

Entertainment Girls: Meaning Career Decision Persuasion and Impact

Prapussorn Deelear¹, Pisak Kalyanamitra² and Teerapon Anmai³

Received	Reviewed	Revised	Accepted
06/05/2564	09/05/2564	17/05/2564	28/05/2564

Abstract

This research aims to study the meaning, type of work process. Factors in deciding to enter a career Persuasive Style Between Entertainment Girls and Customers Including family and social relationships And the impact that arises from working as an entertainment girl This research uses a qualitative research method. The data was collected by means of study, document analysis and in-depth interviews with 17 women working in entertainment in Ubon Ratchathani Province. Entertainment girls refer to women who are self-employed. Which is not a sex act But to give happiness, fun or add color By brewing alcohol, sitting, drinking, talking with customers who have been hired in banquets, parties, to being friends, eating, relieving loneliness. Entertainment girl with drug ups The entertainment girl wearing a bikini. Strong Entertainment Girl And entertainment girls and VIPs The factors in deciding to enter the entertainment career include friends and acquaintances. Economic status of the family Financial need Persuasive talent between entertainment girls and their customers It depends on the appearance, speech, the ability to entertain customers. Including care and attention As for the impact of working as a entertainer Have both been viewed negatively The risk of being sexually abused

Keyword: Entertainment Girls, Meaning Career Decision, Persuasion, Impact

¹ Ubon Ratchathani University, E-mail: prapussorn.2020@gmail.com

² Valaya Alongkom Rajabhat University, E-mail: pisak@vru.ac.th

³ Ubon Ratchathani University, E-mail: teerapon.a@ubu.ac.th.

สาวเอนเตอร์เทน: ความหมาย การตัดสินใจเข้าสู่อาชีพ การโน้มน้าว และผลกระทบ

ปภัสสร ดีเลิศ⁴, ฤศศักดิ์ กัลยาณมิตร⁵ และธีระพล อ้นมัย⁶

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความหมาย ประเภท กระบวนการทำงาน ปัจจัยในการตัดสินใจเข้าสู่อาชีพ รูปแบบการโน้มน้าวใจระหว่างสาวเอนเตอร์เทนและลูกค้าที่มาใช้บริการ รวมถึงความสัมพันธ์ทางครอบครัวและสังคม และผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการทำงานเป็นสาวเอนเตอร์เทน โดยการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ จากการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการศึกษาวิเคราะห์เอกสารและสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้หญิงที่ทำงานเอนเตอร์เทนในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 17 ราย

ผลการวิจัยพบว่า สาวเอนเตอร์เทนหมายถึงผู้หญิงที่ประกอบอาชีพบริการอิสระ ซึ่งไม่ใช่งานขายบริการทางเพศ แต่เป็นการมอบความสุข ความสนุกสนาน หรือเพิ่มสีสัน ด้วยการขงเหล้า นั้ดื่ม พูดคุยกับลูกค้าที่ได้ว่าจ้างไปในงานจัดเลี้ยง งานสังสรรค์ จนไปถึงการเป็นเพื่อนทานข้าวคลายเหงา มี 5 ประเภท ประกอบด้วย สาวเอนเตอร์เทนแบบธรรมดา สาวเอนเตอร์เทนแบบมีอัพยา สาวเอนเตอร์เทนแบบใส่บิกินี สาวเอนเตอร์เทนแบบแรง และสาวเอนเตอร์เทนและวีไอพี ปัจจัยในการตัดสินใจเข้าสู่อาชีพสาวเอนเตอร์เทน ได้แก่ เพื่อนและคนรู้จักชักจูง ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว ความจำเป็นทางการเงิน ความสามารถในการโน้มน้าวใจระหว่างสาวเอนเตอร์เทนและลูกค้าที่มาใช้บริการ ขึ้นอยู่กับบุคลิกภายนอก การพูดจา ความสามารถในการเอนเตอร์เทนลูกค้า รวมทั้งการดูแลเอาใจใส่ ส่วนผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการทำงานเป็นสาวเอนเตอร์เทน มีทั้งถูกมองในเชิงลบ ความเสี่ยงในการถูกล่วงเกินทางเพศ

คำสำคัญ: สาวเอนเตอร์เทน, การตัดสินใจเข้าสู่อาชีพ, การโน้มน้าว, ผลกระทบ

บทนำ

ปัจจุบันเมื่อกล่าวถึง “สาวเอนเตอร์เทน” คนทั่วไปจะนึกถึงผู้หญิงที่ประกอบอาชีพอิสระที่มีรายได้สูง เป็นสาวสวยมาคอยให้บริการ สร้างความบันเทิง ความสนุกสนานให้กับลูกค้า ตั้งแต่เป็นเพื่อนไปทานข้าว ดื่มเหล้า สังสรรค์ มีหน้าที่ในการบำบัดความต้องการทางใจ ซึ่ง (Duangpracha, N., 2019) ได้กล่าวว่า งานเอนเตอร์เทนมีมามากกว่า 10 ปีแล้ว แต่ไม่มีที่มาแน่ชัด คาดว่าน่าจะเกิดจากการที่บริษัทต่างๆ มีการจัดงานเลี้ยงลูกค้า แล้วต้องการเอาใจลูกค้า จึงจัดหาสาว ๆ มาช่วยสร้างบรรยากาศภายใน

⁴ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, E-mail: prapussorn.2020@gmail.com

