการมอมเมาผู้ชมรายการมวยตู้ เพราะการชมมวยตู้มักพ่วงมาด้วยการพนันขันต่ออยู่เป็นประจำ อีกทั้งจำนวนรายการและเวลาในการถ่ายทอดสดรายการในปี พ.ศ.2531 ที่มีจำนวนรายการหลากหลายรายการนั้นเชื่อต่อการพนันเป็นอย่างยิ่ง

เมื่อเทียบข้อกำหนดของ กบว. ที่มีข้อกำหนดให้ในแต่ละสถานีมีรายการที่ถ่ายทอดมวยคู่ได้ไม่เกินจำนวนสถานีละ 1 รายการ จากผังรายการในช่วงนั่นเอง สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 เป็นช่องที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดเนื่องจากมีรายการที่อยู่ในข่ายถึง 3 รายการ เมื่อจัดระเบียบไปแล้วจะต้องยุบรายการให้เหลือ 1 รายการเท่านั้น โดยสามารถแพร่ภาพตามระเบียบของ กบว. ได้ไม่เกินสัปดาห์ละ 1 วัน วันละไม่เกิน 2 ชั่วโมง ซึ่งมาตรการใหม่ในการควบคุมมวยจตุ๊กของ กบว. มีจุดประสงค์หลักคือหวังว่าจะมีการแข่งขันด้านคุณภาพของรายการมากขึ้น แม้จะมีปัญหาหนักใน



การต้องขึ้นค่าโฆษณา ขณะเดียวที่จะได้เป็นการขจัดพฤติกรรมอันไม่ถูกต้องของคนในวงการมวยตัวเอง เช่นการส่งสัญญาณหรือขายสัญญาณการเล่นได้เสียผ่านรายการมวยคู่ของบางสถานีที่กระทำกันอย่างโจ่งแจ้ง จนถึงขั้นมีการจัดที่นั่งไว้เฉพาะสำหรับนักส่งชก หรือคนส่งสัญญาณบอกอัตราได้เสียของมวยแต่ละคู่ให้กับคนดูทางบ้านเล่นเดิมพันกัน

มวยคู่ในยุคที่มีการจัดระเบียบสื่อนี้มีลักษณะการผลิตที่เป็นระบบระเบียบมีการจัดหน้าี่การทำงานกันไว้โดยเฉพาะระบบโปรแกรมที่ปรับเปลี่ยนมาเพื่อให้จัดการแข่งขันให้ตอบรับกับการผลิตเชิงอุตสาหกรรมสามารถทำงานได้เต็มที่ในยุคจัดระเบียบสื่อ การโฆษณาในรายการที่เพิ่มตามจำนวนการเข้าถึงของผู้ชมที่ครอบครองเครื่องรับโทรทัศน์ง่ายมากขึ้น แต่ก็เริ่มมีการควบคุมจากหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ในการกำกับสื่อโทรทัศน์ ผ่านการกำกับจากหน่วยงานที่คอยควบคุมการโฆษณาทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในเดือนกรกฎาคม 2521 กบว. มีบทบาทในการเริ่มบังคับอย่างเคร่งครัดสถานีโทรทัศน์ให้ปฏิบัติตามระเบียบที่แบ่งเวลาโฆษณาไว้อย่างเคร่งครัด คือไม่ให้โฆษณาเกินชั่วโมงละ 10 นาที แต่ไม่ปรากฏว่ามีการลงโทษสถานีใดในกรณีที่มีการโฆษณาเกินกำหนดเวลาดังกล่าว จนถึงวันที่ 18 ธันวาคม พ.ศ.2523 รัฐบาลจึงได้มีคำสั่งลงโทษสถานีวิทยุโทรทัศน์ช่อง 7 เพราะมีโฆษณาเกินกำหนดเวลาในรายการภาพยนตร์และละครหลายเรื่อง กบว. ได้เคยตักเตือนไปทางสถานีเป็นลายลักษณ์อักษรหลายครั้งแต่ไม่เป็นผล ในปี 2523 การมีมติลงโทษครั้งนี้ได้ทำให้สถานีโทรทัศน์ร่วมกันขอให้ กบว. กำหนดเกณฑ์ที่แน่นอนตายตัวว่า รายการใดจะใช้เวลาโฆษณาเท่าไร กบว. จึงได้ประชุมกันและมีมติดังนี้

รายการที่มีเวลาดำเนินรายการ 30 นาที ต้องมีเนื้อหาไม่ต่ำกว่า 21 นาที  
 รายการที่มีเวลาดำเนินรายการ 45 นาที ต้องมีเนื้อหาไม่ต่ำกว่า 32 นาที  
 รายการที่มีเวลาดำเนินรายการ 60 นาที ต้องมีเนื้อหาไม่ต่ำกว่า 42 นาที  
 รายการที่มีเวลาดำเนินรายการ 120 นาที ต้องมีเนื้อหาไม่ต่ำกว่า 84 นาที  
 ส่วนรายการต่ำกว่า 30 นาที ให้คิดเฉลี่ยจากรายการ 30 นาที

นอกจากนี้ ให้ถือว่าโฆษณาในช่วงคั่นรายการ เป็นการโฆษณาในรายการด้วย ทั้งนี้ แล้วแต่ว่าจะรวมไว้ในรายการที่อยู่ก่อน หรืออยู่หลังโฆษณานั้น และส่วนของรายการที่ กบว. พิจารณาตัดออก ไม่ถือว่าเป็นเนื้อหารายการที่สั้นลง และถือเป็นการยกประโยชน์ให้แก่เจ้าของรายการไป (ปนัดดา ธนสถิต และเกริกเกียรติ พันธุ์พิพัฒน์, 2527 : 53)

การควบคุมจำนวนโฆษณาส่งผลให้รายการมวยจ่อถูกจัดสรรตามข้อกำหนดที่ทาง กบว. ได้กำหนดขึ้น ทั้งนี้ สาเหตุน่าจะเกี่ยวข้องกับการเพิ่มจำนวนโฆษณาในรายการเป็นปริมาณมากขึ้น มาจากจำนวนรายการมวยคู่ในยุคปี พ.ศ. 2530 – 2531 ที่เพิ่มมากขึ้น สะท้อนให้

เห็นความนิยมของผู้ชมที่เพิ่มขึ้นตามจำนวนรายการ ถือได้ว่าช่วงดังกล่าวเป็นยุคทองของวงการมวยต่อสู้ ทั้งผู้ผลิต โปรโมเตอร์ นักมวย และผู้ชม จนกระทั่งช่วงสิงหาคม 2530 เริ่มมีความเป็นกังวลต่อความนิยมรายการมวยต่อสู้ที่มักจะมีการพนันร่วมอยู่ด้วย ซึ่งนำมาสู่การจัดระเบียบมวยต่อสู้ในที่สุด ซึ่งกรณีมวยต่อสู้ใน ทาง กบว. มีมติว่า ใน 1 ชั่วโมงให้มีการโฆษณาได้ไม่เกิน 14 นาที ในระหว่างยกให้มีการโฆษณาได้ 1 นาที ลดลงจากเดิม 1 นาที ดังนั้น เมื่อรวมแล้ว ผู้ชมจะได้ชมรายการมวยต่อสู้ 5 วัน ๆ ละ 2 ชั่วโมง ได้โฆษณารวันละ 28 นาที ถ้าไม่คิดเรื่องช่วงเวลา ๆ ที่แพงที่สุดจะตกนาทีละ 40,000 บาท รวมค่าโฆษณาจะได้ประมาณ 1 ล้านบาทเศษ (ฐาตุร บุนปาน, 2531 : 27) มวยต่อสู้ จึงกลายมาเป็นแหล่งแสวงหากำไรจากการโฆษณามวยต่อสู้

อย่างไรก็ตาม ในช่วงปี พ.ศ. 2533 ถือเป็นช่วงที่วงการมวยต่อสู้เกิดความซบเซา เนื่องจากหลังจากการประกาศบังคับใช้ระเบียบการควบคุมของ กบว. เป็นเวลา 2 ปี พบว่า จำนวนรายการมวยต่อสู้ที่มีออกในช่วงเวลาดังกล่าวยังมีจำนวนน้อยอยู่ ทั้งนี้สาเหตุหลัก ๆ ก็เนื่องมาจากผู้จัดส่วนใหญ่ยังไม่กล้าที่จะกลับมาจัดรายการ บางส่วนอาจจะยังไม่เข้าใจข้อกำหนดของทาง กบว. ชัดเจนนัก อย่างไรก็ตาม เวลาการออกอากาศรายการมวยต่อสู้ในช่วงปี พ.ศ. 2533 ยังคงมีช่วงเวลาออกอากาศในช่วงวันเสาร์และอาทิตย์เป็นหลักไม่แตกต่างจากยุคการปรับตัวของมวยต่อสู้ช่วง พ.ศ. 2501 – 2522 เท่าไหร่ และแม้จะทำการยกเลิกระเบียบดังกล่าวแล้วในช่วงปี 2535 แต่ก็สามารถกล่าวได้ว่า ทางผู้จัดรวมไปถึงทางช่องเอง ยังไม่สามารถที่จะหาช่วงเวลาในการออกอากาศที่จะรับประกันถึงความนิยมได้เหมือนก่อน การเพิ่มรายการมวยไทยจึงยังไม่มีแนวโน้มที่จะขยายตัวไปมากกว่าที่เป็นอยู่ ทั้งนี้เนื่องจาก รายการกีฬาประเภทอื่น ๆ เช่น ฟุตบอล เทนนิส ก็เริ่มได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งการขาดบุคคลกาที่มีความสามารถเพียงพอในการมาเช่าเวลาเพื่อผลิตให้กับทางช่อง เพราะส่วนใหญ่ตั้งที่กล่าวไปแล้วว่าจะเช่าเวลาผลิตให้กับช่องมีเพียงช่อง 7 ช่องเดียวที่ผลิตเองในทุกกระบวนการ

### ตารางที่ 3.3 เวลาออกอากาศรายการมวยช่วงปี พ.ศ. 2533

ช่อง	รายการ	วัน	เวลา	เวทีมวย
5	มวยมันวันอาทิตย์	อาทิตย์	12.05-13.25 น.	ราชดำเนิน
7	มวยดาวรุ่ง 7 สี	เสาร์	23.05-24.00 น.	ลุมพินี
7	มวยไทย 7 สี	อาทิตย์	13.45 – 15.10 น.	เวทีมวย 7 สี

ที่มา : อติศร บุญญปธานนท์. 2553. "มวยต่อสู้" : พัฒนาการจากสังเวียนมวยไทยสู่รายการมวยทางโทรทัศน์ (พ.ศ. 2498-2552). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. หน้า 198-199.

ต่อมา ในช่วงยุคที่อุตสาหกรรมโทรทัศน์พัฒนาถึงขีดสุดช่วงหลังปี2538 เป็นต้นมา จะเห็นได้ว่ามีรายการประเภทมวยจอคู่เพิ่มขึ้นเกือบทุกช่อง และเน้นการถ่ายทอดกันวันเสาร์ อาทิตย์

#### ตารางที่ 3.4 เวลาออกอากาศรายการมวยช่วงปี พ.ศ. 2548

ช่อง	รายการ	วัน	เวลา	เวทีมวย
3	ศึกจ้าวมวยไทย	เสาร์	12.05-13.25 น.	อ้อมน้อย
5	มวยไทยนายขนมต้ม	เสาร์	23.05-24.00 น.	ลุมพินี
7	มวยไทย 7 สี	อาทิตย์	13.45-15.10 น.	เวทีมวย 7 สี
9	ศึกอัศวินดำ	อาทิตย์	13.00-14.30 น.	อิมพีเรียลลาดพร้าว
11	ศึกวันทรงชัย	อาทิตย์	14.00-15.00 น.	ไม่แน่นอน

ที่มา : อติศร บุญญปุราณนท์.2553. "มวยคู่" : พัฒนาการจากสังเวียนมวยไทยสู่รายการมวยทาง โทรทัศน์ (พ.ศ. 2498-2552).วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และ สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.หน้า 198-199.

ปี พ.ศ. 2539 กรมประชาสัมพันธ์ ออกประกาศ เรื่อง “กำหนดหลักเกณฑ์ และ ระยะเวลาสำหรับการโฆษณาและบริการธุรกิจทางสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์” กำหนดให้สถานีวิทยุโทรทัศน์ทำการโฆษณาและบริการธุรกิจได้ไม่เกินชั่วโมงละ 12 นาที 30 วินาที แต่เมื่อรวมเวลาโฆษณาและบริการวิทยุตลอดทั้งวัน เฉลี่ยแล้วต้องไม่เกินชั่วโมงละ 12 นาที โดยให้ สามารถแนะนำรายการของทางสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ โดยไม่นับรวมเป็นเวลา โฆษณาได้ชั่วโมงละ 1 นาที 30 วินาที (แสดงว่าโทรทัศน์ที่ออกอากาศ 24 ชั่วโมง มีโฆษณาได้ 12 นาทีx24ชั่วโมง = 288 นาที) ซึ่งนับว่าเป็นการผ่อนคลายนโยบายให้มีเวลาเพิ่มขึ้น เป็นเฉลี่ยทั้งวันไม่เกิน 12 นาที/ชั่วโมง

กฎหมายควบคุมปริมาณการโฆษณาปัจจุบัน ยึดตามพระราชบัญญัติการประกอบ กิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 กำหนดให้กิจการกระจายเสียงและกิจการ โทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่และดำเนินกิจการธุรกิจ มาตรา 23 ระบุว่า “...กำหนดการโฆษณาและ การบริการธุรกิจได้ไม่เกินชั่วโมงละ 12 นาทีครึ่ง โดยเมื่อรวมเวลาโฆษณาตลอดทั้งวันเฉลี่ยแล้ว ต้องไม่เกินชั่วโมงละ 10 นาที” นั้นหมายความว่าหากสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี ออกอากาศ 24 ชั่วโมง ต่อวัน ก็จะมีโฆษณาได้ 240 นาที หรือ 4 ชั่วโมง (มาจาก 10นาทีx24ชั่วโมง = 240 นาที) จึงมีผล ให้การโฆษณารายการมวยจอคู่ใช้ข้อบังคับตามระเบียบดังกล่าวนี้เช่นกัน

และแม้จะเกิดช่วงวิกฤตเศรษฐกิจตกต่ำตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา ส่งผลให้หลายภาคส่วนธุรกิจประสบปัญหา ไม่เว้นแม้แต่ธุรกิจโทรทัศน์ ที่ได้รับผลกระทบอย่างมาก ธุรกิจโฆษณาถอนตัวไปค่อนข้างเยอะ แต่ตรงกันข้าม ธุรกิจการโฆษณาในรายการมวยจตุ๊กตาก็ไม่ได้รับผลกระทบเท่าใดนัก เนื่องจากความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ ได้มีการจัดวางไว้ อย่างลงตัว ประกอบมวยจตุ๊กตาก็เป็นวงการที่ค่อนข้างมีความผูกขาดจากผู้ผลิตและผู้ชมที่เกี่ยวข้องกับการผลิต เมื่อเกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจความสัมพันธ์ที่แนบแน่นนี้จึงไม่เปลี่ยนแปลงในเชิงความสัมพันธ์เท่าใด อีกทั้งทุนที่ได้รับจากผู้สนับสนุนรายการก็มักเป็นสินค้าเฉพาะกลุ่มอยู่แล้ว ซึ่งเน้นขายเฉพาะผู้ชมเฉพาะกลุ่มคู่มวยเป็นหลัก

ในส่วนของกาถ่ายทอดทางสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ที่สำคัญมีดังนี้ (ส่วนของช่อง 7 จะกล่าวในรายละเอียดในบทต่อไป) ส่วนของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อสมท. นั้น ปัจจุบันมีรายการ "ศึกจ้าวมวยไทย" ซึ่งถ่ายทอดสดทุกวันเสาร์ เวลา 12.15 น. จาก เวทีมวยสยาม (อ้อมน้อย) ตำบลอ้อมน้อย อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร มีการริเริ่มโดยนายมานพ หอประเสริฐกิจ ได้ร่วมกับผู้บริหารชุดใหม่อันประกอบด้วยกลุ่มนายมานพ หอประเสริฐกิจ, กลุ่มนายเถลิง อยู่บำรุงและกลุ่มผจญ อุบลปาทร รวมทุนจัดตั้งบริษัทใหม่ในนาม บริษัท บอสส์ บ็อกซิ่ง 2000 จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจ " การแข่งขันมวยไทย " ณ เวทีมวยสยาม(อ้อมน้อย) ถ่ายทอดสดผ่านสถานีโทรทัศน์ โดยมีวัตถุประสงค์จัดทำเป็นรายการทางโทรทัศน์ พร้อมทั้งได้ปรับกลยุทธ์เวลาถ่ายทอดสดจากเวลากลางคืนมาเป็นเวลากลางวัน ช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ด้วยความสัมพันธ์อันดีของกลุ่มอยู่บำรุงที่มีสายสัมพันธ์ที่แนบแน่นกับสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อสมท. อยู่เป็นทุนเดิม จึงได้รับอนุญาตให้ดำเนินรายการแข่งขันมวยไทย เมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม 2536 ถ่ายทอดสดแพร่ภาพทางสถานีโทรทัศน์ช่อง3 อสมท. โดยใช้เวทีมวยสยาม (อ้อมน้อย) เป็นเวทีแข่งขันเปลี่ยนชื่อรายการเป็น " ศึกจ้าวมวยไทย " โดยมีนายมานพ หอประเสริฐกิจ เป็น นายสนามนายเถลิง อยู่บำรุง เป็นกรรมการผู้จัดการและนายผจญ อุบลปาทร เป็นประธานที่ปรึกษา

ปัจจุบันรายการ " ศึกจ้าวมวยไทย " โดยบริษัท บอสส์ บ็อกซิ่ง 2000 จำกัด สามารถสร้างความนิยมติดอันดับ "มวยตู้" ในระดับแนวหน้า โดยมีจุดเด่น คือ มีสนามมวยไม่ไกลจากกรุงเทพฯ และที่สำคัญ มีโปรโมเตอร์ระดับมืออาชีพ จำนวน 4 คน ร่วมจัดรายการแต่ละสัปดาห์ คู่มวยอยู่ในระดับมวยคู่เอก คู่รองของเวทีมาตรฐาน และมีการแข่งขันมวยรอบที่มีเงินรางวัลสูงสุดคือ ศึกมวยรอบอี่ซุซุ ซึ่งแข่งขันมาแล้วถึง 19 ครั้ง และมีกรรมการผู้ตัดสินยุติธรรม เสียมนมวยให้ความเชื่อถือ อย่างไรก็ตาม คณะผู้บริหารยังคงชุดเดิมเปลี่ยนเพียงนายสนามคนใหม่คือ นายธีระยุทธ หอประเสริฐกิจ มาแทน นายมานพ หอประเสริฐกิจ ซึ่งเสียชีวิต

ด้านช่อง 9 อสมท. การคิดริเริ่มในการจัดรายการถ่ายทอดสดมวยไทยของช่อง 9 อสมท. นั้น เริ่มมาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2527 ได้มีกลุ่มบุคคลที่อยู่ในวงการตลาด วงการโฆษณาและวงการโทรทัศน์ ประกอบด้วย นายมานพ หอประเสริฐกิจ นายดำรง พุฒตาล และ นายไพบูลย์ แก่นนาคำ เห็นว่าการแข่งขันมวยไทย ถ่ายทอดสดผ่านสถานีโทรทัศน์ยังมีโอกาสที่จะเจริญเติบโต และสร้างเรตติ้งให้กับทางสถานีโทรทัศน์ได้เป็นอย่างดี จึงได้นำแนวทางเกี่ยวกับเรื่องเวลาถ่ายทอดสด มาเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจดำเนินธุรกิจ กล่าวคือ ในช่วงไพร์ไทม์ สถานีโทรทัศน์หลักมักจะนำละครมาแพร่ภาพ ซึ่งแต่ละเรื่องสร้างเรตติ้งผู้ชมและมีรายได้จากการโฆษณาจำนวนมาก สถานีโทรทัศน์ช่องที่มีผู้ชมนิยมน้อยต่างพยายามแข่งขัน แต่ก็สู้กับสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 สีและช่อง 3 อสมท. ไม่ได้เป็นจุดด้อยของสถานีโทรทัศน์เหล่านั้น จากปัจจัยเรื่องเวลาและสถานีโทรทัศน์ ช่องที่ไม่เข้มแข็งจึงเป็นโอกาสให้คณะผู้ประกอบการ ได้นำเสนอ รายการแข่งขันมวยไทย ถ่ายทอดสดทางสถานีโทรทัศน์ในช่วงไพร์ไทม์ ชื่อ รายการ "ศึกยอดมวยดัง" ซึ่งก็ได้รับการตอบสนองจากทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 อสมท. บรรจุเข้าในผังรายการกำหนดถ่ายทอดสดทุกวันเสาร์ช่วงระหว่างเวลา 21.30 - 24.00 น. แต่ต่อมาจากการที่ผลของการสำรวจกลุ่มผู้ชมทางโทรทัศน์ ทำให้สถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ทราบว่า กลุ่มผู้ชมหลักในรายการถ่ายทอดมวย มักจะชมรายการในช่วงตั้งแต่เวลาเที่ยงไปจนถึงช่วงบ่ายหรือเย็น สถานีโทรทัศน์ช่อง ต่าง ๆ จึงได้มีการปรับผังรายการให้มาอยู่ในช่วงเที่ยงหรือเย็น ส่วนช่วงค่ำมักจะเป็นเทปบันทึกภาพเสียเป็นส่วนใหญ่ ประกอบกับไม่ได้รับความนิยมจากผู้ชมเทียบเท่าอีกสองรายการของช่อง 7 และ ช่อง 3 จนปัจจุบันได้มีรายการ "ศึกอัศวินดำ" ที่ดำเนินการจัดในเวทีสนามมวยชั่วคราวอัศวินดำรามอินทรา เวลา 12.30 น. ทุกวันอาทิตย์

ปัจจุบันนอกจากจะมีการถ่ายทอดสดรายการแข่งขันชกมวยไทยทางช่อง 7 ช่อง 3 และช่อง 9 แล้ว จะพบว่าสถานีโทรทัศน์ทุกช่องทั้งระบบฟรีทีวี และแม้กระทั่งระบบเคเบิลบอกรับสมาชิก หรือเคเบิลท้องถิ่น ก็มีรายการชกมวยไทย ที่โดยส่วนใหญ่จะเป็นในลักษณะให้เข้าช่วงเวลาออกอากาศ และมีรายได้จากสปอนเซอร์ที่สนับสนุนรายการและค่าเช่าช่วงเวลา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 3.5 เวลาออกอากาศรายการมวยช่วงปี พ.ศ. 2553

วัน	เวทีย	ชื่อรายการ	เวลา	ถ่ายทอดสด
พุธ	ตามโปรแกรมเตอร์ที่จัด	วันทรงชัย NBT*	15.00 น.	ช่อง11(NBT)
พฤหัสบดี	ตามโปรแกรมเตอร์ที่จัด	วันทรงชัย NBT*	15.00 น.	ช่อง11(NBT)
เสาร์	สยามอ้อมน้อย	ศึกจำมวยไทย	12.15 น.	ช่อง 3
	ลุมพินี	ศึกเพชรลุมพินี	20.30 น.	AS TV5
	ลุมพินี	ศึกมวยไทยลุมพินีเกริกไกร	23.00 น.	ช่อง 5
อาทิตย์	อัศวินดำรามอินทรา	ศึกสุวรรณภูมิ	11.00 น.	AS สุวรรณภูมิ
	อัศวินดำรามอินทรา	ศึกอัศวินดำ	12.30 น.	ช่อง 9
	ช่อง 7 สี	ศึกมวยไทย 7 สี	13.45 น.	ช่อง 7
	ราชดำเนิน	ศึกราชดำเนินซูเปอร์ทิวทัศน์	17.00 น.	ทิวทัศน์

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูลของผู้วิจัย

ตารางที่ 3.6 ลักษณะการจัดรายการมวยแต่ละช่อง

สนามมวย	จำนวนโปรแกรมเตอร์	ลักษณะการจัด	ผู้จัดรายการ
ราชดำเนิน	13 คน	แบ่งตามโควตา	บริษัทราชดำเนิน จำกัด
ลุมพินี	13 คน	แบ่งตามโควตา	กรมสวัสดิการทหารบก
ช่อง 7	1 คน	บริหารจัดการเอง	สถานีโทรทัศน์สีช่อง 7 ช่อง 7
สยามอ้อมน้อย	4 คน	เช่าเวลา	บริษัท บอสส์ บ็อกซิ่ง 2000 จำกัด

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูลของผู้วิจัย

### 3.3 โครงสร้างของมวยไทย

ผู้วิจัยจะแบ่งการอธิบายในส่วนนี้ออกเป็น 3 ส่วนด้วยกัน คือ ในส่วนแรกจะวิเคราะห์ถึงโครงสร้างของมวยไทยในช่วงยุคก่อนที่จะมีการสร้างสนามมวยเวทีราชดำเนินและสนามเวทีมวยลุมพินี เนื่องจากการสร้างสองสนามมวยดังกล่าว ถือได้ว่า เป็นจุดพลิกผันในเชิงโครงสร้างของมวยไทยที่ส่งผลให้มีผู้ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ในตลาดมวยไทยเพิ่มขึ้น และมีความสัมพันธ์ในเชิงผลประโยชน์ที่ซับซ้อนมากขึ้น ในส่วนที่ 2 จะวิเคราะห์โครงสร้างตลาดมวยไทยที่อ้างอิงกับสนามมวยทั้งสองสนามดังกล่าว เนื่องจากเป็นตัวสะท้อนถึงโครงสร้างตลาด

มวยไทยได้เป็นอย่างดี ว่ามีโครงสร้างและ รวมไปถึงกระบวนการสายสัมพันธ์ระหว่างตัวผู้ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับมวยไทย ในส่วนของโครงสร้างของมวยจอบู้จะชกกล่าวในลักษณะคร่าว ๆ เพราะโดยพื้นฐาน ทั้งมวยไทยในเวทีมวยมาตรฐานหรือมวยจอบู้จะมีลักษณะคล้าย ๆ กันในเชิงโครงสร้าง แต่จะศึกษาอย่างละเอียดในบทที่ 4 ที่กล่าวถึง รายการมวยไทย 7 สี อีกครั้ง

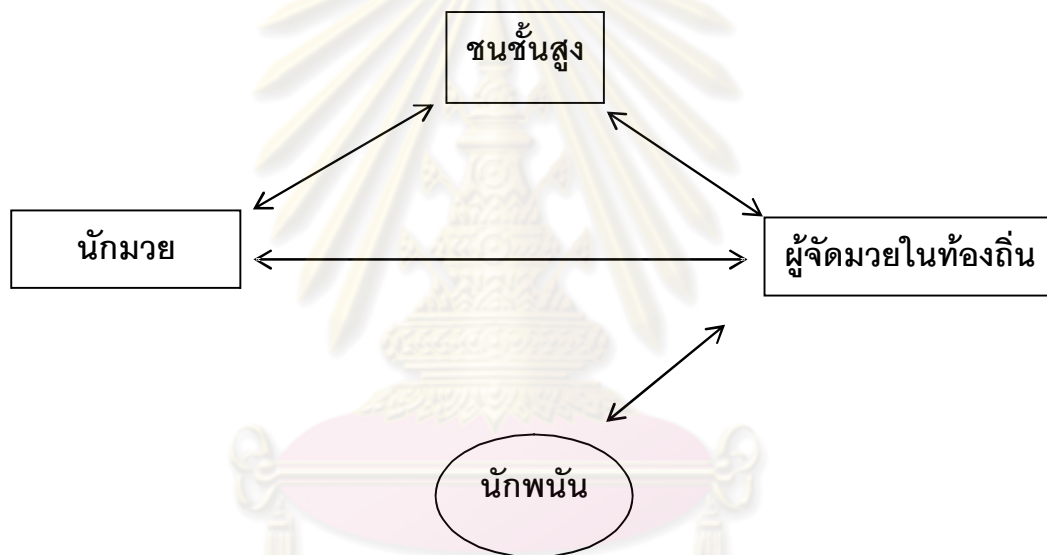
### 3.3.1 โครงสร้างของตลาดมวยไทยก่อนปี พ.ศ. 2488

โครงสร้างของตลาดมวยไทย ก่อนที่จะถูกเปลี่ยนแปลง (transform) ไปสู่รูปแบบกีฬาเพื่อการพาณิชย์ (commercialization) เมื่อมีการก่อตั้งสนามมวยราชดำเนินและลุมพินีนั้น กล่าวได้ว่ามวยไทยยังมีแก่นแกนในรูปแบบของศิลปะในการต่อสู้ป้องกันตัวที่มีความแนบแน่นอย่างแยกไม่ออกกับสถาบันพระมหากษัตริย์และชนชั้นสูง อย่างที่ได้กล่าวไปแล้วในส่วนของความเป็นมาว่า สถาบันพระมหากษัตริย์และชนชั้นสูงจะเป็นชนชั้นที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดโครงสร้างและรูปแบบของตลาดมวยไทยในช่วงเวลานั้น ซึ่งหากอยู่ในช่วงที่บ้านเมืองมีสงครามต้องสู้รบ มวยไทยก็就会被ใช้ในการคัดเลือกสามัญชนมาเป็นทหารสำหรับกษัตริย์ และในช่วงที่ประเทศมีความสงบแล้ว ชนชั้นสูงก็กำหนดโครงสร้างและรูปแบบให้มวยไทยกลายมาเป็นการแข่งขันละเล่นแบบมหรสพเพื่อความบันเทิงใจสำหรับชนชั้นสูง ซึ่งกษัตริย์และชนชั้นสูง มักจะเป็นผู้ที่ให้รางวัลหรือของกำนัลแก่นักมวยที่เข้ามาแข่งขันชก ในเวทีมวยชั้วคราวที่สร้างขึ้นในงานสำคัญ หรือตามที่ชนชั้นสูงกำหนดให้มีขึ้นในแต่ละครั้ง ส่วนนักมวยนั้น ส่วนใหญ่ก็เป็นไพร่สามัญชนทั่วไปที่มีใจรักในศิลปะการป้องกันตัวมวยไทยอย่างแท้จริง จึงได้ฝึกฝนจนชำนาญ แต่ปัจจัยมูลเหตุสำคัญที่จูงใจให้ไพร่สามัญชนฝึกศิลปะมวยไทยอย่างขมิขมัน ก็เพื่อใช้มันเป็นเครื่องมือในการปูทางไปสู่การเลื่อนสถานะทางสังคมของตนเอง หากการแข่งขันต่อหน้าพระที่นั่ง หรือการชกครั้งสำคัญต่าง ๆ เป็นที่พอใจ ก็จะได้มีโอกาสเลื่อนสถานะทางสังคม ในส่วนของการจัดการฝึกนั้นจะยังไม่มีค่ายมวยเป็นกิจจะลักษณะ แต่จะเป็นไปในลักษณะที่มีครูฝึกที่จะต้องเข้ารับการฝึกในเรือนของครูผู้ฝึกนั้น ๆ ส่วนผู้ที่ทำหน้าที่คล้ายโปรโมเตอร์ ในช่วงเวลานั้น ก็จะเป็นผู้มีอิทธิพลหรือมีหน้ามีตาในท้องถิ่นที่จะมีการจัดแข่งขันในแต่ละครั้ง ซึ่งมีสายสัมพันธ์กับในวังหรือชนชั้นสูงที่คอยทำหน้าที่จัดการด้านสนามมวย รวมไปถึงเป็นผู้ที่แบ่งปันผลประโยชน์จากการชกให้แก่ นักมวย หรือ ครูของนักมวย หากเงินรางวัลถูกส่งผ่านมาจากผู้มีอิทธิพลในท้องถิ่น แต่โดยส่วนใหญ่ จะมีการให้รางวัลกำนัลโดยตรงกับนักมวยเสียมากกว่า (อภิเชก มนเทียรวิเชียรฉาย ,2547:55-57)

อย่างไรก็ดี ในความสัมพันธ์ระหว่างชนชั้นสูงที่คอยทำหน้าที่กำหนดให้มีการชกแข่งขันหรือกำหนดท่าที่ตลาดมวยไทย หรือผู้มีอิทธิพลท้องถิ่นที่คอยทำหน้าที่ประสานงานด้านการจัดหานักมวยแล้ว ถือได้ว่าในวงจรดังกล่าวก็ยังมีนักการพนันที่เข้ามาแสวงหาโชคจากการแข่งขัน

ซึ่งการพนันกับสังคมไทยมีที่มาอย่างไรยังเป็นที่ยกเถียงกันอยู่ แต่พอที่จะสันนิษฐานได้ว่าการพนันกับสังคมไทยเป็นสิ่งที่มีความคุ้นเคยกันมาช้านาน (รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์, 2544) จะเห็นได้ว่าการละเล่นแข่งขันต่าง ๆ มักจะมีการพนันแฝงอยู่ด้วยทุกครั้ง เช่น การชนไก่ แข่งม้า ฯลฯ ซึ่งปัจจัยการพนันในช่วงเวลานี้ ยังเป็นการพนันกลุ่มรายย่อยที่ไม่ได้ส่งผลต่อวงการมวยไทยมากนัก หรือไม่มีเลย เป็นเพียงการพนันกันในกลุ่มคนรู้จัก หรือผ่านทางผู้มีอิทธิพลในท้องถิ่นที่เป็นคนจัดมวยนั่นเอง แต่ไม่ได้เป็นความสัมพันธ์กันอย่างจริงจังนัก หากแต่การพนันในสมัยปัจจุบันกลับเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อธุรกิจและโครงสร้างมวยไทยอย่างมีนัยยะสำคัญที่จะได้กล่าวถึงในรายละเอียดในบทที่ 4

ภาพที่ 3.1 แสดงลักษณะโครงสร้างตลาดมวยไทยก่อน ปี พ.ศ.2488



### 3.3.2 โครงสร้างของตลาดมวยไทยหลังปี พ.ศ. 2488

การจัดตั้งเวทีมวยราชดำเนินและลุมพินี ถือเป็นช่วงเปลี่ยนแปลงที่สำคัญที่ทำให้รูปแบบลักษณะของมวยไทยผันเปลี่ยนจากศิลปะการต่อสู้ มาสู่การเป็นกีฬาเพื่อการพาณิชย์ ซึ่งย่อมจะมีกลุ่มบุคคลที่เข้ามาแบ่งสรรและเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ในธุรกิจมวยไทยขยายกว้างออกไปว่าโครงสร้างตลาดมวยไทยสมัยก่อนที่ไม่ได้มุ่งแสวงหากำไรหรือรายได้จากการชกมากเท่ากับสมัยปัจจุบัน บุคลากรสำคัญที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับโครงสร้างตลาดมวยไทยหลัง พ.ศ. 2488 เป็นต้นมานั้น มีดังนี้ :

### 3.3.2.1 นายสนามมวย

นายสนามมวยถือเป็นผู้ที่ครอบครองปัจจัยการผลิต คือ สนามมวย ซึ่งแม้ว่าปัจจุบันจะมีสนามมวยเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะในต่างจังหวัด แต่ก็มักเป็นสนามมวยชั่วคราว หรือไม่ได้รับความนิยมนจากผู้ชมเท่าใดนัก สนามมวยที่โดดเด่นและมีอิทธิพลในด้านการจัดการชกมวย ยังคงเป็นสนามมวยราชดำเนินและสนามมวยลุมพินี นายสนามมวยมีความสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยนผลประโยชน์กับโปรโมเตอร์ เนื่องจากนายสนามมวยในปัจจุบันไม่ได้จัดรายการมวยเอง แต่จะให้โปรโมเตอร์หรือผู้จัดรายการเข้ามาจัดรายการมวยให้ นายสนามมวยจึงมีหน้าที่เพียงคัดเลือกสรรหาโปรโมเตอร์ ซึ่งถือว่าเป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งที่นายสนามมวยแต่ละแห่งจะต้องค้นหาโปรโมเตอร์ที่เก่งในด้านการจับคู่ชกที่จะต้องชกได้อย่างเร้าใจจนถูกใจผู้ชมมวย

นายสนามมวยทั้งสองสนามมวยหลัก คือ สนามมวยราชดำเนินและสนามมวยลุมพินี มีลักษณะในเชิงตกลงผลประโยชน์ให้ลงตัวทั้งสองฝ่าย โดยมีการแบ่งวันที่ชกอย่างแน่นอน ไม่แย่งฐานลูกค้าคือผู้ชมระหว่างกัน เนื่องจากหากมีการแข่งขันกันแล้ว ส่งผลให้สนามมวยทั้งสองแห่งมีรายได้ลดลงเนื่องจากจำนวนคนดูที่เข้าไปเล่นการพนันมีจำกัด ประกอบกับนักมวยที่เป็นที่ชื่นชอบของเซียนมวยก็มีอย่างจำกัด ซึ่งทั้งสองสนาม มีการคำนวณผลได้เสียแล้ว หากแข่งขันกันทำให้เกิดการโง่งราคาตัวนักมวย และแย่งผู้ชมโดยตัดราคาค่าชมมวย จึงมีการร่วมมือกันมาโดยตลอด

ปัจจุบัน สนามเวทีมวยราชดำเนินได้ดำเนินการจดทะเบียนเป็นบริษัท มีนายเฉลิม เชี่ยวสกุล เป็นประธานบริหารบริษัท และมีนายเฉลิมพงษ์ เชี่ยวสกุล เป็นกรรมการผู้จัดการ กลุ่มผู้บริหารจะมาจากผู้ที่ถือหุ้นของบริษัท หรือมาจากเจ้าหน้าที่ระดับสูงของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ และใช้การบริหารงานเหมือนกับบริษัทเอกชน ส่วนสนามมวยลุมพินียังเป็นของกรมสวัสดิการทหารบก นายสนามมวยเวทีลุมพินีคือเจ้ากรมสวัสดิการทหารบก ซึ่งเป็นโดยตำแหน่ง นายสนามมวยลุมพินีคนปัจจุบันคือ พลตรีสุรไกร จตุมาศ

ส่วนสนามมวยภูธรนั้นนายสนามมวยมีฐานะเป็นเจ้าของสถานที่มีอำนาจเต็มในการบริหารจัดการสนามมวย บุคคลทั่วไปที่มีสถานที่ มีเงินทุน และที่สำคัญมีโปรโมเตอร์ในเครือข่ายจัดการชกมวยให้ก็สามารถเป็นนายสนามมวยได้ การจัดตั้งสนามมวยนั้นต้องขออนุญาตจากผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย โดยใบอนุญาตมีราคา 5,000 บาท มีอายุ 5 ปี ใบอนุญาต 1 ใบต่อสนามมวย 1 สนาม และนายสนามมวยต้องขึ้นทะเบียนและขอใบอนุญาตเป็นนายสนามมวยกับหน่วยงานดังกล่าวด้วย โดยใบอนุญาตเป็นนายสนามมวยมีราคา 500 บาท มีอายุ 3 ปี

นายสนามมวายนั้นต้องเป็นผู้ที่กว้างขวางในวงการมวย การมีเงินทุนเพียงอย่างเดียวไม่สามารถเป็นนายสนามมวยที่ประสบความสำเร็จได้ หากแต่ต้องมีบารมีและเครือข่ายในวงการมวยไทย ในการจัดแข่งขันชกมวยในแต่ละครั้ง ทางสนามมวยจะมีรายได้จากส่วนแบ่งของการจำหน่ายค่าผ่านประตู เช่นเวทีมวยราชดำเนินจะเก็บเงินจากผู้จัด 10 % ของรายได้จากค่าบัตรผ่านประตู ซึ่งทางสนามมวยจะเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ยกเว้นค่าตัวนักมวย ทั้งเงินเดือนของกรรมการ พนักงานจำหน่ายบัตร เจ้าหน้าที่ด้านต่าง ๆ ขณะที่สนามมวยลุมพินี จะเก็บ 80,000 บาท และร้อยละ 5 ของรายได้จากค่าผ่านประตู ส่วนภาชีนั้นไม่เสียเพราะเป็นการจัดมวยในนามกรมสวัสดิการทหารบก (ทฤษฎี, 2536:45-47)

ในการจัดแบ่งโควตาให้กับโปรโมเตอร์นั้น เริ่มจากการที่สนามมวยจะประชุมกันทุกสามเดือน เพื่อกำหนดว่า ผู้จัดรายการรายใดจะได้โควตาจำนวนกี่ครั้งในการจัดมวยในรอบสามเดือน และจะจัดรายการวันใด วิธีการดังกล่าว ทำให้ผู้จัดรายการมีเวลาในการเตรียมประคบคุ่มวยและหามวยเข้ามาอยู่ในรายการอย่างน้อยหนึ่งเดือนก่อนการชกมวย ในส่วนของการจัดโควตา ทางนายสนามมวยจะให้โควตากับผู้จัดรายการทุกคนอย่างน้อย 1 รายการ ต่อการจัดแบ่งโควตา 1 ครั้ง ในการเป็นผู้จัดรายการของสนามมวยจะมีการต่อสัญญากับผู้จัดรายการปีต่อปี ผู้จัดรายการที่สามารถจัดคุ่มวยได้ดีเป็นที่ถูกใจของผู้ชม หรือชกกันอย่างดุเดือด จะได้รับโควตามาก โดยทางนายสนามมวยจะกันโควตาไว้จำนวนหนึ่งเป็นโควตาสนาม ซึ่งจะเอาไว้ให้ผู้จัดรายการที่ดำเนินงานดีในรอบเดือน

### 3.3.2.2 ผู้จัดรายการ หรือ โปรโมเตอร์

ผู้จัดรายการ ถือเป็นคนที่ช่วยผลิตและส่งเสริมนักมวยซึ่งถือเป็นสินค้าในธุรกิจมวยไทย เป็นบุคลากรที่มีความสำคัญยิ่งในการช่วยสร้างกลยุทธ์เพื่อเรียกผู้ชม ในการวางแผนเพื่อประคบคุ่มวยที่ชกสู้และดุเดือดเร้าใจตามความต้องการของผู้ชม แต่ผู้จัดรายการมักจะเป็นกลุ่มบุคคลหน้าเดิมๆ และมีจำนวนน้อย หากเทียบกับจำนวนวันที่มีมวยชกกัน เนื่องจากการทำอาชีพนี้มีรายได้ที่ค่อนข้างสูง ซึ่งรายได้และกำไรที่ผู้จัดรายการจะได้รับมักเป็นค่าเช่า (rent) ส่วนที่เหลือมาจากสนามมวย เพราะสนามมวยจะให้ค่าเช่าส่วนนี้แก่ผู้จัดรายการ เพื่อที่สนามมวยจะได้ไม่ต้องเสียต้นทุนในการจัดมวยเอง อีกทั้งยังมีผลประโยชน์ในส่วนอื่นๆ ทั้งที่ตกลงกันอย่างชัดเจน หรือตกลงกันในที่ลับ การเข้ามาทำหน้าที่โปรโมเตอร์เป็นลักษณะของการผูกขาด เพราะจะต้องถูกวงการมวยกีดกันไปโดยอัตโนมัติหากไม่เป็นผู้ที่มีอิทธิพลในวงการมวยที่สูงพอ เพราะจะต้องเป็นบุคคลที่รู้จักผู้คนในทุกวงการอย่างกว้างขวาง และต้องเป็นผู้ที่มีค่ายมวยในเครือมากและต้องประสานผลประโยชน์ระหว่างค่ายมวยกับนายสนามมวยโดยใช้ประสบการณ์ อำนาจอิทธิพลรวมไปถึง “บารมี” ของตัวโปรโมเตอร์ เป็นสำคัญ ทั้งนี้ เพื่อที่จะได้มีคุ่มวยชกกันได้อย่างสม่ำเสมอ เพราะ



การที่จะขอนักมวยในสังกัดจากโปรโมเตอร์รายอื่น ๆ เป็นไปได้ยาก นอกจากนี้ โปรโมเตอร์จะทำหน้าที่คอยสร้างมวย กล่าวคือ จะต้องสร้างนักมวยใหม่ที่เข้ามาทดแทนนักมวยดัง ๆ ที่เลิกร้างจากวงการมวย ซึ่งมักจะเป็นงานที่ไม่ได้ทำกันง่าย ๆ โปรโมเตอร์ต้องเป็นเสมือนแมวมองในการดูแลของนักมวยว่า ใครมีแววชกที่สร้างความประทับใจให้กับผู้ชมได้ มีอาวุธหลักอะไรที่สามารถนำมาใช้เป็นลักษณะเด่นในการเรียกชื่อหรือทำให้เป็นที่จดจำของแฟนมวย พร้อมทั้งเป็นผู้ที่จะต้องคอยประมวลและรวบรวมข้อมูลสถิติการชกของนักมวย เพื่อประเมินทิศทางในการจับคู่ชก ซึ่งการสร้างมวยเป็นที่สำคัญที่โปรโมเตอร์จะต้องดำเนินการ เพื่อเป็นการรับประกันถึงรายได้ที่จะต้องไม่ลดลงด้วยการหาคู่ชกและสร้างมวยให้ตอบสนองรสนิยมของแฟนมวยและนายสนามสม่ำเสมอ

แม้ว่าทั้งนายสนามมวยกับโปรโมเตอร์จะมีผลประโยชน์แลกเปลี่ยนกัน และต้องประสานสายสัมพันธ์ที่ดีเอาไว้ แต่โปรโมเตอร์ก็สามารถที่จะถูกถอดถอนจากนายสนามมวยได้เสมอ หากไม่สามารถทำรายได้ให้กับสนามมวยตามที่นายสนามมวยต้องการ ในความเป็นจริง โปรโมเตอร์จึงไม่มีอำนาจต่อรองกับนายสนามมวยได้เท่าใดนัก หากไม่สามารถบริหารจัดการหาคู่มวยที่ชกอย่างดุเดือดเร้าใจตามความต้องการของผู้ชมและนายสนามมวยได้

### 3.3.2.3 หัวหน้าค่ายมวย

หัวหน้าค่ายมวยนับเป็นผู้ที่ลงทุนในส่วนที่จะบ่มเพาะและสร้างให้นักมวยแต่ละคนมีลีลาในการชกอย่างที่คุณชมมีความต้องการ ซึ่งในเมืองไทยขณะนี้ค่ายมวยอยู่เป็นจำนวนมาก หัวหน้าค่ายมวยจะดำเนินการสร้างสัดส่วน ควบคุมอาหาร หรือ ดูแลด้านร่างกายทุกๆ ส่วนของนักมวยเพื่อที่จะให้ไปไปตามกลไกความต้องการของตลาดสนามมวย Wacquant (2008) เรียกว่า Bodily Capital ซึ่งถือเป็นการควบคุม บังคับ เปลี่ยนแปลง หรือชุดรีดร่างกายให้แปรมาเป็นทุนที่มีมูลค่าในการแลกเปลี่ยนผ่านการชกมวยในสนามมวยต่อไป

หัวหน้าค่ายมวย ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่สนใจวงการมวยมาก่อน บางคนอาจจะเคยเป็นเซียนมวยที่ต้องการตั้งค่ายมวยเพื่อที่จะได้เข้าถึงข้อมูลได้ดีกว่าคนอื่น ๆ ซึ่งถือว่าการเป็นหัวหน้าค่ายมวยเป็นได้ง่ายกว่านายสนามมวย และโปรโมเตอร์ เพราะไม่ค่อยมีลักษณะกีดกันในธุรกิจนี้ เพียงแต่มีทุนรอนก็สามารถเปิดค่ายมวยได้ แต่มีการแข่งขันกันสูงมากในการที่จะสรรหานักมวยเข้ามาอยู่ในค่าย อีกทั้งการที่มีค่ายมวยจำนวนมาก ส่งผลให้อำนาจการต่อรองของค่ายมวยที่มีต่อโปรโมเตอร์มีน้อยลง

หัวหน้าค่ายมวยจะต้องมีการลงทุนในการบริหารจัดการค่ายมวยค่อนข้างมาก ไม่ว่าจะเป็นสถานที่สำหรับให้นักมวยฝึกซ้อมและพักอาศัย มีการลงทุนซื้อที่ดินและสินทรัพย์ประจำ

เช่น สถานที่ปลูกสร้างโรงเรือนสำหรับพักอ่อนหลบร้อนของนักมวย เนื่องจากสมัยปัจจุบัน นักมวยส่วนใหญ่แล้ว มักจะมาจากต่างจังหวัด เป็นชนชั้นล่าง หรือชนชั้นกลางล่าง น้อยคนมากที่จะมาจากในตัวเมือง หรือเป็นชนชั้นกลางหรือสูง ซึ่งหากไม่รวมราคาที่ดินด้วยแล้ว ราคาดินทรัพย์และอุปกรณ์ต่าง ๆ สำหรับการเปิดค่ายมวยหนึ่ง ๆ เจ้าของค่ายมวยจะต้องลงทุนไม่ต่ำกว่า 500,000 บาท และมีขั้นตอนในการคัดเลือกนักมวยเข้าสังกัดตนเองอย่างพิถีพิถัน เพื่อรับประกันว่านักมวยที่คัดเข้ามา จะสร้างรายได้ที่งดงามในการแข่งขัน รวมไปถึงการมีชื่อเสียงของค่ายมวย ค่ายมวยต่าง ๆ มักจะมีการเปิดเป็นเครือข่ายค่ายมวยในต่างจังหวัด เพื่อเฟ้นหานักมวยเข้ามาสู่สังกัดของตน จากนั้น หัวหน้าค่ายมวยจะทำการตั้งชื่อและสมญานาม ที่ถือว่าเป็นเรื่องสำคัญเรื่องหนึ่งที่เจ้าของมวยมีความเชื่อว่า มีผลต่อการชกชนะหรือแพ้ รวมไปถึงหากตั้งชื่อได้ถูกโฉลกแล้ว ก็จะสามารถประสบความสำเร็จในการชก การตั้งชื่อมวยนั้นมียุคหลักๆร่วมกัน คือ

1. นำนามสกุลของหัวหน้าค่ายมวยมาตั้งเป็นชื่อค่ายมวย ค่ายมวยที่ตั้งชื่อด้วยหลักการนี้มากพอสมควรโดยจะนำนามสกุลของหัวหน้าค่ายมวยมาตั้งเป็นชื่อค่ายมวย ค่ายมวยที่ตั้งชื่อวิธีนี้ที่เป็นที่รู้จักในวงการมวย ได้แก่ ค่ายไพโรจน์นัฒ ของนายวิชิต ไพโรจน์นัฒ ค่ายนราตรีกุล ของนายนายสุรพล นราตรีกุล เป็นต้น
2. นำอักษรย่อชื่อแล้วตามด้วยชื่อหรือนามสกุลของหัวหน้าค่ายมาตั้งเป็นชื่อค่ายมวย เป็นวิธีการตั้งชื่อค่ายมวยที่ได้รับความนิยมมาก ค่ายมวยที่มีชื่อเสียงที่ตั้งชื่อค่ายด้วยหลักการนี้ได้แก่ ค่าย ป.ประมุข ของกำนันประมุข โรจนตัญญู ค่าย ส.คำสิงห์ ของนายสมรักษ์ คำสิงห์ ค่าย ส.สมหมาย ของนายสมหมาย สกุลเมตตา
3. นำคำที่มีความหมายดี เป็นมงคล นำเกรงขาม แล้วตามด้วยชื่อหรือนามสกุลของหัวหน้าค่ายมาตั้งเป็นชื่อค่ายมวย เป็นวิธีการตั้งชื่อค่ายมวยที่ได้รับความนิยมมากเช่นกัน เช่น ค่ายเกียรติประภัสร์ ของนายกู้เกียรติ ประภัสร์กุล ค่ายเกียรติยงยุทธ ของนายยงยุทธ เลอวิศิษย์ เป็นต้น
4. นำคำว่าศิษย์หรือลูกแล้วตามด้วยชื่อหัวหน้าค่ายมาตั้งเป็นชื่อค่ายมวย เช่น ค่ายศิษย์โอ ของเสี่ยโอ นายณรงค์ศักดิ์ มหรรณสุวรรณ เป็นต้น
5. นำอักษรชื่อของหัวหน้าค่ายแล้วตามด้วยสมญานามมาตั้งเป็นชื่อค่าย เช่น ค่าย ก.บางกรวย ของนายกลม บางกรวย เป็นต้น
6. นำคำที่แสดงถึงภูมิลำเนาของหัวหน้าค่ายมาตั้งเป็นชื่อค่าย เช่น ค่ายลูกพระบาท เป็นค่ายมวยที่มาจากจังหวัดสระบุรี ค่าย ธ.พระประแดง ของธ. พระประแดง เป็นค่ายที่มาจากจังหวัดสมุทรปราการ เป็นต้น

7. อื่นๆ เช่นตั้งชื่อตามผู้สนับสนุนหรือผู้มีอุปการคุณ อาทิ เช่น ค่ายแพร์เท็กซ์ ของเสี่ยบรรจง บุษราคัมวงศ์ ค่าย 13 เหยี่ยววีรสูรย์ เป็นต้น

เมื่อหัวหน้าค่ายมวยพิจารณาเห็นว่านักมวยในสังกัดของตนคนใดมีความสามารถมากพอ ก็จะทำการติดต่อกับโปรโมเตอร์ที่ตนเองสนิทหรือรู้จัก เพื่อที่จะเสนอให้นักมวยในค่ายตนขึ้นชก และจะต้องบรรยายคุณลักษณะที่โดดเด่นในตัวนักมวยว่าจะมีอาวุธอะไรเป็นจุดขายได้หรือไม่ ซึ่งหากโปรโมเตอร์ฟังพอใจแล้ว นักมวยก็จะได้รับการบรรจุให้ชกในรายการของโปรโมเตอร์คนนั้นต่อไป และเมื่อโปรโมเตอร์เห็นว่านักมวยที่ชกมีแวและลีลาการชกถูกใจผู้ชมและนายสนามมวย โปรโมเตอร์ก็จะให้นักชกคนนั้นชกบ่อยขึ้น ซึ่งหากนักมวยคนใดชกไม่เป็นที่พอใจ โปรโมเตอร์ก็จะปล่อยนักมวยคนนั้นออกไป และหัวหน้าค่ายมวยก็สามารถมีสิทธิไปเสนอนักมวยคนนั้นต่อโปรโมเตอร์คนใหม่ได้

ในส่วนของรายได้ที่หัวหน้าค่ายจะได้รับ ก็คือ ค่าตัวนักมวยในค่ายที่ขึ้นชก และมีการแบ่งเปอร์เซ็นต์ตามแต่ที่จะตกลงกันได้ เช่น 50:50 หรือ 60:40 (ทฤษฎี สิทธิประเสริฐ, 2536) ในวงการธุรกิจมวยปัจจุบัน หัวหน้าค่ายมวยและนักมวย จะมีการแบ่งประโยชน์กันคนละ 50:50 หรือแบ่งค่าตัวกันคนละครึ่งนั่นเอง และหัวหน้าค่ายมวยมีอำนาจในการควบคุมนักมวย เช่น ห้ามนักมวยย้ายค่ายโดยไม่ได้รับอนุญาต โดยเฉพาะหากนักมวยคนดังกล่าวมีชื่อเสียง ซึ่งทำให้หัวหน้าค่ายมวยสามารถหากำไร หรือคืนทุนจากการที่ลงทุนไปกับการเลี้ยงนักมวย

นอกจากนี้ หัวหน้าค่ายมวยบางคนยังมีการเล่นพนันระหว่างกันด้วยการเดิมพัน ซึ่งเป็นข้อตกลงระหว่างหัวหน้าค่ายมวยทั้งสองค่าย ที่นำนักมวยมาชกกันว่า จะวางเดิมพันในการชกครั้งนี้เท่าไร ขึ้นอยู่กับความมั่นใจของหัวหน้าค่ายว่า นักมวยของตนมีโอกาสชนะมากน้อยเพียงใด ดังนั้น การเดิมพันจึงกลายมาเป็นรายได้อีกช่องทางหนึ่งของค่ายมวย

#### 3.3.2.4 นักมวย

นักมวยซึ่งเปรียบเหมือนตัวสินค้า ที่โดยส่วนใหญ่แล้ว มักจะมาจากชนชั้นล่างที่มีการศึกษาน้อยเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากพวกเขาไม่มีทางเลือกอื่นที่ดีกว่า และเห็นว่าอาชีพนี้สามารถสร้างรายได้ให้แก่ตนและครอบครัว นักมวยแต่ละคนจะเข้าสู่กระบวนการลงทุนทางร่างกายด้วยการฝึกซ้อมในค่ายมวย โดยหัวหน้าค่ายมวย มีการควบคุมอาหารการกิน การออกกำลังกาย พวกเขาจะต้องถูกบังคับให้น้ำหนัก สัดส่วน พลังกำลังให้เป็นไปตามสิ่งที่หัวหน้ามวยต้องการเพื่อจะได้พอดีกับการเข้าเทียบน้ำหนักในการแข่ง ปัจจุบันตลาดมวยไทย แบ่งนักมวยออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ประเภทจังหวะฝีมือ คือนักมวยที่ใช้สติปัญญาในการต่อสู้มากกว่าการใช้กำลัง การรุกและการรับเป็นไปอย่างรัดกุม ส่วนอีกประเภทคือ ประเภทที่ใช้พลังกำลัง ซึ่งมักจะมี

