

มุมมองเรื่องมิติเพศสถานะของผู้ชายผู้ซื้อบริการทางเพศหญิง
ต่างชาติ: กรณีศึกษาชายไทยกับหญิงลาว
Perspectives on Gender in Men Who Bought
Prostitution of Foreign Women:
A Case Study of Thai Men and Laos Women

จักษ์ พันธุ์ชูเพชร¹

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ต้องการทราบถึงชุดคำอธิบาย (Logic) และมิติทางเพศสถานะ (Gender) ของชายไทยผู้ซื้อบริการทางเพศกับหญิงต่างชาติในจังหวัดชายแดนของไทย โดยเก็บข้อมูลจากชายไทยผู้มาซื้อบริการทางเพศจากหญิงลาวจำนวน 67 คน ในร้านอาหาร 5 แห่ง ระหว่างช่วงเดือนมกราคม 2556 ถึง พฤศจิกายน 2557

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในวัยแรงงาน คือ 18 – 60 ปี มีอายุต่ำกว่า 15 ปี จำนวน 2 คนและอายุสูงกว่า 60 ปี จำนวน 3 คน เป็นบุคลากรของรัฐมากที่สุด คือ 32 คน อยู่ในวัยกำลังศึกษา 7 คน และไม่มีงานทำ 5 คน รายส่วนใหญ่ได้อยู่ในช่วง 30,001-40,000 บาท/เดือน มีกลุ่มตัวอย่างเพียง 10 คนที่ไม่มีคู่นอนประจำ ส่วนอีก 53 คนมีคู่เป็นผู้หญิง 3 คนมีคู่นอนเป็นผู้ชาย และอีก 1 คนที่มีคู่นอนทั้งหญิงและชาย มี 7 คนไม่เคยซื้อบริการทางเพศมาก่อน ส่วนใหญ่เคยซื้อบริการทางเพศมาแล้ว 3-5 ครั้ง และมีมากถึง 16 คนเคยซื้อบริการทางเพศจากหญิงต่างด้าว

สำหรับชุดคำอธิบาย (Logic) กลุ่มตัวอย่าง 35 คนอธิบายว่าการซื้อบริการทางเพศเป็นเรื่องปกติที่มีอยู่ในทุกสังคม และชอบซื้อบริการทางเพศกับหญิงลาวเพราะเชื่อว่ามีคามบริสุทธิ์และอ่อนวัย อีก 13 คนอธิบายว่าเป็นสิ่งปกติ

¹ รองศาสตราจารย์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์

ที่ผู้ชายจะมีความต้องการทางเพศสูงและต้องระบายออก อีก 10 คน อธิบายว่าการซื้อบริการเป็นการแสดงถึงศักยภาพของความเป็นชาย ซึ่งผู้ชายควรเลือกมีความสัมพันธ์กับหญิงที่อ่อนวัย อีก 5 คนอธิบายถึงการซื้อบริการทางเพศของตนเองว่าเป็นเพราะสถานการณ์ที่ไปกับกลุ่มเพื่อนที่มีการซื้อบริการทางเพศ อีก 4 คนอธิบายว่าเพราะผู้หญิงลาวเหล่านั้นเข้ามากระตุ้นอารมณ์ทางเพศของเขาเป็นสาเหตุหลัก

สำหรับมุมมองในเรื่องมิติทางเพศภาวะ (Perspective on Gender) มี 28 คนเห็นว่าการซื้อบริการทางเพศเป็นเรื่องของผลประโยชน์ต่างตอบแทนที่แสดงถึงความเท่าเทียมระหว่างชายในฐานะผู้ซื้อและหญิงในฐานะผู้ขาย อีก 14 คนเห็นว่าหญิงขายบริการทางเพศเป็นคนที่มีความต้องการทางเพศสูง ส่วนเงินที่ซื้อเป็นผลพลอยได้ อีก 14 คนเห็นว่าเป็นผู้หญิงที่ขายบริการทางเพศถูกสร้างมาเพื่อสนองต่อความต้องการทางเพศของชาย มีเพียง 11 คนที่แสดงความคิดเห็นว่าเป็นการกดขี่ทางเพศต่อผู้หญิงที่ไม่มีทางเลือก

คำสำคัญ: มุมมองเรื่องมิติเพศภาวะ, ชุดคำอธิบายของผู้ซื้อบริการทางเพศ, ความเท่าเทียมทางเพศ, ผู้ขายบริการทางเพศข้ามชาติ

Abstract

A qualitative research investigated on logics and gender of Thai men buying prostitution of Laos women who worked in restaurants on Thai-Laos border. Data collected from sixty-seven Thai men as the informants by in-depth interview during January 2013 till November 2014.

Majority of the informants were ages between eighteen-sixty years old, mainly worked as civil servants, students and unemployed whose incomes were in range of 600-1,500 USD per month. Most of them had regular female partners and one informant had both male and female partners. Seven informants had never bought sex before and sixteen informants had bought sex of foreign women.

The study found logics against the phenomenon were namely buying sex was common in every society and Laos women were preferred because of purity and young. It was normal for men to have high sexual desire and need to vent out. Buying sex demonstrated masculinity, friends and woman inducement, respectively.

On gender perspectives found that purchasing sexual services was a matter of reciprocal. Women selling sex had high sexual desire, money was the by-product. Prostitutes were created to satisfy the sexual needs of men. Only eleven informants commended that buying sex was an oppression women who have no choice.

Keywords: Perspective on Gender, Logic of Sex Buyer, Gender Equality, Transnational Prostitution

ความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยมีชายแดนด้านทิศตะวันออกเฉียงเหนือติดกับประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวเป็นระยะทางประมาณ 1,810 กิโลเมตร โดยมีเส้นแดนเป็นเทือกเขาประมาณ 702 กิโลเมตร และแนวแม่น้ำประมาณ 1,108 กิโลเมตร ซึ่งมีแม่น้ำโขงเป็นแม่น้ำสายหลัก คือประมาณ 955 กิโลเมตร (สารานุกรมไทย เล่มที่ 32 เรื่องที่ 4) และจากการใช้แนวแม่น้ำเป็นเส้นแบ่งพรมแดนนี้เองทำให้ประชาชนของทั้งสองประเทศสามารถเดินทางข้ามประเทศได้โดยง่าย เพียงการนำเรือเล็กที่ใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันเป็นพาหนะก็สามารถเดินทางข้ามแม่น้ำโขงได้โดยไม่ต้องผ่านช่องทางของรัฐ โดยเฉพาะในช่วงฤดูร้อนที่กระแสน้ำไม่แรงและมีระดับน้ำลดลงอย่างมากจนสามารถว่ายน้ำข้ามมาอีกฝั่งได้