⁵ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์, E-mail: pisak@vru.ac.th

⁶ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, E-mail: teerapon.a@ubu.ac.th

งานให้สนุกสนาน ไม่ว่าจะเป็นการชงเหล้า หรือนั่งดื่มไปด้วย จนต่อมาพัฒนาเป็นงานเอนเตอร์-เทนในรูปแบบต่างๆ รวมทั้งสังคมก็จะสร้างนิยามแบบเหมารวมว่า สาวเอนเตอร์เทนนั้นขายบริการทางเพศ เนื่องด้วยบทบาทและอาชีพนำมาถึงภาพลักษณ์ที่ตายตัว อีกทั้งสังคมยังคงมีทัศนคติและปฏิกิริยาเชิงลบต่อสาวเอนเตอร์เทน ซึ่งเรื่องในลักษณะนี้เป็นสิ่งที่น่าสนใจที่จะนำมาศึกษาเพื่อให้ได้คำตอบและเกิดความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับอาชีพสาวเอนเตอร์เทน ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิจัยเรื่อง “สาวเอนเตอร์เทน: ความหมาย การตัดสินใจเข้าสู่อาชีพ การโน้มน้าว และผลกระทบ” เพื่อเป็นการสร้างองค์ความรู้ใหม่ทางด้านสังคมที่จะทำให้ทราบถึงอีกด้านของสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลง โดยเป็นการศึกษาอาชีพเอนเตอร์เทน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าสู่อาชีพ รวมทั้งผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการทำงาน และยังสามารถนำความรู้ความเข้าใจนี้ไปศึกษาต่อยอดทางด้านการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างต่อเนื่องและลึกซึ้งต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความหมายประเภท และกระบวนการทำงานของสาวเอนเตอร์เทน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเข้าสู่อาชีพสาวเอนเตอร์เทน
3. เพื่อศึกษารูปแบบการโน้มน้าวใจระหว่างสาวเอนเตอร์เทนและลูกค้าที่มาใช้บริการ รวมถึงความสัมพันธ์ทางครอบครัวและสังคม
4. เพื่อศึกษาผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการทำงานเป็นสาวเอนเตอร์เทน

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา
งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิเคราะห์อาชีพเอนเตอร์เทนถึงการตัดสินใจเข้าสู่อาชีพ กลยุทธ์วิธีการสื่อสารการโน้มน้าวใจลูกค้าที่มาใช้บริการ การใช้วาทศิลป์ในการโต้ตอบกับลูกค้า รวมทั้งการสร้างภาพลักษณ์แห่งตัวตนของสาวเอนเตอร์เทน
2. ขอบเขตด้านประชากร
งานวิจัยนี้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้หญิงที่ทำงานเอนเตอร์เทนในจังหวัดอุบลราชธานี
3. ขอบเขตด้านระยะเวลา
ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2562 จนถึงเดือนมีนาคม 2563 รวมระยะเวลาในการทำวิจัยทั้งสิ้น 3 เดือน

ระเบียบวิธีวิจัย

1. กระบวนการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้แบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ขั้นตอน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 ขั้นที่ 1 ทำการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ทั้งเอกสารที่เป็นกฎหมาย ข้อบังคับ หรือระเบียบต่างๆ และเอกสารที่ไม่ใช่กฎหมาย เช่น แนวคิด ทฤษฎี เอกสารข้อมูล ข่าว บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อการศึกษา วิเคราะห์ และกำหนดประเด็นที่จะทำการวิจัย หลังจากนั้น ทำการสร้างแบบสัมภาษณ์จากข้อมูลที่ได้ทำการทบทวนมาข้างต้น โดยคำนึงถึงความสำคัญกับคุณภาพของคำถาม ในแบบสอบถาม ทั้งในเรื่องความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยมีการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยนำร่างแบบสัมภาษณ์ไปนำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้อง ภาษาที่ใช้ และความชัดเจนของคำถามแต่ละข้อว่าสามารถวัดได้ตามวัตถุประสงค์หรือนิยามศัพท์ของการวิจัยที่ตั้งไว้หรือไม่ โดยใช้เทคนิควิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่า IOC ที่ระดับ 0.50 ขึ้นไป (Petchrot, L and Chamniprasat, A., 2002)

1.2 ขั้นที่ 2 ทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้หญิงที่ทำงานเอนเตอร์เทนในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 17 ราย เกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเข้าสู่อาชีพ รูปแบบการโน้มน้าวใจระหว่างสาวเอนเตอร์เทนและลูกค้าที่มาใช้บริการ รวมถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการทำงานเป็นสาว เอนเตอร์เทน

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้หญิงที่ทำงานเอนเตอร์เทนในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 17 ราย ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา จำนวน 12 ราย เป็นพนักงานบริษัท จำนวน 2 ราย ประกอบอาชีพฟรีตี้ จำนวน 2 คน และเป็นโมเดลลิ่ง จำนวน 1 ราย

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เพื่อให้ผลการศึกษาสามารถตอบวัตถุประสงค์สูงสุดของการวิจัย ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบเครื่องมือการวิจัยที่ใช้ในการวิจัยแต่ละขั้นตอน ดังต่อไปนี้

3.1 ขั้นที่ 1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การศึกษาวิเคราะห์เอกสารเพื่อหาความหมายประเภท และกระบวนการทำงานของสาวเอนเตอร์เทน