ชั้นเชิงมวยไม่สูง แต่เน้นไปที่การมีสภาพร่างกายที่แข็งแกร่ง อดทน มักจะชกโดยการตะลุยบุก สไตร์การชกของนักมวยถือได้ว่าเป็นจุดขายหรือกล่าวอีกนัยยะหนึ่ง เป็นคุณสมบัติในตัวสินค้า ซึ่งก็คือนักมวยนั่นเอง ในสมัยปัจจุบัน จะเน้นสไตร์การชกที่ตะลุยบุก ปล้ำตีเข้ากันมาก เพื่อสนองต่อความต้องการของผู้ชมที่ต้องชมมวยที่ชกได้เร้าอารมณ์ และที่สำคัญ เพื่อรองรับต่อแวดวงการผลิตมวยที่สร้างรายได้หมุนเวียนอย่างสูง การคาดหวังจะชมการชกมวยไทยที่มีท่าชกที่สวยงามตามแบบศิลปะการต่อสู้แบบเดิม แทบจะไม่มีให้เห็นอีกแล้ว เมื่อค่ายมวยได้ตัวนักมวยมา หัวหน้าค่ายจะทำการตั้งชื่อของนักมวย โดยในวงการมวยไทย ชื่อของนักมวยมีความสำคัญมาก ต่อตัวนักมวยและค่ายมวย ในวงการมวยนั้นเชื่อกันว่าเมื่อนักมวยที่เราตั้งชื่อให้ชกไม่ประสบความสำเร็จ ก็จะมีการเปลี่ยนชื่อไปเรื่อยๆหรือเปลี่ยนชื่อเมื่อเปลี่ยนค่ายที่สังกัด ดังนั้นค่ายมวยแต่ละค่ายจึงมักตั้งชื่อนักมวยของตนให้ฟังดูดี น่าสนใจ แปลกแต่ก็มีจุดประสงค์ร่วมกันอยู่ คือเป็นชื่อที่เป็นมงคล ฟังเพราะ มีอำนาจ และคล้องจองกับชื่อค่ายเป็นส่วนใหญ่ โดยพบว่า การตั้งชื่อนักมวยมีหลักเกณฑ์ต่างๆร่วมกัน ดังนี้

1. กลุ่มสีแดงความบึกบึน หัวหาญ สมชายชาติรี เช่น กล้าศึก ส.สมพงษ์ เหล็กเพชร ศูนย์กีฬาบ้านชาติ, พลังหนุ่ม ลูกมะขามหวาน, นักรบดำ ต.บางแสน เป็นต้น
2. กลุ่มสีแดงลีลาการชก พิชสงในการออกอาวุธ หรือการวางแผนชก เช่น จอมโหด ลูกหนองรี, ยอดอาวุธ พงษ์ศักดิ์การช่าง, อาวุธเล็ก ศิษย์จำบุญณ์ เป็นต้น
3. กลุ่มแสดงถึงความปราดเปรียวที่เต็มไปด้วยพิชสง เช่น พริกป่น ศักดิ์พยัคฆ์ สรพิชเล็ก ศิษย์สรพิช เป็นต้น
4. กลุ่มสมญานามเลียนแบบคนดัง ที่มีจริงหรือในวรรณคดี เช่น แรมโบ้ ต.โกกรกลี๊กแซมซัน โทธิ์สุวรรณนิม, นาซีเล็ก ส.บุญเลี้ยง, บุญทอง ร่มศรีทอง เป็นต้น
5. กลุ่มสมญานามเลียนแบบสัตว์ดุร้ายไว้ก่อน เช่น ราชสีห์ เกียรติสมภพ, เสือสมิง เวลนครปฐม, ช้างป่า ลูกพระบาท, ช้างเผือก ส.อิฐศิลา เป็นต้น
6. กลุ่มชื่อตั้งจังหวัดหรือภูมิภาค ถิ่นอาศัย เช่น เพชรตรัง ส.ยุพินดา, รักกระบี่ ศักดิ์สัมฤทธิ์, จ้าวไหมเล็ก ส.ฐานตะวัน เป็นต้น
7. กลุ่มชื่อตั้งให้เป็นฝรั่ง ช่มเอาไว้ก่อน เช่น นิเวศลิษฐ์ ศิษย์ขุนศึก, ไอคิว ส.อ.ไพโรจน์ซูเปอร์ ส.คำสิงห์ เป็นต้น
8. กลุ่มขึ้นชอบตัวเลขเป็นพิเศษ เช่น ที่หนึ่ง เอื้อสัมพันธ์, เบอร์หนึ่ง ศักดิ์หอมศิลป์หนึ่งอีสาน ส.บริสุทธิ์, สามสมุทร เกียรติของเขา เป็นต้น
9. กลุ่มขึ้นชอบท้องฟ้า ดวงดาว เช่น สะเก็ดดาว เพชรพญาไท, ดาวพระศุกร์ เกียรติกำธร, ลมเหนือ เพชรสุภาพรรณ, ลมใต้ เกียรติหมู่ 4, สายลม ราชานนท์ เป็นต้น

10. กลุ่มตั้งชื่อตามศีกมวยไทย เช่น ศีกมวยไทยลุมพินีเกริกไกร, ศีกอัศวินดำ ศีกบางระจัน, ศีกแสงสว่างพันธุ์ปลา, ศีกมวยไทย 7 สี, ศีกแสงมรกต, ศีกดาวรุ่งพระบาท, ศีกเพชร ยินดีศีกดาวรุ่งชูเจริญ, ศีกเพชรบุรพา, ศีกดาวรุ่งเพชรสุภาพรรณ, ศีกจามเมือง, ศีกเกียรติเพชร, ศีกเกียรติสิงห์น้อย, ศีกแฟร์เท็กซ์, ศีกดาวรุ่ง, ส.รุ่งโรจน์ เป็นต้น

ดังนั้นเมื่อนักมวยเข้ามาอยู่ในค่ายแล้ว นักมวยไม่ต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายใด ๆ แต่ค่าเสียโอกาสที่หัวหน้าค่ายมวยลงทุนสำหรับนักมวยตรงนี้ นักมวยจะต้องใช้คืนเมื่อพวกเขา มีรายได้จากการชกมวย ซึ่งนักมวยคนหนึ่ง ๆ เมื่อฝึกฝนซ้อมจนเชี่ยวชาญและออกไปชกจนมีค่าตัว ประมาณ 30,000 บาท หัวหน้าค่ายมวยต้องลงทุนประมาณ 300,000 บาท สำหรับนักมวยที่อยู่ใน ค่ายมา 5 ปี และตลอดช่วงชีวิตของการทำอาชีพนักมวย จะมีค่าใช้จ่ายตกอยู่ประมาณ 840,000 บาท คืออยู่ในค่าย 14 ปี และเริ่มชกมวยตั้งแต่อายุ 10 ขวบเป็นต้นไป (ทฤษฎี สิทธิประเสริฐ, 2536:62)

ในส่วนของอนาคตและมีมือของนักมวยนั้นขึ้นอยู่กับค่ายมวย เนื่องจากหัวหน้า ค่ายได้ลงทุนผ่านกระบวนการปรับเปลี่ยนสร้างร่างกายให้สู่ความเป็นนักมวยที่ต้องลงทุนค่อนข้าง สูง ซึ่งหากนักมวยคนใดมีชื่อเสียงแล้วหนีไปค่ายอื่นระบบก็ไม่สามารถคงอยู่ได้ ค่ายมวยจึงตั้งกฎ ไว้ว่าห้ามนักมวยค่ายหนึ่งไปชกให้กับค่ายอื่น ผู้ที่ทำผิดจะถูกลงโทษจากคนในวงการมวยโดยที่จะ ไม่มีใครให้ความเชื่อถือ หรือเมื่อนักมวยถูกสร้างโดยผู้จัดรายการใดแล้ว จะไม่สามารถไปชกใน รายการของผู้จัดอื่นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างนายสนามมวย ผู้จัดรายการ หรือโปรโมเตอร์ หัวหน้าค่ายมวย และนักมวยนั้น จะเป็นไปในลักษณะแบบบนลงล่างอันมีเรื่องของ ผลประโยชน์ของรายได้เป็นตัวเชื่อมโยงเข้าหากัน

### 3.3.2.5 ผู้ชม

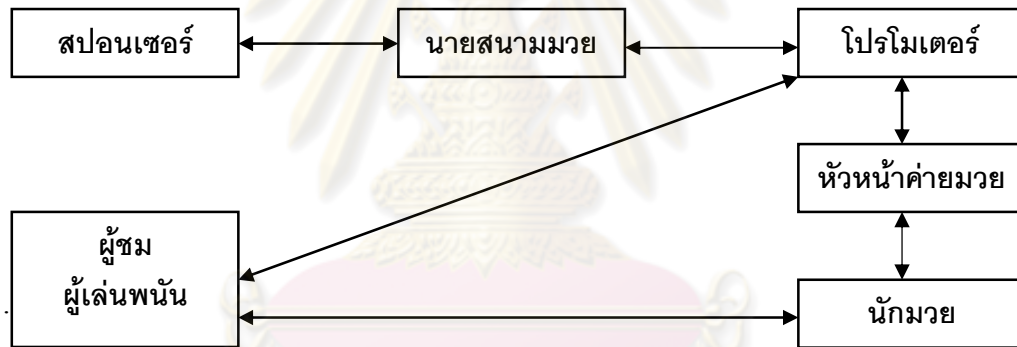
ในส่วนของผู้ชมนั้น ส่วนใหญ่แล้วมักจะเป็นกลุ่มผู้ชายในกลุ่มชนชั้นกลางล่าง และกลุ่มชนชั้นล่าง ที่เป็นผู้ใช้แรงงาน หรือรับเหมาก่อสร้าง (จะเห็นว่าแทบจะไม่มีกลุ่มชนชั้นสูง หรือชนชั้นกลางเลย ทั้ง ๆ ที่มวยไทยเคยถูกผูกขาดในฐานะเป็นมหรสพหรือศิลปะป้องกันตัวที่มีชน ชั้นสูงเป็นผู้อุปถัมภ์มาโดยตลอดในสมัยก่อน) ซึ่งกลุ่มดังกล่าวต่างก็มีพฤติกรรมการชมที่ผิดแผก แตกต่างกันออกไป โดยแบ่งประเภทกลุ่มผู้ชมได้เป็น 2 ประเภท คือ กลุ่มที่เข้ามาชมเพราะความ ชื่นชอบในกีฬามวยไทยอย่างแท้จริง ซึ่งปัจจุบันมีจำนวนผู้ชมในกลุ่มดังกล่าวนี้น้อยมาก ในขณะที่ ประเภทที่ 2 คือ กลุ่มผู้ชมที่เข้ามาชมเพื่อเล่นการพนัน แน่นนอนว่าผู้ที่เข้าชมการชกมวยไม่เพียงแค ่ชมเพื่อความบันเทิงเท่านั้น แต่มักจะมีการพนันเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยจะขยายความประเด็นการ พนันนี้ในบทที่ 4 ต่อไป



### 3.3.2.6 กลุ่มทุนผู้ให้การสนับสนุน (สปอนเซอร์)

นับตั้งแต่มีการเปิดสนามมวยราชดำเนินและลุมพินี เริ่มแรก จะมีกลุ่มนายทุนจากห้างร้านต่าง ๆ เป็นผู้ให้การสนับสนุนเงินรางวัลบางส่วนสำหรับนักมวย ในการชกครั้งสำคัญ ๆ ซึ่งกลุ่มนายทุนเหล่านี้มักจะมีสายสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นกับนายสนามมวยและโปรโมเตอร์ ปัจจุบันลักษณะการให้การสนับสนุนของกลุ่มผู้ให้การสนับสนุน จะเป็นการจ่ายเงินค่าโฆษณาให้นายสนามมวยเพื่อติดป้ายโฆษณาบริเวณเวทีและบริเวณรอบ ๆ สเตเดียมของผู้ชมด้านใน นอกจากนี้ กลุ่มทุนใหญ่ ๆ จะให้การสนับสนุนด้านเงินรางวัลสำหรับผู้ชนะในการชกสำหรับบางคู่ กลุ่มผู้ให้การสนับสนุนเหล่านี้ถือว่ามีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งสำหรับโครงสร้างของตลาดมวยไทยในสื่อโทรทัศน์ ดังจะได้อธิบายต่อไป

ภาพที่ 3.2 แสดงลักษณะโครงสร้างตลาดมวยไทยหลัง ปี พ.ศ.2488



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 4

### โครงสร้างตลาดมวยไทยในสื่อโทรทัศน์ : มวยไทย 7 สี

บทนี้ จะวิเคราะห์ถึงองค์ประกอบและกระบวนการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับรายการมวยไทย 7 สี เพื่อจะปูทางไปสู่การวิเคราะห์กระบวนการทำให้เป็นสินค้าของมวยไทยผ่านรายการมวยไทย 7 สี ในบทต่อไป ซึ่งเนื้อหาหลัก ๆ ของบทที่ 4 นี้ ผู้วิจัยได้มาจากการเก็บข้อมูลภาคสนามกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในรายการมวยไทย 7 สี คือ นายพีระพงษ์ ธีระเดชพงศ์ โปรโมเตอร์รายการมวยไทย 7 สี คุณเจีย ประธานกรรมการบริหารบริษัท ควายทอง จำกัด ซึ่งเป็นสปอนเซอร์หนึ่งของรายการมวยไทย 7 สี และสัมภาษณ์ตัวอย่างกลุ่มที่เล่นพนันมวยจอบู้ซึ่งไม่ประสงค์จะให้ชื่อนามสกุลจริง จำนวน 5 คน รวมทั้งการเก็บข้อมูลจากการสังเกตในการเข้าชมภายในห้องส่งช่อง 7 สี ที่ใช้เป็นสถานที่จัดการแข่งขันรายการมวยไทย 7 สี ในวันที่ 16 และ 23 มกราคม 2554 วันที่ 6 และ 13 กุมภาพันธ์ 2554 และการสังเกตจากการชมรายการมวยไทย 7 สี ทางโทรทัศน์ทุกวันอาทิตย์ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2553

ในเชิงโครงสร้างแล้ว ผู้ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับธุรกิจมวยไทยในสื่อโทรทัศน์ ซึ่งในกรณีนี้จะหมายถึงรายการมวย 7 สี ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 จะมีลักษณะที่เหมือนกัน คือ นายสนามมวย โปรโมเตอร์ หัวหน้าค่ายมวย นักมวย ผู้ชม สปอนเซอร์ หากแต่มีลักษณะความสัมพันธ์และความสำคัญของผู้ที่เข้ามาเกี่ยวข้องต่างออกไป ดังต่อไปนี้

#### 4.1 นายสนามมวย

สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ในนามของบริษัทกรุงเทพโทรทัศน์ จำกัด (BBTV) ทำหน้าที่เป็นผู้บริหารสนามมวยเอง โดยมีสนามมวยตั้งอยู่ภายในห้องส่งของช่อง เริ่มมีการถ่ายทอดสด เมื่อปี พ.ศ.2515 โดยขออนุญาตสร้างสนามมวยเพื่อถ่ายทอดสดในรูปแบบของเกมโชว์ ซึ่งมีข้อจำกัดห้ามมีการเล่นการพนัน และนับตั้งแต่มีการถ่ายทอดสดรายการเป็นต้นมา สถานีโทรทัศน์ ช่อง 7 มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ และมีความรู้ในเรื่องของมวยไทยเป็นอย่างดี มาโดยตลอด นับตั้งแต่สมัยนายเทียมบุญ อินทรบุตร ที่จัดรายการเทียมบุญบ็อกชิงโชว์ จึงทำให้ทางช่องสามารถดำเนินการบริหารในลักษณะที่ทางช่องเป็นนายสนามมวยเองได้ โดยไม่จำเป็นต้องให้ผู้จัดมวยมาเช่าช่วงเวลาเหมือนกับการถ่ายทอดมวยไทยเหมือนช่องอื่น ๆ การถ่ายทอดสดจะถ่ายจากเวทีสนามมวยในห้องส่งที่จะไม่มีการเก็บค่าผ่านประตูเหมือนกับสนามมวยราชดำเนินหรือลุมพินี ส่งผลให้มีผู้ชมเข้าไปชมในสนามมวยจำนวนมาก เฉลี่ยแล้วครั้งละประมาณ 2,400 – 2,700 คน (เชิดชัย ศรีรัตน์, 2548:15)

ปัจจุบันสนามมวยช่อง 7 มีนายชะลอ นาคอ่อน เป็นนายสนามมวย แต่จะมอบหมายให้นายสมพงษ์ อัจฉานุเคราะห์ ผู้บริหารของสถานีโทรทัศน์ ร่องนายสนามมวย ทำหน้าที่ดูแลภาพรวมของรายการ รูปแบบรายการ แนวโน้มในการจัดแข่งขัน รวมไปถึงทำหน้าที่ในด้านการประสานผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดรายการในภาพรวมทั้งหมด ภายหลังจากการเสียชีวิตของนายสมภพ ศรีสมวงศ์ ซึ่งเป็นผู้ที่คร่ำหวอดในวงการมวยไทยมายาวนานได้เสียชีวิตลง บุคคลที่มาดำรงตำแหน่งนายสนามมวยช่อง 7 กลายเป็นผู้ดำรงตำแหน่งเดียวกับผู้บริหารฝ่ายรายการ นอกเวลาไปพร้อมๆ และเป็นผู้ที่ไม่ได้มีความเชี่ยวชาญในการบริหารงานทางด้านมวยไทยมาก่อน ซึ่งหากไม่สามารถบริหารจัดการให้รายการในช่วงเวลาออกโปรแกรมมีความนิยมในระดับที่น่าพอใจ ก็จะถูกปลดออกจากตำแหน่ง

#### 4.2 โปรโมเตอร์

นับตั้งแต่มีการจัดรายการชกมวยไทยของช่อง 7 ผู้จัดรายการมวย หรือโปรโมเตอร์ของรายการมวย 7 สี มักจะเป็นโปรโมเตอร์คนเดียว และมักจะเป็นผู้ที่คร่ำหวอดอยู่ในแวดวงมวยไทยเป็นเวลานาน เช่น นายสมภพ ศรีสมวงศ์ อดีตโปรโมเตอร์ชื่อดังและอดีตนายสนามมวยช่อง 7 ทำให้รายการได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง เพราะมีโปรโมเตอร์ที่สามารถจัดคู่มวยได้สนองต่อความต้องการของผู้ชมเป็นอย่างดี ปัจจุบันมีนายพีระพงษ์ ธีระเดชพงศ์ หรือ โปรโมเตอร์ชุนเกียรติเพชร ทำหน้าที่เป็นโปรโมเตอร์คนเดียวของสนาม ผู้เขียนได้มีโอกาสเข้าไปสัมภาษณ์โปรโมเตอร์ชุน เกียรติเพชร ซึ่งได้เล่าประวัติตนเองให้ฟังว่า ตนเองเป็นคนพื้นเพจังหวัดเพชรบุรีที่มีความสนใจการชกมวยมาตั้งแต่เด็ก ๆ และได้มีโอกาสลงทุนสร้างค่ายมวยของตนเองชื่อว่า “ค่ายมวยเกียรติเพชร” โดยจะจัดชกมวยกันตามต่างจังหวัดเช่นในจังหวัดเพชรบุรี ราชบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ต่อมาในปี พ.ศ. 2527 ได้รับการชักชวนจากร้อยโทไฉน ผ่องสุภา ให้เข้ามาเป็นผู้ช่วยโปรโมเตอร์ในรายการมวยไทย 7 สี และเมื่อปี พ.ศ.2528 ก็ได้รับโอกาสเป็นโปรโมเตอร์อย่างเต็มตัว ซึ่งนอกจากจะทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยโปรโมเตอร์ให้กับรายการมวยไทย 7 สีแล้ว ยังได้รับความไว้วางใจจาก “บิ๊กอึ้ง” นายสมภพ ศรีสมวงศ์ ให้ทำหน้าที่ผู้ช่วยโปรโมเตอร์ช่วยประกบคู่มวยที่สนามมวยลุมพินี ซึ่งทั้งนายสมภพและโปรโมเตอร์ชุน มีความสนิทสนม มีลักษณะการทำงาน และมีสไตล์การประกบคู่มวยที่คล้ายกันและรู้จักแฟนมวยเป็นอย่างดี จนสามารถสร้างประวัติศาสตร์นักมวยที่เป็นแชมป์ชื่อดังมากมาย อาทิ สด จิตรลดา สามารถ พยัคฆ์อรุณ สมาน ส.จาดรงค์ ศิริ สิงห์ มั่นศักดิ์ และสมรักษ์ คำสิงห์ เป็นต้น แต่มาภายหลังจากที่นายสมภพ เสียชีวิตลง ตำแหน่งนายสนามมวยตกเป็นของผู้บริหารสถานีซึ่งไม่มีความเชี่ยวชาญในด้านการบริหารมวยไทย ทำให้ภาระงานการประกบคู่มวยทั้งหมดจึงอยู่ที่นายพีระพงษ์ ธีระเดชพงศ์ แต่เพียงผู้เดียว ต่อมาในปี พ.ศ. 2536 พลเอกเชษฐา สุวานะจาโร ซึ่งขณะนั้นเป็นนายสนามมวยลุมพินี ทาบตามนายพีระพงษ์ ธีระเดชพงศ์ ให้มาเป็นโปรโมเตอร์สนามมวยลุมพินีจึงเป็นจุดเริ่มต้นที่มีโอกาสในการจัด

ศึกเกียรติเพชร และยังคงจัดต่อเนื่องมาจวบจนปัจจุบัน และนับได้ว่าเป็นโปรโมเตอร์ที่จัดมวยเงินล้านในอันดับต้นๆของสนามมวยลุมพินี นอกจากนี้ นายพีระพงษ์ ธีระเดชพงศ์ ยังเป็นประธานกรรมการบริษัทเกียรติเพชรโปรโมชัน ที่รับหน้าที่ในการจัดการแข่งขันมวย ประคบคู่มวย บริหารจัดการการแข่งขันชกมวยไทยอย่างครบวงจร และเป็นกรรมการบริหารสมาคมมวยอาชีพแห่งประเทศไทย โดยมีเกียรติประวัติในฐานะที่เป็นที่รู้จักกันในฐานะผู้จัดมวยชิงแชมป์สหพันธ์มวยโลก WBU 5 รุ่น ในครั้งเดียว และเป็นผู้สร้างแชมป์โลกให้กับไทยถึง 9 รุ่น ดำเนินการจัดมวยเงินล้านได้บ่อยที่สุด และจัดมวยต่างจังหวัดเงินล้านมากที่สุด สำหรับชื่อสมญานามที่ตั้งขึ้นมาว่า ชุ้น เกียรติเพชร นั้น ชุ้น มาจากชื่อเล่นของนายพีระพงษ์ ส่วนเกียรติเพชร มาจากนายพีระพงษ์เป็นคนจังหวัดเพชรบุรี จึงเป็นเกียรติประวัติของชาวจังหวัดเพชรบุรี

โปรโมเตอร์ชุ้น เกียรติเพชร กล่าวว่า การเป็นโปรโมเตอร์นั้นเป็นการจัดการแข่งขันการชกมวยให้กับสนามมวยที่ตนเองสังกัดอยู่ โปรโมเตอร์ส่วนใหญ่จะเป็นหัวหน้าค่ายมวยมาก่อน และพยายามที่จะใกล้ชิดทำความรู้จักกับโปรโมเตอร์ที่จัดรายการอยู่ในขณะนั้น คอยช่วยเหลืองานต่างๆ ซึ่งงานที่สำคัญที่สุด คือการประคบคู่มวย ซึ่งในการเข้ามาสู่การเป็นโปรโมเตอร์ของช่อ 7 อย่างเต็มตัวทุกวันนี้ ตนเองก็ทำหน้าที่คอยช่วยงานนายสมภพ ศรีสมวงศ์ อดีตโปรโมเตอร์ชื่อดังของช่อ 7 มาก่อนซึ่งเมื่อนายสมภพเสียชีวิตลง ตนเองก็ได้รับความไว้วางใจจากทางช่อให้ขึ้นสู่การเป็นโปรโมเตอร์อย่างเต็มตัวนอกจากนี้โปรโมเตอร์ชุ้นยังกล่าวอีกว่า โปรโมเตอร์ที่จะประสบความสำเร็จในวงการมวยไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการมวยไทย 7 สี ที่มีผู้ชมมากขึ้นทุกวันนั้นจะต้องมีคุณสมบัติหลายประการแต่ประการที่สำคัญที่สุด คือการมีสายตาที่ดีในการมองมวย โดยเฉพาะอย่างยิ่งมวยที่จะนำมาชกในรายการนั้น เมื่อเราประคบมวยแล้วจะต้องดูไม่ออกว่านักมวยฝ่ายไหนจะแพ้หรือชนะ เพราะการประคบคู่มวยที่สู้สี่จะทำให้มีเชียนมวยเข้าไปชมมวยมาก ซึ่งจะส่งดีต่อทางสถานีฯ และถ้ายิ่งนักมวยเป็นมวยในค่ายของโปรโมเตอร์ด้วยแล้วเวลาประคบคู่มวยในการชกกับค่ายอื่น ถ้ามวยของโปรโมเตอร์ตกเป็นรองแล้วพลิกสถานการณ์กลับมาชนะได้จะเป็นที่ประทับใจของเชียนมวยมาก นอกจากนี้การสร้างมวยของโปรโมเตอร์ก็มีความสำคัญในลักษณะของการหามวยใหม่เข้ามาทดแทนมวยเก่าที่ลาสังเวียน โปรโมเตอร์ต้องมีสายตาที่ดีในการมองมวยได้ จะต้องดูมวยทุกคู่ที่ขึ้นชกเพื่อศึกษาและเก็บข้อมูลของนักมวยแต่ละคนว่านักมวยคนนี้เป็นอย่างไร ฝีมืออยู่ในระดับไหน ชกกับใครสนุก แพ้ทางมวยประเภทไหน ซึ่งกว่าที่ตนจะเดินทางมาสู่เส้นทางนี้ได้ถึง 40 ปีนั้น นอกจากฝีมือในการประคบคู่มวยและการบริหารจัดการแข่งขันแล้ว การที่จะทำหน้าที่โปรโมเตอร์ให้ประสบความสำเร็จและอยู่ในวงการนี้อย่างยาวนาน ยังจะต้องมีการสร้างสายสัมพันธ์ในลักษณะเครือข่ายที่กว้างขวางทั้งวงการราชการ นักการเมือง ทหาร ตำรวจ เพื่อที่จะทำให้การจัดการชก หรือการหากลุ่มผู้สนับสนุนราบรื่นเป็นไปด้วยดี

### 4.3 หัวหน้าค่ายมวย

ในการชกมวยไทย 7 สี ค่ายมวยที่จะเข้ามาชกแล้วแต่อยู่ในสังกัดหรืออยู่ในเครือข่ายของโปรโมเตอร์พีระพงษ์ เสียเป็นส่วนใหญ่ นายพีระพงษ์ ธีระเดชพงศ์ โปรโมเตอร์มวยในรายการมวยไทย 7 สี เล่าให้ฟังว่า ตนเองจะจัดการแข่งขันชกมวยไทยในต่างจังหวัดทุก ๆ เดือนเกือบทุกภาคของประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือและทางภาคใต้ เพื่อเฟ้นหานักมวยที่หน่วยก้านลีลาการชกดีให้เข้ามาอยู่ในเครือข่ายตน โดยจะทำข้อตกลงกับหัวหน้าค่ายมวยถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับหากเข้ามาอยู่ในอาณัติของตน เช่น นักมวยมีโอกาสได้เพิ่มค่าตัวและรายได้สูงขึ้นจากการที่มีโอกาสในการเข้ามาชกในรายการมวยไทย 7 สี เครือข่ายค่ายมวยที่อยู่ในความควบคุมหรือมีสายสัมพันธ์ที่ดีกับโปรโมเตอร์พีระพงษ์จึงกระจายอยู่แทบทุกภูมิภาค ซึ่งจะทำให้โปรโมเตอร์ประกบคู่มวยในการจัดชกได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากรู้ทางมวยของนักชกแต่ละคนเป็นอย่างดี

ปัจจุบัน นายพีระพงษ์ มีค่ายมวยในเครือข่ายมากถึง 60 ค่าย อาทิ ค่าย ส.คำสิงห์ (มีนายสมรักษ์ คำสิงห์ อดีตนักชกเหรียญทองโอลิมปิกมวยสากลสมัครเล่น ซึ่งถือว่าเป็นลูกหม้อของนายพีระพงษ์มายาวนานเป็นหัวหน้าค่าย) ค่ายพี.เค.พี ราชานนท์ หรือ พี.เค.พีsport (มีนายวิชัย ราชานนท์ อดีตนักชกเหรียญทองแดงโอลิมปิกมวยสากลสมัครเล่นเป็นหัวหน้าค่าย) ค่ายเพชรสุภาพรรณ (มีเสี่ยบุญ เมืองเพชร เจ้าของร้านขนมหม้อแกงเพชรสุภาพรรณ ในจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งถือว่าเป็นรุ่นน้องคนสนิทของนายพีระพงษ์ เป็นหัวหน้าค่าย และต่อมาได้รับแรงสนับสนุนจากนายพีระพงษ์ให้เป็นผู้จัดมวยในรายการศึกเพชรสุภาพรรณ ของสนามมวยลุมพินี) ค่ายอิมิเน็นแอร์ ค่าย ก.ร่มศรีทอง ค่ายแสงสว่างพันธุ์ปลา ค่าย ส.สมหมาย ค่ายลูกบ้านใหญ่ ฯลฯ

นอกจากนี้ โปรโมเตอร์พีระพงษ์ ยังบริหารค่ายมวยเพชรพญาไท ซึ่งแต่เดิมคือค่ายเกียรติเพชร โดยสาเหตุของการเปลี่ยนชื่อค่ายนั้นมาจากการที่นายพีระพงษ์ เป็นโปรโมเตอร์และหากนำนักมวยในค่ายของตนเองที่ใช้ชื่อเกียรติเพชรขึ้นชกแล้วผลปรากฏว่าชนะคู่แข่งจะทำให้เกิดภาพที่ดูไม่ดีว่าจัดเองชนะเอง หรือมีส่วนได้เสียกับการจัดประกบคู่มวยในสังกัดตัวเองมากเกินไป โดยในปัจจุบันค่ายเพชรพญาไทมีนายสิทธิโชค ธีระเดชพงศ์ ซึ่งเป็นบุตรชายของนายพีระพงษ์ เป็นหัวหน้าค่ายมวย ค่ายเพชรพญาไท (ชื่อเดิมค่ายเกียรติเพชร) เป็นค่ายที่เปิดมาตั้งแต่ พ.ศ. 25 ก่อตั้งขึ้นมาด้วยความรักในวิชามวย ซึ่งนายพีระพงษ์มีความสนใจมวยมาตั้งแต่เด็กแล้ว เป็นค่ายมวยขนาดปานกลาง มีนักมวยในสังกัดประมาณ 40 คน นักมวยมีอายุราว 15 – 35 ปี ส่วนใหญ่เป็นนักมวยในสังกัดที่มีฝีมือในระดับนักมวยเลี้ยงค่าย ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการบริหารค่ายมวย เพราะมันไม่ได้หมายถึงเงินอย่างเดียวแต่ยังรวมไปถึงชื่อเสียงของค่ายที่จะ



ได้รับด้วย และต้องเสียค่าใช้จ่ายในการบำรุงเลี้ยงดูนักมวยในค่าย ๙ เดือนจะไม่ต่ำกว่า 60,000 บาท นอกจากนั้น จะเป็นค่ายมวยในเครือข่ายของโปรโมเตอร์พีระพงษ์ ซึ่งมีหัวหน้าค่ายที่มีสายสัมพันธ์ที่ดีและมีการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์กันลงตัว นอกจากนี้จะเป็นการเจรจาตกลงผลประโยชน์กับหัวหน้าค่ายมวยในต่างจังหวัดเพื่อให้มาอยู่ในอาณัติตนแล้ว ค่ายมวยบางค่ายก็เกิดจากนักมวยรุ่นพี่ที่โด่งดังและเลิกชกแล้วหันมาเปิดค่ายมวยเป็นของตนเอง ก็เข้ามาอยู่ในเครือข่ายค่ายมวยของโปรโมเตอร์พีระพงษ์เช่นเดียวกัน

ซึ่งจากการได้พูดคุยกับหัวหน้าค่าย พี.เค.พีสปอร์ต (นายวิชัย ราชานนท์) และค่าย ส.คำสิงห์ (นายสมรภัทร์ คำสิงห์) ที่เข้ามาสนับสนุนในการคัดเลือกมวยที่บ้านของโปรโมเตอร์ชั้นต่างเล่าเป็นเสียงเดียวกันว่าการที่จะเป็นหัวหน้าค่ายที่ประสบความสำเร็จและได้รับความไว้วางใจจากโปรโมเตอร์ชั้นให้มวยในค่ายของตนขึ้นชกในรายการมวยไทย 7 สี นั้น ประการแรกในฐานะของหัวหน้าค่ายจำเป็นต้องมีเครือข่ายที่ดี มีแอมมองที่มีประสิทธิภาพในการหามวยเก่งๆเข้ามาอยู่ในค่ายเพราะการมีแอมมองที่ดีจะช่วยลดความเสี่ยงในการลงทุนของหัวหน้าค่ายมวย ซึ่งรวมไปถึงตัวโปรโมเตอร์เองด้วย อันเนื่องมาจากข้อจำกัดในเรื่องของเวลาที่ไม่สามารถไปดูฟอร์มของนักมวยได้ทุกครั้งในต่างจังหวัด ถ้ามีค่ายมวยที่เก่งแล้วต้นทุนในการดำเนินงานก็จะลดลง ประการที่สอง หัวหน้าค่ายมวยต้องมีสายตาที่ดีในการมองหานักมวยที่รับเข้ามาอยู่ในค่ายว่าคนไหนมีแววที่จะเป็นนักมวยได้ ซึ่งถ้ามีนักมวยที่ไม่เก่งจำนวนมาก ต้นทุนในการบริหารค่ายก็จะสูง การมีสายตาที่ดีนั้นจำเป็นต้องอาศัยประสบการณ์และอยู่ในวงการมวยมานาน ประการที่สาม ระบบการฝึกสอนนักมวยซึ่งเป็นวิธีหนึ่งที่จะทำให้มวยมีความสามารถสูงขึ้น มีพัฒนาการที่เร็ว ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับมวยที่จะชกในรายการเพราะจะต้องออกสู้สายตาผู้ชม และประการสุดท้าย คือความสัมพันธ์กับผู้จัดการหรือโปรโมเตอร์มวย เพราะหัวหน้าค่ายมวยไม่สามารถจัดการรายการเองได้จะต้องพึ่งโปรโมเตอร์ให้นำมวยไปชก รวมทั้งการให้ความเคารพและชื่อเสียงต่อผู้จัดการ ต้องหามวยที่เรียกได้ว่ามีฟอร์มอยู่ในเกณฑ์ที่ดีถึงดีมาก ไม่นำมวยที่มีสภาพร่างกายที่ไม่สมบูรณ์ขึ้นชกเด็ดขาดเพราะจะนำมาซึ่งความเสื่อมเสียชื่อเสียงของโปรโมเตอร์รวมทั้งหัวหน้าค่ายด้วย ซึ่งแน่นอนอยู่แล้วในวงการมวยไทยนั้นผู้เป็นหัวหน้าค่ายต่างก็หวังถึงระดับการเป็นโปรโมเตอร์จัดมวยทั้งนั้น ซึ่งหากสร้างความเสื่อมเสียตั้งแต่เป็นหัวหน้าค่ายแล้วเส้นทางการในการเข้าสู่การเป็นโปรโมเตอร์นั้นแทบจะไม่ต้องคิด

นอกจากนี้ นายพีระพงษ์ ยังเล่าเพิ่มเติมว่า การตั้งค่ายมวยนั้นนอกจากจะอาศัยใจรักเป็นที่ตั้งแล้วยังต้องใช้เงินลงทุนไม่น้อย ถึงแม้ว่าการมีกระสอบทรายใบเดียวจะสามารถตั้งค่ายมวยขนาดเล็กได้ แต่หากต้องการตั้งค่ายมวยที่มีศักยภาพพอที่จะสร้างนักมวยที่มีคุณภาพและมีชื่อเสียงได้นั้นจะต้องอาศัยการจัดหาอุปกรณ์ในการฝึกซ้อมมากพอควร เพราะมวยไทยเป็น

กีฬาที่ต้องใช้ความสามารถของร่างกายสูงและต้องได้รับการฝึกฝนอย่างหนัก ดังนั้นหากหัวหน้าค่ายต้องการนักมวยที่มีคุณภาพแล้วจำเป็นต้องจัดหาอุปกรณ์ต่างๆเพื่อนำมาให้แก่นักมวยได้ฝึกซ้อม ดังนั้นในการลงทุนในค่ายมวยจึงเป็นหน้าที่สำคัญของหัวหน้าค่ายที่จะต้องรับผิดชอบอย่างเช่นในค่ายเพชรพญาไท มีนักมวยประมาณ 40 คน แต่ในค่ายนี้จะมีค่ายมวยต่างๆซ้อนกันอยู่ในสถานที่เดียวกัน เพราะบางค่ายเป็นค่ายที่อยู่ในต่างจังหวัดซึ่งขายให้กับค่ายแต่นักมวยยังไม่เปลี่ยนชื่อค่าย เพราะถือว่าเป็นค่ายในเครือของค่ายเพชรพญาไท หรือหัวหน้าค่ายบางคนนำนักมวยมาฝากไว้ซ้อมจึงยังใช้ชื่อเดิมอยู่ ทำให้หัวหน้าค่ายต้องดูแลนักมวยทุกคนที่เข้ามาอยู่ในค่าย โดยมีค่าใช้จ่ายต่างๆดังนี้

เวทีมวย ขนาด 7x7 เมตร	250,000 บาท
กระสอบทรายขนาดเล็ก ราคาประมาณ	2,000 บาท
กระสอบทรายขนาดกลาง ราคาประมาณ	3,000 บาท
กระสอบทรายขนาดใหญ่ ราคาประมาณ	3,500 บาท
แบคชกกระสอบ ราคาประมาณคู่ละ	500 บาท
นวมชก ราคาประมาณคู่ละ	500 บาท
ชุดล่อเป้า เป้ายาวใส่ท่อนแขน ราคาประมาณ	800 บาท
ชุดล่อเป้า เป้ายาวสนับแข้ง ราคาประมาณ	1,000 บาท
ชุดล่อเป้า เป้ายาวฝ่ามือ ราคาประมาณ	700 บาท
ชุดล่อเป้า เป้ายาวหน้าท้อง ราคาประมาณ	1,000 บาท
ดัมเบลล์น้ำหนัก ราคาอันละ	100 – 400 บาท (แล้วแต่น้ำหนัก)
เครื่องชั่งน้ำหนัก	2,500 บาท
เครื่องออกกำลังกายต่าง ประมาณ	30,000 บาท

จากที่กล่าวมาคืออุปกรณ์หลัก ๆ ที่จำเป็นในการฝึกซ้อมมวย นอกจากนี้ยังมีกางเกงมวย เสื้อนักมวยต่างๆที่ยังใช้ประกอบ ซึ่งจะเห็นได้ว่าการลงทุนสร้างค่ายมวยแต่ละครั้งต้องใช้เงิน ไม่ต่ำกว่า 500,000 บาท และนอกจากนี้แล้วอุปกรณ์ดังกล่าวเมื่อเสื่อมสภาพการใช้งานหรือชำรุดเสียหายก็จะต้องจัดหาทดแทนหรือซ่อมบำรุงเพื่อสามารถใช้งานได้ดีดังเดิม และนอกจากอุปกรณ์ต่างๆแล้ว ยังมีค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นภายในค่ายอีกเป็นจำนวนมากการว่าจ้างพี่เลี้ยงนักมวย ค่าใช้จ่ายรายเดือน (ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าอาหาร ค่ารักษาพยาบาล) ซึ่งในแต่ละเดือนมีค่าใช้จ่ายไม่ต่ำกว่า 60,000 บาท ลักษณะเช่นนี้ในทุกๆค่ายมวยต้องเผชิญเหมือนกันทั้งหมดต่างกันแค่จำนวนนักมวยเท่านั้นถ้ามีนักมวยมากก็เสียค่าใช้จ่ายมากตามไปด้วย

#### 4.4 นักมวย

นักมวยที่เข้าแข่งขันชกมวยไทยในรายการมวยไทย 7 สี อย่างที่ได้กล่าวข้างต้นว่า ส่วนใหญ่แล้วจะมาจากสังกัดค่ายมวยของโปรโมเตอร์พีระพงษ์ หรือมาจากสังกัดค่ายมวยที่อยู่ในอาณาเขตของโปรโมเตอร์พีระพงษ์ ซึ่งนักมวยที่ชกในรายการมวยไทย 7 สี ส่วนใหญ่มักจะมีรูปร่าง ปานกลาง ไม่มีรูปร่างใหญ่มาก และเน้นการมีลีลาชกที่ดูเด็ดเร้าใจ และสามารถขวิดแม่ไม้มวยไทยได้อย่างถูกใจผู้ชม อย่างไรก็ตามสิ่งที่สำคัญที่น่าสังเกตก็คือ การที่นักมวยได้มีโอกาสชกในรายการที่ผ่านการถ่ายทอดสดทางสถานีโทรทัศน์ โดยเฉพาะรายการที่ได้รับความนิยมอย่างมากอย่างรายการมวยไทย 7 สี หากชกเข้าตาหรือถูกใจผู้ชมก็จะทำให้ได้รับความนิยมและสร้างชื่อเสียงอย่างรวดเร็วและกว้างขวางกว่าการชกตามสนามมวยที่ไม่มีการถ่ายทอด ทั้งนี้ เนื่องด้วย ศักยภาพของพลังอำนาจของสื่อโทรทัศน์ที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติของผู้ชมอย่างสูงกว่าสื่ออื่น ๆ สามารถเป็นเครื่องมือในกระบวนการสร้างฮีโร่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สมเกียรติ ยังขึ้นสวัสดิ์, 2537) การได้เป็นขวัญใจรายการมวยไทย 7 สี ซึ่งได้รับความนิยมจากแฟนมวย จึงเป็นความใฝ่ฝันอันสูงสุดของนักมวยที่มาชกในรายการมวยไทย 7 สี เพราะหากออกลีลาการชกจนเป็นที่ถูกใจของผู้ชมและมีชื่อเสียงขึ้นมาแล้วค่าตัวก็จะสูงขึ้นหลายเท่าตัว นอกจากนี้ยังมีการจัดอันดับนักมวยของสนามมวยโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 โดยจะมีการจัดอันดับทุกๆ 3 เดือน โดยนักมวยที่เป็นแชมป์ของสนามในแต่ละรุ่นนั้นยังได้รับเงินเดือนในทุกๆเดือนอีกด้วย ซึ่งครั้งล่าสุดมีการจัดอันดับเมื่อวันเสาร์ที่ 5 มีนาคม 2554 ดังนี้

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.1 แสดงอันดับการชกมวยไทยในแต่ละรุ่นของสนามมวยช่อง 7 สี

<b>รุ่นพินเวท น้ำหนักไม่เกิน 102 ปอนด์</b>	<b>รุ่นมินิฟลายเวท น้ำหนักไม่เกิน 105 ปอนด์</b>
<b>แชมป์เปียน:</b> เพชรกระรัต จิตรเมืองนนท์	<b>แชมป์เปียน:</b> ว่าง
1. พรสวรรค์ ขอนไม้บัววี	1. ลมทะเล ศิษย์ช้ออึ้ง
2. นพเก้า เกียรติเมืองนนท์	2. ยอดบัวงาม ส.โชคกิจชัย
3. บักใจ วิริยะฟาร์ม	3. ศักดิ์รินทร์ ส.รัตนกุล
4. ฤทธิ์เทวดา สิทธิกุล	4. ลมอีสาน ศิษย์ช้ออึ้ง
5. เพชรน้ำหนึ่ง พุ่มพุ่มม่วง	5. อนุวัฒน์ ศิษย์ฮอม
6. น้องโอ้ ศิษย์ช้ออึ้ง	6. จุล่ง เอกบางไทร
7. คทาเพชร ส.สุรเดช	7. ฉลามขาว เกียรติเฉลิมภพ
8. เพชรอุทอง อ.ขวัญเมือง	8. เพชรพระกาฬ พ.กันทษา
9. เมืองไทย ส.บุญเยี่ยม	9. สี่พยัคฆ์ ศิษย์ฮอม
10. เสือคิม ศิษย์แจ้แต้ว	10. บัวขาว ศิษย์จำกั๋ง
<b>รุ่นไลท์ฟลายเวท น้ำหนักไม่เกิน 108 ปอนด์</b>	<b>รุ่นฟลายเวท น้ำหนักไม่เกิน 112 ปอนด์</b>
<b>แชมป์เปียน:</b> เป็นไท สิงห์ป่าตอง	<b>แชมป์เปียน:</b> วันฉลอง ศิษย์ช้ออึ้ง
1. จอมโว ก.ศักดิ์ลำพูน	1. มงคลชัย สกินเดี่ยวิม
2. ดินเนื้อทอง ธ.พรานทักษิณ	2. ชุนศึกเล็ก อ.ขวัญเมือง
3. เก่งกล้า ส.โชคกิจชัย	3. กำไลหยก ก.ร่มศรีทอง
4. ศรนารายณ์ ต.ชูชีพ	4. พลังสิงห์ ส.ราชสีห์
5. หนึ่งสยาม ส.ประสพโชค	5. วีระชัย ว.วิวัฒนานนท์
6. เก่งกล้า ส.โชคกิจชัย	6. ชูปเปอร์แบงค์ อ.ขวัญเมือง
7. พันคมเล็ก เกียรตินิวัฒน์	7. ปิ่นเงิน ป.ชัยวัฒน์
8. ปราบปรัมเล็ก พ.พนมรักษ์	8. เพชรบ้านแขก ศ.บ้านแขก
9. ปราบปรัมเล็ก เพชรราชภัฏ	9. ตะวันรุ่ง เอื้อสัมพันธ์
10. ปรกกายเพชร อิมิเนนท์แอร์	10. ยอดทอง เพชรวังล่าง

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูลของรายการมวยไทย 7 สี

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) ตารางแสดงอันดับการชกมวยไทยในแต่ละรุ่นของสนามมวยช่อง 7 สี

<b>รุ่นซูเปอร์ฟลายเวท น้ำหนักไม่เกิน 115 ปอนด์</b>	<b>รุ่นแบนตั้มเวท น้ำหนักไม่เกิน 118 ปอนด์</b>
<b>แชมป์เปียน:</b> โชคปรีชา ก.สกุลเชื้อ	<b>แชมป์เปียน:</b> ว่าง
1. มนต์ขาว ศิษย์จำพันธ์	1. เลิศเพชร ป.วรสิงห์
2. เพชรวานร เอกบางไทร	2. วิสันต์เล็ก นครทองปาร์คิว
3. รุ่งอุบล อิมิเนนท์แอร์	3. รุ่งเพชร ว.รุ่งนิรันดร์
4. ยอดพนมรุ่ง ป.ชัยวัฒน์	4. เด่นเชียงขวัญ แผลมทองการแพทย์
5. หนึ่งเทพ อิมิเนนท์แอร์	5. เดอะสตาร์ ไอเสือดาว
6. ยอดทองไท ป.เตลະกุล	6. เพชรเอก ลูก บ.ก.
7. ลูกแมน ฝนจางชลบุรี	7. เมธี ก.กันทรารมย์
8. วราพล ส.ศักดิ์รินทร์	8. พรสวรรค์ ลูกพระบาท
9. แก่นพิชิต ศักดิ์วีรวิทย์	9. ฉลองชัย พี.เค.พี.สปอร์ต
10. วังจันน้อย ศิษย์อุบล	10. ล້านแก้ว เอรಾವัดิน
<b>รุ่นซูเปอร์แบนตั้มเวทน้ำหนักไม่เกิน 122ปอนด์</b>	<b>รุ่นเฟเธอร์เวท น้ำหนักไม่เกิน 126 ปอนด์</b>
<b>แชมป์เปียน:</b> เสกสรร อ.ขวัญเมือง	<b>แชมป์เปียน:</b> เด่นศิริ ส.สมหมาย
1. หยกเพชร เพชรเกษม	1. เพชรเอก เกียรติยงยุทธ
2. ขวัญเมือง เพชรเมืองตราด	2. โทธิแก้ว ฝนจางชลบุรี
3. รุ่งราวี ศศิประภาyim	3. วันเฉลิม ศิษย์ชื่อน้อง
4. พยัคฆ์อีสาน ศิษย์อุบล	4. สันติภาพ ศิษย์อุบล
5. เมืองสี พุ่มพันธุ์ม่วง	5. แสงหิรัญ ลูกบ้านใหญ่
6. ชีอุย ส.สุนันทชัย	6. หาญนที ว.วิวัฒนานนท์
7. ฉลามทอง ศิษย์ป้านนท์	7. ชุมทรัพย์ สุวิทย์yim
8. มังกรหยก ต้อยธุรกิจบ้านเทิง	8. ฉลองศึก พี.เค.พี.สปอร์ต
9. สายันต์น้อย สายันต์yim	9. ฟ้าใหม่ สกินเดี่ยวyim
10. แก้วแดง สุรพิชญ์ฟาร์ม	10. มาเฟียดำ ธ.พรานทักษิณ

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูลของรายการมวยไทย 7 สี



ตารางที่ 4.1 (ต่อ) ตารางแสดงอันดับการชกมวยไทยในแต่ละรุ่นของสนามมวยช่อง 7 สี

<b>รุ่นเฟเธอร์เวต น้ำหนักไม่เกิน 126 ปอนด์</b>	<b>รุ่นซูเปอร์เฟเธอร์เวต น้ำหนักไม่เกิน 130 ปอนด์</b>
<b>แชมป์เปียน:</b> เด่นศิริ ส.สมหมาย	<b>แชมป์เปียน:</b> สิทธิศักดิ์ แซ่ซิมอ๊วยิม
1. เพชรเอก เกียรติยงยุทธ	1. จอมทอง ชูวัฒน์นะ
2. โพธิ์แก้ว ฝนจางชลบุรี	2. สะเก็ดดาว เพชรพญาไท
3. วันเฉลิม ศิษย์ซื่อน้อง	3. ณพกฤต น้ำปลาตราหอยมุก
4. สันติภาพ ศิษย์อุบล	4. น้องไอ ศิษย์ อ.
5. แสงหิรัญ ลูกบ้านใหญ่	5. สิงห์ทองน้อย ป.เตลະกุล
6. หาญนที ว.วิวัฒน์นันท์	6. สิงห์ดำ เกียรติหมู่9
7. ชุมทรัพย์ สุวิทย์ยิม	7. เป็นเอก ศิษย์หนุ่มน้อย
8. หลองศึก พี.เค.พี.สปอร์ต	8. เสน่ห์งาม เอรಾವัด
9. ฟ้าใหม่ สกินเดี่ยวยิม	9. วัชรเล็ก อ.ขวัญเมือง
10. มาเฟียดำ ธ.พรานทักษิณ	10. พญามด พยัคฆ์ภูดิน
<b>รุ่นซูเปอร์ไลท์เวต น้ำหนักไม่เกิน 140 ปอนด์</b>	<b>รุ่นเวลเตอร์เวต น้ำหนักไม่เกิน 147 ปอนด์</b>
<b>แชมป์เปียน:</b> ว่าง	<b>แชมป์เปียน:</b> ว่าง
1. สิทธิชัย ศิษย์สองพี่น้อง	1. เดินชนเล็ก ส.ส.นิยม
2. ลมอีสาน ส.โชคกิจชัย	2. ประกายแสง ศิษย์ อ.
3. ศักดิ์สุรินทร์ กาแฟไฟไล	3. สุดสาคร 13 เหรียญวีรสิทธิ์
4. เพชรบุญชู เอฟ.เอ.กรุ๊ป	4. เข้ม ศิษย์สองพี่น้อง
5. ตู๊กตาทอง เพชรพญาไท	5. เอกประชา มีนะโยธิน
6. เจริญชัย ชูตดอนเมือง	6. ทนงเดช แซ่ซิมอ๊วยิมส์
7. บักใจ เกียรติชูไท	7. นพรัตน์ เกียรติกำธร
8. เพชรมั่นคง เพชรเฟอร์กัส	8. เทพสุทิน พุ่มพันธุ์ม่วง
9. ทรงนิยม(ทวนทอง) พุ่มพันธุ์ม่วง	9. ไทรโยค พุ่มพันธุ์ม่วง
10. ดาวประกาย อ.ขวัญเมือง	10. ฟาปิไอ ปิ่นก้า

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูลของรายการมวยไทย 7 สี

นอกจากนี้ โปรโมเตอร์พระพงษ์ฯ เล่าให้ฟังว่า นักมวยที่ชกจนมีฝีมือระดับหนึ่ง และได้ชกออกอากาศในรายการมวยไทย 7 สี ค่าตัวจะเริ่มต้นที่ 10,000 บาท แต่จะมีนักมวยบางคนที่เป็นหน้าใหม่โดยเฉพาะที่โปรโมเตอร์เพิ่งได้ตัวมาจากการไปคัดสรรมาจากต่างจังหวัด จะให้

ชิมกลางด้วยการให้ขึ้นชกคั้นรายการ คือชกในเวทีมวยไทย 7 สี เช่นเดียวกัน แต่จะไม่มี การถ่ายทอดสดให้ผู้ชมที่บ้านรับชม ค่าตัวเริ่มต้นที่ 3,000 บาท ส่วนนักมวยที่มีประสบการณ์ชกใน รายการและเป็นที่ชื่นชอบของผู้ชมค่าตัวจะเพิ่มขึ้นจาก 10,000 บาท เป็น 30,000 – 100,000 บาท นอกจากนี้ ทางรายการมวยไทย 7 สี ยังมอบเงินรางวัลให้แก่แก่นักมวยที่เป็นขวัญใจมวยไทย 7 สี 100,000 บาท และเงินรางวัลนักมวยที่เป็นแชมป์ต่อเนื่องและได้รับความนิยมสูงมาตลอดปี จะได้รับเงินสด 1,000,000 บาท ปรกติ ค่าตัวนักมวย จะถูกทางหัวหน้าค่ายมวยและคณะ หักค่าตัว คิดเป็นอัตราส่วน 50:50 ส่วนเงินสดรางวัลต่าง ๆ ที่นักมวยได้รับ จะแบ่งเป็นอัตราส่วน 70:30 และยังมีรางวัลนักมวยเสื้อสามารถที่ได้เสื้อสามารถตัดสินจากการชกดีมีฝีมือ

ในรายการมวยไทย 7 สี ขั้นตอนการเข้าสู่สังเวียนการชกของนักมวยเพื่อหารายได้ เลี้ยงชีพจากอาชีพมวยมีอยู่ 2 วิธีด้วยกันคือ เริ่มจากการที่โปรโมเตอร์พีระพงษ์ ฯ เดินทางไปเฟ้นหานักมวยฝีมือดี ๆ ในต่างจังหวัด โดยจะเดินทางเฉลี่ยเดือนละ 4 ครั้ง เพื่อจัดมวยไทยในต่างจังหวัดเพื่อคั้นหานักชกต่างจังหวัดที่มีฝีมือดี ดุดัน เอามาชกในรายการมวยไทย 7 สี ซึ่งเมื่อถึงเห็นฝีมือของนักมวยคนไหนแล้ว ก็จะเข้าไปติดต่อกับหัวหน้าค่ายมวยที่นักมวยคนนั้นสังกัด และพูดคุยเพื่อให้ให้นักมวยคนนั้นมาชกในรายการ หรือชักชวนให้มาสังกัดค่ายมวยของตน หรืออีกวิธีหนึ่งก็คือการชักจูงให้ค่ายมวยนั้นมาเป็นพันธมิตรของตนเพื่อทำการผลิตนักมวยตามความต้องการของรายการ คือ นักมวยที่เน้นการออกหมัด ชกแบบดุเดือด และมีฝีมือมวยไทยจริง ๆ เพื่อผลิตป้อนให้กับรายการมวยไทย 7 สี