การเดินทางโดยใช้เส้นทางน้ำตามธรรมชาติมักเป็นไปในลักษณะของประชาชนชาวลาวที่เดินทางเข้ามาทำที่ฝั่งประเทศไทย ด้วยสาเหตุที่ประเทศไทยมีสภาวะทางเศรษฐกิจที่ดีกว่าและมีความต้องการทางด้านแรงงานมากกว่า โดยเฉพาะแรงงานไร้ฝีมือ ประกอบกับทั้ง 2 ประเทศมีภาษาที่สามารถสื่อสารกันได้โดยง่าย ทำให้การเข้ามาทำงานอย่างผิดกฎหมายสามารถพบเห็นได้ง่าย โดยเฉพาะในเขตจังหวัดชายแดนของไทย ที่มีทั้งการเข้ามาทำงานแบบระยะยาว เป็นปี เป็นฤดูกาล เป็นเดือน เป็นสัปดาห์ หรือแม้กระทั่งเป็นแบบวันเดียว คือเข้ามาเย็นกลับหรือเย็นมาเช้ากลับ แล้วแต่ลักษณะของงานและข้อตกลงในการจ้างงาน

หนึ่งในหลายๆ อาชีพที่ชาวลาวเข้าไปเป็นแรงงานก็คือ การเป็นพนักงานบริการในร้านอาหาร โดยเฉพาะการบริการส่วนหน้าของร้าน ตั้งแต่การต้อนรับ การรับคำสั่งอาหาร (Order) การเสิร์ฟอาหาร และการทำความสะอาดโต๊ะอาหาร ด้วยลักษณะของงานที่เป็นการให้บริการโดยตรงต่อลูกค้า ทำให้นายจ้างมักเลือกจ้างแรงงานที่เป็นผู้หญิง อายุ 15 – 20 ปี และมีมนุษยสัมพันธ์ และรูปร่างหน้าตาดี โดยเฉพาะร้านอาหารที่มีบริการคาราโอเกะและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร่วมด้วย ซึ่งร้านในลักษณะนี้มักเปิดให้บริการในช่วงเวลา 18.00 – 01.00 น.ของวันใหม่

จากความแตกต่างทางเศรษฐกิจของสองประเทศประกอบกับช่วงเวลาและลักษณะของงานที่ผู้มาใช้บริการที่ร้านอาหารที่มีบริการคาราโอเกะมักเป็นเพศชายที่มีเป้าหมายเพื่อดื่มสุรานิยามวิกาลได้กลายเป็นโอกาสในการสร้างแรงจูงใจที่สำคัญประการหนึ่งให้หญิงสาวชาวลาวที่มาทำงานในร้านบางคนตัดสินใจ

ก้าวเข้าสู่ขบวนการขายบริการทางเพศ และมีแนวโน้มจะขยายตัวมากขึ้น ทั้งๆ ที่ทั้งสองประเทศมีข้อห้ามเรื่องการค้าประเวณี ทั้งข้อห้ามที่บัญญัติออกมาเป็นกฎหมายและข้อห้ามที่เป็นวิธีประชา (norm) โดยเฉพาะข้อห้ามทางศาสนา ที่ทั้งสองประเทศมีศาสนาพุทธเป็นศาสนาหลักของคนทั้งสองประเทศ (มาลี พงศ์พงศาวิ, 2550: 191 – 265, มยรี เห่ง้าสีวัฒน์, 2547: 183 -189 และ ปราณี วงษ์เทศ, 2544: 343) แต่ข้อห้ามเหล่านั้นกลับถูกท้าทาย ดังจะเห็นได้จากร้านอาหารที่มีบริการคาราโอเกะในลักษณะดังกล่าวตามจังหวัดแนวชายแดน ไทย-ลาวมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น

กระบวนการขายบริการทางเพศของหญิงสาวชาวลาวเกิดเป็นผลสำเร็จได้ต่อเมื่อมีผู้ชายไทยมาซื้อบริการทางเพศและในทางกลับกันการซื้อบริการทางเพศของชายไทยจะเกิดผลสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อหญิงสาวชาวลาวพร้อมที่จะขายบริการทางเพศ การเสนอฝ่ายเดียวย่อมไม่สามารถเกิดผลสำเร็จได้ (Davies and Harre: 1990: 43 – 65) อย่างไรก็ตามลักษณะความสัมพันธ์ของทั้งสองฝ่ายไม่ได้เป็นไปในลักษณะที่ผู้ชายมีอำนาจเหนือกว่าผู้ซื้อ เพราะแม้ผู้ชายต้องการจะขายบริการหากแต่ผู้ซื้อไม่ต้องการที่จะใช้บริการทางเพศนั้น การขายบริการก็ไม่สามารถเกิดขึ้นได้ แต่หากผู้ซื้อต้องการที่จะซื้อบริการทางเพศ ผู้ชายซึ่งอยู่ในฐานะที่ดีน้อยกว่าทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และโอกาสย่อมตกอยู่ในสถานะที่ดีน้อยกว่า ทำให้การขายบริการทางเพศกลายเป็นธุรกิจที่ถูกกำหนดโดยผู้ซื้อเป็นหลัก

จากการที่ผู้ซื้ออยู่ในสถานะผู้กำหนดให้การขายบริการทางเพศ “เกิดขึ้น” และ “ดำรงอยู่” หรือแม้แต่ “ยุติลง” ทำให้เกิดความغامที่น่าสนใจว่าผู้ชายไทยในฐานะผู้ซื้อบริการทางเพศมีตรรกะอะไรในการตัดสินใจต่อการซื้อบริการทางเพศจากหญิงชาวลาว และผู้ชายไทยในฐานะผู้ซื้อบริการทางเพศจากหญิงชาวลาวมีมิติทางเพศสภาวะต่อประเด็นการค้าประเวณีของหญิงสาวชาวลาวเหล่านั้นอย่างไร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาถึงตรรกะหรือชุดคำอธิบาย (Logic) ต่อการซื้อบริการทางเพศจากหญิงสาวชาวลาว ในมุมมองของชายไทยที่มาซื้อบริการทางเพศจากหญิงสาวชาวลาวที่ทำงานอยู่ในร้านอาหารที่มีบริการคาราโอเกะ ในเขตจังหวัดชายแดนไทย – สปป. ลาว

2. เพื่อศึกษาถึงมิติทางเพศสภาวะ (Gender) ของชายไทยที่มาซื้อบริการทางเพศจากหญิงสาวชาวลาวที่ทำงานอยู่ในร้านอาหารที่มีบริการคาราโอเกะตามจังหวัดชายแดนไทย - สปป. ลาว ต่อการซื้อบริการทางเพศจากหญิงสาวชาวลาว

วิธีการศึกษา

เป็นการลงเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบไม่มีโครงสร้างกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชายไทยผู้มาซื้อบริการทางเพศจากหญิงชาวลาว ซึ่งทำงานอยู่ในร้านอาหารที่มีบริการคาราโอเกะของจังหวัดหนึ่งที่ติดชายแดนไทย - สปป. ลาว จำนวน 5 แห่ง ทั้งหมด 67 คน ในช่วงระหว่างเดือนมกราคม 2556 ถึงพฤศจิกายน 2557

วิธีการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยและทีมผู้ช่วยวิจัยสังเกตการณ์และเก็บข้อมูลจากชุมชนเพื่อทราบว่าร้านอาหารที่มีบริการคาราโอเกะร้านใดบ้างที่มีหญิงชาวลาวมาทำงานและขายบริการทางเพศ ภายหลังได้ข้อมูลแล้วจึงลงพื้นที่ร้านอาหารที่เป็นเป้าหมายเพื่อเก็บข้อมูลจากพนักงานภายในร้านที่เป็นเป้าหมายเพื่อยืนยันข้อมูลที่ได้จากชุมชนอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งในขั้นตอนนี้มีร้านอาหารที่เป็นเป้าหมายทั้งหมดจำนวน 8 แห่ง แต่จากการลงพื้นที่ในครั้งต่อๆ มา ทำให้ต้องตัดร้านที่เป็นเป้าหมายออกไป 3 แห่ง ด้วยเหตุผลหลักคือความปลอดภัย คงเหลือร้านที่ใช้เป็นพื้นที่หลักในการเก็บข้อมูล 5 แห่ง ซึ่งในแต่ละร้านมีจำนวนหญิงชาวลาวที่ให้บริการทางเพศอยู่ราว 5 – 15 คน

ผู้วิจัยและทีมผู้ช่วยวิจัยจะลงพื้นที่เก็บข้อมูลในฐานะผู้มาใช้บริการด้านอาหารและคาราโอเกะที่ร้านเป้าหมาย แล้วสังเกตผู้ที่เข้ามาใช้บริการว่าบุคคลใดมีความน่าจะเป็นที่จะซื้อบริการทางเพศจากหญิงชาวลาวที่ร้าน เมื่อประเมินแล้วมีความน่าจะเป็นที่จะเป็นผู้ซื้อบริการทางเพศ ผู้วิจัยและ/หรือผู้ช่วยวิจัยก็จะเข้าไปสร้างสัมพันธภาพกับบุคคลเหล่านั้น จนเมื่อบุคคลนั้นซื้อบริการทางเพศจากหญิงชาวลาวที่ร้านเป้าหมายแล้วจึงจะถือว่าเป็น “กลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย” อันจะนำไปสู่กระบวนการสร้างความไว้วางใจในเวลาต่อมา ซึ่งอาจเป็นที่ร้านในคืนนั้น

ภายหลังการซื้อบริการทางเพศและ/หรือที่อื่น ในวัน-เวลาอื่นภายหลังสิ้นสุดการซื้อบริการทางเพศในคืนนั้นแล้วแต่กรณี

จนเมื่อกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายเข้าใจวัตถุประสงค์และกระบวนการทำวิจัย และให้การยอมรับผู้วิจัยและ/หรือผู้ช่วยวิจัยในฐานะนักวิจัย จึงจะถือว่าเป็นข้อมูลจาก “กลุ่มตัวอย่าง” ที่สามารถนำมาใช้วิเคราะห์ในงานวิจัยชิ้นนี้ได้

ผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไป

1.1 เกี่ยวกับร้านอาหาร

1.1.1 ลักษณะของร้าน : ทั้งหมดเป็นร้านที่เปิดบริการขายอาหารและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยทางร้านจัดคาราโอเกะไว้บริการลูกค้าด้วย มีร้านเป้าหมาย 2 ร้านที่จัดให้มีนักดนตรีและนักร้องไว้บริการ ในช่วงเวลา 20.00 – 24.00 น. ลักษณะของร้านเป็นเรือนไม้ที่สร้างแบบชั่วคราว มีชายคาที่ต่อเนื่องจากหลังคามีลักษณะลาดต่ำ ไม่มีฝ้าผนัง มีโต๊ะรับประทานอาหารที่สามารถนั่งได้ 4 – 6 คน จำนวน 8 – 20 โต๊ะ จัดให้มีแสงไฟค่อนข้างมืด ตั้งอยู่นอกเขตเมือง และมีตู้คาราโอเกะไว้บริการ ที่ด้านหน้าทางเข้าร้านมีป้ายไปที่ชื่อร้านและมักมีหลอดไฟกระพริบหลอดเล็กๆ เรียงเป็นแถวยาวตลอดตามแนวสองข้างทางเข้าไปจนถึงเรือนไม้ที่เป็นร้าน

1.1.2 การทำงานของหญิงลาวในร้าน : ทุกร้านมีหญิงลาวทำหน้าที่ให้บริการลูกค้า (เด็กเสิร์ฟ) 5 – 15 คนซึ่งมีทั้งที่ทำหน้าที่เด็กเสิร์ฟเพียงอย่างเดียว และขายบริการทางเพศร่วมด้วย แต่โดยส่วนใหญ่จะมีการขายบริการทางเพศ โดยมี 3 ร้านที่หญิงลาวทั้งหมดในร้านขายบริการทางเพศ และหญิงลาวทั้งหมดที่ยอมขายบริการทางเพศเป็นการกระทำที่เกิดจากความสมัครใจ

1.1.3 เป้าหมายของการเปิดร้าน : เป็นการยากที่จะสรุปได้ว่า ร้านเหล่านี้มีเป้าหมายหลักคือการขายบริการทางเพศโดยเปิดร้านขายอาหารและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร่วมด้วย หรือมีเป้าหมายหลักเพื่อการขายอาหารและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่ลูกค้า ส่วนการขายบริการทางเพศเป็นพฤติกรรมเสริมของหญิงลาว หรือมีเป้าหมายหลักทั้งสองอย่างร่วมกัน แต่เชื่อได้ว่าทั้งการขายอาหารและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับการขายบริการทางเพศของหญิงลาว

ที่ทำงานในร้านเป็นสิ่งเสริมซึ่งกันและกัน และทั้งผู้ประกอบการและหญิงลาวเหล่านั้นได้ประโยชน์และอยู่ในฐานะพึ่งพากัน โดยทั้งสองฝ่ายรับรู้และยอมรับในสิ่งที่แต่ละฝ่ายกระทำหรือได้ผลประโยชน์

1.1.4 กลุ่มลูกค้า : เป็นผู้ชายโดยส่วนใหญ่ อาจมีบ้างที่เป็นผู้หญิงแต่มักเป็นการติดตามมากับผู้ชายในกลุ่ม โดยผู้ชายเหล่านั้นไม่ได้มาซื้อบริการทางเพศจากหญิงลาวที่ร้านเสมอไป ส่วนใหญ่ลูกค้าจะมาเป็นกลุ่ม หรืออย่างน้อยที่สุดคือมาสองคน และกลุ่มลูกค้าที่มาโดยส่วนมากมักมีวัตถุประสงค์เพื่อการซื้อบริการทางเพศแฝงอยู่ด้วย

1.1.5 รูปแบบการให้บริการทางเพศ : ส่วนใหญ่ใช้ห้องที่ทางร้านจัดให้เป็นที่พักอาศัยของฝ่ายหญิงในการให้บริการทางเพศกับผู้ซื้อบริการ โดยห้องพักเป็นการกั้นอาคารชั้นเดียวที่ก่อด้วยอิฐขนาดประมาณ 15 - 20 ตารางเมตร ในบริเวณเดียวกับร้าน มีเพียงบางคนที่ออกไปกับผู้ชายที่มาซื้อบริการ ซึ่งจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อได้รับอนุญาตจากเจ้าของร้านและ/หรือคนในร้านที่ทำหน้าที่เป็นผู้ดูแล

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

1.2.1 วัย : ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างอยู่ในวัยแรงงาน โดยมากสุดมีอายุอยู่ในช่วง 31 - 40 ปี คือ 21 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 รองมาเป็นช่วงอายุ 41 - 50 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 26.9 และช่วงอายุ 21 - 30 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 23.9 ในกลุ่มตัวอย่างพบว่ามียุทธต่ำกว่า 15 ปี 2 คนและสูงกว่า 60 ปี 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และ 4.5 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง

ช่วงอายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตั้งแต่ 15 ปีลงไป	2	3.0
16 - 20 ปี	5	7.4
21 - 30 ปี	16	23.9
31 - 40 ปี	21	31.3
41 - 50 ปี	18	26.9
51 - 60 ปี	2	3.0
ตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป	3	4.5
รวม	67	100

1.2.2 อาชีพ : กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นผู้มีงานทำ มีเพียง 5 คน ที่ไม่มีอาชีพ คิดเป็น ร้อยละ 7.4 และ 7 คนกำลังศึกษาอยู่ คิดเป็นร้อยละ 10.4 อาชีพที่พบมากที่สุด คือ การทำงานในองค์กรของรัฐ คือ 32 คน คิดเป็นร้อยละ 47.7 รองลงมาเป็น การประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 23.9 ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 5 คน และเป็นข้าราชการบำนาญ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 และ 3.0 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีอาชีพ	5	7.4
กำลังศึกษา	7	10.4
รับจ้าง	5	7.4
ธุรกิจส่วนตัว	16	23.9
เจ้าหน้าที่ของรัฐ	32	47.7
ข้าราชการบำนาญ	2	3.0
รวม	67	100

1.2.3 รายได้ : กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในช่วง 30,001 - 40,000 บาท/เดือน มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 23.9 รองลงมาเป็นผู้มีรายได้อยู่ในช่วง 20,001 - 30,000 บาท/เดือน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาท/เดือนมีจำนวนเท่ากับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีรายได้ คือจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9 เท่ากัน มีกลุ่มตัวอย่างมีรายได้อยู่ในช่วง 10,001 - 20,000 บาท/เดือน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 เท่ากับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท/เดือน ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

รายได้ (บาท/เดือน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีรายได้	12	17.9
ต่ำกว่า 10,000	4	6.00
10,001 – 20,000	5	7.4
20,001 – 30,000	13	19.4
30,001 – 40,000	16	23.9
40,001 – 50,000	12	17.9
มากกว่า 50,000	5	7.4
รวม	67	100

1.2.4 สถานภาพสมรส : กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 65.7 เป็นผู้มีสถานภาพสมรส อีก 15 คน คิดเป็นร้อยละ 22.4 มีสถานภาพโสด และอีก 8 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9 เป็นผู้มีสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงสถานภาพสมรสของกลุ่มตัวอย่าง

สถานภาพสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	15	22.4
สมรส	44	65.7
หย่า/หม้าย	8	11.9
รวม	67	100

1.2.5 การมีคู่นอนประจำ : เป็นการถามถึงการมีคู่นอนในทางพฤตินัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือ จำนวน 57 คน มีคู่ประจำ ซึ่งในจำนวนนี้ หมายความว่าถึงคู่นอนประจำที่เป็นเพศชายด้วย คิดเป็นร้อยละ 85.1 เมื่อพิจารณา ลงไปในรายละเอียดพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีคู่นอนประจำที่เป็นผู้หญิง จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 79.1 กลุ่มตัวอย่างมีคู่นอนประจำที่เป็นเพศชาย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 และมีกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ที่มีคู่นอนประจำทั้งหญิงและชาย ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีคู่นอนประจำ มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9 ดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงการมีคูนอนประจำของกลุ่มตัวอย่าง

การมีคูนอน	จำนวน (คน)	ลักษณะคูนอน			ร้อยละ
ไม่มี	10				14.9
มี	57	ชาย 3	หญิง 53	ชายและหญิง 1	85.1 4.5/79.1/1.5
รวม	67				100

1.2.6 ประสบการณ์การซื้อบริการทางเพศ : มีกลุ่มตัวอย่างเพียง 7 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 10.4 ที่ไม่เคยซื้อบริการทางเพศมาก่อน กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุด คือ 46 คน คิดเป็นร้อยละ 68.7 ตอบว่าเคยซื้อบริการทางเพศมาแล้ว 3 – 5 ครั้ง รองมาคือเคยซื้อบริการทางเพศจำนวน 6 – 10 ครั้ง และมากกว่า 10 ครั้ง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 เท่ากัน และอีก 4 คน ที่เคยซื้อบริการทางเพศมาแล้ว 1 – 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.0 ดังแสดงในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนประสบการณ์การซื้อบริการทางเพศของกลุ่มตัวอย่าง

การซื้อบริการทางเพศ (ครั้ง)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เคย	7	10.4
1 – 2	4	6.0
3 – 5	46	68.7
6 – 10	5	7.4
มากกว่า 10	5	7.4
รวม	67	100

1.2.7 ประสบการณ์การซื้อบริการทางเพศจากผู้หญิงต่างด้าว : กลุ่มตัวอย่างส่วนมาก คือ จำนวน 51 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 76.1 ไม่เคยมีประสบการณ์ แต่มีกลุ่มตัวอย่าง 12 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9 เคยซื้อบริการทางเพศจากหญิงต่างด้าว 1 – 2 ครั้ง อีกจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 เคยซื้อบริการทางเพศจากหญิงต่างด้าว 3 – 5 ครั้ง และมีเพียงคนเดียว หรือร้อยละ 1.5 ที่เคยซื้อบริการทางเพศจากหญิงต่างด้าว 6 – 10 ครั้ง ดังแสดงในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงประสบการณ์การซื้อบริการทางเพศจากหญิงต่างด้าวของกลุ่มตัวอย่าง

ซื้อบริการทางเพศจากหญิงต่างด้าว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เคย	51	76.1
1 - 2	12	17.9
3 - 5	3	4.5
6 - 10	1	1.5
มากกว่า 10	0	0
รวม	67	100

1.2.8 ความตั้งใจในการซื้อบริการทางเพศจากหญิงต่างด้าวในอนาคต : เมื่อถามถึงอนาคตว่าจะมีการซื้อบริการทางเพศจากหญิงต่างด้าวอีกหรือไม่ พบว่ามีเพียง 14 คน หรือร้อยละ 20.9 ที่ตอบว่าจะไม่กลับมาซื้อบริการทางเพศกับหญิงต่างด้าวอีก ในขณะที่อีก 24 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 35.8 ตอบว่าไม่แน่ใจ จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่ง คือ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 ตอบว่าจะกลับมาใช้บริการทางเพศจากผู้หญิงต่างด้าวอีก ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 แสดงความตั้งใจในการซื้อบริการทางเพศจากหญิงต่างด้าวในอนาคตของกลุ่มตัวอย่าง

จะมาซื้อบริการจากต่างด้าว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่	14	20.9
ซื้อ	29	43.3
ไม่แน่ใจ	24	35.8
รวม	67	100

1.3 ตรรกะหรือชุดคำอธิบาย (Logic) ต่อการซื้อบริการทางเพศจากหญิงสาวชาวลาว ในมุมมองของชายไทยที่มาซื้อบริการทางเพศจากหญิงสาวชาวลาวที่ทำงานอยู่ในร้านอาหารที่มีบริการคาราโอเกะ ในเขตจังหวัดชายแดนไทย - สปป.ลาว

จากกลุ่มตัวอย่าง 67 คน สามารถแบ่งออกเป็น 5 กลุ่มใหญ่ๆ ได้ดังนี้

กลุ่มที่หนึ่ง เป็นตรรกะที่พบในกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด คือ 35 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 52.2 ซึ่งมีลักษณะที่สะท้อนให้เห็นถึงแนวคิดในสังคมที่ถืออำนาจชายเป็นใหญ่ (Patriarchy) โดยอธิบายว่า การซื้อบริการทางเพศเป็นสิ่งปกติของสังคม ในสังคมไหนก็มีการซื้อบริการทางเพศแม้แต่ในอดีตที่ผ่านมาของแต่ละสังคม หรือแม้แต่ในประเทศที่พัฒนาแล้วก็ยังพบว่ามีการซื้อบริการทางเพศ (Rich, 1976: 57 – 58) และการซื้อบริการทางเพศก็ไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะผู้ชายเป็นคนซื้อแล้วผู้หญิงเป็นคนขาย แต่ยังมีการพบเห็นการขายบริการทางเพศที่ผู้หญิงเป็นฝ่ายซื้อจากฝ่ายชายที่ขายบริการทางเพศ หรือแม้แต่เพศชายกับเพศชาย หรือเพศหญิงกับเพศหญิง ซึ่งทั้งหมดเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงปรากฏการณ์การซื้อ-ขายบริการทางเพศ อันเป็นปรากฏการณ์ปกติของสังคม ที่มนุษย์ล้วนมีความต้องการทางเพศ และการซื้อขายบริการทางเพศก็ไม่ได้ก่อให้เกิดผลเสียอะไรมากมายต่อสังคม เมื่อผู้ชายบริการทางเพศมีความเต็มใจ ผู้ซื้อก็มีความต้องการ เมื่อการซื้อขายเสร็จสิ้นทุกคนก็ได้สมประโยชน์ของตน ในทางกลับกันหากไม่ให้มีการขายบริการทางเพศในสังคมเลย อาจนำไปสู่การข่มขืนกระทำชำเราและ/หรืออาชญากรรมทางเพศได้ ลักษณะการอธิบายเช่นนี้สอดคล้องกับงานการศึกษาของยศ สันตสมบัติ (2535) ที่ศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการค้าประเวณีในสังคมไทย

กลุ่มที่สอง เป็นตรรกะที่พบในกลุ่มตัวอย่างมากเป็นอันดับสอง คือ 13 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 กลุ่มนี้มีตรรกะรองรับพฤติกรรมกรซื้อบริการทางเพศของตนว่าเป็นเรื่องปกติของเพศชายที่ผู้ชายจะเป็นผู้ที่มีความต้องการทางเพศสูง ผู้ชายอยู่ในฐานะผู้กระทำ (Active) ในขณะที่ผู้หญิงจะมีความต้องการทางเพศน้อยกว่า และอยู่ในฐานะผู้ถูกกระทำ (Passive) ซึ่งตรรกะในลักษณะเช่นนี้เป็นผลมาจากความเชื่อทางวัฒนธรรมมากกว่าเป็นข้อเท็จจริงทางการแพทย์ (Thornham, 1999) เมื่อผู้ชายมีความต้องการทางเพศสูง การระบายอารมณ์ความต้องการทางเพศจึงเป็นเรื่องปกติของผู้ชาย กลุ่มนี้ไม่ยอมรับความต้องการทางเพศของผู้หญิงที่อยู่ในฐานะผู้กระทำ นั่นคือ ไม่ยอมรับการซื้อบริการทางเพศที่ผู้หญิงซื้อบริการทางเพศจากฝ่ายชาย หรือผู้หญิงซื้อบริการทางเพศกับผู้หญิง

ด้วยกัน โดยมองว่าผู้หญิงที่ซื้อบริการเหล่านั้นเป็นคนผิดปกติ เป็นคนไม่ดี และตำหนิผู้ชายที่ขายบริการโดยเฉพาะขายบริการให้กับเพศชายด้วยกัน กลุ่มตัวอย่างนี้ใช้ตระกะความต้องการทางเพศของชายที่ปกติจะต้องมีมากและการซื้อบริการทางเพศจากผู้หญิงเป็นสิ่งที่สามารถทำได้โดยไม่ใช้สิ่งที่ไม่ควรถูกตำหนิ

กลุ่มที่สาม อีก 10 คน หรือร้อยละ 14.9 บอกว่าการซื้อบริการเพื่อแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของความเป็นชาย ระดับความต้องการทางเพศและพฤติกรรมกรรมมีเพศสัมพันธ์กับฝ่ายหญิงจึงเป็นเครื่องหมายที่แสดงถึงศักยภาพของความเป็นชาย การเป็นผู้ชายที่สมบูรณ์หรือที่คนไทยเรียกว่า “ลูกผู้ชาย” แม้จะมีเรื่องอื่นเป็นเครื่องชี้วัดได้ เช่น ความใจกล้า ความอดทน หรือความมีพลังกำลัง แต่สิ่งที่ขาดไม่ได้คือ ความสามารถทางเพศ ที่หากผู้ชายคนใดมีมากกว่าย่อมแสดงให้เห็นว่ามีความเป็นลูกผู้ชายมากกว่า (นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2545: 11 -15) แต่เมื่อความสามารถทางเพศไม่สามารถวัดได้หรือรับรู้จากคนอื่นได้ เพราะเป็นพฤติกรรมของผู้ชายที่มีต่อผู้หญิงในสถานที่เฉพาะในขณะที่มีเพศสัมพันธ์ ทำให้การสื่อแสดงให้เห็นว่าตนมีความสามารถทางเพศสูงจึงต้องใช้สิ่งอื่น เช่น กล้ามเนื้อ ขนาดของอวัยวะ หรือพฤติกรรมอื่น เช่น จำนวนของคู่นอน ความถี่ของการซื้อบริการทางเพศ เพื่อให้บุคคลภายนอกเชื่อมโยงไปถึงความสามารถทางเพศ หากพิจารณาในประเด็นนี้จะเห็นได้ว่าเป็นการใช้สิ่งอื่น/พฤติกรรมอื่นที่สามารถแสดงให้เห็นในสังคมทั่วไปได้เป็นสิ่งเชื่อมไปสู่พฤติกรรมที่ไม่สามารถแสดงให้คนในสังคมทั่วไปเห็นได้ เครื่องบ่งชี้จึงมักเป็นสิ่งที่ถูกผูกติดอยู่กับการมีเพศเพศสัมพันธ์เฉพาะกับผู้หญิง เพราะการมีเพศสัมพันธ์กับผู้ชายไม่ถือเป็นความสามารถทางเพศที่มีความเป็นลูกผู้ชาย (Rubin, 1984)

กลุ่มที่สี่ มีเพียง 4 คน หรือร้อยละ 6.0 ที่ให้ข้อมูลถึงตระกะในการตัดสินใจซื้อบริการทางเพศจากผู้หญิงลาวว่า เกิดจากการได้เห็นหน้าตาและการแต่งตัวของหญิงลาว รวมไปถึงอัยาศัยในการให้บริการในขณะที่รับประทานอาหารเช้าที่ร้านอาหารแล้วเกิดอารมณ์ความต้องการทางเพศ สาเหตุของการซื้อบริการทางเพศถูกอธิบายผ่านความสวย ความมีเสน่ห์ และพฤติกรรมโดยรวมของหญิงลาวที่ขายบริการเป็นหลัก ในขณะที่อธิบายการเกิดแรงขับทางเพศของตนว่าเป็นสิ่งปกติ โดยเฉพาะเมื่อสถานการณ์ที่ร้าน ณ ขณะนั้น มีความเอื้อต่อการสนองต่อความต้องการที่เป็นแรงขับทางเพศของตนได้โดยง่าย ทำให้การซื้อบริการทางเพศจึง

เป็นสิ่งปกติที่สามารถเกิดขึ้นได้ตามมา การซื้อบริการทางเพศจึงไม่ใช่การกดขี่ทางเพศ เพราะหญิงลาวมีเสรีภาพในการเลือกได้ว่าต้องการจะขายบริการทางเพศให้กับใคร หากไม่ต้องการที่จะขายบริการทางเพศก็สามารถเลือกที่จะไม่แสดงพฤติกรรมอันเป็นการกระตุ้นความต้องการทางเพศของฝ่ายชาย แต่เมื่อหญิงเหล่านั้นเลือกแต่งตัวและแสดงพฤติกรรมที่สื่อแสดงไปในลักษณะเชิญชวนให้ฝ่ายชายซื้อบริการทางเพศ การซื้อบริการทางเพศจึงสามารถเกิดขึ้นได้เป็นปกติ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ชายที่ดื่มแอลกอฮอล์ ตรรกะนี้จึงเป็นการอธิบายที่ตั้งอยู่บนฐานของอุดมคติเกี่ยวกับผู้หญิงผ่านการให้ความหมายของฝ่ายชาย (Carson, 1999)

กลุ่มที่ห้า มี 5 คน หรือร้อยละ 7.4 ที่ซื้อบริการทางเพศเพราะสถานการณ์ที่พวกเขาเดินทางไปกับกลุ่มเพื่อน แล้วกลุ่มเพื่อนที่ไปด้วยซื้อบริการทางเพศกับหญิงลาว ทำให้แรงกดดันจากความต้องการที่จะเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มเพื่อนให้ได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน (Berger and Luckmann, 1987: 194 – 200) ทำให้กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ตัดสินใจที่จะซื้อบริการทางเพศจากหญิงลาวเช่นเดียวกับเพื่อนคนอื่นๆ ในกลุ่ม แม้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่อยู่ในกลุ่มนี้จะเห็นได้ว่าการซื้อบริการทางเพศเป็นสิ่งที่ไม่ดีหรืออย่างน้อยก็เป็นพฤติกรรมที่ไม่ดีและไม่ได้รับการยอมรับจากสังคมโดยทั่วไป

ตารางที่ 9 ตรรกะต่อการซื้อบริการทางเพศจากหญิงสาวลาว

ตรรกะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ปกติ แต่เพราะสถานการณ์	5	7.4
ปกติ ความเป็นชาย/สนองอิโก้	10	14.9
ปกติ เพราะผู้ชายต้องการสูง	13	19.4
ปกติ เพราะสังคมทั่วไปก็ทำ	35	52.2
ปกติ เพราะสิ่งเร้า	4	6.0

1.4 มิติทางเพศภาวะ (Gender) ของชายไทยที่มาซื้อบริการทางเพศ จากหญิงสาวชาวลาวที่ทำงานอยู่ในร้านอาหารที่มีบริการคาราโอเกะตามจังหวัดชายแดนไทย-สปป.ลาว ต่อการซื้อบริการทางเพศจากหญิงสาวชาวลาว

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 28 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 41.8 เห็นว่าการซื้อบริการทางเพศเป็นเรื่องของผลประโยชน์ต่างตอบแทนที่ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายบริการทางเพศล้วนได้ประโยชน์สมความประสงค์ของตนเองทั้งนั้น เป็นพฤติกรรมที่ต้องอยู่บนฐานของความเท่าเทียม เมื่อผู้ขายในฐานะผู้ซื้อบริการมีความต้องการทางเพศและต้องการปลดปล่อยความต้องการทางเพศเป็นหลัก ส่วนผู้หญิงในฐานะผู้ขายบริการมีความต้องการทางด้านการเงินเป็นหลัก ในขณะที่ฝ่ายชายมีเงินซึ่งเป็นสิ่งที่ฝ่ายหญิงต้องการและฝ่ายหญิงมีบริการทางเพศที่ฝ่ายชายต้องการ การแลกเปลี่ยนความต้องการของทั้งสองฝ่ายจึงเกิดขึ้น จึงไม่เห็นว่าเป็นฝ่ายหญิงเป็นฝ่ายเสียเปรียบหรือฝ่ายชายเป็นฝ่ายได้เปรียบแต่อย่างใด การกดขี่ทางเพศก็ไม่ใช่อะไรที่เป็นจริง เพราะพฤติกรรมดังกล่าวไม่ได้เกิดจากการใช้ความรุนแรงหรืออำนาจในการบังคับ แต่เป็นไปด้วยความสมัครใจของทั้งสองฝ่าย

กลุ่มตัวอย่างอีก 14 คน คิดเป็นร้อยละ 20.9 เห็นว่าฝ่ายหญิงผู้ขายบริการทางเพศมีความต้องการทางเพศเป็นแรงขับหลัก เช่นเดียวกับผู้ชายที่มาซื้อบริการ ส่วนเงินที่ใช้ในการขายบริการทางเพศนั้นเป็นผลพลอยได้ของหญิงขายบริการมากกว่าที่จะเป็นเป้าหมายหลัก กลุ่มตัวอย่างอธิบายพฤติกรรมของหญิงที่ขายบริการทางเพศว่า เธอเหล่านั้นไม่กล้าแสดงความรู้สึกที่แท้จริงของความต้องการทางเพศออกมาได้ เพราะในสังคมไม่ให้การยอมรับ หากหญิงเหล่านั้นบอกกับผู้ชายที่มาซื้อบริการทางเพศว่า การขายบริการทางเพศของเธอเกิดจากความต้องการทางเพศที่เธอมี จะทำให้ภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่นำสงสารหายไปซึ่งเป็นการทอนคุณค่าของตนเองอันจะส่งผลถึงจำนวนเงินที่เธอจะได้จากผู้ชาย หรือส่งผลให้ผู้ชายปฏิเสธการซื้อบริการทางเพศจากเธอ เหตุผลหนึ่งที่ใช้สนับสนุนความคิดนี้ก็คือ ผู้หญิงที่ขายบริการมีทางเลือกที่จะขายบริการทางเพศหรือไม่ก็ได้ เพราะไม่ได้มีการบังคับให้ผู้หญิงทุกคนที่ร้านต้องขายบริการทางเพศ และแม้เธอจะขายบริการทางเพศ ก็ไม่ได้หมายความว่าเธอจะต้องขายบริการทางเพศกับผู้ชายทุกคนที่เข้ามา เธอต่างหากที่มีสิทธิเลือกที่จะเข้าหาผู้ชายและใช้พฤติกรรมในการกระตุ้นความต้องการทางเพศของฝ่ายชายไม่ทางตรงก็ทางอ้อม เพราะการตัดสินใจการกระทำใดเป็นคุณหรือเป็นโทษ ดีหรือไม่ดี ถูกหรือไม่ถูกขึ้นอยู่กับ

ระดับว่าการเปิดเผยตัวตนนั้นเป็นอันตรายต่อผู้อื่นหรือขัดขวางระเบียบของสังคม
แค้ไหน (Morris, 1994: 15 - 43)

มีกลุ่มตัวอย่างอีก 14 คน คิดเป็นร้อยละ 20.9 เท่ากัน อธิบายผ่าน
กรอบคิดที่เห็นว่าผู้หญิงเป็นเพศที่ถูกสร้างมาเพื่อตอบสนองความต้องการทางเพศ
ของฝ่ายชาย เหตุผลที่ใช้รองรับกรอบคิดนี้ก็คือ ผู้หญิงสามารถร่วมประเวณีกับ
ผู้ชายได้แม้เธอจะไม่ได้มีความต้องการทางเพศ ในขณะที่ผู้ชายจะสามารถ
ร่วมประเวณีได้เฉพาะตอนที่มีความต้องการทางเพศ และผู้หญิงสามารถร่วม
ประเวณีกับผู้ชายในจำนวนครั้งมากกว่าอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่เพศชายสามารถ
ทำได้น้อยครั้งกว่าและจะต้องใช้เวลาในการพักก่อนที่จะสามารถร่วมประเวณีใน
ครั้งต่อไปได้ เมื่อผู้หญิงถูกสร้างมาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการทางเพศของ
ฝ่ายชาย การที่ผู้ชายมีความต้องการและมาซื้อบริการกับหญิงที่ถูกสร้างมาเพื่อ
ตอบสนองต่อความต้องการทางเพศของฝ่ายชาย จึงเป็นเรื่องที่ถูกต้องแล้ว เพราะ
การซื้อบริการทางเพศที่เกิดขึ้นไม่ได้เป็นการข่มขืนหรือกระทำความรุนแรงทาง
เพศ การขายบริการทางเพศจึงเป็นช่องทางที่มนุษย์สร้างขึ้นอย่างชาญฉลาด
ทำให้ลดความรุนแรงและอาชญากรรมทางเพศ

มีกลุ่มตัวอย่างเพียง 11 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 ที่แสดงความคิดเห็นว่า
การซื้อ-ขายบริการทางเพศเป็นการกดขี่เพศหญิงที่ไม่มีทางเลือก ผู้หญิงที่ร้านหาก
พิจารณาจากภายนอกอาจทำให้เกิดความเชื่อที่ผิดพลาดว่าเธอเหล่านั้นมีเสรีภาพ
ในการเลือกที่จะขายบริการทางเพศหรือไม่ก็ได้ แต่ความเป็นจริงแล้ว หญิงเหล่า
ขาดเสรีภาพในการเลือกประกอบอาชีพ ด้วยความด้อยกว่าทางเศรษฐกิจทำให้
โอกาสในการเลือกประกอบอาชีพมีไม่มากนัก และเมื่อมีคนหยิบยื่นเงินให้ใน
ขณะที่เธอเหล่านั้นขาดแคลนเพื่อแลกกับการร่วมประเวณี ในสถานการณ์เช่นนี้
เธอย่อมเลือกที่จะยอมขายบริการทางเพศ

ตารางที่ 10 มิติทางเพศสภาวะ (Gender) ของชายไทยที่มาซื้อบริการทางเพศจากหญิงสาวชาวลาว

Gender	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เป็นการกดขี่	11	16.4
ต่างตอบแทน	28	41.8
ฝ่ายหญิงก็ต้องการ	14	20.9
หญิงถูกสร้างมาเพื่อชาย	14	20.9

บทสรุป

การที่ผู้ชายไทยมาซื้อบริการทางเพศจากหญิงลาว หรืออีกด้านหนึ่ง การที่หญิงลาวขายบริการทางเพศให้กับชายไทย เป็นปรากฏการณ์ที่ยังคงดำเนินอยู่ แม้ทั้งที่การซื้อและการขายบริการทางเพศเป็นพฤติกรรมที่ผิดกฎหมายและไม่ได้รับการยอมรับจากสังคมของทั้งสองประเทศ อีกทั้งยังขัดต่อหลักคำสอนทางศาสนาพุทธซึ่งเป็นศาสนาที่คนส่วนใหญ่ของทั้งสองประเทศยึดถือมาอย่างต่อเนื่อง ยาวนานนั้น สาเหตุหลักล้วนมีรากฐานมาจากกรอบคิดทางเพศสภาวะ (perspective of gender) (Hollway: 2001: 272 – 283) ที่ทั้งสองประเทศยังมีวัฒนธรรมอำนาจชายเป็นใหญ่อยู่ในระดับที่เข้มข้น โดยเฉพาะเมื่อผู้หญิงในสังคมลาวที่ยังมีชุดความคิดที่สยบยอมต่ออำนาจของผู้ชาย เมื่อถูกกระแสนิยมที่มีลักษณะเชิดชูฐานะทางเศรษฐกิจมากกว่าการเชิดชูคุณธรรมที่เป็นนามธรรม ยิ่งทำให้ความลงตัวของผู้ชายไทยที่มีระดับเศรษฐกิจที่ดีกว่าย่อมสามารถซื้อบริการทางเพศจากหญิงลาวที่มีระดับเศรษฐกิจที่ด้อยกว่า และเมื่อเมื่อทั้งสองฝ่ายล้วนถูกรอบด้วยแนวคิดอำนาจชายเป็นใหญ่ยิ่งเป็นแรงเสริมในการทำให้การค้าประเวณีเกิดขึ้น ดำรงอยู่ และดำเนินต่อไป

ตรรกะหรือชุดคำอธิบายของกลุ่มตัวอย่างชายไทยที่มาซื้อบริการทางเพศจากหญิงลาว ที่แม้จะแตกต่างกันออกไป แต่สิ่งที่เหมือนกันในทุกกลุ่มก็คือ ทุกคนเลือกใช้ตรรกะของตนเพื่ออธิบายความชอบธรรมให้กับตนเอง (Potter and Wetherell, 1987) ไม่ว่าจะเป็นการมองพฤติกรรมของตนว่าเป็นสิ่งปกติของสังคม หรือมองว่าปรากฏการณ์เหล่านั้นไม่ใช่เป็นการกดขี่ทางเพศ หรือแม้จะเป็นการยอมรับว่าเป็นการกดขี่ทางเพศแต่ก็จะมีชุดคำอธิบายอีกชุดหนึ่งเพื่อสร้างความชอบธรรมให้กับตนเอง (Hall, 1997) เช่น การปฏิเสธว่าพฤติกรรมดังกล่าวเกิดจากความต้องการของตนเองแต่เป็นเพราะอิทธิพลของกลุ่ม

เพื่อนที่เดินทางมาด้วยกัน และ/หรือเหตุสำคัญมาจากการถูกระงับจากแรงขับทางเพศอันเป็นเรื่องของธรรมชาติจนเป็นเหตุให้เกิดพฤติกรรมเหล่านั้น

จะเห็นได้ว่าการสร้างการรับรู้ในเพศภาวะจึงเป็นเงื่อนไขสำคัญในการสร้างกรอบคิดทางเพศภาวะ (perspective of gender) ไม่ว่าจะทางบวกหรือทางลบ (Foucault, 1980: 131 - 133) การบังคับใช้กฎหมายจึงไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ และแม้จะมีข้อห้ามทางศาสนาหรือชนบประเพณีก็ไม่สามารถสกัดกั้นพฤติกรรมดังกล่าวได้ หากไม่สามารถสร้างกรอบคิดทางเพศภาวะให้เกิดการยอมรับในความเท่าเทียมทางเพศ เพราะสุดท้ายบุคคลผู้เกี่ยวข้องก็จะแสวงหาตรรกะที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของตน ผ่านการสร้างใหม่ การลดทอน และ/หรือปฏิเสธตรรกะที่ไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมของตน

เอกสารอ้างอิง

- นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2545). **ว่าด้วยเพศ ความคิด ตัวตน และอคติทางเพศ ผู้หญิง เกย์ เพศศึกษาและกามรมณ์**. กรุงเทพฯ: มติชน.
- ปรานี วงษ์เทศ. (2544). **เพศและวัฒนธรรม**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เรือนแก้วการพิมพ์.
- มยุรี เห่งสำวัฒนะ. (2547). “พุทธศาสนา การทำบุญ และเพศภาวะ: การช่วงชิง ความหลุดพ้นในประเทศลาว” ใน **เพศภาวะ: การทำทนายร่าง การค้นหา ตัวตน**. สุชาติดา ทวีศิลป์ (บรรณาธิการ), กรุงเทพฯ: อัมรินทร์พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- มาลี พลฤกษ์พงศาวิ. (2550). **สิทธิความเป็นคนของผู้หญิง: พันธกรณีระหว่าง ประเทศ กฎหมาย และข้อถกเถียง**. กรุงเทพฯ : สหมิตรพรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ยศ สันตสมบัติ. (2535). **แม่หญิงสี่ชายตัว ชุมชน และการค้าประเวณีในสังคม**. กรุงเทพฯ: สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา.
- สารานุกรมไทย เล่มที่ 32**. ทอรัษฎากรพิพัฒน์ ในพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพฯ.
- Berger, Peter L. and Luckmann, Thomas. (1987). **The Social Construction of Reality**. New York: Penguin Book.
- Carson, Fiona. (1999). “Feminism and the Body”, in **The Icon Critical Dictionary of Feminism and Post-Feminism**. Edited by Sarah Gamble, Cambridge: Icon Books.
- Davies, Bronwyn. and Harre’, Rom. (1990). “Positioning: The Discursive Production of Selves,” in **Journal of the Theory of social Behaviour**. 20 (1) : 43 – 65.
- Foucault, Michel. (1980). **Power/Knowledge**. Brighton: Harvester.
- Hall, Stuart. (1997). **Representation: Cultural Representations and Signifying Practices** London: SAGE Publications Ltd.
- Hollway, Wendy. (2001). “Gender Difference and the Production of Subjectivity” in **Discourse Theory and Practice**. London: SAGE Publications Ltd.

- Morris, Rosalind. (1994). “Three Sexes and Four Sexualities: Redressing the Discourses on Gender and Sexuality in Contemporary Thailand”, **Position East Asia Cultures Critique**. 2(1): 15 – 43.
- Potter, J. and Wetherell, M. (1987). **Discourse and Social Psychology**. London: SAGE Publications Ltd.
- Rich, Adrienne. (1976). **Of Woman Born: Motherhood as Experience and Institute**. New York: W.W. Norton.
- Rubin, Gayle. (1984). “Thinking Sex: Notes for a Radical Theory of the Politics of Sexuality”, in **Pleasure and Danger: Exploring Female Sexuality**. Edited by Carole Vance. New York: Routledge.
- Thornham, Sue. (1999). “Second Wave Feminism”, in **The Icon Critical Dictionary of Feminism and Post-Feminism**. Edited by Sarah Gamble, Cambridge: Icon Books.