3.2 ขั้นที่ 2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) สำหรับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant Interview) โดยแบบสัมภาษณ์เป็นคำถามแบบปลายเปิด (Opened-Ended Question) แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเข้าสู่อาชีพสาวเอนเตอร์เทน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการโน้มน้าวใจระหว่างสาวเอนเตอร์เทนและลูกค้าที่มาใช้บริการ รวมถึงความสัมพันธ์ทางครอบครัวและสังคม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการทำงานเป็นสาวเอนเตอร์เทน

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำจดหมายขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากทางมหาวิทยาลัยเพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูล โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1 การศึกษาวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research)

(1) เอกสารที่เป็นกฎหมาย ข้อบังคับ หรือระเบียบ ได้แก่ พระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 พระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ (ฉบับที่ 7) พ.ศ. 2562 พระราชบัญญัติป้องกันและปราบปรามการค้าประเวณี พ.ศ. 2539

(2) เอกสารที่ไม่ใช่กฎหมาย ได้แก่ รายงานการวิจัย หนังสือ ข่าว บทความ วารสาร และข้อมูลจากเว็บไซต์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานเอนเตอร์เทน การโน้มน้าวใจ การสร้างภาพลักษณ์ ทั้งในเชิงปฐมนิเทศและทฤษฎี ในอันที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าวิจัย

4.2 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสัมภาษณ์เป็นคำถามแบบปลายเปิด จากบุคคลผู้ที่สามารถให้ข้อมูลสำคัญ ทั้งนี้ ข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้วิจัยจะใช้วิธีบันทึกเสียงลงแถบบันทึกเสียง เพื่อนำไปถอดความเป็นภาษาเขียนแบบคำต่อคำ สำหรับผู้ให้สัมภาษณ์ที่ไม่ประสงค์ให้บันทึกเสียง จะใช้วิธีบันทึกสาระสำคัญลงในแบบสัมภาษณ์ขณะสัมภาษณ์และเขียนรายละเอียดภายหลัง เมื่อได้ข้อมูลครบแล้วผู้วิจัยประมวลผลด้วยตนเอง

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยเรียนรู้ไปกับการเก็บข้อมูลตามหลักการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยจากการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนข้างต้น อันได้แก่ การค้นคว้าผ่านเอกสาร และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยผู้วิจัยหาข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์โดยการสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Analytic Induction) ตามที่ (Phithakthepsombat, P., 2001) ได้อธิบายว่าการสร้างข้อสรุปเชิงอุปนัย (Induction) เป็นการสร้างข้อเสนอมือหรือข้อวินิจฉัยโดยอาศัยการให้เหตุผลของผู้วิจัยเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อสรุปจากหลักฐาน (Premise) ที่เป็นที่ยอมรับหรือบางสิ่งบางอย่างที่รู้ว่าเป็นจริงโดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของการสังเกตการณ์หรือข้อเท็จจริงโดยเฉพาะ สอดคล้องกับที่ (Chantavanich, S., 1997) ได้อธิบายว่าในการสร้างข้อสรุปแบบอุปนัยนั้นเป็นวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่เน้นการสร้างข้อสรุปทั่วไปที่แสดงความเชื่อมโยงระหว่างตัวแปรตั้งแต่สองตัวขึ้นไปโดยใช้กรณีหรือ

แหล่งข้อมูลเฉพาะงานหนึ่งเป็นหลักแล้วกล่าวอ้างความจริงทั่วไปขึ้นจากความจริงเฉพาะของข้อมูลชุดดังกล่าว โดยนำข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่ในภาคสนาม (Field Research) มาเชื่อมโยงกับแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่โดยมุ่งที่จะตอบโจทย์ของวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้

ทั้งนี้ ผลการศึกษาที่ได้จากการวิจัยผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการศึกษาและวิเคราะห์ โดยผู้วิจัยเริ่มต้นศึกษาจากข้อมูลโดยทั่วไปในเชิงเอกสาร ไปยังข้อเสนอหรือข้อวินิจฉัยจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อสร้างข้อสรุปเป็นภาพรวมและให้ได้มาซึ่งข้อสรุปจากหลักฐานที่ได้จากการวิจัยภาคสนาม (Nimpanich, J., 2001)

ผลการวิจัย

1. ความหมาย ประเภท และกระบวนการทำงานของสาวเอนเตอร์เทน

1.1 สาวเอนเตอร์เทน หมายถึง ผู้หญิงที่ประกอบอาชีพบริการอิสระอย่างหนึ่ง ซึ่งไม่ใช่การขายบริการทางเพศ แต่เป็นการมอบความสุข ความสนุกสนาน หรือเพิ่มสีสัน ด้วยการขงเหล้า นั้ดื่ม พุดคุยกับลูกค้าที่ได้ว่าจ้างไปในงานจัดเลี้ยง งานสังสรรค์ หรือการเป็นเพื่อนทานข้าวคลายเหงา

1.2 ประเภทของสาวเอนเตอร์เทน มี 5 ประเภท ประกอบด้วย

สาวเอนเตอร์เทนแบบธรรมดา หมายถึง รับงาน ดูแลลูกค้า ขงเหล้า ดูนั้กินข้าว พาเที่ยวสนนราคาอยู่ที่ 2,500 - 5,000 บาทต่อครั้ง โดยสามารถแบ่งประเภทลักษณะงาน ดังนี้