วิธีที่สองคือการทำสัญญาซื้อขายใหญ่ของรายการคือ บริษัทปูนเสื่อ จำกัด ได้ให้ทุนสนับสนุนโครงการ “ศึกมวยรอบปูนเสื่อ” ขึ้น โดยมอบหมายให้กับทางบริษัทวันโฮไฟร์ บีซีเนส แอนด์ รีทรีเอชัน จำกัด เป็นผู้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ประสานงาน ซึ่งเน้นการเฟ้นหานักชกจากทุกภูมิภาคที่มีฝีมือการชกมวยไทยที่ดี หรือเป็นนักชกข้างเผือกเข้ามาแข่งขัน ซึ่งโครงการดังกล่าวใช้ระยะเวลาทั้งสิ้นประมาณ 10 เดือน โดยเปิดรับสมัครนักมวยไทยที่มีน้ำหนักประมาณ 116 ปอนด์ เพื่อชกชิงชนะเลิศในรุ่น 118 ปอนด์ โดยกำหนดระยะเวลารับสมัครไว้ประมาณ 19 วัน และเมื่อสิ้นสุดการรับสมัคร จะทำการคัดเลือกนักมวยที่รับสมัครทั้งหมดให้เหลือจำนวน 16 คน โดยใช้เวลาในการคัดเลือก ประมาณ 2 สัปดาห์ ซึ่งการแข่งขันจะทำการแข่งขันนักมวยทั้ง 16 คน โดยคัดเลือกแบ่งสาย และเริ่มทำการแข่งขัน สัปดาห์ละ 2 คู่ ในรายการมวยไทย 7 สี ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ทุกวันอาทิตย์ จนจบการแข่งขัน โดยใช้เวลาดังกล่าว 9 เดือน ส่วนการแข่งขันรอบรองชนะเลิศใช้วิธีจับฉลาก โดยมีคู่ชกทั้งหมดรวม 2 คู่ (4 คน) ผู้ชนะ 2 คน เข้าชิงชนะเลิศ ส่วนผู้แพ้ 2 คน เข้าชิงอันดับ 3 ส่วนในรอบชิงชนะเลิศนั้น มี 2 คู่ คือ คู่ชิงอันดับ 1 และชิงอันดับที่ 3 ซึ่งเงินรางวัลที่นักมวยจะได้รับคือ รางวัลที่ 1 เงินสด 500,000 บาท พร้อมเข็มขัดและ

ด้วยรางวัล รางวัลที่ 2 เงินสด 150,000 บาท รางวัลที่ 3 เงินสด 100,000 บาท และรางวัลที่ 4 เงินสด 50,000 บาท โดยสัดส่วนการแบ่งกับหัวหน้าค่ายมักจะใช้การแบ่งในส่วนของเงินรางวัลที่ 70:30

อย่างไรก็ตาม การได้มีโอกาสจะชกถ่ายทอดสดทางรายการมวยไทย 7 สีได้นั้น ไม่ใช่เรื่องง่าย ๆ ทั้งนี้ นักมวยแต่ละคนจะต้องผ่านประสบการณ์และการยอมรับจากผู้ชมเสียก่อน จึงจะชกแบบถ่ายทอดสดได้ ดังนั้นในการชกมวยของรายการมวยไทย 7 สี จะมีการแบ่งประเภทของนักมวยคือ

1. นักมวยที่ขึ้นชกในรายการแต่ไม่ได้รับการถ่ายทอด ซึ่งนักมวยที่ขึ้นชกนั้น ส่วนมากเป็นนักมวยที่มีหน่วยก้าน ฝีมือดี แต่ยังไม่ได้แจ้งเกิดบนเวที ส่วนมากแล้วเป็นนักมวยที่ผู้จัดต้องการปั้นให้เกิดในรายการมวยไทย 7 สี นั้นหมายถึงต้องการให้นักมวยคนดังกล่าวสั่งสมประสบการณ์ในการชกไปเรื่อยๆ เพื่อให้ชื่อเสียงเรียงนามนั้นติดหูผู้ชมนั่นเอง นักมวยที่ขึ้นชกในประเภทนี้เป็นนักมวยหน้าใหม่ที่ยังไม่มีความดังมากนัก ไม่เกิน 3,000บาท และไม่มีเงินรางวัลสำหรับผู้ชนะแต่อย่างใด

2. นักมวยที่ขึ้นชกในรายการคู่ที่ 1 และ 2 ถือว่านักมวยประเภทนี้เป็นคู่เปิดของรายการที่ผู้ชมทางบ้านได้เห็น นักมวยประเภทนี้มีฝีมือมากกว่าประเภทแรก มีชื่อเสียงเรียงนามติดหูผู้ชมพอสมควร ประสบการณ์มีมากกว่าประเภทแรก ค่าตัวอยู่ในระดับ 5,000 – 10,000 บาท

3. นักมวยที่ชกในรายการคู่ที่ 3 (รองคู่เอก) นักมวยประเภทนี้มีลีลาการชกดูเด็ด มีประสบการณ์การชกมานาน ชื่อเสียงเรียงนามคุ้นหูผู้ชม จนบางครั้งการจัดมวยเกิดจากการเรียกร้องของแฟนมวยที่ต้องการดูมวยที่มีลีลาเร้าใจ มีสถิติการชกที่มั่นคง และเพื่อเป็นการเรียกความนิยมในการชมของผู้ชมทางบ้าน โปรโมเตอร์ชู้น เกียรติเพชร เล่าให้ฟังว่า เนื่องจากช่วงเวลาดังกล่าว จะมีการออกอากาศของรายการศึกอัศวินดำทางช่อง 9 ในช่วงเวลาไล่เลี่ยกัน ดังนั้นการจัดคู่ชกตั้งแต่คู่ที่ 2 ที่จะถ่ายทอดสดจะต้องลำดับการชกให้ทวีความดุเดือด เร้าใจในการชกมากขึ้น เพื่อแย่งฐานกลุ่มผู้ชมที่เป็นฐานกลุ่มเดียวกัน จึงนำเอาคู่ชกที่มีสไตล์การชกดูเด็ดเร้าใจมากกว่าสองคู่แรก และต้องเป็นมวยคู่สูสี นักมวยประเภทนี้มีค่าตัวอยู่ในระดับสูงประมาณ 10,000 – 30,000 บาท

4. นักมวยที่ชกในรายการคู่ที่ 4 (คู่เอก) ซึ่งถือเป็นคู่ที่ผู้ชมต่างรอคอย และเป็นการจัดคู่มวยที่ต้องใช้ประสบการณ์การมองเกมมวยเป็นอย่างสูง โปรโมเตอร์ชู้น เกียรติเพชรกล่าว

ว่า การประกบคู่วางมวยชกในคูเอกถือเป็นงานที่ยากและลำบาก ซึ่งจะต้องคัดหานักมวยที่มีการชกสูสี ลีลาที่คาดว่าเป็นที่ถูกต้องใจของแฟนมวย ส่วนใหญ่จะเป็นบรรดานักมวยที่เคยชกถ่ายทอดสดในรายการมวย 7 สี และมักเป็นขวัญใจของรายการแต่คนละวาระ และทางโปรโมเตอร์ก็จัดให้มาชกปะทะกันเพื่อเรียกกระแสจากผู้ชม ซึ่งค่าตัวมักจะสูงประมาณ 30,000 – 100,000 บาท ซึ่งนักมวยระดับค่าตัว 100,000 บาทของทางช่อง 7 นั้นมีอยู่หลายคนด้วยกัน เช่น สะเก็ดดาว เพชรพญาไท, จอมทอง ชูวัฒน์นะ, น้องไข่ ศิษย์ อ. เป็นต้น

#### ตารางที่ 4.2 โครงสร้าง ประเภทและสัดส่วนการแบ่งเงินรางวัลของนักมวยในรายการมวยไทย 7 สี

ประเภทนักมวย	เงินค่าตัว	เงินรางวัลสำหรับผู้ชนะ (บาท)	สัดส่วนการแบ่ง		เงินสุทธิที่นักมวยได้รับ (บาท)	เงินสุทธิที่หัวหน้าค่ายได้รับ (บาท)
			ค่าตัว	เงินรางวัล		
นักมวยที่ไม่ได้ชกในช่วงการถ่ายทอด	1,000 – 3,000	ไม่มี	60 : 40	ไม่มี	600 – 1,800	400 – 1,200
นักมวยที่ชกในรายการ คู่ที่ 1 -2	5,000 – 10,000	12,000	50 : 50	70 : 30	10,000 – 14,000	6,000 – 9,000
นักมวยที่ชกในรายการ คู่ที่ 3 (รองคูเอก)	10,000 – 30,000	12,000	50 : 50	70 : 30	13,000 – 24,000	9,000 – 19,000
นักมวยที่ชกในรายการ คู่ที่ 4 (คูเอก)	30,000 – 100,000	32,000	50 : 50	70 : 30	37,000 – 70,000	25,000 – 60,000

ที่มา : จากการสัมภาษณ์นายพีระพงษ์ วีระเดชพงศ์

ดังนั้นเพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจน ผู้เขียนจะยกเอากรณีการชกรายการมวยไทย 7 สี เมื่อวันที่อาทิตย์ที่ 17 เมษายน 2554 มาเป็นกรณีของการวิเคราะห์ เนื่องจากในวันดังกล่าวมีการชกชิงแชมป์รุ่นไม่เกิน 118 ปอนด์ของสนาม โดยในรายการที่ได้รับการถ่ายทอดนั้นมีอยู่ทั้งหมด 4 คู่ดังนี้

1. นักมวยที่ชกเป็นคู่แรกเปิดสนามของการถ่ายทอดสดมวยไทย 7 สี (แต่เป็นคู่ที่สองของสนาม) คู่วันอาทิตย์ที่ 17 เมษายน 2554 คือคู่ระหว่าง คทาเดช ส.สุรเดช ซึ่งเป็นมวยพันธุ์บู๊ เตาะต่อยดีครบสูตร กับ แสนเพชร เกียรติเพชรน้อย เป็นมวยจังหวัด ลีลาดี นักมวยทั้งสองคนถือเป็นนักมวยที่มีค่าตัวไม่สูงมากนัก ประมาณ 6,000 บาท ซึ่งถือเป็นระดับที่สูงพอสมควรสำหรับนักมวยที่ยังไม่มีชื่อเสียงมาก ทั้งนี้ค่าตัวดังกล่าวจะขึ้นมาตามความถี่ในการชกในสนามและสถิติการชกในแต่ละครั้ง ซึ่งในการชกครั้งนี้ปรากฏว่า คทาเดช ส.สุรเดช สามารถเอาชนะ แสนเพชร เกียรติเพชรน้อยไปได้ ได้รับเงินรางวัลสำหรับผู้ชนะ 12,000 บาท รวมค่าตัวและเงินรางวัลสำหรับผู้ชนะทั้งสิ้น 18,000 บาท ซึ่งค่าตัวนั้นจะต้องแบ่งให้กับหัวหน้าค่ายในสัดส่วน 50:50 ส่วนรางวัลจะแบ่งกันในสัดส่วน 70:30 รวมเงินสุทธิที่นักมวยผู้ชนะได้รับประมาณ 11,000 บาท ส่วนเงินรายรับสุทธิที่หัวหน้าค่ายมวยที่ชนะได้รับ คือ 7,000 บาท ส่วนนักมวยผู้แพ้ได้ 3,000 บาท และหัวหน้าค่ายมวยที่แพ้ ได้รับ 3,000 บาทเช่นกัน

2. นักมวยคู่ที่ 2 ในการถ่ายทอดสดก็จะมีลักษณะคล้ายกับนักมวยในช่วงเปิดรายการ คือเป็นนักมวยที่ค่าตัวไม่สูงนัก แต่จะมีชื่อเสียงได้รับความนิยมจากผู้ชมขึ้นมาบ้าง โดยคู่ชกในวันอาทิตย์ที่ 17 เมษายน 2554 เป็นการชกระหว่าง วราพล ศ.ศักรินทร์ ค่าตัวอยู่ประมาณ 8,000 บาท กับ มะเฟื่องน้อย ช.โจจน์สุรางค์ ค่าตัวอยู่ที่ประมาณ 7,000 บาท เมื่อครบยกกรรมการชুমือให้ฝ่าย วราพล ศ.ศักรินทร์ เป็นฝ่ายชนะ ได้รับเงินรางวัลสำหรับผู้ชนะอีก 12,000 บาท รวมค่าตัวและเงินรางวัลที่ผู้ชนะได้รับทั้งสิ้น 20,000 บาท ซึ่งค่าตัวนั้นจะต้องแบ่งให้กับหัวหน้าค่ายในสัดส่วน 50:50 ส่วนรางวัลจะแบ่งกันในสัดส่วน 70:30 รวมเงินสุทธิที่นักมวยผู้ชนะได้รับประมาณ 12,000 บาท ส่วนเงินรายรับสุทธิที่หัวหน้าค่ายมวยที่ชนะได้รับ คือ 8,000 บาท ส่วนนักมวยผู้แพ้ได้ 3,500 บาท และหัวหน้าค่ายมวยที่แพ้ ได้รับ 3,500 บาทเช่นกัน

3. นักมวยคู่ที่ 3 ถือว่าเป็นรองคู่เอกของรายการ คือเป็นนักมวยที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมจากผู้ชมมากพอสมควร ชื่อชื่อนั้นไม่เป็นรองคู่เอก โดยคู่ชกในวันอาทิตย์ที่ 17 เมษายน 2554 เป็นการชกระหว่าง กงจักร ส.ทวนทอง ค่าตัวอยู่ประมาณ 15,000 บาท กับ เดชฤทธิ์ ภาฤทธิ์-ธรรม ค่าตัวอยู่ที่ประมาณ 20,000 บาท นักมวยทั้งคู่เป็นมวยรุ่นใหญ่ อารูหหนักและแน่น สามารถเรียกเสียงเฮจากผู้ชมได้มากพอควร เมื่อครบยกกรรมการชুমือให้ฝ่าย เดชฤทธิ์ ภาฤทธิ์-ธรรม เป็นฝ่ายชนะ ได้รับเงินรางวัลสำหรับผู้ชนะอีก 12,000 บาท ทั้งคู่ยังได้รับการคัดเลือกให้เป็นมวยคู่เด็ดประจำสัปดาห์ ได้รับเงินรางวัลคนละ 20,000 บาท นอกจากนี้ เดชฤทธิ์ ยังได้รับการคัดเลือกให้เป็นมวยไทยยอดเยี่ยมประจำสัปดาห์ ได้รับเงินรางวัลอีก 12,000 บาท รวมค่าตัวและเงินรางวัลที่ผู้ชนะได้รับทั้งสิ้น 52,000 บาท ซึ่งค่าตัวนั้นจะต้องแบ่งให้กับหัวหน้าค่ายในสัดส่วน 50:50 ส่วนรางวัลจะแบ่งกันในสัดส่วน 70:30 รวมเงินสุทธิที่นักมวยผู้ชนะได้รับประมาณ



33,000 บาท ส่วนเงินรายรับสุทธิที่หัวหน้าค่ายมวยที่ชนะได้รับ คือ 20,000 บาท ส่วนนักมวยผู้แพ้ ได้ 21,000 บาท และหัวหน้าค่ายมวยที่แพ้ ได้รับ 14,000 บาท

4. นักมวยคู่เอกของรายการมวยไทย 7 สี เงินรางวัลจะมอบให้ก่อนทำการชก คนละ 20,000 บาท จากผู้สนับสนุนรายการ ซึ่งเงินรางวัลก็จะได้รับมากกว่าคู่อื่น ๆ ในคู่อการแข่งขันวันอาทิตย์ที่ 17 เมษายน 2554 ระหว่าง เลิศเพชร สท.ม่อนโพทอง ค่าตัวอยู่ที่ประมาณ 35,000 บาท กับ เพชรเอก ลูก บก. ค่าตัวอยู่ที่ประมาณ 40,000 บาท ซึ่งเป็นการชกเพื่อชิงแชมป์ของรายการมวยไทย 7 สี รุ่นน้ำหนักไม่เกิน 118 ปอนด์ ผลปรากฏว่าเพชรเอก ลูก บก. ชนะน็อกในยกที่ 3 ได้รับเงินรางวัลสำหรับผู้ชนะ 12,000 บาท และได้รับเงินรางวัลสำหรับแชมป์ในรายการอีก 60,000 บาท ได้เงินค่าตัวและเงินรางวัลรวม 132,000 บาท และต้องแบ่งกับหัวหน้าค่ายมวยในส่วนของค่าตัว 50:50 เงินรางวัลสัดส่วน 70:30 รวมเงินสุทธิที่นักมวยผู้ชนะได้รับคือ 80,000 บาท และรวมเงินสุทธิที่หัวหน้าค่ายมวยได้รับคือ 50,000 บาท ส่วนนักมวยผู้แพ้ได้ 40,000 บาท และหัวหน้าค่ายมวยที่แพ้ ได้รับ ประมาณ 27,000 บาท

อย่างไรก็ดี ทางรายการมวยไทย 7 สี ยังมีการมอบรางวัลพิเศษสำหรับนักมวยที่ชกดีสะสมคะแนนไปเรื่อย ๆ ในรอบปีนั้น จะได้รับเงินอัดฉีด 1,000,000 บาท และหากนักมวยผู้นั้นชกดีเป็นขวัญใจแฟนมวย เช่น สปอนเซอร์ในรายการมวยไทย 7 สี จะมอบให้ 70,000 บาท นักมวยจะได้ไปร้อยละ 70 ส่วนอีกร้อยละ 30 ทางผู้จัดการค่ายมวยจะได้ส่วนนี้ไป และหากนักมวยคนใดที่มีลีลาการชกไม่เร้าใจดูเบื่อหรือชกไม่สมศักดิ์ศรีอย่างต่อเนื่อง ทางช่อง 7 จะมีคำสั่งให้ตัดค่าตัวลดลงร้อยละ 20 และยังมีรางวัลเหลือสามารถสำหรับนักมวยที่ชกได้ยอดเยี่ยมและเป็นขวัญใจแฟนมวยไทย 7 สี ซึ่งได้รับเหลือสามารถแต่ไม่มีเงินรางวัลให้ เท่ากับเป็นการยกระดับฐานะนักมวยในเชิงสัญลักษณ์นั่นเอง

ดังนั้น นักมวยที่สามารถโชวฝีมือได้ดีและเป็นทีกล่าวขวัญในหมู่แฟนมวยในรายการ จะมีค่าตัวที่สูงขึ้น รวมไปถึงรางวัลจากบรรดาสปอนเซอร์ผู้สนับสนุนรายการอีกด้วย โดนส่วนมากแล้วนักมวยที่มีชื่อเสียงของช่อง 7 ก็มักจะเป็นบรรดานักมวยที่อยู่ในลักษณะมวยบู๊ ที่มีความอดทน เน้นสไตล์การชกที่ตะลุยบุก ปล้ำตีเข้ากันมาก เพื่อสนองต่อความต้องการของผู้ชมที่ต้องชมมวยที่ชกได้เร้าอารมณ์ โปรโมเตอร์ที่ระพงษ์ฯ เล่าให้ฟังอีกว่า โปรโมเตอร์และหัวหน้าค่ายมวยจะมีกลยุทธ์ในการสร้างจุดขายให้กับตัวนักมวย ไม่ว่าจะเป็นการใช้ความแตกต่างเป็นจุดขาย เช่นสไตล์การชก น้ำหนักตัว อายุ ถิ่นที่อยู่ รูปร่างโครงสร้างนักมวย ในการประกบคู่ มักจะให้นักมวยที่มีฝีมือที่ดีกว่าต่อหน้าหนักให้นักมวยที่มีความด้อยกว่า เช่นการต่อหน้าหนักให้ 2 ปอนด์ 3 ปอนด์ หรือใช้พื้นเพถิ่นกำเนิดของนักมวยมาเป็นจุดขาย บางครั้ง จะใช้จุดเหมือนใน

เรื่องสไตลิ่งการชก น้ำหนักตัว รูปร่าง หรือแม้กระทั่งการใช้จุดด้อยของนักมวยมาเป็นจุดขาย เช่น นักมวยที่ชกแล้วมักได้แผลก็จะเอามาตั้งเป็นฉายาเป็นต้น นักมวยที่มีชื่อเสียงในรายการมวยไทย 7 เช่น ดาวมฤตยู สะเก็ดดาว เพชรพญาไท ที่ในปัจจุบันได้รับการขนานนามว่า เป็นยอดมวย 2 พ.ศ. หลังจากเจ้ารับรางวัลนักมวยไทยดีเด่น ประจำปี พ.ศ.2552 ของการกีฬาแห่งประเทศไทย ซึ่งก่อนหน้านี้ได้รับรางวัลนี้มาแล้วเมื่อปี พ.ศ.2550 ถือได้ว่าเป็นนักมวยในค่ายเพชรพญาไท และในสนามมวยช่อง 7 ที่ประสบความสำเร็จในชีวิตคนหนึ่งก็ว่าได้

จากการสัมภาษณ์ สะเก็ดดาว เพชรพญาไท ได้เล่าถึงการเข้ารับรางวัลแห่งเกียรติยศอันเป็นความภาคภูมิใจสูงสุดบนชีวิตการเป็นพ่อค้ากำปั้นบนสังเวียนมวยไทย ว่าความสำเร็จของการเป็นนักมวยมืออาชีพนั้นจำเป็นต้องประกอบไปด้วยคุณสมบัติต่างๆที่สำคัญ ดังนี้

1. การฝึกซ้อม นักมวยที่จะประสบความสำเร็จในอาชีพได้ ต้องฝึกซ้อมอย่างหนักและสม่ำเสมอ รวมทั้งต้องมีระเบียบวินัยอย่างสูงกับการฝึกซ้อมและการดำเนินชีวิต เพราะด้วยอาชีพของนักมวยแล้วเป็นอาชีพที่ต้องใช้พลังกำลังร่างกายเข้าแรกเพื่อให้ได้มาซึ่งชัยชนะ ซึ่งจะต้องอาศัยความสม่ำเสมอและความมีระเบียบวินัยในการจัดการตัวเองค่อนข้างสูง สำหรับตนเองนั้นได้ลงซ้อมตามตารางของทางค่ายทุกวัน และหากในช่วงที่ถึงคิวในการชกก็จะซ้อมค่อนข้างหนักเพื่อเตรียมสภาพร่างกายให้พร้อม

2. ประสพการณ์ นักมวยที่ประสบความสำเร็จได้ต้องมีกระดูกมวยสูง หมายถึงการผ่านประสพการณ์มาเยอะ ผ่านคู่ต่อสู้ทุกรูปแบบ เพราะเมื่อมีประสพการณ์สูงก็จะสามารถพลิกสถานการณ์ให้ตนเองสามารถเป็นฝ่ายชนะได้ ซึ่งจำนวนในการชกนั้นเป็นเหมือนใบรับรองความสามารถของนักมวยเอง ซึ่งในส่วนผลงานของตนเองที่นับสถิติในรอบปี พ.ศ.2552 และเป็นปีที่ได้รับรางวัลนักมวยไทยยอดเยี่ยมมีดังนี้

28 ธ.ค. 51 ชนะทีเคโอยก 3 น่องปี เกียรติยงยุทธ ที่ช่อง 7 สี

8 ม.ค. 52 ชนะคะแนน โชค อิมิเนนท์แอร์ ที่ช่อง 7 สี

30 เม.ย. 52 ชนะคะแนน อนุวัฒน์ แก้วสัมฤทธิ์ ที่ราชดำเนิน

1 มิ.ย. 52 ชนะคะแนน แพ้คะแนน จอมทอง บ่อมขวัญณรงค์ ที่ราชดำเนิน

31 ส.ค. 52 ชนะคะแนน ดาวประกาย ส.สมหมาย ที่ราชดำเนิน

18 ต.ค. 52 ชนะคะแนน ปู่จำ ส.สุวรรณี ที่ช่อง 7 สี

8 ธ.ค. 52 ชนะคะแนน แสนชัย ส.คิงส์สตาร์ ที่ลุมพินี

ซึ่งก็นับว่าเป็นการผ่านมวยที่แข็งแกร่งด้วยกันทั้งนั้น จากตรงนี้เองทำให้มีประสบการณ์ ดังนั้นเมื่อถึงเวลาขึ้นชกไม่ว่าจะเจอกับนักมวยคนใดก็ตามก็ไม่ได้ทำให้ตนเองรู้สึกกลัว และถ้ายิ่งชกในรายการของช่อง 7 ด้วยแล้ว คนดูหรือผู้ชมต่างจับจ้องมาที่เราทั้งนั้น และส่วนใหญ่แล้วการชกจะต้องชกในคู่สำคัญของรายการหรือคู่เอกก็จะเป็นที่จับจ้องจากผู้ชมมากขึ้นเป็น 2 เท่า

3. วิญญาณนักสู้ ซึ่งตรงนี้เป็นคนที่แก่นักมวยทุกคนจำเป็นต้องมีและมากกว่าคนทั่วไป เพราะมวยไทยเป็นกีฬาประเภทที่ทำการต่อสู้ ดังนั้นเมื่อขึ้นเวทีเผชิญหน้ากัน เสียงระฆังดังขึ้นถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นของกำลังทั้งหมดที่ต้องงัดขึ้นมาเพื่อให้ได้รับชัยชนะ วิญญาณนักสู้ที่มีอยู่ในแต่ละคนจะแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อม ตัวเขาเองนั้นเป็นคนจังหวัดมหาสารคาม เริ่มต้นชกมวยครั้งแรกเมื่ออายุ 10 ปี เริ่มชกครั้งแรกได้เงินรางวัล 100 บาท ครอบครัวยังไม่มีฐานะ ค่อนข้างลำบาก ชีวิตของเขาในวัยเด็กก็เห็นมวยตามงานวัดก็เลยลองฝึกเตะ ต่อยไปตามประสา จนได้มาขึ้นเวทีที่ภูธรสามารถชนะคู่ต่อสู้ได้หลายครั้ง ต้องออกจากบ้านตั้งแต่ยังเป็นเด็กชายไปอยู่กับคนแปลกหน้าแต่อย่างไรก็ตามก็ต้องอดทน อยากเห็นพ่อกับแม่อยู่บ้านหลังใหญ่ๆ อยากเห็นน้องๆ เรียนหนังสือสูงๆ ก็ต้องทำงานหนัก ขึ้นชกเกือบทุกสัปดาห์จนกระทั่งได้เป็นมวยดังของภาคอีสาน และได้เข้ามาอยู่ในค่ายเพชรพญาไท ครั้งแรกก็ชกในรายการของคุณชุ้น แต่อยู่ในคู่ที่ไม่ได้สำคัญมากนักจนกระทั่งชกได้ถูกใจคนดูก็เลยได้ชกในรายการคู่เอก จนได้เป็นมวยขวัญใจผู้ชมของช่อง 7 ค่าตัวในการชกแต่ละครั้ง 100,000 บาท ซึ่งตัวเองเชื่อว่าตัวเองนั้นมีหัวใจของนักสู้อย่างเต็มตัว ไม่ว่าจะขึ้นชกครั้งใดก็ตามจะต้องนำชัยชนะกลับมาให้ได้ ถึงแม้ว่าตัวเองนั้นจะเป็นรองคู่แข่งอยู่ก็ตามแต่ถ้ามีเลือดนักสู้แล้วสามารถพลิกกลับมาชนะได้ ก็ถือว่าเป็นการชนะใจตัวเองชนะใจคนดู

4. การมีหัวหน้าค่ายหรือหัวหน้าคณะที่ดี อย่างคุณชุ้น คุณแดง หรือคุณเดียร์ ก็ตามจะคอยดูแลนักมวยทุกคนภายในค่าย ไม่เอาเปรียบนักมวย รวมทั้งส่งเสริมสนับสนุนนักมวยทุกคนภายในค่าย ซึ่งถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการเข้ารับรางวัลนักมวยไทยยอดเยี่ยม 2 ปี สมัยก่อนตอนที่ยังชกมวยอยู่ต่างจังหวัด ตนเองได้แต่หวังลึกๆ ว่าสักวันหนึ่งจะมีโอกาสเข้ามาชกมวยในกรุงเทพฯ คุณชุ้นจะให้ข้อคิดเสมอว่า การเป็นนักมวยที่ประสบความสำเร็จ สิ่งที่จะตามมาคือชื่อเสียง เงินทอง หากมีรายได้แล้วใช้จ่ายเกินตัวเมื่อถึงเวลาที่สภาพร่างกายไม่สามารถชกได้เงินทองต่างๆ ก็หมดลง เวลาที่กลับต่างจังหวัดก็ต้องกลับไปทำอะไรโดนาตามเดิม แต่ถ้าหากเรารู้จักเก็บเงินก็จะสบายเมื่อมีอายุมากขึ้น อย่าไปหลงระเหิงกับสิ่งต่างๆ ที่อยู่ในกรุงเทพฯ ให้รู้จักเก็บเงินเก็บทองไว้ใช้ ส่งกลับบ้านไปให้พ่อแม่ คุณชุ้นนั้นเปรียบเสมือนพ่อคนที่สอง และค่ายมวยแห่งนี้เปรียบเสมือนบ้านหลังที่สองเช่นกัน

นอกจากนั้นคุณชุ้น ยังได้กล่าวอีกว่า สะเก็ดดาว เพชรพญาไท ถือได้ว่าเป็นตัวอย่างที่ดีให้กับนักมวยรุ่นน้องได้ เพราะด้วยวัยเพียง 24 ปี แล้วประสบความสำเร็จถึงขั้นนี้ได้ถือว่าเป็นนักมวยที่มีระเบียบมาก มีความอดทนขยันฝึกซ้อม และที่สำคัญเป็นผู้ที่รู้จักตอบแทนบุญคุณ มีความกตัญญูซึ่งถ้าหากสภาพร่างกายสมบูรณ์ก็ยังสามารถชกได้อีกหลายปี และการเลี้ยงนักมวยอย่างสะเก็ดดาวนั้น จะหมดปัญหาในเรื่องของการล้มมวย เพราะสะเก็ดดาวเป็นขวัญใจของคนดูมวยช่อง 7 การล้มมวยที่เกิดขึ้นในช่อง 7 นั้นจะมีบ้าง และมักเกิดจากเขียนการพนัน ขาใหญ่ส่งเสียงหรือใช้กลวิธีต่าง ๆ เพื่อกดดันให้กรรมการตัดสินให้เป็นไปตามที่ตนต้องการ หรืออาจจะร่วมมือกับหัวหน้าค่ายมวย ซึ่งเป็นเรื่องที่ควบคุมยาก และหากมีแนวโน้มว่าคู่ไหนมีการล้มมวย ทางกรรมการจะพิจารณาการชกและจะให้โฆษกสนามประกาศว่านักมวยคนนั้น “ชกไม่สมศักดิ์ศรี” และล่าสุด ผู้บริหารสนามมวย 7 สี ได้มีการปรับปรุงกฎระเบียบใหม่ ซึ่งหากนักมวยคนใดออกมาเดินไม่ออกอาวุธเลย จะมีการปรับลดค่าตัวร้อยละในแต่ละยก โดยผลพวงนี้ เกิดมาจากการชก ระหว่าง โชคปรีชา และ แก่นพิชิต ในการชกวันอาทิตย์ที่ 12 กุมภาพันธ์ 2554 ที่ผ่านมากेमส์ในยก 5 นั้น ทั้งสองออก มาเดิน กินเวลาเกินกว่าครึ่งยก ทำให้แฟนมวยทั้งในสนาม และทั่วประเทศ ออกมาตำหนิการชกของคุณดังกล่าว

ในรายการมวยไทย 7 สี เทคนิคการชกหลักที่นักมวยส่วนใหญ่ใช้ในการแข่งขันชกมวย คือ ยกที่ 1 และยกที่ 2 จะเป็นการชกแบบดูเชิง ออกหมัดไม่ผลิผลาม ระวังตัวเสียเป็นส่วนใหญ่ ค่อย ๆ ทำคะแนน ยกที่ 3 และยกที่ 4 เข้าทำกันจริงจัง ชิงจังหวะชก แลกหมัดทำคะแนน ส่วนยกที่ 5 การชกขึ้นอยู่กับสถานการณ์ของนักมวยแต่ละคน คือ หากเป็นฝ่ายที่มีคะแนนนำจะชกแบบถอยจากคุมเชิง ระวังตัวดักทำคะแนน หากเป็นฝ่ายที่มีคะแนนตามจะต้องเบียดติดไล่บี้ตีเข้าใน หักล้ม หากทั้งสองฝ่ายมีคะแนนเสมอกัน ยกสุดท้ายจะเรียกว่าการชิงดำ ซึ่งนักมวยทั้งสองฝ่ายจะเข้าทำกันอย่างจริงจัง

#### 4.5 ผู้ชม

ปริมาณของผู้ชมในรายการมวยไทย 7 สี ในห้องส่งนั้น ความจุของสนามมวยจุได้ประมาณ 2,400-2,700 คน และทุกอาทิตย์ที่นั่งมักจะเต็มตลอด ขณะที่ผู้ชมที่อยู่ทางบ้านก็มีอยู่ในปริมาณมากอีกเช่นกัน จนส่งผลให้การสำรวจของบริษัทเนชั่น รีเสิร์ช ประเทศไทย จำกัด ซึ่งได้ทำการสำรวจความนิยมในรายการช่วงระหว่าง 12.00 – 16.00 น. ของวันอาทิตย์ พบว่า ความนิยมของผู้ชมมีต่อรายการมวยไทย 7 สี ในปริมาณที่สูงมาก จนทำให้ได้ระดับเรตติ้งเฉลี่ย 7 มาโดยตลอด ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับสูงในช่วงเวลาออกโปรแกรมใหม่ ที่สำคัญพฤติกรรมของผู้ชมรายการมวยไทย 7 สี ก็ไม่ต่างไปจากผู้ชมรายการมวยไทยจอตู้ทั่วไป ที่แม้จะมีกฎหมายห้ามไม่ให้มีการเล่นพนันในบริเวณภายในสนามมวยรายการมวยไทย 7 สี แต่ด้วยการสื่อสารผ่านทางจอโทรทัศน์



ยอมที่จะเสี่ยงกฎระเบียบได้ง่าย และเชื่อว่าภายในสนามจะไม่มีการเล่นการพนันเลย เราสามารถแบ่งกลุ่มผู้ชมมวยไทยหลัก ๆ คือ กลุ่มชนชั้นล่างผู้ใช้แรงงาน กลุ่มเกษตรกร กลุ่มแรงงานนอกระบบ กลุ่มผู้รับเหมา กลุ่มเขียนการพนัน ในประเด็นดังกล่าวนี้ ผู้เขียนได้เข้าไปสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ชมรายการมวยไทย 7 สี จำนวน 4 คน ดังนี้

1. คนขับรถแท็กซี่ รายได้ประมาณ 10,000/เดือน จำนวน 2 คน ทั้งสองคนกล่าวว่า ปรกติจะชอบดูรายการมวยอยู่อยู่แล้ว โดยเฉพาะรายการมวยไทย 7 สี จะชอบชมมากกว่ารายการมวยของช่องอื่น ๆ เพราะดูสนุก ลีลาการชกเร้าใจ นักพากย์เสียงน่าฟัง ลักษณะการชมนั้น จะรวมตัวกันชมที่อุ้งรถแท็กซี่ หรือเป็นบ้านพักของคนใดคนหนึ่ง เนื่องจากวันอาทิตย์ในช่วงบ่าย ๆ ลูกค้ายกจะมีน้อยอยู่แล้ว การชมจะต้องชมกันหลาย ๆ คน ไม่นิยมชมคนเดียว เพราะดูไม่สนุก ส่วนการพนันนั้น ส่วนใหญ่จะเน้นเล่นกันสนุก ๆ กับเพื่อน ๆ ในกลุ่มคนขับรถแท็กซี่ด้วยกันมากกว่าจะไปเล่นกับเขียนการพนัน การพนันแต่ละครั้งมักจะไม่เกิน 1,000 บาท นอกจากนี้ ยังให้ข้อมูลที่น่าสนใจว่า แหล่งการพนันรับแทงมวย ส่วนใหญ่จะเป็นพวกที่รับพนันมวยมักจะอยู่แถวรามคำแหง หรือ แถวประชาสงเคราะห์ สุทธิสาร

2. เกษตรกรผู้หนึ่ง อายุ 45 ปี มีอาชีพทำสวนกล้วยไม้ ซึ่งโดยลักษณะเนื้องานจะมีเวลาว่างในช่วงวันอาทิตย์ การชมรายการมวยไทย 7 สี ก็มักจะชมกับกลุ่มเพื่อนที่บ้าน และมักจะไปชมที่เวทีมวยบ้างเป็นบางครั้ง ส่วนการเล่นการพนัน ก็มักจะเล่นกันสนุก ๆ กับเพื่อนฝูงที่ชมด้วยกันเพื่อเพิ่มอรรถรสในการชม แต่ก็เคยเล่นการพนันกับเขียนมวยที่เวทีบ้างแต่ในปริมาณไม่มากนัก ราว ๆ 5,000 บาท

3. ช่างตัดผมชาย อายุ 53 ปี ซึ่งมีความชื่นชอบมวยไทยเป็นทุนเดิม และมักจะติดตามดูรายการมวยไทย 7 สี เนื่องจากมีความสนุก จัดคู่มวยชกได้สูสี ดูตื่นเต้น โดยมักจะเปิดสลับไปมากับรายการมวยช่องอื่นบ้าง แต่จะดูช่อง 7 เป็นหลัก ซึ่งก่อนการแข่งขันในวันอาทิตย์ ตนจะซื้อหนังสือมวยพวกมวยสยาม มวยตู้ หรือการทำนายผลมวยในหนังสือพิมพ์คม ชัด ลึก เพื่อจะเอามาเปรียบเทียบเล่นพนัน โดยจะโทรไปสอบถามผลการทำนายราคาต่อรองในเบอร์ที่ปรากฏในนิตยสารด้วย

จากการเฝ้าชมมวยทั้งในสนามมวยและรายการมวยไทย 7 สี ผู้ชมคนหนึ่งเล่าให้ฟังว่า จะมีวิธีการให้สัญญาณส่งให้กันไม่ว่าจะเป็นการถือธง ถือหมวกสองสี กระดาษสองสี ตามกติกา หรือบางครั้งจะเป็นที่รู้กันภายในสนามโดยจะมีคนมารับไปพนันให้ สนามมวยจะกำหนดให้ฝ่ายหนึ่งเป็นฝ่ายแดง อีกฝ่ายเป็นน้ำเงิน การเล่นการพนันจะเกิดขึ้นเมื่อความคิดเห็นของคนชมมีไม่ตรงกัน หากผู้ชมคิดว่าทั้งสองฝ่ายมีโอกาสชนะของนักมวยมีเท่า ๆ กัน จะทำให้ผู้เล่นทั้งสอง



ฝ่ายต่อรองด้วยราคาเสมอกัน หรือ 1:1 แต่ถ้าหากฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดมีความมั่นใจว่านักมวยที่ตนเชียร์อยู่ น่าจะชนะอีกฝ่ายหนึ่ง ราคาต่อรองก็จะเปลี่ยนแปลงไปด้วย ฝ่ายที่มั่นใจมากก็จะต่อมากขึ้นไปเรื่อย ๆ เช่น 10:9 5:4 7:4 2:1 4:1 ถึง 100:1

ตัวอย่างของการลงทำนายการพนันมวยชอง 7 สี ในนิตยสารมวยสยาม ฉบับที่ 1946 มีการเขียนไว้ในคอลัมน์ราคาต่อรองชอง 7 ไว้ดังนี้

“มวยไทย 7 สี วันอาทิตย์ที่ 30 มกราคม 2544 ชอง 7 สี แสนเพชร เกียรติเพชร น้อย (แดง) ป.6 เอ็กซีทีคอนนิม (น้ำเงิน พิกัด 104 ปอนด์ เรตเปิด แสนเพชร ต่อ 5-4 กรรมการ ยอดยิ่ง เกสรมาลา ผู้ห้าม หมดยกแรก ร้อง 3-2 รอง แสนเพชร ต่อ 5-4 หมดยกสอง ป.6 พลิกต่อ 3-2 เดินตรงคว่ำคอ กดคอแทงยัดได้ แสนเพชร ตัวโก่งรับเข้าศอกหน้าสะบัด หมดยกสาม แสนเพชรพลิกกลับมาต่ออีกครั้งต่อ 13-1 ของขึ้น ขวางแล้วแทงแลกกันไปมา...ยกสุดท้าย อัดชิดให้ ป.6 ห้าหมื่นบาท ออกมามีหมัดแจม ต่อยแล้วเข้าไปกอด...”

จะเห็นได้ว่า ด้วยอิทธิพลของสื่อโทรทัศน์ รวมไปถึงสื่อ นิตยสารสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับมวยจอบู้ สามารถขยายการเล่นการพนันแอบแฝงเอาไว้ จึงมีการลักลอบเล่นการพนันกันจำนวนมาก เนื่องจากไม่สามารถจะรู้เห็นได้อย่างชัดเจนว่ามีการเล่นพนัน เพราะการชมทางโทรทัศน์สามารถเป็นช่องทางหลบเลี่ยงการตรวจสอบได้ง่าย อีกทั้งยังมีสื่อ นิตยสารมวยจอบู้ ที่มีการเก็งผลการชกเอาไว้ล่วงหน้า และราคาต่อรอง ทำให้มวยจอบู้เป็นอีกช่องทางเลือกหนึ่งของนักการพนันมวย

#### ตารางที่ 4.3 ระดับความนิยมของผู้ชมต่อรายการมวยไทย 7 สี

ปี	ระดับความนิยม (Rating) ในรายการช่วงวันอาทิตย์ระหว่าง เวลา 12.00 – 16.00 ของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ชอง 7
2550	6.5
2551	7.5
2552	7
2553	7
*1 เรตติ้ง เฉลี่ยผู้ชมประมาณ 5-6 แสนคนต่อนาที	

ที่มา : บริษัท นีลสัน รีเสิร์ช ประเทศไทย

#### 4.6 กลุ่มทุนโฆษณากับสถานีโทรทัศน์

ตั้งแต่ ทศวรรษ 2530 เป็นต้นมา กล่าวได้ว่า วงการสื่อโทรทัศน์ได้ขยายตัวเพื่อ การพาณิชย์สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง สังเกตได้จากการเพิ่มสัดส่วนรายการประเภทบันเทิงในสัดส่วนที่ มากกว่ารายการประเภทข่าวและสาระ เพื่อแข่งขันซึ่งผู้ชมจากผู้โฆษณาและจากช่องที่เป็นคู่แข่ง เพื่อทำกำไรสูงสุด สัดส่วนของรายการหลักที่สถานีและบริษัทผู้ผลิตในอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์มัก ได้แก่ รายการละคร รายการประเภทวาไรตี้ รายการตลก รายการเกมโชว์ รายการประเภททอล์กโชว์ รายการภาพยนตร์ชุด รายการข่าว ซึ่งจากการเน้นนำเสนอรายการประเภทดังกล่าวที่นำเอา ความนิยมจากผู้ชมและที่จะส่งผลให้ค่าโฆษณาสูงขึ้นมาเป็นตัวตัดสินใจหลักต่อการกำหนด สัดส่วนรายการ ซึ่งจากพ.ศ. 2535 ถึง 2539 เวลาว่างกันเพียง 4 ปี สถานีโทรทัศน์มีรายได้จาก การโฆษณาถึง 54-59% ของค่าโฆษณาทั้งหมด เนื่องจากเป็นประเภทรายการที่เรียกความนิยม จากผู้ชมได้ค่อนข้างสูง ซึ่งแน่นอนว่าจะมีผลทำให้ค่าโฆษณาเข้ามาสูงด้วยเช่นกัน ทุนโฆษณาจึง เข้ามามีอิทธิพลต่อการกำหนดเนื้อหาและรูปแบบการดำเนินรายการของสื่อโทรทัศน์ และรายได้ จากการโฆษณาได้กลายมาเป็นรายได้หลักของการผลิตรายการโทรทัศน์

เมื่อปริมาณของการเข้าถึงสื่อโทรทัศน์ของประชาชนมีมากขึ้น จากแต่เดิมในยุค แรกเริ่มที่มีสื่อโทรทัศน์นั้น ปริมาณการเข้าถึงจะกระจุกตัวอยู่เฉพาะในชนชั้นสูงและชนชั้นกลางใน เมืองเป็นเสียส่วนใหญ่ ชนชั้นล่างหรือชนชั้นกลางล่างที่ต้องการชมสื่อโทรทัศน์จึงมักจะอาศัยชมทีวี จากห้างร้านต่าง ๆ ที่เปิดขายเป็นบางช่วง เมื่อปริมาณผู้ชมยังมีจำนวนจำกัด ทุนโฆษณาในยุค แรก ๆ จึงมีปริมาณไม่มากนักและมักจะเป็นทุนโฆษณาสินค้าจากบรรษัทต่างประเทศหรือสินค้าที่ มุ่งตอบสนองความต้องการของชนชั้นสูงและชนชั้นกลางเป็นหลัก แต่เมื่อระบบเศรษฐกิจของไทย ได้เข้าสู่ช่วงของการพัฒนาแบบทุนนิยมที่ทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนสูงมากขึ้นและการปรับโครงสร้าง การผลิตต่าง ๆ ในทศวรรษ 2530 เป็นต้นมา ปริมาณการเข้าถึงสื่อโทรทัศน์ขยายตัวสูงมากขึ้น ตามลำดับ ความต้องการซื้อโทรทัศน์จึงมีมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการแข่งขันจำหน่ายโทรทัศน์จาก หลายบริษัททั้งจากยุโรปและญี่ปุ่น จนทำให้ราคาโทรทัศน์ลดลงเรื่อย ๆ และทำให้ผู้มีรายได้ปาน กลางและรายได้น้อยมีโอกาสในการซื้อและเข้าถึงสื่อโทรทัศน์สูงขึ้น ส่งผลต่อการขยายฐานผู้ชมที่มี หลายช่วงระดับรายได้และหลากหลายชนชั้น ทำให้ช่องโทรทัศน์ต่าง ๆ พัฒนาสัดส่วนรายการ เพื่อสนองความต้องการของผู้ชมส่วนใหญ่ (Mass) ที่ต้องการชมรายการประเภทบันเทิงเป็นหลัก ในส่วนของค่าโฆษณานั้น เมื่อปริมาณผู้ชมขยายฐานกว้างมากขึ้น ย่อมเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่ ทางช่องจะนำไปใช้เพื่อต่อรองกับกลุ่มทุนโฆษณาในการขึ้นราคาค่าโฆษณาที่เพิ่มสูงขึ้นมาก จะเห็นได้ว่า ในช่วงทศวรรษ 2510 – 2520 ซึ่งถือว่าเป็นช่วงการปรับตัวของวงการสื่อโทรทัศน์นั้น ค่าโฆษณาจะอยู่เฉลี่ยประมาณ 15,000 – 20,000 ต่อนาที ต่อมาในช่วงปลายทศวรรษ 2520 – ทศวรรษ 2530 อัตราค่าโฆษณามีการเพิ่มในระดับที่สูงขึ้นเรื่อย ๆ แปรผันไปตามปริมาณฐานกลุ่ม

ผู้ชมที่เข้าถึงสื่อโทรทัศน์เพิ่มขึ้น มีการเพิ่มค่าโฆษณาเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 40,000-80,000 ต่อนาที และจนกระทั่งถึงปัจจุบัน ที่อุตสาหกรรมโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์มีมูลค่าในการขยายตัวที่สูงมาก หากเทียบกับการโฆษณาผ่านสื่ออื่น ๆ เช่น อุตสาหกรรมโฆษณาโดยรวมในปี 2553 มีมูลค่ารวมทะลุ 1 แสนล้านบาท หรือขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2552 ไม่ต่ำกว่า 12-13% บริษัท นีลเสน รีเสิร์ช ประเทศไทย จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทด้านการสำรวจตลาดและความนิยมให้กับสื่อโทรทัศน์ รายงานตัวเลขในรอบ 11 เดือนว่ามีมูลค่ารวมถึง 91,732 ล้านบาท ซึ่งสูงกว่าตัวเลขทั้งปีของปี 2552 ที่มีมูลค่ารวม 90,217 ล้านบาทไปแล้ว ทั้งนี้ พบว่าในรอบ 11 เดือนที่ผ่านมา (มกราคม-พฤศจิกายน 2553) กลุ่มทุนสินค้าต่าง ๆ มีการใช้ งบโฆษณาผ่านสื่อทีวีถึง 55,425 ล้านบาท เพิ่มขึ้นกว่า 15% ที่สำคัญมีส่วนแบ่งการตลาดสูงถึง 60% จากเดิมที่สื่อทีวีจะมีส่วนแบ่งเฉลี่ยราว 57 - 58% และในปี 2553 ที่ผ่านมามีบรรดาสื่อหลักทั้งทีวี วิทย์ แมกกาซีน และหนังสือพิมพ์ ซึ่งมีส่วนแบ่งรวมกันถึงราว 90% ของตลาดยังถือว่าอยู่ในภาวะที่เติบโตได้ดี โดยสื่อโทรทัศน์ขยายตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 15% หนังสือพิมพ์ขยายตัวเพิ่มขึ้น 7% นิตยสารขยายตัวเพิ่มขึ้น 3% ส่วนสื่อวิทยุยังอยู่ในภาวะที่ทรงตัว แต่ก็ไม่ถือว่าเลวร้ายนักหากเทียบกับปีก่อน ๆ ซึ่งตัวแปรสำคัญที่ทำให้อุตสาหกรรมโฆษณาขยายตัวได้ค่อนข้างสูงมาจาก 2 - 3 ส่วนหลัก คือ

1. นักการตลาดและเจ้าของสินค้ามีความเชื่อมั่นเพิ่มขึ้น ทำให้มีการจัดสรรงบประมาณการตลาดและงบโฆษณาเพิ่มขึ้น
2. การแข่งขันในตลาดในแต่ละกลุ่มสินค้าเพิ่มขึ้น และ
3. เป็นผลมาจากการปรับขึ้นอัตราค่าโฆษณาของสื่อทีวีที่มีการขยับอยู่เป็นระยะมาตลอดทั้งปีนั่นเอง โดยเฉพาะสื่อทีวีที่มีการปรับขึ้นราคาเฉลี่ยถึง 12% เวลาโฆษณาในสื่อทีวีในขณะนี้ยังเป็นที่ต้องการที่สูงมาก เรียกว่าสูงจนขนาดที่ว่าบางช่วงเวลา 24 ชั่วโมงที่ออกอากาศนั้น ไม่มีเวลาโฆษณาเหลือขาย ซึ่งเชื่อกันว่า แนวโน้มจะยังเป็นแบบนี้ต่อเนื่องอีกตลอดปี 2554 นี้ (ประชาชาติธุรกิจ : 06 มกราคม 2554 ปีที่ 34 ฉบับที่ 4277)

#### ตารางที่ 4.4 แสดงการเข้าถึงโทรทัศน์ของประชากรไทยในปัจจุบัน

รายได้ต่อครัวเรือน	จำนวนเครื่องโทรทัศน์ที่มีต่อครัวเรือน
ต่ำกว่า 5000 บาท	1 เครื่อง
มากกว่า 25,000 บาท	มากกว่า 2 เครื่อง

ที่มา : ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจธนาคารไทยพาณิชย์

ในการดำเนินการจัดแข่งขันมวยไทย 7 สี นั้นไม่ได้มีการเก็บค่าผ่านประตู เหมือนอย่างในการแข่งขันของเวทีราชดำเนินหรือลุมพินี การหาแหล่งทุนเพื่อจัดรายการ จึงเลี้ยงไม่ได้ที่

จะต้องมาจากกลุ่มผู้ให้การสนับสนุนรายการ ซึ่งให้ทุนแก่ทางรายการเพื่อแลกกับการแพร่ภาพโฆษณาตัวสินค้าของตน กลุ่มทุนหลักในรายการมักจะเป็นประเภทสินค้าที่เน้นกลุ่มเป้าหมาย ผู้ชมรายการ ที่เป็นกลุ่มคนใช้แรงงาน รับเหมาก่อสร้าง กลุ่มชนชั้นกลางล่าง กลุ่มเกษตรกร เช่น ปุณตราเสื่อ ของบริษัทปูนซีเมนต์ไทย ในเครือ SCG ยาฆ่าแมลงยี่ห้อต่าง ๆ น้ำมันนวดตัว น้ำมันเครื่อง เครื่องดื่มบำรุงกำลัง (M150, Lip, Carabao, Dang Red Bull) นอกจากการได้เวลา สำหรับการออกอากาศโฆษณาสินค้าของตนผ่านทางรายการแล้ว ทางกลุ่มผู้สนับสนุนยังมีกลยุทธ์ ในการโฆษณาสินค้าต่าง ๆ อีกจำนวนมาก ทั้งการเป็นผู้แจกของรางวัลแก่นักมวยที่ชนะการชก หรือให้ค่ารักษาสำหรับนักชกที่บาดเจ็บ รวมไปถึงการให้นักมวยสวมกางเกงที่มีตราสินค้าของตน หรือบริเวณรอบ ๆ เชือกที่ชิงรอบเวที ก็จะมีตราสินค้าของตนปรากฏอยู่ กลุ่มทุนผู้สนับสนุน รายการจึงมีอิทธิพลต่อการกำหนดแนวโน้มรูปแบบของรายการ รวมไปถึงการจัดคู่มวยที่นำมาชก เพื่อที่จะได้สนองตอบต่อตัวสินค้าของนายทุนเหล่านี้ ซึ่งเป็นสิ่งที่ทั้งผู้จัดการรายการและนายสนามมวยต้องคำนึงและพิจารณาเป็นลำดับแรก ๆ

กลุ่มทุนหลักที่ให้เงินสนับสนุนรายใหญ่แก่รายการมวยไทย 7 สี คือ สินค้าปูนเสื่อ ในเครือซีเมนต์ไทย ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มทุนสินค้าที่อยู่ร่วมกับรายการมวยไทย 7 สี มาตั้งแต่ต้น มีสายสัมพันธ์ที่แน่นหนามาช้านาน ทางกลุ่มปูนเสื่อ จะมีการให้เงินทุนเพื่อค่าโฆษณาและให้ทางสนามมวยรวมเป็นเงิน 10 ล้านบาท และจะมีการจัดมวยไทย 7 สี รอบปูนเสื่อ ที่เน้นการใช้แม่ไม้มวยไทย และนำนักมวยข้างเผือกจากต่างจังหวัดมาจัดชกประกบกัน โดยผู้ชนะจะได้เงินรางวัลประมาณ 70,000 – 100,000 บาท ด้วยการที่ให้เงินสนับสนุนที่มากแก่ทางรายการ ทางปูนเสื่อจึงมีป้าย ตราสินค้าติดอยู่ขนาดใหญ่บริเวณรอบเวทีมวย และยังมีสปอตโฆษณาอีกด้วย นอกจากนี้ กลุ่มทุน บริษัทอีกรายที่สนับสนุนพื้นที่และส่วนประกอบของเวทีได้แก่เชือกที่ล้อมเวทีและ ป้ายบริเวณมุมเวทีการชกทั้ง 4 มุมคือ บริษัท รีเจนซี ประเทศไทย จำกัดและบริษัทไทยนครพัฒนา จำกัด (แอนตาซิล) ซึ่งเป็นบริษัทที่ผูกขาดการสนับสนุนนี้มานานแล้ว โดยให้ค่าโฆษณาแก่ทางช่อง 7 ในราคา ปีละ 5 ล้านบาท แต่รีเจนซีไม่สารพัดมวยไทยรอบเหมือนกับปูนเสื่อได้ ทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากสายสัมพันธ์ระหว่างช่อง 7 สี กับปูนเสื่อมีมากกว่า

ในการคิดค่าสปอตโฆษณานั้น ทางช่อง 7 คิดในอัตรานาทีละ 1.4 แสนบาท ซึ่งในอัตรานี้ลดไปแล้วร้อยละ 15 เนื่องจากเป็นช่วงเวลาไม่ได้อยู่ในไพรม์ไทม์ จึงลดเปอร์เซ็นต์ให้ กลุ่มทุนสินค้าที่เข้ามาซื้อเวลาโฆษณาระหว่างพักยก จะเป็นกลุ่มทุนขจรไม่ได้เป็นกลุ่มหลักที่สนับสนุนรายการ นอกจากนี้ จากการลงวิจัยสนามของผู้เขียน ยังมีกลุ่มทุนที่น่าสนใจคือ บริษัทควายทอง จำกัด ซึ่งมีคุณเจีย เป็นประธานกรรมการบริหาร บริษัทควายทองเกิดขึ้นจากการที่คุณเจีย ซึ่งอพยพเข้ามาทำงานตามบิดา จากประเทศไต้หวัน จากนั้น ได้อพยพไปอาศัยตามชนบท



ประเทศไทยพบว่าทุกวันหยุด เกษตรกรมักจะมารวมตัวกันชมมวยไทย ทางโทรทัศน์ จึงลงทุนจัดตั้งบริษัทจำหน่ายอุปกรณ์เครื่องจักรทางการเกษตร และใช้การซื้อโฆษณาในรายการมวยไทย 7 สี 1 ล้านบาท ในการให้โลโก้ของตนปรากฏอยู่ในตัวสัญญาฉบับออก ซึ่งคุณเจ็ญเล่าให้ฟังว่า สัญญาฉบับออกสำคัญว่าการซื้อโฆษณาแบบสปอต เพราะคนดูจะจดจำตราสินค้าได้ง่าย และซึมซับไปเรื่อย ๆ จนปัจจุบัน มีตัวแทนขายอุปกรณ์และเครื่องจักรทางการเกษตรของบริษัทควายทอง แล้ว 600 อำเภอ และในอีก 5 ปีข้างหน้า บริษัทตนก็จะเข้าตลาดหลักทรัพย์ และเมื่อไปโมเตอร์ซัน เกียรติเพชร มีการจัดมวยรอบต่างจังหวัดเพื่อเฟ้นหานักมวยมาชกในรายการมวยไทย 7 สี ตนก็จะรับเป็นสปอนเซอร์ในการสนับสนุนทุนการจัดให้ โดยจะมีการนำสินค้าไปจัดแสดงและไปติดตั้งป้ายโฆษณาภายในสถานที่จัดการแข่งขันด้วย นอกจากนี้ ตนก็ยังเสนอให้นักมวยในค่ายคนที่ใส่กางเกงที่มีตราสินค้าของควายทองชกในมวยรอบต่างจังหวัด หรือบางครั้งขึ้นชกในรายการมวยไทย 7 สี ด้วย

นอกจากนี้ยังมีกลุ่มทุนโฆษณาอีกกลุ่มหนึ่งที่สนับสนุนเงินรางวัลสำหรับการชกให้กับนักมวย ซึ่งกลุ่มทุนโฆษณาดังกล่าวนี้จะเป็นกลุ่มที่อยู่ในลักษณะชาจร โดยกลุ่มทุนโฆษณาจะเข้าไปติดต่อขอมอบเงินรางวัลให้กับนักมวย นั้นหมายความว่าในแต่ละสัปดาห์จะมีทุนโฆษณาไม่ซ้ำหน้ากันผลัดเปลี่ยนขึ้นมอบรางวัลให้กับนักมวย แต่ในขณะเดียวกันถ้าหากทางสนามมวยไม่สามารถหาทุนสนับสนุนรางวัลนักมวยได้ครบ ก็จะไปติดต่อกับทางบริษัทรายใหญ่ต่างๆ เช่น บริษัทควายทอง จำกัด ทางผู้วิจัยได้มีโอกาสเข้าไปพูดคุยกับคุณจำ (ฝ่ายการตลาดของบริษัทควายทอง) ได้เล่าให้ฟังถึงกระบวนการดังกล่าว ว่าบริษัทควายทองไม่มีสิทธิที่จะเข้าไปเลือกที่จะให้รางวัลนักมวยใคร หรือให้ตอนไหน จะมีแต่ทางสนามมวยเข้ามาคุยในทำนองว่าการสนับสนุนมวยคู่นี้ว่างอยู่ ทางบริษัท ควายทองมีความสนใจที่จะให้รางวัลกับคู่ชกหรือไม่

ในการจัดมวยแต่ละครั้ง ผู้สนับสนุนมักจะให้ความสำคัญกับคู่เอกของรายการ เนื่องจากมวยคู่นี้ผู้ชมมักจะให้ความสนใจเพราะเป็นคู่ที่จะชกกันอย่างสูสีและเป็นมวยที่สู้ทุกรูปแบบการชกในคู่เอกของรายการ ก่อนที่จะทำการชกนักมวยแต่ละคนได้รับเงินรางวัลคนละ 20,000 บาท ในการให้เงินรางวัลในส่วนดังกล่าวนี้ ทางสนามมวยจะคัดเลือกบริษัทโฆษณามา 5 บริษัท โดยจะกำหนดไว้ให้จ่ายให้กับนักมวยที่ชกในคู่เอกคนละ 4,000 บาท และนอกจากนี้ผู้ที่ชนะในคู่เอกยังได้รับเงินรางวัลเพิ่มเติมจากบริษัทโฆษณาอีก 3 บริษัท บริษัทละ 4,000 บาท ดังนั้นนักมวยที่ชกในคู่เอกถ้าหากเป็นผู้ชนะแล้ว ก็จะได้รับเงินรางวัลซึ่งไม่รวมกับค่าตัว เป็นเงิน 32,000 บาท นอกจากนี้ยังมีรางวัลนักมวยยอดเยี่ยม (นักมวยที่ใช้ศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวครบอาวุธ) จะได้รับเงินรางวัล 12,000 บาท โดยได้รับจากบริษัทโฆษณา 3 บริษัท บริษัทละ 4,000 บาท และยังมีรางวัลที่นักมวยทุกคนปรารถนาอยากจะได้รับคือการคัดเลือกให้ได้รับรางวัลคู่มวยคู่เด็ดประจำ



สัปดาห์ ซึ่งทางสนามมวยจะคัดเลือกในทุกๆสัปดาห์ จะได้รับเงินรางวัลพิเศษ เป็นเงิน 20,000 บาท โดยได้รับจากบริษัทโฆษณา 5 บริษัท บริษัทละ 8,000 บาท เพื่อจ่ายให้กับนักมวยคนละ 4,000 บาท และ ซึ่งมวยคู่ต่อสู้ประจำสัปดาห์ก็จะถูกคัดเลือกอีกครั้งเพื่อให้เป็นมวยคู่ต่อสู้เด็ดแห่งปีรับเงินรางวัล 1,000,000 บาท จากผู้สนับสนุนมวยคู่ต่อสู้แห่งปี

#### ตารางที่ 4.5 ประเภทของกลุ่มทุนโฆษณาที่เข้ามาสนับสนุนรายการมวยไทย 7 สี

กลุ่มทุนสินค้าหลักในงบโฆษณา	กลุ่มทุนสินค้าขายจรทั่วไป ที่ซื้อเวลาโฆษณา ราคา 1.4 แสนบาท/นาที และกลุ่มทุนสินค้าที่สนับสนุนการให้รางวัลแก่นักมวย	
ปูนเสื่อของเครือ SCG	แอนตาซิล	กาวิศคอน ผลิตภัณฑ์ยา
บริษัท รีเจนซี ประเทศไทย จำกัด	ทิฟฟี่	ออดิซ X-Tra โทนิค
บริษัท ไทยนครพัฒนา จำกัด	โสมเกาหลีสั่งกฤษจับ	Shell Fuelsave
บริษัทควายทอง	แอร์ เอ็ม เน้น	เครื่องตีมคาราบาวแดง
	กระทิงแดง	ปุ๋ยไข่มุกตราเสือใบไวกิ่ง
	เบนต้า 500	ยาบำรุงร่างกายตราพญานาค
	ปุ๋ยตรากระต่าย	แผ่นผ้าสมาร์ทบอร์ด
	ปุ๋ยตราไฟร์ดาว	น้ำมันเครื่องโดเกีย 2 T
	ซาร่า	น้ำมันเครื่องโดเกีย 4 T
<b>ผู้สนับสนุนมวยคู่ต่อสู้แห่งปี</b>	ซูเปอร์ลูกทุ่ง	ทิฟฟี่
สหกรณ์โคนมวังน้ำเย็น	ควายทอง	ซาร่า ยาแก้ปวดลดไข้
อุปกรณ์กีฬามวยวินด์สปอร์ต	Nivea for men	Super Coffee Mix
โสมเกาหลีสั่งกฤษจับ ตราแปรงสีฟันคู่	Ambipur Car	เครื่องตีมแรงเยอร์
แครี่บอย	การ์นีเย	บริษัทควายทอง
ยาดองเหล้าตราเสือ 11 ตัว	เครื่องตีม Super ลูกทุ่ง	ไบร์วิวดาเปอร์ริบ
อุปกรณ์กีฬามวย Top King Boxing	State Sport Pro 4T	บริษัทไบร์วิวดมาร์กาเรต จำกัด
โรงแรมเกาะช้างลาภูญ ริสอร์ต	ปุ๋ยตรากระต่าย	ภาพยนตร์เรื่องหลุด 4 หลุด
พัฒลมพदानและหลอดไฟ NPV	กาวซีเมนต์และยาแนวกระเบื้อง	L'OREAL Mens
บริษัทมัตซุชิ อิเล็กทริก จำกัด	เวบเบอร์ตราตุ๊กแก	
	ศรีสวัสดิ์ เงินติดล้อ	ยานยนต์อุหมอมี่

ที่มา : จากการติดตามรายการมวยไทย 7 สี ในระหว่างวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2554 – 20 กุมภาพันธ์ 2554 และวันที่ 17 เมษายน 2554

#### 4.7 บทสรุป

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าในรายการมวยไทย 7 สี มีบุคคลที่เข้ามา มีบทบาทประกอบไปด้วย นายสนามมวย (สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7) ผู้จัดการรายการ (โปรโมเตอร์) หัวหน้าค่ายมวย นักมวย ผู้ชม และกลุ่มทุนโฆษณา จากการลงสนามสังเกตการณ์พบว่า ในรายการมวยไทย 7 สี ไม่มีการเก็บค่าเข้าชม นายสนามมวยกับนายทุนก็คือสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ถือได้ว่าเป็นบุคคลเดียวกัน เพราะนายสนามมวยก็คือผู้บริหารของสถานี โปรโมเตอร์จัดการแข่งขัน ในรายการมวยไทย 7 สี คือ นายพีระพงษ์ ธีระเดชพงศ์ ถือได้ว่าเป็นบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญในวงการมวยไทยมาอย่างยาวนาน เป็นผู้มีความสำคัญมากต่อการจัดการรายการมวยไทย 7 สี และอาจจะมากกว่านายสนามมวยด้วยซ้ำ เพราะหน้าที่ในการจัดการรายการทั้งหมดอยู่ที่โปรโมเตอร์ และเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการจัดการรายการให้ออกมาเป็นที่ถูกใจของผู้ชม หัวหน้าค่ายมวย เป็นผู้ป้อนวัตถุดิบให้กับโปรโมเตอร์ ก็คือนักมวย บทบาทสำคัญของการเป็นหัวหน้าค่ายก็คือการดูแลการผลิตนักมวยให้มีความพร้อม มีความสมบูรณ์ในการขึ้นชก และเน้นการผลิตนักมวยที่แข็งแกร่ง ดุเด็ด และออกอาวุธหนัก เพราะถ้านักมวยในค่ายของตนมีชื่อเสียงและได้รับชัยชนะ ก็จะเป็นโอกาสอันดีในการส่งนักมวยขึ้นชกในรายการได้ต่อไปเรื่อยๆ ค่ายมวยที่ส่งนักมวยขึ้นในชกในรายการส่วนใหญ่แล้วก็จะกลายเป็นค่ายมวยที่อยู่ในความดูแลของโปรโมเตอร์ เพราะโปรโมเตอร์สามารถควบคุมและกำหนดตัวนักมวยในการขึ้นชกเพื่อเรียกเสียงจากผู้ชมในรายการมวยไทย 7 สี ได้ ซึ่งผู้ชมในรายการส่วนมากแล้วจะเป็นกลุ่มชนชั้นแรงงาน ชุมเพื่อความสนุกสนาน พฤติกรรมของผู้ชมรายการมวยไทย 7 สี ก็ไม่ต่างไปจากผู้ชมรายการมวยไทยจอตู้ทั่วไป ที่แม้จะมีกฎหมายห้ามไม่ให้มีการเล่นพนันในบริเวณภายในสนามมวยรายการมวยไทย 7 สี แต่ด้วยการสื่อสารผ่านทางจอโทรทัศน์ ย่อมที่จะเสี่ยงกฎระเบียบได้ง่าย ในการดำเนินการจัดแข่งขันมวยไทย 7 สี นั้นไม่ได้มีการเก็บค่าผ่านประตู เหมือนอย่างในการแข่งขันของเวทีราชดำเนินหรือลุมพินี การหาแหล่งทุนเพื่อจัดการรายการ จึงเสี่ยงไม่ได้ที่จะต้องมาจากกลุ่มผู้ให้การสนับสนุนรายการ เพื่อแลกกับการแพร่ภาพโฆษณาตัวสินค้าของตนผ่านในรายการหรือผ่านตัวนักมวย

จะเห็นได้ว่าในการผลิตรายการมวยไทย 7 สี ต่างมีกลุ่มบุคคลมากมายที่ต่างเข้ามาต่างมีปฏิสัมพันธ์เชิงอำนาจเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ร่วมกันจากการดำเนินรายการดังกล่าว

## บทที่ 5

### กระบวนการทำให้เป็นสินค้า : กรณีมวยไทยผ่านรายการมวยไทย 7 สี

จากบทที่ 3 และบทที่ 4 ผู้เขียนได้วิเคราะห์และอธิบายพัฒนาการ โครงสร้างของมวยไทย และองค์ประกอบของมวยไทยในรายการมวยไทย 7 สี ในรายละเอียดต่าง ๆ ซึ่งภาพรวมของสองบทที่กล่าวมา จะนำมาอธิบายในเชิงทฤษฎีและแนวคิดเพื่อวิเคราะห์กระบวนการทำให้มวยไทยในฐานะวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมาช้านานของไทยกลายเป็นสินค้า โดยมุ่งตอบคำถามว่ามวยไทยในฐานะที่เป็นศิลปวัฒนธรรมการต่อสู้ของสังคมไทยมาช้านานนั้น มีกระบวนการที่กลายเป็นสินค้าได้อย่างไร ผู้เขียนแบ่งประเด็นในการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ประเด็นด้วยกันคือ

#### 1. นักมวยกับกลไกการตั้งราคา (Pricing)

ผู้เขียนจะชี้ให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบสาระของมวยไทยตามบริบทของประวัติศาสตร์เศรษฐกิจในภาพรวม โดยใช้ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองของมาร์กซ์เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ เพื่อชี้ให้เห็นว่ามวยในฐานะวัฒนธรรมแปรเปลี่ยนมาสู่อุตสาหกรรมเชิงพาณิชย์ในระบบทุนนิยม ซึ่งระบบทุนนิยมส่งผลให้กระบวนการทำให้เป็นสินค้าได้เข้ามามีอิทธิพลต่อวงการมวยไทยด้วยอำนาจของการตั้งกลไกการราคามาเป็นตัวกำหนดระดับหรือเป็นตัวชี้วัดคุณภาพของตัวนักมวยมากกว่าการพิจารณาไปที่ฝีมือการชกเหมือนในสมัยก่อน

#### 2. นักมวยกับการใช้ร่างกายเป็นทุนรอน (Bodily Capital)

ในการวิเคราะห์ประเด็นดังกล่าว จะเป็นส่วนต่อมาจากหัวข้อแรก ซึ่งเมื่อเราพิจารณาว่านักมวยได้กลายเป็นสินค้าชนิดหนึ่งผ่านกลไกตั้งราคาแล้ว ปัจจัยในการทำการผลิตสินค้าชนิดนี้ก็คือเรือนร่างของนักมวยนั่นเอง ผู้เขียนได้ใช้ทฤษฎีทุนรอน (Bodily Capital) ของบูร์ดิเยอและ Loic Wacquant มาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อแสดงให้เห็นกระบวนการขูดรีดมูลค่าจากร่างกายนักมวยได้ชัดเจนยิ่งขึ้น และยังแสดงให้เห็นถึงกระบวนการใช้เรือนร่างของนักมวยให้กลายเป็นทุนประเภทหนึ่งเพื่อให้เกิดมูลค่าแลกเปลี่ยนในอุตสาหกรรมมวยไทย

#### 3. ความมั่งคั่งในกระบวนการกลายเป็นสินค้า

ในส่วนนี้ จะแสดงให้เห็นถึงกระบวนการสะสมส่วนเกินในกระบวนการทำให้มวยไทยกลายเป็นสินค้า ว่าใครเป็นผู้ครอบครองหรือผูกขาดความมั่งคั่งในกระบวนการผลิตนี้ ผู้เขียนจะวิเคราะห์กระบวนการดำเนินการผลิตรายการมวยไทย 7 สี โดยยึดเอาทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองของมาร์กซ์รวมไปถึงทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองด้านสื่อสารมวลชนมาเป็นหลักในการวิเคราะห์ เพื่อชี้ให้เห็นกระบวนการผลิตและความสัมพันธ์เชิงผลประโยชน์ระหว่างผู้

จัดรายการผู้จัดรายการมวยไทย 7 สี (ช่อง 7) กับกลุ่มทุนสินค้าและวีเยนที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดเนื้อหา รูปแบบของรายการมวยไทย 7 สี เพื่อชี้ให้เห็นถึงการขยายทุนจากการสะสมมูลค่ากำไรส่วนเกินที่ทางช่อง 7 ได้รับจากการจัดรายการมวยไทย 7 สี เพื่อใช้ส่วนเกินกำไรไปผลิตซ้ำต่อไป

## 5.1 นักมวยกับกลไกการตั้งราคา (Pricing)

กระบวนการกลายเป็นสินค้าในความคิดของ คาร์ล มาร์กซ์ คือ การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการใช้สอย (use value) ไปสู่มูลค่าในการแลกเปลี่ยน (exchange value) ซึ่งการกลายเป็นสินค้าของพลังงานแรงงานมนุษย์ ถูกทำให้มีมูลค่าในการแลกเปลี่ยนในระบบตลาดทุนนิยม กล่าวอีกนัยยะหนึ่ง กระบวนการกลายเป็นสินค้าแปรสภาพจากผลผลิต (product) เป็นสินค้า (commodity) ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงวิถีการผลิตของผลผลิตนั้น ๆ จากการผลิตใช้เองไปสู่การผลิตเพื่อแลกเปลี่ยนเป็นสำคัญ โดยสินค้านั้น ๆ จะต้องต้องมีมูลค่าแลกเปลี่ยน หรือก็คือมูลเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนขึ้น

กลไกสำคัญที่ช่วยแปลงทุกสิ่งทุกอย่างให้กลายเป็นสินค้าคือการตั้งราคา (pricing) ให้กับสิ่งนั้น ๆ ทำให้สิ่งนั้นก้าวจากมูลค่าใช้สอยมาสู่มูลค่าแลกเปลี่ยน อันเป็นกฎของมูลค่าที่ระบบทุนนิยมใช้เป็นรูปแบบหลัก เราสามารถแบ่งรูปแบบการตั้งราคาที่เขาามีอิทธิพลต่อนักมวยไทยเป็น 2 ประเภทด้วยกัน ซึ่งผู้เขียนจะวิเคราะห์พัฒนาการที่กลไกการตั้งราคาเข้ามาเกี่ยวข้องไปตามยุคสมัยดังนี้

### 5.1.1 การตั้งราคาในรูปแบบของเงินรางวัล (ก่อน พ.ศ. 2488)

ในช่วงแรกเริ่มของมวยไทยนั้น กลไกการตั้งราคายังไม่มีบทบาทสำคัญมากนัก เนื่องจากนักมวยส่วนใหญ่ชกมวยเพื่อฝึกฝนในฐานะที่เป็นวิชาความรู้เพื่อใช้ในการต่อสู้ป้องกันตัวในศึกสงครามและผู้ฝึกฝนมวยไทยส่วนใหญ่จะเป็นทหารหรือผู้ที่ชื่นชอบและเชี่ยวชาญในด้าน การรบเป็นหลัก ซึ่งมูลเหตุจูงใจสำคัญของการเข้ามาสู่วงการมวยไทยในสมัยนี้ก็เพื่อหวังจะเลื่อนสถานะทางสังคมของตนเพราะหากชนะในการชกมักจะได้รับการเลื่อนยศหรือได้มีโอกาสเข้ามาทำงานรับใช้พระเจ้าแผ่นดิน

เมื่อห่างเหินจากช่วงสงครามแล้ว ช่วงต้นรัตนโกสินทร์จนถึงช่วงรัชสมัยรัชกาลที่ 5 มวยไทยค่อย ๆ เปลี่ยนสาระตติการการฝึกฝนเพื่อสู้รบในการสงคราม มาเป็นการฝึกฝนเพื่อแสวงหาความรู้ในฐานะเป็นศาสตร์แห่งการต่อสู้ ในช่วงนี้เองที่เริ่มมีการตั้งราคาในรูปแบบของเงินรางวัลจากพระมหากษัตริย์หรือผู้จัดงาน ซึ่งมีการจัดแข่งขันกันตามงานบุญงานวัดต่าง ๆ หรือในวังเมื่อนักมวยได้รับค่าตัวสำหรับการชก ผู้ที่ชกชนะก็จะได้รับรางวัลนอกเหนือไปจากค่าตัวอีกด้วย ซึ่ง

เรียกกันปูนบำเหน็จจากชนชั้นสูงหรือผู้จัดการแข่งขันนั้น ๆ ซึ่งนักมวยจะได้ส่วนของค่าตัวและรางวัลและจะแบ่งให้กับครูผู้ฝึกตามแต่ความต้องการของตนเองหรือการเรียกจากครูผู้สอนซึ่งเป็นเพียงค่าอาจารย์เท่านั้น ไม่ได้มีกฎเกณฑ์ตายตัวอย่างเช่นในปัจจุบันว่าจะแบ่งกันเท่าไร

จนถึงทศวรรษ 2460 เป็นต้นมา รูปแบบการให้เงินรางวัลถูกใช้สำหรับเป็นมูลจูงใจสำหรับนักมวยที่ขึ้นชกแข่งขันเริ่มมีความชัดเจนและเป็นระบบมากขึ้น กล่าวคือ การจัดการประกวดแข่งขันการชกมวยไทยในฐานะที่เป็นมหรสพกันอย่างเต็มรูปแบบได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายโดยสามารถแบ่งตามยุคสมัยได้ดังนี้

1. สมัยสวนกุหลาบ ซึ่งเป็นสมัยกระแสความนิยมชมชอบในการชกมวยไทยในฐานะมหรสพมีสูงมาก จึงมีการจัดแข่งขันชกมวยไทยกันหลายครั้ง การชกในสมัยนี้ยังนิยมการคาดเชือก แต่การชกได้กำหนดจำนวนยกที่แน่นอน และจะมีกรรมการผู้ตัดสินที่ขาดอยู่ข้าง ๆ เวทีนักมวยที่เข้ามาแข่งขันชกมวยไทย ส่วนใหญ่ยังเป็นผู้ที่ฝึกฝนศิลปะมวยไทยในฐานะเป็นวิชาความรู้ ซึ่งการเข้าแข่งขันนั้นระดับการตั้งเงินรางวัลยังไม่สูงมากนักและยังไม่มีแปรผันไปกับความนิยมของนักมวย กล่าวคือ แม้นักมวยจะมีชื่อเสียงว่าชกดีแค่ไหน ค่าตัวในรูปแบบของเงินรางวัลที่ชนะการชกก็จะถูกตั้งมาในราคาตายตัว ไม่ได้แปรผันไปกับการมีชื่อเสียงของนักมวย

2. สมัยท่าช้าง ซึ่งถือเป็นช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อจากการคาดเชือกมาเป็นสวมนวม ซึ่งนับตั้งแต่เมื่อปี พ.ศ. 2462 มีการจัดการแข่งขันเป็นระยะ ๆ มีการสร้างสนามมวยชั่วคราวอย่างแพร่หลาย รูปแบบของเงินรางวัลยังคงจัดให้ตามแต่ผู้จัดกำหนดซึ่งไม่อิงกับการมีชื่อเสียงของตัวนักมวย ขณะที่นักมวยส่วนใหญ่ซึ่งฝึกฝนมวยไทยตามค่ายมวยที่มีอยู่ในช่วงเวลานั้นก็มุ่งจะได้เรียนรู้ศาสตร์ด้านมวยเป็นหลัก ไม่ได้ยึดเป็นอาชีพ ซึ่งกระบวนการและจุดประสงค์ของการชกยังคงเน้นการเฟ้นหานักมวยที่มีฝีมือการชกที่ดีมีคุณภาพ เนื่องจากเน้นการออกลีลาการชกตามแบบแม่ไม้มวยไทยอย่างแท้จริง นักมวยยังเป็นมือสมัครเล่นที่ได้เรียนรู้ตามค่ายมวยจากครูฝึกและขึ้นชกแข่งขันเป็นคราว ๆ ไป ไม่ได้ยึดมาเป็นอาชีพ

3. สมัยสวนสนุก การจัดการแข่งขันในยุคนี้ ผู้ที่มีอำนาจในการกำหนดเชิงนโยบายและโครงสร้างของมวยไทยได้เริ่มเปลี่ยนมือจากสถาบันพระมหากษัตริย์มาสู่ราษฎรมากขึ้นในการเข้ามาบริหารจัดการแข่งขัน ด้วยปัจจัยที่มีการจัดการแข่งขันโดยเฉลี่ยแล้วมีมากขึ้นแพร่หลายทั้งในกรุงเทพฯ และในต่างจังหวัด ทั้งนี้เนื่องมาจากความนิยมของผู้ชมที่ขึ้นชมการแข่งขันชกมวยไทย และเพื่อจูงใจให้ผู้คนเข้ามาชกมวยมากขึ้น จึงมีการตั้งเงินรางวัลในราคาที่สูงกว่ายุคก่อน ส่งผลให้ผู้คนหันมาสนใจเข้ามาชกแข่งขันตามเวทีสนามมวยชั่วคราว แต่อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีการตั้งราคาตัวนักมวยอย่างชัดเจน มีเพียงแต่การให้เงินรางวัลสำหรับการชกเป็น



ครั้ง ๆ ไปเท่านั้น ในยุคดังกล่าว มีนักมวยที่มีชื่อเสียงหลายคน อาทิเช่น สมาน ดิลกวิลาศ สมพงษ์ เวชสิทธิ์ กรรมการตัดสินชกมวยที่มีชื่อเสียง เช่น หลวงพิพัฒน์ พลกาย นายสุนทร ทวีสิทธิ์ และนาย นิยม ทองชิตร์ แต่ข้อสังเกตคือนักมวยเหล่านี้ส่วนใหญ่ยังไม่ได้หันมายึดอาชีพมวยไทยในการหา เลี้ยงตนเองอย่างเต็มตัว เนื่องจากหลายคนประกอบอาชีพหลักในการรับราชการหรืออาชีพด้าน เกษตรกรรม

4. สมัยหลักเมืองและสวนเจ้าเชษฐา การแข่งขันชกมวยไทยในช่วงเวลานี้เป็นการ ตื่นตัวที่สูง เนื่องจากทางทหารได้เข้ามาจัดการเก็บเงินบำรุงราชการทหารจากการชกมวยไทย เริ่มมีการตั้งเงินรางวัลตามฝีมือและความสามารถของการจัดประเภทการชกในแต่ละคู่ แต่นักมวย ก็ยังไม่มีกรียึดอาชีพในการชกมวยไทยอย่างแท้จริง เนื่องจากการตั้งค่าตัวหรือรายได้จากการชก ยังไม่มีระบบในเชิงสถาบันที่ชัดเจนเข้ามารองรับ เช่นยังไม่มีผู้ประกอบการค่ายมวยที่มากพอที่เข้า มาลงทุนในการเปิดกิจการค่ายมวยเพื่อจัดหานักมวยมาชก ค่ายมวยต่าง ๆ มีขึ้นเสมือนเป็น โรงเรียนสอนวิชาความรู้ศาสตร์ด้านการต่อสู้มวยไทยเสียมากกว่า ในมีนักมวยไทยที่มีชื่อเสียง หลายคน เช่น ผล พระประแดง เพิก สิงห์พัลลภ ถวัลย์ วงศ์เทเวศร์ ประเสริฐ ส.ส. การจัดการ แข่งขันดำเนินไปหลายปี จนกระทั่งเกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 จึงเลิกจัดไป

ดังนั้น จากตัวอย่างของยุคต่าง ๆ ที่แสดงให้เห็นว่ากลไกและโครงสร้างการจัดการ แข่งขันชกมวยไทยในยุคนี้ไม่ได้ก่อให้เกิดการขึ้นมาของกลุ่มนายทุนหรือผู้ประกอบการที่มาทำ หน้าที่หลักในการแสวงหาประโยชน์ทางกำไรส่วนเกินจากมวยไทยเพื่อผลิตซ้ำมูลค่าส่วนเกินจาก มวยไทยในช่วงยุคก่อน พ.ศ. 2488 มวยไทยจึงมีความเป็นมูลค่าใช้สอย (use value) เพื่อความ บันเทิงในลักษณะมหรสพ และมีมูลค่าการแลกเปลี่ยนในเบื้องต้นเท่านั้น โดยที่ไม่ได้เกินขั้นตอน มูลค่าแลกเปลี่ยนที่มีการสะสมมูลค่าส่วนเกินและการผลิตซ้ำจากการแข่งขันชกมวยไทย ตาม ทฤษฎีของมาร์กซ์ เป็นเพียงแค่กระบวนการขายสินค้า คือการจัดแข่งขันมวยไทย(C)แล้วเก็บค่าเข้า ชม (ค่าผ่านประตู) เพื่อซื้อสินค้า (C) คือความบันเทิง สนุกสนานในการชมศิลปะการต่อสู้ที่ผู้ชม ซื้อจากการจ่ายค่าเข้าชมเป็นมูลค่าใช้สอย การหมุนเวียนของทุนจึงเป็นลักษณะอย่างง่ายและยัง ไม่เกิดกระบวนการสะสมทุนหรือมูลค่าส่วนเกิน อีกทั้งบรรดานักมวยส่วนใหญ่ในยุคดังกล่าวมี มูลเหตุจูงใจในการชกไม่ได้เพื่อเงินเป็นหลัก หากแต่จุดหมายก็คือความต้องการได้ฝึกฝนศิลปะ แม้ไม้มวยไทย ระบบการผลิตนักมวยจึงยังเป็นอิสระขึ้นอยู่กับนักมวยเองในการตัดสินใจเข้ามาชก หรือได้รับการชักจูงมาจากผู้จัดชก และไม่ได้มีลักษณะการฝึกอยู่ในค่ายมวยเป็นอาชีพ หากแต่ เป็นเพียงการฝึกฝนกับครูมวยและมีการแบ่งปันเงินรายได้กันเพื่อตอบแทนในลักษณะความ กตัญญูรู้คุณเท่านั้น ไม่ได้เป็นกระบวนการจัดหารายได้อย่างมีระบบแต่อย่างใด ส่งผลให้กลไกการ ตั้งราคาเข้ามาในวงการมวยไทยนั้น จะเข้ามาในลักษณะรูปแบบของเงินรางวัลที่ให้แก่นักมวยใน

การจัดการแข่งขันชกมวยไทยในแต่ละคราวไป ไม่ได้มีการตั้งราคาที่ต้องกับตัวนักมวยอย่างมีนัยยะสำคัญ อีกทั้งนักมวยส่วนใหญ่ยังไม่มีการนำเอาศิลปะการชกมวยไทยมาเพื่อยึดเป็นอาชีพเลี้ยงตนเองอย่างแท้จริง ยังคงเป็นเพียงการชกเพื่อวัดฝีมือ หากคนที่เก่ง ชกเพื่อหารายได้เสริม ซึ่งเป็นแค่มวยสมัครเล่นหรืองานอดิเรกเท่านั้น ในช่วงนี้จึงยังไม่ถือว่านักมวยเข้าสู่การกลายเป็นสินค้าอย่างชัดเจน

### 5.1.2 การตั้งราคาในรูปแบบของค่าตัวและเงินรางวัล (หลัง พ.ศ. 2488)

กลไกการตั้งราคาได้เข้ามาเกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบเมื่อมีการสร้างเวทีสนามมวยมาตรฐานทั้งเวทีมวยราชดำเนินและเวทีมวยลุมพินีขึ้นมาในช่วงทศวรรษ 2480 พัฒนาการของมวยไทยได้เริ่มค่อย ๆ แปรเปลี่ยนจากการเป็นศิลปะการต่อสู้ที่ผู้เข้ามาฝึกฝนคือนักมวย ต้องการเพียงแค่วิชาความรู้ในศิลปะการป้องกันตัว และครูมวย รวมไปถึงผู้เกี่ยวข้องอย่างนายสนามมวย ผู้สนับสนุนการจัด ต้องการสืบทอดวัฒนธรรมและสร้างความบันเทิงให้กับผู้ชม ส่วนผู้เข้าชมมุ่งหวังที่จะได้เต็มเต็มอรรถรสและความสนุกสนานบันเทิงในการชมการชกมวยไทย ซึ่งโดยพื้นฐานเป็นแค่เพียงประโยชน์ใช้สอย (use value) แต่วัตถุประสงค์หลักคือประโยชน์ใช้สอยได้เริ่มแปรเปลี่ยนไปสู่การทำให้เป็นมูลค่าแลกเปลี่ยน (exchange value) ขึ้น มวยไทยได้ถูกเปลี่ยนแปลงจากศิลปะการต่อสู้มาสู่การเป็นกีฬาเพื่อการแข่งขันอย่างเต็มรูปแบบโดยมีการเกิดขึ้นของเวทีมวยมาตรฐานทั้งสองสนาม ที่สร้างขึ้นเพื่อแสวงหากำไรจากการเก็บค่าเข้าชมจากผู้ชม ประกอบกับความนิยมในกีฬามวยไทยที่เกิดขึ้นอย่างแพร่หลายมากขึ้นจากการจัดการประกวดแข่งขันชกมวยไทยทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดตามเวทีสนามมวยชั่วคราวต่าง ๆ มีการชิงเงินรางวัลในแต่ละสนามมากมาย ทำให้มีความต้องการ (demand) จากผู้ประกอบการสนามมวยที่ต้องการผลิตนักมวยให้พอเพียงกับการจัดการแข่งขัน เพื่อตอบสนองต่อความต้องการดังกล่าว ส่งผลให้มีการเปิดค่ายมวยในลักษณะของการประกอบธุรกิจเพื่อผลิตนักมวยป้อนให้กับเวทีสนามมวยชั่วคราวเป็นหลักกันอย่างแพร่หลาย เป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้มีนักมวยอาชีพซึ่งยึดการหาเลี้ยงชีพด้วยการชกมวยมากขึ้น ผู้เขียนจึงเห็นว่านักมวยได้เข้าสู่กระบวนการกลายเป็นสินค้าอย่างชัดเจนและเป็นระบบตั้งแต่ที่มีการสร้างสนามมวยมาตรฐานเป็นต้นมา ประกอบกับการเปลี่ยนจากระบบแมทช์เมเกอร์มาสู่ระบบโปรโมเตอร์ที่มีส่วนสำคัญให้มวยไทยก้าวออกจากการเป็นกีฬาสู่การเป็นสินค้า กล่าวคือ โปรโมเตอร์จะเป็นเสมือนผู้ประกอบการทางธุรกิจที่จะต้อง “เช่าที่เพื่อทำการผลิต” และช่วยให้กระบวนการสะสมมูลค่าส่วนเกินของมวยไทยเป็นไปอย่างลื่นไหล นอกจากนี้มีหน้าที่รับผิดชอบในการประกบคู่มวย โปรโมเตอร์ยังเป็นต้นสายปลายหางของระบบสายพานการผลิตมวยทั้งหมดที่มีความสำคัญ ทั้งการสรรหากลุ่มทุนโฆษณาเพื่อมาสนับสนุนรายการและนำเงินมาจ่ายค่าตัวนักมวย และค่าดำเนินการแข่งขันการชก และเงินรางวัลอัดฉีดนักมวย การ

สร้างและมีค่ายมวยในอาณัติของตนเพื่อที่จะได้ดำเนินการคัดเลือกตัวสินค้าคือนักมวยให้ตรงกับความต้องการของผู้ชมและนายทุนที่ให้เงินโฆษณาจึงเป็นสิ่งสำคัญ จึงเห็นได้อย่างชัดเจนว่า โปรโมเตอร์ส่วนใหญ่จะมีค่ายมวยของตนเองเพื่อให้ง่ายต่อการควบคุม จัดหา และทำการผลิตนักมวยให้สนองต่อความต้องการของระบบการผลิตได้อย่างทันทั่วทั้งที่ นอกจากนี้ ระบบโปรโมเตอร์ยังเป็นตัวที่ทำให้นักมวยเข้าสู่เส้นทางในการชกเพื่อแสวงหารายได้หรือ “ชกเพื่อเงิน” เป็นสำคัญมากกว่าการชกเพื่อต้องการสืบทอดศิลปะแม่ไม้มวยไทยหรือชกเพื่อชื่นชมในการต่อสู้แบบมวยไทย กระบวนการเข้าสู่วงการมวยของนักมวยจึงมาจากชนชั้นล่างหรือเด็กต่างจังหวัดที่จะใช้มวยไทยเป็นบันไดในการสร้างรายได้และเลื่อนฐานะทางสังคมให้กับตน ระบบรายได้ของนักมวยจึงแปรผันไปกับความนิยมและคุณภาพของตัวสินค้าคือนักมวยที่จะสร้างส่วนเกินให้กับผู้ประกอบการอย่างโปรโมเตอร์ หรือนายทุนอย่างทุนโฆษณาและนายสนามมวยได้มากน้อยแค่ไหน หากนักมวยคนใดชกได้ดีมีฝีมือ และเป็นที่ยอมรับของผู้ชมและเซียนพนันก็จะทำให้มีรายได้จากค่าตัวการชกที่สูงขึ้นและ อีกทั้งยังมีโอกาสในการขึ้นชกในรายการชกครั้งสำคัญมากขึ้น ระบบโปรโมเตอร์ยังเป็นตัวเร่งที่ทำให้ระบบค่ายมวย คือหัวหน้าค่ายมวยกลายเป็นเพียงSupplier ที่ทำหน้าที่ในการบ่อนักมวยซึ่งก็คือวัตถุดิบที่ต้องผ่านขั้นตอนกระบวนการผลิตตามความต้องการของตลาด ความสัมพันธ์แบบศิษย์อาจารย์หรือความสัมพันธ์แบบญาติพี่น้องจึงเสื่อมสลายไป เหลือเพียงความสัมพันธ์แบบอุปถัมภ์เชิงผลประโยชน์ที่ต่างฝ่ายต่างมีผลประโยชน์ได้เสียซึ่งกันและกันในระบบมูลค่าแลกเปลี่ยนเท่านั้น

#### ตารางที่ 5.1 จำนวนค่ายมวยและนักมวยไทยทั่วประเทศ

ปี	จำนวนค่ายมวย	จำนวนนักมวย
2500	53	547
2510	128	1,210
2528	756	2,250
2537	1,543	3,756
2544	2,040	6,498
2553	4,180	10,670

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย การกีฬาแห่งประเทศไทย

ระบบโปรโมเตอร์จึงเป็นระบบในลักษณะผู้ประกอบการ (entrepreneurship) ที่เล็งหาผลต่างส่วนเกิน โดยพยายามจัดมวยเน้นความคู่ต่อสู้ เพื่อหวังดึงเซียนการพนันเข้ามาชมเพื่อเป็นรายได้หลักให้แก่สนามมวย และเริ่มมีกระบวนการ “ลือคมวย” อย่างเป็นทางการมากขึ้น

เนื่องจากนักมวยได้ใช้วัฒนธรรมการต่อสู้ของมวยไทยมาใช้แสวงหารายได้เพื่อเลี้ยงชีพตนเองเป็นหลัก มีการขยายตัวของนักมวยไทยเมื่ออาชีพรวมถึงค่ายมวยในปริมาณที่ก้าวกระโดด ส่งผลให้เกิดการตั้งราคาตัวของนักมวยแต่ละคนขึ้นมาโดยมีการตั้งขึ้นตามประสบการณ์และมีฝีมือในการชก หากใครขึ้นชกแข่งขันและมีสถิติการชกชนะมากกว่าแพ้มือคู่ต่อสู้ที่เพิ่มขึ้น นักมวยจึงได้กลายมาเป็นสินค้าตามทฤษฎีของมาร์กซิสต์อย่างชัดเจน กล่าวคือ นักมวยแต่ละคนถูกตีมูลค่าในรูปแบบของค่าตัว และสามารถทำการซื้อขายกันระหว่างค่ายมวย หรือระหว่างเวทีมวย และมีการจ่ายเงินรางวัลแก่นักมวยแปรผันไปตามฝีมือและค่าตัวของนักมวย ซึ่งก็เหมือนกับกรณีที่เรายอมจ่ายเงินซื้อสินค้าในราคาที่สูงเนื่องมาจากเราคิดว่าสินค้านั้นมีคุณภาพดีจึงยอมเสียมูลค่าแลกเปลี่ยนในราคาที่สูง

ดังนั้นทำให้นักมวยในสมัยดังกล่าวนี้ ไม่ได้เน้นที่ศิลปะแม่ไม้มวยไทยอย่างยุคก่อน ไม่ได้เน้นที่คนเก่ง คนมีฝีมืออีกต่อไป แต่เน้นที่ความดุเดือดเผด็จมัน ทำทางที่แข็งแกร่ง โดยผ่านการฝึกฝนจากระบบค่ายมวยที่ต้องการให้นักมวยเป็นแบบนี้ การชกในแต่ละครั้งก็เพื่อหวังผลแค่เอาชนะเพียงอย่างเดียว เพื่อให้ได้มาซึ่งค่าตัวและเงินรางวัลตามสถานที่ต่างๆ ทำให้ตัวนักมวยถูกเข้าเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการกลายเป็นสินค้าที่นำเอาวัฒนธรรมของมวยไทยมาหาเลี้ยงชีพซึ่งต่างจากสมัยก่อนพ.ศ. 2488 อย่างสิ้นเชิง

### 5.1.3 การตั้งราคากับบทบาทของสื่อมวลชนในการทำให้เป็นสินค้า

อย่างไรก็ตาม เมื่อมวยไทยเข้ามาสู่แวดวงสื่อโทรทัศน์ นายทุนคือสื่อโทรทัศน์ ซึ่งจากการศึกษารายการมวยไทย 7 สี ทุนก็คือ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ที่ก้าวมามีบทบาทสำคัญต่อกระบวนการที่ทำให้วัฒนธรรมของมวยไทยกลายเป็นสินค้าและทำให้เป็นอุตสาหกรรมมวยอย่างเต็มรูปแบบที่ต่างมีผู้ชมเข้ามาแสวงหาอรรถประโยชน์(ความพึงพอใจ)จากการรับชม สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีการสร้างอรรถประโยชน์ของผู้ชมให้สูงขึ้น โดยพยายามจากการสร้างมูลค่าของสินค้าคือนักมวยให้มีราคาสูงมากขึ้น ทั้งนี้ก็เพื่อหวังผลให้ความนิยมของรายการมีมากขึ้นเพื่อหวังผลในการขายสินค้าคือนักมวยและดึงให้ทุนสินค้าเข้ามาโฆษณา ลักษณะการสร้างมูลค่าดังกล่าวนี้ไม่ได้เป็นการเพิ่มคุณภาพในตัวสินค้าเพื่อขายแต่อย่างใด หากแต่สื่อโทรทัศน์ช่วยเสริมขยายรูปลักษณ์ หรือ Brand สินค้าให้ออกมาเป็นที่จดจำของผู้ชม อันเป็นผลต่อเนื่องมาจากผลของกระบวนการผลิตนักมวยให้ออกมาในรูปแบบการชกแบบต่าง ๆ กล่าวอีกนัยยะหนึ่ง สื่อโทรทัศน์จะดึงอัตลักษณ์ (Identity) ของสินค้า ไม่ว่าจะเป็นลีลา ลักษณะการชก รูปร่างนักมวย หรือแม้กระทั่งห้องถื่นนิยม ทั้งหมดเหล่านี้ถูกผลิต กลั่นกรองมาจากค่ายมวย (ดูรายละเอียดในหัวข้อการใช้ร่างกายเป็นทุนรอน) ให้ออกมาเป็นจุดเด่นและสร้างผลประโยชน์ให้กับสื่อโทรทัศน์ ทั้งนี้ เพื่อสร้างความสนใจและน่าดึงดูดพอที่จะสามารถรับประกัน



ได้ว่า นักมวยเหล่านั้นจะชกอย่างไร้ใจ ดูเด็ด เพื่อเพิ่มความนิยมในฐานะผู้ชม (audience) และจะได้นำเอาความนิยมหรือเอาผู้ชมไปขายให้กับทุนสินค้าที่มาเช่าเวลาซื้อโฆษณาจากสื่อโทรทัศน์

กระบวนการผลิตนักมวยที่จะออกอากาศทางรายการมวยไทย 7 สี นั้น ผ่านขั้นตอนที่เริ่มจากการที่ทางช่อง 7 ในฐานะนายทุนจะสั่งการและควบคุมสินค้าคือนักมวยว่าจะให้ออกมาในรูปแบบใดเพื่อให้ได้มูลค่าส่วนเกินมากที่สุด โดยอิงกับฐานผู้ชมและข้อจำกัดของการออกอากาศของมวยไทยในสื่อโทรทัศน์ กล่าวคือ ผู้ชมมวยจอบุ้มีลักษณะที่ชอบลักษณะมวยที่ออกหมัดหนัก ดูดี ไม่ชอบมวยที่ชกแบบไม่เร้าใจ ซึ่งผลที่ผู้ชมมีความต้องการในลักษณะนี้ ส่วนสำคัญส่วนหนึ่งก็มาจากสื่อโทรทัศน์เองที่นำเสนอลีลาการชกที่เน้นการชกแบบดูเด็ดหรือที่เรียกกันว่า เน้นมวยหมัดหนักเป็นหลัก ทั้งนี้ก็เนื่องมาจากข้อจำกัดของสื่อโทรทัศน์ที่มีเวลาการออกอากาศที่จำกัด และเวลาก็ถือเป็นทรัพยากรอันสำคัญของสื่อโทรทัศน์ที่จะต้องให้สอยให้มีความคุ้มค่าให้ได้มากที่สุด รายการมวยไทย 7 สี จึงมีการผลิตนักมวยและจะทำการดึงเอาอัตลักษณ์มาใช้เพื่อผลประโยชน์ทางการค้าของตนในรูปแบบดังนี้

1. นักมวยที่เน้นเชิงรุก ซึ่งเป็นนักมวยที่เน้นการออกหมัดชก และเน้นการชนะน็อก ซึ่งจากการสังเกตของผู้เขียน เห็นว่า นักมวยประเภทเน้นรุกหรือภาษามวยเรียกว่าเน้นต่อยหรือชกแบบทะลุทะลวง มักจะได้รับคำชมจากผู้ชมรายการให้เป็นขวัญใจมวยไทย 7 สี แสดงให้เห็นว่าฐานผู้ชมรายการ ชื่นชอบนักมวยที่ออกลีลาการชกแบบถึงลูกถึงคน และชอบการชนะน็อกมากกว่าตัดสินกันด้วยคะแนน โดยใช้อาวุธที่เด็ดที่นักมวยแต่ละคนมี ไม่ว่าจะเป็นหมัดเข้า ลูกเตะลูกถีบ หรืออาวุธประจำกายอย่างศอก ในการเอาชนะคู่ต่อสู้ ฉายาของนักมวยประเภทนี้ก็มักจะมีการตั้งให้เร้าใจ ฮึกเหิม เช่น ซีอูย ส.สุนันทชัย ถ้าพูดถึงนักมวยผู้นี้แล้วอาวุธที่รุนแรงที่ใช้ในการเอาชนะคู่ต่อสู้คือ หมัด จนได้รับฉายาว่า นักมวยหมัดทะลุทะลวง เป็นต้น

2. นักมวยที่เน้นการชกเชิงรับ เป็นประเภทนักมวยที่ไม่เน้นการออกหมัดมากนัก แต่มักจะอาศัยการพลาดพลังของคู่แข่งในการทำคะแนนชก และจะใช้ความคิดหรือภาษามวยเรียกว่าเป็นนักมวยที่ใช้สมองชก มากกว่านักมวยเชิงรุก ซึ่งนักมวยประเภทนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่า มักจะมีรูปลักษณ์ที่ดูดีระดับหนึ่ง จึงมักได้รับฉายานักชกหน้าหยก ซึ่งผู้ชมที่ชอบนักมวยประเภทนี้จะชื่นชอบที่รูปลักษณ์ของนักมวย และชอบการคิดออกแบบการชกของนักมวย มากกว่าที่เน้นไปที่การออกหมัดเพียงอย่างเดียว รวมไปถึงผู้ชมที่เป็นนักพนันที่เน้นการชกคู่ชกที่พวกเขาเห็นว่าเป็นมวยรองกว่า นักชกประเภทนี้เช่น หาญนที ว.วิวัฒน์นันท

ขั้นตอนการผลิตนักมวยดังกล่าว เมื่อผ่านการคัดกรองมาจากโปรโมเตอร์เพื่อให้เข้ามาชกผ่านสื่อโทรทัศน์แล้ว สื่อโทรทัศน์จะทำการนำเสนอ และเน้นการสร้างอัตลักษณ์ของ



นักมวยแต่ละประเภทตามที่กล่าวมา ซึ่งแม้จะมีความพยายามสร้างให้มีความต่างกันไปบ้างจากชื่อฉายา หรือรูปลักษณ์ แต่โดยภาพรวมแล้ว ช่อง 7 ที่ทำหน้าที่เป็นทั้งนายทุนผลิตรายการ และทำหน้าที่นำเสนอมวยไทย จะมีการคัดเลือกและวางแผนการประกบคู่ ซึ่งเป็นหน้าที่ของโปรดิวเตอร์ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น ก็ยังต้องมีการวางแผนระดับนโยบายจากนายสนามมวยซึ่งก็คือช่อง 7 ที่จะประเมินผลความพอใจของผู้ชมและสั่งการให้โปรดิวเตอร์ดำเนินการประกบคู่มวยและดูแลจัดรายการให้สอดคล้องกับความนิยมของท้องตลาด นักมวย 2 ประเภท ตามที่กล่าวมาข้างต้น จะไม่มีการเน้นศิลปะมวยไทยเหมือนแต่ก่อน แม้ว่าทางรายการมวยไทย 7 สี จะมีการเน้นย้ำว่ารายการของตนมีการส่งเสริมศิลปะแม่ไม้มวยไทยด้วยการคงไว้ในกรถ่ายทอดสดการรำไหว้ครู ในช่วงก่อนชกในคู่แรก แต่ก็เป็นการจำกัดเวลาการไหว้ครูไว้แค่ไม่เกิน 10 นาทีเท่านั้น อีกทั้งในระหว่างช่วงการไหว้ครูโฆษกพิธีกรประจำสนามยังมีการพูดโฆษณาสินค้าต่าง ๆ ที่สนับสนุนรายการ กล้องที่ถ่ายทอดที่แม้จะจับอยู่ที่ตัวนักมวยที่กำลังไหว้ครู แต่ก็โฟกัสภาพไปยังกางเกงของนักมวยที่มีตรายี่ห้อสินค้าติดอยู่ด้วย นักมวยไทยของช่อง 7 สี จึงถูกผลิตซ้ำ (reproduction) ออกมาในปริมาณที่มากและเป็นมาตรฐานเดียวกัน (mass production and standardization) ผ่านการนำเสนอซ้ำของซ็อดภาพที่เน้นรูปแบบการชกอันเป็นอัตลักษณ์ของนักมวยคนนั้น ๆ เพื่อสร้างความจดจำของผู้ชมผ่านเทคนิคการทำให้ภาพช้าในซ็อดที่ทางช่อง เห็นว่าเป็นที่เด็ดของการชกในแต่ละรอบ ซึ่งหลังจากพักโฆษณา และตัดมายังการชก ก็จะมีการฉายซ้ำภาพการชกแบบช้า ๆ (Slow Motion) ในการออกหมัด หรือน็อคคู่ต่อสู้ เพื่อนำเอาภาพเหล่านี้ไปบรรจุใส่ในความจดจำของผู้ชมให้เกิดความเคยชินจนเป็นที่เล่าขาน (talk of the town) อันนำไปสู่ขั้นตอนของการสร้างฮีโร่ให้กับนักมวยคนนั้น ๆ ซึ่งนั่นก็หมายความว่านักมวยที่เป็นขวัญใจรายการจะได้ชกมากขึ้นและมีค่าตัวและรางวัลที่สูงขึ้น รวมไปถึงหากทางรายการผลิตนักมวยที่เป็นขวัญใจรายการมาก ๆ ก็ย่อมจะส่งผลให้ทางรายการได้รับความนิยมและนำไปเสนอขายให้กับกลุ่มทุนสินค้าต่อไป อีกทั้งในการจัดการแข่งขันอันมีนักมวยเป็นสินค้าหลักมีการแบ่งระดับราคาอย่างชัดเจนเป็นระบบ (price discrimination) ดังจะเห็นในบทที่ 4 ที่แสดงให้เห็นการแบ่งประเภทราคาค่าตัวนักมวยที่ขึ้นชกในรายการมวยไทย 7 สี ออกไปแตกต่างกัน ยิ่งค่าตัวของนักมวยมากขึ้นเท่าใด เงินรางวัลจากการชกก็มีโอกาสได้มากขึ้นเท่านั้น เพราะนักมวยที่เข้ามาชกในช่อง 7 สุดท้ายก็เพื่อล่ารางวัลที่ทางสถานีจัดขึ้นมานั่นเอง



ภาพที่ 5.1 แสดงการออกอาวุธของนักมวยในรายการมวยไทย 7 สี

ดังนั้น ผู้เขียนเห็นว่ามวยไทยเข้าสู่การเป็นสินค้าอย่างสมบูรณ์แบบเมื่อผ่านกระบวนการผลิตทางสื่อโทรทัศน์นั่นเอง กล่าวคือ

1. สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 ได้มีการตั้งราคาค่าตัวนักมวยให้มีความซับซ้อนมากขึ้นกว่าการชกในเวทีสนามมวยมาตรฐานโดยใช้กลไกการตั้งราคาแบบแบ่งราคา (price discrimination) กลไกราคาจึงเข้ามามีบทบาทอย่างลึกซึ้งในกระบวนการผลิตมวยไทยผ่านสื่อโทรทัศน์ อีกทั้งสื่อโทรทัศน์ทำหน้าที่ในการดึงอัตลักษณ์ (identity) ที่เกิดขึ้นจากผลลัพธ์ของการบังคับ ควบคุมร่างกายในฐานะทุนปัจจัยการผลิตในขั้นตอนการผลิตนักมวย เอามาใช้เพื่อทำให้ตราสินค้ามีความน่าสนใจ และทำการผลิตขนานใหญ่เพื่อหวังผลในการเพิ่มมูลค่าส่วนเกินให้กับตน กล่าวคือ เมื่อนักมวยในฐานะสินค้าชนิดหนึ่งที่มีการตีมูลค่าราคาซื้อขายแลกเปลี่ยนสื่อโทรทัศน์ทำหน้าที่เอื้อให้เกิดกระบวนการ reification ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ในแนวคิดของมาร์กซ์ ที่กล่าวว่ระบบทุนนิยมจะทำให้เรามองเห็นแต่สินค้าแต่มองไม่เห็นกระบวนการผลิต จึงมองไม่เห็นแรงงานที่บรรจุอยู่ภายใน สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 กล่าวคือ สื่อโทรทัศน์จะทำให้ผู้ชมรายการมวยไทย 7 สี เห็นเพียงแต่ตัวสินค้าทั้งนักมวยในฐานะที่เป็นสินค้า รวมไปถึงป้ายโฆษณาหรือสปอตโฆษณาในรายการ แต่สื่อโทรทัศน์เองก็ไม่ได้ทำให้เห็นว่กระบวนการผลิต

นักมวยที่ผ่านกระบวนการขูดรีด (exploitative processes) ร่างกายและพลังแรงงานของตนในรูปแบบของการฝึกซ้อม ควบคุมน้ำหนัก บังคับสัดส่วน กล้ามเนื้อของร่างกาย นั้นเป็นอย่างไร หรือในอีกนัยยะหนึ่งถือเป็นขยายการควบคุมของนายทุนเพื่อจัดระบบการผลิตในทางเลือกอื่น ๆ (Mosco, 1996 : 141-143) และให้คงการผลิตซ้ำแนวคิดการแข่งขันแบบใครแพ้คัดออกเพื่อสร้างความชอบธรรมให้กับระบบทุนนิยมต่อไป กลไกการจัดแบ่งราคาค่าตัวรวมไปถึงกว่าที่จะมาเป็นสินค้าได้นั้นมีการผลิตโดยใช้แรงไคประเภทใดและถูกขูดรีดมูลค่าไปเช่นไร ทำให้ผู้ชมไม่ได้คิดไปถึงการแบ่งค่าตัวของนักมวยว่ายุติธรรมหรือไม่และแบ่งกันเช่นไร หรือทางช่อง 7 ในฐานะนายทุนในการผลิตรายการได้กำไรเท่าไรบ้าง ประเด็นเหล่านี้ถูกทำให้ลุดหายไป ผ่านการเคลือบแฝงของความฉาบฉวยผิวเผินของสื่อโทรทัศน์ที่เน้นเฉพาะการเล่นกับอารมณ์ความรู้สึกที่ได้จากอรรถรสการได้รับชมการถ่ายทอดสดรายการมวยไทย 7 สี