- งานเอนเตอร์เทนที่เน้นการทานข้าวกับลูกค้า หรือ งานทานข้าว หมายถึง งานทานข้าว ไปเที่ยว ดูภาพยนตร์ หรือไปเป็นเพื่อนซื้อของกับลูกค้า โดยมีหน้าที่ชวนคุย ดูแล เอาใจใส่ พุดจาดี มีมารยาท ซึ่งส่วนมากลูกค้านัดเราที่ห้างสรรพสินค้าหรือร้านอาหาร โดยเน้นการแต่งกายที่ดูดีและก็ไม่ไปจนเกินไป เพราะลูกค้าส่วนมากค่อนข้างมีเงิน

- งานเอนเตอร์เทนที่เน้นการนั่งดื่มกับลูกค้า หรือ N-ดื่ม หมายถึง งานเอนเตอร์ -เทนพร้อมกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เน้นการดื่มที่หนัก ส่วนมากจะจัดขึ้นตามบ้าน ห้องสุทตามโรงแรมต่างๆ หรือแม้แต่ร้านอาหาร ร้านเหล้า ผับ บาร์ เป็นต้น

- งานเอนเตอร์เทนที่เน้นการขงเหล้าให้กับลูกค้า หรือ N-ขง หมายถึง งานเอนเตอร์ -เทนพร้อมกับการคอยดูแลขงเหล้า เติมเครื่องดื่มให้กับลูกค้า รวมทั้งสร้างสีสัน ความสนุกสนานทั่วไป ซึ่งอาจจะไม่ได้เน้นการดื่มที่มากนัก ซึ่งส่วนมากจะเป็นลูกค้าที่มีอายุหรือมีหน้าที่การงานที่ดี

สาวเอนเตอร์เทนแบบมีอาชีพ หรือ N-UP หมายถึง งานเอนเตอร์เทนที่มีการเสพสาร -เสพติด เช่น ยาอี ยาเค ยาไอซ์ เป็นต้น ส่วนใหญ่เป็นลักษณะการจัดปาร์ตี้เฉพาะกลุ่ม โดยให้สาว เอนเตอร์เทนมาสร้างบรรยากาศพร้อมทั้งร่วมเสพสารเสพติดกับลูกค้า ซึ่งลูกค้าจะเป็นคนจัดหา ยาเสพติดมาเองสนนราคาอยู่ที่ 3,000-10,000 บาทต่อครั้ง

สาวเอนเตอร์เทนแบบใส่บิกินี หรือ N-Bikiny หมายถึง งานเอนเตอร์เทนที่จะต้องใส่ชุดบิกินีมาดูแล ขงเหล้า ดื่มกินกับลูกค้า ส่วนมากจะจัดที่สระว่ายน้ำน้ำตามโรงแรม หรือว่าห้องสุทต่างๆ ลักษณะของงานค่อนข้างถึงเนื้อถึงตัว เพราะว่าเป็นการลงอ่างอาบน้ำ หรือสระว่ายน้ำ แต่จะไม่ได้ถึงขั้น มีเพศสัมพันธ์กับลูกค้า สนนราคาอยู่ที่ 4,500 - 10,000 บาทต่อครั้ง

สาวเอนเตอร์เทนแบบแรง หรือ N-แรง (บางที่อาจเรียก N-นัว) หมายถึง งานเอนเตอร์ -เทนที่ค่อนข้างถึงเนื้อถึงตัว สามารถกอด จูบ ลูบ คล้ำ ล้วง ควักได้ แต่ไม่มีเพศสัมพันธ์ สนนราคาอยู่ที่ 5,000 - 10,000 บาทต่อครั้ง

สาวเอนเตอร์เทนและวีไอพี หรือ NV หรือ N-VIP หมายถึง งานเอนเตอร์เทนที่จบด้วยการมีเพศสัมพันธ์กับลูกค้า ราคาขึ้นอยู่กับหน้าตา รูปร่าง การศึกษา ยิ่งถ้าเป็นพริตตี้ นางแบบ นักแสดง หรือเรียนในสถาบันอุดมศึกษาที่มีชื่อเสียง จะยังมีราคาสูง สนนราคาอยู่ที่ 7,000 - 100,000 บาทต่อครั้ง

1.3 กระบวนการทำงานของสาวเอนเตอร์เทน มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 ได้รับเชิญให้เข้ากลุ่มงานโดยเพื่อนหรือคนรู้จักที่ทำงานสายเอนเตอร์เทนอยู่ก่อนแล้ว ซึ่งกลุ่มงานประเภทนี้มีทั้งใน Line Facebook twitter

ขั้นที่ 2 โมเดลลิ่ง (หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่จัดหาเด็กเข้ามากลุ่มเอนเตอร์เทนเพื่อที่จะส่งไปให้ลูกค้าเลือก) ได้บอร์ดงาน (หมายถึง รายละเอียดวัน เวลา สถานที่ที่นัดเจอ คุณสมบัติที่ลูกค้าต้องการ รวมทั้งจำนวนเงินที่ลูกค้ากำหนด (Budget)) เข้ามาในกลุ่มงาน

ขั้นที่ 3 สาวเอนเตอร์เทนจะส่งคอมมาร์ทของตัวเองที่ระบุรายละเอียดส่วนตัว ทั้งรูปร่าง หน้าตา สัดส่วน อายุเข้าไปหาโมเดลลิ่งโดยตรง