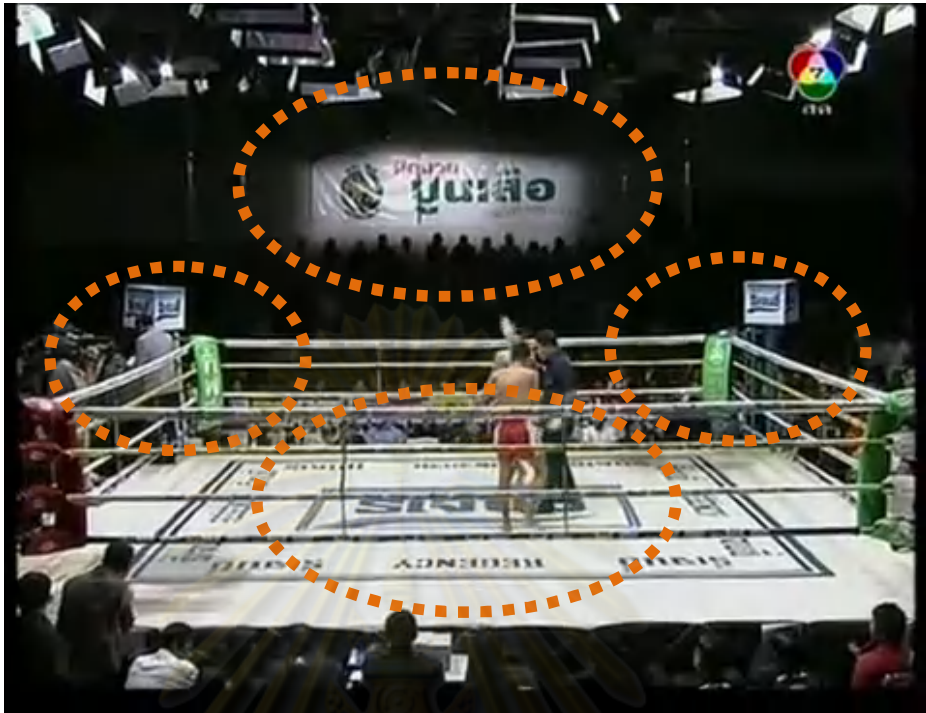
2. มีระบบการโฆษณาแฝงของกลุ่มทุนสินค้าโดยอาศัยร่างกายนักมวยที่มีการบรรจุน้ำตาลของเครื่องดื่มในทางแกงของนักมวยด้วย เพื่อสร้างความต้องการซื้อสินค้าจากกลุ่มทุนให้เกิดขึ้นกับผู้ชม จึงเกิดปรากฏการณ์ Fetishism ตามทฤษฎีมาร์กซิสต์ ที่กล่าวว่ากระบวนการทำให้เป็นสินค้านั้น ตัวสินค้าที่นายทุนผลิตขึ้นมาจะสร้างความต้องการซื้อเกิดขึ้นกับผู้บริโภคแทนที่ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อสินค้านั้นเอง จะเห็นว่าสื่อโทรทัศน์ได้ทำให้กระบวนการเป็นสินค้าของมวยไทยเข้าสู่กระบวนการวิคิดแบบทุนนิยมชัดเจนต่อการตั้งคำถามในวิคิดที่ว่า “สินค้าตัวนี้ ราคาเท่าไร” แทนที่การตั้งคำถามว่า “สินค้านี้ถูกผลิตมาอย่างไร ใช้แรงงานเท่าไร” ซึ่งเห็นตัวอย่างนี้ได้ชัดเจนเมื่อมีการถ่ายทอดสดตอนที่นักมวยไหว้ครู สื่อโทรทัศน์จะทำการถ่ายเจาะไปที่ทางแกงของนักมวยที่มีตราสินค้าของกลุ่มทุนสินค้าที่ให้การสนับสนุนรายการ รวมไปถึงการให้โฆษกพิธีกรกล่าวถึงสินค้าประเภทต่าง ๆ ระหว่างการไหว้ครู หรือระหว่างช่วงพักยก รวมไปถึงช่วงที่มีการโฆษณาค้นรายการ ล้วนเป็นกระบวนการสร้างความต้องการให้เกิดขึ้นแก่ผู้ชม โดยที่ผู้ชมอาจจะไม่มีความต้องการที่จะซื้อสินค้านั้นเลย แต่เมื่อเห็นการโฆษณาผ่านการสร้างความเคยชินของสื่อโทรทัศน์ ก็จะทำให้ผู้ชมต้องการซื้อสินค้านั้นขึ้นมาโดยที่อาจไม่ได้ต้องการซื้อจริง ๆ เช่น การโฆษณาให้ส่งฉลากสินค้ามาเพื่อชิงรางวัลในรายการ ถือเป็นการดึงดูดให้ผู้ชมต้องการซื้อสินค้าโดยเอารางวัลมาเป็นสิ่งล่อใจ เป็นต้น

3. การตั้งราคากับสินค้าคือนักมวยด้วยวิธีการแบ่งแยกราคาขาย ส่งผลต่อการเข้ามาซื้อโฆษณาหรือการมอบรางวัลให้กับนักมวยของกลุ่มทุนสินค้า กล่าวคือกลุ่มทุนสินค้าจะซื้อเวลาการยิงสปอตโฆษณา หรือมอบรางวัลให้กับนักมวยที่มีค่าตัวที่สูงเพราะนั่นหมายถึงการลงทุนที่คุ้มค่าในการให้ผู้ชมเห็นตราสินค้าของตนในช่วงของการชกในคู่ออกของรายการ

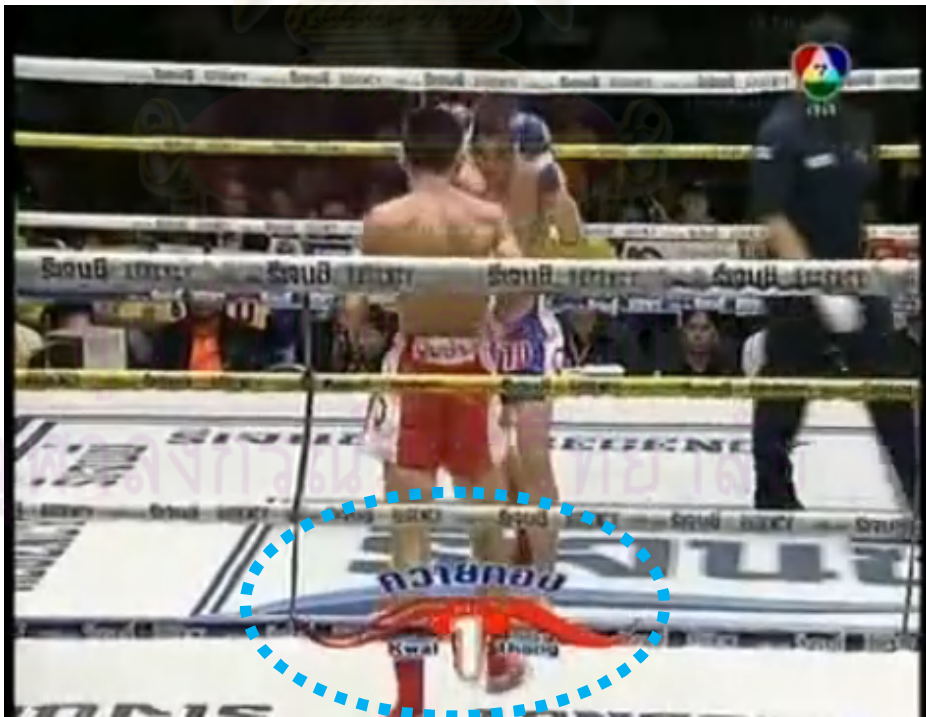
จากข้อความข้างต้นแสดงให้เห็นว่าสื่อโทรทัศน์ถือเป็นพลังทางการผลิตด้านเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลที่นอกจากจะกระตุ้นให้กระบวนการทำให้เป็นสินค้าเข้มข้นมากขึ้น โดยเฉพาะการนำเอาสารที่กลุ่มทุนโฆษณาใส่เข้าไปในกระบวนการผลิตมวดยไทยผ่านสื่อโทรทัศน์แล้วทำให้มันดูสำคัญมากกว่าตัวสารัตถะของมวดยไทยอย่าง เช่นกรณีการจัดการแข่งขันมวดยไทย 7 สี รอบปูนเสื่อ แม้วัตถุประสงค์ของการจัดจะกล่าวไว้ว่าเพื่อต้องการอนุรักษ์วัฒนธรรมมวดยไทย แต่การที่ใส่คำว่า “รอบปูนเสื่อ” หรือการที่ต้องมีตราโลโก้สินค้ารอบๆ สนามมวดยและการยิงสปอตโฆษณาปูนตราเสื่อ รวมไปถึงการจัดให้มีการมอบเงินรางวัลจากมือของกรรมการฝ่ายการตลาดของปูนเสื่อ นั้นเท่ากับว่าเป็นการใส่รหัส (coding) ของสินค้าผ่านกระบวนการผลิตมวดยไทย เช่น ผ่านทางวงตัวนักมวดยและผ่านเงินรางวัลที่นักมวดยได้รับ

ดังนั้น เมื่อพิจารณาในทางเศรษฐศาสตร์การเมืองเรื่องสื่อสารมวลชนแล้ว สื่อโทรทัศน์คือของ 7 สร้างผู้ชมในฐานะผู้รับสารขึ้นมาสองสถานะ ในด้านแรก โทรทัศน์ทำให้ผู้ชมมีฐานะเป็นสินค้าชนิดหนึ่ง (audience as commodities) กล่าวคือ ผู้จัดรายการมวดยไทย 7 สี คือทางช่อง 7 จะขายผู้ชมคือผู้บริโภคของตนให้กับบรรดาเจ้าของสินค้าทั้งหลายที่มาสนับสนุนรายการมวดยไทย 7 สี ผ่านรูปแบบการวัดความนิยมหรือ “เรตติ้ง” ซึ่งหมายความว่า ยังมีผู้ชมรายการจำนวนมากเท่าไร นั่นก็เท่ากับอัตราค่าโฆษณาจะยิ่งมีราคาแพงมากขึ้นเท่านั้น ในอีกด้านหนึ่งผู้ชมจะถูกสื่อโทรทัศน์สร้างให้เป็นแรงงาน (audience as labour) ซึ่งผู้ชมรายการมวดยไทย 7 สี เลี้ยงไม่ได้ที่จะชมการโฆษณาหลังการพักยก หรือบริเวณรอบๆ สนามมวดย บริเวณผืนผ้าใบ ตัววิ่งบอกสัญญาณรอบชก แม้กระทั่งทางวงนักมวดยก็มีตราสินค้าติดอยู่ ก็ต้องผ่านสื่อโฆษณา ซึ่งระบบทุนนิยมจะมองผู้ชมโทรทัศน์ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการผลิตซ้ำแรงงานในระบบด้วยตราใบใดที่โฆษณาทำให้ผู้ชมกลายเป็นผู้บริโภค (consumer) ในกระบวนการผลิต ผู้ชมก็ยังคงสถานะเป็นแรงงานไม่มีที่สิ้นสุด (กาญจนา, 2551 : 111) ซึ่งโดยตัวของสื่อโทรทัศน์เองซึ่งอยู่ภายใต้ระบบทุนนิยมกำหนดการสื่อสารนั้น ศิลปวัฒนธรรมมวดยไทยเมื่อถ่ายทอดผ่านสื่อโทรทัศน์ จะถูกทำให้กลายเป็นสินค้าชนิดหนึ่ง (commodification of culture) สารที่สื่อถึงแม้ไม่มีมวดยไทยถูกทำให้เลื่อนวางเป็นเพียงสารที่ถูกผลิตขึ้นอันผูกติดอยู่กับจุดประสงค์ในการโฆษณาตัวสินค้าจนกลายเป็นสภาพไปเป็นสินค้าชนิดหนึ่ง ที่ขายออกสู่ตลาดมวลชนหวังขยายเพิ่มมูลค่าส่วนเกินในรูปแบบของกำไรเป็นสำคัญ





ภาพที่ 5.2 แสดงการโฆษณาภายในสนามมวยช่อง 7 โดยผ่านสื่อโทรทัศน์



ภาพที่ 5.3 แสดงการโฆษณาสินค้าผ่านป้ายบอกยก



ตารางที่ 5.2 สรุปรูปแบบของมวยไทยแต่ละช่วงเวลา

รูปแบบ	ก่อน พ.ศ.2488	หลัง พ.ศ.2488	สื่อโทรทัศน์เริ่มมีบทบาท
ลักษณะของมวยไทย	โครงสร้างการจัดการแข่งขันชกมวยไทยในยุคนี้ไม่ก่อให้เกิดกลุ่มนายทุนที่มาแสวงหาประโยชน์ทางกำไรส่วนเกินจากมวยไทยเพื่อผลิตซ้ำมูลค่าส่วนเกิน มวยไทยจึงมีความเป็นมูลค่าใช้สอย (use value) เพื่อความบันเทิงในลักษณะมหรสพ และมีมูลค่าการแลกเปลี่ยนในเบื้องต้นเท่านั้น	การจัดการแข่งขันชกมวยเน้นการแสวงหากำไรจากอัตราค่าผ่านประตู จากกลุ่มทุนที่เข้ามาแสวงหาผลประโยชน์เพื่อสร้างมูลค่าส่วนเกิน ลักษณะของมวยไทยได้แปรเปลี่ยนไปเป็นมูลค่าแลกเปลี่ยน (exchange value) การพนันมีบทบาทมาก	การจัดการแข่งขันชกมวยเน้นการก่อสร้างเรตติ้ง เพื่อแสวงหากำไรจากกลุ่มทุนโฆษณา โดยสื่อมีบทบาทในการกระบวนกรสะสมทุนแสวงหากำไรส่วนเกินเพื่อผลิตซ้ำ การจัดมวยเพื่อตอบสนองผู้ชมและกลุ่มทุนโฆษณา การพนันมีบทบาทมาก
การหมุนเวียนของทุน	เป็นลักษณะอย่างง่าย ไม่ก่อให้เกิดกระบวนกรสะสมทุนหรือมูลค่าส่วนเกิน	เริ่มอยู่ในลักษณะที่ซับซ้อน ก่อให้เกิดมูลค่าส่วนเกินผ่านนายสนามมวย โปรโมเตอร์ และหัวหน้าค่ายมวย	เป็นลักษณะที่สลับซับซ้อน ผ่านกระบวนกรชุดรีดและก่อให้เกิดมูลค่าส่วนเกิน ทำให้สื่อกลายเป็นผู้สะสมความมั่งคั่งมากที่สุด
นักมวย	ระบบการผลิตนักมวยเป็นอิสระ ไม่ได้ยึดเป็นอาชีพเลี้ยงตนเองอย่างแท้จริง เป็นเพียงการชกเพื่อวัดฝีมือ หากคนที่เก่งชกเพื่อหารายได้เสริม ซึ่งเป็นแค่มวยสมัครเล่นหรืองานอดิเรกเท่านั้น	จากระบบค่ายมวยที่เน้นให้นักมวยมี identity ที่เป็นของตนเอง ไม่ได้ชกเพื่อหาคนเก่ง คนมีฝีมือ แต่ชกเพื่อเงินรางวัลชนะเลิศเป็นสำคัญ เน้นการชกเพื่ออาชีพ	เน้นทำทางที่แข็งแกร่ง โดยผ่านการฝึกฝนมา โดยผ่านการฝึกฝนมาจากระบบสายพานการผลิตนักมวย ไม่ได้ชกเพื่อหาคนเก่ง คนมีฝีมือ แต่ชกเพื่อเงินรางวัลในทุกรูปแบบ ชกเป็นอาชีพ

ตารางที่ 5.2 สรุปรูปแบบของมวยไทยแต่ละช่วงเวลา

รูปแบบ	ก่อน พ.ศ.2488	หลัง พ.ศ.2488	สื่อโทรทัศน์เริ่มมีบทบาท
ผู้เกี่ยวข้องในวงการมวยไทย	ชนชั้นสูง,ผู้มีอำนาจในท้องถิ่น,นักพนันมวย/ผู้ชม,นักมวย	นายสนามมวย,โปรโมเตอร์,หัวหน้าค่ายมวย,นักมวย,นักพนันมวย/ผู้ชมผู้สนับสนุน	นายสนามมวย,โปรโมเตอร์,หัวหน้าค่ายมวย,นักมวย,นักพนันมวย/ผู้ชมผู้สนับสนุน,สถานีโทรทัศน์
กลไกการตั้งราคา	กลไกการตั้งราคาในยุคนี้ จะเข้ามาในลักษณะรูปแบบของเงินรางวัลที่ให้นักมวยในการจัดการแข่งขันชกมวยไทยในแต่ละคราวไป ไม่ได้มีการตั้งราคาที่ต้องกับตัวนักมวยอย่างมีนัยยะสำคัญ	กลไกการตั้งราคาในยุคนี้ จะเข้ามาในลักษณะรูปแบบของเงินรางวัลให้กับผู้ชนะและเงินค่าตัวให้นักมวยในการจัดการแข่งขันชกมวยไทยในแต่ละครั้ง โดยพิจารณาจากสถิติการชกเป็นสำคัญ มีการจัดสรรเงินรางวัลที่ชัดเจน	กลไกการตั้งราคาในยุคนี้ จะเข้ามาในลักษณะรูปแบบของเงินรางวัลจากผู้สนับสนุนในทุกรูปแบบและเงินค่าตัวให้นักมวยในการจัดการแข่งขันชกมวย มีการจัดสรรเงินรางวัลที่ชัดเจน
จุดสำคัญของการเปลี่ยนแปลง	เป็นยุคเริ่มต้น ถึงแม้ว่านักมวยจะมีการชกเพื่อแสวงหาเงินบ้างแต่ไม่ใช่มีนัยยะสำคัญ เพราะไม่เน้นเป็นอาชีพ เน้นเพื่อหาคนเก่ง กาคคนที่ฝีมือดีเท่านั้น จึงยังไม่ก่อให้เกิดกระบวนการกลายเป็นสินค้า	การเกิดสนามมวยมาตรฐานทำให้มวยไทยก้าวจากศิลปะมาสู่การเป็นกีฬาพร้อมๆ กับการเกิดระบบโปรโมเตอร์ที่ทำให้มวยไทยได้พัฒนาสู่กระบวนการกลายเป็นสินค้า	มวยไทยเข้าสู่การเป็นสินค้าอย่างสมบูรณ์แบบเมื่อผ่านกระบวนการผลิตทางสื่อโทรทัศน์ซึ่งเป็นพลังการผลิตอันสำคัญ

## 5.2 นักมวยกับการใช้ร่างกายเป็นทุนรอน (Bodily Capital)

เมื่อเรามองว่านักมวยได้กลายเป็นสินค้านิตหนึ่งผ่านการถูกตั้งกลไกราคาแล้ว จึงมาสู่คำถามที่ว่าสินค้านิตนี้มีปัจจัยในการผลิตที่สำคัญคือสิ่งใด คำตอบก็คือ ร่างกายของนักมวยนั่นเองที่เป็นเสมือนปัจจัยการผลิตเพื่อผลิตการชกหารายได้เลี้ยงชีพตนเอง ผู้เขียนทฤษฎีที่น่าสนใจที่ผู้เขียนจะนำมาวิเคราะห์คือ ทฤษฎีทุนทางร่างกาย (Bodily Capital) ของ Loic Wacquant ซึ่งได้พัฒนามาจากแนวคิดทฤษฎีของ Bourdieu

สาระสำคัญของทฤษฎีวิเคราะห์แนวทางดังกล่าวให้ความสำคัญในการศึกษากระบวนการและขั้นตอนของการใช้ร่างกายของนักมวยในฐานะเป็นทุนซึ่งเหมือนกับนักเดินรำ นักมวยก็คือร่างกายและร่างกายทุกส่วนของเขาถูกจำกัดความและใช้อย่างมีค่าเพื่อบรรลุจุดประสงค์ในการแปรเปลี่ยนให้มีมูลค่าและแปรไปสู่สถานะทางสังคม ร่างกายจึงเป็นทุกอย่างทุกอย่างอย่าง อาจถือเป็นศูนย์กลางของจักรวาลของนักมวย (Oates, 1987:5) Pierre Bourdieu ได้จำกัดความหมายของทุนไว้ว่าเป็นแรงงานที่สะสมมูลค่าส่วนเกิน (accumulated labor) ในลักษณะรูปแบบของการทำให้เป็นวัตถุ (Materialized) หรือการหลอมเข้ารวม (incorporated) ซึ่งเมื่อถูกขูดรีดโดยตัวแทนกลุ่มนายทุนต่าง ๆ แล้ว จะทำให้มันกลายเป็นการขูดรีดพลังงานทางสังคม (Social energy) ในรูปแบบที่เป็นรูปธรรมหรือเป็นแรงงานที่มีชีวิต (living labor) (Bourdieu, 1986 : 241) นักมวยจึงเปรียบเสมือนเป็นผู้ถือครองหรือผู้ประกอบการในทุนของร่างกาย และค่ายมวยที่ใช้ในการฝึกซ้อมเปรียบเสมือนเป็นกลไกทางสังคม (Social machinery) ที่ถูกออกแบบมาให้แปรเปลี่ยนทุนทางร่างกายที่ดูเป็นนามธรรมเพื่อให้ออกมาเป็นรูปธรรมในลักษณะของทุนที่เกี่ยวข้องกับการชกมวย (pugilistic capital) กล่าวคือ เป็นการเชื่อมโยงส่วนร่างกายของนักมวยให้มาสัมพันธ์กับความสามารถและพลังศักยภาพในตัวนักมวยเพื่อมุ่งใจให้ผลิตมูลค่าขึ้นด้วยการฝึกฝน จัดการกับร่างกายนักมวยเพื่อให้เป็นมืออาชีพพพที่จะลงแข่งขันโดยใช้สิ่งล่อใจในด้านตัวเงิน การได้รับการยอมรับในสังคม และฐานะทางการเงินและสังคมที่ดีขึ้นจะตามมา

ร่างกายของนักมวยอีกด้านหนึ่งในขณะเดียวกันก็ทำหน้าที่เป็นวิถีการผลิต (means of production) วัตถุดิบที่นักมวยและผู้จัดการค่าย ครูฝึก ร่วมกันในกระบวนการผลิตผ่านการแปรเป็นผลิตภัณฑ์ซึ่งก็คือตัวร่างกาย (somatized product) จากการฝึกฝน ฝึกซ้อม (ขั้นนี้คือขั้นตอนการผลิต) ดังนั้น ทุนทางร่างกาย (bodily capital) และแรงงานทางร่างกาย (bodily labor) จึงถูกเชื่อมโยงสัมพันธ์กันในลักษณะของความสัมพันธ์ที่ให้ผลลัพธ์แบบย้อนกลับหรือทำซ้ำขั้นตอนเดิม ซึ่งทำให้กลุ่มผู้ที่อยู่ในกระบวนการผลิตนี้ขึ้นอยู่กับหรือต้องพึ่งพาซึ่งกันและกัน (Wacquant, 2006 : 262) นักมวยจึงใช้สิ่งที่มาร์กซ์เรียกว่าพลังทางธรรมชาติของร่างกายตนเองที่

จะชู้ดรีด (appropriate) เอาส่วนพิเศษที่ได้จากธรรมชาติของร่างกายตนเพื่อให้ได้ประโยชน์มากที่สุด ร่างกายของพวกเขาจึงสามารถผลิตมูลค่าได้มากกว่าต้นทุนที่ฝังจมลงไป นอกจากนี้ สิ่งที่เป็นจำเป็นสำหรับนักมวยด้วยก็คือ ข้อจำกัดในร่างกายของตน ระยะเวลาที่ตัววัตถุดิบคือร่างกายจะหมดอายุการใช้งานในการผลิตมูลค่า รวมไปถึงการฝึกฝน ปรับร่างกายให้สอดคล้องกับความต้องการของเกมการชก ร่างกายของนักมวยยังเป็นระบบของสัญลักษณ์ที่นักมวยเองจะต้องถอดรหัสเพื่อจะารู้ถึงสมรรถภาพของร่างกายที่ตนเองมีรวมไปถึงจะได้หาวิธีในการป้องกันร่างกายตนจากการแข่งขัน สิ่งที่เป็นเอกลักษณ์สำหรับกีฬามวยก็คือ ร่างกายเป็นได้ทั้งอาวุธของการโจมตีและเป็นเป้าหมายของการทำลายจากคู่แข่ง

Paradis (2007) ได้แบ่งมิติของ Bodily capital ออกเป็น 3 มิติด้วยกัน คือ

1. Phenotypical dimension คือมิติของลักษณะรูปร่างของร่างกายที่เห็นหรือสังเกตได้ชัด เช่น สูง ต่ำ ดำขาว สูง เตี้ย กำยำ เป็นต้น
2. Trade-specific dimension เป็นคุณลักษณะทางคุณภาพของร่างกายที่เป็นเครื่องแสดงให้เห็นความสามารถที่ชัดเจนเพื่อทำการค้า เปรียบเสมือนข้อเด่นของสินค้า นั่น ๆ โดยมี phenotypical เป็นตัวเชื่อมโยงหรือเป็นตัวสื่อกลาง
3. Ritualized เชื่อมโยงถึงทุนที่ถูกสร้างขึ้นผ่านพิธีกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับร่างกาย

จากการวิเคราะห์กระบวนการทำให้มวยไทยกลายเป็นสินค้าผ่านรายการมวยไทย 7 สี จะเห็นได้ว่า มวยไทยถือเป็นวัฒนธรรมที่สืบทอดมาช้านานของสังคมไทย ย่อมมีต้นทุนและมูลค่าที่สูง เมื่อระบบทุนนิยมได้เข้ามามีบทบาทต่อกระบวนการสืบทอดทุนทางวัฒนธรรมอย่างมวยไทยผ่านขั้นตอนสายพานการผลิตก่อนจะป้อนออกมาผ่านรายการนั้น ตัวนักมวยเองถูกทำให้ลดค่าเป็นเสมือนทุนวัฒนธรรมแบบวัตถุดิบผ่านการควบคุมของสถาบันวงการมวยอย่าง โปรโมเตอร์ นายสนามมวย และเจ้าของรายการมวยไทย 7 สี ขั้นตอนของการผลิตจะมีกระบวนการที่ทำให้การผลิตนี้ดูขลังและศักดิ์สิทธิ์ ผ่านขั้นตอนการไหว้ครู ที่ถือว่ารายการมวยไทย 7 สี เป็นรายการเพียงไม่กี่รายการที่ยังหลงเหลือการไหว้ครูก่อนการชกมวยไทยในโทรทัศน์ เพราะหลายรายการจะตัดช่วงการไหว้ครูออก นอกจากการไหว้ครูแล้ว กระบวนการทำให้ขลังและศักดิ์สิทธิ์ซึ่งเป็นลักษณะสำคัญของทุนวัฒนธรรมนั้นจะแสดงออกผ่านขั้นตอนของการฝึกซ้อมการลดน้ำหนักและบทลงโทษต่าง ๆ ที่มีโครงสร้างเชิงครอบงำของระบบอุปถัมภ์ระหว่างหัวหน้าค่ายมวยและนักมวย ที่มีไว้อย่างแนบหนา ยากที่นักมวยจะออกจากกรอบนี้ไปได้ และโครงสร้างของกรอบนี้เองที่จะเป็นกติกาและเป็นสิ่งที่เอื้ออำนวยให้สายพานการผลิตสินค้าอย่างนักมวยและมวยไทยเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งผลลัพธ์ที่เกิดจากทุนวัฒนธรรม คือ ธรรมเนียมที่

ระบบทุนนิยมผ่านสื่ออย่างโทรทัศน์สร้างออกมาเพื่อให้ผู้ชมมีรสนิยมชื่นชอบในสิ่งที่ตนชื่นชม ซึ่งจะเอื้อประโยชน์ต่อทุนโฆษณาในการขายสินค้าของตนต่อไปได้ นอกจากนี้ รสนิยมยังเป็นกลไกสำคัญในการแสดงความแตกต่างทางชนชั้นของกลุ่มผู้ชมที่ชมมวยไทยที่ส่วนใหญ่เป็นชนชั้นล่าง สินค้าโฆษณาก็จะสะท้อนมุ่งหวังผลประโยชน์จากคนกลุ่มชนชั้นล่าง และในโครงสร้างใหญ่ยังเป็นเครื่องธำรงรักษาโครงสร้างชนชั้นให้อยู่ต่อไป

ดังนั้นสายพานการผลิตสินค้าอย่างนักมวยผ่านทางสื่อโทรทัศน์นั้นย่อมต้องผ่านกระบวนการผลิต นั่นแสดงให้เห็นถึงระบบค่าจ้างที่มีส่วนสำคัญทำให้นักมวยถูกผลิตออกไปเป็นสินค้าที่ขายให้กับผู้ชม จากการลงสนามเพื่อสังเกตการณ์ฝึกของครูฝึกของค่ายเพชรพญาไท ซึ่งก็เหมือนกับค่ายมวยทั่ว ๆ ไป พบว่า นักมวยซึ่งเป็น commodity labor หรือ living labor เหล่านี้ถูกผลิตซ้ำผ่านกระบวนการขูดรีดแบบ absolute exploitation กล่าวคือ คือนักมวยที่ลงขึ้นชกแล้วก็กลับมาฝึกซ้อมตามเดิมและที่ใช้วิธีฝึกแบบ overload โดยการเพิ่มเวลาในการฝึกให้มากกว่าเวลาชกจริง เช่นเวลาชกจริงในการชกมวยไทย 3 นาที พัก 2 นาที แต่การฝึกซ้อมลงนวมหรือซ้อมประเภทอื่น ๆ ครูฝึกจะให้ให้นักมวยฝึกซ้อมยกละ 5 นาที พัก 1 นาที ในการแข่งขันชกมวยมี 5 ยก ครูฝึกจะให้ให้นักมวยซ้อม 10 ยก หรือ 12 ยกต่อการฝึกซ้อม 1 ประเภท นอกจากนี้ นักมวยยังจะต้องมุ่งเน้นในการลงทุนลงแรงในตัวร่างกายของตน (body capital) อย่างการเพิ่มน้ำหนักหมัดด้วยการกำลูกเหล็กที่มีน้ำหนักสูง การวิดพื้น กระโดดเชือก การวิ่งระยะไกล การชกกลม ฝึกชกกับครูผู้ฝึก รวมไปถึงการชกที่แนะนำจากผู้ฝึกสอนถึงสไตล์การชกของคู่แข่งที่จะต้องเจอ หรือที่เรียกว่า “เดาทางมวย” ซึ่งการฝึกฝนดังกล่าวนี้ทำเป็นประจำทุกวัน เพื่อรักษาความแข็งแรงของร่างกาย เน้นที่ส่วนมัดของกล้ามเนื้อที่แข็งแรงเพื่อให้ผู้ชมเห็นรูปร่างที่แข็งแรง ก็จะสามารถเอาใจผู้ชมได้แล้ว และสิ่งที่สำคัญของนักมวย ก็คือ การรักษาระดับน้ำหนักไว้ให้อยู่ในเกณฑ์การชกอยู่ตลอดเวลา นักมวยจึงต้องมาชั่งน้ำหนักตลอดเวลาเพื่อเทียบกับเกณฑ์ของรุ่นชกของตัวเอง ที่กำหนดไว้หรือไม่ หากน้ำหนักเกินก็จะลดน้ำหนักลง ซึ่งการลดน้ำหนักนี้ถือกันว่าเป็นสิ่งที่นักมวยกลัวมากเพราะอาจจะแลกมาด้วยความอ่อนเพลีย หรือถ้าก่อนชกกันได้ และเป็นที่น่าสังเกตว่า ตามระเบียบของกฎหมายมวยจะกล่าวไว้ชัดเจนว่าหากนักมวยที่ขึ้นชกแล้ว จะต้องรอไปอีก 21 วันถึงจะกลับมาชกได้ หรือนักมวยที่แพ้น็อกจะต้องรอไปอีก 1 เดือนว่า ถึงจะขึ้นสังเวียนได้อีกครั้ง แต่เป็นที่น่าสนใจจากการติดตามหนังสือมวยของผู้วิจัยพบว่า นักมวยคนใดก็ตามที่ขึ้นชกตามเวทีต่างๆ หากไปไรเตอร์หรือผู้จัดต้องการนักมวยคนดังกล่าวไปชกอีกก็สามารถทำได้ โดยไม่ต้องรอให้ถึง 21 วัน หรือ 1 เดือนตามระเบียบที่กำหนดไว้ ซึ่งโดยส่วนมากแล้วจะนำนักมวยคนดังกล่าวไปชกตามจังหวัดหรือที่เรียกว่าตามภูธรที่ไม่ได้มีการออกอากาศทางโทรทัศน์แต่อย่างใด ทั้งนี้เพื่อเป็นการหลีกเลี่ยง



จากการการตรวจของคณะกรรมการนั่นเอง แต่อย่างไรก็ตามนักมวยที่ผ่านการขึ้นสังเวียนหรือแพ้ น็อกกลับมาขึ้น ก็ยังต้องผ่านกระบวนการฝึกในวันรุ่งขึ้นหรือวันถัดไป

### ตารางที่ 5.3 แสดงการฝึกซ้อมประจำวันของค่ายเพชรพญาไท

รายการ	เวลาในการฝึกซ้อม	ประเภทการฝึก
1	6.00 น.	ซังน้ำหนัก และ วิ่งระยะไกล 5-10 กิโลเมตร
2	6.40 น.	กระโดดเชือก 15 – 30 นาที
3	7.10 น.	ชกลม 2 ยก
4	7.20 น.	เตะกระสอบ 2 ยก
5	7.30 น.	รับประทานอาหารเช้า อาบน้ำ
6	12.00 น.	พักผ่อนตามอัธยาศัย
7	15.30 น.	วิ่งระยะไกล 5 – 10 กิโลเมตร
8	16.30 น.	วิ่งลากห่วงยาง 10 เที้ยว
9	17.00 น.	ชกลม 2 ยก
10	17.10 น.	เล่นกระสอบ 10 ยก
11	18.00 น.	ล่อเป้า 12 ยก
12	19.00 น.	ปล้ำคู่ 6-12 ยก
13	19.30 น.	เน้นการบริหารร่างกาย เช่นการลุกนั่งทุบท้อง ดันพื้น วิดพื้น โหนเชือก กระโดดเข่งย่อ กัดลูกตุ้ม ยกลูกเหล็ก ยกคานเหล็ก ฯลฯ รับประทานอาหารเย็น อาบน้ำ พักผ่อน เข้านอน

ที่มา : จากการสัมภาษณ์นายพีระพงษ์ ธีระเดชพงษ์

ตัวอย่างกระบวนการใช้ร่างกายเป็นปัจจัยการผลิตของนักมวยที่อยู่ในเครือข่าย หรือ สังเกตของโปรโมเตอร์ขึ้น เกียรติเพชร โปรโมเตอร์รายการมวยไทย 7 สี นั้น จะถูกทำให้มีการฝึกซ้อมควบคุมร่างกายออกมาเพื่อรองรับกับความต้องการของรายการมวยไทย 7 สี มี 2 ประเภทหลัก ๆ คือ

1. นักมวยที่เน้นการชกเชิงรุก อย่างที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ซีอูย ส.สุนันทชัย เป็นนักชกเชิงรุก โดยอาศัยหมัดที่สามารถต่อยทะลุทะลวงได้อย่างหนักหน่วงเป็นอาวุธสำคัญของการเอาชนะคู่ต่อสู้ ดังนั้นในการฝึกซ้อมครูฝึกซ้อมจะเน้นการฝึกซ้อมไปที่ช่วงบนและช่วงล่างของร่างกาย โดยเฉพาะช่วงแขน มีการสร้างกำลังกล้ามเนื้อ และเน้นการรับประทานอาหารประเภท

โปรตีนเพื่อสร้างกล้ามเนื้อเป็นพิเศษ รวมถึงการวิดพื้น และยกเวท สร้างความแข็งแรงให้กับกล้ามเนื้อกำลังขา นักมวยประเภทนี้จะมีชั่วโมงการซ้อมชกกลมและชกกับกระสอบรวมไปถึงชกมวยกับครูฝึกมากกว่านักมวยประเภทอื่น ๆ

2. นักมวยที่เน้นการชกเชิงรับ อย่างหาญที่ ว.วิวัฒน์นนท์ จะเน้นการชกคล้าย ๆ กับนักมวยเชิงรุก แต่จะเน้นการชกกับสอบทรายและการวอร์มร่างกายในรูปแบบต่าง ๆ มากขึ้น เพื่อให้การวิ่งหรือการจ็อกกิ้งระหว่างการชกเพื่อหลบหลีกหมัดของคู่ต่อสู้ทำได้ว่องไว เช่นการวิ่งระยะทางไกล การกระโดดเชือก รวมไปถึงการซ้อมเพื่อหลบหลีกการชกจากคู่แข่งและการวางแผนการเข้าชกในรูปแบบต่าง ๆ

ทั้งนี้ นักมวยทั้ง 2 ประเภท จะต้องทำการควบคุมน้ำหนักอย่างเคร่งครัดที่สุด เพราะถือเป็นตัวชี้วัดในการแข่งขัน นั่นหมายความว่า กระบวนการผลิตนักมวยของทุกประเภททุกรุ่น จะถูกควบคุมการรับประทานอาหาร และหากน้ำหนักเกินก็จะต้องทำทุกวิถีทางเพื่อจะให้น้ำหนักลดลงมาให้อยู่ในเกณฑ์ของการชกในแต่ละคู่ที่วางเอาไว้

จากการเข้าไปนั่งสังเกตการณ์ในสนามมวยช่อง 7 นั้นพบว่า ผู้ชมส่วนมากแล้วจะชื่นชอบมวยตัวใหญ่ นั่นหมายความว่านักมวยต้องมีร่างกายที่บึกบึน แข็งแกร่ง มีกล้ามเนื้อเป็นสัดส่วนให้เห็นชัด ซึ่งจะหมายถึงความสมบูรณ์ของร่างกายหรือภาษามวยเรียกว่าสัด ก็จะเป็นต่อนักมวยที่มีสภาพร่างกายที่เล็กกว่า เนื่องจากสภาพร่างกายที่เป็นต่อย่อมหมายถึงการออกอาวุธทั้งหมัด เชา เตะ ย่อมมีน้ำหนักมากกว่าและสามารถใช้เป็นอาวุธในการเอาชนะคู่ต่อสู้ได้ง่ายกว่า อีกทั้งเมื่อเวลาโดนอาวุธของคู่ต่อสู้ก็จะเจ็บน้อยกว่า ดังนั้นเมื่อนักมวยออกอาวุธแต่ละครั้งย่อมทำให้อีกฝ่ายต้องใช้ร่างกายเป็นที่รับความเจ็บปวด บางครั้งยังสร้างรอยแผลเป็นบนใบหน้าจากการโดนอาวุธของคู่ต่อสู้เพื่อแลกกับเงินรางวัล อย่างไรก็ตามการชกมวยเป็นสิ่งสำคัญสำหรับนักมวยและค่ายมวย จึงต้องมีการเตรียมพร้อมอย่างดีก่อนการขึ้นชก สะเกตดาว เพชรพญาไท นักกีฬามวยไทยยอดเยี่ยม เล่าให้ผู้เขียนฟังว่า หากหัวหน้าค่ายได้รับการติดต่อจากโปรโมเตอร์ให้นำนักมวยไปชก นักมวยคนนั้นจะต้องทำการเก็บตัวเพื่อฝึกซ้อมอย่างหนักเพื่อให้ร่างกายมีความแข็งแรงสมบูรณ์เต็มทีหรือภาษามวยเรียกว่า “สัด” พร้อมทั้งกับการฝึกฝนเพื่อแก้ทางมวยของคู่ต่อสู้ เช่น “หากคู่ต่อสู้เป็นมวยชั้นเชิงสูง ชอบต่ออยวงนอกแล้วหลบฉาก ก็จะต้องแก้ทางมวยด้วยการเบียดติดไต่บ๊องอย่าให้ได้พัก พอสบโอกาสก็เถือค เพราะมวยชั้นสูงนั้นไม่ชอบแลกและแรงไม่ค่อยดี หากโดนไต่บ๊องมาก ๆ โอกาสที่แรงจะหมดก็มีมากด้วย แม้ผมจะได้ฉายาว่าต่อยอดเต็ดทะเลวงลำไส้ แต่ผมก็เซฟตัวเองด้วยเช่นกัน ไม่อยากให้ร่างกายบอบช้ำมาก เตียวใช้ทำมาหากินไม่ได้ (หัวเราะ)” และเมื่อวันแข่งขันจริงมาถึง สิ่งแรกที่นักมวยจะต้องทำหรือต้องผ่านด่านการชก

น้ำหนักไปให้ได้ เพราะหากน้ำหนักไม่ผ่านเกณฑ์ของแต่ละรุ่นก็ทำให้ไม่สามารถขึ้นชกได้ หรือภาษามวยเรียกว่า “แพ้นตาชั่ง” กระบวนการช้อมและลดน้ำหนักอย่างหนักนี้ ผู้เขียนเห็นว่าเป็นขั้นตอนการผลิตเพื่อให้แน่ใจว่าร่างกายของตนสามารถแปรรูปมูลค่าให้ออกมามากที่สุด อีกด้านหนึ่งเราอาจมองว่าการช้อมอย่างหนักและการลดน้ำหนักหรือการเพิ่มน้ำหนักในกระบวนการผลิตนักมวยนี้ก็คือพิธีกรรมอย่างหนึ่ง (ritualized) ที่นักมวยทุกคนจะต้องทำอย่างมีระเบียบวินัย ผ่านการวางกรอบกติกาและตารางการช้อมที่ชัดเจน เพื่อให้แน่ใจว่ามีมิติด้าน trade-specific คือคุณลักษณะความพร้อมของร่างกายออกมาให้ดีที่สุด โดยมีตัวเงินรายได้ เงินรางวัล ชื่อเสียง อันดับการชก เป็นมูลเหตุจูงใจ

โปรโมเตอร์ขึ้น เกียรติเพชร ซึ่งเป็นเจ้าของค่ายมวยเพชรพญาไท กล่าวว่า ปัจจัยด้านน้ำหนักสำคัญที่สุด ถ้าหากจะถึงกำหนดจะเข้าชก แล้วน้ำหนักตัวของนักมวยเพิ่มสูงขึ้นกว่าเกณฑ์ นักมวยผู้นั้นจะถูกสั่งให้ทำการรีดน้ำหนักด้วยวิธีการต่าง ๆ โดยทันที ในเวทีมวยไทย 7 สี จะกำหนดให้มีการชั่งน้ำหนักตั้งแต่เวลา 09.00 – 11.00 น. ของวันแข่งขัน เมื่อผู้แข่งขันชั่งน้ำหนักแล้วเกินจะให้ชั่งใหม่ได้ โดยให้อยู่ในกำหนดเวลาไม่เกิน 11.00 น. หากหมดเวลาแล้ว น้ำหนักยังเกินอยู่ก็จะยุติการชกในคืนนั้น ๆ และเริ่มมีการให้นักมวยชั้วตัวเปล่าเพื่อลดน้ำหนักให้ได้มากที่สุด ซึ่งสนามมวย 7 สี นักมวยที่สามารถจะขึ้นชกได้จะต้องมีน้ำหนักไม่ต่ำกว่า 100 ปอนด์ อายุไม่น้อยกว่า 15 ปี และน้ำหนักระหว่างคู่ชกทั้งสองจะต้องไม่ต่างกันเกิน 5 ปอนด์ ในกระบวนการชั่งน้ำหนัก จะมีนายสนามมวยหรือตัวแทนมาเป็นสักขีพยานในการชั่งน้ำหนัก เพื่อเปรียบเทียบน้ำหนักของนักมวยแต่ละรุ่นที่จะขึ้นชกกัน โปรโมเตอร์และหัวหน้าค่ายมวยจะเป็นผู้มาตกลงและเปรียบเทียบมวยกันเองว่าใครจะชกกับใครซึ่งส่วนใหญ่มักจะเป็นการตกลงกันไว้ก่อนแล้ว

เรื่องของการใช้สอยร่างกายเพื่อเพิ่มมูลค่าให้เป็นทุนของนักมวย มีข้อจำกัดอย่างที่ที่ทฤษฎีของ Wacquant ได้กล่าวไว้ นักมวยก็เปรียบเสมือนสินค้าทั่ว ๆ ไป ที่จะต้องมีการเสื่อมสภาพไป สะเก็ดดาว เล่าให้ฟังว่า การชกมวยไทย 7 สี ที่ทางรายการและโปรโมเตอร์เน้นการชกแบบเน้น ๆ ดูเด็ด ไร้อายุ มากกว่าการใช้ชั้นเชิงศิลปะมวยไทย มีส่วนสำคัญที่ทำให้ร่างกายของตนและนักมวยคนอื่น ๆ เสื่อมโทรมลงอย่างรวดเร็ว จึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่วงการนักมวยส่วนใหญ่จะเลิกชกมวยเมื่อมีอายุเกิน 25 ปี ขึ้น มีจำนวนน้อยมากที่ยังคงชกต่อ การใช้แรงเบียดเอาชนะนั้นเป็นที่มาของการให้คะแนนที่คนในวงการมวยกล่าวกันว่า นักมวยเมื่อทำการแข่งขันบนสังเวียนห้ามล้มลงเด็ดขาด หากในระหว่างการชก นักมวยทั้งคู่เข้ากอดปล้ำกันแล้วล้มลงจะต้องพยายามควบคุมร่างกายให้อยู่ข้างบนเสมอ เพราะคนที่อยู่ข้างล่างจะถือค้ำว่าล้มมีความหมายต่อการให้คะแนนมาก ในแวดวงมวยไทยถือกันว่าการที่นักมวยล้มขณะกอดปล้ำ พลังของร่างกายจะเป็นรอง เหลี่ยมและชั้นเชิงจะสู้ไม่ได้ จึงถูกหักล้มลง ซึ่งถือว่า 1 ล้ม เท่ากับ 2 ดอก คือ หากนักมวย

คนใดถูกหักล้างลง เขาจะต้องเดินหน้าออกอาวุธเอาคืนให้ได้เต็ม ๆ ถึง 2 ดอก จึงจะหักลบกลบกันได้

เมื่อเราวิเคราะห์ตามแนวคิดของบูร์ดิเยอ ประเด็นของร่างกายและชนชั้น กล่าวได้ว่า นักมวยซึ่งส่วนใหญ่มาจากชนชั้นล่าง ใช้การสะสมทุนร่างกายผ่านกระบวนการฝึกซ้อม ควบคุมร่างกายในทุกวิถีทางดังที่กล่าวมาข้างต้น และผ่านการแข่งขันเพื่อสร้างชื่อเสียงและได้เงินค่าตัวมาสำหรับเลี้ยงชีพตน เพื่อหวังจะเลื่อนตำแหน่งทางสังคม (social location) กล่าวคือ หากนักมวยแข่งขันชกมวยแล้วมีชื่อเสียงและมีเงินค่าตัวตอบแทนที่สูงมากพอ ก็สามารถนำมาสร้างปัจจัยอื่นๆ เพื่อยกฐานะให้กับตน โปรโมเตอร์ชุน เกียรติเพชร เล่าให้ฟังว่า เมื่อนักมวยที่มีชื่อเสียงหลายคนได้เงินมา นอกจากจะนำเงินส่งไปให้ที่บ้านที่ต่างจังหวัดและเก็บเอาไว้แล้ว มักจะหยุดไม่ได้ที่จะหาซื้อโทรศัพท์มือถือดี ๆ ที่กำลังเป็นที่นิยม หรือบางคนหาซื้อนาฬิกา เสื้อผ้ายี่ห้อแบรนด์เนม เพื่อแสดงให้เห็นว่าตนได้ยกฐานะทางสังคมขึ้นมาผ่านการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ ความหรูหราเหล่านี้ แต่ถึงกระนั้น การแปลงทุนกายภาพร่างกายของนักมวยให้ไปเป็นทุนต่างๆ ยังมีข้อจำกัดด้วยเพราะการแปลงทุนทางร่างกายของนักมวยเพื่อนำเอาไปขายพลังแรงงานให้กับชนชั้นนายทุนอีกต่อหนึ่ง นักมวยจึงตกอยู่ในวังวนที่ปัจจัยการผลิตของร่างกายถูกควบคุม สิ่งการของชนชั้นนายทุนเพื่อขูดรีดมูลค่าส่วนเกินออกมา โดยที่เจ้าของปัจจัยการผลิตในทุนร่างกาย คือ นักมวย ไม่สามารถที่จะใช้ทุนร่างกายเพื่อขยายสร้างทุนประเภทอื่น ๆ ให้แก่ตนได้เลย ดังนั้นกระบวนการใช้ทุนรอนจากร่างกายของนักมวยจึงถูกซื้อขายผ่านนายทุนในระบบตลาด นักมวยไม่สามารถเข้าไปเป็นเจ้าของวิถีชีวิตเป็นการเฉพาะตามเงื่อนไขของวัตถุที่ตนต้องการได้อย่างเต็มที่ไม่สามารถหลุดออกไปจากโครงสร้างที่มีนายทุนครอบงำในกระบวนการผลิตไปได้

นอกจากนี้ จะเห็นได้ว่าอาชีพนักมวยกับการใช้ร่างกายนั้นเป็นของคู่กัน เมื่อก้าวสู่อชีพนี้แล้วหนทางเดียวที่จะรักษามาตรฐานความเป็นมวยไว้ได้ก็คือการสร้างร่างกายให้แข็งแรง เพราะร่างกายจะเป็นทุกๆ สิ่งของนักมวย เมื่อนักมวยเข้าสู่ระบบค่าย จากนักมวยนามธรรม บ้านนอก ร่างเล็ก หมัดไม่มีแรง ผ่านกระบวนการฝึกซ้อมของค่ายซึ่งจะแปรเปลี่ยนให้กลายเป็นนักมวยที่แข็งแรง รูปร่างบึกบึน มองเห็นเป็นรูปธรรมได้อย่างชัดเจน และสามารถใช้ส่วนของร่างกายที่ผ่านกระบวนการมาแล้วไปแสวงหารายได้ตามเวทีมวยต่างๆ เพื่อยกระดับฐานะทางสังคมของตนเอง ดังนั้น นักชกที่เป็นขวัญใจผู้ชมก็จะมูมความถี่ในการชกของค่อนข้างสูงมาก แต่อย่างไรก็ตามค่าตอบแทน (wage) ที่นักมวยได้รับแท้จริงนั้นไม่ได้คุ้มค่า และไม่สามารถทดแทนได้กับพลังแรงงานที่ตนได้ขายให้กับโปรโมเตอร์และเจ้าของค่ายไปแล้ว ซึ่งต้องผ่านกระบวนการหักรายได้ทั้งในเรื่องของค่าตัวหรือเงินรางวัลต่างๆ ก็ตามดังรายละเอียดที่กล่าวไปในบทที่ 4 แล้วนั้น

### 5.3 ความมั่งคั่งในกระบวนการกลายเป็นสินค้า

จากที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้นของขั้นตอนการผลิตนักมวยรวมไปถึงการกลายเป็นสินค้าของนักมวยเพื่อขายผ่านทางรายการมวยไทย 7 สี นั้น คำถามต่อมาคือใครเป็นผู้ได้ประโยชน์หรือกำไรจากการผลิตมวยไทย โดยจะพิจารณาจากส่วนต่างของการลงทุนหรือต้นทุนที่ผลิตไปกับส่วนต่างของรายได้ที่ได้รับมา

#### 5.3.1 กระบวนการผลิตมวยไทย 7 สี

ในกระบวนการลงทุนเพื่อผลิตรายการมวยไทย 7 สี จำเป็นที่จะต้องมีปัจจัยในการผลิต กล่าวคือ ทุนที่ใช้ในการดำเนินการจะเป็นลักษณะของต้นทุนผันแปร (Variable Cost) ทั้งหมด โดยมีรายละเอียดดังนี้

สนามเวทีมวย 7 สี มีการดัดแปลงห้องส่งของสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 ให้เป็นสนามเวทีมวย ซึ่งสามารถจุผู้เข้าชมเฉลี่ยประมาณ 2,400 – 2,700 คน ซึ่งทางช่อง 7 ได้มีกลยุทธ์ในการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้เพื่อเรียกความสนใจจากผู้ชม คือ การนำระบบการถ่ายทอดภาพความละเอียดสูง หรือระบบ High Definition มาใช้ในการถ่ายทอดสดมวยไทย 7 สี ตั้งแต่ปี พ.ศ.2551 เป็นต้นมา ซึ่งนับเป็นการนำระบบดังกล่าวมาถ่ายทอดรายการมวยไทยเป็นรายการแรกของประเทศไทยและยังถือว่าเป็นการนำระบบ HDTV มาใช้เพื่อการถ่ายทอดรายการสดเป็นรายการแรกของไทยอีกด้วย ระบบโทรทัศน์ความละเอียดสูงมีคุณสมบัติในการให้ภาพที่มีความละเอียดสูงกว่าสัญญาณโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (NTSC, SECAM, PAL) ซึ่งสัญญาณจะถูกแพร่ภาพในระบบ Digital TV การลงทุนนำระบบ HDTV ซึ่งทางรายการเข้าเทคโนโลยีดังกล่าวมาทำการถ่ายทอดสดรายการมวย

นอกจากนี้การจ่ายค่าแรงงานซึ่งเกิดจากแรงงานที่มีส่วนสัมพันธ์กับการผลิตโดยตรง คือ พลังแรงงานที่เป็นบุคลากรที่ทางช่อง 7 จ้างมาเพื่อผลิตรายการมวยไทย 7 สี โดยที่ทางช่อง 7 เป็นผู้บริหารจัดการสนามมวยและเป็นผู้จัดรายการควบคุมปัจจัยการผลิตเองทั้งหมด โดยเด็ดขาด กระบวนการผลิตเริ่มจากการซื้อสินค้า (commodities) ในรูปแบบพลังงานและปัจจัยการผลิต คือ การซื้อพลังงานจากโปรโมเตอร์ ปัจจุบันคือนายพีระพงษ์ ธีระเดชพงศ์ ให้มาเป็นผู้ประกอบการในการจัดหาพลังงานของนักมวยในการทำการชก รวมไปถึงการซื้อพลังงานของนักพากย์และโฆษกมวยชื่อดัง (นายวิเชียร นิลิกานนท์) คณะกรรมการ พนักงานประจำสนามมวย ช่าง แม่บ้าน ฯลฯ โดยแรงงานที่มีความสัมพันธ์กับการผลิตโดยตรง (directive labour) อันเป็นแรงงานที่สามารถผลิตมูลค่าส่วนเกินให้กับทางช่อง 7 ซึ่งเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต คือ โปรโมเตอร์ นักมวย นักพากย์ เจ้าหน้าที่ฝ่ายผลิตรายการ ฝ่ายการตลาด และโฆษก (เพราะถือเป็นจุดเด่นของทางช่อง ที่ได้ นักพากย์และโฆษกที่เสียงเป็นเอกลักษณ์ในระดับตำนาน



ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งในการดึงดูดให้มีผู้ชมมากขึ้นอีกทางหนึ่ง) ส่วนแรงงานที่ไม่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับการผลิต (supporting labour) ซึ่งมีส่วนช่วยสนับสนุนการดำเนินงานของรายการมวยไทย 7 สี เป็นแรงงานที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่าส่วนเกินหรือไม่ถูกขูดรีดพลังแรงงานโดยตรง เช่น พนักงานธุรการ แม่บ้าน ช่างประจำสนาม ฯลฯ ซึ่งแรงงานที่สัมพันธ์กับการผลิตโดยตรงนั้น เป็นแรงงานหลักที่ช่วยทำให้มีมูลค่าส่วนเกินให้เจ้าของปัจจัยการผลิต คุณลักษณะอย่างเช่น การประกบคู่มวยได้เก่งรู้ใจคอบมวย หรือลีลาการชกที่ดูเด็ดเร้าใจ ลีลาการพากย์ที่สนุกน่าติดตามชวนฟัง เป็นคุณลักษณะพิเศษในตัวพลังแรงงานที่ถูกซื้อเข้ามาเพื่อช่วยเพิ่มมูลค่าส่วนเกิน ส่วนแรงงานที่ไม่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับการผลิตไม่ถือเป็นแรงงานที่สร้างส่วนเกินได้มากเท่ากับแรงงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิตโดยตรง นอกจากนี้ยังมีค่าตกแต่งฉาก อุปกรณ์และเวทีมวย ค่าดำเนินการอื่น ๆ