ขั้นที่ 4 โมเดลลิ่งจะส่งคอมมาร์ทของสาวเอนเตอร์เทนไปให้ลูกค้าพิจารณา เมื่อลูกค้าตัดสินใจเลือกแล้ว โมเดลลิ่งจะเป็นผู้ประสานงานกับสาวเอนเตอร์เทนและชี้แจงรายละเอียดต่างๆ

ขั้นที่ 5 จากนั้นก็จะทำหน้าที่ของสาวเอนเตอร์เทนที่ไปทำงานตามวัน เวลา สถานที่ที่กำหนด

2. ปัจจัยในการตัดสินใจเข้าสู่อาชีพสาวเอนเตอร์เทน ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นศึกษาไว้ 3 ประเด็น ดังนี้

2.1 ปัจจัยที่ทำให้รู้จักกับอาชีพสาวเอนเตอร์เทน มาจากการที่มีคนรู้จักทำงานอยู่ในอาชีพนี้มาก่อน และสังคมเพื่อนมีอิทธิพลอย่างมากต่อการชักจูงและแนะนำเข้าสู่อาชีพ

2.2 ส่วนปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจเข้าสู่อาชีพสาวเอนเตอร์เทนนั้น จะเห็นได้ว่า ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว ความจำเป็นทางการเงินเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เลือกมาทำงานเอนเตอร์เทน โดยสาวที่ทำงานนี้ส่วนใหญ่ต้องการหารายได้เสริมเพื่อแบ่งเบาภาระของครอบครัว อีกทั้งการที่มีค่านิยมและรสนิยมสูงก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ตัดสินใจมาทำงานนี้ เพราะได้เงินเยอะ ได้เงินเร็ว หาเงินง่าย รวมถึงปัจจัยความต้องการส่วนตัว ถึงหลายคนจะให้เหตุผลว่าไม่ชอบงานนี้ แต่ที่เลือกทำส่วนใหญ่ก็มี

เรื่องปัจจัยของรายได้เป็นหลักในการตัดสินใจทำอาชีพนี้ เพราะการทำงานอาชีพนี้เป็นง่ายที่สบายรายได้ดี

2.3 สาวเอนเตอร์เทนส่วนใหญ่ได้รับการยอมรับและสนับสนุนจากทางครอบครัว อาจเป็นเพราะความเข้าใจและการรับฟังเหตุผลจากพวกเธอ แต่สาวเอนเตอร์เทนบางคนเลือกที่จะไม่บอกครอบครัวเนื่องจากพื้นฐานครอบครัวที่ยังไม่เปิดรับและยอมรับในอาชีพสาวเอนเตอร์เทน

3. รูปแบบการโน้มน้าวใจระหว่างสาวเอนเตอร์เทนและลูกค้าที่มาใช้บริการ รวมถึงความสัมพันธ์ทางครอบครัวและสังคม ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นศึกษาไว้ 13 ประเด็น ดังนี้

3.1 สาวเอนเตอร์เทนต้องมีความสามารถในการเอนเตอร์เทนลูกค้า จึงต้องเป็นคนสนุก พูดคุยเก่ง ดูแล เอาใจใส่ลูกค้า

3.2 การทำงานเอนเตอร์เทนนั้น ความจริงแล้วจำเป็นต้องมีการสอนงานก่อน เพื่อให้รู้จักงานว่าควรทำแบบไหน ทำอย่างไร และบางครั้งการสอนงานก็ไม่ได้จำเป็นกับพวกเธอบางคนมากนัก เพราะอาศัยประสบการณ์ที่เคยได้พบเจอ หรือได้เรียนรู้มาด้วยตัวเอง

3.3 การนำเสนอตัวเองของสาวเอนเตอร์เทนกับลูกค้านั้น ต้องมีความโดดเด่นเฉพาะตัวเพื่อดึงดูดลูกค้า แต่ส่วนใหญ่ลูกค้าทราบอยู่แล้วว่าพวกเธอทำงานนี้ เพราะก่อนลูกค้าจะมาเที่ยวก็จะรู้ประเภทของร้านว่าเป็นแนวไหน ในส่วนของการนำเสนอตัวเองในโลกออนไลน์นั้น พวกเธอทุกคนต่างไม่เปิดเผยตัวตนบนโลกออนไลน์ส่วนตัว เพราะพวกเธอทุกคนต้องการใช้ชีวิตปกติทั่วไป การทำงานอาชีพนี้นั้นจะรู้จักกันเฉพาะในวงการสาวเอนเตอร์เทน เพื่อนฝูง และในไลน์ที่มีกลุ่มบอรรถงานเท่านั้น

3.4 การดึงดูดความสนใจที่สาวเอนเตอร์เทนใช้ดึงดูดลูกค้า นั้น ส่วนใหญ่พวกเธอเห็นตรงกันว่ารูปลักษณ์ภายนอก รูปร่าง หน้าตา เป็นสิ่งสำคัญมากในการดึงดูดลูกค้า เพราะเป็นสิ่งที่ลูกค้าจะใช้เป็นเกณฑ์ในการเลือกจ้างพวกเธอไปทำงาน

3.5 การทำงานอาชีพเอนเตอร์เทนนั้น พวกเธอต่างมีขีดจำกัดในการทำงาน เพราะเป็นงานที่มีความเสี่ยง การวางตัวของพวกเธอจึงจำเป็นมาก แต่ถ้าลูกค้าล่วงเกินพวกเธอเกินไปพวกเธอเองต่างมีวิธีหลีกเลี่ยงที่เหมือนกัน คือเลี่ยงการประทะซึ่งหน้า เลือกที่จะใช้คำพูดที่ดีแทน หรืออาจจะทำแคหน้าที่ขงเหล้าไม่เข้าไปยุ่งกับกลุ่มนั้น เพราะถ้าทำอะไรรุนแรงไป อาจทำให้พวกเธอเสียลูกค้า และเสียภาพลักษณ์ของพวกเธอได้