#### ตารางที่ 5.4 ประมาณการค่าใช้จ่ายของทางช่อง 7 ต่อการจัดรายการมวยไทย 7 สี

ประเภทค่าใช้จ่าย	ค่าใช้จ่ายต่อการจัด/ครั้ง (บาท)	ค่าใช้จ่ายต่อการจัด/เดือน (บาท)
- ค่าบำรุงสนามมวย	50,000	200,000
- ค่าตกแต่งฉากและอุปกรณ์	30,000	120,000
- ค่าอุปกรณ์ถ่ายทอดสด	200,000	800,000
- ค่าตัวนักมวย	100,000 – 200,000	400,000 – 600,000
- ค่าจ้างโปรดิวเตอร์	40,000	160,000
- ค่าจ้างคณะกรรมการตัดสิน	50,000	200,000
- ค่าจ้างพิธีกร/โฆษกสนามมวย	20,000	80,000
- ค่าจ้างวงปี่พาทย์	20,000	80,000
- ค่าจ้างเจ้าหน้าที่ประสานงาน	15,000	60,000
- ค่าจ้างยาม/แม่บ้าน	25,000	100,000
- ค่าใช้จ่ายเพื่อการดำเนินการอื่นๆ	50,000	200,000
<b>รวมต้นทุนทั้งสิ้น</b>	<b>600,000 – 700,000</b>	<b>2,400,000 – 2,800,000</b>

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูลของผู้วิจัยและบทสัมภาษณ์นายพีระพงษ์ ธีระเดชพงษ์

รวมค่าใช้จ่ายสุทธิที่ต้องลงทุนในการจัดรายการมวยไทย 7 สี 1 ครั้ง คือ 600,000 – 700,000 บาท ค่าใช้จ่ายสุทธิตรายเดือนในการจัด คือ 2,400,000 – 2,800,000 บาท ซึ่งต้นทุนใน

การผลิตดังกล่าวจะเปลี่ยนแปลงไปทุกๆ สัปดาห์เนื่องจากค่าตัวนักมวยที่นำมาจัดแต่ละครั้งแตกต่างกันไปแต่ไม่มากนัก

### 5.3.2 กลุ่มทุนโฆษณาผู้สนับสนุนรายการมวยไทย 7 สี กับการขยายสะสมมูลค่าส่วนเกินและการผลิตซ้ำ

ในปัจจุบันนี้ตัวชี้วัดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มทุนโฆษณาในการเข้ามาเป็นผู้สนับสนุนรายการของแต่ละรายการนั้นมาจากการสำรวจความนิยมในการชมรายการนั้น ๆ ผ่านทางบริษัทผู้ทำการวิจัย ที่ปัจจุบันอิงกับนิลสันมีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) เป็นหลัก ซึ่งจะทำให้การสำรวจความนิยมและเฉลี่ยออกมาเป็นค่าเรตติ้งรายการ (Rating) เป็นการจัดระดับความนิยมในตัวรายการของกลุ่มผู้ชม เมื่อรายการใดที่มีเรตติ้งในระดับที่สูงก็ย่อมส่งผลให้มีผู้สนับสนุนรายการยอมจ่ายค่าโฆษณามากขึ้นตามมา

สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ในภาพรวมนั้น ถือได้ว่ามีค่าเฉลี่ยเรตติ้งทุกรายการมากที่สุดในบรรดาฟรีทีวีทั้งหมด ทั้งนี้เหตุผลสำคัญประการหนึ่งก็เนื่องมาจากการที่สัญญาอนุญาตการแพร่ภาพของเครือข่ายของช่อง 7 กว้างขวางครอบคลุมมากกว่าช่องอื่น ๆ (coverage) อีกทั้งรูปแบบและเนื้อหาของรายการมุ่งเน้นเป้าหมายของกลุ่มผู้ชมทั่วไป (Mass) ที่ต้องการสิ่งที่สื่อสารเข้าใจได้ง่าย ไม่มีอะไรซับซ้อน ช่อง 7 จึงมีความได้เปรียบในการต่อรองราคาโฆษณา

ในส่วนของการผลิตรายการมวยไทย 7 สี นั้นดังที่กล่าวมาแล้วในข้างต้นว่ากระบวนการในการผลิตรายการมวยไทย 7 สี มีความแตกต่างจากการผลิตมวยไทยในรายการอื่น ๆ คือ การเข้าชมมวยไทยรายการ 7 สี นั้น ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการเข้าชม แต่เหตุใดทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 จึงยังสามารถผลิตรายการนี้ให้ได้รับความนิยมจนเป็นรายการมวยที่มีอันดับเรตติ้งดีที่สุดในเมืองไทยก็ว่าได้ การยื่นหยัดของรายการมวยไทย 7 สี มาเป็นระยะเวลามากกว่า 40 ปี นั้น สิ่งที่มาคู่กับสื่อสถานีโทรทัศน์คงหนีไม่พ้นกลุ่มทุนโฆษณา รายการมวยไทย 7 สี ก็เช่นเดียวกันที่มีกลุ่มทุนโฆษณาเข้ามามีบทบาทสำคัญที่ทำให้สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 นั้นไม่เรียกเก็บค่าเข้าชมการแข่งขันชกมวยรายการมวยไทย 7 สี

รายการมวยไทย 7 สี นั้น ถูกจัดให้เป็นรายการประเภทเกมโชว์ที่มุ่งให้ความบันเทิงแก่ผู้ชมรายการ ที่ทางช่อง 7 ดำเนินการผลิตเองมาตั้งแต่พ.ศ.ปี 2513 ซึ่งในช่วงระหว่าง ปี พ.ศ. 2513 – 2528 นั้น รายได้หลักจากค่าโฆษณาของทางรายการจะได้มาจากผู้สนับสนุนหลัก รายใหญ่ของรายการเพียงไม่กี่ราย คือ ปุนตราเสื่อในเครือบริษัทปูนซีเมนต์ไทย บริษัท รีเจนซี ประเทศไทย จำกัด และบริษัทไทยนครพัฒนา จำกัด (แอนตาซิด) ค่าโฆษณาที่คิดเป็นนาที่มีมา

ตั้งแต่ระดับ 20,000 - 40,000 บาท รวมรายได้ประมาณการในช่วงนั้นที่ทางช่อง 7 ได้จากค่าโฆษณา มีเพียง 1-2 ล้านบาท แต่รายการมวยไทย 7 สีก็ยังคงได้รับความนิยมเรื่อยมา ทำให้ระดับความนิยมหรือเรตติ้งนับตั้งแต่ทศวรรษ 2530 - ปัจจุบัน เฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 6.5 นับว่าเป็นรายการมวยต่อสู้ที่มีเรตติ้งเฉลี่ยสูงที่สุดมาโดยตลอด อัตราค่าโฆษณาจึงมีการเพิ่มสูงขึ้นไปตามความนิยมในตัวของรายการมีมากขึ้น ฐานผู้ชมรายการขยายตัว ทำให้ค่าโฆษณาเติบโตสูงขึ้นจาก 85,000 บาท ต่อนาที ในช่วงปีพ.ศ. 2537-2539 ขยับราคามาเรื่อย ๆ จนถึงระดับ 140,000 ในปัจจุบัน

รายการมวยไทย 7 สี จัดอยู่ในช่วงวันหยุดคือวันอาทิตย์หลังเวลาเย็นเป็นต้นไป ซึ่งถือกันว่าไม่ใช่ช่วงเวลาไพรม์ไทม์ โปรโมเตอร์รุ่น เกียรติเพชร เล่าให้ฟังว่า ทางช่อง 7 จะยังคงนโยบายเดิมคือยังมีเปอร์เซ็นต์ส่วนลด 15 เปอร์เซ็นต์ ช่องทางในการโฆษณาหรือสนับสนุนรายการมวยไทย 7 สี มีช่องทางหลัก ๆ อยู่คือ

- หากเป็นผู้สนับสนุนรายการรายใหญ่ จะให้เงินสนับสนุนรายการหรือค่าโฆษณาแบบเหมารายปี กลุ่มทุนโฆษณาเหล่านี้จึงมีสิทธิหรือสัดส่วนของการโฆษณาสินค้าของตนผ่านทางรายการมากกว่ารายอื่น ๆ พูดัง ๆ ก็คือ ผู้ชมสามารถที่จะเห็นตราหรือชื่อสินค้าหรือถูกกล่าวอ้างจากทางพิธีกรมากกว่าสินค้าอื่น ๆ และตราสินค้าจะปรากฏอยู่ในที่สำคัญๆของเวที เช่น ผ้าใบคาดเชือก ป้ายขนาดใหญ่ในเวทีมวย หรือ บนกางเกงของนักมวย กลุ่มทุนสินค้าประเภทนี้ คือ บริษัท ปูนเสื่อจำกัดในเครือ SCG ให้การสนับสนุนปีละ 10 ล้านบาท บริษัท รีเจนซี่ ประเทศไทย จำกัด และบริษัท ไทยนครพัฒนา จำกัด (แอนตาซิล) ปีละ 5 ล้านบาท บริษัทควายทอง จำกัด สนับสนุนป้ายบอกยกในแต่ละยก ปีละ 1 ล้านบาท นอกจากนี้ บริษัทปูนเสื่อในเครือ SCG ยังเป็นผู้สนับสนุนรายการเพียงรายเดียวที่มีส่วนร่วมในการเป็นผู้สนับสนุนใหญ่สำหรับการจัดศึกมวยรอบปูนเสื่อ ซึ่งเป็นการเฟ้นหานักมวยช้างเผือกดาวรุ่งจากทั่วประเทศไทย ซึ่งในส่วนของทุนการจัดรวมไปถึงเงินรางวัล ทางปูนตราเสื่อจะเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายทั้งหมด

- กลุ่มทุนสินค้าทั่วไปและรีเียนซี่โฆษณาที่จะซื้อช่วงเวลาในการฉายสปรอตโฆษณาหลังช่วงพักยก ซึ่งมีราคาในอัตรานาทีละ 1.4 แสนบาท กลุ่มทุนสินค้าประเภทนี้มักจะเป็นประเภทสินค้าเครื่องดื่มบำรุงกำลัง ยาแก้ปวด เครื่องมืออุปกรณ์ทางการเกษตร ยาฆ่าแมลง น้ำมันเครื่องมอเตอร์ไซค์ เพื่อสอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของทางรายการที่เน้นกลุ่มผู้ชมผู้ชายอายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป ที่เป็นกลุ่มชนชั้นกลาง กลุ่มผู้ใช้งาน นักกีฬา (สมเกียรติ ยังขึ้นสวัสดิ์, 2537 : 62) กลุ่มสินค้าโฆษณาประเภทนี้ จะมีลักษณะที่ติดต่อโฆษณาเข้ามาผ่านทางเอเยนซี่ ซึ่งทางตัวแทนเอเยนซี่จะเป็นผู้ที่ติดต่อซื้อเวลาโฆษณาผ่านทางสถานีอีกต่อหนึ่ง

อีกประเภทคือจะไม่ผ่านเอเยนซีโฆษณาเลย จะติดต่อมาโดยตรงผ่านสถานีหรือโปรดิวเซอร์ด้วย อาศัยความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิด หรือมีธุรกิจหุ้นส่วนร่วมกัน

- กลุ่มทุนสินค้าที่เป็นผู้มอบรางวัลให้กับนักมวย กลุ่มทุนเหล่านี้มักจะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจรายย่อยขนาดกลาง ประเภทยาหม่อง ยาน้ำแก้ไอ หรือประเภทป้ายทางการเกษตรต่าง ๆ กลุ่มทุนสินค้าผู้สนับสนุนรายการเหล่านี้ไม่ต้องจ่ายค่าโฆษณาให้กับทางสถานี แต่ทางช่อง 7 จะใช้การให้รางวัลแก่นักมวยจากผู้สนับสนุนรายการเหล่านี้เป็นวิธีการแก้ไขและป้องกันการล้มมวยหรือการชกไม่สมศักดิ์ศรีด้วยการใช้ระบบการให้รางวัลเพื่อกระตุ้นนักมวยให้มีความกระตือรือร้นในการชกให้มีความดุเดือด กลุ่มทุนสินค้าเหล่านี้จะให้เงินรางวัลแก่นักมวยตามแต่กฎเกณฑ์ที่กำหนดในแต่ละสัปดาห์ เช่นนักมวยที่ชกดี นักมวยที่ชนะน็อคเอาท์ ฯลฯ กำหนดระดับอัตรารางวัลอยู่ที่ 3,000 – 10,000 บาท กลุ่มทุนสินค้าเหล่านี้ ก็จะมีตัวแทนบริษัทหรือเจ้าของบริษัทมาเป็นผู้ถือป้ายตราสินค้าของตนเมื่อตอนที่พิธีกรประกาศแนะนำตัวช่วงพักยก ซึ่งเป็นการแลกเปลี่ยนเชิงผลประโยชน์ในการโฆษณาสินค้าของตนแลกกับการให้เงินรางวัลนักมวยแก่ทางช่อง

รายได้จากค่าโฆษณาในรายการมวยไทย 7 สี จึงถือเป็นรายได้หลักที่ทางสนามมวยคือสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ได้รับจากการจัดรายการ ซึ่งเรามาประมาณการรายได้จากค่าโฆษณาในรายการมวยไทย 7 สี ได้ดังนี้

จากกฎหมายควบคุมปริมาณการโฆษณาปัจจุบัน ยึดตามพระราชบัญญัติการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 กำหนดให้กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่และดำเนินกิจการธุรกิจ มาตรา 23 ระบุว่า “...กำหนดการโฆษณาและการบริการธุรกิจได้ไม่เกินชั่วโมงละ 12 นาทีครึ่ง..” รายการมวยไทย 7 สี มีเวลาการออกอากาศ 2 ชั่วโมง คือตั้งแต่ระหว่างเวลา 13.45 – 15.45 น. จากการสังเกตของผู้วิจัยในวันที่ 17 เมษายน 2554 พบว่ารูปแบบวิธีการออกสปอตโฆษณาช่วงพักระหว่างคู่ใช้เวลาในการโฆษณา 3 นาที ซึ่งจะมีแค่ 3 ช่วงเท่านั้น คือช่วงเปลี่ยนคู่มวยคู่ที่ 1 ไปยังคู่ที่ 2 ช่วงเปลี่ยนคู่มวยคู่ที่ 2 ไปยังคู่มวยคู่ที่ 3 และช่วงเปลี่ยนคู่มวยคู่ที่ 3 ไปยังคู่มวยคู่ที่ 4 จะใช้เวลารวมทั้งสิ้น 9 นาที และนอกจากนั้นจะมีการโฆษณาระหว่างช่วงพักยก ซึ่งทั้งรายการมีการชกคู่มวยทั้งสิ้นที่ถ่ายทอดสด 4 คู่ ในแต่ละคู่จะมีการชกทั้งสิ้น 5 ยก จะใช้เวลาโฆษณาคู่ละ 4 ครั้ง จำนวน 4 คู่จะใช้เวลาทั้งสิ้น 16 นาที โดยทุกคู่จะคั่น สปอตโฆษณาสินค้าระหว่างยกชนิดเดิม เช่น สปอตโฆษณาระหว่างยกที่ 1 ก็จะใช้โฆษณาสินค้าชนิดเดิมกับมวยคู่ที่ 2 คู่ที่ 3 และคู่ที่ 4

ดังนั้นในการถ่ายทอดสดมวยไทย 7 สีนั้นจะใช้การโฆษณารวมเวลาโฆษณา 25 นาที ตรงตามพระราชบัญญัติการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ที่กำหนดควบคุมปริมาณการโฆษณา 1 ชั่วโมง โฆษณาไม่เกิน 12 นาทีครั้ง อัตราค่าโฆษณาอยู่ที่นาทีละ 1.4 แสนบาท รวมเป็นเงินจากค่าโฆษณาในการจัดในครั้งหนึ่งอยู่ที่ 3,500,000 บาท และหักด้วยเปอร์เซ็นต์ส่วนลดร้อยละ 15 เท่ากับราคา 2,975,000 บาท รายการมีทุกวันอาทิตย์เท่ากับจัดเฉลี่ยอยู่ที่เดือนละ 4 ครั้ง รวมรายได้จากค่าโฆษณาระหว่างพักยกอยู่ที่ 11,900,000 บาท ขณะที่รายได้จากค่าโฆษณาแบบเหมาจ่ายเป็นรายปีจากกลุ่มทุนโฆษณาลัทธิรายใหญ่ จากบริษัททุนโฆษณาลัทธิอีกปีละ 20 ล้านบาท เฉลี่ยให้เป็นรายเดือนแล้วจะได้ค่าโฆษณาที่ทางช่อง 7 ได้รับประมาณ 1,600,000 บาท และเมื่อเฉลี่ยต่อการจัดมวย 1 ครั้ง ประมาณ 400,000 บาท รวมรายได้ที่ทางช่อง 7 ได้รับการค่าโฆษณาจากการจัดรายการมวยไทย 7 สีทั้งจากโฆษณาแบบเหมาจ่ายรายปีและโฆษณายิงสปอตคั่นรายการแบบนาที คิดเป็น 1 เดือน จัดรายการประมาณ 4 ครั้ง รวมรายได้เป็นเงินทั้งสิ้นประมาณ 13,500,000 บาท และคิดเป็นต่อครั้งประมาณ 3,375,000 บาท

เมื่อหักค่าใช้จ่ายหรือต้นทุน (Cost) ที่ทางช่อง 7 ต้องลงทุนเพื่อการจัดรายการมวยไทย 7 สี ค่าใช้จ่ายสุทธิที่ต้องลงทุนในการจัดรายการมวยไทย 7 สี 1 ครั้ง คือ 600,000 – 700,000 บาท รายได้จากค่าโฆษณาทุกประเภท 3,375,000 บาท สรุปช่อง 7 จะมีส่วนต่างจากการหักลบต้นทุนที่ดำเนินการผลิตมวยไทย 7 สี ซึ่งถือเป็นกำไรของทางช่องอยู่ที่ 2,675,000 - 2,775,000 บาทต่อครั้ง และเมื่อคิดเป็นรายเดือนแล้ว รวมรายได้เป็นเงินทั้งสิ้นประมาณ 13,500,000 บาท ค่าใช้จ่ายสุทธิรายเดือนในการจัดเดือนละ 4 ครั้ง คือ 2,400,000 – 2,800,000 บาท ช่อง 7 จะมีส่วนต่างจากการหักลบต้นทุนที่ดำเนินการผลิตมวยไทย 7 สี ซึ่งถือเป็นกำไรของทางช่องอยู่ที่ 10,700,000 – 11,100,000 บาทต่อเดือน ซึ่งถือว่าเป็นรายได้สุทธิที่สูงเมื่อเทียบกับรายการอื่นๆ **ดังนั้นจึงเห็นได้ว่ามูลค่าส่วนเกินที่ได้จากส่วนต่างตรงนี้ตกเป็นของช่อง 7 แต่เพียงผู้เดียวในการได้รับประโยชน์จากการจัดรายการมวยไทย 7 สี นั้นความหมายว่า สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เป็นผู้สะสมความมั่งคั่งจากกระบวนการดังกล่าว ขณะที่นักมวย หรือผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ แม้จะได้รับในรูปแบบของรายได้หรือค่าตัว แต่ก็ถือว่าได้น้อยกว่าในอัตราของมูลค่าแรงงานที่ตนออกแรงผลิตออกมาเพื่อสร้างมวยไทยผ่านสื่อโทรทัศน์นั่นเอง**



ตารางที่ 5.5 ประมาณการส่วนต่าง (กำไร) ที่ช่อง 7 สี ได้รับการจัดการรายการมวยไทย 7 สี

รายการ	จำนวนเงิน/ครั้ง (บาท)	จำนวนเงิน/เดือน (บาท)
<b>รายได้</b>		
รายได้จากการโฆษณาในรายการ	2,975,000	11,900,000
รายได้จากกลุ่มผู้สนับสนุนรายหลัก	400,000	1,600,000
<b>รวมรายได้</b>	<b>3,375,000</b>	<b>13,500,000</b>
<b>รวมรายจ่าย</b>	<b>600,000 – 700,000</b>	<b>2,400,000 – 2,800,000</b>
<b>ส่วนต่าง (กำไร)</b>	<b>2,675,000 - 2,775,000</b>	<b>10,700,000 – 11,100,000</b>

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูลของผู้วิจัย

จากตารางดังกล่าว จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า การผลิตซ้ำเพื่อสะสมทุนของช่อง 7 ในฐานะเป็นผู้จัดการรายการมวยไทย 7 สี มีมูลค่าสูงมาก โดยสามารถเห็นได้จากรายได้ที่ทางช่องได้รับซึ่งมีมากกว่ารายจ่ายที่เป็นต้นทุนการผลิตที่ต้องจ่ายออกไป กลายเป็นกำไรส่วนเกินของการประกอบธุรกิจมวยไทยในจอคู่ ซึ่งจะถูกสะสมรวบรวมเพื่อนำเอากำไรส่วนเกินดังกล่าวนี้ไปผลิตซ้ำกระบวนการผลิตของรายการมวยไทย 7 สี ต่อไป

ในการวิเคราะห์โดยใช้ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองแบบมาร์กซ์และเศรษฐศาสตร์การเมืองเรื่องสื่อ นั้น การสะสมทุนหรือมูลค่าส่วนเกินเกิดขึ้นจากการขูดรีดพลังแรงงานของมนุษย์ อันเป็นพลังแรงงานที่มีความแตกต่างกันระหว่างมูลค่าการใช้กับมูลค่าแลกเปลี่ยน ดังที่ได้อธิบายไปแล้วในข้างต้นว่า มูลค่าแลกเปลี่ยนในกรณีของพลังแรงงานที่สำคัญที่ถูกขูดรีดคือค่าจ้างของนักมวย ส่วนมูลค่าการใช้ของพลังงานแรงงานคือมูลค่าจริงที่พลังแรงงานนั้นผลิตขึ้นภายในชั่วโมงทำงาน มูลค่าที่นักมวยผลิตขึ้นภายในชั่วโมงการทำงาน ซึ่งก็คือการขึ้นไปชกในรายการมวยไทย 7 สี จะมีมูลค่าออกมามากกว่ามูลค่าของตัวเองแรงงานเอง กล่าวคือสินค้าคือสินค้าการชกที่นักมวยผลิตออกเพื่อตอบสนองความต้องการของนายทุนในกระบวนการผลิตจะมีมากกว่ามูลค่าค่าจ้างที่นายทุนจ่ายให้แก่คนงาน คือนักมวย ส่วนต่างนี้ถือเป็นมูลค่าส่วนเกิน ผู้เขียนเห็นว่ามูลค่าส่วนเกินในรายการมวยไทย 7 สี สะท้อนออกมาแปรเป็นความนิยมที่มีมูลค่า นั่นคือ “เรตติ้ง” นั่นเอง ที่ถือเป็นปัจจัยหลักสำคัญที่ ชี้นำในการขยายทุนและสะสมมูลค่าส่วนเกินของนายทุนเจ้าของปัจจัยการผลิตคือสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 รวมไปถึงตัวผู้ประกอบการอย่างโปรโมเตอร์ด้วย เพราะหมายความว่า ยิ่งเรตติ้งหรือความนิยมของรายการสูงมากเท่าไร โอกาสที่จะขายโฆษณาหรือกลุ่มทุนสินค้าจะเข้ามาสนับสนุนรายการเพื่อจ่ายเงินค่าโฆษณาสินค้าให้แก่ทางช่องก็จะสูงมากยิ่งขึ้นไปเท่านั้น อย่างที่กล่าวไปแล้วในบทที่ 4 ว่า จำนวน

ความนิยมหรือเรตติ้งของรายการมวยไทย 7 นั้น อยู่ในระดับ 7 ซึ่งถือว่าเป็นความนิยมที่สูงค่อนข้างสูงมาก หากเทียบกับรายการประเภทมวยจอบู้ด้วยกัน อีกทั้งช่วงเวลาจัดการแข่งขันคือช่วงเวลา 13.45 – 15.30 น. ก็เป็นช่วงนอกเวลาไพรม์ไทม์ (Prime Time) การได้เรตติ้งถึงระดับ 7 ถือว่าสูงและทางช่อง 7 สามารถตั้งอัตราค่าโฆษณาในระดับที่สูงกว่ารายการและช่องอื่น ๆ ในช่วงเวลาเดียวกัน เรตติ้งหรือตัวที่แสดงความนิยมในรายการที่อ้างอิงกับจำนวนผู้ชมรายการจะทำให้มีการนำเอาจำนวนผู้ชมมากลายเป็นสินค้าในรูปแบบหนึ่งตามทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองเรื่องสื่อ กล่าวคือ ทางช่อง 7 จะนำเอาจำนวนปริมาณผู้ชมที่นิยมชมรายการมวยไทย 7 สี ไปนำเสนอขายให้กับตัวแทนกลุ่มทุนสินค้าและรีเียนที่โฆษณาเพื่อให้เข้ามาซื้อเวลาโฆษณาในรายการมวยไทย 7 สี ผู้ชมจึงถูกลดทอนให้กลายเป็นแค่เพียงสินค้าที่ถูกนำเสนอขาย ไม่สามารถไปกำหนดรูปแบบหรือเนื้อหาใดๆที่ผลโดยตรงสำคัญต่อทางรายการ เป็นแต่เพียงผู้รับสารจากสื่อโทรทัศน์แต่เพียงอย่างเดียว (passive)

โปรโมเตอร์รุ่น เกียรติเพชร ยังกล่าวอีกว่า หากเรตติ้งรายการตกลง เช่น ตกลงจาก 7 เหลือ 6 จะมีการเรียกประชุมใหญ่เพื่อปรับกลยุทธ์ด้วยการจัดคู่มวยที่เป็นขวัญใจของผู้ชมหรือเป็นนักมวยดาวเด่นรายการมวยไทย 7 สี เพื่อเพิ่มเรตติ้งให้ถึง 7 เช่นเดิม กลุ่มทุนโฆษณาก็มีอิทธิพลต่อเจ้าของปัจจัยการผลิตคือช่อง 7 เป็นอย่างมากต่อการให้ได้ว่าซึ่งมูลค่าส่วนเกินหรือกำไร อันส่งผลต่อเนื่องให้กระบวนการผลิตคือการชกจะต้องทำทุกวิถีทางเพื่อที่จะรักษาระดับเรตติ้งถึง 7 ให้ได้ นั่นก็หมายถึงขั้นตอนการผลิตคือการฝึกซ้อมและการชกของนักมวยจึงถูกชุดรีดทั้งแบบ absolute และ relative ทั้งนี้เพื่อให้มั่นใจได้ว่านักมวยเหล่านั้นจะทำการชกออกมามีความน่าสนใจเป็นที่ต้องการของกลุ่มผู้ชม เพราะทรัพยากรเวลาในโทรทัศน์มีอย่างจำกัดและมีมูลค่าสูง เวลาจึงเป็นตัวกำหนดการนำเสนอเรื่องราว มีการนำเสนอแบบแบ่งขาวแบ่งดำให้ชัดเจน คือ คู่มวยจะชกให้ดูเด็ด ทำให้เห็นกันไปเลยว่าเป็นมวยเน้นรุกและมวยเน้นรับ ผ่านกระบวนการทำให้ดูง่ายเข้าใจอย่างรวดเร็ว (simplistic) และในเชิงของความเป็นวัฒนธรรมแม่ไม้มวยไทย เช่น การไหว้ครู การออกลีลาการชกแบบสวยงาม ต้องถูกลดทอนความสำคัญลง หรือถูกตัดให้กลายเป็นบริบทปลีกย่อย (decontextualised) การเน้นประเภทคู่มวยชกแบบเร้าใจสู้เพื่อจะส่งผลให้ได้จำนวนผู้ชมที่สูงขึ้น เรตติ้งก็จะยิ่งขึ้น และนั่นก็หมายถึงอัตราค่าโฆษณาจากกลุ่มทุนโฆษณาที่จะเข้ามาเพิ่มขึ้นและอย่างต่อเนื่อง โปรโมเตอร์จึงต้องทำการสรรหานักมวยนอกจากในค่ายของตนเอง ก็ต้องไปสรรหาตามจังหวัดต่าง ๆ ผ่านการจัดมวยต่างจังหวัดที่ตนเองลงมือจัดขึ้นโดยหาเงินสนับสนุนการจัดจากนายทุนสินค้านี้ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น กระบวนการดังกล่าวจึงถือว่าเป็นการผลิตซ้ำนักมวยให้กับทางรายการมวยไทย 7 สี ผ่านการฝึกซ้อมและออกลีลาที่จะต้องอยู่ในมาตรฐานเดียวกัน (standardization) การผลิตนักมวยของโปรโมเตอร์เพื่อป้อนให้กับการแข่งขัน

รายการมวยไทย 7 สี จึงมีลักษณะเป็นอุตสาหกรรมอย่างหนึ่งที่จะต้องมีการผลิตนักมวยที่มีลีลา สไตส์การชกที่ดูเด็ด เร้าใจออกมาจำนวนมากในลักษณะที่เหมือน ๆ กัน (Mass Product) ที่ จะต้องทำการผลิตซ้ำลีลาการชกและผลิตซ้ำนักมวยให้กลายมาเป็นดาวเด่นขวัญใจแฟนมวย เพื่อให้มีเรตติ้งที่สูงเพื่อให้กลุ่มทุนสินค้าเข้าซื้อเวลาในการโฆษณาเพื่อสะสมมูลค่าส่วนเกินให้ เพิ่มขึ้นไปอีก



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 6

### สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

#### 6.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยมุ่งทำการศึกษาวิเคราะห์ว่า วัฒนธรรมในบริบทของทุนนิยมนั้นถูกแปรเปลี่ยนไปอย่างไรบ้าง โดยหยิบยกเอากรณีของมวยไทยซึ่งถือว่าเป็นหนึ่งในมรดกทางวัฒนธรรมของไทยมาเป็นกรณีศึกษาผ่านการวิเคราะห์การกลายเป็นสินค้าของมวยไทย โดยใช้แนวคิดกระบวนการทำให้เป็นสินค้าของสำนักมาร์กซิสต์ ซึ่งมีพื้นที่สำหรับการวิเคราะห์อยู่ที่สื่อโทรทัศน์คือรายการมวยไทย 7 สีเป็นหลัก

งานวิจัยจะเน้นการวิเคราะห์กระบวนการผลิตมวยไทยผ่านสื่อโทรทัศน์โดยวิเคราะห์ไปที่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับสำคัญในด้านต่าง ๆ ทั้งนักมวย หัวหน้าค่ายมวย โปรโมเตอร์ ผู้ชมรายการ กลุ่มทุนสินค้า โดยมีการสัมภาษณ์โปรโมเตอร์รายการมวยไทย 7 สี นักมวย รวมไปถึงผู้ชมรายการเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยเลือกมาศึกษาเพื่อจะทำงานวิจัยได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและตรงกับประเด็นที่ตั้งเอาไว้

โดยการศึกษาครั้งนี้สรุปได้ว่า มวยไทยในฐานะที่เป็นวัฒนธรรมอย่างหนึ่งถูกแปรเปลี่ยนให้กลายเป็นสินค้าอย่างชัดเจน ซึ่งสามารถพิจารณาได้ดังนี้

ประการแรก ตามทฤษฎีว่าด้วยสินค้าของมาร์กซ์ สินค้า คือผลผลิตที่ผลิตขึ้นสำหรับการแลกเปลี่ยน (exchange value) ในระบบตลาด โดยมีกลไกการตั้งราคา (Pricing) เกิดขึ้นเพื่อตีมูลค่าของสินค้านิตต่าง ๆ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า กลไกการตั้งราคาเข้ามาเกี่ยวข้องกับมวยไทยมาตั้งแต่มีการจัดชกเพื่อการแข่งขันในลักษณะของการประกวด ซึ่งหากเราพิจารณาจากพัฒนาการมาตั้งแต่ต้น จะเห็นว่าสมัยการจัดชกในเวทีมวยสนามชั่วคราวตั้งแต่ทศวรรษ 2460 – 2488 ลักษณะสิ่งตอบแทนที่นักมวยได้รับเปลี่ยนจากการได้เลื่อนสถานะในสังคมเมื่อสมัยอยุธยาและรัตนโกสินทร์ตอนต้น มาเป็นเงินรางวัลซึ่งจะได้สำหรับผู้ชนะ ตั้งแต่มวยไทยผันแปรจากศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวและป้องกันข้าศึกกลายเป็นมหรสพเพื่อความบันเทิงอย่างหนึ่ง นักมวยที่ชกตามเวทีต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นงานวัดหรืองานบุญต่าง ๆ ในสมัยก่อน ต่างก็ได้รับรางวัลสำหรับการชกชนะในแต่ละครั้งราว ซึ่งเรียกกันปูนบำเหน็จจากชนชั้นสูงหรือผู้จัดการแข่งขันนั้น ๆ ถ้าหากนักมวยได้เงินรางวัลก็จะมีแบ่งให้กับครูผู้ฝึกตามแต่ความต้องการของตนเองหรือการเรียกจากครูผู้สอนซึ่งเป็นเพียงค่าอาจารย์เท่านั้น ไม่ได้มีกฎเกณฑ์ตายตัวอย่างเช่นในปัจจุบันว่าจะแบ่งกันเท่าไร แก่นสาระสำคัญของจุดมุ่งหมายของการฝึกฝนมวยไทยของนักมวยยังคงเพื่อ

เรียนรู้อิทธิพลปะการป้องกันตัวแม่ไม้มวยไทยเป็นสำคัญ ไม่ได้มาฝึกฝนเพื่อจะเป็นนักมวยอาชีพที่หารายได้และยกระดับฐานะตนเอง จนเมื่อมีการสร้างเวทีสนามมวยมาตรฐานทั้งเวทีมวยราชดำเนินและเวทีมวยลุมพินีขึ้นมา ประกอบกับการเกิดขึ้นของระบบโปรโมเตอร์ที่มีหน้าที่ต้องจัดการหานักมวยมาให้ทันกับเวลาในการชกและต้องหามาให้สนองความต้องการของผู้ชม การเข้ามาสู่วงการมวยของนักมวยไทยเพื่อเป็นอาชีพที่หารายได้และยกฐานะตัวเองจึงค่อย ๆ เกิดขึ้นเป็นลำดับ เป็นต้น ได้เกิดมีนักมวยมืออาชีพขึ้นที่ใช้มวยไทยเลี้ยงชีพตนเอง ชกเพื่อแสวงหารายได้เป็นหลักซึ่งนอกจากเงินรางวัลที่ได้รับจากการชกชนะแล้วยังได้รับในส่วนของเงินค่าตัว ที่นักมวยจะได้รับจากผู้จัดรายการ มีการแบ่งสัดส่วนของเงินรายได้อย่างชัดเจนคือ เงินค่าตัว 50:50 และเงินรางวัล 70:30 หรือ 60:40 แล้วแต่จะตกลงกับหัวหน้าค่าย เมื่อเป็นเช่นนี้กระบวนการกลายเป็นสินค้าจึงเกิดขึ้นชัดเจนจากการที่กลไกการตั้งราคาเข้ามามีบทบาทอย่างเต็มที่จากการหารายได้ในอาชีพมวยไทยนั่นเอง

อย่างไรก็ตาม กระบวนการทำให้มวยไทยกลายเป็นสินค้าของมวยไทยนั้น ถูกทำให้ชัดเจนเป็นระบบและสมบูรณ์แบบมากขึ้นเมื่อมวยไทยถูกเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ กลไกการตั้งราคาถูกนำมาใช้อย่างสลับซับซ้อน มีการแบ่งแยกราคา (Price Discrimination) นักมวยกันอย่างชัดเจนมากขึ้นในการชกแข่งขันออกโทรทัศน์

สื่อโทรทัศน์กำหนดตำแหน่งแห่งที่ให้นักมวยมีภาพลักษณ์ที่มีการชกดุเดือด เร้าใจ เพื่อสนองความต้องการของผู้ชม โดยที่ไม่เน้นคุณภาพตามแบบอย่างศิลปะแม่ไม้มวยไทยเหมือนสมัยก่อน ตรงนี้ผู้เขียนเห็นว่ากรที่มวยไทยถูกทำให้เข้าสู่การกำหนดทางการตลาด Branding เพื่อนำไปสู่การสร้างความต้องการซื้อสินค้าจากผู้ชม (Fetishism) รวมไปถึงการที่สินค้าจากกลุ่มทุนอาศัยนักมวยในการสร้างความต้องการให้เกิดขึ้นกับผู้ชมในฐานะผู้บริโภค จึงแสดงให้เห็นถึงกระบวนการกลายเป็นสินค้าที่มีความสลับซับซ้อนมากขึ้นและชัดเจนอย่างเป็นระบบ

ประการที่สอง ปัจจัยในการผลิต (means of production) สินค้าชนิดนี้ที่สำคัญก็คือเรือนร่างของนักมวยนั่นเอง ที่ขูดรีดมูลค่าพลังงานจากร่างกายของตนผ่านการฝึกซ้อม ควบคุมร่างกายของตนในทุกรูปแบบ เพื่อเข้าสู่กระบวนการผลิตมวยไทยขึ้นมาให้กับนายทุนคือช่อง 7 แต่กระนั้นก็ตาม มูลค่าที่นักมวยได้ในรูปของค่าตัวจะน้อยกว่าพลังแรงงานที่ตนใช้ไปในการผลิตมวยไทยให้กับทางช่อง 7 สี ร่างกายของนักมวยยังเป็นระบบของสัญลักษณ์ที่นักมวยเองจะต้องถอดรหัสเพื่อจะได้รู้ถึงสมรรถภาพของร่างกายที่ตนเองมีรวมไปถึงจะได้หาวิธีในการป้องกันร่างกายตนจากการแข่งขัน สิ่งที่เป็นเอกลักษณ์สำหรับกีฬามวยก็คือ ร่างกายเป็นได้ทั้งอาวุธของการจู่โจมและเป็นเป้าหมายของการทำลายจากคู่แข่ง



อย่างไรก็ตาม ปัจจัยการผลิตที่ใช้ร่างกายเช่นนี้ ก็มีขีดจำกัดของวงจรอายุ และความเสื่อมโทรมของร่างกายที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว นายทุนจึงมีการผลิตนักมวยในรูปแบบสไตส์ การชกที่ไม่เน้นคุณภาพแต่เน้นการเป็นที่ถูกใจของผู้ชมในปริมาณที่มากขึ้นและเป็นมาตรฐานเดียวกัน

ประการที่สาม จากผลการศึกษาในกระบวนการที่มวยไทยถูกทำให้เป็นสินค้าโดยการใช้อำนาจของตนเองเป็นปัจจัยในการผลิตที่สำคัญนั้น ผู้ที่ได้รับประโยชน์มากที่สุดจากกระบวนการดังกล่าวคือ ช่อง 7 สี ที่เมื่อหักลบต้นทุนที่ลงทุนไปในการผลิตกับรายได้ที่ได้มาจากกลุ่มทุนโฆษณาสินค้าที่เข้ามาเช่าเวลาช่องว่างรายการมวยไทย 7 สี ส่วนต่างซึ่งเป็นมูลค่าส่วนเกินมีมากกว่าต้นทุนที่ลงทุนไป โดยมูลค่าส่วนเกินที่ช่อง 7 สีได้รับประมาณ 11 ล้านบาท/ปี ช่อง 7 สี จึงมีสถานะที่เป็นนายทุน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสื่อมวลชนในอีกแง่มุมหนึ่งที่สำคัญก็เป็นนายทุนที่ผูกขาดและแสวงหากำไรในระบบทุนนิยม และเป็นกลไกหลักในกระบวนการทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้านั่นเอง

## 6.2 ข้อจำกัดในการศึกษา

งานวิจัยชิ้นนี้ศึกษาเพื่อแสดงให้เห็นถึงกระบวนการทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้าผ่านสื่อโทรทัศน์ โดยเลือกกรณีศึกษาคือรายการมวยไทย 7 สี ซึ่งข้อจำกัดที่สำคัญคือการเข้าถึงข้อมูลของผู้เกี่ยวข้องสำคัญอย่างเช่น ข้อมูลด้านผลการประกอบการของช่อง 7 ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการประมาณการจากโปรแกรมเตอร์รายการมวยไทย 7 สี รวมไปถึงอาศัยการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการต่าง ๆ

นอกจากนี้ การที่จะได้ข้อมูลอย่างเช่น การพนันในรายการมวยไทย 7 เป็นเรื่องที่ทำได้ยาก ทั้งนี้ ผู้ชมรายการส่วนใหญ่ไม่กล้าเปิดเผยโดยตรง จึงต้องอาศัยการทำความรู้จักและการถามคำถามที่ไม่ชี้เข้าไปสู่ประเด็นคำถามที่เกี่ยวกับการพนันอย่างชัดเจนนัก

## 6.3 ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษาพบว่านักมวยเป็นส่วนสำคัญของกระบวนการผลิตรายการมวยไทย แต่มูลค่าจริง ๆ ที่นักมวยได้รับน้อยมาก จึงน่าจะมีการกำหนดกฎเกณฑ์ที่แน่ชัด อีกทั้งเมื่อสังเกตจากการลงสนามเห็นว่านักมวยเริ่มที่จะมาฝึกหัดมวยตั้งแต่วัยเด็ก รวมทั้งขึ้นชกเพื่อแสวงหารายได้ ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่าควรที่จะมีการออกกฎหมายมารองรับกับอายุของนักมวยที่ขึ้นชกบนเวที ทั้งนี้เพื่อเป็นการป้องกันอันตรายที่จะเกิดขึ้นกับนักมวย

2. เนื่องจากนักมวยต้องใช้สภาพร่างกายเป็นทุน ดังนั้นโอกาสในการที่ได้รับบาดเจ็บหรืออันตรายที่เกิดขึ้นกับการชกนั้นจึงมีสูงมาก จนนักมวยบางคนต้องลี้ภัยการดำรงอาชีพนี้ ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่าน่าจะมีกองทุนเงินเพื่อช่วยเหลือนักมวยที่ไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้

นอกจากนี้ในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีความเห็นว่าการศึกษากระบวนการทำให้เป็นสินค้าในแง่มุมต่าง ๆ ยังมีไม่มากนักในแวดวงวิชาการของไทย โดยเฉพาะในมุมมองด้านวัฒนธรรมในแง่มุมต่าง ๆ ดังนั้น งานวิจัยในครั้งต่อไปจึงควรที่จะศึกษาผลกระทบของการทำให้เป็นสินค้าว่าส่งผลกระทบต่อสังคมหรือผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างไรบ้าง รวมไปถึงในส่วนของมวยไทยเอง หากมีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติม ควรจะนำเอาทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองมาวิเคราะห์เจาะลึกแง่มุมของผู้ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เช่นการศึกษาไปที่ผู้ชมรายการในแง่ของพฤติกรรมและที่เกี่ยวข้องกับการพนัน หรือ การศึกษากระบวนการจัดมวยไทยแข่งขันในต่างจังหวัดในรอบพิเศษต่าง ๆ ซึ่งน่าสนใจ ในแง่ที่ว่า มีปฏิสัมพันธ์เชิงอำนาจของผู้ที่เข้ามาเกี่ยวข้องมากมายในการจัดขึ้นแต่ละครั้ง



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

กนกศักดิ์ แก้วเทพ.2550.มรรควิธีเศรษฐศาสตร์การเมือง.กรุงเทพมหานคร: คณะเศรษฐศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กนกศักดิ์ แก้วเทพ และนวนน้อย ตริรัตน์ (บรรณาธิการ).2547.เสรีภาพสื่อไทยในยุคเศรษฐกิจ  
การเมืองผูกขาด.กรุงเทพมหานคร: ศูนย์ศึกษาเศรษฐศาสตร์การเมือง คณะเศรษฐศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน.2551.สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับ  
สื่อสารศึกษา.กรุงเทพมหานคร : ภาพพิมพ์.

กาญจนา แก้วเทพ.2553.แนวพินิจใหม่ในสื่อสารศึกษา.กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่ง  
จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.

เกษียร เตชะพีระ.เมื่อจ๊กเริ่มเลื่อนหายไป.มติชนรายวัน.(6 กันยายน 2545):6.

จิราพร แก้วศรีงาม.2546.เปิดโลกมวยไทย: ความสัมพันธ์ระหว่างนักมวย ค่ายมวย และธุรกิจใ  
วงการมวยไทย.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจ คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ฉลาดชาย รมิตานนท์ และ ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์.2524.ลัทธิมาร์กซ์และสังคมนิยม.  
กรุงเทพมหานคร: เคล็ดไทย.

ฉัตรทิพย์ นาถสุภา.2541.ลัทธิเศรษฐกิจการเมือง.กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย.

ซิลเลอร์, เฮอเบิร์ต ไอ.2544.พิมพ์ครั้งที่ 2.การสื่อสารและการครอบงำทางวัฒนธรรม.แปลโดย  
อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์.กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เชิดชัย ศรีรัตน์.2547.ความพึงพอใจของผู้ชมมวยไทยต่อการจัดการในสนามมวยสถานีสยาม.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ทฤษฎี สิทธิประเสริฐ.2536.โครงสร้างและพฤติกรรมของตลาดมวยไทย.วิทยานิพนธ์ปริญญา  
โทบริหารธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปนัดดา ธนสถิต และ เกริกเกียรติ พันธุ์พิพัฒน์.2526.วิวัฒนาการสื่อมวลชนไทย.กรุงเทพมหานคร:  
พุทธบูชาการพิมพ์

ประชาชาติธุรกิจ. 34, 4277. (6 มกราคม 2554)

- ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์.2538.เศรษฐศาสตร์การเมือง : โลกทัศน์กับการวิเคราะห์ระบบและการเปลี่ยนแปลง.กรุงเทพมหานคร: คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปัญญา เลิศสุขประเสริฐ.2548.กระบวนการกลายเป็นสินค้าของพิธีกรรมงานศพ.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปานิสรา นาชะ.2550.กระบวนการทำให้การศึกษากลายเป็นสินค้า ศึกษานิพนธ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ผาสุก พงษ์ไพจิตรและเบเกอร์,คริส.2542.เศรษฐกิจการเมืองไทยสมัยกรุงเทพฯ.พิมพ์ครั้งที่ 2. เชียงใหม่:ตรัสวิน(ซิลค์เวอร์มบุ๊ก).
- พีระพงษ์ ธีระเดชพงศ์. โปรโมเตอร์รายการมวยไทย 7 สี. สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2545.
- มงคล คำเมือง.2533.การศึกษาเกี่ยวกับกีฬามวยไทย.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- มันเดล เออเนสต์.2523.เศรษฐศาสตร์การเมืองเบื้องต้น.แปลโดย กนกศักดิ์ แก้วเทพ. กรุงเทพมหานคร:คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มาร์กซ์ คาร์ล.2542.ว่าด้วยทุน:เศรษฐศาสตร์การเมืองวิพากษ์.แปลโดย เมธี เขี่ยมวรา. กรุงเทพมหานคร:ธีรพรศน์.
- รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์.2544.การศึกษา ทุนนิยม และโลกาภิวัตน์.กรุงเทพมหานคร:คบไฟ:มูลนิธิสดศรี
- รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์.2544.กีฬาในระบบทุนนิยมวัฒนธรรม.กรุงเทพมหานคร: บ้านพระอาทิตย์.
- รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์.2546.ทุนนิยมวัฒนธรรม:วัฒนธรรมในระบบทุนนิยมโลก.เล่มที่ 1, กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์มติชน.
- โลอิส แอน ดอร์ท.2547. กีฬา ประเพณี และผู้หญิงในการแข่งขันมวยไทย.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิชัย ราชานนท์. หัวหน้าค่ายมวย. สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2545 .
- วิทยากร เชียงกุล.2545.อธิบายศัพท์เศรษฐศาสตร์การเมือง.พิมพ์ครั้งที่ 2.กรุงเทพมหานคร: สายธาร.
- สมเกียรติ ยังขึ้นสวัสดิ์.2536.การตลาดมวยไทยทางโทรทัศน์.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมรักษ์ คำสิงห์. หัวหน้าค่ายมวย ส.คำสิงห์. สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2545.
- สว่าง สว่างควัฒน์.2540.มวยเมืองไทย.พิมพ์ครั้งที่ 3.กรุงเทพมหานคร: กรังด์ปรีซ์อินเตอร์เนชั่นแนลเนชั่นแนล.

- สะเก็ดดาว เพชรพญาไท. นักมวยไทย. สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2545.
- สุจิตต์ วงษ์เทศ.2553.ความเป็นไทย และมวยไทยในทัศนะ ของ สุจิตต์ วงษ์เทศ.มติชนรายสัปดาห์ อติศร บุญญปรุณนท์.2553. "มวยตู้" : พัฒนาการจากสังเวียนมวยไทยสู่รายการมวยทางโทรทัศน์ (พ.ศ. 2498-2552).วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อภิเชษ มนเทียรวิเชียรฉาย.2547.การเปลี่ยนแปลงบทบาทและความสำคัญของมวยไทย พ.ศ. 2463 – 2546. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาวิชาไทยศึกษา คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์.2541.โครงสร้างทางเศรษฐกิจการเมืองของระบบวิทยุและโทรทัศน์ไทย และผลกระทบต่อสิทธิเสรีภาพ. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

### ภาษาอังกฤษ

- Boorstin,D. (1962). The Image. New York : Atheneum.
- Bourdieu,P.(1987) What makes a social class? On The Theoretical and Practical Existence of Groups. Berkeley Journal of Sociology,32.
- Bourdieu,P.(1989). Distinction: A Social Critique of The Judgement of Taste.Translated by Richard Nice. London : Routledge.
- Bourdieu,P.(1993). The field of Cultural Production : Essays on Art and Literature. Edited and Introduced by Randal Johnson. New York : Columbia University Press.
- Cloke,P and Perkins,H.C. (2002).Commodification and Adventure in New Zealand Tourism. [online]. Available from : <http://www.multilingual-metters.net/cit/005/cit0050521.htm>. [2010, May 6]
- Durham,M and Kellner, D.(1999).Advantures in Media and Cultural Studies : Introducing the Key Works.Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre. [online]. Available from:<http://www.sac.or.th/projects/title/Advantures.htm>. [2010, May 6]
- Edwards,R.C. ,Reich,M and Weisskopf,T.(1972).The Capitalist System : A Radical Analysis of American Society.Englewood Cliffs:Prentice – Hall.



- Marx,K. (1977). Capital,Vol.I.New York:Vintage Books.
- Mosco, V. (1996) The Political Economy of Communication : Rethinking and Renewal.  
London : Sage Publications.
- Oates,J C.(1987).On Boxing Garden City,New York : Dolphin/Doubleday.
- Paradis,E.(2008) Bourdieu,Bodies and Boxing: The Multidimensionality of Bodily Capital.  
[online].Available from <http://www.belmont.edu/Sociology/classes/REICommodified.htm>. [2010, April 3]
- Patt, D. (2003). The Commodification of Buddhism in the American Marketplace . [online].  
Available from : <http://www.belmont.edu/Sociology/classes/REICommodified.htm>.  
[2010, April 3]
- Robbins, D.(2005). Pierre Bourdieu 2. London : Sage.
- Saad – Filho, A. (2002).The Value of Marx : Political Economy for Contemporary Capitalism. London:Routledge.
- Wacquant,L.J.D.(2008)The Pugilistic Point of View : How Boxers think and feel about their trade.Theory and Society,24 (4)
- Whannel,G. (1992). Fields in Vision : Television Sport and Cultural Transformation.  
London : Routledge.
- Whannel,G. (1992). Understanding Television. London and New York : Routledge.