3.6 กลวิธีการสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า นั้น พวกเธอต่างมีความสามารถเฉพาะตัว แต่ส่วนมากการทำให้ลูกค้าประทับใจหรือคล้อยตามพวกเธอนั้น พวกเธอจะใช้ทักษะทางด้านการพูดเป็นส่วนใหญ่ ในเรื่องของ การพูดออดอ้อน พูดคุยให้สนุก พูดคุยรับฟังลูกค้าเหมือนเป็นเพื่อนพี่น้องกัน จึงทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

3.7 การที่จะสร้างการจดจำให้ลูกค้ากลายมาเป็นลูกค้าประจำนั้น ไม่ใช่เรื่องง่าย พวกเธอต้องคอยให้บริการลูกค้าเป็นอย่างดีตลอดการทำงาน เมื่อลูกค้าเลือกจ้างพวกเธอเพราะหน้าตาแล้ว การดูแล

เอาใจใส่ก็เป็นสิ่งสำคัญ ทำให้ลูกค้าไว้วางใจ และรู้สึกเป็นกันเอง จากนั้นลูกค้าจะกลายมาเป็นลูกค้าประจำของพวกเธอ

3.8 การที่สาวเอนเตอร์เทนเลือกที่จะโน้มน้าวหรือเชียร์ลูกค้านั้น ส่วนใหญ่พวกเธอให้ความสำคัญกับอายุ ช่วงวัย เป็นอันดับแรก บุคลิก อาชีพ หน้าที่การงาน เป็นปัจจัยรองลงมาในการเลือกโน้มน้าวลูกค้า เนื่องจากพวกเธอต้องสังเกตและเก็บข้อมูลลูกค้าให้ได้ เพราะเป็นเรื่องที่สำคัญมากสำหรับอาชีพของพวกเธอ ที่ต้องคอยเอาใจ พุดคุยให้ลูกค้าสนุกสนาน ทั้งนี้ก็จะง่ายต่อการวางตัวกับลูกค้า

3.9 กำหนดเวลาในการทำงานหรือรับงานนั้น พวกเธอต่างมีระยะเวลาในการทำงานที่ต่างกัน โดยมีเกณฑ์ของงาน 2 แบบด้วยกัน คือ งานเอนเตอร์เทนในร้านเหล้าต้องทำงานอย่างน้อย 5 – 6 ชั่วโมง แต่ถ้าเป็นการรับอีเว้นท์หรืองานนอกนั้นขั้นต่ำ 3 ชั่วโมง ตามแต่ที่จะตกลงราคากับลูกค้า

3.10 สาวเอนเตอร์เทนต้องมีกลยุทธ์การมัดใจลูกค้า โดยการพูดในเชิงโน้มน้าวใจลูกค้าโดยส่วนใหญ่ใช้ประโยคคำพูด ออต้ออัน พุดจาให้หน้าฟัง แต่บางคนใช้การดูแลเอาใจลูกค้าแทนการพูดประโยคมัดใจ แต่ก็สามารถทำให้ลูกค้าประทับใจได้เช่นเดียวกัน

3.11 จะเห็นได้ว่าอย่างไรก็ตามความเป็นนักศึกษาชั้นนั้น ก็เป็นอีกจุดสนใจหนึ่งที่สามารถดึงดูดลูกค้าได้ เป็นจุดขายของพวกเธอที่ทำงานเอนเตอร์เทน เนื่องจากสังคมได้ให้ค่านิยมการเรียน ลูกค้าจึงเห็นว่า สาวเอนเตอร์เทนที่กำลังเรียนอยู่นั้นอยู่ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างดี ไม่ว่าจะเป็นการศึกษา รูปร่าง หน้าตา อายุที่กำลังอยู่ในช่วงแรกสาว ทำให้พวกเธอเป็นที่น่าสนใจของลูกค้าที่จะเรียกใช้บริการ

3.12 เทคนิคการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า การทำงานในอาชีพเอนเตอร์เทนนั้น พวกเธอจำเป็นต้องสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ ดูแล เอาใจใส่ พุดคุยกับลูกค้าอย่างเป็นกันเอง อ่อนน้อม สร้างรอยยิ้ม เพื่อให้ลูกค้าประทับใจและกลับมาใช้บริการ

3.13 มนุษย์สัมพันธ์กับสาวเอนเตอร์เทนอาจนับว่าเป็นสิ่งคู่กันก็ว่าได้ เนื่องจากมนุษย์สัมพันธ์มีความจำเป็นอย่างมากกับการทำงานอาชีพเอนเตอร์เทนของพวกเธอ คนที่จะเข้ามาทำงานนี้ได้ต้องมีใจรักงานบริการ เข้ากับคนได้ง่าย เพราะงานเอนเตอร์เทนคืองานที่ต้องไปสร้างความสุข ความสนุกให้แก่ลูกค้า ถึงแม้บางครั้งพวกเธออาจเจอเหตุการณ์ที่ไม่ค่อยดี แต่ต้องยิ้มและทำหน้าที่ของพวกเธอต่อไป เพื่อเป็นการรักษาความสัมพันธ์ระหว่างพวกเธอและลูกค้า

4. ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการทำงานเป็นสาวเอนเตอร์เทน ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นศึกษาไว้ 6 ประเด็น ดังนี้

4.1 ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการทำงานเป็นสาวเอนเตอร์เทนนั้น จะเห็นได้ว่า คนที่ทำงานเอนเตอร์เทนต่างพบเจอปัญหาที่แตกต่างกัน แต่ส่วนใหญ่จะเจอปัญหาเรื่องของเวลาที่ต้องจัดการให้ลงตัว เนื่องจากบางคนรับงานหลายทีในหนึ่งวัน การบริหารเวลาจึงจำเป็นอย่างมาก พวกเธอจึงต้องมีกลวิธีในการพูดต่อรองกับลูกค้าที่มาใช้บริการ ต้องแก้ไขสถานการณ์ให้ได้

4.2 การนิยามว่าสาวเอนเตอร์เทนเป็นเครื่องเคียงการดื่มของผู้ชาย พบว่า สาวเอนเตอร์เทนมีมุมมองที่แตกต่างกันออกไป เนื่องจากบางคนคิดว่าตัวเองเป็นเครื่องเคียงการดื่ม เพราะเหล้าลูกค้าได้จ้างเธอมาทำงาน จ้างมาสร้างสีสัน พุดคุยให้สนุกสนานในวงสังสรรค์ แต่บางคนคิดว่าตัวเองเป็นคนกำหนดทุกอย่างเอง เพราะพวกเธอสามารถเลือกที่จะทำหรือไม่ทำงานนี้ก็ได้ และตนเองก็ได้ผลประโยชน์จากลูกค้า

4.3 ระยะเวลาในการประกอบอาชีพเอนเตอร์เทน พบว่า ส่วนใหญ่เมื่อมีแฟนหรือมีครอบครัวจะเลิกการทำงานนี้ แต่ก็มีบางคนที่ยังคงทำต่อไปเนื่องจากมีปัญหาในเรื่องการเงิน และบางคนที่ยังคงทำงานนี้อยู่ เพราะทำให้เหตุผลว่ารายได้ดี อีกทั้งต้องส่งตัวเองเรียนให้จบ

4.4 ในการทำงานอาชีพเอนเตอร์เทนนั้น ต่างก็มีความเสี่ยงในการทำงาน เนื่องจากเป็นผู้หญิงที่ทำงานในตอนกลางคืนอยู่ในกลุ่มของคนที่มีสุรา อาจทำให้สาว ๆ หลายคนนั้นต้องโดนล่วงเกิน ไม่ว่าจะเป็นทางสายตา การแตะเนื้อต้องตัว การล่วงเกินต่างๆ อาจจะไม่ถึงขั้นทำร้ายร่างกาย มีหลายรายที่โชคดีที่เจอลูกค้าที่ดีและให้เกียรติ แต่ถึงอย่างงี้ก็ยังมีเสี่ยงทำงานนี้จึงต้องระมัดระวังตัว

4.5 การที่จะเข้ามาทำงานอาชีพเอนเตอร์เทน เรื่องอายุเป็นเรื่องที่สำคัญมาก เนื่องจากมีกฎหมายเข้ามาเกี่ยวข้องกับงานบริการเหล่านี้ ต้องมีอายุ 20 ปี ขึ้นไป เพราะถ้าต่ำกว่านี้อาจจะทำให้ผู้ประกอบการเดือดร้อนเสียหายได้

4.6 ภาพลักษณ์ของสาวเอนเตอร์เทนนั้นถูกมองในเชิงลบ เนื่องจากพวกเธอทำงานกลางคืนต้องแต่งตัวให้สวยงามเพื่อออกไปทำงาน พบปะลูกค้า คอยสร้างรอยยิ้ม เสียงหัวเราะ แต่พวกเธอถูกตราว่าเป็นผู้หญิงกลางคืนที่เอาตัวเข้าแลกกับเงิน และเหมารวมว่าสาว ๆ ที่ทำงานเอนเตอร์เทนนั้นเป็นผู้หญิงขายตัว ซึ่งความจริงแล้วไม่มีใครรู้ด้วยซ้ำว่าพวกเธอนั้นทำงานแบบไหน เพราะค่านิยมของสังคมได้นิยามภาพลักษณ์ของพวกเธอไว้แบบนี้

อภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้ใช้แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ การโน้มน้าวใจ และการสร้างภาพลักษณ์จากการวิเคราะห์พบว่า สาวเอนเตอร์เทนที่ทำอาชีพเอนเตอร์เทนนั้น ในการทำงานของพวกเธอต้องอาศัยการโน้มน้าวใจลูกค้าและการต่อรองลูกค้า เนื่องจากงานของพวกเธอ คือ งานที่ต้องไปสร้างสีสันสร้างบรรยากาศ มอบความสุข ความสนุกแก่ลูกค้าที่จ้างพวกเธอไป ซึ่งแน่นอนว่าการทำงานพวกเธอต้องคอยพุดคุย รับฟัง เรื่องราวต่างๆ ระหว่างตัวพวกเธอเองและลูกค้า การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจจึงจำเป็นมากกับอาชีพของสาวเอนเตอร์เทน ในการพุดคุยกับลูกค้าหรือการเชียร์ลูกค้าในแต่ละครั้งนั้นพวกเธอต่างต้องมีวิธีโน้มน้าวใจลูกค้าที่แตกต่างกันออกไป พวกเธอมักจะใช้ทักษะทางด้านการพูดเป็นส่วนใหญ่ ในเรื่องของ การพุดคุยต้อนรับ พุดคุยให้สนุก พุดคุยรับฟังลูกค้าเหมือนเป็นเพื่อนพ้องกัน จึงทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและคล้อยตามในสิ่งที่พวกเธอพูดไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

(Wongsri, N., 2017) ศึกษา “แนวจริตพริตตี้ในเขตกรุงเทพมหานคร (Habitus of pretty in Bangkok)” ด้านประสบการณ์ส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการเข้าสู่อาชีพพริตตี้ และกระบวนการรับและปรับใช้วัฒนธรรมของพริตตี้ เพื่อให้ตนเองดำรงอยู่ในกลุ่มอาชีพและสังคมได้ สาวเอนเตอร์เทนนั้นต่างสร้างภาพลักษณ์ของพวกเธอภายนอกให้ดูดีในลักษณะของความสวยงาม ทั้งรูปร่าง หน้าตา ผิวพรรณ และทักษะทางด้านต่างๆ การพูด การยิ้ม การสบตา การเอนเตอร์เทนด้วยเสียงหัวเราะ และลีลาอันเนื่องด้วยการหยอตมขเล่นมุข สร้างความผ่อนคลาย เพื่อให้เข้ากับลักษณะของการทำงาน แต่การสร้างภาพลักษณ์ของพวกเธอที่จะดำรงชีวิตในสังคมปกติก็สำคัญ เนื่องจากสาวเอนเตอร์เทนส่วนใหญ่เลือกที่จะไม่เปิดเผยตัวตนที่แท้จริงในการทำงาน เพราะพวกเธอต่างต้องการการมีชีวิตที่ใช้ชีวิตในสังคมได้

กระบวนการเข้ามาสู่อาชีพเอนเตอร์เทนส่วนใหญ่มาจากชักชวนแนะนำของเพื่อนและการหางานด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องงานวิจัยของ (Boonthep, A., 2013) การศึกษาพริตตี้เชียร์เชียร์ในเชียงใหม่: การทำให้ผู้หญิงเป็นอุตสาหกรรมการค้าเชียร์ พบว่า มีการเข้าสู่อาชีพด้วย 2 ช่องทางหลัก คือ 1) ผ่านคนรู้จักหรือพวกเพื่อนชักชวน 2) หางานด้วยตัวเอง นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเข้าสู่อาชีพพริตตี้เชียร์โดยเฉพาะกลุ่มนักศึกษาเพศหญิงมาจาก 3 ปัจจัยหลัก คือ ค่านิยม การหารายได้พิเศษ และอุปสงค์ของบริษัทเชียร์ที่ต้องการใช้พริตตี้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งมีความคล้ายและสอดคล้องกับงานวิจัยชิ้นนี้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1.1 ควรมีกฎหมายที่เกี่ยวกับอาชีพสาวเอนเตอร์เทนแบบจริงจัง เนื่องจากอาชีพนี้นั้นก็ถือว่าเป็นอาชีพอิสระ ควรได้รับการคุ้มครองดูแลจากกฎหมาย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อแสดงให้เห็นถึงความเท่าเทียม

1.2 หน่วยงานรัฐหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดต่างๆ ที่มีอิทธิพลและบทบาทในการกำหนดมาตรการในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่งานเอนเตอร์เทน ซึ่งหน่วยงานนั้นสามารถกำหนดด้านการแต่งกาย ด้านการบริการ รวมถึงอายุที่ชัดเจนที่จะเข้ามาทำงานในสายนี้ เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีในอาชีพสาวเอนเตอร์เทน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษางานวิจัยครั้งนี้ จากการเก็บข้อมูลจากสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างของสาว เอนเตอร์เทนนั้น ประเภทของงานเอนเตอร์เทนส่วนใหญ่ยังเป็นงานเอนเตอร์เทนแบบธรรมดา เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาที่กำลังเรียนอยู่ จึงอาจไม่สามารถเปิดเผยชีวิตทั้งหมดได้ ซึ่งทั้งนี้ก็มีความสำคัญเกี่ยวกับข้อมูลที่ได้ ดังนั้น การที่จะศึกษาเชิงลึกได้ต้องกำหนดหรือหากกลุ่มตัวอย่างของสาวเอนเตอร์ -เทนให้

ครบทุกประเภทของงานเอนเตอร์เทน เพื่อศึกษาให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและทักษะต่างๆ ของพวกเธอได้อีกต่อไป

References

- Boonthep, A. (2013). *Pretty Cheer Beer in Chiang Mai: Empowering Women in the Beer Industry*. Chiang Mai: Chiang Mai University.
- Chantavanich, S. (1997). *Qualitative Research Methods*. (3rded). Bangkok: Chulalongkorn University.
- Duangpracha, N. (2019). *Open the world of entertainment, heavy money, hundreds of thousands*. [Online]. <https://hilight.kapook.com/view/193845>. [13 December 2019]
- Nimpanich, J. (2001). *Qualitative research in political science and public administration*. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Petchrot, L and Chamniprasat, A. (2002). *Research Methodology*. Bangkok: Pimdee printing.
- Phithakthesombat, P. (2001). *The sample survey: theory and practice*. (3rded). Bangkok: Sematham.
- Wongsri, N. (2017). *The insanity of Pretty in Bangkok*. Bangkok: Chulalongkorn University.