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ภาคผนวก ก

## สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา

## พระราชบัญญัติ

## กีฬามวย

พ.ศ. 2542

-----

## ภูมิพลอดุลยเดช ป.ร.

ให้ไว้ ณ วันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ. 2542

เป็นปีที่ 54 ในรัชกาลปัจจุบัน

พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ประกาศว่าโดยที่เป็นการสมควรให้มีกฎหมายว่าด้วยกีฬามวย

พระราชบัญญัตินี้มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา 29 ประกอบกับมาตรา 48 และมาตรา 50 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยบัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายจึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติขึ้นไว้โดยคำแนะนำและยินยอมของรัฐสภา ดังต่อไปนี้

มาตรา 1 พระราชบัญญัตินี้เรียกว่า "พระราชบัญญัติกีฬามวย พ.ศ. 2542"

มาตรา 2\* พระราชบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป เว้นแต่บทบัญญัติหมวด 2 และหมวด 3 ให้ใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนดหกสิบวันนับแต่วันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ \*[รก.2542/128ก/11/16 ธันวาคม 2542]

มาตรา 3 ในพระราชบัญญัตินี้

"กีฬามวย" หมายความว่า การแข่งขันชกมวยตามกติกาของศิลปะมวยไทยหรือกีฬามวยสากล

"นักมวย" หมายความว่า ผู้ซึ่งเข้าแข่งขันกีฬามวย

"สนามมวย" หมายความว่า อาคาร สถานที่ หรือบริเวณอื่นใด สำหรับใช้ในการแข่งขันกีฬามวยเป็นปกติ

"นายสนามมวย" หมายความว่า ผู้ทำหน้าที่จัดการหรือดำเนินกิจการสนามมวย

"ผู้จัดการนักมวย" หมายความว่า ผู้ทำหน้าที่เป็นผู้แทนและจัดการดูแลผลประโยชน์ของนักมวยโดยได้รับค่าตอบแทน

"ผู้จัดรายการแข่งขันมวย" หมายความว่า ผู้จัดให้มีการแข่งขันกีฬามวย

"หัวหน้าค่ายมวย" หมายความว่า ผู้เป็นเจ้าของค่ายมวย

"ผู้ตัดสิน" หมายความว่า ผู้ห้ามมวยบนเวทีและผู้ให้คะแนนในการแข่งขันกีฬา

มวย

"ผู้ฝึกสอน" หมายความว่า ผู้ซึ่งทำหน้าที่ฝึกสอนศิลปะมวยไทยหรือมวยสากล

"การล้มมวย" หมายความว่า การเข้าแข่งขันกีฬามวยโดยแสร้งชกแพ้ และให้หมายรวมถึงการเข้าแข่งขันกีฬามวยโดยได้มีกำหนดผลการแข่งขันไว้เป็นการล่วงหน้า หรือมีเจตนาเพื่อให้ผลการแข่งขันกีฬามวยเป็นไปตามที่กำหนดผลล่วงหน้า

"เงินรางวัล" หมายความว่า เงินที่ให้เป็นค่าตอบแทนแก่นักมวยในการแข่งขันกีฬามวยแต่ละครั้งตามที่ได้ทำความตกลงไว้

"บุคคลในวงการกีฬามวย" หมายความว่า นักมวย ผู้ฝึกสอน ผู้ตัดสิน ผู้จัดการ นักมวย หัวหน้าค่ายมวย นายสนามมวย และผู้จัดการแข่งขันมวย

"คณะกรรมการ" หมายความว่า คณะกรรมการกีฬามวย

"การกีฬาแห่งประเทศไทย" หมายความว่า การกีฬาแห่งประเทศไทยตามกฎหมายว่าด้วยการกีฬาแห่งประเทศไทย

"นายทะเบียน" หมายความว่า ผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการกีฬามวยและผู้ซึ่งผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการกีฬามวยมอบหมาย

"ผู้รับใบอนุญาต" หมายความว่า ผู้ได้รับใบอนุญาตตามพระราชบัญญัตินี้

"พนักงานเจ้าหน้าที่" หมายความว่า ผู้ซึ่งผู้ว่าการการกีฬาแห่งประเทศไทยแต่งตั้งให้ปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้ "รัฐมนตรี" หมายความว่า รัฐมนตรีผู้รักษาการตามพระราชบัญญัตินี้

มาตรา 4 ให้นายกรัฐมนตรีรักษาการตามพระราชบัญญัตินี้ และให้มีอำนาจออกกฎกระทรวงกำหนดค่าธรรมเนียมไม่เกินอัตราท้ายพระราชบัญญัตินี้ ยกเว้นค่าธรรมเนียม กำหนดมาตรฐานการปฏิบัติหน้าที่และจรรยาบรรณของบุคคลในวงการกีฬามวย และกำหนดกิจการอื่น ๆ เพื่อปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้

กฎกระทรวงนั้น เมื่อได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้วให้ใช้บังคับได้

## หมวด 1 คณะกรรมการกึ่งพามวย

มาตรา 5 ให้มีคณะกรรมการคณะหนึ่งเรียกว่า "คณะกรรมการกึ่งพามวย" ประกอบด้วย รัฐมนตรีซึ่งนายกรัฐมนตรีมอบหมายเป็นประธานกรรมการ ผู้ว่าการการกีฬาแห่งประเทศไทย ผู้แทนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผู้แทนกระทรวงการคลัง ผู้แทนกระทรวงมหาดไทย ผู้แทนกระทรวงศึกษาธิการ ผู้แทนกระทรวงสาธารณสุข ผู้แทนกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม นายกส.มาคมกีฬาพามวยอาชีพแห่งประเทศไทย และกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนไม่เกินเจ็ดคน และให้ผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการกึ่งพามวยเป็นกรรมการและเลขานุการ

ให้นายกรัฐมนตรีโดยคำแนะนำของประธานกรรมการและกรรมการโดยตำแหน่งตามวรรคหนึ่งแต่งตั้งกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิจากผู้ซึ่งมีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับกีฬาพามวย ในจำนวนนี้ให้แต่งตั้งจากผู้ซึ่งมีภูมิลำเนาในภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศอย่างน้อยสี่คน

มาตรา 6 กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิมีวาระอยู่ในตำแหน่งคราวละสองปีในกรณีที่กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิพ้นจากตำแหน่งก่อนวาระ หรือในกรณีที่มีการแต่งตั้งกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิเพิ่มขึ้นในระหว่างที่กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งแต่งตั้งไว้แล้วยังมีวาระอยู่ในตำแหน่ง ให้ผู้ได้รับแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งแทนหรือเป็นกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิเพิ่มขึ้นอยู่ในตำแหน่งเท่ากับวาระที่เหลืออยู่ของกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งได้แต่งตั้งไว้แล้ว

เมื่อครบกำหนดตามวาระดังกล่าวในวรรคหนึ่ง หากยังมีได้มีการแต่งตั้งกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิขึ้นใหม่ ให้กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งพ้นจากตำแหน่งตามวาระนั้นอยู่ในตำแหน่งเพื่อดำเนินงานต่อไปจนกว่ากรรมการผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งได้รับแต่งตั้งใหม่เข้ารับหน้าที่ที่กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งพ้นจากตำแหน่งตามวาระอาจได้รับแต่งตั้งอีกได้ ทั้งนี้ไม่เกินสองวาระติดต่อกัน

มาตรา 7 นอกจากการพ้นจากตำแหน่งตามวาระตามมาตรา 6 กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิพ้นจากตำแหน่งเมื่อ

- (1) ตาย
- (2) ลาออก
- (3) นายกรัฐมนตรีให้พ้นจากตำแหน่งตามคำแนะนำของประธานกรรมการและกรรมการซึ่งมีมติด้วยคะแนนเสียงไม่น้อยกว่าสองในสามของจำนวนกรรมการทั้งหมด
- (4) เป็นบุคคลล้มละลาย
- (5) เป็นคนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ



(6) ได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่เป็นโทษสำหรับความผิดที่ได้กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ

มาตรา 8 การประชุมคณะกรรมการต้องมีกรรมการมาประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมด จึงจะเป็นองค์ประชุม

ถ้าประธานกรรมการไม่อยู่ในที่ประชุมหรือไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ ให้กรรมการที่มาประชุมเลือกกรรมการคนหนึ่งเป็นประธานในที่ประชุม

การวินิจฉัยชี้ขาดของที่ประชุมให้ถือเสียงข้างมาก กรรมการคนหนึ่งมีเสียงหนึ่งในการลงคะแนน ถ้าคะแนนเสียงเท่ากัน ให้ประธานในที่ประชุมออกเสียงเพิ่มขึ้นอีกเสียงหนึ่งเป็นเสียงชี้ขาด

มาตรา 9 ให้คณะกรรมการมีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

- (1) ส่งเสริม สนับสนุน อนุรักษ์ และเผยแพร่กีฬามวย
- (2) วางแผนและกำหนดมาตรการต่าง ๆ เกี่ยวกับกีฬามวย เพื่อคุ้มครองความปลอดภัยและสวัสดิภาพของนักมวย
- (3) พิจารณาเสนอความเห็นต่อรัฐมนตรีเกี่ยวกับการออกกฎกระทรวง กำหนดมาตรฐานการปฏิบัติหน้าที่และจรรยาบรรณของบุคคลในวงการกีฬามวย
- (4) พิจารณาวินิจฉัยอุทธรณ์คำสั่งของนายทะเบียนตามพระราชบัญญัตินี้
- (5) ออกข้อบังคับ ระเบียบ หรือประกาศเพื่อปฏิบัติให้เป็นไปตามอำนาจหน้าที่

ของคณะกรรมการตามพระราชบัญญัตินี้ ตลอดจนออกข้อบังคับว่าด้วยการประชุมและดำเนินงานของคณะกรรมการ

(6) ปฏิบัติการอื่นตามที่พระราชบัญญัตินี้หรือกฎหมายอื่นกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการ

(7) ปฏิบัติการอื่นตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการการกีฬาแห่งประเทศไทย

มาตรา 10 ให้คณะกรรมการมีอำนาจแต่งตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งภายในขอบเขตแห่งอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการ

ให้นำมาตรา 8 มาใช้บังคับแก่การประชุมของคณะอนุกรรมการโดยอนุโลม

มาตรา 11 ในการปฏิบัติหน้าที่ตามมาตรา 9 และมาตรา 10 คณะกรรมการหรือ คณะอนุกรรมการมีอำนาจเรียกบุคคลในวงการศึกษาให้ข้อเท็จจริง คำอธิบาย คำแนะนำ หรือความเห็น หรือให้บุคคลดังกล่าวส่งเอกสารหรือหลักฐานที่เกี่ยวข้องมาเพื่อประกอบการ พิจารณาได้ตามที่เห็นสมควร

## หมวด 2 การส่งเสริมและการคุ้มครอง

-----

มาตรา 12 คณะกรรมการมีอำนาจให้ทุน ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใด เพื่อ ส่งเสริมสวัสดิการแก่นักมวย ผู้ฝึกสอน ผู้ตัดสิน และหัวหน้าค่ายมวยที่เป็นบุคคลธรรมดา ในกรณี ที่ประสบอุบัติเหตุเจ็บป่วยจากการแข่งขันกีฬามวยหรือกรณีอื่นอันควรแก่การสงเคราะห์

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการให้ทุน ทรัพย์สิน และประโยชน์อื่นใดตาม วรคหนึ่งให้เป็นไปตามระเบียบที่คณะกรรมการกำหนด

มาตรา 13 คณะกรรมการมีอำนาจให้ทุน ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใดเพื่อ ส่งเสริม สนับสนุน อนุรักษ์ และเผยแพร่กิจกรรมกีฬามวย หลักเกณฑ์วิธีการ และเงื่อนไขในการให้ ทุน ทรัพย์สิน และประโยชน์อื่นใดตามวรคหนึ่งให้เป็นไปตามระเบียบที่คณะกรรมการกำหนด

มาตรา 14 ในการจัดการแข่งขันกีฬามวยแต่ละครั้ง นายสนามมวยและผู้จัด รายการแข่งขันมวยต้องจัดให้มีมาตรการเพื่อความปลอดภัยสำหรับนักมวย อย่างน้อยตาม มาตรฐานดังต่อไปนี้

- (1) จัดให้แพทย์แผนปัจจุบันตรวจสุขภาพของนักมวยแต่ละคนก่อนการแข่งขัน กีฬามวยเพื่อรับรองว่านักมวยมีสุขภาพสมบูรณ์พร้อมทำการแข่งขัน
- (2) จัดให้มีแพทย์แผนปัจจุบันหรือพยาบาลวิชาชีพ และอุปกรณ์ทางการแพทย์ ประจำสนามมวยในขณะที่มีการแข่งขัน
- (3) จัดให้มีการประกันภัยอุบัติเหตุส่วนบุคคลอื่นเนื่องมาจากการแข่งขันกีฬามวย สำหรับนักมวย

การจัดให้มีมาตรการเพื่อความปลอดภัยตามวรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามระเบียบที่ คณะกรรมการกำหนด

มาตรา 15 ในการแข่งขันกีฬามวยแต่ละครั้ง ผู้จัดรายการแข่งขันมวย หัวหน้าค่ายมวย หรือผู้จัดการนักมวยตามที่ได้ตกลงกัน แล้วแต่กรณี ต้องจ่ายเงินรางวัลให้แก่นักมวย ซึ่งต้องไม่

น้อยกว่าร้อยละห้าสิบของค่าตอบแทนรวมกันทั้งหมดที่ผู้จัดรายการแข่งขันมวยตกลงจ่ายให้แก่ นักมวย หัวหน้าค่ายมวย และผู้จัดการนักมวย

ความตกลงเกี่ยวกับส่วนแบ่งค่าตอบแทนตามวรรคหนึ่ง ต้องทำหลักฐานเป็น หนังสือลงลายมือชื่อ นักมวย หัวหน้าค่ายมวย ผู้จัดการนักมวย และผู้จัดรายการแข่งขันมวยที่มี ส่วนเกี่ยวข้องกับการกำหนดค่าตอบแทน แล้วแต่กรณี และต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไขการแบ่งและการจ่ายเงินรางวัลตามระเบียบที่คณะกรรมการกำหนด

บรรดาทรัพย์สินที่มีผู้มอบให้แก่ นักมวย โดยตรงในการแข่งขันกีฬามวย ให้ตกเป็น ของนักมวยทั้งหมด ข้อตกลงใด ๆ เพื่อแบ่งปันทรัพย์สินดังกล่าวจากนักมวยให้ตกเป็นโมฆะ

บทบัญญัติวรรคหนึ่งและวรรคสอง มิให้ใช้บังคับแก่การแข่งขันกีฬามวยบาง ประเภทตามที่กำหนดในกฎกระทรวงตามมาตรา 26 กฎกระทรวงดังกล่าวให้กำหนดหลักเกณฑ์ และวิธีการจ่ายเงินรางวัลไว้ด้วย

มาตรา 16 ให้คณะกรรมการจัดให้มีระเบียบและกติกามาตรฐานสำหรับการ แข่งขันกีฬามวย เพื่อใช้ในการจัดการแข่งขันกีฬามวย ทั้งนี้ โดยคำนึงถึงอายุ เพศ ความปลอดภัย ของนักมวย และจารีตประเพณีในการแข่งขันกีฬามวย

### หมวด 3

#### การควบคุม

มาตรา 17 ให้จัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการการกีฬามวยขึ้นมีฐานะเป็น หน่วยงานของการกีฬาแห่งประเทศไทย

มาตรา 18 ให้ผู้ว่าการการกีฬาแห่งประเทศไทยด้วยความเห็นชอบของกรรมการ แต่งตั้งพนักงานของการกีฬาแห่งประเทศไทยคนหนึ่งระดับไม่ต่ำกว่าผู้อำนวยการ เป็นผู้อำนวยการ สำนักงานคณะกรรมการการกีฬามวย

ให้ผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการการกีฬามวยมีอำนาจบังคับบัญชาพนักงาน เจ้าหน้าที่ พนักงานและลูกจ้างในสำนักงานคณะกรรมการการกีฬามวย

มาตรา 19 สำนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทยสาขาจังหวัด มีหน้าที่ช่วยนาย ทะเบียนในการปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้ตามที่นายทะเบียนมอบหมาย โดยความเห็นชอบของ ผู้ว่าการการกีฬาแห่งประเทศไทย

มาตรา 20 ให้นายทะเบียนจัดทำทะเบียนประวัติบุคคลในวงการค้าฟาร์มและออกบัตรประจำตัวนักมวย ผู้ฝึกสอน และหัวหน้าค่ายมวย

ทะเบียนประวัติบุคคลในวงการค้าฟาร์มและแบบบัตรประจำตัวนักมวย ผู้ฝึกสอน และหัวหน้าค่ายมวยตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามระเบียบที่คณะกรรมการกำหนด

มาตรา 21 ในการควบคุมกีฬาฟาร์มให้เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้ ให้นายทะเบียนหรือพนักงานเจ้าหน้าที่ที่นายทะเบียนมอบหมาย มีอำนาจดังต่อไปนี้

- (1) เข้าไปในสนามมวยในระหว่างเวลาที่ทำกรอยู่เพื่อตรวจสอบใบอนุญาตสภาพ และลักษณะของสถานที่ทำการ เครื่องมือเครื่องใช้และยานพาหนะเพื่อการพยาบาลที่ใช้ในการจัดการแข่งขันกีฬาฟาร์ม ตลอดจนเอกสารหลักฐานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกีฬาฟาร์ม
- (2) เรียกบุคคลในวงการค้าฟาร์มหรือตัวแทนมาให้ถ้อยคำ หรือชี้แจงหรือให้ส่งเอกสารหลักฐานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกีฬาฟาร์มเพื่อตรวจสอบ

มาตรา 22 การมอบหมายให้พนักงานเจ้าหน้าที่ปฏิบัติหน้าที่ตามมาตรา 21 ให้นายทะเบียนมอบหมายเป็นหนังสือ

มาตรา 23 ในการปฏิบัติหน้าที่ นายทะเบียนหรือพนักงานเจ้าหน้าที่ต้องแสดงบัตรประจำตัวต่อบุคคลที่เกี่ยวข้อง

บัตรประจำตัวนายทะเบียนและพนักงานเจ้าหน้าที่ ให้เป็นไปตามแบบที่กำหนดในกฎกระทรวง

มาตรา 24 เมื่อนายทะเบียนหรือพนักงานเจ้าหน้าที่ที่นายทะเบียนมอบหมายพบว่ามีกรณีฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้ ให้นายทะเบียนพิจารณาดำเนินการตามมาตรา 39 หรือมาตรา 40 แล้วแต่กรณี แล้วรายงานให้คณะกรรมการทราบ

มาตรา 25 ในการปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้ ให้นายทะเบียนและพนักงานเจ้าหน้าที่เป็นเจ้าพนักงานตามประมวลกฎหมายอาญา

มาตรา 26 ห้ามมิให้ผู้ใดจัดแข่งขันกีฬาฟาร์ม โดยไม่ได้รับอนุญาตจากนายทะเบียน เว้นแต่ในกรณีการจัดการแข่งขันกีฬาฟาร์มบางประเภทตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

การขอรับใบอนุญาตและการออกใบอนุญาตตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขตามที่กำหนดในกฎกระทรวง หลักเกณฑ์การอนุญาตให้จัดการแข่งขันกีฬาฟาร์มสำหรับนักมวยที่มีอายุต่ำกว่าสิบห้าปีบริบูรณ์จะกำหนดได้เฉพาะเมื่อมีอุปกรณ์ในการป้องกันความปลอดภัยในการแข่งขัน

ในการออกใบอนุญาต นอกจากต้องปฏิบัติตามวรรคสองแล้ว นายทะเบียนอาจกำหนดเงื่อนไขอื่น ๆ ได้เท่าที่จำเป็นเพื่อให้การจัดการแข่งขันกีฬามวยเป็นไปตามระเบียบและกติกาคณะกรรมการกำหนด

การจัดการแข่งขันกีฬามวยที่ไม่ต้องขอใบอนุญาตตามวรรคหนึ่ง ต้องแจ้งให้นายทะเบียนทราบก่อนและต้องปฏิบัติตามมาตรฐานที่กำหนดตามมาตรา 16

มาตรา 27 ห้ามมิให้ผู้ใดจัดตั้งสนามมวยโดยไม่ได้รับอนุญาตจากนายทะเบียน การขอรับใบอนุญาตและการออกใบอนุญาตตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง ทั้งนี้ให้นำมาตรา 26 วรรคสาม มาใช้บังคับโดยอนุโลม

มาตรา 28 ผู้รับใบอนุญาตจัดตั้งสนามมวยมีสิทธิที่จะจัดการแข่งขันกีฬามวย ได้ทุกประเภทโดยไม่ต้องขออนุญาตจัดการแข่งขันกีฬามวยตามมาตรา 26

ห้ามมิให้ผู้รับใบอนุญาตจัดตั้งสนามมวย ดำเนินกิจการอื่นในสนามมวย เว้นแต่เป็นกิจการตามระเบียบที่คณะกรรมการกำหนด หรือได้รับอนุญาตจากนายทะเบียนเป็นการเฉพาะ

มาตรา 29 นักมวยที่จะจดทะเบียนได้ต้อง

- (1) มีอายุไม่ต่ำกว่าสิบห้าปีบริบูรณ์
- (2) ไม่เป็นโรคพิษสุราเรื้อรัง หรือติดยาเสพติดให้โทษ หรือเป็นโรคที่คณะกรรมการกำหนด
- (3) ไม่เป็นคนวิกลจริต หรือจิตฟั่นเฟือนไม่สมประกอบ
- (4) ไม่เป็นผู้มีความประพฤติเสียหาย ซึ่งคณะกรรมการเห็นว่าจะนำมาซึ่งความเสียหายแก่วงการกีฬามวย

ผู้เยาว์ที่จดทะเบียนเป็นนักมวยแล้ว อาจทำนิติกรรมอันเกี่ยวกับการเข้าแข่งขันกีฬามวยได้โดยไม่ต้องได้รับความยินยอมจากผู้แทนโดยชอบธรรมอีก

มาตรา 30 นักมวยที่จดทะเบียนแล้วต้องสังกัดค่ายมวยใดค่ายมวยหนึ่งในการชกแต่ละครั้งแต่เพียงค่ายมวยเดียว และต้องปฏิบัติตามระเบียบของค่ายมวยที่ได้รับความเห็นชอบของคณะกรรมการโดยเคร่งครัด

ข้อตกลงจำกัดไม่ให้ นักมวยย้ายสังกัดค่ายมวยเป็นโมฆะ เว้นแต่จะเป็นไปตามระเบียบที่คณะกรรมการกำหนด



มาตรา 31 ผู้ฝึกสอน ผู้ตัดสิน และหัวหน้าค่ายมวยต้อง

- (1) ไม่เป็นโรคพิษสุราเรื้อรัง หรือติดยาเสพติดให้โทษ หรือเป็นโรคที่คณะกรรมการกำหนด
- (2) ไม่เป็นคนวิกลจริต หรือจิตฟั่นเฟือนไม่สมประกอบ
- (3) ไม่เป็นผู้มีความประพฤติเสียหาย ซึ่งคณะกรรมการเห็นว่าจะนำมาซึ่งความเสื่อมเสียแก่วงการกีฬามวย

มาตรา 32 ให้นักมวย ผู้ฝึกสอน ผู้ตัดสิน และหัวหน้าค่ายมวยมาจดทะเบียนต่อนายทะเบียนและขอมีบัตรประจำตัวนักมวย ผู้ฝึกสอน ผู้ตัดสิน หรือหัวหน้าค่ายมวย แล้วแต่กรณี ตามระเบียบที่คณะกรรมการกำหนด

ผู้ที่จดทะเบียนเป็นนักมวยด้านศิลปะมวยไทย นักมวยด้านมวยสากล ผู้ฝึกสอนผู้ตัดสิน และหัวหน้าค่ายมวย ต้องมีสัญชาติไทย และมีคุณสมบัติตามที่คณะกรรมการกำหนด การจดทะเบียนผู้เยาว์เป็นนักมวย ต้องได้รับความยินยอมเป็นหนังสือจากผู้แทนโดยชอบธรรมก่อน

มาตรา 33 ผู้ที่ได้จดทะเบียนเป็นนักมวยด้านศิลปะมวยไทยจะเข้าแข่งขันกีฬามวยด้านมวยสากลไม่ได้ เว้นแต่จะได้จดทะเบียนเป็นนักมวยสากลด้วย

มาตรา 34 นักมวย ผู้ฝึกสอน ผู้ตัดสิน หรือหัวหน้าค่ายมวยที่จดทะเบียนไว้แล้ว ตามมาตรา 32 หากภายหลังปรากฏว่าบุคคลดังกล่าวขาดคุณสมบัติข้อหนึ่งข้อใดตามที่กำหนดไว้ในมาตรา 29 หรือมาตรา 31 แล้วแต่กรณี ให้นายทะเบียนเพิกถอนทะเบียนดังกล่าว

มาตรา 35 ห้ามมิให้ผู้ใดเป็นผู้จัดการนักมวย นายสนามมวย และผู้จัดรายการแข่งขันมวย เว้นแต่จะได้รับใบอนุญาตจากนายทะเบียน การขอรับใบอนุญาต คุณสมบัติของผู้ขอรับใบอนุญาต การออกใบอนุญาตและแบบใบอนุญาตตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง

มาตรา 36 ให้นายทะเบียนมีหนังสือแจ้งการอนุญาตหรือไม่อนุญาตตามมาตรา 26 มาตรา 27 และมาตรา 35 ให้ผู้ขอรับใบอนุญาตทราบภายในสามสิบวันนับแต่วันที่นายทะเบียนได้รับคำขอรับใบอนุญาต

ในกรณีที่นายทะเบียนไม่อนุญาต ให้แสดงเหตุผลที่ไม่อนุญาตไว้ในหนังสือ แจ้งให้ผู้ขอรับใบอนุญาตทราบด้วย

มาตรา 37 ใบอนุญาตตามมาตรา 27 ให้มีอายุห้าปีนับแต่วันที่ออกใบอนุญาต และใบอนุญาตตามมาตรา 35 ให้มีอายุสามปีนับแต่วันที่ออกใบอนุญาต

ผู้รับใบอนุญาตตามมาตรา 27 และมาตรา 35 ซึ่งประสงค์จะขอต่ออายุ ใบอนุญาตให้ยื่นคำขอต่ออายุใบอนุญาตก่อนใบอนุญาตสิ้นอายุ และเมื่อได้ยื่นคำขอต่ออายุ ใบอนุญาตแล้วให้กระทำการในเรื่องที่ได้รับอนุญาตต่อไปได้จนกว่าจะได้รับแจ้งการไม่อนุญาต จากนายทะเบียน

การขอต่ออายุใบอนุญาตและการอนุญาต ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่ กำหนดในกฎกระทรวง

มาตรา 38 ในกรณีที่นายทะเบียนมีคำสั่งไม่ออกใบอนุญาตหรือไม่ต่ออายุ ใบอนุญาต ผู้ขอรับใบอนุญาตหรือผู้ขอต่ออายุใบอนุญาตมีสิทธิอุทธรณ์คำสั่งของนายทะเบียนต่อ คณะกรรมการ โดยยื่นเป็นหนังสือต่อนายทะเบียนภายในสามสิบวันนับแต่วันที่รับแจ้ง

การไม่ออกใบอนุญาตหรือการไม่ต่ออายุใบอนุญาตจากนายทะเบียน และให้นาย ทะเบียนเสนอหนังสืออุทธรณ์ต่อคณะกรรมการภายในสิบห้าวันนับแต่วันที่รับหนังสืออุทธรณ์ ดังกล่าวคำวินิจฉัยของคณะกรรมการให้เป็นที่สุด

มาตรา 39 ในกรณีที่ปรากฏต่อนายทะเบียนว่า ผู้ได้รับจดทะเบียนตามมาตรา 32 หรือผู้รับใบอนุญาตตามมาตรา 27 หรือมาตรา 35

(1) ผ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัตินี้ หรือกฎกระทรวง ระเบียบ ข้อบังคับ หรือประกาศที่ออกตามพระราชบัญญัตินี้ หรือ

(2) ไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของคณะกรรมการ คณะอนุกรรมการ นายทะเบียนหรือ พนักงานเจ้าหน้าที่ซึ่งสั่งการตามพระราชบัญญัตินี้

ให้นายทะเบียนมีอำนาจเพิกถอนทะเบียนเป็นการชั่วคราว หรือสั่งพักใช้ ใบอนุญาตได้โดยมีกำหนดระยะเวลาตามที่เห็นสมควรแต่ไม่เกินครั้งละหกเดือน

ผู้ได้รับจดทะเบียนหรือผู้รับใบอนุญาตซึ่งถูกเพิกถอนทะเบียนเป็นการชั่วคราว หรือถูกสั่งพักใช้ใบอนุญาต จะกระทำการใด ๆ ตามที่ได้รับจดทะเบียนหรือได้รับอนุญาตใน ระหว่างนั้นไม่ได้

มาตรา 40 เมื่อความปรากฏต่อนายทะเบียนว่าผู้ได้รับจดทะเบียนตามมาตรา 32 หรือผู้รับใบอนุญาตตามมาตรา 27 หรือมาตรา 35 ผู้ใดเคยถูกเพิกถอนทะเบียนเป็นการชั่วคราว หรือถูกสั่งพักใช้ใบอนุญาตตามมาตรา 39 มาแล้ว และฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามมาตรา 39 (1) หรือ (2) อีกให้นายทะเบียนมีอำนาจเพิกถอนทะเบียนหรือสั่งเพิกถอนใบอนุญาต สำหรับผู้ได้รับ

ใบอนุญาตนั้นให้นายทะเบียนมีอำนาจสั่งให้ส่งคืนใบอนุญาตภายในสามสิบวันนับแต่วันที่ได้ทราบคำสั่งดังกล่าว

มาตรา 41 ผู้ได้รับจดทะเบียนตามมาตรา 32 หรือผู้รับใบอนุญาตตามมาตรา 27 หรือมาตรา 35 ซึ่งถูกเพิกถอนทะเบียนเป็นการชั่วคราว ถูกเพิกถอนทะเบียน ถูกสั่งพักใช้ใบอนุญาตหรือถูกสั่งเพิกถอนใบอนุญาต แล้วแต่กรณี มีสิทธิอุทธรณ์ต่อคณะกรรมการได้ โดยยื่นเป็นหนังสือต่อนายทะเบียนภายในสามสิบวันนับแต่วันที่ได้ทราบคำสั่งดังกล่าว และให้นายทะเบียนเสนอหนังสืออุทธรณ์ต่อคณะกรรมการภายในสิบห้าวันนับแต่วันที่ได้รับหนังสืออุทธรณ์ดังกล่าว

คำวินิจฉัยของคณะกรรมการให้เป็นที่สุด

การอุทธรณ์การเพิกถอนทะเบียนเป็นการชั่วคราว การเพิกถอนทะเบียน คำสั่งพักใช้ใบอนุญาตหรือคำสั่งเพิกถอนใบอนุญาตตามวรรคหนึ่งไม่เป็นเหตุให้ทุเลาการบังคับดังกล่าว เว้นแต่จะมีการสั่งให้ทุเลาการบังคับ

มาตรา 42 ห้ามมิให้ผู้รับใบอนุญาตซึ่งถูกเพิกถอนใบอนุญาตยื่นคำขอรับใบอนุญาตอีกจนกว่าจะพ้นกำหนดสามปีนับแต่วันที่ถูกเพิกถอนใบอนุญาต

มาตรา 43 นายสนามมวยมีสิทธิโดยกฎหมายที่จะจัดให้นักมวยแข่งขันกีฬามวยได้

มาตรา 44 นายสนามมวยที่ได้รับใบอนุญาตตามมาตรา 35 นอกจากจะต้องปฏิบัติ

ตามพระราชบัญญัตินี้แล้ว ให้มีหน้าที่ดังต่อไปนี้

- (1) ดำเนินการหรือจัดการแข่งขันกีฬามวยให้เป็นไปตามระเบียบ และกติกากการแข่งขันกีฬามวยซึ่งออกโดยคณะกรรมการตามมาตรา 16
- (2) สอดส่องดูแลและรักษาความสงบเรียบร้อยในสนามมวยที่ได้รับใบอนุญาตนั้น
- (3) จัดทำทะเบียนประวัตินักมวย ผู้จัดรายการแข่งขันมวย ที่แข่งขันในสนามมวยนั้นส่งให้นายทะเบียนตามแบบที่คณะกรรมการกำหนด
- (4) จัดทำบัญชีการรับจ่ายเงินรางวัล ตลอดจนควบคุมการรับจ่ายเงินรางวัลของนักมวยที่แข่งขันในสนามมวยนั้นตามมาตรา 15
- (5) สนับสนุน ส่งเสริม ช่วยเหลือบุคคลในวงการกีฬามวย

มาตรา 45 ผู้ตัดสินมีหน้าที่ตัดสินการแข่งขันกีฬามวยตามระเบียบและกติกา ซึ่งออกโดยคณะกรรมการตามมาตรา 16

มาตรา 46 หัวหน้าค่ายมวยต้องจัดการค่ายมวยให้มีมาตรฐาน และจัดให้มีสวัสดิการแก่นักมวย ผู้ฝึกสอน และบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องในค่ายมวยที่ตนเองดูแลรับผิดชอบตามระเบียบที่คณะกรรมการกำหนด

มาตรา 47 ผู้จัดรายการแข่งขันมวยและผู้จัดการนักมวยที่ได้รับใบอนุญาตตามมาตรา 35 นอกจากจะต้องปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้แล้ว ให้มีหน้าที่ดังต่อไปนี้

(1) ให้ความร่วมมือกับนายสนามมวยในการปฏิบัติให้เป็นไปตามระเบียบข้อบังคับ หรือประกาศที่คณะกรรมการกำหนด

(2) ปฏิบัติตามระเบียบของสนามมวยที่คณะกรรมการเห็นชอบ

มาตรา 48 ห้ามมิให้ผู้ใดให้ ขอให้ หรือรับว่าจะให้ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใดแก่นักมวยหรือผู้อื่นเพื่อจูงใจให้นักมวยกระทำการล้มมวย

มาตรา 49 ห้ามมิให้ผู้ใดให้ ขอให้ หรือรับว่าจะให้ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใดแก่ผู้ตัดสินหรือผู้อื่น เพื่อจูงใจให้ผู้ตัดสินไม่ตัดสินตามระเบียบและกติกากการแข่งขันอย่างถูกต้องเที่ยงธรรม

มาตรา 50 ห้ามมิให้นักมวยรับหรือยอมจะรับทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใดสำหรับตนเองหรือผู้อื่นเพื่อจูงใจให้นักมวยกระทำการล้มมวย

มาตรา 51 ห้ามมิให้ผู้ตัดสินรับหรือยอมจะรับทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใดสำหรับตนเองหรือผู้อื่น เพื่อจูงใจให้ผู้ตัดสินไม่ตัดสินตามระเบียบและกติกากการแข่งขันอย่างถูกต้องเที่ยงธรรม

## หมวด 4 กองทุนกีฬามวย

มาตรา 52 ให้จัดตั้งกองทุนขึ้นกองทุนหนึ่งเรียกว่า "กองทุนกีฬามวย" ในการกีฬาแห่งประเทศไทย เพื่อเป็นทุนหนุนเวียนสำหรับใช้จ่ายเกี่ยวกับการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมคุ้มครอง และควบคุมการกีฬามวย

กองทุนประกอบด้วยเงินและทรัพย์สินดังต่อไปนี้

- (1) เงินอุดหนุนจากการกีฬาแห่งประเทศไทย
- (2) เงินหรือทรัพย์สินที่มีผู้อุทิศให้
- (3) ดอกผลและผลประโยชน์ที่เกิดจากกองทุน
- (4) เงินที่ได้จากค่าธรรมเนียมและค่าปรับตามพระราชบัญญัตินี้
- (5) รายได้ที่เกิดจากการดำเนินการกองทุน
- (6) เงินทุนประเดิมที่รัฐบาลจัดสรรให้

ให้การกีฬาแห่งประเทศไทยเก็บรักษาเงินและทรัพย์สินของกองทุนและดำเนินการเบิกจ่ายเงินกองทุนตามพระราชบัญญัตินี้ โดยจัดให้มีระบบการบัญชีที่เหมาะสมแก่กิจการ

ทุกปีให้การกีฬาแห่งประเทศไทยจัดทำงบดุลและบัญชีทำการของกองทุนส่งผู้สอบบัญชีตรวจสอบภายในหนึ่งร้อยยี่สิบวันนับแต่วันสิ้นปีบัญชี และให้สำนักงานตรวจเงินแผ่นดินเป็นผู้สอบบัญชีของกองทุนแล้วทำรายงานผลการสอบบัญชีเสนอคณะกรรมการเพื่อเสนอต่อคณะรัฐมนตรีต่อไป

ให้คณะกรรมการเป็นผู้จัดการกองทุน

การบริหาร การจัดหาประโยชน์ และการใช้จ่ายเงินกองทุน ให้เป็นไปตามระเบียบที่คณะกรรมการกำหนด

## หมวด 5

### บทกำหนดโทษ

มาตรา 53 ผู้ใด

(1) ไม่มาให้ถ้อยคำหรือส่งเอกสารหรือหลักฐานหรือสิ่งใดตามคำสั่งของคณะกรรมการ คณะอนุกรรมการ นายทะเบียน หรือพนักงานเจ้าหน้าที่ แล้วแต่กรณี ตามมาตรา 11 ประกอบกับมาตรา 9 (4) และมาตรา 21 (2) โดยไม่มีเหตุอันสมควร หรือ

(2) ชัดขวางหรือไม่อำนวยความสะดวกในการปฏิบัติหน้าที่ของนายทะเบียนหรือพนักงานเจ้าหน้าที่ตามมาตรา 21 (1) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งพันบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 54 ผู้จัดรายการแข่งขันมวย หัวหน้าค่ายมวย หรือผู้จัดการนักมวยซึ่งไม่ปฏิบัติตามมาตรา 15 วรรคหนึ่ง ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ผู้จัดรายการแข่งขันมวย หัวหน้าค่ายมวย หรือผู้จัดการนักมวย ซึ่งไม่ปฏิบัติตามมาตรา 15 วรรคสอง ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ



มาตรา 55 ผู้ใดจัดการแข่งขันกีฬามวยโดยไม่ได้รับอนุญาตตามมาตรา 26 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 56 ผู้จัดรายการแข่งขันมวยหรือนายสนามมวยผู้ใดกระทำการฝ่าฝืนเงื่อนไขในการอนุญาตที่นายทะเบียนกำหนดตามมาตรา 26 วรรคสาม ซึ่งเป็นเงื่อนไขในสาระสำคัญ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ถ้าการฝ่าฝืนเงื่อนไขในการอนุญาตที่นายทะเบียนกำหนดตามมาตรา 26 วรรคสามซึ่งไม่ใช่เงื่อนไขในสาระสำคัญ ต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าพันบาท

มาตรา 57 ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 27 วรรคหนึ่ง มาตรา 28 วรรคสอง หรือมาตรา 35 วรรคหนึ่ง ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 58 ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 39 วรรคสาม ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 59 ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 48 มาตรา 49 หรือมาตรา 50 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินห้าปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 60 ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 51 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสิบปี หรือปรับไม่เกินสองแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 61 ผู้ใดปลอมปนอาหาร ยา หรือเครื่องอุปโภคบริโภคอื่นใด เพื่อให้ นักมวยเสพหรือใช้ และการปลอมปนนั้นน่าจะเป็นเหตุให้เกิดอันตรายแก่สุขภาพหรือทำให้นักมวย เสื่อมถอยกำลังที่จะชกมวยได้ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินห้าปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือ ทั้งจำทั้งปรับ

#### บทเฉพาะกาล

มาตรา 62 ผู้ใดจัดตั้งสนามมวยอยู่แล้วก่อนหรือในวันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ ถ้าประสงค์จะประกอบกิจการดังกล่าวต่อไป ให้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตตามมาตรา 27 ภายในหนึ่งร้อยแปดสิบวันนับแต่วันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ เมื่อได้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตแล้วให้ประกอบกิจการดังกล่าวต่อไปได้จนกว่าจะได้รับแจ้งการไม่อนุญาตจากนายทะเบียน ผู้จัดตั้งสนามมวยซึ่ง

ได้รับแจ้งการไม่อนุญาตจากนายทะเบียนตามวรรคหนึ่ง ต้องเลิกประกอบกิจการดังกล่าวภายใน  
เก้าสิบวันนับแต่วันที่ได้รับหนังสือแจ้งการไม่อนุญาต

มาตรา 63 ผู้ใดเป็นผู้จัดการนักมวย นายสนามมวย หรือผู้จัดรายการแข่งขันมวย  
อยู่แล้วก่อนหรือในวันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ ถ้าประสงค์จะเป็นผู้จัดการนักมวย นายสนาม  
มวย หรือผู้จัดรายการแข่งขันมวย แล้วแต่กรณีต่อไป ต้องยื่นคำขอรับใบอนุญาตตามมาตรา 35  
ภายในหนึ่งร้อยแปดสิบวันนับแต่วันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับเมื่อได้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตแล้ว  
ให้เป็นผู้จัดการนักมวย นายสนามมวย หรือผู้จัดรายการแข่งขันมวยแล้วแต่กรณี ต่อไปได้ จนกว่า  
จะได้รับแจ้งการไม่อนุญาตจากนายทะเบียน

ผู้รับสนองพระบรมราชโองการ

ชวน หลีกภัย

นายกรัฐมนตรี

อัตราค่าธรรมเนียม

1. ใบอนุญาตจัดตั้งสนามมวย ฉบับละ 5,000 บาท
2. ใบอนุญาตจัดการแข่งขันกีฬามวยเป็นกรณี เฉพาะคราว ฉบับละ 1,000 บาท
3. ใบอนุญาตเป็นผู้จัดการนักมวย นายสนามมวยหรือผู้จัดรายการแข่งขันมวย  
ฉบับละ 500 บาท
4. ใบแทนใบอนุญาตจัดตั้งสนามมวย ฉบับละ 1,000 บาท
5. ใบแทนใบอนุญาตเป็นผู้จัดการนักมวยนายสนามมวย หรือผู้จัดรายการแข่งขัน  
มวย ฉบับละ 300 บาท
6. การต่ออายุใบอนุญาต ครั้งละเท่ากับค่าธรรมเนียมสำหรับใบอนุญาต

หมายเหตุ:- เหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ คือ เนื่องจากกีฬา  
มวยไทยเป็นศิลปปะการต่อสู้และเป็นวัฒนธรรมประจำชาติที่ได้รับความสนใจอย่างกว้างขวางจาก  
ชาวไทยและชาวต่างประเทศ รวมทั้งการแข่งขันมวยไทยได้กลายเป็นกีฬามวยที่ได้รับความนิยม  
อย่างแพร่หลาย แต่ในปัจจุบันยังไม่มีกฎหมายที่ควบคุมดูแลการแข่งขันมวย และส่งเสริมสนับสนุน

กีฬามวยให้มีมาตรฐาน ดังนั้น สมควรให้มีกฎหมายเพื่อควบคุมกิจการดังกล่าวและเพื่อจัดให้มีสวัสดิการแก่นักมวยและบุคคลในวงการกีฬามวยที่เหมาะสม จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ภาคผนวก ข

## พระราชบัญญัติ

## การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

พ.ศ. 2551

ภูมิพลอดุลยเดช ป.ร.

ให้ไว้ ณ วันที่ 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551

เป็นปีที่ 63 ในรัชกาลปัจจุบัน

พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ประกาศว่า

โดยที่เป็นการสมควรมีกฎหมายว่าด้วยการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พระราชบัญญัตินี้มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา 29 ประกอบกับมาตรา 32 มาตรา 33 มาตรา 35 มาตรา 36 มาตรา 41 มาตรา 43 มาตรา 45 มาตรา 46 และมาตรา 47 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย

จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติขึ้นไว้โดยคำแนะนำและยินยอมของสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ดังต่อไปนี้

มาตรา 1 พระราชบัญญัตินี้เรียกว่า “พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551”

มาตรา 2 พระราชบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

มาตรา 3 ให้ยกเลิก

- (1) พระราชบัญญัติวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2498
- (2) พระราชบัญญัติวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2502
- (3) พระราชบัญญัติวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2521
- (4) พระราชบัญญัติวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2530

มาตรา 4 ในพระราชบัญญัตินี้

“กิจการกระจายเสียง” หมายความว่า กิจการกระจายเสียงตามกฎหมายว่าด้วยองค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

“กิจการโทรทัศน์” หมายความว่า กิจการโทรทัศน์ตามกฎหมายว่าด้วยองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

“กิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่” หมายความว่า กิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ซึ่งต้องขอรับการจัดสรรคลื่นความถี่ตามกฎหมายว่าด้วยองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

“กิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ที่ไม่ใช้คลื่นความถี่” หมายความว่า กิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ซึ่งไม่ต้องขอรับการจัดสรรคลื่นความถี่ตามกฎหมายว่าด้วยองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

“โครงข่าย” หมายความว่า ระบบการเชื่อมโยงของกลุ่มเครื่องส่งหรือถ่ายทอดสัญญาณเสียงหรือภาพที่ผู้ประกอบการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ใช้ในการส่งข่าวสารสาธารณะหรือรายการจากสถานีไปยังเครื่องรับ ไม่ว่าจะโดยสื่อตัวนำที่เป็นสาย คลื่นความถี่ แสง คลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าหรือสื่อตัวนำอื่นใด

“เจ้าของโครงข่าย” หมายความว่า บุคคลที่มีโครงข่ายเป็นของตนเองหรือผู้มีสิทธิในการดำเนินกิจการโครงข่าย ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์หรือไม่ก็ตาม

“สถานี” หมายความว่า สถานที่ที่ใช้สำหรับทำการส่งข่าวสารสาธารณะหรือรายการของการประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ไม่ผ่านการส่งผ่านโครงข่ายของตนเองหรือของผู้อื่นก็ตาม

“กองทุน” หมายความว่า กองทุนพัฒนากิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เพื่อประโยชน์สาธารณะตามกฎหมายว่าด้วยองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับกิจการวิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

“แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์” หมายความว่า แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ตามกฎหมายว่าด้วยองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

“คลื่นความถี่” หมายความว่า คลื่นวิทยุหรือคลื่นแฮร์ตเซียนซึ่งเป็นคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าที่มีความถี่ต่ำกว่าสามล้านเมกะเฮิร์ตซ์ลงมาที่ถูกแพร่กระจายในที่ว่างโดยปราศจากสื่อที่ประดิษฐ์ขึ้น

“คณะกรรมการ” หมายความว่า คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แห่งชาติตามกฎหมายว่าด้วยองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม



“กรรมการ” หมายความว่า กรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แห่งชาติ

“สำนักงาน” หมายความว่า สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แห่งชาติ

“เลขาธิการ” หมายความว่า เลขาธิการคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แห่งชาติ

“พนักงานเจ้าหน้าที่” หมายความว่า ผู้ซึ่งคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แห่งชาติแต่งตั้งให้ปฏิบัติกรตามพระราชบัญญัตินี้

มาตรา 5 ให้คณะกรรมการมีอำนาจแต่งตั้งพนักงานเจ้าหน้าที่และออกประกาศเพื่อปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้

ประกาศคณะกรรมการตามพระราชบัญญัตินี้ต้องจัดให้มีการรับฟังความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้วย

ประกาศนั้นเมื่อประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้วให้ใช้บังคับได้

มาตรา 6 ให้นายกรัฐมนตรีรักษาการตามพระราชบัญญัตินี้

## หมวด 1

### การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

มาตรา 7 ผู้ใดประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ต้องได้รับใบอนุญาตจากคณะกรรมการตามความในหมวดนี้

ให้คณะกรรมการมีอำนาจกำหนดลักษณะกิจการที่ไม่ถือเป็นการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ตามพระราชบัญญัตินี้

มาตรา 8 ผู้ขอรับใบอนุญาตตามพระราชบัญญัตินี้ต้องเป็นบุคคลสัญชาติไทยและไม่อยู่ในระหว่างถูกสั่งพักใช้ใบอนุญาตหรือถูกเพิกถอนใบอนุญาตมาแล้วยังไม่ครบสามปี

มาตรา 9 ใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เป็นสิทธิเฉพาะตัวของผู้ได้รับใบอนุญาตจะโอนแก่กันมิได้

ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์จะต้องประกอบกิจการด้วยตนเอง การแบ่งเวลาให้ผู้อื่นดำเนินรายการให้กระทำได้ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการตามพระราชบัญญัตินี้กำหนด

## ส่วนที่ 1

### กิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่

มาตรา 10 ใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์โดยใช้คลื่นความถี่มีสามประเภทดังนี้

(1) ใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะ ได้แก่ ใบอนุญาตที่ออกให้สำหรับการประกอบกิจการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการบริการสาธารณะ แบ่งเป็นสามประเภท

(ก) ใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะประเภทที่หนึ่ง ออกให้สำหรับกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการส่งเสริมความรู้ การศึกษา ศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม วิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม การเกษตร และการส่งเสริมอาชีพอื่น ๆ สุขภาพ อนามัย กีฬา หรือการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชน

(ข) ใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะประเภทที่สอง ออกให้สำหรับกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อความมั่นคงของรัฐหรือความปลอดภัยสาธารณะ

(ค) ใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะประเภทที่สาม ออกให้สำหรับกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการกระจายข้อมูลข่าวสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐบาลกับประชาชนและรัฐสภากับประชาชน การกระจายข้อมูลข่าวสารเพื่อการส่งเสริมสนับสนุนในการเผยแพร่และให้การศึกษาแก่ประชาชน เกี่ยวกับการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข บริการข้อมูลข่าวสารอันเป็นประโยชน์สาธารณะแก่คนพิการ คนด้อยโอกาส หรือกลุ่มความสนใจที่มีกิจกรรมเพื่อประโยชน์สาธารณะหรือบริการข้อมูลข่าวสารอันเป็นประโยชน์สาธารณะอื่น

(2) ใบอนุญาตประกอบกิจการบริการชุมชน ได้แก่ ใบอนุญาตสำหรับการประกอบกิจการที่มีวัตถุประสงค์เช่นเดียวกับการประกอบกิจการบริการสาธารณะ แต่ต้องเป็นประโยชน์ตามความต้องการของชุมชนหรือท้องถิ่นที่รับบริการ

(3) ใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจ ได้แก่ ใบอนุญาตสำหรับการประกอบกิจการตามวัตถุประสงค์ของผู้ประกอบกิจการเพื่อแสวงหากำไรในทางธุรกิจ ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด อย่างน้อยแบ่งเป็นสามประเภท

(ก) ใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจระดับชาติ ออกให้สำหรับกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ที่มีพื้นที่ให้บริการครอบคลุมทุกภาคของประเทศ

(ข) ใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจระดับภูมิภาค ออกให้สำหรับกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ที่มีพื้นที่ให้บริการในกลุ่มจังหวัด

(ค) ใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจระดับท้องถิ่น ออกให้สำหรับกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ที่มีพื้นที่การให้บริการในจังหวัด

มาตรา 11 ผู้ขอรับใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะ ต้องเป็น

(1) กระทรวง ทบวง กรม องค์การอิสระตามรัฐธรรมนูญ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น องค์การมหาชน หรือหน่วยงานอื่นใดของรัฐที่มีใช้รัฐวิสาหกิจ ซึ่งมีหน้าที่ตามกฎหมายหรือมีความจำเป็นต้องดำเนินกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

(2) สมาคม มูลนิธิ หรือนิติบุคคลอื่นที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจการเพื่อประโยชน์สาธารณะโดยไม่แสวงหากำไรในทางธุรกิจ ซึ่งมีความเหมาะสมกับการประกอบกิจการบริการสาธารณะตามลักษณะและหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

(3) สถาบันอุดมศึกษาเพื่อการใช้ประโยชน์ด้านการเรียนการสอนหรือการเผยแพร่ความรู้สู่สังคมตามลักษณะและหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

มาตรา 12 ผู้ขอรับใบอนุญาตประกอบกิจการบริการชุมชน ต้องเป็นสมาคม มูลนิธิ

นิติบุคคลอื่นที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งไม่ใช่หน่วยงานของรัฐและมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจการเพื่อประโยชน์สาธารณะโดยไม่แสวงหากำไรในทางธุรกิจ หรือกลุ่มคนในท้องถิ่นที่ไม่เป็นนิติบุคคล ซึ่งรวมตัวกันเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน ทั้งนี้ ต้องมีความเหมาะสมกับการประกอบกิจการบริการชุมชนตามลักษณะที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

ในการกำหนดลักษณะตามวรรคหนึ่ง ให้คณะกรรมการคำนึงถึงประโยชน์ในการส่งเสริมการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของประชาชนในชุมชนหรือในท้องถิ่น รวมทั้งป้องกันการครอบงำ การประกอบกิจการดังกล่าว

มาตรา 13 ผู้ขอรับใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจต้องเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย และต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

(1) ผู้ขอรับใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจระดับภูมิภาคและระดับท้องถิ่น ต้องเป็นนิติบุคคลที่ผู้ถือหุ้นอันเป็นทุนหรือที่ผู้ลงทุนไม่น้อยกว่าหนึ่งในสามมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตภูมิภาคหรือท้องถิ่นนั้น แล้วแต่กรณี และต้องมีฐานะทางการเงินมั่นคง มีระบบการตรวจสอบบัญชี และมีลักษณะอื่นใด ซึ่งประกันความมั่นคงในการประกอบกิจการ ทั้งนี้ ตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

(2) ผู้ขอรับใบอนุญาตประกอบกิจการประเภทอื่นนอกจาก (1) ต้องเป็น รัฐวิสาหกิจหรือบริษัทที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อประกอบกิจการ กระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์

มาตรา 14 ผู้ขอรับใบอนุญาตตามมาตรา 11 (2) และ (3) และมาตรา 12 นอกจากมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 8 แล้ว ต้องมีคุณสมบัติและไม่มี ลักษณะต้องห้าม

ดังต่อไปนี้

- (1) บุคคลผู้มีอำนาจกระทำการผูกพันผู้ขอรับใบอนุญาตต้องมีสัญชาติไทย
- (2) ไม่มีกรรมการหรือบุคคลผู้มีอำนาจกระทำการผูกพันผู้ขอรับใบอนุญาตที่เคย เป็นกรรมการหรือบุคคลผู้มีอำนาจกระทำการผูกพันของผู้รับใบอนุญาตอื่น ซึ่งถูกเพิกถอน ใบอนุญาต อันเป็นผลมาจากการบริหารกิจการของผู้รับใบอนุญาตนั้นและระยะเวลาการถูกเพิกถอนใบอนุญาต ยังไม่ครบกำหนดสามปี

มาตรา 15 ผู้ขอรับใบอนุญาตตามมาตรา 13 นอกจากต้องมีคุณสมบัติและไม่มี ลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 8 และตามมาตรา 14 แล้วต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

- (1) เป็นนิติบุคคลซึ่งมีบุคคลผู้มีสัญชาติไทยลงทุนหรือถือหุ้นอันเป็นทุนไม่น้อย กว่าสามในสี่ของทุนทั้งหมดของนิติบุคคลนั้น
- (2) เป็นนิติบุคคลซึ่งมีบุคคลผู้มีสัญชาติไทยมีอำนาจตามกฎหมายหรือตาม ข้อบังคับหรือตามข้อตกลงในการออกเสียงลงคะแนนไม่น้อยกว่าสามในสี่ของจำนวนคะแนนเสียง ที่มีสิทธิออกเสียงทั้งหมดของนิติบุคคลนั้น

ในกรณีผู้ขอรับใบอนุญาตตามมาตรา 13 เป็นบริษัท กรรมการไม่น้อยกว่าสามใน สี่ของจำนวนกรรมการทั้งหมดและกรรมการผู้มีอำนาจกระทำการผูกพันนิติบุคคลนั้นต้องเป็นผู้มี สัญชาติไทย

ในกรณีผู้ขอรับใบอนุญาตตามมาตรา 13 เป็นห้างหุ้นส่วนจำกัดหรือห้างหุ้นส่วน สามัญจดทะเบียน หุ้นส่วนผู้จัดการหรือผู้จัดการต้องเป็นบุคคลซึ่งมีสัญชาติไทย

คณะกรรมการอาจกำหนดข้อห้ามมิให้กระทำการที่มีลักษณะเป็นการครอบงำ กิจการโดยคนต่างด้าวให้ผู้ขอรับใบอนุญาตต้องปฏิบัติตามได้

เพื่อประโยชน์แห่งมาตรานี้ ให้ถือว่า บุคคลผู้มีสัญชาติไทย หมายความว่า บุคคล ที่มีใช้คนต่างด้าวตามกฎหมายว่าด้วยการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว และหุ้นที่บุคคลที่มี สัญชาติไทยถืออยู่หรือลงทุนอยู่จำนวนหนึ่งหุ้นนับเป็นเสียงหนึ่งในการลงคะแนน

มาตรา 16 การยื่นคำขอรับใบอนุญาตและการอนุญาตให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์วิธีการและเงื่อนไขที่คณะกรรมการประกาศกำหนด โดยต้องให้ผู้ขอรับใบอนุญาตระบุสถานีระบบและวิธีการที่จะใช้ในการส่งวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์ รวมทั้งต้องเสนอแผนบริการกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ให้คณะกรรมการพิจารณาด้วย

ประกาศตามวรรคหนึ่งต้องสอดคล้องกับแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์และแผนความถี่วิทยุตามกฎหมายว่าด้วยองค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับกิจการวิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

มาตรา 17 การอนุญาตให้ประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์โดยใช้คลื่นความถี่ ให้คณะกรรมการออกใบอนุญาตประกอบกิจการโดยคำนึงถึงภารกิจหรือวัตถุประสงค์ของการประกอบกิจการ และเป็นไปตามสัดส่วนการจัดสรรคลื่นความถี่ที่กำหนดไว้ในกฎหมายว่าด้วยองค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมดังต่อไปนี้

(1) การออกใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะ ให้คำนึงถึงหน้าที่ตามกฎหมายหรือความจำเป็นเพื่อการบริหารสาธารณะ โดยใช้คลื่นความถี่ที่จัดสรรไว้สำหรับภาครัฐ

(2) การออกใบอนุญาตประกอบกิจการบริการชุมชน ให้คำนึงถึงความต้องการที่หลากหลายความพร้อม และประโยชน์สาธารณะของชุมชน โดยใช้คลื่นความถี่ที่จัดสรรไว้สำหรับภาคประชาชน

(3) การออกใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจ ให้คำนึงถึงการส่งเสริมการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม และสนับสนุนให้มีการประกอบกิจการประเภทที่ให้บริการข่าวสารและสาระในสัดส่วนที่เหมาะสม โดยใช้คลื่นความถี่ที่จัดสรรไว้สำหรับภาคเอกชน

มาตรา 18 การกำหนดอายุใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด โดยคำนึงถึงระยะเวลาที่คุ้มกับการลงทุน วัตถุประสงค์ของการประกอบกิจการ แนวทางการพัฒนากิจการของผู้ขอรับใบอนุญาต ความต้องการของผู้บริโภค ความเสมอภาคในการแข่งขันของผู้ประกอบกิจการ รวมทั้งผลการประเมินคุณภาพรายการ

ใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงให้มีอายุไม่เกินเจ็ดปี

ใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ให้มีอายุไม่เกินสิบห้าปี

ในกรณีที่ใบอนุญาตตามวรรคสองสิ้นอายุ ให้ผู้รับใบอนุญาตยื่นคำขอรับใบอนุญาตใหม่อย่างน้อยเก้าสิบวันแต่ไม่เกินหนึ่งปีก่อนวันที่ใบอนุญาตเดิมสิ้นอายุแต่ในกรณีที่ใบอนุญาตตามวรรคสามสิ้นอายุ ให้ผู้รับใบอนุญาตยื่นคำขอรับใบอนุญาตใหม่อย่างน้อยเก้าสิบวันแต่ไม่เกินสองปีก่อนวันที่ใบอนุญาตเดิมสิ้นอายุ



เมื่อได้รับคำขอตามวรรคสี่แล้วให้คณะกรรมการพิจารณามีคำสั่งภายในหกสิบวัน นับแต่วันที่ได้รับคำขอ ในระหว่างนั้นให้ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการต่อไปได้จนกว่า คณะกรรมการจะสั่งไม่อนุญาต ในการสั่งไม่อนุญาตให้คณะกรรมการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมการ ประกอบกิจการตามส่วนด้วย

การยื่นคำขอรับใบอนุญาตและการพิจารณามีคำสั่งตามวรรคสี่และวรรคห้า ให้ เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข และระยะเวลาที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

มาตรา 19 ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตให้เป็นไปตามที่คณะกรรมการกำหนดตาม กฎหมายว่าด้วยองค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และ กิจการโทรคมนาคม

ผู้รับใบอนุญาตต้องชำระค่าธรรมเนียมการใช้คลื่นความถี่และการประกอบ กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แต่ละประเภทของใบอนุญาตเป็นรายปีตามอัตราที่ คณะกรรมการกำหนด

การกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมตามวรรคสองจะต้องไม่เป็นภาระแก่ ผู้ประกอบการหรือ

ผู้ให้บริการโดยไม่สมเหตุผล ทั้งนี้ ให้คณะกรรมการคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะ ความคุ้มค่า ความขาดแคลนและวิธีการจัดสรรทรัพยากร

คณะกรรมการอาจลดหย่อนหรือยกเว้นค่าธรรมเนียมใบอนุญาตตามวรรคหนึ่ง และวรรคสองให้แก่ผู้ขอใบอนุญาตหรือผู้รับใบอนุญาตตามพระราชบัญญัตินี้ หากผู้นั้นแสดงให้ เป็นที่ประจักษ์แก่คณะกรรมการว่าการประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ของตนมี รายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกินกว่าสัดส่วนของรายการที่เป็นข่าวสาร หรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

หลักเกณฑ์และวิธีการดำเนินการตามวรรคสี่ ให้เป็นไปตามระเบียบที่ คณะกรรมการกำหนด

มาตรา 20 ในการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ กรม ประชาสัมพันธ์

ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะประเภทที่หนึ่งและประเภทที่ สาม จะหารายได้จากกำไรโฆษณาไม่ได้ เว้นแต่เป็นการหารายได้โดยการโฆษณาหรือเผยแพร่ ข่าวสารเกี่ยวกับงานหรือกิจการของหน่วยงานของรัฐหรือรัฐวิสาหกิจ สมาคม มูลนิธิ หรือนิติบุคคล อื่นที่มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจการเพื่อประโยชน์สาธารณะ โดยไม่แสวงหากำไรในทางธุรกิจ หรือการเสนอภาพลักษณ์ขององค์กรบริษัท และกิจการโดยมิได้มีการโฆษณาสรรพคุณ

คุณประโยชน์ หรือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะประเภทที่สอง ให้หารายได้จากการโฆษณาได้เท่าที่เพียงพอต่อการประกอบกิจการโดยไม่เน้นการแสวงหากำไร

มาตรา 21 ในการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการบริการชุมชนจะหารายได้จากการโฆษณาไม่ได้

มาตรา 22 ให้คณะกรรมการกำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจต้องนำส่งเงินรายปีเข้ากองทุนตามอัตราที่คณะกรรมการประกาศกำหนด ซึ่งต้องไม่เกินร้อยละสองของรายได้ก่อนหักรายจ่ายที่ได้จากการโฆษณาทั้งทางตรงและทางอ้อมและรายได้อื่นที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ตามที่ได้รับอนุญาต

ในกรณีการประกอบกิจการทางธุรกิจแบบบอกรับเป็นสมาชิก เงินรายปีตามวรรคหนึ่ง ให้คำนวณจากค่าสมาชิก รายได้จากการโฆษณาทั้งทางตรงและทางอ้อมและค่าบริการอื่นที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการให้บริการสมาชิกที่เรียกเก็บก่อนหักรายจ่าย ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

มาตรา 23 ในการประกอบกิจการทางธุรกิจ ให้ดำเนินการหารายได้โดยการโฆษณา การบริการธุรกิจ การจัดเก็บค่าสมาชิก หรือโดยวิธีอื่นใดได้

ในการดำเนินการตามวรรคหนึ่งที่มีการโฆษณาและการบริการธุรกิจ ให้คณะกรรมการมีอำนาจประกาศกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับลักษณะและระยะเวลาสูงสุดในการโฆษณาและการบริการธุรกิจแต่ทั้งนี้จะกำหนดการโฆษณาและการบริการธุรกิจได้ไม่เกินชั่วโมงละสิบสองนาที่ครึ่ง โดยเมื่อรวมเวลาโฆษณาตลอดทั้งวันเฉลี่ยแล้วต้องไม่เกินชั่วโมงละสิบนาที่

ในการดำเนินการตามวรรคหนึ่งที่มีการบอกรับสมาชิกหรือเรียกเก็บค่าบริการอื่นให้นำความในมาตรา 28 มาใช้บังคับโดยอนุโลม

ผู้รับใบอนุญาตอาจแก้ไขเปลี่ยนแปลงอัตราค่าสมาชิก หรือค่าบริการ และเงื่อนไขในการให้บริการของผู้รับใบอนุญาตได้ภายในหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนดตามวรรคสามแต่ต้องไม่กระทบกระเทือนสิทธิของสมาชิกภายในกำหนดระยะเวลาตามข้อตกลงที่มีอยู่เดิม

ในการประกาศหลักเกณฑ์ตามวรรคสองและวรรคสาม ให้คณะกรรมการคำนึงถึงต้นทุน ในการให้บริการและการให้ความเป็นธรรมในการแข่งขันระหว่างผู้รับใบอนุญาตประเภทต่าง ๆ และทำให้ความเป็นธรรมแก่ผู้รับใบอนุญาตกับผู้บริโภคประกอบด้วย

มาตรา 24 ให้ผู้รับใบอนุญาตจัดทำรายงานสถานะทางการเงินโดยแสดงรายรับและรายจ่ายที่ถูกต้องตามความเป็นจริงเสนอต่อคณะกรรมการตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

## ส่วนที่ 2

### กิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ที่ไม่ใช้คลื่นความถี่

มาตรา 25 ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ที่ไม่ใช้คลื่นความถี่ต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 8 มาตรา 14 และมาตรา 15

การวินิจฉัยคุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามของผู้ขอรับใบอนุญาตให้นำหลักเกณฑ์และวิธีการตามที่กำหนดใน ส่วนที่ 1 กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่มาใช้บังคับโดยอนุโลม

มาตรา 26 ให้นำความในมาตรา 18 และมาตรา 19 มาใช้บังคับโดยอนุโลมกับการออกใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ตามมาตรา 25

มาตรา 27 เพื่อประโยชน์ในการกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่ไม่ใช้คลื่นความถี่ไม่ว่าจะมีการบอกรับสมาชิกหรือเรียกเก็บค่าบริการหรือไม่ให้คณะกรรมการมีอำนาจประกาศกำหนดหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

- (1) สัดส่วนรายการและผังรายการ
- (2) การหารายได้
- (3) การบันทึกรายการที่ออกอากาศไปแล้วและระยะเวลาในการเก็บรักษาส่งออก

นั้น

มาตรา 28 ในการประกอบกิจการของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่ไม่ใช้คลื่นความถี่ที่มีการบอกรับสมาชิกหรือเรียกเก็บค่าบริการอื่นให้คณะกรรมการมีอำนาจประกาศกำหนดหลักเกณฑ์การเรียกเก็บค่าบริการ ระยะเวลาสูงสุดในการโฆษณาและการบริการธุรกิจ และเงื่อนไขในการให้บริการได้

ในการหารายได้จาก การโฆษณาและการบริการธุรกิจตามวรรคหนึ่ง คณะกรรมการจะกำหนดระยะเวลาสูงสุดเกี่ยวกับการโฆษณาและการบริการธุรกิจได้ไม่เกินชั่วโมงละหนาทึ่ โดยเมื่อรวมเวลาโฆษณาและการบริการธุรกิจ ตลอดทั้งวันเฉลี่ยแล้วต้องไม่เกินชั่วโมงละหนาทึ่

การกำหนดระยะเวลาสูงสุดตามวรรคสอง ให้คณะกรรมการคำนึงถึงการคุ้มครองผู้บริโภค

สภาพการแข่งขันของตลาด ต้นทุนในการประกอบกิจการ และการให้ความเป็นธรรมระหว่างผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่กับผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ที่ไม่ใช้คลื่นความถี่ประกอบด้ว ให้นำความในมาตรา 22 มาตรา 23 วรรคหนึ่ง วรรคสี่ และมาตรา 24 มาใช้บังคับกับผู้รับใบอนุญาตตามมาตรา 25 โดยอนุโลม

### ส่วนที่ 3 การบริหารสถานี

มาตรา 29 ในการประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ ให้ผู้รับใบอนุญาตแต่งตั้งบุคคลซึ่งมีสัญชาติไทย เป็นผู้อำนวยการสถานีประจำแต่ละสถานีเพื่อควบคุมดูแลให้มีการออกอากาศให้เป็นไปตามที่ได้รับอนุญาต และจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบดูแลการจัดรายการ การดำเนินรายการ และการออกอากาศของสถานีให้เป็นไปโดยถูกต้องตามกฎหมายและประกาศต่าง ๆ ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

มาตรา 30 ผู้รับใบอนุญาตต้องรับผิดชอบในการกระทำของผู้ผู้อำนวยการสถานีที่ได้กระทำไปในการควบคุมดูแลและบริหารกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์เสมือนเป็นการกระทำของตนเองเว้นแต่จะพิสูจน์ได้ว่ากรกระทำดังกล่าว ตนมิได้รู้เห็นหรือยินยอมด้วยและได้ใช้ความระมัดระวังในการป้องกันตามสมควรแล้ว

### ส่วนที่ 4 การป้องกันการผูกขาด

มาตรา 31 เพื่อป้องกันมิให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งครอบงำกิจการในลักษณะที่เป็น การจำกัดโอกาสในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารสาธารณะที่มาจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายหรือกระทำ การอันเป็นการผูกขาดการประกอบกิจการสื่อมวลชนหลายประเภทในเวลาเดียวกันห้ามผู้รับ ใบอนุญาตถือครองธุรกิจ ในกิจการประเภทเดียวกัน หรือครองสิทธิข้ามสื่อในกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่น ความถี่เกินสัดส่วนที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

ในกรณีที่ผู้รับ ใบอนุญาตฝ่าฝืนประกาศของคณะกรรมการตามวรรคหนึ่ง คณะกรรมการมีอำนาจสั่งให้ผู้รับใบอนุญาตแก้ไขการฝ่าฝืนนั้นภายในเก้าสิบวัน เพื่อให้การถือ ครองธุรกิจเป็นไปตามประกาศดังกล่าว

มาตรา 32 เพื่อส่งเสริมการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรม และป้องกันมิให้มีการ กระทำอันเป็นการผูกขาด ลด หรือจำกัดการแข่งขันในการประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการ โทรทัศน์ให้การประกอบกิจการของผู้รับใบอนุญาตอยู่ในบังคับของกฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทาง

การค้าและมาตรการเฉพาะที่คณะกรรมการประกาศกำหนดตามลักษณะการประกอบกิจการ กระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์

การกระทำอันเป็นการผูกขาด ลด หรือจำกัดการแข่งขันในการประกอบกิจการ กระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ ให้หมายความรวมถึงการถือครองธุรกิจ ในกิจการที่เกี่ยวข้องกัน หรือการใช้วัสดุหรืออุปกรณ์ที่ติดตั้งเป็นพิเศษเพื่อรับสัญญาณเสียงหรือภาพในลักษณะที่กีดกัน การแข่งขันอย่างเป็นธรรม

## หมวด 2

### รายการของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

มาตรา 33 ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่ ใช้นี้ คลื่นความถี่แต่ละประเภทต้องจัดผังรายการให้มีสัดส่วนรายการ ดังต่อไปนี้

- (1) ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะต้องกำหนดให้มีรายการที่เป็น ข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละเจ็ดสิบ
- (2) ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการบริการชุมชนต้องกำหนดให้มีรายการที่เป็น ข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนหรือท้องถิ่นที่รับบริการในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละเจ็ดสิบ
- (3) ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจต้องกำหนดให้มีรายการที่เป็น ข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละยี่สิบห้า

ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจระดับภูมิภาคและระดับท้องถิ่น ต้องมี รายการที่ผลิตเองในสัดส่วนที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

รายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะตามวรรคหนึ่ง หมายความว่ารวมถึงรายการข่าวสาร รายการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการปกครองในระบอบ ประชาธิปไตย รายการส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม ศิลปะ วัฒนธรรม การให้ความรู้ความเข้าใจใน การพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อม

มาตรา 34 ผู้รับใบอนุญาตต้องจัดทำผังรายการให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของ การประกอบกิจการที่ได้รับใบอนุญาต ทั้งนี้ ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศ กำหนดสำหรับใบอนุญาตแต่ละประเภท

ในกรณีจำเป็นเพื่อคุ้มครองเด็กและเยาวชน คณะกรรมการอาจประกาศกำหนด ช่วงเวลาของการออกอากาศรายการบางประเภทได้



ให้ผู้รับใบอนุญาตเสนอผังรายการให้คณะกรรมการอย่างน้อยสิบห้าวันก่อนวันเริ่มให้บริการกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์

ในกรณีที่คณะกรรมการเห็นว่าผังรายการไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด ให้คณะกรรมการสั่งให้ผู้รับใบอนุญาตแก้ไขผังรายการให้ถูกต้องได้ เมื่อคณะกรรมการเห็นชอบกับผังรายการที่ได้แก้ไขแล้ว ให้ผู้รับใบอนุญาตเริ่มให้บริการกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ตามผังรายการที่คณะกรรมการเห็นชอบแล้วได้

ในกรณีที่ผู้รับใบอนุญาตประสงค์จะเปลี่ยนแปลงผังรายการที่คณะกรรมการเห็นชอบแล้วให้เสนอคณะกรรมการพิจารณาก่อนทำการเปลี่ยนแปลงไม่น้อยกว่าเจ็ดวันและให้นำความในวรรคสี่มาใช้บังคับโดยอนุโลม

ในกรณีที่มีเหตุจำเป็นเร่งด่วน ผู้รับใบอนุญาตอาจดำเนินรายการที่แตกต่างจากผังรายการได้ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

มาตรา 35 ในกรณีที่มีภัยพิบัติหรือมีเหตุฉุกเฉิน หรือมีกรณีอื่นตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด ซึ่งมีความจำเป็นต้องออกอากาศแจ้งข่าวหรือเตือนภัยให้ประชาชนทราบ เมื่อรัฐบาล หรือหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องร้องขอ ให้ผู้รับใบอนุญาตดำเนินการตามที่ร้องขอนั้น

มาตรา 36 เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการและคนด้อยโอกาสให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ได้อย่างเสมอภาคกับบุคคลทั่วไป ให้คณะกรรมการกำหนดมาตรการพื้นฐานบางประการเพื่อให้ผู้รับใบอนุญาตจัดให้มีบริการที่เหมาะสมเพื่อประโยชน์ของบุคคลดังกล่าว

คณะกรรมการอาจกำหนดมาตรการส่งเสริมใด ๆ เพิ่มเติม เพื่อให้ผู้รับใบอนุญาตพิจารณาปฏิบัติตามความเหมาะสม โดยคณะกรรมการอาจพิจารณาสนับสนุนค่าใช้จ่ายจากกองทุนหรือสนับสนุนหรือส่งเสริมด้วยวิธีการอื่นก็ได้

เพื่อให้มาตรการที่กำหนดตามวรรคหนึ่งเหมาะสมต่อคนพิการและคนด้อยโอกาส ให้คณะกรรมการรับฟังความคิดเห็นหรือเปิดโอกาสให้คนพิการและคนด้อยโอกาสมีส่วนร่วมในการกำหนดมาตรการดังกล่าวด้วยบริการที่เหมาะสมเพื่อประโยชน์ของคนพิการและคนด้อยโอกาสตามวรรคหนึ่งอาจหมายรวมถึง บริการกระจายเสียงที่ออกอากาศรายการอ่านหนังสือเต็มเวลา หรือบริการโทรทัศน์ที่จัดให้มีล่ามภาษามือ บริการคำบรรยายเป็นอักษรวิ้ง หรือบริการคำบรรยายเป็นเสียง สำหรับรายการที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารสาธารณะ

มาตรา 37 ห้ามมิให้ออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาสาระที่ก่อให้เกิดการล้มล้างการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข หรือที่มีผลกระทบต่อความมั่นคงของรัฐ

ความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือมีการกระทำซึ่งเข้าลักษณะลามกอนาจารหรือมีผลกระทบต่อทำให้เกิดความเสื่อมทรามทางจิตใจหรือสุขภาพของประชาชนอย่างร้ายแรง

ผู้รับใบอนุญาตมีหน้าที่ตรวจสอบและให้ระงับการออกอากาศรายการที่มีลักษณะตามวรรคหนึ่ง หากผู้รับใบอนุญาตไม่ดำเนินการ ให้กรรมการซึ่งคณะกรรมการมอบหมายมีอำนาจสั่งด้วยวาจาหรือเป็นหนังสือให้ระงับการออกอากาศรายการนั้นได้ทันที และให้คณะกรรมการสอบสวนข้อเท็จจริงกรณีดังกล่าวโดยพลัน

ในกรณีที่คณะกรรมการสอบสวนแล้วเห็นว่าการกระทำดังกล่าวเกิดจากการละเลยของผู้รับใบอนุญาตจริง ให้คณะกรรมการมีอำนาจสั่งให้ผู้รับใบอนุญาตดำเนินการแก้ไขตามที่สมควร หรืออาจพักใช้หรือเพิกถอนใบอนุญาตก็ได้

มาตรา 38 ผู้รับใบอนุญาตต้องจัดให้มีการบันทึกรายการที่ได้ออกอากาศไปแล้ว โดยอาจบันทึกไว้ในเทปหรือวัสดุโทรทัศน์อย่างอื่น หรือด้วยวิธีการใด ๆ ที่สามารถถ่ายทอดกลับมาเป็นรายการนั้นได้ และเก็บรักษาไว้เพื่อให้พนักงานเจ้าหน้าที่ทำการตรวจสอบได้

รายการที่ต้องจัดให้มีการบันทึกตามวรรคหนึ่ง และระยะเวลาในการเก็บรักษาการบันทึกนั้นให้เป็นไปตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด โดยระยะเวลาดังกล่าวต้องไม่น้อยกว่าสามสิบวันและต้องไม่เป็นภาระแก่ผู้รับใบอนุญาตเกินความจำเป็น

### หมวด 3

#### การส่งเสริมและควบคุมจริยธรรมแห่งวิชาชีพ และการคุ้มครองผู้เสียหายจากการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

มาตรา 39 ให้คณะกรรมการดำเนินการส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้รับใบอนุญาตผู้ผลิตรายการ และผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวข้องกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เป็นองค์กรในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อทำหน้าที่จัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพและควบคุมการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพกันเองภายใต้มาตรฐานทางจริยธรรม การจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมขององค์กรตามวรรคหนึ่ง ต้องคำนึงถึงการคุ้มครองการได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารสาธารณะของประชาชน และการคุ้มครองผู้บริโภคจากการ

ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ รวมทั้งการคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของผู้ประกอบอาชีพและวิชาชีพขององค์กร

ในการควบคุมการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพขององค์กรตามวรรคหนึ่ง ให้แต่ละองค์กรตามวรรคหนึ่งจัดตั้งคณะกรรมการควบคุมจริยธรรมขึ้นโดยมีองค์ประกอบและให้คำปรึกษาถึงสัดส่วนที่เหมาะสมระหว่างผู้ประกอบอาชีพและวิชาชีพ นักวิชาการ และผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกองค์กรตามวรรคหนึ่งที่มีการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรม คณะกรรมการอาจให้การส่งเสริมจากกองทุนตามมาตรา 52 ก็ได้

มาตรา 40 ผู้ที่ได้รับความเสียหายเนื่องจากรายการที่ออกอากาศเป็นเท็จหรือละเมิดสิทธิเสรีภาพ เกียรติยศ ชื่อเสียง สิทธิในครอบครัว หรือความเป็นอยู่ส่วนตัวของบุคคลอาจร้องเรียนต่อคณะกรรมการ

ให้คณะกรรมการส่งเรื่องพร้อมความเห็นของคณะกรรมการให้องค์กรควบคุมการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพตามมาตรา 39 เพื่อให้ดำเนินการเยียวยาให้แก่ผู้เสียหายโดยเร็ว และให้คณะกรรมการติดตามผลการดำเนินการขององค์กรควบคุมการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพตามมาตรา 39

เมื่อองค์กรควบคุมการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพตามมาตรา 39 ได้แจ้งผลการดำเนินการให้คณะกรรมการทราบแล้ว ให้แจ้งผู้ร้องเรียนทราบผลการดำเนินการโดยเร็ว

ผลการดำเนินการในหมวดนี้ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินการตามมาตรา 51

(1)

#### หมวด 4

#### การสร้างโครงข่ายพื้นฐาน การใช้ และเชื่อมต่อโครงข่าย ในการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

มาตรา 41 ภายใต้บังคับมาตรา 49 ในการดำเนินกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ถ้าผู้รับใบอนุญาตมีเหตุต้องปักหรือตั้งเสา หรือเดินสาย วางท่อ หรือติดตั้งอุปกรณ์ประกอบใดและจำเป็นต้องใช้สิทธิตามมาตรา 41 ให้ผู้รับใบอนุญาตจัดทำแผนผังแสดงรายละเอียดของลักษณะทิศทางและแนวเขตในการปักหรือตั้งเสา เดินสาย วางท่อและการติดตั้งอุปกรณ์ประกอบใด เสนอต่อคณะกรรมการเพื่อให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินการ

เมื่อคณะกรรมการได้ให้ความเห็นชอบตามวรรคหนึ่งแล้ว ให้ผู้รับใบอนุญาตมีสิทธิดำเนินการต่อไปได้โดยให้นำความในหมวด 4 แห่งพระราชบัญญัติการประกอบกิจการ

โทรคมนาคม พ.ศ. 2544 มาใช้บังคับโดยอนุโลม ทั้งนี้ โดยให้อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติเป็นอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการตามพระราชบัญญัตินี้ และสิทธิหน้าที่ใดที่กำหนดให้เป็นของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมเป็นสิทธิหน้าที่ของผู้รับใบอนุญาตตามพระราชบัญญัตินี้

ในกรณีที่บทบัญญัติในหมวด 4 แห่งพระราชบัญญัติการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2544 บัญญัติให้การกระทำใด ๆ เป็นความผิดและมีบทกำหนดโทษสำหรับความผิดนั้นให้นำมาใช้บังคับกับผู้รับใบอนุญาตด้วยโดยให้ถืออัตราโทษอย่างเดียวกัน

มาตรา 42 เจ้าของโครงข่ายต้องยินยอมให้ผู้รับใบอนุญาตใช้หรือเชื่อมต่อโครงข่ายของตนตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการประกาศกำหนดเจ้าของโครงข่ายอาจปฏิเสธไม่ให้ความยินยอมให้ใช้หรือเชื่อมต่อโครงข่ายได้เฉพาะกรณีดังต่อไปนี้

- (1) โครงข่ายที่มีอยู่ไม่เพียงพอแก่การให้ผู้รับใบอนุญาตใช้หรือเชื่อมต่อ
- (2) การใช้หรือเชื่อมต่อโครงข่ายอาจกระทบต่อความมั่นคงของรัฐ
- (3) การใช้หรือเชื่อมต่อโครงข่ายอาจก่อให้เกิดการรบกวนหรือเป็นเหตุขัดขวาง

การให้บริการกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ของเจ้าของโครงข่ายหรือผู้ให้บริการโครงข่ายรายอื่น

- (4) กรณีอื่นตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

ให้เจ้าของโครงข่ายซึ่งปฏิเสธไม่ให้ใช้หรือเชื่อมต่อโครงข่ายตามวรรคสองมีหน้าที่พิสูจน์ถึงเหตุแห่งการปฏิเสธนั้น

การเรียกเก็บค่าตอบแทนการใช้หรือเชื่อมต่อโครงข่ายต้องเป็นไปอย่างสมเหตุสมผลและเป็นธรรมต่อเจ้าของโครงข่ายกับผู้รับใบอนุญาตที่ขอใช้หรือเชื่อมต่อโครงข่าย และต้องมีความเท่าเทียมกันในระหว่างผู้รับใบอนุญาตทุกราย

การกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการตามวรรคหนึ่ง ให้คณะกรรมการจัดให้มีการรับฟังความคิดเห็นจากผู้รับใบอนุญาตและเจ้าของโครงข่ายที่เกี่ยวข้องด้วย

มาตรา 43 ในกรณีที่มีการปฏิเสธไม่ให้ใช้หรือเชื่อมต่อโครงข่ายหรือมีข้อที่ตกลงกันไม่ได้ในการเจรจาทำสัญญาการใช้หรือเชื่อมต่อโครงข่าย คู่กรณีมีสิทธิร้องขอให้คณะกรรมการพิจารณาได้ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการประกาศกำหนดคำวินิจฉัยของคณะกรรมการให้เป็นที่สุด

การวินิจฉัยให้ใช้หรือเชื่อมต่อโครงข่ายตามวรรคหนึ่ง ต้องคำนึงถึงความปลอดภัยและการป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นด้วย

ในระหว่างการพิจารณาของคณะกรรมการตามวรรคหนึ่ง ถ้ามีเหตุอันควรเชื่อได้ว่า การปฏิเสธไม่ให้ใช้หรือเชื่อมต่อโครงข่ายน่าจะไม่เป็นไปตามมาตรา 42 วรรคสอง

คณะกรรมการอาจสั่งให้ใช้หรือเชื่อมต่อโครงข่ายไปพลางก่อน ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการประกาศกำหนดได้

มาตรา 44 ข้อตกลงเกี่ยวกับการใช้หรือเชื่อมต่อโครงข่ายต้องมีลักษณะดังนี้

- (1) ไม่เป็นการเลือกปฏิบัติหรือกีดกันผู้รับใบอนุญาตรายอื่น
- (2) ข้อกำหนดทางเทคนิค ณ จุดที่มีการใช้หรือเชื่อมต่อโครงข่ายต้องชัดเจนมีความเป็นไปได้ทางเทคนิค และไม่ก่อให้เกิดภาระแก่ผู้ขอใช้หรือเชื่อมต่อโครงข่ายเกินสมควร
- (3) มีการกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้รับใบอนุญาตที่ขอใช้หรือเชื่อมต่อโครงข่ายและเจ้าของโครงข่ายที่ชัดเจน
- (4) มีการกำหนดอัตราค่าตอบแทนการใช้หรือเชื่อมต่อโครงข่ายตามมาตรา 42 วรรคสี่

(5) ลักษณะอื่นตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

ให้เจ้าของโครงข่ายจัดส่งสำเนาข้อตกลงให้คณะกรรมการภายในสิบวันนับแต่วันที่ได้มีการลงนามในข้อตกลง ถ้าคณะกรรมการเห็นว่าข้อตกลงดังกล่าวไม่เป็นไปตามลักษณะในวรรคหนึ่ง คณะกรรมการมีอำนาจสั่งให้ดำเนินการแก้ไขภายในระยะเวลาที่กำหนด ให้เจ้าของโครงข่ายปฏิบัติตามคำสั่งของคณะกรรมการ แต่ถ้าผู้ขอใช้หรือเชื่อมต่อโครงข่ายไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของคณะกรรมการให้ข้อตกลงนั้นเป็นอันสิ้นผล

มาตรา 45 เจ้าของโครงข่ายต้องเปิดเผยข้อตกลงการใช้หรือเชื่อมต่อโครงข่ายรวมทั้งอัตราค่าตอบแทนการใช้หรือเชื่อมต่อโครงข่ายตามวิธีการที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

มาตรา 46 ในกรณีที่ข้อเท็จจริงเปลี่ยนแปลงไปเป็นเหตุให้ค่าตอบแทนการใช้หรือเชื่อมต่อโครงข่ายไม่เป็นไปตามมาตรา 42 วรรคสี่ และคู่กรณีไม่อาจตกลงกันได้ ให้คู่กรณีร้องขอต่อคณะกรรมการเพื่อวินิจฉัยชี้ขาด คำวินิจฉัยของคณะกรรมการให้เป็นที่สุด

มาตรา 47 เจ้าของโครงข่ายต้องแจ้งข้อมูลที่ถูกต้องและจำเป็นในการใช้หรือเชื่อมต่อโครงข่ายให้ผู้รับใบอนุญาตที่ใช้หรือเชื่อมต่อโครงข่ายทราบ

เจ้าของโครงข่ายต้องไม่กระทำการใด ๆ อันเป็นเหตุให้การใช้หรือเชื่อมต่อโครงข่ายตามวรรคหนึ่งไม่สามารถใช้งานได้ตามปกติ

ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงแก้ไขโครงข่ายอันมีผลกระทบต่อการใช้หรือเชื่อมต่อโครงข่ายเจ้าของโครงข่ายต้องแจ้งให้ผู้รับใบอนุญาตที่ใช้หรือเชื่อมต่อโครงข่ายทราบ แต่ถ้าการเปลี่ยนแปลงแก้ไขนั้นจะมีผลกระทบต่อผู้ใช้บริการ ให้เจ้าของโครงข่ายประกาศให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงแก้ไขดังกล่าวเป็นการล่วงหน้าไม่น้อยกว่าหกเดือน



มาตรา 48 เพื่อประโยชน์ในการรับบริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ของผู้บริโภค และการคุ้มครองรักษาสิ่งแวดล้อม ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐซึ่งครอบครองที่ดิน สถานที่ สิ่งก่อสร้าง เสาหรือโครงสร้างอื่นในทำนองเดียวกัน ซึ่งอยู่ในทำเลที่เหมาะสมในการรับ ส่ง หรือแพร่สัญญาณเสียงหรือภาพ หากยินยอมให้ผู้รับใบอนุญาตหรือเจ้าของโครงข่ายรายใดใช้ประโยชน์ในการติดตั้งวัสดุหรืออุปกรณ์เพื่อรับ ส่ง หรือแพร่สัญญาณเสียงหรือภาพก็ต้องยินยอมให้ผู้รับใบอนุญาตหรือเจ้าของโครงข่ายรายอื่นติดตั้งวัสดุหรืออุปกรณ์เพื่อการดังกล่าวด้วยเช่นเดียวกัน ทั้งนี้ เมื่อได้รับคำตอบแทนอันเหมาะสมแล้ว และให้นำความในมาตรา 44 มาใช้บังคับโดยอนุโลม

ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐซึ่งครอบครองตามวรรคหนึ่ง อาจปฏิเสธไม่ให้ความยินยอมให้ผู้รับใบอนุญาตหรือเจ้าของโครงข่ายรายหนึ่งรายใดใช้ที่ดิน สถานที่ สิ่งก่อสร้างเสาหรือโครงสร้างอื่นในทำนองเดียวกันได้เฉพาะกรณีดังต่อไปนี้

(1) การติดตั้งวัสดุหรืออุปกรณ์เพิ่มเติมจะก่อให้เกิดอันตราย หรือรบกวน หรือมีผลเป็นการลดประสิทธิภาพของระบบที่ติดตั้งอยู่เดิม

(2) ก่อให้เกิดภาวะหรือขัดขวางการใช้ประโยชน์ในทรัพย์สินเกินความจำเป็น

มาตรา 49 ในการใช้หรือเชื่อมต่อโครงข่ายระหว่างการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์กับการประกอบกิจการโทรคมนาคม ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการร่วมตามกฎหมายว่าด้วยองค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมกำหนด

มาตรา 50 ห้ามมิให้ผู้รับใบอนุญาตตามพระราชบัญญัตินี้ หรือผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมตามกฎหมายว่าด้วยการประกอบกิจการโทรคมนาคม หรือเจ้าของโครงข่ายให้บริการส่งหรือการแพร่ข่าวสารสาธารณะหรือรายการที่มีลักษณะเป็นการประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์แก่ผู้อื่นซึ่งมิใช่เป็นผู้รับใบอนุญาตตามพระราชบัญญัตินี้

## คุณยอชทัยทรัพย์ากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### หมวด 5 การส่งเสริมและการพัฒนากิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

มาตรา 51 ในการส่งเสริมและพัฒนากิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ให้คณะกรรมการ ดำเนินการดังต่อไปนี้

(1) จัดให้มีการประเมินความมีประสิทธิภาพและผลสัมฤทธิ์ของการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ตามแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

และการปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้ ความหลากหลายของการแสดงความคิดเห็น การให้บริการคนพิการและคนด้อยโอกาสการรับเรื่องร้องเรียน โอกาสในการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่

(2) จัดให้มีการประเมินคุณภาพรายการ โดยพิจารณาถึงประโยชน์ต่อสังคมและศีลธรรมอันดีของประชาชน

(3) จัดให้มีการรับฟังความคิดเห็นของผู้รับใบอนุญาต ผู้ประกอบวิชาชีพและผู้บริโภคในการดำเนินการตาม (1) และ (2)

การประเมินตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการประกาศกำหนด ซึ่งอย่างน้อยต้องมีการแสดงข้อเท็จจริงให้ปรากฏทั้งในเรื่องประสิทธิผล ประสิทธิภาพการพัฒนาองค์กร การได้รับการสนับสนุนจากประชาชน และรายละเอียดอื่นที่จำเป็น

มาตรา 52 ในกรณีที่คณะกรรมการเห็นว่ารายการใดเป็นประโยชน์ต่อสังคมหรือสมควรส่งเสริมให้มีการผลิตรายการ หรือผู้ประกอบการรายใดปฏิบัติตามมาตรการในการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการและคนด้อยโอกาสตามมาตรา 36 คณะกรรมการอาจพิจารณาให้การสนับสนุนค่าใช้จ่ายจากกองทุนได้ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

## หมวด 6

### การกำกับดูแล

มาตรา 53 เมื่อมีเหตุอันควรสงสัยว่ามีการกระทำความผิดเป็นการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้ ให้คณะกรรมการและพนักงานเจ้าหน้าที่ มีอำนาจดังต่อไปนี้

(1) เรียกให้ผู้ที่เกี่ยวข้องมาชี้แจงหรือส่งเอกสารหรือพยานหลักฐานเพื่อประกอบการพิจารณา

(2) มีหนังสือเรียกบุคคลใดมาให้ถ้อยคำ หรือให้ส่งเอกสารหรือวัตถุใดมาเพื่อประกอบการพิจารณาหรือเพื่อใช้เป็นพยานหลักฐานในการพิสูจน์การกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้

(3) เข้าไปในอาคารหรือสถานที่ประกอบการของผู้รับใบอนุญาตหรือบุคคลใดในระหว่างเวลาพระอาทิตย์ขึ้นถึงพระอาทิตย์ตกหรือในเวลาทำการของสถานที่นั้น เพื่อตรวจสอบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการกระทำความผิด ค้นวัตถุที่ใช้ในการกระทำความผิด วัตถุที่มีไว้เป็นความผิดหรือวัตถุที่จะนำไปใช้กระทำความผิด รวมทั้งการกระทำใดที่อาจเป็นการฝ่าฝืนบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัตินี้หรือไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนดในการอนุญาต

การเข้าไปในอาคารหรือสถานที่ประกอบการตาม (3) เพื่อตรวจสอบข้อเท็จจริงของคณะกรรมการหรือพนักงานเจ้าหน้าที่ต้องมีหมายค้นซึ่งออกโดยศาล

เมื่อได้เข้าไปและลงมือทำการตรวจสอบตาม (3) แล้วยังดำเนินการไม่เสร็จจะกระทำต่อไปในเวลาหลังพระอาทิตย์ตกหรือนอกเวลาทำการของสถานที่นั้นก็ได้

ในการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการหรือพนักงานเจ้าหน้าที่ ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องอำนวยความสะดวกตามสมควร

การปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการหรือพนักงานเจ้าหน้าที่ตามมาตรา นี้ต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

มาตรา 54 ในการปฏิบัติหน้าที่ พนักงานเจ้าหน้าที่ต้องแสดงบัตรประจำตัวแก่บุคคลซึ่งเกี่ยวข้อง

บัตรประจำตัวพนักงานเจ้าหน้าที่ให้เป็นไปตามแบบที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

มาตรา 55 ผู้ใดกระทำให้เกิดการรบกวนต่อการรับส่งหรือแพร่สัญญาณเสียงหรือภาพของผู้รับใบอนุญาต ให้พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจสั่งให้ผู้นั้นระงับการกระทำหรือแก้ไขเปลี่ยนแปลงสิ่งที่ใช้ในการกระทำนั้น หรือให้ย้ายสิ่งดังกล่าวออกไปให้พ้นเขตรบกวนหรือสั่งให้บุคคลนั้นหรือบุคคลอื่นกระทำการอย่างใดเท่าที่จำเป็นเพื่อแก้ไขการรบกวนนั้นได้ แต่ถ้าสิ่งก่อกำเนิดการรบกวนนั้นเป็นกิจการที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมายอื่นให้พนักงานเจ้าหน้าที่แจ้งต่อเจ้าหน้าที่ผู้มีอำนาจตามกฎหมายนั้นพิจารณาดำเนินการเพื่อให้มีการแก้ไขต่อไป

มาตรา 56 ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ ให้กรรมการและพนักงานเจ้าหน้าที่เป็นเจ้าพนักงานตามประมวลกฎหมายอาญา

## หมวด 7

### บทกำหนดโทษ

#### ส่วนที่ 1

#### โทษทางปกครอง

มาตรา 57 โทษปรับทางปกครอง มีดังต่อไปนี้

(1) โทษปรับทางปกครองชั้น 1 ต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท

(2) โทษปรับทางปกครองชั้น 2 ต้องระวางโทษปรับตั้งแต่ห้าหมื่นบาท แต่ไม่เกิน

ห้าแสนบาท

(3) โทษปรับทางปกครองชั้น 3 ต้องระวางโทษปรับตั้งแต่ห้าแสนบาท แต่ไม่เกิน ห้าล้านบาท

มาตรา 58 ผู้รับใบอนุญาตหรือผู้ใด

(1) ผ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนดตาม มาตรา 24

(2) ผ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามมาตรา 44 วรรคสอง หรือมาตรา 47 วรรคหนึ่งหรือ วรรคสาม

(3) ผ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของคณะกรรมการตามมาตรา 44 วรรคสอง ต้องระวางโทษปรับทางปกครองชั้น 1

มาตรา 59 ผู้รับใบอนุญาตหรือผู้ใด

(1) ผ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามมาตรา 34 วรรคห้า มาตรา 35 หรือมาตรา 38

(2) ผ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธีการ มาตรการ หรือประกาศที่ คณะกรรมการประกาศกำหนดตามมาตรา 34 วรรคหนึ่ง มาตรา 36 หรือมาตรา 45

(3) ผ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของคณะกรรมการตามมาตรา 34 วรรคสี่ หรือ มาตรา 37 วรรคหนึ่ง ต้องระวางโทษปรับทางปกครองชั้น 2

มาตรา 60 ผู้รับใบอนุญาตหรือผู้ใด

(1) ผ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามมาตรา 47 วรรคสอง มาตรา 48 วรรคหนึ่ง หรือ มาตรา 50

(2) ผ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์หรือประกาศที่คณะกรรมการประกาศ กำหนดตามมาตรา 22 มาตรา 23 มาตรา 34 วรรคสอง หรือมาตรา 42 วรรคหนึ่ง

(3) ผ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของคณะกรรมการตามมาตรา 43 ต้องระวางโทษปรับทางปกครองชั้น 3

มาตรา 61 ถ้าการกระทำความผิดซึ่งมีโทษปรับทางปกครองเป็นความผิดต่อเนื่อง และคณะกรรมการได้พิจารณาสั่งลงโทษปรับทางปกครองสำหรับความผิดนั้น ผู้กระทำต้องระวาง โทษปรับรายวันอีกในอัตราดังต่อไปนี้ นับแต่วันที่มีคำสั่งลงโทษปรับทางปกครองดังกล่าว ตลอดเวลาที่ยังฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามหรือจนกว่าจะปฏิบัติให้ถูกต้อง

(1) กรณีโทษปรับทางปกครองชั้น 1 ให้ปรับวันละไม่เกินห้าพันบาท

(2) กรณีโทษปรับทางปกครองชั้น 2 ให้ปรับวันละไม่เกินสองหมื่นบาท

(3) กรณีโทษปรับทางปกครองชั้น 3 ให้ปรับวันละไม่เกินห้าหมื่นบาท

ให้คณะกรรมการดำเนินการบังคับให้มีการชำระค่าปรับรายวันทุกสัปดาห์วัน

มาตรา 62 ให้สำนักงานเป็นผู้รวบรวมข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการกระทำความผิดที่มีโทษทางปกครองเพื่อเสนอต่อคณะกรรมการพิจารณาสั่งลงโทษทางปกครอง ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

ในการพิจารณาสั่งลงโทษทางปกครอง คณะกรรมการต้องคำนึงถึงพฤติการณ์แห่งการกระทำและความเสียหายที่เกิดจากการกระทำนั้น แต่คณะกรรมการอาจตัดเตือนผู้กระทำความผิดโดยไม่ลงโทษปรับทางปกครองก็ได้ในกรณีที่คณะกรรมการเห็นว่ากรกระทำนั้นมีลักษณะดังต่อไปนี้

- (1) เป็นความผิดซึ่งมีโทษปรับทางปกครองชั้น 1
- (2) มิใช่ความผิดต่อเนื่อง
- (3) เป็นการกระทำความผิดเป็นครั้งแรกซึ่งกระทำโดยไม่จงใจ และ
- (4) ไม่ก่อให้เกิดความเสียหาย

มาตรา 63 เมื่อคณะกรรมการมีคำสั่งลงโทษปรับทางปกครองสำหรับผู้รับใบอนุญาตผู้ใดแล้วในกรณีที่เห็นสมควร คณะกรรมการอาจมีคำสั่งให้ผู้รับใบอนุญาตผู้นั้น กระทำการหรืองดเว้นกระทำการเพื่อป้องกันมิให้เกิดการฝ่าฝืนหรือกระทำความผิดอย่างเดียวกันซ้ำอีกได้

มาตรา 64 คณะกรรมการอาจพิจารณาสั่งพักใช้หรือเพิกถอนใบอนุญาตได้เมื่อปรากฏข้อเท็จจริงดังต่อไปนี้

- (1) ผู้รับใบอนุญาตเพิกเฉยไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของคณะกรรมการตามมาตรา 31 หรือมาตรา 63
- (2) ผู้รับใบอนุญาตฝ่าฝืนมาตรา 37 และเป็นกรณีที่เกิดความเสียหายอย่างร้ายแรง
- (3) ผู้รับใบอนุญาตฝ่าฝืนหรือกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ หรือหลักเกณฑ์หรือคำสั่งที่กำหนดตามพระราชบัญญัตินี้หรือกรณีที่เกิดความเสียหายอย่างร้ายแรง
- (4) ผู้รับใบอนุญาตฝ่าฝืนหรือกระทำความผิดที่มีโทษทางอาญาตามพระราชบัญญัตินี้
- (5) ผู้รับใบอนุญาตต้องคำพิพากษาถึงที่สุดว่ากระทำความผิดเกี่ยวกับงานแพรร่เสี่ยงแพรร่ภวอันเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ตามกฎหมายว่าด้วยลิขสิทธิ์
- (6) ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจที่เป็นบริษัทฝ่าฝืนมาตรา 15 การสั่งพักใช้ใบอนุญาตให้เป็นไปตามที่คณะกรรมการกำหนด แต่ต้องไม่เกินครั้งละสามสิบวัน



มาตรา 65 ในกรณีที่ผู้ถูกลงโทษปรับทางปกครองไม่ยอมชำระค่าปรับทางปกครองหรือชำระไม่ครบถ้วนถูกต้อง ให้นำบทบัญญัติเกี่ยวกับการบังคับทางปกครองตามกฎหมายว่าด้วยวิธีปฏิบัติราชการทางปกครองมาใช้บังคับโดยอนุโลม

## ส่วนที่ 2 โทษอาญา

มาตรา 66 ผู้ใดใช้คลื่นความถี่สำหรับการประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์หรือประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์หรือให้บริการนอกเหนือจากกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ โดยไม่ได้รับอนุญาต ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินห้าปี หรือปรับไม่เกินห้าล้านบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ และปรับวันละไม่เกินห้าหมื่นบาทตลอดระยะเวลาที่ยังฝ่าฝืน

มาตรา 67 ผู้รับใบอนุญาตผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 9 หรือประกาศของคณะกรรมการที่ออกตามมาตรา 31 หรือมาตรา 32 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินสามล้านบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ และปรับวันละไม่เกินสามหมื่นบาทตลอดระยะเวลาที่ยังฝ่าฝืน

มาตรา 68 ผู้รับใบอนุญาตผู้ใดกระทำเพื่อให้เกิดการรบกวนต่อการรับส่งหรือแพร่สัญญาณเสียงหรือภาพของผู้รับใบอนุญาตรายอื่น ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินสามล้านบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และปรับวันละไม่เกินสามหมื่นบาทตลอดระยะเวลาที่ยังฝ่าฝืน

มาตรา 69 ผู้ใดกระทำให้เกิดการรบกวนต่อการรับส่งหรือแพร่สัญญาณเสียงหรือภาพของผู้รับใบอนุญาต ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับและปรับวันละไม่เกินหนึ่งหมื่นบาทตลอดระยะเวลาที่ยังฝ่าฝืน

มาตรา 70 ผู้ใดผลิต นำเข้า จำหน่ายหรือมีไว้เพื่อจำหน่ายหรือรับติดตั้งเครื่องรับ เครื่องมือหรืออุปกรณ์เพื่อให้บุคคลอื่นนำไปใช้รับหรือแปลงสัญญาณในการรับรายการของกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์แบบบอกรับเป็นสมาชิก โดยไม่ได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปี หรือปรับไม่เกินสองล้านบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

บทบัญญัติมาตรานี้มิให้ใช้บังคับกับการมีหรือใช้เครื่องรับ เครื่องมือ หรืออุปกรณ์ ตามวรรคหนึ่งเพื่อการศึกษาวิจัยตามที่ได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการ

มาตรา 71 ผู้ใดขัดขวางหรือไม่อำนวยความสะดวกในการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการหรือพนักงานเจ้าหน้าที่ตามมาตรา 53 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งพันบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ

ในกรณีที่ปรากฏว่ามีกรกระทำความผิดอย่างใดอย่างหนึ่งตามพระราชบัญญัตินี้ ให้ถือว่าคณะกรรมการเป็นผู้เสียหายตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา บทบัญญัติ มาตรานี้ไม่เป็นการตัดสิทธิผู้เสียหายที่แท้จริงในการใช้สิทธิฟ้องร้องหรือดำเนินการใด ๆ ตาม กฎหมายต่อผู้กระทำผิดนั้น

มาตรา 72 ในกรณีผู้ที่กระทำผิดเป็นนิติบุคคล ถ้าการกระทำผิดของ นิติบุคคลนั้นเกิดจากการกระทำหรืองดเว้นกระทำอันเป็นหน้าที่ของกรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการหรือบุคคลใดซึ่งรับผิดชอบในการดำเนินงานของนิติบุคคลนั้น ผู้นั้นต้องรับโทษตามที่ บัญญัติไว้สำหรับความผิดนั้น ๆ ด้วย เว้นแต่พิสูจน์ได้ว่ากรกระทำนั้นได้กระทำโดยตนมิได้รู้เห็น หรือยินยอมด้วย

### บทเฉพาะกาล

มาตรา 73 ในวาระเริ่มแรกเพื่อประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ของรัฐ มิให้นำ บทบัญญัติในหมวด 1 การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ หมวด 2 รายการของ กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ หมวด 6 การกำกับดูแล และหมวด 7 บทกำหนดโทษ เว้น แต่มาตรา 20 มาตรา 35 มาตรา 36 และมาตรา 38 มาใช้บังคับแก่กรมประชาสัมพันธ์ในฐานะ หน่วยงานประชาสัมพันธ์ของรัฐและให้ดำเนินกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ต่อไปได้ ตามขอบเขตการให้บริการที่มีอยู่เดิม ทั้งนี้ จนกว่าจะมีแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการ โทรทัศน์

เมื่อแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ใช้บังคับแล้ว ให้ คณะกรรมการแจ้งลักษณะ ประเภท และขอบเขตการดำเนินกิจการของกรมประชาสัมพันธ์ตามที่ กำหนดในแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ให้รัฐมนตรีที่มีอำนาจกำกับดูแลกรม ประชาสัมพันธ์ทราบเพื่อปฏิบัติให้สอดคล้องกับแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการ โทรทัศน์

มาตรา 74 ให้ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานอื่นของรัฐ ที่ประกอบ กิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์อยู่ในวันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ ประกอบกิจการนั้น ได้ต่อไปจนถึงวันที่กำหนดในแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ใช้บังคับโดยหาก ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐประสงค์จะประกอบกิจการต่อไปให้จัดทำแผน ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เพื่อขอรับใบอนุญาตจากคณะกรรมการ และให้

คณะกรรมการออกใบอนุญาตประกอบกิจการให้แก่ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐนั้นโดยคำนึงถึงความจำเป็นของการประกอบกิจการและการใช้คลื่นความถี่

มาตรา 75 ผู้ใดได้รับอนุญาต สัมปทานหรือสัญญา จากส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ เพื่อประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์อยู่ในวันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ ให้ผู้นั้นมีสิทธิประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ตามที่ได้รับอนุญาต สัมปทานหรือสัญญานั้นต่อไปจนกว่าการอนุญาต สัมปทาน หรือสัญญานั้นจะสิ้นสุด

ให้คณะกรรมการออกใบอนุญาตประกอบกิจการตามพระราชบัญญัตินี้ให้แก่ผู้ได้รับอนุญาตสัมปทานหรือสัญญา จากส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานอื่นของรัฐตามลักษณะประเภทและขอบเขตของการประกอบกิจการที่ได้รับอนุญาต สัมปทานหรือสัญญาโดยใบอนุญาตประกอบกิจการดังกล่าวให้มีอายุตามระยะเวลาที่เหลืออยู่ของการอนุญาตสัมปทานหรือสัญญานั้น และให้ได้รับยกเว้นค่าธรรมเนียมใบอนุญาตตามมาตรา 19

มิให้นำบทบัญญัติในมาตรา 16 มาตรา 17 มาตรา 18 มาตรา 19 และมาตรา 22 แห่งพระราชบัญญัตินี้มาใช้บังคับกับผู้ได้รับใบอนุญาตตามวรรคสอง

มาตรา 76 ให้กระทรวงการคลังนำรายได้เป็นมูลค่าเท่ากับร้อยละสองของรายได้ที่หน่วยราชการ รัฐวิสาหกิจหรือหน่วยงานอื่นของรัฐต้องนำส่งกระทรวงการคลังจากการให้ใบอนุญาต สัมปทานหรือสัญญาเพื่อประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ที่มีอยู่ก่อนวันที่รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ใช้บังคับ ส่งเข้ากองทุน ทั้งนี้ จนกว่าการอนุญาตสัมปทานหรือสัญญานั้นจะสิ้นสุดลง

มาตรา 77 เมื่อพ้นกำหนดห้าปีนับแต่วันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ ให้คณะกรรมการพิจารณาบททวนระยะเวลาสูงสุดในการโฆษณาและการบริการธุรกิจตามมาตรา 8 แต่ต้องไม่เกินระยะเวลาสูงสุดในการโฆษณาและการบริการธุรกิจตามที่กำหนดในมาตรา 23 วรรคสอง

มาตรา 78 ในระหว่างที่การจัดตั้งองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระเพื่อทำหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่และกำกับกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมตามมาตรา 47 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ยังไม่แล้วเสร็จ ให้คณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2543 ปฏิบัติหน้าที่คณะกรรมการตามพระราชบัญญัตินี้ เป็นการชั่วคราว โดยให้มีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

- (1) ดำเนินการตามที่กำหนดไว้ในบทเฉพาะกาลให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย

(2) ดำเนินการเพื่อให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจกระจายเสียงชุมชนและกิจการที่ไม่ใช้คลื่นความถี่รับใบอนุญาตประกอบกิจการบริการชุมชนและกิจการที่ไม่ใช้คลื่นความถี่เป็นการชั่วคราวไปพลางก่อนตามที่คณะกรรมการกำหนด โดยใบอนุญาตประกอบกิจการบริการชุมชนชั่วคราวและกิจการที่ไม่ใช้คลื่นความถี่ให้มีอายุไม่เกินหนึ่งปี

(3) ประกาศกำหนดสัดส่วนรายการและให้ความเห็นชอบผังรายการของผู้ได้รับใบอนุญาตตาม (2)

(4) ควบคุมดูแลให้การส่งหรือการแพร่เสียงของผู้ได้รับใบอนุญาตตาม (2) เป็นไปตามขนาดกำลังส่งที่กำหนดและครอบคลุมพื้นที่ที่ได้รับอนุญาต

มาตรา 79 ในการปฏิบัติหน้าที่ตามมาตรา 78 ให้คณะกรรมการมีอำนาจแต่งตั้งคณะอนุกรรมการวิสาหกิจกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์คณะหนึ่ง ประกอบด้วย

(1) ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีเป็นประธานอนุกรรมการ

(2) ปลัดกระทรวงกลาโหมหรือผู้แทน ปลัดกระทรวงศึกษาธิการหรือผู้แทน เลขาธิการ คณะกรรมการกฤษฎีกาหรือผู้แทน อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์หรือผู้แทน อธิบดีกรมการปกครองหรือผู้แทน เลขาธิการคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติหรือผู้แทน และผู้บัญชาการตำรวจแห่งชาติหรือผู้แทน เป็นอนุกรรมการ

(3) กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนหกคนซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งจากผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ทางด้านนิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ หรือสื่อสารมวลชนจำนวนสามคนกฎหมายมหาชนจำนวนสองคน เทคโนโลยีการสื่อสาร หรือด้านอื่นที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อการกำกับกิจการจำนวนหนึ่งคน เป็นอนุกรรมการ

(4) กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งคณะกรรมการแต่งตั้งจากประธานสภาสถาบันวิชาการด้านสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทยหรือผู้แทน นายกสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทยหรือผู้แทนนายกสมาพันธ์สมาคมนักวิชาชีพวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์หรือผู้แทน ประธานสภาองค์การพัฒนาเด็กและเยาวชนหรือผู้แทน ประธานคณะกรรมการประสานงานองค์กรพัฒนาเอกชนหรือผู้แทนประธานสมาคมสภาคนพิการทุกประเภทแห่งประเทศไทยหรือผู้แทน และประธานสหพันธ์องค์กรผู้บริโภคหรือผู้แทน เป็นอนุกรรมการ

ให้เลขาธิการคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติเป็นอนุกรรมการและเลขานุการ

ให้คณะอนุกรรมการตามวรรคหนึ่งมีหน้าที่ในการเสนอความเห็นและปฏิบัติการอื่นตามที่คณะกรรมการมอบหมาย โดยให้มีอำนาจหน้าที่ตามมาตรา 53 ด้วย

ให้นำกฎหมายว่าด้วยวิธีปฏิบัติราชการทางปกครองในส่วนที่เกี่ยวกับการประชุม การปฏิบัติหน้าที่ และการพ้นจากตำแหน่ง มาใช้บังคับแก่คณะกรรมการโดยอนุโลม

มาตรา 80 ให้การปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ตามมาตรา 78 และคณะกรรมการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ตามมาตรา 79 สิ้นสุดลง นับแต่วันที่คณะกรรมการขององค์กรของรัฐที่เป็นอิสระตามมาตรา 47 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยเข้ารับหน้าที่ แต่ทั้งนี้ไม่กระทบกระเทือนถึงกิจการที่คณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติและคณะกรรมการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ได้สั่งการอนุญาต หรือดำเนินการใดในระหว่างที่ปฏิบัติหน้าที่ตามบทเฉพาะกาลนี้

ผู้รับสนองพระบรมราชโองการ

พลเอก สุรยุทธ์ จุลานนท์

นายกรัฐมนตรี

หมายเหตุ :- เหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ คือ โดยที่รัฐบาลมีนโยบายที่จะจัดระบบสื่อภาครัฐสื่อภาคเอกชน และสื่อชุมชนให้เป็นสื่อสาธารณะอย่างแท้จริง และมีการใช้เครื่องมือสื่อสารของรัฐเพื่อประโยชน์สาธารณะและประโยชน์ต่อการศึกษาทางการเมืองแก่ประชาชน ประกอบกับพระราชบัญญัติ องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2543 บัญญัติให้มีคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แห่งชาติ (กสช.) ทำหน้าที่กำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ(กทช.) ทำหน้าที่กำกับดูแลการประกอบกิจการโทรคมนาคม ต่อมาเมื่อได้มีการประกาศใช้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 โดยมีการเปลี่ยนแปลงหลักการสำคัญเกี่ยวกับองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระเพียงองค์กรเดียวทำหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่และกำกับดูแลการประกอบกิจการดังกล่าว และการผลักดันให้มีกฎหมายว่าด้วยการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์จะเป็นการจัดระบบสื่อภาครัฐสื่อภาคเอกชนและสื่อชุมชนให้เป็นสื่อสาธารณะอย่างแท้จริง ดังนั้น ในส่วนที่เกี่ยวกับการกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ จำเป็นต้องมีกฎหมายว่าด้วยการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เพื่อเป็นการรองรับการปฏิบัติหน้าที่ขององค์กรอิสระนั้นให้มีความสมบูรณ์ต่อไป จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้



## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

ชื่อ – นามสกุลผู้วิจัย	น.ส.ทรายทิพย์ ธีระเดชพงศ์
วัน เดือน ปี เกิด	26 กันยายน พ.ศ. 2528
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2550 เศรษฐศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พ.ศ. 2551 รัฐศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการเมืองการปกครอง เปรียบเทียบและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช พ.ศ. 2552 ประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและ การสอน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
ประวัติการทำงาน	พ.ศ.2550 เจ้าหน้าที่ธุรการ การเงินและบัญชี โรงเรียนเทศบาล วัดดอนไก่อี อำเภอกะทู้มแบน จังหวัดสมุทรสาคร พ.ศ.2554 ครูอัตราจ้างสอน โรงเรียนเทศบาลวัดดอนไก่อี อำเภอกะทู้มแบน จังหวัดสมุทรสาคร

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย