

แนวจริตของพริตตีในเขตกรุงเทพมหานคร



นางสาวณัฐภา คงศรี

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)  
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR)  
are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2560

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Habitus of Pretty in Bangkok



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 2017

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

แนวจริตของพริตตีในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวณัฐภา คงศรี

สาขาวิชา

เศรษฐศาสตร์การเมือง

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธานี ชัยวัฒน์

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

.....คณบดีคณะเศรษฐศาสตร์

(ศาสตราจารย์ ดร.วรเวศม์ สุวรรณระดา)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.โสทธิธร มัลลิกะมาส)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธานี ชัยวัฒน์)

.....กรรมการ

(อาจารย์ ดร.ขวัญรัฐ ส่วนพงษ์)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

(อาจารย์ ดร.ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร.วรวิทย์ เจริญเลิศ)

ณัฐภา คงศรี : แนวจิตของพริตตี้ในเขตกรุงเทพมหานคร (Habitus of Pretty in Bangkok) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ผศ. ดร.ธานี ชัยวัฒน์, 131 หน้า.

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประสบการณ์ส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการเข้าสู่อาชีพ พริตตี้ และกระบวนการรับและปรับใช้วัฒนธรรมของพริตตี้เพื่อให้ตนดำรงอยู่ในกลุ่มอาชีพและสังคมได้ โดยใช้แนวคิดเรื่องฮาบิทัส และทุน ของปีแอร์ บูร์ดิเยอร์ การศึกษานี้ ผู้วิจัยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์กลุ่มบุคคลที่ศึกษาแบบเจาะลึก (In-depth interview) และมีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยมีพริตตี้ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นกรณีศึกษา จำนวน 11 คน ผลการศึกษาพบว่า ประสบการณ์ส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อแนวจิตของพริตตี้ เกิดจากการเลี้ยงดูและสภาพแวดล้อมที่มีลักษณะการให้อิสระ และฝึกฝนการเอาตัวรอดให้อยู่ด้วยตนเองได้ รวมถึงการเติบโตท่ามกลางการแสดงออกในเวทีสาธารณะตั้งแต่อายุน้อย พริตตี้จึงมีลักษณะเด่นคือ มีความคุ้นชินกับพื้นที่สาธารณะ มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า มีความช่างสังเกต และมีการวางท่วงท่าในการตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม เหล่านี้คือฮาบิทัส ที่ได้พัฒนาหายไปเป็นทักษะหรือทุนวัฒนธรรมประเภทที่มีอยู่ในตัวบุคคล (Embodied form) ซึ่งสามารถนำไปแลกเปลี่ยนเป็นทุนเศรษฐกิจ ทุนสังคม และทุนสัญลักษณ์ต่อไป เมื่อเข้าสู่อาชีพพริตตี้แล้ว แนวจิตดังกล่าว จะเข้าไปมีผลตั้งแต่การเลือกรับงาน การเลือกลูกค้า โดยในระหว่างการทำงาน พริตตี้จะให้ความสำคัญกับการวางตัวให้เหมาะสมกับลูกค้ามากที่สุด เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้อายุสามารถเพิ่มระดับความเข้มข้นของรูปแบบงานที่ตนไม่ได้เลือกรับได้ โดยมีความสวยงามของรูปร่างหน้าตาและการพูด เป็นทักษะรองลงมา ความมั่นใจและความกล้าแสดงออก เป็นอันดับสุดท้าย นอกจากนี้ ฮาบิทัสยังส่งผลต่อการเลือกคู่รักของพริตตี้ ที่จะต้องให้อิสระและมีทักษะในการพึ่งตนเองได้เช่นเดียวกับตน รวมถึงการประกอบอาชีพในอนาคตหลังจากเลิกอาชีพพริตตี้แล้ว พริตตี้จะยังคงไว้ซึ่งกลุ่มอาชีพอิสระ เช่น เปิดร้านค้า หรือทำธุรกิจส่วนตัว ต่อไป

สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์การเมือง

ลายมือชื่อนิสิต .....

ปีการศึกษา 2560

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก .....

# # 5785317029 : MAJOR POLITICAL ECONOMY

KEYWORDS: HABITUS / CULTURAL CAPITAL / PRETTY

NATDA KONGSRI: Habitus of Pretty in Bangkok. ADVISOR: ASST. PROF. THANEE CHAIWAT, Ph.D., 131 pp.

Through Pierre Bourdieu's concepts of habitus and cultural capital, this study aims at apprehending qualitatively the factors, that led many young women into adopting promotional model (known locally as "pretty") as their profession. It also seeks to understand socio-cultural adaptation process these pretties undertook to lead their lives. To explore this information, eleven pretties, living in Bangkok, were selected through purposive sampling. The data collection technique of semi-structured in-depth interview was employed. Empirical data suggest that the pretties' habitus arise from the combination of being nurtured by parents, and being in the environment, that promote freedom and encourage self-preservation. While growing up, all participants spent significant amount time presenting themselves in the public space. Since young, they participated in activities, such as competing in several beauty pageants, besides taking minor roles in films and soap operas. Throughout these experiences, the participants have learned to be observant, developed the abilities to solve unexpected problems competently, and mastered the necessary skills to cater to needs of those they are dealing with. These abilities are habitus that has evolved into the embodied form of cultural capital, which can be exchanged into economic capital, social capital, and symbolic capital. When these participants become pretties, their habitus will affect their choices of works and how they choose their clients. Pretties tend to emphasise heavily on their manners and etiquettes towards their customers. This emphasis is their defence mechanism to ward off possible sexual advancement, especially from their clients. Lastly, the pretties' habitus also affects how they choose their partners and future occupations, especially since they value their freedom as the most important aspect of life.

Field of Study: Political Economy

Student's Signature .....

Academic Year: 2017

Advisor's Signature .....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธานี ชัยวัฒน์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ซึ่งชี้แนะแนวทางและให้คำแนะนำด้วยดีเสมอมา รองศาสตราจารย์ ดร.โสทธิธร มัลลิกะมาส ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ อาจารย์ ดร.ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์ รองศาสตราจารย์ ดร.วรวิทย์ เจริญเลิศ และอาจารย์ ดร.ขวัญรัฐ ส่วนพงษ์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ซึ่งให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งจนสำเร็จเป็นวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้

นอกจากนี้ วิทยานิพนธ์ชิ้นนี้คงไม่อาจสำเร็จลงได้ หากขาดความร่วมมือจากพริตดีทั้ง 11 คน ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก รวมถึงเพื่อน ๆ ทุกคนที่ได้ให้คำแนะนำในการเก็บข้อมูลจนสำเร็จ ลุล่วงไปได้ด้วยดี

ท้ายสุดนี้ ขอขอบพระคุณกำลังใจจากคุณพ่อ คุณแม่ พี่น้องมิตรสหายที่รักทุกคน ที่ได้ส่งพลังและกำลังใจอย่างล้นหลามตลอดช่วงระยะเวลาในการทำวิทยานิพนธ์ รวมถึงพี่ ๆ เจ้าหน้าที่ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือและความอบอุ่นทุกครั้งเสมอมา ความกรุณาและความรู้ที่ได้รับการประสิทธิ์ประสาทจากทุกท่านในครั้งนี้จะได้เป็นแรงผลักดันต่อความตั้งใจที่จะส่งมอบให้ผู้อื่นต่อไป

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

## สารบัญ

หน้า

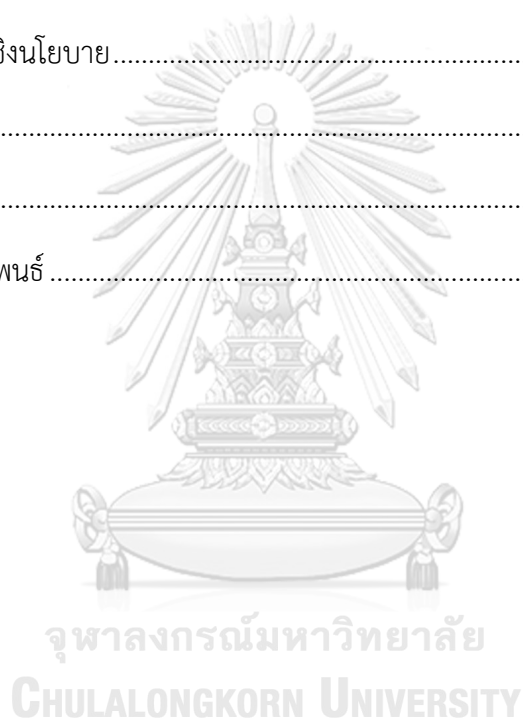
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญแผนภาพ.....	ฏ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของการศึกษา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	4
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
1.4 นิยามศัพท์.....	4
1.5 กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา.....	4
1.6 วิธีการศึกษา.....	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา.....	7
2.1.1 แนวคิดเรื่องทุน (Capital).....	8
2.1.2 แนวคิดเรื่องฮาบิทัส (habitus).....	11
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
2.2.1 งานศึกษาด้านการตัดสินใจเลือกอาชีพ.....	12
2.2.2 งานศึกษาเกี่ยวกับอาชีพปริตตี.....	16
2.2.3 งานศึกษาด้านความงามทางร่างกาย.....	23
บทที่ 3 ผลการศึกษาจากเอกสารเกี่ยวกับปริตตี.....	28

3.1 ความหมายและความเป็นมาของ “พริตตี้” .....	29
3.1.1 ความหมายของ “พริตตี้” .....	29
3.1.2 ความเป็นมาของอาชีพพริตตี้ .....	30
3.2 ความสำคัญของพริตตี้กับสินค้า.....	34
3.3 สาเหตุของการมีพริตตี้ในกิจกรรมทางการตลาด.....	35
3.3.1 บทบาทของอาชีพพริตตี้ .....	36
3.3.2 อิทธิพลของพริตตี้ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค .....	37
3.4 การก้าวสู่อชีพพริตตี้.....	37
3.4.1 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการก้าวสู่อชีพพริตตี้ .....	38
3.4.2 กระบวนการก้าวสู่อชีพพริตตี้.....	39
3.4.3 แรงจูงใจในการเริ่มต้นและโอกาสก้าวสู่อชีพพริตตี้.....	39
3.4.4 วิธีการหางาน.....	40
3.4.5 มาตรฐานของอาชีพพริตตี้.....	41
3.5 คุณสมบัติที่สำคัญของพริตตี้.....	41
3.6 ลักษณะงานและรูปแบบการทำงานของพริตตี้.....	42
3.6.1 ลักษณะทั่วไปของการประกอบอาชีพ .....	42
3.6.2 ลักษณะงานที่ว้าจ้าง .....	43
3.6.3 ความแตกต่างของ “พริตตี้” กับอาชีพอื่น ๆ .....	45
3.7 เครือข่ายทางสังคมของพริตตี้.....	47
3.8 พริตตี้กับบริบทของสังคมไทย .....	47
3.9 วาทกรรมความงามกับอาชีพพริตตี้.....	51
3.9.1 วาทกรรมความงาม.....	51
3.9.2 พริตตี้กับการศัลยกรรมความงาม.....	52



3.9.3 ตำแหน่งบนร่างกายที่พริตตี้นิยมทำศัลยกรรม.....	53
3.9.4 ภาพพัฒนาการการแต่งกายของพริตตี้นในประเทศไทย.....	54
3.10 ปัญหาและอุปสรรคในงานพริตตี.....	67
3.11 ความเสี่ยงของอาชีพพริตตี.....	68
3.12 ภาพรวมเกี่ยวกับอาชีพพริตตี.....	71
บทที่ 4 ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์.....	72
4.1 แหล่งกำเนิดความโน้มเอียงของอุปนิสัย (Habitus).....	76
4.1.1 ครอบครัว.....	76
4.1.2 โรงเรียน.....	80
4.1.3 สื่อมวลชน.....	81
4.2 การเข้าสู่อาชีพพริตตี.....	82
4.2.1 การแนะนำโดยญาติ.....	82
4.2.2 การแนะนำโดยเพื่อนหรือคนรู้จัก.....	83
4.2.3 การหางานจากอินเทอร์เน็ตด้วยตัวเอง.....	83
4.3 การรับและปรับใช้วัฒนธรรมของพริตตี.....	83
4.3.1 รูปแบบการเลือกงานที่ทำ.....	83
4.3.2 วิธีการทำงาน.....	92
4.3.3 การตอบสนองต่อสังคมรอบตัว.....	106
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	111
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	111
5.1.1 ก่อนมาเป็นพริตตี: การก่อรูปและสะสมแนวจริต.....	111
5.1.2 จังหวะก้าวเข้าสู่อาชีพพริตตี: อิทธิพลของคนรอบข้าง.....	113

5.1.3 การสะสมทุนของพรตตี: การเปลี่ยนผ่านจากงาน Public Area ไปสู่งาน Private Area .....	114
5.1.4 การดำรงอยู่ในอาชีพพรตตี: กระบวนการรับและปรับใช้วัฒนธรรม.....	116
5.1.5 การส่งต่อแนวจริตของพรตตี: กระบวนการผลิตซ้ำ (reproduction).....	118
5.2 ข้อจำกัดของการศึกษา.....	119
5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป.....	119
5.4 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย.....	119
รายการอ้างอิง.....	121
ภาคผนวก.....	127
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	131



## สารบัญตาราง

ตารางที่ 1 จุดร่วมและจุดต่างต่อภาพลักษณ์อาชีพปริตต์ผ่านทัศนยะของคนในอาชีพและคนนอกอาชีพ .....	50
--	----



## สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่ 1 สัดส่วนของภาคเศรษฐกิจต่าง ๆ ใน GDP ปี 2559 .....	1
แผนภาพที่ 2 โครงสร้างของภาคเศรษฐกิจไทยในช่วงปี 2543-2559 .....	1
แผนภาพที่ 3 กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับพริตตี้ในช่วงปี 2543-2559 .....	3
แผนภาพที่ 4 ลักษณะของทุนต่าง ๆ ตามแนวคิดปีแอร์ บูดิเยอร์ .....	10
แผนภาพที่ 5 วงจรการทำงานของฮาบิตส์กับทุนประเภทต่าง ๆ .....	12
แผนภาพที่ 6 แนวคิดกระบวนการสื่อสารที่เป็นการสื่อความหมายจากแหล่งข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ .....	28
แผนภาพที่ 7 กระบวนการผลิตแนวจริตสู่ทุนวัฒนธรรมประเภทปัจเจกบุคคล .....	75
แผนภาพที่ 8 การเปลี่ยนผ่านจากแนวจริตสู่ทุนวัฒนธรรมประเภทปัจเจกบุคคล .....	112
แผนภาพที่ 9 การเปลี่ยนผ่านจาก Public Area ไปสู่ Private Area .....	115
แผนภาพที่ 10 ความสัมพันธ์ของรายได้กับการเปิดเผยเรือนร่างและการใช้ทักษะ .....	117

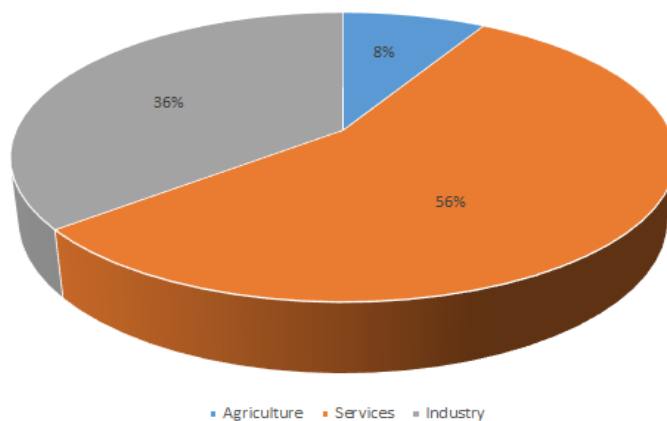
# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญของการศึกษา

ในปัจจุบันภาคบริการมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการขับเคลื่อนภาคเศรษฐกิจของไทย กิจกรรมหลายกิจกรรมในภาคบริการมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ดังจะเห็นได้จากสัดส่วนของภาคเศรษฐกิจต่าง ๆ ของไทย ในปี 2559 จากรายงานตัวชี้วัดสำหรับภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก ประจำปี 2560 ที่ธนาคารเพื่อการพัฒนาเอเชีย (Asian Development Bank) ได้เผยแพร่ฉบับล่าสุด พบว่า สัดส่วนของภาคเกษตร คิดเป็นร้อยละ 8 ภาคบริการ ร้อยละ 56 และภาคอุตสาหกรรม ร้อยละ 36 ของสัดส่วนทั้งหมด ซึ่งจะเห็นว่า ภาคบริการนั้นมีสัดส่วนที่ใหญ่ที่สุด ดังแสดงให้เห็นในแผนภาพที่ 1

แผนภาพที่ 1 สัดส่วนของภาคเศรษฐกิจต่าง ๆ ใน GDP ปี 2559

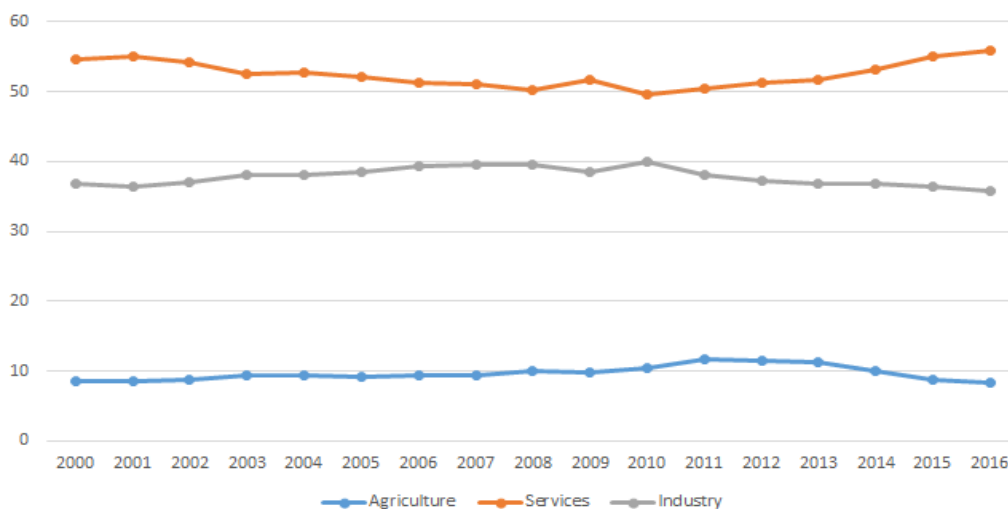


ที่มา: Key Indicators

for Asia and the Pacific 2017, Asian Development Bank

จากแผนภาพที่ 2 จะเห็นได้ว่า นับตั้งแต่ปี 2553 เป็นต้นมา ภาคบริการได้มีการขยายตัวสวนทางกับภาคเกษตรและภาคอุตสาหกรรม นั่นทำให้เห็นถึงแนวโน้มที่สำคัญว่า แรงงานไทยได้เติบโตและเคลื่อนเข้าสู่ภาคบริการอย่างต่อเนื่อง

แผนภาพที่ 2 โครงสร้างของภาคเศรษฐกิจไทยในช่วงปี 2543-2559



ที่มา:  
Key

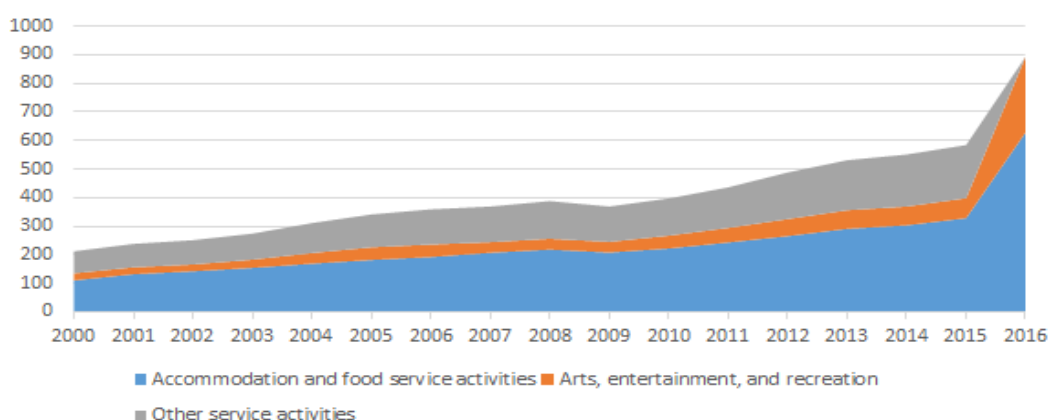
Indicators for Asia and the Pacific 2017, Asian Development Bank

แรงงานประเภทหนึ่งในภาคบริการที่น่าสนใจ ได้แก่ อาชีพ “พริตตี้” ซึ่งเป็นตลาดแรงงานที่มีพลวัตสูงและมีพัฒนาการของรูปแบบการทำงานที่มีความหลากหลายและมีการขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว ในด้านหนึ่ง สะท้อนให้เห็นถึงอุปสงค์หรือความต้องการของผู้บริโภคต่อรูปแบบการซื้อบริการในลักษณะที่แตกต่างจากในอดีต อันเป็นผลมาจากการเปลี่ยนผ่านในรูปแบบของทุนเศรษฐกิจในมือและการเติบโตขึ้นของเทคโนโลยีที่ช่วยอำนวยความสะดวกและนำพาสิ่งทดแทนทั้งในการทำงานและชีวิตส่วนตัวของผู้คนในปัจจุบัน แต่ในอีกด้านหนึ่ง ผู้คนกลับโยกหาความเต็มอ้อมภายใน แม้เทคโนโลยีจะทดแทนความเป็นอยู่ภายนอกได้ แต่การบำบัดภายในกลับเป็นสิ่งที่เทคโนโลยีไปไม่ถึง และในเวลา นี้ ก็ยังไม่มีสิ่งใดที่สามารถทำได้ดีกว่า “มนุษย์” ด้วยกัน เราจะพบว่าในปัจจุบัน คนจำนวนมากเป็นโรคทางความเหงา โรคเครียดตาย หรือแม้กระทั่งโรคซึมเศร้า ในอัตราที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ความขาดแคลนการเติมเต็มทางใจที่เพิ่มสูงขึ้นในปัจจุบัน ได้นำมาซึ่งกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนรูปแบบไป และมีความหลากหลายขึ้น ดังเช่นรูปแบบงานในวงการพริตตี้

จากการศึกษาการสร้างความหมายของพริตตี้ในอุตสาหกรรมรถยนต์โดยสื่อมวลชนของ กมลวรรณ ชุมทรัพย์ (2548) พบว่า ความหมายของพริตตี้ที่ขึ้นอยู่กับการควบคุมความหมายของผู้ผลิต 3 กลุ่ม ได้แก่ บริษัทรับจัดงาน ผู้ประกอบอาชีพพริตตี้ และสื่อมวลชน ทำให้ “พริตตี้” มักถูกให้ความหมายในลักษณะที่เป็นตัวแทนของสินค้า หรือเป็นสัญลักษณ์ของสินค้าประเภทต่าง ๆ ในท้องตลาด ซึ่งมักจะต้องมีรูปร่างหรือบุคลิกลักษณะของตัวพริตตี้ที่เป็นตัวแทนสื่อความหมาย ดังเช่นพริตตี้รถยนต์ยี่ห้อต่าง ๆ ในงานมอเตอร์โชว์ หรือพริตตี้จะต้องทำหน้าที่ในการแนะนำสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่จะต้องสะท้อนภาพลักษณ์ของสินค้าเหล่านั้น ซึ่งเราจะพบพริตตี้ได้ตามห้างสรรพสินค้า หรือสถานที่จัดงาน Event ต่าง ๆ แต่งานในอีกลักษณะหนึ่งของพริตตี้ ที่มักมิได้ถูกกล่าวถึงอย่างกว้างขวาง คืองานที่พริตตี้จะต้องทำหน้าที่เป็น “เพื่อน” ให้กับลูกค้า โดยงานเป็นเพื่อนไป “ทานข้าว” กับลูกค้า หรืองาน “เอ็นเตอร์เทนต์” ลูกค้า ซึ่งเป็นหนึ่งในรูปแบบงานของพริตตี้ที่ต้องอาศัยความใกล้ชิดระหว่างพริตตี้กับลูกค้าสูงกว่างานเป็นผู้แทนในการนำเสนอสินค้าทั่วไป พริตตี้ที่รับงานในลักษณะนี้จะมีหน้าที่บำบัดความต้องการทางใจ หรือคอยทำหน้าที่เป็นผู้รับฟังในสิ่งที่ลูกค้า

ต้องการจะเล่าหรือระบาย รายได้ส่วนใหญ่จึงมักขึ้นอยู่กับระดับความพึงพอใจในการให้บริการของพริตตี้คนนั้น ๆ และโดยกิจกรรมที่เพิ่มขึ้นดังกล่าวมีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจต่าง ๆ ในภาคบริการ ด้วยรูปแบบงานจะต้องอาศัยสถานประกอบการด้านการบริการเป็นตัวกลางในการพบปะหรือทำกิจกรรมร่วมกับลูกค้า ทำให้กิจกรรมในลักษณะดังกล่าวยังได้ช่วยเพิ่มการหมุนเวียนและการขยายตัวของเศรษฐกิจโดยรวมอีกด้วย ดังจะเห็นได้จากการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของกิจกรรมทางเศรษฐกิจในด้านโรงแรมที่พัก อาหาร การพักผ่อนหย่อนใจ และนันทนาการ ตามแผนภาพที่ 3

แผนภาพที่ 3 กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับพริตตี้ในช่วงปี 2543-2559



ที่มา: Key Indicators for Asia and the Pacific 2017, Asian Development Bank

แต่ด้วยภาพลักษณ์ภายนอกของพริตตี้ ที่มีแรงดึงดูดความสนใจต่อแรงขับภายในอย่าง ความต้องการทางเพศ ทำให้อาชีพพริตตี้เป็นหนึ่งในอาชีพที่ต้องใช้ทักษะอย่างเข้มข้นในการเอาตัวรอด โดยในการทำงานในรูปแบบนี้จะต้องอาศัยความใกล้ชิดของพริตตี้ซึ่งเป็นผู้ให้บริการกับลูกค้าซึ่งเป็นผู้รับบริการในระดับที่มีความเป็นส่วนตัวสูงมาก และการต้องเผชิญหน้าด้วยความใกล้ชิดดังกล่าวจะต้องอาศัยโครงสร้างภายในที่มีลักษณะยืดหยุ่น ทำให้ตัวแบบที่มีลักษณะเป็นโครงสร้างที่อยู่ภายในตัวคนอย่างระบบความโน้มเอียงของอุปนิสัย (Habitus) หรือแนวจริต ตามแบบที่ปีแอร์ บูดีเยอร์ได้กล่าวไว้ในหนังสือ Outline of a Theory of Practice (Bourdieu, 1977) ว่าเป็นโครงสร้างของการปฏิบัติและการสร้างภาพแทนความจริงของผู้กระทำกรนั้น มีความสำคัญอย่างยิ่ง และเมื่อเป็นเช่นนี้จึงมีความน่าสนใจว่า กิริยาภายนอกกับกิริยาภายในของพริตตี้จะต้องมีความสอดคล้องหรือขัดแย้งกัน เพื่อให้กิจกรรมที่ต้องกระทำระหว่างการทำงานสามารถดำเนินไปได้ แนวจริตอันเป็นแบบแผนของโลกทัศน์ภายในที่ส่งผลต่อพฤติกรรมภายนอกจะมีผลอย่างไรต่อการปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวพริตตี้กับลูกค้า ระดับความเข้มข้นของรูปแบบงานจะมีที่มาจากแบบแผนพฤติกรรมหรือแนวจริตที่สั่งสมมาอย่างไร และแนวจริตดังกล่าวจะมาจากโครงสร้างความสัมพันธ์แบบใดก่อนเริ่มการเข้าสู่วงการ รวมถึงความชอบส่วนบุคคลหรือที่อยู่ของอารมณ์เป็นผลจากการสั่งสมจากโครงสร้างส่วนบนจนกลายเป็นทุนส่วนปัจเจกบุคคล ทั้งยังส่งผลต่อการเพิ่มระดับความเข้มข้นของรูปแบบงานหรือไม่ จึงเป็นสิ่งที่เราจะได้ติดตามต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาการสะสมแนวจิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่อาชีพพริตตี้
2. เพื่อศึกษารูปแบบการเลือกงานที่ทำ วิธีการทำงาน และการตอบสนองต่อสังคมรอบตัวของพริตตี้

## 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่อาชีพของพริตตี้ในปัจจุบัน และสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการผลิตแนวจิตที่พึงปรารถนาต่อไป
2. ทำให้ทราบถึงรูปแบบการเลือกงานที่ทำ วิธีการทำงาน และการตอบสนองต่อสังคมรอบตัวของพริตตี้ และสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มทางเลือกให้กับอาชีพพร้อมทั้งสกัดกั้นการค้าบริการทางเพศซึ่งยังเป็นอาชีพที่ผิดกฎหมายในสังคมไทย

## 1.4 นิยามศัพท์

**พริตตี้** หมายถึง ผู้หญิงที่ประกอบอาชีพเกี่ยวกับการแนะนำสินค้า การส่งเสริมการขาย การทานข้าว ดูภาพยนตร์ เป็นเพื่อนเที่ยว หรือประกอบกิจกรรมตามที่ตกลงกันกับลูกค้า (ไม่รวมงานให้บริการทางเพศ)

**แนวจิต** หมายถึง การแสดงออกทางกิริยา ท่าทาง ทศนคติที่แสดงออกทางกายภาพ การวางท่าที เป็นระบบความโน้มเอียงของอุปนิสัยที่มีผลมาจากวิถีแห่งการเป็นอยู่ เป็นสภาวะแห่งความเคยชินและเป็นเงื่อนไขล่องหน้าของแนวโน้มศักยภาพ

**งานสวัสดิ** หมายถึง งานที่พริตตี้เข้าไปแนะนำตัวกับลูกค้า โดยเริ่มแนะนำตนเองตั้งแต่ชื่อนามสกุล ประวัติการศึกษา รวมถึงการตอบคำถามเกี่ยวกับตนเองที่ลูกค้าถามหรือต้องการทำความรู้จัก

**งานโกหกพ่อแม่** หมายถึง งานที่พริตตี้รับทำตามข้อเสนอของลูกค้า เช่น แกล้งเป็นแฟนลูกค้าโดยการไปทำความรู้จักกับพ่อแม่ของลูกค้า หรือการแกล้งเป็นแฟนลูกค้าโดยถือหมอนให้กับลูกค้าซึ่งบวชเป็นนาคในงานบวช

**งานเลี้ยงดู** หมายถึง งานที่พริตตี้แลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ทางเพศกับลูกค้า โดยได้รับค่าตอบแทนเป็นเงินเดือนตามจำนวนที่ตกลงกัน

## 1.5 กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา

พริตตี้ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 11 คน ที่รับงานประเภทต่าง ๆ โดยแบ่งเป็นจำนวนต่อประเภทงานได้ดังนี้

1. งานเชียร์เบียร์ คือ งานเชียร์ขายสินค้าประเภทเบียร์ยี่ห้อต่าง ๆ จำนวน 5 คน
2. งาน PC (Product Consultant) คือ งานให้คำแนะนำเกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์หรือสินค้าต่าง ๆ จำนวน 7 คน



3. งาน Events คือ งานเปิดตัวแนะนำสินค้าใหม่ หรืองานเปิดร้านใหม่ จำนวน 8 คน
4. งาน MC (Master of ceremony) คือ งานที่ทำหน้าที่เป็นพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการตามวัตถุประสงค์ของงาน จำนวน 9 คน
5. งานสวัสดี คือ งานที่เข้าไปแนะนำตัวเองกับลูกค้า จำนวน 7 คน
6. งานทานข้าว คือ งานที่ไปทานข้าวกับลูกค้าตามสถานที่ต่าง ๆ จำนวน 8 คน
7. งานเอ็นเตอร์เทนเมนต์ คือ งานที่ไปร่วมกิจกรรมในงานปาร์ตี้ ร้องคาราโอเกะ หรือเป็นเพื่อนเกี่ยวกับลูกค้า จำนวน 8 คน

เนื่องจากพรีตตี้ 1 คนจะมีการรับงานในหลายประเภท จากพรีตตี้ที่ทำงานทั้ง 7 ประเภท จึงได้เลือกทำกรณีศึกษาทั้งหมด 11 คน โดยอ้างอิงจากแนวคิดการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยเชิงคุณภาพของ Bonnie K. Nastasi และ Stephen L. Schensul ที่ให้หลักการไว้ว่า การทำวิจัยโดยเลือกใช้กรณีศึกษา (Case Study) ควรเลือกกรณีศึกษาประมาณ 10 คน แต่หากข้อมูลที่ได้มีความอึดตัว คือ ข้อมูลปรากฏการณ์มีความชัดเจนและไม่มีการเปลี่ยนแปลงในสาระสำคัญแล้วสามารถใช้ข้อมูลที่น้อยกว่าได้

วิธีการสุ่มได้เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) คือ เลือกพรีตตี้ที่เคยรับงานสวัสดี เนื่องจากพรีตตี้ที่เคยเข้าสู่งานสวัสดี ทั้งหมดจะต้องเคยผ่านงานพรีตตี้ในรูปแบบทั่วไป เช่น PC Events หรือ MC มาก่อน ในขณะที่เดียวกัน ก็มีแนวโน้มที่จะรับงานในระยะต่อไปด้วย เช่น งานทานข้าว งาน Entertain หรือ งาน VIP ซึ่งจะทำให้งานวิจัยได้ข้อมูลงานในวงการพรีตตี้ภาพกว้าง รวมถึงเห็นถึงที่มาหรือพัฒนาการของแนวคิดที่เหมือนหรือแตกต่างกันของการเลือกและรับงาน รวมถึงการดำรงอยู่ในวงการของพรีตตี้ในแต่ละรูปแบบงาน โดยใช้วิธีแบบ Snowball คือ เริ่มจากพรีตตี้ที่รู้จักและให้ช่วยแนะนำเพื่อนพรีตตี้คนอื่น ๆ ต่อไป ทั้งนี้ ในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งจัดว่าเป็นพื้นที่ใจกลางของประเทศที่มีความเป็นพลวัตและมีความหลากหลายของกิจกรรมทางเศรษฐกิจสูง จึงเป็นที่มาของการเลือกกรุงเทพมหานครให้เป็นขอบเขตด้านพื้นที่ของแหล่งข้อมูล เพื่อให้สามารถทำความเข้าใจการเติบโตและการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบของกิจกรรมการผลิตและการบริโภคที่อยู่ภายใต้โครงสร้างของเศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรมที่มีความซับซ้อนนั่นเอง

## 1.6 วิธีการศึกษา

ในงานวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้วิธีการศึกษาในเชิงคุณภาพ (Qualitative Study) โดยการสัมภาษณ์กลุ่มบุคคลที่ศึกษาแบบเจาะลึก (In-depth interview) คือ การตั้งคำถามเพื่อเจาะลึกในคำตอบอย่างละเอียดถี่ถ้วน โดยเริ่มจากการสร้างความสัมพันธ์อันดีเพื่อให้เกิดบรรยากาศที่ผ่อนคลายและสร้างความไว้วางใจให้กับผู้ถูกสัมภาษณ์ก่อนการสนทนา ทั้งแสดงที่ท่าในการเคารพต่อผู้ให้ข้อมูล รับฟังอย่างเป็นกลาง ไม่ตัดสินหรือใส่ความคิดเห็นของตนเองลงไป จากนั้นจึงเข้าเรื่องการสนทนาอย่างมีจุดมุ่งหมาย ผ่านการใช้แนวคำถาม (Interview Guideline) เป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์ โดยมีแนวคำถามมาจากสมมติฐานของงานวิจัยที่ว่า แนวจริตเป็นผลจากการสังสมประสบการณ์ การเลี้ยงดูสภาพแวดล้อม และรูปแบบการใช้ชีวิตที่ผ่านมาอย่างยาวนาน จึงได้ทำแนวคำถามย้อนกลับไปในช่วงวัยเด็กกว่าจะมีการเติบโตมาอย่างไร ผ่านรูปแบบโครงสร้างเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมอย่างไร จวบจนถึงก่อนเข้าสู่อาชีพพรีตตี้ ว่าเคยทำอะไร และถูกชักชวนโดยใคร จนเมื่อเข้าสู่อาชีพพรีตตี้แล้ว มีการ

ปรับตัวและได้สั่งสมทุนเศรษฐกิจ ทุนวัฒนธรรม ทุนสัญลักษณ์ และทุนสังคมเพิ่มขึ้น พร้อมทั้งมีการดำรงอยู่ในอาชีพและสังคมอย่างไร ทั้งนี้ ได้แบ่งการศึกษาที่สำคัญออกเป็น 3 ส่วน คือ

**1. ศึกษาจากเอกสาร หนังสือ งานวิจัย และบทความ** ได้แก่ หนังสือและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสั่งสมแนวจริต โดยเนื้อหาหลักจะอยู่ในหนังสือที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีของปีแอร์ บูดีเยอร์ (Pierre Bourdieu) ได้แก่ หนังสือ Outline of a Theory of Practice (1977) ที่พูดถึงแนวคิดของฮาปีทัสและทฤษฎีว่าด้วยการปฏิบัติ หนังสือ The Logic of Practice (1990) ที่อธิบายเนื้อหาของทฤษฎีว่าด้วยการปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมมากขึ้น และหนังสือ Culture and Power: The Sociology of Pierre Bourdieu (1997) ที่เสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นเชิงวัฒนธรรม ในขณะที่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพริตตี้ ได้ทำการศึกษาผ่านงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งการเลือกอาชีพ ความงาม พัฒนาการของอาชีพและบริบททางเศรษฐกิจและสังคม

**2. สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหรือกลุ่มตัวอย่าง** ได้แก่ พริตตี้ที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 11 คน ผ่านการแนะนำโดยเพื่อน ซึ่งเป็นพริตตี้ที่มีประสบการณ์กว่า 10 ปีในวงการและมีความเชี่ยวชาญมาก่อนแล้ว

โดยในการจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด ได้นำบันทึกการสัมภาษณ์ และเครื่องบันทึกเสียง มาลำดับความเพื่อให้ได้เนื้อหาตรงตามประเด็นหัวข้อที่จะศึกษาค้นคว้า โดยวิเคราะห์ข้อมูลผ่านกรอบแนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดของพริตตี้ โดยก่อนที่จะมาเป็นแนวคิดจะต้องมีการสะสมทุนของจิตมาก่อน ซึ่งทุนของจิตโดยทฤษฎี เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ทุนวัฒนธรรมประเภทปัจเจกบุคคล ซึ่งจะปรากฏอยู่ในแนวคิดเรื่องทุน (Capital) ของปีแอร์ บูดีเยอร์ ทั้งนี้ทุนวัฒนธรรมประเภทปัจเจกบุคคลยังมีความเกี่ยวข้องกับฮาบิตัส (Habitus) หรือตัวแบบของโครงสร้างที่อยู่ภายในตัวบุคคล ก่อนการแสดงออกผ่านทางกายภาพ มาเป็นบุคลิกภาพ ทศนคติ หรืออุปนิสัย กล่าวคือฮาบิตัสยังเป็นแหล่งกำเนิดก่อนการมาเป็นทุนวัฒนธรรมประเภทปัจเจกบุคคลอีกทีหนึ่ง ดังนั้นความสัมพันธ์ของฮาบิตัสก่อนมาเป็นทุนวัฒนธรรมประเภทปัจเจกบุคคล และก่อนที่ทุนวัฒนธรรมประเภทปัจเจกบุคคลจะได้กลายร่างหรือถูกนำไปแลกเปลี่ยนเป็นทุนประเภทอื่น ๆ ตามที่ปีแอร์ บูดีเยอร์ได้กล่าวถึงไว้ จึงต้องได้รับการทำความเข้าใจเสียก่อน จึงทำให้แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาหลักในงานนี้ ได้แก่

- แนวคิดเรื่องทุน (Capital) ของปีแอร์ บูดีเยอร์
- แนวคิดเรื่องฮาบิตัส (Habitus) ของปีแอร์ บูดีเยอร์

นอกจากนี้ ในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับพริตตี้ และการเลือกอาชีพของพริตตี้ ก็ยังต้องศึกษาผ่านงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

- งานศึกษาด้านการตัดสินใจเลือกอาชีพ
- งานศึกษาที่เกี่ยวกับอาชีพพริตตี้
- งานศึกษาด้านความงามทางร่างกาย

โดยจะได้นำเสนอแต่ละหัวข้อ ดังต่อไปนี้

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

เนื่องจากแนวคิด (Habitus) หรือความโน้มเอียงของอุปนิสัย ที่แสดงออกผ่านแนวทางปฏิบัติ กิริยาท่าทาง และการพูดจา นั้น เป็นการสั่งสมมาจากการประสบการณ์ การเลี้ยงดู สภาพแวดล้อม และรูปแบบการใช้ชีวิตที่ผ่านมา ซึ่งฮาบิตัสนับเป็นจุดกำเนิดก่อนการกลายมาเป็นทุนวัฒนธรรมในรูปแบบปัจเจกบุคคล อันจะถูกนำไปใช้แลกเปลี่ยนเป็นทุนเศรษฐกิจ ทุนสังคม และทุนสัญลักษณ์ และทุนวัฒนธรรมประเภทอื่น ๆ ทั้งนี้ กระบวนการทำงานของทุนประเภทต่าง ๆ ยังส่งผลต่อกันในทุกช่วงขณะของการสะสมและการแลกเปลี่ยนกันเสมอ ในที่นี้ จึงจะได้นำเสนอลักษณะของทุนแต่ละประเภทรวมถึงลักษณะของฮาบิตัส ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นในการสะสมทุนของพริตตี้และมีอิทธิพลต่อการก้าวเข้าสู่อาชีพของพวกเธอต่อไป

### 2.1.1 แนวคิดเรื่องทุน (Capital)

ทุน (capital) ในทัศนะของบูร์ดิเยอได้แบ่งออกเป็นทุนประเภทต่าง ๆ ดังนี้ (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2551)

1) **ทุนเศรษฐกิจ (economic capital)** คือทุนที่อยู่ในรูปแบบของทรัพย์สินที่สามารถจับต้อง ครอบครองได้อย่างเป็นรูปธรรม และมีมูลค่าในทางเศรษฐกิจ เช่น เงินทอง อาคารบ้านเรือน รถยนต์ หุ่น สินค้าทรัพย์สินรูปแบบต่าง ๆ ทั้งสังหาริมทรัพย์และอสังหาริมทรัพย์ โดยทุนในประเภทนี้เป็นทุนที่สามารถคิดคำนวณปริมาณที่แน่นอน และสามารถระบุรูปแบบที่แน่ชัดได้ เช่น เงินสดในธนาคาร เครื่องจักร ที่ดิน ฯลฯ โดยทุนประเภทนี้จะปรากฏใน “แควดวง” (field) เศรษฐกิจ แต่สามารถมีการโยกย้ายไหลซึมผ่านไปยัง “แควดวง” (field) อื่น ๆ ได้

2) **ทุนวัฒนธรรม (cultural capital)** บูร์ดิเยอแบ่งรูปแบบย่อยของทุนวัฒนธรรมออกเป็น 3 รูปแบบคือ

- **objectified form** ได้แก่ ทุนวัฒนธรรมในรูปแบบของวัตถุที่ปัจเจกบุคคลสามารถครอบครองเป็นเจ้าของได้ กล่าวคือการทำให้อำนาจวัฒนธรรมแก่วัตถุบางประเภท เช่น หนังสือ งานเขียน ภาพวาด งานศิลปะ เพลง ฯลฯ วัฒนธรรมต่าง ๆ ถูกสร้างให้กลายเป็นทุน และการให้ค่าวัตถุต่าง ๆ จนกลายเป็นทุนที่สามารถเปลี่ยนให้เป็สิ่งที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ ขึ้นอยู่กับผู้ให้ค่าหรือผู้ผลิตวัฒนธรรมในแต่ละสังคม โดยอาจแตกต่างกันขึ้นอยู่กับบริบทของแต่ละวัฒนธรรม

- **institutionalized form** ได้แก่ ทุนวัฒนธรรมที่อยู่ในรูปแบบของสถาบัน ตัวอย่างที่เด่นชัดของทุนทางวัฒนธรรมในรูปแบบนี้ คือการศึกษา โดยระบบการศึกษาได้ถูกยึดโยงกับค่านิยมทางสังคมอื่น ๆ เช่น การให้ค่ากับบางสถาบันการศึกษา บางสาขาอาชีพ ทุนทางวัฒนธรรมรูปแบบนี้จะถูกให้ค่าโดยการรับประกันในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การสอบวัดผลความรู้ ใบประกาศนียบัตร กล่าวคือการศึกษาถูกทำให้กลายเป็นเครื่องหมายรับประกันการมีทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถแปรเปลี่ยนไปสู่การตอบแทนในรูปแบบของทุนชนิดอื่น ๆ อย่างเช่นทุนเศรษฐกิจ ในรูปแบบของเงินเดือน หรือค่าตอบแทน

- **embodied form** ได้แก่ สมรรถนะด้านวัฒนธรรมของปัจเจกบุคคล เช่น ความสามารถ ความรอบรู้ การมีบุคลิกที่สง่างาม คือการแสดงออกทั้งทางร่างกายและจิตใจในชีวิตประจำวัน โดยเกิดการสั่งสมกลายเป็นอุปนิสัยของปัจเจกบุคคล และต้องอาศัยระยะเวลาในการก่อร่างสร้างตัวผ่านกระบวนการทัศน์ ค่านิยม การขัดเกลาทางสังคม โดยทุนทางวัฒนธรรมรูปแบบนี้มีความคล้ายคลึงกับแนวคิดเรื่อง ฮาบิทัส (habitus) แต่ฮาบิทัสนั้น พุดถึงความโน้มเอียงของอุปนิสัยของปัจเจกบุคคลโดยอยู่เหนือการควบคุมของกฎเกณฑ์ต่าง ๆ เช่น การมีความรักในด้านศิลปะ จึงทำให้เกิดการเรียนรู้ฝึกฝน และสั่งสมประสบการณ์ จนมีฝีมือด้านศิลปะ ซึ่งเรียกว่าฮาบิทัส แต่ในขณะต่อมา ฮาบิทัสที่มีคือฝีมือด้านศิลปะดังกล่าวทำให้สามารถจำหน่ายผลงานศิลปะและเป็นศิลปินที่มีชื่อเสียง หรือเป็นนักเขียนคอลัมน์ในนิตยสารทำให้มีรายได้ ส่วนหลังนี้คือทุนวัฒนธรรมแบบ embodied form คือการเกิดมูลค่าจากฮาบิทัสของบุคคลนั้น ๆ

**3) ทุนสัญลักษณ์ (symbolic capital)** ทุนประเภทนี้ บูร์ดิเยอให้นิยามว่าเป็น สถานภาพทางสังคม ชื่อเสียง การได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่น ๆ ในสังคม ที่ทำให้เจ้าของทุนเกิดความได้เปรียบหรือได้รับประโยชน์บางประการ ทุนประเภทนี้จะขึ้นอยู่กับบริบท กระบวนทัศน์ ค่านิยมต่าง ๆ ในแต่ละสังคม เช่น ในบางสังคมเลือกที่จะให้ค่ากับบางสาขาอาชีพ และรังเกียจบางสาขาอาชีพ ดังจะเห็นได้อย่างในปัจจุบัน ค่านิยมในสังคมไทยให้คุณค่ากับอาชีพแพทย์ เป็นอาชีพที่มีเกียรติมีคุณค่า ในขณะที่ตราหน้าว่าอาชีพค้าบริการทางเพศเป็นอาชีพที่น่ารังเกียจ ไม่ได้รับการยอมรับ

โดยโครงสร้างทางสังคม (เศรษฐกิจ สถานภาพทางชนชั้น การเปรียบเทียบความแตกต่างของแต่ละชนชั้น การให้คุณค่ากับคนบางกลุ่ม) ได้กลายเป็นอำนาจเชิงสัญลักษณ์ (symbolic power) ที่ถูกหล่อหลอมและผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมผ่านการขัดเกลาทางสังคม ส่งผลให้ตัวโครงสร้างทางสังคมส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ของปัจเจกบุคคลให้เป็นที่ยอมรับในสังคมนั้น ๆ ผ่านรูปแบบการแสดงออกเชิงสัญลักษณ์ที่เป็นตัวแทนของแต่ละชนชั้น เช่น การใช้สินค้าแบรนด์เนม แนวนเพลง อาหาร ฯลฯ อย่างไรก็ตาม อำนาจเชิงสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในแต่ละสังคม สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ตามบริบททางสังคมวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของสังคมนั้น ๆ

**4) ทุนสังคม (social capital)** ทุนทางสังคมในทัศนะของบูร์ดิเยอ ได้ให้ความหมายไว้ว่าเป็นเครือข่ายทางสังคม (social network) ความสัมพันธ์ของปัจเจกบุคคลกับสถาบันต่าง ๆ ในสังคม ที่ถือเป็นทรัพยากรอย่างหนึ่ง ซึ่งสามารถเอื้อประโยชน์ให้กับปัจเจกบุคคลในด้านต่างๆ โดยทุนสังคมของปัจเจกบุคคลสามารถพบได้ในชีวิตประจำวัน เช่น เพื่อนร่วมรุ่น เครือข่ายกลุ่มองค์กรต่าง ๆ โดยการเข้าถึงทุนสังคมต่าง ๆ และการนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์กับเจ้าของทุนนั้น ขึ้นอยู่กับความสามารถของปัจเจกบุคคลในการเชื่อมโยงทุนสังคมที่มีอยู่รอบตัวมาใช้ให้เกิดประโยชน์

กล่าวได้ว่าทุนในทัศนะของบูร์ดิเยอนั้นแม้จะแบ่งออกเป็น 4 ประเภท แต่จะเห็นได้ว่าในทุนทุกประเภทมีความเชื่อมโยงและเคลื่อนย้ายไปมาระหว่างกัน เช่น การมีทุนทางวัฒนธรรม ในรูปแบบ institutionalised form ที่ดีจะสามารถนำไปสู่การมีทุนเศรษฐกิจ (เงินเดือนหรือค่าตอบแทน) ทุนสัญลักษณ์ (สถานภาพทางสังคม) ที่ดี การเข้ารับการศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในสังคมมากกว่าการเรียนในสายอาชีพ หรือการมีทุนเศรษฐกิจที่ดี ทำให้สามารถแสวงหาหรือมีโอกาสเข้าถึงทุนวัฒนธรรม (ระบบการศึกษาที่ดี) ซึ่งจะช่วยให้สามารถพัฒนาสมรรถนะของปัจเจกบุคคล (embodied form) นำไปสู่การมีทุนสัญลักษณ์ (symbolic capital) การสร้างสถานภาพ การได้รับการยอมรับทางสังคม และการมีสถานภาพทางสังคมที่ดี ย่อมทำให้สามารถเข้าถึงเครือข่ายทางสังคม และดึงเอาทุนทางสังคม (social capital) มาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้มากกว่ากลุ่มที่ไม่สามารถเข้าถึงได้

แผนภาพที่ 4 ลักษณะของทุนต่าง ๆ ตามแนวคิดปีแอร์ บูดีเยอร์



นอกจากทุนเศรษฐกิจ ทุนวัฒนธรรม ทุนสัญลักษณ์ และทุนสังคม ที่ได้กล่าวไปนั้น ปีแอร์ บูดีเยอร์ ยังได้กล่าวถึงทุนในอีก 2 ประเภท ได้แก่ ทุนร่างกาย (Body Capital) และทุนการเมือง (Political Capital) อีกด้วย โดย สุนีย์ ประสงค์บัณฑิต (2553) ได้กล่าวถึงการศึกษาเรื่องร่างกายของบูดีเยอร์ไว้ว่า แนวคิดเรื่องร่างกายมีความเชื่อมโยงกับแนวคิด Habitus เนื่องจาก Habitus นั้นส่วนใหญ่ได้มาจากการเรียนรู้ของร่างกายแทบทั้งสิ้น โดยแบ่งออกได้เป็น 2 แง่มุมใหญ่ ได้แก่ แง่มุมแรก คือ ความรู้ในการใช้ร่างกายของบุคคล โดยวิธีการใช้ร่างกายนั้นมีได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หากแต่เกิดมาจากการหล่อหลอมจนกลายเป็น Habitus ของบุคคล ในขณะที่แง่มุมที่สอง คือ วิธีการใช้ร่างกายที่ถูกหลอมรวมเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของร่างกาย เช่น ความถนัดในการพันผ้าโพกศีรษะ หรือความสามารถนั่งพับเพียบได้อย่างยาวนานของคนไทยในชนบท เป็นต้น ในขณะที่ รุ่งนภา ยรรยงเกษมสุข (2550) ได้กล่าวถึง ทุนการเมือง ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของทุนสัญลักษณ์ และสัญลักษณ์หนึ่งของทุนการเมือง คือ ชื่อเสียง ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานความน่าเชื่อถือ การรับรู้ และการเห็นคุณค่า การมีทุนการเมืองทำให้มีอำนาจเชิงสัญลักษณ์ ซึ่งคืออำนาจที่ผู้คนยินยอมที่จะยอมรับผู้ใช้อำนาจเชิงสัญลักษณ์นั้น คนที่มีอำนาจเชิงสัญลักษณ์จึงสร้างความน่าเชื่อถือ (credit) ความไว้วางใจ (entrust) ให้กับตนเองด้วยการสร้างความไว้นับถือ (trust) อำนาจเชิงสัญลักษณ์จึงเป็นอำนาจที่ดำรงอยู่เนื่องจากผู้คนที่ยอมรับในอำนาจเชิงสัญลักษณ์นั้นเชื่อว่ามีอยู่จริง

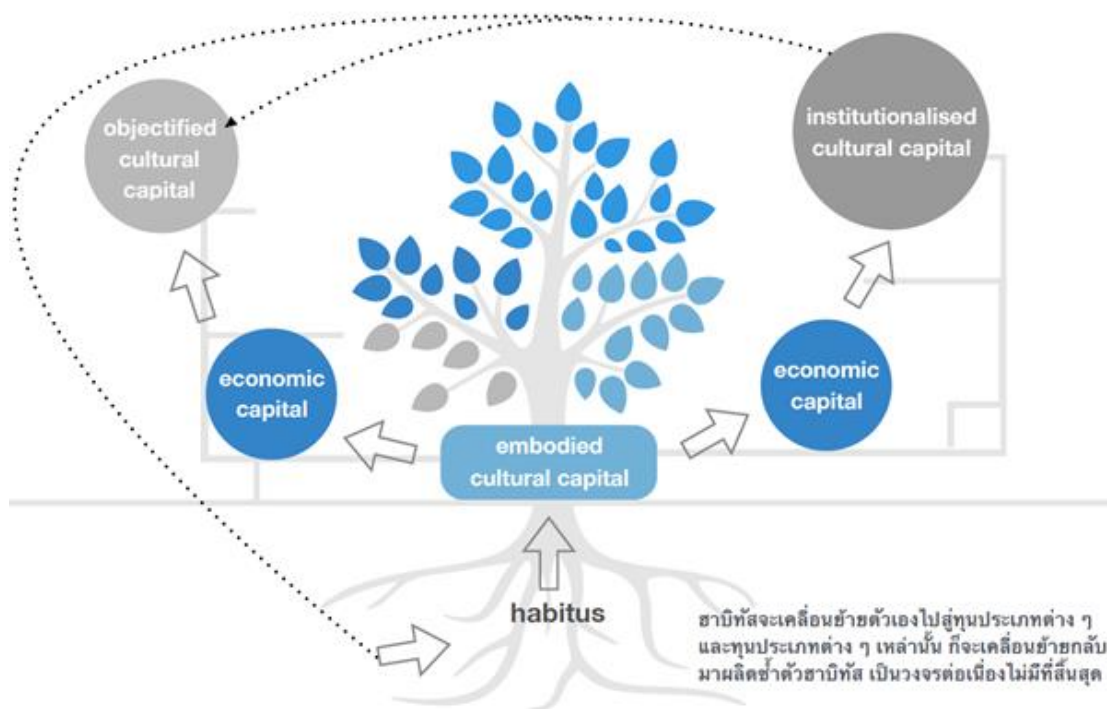
### 2.1.2 แนวคิดเรื่องฮาบิตัส (habitus)

บูร์ดิเยอได้ให้คำนิยามคำว่าฮาบิตัสไว้ในหนังสือ Outline of a Theory of Practice (Bourdieu, 1977) ว่า ฮาบิตัส คือความโน้มเอียงทางอุปนิสัย (disposition) ที่ได้จากการสั่งสมการเรียนรู้และประสบการณ์ทางร่างกาย จนกลายเป็นระดับโครงสร้างภายใน มีการเปลี่ยนแปลงระดับเพิ่มขึ้นจากการสั่งสมประสบการณ์ ฮาบิตัสปราศจากการถูกควบคุมจากกฎเกณฑ์ เกิดจากการรับสิ่งที่อยู่ภายนอก เข้ามาสู่ภายใน หรือการรับวัฒนธรรมเข้ามาในตัวเรา (embodiment) โดยฮาบิตัสมีคุณสมบัติ 6 ประการ ได้แก่

- 1) ฮาบิตัสเป็นความโน้มเอียงทางอุปนิสัย คือมีแนวปฏิบัติอันเป็นผลสืบเนื่องมาจากอดีต ผ่านการสั่งสมประสบการณ์มาอย่างยาวนาน
- 2) ฮาบิตัสเป็นโครงสร้างอย่างหนึ่ง คือเป็นโครงสร้างที่ฝังอยู่ในตัวมนุษย์ อันกำหนดพฤติกรรม การกระทำ ผ่านรูปแบบตัวแสดงแทนของมนุษย์
- 3) ฮาบิตัสเป็นการผลิตโครงสร้างและการปฏิบัติ คือเป็นที่อยู่ของการกำหนดกลยุทธ์หรือวิธีปฏิบัติ ผ่านวิธีการใช้ร่างกาย วิธีคิด หรือลักษณะท่าทางของปัจเจกบุคคล
- 4) ฮาบิตัสมีสถานภาพเป็นทั้งผู้กระทำและผู้ถูกกระทำ คือเป็นแหล่งซึมซับเนื้อหาที่มาจากโครงสร้างและเป็นผู้กระทำการผ่านการปฏิบัติ และการผลิตโครงสร้างต่อไป
- 5) ฮาบิตัสสัมพันธ์กับการไร้สำนึก คือ การสั่งสมประสบการณ์ด้วยความเคยชิน และไม่ได้เรียนรู้กฎหรือระเบียบอย่างมีสติ
- 6) ฮาบิตัสไม่ได้อยู่เพียงในระดับปัจเจกบุคคลแต่ยังสัมพันธ์กับกลุ่มหรือชนชั้นด้วย คือเป็นโครงสร้างที่มีหลายระดับ ทั้งในปัจเจกบุคคล และในระดับกลุ่มอื่น ๆ

โดยการกำเนิดของ habitus มิได้เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ หากเกิดจากการเลี้ยงดูสภาพแวดล้อม ประสบการณ์ หรือรูปแบบการใช้ชีวิตที่ผ่านมา ซึ่งถูกก่อร่างโดยสถาบันต่าง ๆ อาทิ ครอบครัว โรงเรียน สื่อมวลชน ที่ทำงาน ซึ่งอยู่ภายใต้ระบบสังคมที่ปัจเจกบุคคลนั้น ๆ ดำรงอยู่ ซึ่งฮาบิตัสมีความสัมพันธ์โดยตรงกับทุนวัฒนธรรมประเภทปัจเจกบุคคล เนื่องจากฮาบิตัสเป็นตัวกำเนิดทุนประเภทดังกล่าว กล่าวคือ บุคคลหนึ่งบุคคลอาจได้รับการสั่งสมแนวจิตใต้แนวจิตหนึ่งจนเกิดเป็นความชำนาญ จนสามารถนำความชำนาญหรือแนวจิต (Habitus) นั้นมาแปลงเป็นทุนวัฒนธรรมประเภทปัจเจกบุคคล (Embodied Cultural Capital) เช่น นำแนวจิตดังกล่าวมาใช้ในการประกอบอาชีพสร้างรายได้ให้กับตัวเองได้ อีกทั้งทุนฯ ดังกล่าวก็จะยังสามารถนำไปแลกเปลี่ยนเป็นทุนประเภทอื่น ๆ ได้ต่อไป และหมุนเวียนผลิตซ้ำเป็นวัฏจักร ดังแสดงให้เห็นตามภาพที่ 5

แผนภาพที่ 5 วงจรการทำงานของฮาบิตัสกับทุนประเภทต่าง ๆ



ทั้งนี้ กรณีนวนจริต (Habitus) ของพริตตี้ จะช่วยทำให้เราเห็นได้ว่า ก่อนหน้าที่พริตตี้จะมีทักษะหรือความชำนาญต่าง ๆ ในการทำงาน พริตตี้จะต้องผ่านการสะสมทุนวัฒนธรรมประเภทปัจเจกบุคคล (Embodied Cultural Capital) มาอย่างยาวนาน ซึ่งที่มาของทุนประเภทดังกล่าว ก็คือความเป็นมาของฮาบิตัสนั่นเอง

## 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เพื่อให้การศึกษา “นวนจริตของพริตตี้ในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นไปด้วยความเข้าใจ จึงได้ค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง อันประกอบด้วย งานศึกษาด้านการตัดสินใจเลือกอาชีพ งานศึกษาที่เกี่ยวกับอาชีพพริตตี้ และงานศึกษาด้านความงามทางร่างกาย โดยจากการค้นคว้า พบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและจะนำข้อมูลบางอย่างมาประยุกต์ใช้ประกอบการวิจัยเพื่อให้เกิดประโยชน์สำหรับการศึกษาวิจัย

### 2.2.1 งานศึกษาด้านการตัดสินใจเลือกอาชีพ

จากงานศึกษาที่ค้นคว้าด้านการตัดสินใจเลือกอาชีพพบว่ากลุ่มเป้าหมายที่นำมาใช้ในการศึกษามีความหลากหลาย โดยลำดับตามช่วงชั้นของการศึกษา ตั้งแต่ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) และระดับปริญญาตรี ดังนี้



ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น อาจารย์ทัศน ทองภักดี รองศาสตราจารย์ ดร.อรพินทร์ ชูชม และรองศาสตราจารย์อัจฉรา สุขารมณ (2551) ดำเนินการศึกษา “ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิหลังของนักเรียนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน บุคลิกภาพ ค่านิยมในอาชีพ กับการเลือกอาชีพของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3” มีเป้าหมายเพื่อ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิหลังของนักเรียนผลสัมฤทธิ์ทางการ เรียน ค่านิยมในอาชีพ บุคลิกภาพและการเลือกอาชีพของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จากการศึกษาพบว่า เพศ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ระดับการศึกษาของบิดาและมารดา รายได้ของครอบครัวต่อเดือน ค่านิยมในอาชีพด้านสภาพแวดล้อม ด้านสุนทรีย์ ด้านบริการสังคมและด้านการกระตุ้นให้ใช้ปัญญา มีความสัมพันธ์กับการเลือกอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นตัวแปรลักษณะของครอบครัวสถานภาพของครอบครัว สถานภาพการทำงานของบิดาและมารดา บุคลิกภาพ เก็บตัวหรือแสดงตัว ค่านิยมในอาชีพโดยรวม ค่านิยมในอาชีพด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านการบริหารหรือการจัดการ ด้านสัมฤทธิ์ผลด้านความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน ด้านวิถีชีวิต ด้านความมั่นคงปลอดภัยด้านผู้ร่วมงาน ด้านความมีศักดิ์ศรีด้านความมีอิสระ ด้านการทำงานหลาย ๆ ด้าน และด้านผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ ไม่พบความสัมพันธ์กับการเลือกอาชีพของนักเรียน ในระดับการศึกษาที่เท่ากัน การศึกษา “เพศภาวะกับการเลือกอาชีพของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ศึกษากรณี : โรงเรียนวัดดอนตูม อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี” โดย ทัศน รุ่งรุจจินดา (2553) พบว่า นักเรียนในช่วงอายุ 15-17 ปี ในเรื่องของบทบาทหญิง-ชายไม่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกอาชีพของนักเรียนทั้งหญิงและชาย แต่เมื่อมาพิจารณาดูอาชีพที่นักเรียนแต่ละคนเลือกไว้ กลับพบว่า อาชีพที่นักเรียนทุกคนเลือก ส่วนใหญ่เป็นอาชีพที่เลือกตามบทบาทเพศของตน ที่ขัดแย้งกับความคิดของตนเองโดยไม่รู้ตัว สะท้อนให้เห็นว่าเป็นผลพวงของการอบรมปลูกฝังของพ่อแม่ และครูที่ต้องการให้เด็กนักเรียนได้ตระหนักรู้ถึงบทบาทความเป็นเพศและหน้าที่ของตนเอง ที่มีมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ในทุกสังคมและชนชั้นแตกต่างกันตามระยะเวลา ทำให้เห็นการถ่ายทอด และสืบทอดการแบ่งงานกันทำตามบทบาทเพศ โดยเฉพาะการถ่ายทอดบทบาทความเป็นหญิงผ่านทางโรงเรียน และจากการปลูกฝังความคิดดังกล่าว ส่งผลให้นักเรียนหญิงและนักเรียนชายซึมซับเอาความคิดในลักษณะของการแบ่งแยกเพศกับอาชีพเข้ามาไว้โดยไม่รู้ตัว ทำให้ในการตัดสินใจเลือกอาชีพของนักเรียนจึงเลือกอาชีพที่ถูกสังคมกำหนดว่าเป็นอาชีพของเพศตนเองมากกว่าที่จะเลือกอาชีพของเพศตรงข้าม

จากงานศึกษาสรุปได้ว่า การตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพนั้น จำเป็นต้องรู้จักตัวเองในทุก ๆ ด้าน ทุกแง่มุมเป็นอย่างดี และนอกจากจะต้องรู้จักตัวเองแล้ว ผู้เลือกอาชีพยังจะต้องรู้จักโลกของงาน คือ รู้จักอาชีพนั้น ๆ โดยละเอียด การตัดสินใจเลือกอาชีพที่เหมาะสมกับตนมากที่สุด ย่อมก่อให้เกิดความเพลิดเพลิน และก่อให้เกิดความสุขในการทำงาน และยังมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพด้วย

ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย พันธุ์ทิพย์ พัทธพงศ์พรรณ (2556) ได้ศึกษา “การรับรู้ความสามารถแห่งตนในการตัดสินใจเลือกอาชีพของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง” มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาการรับรู้ความสามารถแห่งตนในการตัดสินใจเลือก อาชีพของนักเรียน ทำการเปรียบเทียบการรับรู้ความสามารถแห่งตนในการตัดสินใจเลือกอาชีพ จำแนกตามระดับชั้นที่ศึกษา ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน อาชีพของบิดาและมารดา

ระดับการศึกษาของบิดาและมารดาที่มีผลต่อการรับรู้ความสามารถแห่งตนในการตัดสินใจเลือกอาชีพ จากผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความสามารถแห่งตนในการตัดสินใจเลือกอาชีพ ของนักเรียน ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง ทุกด้านอยู่ในระดับสูง และเมื่อเปรียบเทียบการรับรู้ความสามารถแห่งตนในการตัดสินใจเลือกอาชีพ พบว่า ระดับชั้นที่ศึกษา นักเรียนมีการรับรู้ความสามารถแห่งตนในการตัดสินใจเลือกอาชีพ โดยรวมทั้ง ทุกด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ สำหรับการศึกษาด้าน ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน อาชีพของบิดา อาชีพของมารดา ระดับการศึกษาของบิดา และระดับการศึกษาของมารดา นักเรียนมีการรับรู้ความสามารถแห่งตนในการตัดสินใจเลือกอาชีพ โดยรวมทุกด้านไม่แตกต่างกัน สำหรับกลุ่มช่วงชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ที่อยู่ในช่วงอายุเดียวกัน มานิตย์ จอมศรีกระยอม (2556) ได้ศึกษา **ความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกประกอบอาชีพอิสระของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 3 รอบปกติโรงเรียน พณิชยการเขตนองแขมกรุงเทพมหานคร** โดยมีเป้าหมายเพื่อศึกษา และเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกประกอบอาชีพอิสระของนักเรียน ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านตนเอง ด้านครอบครัว ด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความรู้พื้นฐาน โดยจำแนกตาม เพศ สาขาวิชาที่ศึกษา ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน อาชีพผู้ปกครองรายได้ผู้ปกครอง ทางเลือกหลังสำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนที่สาขาวิชาแตกต่างกัน และนักเรียนที่อาชีพผู้ปกครองแตกต่างกัน มีความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกประกอบอาชีพอิสระโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับนักเรียนเพศชายและเพศหญิง นักเรียนที่ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาแตกต่างกัน นักเรียนที่อาชีพผู้ปกครองแตกต่างกัน และนักเรียนที่ศึกษาต่อและเลือกประกอบอาชีพอิสระหลังสำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) มีความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกประกอบอาชีพอิสระโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ในระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) มีการศึกษา **“การรับรู้ความสามารถของตนเอง การสนับสนุนของครอบครัว ที่มีอิทธิพลต่อความสนใจในการเลือกอาชีพภาคอุตสาหกรรมของนักศึกษาสายอาชีพ สังกัดกรมอาชีวศึกษาจังหวัดสุราษฎร์ธานี”** โดย ชนินันท์ ทองเผือก (2551) มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความสนใจในการเลือกอาชีพภาคอุตสาหกรรมการรับรู้ความสามารถของตนเอง การสนับสนุนของครอบครัว ของนักศึกษาสายอาชีพ สังกัดกรมอาชีวศึกษา 2) ศึกษาเปรียบเทียบความสนใจในการเลือกอาชีพภาคอุตสาหกรรม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล อันได้แก่ เพศ อายุ เกรดเฉลี่ยสะสม การเข้าร่วมกิจกรรม และภูมิลำเนา ของนักศึกษาสายอาชีพ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสนใจในการเลือกอาชีพภาคอุตสาหกรรม กับการรับรู้ความสามารถของตนเองของนักศึกษาสายอาชีพ 4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสนใจในการเลือกอาชีพภาคอุตสาหกรรม และสนับสนุนของครอบครัวของนักศึกษาสายอาชีพ และ 5) เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความสามารถของตนเอง การสนับสนุนทางครอบครัวที่มีผลต่อความสนใจในการเลือกอาชีพภาคอุตสาหกรรม ของนักศึกษาสายอาชีพ ผลการศึกษาพบว่า 1) นักศึกษาสายอาชีพที่มีเพศ การเข้าร่วมกิจกรรมระหว่างเรียน และภูมิลำเนาต่างมีความสนใจในการเลือกอาชีพภาคอุตสาหกรรม โดยรวมและในองค์ประกอบย่อยทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนี้ นักศึกษาสายอาชีพที่มีอายุแตกต่างกัน มีความสนใจในการเลือกอาชีพภาคอุตสาหกรรมด้านความพอใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ไม่พบว่านักศึกษามีอายุแตกต่างกัน

มีความสนใจในการเลือกอาชีพภาคอุตสาหกรรมโดยรวมและความสนใจในการเลือกอาชีพภาคอุตสาหกรรมในองค์ประกอบย่อยอื่น ๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อีกทั้งไม่พบว่า นักศึกษาที่มีเกรดเฉลี่ยสะสมแตกต่างกัน มีความสนใจในการเลือกอาชีพอุตสาหกรรมโดยรวมและด้านย่อยทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 2) การรับรู้ความสามารถในตนเองโดยรวม ของ นักศึกษามีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสนใจในการเลือกอาชีพอุตสาหกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 3) การสนับสนุนจากครอบครัวโดยรวมของนักศึกษามีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสนใจในการเลือกอาชีพอุตสาหกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 4) การรับรู้ความสามารถในตนเองโดยรวม และการสนับสนุนทางครอบครัว ด้านอารมณ์และจิตใจ สามารถร่วมกันทำนายความสนใจในการเลือกอาชีพภาคอุตสาหกรรมของนักศึกษาสายอาชีพ ได้ร้อยละ 55.7

สำหรับในระดับปริญญาตรี จีรนนท์ ไวยศรีแสง (2552) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร มีเป้าหมายเพื่อ 1) ศึกษาการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบัน อุดมศึกษาของรัฐและเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ คณะ ภูมิลำเนา และ บิดา มารดา หรือผู้ปกครอง คาดหวังในการประกอบอาชีพของนักศึกษา นอกจากนี้ยังพบปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครได้แก่ เพศ สถานศึกษาหรือมหาวิทยาลัย เกรดเฉลี่ย อาชีพบิดาหรือผู้ปกครอง อาชีพมารดาหรือผู้ปกครอง รายได้ของครอบครัว ปัจจัยการจูงใจด้านองค์กร ด้านความสัมพันธ์กับครอบครัว และ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อน ในขณะที่ อัจฉรา หอมจรรยา (2546) ได้ศึกษาปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อการเลือกอาชีพของบัณฑิตใหม่ ระดับปริญญาตรีของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเลือกอาชีพของบัณฑิตใหม่ระดับปริญญาตรี ของคณะมนุษยศาสตร์สังคมที่มีผลต่อการเลือกอาชีพของบัณฑิตใหม่ระดับปริญญาตรี ของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา อันได้แก่ ค่าตอบแทน ความมั่นคงในงาน โอกาสในการพัฒนาตนเอง ชื่อเสียงของหน่วยงาน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกอาชีพของบัณฑิตใหม่ ระดับปริญญาตรี ของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ได้แก่ เกรดเฉลี่ย รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว ลักษณะองค์กรที่มุ่งหวังเข้าทำงาน บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ลักษณะองค์กรของผู้ปกครอง ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ความมั่นคงในงาน โอกาสในการแสดงความรู้ความสามารถ โอกาสในการพัฒนาตนเอง และความมีชื่อเสียงของหน่วยงาน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคมและความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกอาชีพที่เหมาะสมกับตนที่สุดเพียงอาชีพเดียว และถ้าอาชีพที่เลือกแล้วยังไม่เป็นที่พอใจก็จะเปลี่ยนอาชีพใหม่ เนื่องจากการพัฒนาการด้านอาชีพเป็นกระบวนการที่ดำเนินไปตลอดเวลา

นอกจากนี้ยังมีการศึกษาของ ดลใจ ถีระกุล และภูษนิศา อมรสิน (2557) ได้ ศึกษาปัจจัยที่ใช้ประกอบการเลือกอาชีพ และการเตรียมตัว ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีการจัดการ มีเป้าหมาย

เพื่อการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกอาชีพและการเตรียมตัวเพื่อเข้าสู่อาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วของนักศึกษา ในคณะเทคโนโลยีการจัดการ จากการศึกษาสามารถสรุป ได้ดังนี้ 1) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกอาชีพของนักศึกษาโดยเฉลี่ยสูงสุด คือ ปัจจัยในด้านความมั่นคงในอาชีพ และ 2) การเตรียมตัวเพื่อประกอบอาชีพของนักศึกษาเมื่อสำเร็จการศึกษาแล้ว ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือการเตรียมตัวด้านความพยายามศึกษาเพื่อสอบให้ได้ค่าระดับคะแนนสูง ๆ จะได้มีโอกาสหางานทำได้มากขึ้น

จะเห็นได้ว่า งานศึกษาด้านการตัดสินใจเลือกอาชีพที่ลำดับตามช่วงชั้นของการศึกษา ตั้งแต่ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) และระดับปริญญาตรี นั้น จะมุ่งเน้นที่การรับรู้ความสามารถแห่งตนในการตัดสินใจเลือกอาชีพ ซึ่งมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องโดยตรงกับสถาบันครอบครัวและสถาบันการศึกษาเป็นหลัก แต่ก็ยังมีช่องว่างในตัวแปรประเภทลักษณะของบุคลิกภาพหรือความโน้มเอียงของอุปนิสัย เช่น การเก็บตัว-แสดงตัว หรือในงานศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่าความสัมพันธ์กับครอบครัว และความสัมพันธ์กับเพื่อน เป็นปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพ ทั้งหมดนี้ ยังล้วนเป็นช่องว่างของงานด้านการตัดสินใจเลือกอาชีพที่จะได้ค้นหาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ดังกล่าวต่อไป

## 2.2.2 งานศึกษาที่เกี่ยวกับอาชีพปริตตี

ในหัวข้อต่อไปนี้ได้ค้นคว้างานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับอาชีพปริตตี สืบเนื่องมาจากหัวข้อวิจัย “แนวจริตของปริตตีในเขตกรุงเทพมหานคร” จากการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอาชีพปริตตี ในประเด็นที่หลากหลาย อาทิ การส่งเสริมการขาย กิจกรรมทางการตลาด การสร้างความหมายของปริตตี พฤติกรรมของอาชีพปริตตี และทัศนคติของผู้บริโภคต่ออาชีพปริตตี

สิโรบล สุขสวคนธ์ (2551) ศึกษา **สาวเชียร์เบียร์: ปฏิบัติการส่งเสริมการขายในอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม** โดยจากบริบทของเศรษฐกิจภายใต้ระบบทุนนิยมอันเต็มไปด้วยกลไกการแข่งขันทางการตลาดที่เข้มข้น ประกอบกับแรงกดดันที่รัฐบาลมีนโยบายจำกัดช่วงเวลาในการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในปี พ.ศ.2546 ล้วนเป็นปัจจัยผลักดันให้ธุรกิจเบียร์ริเริ่มนำเด็กสาววัยรุ่นมาเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดแบบใหม่ เพื่อเสริมสร้างยอดขายเครื่องดื่มยี่ห้อของตน ซึ่งผลการศึกษาพบว่า สาวเชียร์เบียร์ต้องผ่านกระบวนการฝึกอบรมก่อนที่จะไปประจำยังร้านอาหารหรือลานเบียร์ ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นพื้นฐานชีวิต บุคลิกภาพ และทัศนคติที่มีต่ออาชีพ สาวเชียร์เบียร์ต่างประสบปัญหาในการให้บริการลูกค้า การทำงานภายใต้กฎระเบียบในวิชาชีพ ตลอดจนค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน สะท้อนถึงความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้าง (structure) และตัวแทน (agency) ในปฏิบัติการแห่งโลกชีวิตประจำวัน ในเวลาต่อมาได้มีการศึกษา**ปริตตีเชียร์เบียร์ในเชียงใหม่: การทำให้ผู้หญิงเป็นสินค้าในอุตสาหกรรมการค้าเบียร์** โดย อัมพร บุญเทพ (2556) ผลการศึกษาพบว่า ปริตตีเชียร์เบียร์เข้าสู่อาชีพด้วย 2 ช่องทางหลัก คือ 1) ผ่านคนรู้จักหรือเพื่อนชักชวน และ 2) หางานด้วยตนเอง นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเข้าสู่อาชีพปริตตีเชียร์เบียร์โดยเฉพาะกลุ่มนักศึกษาเพศหญิงมาจาก 3 ปัจจัยหลัก คือ 1) ค่านิยม 2) การหารายได้พิเศษ และ 3) อุปสงค์ของบริษัทเบียร์ที่ต้องการใช้ปริตตีเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดของเบียร์ โดยในทัศนะของทั้งกลุ่มผู้บริโภคเบียร์เพศชายและปริตตี

เชียร์เปียร์มองว่า อาชีพนี้อาชีพบริการที่มีความสำคัญต่อธุรกิจเปียร์ พริตตี้มีหน้าที่คอยแนะนำสินค้าเปียร์ยี่ห้อต่าง ๆ ต้องยิ้มแย้มแจ่มใส คล่องแคล่ว กระฉับกระเฉง และต้องสวย รูปร่างหน้าตาดี และผู้บริโภคเปียร์เพศชายยังมองว่า สิ่งที่เพศหญิงมีอยู่ในตัวสำคัญที่สุดและมีอำนาจหรืออิทธิพลต่อการตัดสินใจของเพศชายในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ รวมถึงการบริโภคเปียร์ ดังนั้น สินค้าที่บริษัทเปียร์นำเสนอขายจึงไม่ใช่เฉพาะเครื่องสำอางแต่เพียงอย่างเดียว หากแต่เป็นรูปร่างหน้าตา ความสวยงามของพริตตี้ที่ทำหน้าที่เสนอขายสินค้าอีกด้วย

ในการศึกษาการสื่อสารการตลาดผ่านพริตตี้ โดย วาริตา ทวีทรัพย์อำพร (2552) พบว่า พริตตี้เป็นเครื่องมือการสื่อสารหนึ่งที่องค์กรหรือบริษัทผู้ผลิตสินค้านิยมนำมาประยุกต์ใช้ในการทำกิจกรรมทางการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ และการเลือกใช้พริตตี้ที่มีบุคลิกภาพดีสามารถสร้างสีสันหรือดึงดูดความสนใจให้กับผู้คน ให้เขามาร่วมชมสินค้าได้มากกว่าเครื่องมือประเภทอื่น ๆ เช่น โบรชัวร์ แผ่นพับ หรือแผ่นป้ายโฆษณา และแม้ในมุมมองของผู้บริโภคและองค์กรสินค้าประเภทที่มีความผูกพันสูงจะสอดคล้องตรงกันว่า พริตตี้ไม่มีผลต่อการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเลย แต่ก็ยังจำเป็นต้องใช้พริตตี้เพื่อเป็นสีสันของงานการตลาดเชิงกิจกรรม และใช้เป็นกลยุทธ์ในการแข่งขันกับองค์กรสินค้าคู่แข่ง แต่ในทางตรงกันข้าม บริษัทอ็อกไนซ์เซอร์และพริตตี้ในฐานะผู้ปฏิบัติหน้าที่ ให้ความเห็นตรงกันว่า การใช้พริตตี้มีส่วนช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอย่างมาก และเมื่ออาชีพพริตตี้เป็นที่ต้องการของตลาด จึงส่งผลให้เกิดความสนใจในการประกอบอาชีพดังกล่าว จากการศึกษาเรื่อง “การประกอบอาชีพพริตตี้เกิร์ลของนักศึกษาหญิง: กรณีศึกษา” โดย การะเกด บำรุงรส (2548) พบว่า สาเหตุที่ทำให้กรณีศึกษาเข้าสู่อาชีพพริตตี้เกิร์ลเนื่องจาก 1) มีความต้องการเงินมาใช้จ่ายตามค่านิยมของวัยรุ่นในปัจจุบัน คือ มีรายได้น้อย แต่มีรสนิยมใช้ของแพง และมีทัศนคติว่า อาชีพนี้ไม่เสียหายต่อตนเอง มีรายได้ดี ทำให้กรณีศึกษาเพิ่มคุณค่าของตัวเองด้วยการมีงานทำ 2) จากกระบวนการเข้าสู่อาชีพนี้ คือ เริ่มจากการเป็นพนักงานต้อนรับจากร้านอาหารและได้รับคำแนะนำ ตลอดจนเห็นคนที่ทำอาชีพนี้มีรายได้ดี จึงสมัครเป็นพริตตี้เกิร์ล ในระยะเวลาไม่นาน ก็ได้เปลี่ยนที่ทำงานจากร้านเล็ก ๆ ขยับขึ้นมาเป็นร้านใหญ่ รู้จักผู้คนมากขึ้น สังคมใหญ่ขึ้น ทำให้มีประสบการณ์ในการทำงานมากขึ้น และ 3) สามารถดำรงชีวิตได้ภายใต้สองบทบาท คือ พริตตี้เกิร์ลจะสามารถวางภาพลักษณ์ของตนให้เป็นไปตามสถานที่และเวลาได้อย่างอัตโนมัติ ซึ่งพฤติกรรมในช่วงเวลากลางวันก็จะเป็นเช่นเดียวกับนักศึกษาคนอื่นทั่วไป ในขณะที่ช่วงเวลากลางคืน ก็จะละทิ้งเครื่องแบบและสถานภาพการเป็นนักศึกษาไว้เบื้องหลัง และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการแสดงออกของตนให้เป็นพริตตี้เกิร์ล พร้อมทั้งจะต้อนรับ นำเสนอสินค้าและเอาใจลูกค้าภายในร้านอาหาร

นอกจากนี้ ยังมีงานที่ศึกษาว่าการที่พริตตี้จะได้รับเลือกให้เป็นตัวแทนในการนำเสนอสินค้าของเจ้าของตราสินค้าใด ๆ นั้น จำเป็นต้องได้รับการคัดเลือกเสียก่อน โดยการศึกษา “การเลือกพริตตี้เพื่อเป็นผู้นำเสนอสินค้าของธุรกิจค้ารถยนต์ในประเทศไทย” ของวรวิมลย์ คำเพิ่ม (2552) พบว่า พริตตี้ที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการสื่อสารด้านภาพลักษณ์ของค่ายรถยนต์แต่ละค่ายนั้น มีลักษณะแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับนโยบายจากทางบริษัทแม่ที่ต่างประเทศ หรือนโยบายทางด้านภาพลักษณ์ของค่ายนั้น ๆ และแนวทางหรือเกณฑ์การเลือกพริตตี้ของแต่ละค่ายรถยนต์ ได้คำนึงถึงเรื่องภาพลักษณ์ของตราสินค้าและรสนิยมของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายเป็นสำคัญ จึงทำให้ค่ายรถยนต์

ในงานมหกรรมยานยนต์ต้องคัดเลือกพริตตี้จากผู้ที่มีความเหมาะสมที่สุดมาปฏิบัติหน้าที่ เพื่อสะท้อนให้กลุ่มผู้บริโภคได้รับรู้ในสารที่ได้มีการกำหนดทิศทางเอาไว้ให้มากที่สุด

การที่อาชีพพริตตี้จะเป็นที่นิยมได้นั้น ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการสร้างความหมายจากกลุ่มคนที่เกี่ยวข้อง ดังการศึกษาเรื่อง “การสร้างความหมายของพริตตี้ในอุตสาหกรรมรถยนต์โดยสื่อมวลชน” โดย กมลวรรณ ชุมทรัพย์ (2548) พบว่า ความหมายของพริตตี้ที่ขึ้นอยู่กับควบคุมความหมายของผู้ผลิต 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) บริษัทรับจัดงาน 2) ผู้ประกอบอาชีพพริตตี้ และ 3) สื่อมวลชน โดยในช่องทางการสร้างและกระบวนการต่อรองความหมายนั้น สื่อมวลชนมีอำนาจในการสร้างและต่อรองความหมายมากที่สุด รองลงมา คือ บริษัทรับจัดงาน และพริตตี้มีอำนาจในการต่อรองความหมายน้อยที่สุด โดยสาเหตุที่สื่อมวลชนมีอำนาจสูงสุดในการต่อรองนั้น เกิดจากความสามารถในการเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมาก ทำให้ข้อมูลข่าวสารที่สื่อมวลชนนำเสนอั้นแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็ว แม้ว่าผู้ประกอบอาชีพพริตตี้จะใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการสร้างและต่อรองความหมายเพื่อสร้างภาพตัวแทนความหมายด้านบวกให้อาชีพตนได้ในระดับหนึ่ง แต่อำนาจในการสร้างและต่อรองความหมายที่แท้จริงก็ยังคงเป็นของสื่อมวลชนในการคัดเลือกและกำหนดประเด็นของพริตตี้และนำเสนอต่อสังคม

กลุ่มผู้บริโภคเป็นส่วนหนึ่งที่เป็นผลให้อาชีพพริตตี้กลายเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในกิจกรรมการตลาด ดังนั้นทัศนคติของผู้บริโภค จึงนับว่ามีผลต่ออาชีพพริตตี้ด้วยเช่นกัน ดังการศึกษา **ความคิดเห็นของประชาชนต่ออาชีพพริตตี้เกิร์ล (Pretty Girl) ในงานกิจกรรมทางการตลาด (Event Marketing) ของปิ่นแก้ว พงษ์ประเสริฐ (2549)** ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาการเปิดรับข่าวสารจากสื่อของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับอาชีพพริตตี้ เกิร์ล (Pretty Girl) และเพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่ออาชีพพริตตี้ เกิร์ล (Pretty Girl) จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด มีความถี่ในการเปิดรับสื่อมากที่สุด เดือนละ 1-2 ครั้ง สื่อส่วนมากที่ได้รับได้เป็นการนำเสนอในรูปแบบของภาพประกอบของข่าว ส่วนเนื้อหาเป็นเรื่องราวของสินค้า/บริการมากที่สุด และจากการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยต่ออาชีพพริตตี้ เกิร์ล (Pretty Girl) ในกิจกรรมทางการตลาด (Event Marketing) นอกจากนี้ ธันย์ชนก โชติกันตะ (2558) ได้ศึกษา **ความคิดเห็นที่มีต่อพริตตี้ในการนำเสนอสินค้า และพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้ติดตาม** ซึ่งวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการรับข่าวสารผ่านพริตตี้ของผู้ติดตามที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน 2) ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารของ ผู้ติดตามกับความคิดเห็นที่มีต่อการนำเสนอสินค้าของพริตตี้ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารผ่านพริตตี้ กับพฤติกรรมการซื้อสินค้า ของผู้ติดตาม และ 4) ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นที่มีต่อการนำเสนอสินค้า ของพริตตี้ กับ พฤติกรรมการซื้อสินค้า ของผู้ติดตาม ผลการวิจัย พบว่า เพศต่างกันมีพฤติกรรมการรับข่าวสารจากพริตตี้ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.001 พฤติกรรมการรับข่าวสารของผู้ติดตาม มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความคิดเห็นที่มีต่อการนำเสนอสินค้าของพริตตี้ อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.001 พฤติกรรมการรับข่าวสารของผู้ติดตาม ได้แก่ ช่องทางการเปิดรับวัตถุประสงค์ในการเปิดรับสารจากพริตตี้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับ พฤติกรรมการซื้อสินค้า

อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.001 และความคิดเห็นที่มีต่อการนำเสนอสินค้าของพริตตี้ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับ พฤติกรรมการซื้อสินค้า ของผู้ติดตามอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.001

นอกจากนี้ กิตตินาท นิธิธรรมกร และคณะ (2549) ยังได้ศึกษาพฤติกรรมของอาชีพพริตตี้ทัศนคติของคนกรุงเทพฯ ที่มีต่ออาชีพพริตตี้และปัจจัยการตลาดในการนำพริตตี้มาใช้ในการส่งเสริมการขายในกรุงเทพฯ เพื่อศึกษาทัศนคติทั่วไปของประชาชนที่มีต่ออาชีพพริตตี้ เพื่อเป็นปัจจัยทางการตลาดในการนำพริตตี้มาใช้ในการช่วยส่งเสริมการขายรูปแบบต่าง ๆ และสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้า จากการศึกษาพบว่า ทัศนคติต่ออาชีพพริตตี้มีส่วนช่วยดึงดูดให้ลูกค้าสนใจและคิดว่าอาชีพพริตตี้มีความจำเป็นต่อการขายปานกลาง โดยเฉพาะหน้าตา หรือบุคลิกภาพมีความสำคัญกับอาชีพพริตตี้มาก รองลงมาคือ การศึกษาและทักษะการพูดมีความจำเป็นต่ออาชีพพริตตี้ ทั้งนี้กระแสสังคมปัจจุบันมีผลต่อการขายสินค้ามากต่ออาชีพพริตตี้ในระดับปานกลาง ปัจจุบันนักเรียน นักศึกษาให้ความสนใจต่ออาชีพพริตตี้มากขึ้นกว่าร้อยละ 54.7 หากมีพริตตี้แนะนำสินค้าสินค้านั้น ๆ จะมีความน่าสนใจมากขึ้น แต่อาชีพพริตตี้มีผลให้เกิดอาชญากรรมอยู่ในระดับปานกลาง อาชีพพริตตี้มีส่วนช่วยในการขายสินค้า ทำให้ต้นทุนของสินค้าอยู่ระดับปานกลาง และอาชีพพริตตี้มีความมั่นคงคู่กับการขายสินค้ามากในปัจจุบัน และจากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติของประชาชนต่อทัศนคติของประชาชนต่ออาชีพพริตตี้ พบว่า เพศ อายุ รายได้ ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่ออาชีพพริตตี้แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ในด้านมุมมองต่อตนเอง ขวัญชนก ทองสนธิ (2554) ได้ศึกษาตัวตนจากมุมมองของพริตตี้พบว่า พริตตี้มีวิธีคิดและการให้ความหมายต่อตนเองใน 2 มุมมอง คือ มุมมองแรกเห็นว่า ตัวตนของตนเองกับตัวตนในขณะที่เป็นพริตตี้ต่างกัน โดยตัวตนความเป็นพริตตี้เป็นสื่อเกราะหรือเปลือกนอกที่ห่อหุ้มตัวตนที่แท้จริง เป็นอัตลักษณ์ที่เกิดขึ้นในจินตนาการ แล้วส่งต่อให้ภาคสัญลักษณ์ที่มีภาษาและวัฒนธรรมเป็นตัวกำกับและขัดเกลา ดังนั้นตัวตนของพริตตี้ จึงมีลักษณะเปลี่ยนแปลงเสมอ ซึ่งอาจแตกต่างกันไป ผ่านการมีส่วนร่วมในโลกของวัฒนธรรม ภาษา และอารยธรรม โดยมุมมองที่สอง พริตตี้เห็นว่า ตัวตนของตนเองกับตัวตนในขณะที่ทำงานพริตตี้ คือ ตัวตนเดียวกัน ซึ่งปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลให้ความคิดเห็นเหล่านี้แตกต่างกัน ได้แก่ อายุ ประสบการณ์ การทำงาน ลักษณะนิสัยส่วนตัว สภาพแวดล้อมรอบข้าง สภาวะสังคมของแต่ละบุคคลอาศัยอยู่ รวมถึงทัศนคติของแต่ละบุคคลที่ต่างกัน และตัวตนของพริตตี้ทั้ง 2 มุมมองนี้ ได้เผยให้เห็นถึงลักษณะของคนที่เกิดในกระบวนการสัญลักษณ์ โดยมนุษย์เป็นผลมาจากการถูกกระทำจากสังคม มิใช่เป็นผู้กระทำอย่างแท้จริง นั่นก็คือ มนุษย์เป็นวัฒนธรรม นอกจากนี้ ทิวากรณ์ กาญจนมยุร (2556) ยังได้ศึกษาเรื่อง “การสร้างทุนทางกายภาพของพริตตี้” พบว่า ค่าयरยนต์มีอิทธิพลต่อการกำหนดรูปลักษณ์และคุณลักษณะของพริตตี้ ส่งผลให้พริตตี้ต้องสร้างทุนทางกายภาพของตนให้สอดคล้องกับความต้องการของบริษัทयरยนต์เพื่อให้ตนได้รับการคัดเลือก โดยมีวิธีการสร้างทุนทางกายภาพผ่านกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพโดยศัลยกรรมและการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพแบบไม่ต้องศัลยกรรม นอกจากนี้ยังพบว่า ในปัจจุบัน ทั้งบริษัทयरยนต์และพริตตี้ต่างถูกกำหนดวาทกรรมความงามโดยสื่อและโฆษณาความงามในสื่อดิจิทัล โดยนอกจากทุนทางกายภาพที่พริตตี้ต้องใช้ในการทำงานแล้ว

ทุนด้านอื่น ๆ ได้แก่ ทุนทางสังคม และทุนทางความรู้ ก็ยังมีส่วนสำคัญต่อพริตตี้ในการทำงานเพื่อให้มีชื่อเสียงและมีความก้าวหน้าต่อไปในอนาคต

ในการศึกษา**ภาพลักษณ์ในการนำเสนอตัวตนคนพริตตี้** โดย อารีวรรณ หัสติน (2551) พบว่า กระบวนการเข้าสู่อาชีพพริตตี้มี 6 เส้นทางหลัก คือ 1) เพื่อน 2) คนรู้จัก(ที่บริษัท) 3) บริษัทรับจัดงาน 4) บริษัทจัดหาแบบนางแบบ 5) สมัครด้วยตนเอง และ 6) อินเทอร์เน็ต และปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเข้าสู่อาชีพ ได้แก่ 1) ค่านิยม 2) การหารายได้พิเศษ 3) การประชาสัมพันธ์ของสื่อ 4) กลยุทธ์ทางการตลาด และ 5) โอกาสทางด้านอาชีพอื่น ๆ นอกจากนี้ยังพบว่า รูปแบบการนำเสนอตัวตนของพริตตี้ แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ ในขณะหางาน รูปแบบการนำเสนอตัวตนของพริตตี้จะขึ้นอยู่กับความต้องการของกลุ่มผู้ว่าจ้างและตัวสินค้ามากกว่า โดยมีการนำเสนอ 3 ด้านหลัก ๆ คือ บุคลิกภายนอก ความเป็นมืออาชีพ และจุดเด่นของตนเอง ในขณะที่รูปแบบการนำเสนอตัวตนขณะทำงาน พริตตี้จะนำเสนอตัวตนในด้านความรับผิดชอบที่จะมีภาพลักษณ์ว่าเป็นพริตตี้ที่ดี และในขณะทำงานจะสามารถพบตัวตนที่แท้จริงอยู่ โดยจะสามารถเห็นได้จากวิธีสร้างสัมพันธ์ไมตรีกับลูกค้าและเพื่อนร่วมงานนั่นเอง

ในการเลือกอาชีพของพริตตี้ ยังพบปัจจัยสำคัญจากการศึกษาเรื่อง **“การตัดสินใจเลือกอาชีพ แรงจูงใจ และความก้าวหน้าในอาชีพพริตตี้ เอ็มซี”** โดยน้ำทิพย์ บุตรทศ (2558) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกอาชีพ พริตตี้ เอ็มซี 2) ศึกษาแรงจูงใจในการประกอบอาชีพ และความก้าวหน้าในอาชีพพริตตี้ เอ็มซี และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรดังกล่าว และ 3) ศึกษาแนวโน้มการประกอบอาชีพในอนาคตของผู้ประกอบอาชีพพริตตี้ เอ็มซี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกอาชีพพริตตี้ เอ็มซี คือความสามารถ และแรงจูงใจในการประกอบอาชีพ คือความต้องการขั้นพื้นฐาน ส่วนความก้าวหน้าในอาชีพพริตตี้ เอ็มซี ให้มีความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพมากกว่าการวางแผนอาชีพ ส่วนเรื่องตัดสินใจและแรงจูงใจในการประกอบอาชีพพริตตี้ เอ็มซี มีความสัมพันธ์ กับความก้าวหน้าในอาชีพพริตตี้ เอ็มซีในทางบวก ในส่วนผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่าผู้ให้ข้อมูลหลักตัดสินใจประกอบอาชีพพริตตี้ เอ็มซี เนื่องจากความชอบและความสนใจเป็นการส่วนตัว และผู้ประกอบอาชีพมีความสามารถด้านการพูดและการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า โดยแรงจูงใจในการทำงานที่สำคัญ คือ ค่าตอบแทนค่อนข้างสูงมาก แต่ใช้ระยะเวลาในการทำงานสั้น สำหรับแนวโน้มการประกอบอาชีพในอนาคต ผู้ให้ข้อมูลหลักต้องการเป็นเจ้าของกิจการเปิดบริษัท รับผิดชอบจัดกิจกรรมต่าง ๆ

ในการทำงานของพริตตี้ สุมารินทร์ คชานุภาพ (2552) ศึกษา**สภาพการทำงานและเสียงของอาชีพพริตตี้** พบว่า อาชีพพริตตี้เกิดจากอุดมการณ์บริโภคนิยม และสาเหตุที่หญิงสาวเหล่านี้มาประกอบอาชีพพริตตี้ไม่ได้มาจากความยากจน แต่ต้องการงานที่มีรายได้สูงและต้องการที่จะมีชื่อเสียงอยากเป็นดารานักแสดง ที่สำคัญคือ ไม่ต้องการงานที่ลำบากหรือเรียนไม่ตรงกับสาขาที่ตลาดแรงงานต้องการ ซึ่งจากการศึกษาายังพบว่า พริตตี้มาจากครอบครัวของคนชนชั้นกลางและมีการศึกษาที่สูง และการเรียนในระดับปริญญาตรียังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับตัวพริตตี้ให้สูงขึ้นด้วย แม้ว่าอาชีพพริตตี้จะเป็นอาชีพที่มีรายได้สูง แต่ก็มีความใช้ง่ายที่สูงตามไปด้วย รวมถึงค่าใช้จ่ายที่ต้องสูญเสียให้ทางครอบครัว และอาชีพพริตตี้ยังต้องพึ่งเครือข่ายพริตตี้ในการหางานและการเตือนภัยต่าง ๆ อีกทั้งเครือข่ายพริตตี้ยังช่วยแก้ปัญหาการว่างงานอีกด้วย นอกจากนี้ อาชีพพริตตี้มักประสบปัญหา



ความเสี่ยงในการถูกล่วงละเมิดทางเพศ ไม่ว่าจะทางสายตา ร่างกาย หรือวาจา และที่สำคัญคือการถูกชักจูงในการค้าประเวณี แต่ผู้หญิงที่ประกอบอาชีพพริตตี้จะไม่ค่อยให้ความสำคัญปัญหาเหล่านี้มากเท่ากับการถูกโกงค่าแรง และด้วยพริตตี้ส่วนใหญ่จะตระหนักอยู่แล้วว่าอาชีพนี้เป็นอาชีพที่มีอายุการทำงานที่สั้น ดังนั้น พริตตี้ทุกคนจึงพยายามตัดวงจรผลประโยชน์ต่าง ๆ ที่ได้จากการทำงานเป็นพริตตี้ให้ได้มากที่สุด ในขณะที่ นันทวัฒน์ อาศิริพจนกุล (2551) ได้ศึกษา **การสื่อสารเพื่อจัดการภาวะคุกคามทางเพศในกิจกรรมส่งเสริมการตลาด** โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตระหนักรู้ถึงภาวะการคุกคามทางเพศในการประกอบอาชีพของเอ็มซีพริตตี้ พนักงานดูแลลูกค้า พนักงานขายรถยนต์ และ แดนเซอร์ ศึกษาการสื่อสารและลักษณะวิธีการในการจัดการภาวะการคุกคามทางเพศในกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและผู้ที่เกี่ยวข้องในการทำงาน และเพื่อศึกษาองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อจัดการภาวะคุกคามทางเพศในกิจกรรมส่งเสริมการตลาด จากผลการศึกษา ผลการศึกษาพบว่า สตรีในกลุ่มตัวอย่างให้คำจำกัดความของการคุกคามทางเพศต่างกัน และส่วนใหญ่เคยประสบปัญหาภาวะคุกคามทางเพศอย่างน้อยหนึ่ง ทั้งทางวจนภาษาและอวจนภาษา ซึ่งไม่เป็นที่พึงประสงค์ของกลุ่มตัวอย่าง อย่างไรก็ตาม ปรากฏการณ์การร่วมประเวณีหรือการข่มขืนในที่ทำงาน วิธีการจัดการปัญหาของกลุ่มตัวอย่างมีหลากหลายขึ้นอยู่กับประสบการณ์ในสายอาชีพนั้น ๆ ของกลุ่มตัวอย่างแต่ละคน เช่น เทคนิคการปฏิเสธ และหลบเลี่ยง หรือการหลีกเลี่ยงปัจจัยเสี่ยงต่อการเกิดภาวะคุกคามทางเพศ เป็นต้น

เนื่องจากอาชีพพริตตี้ เป็นอาชีพอิสระ ผู้ประกอบอาชีพไม่มีสังกัดที่แน่นอน และขาดรูปแบบที่ชัดเจนในการประกอบอาชีพ เพื่อให้เกิดรูปแบบที่ชัดเจนขึ้น ธัญญรัตน์ สุขมงคลชัย (2558) ได้ศึกษา **โครงการจัดตั้งธุรกิจบริหารจัดการเอ็มซีและพริตตี้ (P.M.C. MODELING)** โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาทัศนคติของเอ็มซีหรือพิธีกร พริตตี้ ที่มีต่อโมเดลลิ่งในสังคมปัจจุบัน 2) เพื่อศึกษาธุรกิจการจัดงานการตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing) ของบริษัทรับจัดงาน (Organizer) ที่ต้องการเผยแพร่สินค้า โดยศึกษาทัศนคติในการเลือกเอ็มซีหรือพิธีกร พริตตี้ นายแบบ นางแบบของ สินค้า และระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจของ โครงการจัดตั้งธุรกิจบริหารจัดการเอ็มซีและพริตตี้ (P.M.C Modeling) และนำผลที่ได้จากการวิจัยใช้เป็นข้อมูลและแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้ได้ประโยชน์สูงสุด ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายมีการทำงานเอ็มซีหรือพิธีกร พริตตี้ โดยอยู่ในช่วงอายุ 22 ถึง 25 ปี และส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในช่วงระดับปริญญาตรี มีอาชีพอิสระและนักเรียนนักศึกษา และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการจำแนกตามงานปัจจุบันโดยเป็นพริตตี้ และเอ็มซีหรือพิธีกร และมีรายได้ระหว่าง 20,001 บาท ถึง 30,000 บาท เหตุผลที่ทำให้เอ็มซีหรือพิธีกร พริตตี้ เลือกประกอบอาชีพนี้ เพราะ รายได้และค่าตอบแทน อีกทั้งส่วนใหญ่จะมีการรู้จักกับบริษัทตัวแทนจัดหาเอ็มซีหรือพิธีกร พริตตี้ และหากโมเดลลิ่งมีการเรียนการสอนเฉพาะทางจะทำให้เลือกที่จะมาอยู่ ในสังกัดมากกว่าไม่อยู่สังกัด แสดงให้เห็นว่ากลุ่มคนเหล่านี้แสวงหาความก้าวหน้าในชีวิต และต้องการการรับประกันของรายได้จากการวิเคราะห์ระยะเวลาของการทำงานเอ็มซีหรือพิธีกร พริตตี้ ยิ่งทำงานมากเท่าไรจะทำให้มีประสบการณ์การทำงานมากขึ้น หากมีทักษะในการแนะนำสินค้าที่เชี่ยวชาญก็จะทำให้สามารถส่งสารไปยังกลุ่มผู้บริโภคได้ หากในอนาคตผลิตภัณฑ์หรือสินค้าสำหรับผู้บริโภคจะยังเป็นผลิตภัณฑ์เฉพาะ

มากยิ่งขึ้นทำให้เอ็มซีหรือพีอีกร พริตตี้ ต้องมีความพร้อมในการเพิ่มทักษะ มีความรู้มากยิ่งขึ้นเพื่อที่จะสามารถส่งข้อมูลและการรักษาระดับการให้บริการที่ดีแก่ผู้บริโภคในระยะยาว

สุดท้ายนี้จากศึกษา ภาพรวมของปรากฏการณ์ “พริตตี้” ในงานมอเตอร์โชว์ โดย ฐาปะนะ วงษ์สาธิตศาสตร์ (2555) พบว่า ‘พริตตี้’ ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารการตลาดที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงโดยเฉพาะอย่างยิ่งในงานมอเตอร์โชว์ นักการตลาดใช้ พริตตี้ในการสร้างสีสันและความดึงดูดใจให้เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายซึ่งนับเป็นการใช้กลยุทธ์ด้าน ‘เพศสรีระ’ ในการตลาดเชิงกิจกรรมที่มีประสิทธิผล อย่างไรก็ตาม จากการศึกษา พบว่า ‘พริตตี้’ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกลุ่มสินค้าที่มีการทุ่มเท ความพยายามในการซื้อสูง เช่น รถยนต์ เมื่อวิเคราะห์ปรากฏการณ์พริตตี้ในงานมอเตอร์โชว์ผ่าน ‘ทฤษฎีสตรีนิยม’ พบว่า อาชีพดังกล่าวเกิดจากแนวคิดระบบปีตาธิปไตย (สังคมที่ผู้ชายเป็นใหญ่) ด้วยการสร้างให้ผู้หญิงเป็นวัตถุทางเพศที่มีไว้เพื่อตอบสนองการจ้องมองแบบเพศชาย ความหมายของพริตตี้ถูกสร้างขึ้น ตอกย้ำ และกระพือผ่านการสื่อสารการตลาดและสื่อสารมวลชนมาโดยตลอด โดยเฉพาะสื่อมวลชนนับว่ามีอำนาจอย่างมากในการสร้างความหมายของพริตตี้โดยผ่านการคัดเลือกความหมาย การกำหนดวาระ และการนำเสนอ ต่อประชาชนในแง่มุมต่าง ๆ ส่งผลต่อทั้งภาพลักษณ์ของ ‘อาชีพพริตตี้’ และตัวของ ‘พริตตี้’ เอง วาทกรรมและมายาคติทางเพศต่าง ๆ ได้ถูกสร้างขึ้นทั้งด้านบวกและด้านลบ นำไปสู่ความขัดแย้งทางด้านความคิดที่เกิดขึ้นในสังคม นอกจากนี้ ปรากฏการณ์สาวพริตตี้ในงานมอเตอร์โชว์ ยังนับเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงปัญหาด้านการสื่อสารทางเพศที่ละเอียดอ่อนในสังคมไทยอีกด้วย สำหรับข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ทุก ๆ ภาคส่วนจำเป็นต้องเรียนรู้และทำความเข้าใจเกี่ยวกับเพศสภาพและเพศวิถีของคนในสังคม เปิดใจกว้างยอมรับ ร่วมกันทบทวนตรวจสอบวาทกรรมและมายาคติทางเพศต่าง ๆ ที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชนที่ก่อให้เกิดความขัดแย้งในสังคม ร่วมกันวิพากษ์วิจารณ์ สะท้อนความคิดเห็น รวมถึงร่วมกันรื้อถอนมายาคติทางเพศที่ขัดต่อวัฒนธรรมและประเพณีอันดีงามของไทย และสรรสร้างมายาคติทางเพศที่สอดคล้องกับบริบทของสังคมในปัจจุบันขึ้นทดแทน อันจะเป็นวิถีทางที่นำไปสู่การสื่อสารทางเพศที่มีประสิทธิภาพในอนาคต

จากการศึกษางานเกี่ยวกับอาชีพพริตตี้จะพบว่า พริตตี้มักถูกทำให้เป็นสินค้าในแง่การตลาดผ่านรูปร่างหน้าตา ความสวยงาม และบุคลิกภาพของพวกเธอ โดยบริษัทอแกไนซ์และผู้จ้างมักมีความเชื่อว่า พริตตี้มีส่วนอย่างมากในการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ทักษะในด้านอื่นของพริตตี้จึงมักถูกมองข้ามและไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควรจะเป็นในเส้นทางอาชีพของพวกเธอ ซึ่งนับเป็นช่องว่างของงานทั้งหมดที่ยังไม่ถูกพูดถึง นอกจากนี้ ยังพบว่า รูปแบบงานของพริตตี้ที่ถูกกล่าวถึงในแต่ละงานยังคงติดอยู่กับลักษณะการทำงานที่เป็นภาพลักษณ์เก่า กล่าวคือ พริตตี้เอ็มซี หรือพริตตี้ที่ทำหน้าที่ในงานมอเตอร์โชว์ ซึ่งทำให้งานวิจัยเกี่ยวกับพริตตี้ที่มีในเวลานี้ ยังไม่ครอบคลุมรูปแบบหรือประเภทของงานที่มีอยู่จริงในปัจจุบัน รวมถึงงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจประกอบอาชีพของพริตตี้ที่มีการสรุปผลว่า ความชอบและความสนใจเป็นการส่วนตัว เป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจประกอบอาชีพพริตตี้ ซึ่งยังไม่อาจตอบได้ถึงที่มา ทั้งนี้จึงจะได้มีการศึกษาถึงที่มาของความชอบและความสนใจในการตัดสินใจเข้าสู่อาชีพของพริตตี้ต่อไป

### 2.2.3 งานศึกษาด้านความงามทางร่างกาย

ในการประกอบอาชีพของพริตตี้ มีความจำเป็นอย่างยิ่งในการจะต้องมีท่วงท่ากายภาพที่ดี ในหัวข้อต่อไปนี้จะได้อธิบาย และรวบรวมงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับความงามด้านร่างกาย ซึ่งจะต้องมีวิธีสะสมหรือสร้างท่วงท่ากายภาพในรูปแบบต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ในวาทกรรม “ความสวย” อัตลักษณ์วัฒนธรรมการบริโภค: กรณีศึกษานักศึกษาหญิง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ของอุ๋นใจ เจียมบุรณะกุล (2547) ที่มีเป้าหมายเพื่อทำความเข้าใจเรื่อง “ความสวย” ของผู้หญิงในฐานะที่ความสวยเป็นสิ่งประกอบสร้างทางสังคม ผู้ให้ข้อมูลหลักอายุระหว่าง 18–25 ปี มีสถานภาพเป็นนักศึกษา คณะต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เด็กสาวเหล่านี้มีภูมิหลังทางสังคม วัฒนธรรม และฐานะทางเศรษฐกิจแตกต่างกัน งานศึกษานี้ใช้หมอตศาสตร์ศึกษาแนววัฒนธรรมศึกษา ที่ให้ความสนใจศึกษาผู้หญิงในฐานะผู้บริโภคที่สร้างตัวตนทางสังคม การสร้างความรู้และค่านิยมเรื่องความสวยความงามของผู้หญิงมีมาตั้งแต่สมัยโบราณโดยที่ค่านิยมเรื่องความสวยดังกล่าวถูกผลิตโดยผู้ชายและผู้ที่มีอำนาจในสังคม ซึ่งความสวยงามของผู้หญิงสมัยต้นรัตนโกสินทร์ได้รับอิทธิพลจากพุทธศาสนา กล่าวคือการมีสถานภาพที่ดีและความสวยงามทางร่างกายเกี่ยวพันกับการสั่งสมบุญมาแต่ชาติก่อน เมื่อประเทศไทยเริ่มปรับเปลี่ยนเข้าสู่ความทันสมัยมากขึ้น สถานภาพและบทบาทของผู้หญิงก็เปลี่ยนแปลงไปโดยอิงกับสังคมตะวันตกมากขึ้น อาทิเช่น การให้การศึกษา การบริโภคสินค้า และการสร้างค่านิยมความสวยความงามทั้งร่างกายและจิตใจ สิ่งเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของการนำเสนอภาพความทันสมัยผ่านร่างกายผู้หญิงนำมาสู่การบริโภคที่ได้รับอิทธิพลจากการรับสื่อในรูปแบบต่างๆ ในนามของความรู้ จากการศึกษพบว่า ภายใต้กระบวนการบริโภคความรู้เรื่องการสร้างความสวยในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งความรู้ด้านการดูแลสุขภาพ ร่างกาย การใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และการเลือกวิธีการศัลยกรรมความงามเพื่อให้ร่างกายงดงามตามสมัยนิยม อีกทั้งเพื่อการสร้างความเป็นตัวตนหรืออัตลักษณ์เรื่องความงามที่สอดคล้องกับค่านิยมทางสังคม กระบวนการสร้างอัตลักษณ์เกี่ยวพันกับการบริโภคความรู้ที่ได้รับอิทธิพลจากงานวิจัยทางวิทยาศาสตร์สุขภาพที่เสนออยู่ในนิตยสาร โดยที่เด็กสาวเหล่านี้เลือกที่จะใช้ทั้งความรู้ วิธีการ และผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับตนเอง เพื่อสร้าง ความสวยที่เหมาะสมกับตนเองในฐานะที่ร่างกายเป็นท่วงท่าทางสังคม เพื่อจะได้สถานภาพทางสังคมที่ดี

ในเวลาต่อมา กชกรณ์ เสรีฉันทฤกษ์ (2551) ได้ศึกษา “วาทกรรมความงามของผู้หญิงในสังคมไทย: มุมมองพหุมิติ” โดยมีเป้าหมายเพื่อศึกษาถึงความหมายและพัฒนาการของวาทกรรมความงามของสตรีไทยในแต่ละยุคสมัย รวมถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวาทกรรมความงามของผู้หญิงในแต่ละยุคสมัย ตลอดจนสถานะของผู้หญิงภายใต้วาทกรรมความงามหลากหลายรูปแบบ โดยการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้แนววิเคราะห์ทางประวัติศาสตร์ (Historical Approach) เป็นหลัก ภายใต้มุมมองพหุมิติ คือ เชื้อชาติ (race) ชั้นชั้น (class) วัฒนธรรม (culture) และเพศสภาพ (gender) ผลจากการศึกษาพบว่า วาทกรรมความงามของผู้หญิงในสังคมไทยมีการเปลี่ยนแปลง ไปในแต่ละยุคแต่ละสมัย ทั้งนี้ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานความงามภายใต้มุมมองพหุมิติ ซึ่งสามารถสรุปประเด็นสำคัญใน ยุคโลกาภิวัตน์ ทุนนิยม เสรีนิยมและวัฒนธรรมบริโภคนิยม (ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2488 ถึงปัจจุบัน) ไว้ว่า ด้วยความก้าวหน้าทางการสื่อสาร การเติบโตของอุตสาหกรรม รวมถึงเทคโนโลยีต่างๆทั่วโลก ทำให้เกิดความหลากหลายทางความคิด การเปลี่ยนแปลงชั่วข้ามคืน อันส่งผลต่อความงาม

ของผู้หญิงในสังคมไทยให้มีความหลากหลายมากขึ้นกว่าเดิม วัฒนธรรมตะวันตกไม่ได้มีอิทธิพลต่อวาทกรรมความงามของผู้หญิงไทยแต่เพียงอย่างเดียวอีกต่อไปแล้ว สิ่งที่เข้ามามีอิทธิพลกลายเป็นค่านิยมการบริโภคผ่านสื่อโฆษณาที่ผู้ผลิตพยายามตอกย้ำ และกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการบริโภคอย่างไม่สิ้นสุด ซึ่งหนึ่งในกลุ่มเป้าหมายที่ตกเป็นเหยื่อของการบริโภคก็คือผู้หญิงโดยการนำเสนอวาทกรรมความงามแบบมายาคติที่ถือเป็นมาตรฐานความงามใหม่ที่คอยกระตุ้นให้ผู้หญิงเลือกซื้อสินค้ามาบริโภค เพื่อนำมาปรับปรุง เปลี่ยนแปลงความงามของเธอให้ได้ตามมาตรฐานความงามที่สื่อในยุคนี้ ๆ กำหนดไว้นั่นเอง นอกจากอิทธิพลของสื่อในยุคปัจจุบันแล้ว ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ก็มีส่วนทำให้มนุษย์สามารถลบข้อจำกัดทางธรรมชาติในแง่ของรูปร่างหน้าตาได้ ผู้หญิงสามารถออกแบบรูปร่างหน้าตา (Body project and Look design) โดยการศัลยกรรมความงามหรือการควบคุมโภชนาการโดยโภชนาการมีอาชีพ นั่นคือ ความงามของผู้หญิงในยุคปัจจุบันกลายเป็นสิ่งที่เธอสามารถเลือกได้ ออกแบบได้ไปเสียแล้ว

อย่างไรก็ดี แม้ว่าผู้หญิงเราจะรู้ว่าความงามทั้งหลายล้วนเป็นมายาคติที่ถูกประกอบสร้างขึ้น แต่เราไม่อาจปฏิเสธได้ว่าผู้หญิงในยุคปัจจุบันยังคงให้ค่าและความสำคัญกับความงามของรูปร่างหน้าตา และยินยอมพร้อมใจที่จะปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ได้มาซึ่งความงามสากลที่สังคมกำหนดว่าเป็นมาตรฐานความงามอยู่ นั่นหมายถึงว่าผู้หญิงยังคงเวียนวนอยู่กับดักของมายาคติความงามอย่างดั้นไม่หลุดแม้เวลาจะผ่านมาหลายศตวรรษก็ตาม

**วาทกรรมความเป็นหญิงกับความงามในสังคมไทย** โดย กมลทิพย์ จึงเลิศศิริ (2558) กล่าวว่า สื่อโฆษณามีบทบาทสำคัญในการกำหนดกรอบความคิดของสังคม ทำหน้าที่สร้างค่านิยมและสร้างนิยามความหมายให้กับสิ่งต่าง ๆ การโฆษณามีจุดมุ่งหมายในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคเพื่อประโยชน์ทางด้านธุรกิจ เรื่องบางเรื่องถูกทำให้เป็นเรื่องปกติธรรมดาเพราะถูกนำเสนอซ้ำ ๆ จนผู้คนจดจำและยอมรับมันไปโดยปริยาย อย่างเช่นการสร้างค่านิยมเรื่องความงามของผู้หญิง สื่อโฆษณาได้สร้างต้นแบบทางความงามโดยใช้ภาพและคำที่มีลักษณะชี้แนะ ชักจูง และยังไม่มี ความหลากหลายในการนำเสนอ ความงามตามสื่อนั้นมีอยู่เพียงไม่กี่แบบคือ ความขาว ความผอม ผิวเรียบเนียน จมูกโด่ง ผมยาวสลวย ผู้หญิงเกิดความไม่พอใจในตัวเองหรือแม้กระทั่งรู้สึกตัวเองไม่ปกติหากไม่ได้เป็นไปตามมาตรฐานนั้น เนื้อหาดังกล่าวเป็นแรงบันดาลใจเข้าพเจ้าสร้างสรรค์ผลงานในรูปแบบจิตกรรมเทคนิคผสม โดยใช้แสงไฟสังเคราะห์ผสมกับรูปร่างจากภาพลักษณ์ของผู้หญิงด้วยการบิดเบือนให้เกิดลักษณะเกินจริง เพื่อเน้นย้ำถึงมายาคติผ่านภาพลักษณ์ของสื่อในปัจจุบัน

สำหรับวิวัฒนาการทางวาทกรรมความงามนั้น จากการศึกษา มัลลิกา มัติโก (2544) เรื่อง **“ศัลยกรรมใบหน้า: การสร้างเสริมความงามของผู้หญิงไทย”** ที่มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาวิวัฒนาการทางวาทกรรมความงาม ที่สถาบันต่าง ๆ นิยามความหมาย ทัศนคติ จัดประเภท เพื่อสร้างกรอบระเบียบวินัยเกี่ยวกับความงามของผู้หญิงไทย ศึกษารูปแบบการตัดสินใจของผู้หญิงไทย ได้แก่ การนำเสนอตัวตนในชีวิตประจำวัน และการสร้างทุนทางกายภาพ และศึกษาผลที่เกิดขึ้นหลังจากการทำศัลยกรรมเสริมความงาม ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงในด้านร่างกาย ตัวตน สังคม และสุขภาพ ผลการศึกษาพบว่า การให้ความหมายความงาม เกิดขึ้นจากความรู้ที่สถาปนาจากชุดอุดมการณ์ทางศาสนา สร้างวินัยความงามเกี่ยวกับความดีและมีคุณธรรม สืบทอดความคิดผ่าน งานวรรณกรรม ผลิตวาทกรรมความงามแบบจารีตตามบทบาททางเพศ และเมื่อสังคมไทยมีการติดต่อกัน

ด้านการค้าและการเมืองกับประเทศต่าง ๆ ส่งผลให้สังคมสร้างความหมายความงามที่สัมพันธ์กับความเป๋นตะวันตก ภายใต้อำนาจทางการเมือง ขณะเดียวกันความงามในบริบทการเมืองก็ถูกกำกับและแทรกแซงด้วยความรู้ทางการแพทย์ด้านศัลยกรรมตกแต่ง สร้างความงาม แบบแยกส่วน ได้แก่ “ตาสองชั้น จมูกโด่ง” ในความหมายของความงามแบบสมัยนิยมที่กระตุ้นให้ ผู้หญิงจำนวนหนึ่งเลือกการทำศัลยกรรมเสริมความงาม เพื่อนำเสนอตัวตนที่ประทับใจแก่สังคม และเพื่อการสะสมทุนทางกายภาพให้ตนเอง โดยในที่สุดแล้วปฏิบัติการทางวาทกรรมทางการแพทย์ อาจมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงสุขภาพ ตัวตน และสังคมในอนาคต

การศึกษา **ปัจจัยทางการตลาดในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร** ของ สุพิชญา วัชรินทร์พร (2555) ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า และปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยทางการตลาดในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า ผลการวิจัยสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี มีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด และมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท ปัจจัยทางการตลาดในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดในด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ อาชีพและรายได้ต่างกันมีปัจจัยทางการตลาดในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าแตกต่างกัน

นอกจากนี้บทความของ อัครี จารุกุศล (2554) ได้ศึกษา **ปัจจัยด้านจิตสังคมในผู้สนใจทำศัลยกรรมความงาม** โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจข้อมูลพื้นฐาน ลักษณะประชากรของกลุ่มผู้สนใจทำศัลยกรรมความงาม และเพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยทางจิตสังคมวิธีการศึกษา ผลการศึกษา ปัจจัยด้านจิตสังคมที่พบความแตกต่างในกลุ่มตัวอย่างที่สนใจทำศัลยกรรม และไม่สนใจทำศัลยกรรมความงาม ได้แก่ ปัจจัยด้านการรับรู้ภาพลักษณ์ ปัจจัยด้านสื่อและการเปรียบเทียบ และปัจจัยด้านสุขภาพจิตในกลุ่มย่อย 3 ด้านได้แก่ อาการซึมเศร้าอาการวิตกกังวล และ อาการโรคจิต นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาเพิ่มเติมใน 2 ปัจจัยแรกคือปัจจัย ด้านการรับรู้รูปลักษณ์ และปัจจัยด้านสื่อ และการเปรียบเทียบถึงความเป็นอิสระต่อกันของตัวแปร พบว่ามีเฉพาะปัจจัยด้านสื่อและการเปรียบเทียบแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สรุปผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าแม้ปัจจัยด้านการรับรู้รูปลักษณ์ ปัจจัยด้านสื่อ และการเปรียบเทียบ และปัจจัยด้านสุขภาพจิตจะมีความเกี่ยวข้องกับความไม่พึงพอใจในรูปลักษณ์ แต่ปัจจัยที่เกี่ยวข้องมากที่สุด กับผู้ที่ไม่พึงพอใจในรูปลักษณ์ และเลือกที่จะแก้ไขปัญหาโดยการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงาม ได้แก่ ปัจจัยด้านสื่อและการเปรียบเทียบ

งานของ พัชรพิชา ปวันรักษ์พงส์ (2552) ได้ศึกษา **“ดารานักแสดงหญิงกับศัลยกรรมเสริมความงาม การศึกษาเรื่องดารานักแสดงหญิงกับศัลยกรรมเสริมความงาม”** มีเป้าหมายเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลทำให้ดารานักแสดงหญิงตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม รวมถึงผลกระทบต่าง ๆ ทั้งทางด้านบวกและด้านลบจากการทำศัลยกรรมเสริมความงาม ตลอดจนการสร้างค่านิยมที่เหมาะสมและถูกต้องของอาชีพดารานักแสดงในยุคปัจจุบัน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ทำให้ดารานักแสดงหญิงตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม เป็นผลจากบทบาททางอาชีพในแง่ของการเป็นดารา

นักแสดง ที่ต้องอาศัยหน้าตา รูปร่าง และบุคลิกภาพที่ดีที่สุดเป็นองค์ประกอบสำคัญ ดาราเป็นอาชีพที่ต้องขายรูปลักษณ์เป็นเครื่องมือหลักในการทำงาน ความสวยงามเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นเพราะสะท้อนออกมาภายนอกและความงามคือสิ่งแรกและเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดความดึงดูด ความสนใจกับผู้คน ที่พบ ในวงการบันเทิงบ้านเราประมาณ 80-90 เปอร์เซ็นต์ของดารานักแสดง ล้วนผ่านการทำศัลยกรรมเสริมความงามมาแล้ว ผลการสำรวจพบว่า การศัลยกรรมเสริมจมูก จะเป็นอันดับแรกที่คนในวงการบันเทิงจะต้องทำ รองลงมาคือ ศัลยกรรมตา และศัลยกรรมเสริมหน้าอก ดังนั้น ดารา กับคำว่าศัลยกรรมคงเป็นเรื่องที่หนีกันไม่พ้น แต่ใครทำแล้วจะออกมาดูดีสมใจหรือโชคร้ายไม่เป็นดังที่คาดหวังเพราะเกิดผลข้างเคียง คงเป็นเรื่องที่ต้องเสี่ยงดวงกันเองหรือเพื่อให้ได้มากับประโยคที่ว่า “ภาพพจน์และอนาคตที่รุ่งโรจน์ชั่วกาล” นอกจากบริบททางด้านอาชีพจะเป็นตัวบังคับให้ดารานักแสดง ต้องคำนึงถึงเรื่องความสมบูรณ์ของรูปร่างหน้าตา (First Impression) เป็นหลัก ดังนั้นการมีหน้าตาและบุคลิกภาพที่ดีที่สุด นับว่าเป็นด่านแรกที่จะนำไปสู่ความสำเร็จได้ ประกอบกับอิทธิพลของสื่อในยุคปัจจุบัน และวามก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ก็มีส่วนทำให้มนุษย์สามารถลบข้อจำกัดทางธรรมชาติในแง่ของรูปร่างหน้าตาได้ ผู้หญิงจึงสามารถออกแบบรูปร่างหน้าตา (Body project and Look design) โดยการศัลยกรรมความงาม อีกทั้งมาตรฐานความงามของสังคมที่นิยมความงามแบบตาโต จมูกโด่ง ออกอิม จึงทำให้เรื่องศัลยกรรมความงามจึงเป็นเรื่องปกติที่ยอมรับกันได้ในสังคม

จากผลศึกษาทำให้เห็นว่าเรื่องความงามและการทำศัลยกรรมเสริมความงามมีผลอย่างยิ่งต่อการประกอบอาชีพและสร้างความสำเร็จให้กับอาชีพดารานักแสดงได้ แต่ทั้งนี้ไม่ยอมให้มองว่าปัจจัยด้านอาชีพที่ต้องอาศัยความสวยงามของหน้าตาและรูปร่างที่ดี เป็นตัวกำหนดพื้นฐานให้ดารานักแสดงหญิงต้องตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม ยังคงต้องมีปัจจัยอื่น ๆ ร่วมด้วยที่เกื้อหนุนซึ่งกัน เช่น การพัฒนาด้านความสามารถ และการพัฒนาฝีมือทางการแสดงเป็นตัวบ่งชี้ที่สามารถสร้างความสำเร็จในอาชีพได้ ไม่ยอมให้มองแค่เรื่องปัจจัยภายนอกด้านรูปลักษณ์มาเป็นตัวกำหนดเพียงด้านเดียวเท่านั้น การสร้างค่านิยมที่ถูกต้องและเหมาะสมให้กับดารานักแสดงหญิง ควรมีการส่งเสริมให้อาชีพดารานักแสดงมีการพัฒนาในด้านความเข้าใจเรื่องค่านิยมที่ถูกต้องของการทำหน้าที่เป็นดารานักแสดงที่มีคุณภาพทางการแสดง การพัฒนาฝีมือการแสดง โดยเฉพาะการสร้างความสำเร็จร่วมกันทั้งสื่อต่าง ๆ ตัวดารานักแสดงเอง หรือแม้กระทั่งผู้ผลิตให้มีความเข้าใจที่ตรงกัน และคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมให้มากขึ้นกว่านี้ อย่าปล่อยให้ผู้หญิงเราถูกรอบงำด้วยวาทกรรมทางความงามที่มากมาย และทำอย่างไรผู้หญิงจึงจะไม่ตกเป็นเหยื่อที่เชื่อว่า ความงามแบบไร้ที่ติ ความงามที่สมบูรณ์แบบเป็นสิ่งที่ผู้หญิงต้องแสวงหามาครอบครองไว้ให้ได้ ไม่ว่าจะการได้มานั้นจะต้องแลกกับเงินทอง ความเจ็บปวดหรือแม้แต่ชีวิตของตนเอง แต่ในขณะที่เดียวกันก็ไม่ได้หมายความว่าผู้หญิงเราจะปล่อยตัวไม่สนใจให้ไหลเลยตามกาลเวลา และคำตอบก็ไม่ได้อยู่ที่ศัลยกรรมตกแต่งเสมอไป ดังนั้นหนทางที่เรียกความมั่นใจได้ดีที่สุดคือ ผู้หญิงต้องดูแลสุขภาพตนเอง ออกกำลังกาย การดูแลสุขภาพจิตใจ การมีคุณค่าในตัวเอง ไม่เกี่ยวข้องกับหน้าตาที่สวยงาม แต่เป็นความพึงพอใจในตัวเองหรือการเห็นคุณค่าในตัวเอง คน ๆ หนึ่งจะประสบความสำเร็จในชีวิตได้หรือไม่ การเห็นคุณค่าในตนเองเป็นเรื่องสำคัญที่มีผลอย่างมาก ถึงแม้ว่าหน้าตาไม่ดี แต่ความสามารถต่างหากที่จะเป็นตัวนำความสำเร็จได้

การศึกษา “ค่านิยมและอิทธิพลจากบุคคลที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจศัลยกรรมความงาม” โดยธัญชนก สุขแสง (2558) มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาถึงค่านิยมของการทำศัลยกรรม

ความงามของผู้บริโภค 2) ศึกษาถึงอิทธิพลจากบุคคลที่มีต่อการทำศัลยกรรมความงามของผู้บริโภค 3) ศึกษาและวิเคราะห์ถึงค่านิยมและอิทธิพลของบุคคลที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-35 ปี สถานภาพโสด การศึกษาปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000 บาทเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านค่านิยมทางสังคมมีความสำคัญในการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงาม เพราะช่วยเสริมบุคลิกภาพให้เข้าสังคมได้ง่าย และช่วยให้หางานได้ง่ายขึ้นด้านค่านิยมทางจิตใจ เมื่อทำศัลยกรรมแล้วทำให้มีหน้าตาที่สวยงามขึ้น ทำให้รู้สึกมั่นใจด้านอิทธิพลจากบุคคลใกล้ชิด บุคคลในครอบครัวจะมีอิทธิพลในการแนะนำหรือชักจูง น้อยกว่าเพื่อนหรือแฟนส่วนอิทธิพลจากบุคคลที่มีชื่อเสียงจะมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงาม อยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น

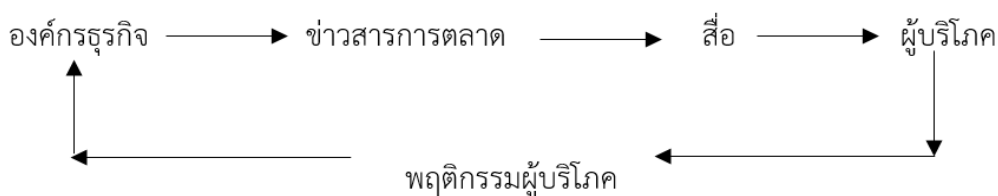
จากการศึกษางานวิจัยด้านความงามทางร่างกาย จะพบว่า สังคมได้ให้คุณค่าต่อความงามจนกลายเป็นค่านิยมที่ส่งผลต่อการประกอบอาชีพของผู้หญิงจำนวนมาก การตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามจึงมิได้ส่งผลแต่เพียงความมั่นใจของผู้หญิง หากแต่ยังหมายถึงโอกาสในการทำงาน รวมถึงความงามของเรือนร่างก็ได้กลายเป็นหนึ่งในทุนความสามารถที่พวกเธอล้วนจำเป็นต้องมีไว้ใช้ในการแข่งขันในตลาดการทำงานของพวกเขาเอง

### บทที่ 3

## ผลการศึกษาจากเอกสารเกี่ยวกับปริตตี

การสื่อสารการตลาด ด้วยกระบวนการสื่อสารที่เป็นการสื่อความหมายจากแหล่งข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ ไปยังผู้รับข่าวสาร หรือกลุ่มคนเป้าหมายในการสื่อสารนั้น เมื่อผู้รับสารได้รับสารนั้น กรณีที่ผู้ส่งสารสามารถสื่อความหมายได้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสาร โดยอาจใช้วิธีการโน้มน้าวใจกระตุ้นความต้องการเพื่อให้ผู้รับสารได้รับรู้ เปลี่ยนแปลงทัศนคติและมีผลถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ผู้รับสารก็จะมีปฏิริยาสนองกลับ (สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์, 2530 อ้างถึงใน วาริตา ทวีทรัพย์ อัมพร, 2552) ดังรูป

แผนภาพที่ 6 แนวคิดกระบวนการสื่อสารที่เป็นการสื่อความหมายจากแหล่งข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ



แนวคิดกระบวนการสื่อสารที่เป็นการสื่อความหมายจากแหล่งข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ

ที่มา: วาริตา ทวีทรัพย์อัมพร, 2552

ฐาปะนะ วงษ์สาธิตศาสตร์ (2555) ได้กล่าวไว้ในการศึกษาเรื่อง ภาพรวมของปรากฏการณ์ “ปริตตี” ในงานมอเตอร์โชว์ว่า การดำเนินงานทางการตลาดนั้น การสื่อสาร และสื่อต่าง ๆ ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในทุก ๆ ขั้นตอน โดยเฉพาะการตลาดในยุคที่มีการแข่งขันสูง และเป็นไปอย่างเข้มข้น ผู้ประกอบการต่าง ๆ ล้วนสรรหาวิธีการสื่อสารไปยังกลุ่มผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ ตระหนักรู้ และโน้มน้าวจิตใจให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าให้ได้มากที่สุด กิจกรรมหนึ่งที่โดดเด่นและอยู่ในความสนใจในปัจจุบันคือ “การตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing)” เป็นการจัดกิจกรรม หรือเหตุการณ์พิเศษในการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างตราสินค้ากับผู้บริโภค ซึ่งมีการนำกลยุทธ์ในเรื่อง “เพศ” มาเป็นเครื่องมือทางการตลาด นั่นอาจเป็นเพราะเรื่องของ “เพศ” นั้นยังคงเป็นเรื่องที่สังคมให้ความสนใจอยู่เสมอ

ความเป็นเพศหญิงที่ถูกนำมาใช้ในกลยุทธ์ทางการตลาดในโลกทุนนิยม โดยที่ผู้ประกอบการนำความเป็นเพศหญิง มาใช้เป็นที่ดึงดูดความสนใจสำคัญจากผู้บริโภค การให้ความสำคัญของเพศหญิงในการเป็นผู้นำเสนอสินค้าจึงถือเป็นหัวใจหลัก ดังที่กาญจนา แก้วเทพ (2543 อ้างถึงใน ฐาปะนะ วงษ์สาธิตศาสตร์, 2555) ได้กล่าวไว้ว่า “เพราะผู้หญิงมีคุณสมบัติที่จะนำมาใช้เป็นวัตถุที่ใฝ่慕ดู ใช้สร้างความปรารถนาให้เกิดขึ้นมาได้ (object of look, object of desire)” ด้วยเหตุนี้จึงทำให้เกิดอาชีพปริตตีขึ้น เพื่อสนองตอบกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทผู้ผลิตสินค้า หรืออีกนัยหนึ่งอาชีพ



พริตตี้ เกิดขึ้นเพื่อการสนองต่อยุคบริโภคนิยมที่กระตุ้นให้เกิดการบริโภคที่เพิ่มมากขึ้น พริตตี้จึงเป็นสื่อสร้างความสนใจให้ผู้บริโภคเข้าถึงตัวสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นเพศชาย

### 3.1 ความหมายและความเป็นมาของ “พริตตี้”

#### 3.1.1 ความหมายของ “พริตตี้”

บทวิทยุรายการ “รู้ รัก ภาษาไทย” (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. ออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2550 เวลา 7.00-7.30 น. เข้าถึงได้จาก: <http://www.royin.go.th/?knowledges=พริตตี้-๑-มีนาคม-๒๕๕๐>) ได้กล่าวถึงคำว่า “พริตตี้” หมายถึง หญิงสาวหรือชายหนุ่มที่มีหน้าตา รูปร่าง และบุคลิกดี ทำหน้าที่นำเสนอสินค้า โดยเฉพาะรถยนต์ที่เปิดตัวใหม่ในงานมอเตอร์โชว์ โดยชักชวนผู้สนใจให้แวะชมและอธิบายหรือตอบคำถามต่าง ๆ คำว่า พริตตี้ มาจากคำภาษาอังกฤษว่า pretty (สะกดว่า พี-อาร์-อี-ดับเบิลที-วาย อ่านว่า พรีต-ตี้) ซึ่งเป็นคำคุณศัพท์แปลว่า “สวย” เช่นในประโยค She is a pretty girl. แปลว่า เธอเป็นผู้หญิงสวย แต่เมื่อมาใช้ในภาษาไทยได้กลายเป็นคำนามและความหมายเปลี่ยนไป ดังในตัวอย่างว่า พริตตี้ของรถยนต์หรูสวยโดดเด่นอาชีพพริตตี้เป็นที่ปรารถนาของวัยรุ่นหลายคน

ปิ่นแก้ว พงษ์ประเสริฐ (2549) ได้ให้นิยามของ “อาชีพพริตตี้เกิร์ล” ว่าหมายถึง หญิงสาวที่มีบุคลิกภาพดี มีรูปร่าง และรูปลักษณ์ภายนอกที่สวยงาม มีความสามารถในการสื่อสาร มักอยู่ในช่วงอายุ 18-28 ปี เป็นบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ ในงานด้านกิจกรรมการตลาด (Event Marketing) โดยมีหน้าที่ขึ้นอยู่กับบนโยบายของบริษัทที่เกี่ยวข้อง

เพจเฟซบุ๊ค Hinoga ร่วมแชร์วิธีจีบสาวขั้นเทพ กล่าวถึงคำว่า “พริตตี้” แปลว่า น่ารัก แต่ในไทยใช้เรียกแทนหญิงสาวหน้าตาและหุ่นดียืนตามบูธต่าง ๆ หากจะเรียกพริตตี้เป็นคำภาษาอังกฤษต้องเรียกว่า Bothbabe พริตตี้เป็นอาชีพที่กำลังมาแรงมาก ๆ เพียงแค่หน้าตาดี หุ่นดี มนุษย์สัมพันธ์ดี กล้าแต่งตัวตาม Concept ก็ได้เป็นแล้ว และเงินรายได้ก็ดีอย่างไม่น่าเชื่อ พริตตี้เป็นอาชีพแขนงหนึ่งของ “นางแบบ” เป็นนางแบบที่ไม่ได้ถ่ายใน Studio แต่ถ่ายกลางแจ้ง ถ้าจะเรียกให้เข้าใจง่ายกว่านี้ต้องเรียกว่า “นางแบบภาคสนาม” เพราะพริตตี้ต้องยืนถ่ายตามบูธที่เค้าจัด

อดัม แบริดชอว์ (Adam Bradshaw) ดิวเตอร์ภาษาอังกฤษ ได้กล่าวถึงความหมายของพริตตี้บนสื่อออนไลน์ เว็บไซต์ <http://www.ajarnadam.tv/blog/pretty> ระบุว่า Pretty ไม่ได้แปลว่าพริตตี้ โดยระบุว่า pretty เป็นได้ทั้งคำคุณศัพท์ทำหน้าที่ ขยายนาม หรือสรรพนาม (adj.) แปลว่าสวย และเป็นคำกริยาวิเศษ ทำหน้าที่ขยายคำกริยา (adv.) แปลว่า ค่อนข้าง เช่น She's a pretty girl. แปลว่า เธอเป็นสาวที่สวย และ He's a pretty cool guy. แปลว่า เค้าเป็นผู้ชายที่ค่อนข้างเท่ เพราะฉะนั้น pretty ไม่ได้เป็นคำนาม ดังนั้นถ้าพูดว่า I'm a pretty. ฝรั่งจะไม่เข้าใจ ดังนั้นถ้าเป็นพริตตี้ก็เรียกง่าย ๆ ว่า model ม่อโตล/เดิล ก็คือ นางแบบ

นอกจากนี้ กมลวรรณ ชุมทรัพย์ (2548) ได้รวบรวมการให้ความหมายของพริตตี้ที่สร้างโดยบริษัทรับจัดงาน ผู้ประกอบอาชีพพริตตี้ และสื่อมวลชน ภายใต้การศึกษาเรื่อง การสร้างความหมายของพริตตี้ในอุตสาหกรรมรถยนต์โดยสื่อมวลชน ไว้ดังนี้

#### 1. ความหมายของพริตตี้ โดยบริษัทรับจัดงาน

พริตตี้ หมายถึง ผู้ทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์สินค้าในงานแสดงสินค้า (Exhibition) พริตตี้ นับเป็นส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ภายใต้กิจกรรมทางการตลาด ที่สามารถดึงดูดความสนใจจากลูกค้าที่เข้าชมงานให้หันมาสนใจสินค้าและกิจกรรมที่จัดได้เป็นอย่างดี โดยพริตตี้ต้องเป็นผู้ที่มีความฉลาดมีไหวพริบ ความสวยและความรู้พื้นฐานเรื่องรถยนต์ส่วนความสำคัญอันดับรองลงมาคือเรื่องของความสามารถ ความมั่นใจ การศึกษา วาทศิลป์ และความอดทน

### 2. ความหมายของพริตตี้ที่ โดยผู้ประกอบการอาชีพพริตตี้

พริตตี้ หมายถึง ผู้ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของสินค้าเปรียบเสมือนสื่อบุคคลที่ทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์สินค้า เมื่ออยู่ในงานแสดงสินค้าพวกเขาจะเป็นจุดสนใจที่สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้ชมงานและสื่อมวลชนเป็นอย่างดี โดยพริตตี้ต้องเป็นผู้ที่มีความรู้พื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับสินค้านั้น ๆ มีความสามารถและบุคลิกที่ดีความฉลาดมีไหวพริบ สามารถตอบคำถามลูกค้าได้ มีวาทศิลป์ ความสวย มนุษย์สัมพันธ์ดี ความกล้าแสดงออก มีการศึกษาที่ดี เชื้อมั่นในตนเอง มีรายได้สูงจากการประกอบอาชีพ ความรับผิดชอบต่องาน

### 3. ความหมายของพริตตี้ โดยสื่อมวลชน

สื่อมวลชนส่วนใหญ่ สร้างความหมายของพริตตี้ในเชิงลบมากกว่าเชิงบวก ส่วนหนังสือพิมพ์เชิงปริมาณบางเล่ม จะนำเสนอเรื่องการแต่งกายที่เช็กซีของพริตตี้ หนังสือพิมพ์เชิงคุณภาพประเภทข่าวธุรกิจนำเสนอพริตตี้ในเชิงการตลาดหรือในฐานะที่เป็นสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ส่วนสื่อวิทยุเสนอความหมายของพริตตี้ในเชิงบวกโดยใช้พริตตี้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์สินค้า เว็บไซต์นำเสนอความหมายของพริตตี้ในด้านบวกโดยนำพริตตี้มาใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์เช่นกัน รายการโทรทัศน์นำเสนอความหมายที่หลากหลายทั้งด้านบวกและด้านลบ โดยพริตตี้ต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถ มีความสวยเช็กซี ความฉลาดมีไหวพริบ ระดับการศึกษาที่สูงขึ้น รายได้ดี มีความรู้เรื่องรถยนต์ มีความอดทน บุคลิกที่ดี มีมนุษยสัมพันธ์ วาทศิลป์ กล้าแสดงออก สามารถตอบคำถามลูกค้าได้และมีความมั่นใจ

โดยสรุป การให้ความหมายกับพริตตี้ นั้น ขึ้นอยู่กับผู้ผลิตความหมาย ว่าต้องการให้ความสำคัญกับประเด็นใดเป็นหลัก โดยพริตตี้ในความหมายของงานชิ้นนี้ หมายถึง พรีเซ็นเตอร์สาวหน้าตาและบุคลิกดีทำหน้าที่เป็นตัวแทนของสินค้ารถยนต์นำเสนอและให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้านั้นหรืออีกนัยหนึ่งคือเป็นผู้แนะนำสินค้าและแจกแผ่นพับโฆษณา รวมทั้งเป็นพิธีกรบนเวทีเชิญชวนลูกค้าให้เข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ภายในบูธหรือในงานแสดงสินค้า(รถยนต์)

#### 3.1.2 ความเป็นมาของอาชีพพริตตี้

จากการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความเป็นมาของอาชีพพริตตี้จากงานศึกษาเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และได้แบ่งประเด็นนำเสนอเป็น 2 หัวข้อ คือ ความเป็นมาของอาชีพพริตตี้ในต่างประเทศและในประเทศไทย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

##### 1) ความเป็นมาของอาชีพพริตตี้ในต่างประเทศ

อาชีพพริตตี้เริ่มขึ้นในปี ค.ศ. 1930 โดยการคัดเลือกให้ผู้หญิงเป็นผู้เชิญถ้วยรางวัลในสนามแข่งรถซึ่งผู้ที่ทำหน้าที่ดังกล่าวจะถูกเรียกว่า Trophy Girls สำหรับสตรีผู้สร้างตำนานสำคัญของ Trophy Girls ในอดีตคือ Linda Vaughn เธอทำหน้าที่เชิญถ้วยรางวัลครั้งแรกในปี 1961 ต่อมาในปี ค.ศ. 1966 เธอคว้าตำแหน่ง Miss Hurst Golden Shifter ซึ่งทำให้เธอมีชื่อเสียงโด่งดัง รวมทั้งเข้าสู่วงการบันเทิงและเจ็ดจร้อยอยู่บนถนนสายฮอลลีวูด ในปัจจุบัน Linda Vaughn ทำหน้าที่เป็นนักประชาสัมพันธ์และที่ปรึกษาบริษัทน้ำมันหล่อลื่น ProlongSuperLubricants Linda Vaughn เป็นพริตตี้ที่มีชื่อเสียงโด่งดังได้รับการยอมรับในแวดวงนักแข่งรถรวมทั้งได้เป็นต้นแบบให้กับพริตตี้รุ่นต่อ ๆ มา ([http://frontpage.simnet.is/prolong/linda\\_vaughn.htm](http://frontpage.simnet.is/prolong/linda_vaughn.htm) อ้างถึงใน กมลวรรณ ชุมทรัพย์, 2548) บางกระแสกล่าวว่าอาชีพพริตตี้ เกิดขึ้นด้วยการที่ประเทศสหรัฐอเมริกาได้มีการนำหญิงสาวมาใช้ในกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าเมื่อประมาณ 70 ปีมาแล้ว โดยบริษัทชื่อ “Liebmann Breweries, Inc.” ซึ่งเป็นบริษัทก๊อดเยียร์ยี่ห้อ “Rheingold” อยู่ในนิวยอร์ก (Goodrich, 1963 อ้างถึงใน สุมารินทร์ คชานุภาพ, 2552) โดยเริ่มต้นจากปี ค.ศ. 1939 Bob Wechsler ผู้บริหารบริษัทส่งเสริมการขายแห่งหนึ่งชื่อ “Einson Freeman” ได้เข้าพบ Phillip Liebmann ประธานบริษัท “Liebmann Brewery, Inc.” อยากรับเป็นทางการ เพื่อนำเสนอกระบวนการหรือรูปแบบการส่งเสริมการขายแบบใหม่เพื่อย้ำเตือนหรือกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้า (Point of Purchase: POP) ซึ่งรูปแบบการส่งเสริมการขายแบบนี้ได้รับการพัฒนามาอย่างยาวนาน และประสบความสำเร็จที่สุดในประวัติศาสตร์ของเบียร์ Wechsler มีความคิดว่าคนทั่วไปส่วนใหญ่ไม่สามารถซื้อจำชื่อสถานที่ผลิตเบียร์ได้แต่จำตรา (Brand) ที่เป็นหัวใจสำคัญของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ได้ นั่นคือ “Rheingold” ขณะนั้นเบียร์ยี่ห้อนี้ จัดอยู่ในลำดับที่ 6 ของตลาดเบียร์นิวยอร์ก ซึ่งเป็นตลาดที่มีการแข่งขันกันสูงมาก จากความคิดและสถานการณ์ทางการตลาดดังกล่าว จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการส่งเสริมการขายลักษณะนี้ โดยจัดโครงการประกวดที่เรียกว่า “Miss Rheingold contest” (Taylor R., 2003 อ้างถึงใน สุมารินทร์ คชานุภาพ, 2552)

กิจกรรมส่งเสริมการขายนี้เริ่มต้นโดย Wechsler ใช้รูปถ่ายของนักแสดงหญิงชาวชิลี ชื่อ “Jinx Falkenburg” ฉากจูบสนใจโดยใช้หลักการของ POP เสนอต่อ ซึ่ง Liebmann รู้สึกประทับใจในลักษณะรูปร่าง และเลือกให้เป็น Spokeswoman เพื่อโฆษณาเบียร์ ในขณะนั้น Falkenburg ได้รับการเรียกว่าเป็น The Rheingold Girl รูปภาพของเธอเริ่มปรากฏในเอกสารต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร บรรจุกฎหมาย ต่อมาในปี ค.ศ. 1940 ยอดขายของ Rheingold เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่าการส่งเสริมการขายรูปแบบนี้ได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี Liebmann และ Wechsle ตัดสินใจให้ผู้ค้าปลีกมีส่วนในการเลือก “Miss Rheingold, 1941” จากรูปถ่ายของนางแบบชั้นนำจำนวน 24 รูป ลูกค้านำชื่อโดยเลือก Falkenburg อีกเป็นปีที่ 2 แต่ Liebmann ยืนยันว่าต้องการให้การส่งเสริมการขาย รูปแบบนี้ดูใหม่ เขาจึงเลือกนางแบบคนใหม่ขึ้นมาแทน Falkenburg (Taylor R., 2003 อ้างถึงใน สุมารินทร์ คชานุภาพ, 2552) ต่อมาในปี ค.ศ. 1942 ลูกค้านำชื่อด้วยตัดสินใจทั้งที่ให้ผู้บริโภคเบียร์เป็นคนลงคะแนนเสียงเพื่อเลือก “Miss Rheingold, 1942” จากผู้เข้ารอบ 6 คนสุดท้าย ซึ่งผู้ที่ได้รับตำแหน่ง Miss Rheingold จะต้องทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขายเบียร์ยี่ห้อ Rheingold ต่อไป (Goodrich, 1963 อ้างถึงใน สุมารินทร์ คชานุภาพ, 2552)

ในขณะที่บางกระแสก็กล่าวว่า พริตต์นั้นก่อกำเนิดขึ้นในราวปี ค.ศ. 1949 จากสนามแข่งรถสูตรหนึ่งหรือสนามแนสคาร์ในประเทศสหรัฐอเมริกา พริตต์ในสนามแข่งทำหน้าที่ทางร่มให้กับนักแข่งรถ จนเป็นที่มาของคำว่า Umbrella Girls, Pit Girls หรือ Grid Girls สาวงามเหล่านี้นอกจากจะทำหน้าที่ดึงดูดความสนใจให้ผู้ชมหันมาสนใจเครื่องยนต์ของรถแข่งที่ได้รับการพัฒนาแล้ว พวกเธอก็เปรียบเสมือนป้ายโฆษณาเคลื่อนที่ ทั้งนี้เพราะโลโก้ของสินค้าที่สกรีนอยู่บนชุดที่ผู้แข่งขันสวมใส่หรือบนรถแข่งนั้นจะปรากฏบนเสื้อผ้าที่พริตต์สวมใส่ด้วยเช่นกัน (กมลวรรณ ชุมทรัพย์, 2548)

สำหรับในทวีปเอเชีย เริ่มมีอาชีพพริตต์เกิดขึ้นครั้งแรกในประเทศญี่ปุ่นจะเรียกว่า Race Queen จะทำหน้าที่เปรียบเสมือนป้ายโฆษณาเคลื่อนที่ แล้วชุดที่ใส่จะมีสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์จะติดอยู่บริเวณเนินอกเสื้อของผู้หญิงเหล่านั้น และเรียกความใส่ใจให้กับสินค้าด้วยการแต่งกายที่เซ็กซี่ (Mgr On Lone., 2004 อ้างถึงใน สุมารินทร์ คชานูภาพ, 2552) และราวปี พ.ศ.2529 ประเทศญี่ปุ่นโดยคาร์ลยนต์ “โตโยตา” (Toyota) เป็นผู้ริเริ่มแนวคิดที่ให้มีสาวสวยมายืนให้ข้อมูลแก่ลูกค้า เพราะลูกค้าส่วนมากในสมัยนั้นเป็นเพศชาย (ธัญชนก โชติกันตะ, 2558) บางกระแสระบุว่า นิสสัน เป็นบริษัทญี่ปุ่นแรกที่เริ่มประเพณีสาวเชียร์ขายรถยนต์ ด้วยความที่ตลาดยานยนต์นั้นเป็นเรื่องของผู้ชายมากกว่า ในปี 1936 ทางบริษัทจึงได้จ้างผู้หญิงสี่คนมาเป็นพนักงานขายในโชว์รูมรถยนต์ ซึ่งทำให้ผู้หญิงทั้งสี่คนนี้กลายเป็นสาวงามประจำวงการรถยนต์ และถูกขนานนามโดยต่างชาติว่า “Fair Lady” (แต่ไม่เกี่ยวกับ Nissan Fair Lady แต่อย่างใด) ซึ่งแปลว่า สาวงาม (ประวัติศาสตร์พริตต์สุภาพสตรีศรีประเทศ เข้าถึงได้จาก <https://rabbitfinance.com/blog/booth-babe-history>) ในแอฟริกาใต้ ก็พบว่า มีการนำผู้หญิงมาใช้ในกิจกรรมส่งเสริมการขายเช่นเดียวกัน ซึ่งเริ่มตั้งแต่ปลายปี ค.ศ. 1960 โดยตัวแทนจำหน่ายพืชตระกูลส้มมะนาว (Citrus) ของแอฟริกาใต้ ไม่วางแผนรณรงค์ส่งเสริมการขายพืชตระกูลส้มมะนาว ไปยังประเทศอังกฤษและประเทศในแถบยุโรป โดยมีการคัดเลือกและฝึกอบรมหญิงสาวชาวแอฟริกาใต้ผิวขาว ที่จะทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย เรียกว่า “Outspan Girl” และส่ง Outspan Girl วันนี้อยู่ซูเปอร์มาร์เก็ต Corner Stores และ in Street Market ในประเทศต่าง ๆ แถบยุโรป ซึ่งจะแต่งกายโดยใส่วิกผมรูปส้ม ใส่กระโปรงแบบ Mini skirt หรือ Hot pants 13 เหมือนผลส้ม แมซซ์ซีพาทะนาคลายผลส้มขนาดใหญ่ “Outspan Girl” เหล่านี้จะทำหน้าที่โฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคในประเทศแถบยุโรปปรับปรุชาน Outspan ซึ่งเป็นการสินค้าของผลไม้ตระกูลส้ม (Mather and Mackenzie, 2006 อ้างถึงใน สุมารินทร์ คชานูภาพ, 2552)

## 2) ความเป็นมาของอาชีพพริตต์ในประเทศไทย

ในประเทศไทยนั้นตำนานของพริตต์เริ่มต้นขึ้น ประมาณปี พ.ศ. 2522 ณ งานแสดงสินค้าที่บุคคลทั่วไปรู้จักเป็นอย่างดีคือ งานมอเตอร์โชว์ซึ่งเต็มไปด้วยพริตต์ ซึ่งจัดขึ้นที่สวนลุมพินี โดยปีต่อมา ได้เปลี่ยนมาใช้ชื่ออย่างเป็นทางการว่า “งานบางกอกอินเตอร์เนชั่นแนลมอเตอร์โชว์” (Bangkok International Motor Show) ทั้งนี้พริตต์ในสนามแข่งรถอาจจะเป็นต้นกำเนิดของแนวความคิดของพริตต์ในงานมอเตอร์โชว์ก็เป็นได้เพราะมีหน้าที่คล้ายกันคือใช้ความสวยงามและรอยยิ้มในการดึงดูดความสนใจจากผู้ชม อย่างไรก็ตามพริตต์ในงานมอเตอร์โชว์นั้นแตกต่างจากพริตต์ในสนามแข่งรถคือไม่ต้องทำหน้าที่ทางร่มให้นักแข่งรถ แต่หน้าที่สำคัญของสาวพริตต์ในงานมอเตอร์โชว์คือการให้ข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์รวมทั้งการตอบข้อซักถามจากผู้เข้าชมงานซึ่งเป็นภารกิจที่สำคัญ

โดยพริตตี้จะต้องศึกษาและทำความเข้าใจรายละเอียดของรถยนต์รุ่นต่างๆ ที่ได้รับมอบหมายให้นำเสนอ (กมลวรรณ ชุมทรัพย์, 2548)

จุดเริ่มต้นของการขยายตัวของพริตตี้จากงานมอเตอร์โชว์มาสู่งานอื่น ๆ ในประเทศไทยอย่างแพร่หลายนั้น มีเริ่มต้นหลังเหตุการณ์วิกฤติเศรษฐกิจปี พ.ศ. 2540 เนื่องจากจากต้องการสิ่งดึงดูดผู้คนให้เข้าชมนงานเปิดตัวสินค้าและบริการต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าอุปโภคบริโภค ที่ประชาชนลดการใช้จ่ายลงเป็นอย่างมาก หลังจากประสบปัญหาวิกฤติทางการเงิน ทำให้สินค้าแต่ละชนิดมีการแข่งขันที่สูงขึ้น “พริตตี้” จึงกลายเป็นกลยุทธ์ในการสร้างสีสันดึงดูดใจจากลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นเพศชายหรือเพศหญิงก็ตาม อย่างเช่นสินค้าประเภทเครื่องสำอาง ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมี พริตตี้สาวสวยในการประชาสัมพันธ์เพื่อเจาะกลุ่มตลาดของเพศหญิงโดยเฉพาะ ซึ่งโดยส่วนใหญ่ไม่ว่าจะเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคประเภทใดก็มักจะใช้ “พริตตี้” ทั้งสิ้น เรียกว่าแทบจะเป็นส่วนหนึ่งของสินค้าในทุก ๆ ประเภท แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นก็ใช้ว่า “พริตตี้” จะเป็นงานที่จำกัดไว้เฉพาะเพศหญิงเท่านั้น เพราะในปัจจุบันนี้ได้เริ่มมีการใช้ผู้ชายในงานนี้ด้วย โดยเรียกว่า “พริตตี้ บอย (Pretty boy)” ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นสินค้ามีลูกค้าจัดอยู่ในกลุ่มเฉพาะเพศชายด้วยกัน เท่านั้น เช่น นาฬิกา หรือรองเท้าสำหรับ



สุภาพบุรุษ เป็นต้น จะสังเกตได้ว่า อาจเป็นเพราะต้องการเจาะตลาดกลุ่มลูกค้าเพศที่สามได้อีกด้วย (ที่มาของ “พริตตี้” เข้าถึงได้จาก <https://sites.google.com/site/kanjanafaifew/home/1-2>)

ภาพถ่ายเป็นช่วงเย็นของวันศุกร์ที่ 2 เมษายน พ.ศ. 2522 เป็นภาพของ คุณปราจีน เอี่ยมลำเนา (ซ้ายมือสุดใส่แว่นตา) ประธานจัดงานมหกรรมรถยนต์ 1979 (Bangkok Motor Show ครั้งที่ 1) กำลังยื่น ต้อนรับผู้เข้าชมงานด้วยตนเอง จุดที่ยืนคือ ประตูทางเข้า Lumpini Hall สถานที่จัดงานครั้งประวัติศาสตร์ ของเมืองไทยเมื่อ 36 ปีที่แล้ว โดยมีผู้บริหารของ นิตยสาร Grand Prix พร้อมกับ "พริตตี้มหกรรมรถยนต์ '79" ยืนต้อนรับผู้เข้าชมงาน โดยในวันนั้นเป็นวันเปิดตัวงานมหกรรมรถยนต์ 1979 เป็นวันแรก ผู้เข้าชมงาน ทุกคนต้องซื้อบัตรเข้าชมงานในราคาใบละ 3 บาท เพื่อมอบเป็นการกุศลแด่มูลนิธิดวงประทีป (นาย ดินทราย: Pantip)

“พริตตี้” คู่แรกของงานมอเตอร์โชว์ พอผมอ่านชื่อของพวกเธอแล้วผมไม่อยากใช้คำว่า “พริตตี้” กับพวกเธอ เพราะความหมายของ “พริตตี้” ยุคใหม่มันเพี้ยนไปไกลมากแล้ว (คนซ้าย) อัญชลี ไชยศิริ แสดง เป็น พุ่ม จากละครดอกส้มสีทอง 2554 (คนขวา) ศิริรภา สว่างล้ำ ไข่มุกแห่งเอเชีย มิสเอเชียแปซิฟิก 1979 ด้านล่างนี้เป็นการรวมภาพเก่าของงานมอเตอร์โชว์จากหลากหลายปี



ที่มา : <https://www.springnews.co.th/view/35338>

### 3.2 ความสำคัญของพริตตี้กับสินค้า

ความสำคัญของพริตตี้กับสินค้าพบว่า อาชีพพริตตี้มีความสำคัญต่อการส่งเสริมทางการตลาด ดังคำพูดที่ว่า “พริตตี้เปรียบเสมือนตัวแทนสินค้า การมีพริตตี้ทำให้สามารถจดจำตัวสินค้าได้ง่ายขึ้น”

จากการศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ในการนำเสนอตัวตนคนพริตตี้ ของอารีวรรณ หัสติน (2551) พบว่าพริตตี้ทำให้เกิดความสนใจในตัวสินค้ามากขึ้น “เหมือนกับตัวหนังสือกับรูปภาพ เห็นภาพก็ง่ายกว่าข้อความ” และสามารถตัดสินใจได้หลังจากได้ฟังพริตตี้นำเสนอสินค้า โดยที่พริตตี้ผู้หญิงสามารถดึงดูดความสนใจจากลูกค้าได้ดีกว่าพริตตี้ผู้ชาย เนื่องจากคุณสมบัติที่มีอยู่ในตัวของผู้หญิง เช่น การมีสรีระที่สวยงาม น่ารัก น่าฟังพอใจ การมีน้ำเสียงที่นุ่มนวลอ่อนโยน มีความยิ้มแย้มแจ่มใสได้ง่ายกว่าพริตตี้ผู้ชาย และผู้หญิงมักจะมีการพูดจาหวานลุ่มได้เก่งกว่าผู้ชาย การใช้จุดสนใจด้านการแต่งกายเป็นสิ่งดึงดูดก็สามารถทำได้ง่ายกว่า ซึ่งเป็นแรงดึงดูดของเพศตามธรรมชาติอยู่แล้ว แต่ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้าและความสามารถของพริตตี้แต่ละคนด้วย เพราะบางครั้งพริตตี้ผู้ชายก็มีความสามารถดึงดูดคนได้เก่งกว่าพริตตี้ผู้หญิงเช่นกัน

การที่พริตตี้ปรากฏตัวอยู่ในทุกงานได้สะท้อนให้เห็นถึงสถานะของสังคมในหลายด้านในที่นี้ของพูดถึงในเรื่องเศรษฐกิจ ซึ่งพริตตี้มีบทบาทอยู่ไม่น้อย แม้การที่มีพริตตี้ปรากฏตัวในงานต่าง ๆ หากมองอย่างผิวเผิน จะคิดว่าเป็นเพียงแค่เครื่องประดับของสินค้านั้น ๆ แต่เมื่อพิจารณาอย่างลึกซึ้งแล้ว ไม่น่าจะมีเพียงเท่านั้น เพราะการที่สินค้าและบริการทั้งหลายต้องใช้พริตตี้ในการเปิดตัว ย่อมแสดงให้เห็นว่า พริตตี้สามารถดึงดูดให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าและบริการ หรืออย่างน้อยย่อมมีความตั้งใจที่มารู้ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งจะพัฒนาการไปเป็นการใช้บริการในอนาคตได้ ฉะนั้น งานมันนี่เอ็กซ์โป งานแสดงรถยนต์ หรืองานมอเตอร์โชว์ ที่มีอดขายนับพันล้านบาท ในแต่ละครั้งนั้น พริตตี้ย่อมมีส่วนในความสำเร็จนั้นอย่างไม่อาจปฏิเสธได้ นอกจากนี้ สิ่งสำคัญอีกอย่างหนึ่ง คือ รายได้ของพริตตี้ที่ได้รับจากการทำงานแต่ละครั้ง ซึ่งไม่น้อยกว่าหลักหมื่น หลาย ๆ คน ได้รับค่าจ้างหลักแสนบาท เงินจำนวนนี้ เมื่อพริตตี้นำไปใช้จ่ายโดยตรงก็ดี หรือนำไปเก็บออมในรูปแบบต่าง ๆ ก็ดี ล้วนส่งผลต่อการหมุนเวียน และขยายตัวของเศรษฐกิจโดยรวม ยิ่งส่งผ่านไปสู่มือของคนหลายคน หลายต่อเท่าใด ก็ยิ่งจะสร้างมูลค่าให้ระบบเศรษฐกิจมากเท่านั้น ตามหลักของเศรษฐศาสตร์ ยังไม่นับมูลค่าการจ้างงานที่เกี่ยวข้องกับพริตตี้ เช่น บริษัทที่ทำหน้าที่จัดหา และเป็นตัวแทนพริตตี้ หรือโมเดลลิ่ง ที่มีอยู่เป็นจำนวนมากนั้น ก็จะได้รับผลประโยชน์และสร้างการหมุนเวียนของเงินในระบบเศรษฐกิจมากขึ้นด้วยเช่นกัน และเมื่อพิจารณาถึงจุดนี้ เห็นได้ว่า พริตตี้ หรือสาวสวยทั้งหลาย มีบทบาทสำคัญในการสร้างความเติบโตแก่ระบบเศรษฐกิจ มีส่วนในการเพิ่มผลผลิตมวลรวมประชาชาติหรือ จีดีพี เพราะ “พริตตี้” เป็นประชาชนผู้เสียภาษี เป็นแรงงานที่มีส่วนในการสร้างประโยชน์แก่ประเทศชาติ ในเชิงเศรษฐกิจ เช่นกัน (ขวัญชนก ทองสนธิ, 2554)

### 3.3 สาเหตุของการมีพริตตี้ในกิจกรรมทางการตลาด

เนื่องจากในปัจจุบัน สินค้าในตลาดมีความล้นเกินจากความต้องการขั้นพื้นฐาน รวมถึงการแข่งขันที่สูง ทำให้พริตตี้เป็นหนึ่งในเครื่องมือการส่งเสริมที่สำคัญ ที่ช่วยกระตุ้นอารมณ์ความต้องการในสินค้าให้สูงขึ้น อันเป็นเหตุจากเพราะมนุษย์ไม่ได้ใช้เหตุผลในการบริโภคแต่เพียงอย่างเดียว

### 3.3.1 บทบาทของอาชีพพรีตตี

พรีตตีจากอดีตถึงปัจจุบัน มีบทบาทหน้าที่คล้ายกันคือการ โฆษณาสินค้า โดยอาศัยความสวยงามเพื่อสร้างความจดจำให้แก่ผู้พบเห็น แต่ในปัจจุบันบทบาทหน้าที่ของพรีตตีที่สำคัญที่สุดคือการเป็นผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการนั้น ๆ พร้อมตอบข้อซักถามแก่ลูกค้าที่สนใจ พรีตตีจึงเปรียบเสมือน ตัวแทนของสินค้า เพราะเป็นผู้นำเสนอบุคลิกของตราสินค้าไปยังกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งทำหน้าที่ส่งสารไปยังผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยใช้กลยุทธ์การสร้างความคุ้นเคยและความสนิทสนมเป็นกันเองระหว่างผู้ส่งสาร (พรีตตี) ไปยังผู้รับสาร (ลูกค้า) ซึ่งพรีตตีสามารถโน้มน้าวให้ผู้รับสารเกิดความเชื่อถือและยินดีรับฟังข้อมูลของสินค้านั้น ๆ โดยอาศัยวิธีการนำเสนอที่น่าสนใจและใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย รวมทั้งสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้รับสารได้ดีกว่าช่างเทคนิคพิเศษที่ให้ข้อมูลของสินค้าเพียงอย่างเดียวการใช้กลยุทธ์การนำเสนอดังที่กล่าวมาแล้วนั้นทำให้ผู้รับไม่สามารถปฏิเสธหรือหลีกเลี่ยงสารที่พรีตตีต้องการสื่อได้ (กมลวรรณ ชุมทรัพย์, 2548)

นอกจากนี้ ในทางการตลาดนั้นพนักงานแนะนำสินค้า หรือพรีตตี นับว่ามีความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากสามารถดึงดูดไม่พุดที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหรือประชาชนที่อยู่ในบริเวณแสดงสินค้าหันมาให้ความสนใจเป็นอันดับแรก จากนั้นจะใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มลูกค้าให้ได้รับทราบถึงข้อดีของสินค้านั้น ๆ ทำให้เกิดการจูงใจในการซื้อ โดยทั่วไปแล้วผู้คนหรือประชาชนทั่วไป จะให้ความสำคัญกับสื่อบุคคลเป็นอันดับแรก เนื่องจากสามารถตอบข้อซักถามหรือข้อสงสัยได้ ซึ่งมีความแตกต่างจากสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อโทรทัศน์ ที่ไม่สามารถตอบสนองความรู้สึกในการตอบข้อสงสัยได้อย่างทันที่ ทั้งนี้ในการประชาสัมพันธ์โดยใช้พรีตตีได้เกิดความแพร่หลายเนื่องจากมีต้นทุนต่ำ แต่มีประสิทธิภาพในการดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดีองค์กรการค้าทั่วไปจึงนิยมนำกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์สินค้าโดยใช้พรีตตีเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดการแข่งขันกันทั้งในร้านค้าธุรกิจเอง และพรีตตีหรือผู้รับงานประชาสัมพันธ์สินค้า จึงก่อให้เกิดรูปแบบการคิดเชิงกลยุทธ์ การสร้างจุดเด่นเพื่อแข่งขันการในเชิงธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการแต่งกาย การโชว์สรีระร่างกาย การใช้ท่าเต้นยั่วยวน ล้วนเป็นสิ่งที่ปรุงแต่งขึ้นเพื่อสนองความสนใจทางกามรมณ์เป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากกลวิธีทำกล่าว สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้มาสนใจสินค้าของบูชจัดงานของตนเป็นอันดับแรก (กิตตินาถ นิธิธรรมกร และคณะ, 2549)

จากงานศึกษาของ อารีวรรณ หัสติน (2551) กล่าวถึง บทบาททางอาชีพพรีตตีที่มีต่อสังคมว่าอาชีพพรีตตีมีบทบาทกับสังคมในฐานะเป็นอาชีพในการให้ข้อมูล ความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า สร้างความบันเทิงเป็นสีสันให้สังคม เป็นอาชีพที่ช่วยให้ผู้บริโภคได้รู้ถึงคุณสมบัติ สรรพคุณของสินค้าก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ การมีอาชีพพรีตตีเป็นอาชีพทางเลือกอีกอาชีพหนึ่งในสังคม เป็นอาชีพที่สร้างรายได้ให้แก่เยาวชนในการทำงานพิเศษ ช่วยแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายในครอบครัว เป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ของเด็กรุ่นใหม่ และเป็นอาชีพที่ให้เยาวชนได้ฝึกใช้ความสามารถด้านต่าง ๆ สร้างความมั่นใจให้กับตนเองมากขึ้น ซึ่งทำให้เด็กได้ประสบการณ์การทำงานระหว่างเรียน



### 3.3.2 อิทธิพลของปริตตีต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

จากการศึกษา เรื่อง การสื่อสารการตลาดผ่านปริตตี ของวาริศา ทวีทรัพย์อัมพร (2552) การใช้ปริตตีเป็นเครื่องมือการสื่อสารการตลาด กระทั่งเกิดเป็นการแข่งขันกัน ในเมื่อเกิดการแข่งขันและมีความต้องการใช้ปริตตีเป็นจำนวนมาก การใช้ปริตตีเพื่อมาทำหน้าที่สื่อสารและเป็นตัวแทนขององค์กรในการสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภค เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล ที่ทั้งสองฝ่ายจะมีการตอบโต้สื่อสารกันแบบตัวต่อตัว ปริตตีจะเปรียบเสมือนเป็น Contact point ที่ผู้บริโภคจะได้สัมผัส ถ้าหากข้อความที่ปริตตีสื่อสารกับลูกค้า น่าสนใจ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อผลิตภัณฑ์และองค์กร ผู้บริโภคก็จะรู้สึกดีต่อองค์กรและผลิตภัณฑ์ จนทำให้ลูกค้าตัดสินใจที่จะซื้อสินค้าได้ แต่ถ้าจุดที่ลูกค้าได้มาสัมผัสผ่านปริตตีไม่ดีพอ ลูกค้าจะมีความรู้สึกที่ไม่ดีต่อองค์กรด้วยเช่นกัน นอกจากนี้บริษัทที่เลือกใช้ปริตตีที่มีบุคลิกภาพดี ยังสามารถสร้างสีสันและดึงดูดความสนใจให้กับผู้คนเข้ามาร่วมชมสินค้าหรือกิจกรรมได้เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานเปิดตัวสินค้าใหม่ ๆ หรือพูดอย่างเข้าใจง่าย ๆ คือ ถ้าอยากให้งานออกมาดูดีก็ต้องการอาศัยภาพลักษณ์ของปริตตีเข้าช่วยเสริมงานและสินค้าเหล่านั้น เพราะว่าทุกคนชอบสิ่งสวยงาม สินค้ากับปริตตีจึงเป็นของคู่กัน ที่สำคัญการสื่อสารการตลาดผ่านปริตตียังถือว่าเป็นการสร้างความโดดเด่นในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่มผู้บริโภคที่สามารถโน้มน้าวใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ มากกว่าเครื่องมือประเภทอื่น ๆ เช่น แผ่นพับ หรือแผ่นป้ายโฆษณา เพราะว่าเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (two-way communication) และที่สำคัญปริตตีสามารถนำเสนอสินค้าได้อย่างมีสีสัน น่าสนใจมากกว่าเครื่องมืออื่น ซึ่งมีข้อดีและข้อเสียในตัว เนื่องจากปริตตีเปรียบเสมือนปราการ หน้าด่านแรก ที่ผู้บริโภคเข้ามาสัมผัสองค์กร ถ้าปริตตีได้รับการอบรมมาดีสามารถสื่อสารข้อมูลข่าวสารได้ดี ก็ทำให้การสื่อสารครั้งนั้นประสบผลสำเร็จ ผู้บริโภคจะรู้สึกดีต่อองค์กร แต่ถ้าปริตตีที่เลือกมาไม่มีความสามารถที่ดีพอ ที่จะสามารถสื่อสารข้อมูลสินค้าได้จะทำให้การสื่อสารล้มเหลว

แม้ว่าปริตตีจะมีส่วนช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าและองค์กรให้ดูดีขึ้นได้บ้าง แต่การตัดสินใจซื้อจะอยู่ที่ดุลยพินิจและองค์ปัจจัยอื่น ๆ ประกอบเข้าด้วยกัน โดยเฉพาะในงานมอเตอร์โชว์นั้น ปริตตีไม่มีอิทธิพลใด ๆ ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคส่วนใหญ่ในการเลือกสินค้าที่มีราคาสูง อย่างเช่น รถยนต์ มักจะเน้นที่ความคุ้มค่าระหว่างราคา และคุณภาพเป็นหลัก ประกอบกับพฤติกรรมผู้บริโภคในสังคมปัจจุบัน ที่มักนิยมค้นหาข้อมูลสินค้าจากแหล่งข้อมูลที่มีอยู่อย่างมากมายประกอบการตัดสินใจซื้ออีกด้วย (ทิมข่าว Click, 2553 อ้างถึงในฐาปะนะ วงษ์สาริตศาสตร์, 2555)

### 3.4 การก้าวสู่อาชีพปริตตี

จากการรวบรวมเอกสาร และงานวิจัยที่ศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการก้าวสู่อาชีพปริตตี สามารถลำดับการนำเสนอได้ ดังนี้

### 3.4.1 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการก้าวสู่อาชีพพริตตี้

จากการศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ในการนำเสนอตัวตนคนพริตตี้ ของ อารีวรรณ หัสดิน (2551) ซึ่งได้ทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกลุ่มพริตตี้ตัวอย่างจำนวน 15 คน พบว่า ปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเข้าสู่อาชีพพริตตี้ แบ่งออกเป็น 5 ปัจจัยหลัก คือ

#### 1) ค่านิยม

ปัจจุบันค่านิยมของหญิงสาวที่มีต่ออาชีพพริตตี้ จะเป็นเรื่องของค่าตอบแทนที่สูงเมื่อเทียบกับชั่วโมงการทำงานที่น้อยกว่าอาชีพอื่น แต่ได้ผลตอบแทนที่สูง ในวงการอาชีพพริตตี้ที่ทุกคนต่างเคยได้ยินมาว่ารายได้ต่อวันบางงานสูงถึง 5,000 บาทต่อวัน หรือบางคนที่ทำ พริตตี้มานานมีสไตลิ่งการโฟน (MC) เป็นของตนเองอาจมีค่าตัวสูงถึง 10,000 บาทต่อวันเลยก็เป็นได้ ซึ่งพริตตี้ทุกคนล้วนยอมรับว่า “เงิน” เป็นปัจจัยแรกที่ดึงดูดให้สนใจอาชีพนี้ โดยเฉพาะเมื่อเทียบกับชั่วโมงการทำงานที่น้อยกว่าอาชีพอื่น การได้แต่งตัวสวย ๆ ยืนอวดความสวยงาม เป็นอาชีพที่ไม่ใช่ทุกคนจะมีโอกาสเข้ามาอยู่ในจุด ๆ นี้ ถึงแม้ว่าจะมีภาพลักษณ์ด้านลบที่เกี่ยวข้องกับรายได้ที่สูงอย่างนี้ก็ตาม

#### 2) การหารายได้พิเศษ

อาชีพพริตตี้เป็นอาชีพทางเลือกอีกอาชีพหนึ่งในฐานะการทำงานหารายได้พิเศษ เพราะอาชีพพริตตี้เป็นอาชีพที่ให้รายได้ดี จึงทำให้พริตตี้กลุ่มตัวอย่างสนใจเข้าสู่อาชีพพริตตี้ ไม่ว่าจะเป็นความต้องการทำเพื่อเป็นการหารายได้พิเศษ หรือเป็นหาหาเลี้ยงตัวเองเพื่อส่งเสียตัวเองเรียนก็ตาม ส่วนใหญ่คนที่เข้ามาทำอาชีพนี้จะเป็นกลุ่มนิสิตนักศึกษา เพราะงานนี้มีลักษณะเป็นงานพาร์ทไทม์ มีความอิสระ รับงานเป็นจ๊อบ ใครมีเวลาว่างช่วงไหนก็สามารถรับงานให้ตรง

#### 3) การประชาสัมพันธ์ของสื่อ

สื่อมวลชน เป็นช่องทางสำคัญที่ทำให้อาชีพพริตตี้เป็นที่รู้จักของคนในสังคมมากขึ้น โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์ การให้ความสำคัญกับอาชีพพริตตี้ในฐานะเป็นอาชีพที่เป็นสีสัน ในฐานะพรีเซ็นเตอร์ ซึ่งไม่ต่างจากวงการดารานางแบบ รวมไปถึงการนำเสนอเรื่องราวอาชีพพริตตี้ในด้านผลตอบแทนที่สูง การทำงานและการได้รับความสนใจจากบุคคลทั่วไป รวมไปถึงสื่อ จึงทำให้เกิดค่านิยมต่อการเข้าสู่อาชีพพริตตี้ของหญิงสาวมากขึ้น

#### 4) กลยุทธ์ทางการตลาด

พริตตี้ ได้กลายเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดปัจจุบันที่สำคัญในการประชาสัมพันธ์ หรือกระตุ้นยอดขายสินค้า จึงทำให้เจ้าของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ต้องงสารพริตตี้เข้ามาร่วมงานเป็นจำนวนมาก รวมถึงพริตตี้หน้าใหม่ ๆ จึงทำให้เด็กสาวเข้าสู่อาชีพพริตตี้มากขึ้น เนื่องจากความต้องการพริตตี้จากบริษัทสินค้าต่าง ๆ มีมากขึ้น จนทำให้อาชีพพริตตี้กลายเป็นอาชีพทางเลือกอาชีพใหม่ในปัจจุบัน เมื่ออาชีพพริตตี้ได้กลายเป็นกระแสนิยมของสังคม จึงทำให้ในการจัดงานแสดงสินค้านั้น ๆ จะขาดพริตตี้ไม่ได้ ซึ่งพริตตี้เองมีความคิดเห็นต่อประเด็นนี้ว่า พริตตี้เป็นหัวใจสำคัญของกลยุทธ์ทางการตลาด เพราะการมีพริตตี้ทำให้สินค้าได้รับความสนใจมากขึ้น

#### 5) โอกาสทางด้านอาชีพอื่น ๆ ต่อไป

พริตตี้ส่วนใหญ่พูดตรงกันว่า การเข้ามาทำอาชีพนี้นอกจากจะเงินดีแล้ว ยังถือเป็นประตูที่จะก้าวไปสู่งานต่าง ๆ ในวงการบันเทิง ไม่ว่าจะเป็นการถ่ายแบบ เดินแฟชั่น งานโฆษณา เป็นพิธีกร

รายการโทรทัศน์ ไปจนถึงเป็นดารานักแสดง เพราะการพีเชนต์สินค้าแต่ละครั้งย่อมมีผู้คนจากวงการต่าง ๆ เข้ามาร่วมงานเป็นจำนวนมาก หากความสามารถเป็นที่สนใจก็อาจถูกชักชวนต่อไปร่วมงาน

### 3.4.2 กระบวนการก้าวสู่อาชีพพริตตี้

กระบวนการเข้าสู่อาชีพพริตตี้ที่นั่นพบว่ามีความหลากหลายด้วยกัน (ชัยยุท เลหาชนะกุล, 2546 อ้างถึงใน อารีวรรณ หัสติน, 2551) เริ่มต้นด้วยการสำรวจคุณสมบัติตนเองก่อนว่ามีความรักในงานบริการขนาดไหน มีความกล้า และมั่นใจต่อการยืนต่อหน้าคนมากกว่า 2 คนหรือไม่ และที่สำคัญคือความอดทนที่จะต้องยิ้มแย้มแจ่มใสกับทุกคนที่เข้ามาสนใจ สายตาผู้คนนับร้อยนับพันที่จะมองเราอย่างไม่ละสายตา น้ำเสียงและบุคลิกต้องดูดีอยู่ตลอดเวลา ความสูงก็มีส่วนสำคัญ ไม่ควรเตี้ยหรือสูงเกินไป เพราะจะทำให้ได้งานยาก เนื่องจากหุ่นไม่อยู่ในกลุ่มพริตตี้ด้วยกัน เมื่อสำรวจตนเองเรียบร้อยแล้วกระบวนการเข้าสู่อาชีพพริตตี้มีดังนี้

1. เพื่อน จากการชักชวนของเพื่อนที่เป็นพริตตี้แล้วชักชวนให้เข้าสู่วงการ โดยการส่งงานให้กัน
2. คนรู้จัก เช่น มีคนรู้จักที่ทำงานอยู่ฝ่ายการตลาดของบริษัท
3. ออร์กาไนซ์เซอร์ การเข้าไปสมัคร แนะนำตัวกับบริษัทซึ่งรับจัดงานพีเชนต์สินค้า
4. โมเดลลิ่ง บริษัทจัดหานายแบบ นางแบบ พริตตี้
5. การสมัครด้วยตนเองกับบริษัทนั้นโดยตรง ว่าต้องการพริตตี้ MC บ้างรีเปล่า
6. ทางอินเทอร์เน็ต โดยการเข้าไปโพสหางานพริตตี้ทั่วไป

### 3.4.3 แรงจูงใจในการเริ่มต้นและโอกาสก้าวสู่อาชีพพริตตี้

จากงานศึกษา เรื่อง การตัดสินใจเลือกอาชีพ แรงจูงใจ และความก้าวหน้าในอาชีพพริตตี้เอ็มซี ของน้ำทิพย์ บุตรทศ (2558) พบว่า แรงจูงใจเลือกอาชีพ พริตตี้ เอ็มซีของกลุ่มเป้าหมาย ด้านความต้องการขั้นพื้นฐาน มีระดับแรงจูงใจเลือกอาชีพพริตตี้ เอ็มซีอยู่ในระดับค่อนข้างมาก อาจเนื่องมาจากเป็นอาชีพที่ได้รับค่าตอบแทนจากการทำงานสูง และมีชั่วโมงการทำงานสั้น ซึ่งสอดคล้องแนวคิดของมาสโลว์ (Maslow, 1970 อ้างถึงใน น้ำทิพย์ บุตรทศ, 2558) ที่กล่าวถึงลำดับขั้นของความต้องการ ขั้นที่ 1 คือ ความต้องการทางร่างกาย ได้แก่ความต้องการพื้นฐานในปัจจุบันทั้งหลาย เพื่อให้มีชีวิตอยู่รอด เช่นความต้องการอาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค ซึ่งโอกาสทางอาชีพนับเป็นสิ่งสำคัญต่อการเริ่มต้นระดับความเป็นพริตตี้ ซึ่งมีระดับแตกต่างกันออกไป ซึ่งระดับนี้วัดจากโอกาสการเข้ามาเป็นพริตตี้ครั้งแรก ซึ่งการได้รับค่าจ้างที่สูงต่ำ จะมีผลต่อการกำหนดค่าจ้างในการรับงานของพริตตี้ในครั้งต่อไป ว่าพริตตี้แต่ละคนมีโอกาสผ่านงานระดับใดมาบ้าง ซึ่งระดับค่าจ้างมีผลต่อการรับรู้ข่าวสารเรื่องงานของพริตตี้ที่แตกต่างกันด้วย เพราะถ้าอยู่ในกลุ่มที่มีค่าจ้างพริตตี้สูง ก็จะได้งานในราคาที่สูงเพราะ การเป็นพริตตี้กลุ่มไหนก็มักจะได้รับการจ้างในระดับนั้น อยู่ในกลุ่มพริตตี้ที่มีงานในระดับปานกลางก็จะได้งานในระดับปานกลาง เพราะเพื่อนในกลุ่มมีงานในราคานั้น ซึ่งโอกาสทางด้านอาชีพสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท (อารีวรรณ หัสติน, 2551) ดังนี้

- 1) โอกาสที่ต้องไต่เต้า คือ การเริ่มต้นการทำงานในอาชีพพริตตี้จากกระบวนการภายในอาชีพ เช่น เริ่มต้นจากการเป็นพนักงานชงชิม PC ชาย จนกระทั่งได้มีโอกาสเข้ามาเป็นพริตตี้เต็มตัว

2) โอกาสการเป็นพริตตี้ในเกรดเริ่มต้น คือเป็นพริตตี้ที่มีโอกาสเรื่องค่าจ้างที่อยู่ในระดับมาตรฐาน เริ่มที่ 500-1,000 บาทต่อวัน

3) โอกาสการเป็นพริตตี้ในเกรดระดับสูง คือเป็นพริตตี้ที่มีโอกาสในเรื่องของค่าจ้างที่อยู่ในระดับสูง และได้ทำแบรนด์สินค้าที่มีชื่อ ซึ่งขึ้นอยู่กับจังหวะและโอกาสของตัวพริตตี้ด้วย เริ่มต้นที่ 1,400 บาทขึ้นไปต่อวัน

จากการศึกษา ของ อาวีวรรณ หัสติน (2551) ในกระบวนการเข้าสู่อาชีพพริตตี้ นั้น พบว่า “เพื่อน” สำหรับวงการพริตตี้มีความสำคัญมาก เพราะช่วงงานต่าง ๆ ของอาชีพพริตตี้จะมาแบบปากต่อปาก ยังมีเพื่อนพริตตี้มากการจะมีงานพริตตี้ต่อเนื่องก็มีโอกาสมาก รวมไปถึงโอกาสทางอาชีพการเป็นพริตตี้ด้วย เพราะการมีเพื่อนพริตตี้กลุ่มไหนค่าจ้างการเป็นพริตตี้ย่อมจะอยู่ในกลุ่มนั้น ถ้าอยู่ในกลุ่มพริตตี้ที่มีงานราคาสูง ก็จะได้แต่งงานราคาสูง นอกจากการหางานแบบเพื่อนต่อเพื่อนแล้ว พบว่าพริตตี้นิยมหางานจากบริษัทที่เคยทำงานด้วย และการหางานด้วยตนเอง ไม่ว่าจะเป็นทางอินเทอร์เน็ต หรือการเข้าไปสมัครกับบริษัทสินค้าโดยตรง นอกจากนี้ปัจจุบันการประกวดเพื่อหาสาว ๆ มาเป็นพริตตี้ประจำบริษัทรถยนต์ก็ได้รับความสนใจมาก เพราะมีความมั่นคงทางอาชีพมากกว่าการเป็นพริตตี้อิสระ

### 3.4.4 วิธีการหางาน

จากการศึกษา ของ อาวีวรรณ หัสติน (2551) ได้กล่าวถึงวิธีการหางานของกลุ่มพริตตี้ไว้ 3 ช่องทาง ดังนี้

#### 1) เพื่อนต่อเพื่อน

ช่องทางนี้ถือว่าเป็นช่องทางหลักของอาชีพพริตตี้ที่นิยมทำกัน ดังนั้นการที่จะเข้ามาอยู่ในวงการพริตตี้สิ่งสำคัญก็คือ “เพื่อน” การมีเพื่อนถือเป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับวงการพริตตี้ เพราะช่วงงานต่าง ๆ นั้นส่วนใหญ่จะรู้จากปากต่อปากของพริตตี้ด้วยกัน หรืออาจมาในรูปแบบของ sms ว่ามีงานนี้ค่าจ้างเท่านี้ แคลงานกันที่ไหน เมื่อไหร่ ผลลัพธ์เป็นชนิดไหน คอนเซ็ปพริตตี้ที่ต้องการเป็นอย่างไร เพราะพริตตี้แต่ละคนก็จะมีอแอกไนซ์หลักหรือบริษัทหลัก ๆ ที่ทำงานร่วมอยู่ เมื่อมีงานก็แลกเปลี่ยนกันระหว่างอแอกไนซ์ รวมถึงการหาพริตตี้ไปทำงานแทนกันบางเวลาที่พริตตี้คนอื่นมีงาน 2 งานชนกันหรือไม่สามารถไปทำงานได้ ก็จะส่งงานให้เพื่อนที่มีบุคลิกเข้าคอนเซ็ปของงานไปทำหน้าที่การบอกงานในวงการพริตตี้มีวัตถุประสงค์หลักอยู่ 2 ประการ คือ บอกงานเพื่อนเพื่อหวังงานกลับมา และบอกงานเพื่อนเพื่อหักหัวคิวจากการทำงานในครั้งนั้น

#### 2) จากอแอกไนซ์ฯ หรือบริษัทลูกค้าโดยตรง

การหางานด้วยวิธีการนี้จะเป็นการหางานในระยะที่ 2 คือ มีประสบการณ์การทำงานร่วมกับบริษัท หรืออแอกไนซ์ฯ ที่เคยว่าจ้างมาก่อนแล้ว ถ้าบริษัทหรืออแอกไนซ์ฯ ขอการทำงานของพริตตี้คนนั้น เมื่อมีงานเขาก็จะเรียกพริตตี้คนเดิมไปทำงานร่วมอีก เพราะเขาเคยเห็นการทำงานของพริตตี้มาแล้ว และเป็นการไม่เสียเวลาของบริษัทในการจะต้องแคสตีงหาพริตตี้ใหม่อีก พริตตี้บางคนทำงานมานาน ก็จะมีบริษัทหลัก หรืออแอกไนซ์ฯ หลัก ๆ ที่ติดงานกันโดยตรงอยู่ทุกคน จะเป็นการส่งงานตรงระหว่างบริษัทผู้ว่าจ้างและตัวพริตตี้เอง ซึ่งช่วยลดปัญหาการถูกหักหัวคิวจากอแอกไนซ์ฯ หรือโมเดลลิงของทั้ง 2 ฝ่าย

### 3) การทำงานด้วยตนเอง

การทำงานด้วยตนเอง เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการหางานของกลุ่มฟรีตี้ ไม่ว่าจะมาจากทางอินเทอร์เน็ต หรือการเข้าไปเสนอตัวเองกับบริษัทหรือออกแก๊งค์ๆ โดยตรง การทำงานด้วยวิธีการนี้จะเป็นการเข้าไปเสนอตนเองกับบริษัทที่ว่าจ้างฟรีตี้ ว่าต้องการฟรีตี้หรือไม่ โดยการสมัครงานทั้งไว้กับบริษัทนั้น เมื่อบริษัทต้องการร่วมงานกับฟรีตี้คนใดก็จะติดต่อกลับมา สำหรับวิธีการทำงานด้วยตนเองของฟรีตี้ นั้น จำเป็นต้องมีเทคนิคในการสมัครที่สำคัญ

#### 3.4.5 มาตรฐานของอาชีพฟรีตี้

อารีวรรณ หัสติน (2551) กล่าวว่า อาชีพฟรีตี้เป็นอาชีพที่มีลักษณะที่เป็นงานพาร์ทไทม์ เนื่องจากเป็นงานที่มีข้อจำกัดทางอาชีพในหลาย ๆ ด้าน จึงทำให้อาชีพฟรีตี้ในมุมมองของคนนอกอาชีพมองว่าอาชีพฟรีตี้ไม่สามารถทำให้เป็นงานประจำได้ เนื่องจากข้อจำกัดที่สำคัญคือด้านอายุ และอาชีพนี้ต้องใช้รูปร่างหน้าตา ข้อจำกัดทางรูปลักษณ์ภายนอกจึงไม่สามารถทำให้อาชีพฟรีตี้กลายเป็นงานประจำที่มีความมั่นคงได้ แต่สามารถทำให้อาชีพฟรีตี้มีความเป็นมาตรฐาน เป็นอาชีพที่น่าเชื่อถือและยอมรับของสังคมได้ ดังนั้นกำหนดมาตรฐาน และคุณสมบัติ ขอบข่าย และลักษณะงานของอาชีพฟรีตี้ให้ชัดเจน จึงมีสำคัญและอาจมีผลให้คนในสังคมเชื่อมั่นและยอมรับอาชีพนี้มากขึ้น ซึ่งสามารถสรุปมาตรฐานของอาชีพฟรีตี้ที่อาจสามารถทำได้ ดังนี้

- การควบคุมเรื่องการแต่งกาย การเปลี่ยนวิธีการนำเสนอสินค้าที่เน้นการนำเสนอสินค้าไม่ใช่เน้นการนำเสนอฟรีตี้
- เน้นเรื่องความสามารถ เช่น อาจมีการจัดสอบใบฟรีตี้ เพื่อง่ายต่อการควบคุม ดูแลด้านสวัสดิการฟรีตี้
- ปรับเปลี่ยนเรื่องการให้ค่าจ้างฟรีตี้ โดยการกำหนดเป็นเงินเดือน เช่น ฟรีตี้ที่ทำงานดีผ่านงานเกิน 1 ปี บริษัทอาจบรรจุเป็นพนักงานและมีสวัสดิการให้
- การให้เกียรติในอาชีพ โดยการวางตัวให้เหมาะสมของฟรีตี้ วางตัวให้ถูกกาลเทศะ และการให้บริการแก่ลูกค้า
- ออกกฎหมายคุ้มครองดูแลผู้ประกอบการอาชีพฟรีตี้ เพื่อง่ายต่อการดูแลและสามารถตรวจสอบประวัติฟรีตี้ได้

การเข้ามาดูแลอาชีพฟรีตี้ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีความสำคัญมากในปัจจุบัน โดยเฉพาะด้านลักษณะงาน การแต่งกาย การกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะมาเป็นฟรีตี้ กำหนดกรอบในการปฏิบัติอย่างชัดเจน เพื่อให้ง่ายต่อการดูแล จัดระเบียบสังคม และเพื่อให้มีความเหมาะสมกับบริบทของสังคมไทยมากขึ้น

### 3.5 คุณสมบัติที่สำคัญของฟรีตี้

บนสื่อออนไลน์โดยเว็บไซต์กูเกิล เขียนโดยกาญจนา ทรวงราศรี ระบุว่า “ฟรีตี้” เปรียบเสมือนตัวแทนของสินค้า ทำหน้าที่ในการ ประชาสัมพันธ์สินค้า จึงจำเป็นต้องมีความสามารถและคุณสมบัติที่แตกต่างจากงานทั่วไปโดยสรุปคือ ต้องมีคุณสมบัติที่จำเป็นสำหรับการทำงานเป็นฟรีตี้ดังนี้ คือ

1. มีบุคลิกภาพดีเนื่องจากต้องใช้รูปร่าง บุคลิกและลักษณะหน้าตา เป็นส่วนสำคัญ ในการทำงาน การดูแลความสวยงามจึงเป็นสิ่งจำเป็น ไม่จำเป็นต้องสวยมากแต่ต้องดูดี น่าสนใจ
2. มีมนุษยสัมพันธ์ดีชอบพบปะผู้คน รู้จักการวางตัวในสังคมและการเข้าสังคม
3. ยิ้มแย้มแจ่มใส กล้าพูดกล้าแสดงออก มั่นใจในตนเองและต้องสามารถควบคุม สถานการณ์ได้ดี
4. มีความเป็นนักการตลาด สามารถแนะนำสินค้าให้ลูกค้าได้อย่างตรงเป้าหมาย และต้องมีความรู้ในสินค้าที่จะนำเสนอหรือประชาสัมพันธ์
5. มีทักษะในการสื่อสาร สามารถพูดจาชักจูงโน้มน้าวใจได้ดีมีความเป็น นักเอ็นเตอร์เทนเมนต์ และนักกิจกรรม เพราะต้องพูดคุยเกี่ยวกับตัวสินค้าที่ต้องนำเสนอต่อสายตาคณคุด
6. เป็นคนมีความรับผิดชอบ ตรงต่อเวลาและมีความอดทนสูง  
ดังนั้นจะเห็นได้ว่า คนที่จะมาทำงานเป็น “พรีตตี้” ได้นั้น ต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถและมีคุณสมบัติในหลาย ๆ ด้านประกอบกันดังที่กล่าวมา ไม่ใช่ความมีรูปร่างหน้าตาดีเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่จำเป็นต้องมีความสามารถและทักษะในการสื่อสารด้วย

### 3.6 ลักษณะงานและรูปแบบการทำงานของพรีตตี้

จากการศึกษา ของสุมารินทร์ คชานุกาภาพ (2552) ได้กล่าวถึงลักษณะการทำงาน และรูปแบบการทำงาน และลักษณะงานที่ว่าจ้างของพรีตตี้ ไว้ดังนี้

#### 3.6.1 ลักษณะทั่วไปของการประกอบอาชีพ

อาชีพพรีตตี้ เป็นการประกอบอาชีพอิสระ ลักษณะงานเป็นงานชั่วคราวที่มีช่วงอายุการทำงานเพียงช่วงหนึ่ง และมีการทำงานที่สั้น ระยะเวลาการขึ้นอยู่กับการประชาสัมพันธ์ของสินค้าแต่ละชนิด ส่วนค่าแรงนั้นขึ้นอยู่กับการตกลงระหว่างผู้จ้างกับพรีตตี้ ซึ่งค่าแรงจะได้รับเป็นเงินก้อนหลังจากเสร็จงาน ลักษณะการทำงานสามารถจำแนกตามหน้าที่แบ่งเป็น 2 ส่วนคือ

1) pretty (PG) มาจากคำว่า Promotion Girl ทำหน้าที่ต้อนรับลูกค้า เป็นสีสันของผลิตภัณฑ์ หรืองานแสดงต่าง ๆ และชักชวนลูกค้าให้เข้ามาดูสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ อาจมีการเต้นโชว์ประกอบเพลงในบางครั้ง มีแต่รูปแบบของสินค้าหรือความต้องการของลูกค้า การเต้นนั้นอาจมีการโชว์เป็นรอบ รอบละ 30 นาที ซึ่งขึ้นอยู่กับรูปแบบของการจัดงาน แต่หน้าที่หลักของพรีตตี้ คือ ต้องลงประกอบสินค้าตามจุดที่กำหนด ให้ยืนตลอดทั้งวัน โดยทั่วไปจะยืนขั้นต่ำ 4 ชั่วโมง พัก 30 นาที แล้วยืนต่ออีก 4 ชั่วโมง ระยะเวลายืนนั้นอาจมากน้อยแล้วแต่การว่าจ้าง หรือบางงานอาจจะขึ้นยืนโชว์เป็นรอบ ๆ บางครั้งอาจมีการทำงานอื่น ๆ ด้วย เช่น แจกใบปลิว มีสินค้าตัวอย่าง การแสดงวิธีการใช้สินค้า การนำลูกค้าร่วมเล่นเกมส์ เป็นต้น ซึ่งการทำงานแต่ละงานนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะของงานที่ว่าจ้าง

2) MC มาจากคำว่า Master of Ceremony มีหน้าที่เป็นพิธีกรคอยเอ็นเตอร์เทนลูกค้าบนเวที ทำงานเป็นช่วงเวลา ครั้งละประมาณ 30 ถึง 45 นาที ซึ่งต้องพรีเซนต์สินค้า และนำกิจกรรมตามที่กำหนด หรือเรียกกันในหมู่พรีตตี้ว่าการ “โพน” การขึ้นโพนบนเวทีโดยทั่วไป จะขึ้นวันละ 4 ครั้ง ซึ่งแต่ละรอบจะมีกิจกรรมต่าง ๆ เช่น มาเล่นเกมส์ การชี้แจงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น เหตุผล

ที่ต้องมี MC เพื่อต้องการดึงดูดลูกค้ามีในช่วงเวลาที่จัดกิจกรรม พิธีกรที่ทำงานของ MC นั้น ไม่ต้องยืนคู่กับผลิตภัณฑ์ตลอดเวลา ดังนั้น จะมีเวลาพักผ่อนมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับการทำงาน แต่หน้าที่ความรับผิดชอบก็จะมากกว่าด้วย เพราะต้องเป็นผู้นำกิจกรรม และรักษารูปแบบของงานทำงาน ถ้า MC ทำเสียงงาน งานทั้งงานก็จะเสียตามไปด้วย

### 3.6.2 ลักษณะงานที่ว้าจ้าง

ลักษณะงานที่ว้าจ้างพิธีกรนั้น มีค่อนข้างหลากหลาย และรายได้ก็นั้นขึ้นอยู่กับรูปร่าง หน้าตา ส่วนสูง และความสามารถเฉพาะตัวของพิธีกรเอง โดยลักษณะงานที่ว้าจ้างหลัก ๆ ได้แก่

#### 1) งานแสดงสินค้า (Expo)

เป็นการจัดงานแสดงสินค้า ณ ศูนย์แสดงสินค้าต่าง ๆ เช่น อิมแพคเมืองทองธานี ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค-บางนา หรือตามห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ เป็นต้น ลักษณะของงานเป็นการออกบูธแสดงสินค้าประเภทเดียวกันมารวมกัน เพื่อนำผลิตภัณฑ์มาแสดง นวัตกรรมใหม่ และเป็นการแนะนำผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ของสินค้าบริษัทต่าง ๆ และจะมีการจัดงานเป็นประจำทุกปี บางงานอาจจัดครั้งเดียว บางงานอาจจัดหลายครั้งใน 1 ปี โดยส่วนมากจะจัดงานประมาณ 3-20 วัน ซึ่งงานแสดงสินค้านั้น มักนิยมใช้พิธีกรในสินค้าทุกชนิด และงานแสดงสินค้าเองก็มีการจัดตลอดปี ซึ่งเป็นแหล่งรายได้หลักของพิธีกร งานใหญ่ ๆ ที่จะใช้พิธีกรจำนวนมาก ได้แก่ งานมอเตอร์โชว์ Motor Expo งานไอที งานคอมมาร์ท ๆ ซึ่งลักษณะการว้าจ้างพิธีกรในงานแสดงสินค้า จะขึ้นอยู่กับรูปแบบการจัดงานของเจ้าของสินค้าและบริษัทจัดงาน

#### 2) งานนิทรรศการ ประชาสัมพันธ์สินค้า (Events)

การจัดงานประชาสัมพันธ์สินค้าหรือที่เรียกว่างาน event ในปัจจุบัน เป็นที่นิยมมาก ไม่ว่าจะเป็นงานเปิดตัวแนะนำสินค้าใหม่ งานเปิดตัวร้านใหม่ งานเลี้ยงต่าง ๆ เป็นต้น งานอีเว้นท์เหล่านี้มักนิยมใช้พิธีกรเป็นส่วนประกอบ เป็นการเพิ่มสีสันให้กับงาน ดังนั้นลักษณะการว้าจ้างพิธีกรในการจัดอีเว้นท์นั้นจึงมีหลายรูปแบบ อัตราค่าจ้างจะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ทำงาน ระยะเวลาการจ้าง ระยะเวลาการทำงาน รูปแบบการจัดงาน รูปร่างหน้าตาและความสูง ยิ่งมีสูงมากก็จะได้ค่าแรงดีตามไปด้วย สถานที่จัดงานมีทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ในส่วนของงานอีเว้นท์นั้น พิธีกรจะต้องแต่งหน้าทำผมเอง ถ้าเป็นงานเปิดตัวสินค้านั้นจะมีชุดให้ ซึ่งจะแจกจ่ายก่อนทำงาน หรือบางครั้งบริษัทอแกไนซ์ฯ จะให้พิธีกรเตรียมมาเอง โดยจะบอกคอนเซ็ปต์ชุดที่ต้องการให้พิธีกรใส่

#### 3) งานประชาสัมพันธ์สินค้าเคลื่อนที่ (Road Show)

งานโรดโชว์มักจะเป็นงานนอกสถานที่ และเปลี่ยนสถานที่จัดกิจกรรมไปเรื่อย ๆ ขึ้นอยู่กับคอนเซ็ปต์ของสินค้า ซึ่งบริษัทผู้จัดมักนิยมใช้พิธีกรเดิม ๆ ที่เคยร่วมงานกับสินค้านั้นนั้นมาก่อน เพราะจะรู้ระบบการทำงานอยู่แล้ว ไม่ต้องมีการบิ่ทงานกันมาก ลักษณะการทำงานของพิธีกรจะเป็นการจัดกิจกรรมแนะนำสินค้า โดยต้องให้กลุ่มเป้าหมายสนใจในกิจกรรม และตัวสินค้าให้ได้มากที่สุด ส่วนมากเป็นการเล่นเกมชิงโชค งานโรดโชว์นั้นต้องมีการออกต่างจังหวัด ซึ่งค่าอาหาร ค่าที่พัก ชุดที่ใส่ในการทำงาน และการเดินทาง บริษัทอแกไนซ์ฯ จะเป็นผู้จัดเตรียมให้ โดยระยะเวลาที่พิธีกรทำงานนั้นต้อง

ทำหลายวัน หลายสถานที่ บางครั้งต้องเดินสายออกต่างจังหวัดแบบต่อเนื่องในหนึ่งครั้งที่รับงาน ฉะนั้นพริตตี้ที่รับงานโรดโชว์ของสินค้าใด ๆ ก็จะมีงานตลอดการโปรโมท แต่พริตตี้บางคนเพราะอาจไม่ชอบงานโรดโชว์เพราะต้องเดินทางตลอดทำให้เหนื่อยกับการเดินทาง

#### 4) งานพริตตี้ประจำผลิตภัณฑ์

งานพริตตี้ประจำนั้น เหมือนกับการทำงานประจำโดยทั่วไป มีการเช็คเวลาเข้า-เวลาออก และมีเงินเดือนประจำทุกเดือน มีสวัสดิการเหมือนพนักงานประจำทุกอย่าง โดยเงินเดือนนั้นขึ้นอยู่กับวุฒิการศึกษา ลักษณะการทำงานนั้นเป็นการให้ข้อมูลแก่ลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัท แต่ไม่ใช่พนักงานขาย สำหรับเครื่องแต่งกายนั้นทางบริษัทจะจัดเครื่องแบบให้ตามคอนเซ็ปต์ของสินค้า และระยะเวลาการทำงานนั้นจะเหมือนกับพนักงานบริษัททั่วไป

#### 5) พริตตี้ประจำสถานบันเทิง

พริตตี้ประจำสถานบันเทิงนั้น พัฒนามาจากการประชาสัมพันธ์ของสถานบันเทิง โดยที่ร้านจะมีเงินเดือนประจำ ให้ ซึ่งเวลาทำงานจะเริ่มประมาณ 19.00 น. ไปจนถึงร้านปิด รายได้หลักจะแยกจากทิปที่ได้จากลูกค้า ลักษณะงานจะเหมือนประชาสัมพันธ์ของร้าน คือ ต้องพยายามขายของภายในร้านให้ได้ เช่น เหล้า และบุหรี เป็นต้น พริตตี้ประจำสถานบันเทิงตอนกลางคืนนั้น จะรับงานพริตตี้กลางวันด้วยก็สามารถทำได้

#### 6) งานแทนเพื่อนพริตตี้ด้วยกัน

เนื่องจากการทำงานของพริตตี้ที่นั้นมักจะไม่มีการเซ็นสัญญาว่าจ้าง ทำให้พริตตี้ที่รับงานไปแล้ว ถ้าไม่สามารถไปทำงานได้ก็จะหาเพื่อนไปทำ เพื่อไม่ให้เสีย Connection ซึ่งส่วนใหญ่ลูกค้ามักไม่ว่าอะไร เพราะพริตตี้ที่มาแทนจะรู้งานจากเพื่อนมาแล้ว และพริตตี้ที่รับงานมาก็บอกกับบริษัทขอแถมไนซ์ก่อนจะหยุด ซึ่งพริตตี้ที่รับงานแทนก็จะได้ค่าแรงเท่ากับราคาพริตตี้ตัวจริงตกลงกันไว้กับลูกค้า พริตตี้บางคนมักจะรับทำแต่งงานแทน เนื่องจากไม่ต้องไปแคสงานเอง และมีงานแน่นอน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

#### 7) งานกินข้าว และสวัสดิ

##### 7.1) งานกินข้าว

งานกินข้าว นั้น ส่วนมากจะมีตัวแทนมาติดต่อก่อน อาจเป็นเพื่อนหรือโมเดลลิ่งก็ได้ ซึ่งจะเรียกกันในวงการว่า “หน้าม้า” ส่วนลูกค้าที่มาติดต่อให้พริตตี้ไปกินข้าวด้วยนั้น มักจะเป็นผู้มีฐานะ การกินข้าวแต่ละครั้งอาจจะไปกับพริตตี้หลายคนในครั้งเดียว หรือจะกินกันเป็นการส่วนตัวกับพริตตี้ก็ได้ อัตราค่าตอบแทนของพริตตี้จากการกินข้าวแต่ละครั้งมักจะถูกหักจากตัวแทนหรือหน้าม้าที่มาติดต่อบ้างน้อย 10 เปอร์เซ็นต์ บางครั้งอาจมากกว่านั้นขึ้นอยู่กับข้อตกลงระหว่างหน้าม้ากับพริตตี้ การนั่งกินข้าวแต่ละครั้งนั้น ลูกค้าจะมาเจอพริตตี้ที่ร้านอาหาร โดยให้พริตตี้ได้เลือกเสื้อผ้าและแต่งหน้าทำผมมาเอง โดยหน้าม้าจะเป็นคนพาพริตตี้ไปให้ลูกค้ารู้จัก เวลารับประทานอาหารลูกค้าจะให้พริตตี้สั่งอาหารได้เอง ระหว่างทานอาหารกับลูกค้าก็จะมีการพูดคุยกับพริตตี้เป็นปกติ หลังการกินข้าวแต่ละครั้งพริตตี้จะได้รับค่าตอบแทนทันที ซึ่งลูกค้าสามารถให้กับตัวพริตตี้เอง หรือให้ผ่านได้หน้าม้าอีกที



## 7.2) งานสวัสดี

งานสวัสดี จะเหมือนกับงานกินข้าว แต่เปลี่ยนจากการกินข้าวเป็นให้ลูกค้าดูตัว โดยจะติดต่อพริตตี้ผ่านหน้าม้า ซึ่งพริตตี้จะได้รับค่าตัวเลยหลังจากสวัสดีเสร็จ และค่าตัวแต่ละครั้ง ลูกค้ามักจะให้เงินตามความพอใจ แล้วแต่ว่าจะให้เองกับพริตตี้หรือให้ผ่านหน้าม้าก็ขึ้นอยู่กับลูกค้า แต่โดยมากหน้าม้ามักจะหักเงินจากพริตตี้ก็ไม่ต่ำกว่า 10 เปอร์เซ็นต์ การสวัสดีแต่ละครั้งหน้าม้าจะนัดพริตตี้ และพาพริตตี้ไปหาลูกค้า โดยที่หน้าม้าจะนั่งอยู่เป็นเพื่อนกับพริตตี้ เพื่อความสบายใจของพริตตี้และลูกค้า แต่การที่หน้าม้าจะอยู่กับพริตตี้หรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับความต้องการของพริตตี้และลูกค้า การสวัสดีในแต่ละครั้ง หน้าม้าจะเป็นผู้เสนอพริตตี้ให้กับลูกค้า โดยจะส่งรูป บอกน้ำหนัก ส่วนสูง สัดส่วน และถ้า พริตตี้มีตำแหน่งจากการประกวดก็จะเพิ่มค่าตัวได้อีก เมื่อลูกค้าพอใจในตัวพริตตี้ก็จะบอกผ่านหน้าม้า นัดเวลา และสถานที่เพื่อพบกันในลำดับต่อไป

### 8) พริตตี้สนามแข่งรถ

งานลักษณะนี้น่าจะเป็นงานต่อเนื่องของพริตตี้ที่เคยทำกับบริษัทเจ้าของสินค้ามาแล้ว มักเป็นสินค้าประเภทที่เกี่ยวข้องกับรถยนต์ พริตตี้สนามแข่งนับเป็นจุดเริ่มต้นของการใช้สาวพริตตี้ ในปัจจุบันลักษณะการทำงานจะต้องเน้นการพรีเซนต์สินค้ามากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการกางร่มให้หนักแข็ง หรือยืนถ่ายรูปกับสินค้าก่อนการแข่งรถ โดยการแต่งตัวนั้นมักใส่ชุดที่มียี่ห้อของสินค้าติดอยู่ ซึ่งชุดที่ใส่จะเน้นที่รูปร่างของพริตตี้ ในต่างประเทศมีการใช้พริตตี้ในสนามแข่งรถเป็นจำนวนมาก และต้องแต่งตัวให้เซ็กซี่ที่สุด ดังนั้นจึงเป็นที่รู้จักกันว่าพริตตี้สนามแข่งรถจะมีหน้าตา รูปร่างเซ็กซี่ และใจกล้า

## 9) งานลักษณะอื่น ๆ

### 9.1) งานถ่ายแบบเดินแบบ

งานถ่ายแบบมักเป็นงานต่อเนื่องของสินค้าที่พริตตี้เคยทำงานด้วย ส่วนการเดินแบบ หรือที่พริตตี้เรียกว่าโมเดลนั้น พริตตี้ที่มีความสูงตั้งแต่ 168 เซนติเมตรขึ้นไป จะมีงานเดินแบบมากกว่าพริตตี้ที่มีความสูงไม่ถึง

### 9.2) งานถ่ายมิวสิควิดีโอและตัวประกอบ

งานลักษณะนี้ โมเดลลิ่งจะเป็นคนส่งรูปให้กับลูกค้าแล้วเรียกพริตตี้มาแคส และเนื่องจากพริตตี้ต้องการที่จะทำงานในวงการบันเทิงอยู่แล้ว จึงชอบที่จะรับงานลักษณะนี้ เพื่อที่จะให้ทีมงานได้เห็นหน้าตา เป็นบันไดในการเข้าสู่วงการบันเทิงในลำดับต่อไป

### 9.3) งานเป็นเพื่อนร่วมงานเลี้ยงของลูกค้า

บางครั้งลูกค้าต้องการสาวสวยไปร่วมงานเพื่อเพิ่มสีสันภายในงาน แต่งงานเลี้ยงแบบนี้จะเป็นงานเลี้ยงส่วนตัวไม่เหมือนงาน Event ทั่วไป ซึ่งลูกค้าจะเป็นผู้บอกพริตตี้ว่าต้องแต่งกายอย่างไร งานลักษณะนี้พริตตี้มักจะรับมาจากเพื่อนพริตตี้ด้วยกันที่รับงานมาจากลูกค้า แล้วต้องการหาเพื่อนทำงานด้วยกันเพื่อป้องกันความปลอดภัยของตนเอง

## 3.6.3 ความแตกต่างของ “พริตตี้” กับอาชีพอื่น ๆ

ในงานมอเตอร์โชว์ หรืองานแสดงสินค้าต่าง ๆ นอกจากจะมีพริตตี้ที่ใช้ในการช่วยส่งเสริมการขายแล้ว ยังมีอาชีพอื่นๆที่เกี่ยวข้องกันในการจัดงานอีกด้วย อันได้แก่ ทีมออร์แกนเซอร์ โมเดลลิ่ง พนักงานขาย ทีมแนะนำสินค้า พิธีกร ผู้ดำเนินรายการ ทีมเต้น โคโยตี้ และบางงานซึ่งอาจจะมีการ

แสดงแฟชั่นโชว์ก็ต้องมีนายแบบนางแบบด้วย ซึ่งแต่ละคนจะทำงานร่วมกันแต่จะมีหน้าที่และลักษณะการทำงานที่แตกต่างกันออกไป (ขวัญชนก ทองสนธิ, 2554) ดังต่อไปนี้

**ทีมออร์แกไนเซอร์ (Organizer)** จะทำหน้าที่ในการจัดงาน และควบคุมงานทั้งหมดการจัดเตรียมอุปกรณ์ แสง สี เสียง ไฟ เวที คิวการแสดง จัดหนักแสดง แนวคิด (Concept) ของงาน ตั้งแต่เริ่มงานจนจบงาน จะเป็นหน้าที่ของทีมออร์แกไนเซอร์ทั้งหมด คนที่ทำหน้าที่ในทีมจะต้องเป็นผู้ที่มาเตรียมงานก่อนแต่กลับทีหลัง งานมอเตอร์โชว์หรืองานแสดงสินค้าจะออกมาดีหรือไม่ น่าสนใจหรือไม่ จึงขึ้นอยู่กับทีมออร์แกไนเซอร์เป็นหลักสำคัญ

**โมเดลลิง (Modeling)** จะมีหน้าที่ในการจัดหา พิธีกร MC Dancer นายแบบนางแบบ ตามความต้องการของทีมออร์แกไนเซอร์อีกต่อหนึ่ง รวมไปถึงการดูแลเสื้อผ้าหน้าผม การจัดหาทีมช่างแต่งหน้าทำผม ฝ่ายเสื้อผ้า และมีหน้าที่คอยดูแลทีมนักแสดง พิธีกร MC Dancer นายแบบนางแบบ ของตนตลอดเวลา

**พนักงานขาย (Sale)** ส่วนมากจะเป็นของบริษัทนั้น ๆ ทำหน้าที่คอยควบคุมงานของออร์แกไนเซอร์ให้ออกมาตรงตามความต้องการของบริษัท และคอยให้คำชี้แนะในเรื่องสินค้าในบางส่วนที่ต้องนำเสนอให้แก่พิธีกร หรือ MC ในบางครั้ง และทำหน้าที่รับช่วงต่อจากพิธีกรในกรณีที่มีลูกค้าสนใจในรายละเอียดปลีก ๆ หรือต้องการซื้อสินค้า ซึ่งพิธีกรจะส่งต่อลูกค้าให้พนักงานขาย เรียกได้ว่า ทำหน้าที่เป็นคนคอยดูแลโดยรวม

**ทีมแนะนำสินค้า (PC)** มีหน้าที่ที่แนะนำสินค้าตามห้างสรรพสินค้า โดยมากจะทำหน้าที่แจกโบว์ชัวร์ หรือเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากลูกค้า จะต้องคอยประจำอยู่ที่บูทตลอดเวลาและได้รับค่าแรงน้อยที่สุด คือประมาณวันละ 300-800 บาท

**พิธีกร** ทำหน้าที่เป็นผู้ดำเนินการในพิธีต่าง ๆ กล่าวนำในการเปิดงาน กำกับงานอำนวยความสะดวกและประสานระหว่างงานกับโซวบนเวที ให้กิจกรรม รายการหรือ พิธีการต่าง ๆ ดำเนินการไปให้แล้วเสร็จเรียบร้อยด้วยดีตามวัตถุประสงค์และกำหนดการที่วางไว้ในงานจะมีรายได้งานละ 2,000-15,000 บาท ขึ้นอยู่กับระยะเวลาการทำงานและการเป็นที่รู้จักของตัวพิธีกร เช่น ถ้าเป็นดารานักแสดงก็จะได้ค่าตัวในหลักหมื่นต่อการทำงานในแต่ละครั้ง

**ผู้ดำเนินรายการ หรือ MC (Master of ceremonies หรือ Mic controller)** ทำหน้าที่คล้ายพิธีกร คือ ทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์สินค้า แต่ต่างกันตรงที่ว่า MC จะต้องพูดนำเสนอสินค้า ฝ่ายเครื่องกระจายเสียงหรือไมโครโฟน เพื่อชักจูงผู้คนให้เข้ามาชมสินค้าโดยการร่วมเล่นเกมหรือแจกของรางวัล เป็นต้น ดังนั้นจึงต้องเป็นผู้ที่มีน้ำเสียงและทักษะในการใช้ภาษาได้เป็นอย่างดี แต่ไม่จำเป็นต้องยืนอยู่กับตัวสินค้าตลอดเวลา โดยส่วนใหญ่แล้วจะพูดประมาณครั้งละ 10-15 นาที วันละประมาณ 4-6 รอบต่อวัน จะมีรายได้งานละ 2,500-7,000 บาท ขึ้นอยู่กับระยะเวลาการทำงานและขนาดของการจัดงาน

**ทีมเต้น (Dancer)** โดยส่วนใหญ่จะทำหน้าที่เต้นในช่วงเปิดงาน และระหว่างงานก่อนที่ MC จะขึ้นพูดบนเวที เพื่อดึงดูดสายตาและความสนใจของผู้ชมในงานให้หันมาสนใจที่บูทของตน

**โคโยตี้ (Coyoty)** ทำหน้าที่เต้นเช่นเดียวกับแดนเซอร์ แต่ต่างกันตรงที่ว่า โคโยตี้จะไม่มีท่าเต้นที่ตายตัว แต่ละคนจะเต้นท่าของตนเอง ไม่มีการเต้นเป็นท่าทางเป็น Step พร้อมกันเหมือนแดนเซอร์ และโดยส่วนใหญ่จะทำหน้าที่เต้นในระหว่างงานหรือในระหว่างที่ไม่มี MC หรือโซวใด ๆ เพื่อ

ไม่ให้งานดูเรียบเหงาจนเกินไป และให้ผู้ชมที่อยู่ในงานหันมาสนใจชมที่บูทของตนตลอดเวลา โดยจะมีระยะเวลาการทำงานครั้งละประมาณ 30 นาทีต่อคน มีรายได้งานละ 500–1,500 บาทต่อคน ต่อวัน ขึ้นอยู่กับระยะเวลาการทำงานและขนาดของการจัดงานซึ่งส่วนใหญ่จะพบมากในงานมอเตอร์โชว์

**นายแบบ นางแบบ (Model)** ทำหน้าที่ในการแสดงแฟชั่นโชว์ ของผลิตภัณฑ์หรือสินค้าอื่นๆ ใช้ระยะเวลาในการแสดงประมาณ 3-15 นาที รายได้งานละ 3,000–100,000 บาทต่อคนต่อโชว์ ขึ้นอยู่กับลักษณะของการทำงานว่าต้องโชว์เรื่อนร่างมากน้อยเพียงใด หากต้องโชว์ที่ไปมากค่าตัวก็จะมากขึ้นขึ้นอยู่กับขนาดของการจัดงาน และการเป็นที่รู้จักของนายแบบนางแบบเอง เช่น ถ้าเป็นดารานักแสดง หรือนางแบบมีอาชีพก็จะได้ค่าตัวในหลักหมื่นถึงหลักแสนต่อการทำงานในแต่ละครั้ง ส่วนใหญ่มักพบในงานเปิดตัวสินค้าต่าง ๆ แต่มักไม่เป็นที่นิยมมากนักในงานมอเตอร์โชว์

### 3.7 เครือข่ายทางสังคมของพริตตี้

อาชีพพริตตี้เป็นอาชีพที่ต้องอาศัยเครือข่ายในการทำงานเป็นอย่างมาก พริตตี้จะมีการติดต่อสื่อสารกันระหว่างพริตตี้กับออดแอนด์ไนท์ และพริตตี้กับพริตตี้ด้วยกันเอง พริตตี้หนึ่งจะคบกันด้วยเรื่องของการงานเป็นสำคัญ เหตุผลที่พริตตี้บอกงานกันก็เพื่อเป็นการซื้อใจกัน ถ้าพริตตี้บอกงานเพื่อนงานหน้าเพื่อนจะบอกงานกลับเป็นการตอบแทนกัน หรืออีกเหตุผลหนึ่งคือ พริตตี้คิดว่างานนี้ไปแคสไม่ได้ก็จะบอกงานเพื่อนต่อไป ในส่วนของเครือข่ายของพริตตี้ นั้น มีไว้ช่วยเหลือกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องงาน หรือการกระจายข่าวสาร โดยสื่อกลางที่ใช้สื่อสารคือ โทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ต เมื่อมีงานพริตตี้จะส่งข้อความผ่านทางโทรศัพท์ให้กับเพื่อนที่ต้องการให้ร่วมงานด้วย หรือส่งผ่านอีเมล แต่ถ้าต้องการให้เพื่อนสนิทร่วมงานด้วยจริง ก็จะใช้โทรศัพท์บอกกัน อีกวิธีหนึ่งที่จะช่วยเหลือกัน คือ การฝากรูป เป็นวิธีที่ใช้เมื่อพริตตี้เจอกัน และมีการแลกเปลี่ยนรูปซึ่งกันและกัน เวลาที่มีงานพริตตี้ก็จะเอารูปของเพื่อนออกมาให้ ออดแอนด์ไนท์ ดู ถ้าออดแอนด์ไนท์ สนใจ ก็จะเรียกมาแคส วิธีนี้พริตตี้ที่เพิ่งเข้าวงการมันจะนิยมใช้ เพราะถ้าเป็นพริตตี้ที่ทำงานมานานมักจะมีคอนเน็คชั่นกับลูกค้าโดยตรง เครือข่ายของพริตตี้ยังมีประโยชน์ในการกระจายข่าว เช่น ถ้าออดแอนด์ไนท์ไหนที่พริตตี้ทำงานให้ แล้วโอนเงิน พริตตี้ก็จะส่งข้อความบอกกัน พริตตี้ที่เหลือก็ส่งต่อข้อความไปให้เพื่อนอีก เพื่อเป็นการเตือนให้เพื่อนระวังถ้าจะร่วมงานกับออดแอนด์ไนท์ นั้น ๆ หรือถ้ามีข่าวพริตตี้ทะเลาะ หรือโอนเงินกัน ก็จะบอกให้กับเพื่อน ๆ เพื่อที่พริตตี้ที่เหลือจะได้ระวังตัวเวลาต้องทำงานร่วมกัน (สุมารินทร์ คชานุกาพ, 2552)

### 3.8 พริตตี้กับบริบทของสังคมไทย

จากการศึกษาของ อารีวรรณ หัสติน (2551) เรื่องภาพลักษณ์ในการนำเสนอตัวตนคนพริตตี้ พบว่า อาชีพพริตตี้ไม่มีความจำเป็นในสังคมไทย เพราะถ้าไม่มีพริตตี้ แต่สินค้าอื่น ๆ ที่มีคุณภาพก็สามารถขายได้ การมีพริตตี้เป็นการกระทำเพื่อความมีสีสันในงาน เป็นการดึงดูดให้คนเข้ามาสนใจตัวสินค้าเท่านั้น แต่พริตตี้มิได้มีส่วนทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า แต่ปัจจุบันอาชีพพริตตี้ กลายเป็นว่าเหมือนมีความจำเป็น นั้นเพราะกระแสนิยมกลยุทธ์ทางการตลาดมากกว่า พริตตี้มีส่วนสำคัญในการสร้างสีสัน ประชาราสัมพันธ์สินค้า พริตตี้มีส่วนการกระตุ้นให้คนอยากดู อยากรู้มากขึ้นเท่านั้น ซึ่งบางครั้งสินค้าบางชนิดไม่มีความจำเป็นต้องใช้พริตตี้เลย แต่ด้วยกระแสนิยม พริตตี้จึงกลายเป็นสิ่งสำคัญที่จะขาดไม่ได้ในการโฆษณาสินค้า

นอกจากนี้ เรื่องความเหมาะสมของอาชีพพริตตี้กับสังคมไทย ในงานศึกษายังพบว่า กลุ่มตัวอย่างมองว่าขึ้นอยู่กับการนำไปใช้ให้เหมาะสมมากกว่า ถ้าถูกที่ ถูกกาลเทศะ การแต่งกายไม่โป๊ ไม่วาบหาวก็สามารถมีในสังคมไทยได้ ทั้งนี้เพราะความเป็นสังคมไทยที่มีภาพของผู้หญิงในอุดมคติของสังคมว่าจะต้องมีความเรียบร้อย สุภาพ อาชีพพริตตี้จึงขัดต่อวัฒนธรรมไทย อาชีพนี้จึงถูกมองว่าไม่เหมาะสมกับสังคมไทย การเกิดขึ้นของอาชีพพริตตี้เป็นเรื่องของค่านิยม ความทันสมัย จึงทำให้อาชีพนี้กลายเป็นเรื่องธรรมดาหากอยู่ในห้างหรือในสถานที่ที่ควรจะอยู่ แต่หากนำมาแสดงอยู่ข้างนอกคนอาจมองไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ล้วนขึ้นอยู่กับทัศนะของแต่ละคน

ดังนั้น ในเรื่องความเหมาะสมของการนำอาชีพพริตตี้มาใช้ในสังคมไทย ในงานที่ศึกษาคงไม่สามารถตอบแทนคนทั้งสังคมได้ว่ามีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด แต่อาชีพนี้ยังคงเป็นที่ต้องการทั้งในปัจจุบันและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มมากขึ้นในอนาคต トラบเท่าที่การนำกลยุทธ์ทางด้านเพศมาใช้เป็นจุดดึงดูดความสนใจจากคนในสังคมโดยเฉพาะจากเพศชายยังสามารถใช้ได้ผล อาชีพพริตตี้สามารถตอบสนองต่อสังคมในยุคที่เน้นการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมยุคบริโภคนิยมที่ทวีความรุนแรงมากขึ้นเป็นลำดับ ในฐานะอาชีพที่สร้างสีสัน ความสวยงาม เปรียบเสมือนดอกไม้งามที่ประดับอยู่ในสังคม ผู้ที่ได้รับผลประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมจากการมีอาชีพนี้อยู่ในสังคม ควรจะตระหนักถึงผลของการนำอาชีพนี้มาใช้รอบคอบ การแสวงหาผลประโยชน์จากการใช้เรือนร่างของหญิงสาวมาเป็นจุดขาย ถึงแม้จะเป็นความยินยอมของตัวหญิงสาวเอง แต่ก็ควรตระหนักถึงผลที่จะกลับคืนสู่สังคมไทยด้วย ว่าถ้าการมีอาชีพพริตตี้เป็นการส่งเสริมให้เกิดการเติบโตทางธุรกิจในระยะเดียวกันเป็นการลดทอนความเป็นสังคมที่มีวัฒนธรรมอันดี การสร้างค่านิยมในการให้คุณค่าแก่เงินตราและสิ่งของมากกว่าความดีแก่เยาวชนมันคุ้มกันหรือไม่ ผู้ที่ถือว่าเป็นกลุ่มคนที่สำคัญและมีอำนาจสูงในการกำหนดรูปแบบที่เหมาะสมของอาชีพพริตตี้ ก็คือ บริษัทเจ้าของตัวผลิตภัณฑ์ และบริษัทรับจัดงาน (ออแกไนซ์) จึงต้องตระหนักในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้มาก ในการกำหนดรูปแบบของงานเสื้อผ้าของ พริตตี้ รวมไปถึงสื่อมวลชนที่ควรจะนำเสนอแต่ด้านที่ส่งเสริมและสร้างสรรค์แก่อาชีพพริตตี้ และตัวพริตตี้เองที่เป็นผู้ตัดสินใจในการทำงานนี้ เมื่อทุกฝ่ายร่วมมือกันภาพลักษณ์ของอาชีพพริตตี้ก็จะได้รับความสนใจในทางที่ดีขึ้น ในฐานะอาชีพหนึ่งที่มีเกียรติ มีศักดิ์ศรี เทียบเท่ากับอาชีพอื่น อาชีพพริตตี้ในสังคมไทยจะได้รับการยอมรับมากขึ้นและสามารถอยู่ในสังคมไทยได้อย่างมีเกียรติ ถ้านำไปใช้ให้เกิดความเหมาะสม ถูกกาลเทศะ

### ภาพลักษณ์ของอาชีพพริตตี้

ภาพลักษณ์ของอาชีพพริตตี้ที่เรือนร่างผู้หญิง ถูกนำมาใช้เพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจได้ทำให้เกิดทัศนคติต่ออาชีพพริตตี้ของคนในสังคมแตกต่างกันออกไป จากการศึกษาของ อารีวรรณ หัสติน (2551) ด้านภาพลักษณ์อาชีพพริตตี้ พบว่า เป็นอาชีพที่ถูกให้ความสำคัญในด้านการเป็นอาชีพที่สร้างสีสัน ความเจริญหูเจริญตาแก่ผู้พบเห็น และพริตตี้ผู้หญิงย่อมต้องได้รับความสนใจมากกว่าพริตตี้ผู้ชาย เนื่องจากความได้เปรียบทางสรีระที่นำมาชม น่าชมกว่าผู้ชาย การได้รับความสนใจโดยเฉพาะจากผู้ชาย จึงทำให้อาชีพนี้ถูกมองว่าเสี่ยงต่อการถูกลวนลามได้ง่ายกว่าอาชีพอื่น และด้วยความที่เป็นอาชีพที่อาศัยความสวยงามของเรือนร่าง อาชีพนี้จึงถูกมองว่าเป็นอาชีพที่ไม่มั่นคง อันเป็นสาเหตุที่ทำให้อาชีพนี้ไม่สามารถกลายเป็นอาชีพประจำได้ แต่เป็นที่น่าสังเกตได้ว่า อาชีพพริตตี้ได้กลายเป็น

ค่านิยมของคนรุ่นใหม่ ที่คนในสังคมเปิดกว้างและให้การยอมรับในอาชีพนี้มากขึ้น ในฐานะอาชีพที่สุจริตอาชีพหนึ่งของสังคม ซึ่งเห็นได้จากที่คนส่วนใหญ่มีทัศนคติในทางบวก หากเยาวชนปัจจุบันจะเลือกอาชีพฟรีด้อมเป็นอาชีพเสริมระหว่างเรียน เพื่อเป็นการหารายได้พิเศษ หรือแบ่งเบาภาระทางบ้าน ซึ่งมีสัดส่วนสูงเกินกว่าร้อยละ 80 แต่อย่างไรก็ตามคนส่วนใหญ่ยังคงมองว่าอาชีพฟรีด้อมมีความจำเป็นต่อสังคมปัจจุบันในสัดส่วนที่น้อยที่สุด คือ ร้อยละ 19

นอกจากนี้การศึกษาของ อารีวรรณ หัสติน (2551) ยังได้ดำเนินการศึกษาเปรียบเทียบด้านภาพลักษณ์ของอาชีพฟรีด้อมผ่านทัศนคติของคนในอาชีพและของคนนอกอาชีพ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### • ภาพลักษณ์ของอาชีพฟรีด้อมผ่านทัศนคติของคนในอาชีพ

ภาพลักษณ์อาชีพฟรีด้อมในสังคม คนในอาชีพรู้ตัวดีว่าคนส่วนใหญ่จะมองอาชีพฟรีด้อมในทางลบมากกว่าทางบวก เนื่องจากอาชีพฟรีด้อมเป็นอาชีพที่ต้องใช้ความสวยงามของผู้หญิงเป็นจุดดึงดูดความสนใจจากผู้พบเห็น จึงเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้อาชีพฟรีด้อมถูกมองไม่ดี เช่น เรื่องการแอบแฝงการขายบริการ ความไม่เหมาะสมของอาชีพฟรีด้อมกับสังคมไทย ตั้งแต่รูปแบบการแต่งกาย วิธีการนำเสนอสินค้า ซึ่งคนในอาชีพตระหนักถึงจุดนี้เป็นอย่างดี ฟรีด้อมจึงได้สร้างภาพลักษณ์การเป็นฟรีด้อมที่ดีตามบรรทัดฐานของสังคม ไม่ว่าจะเป็นการวางตัวในรูปแบบพฤติกรรมที่เหมาะสมระหว่างฟรีด้อมผู้หญิงกับลูกค้า(โดยเฉพาะลูกค้าผู้ชาย) รวมไปถึงการสร้างมาตรฐานการรับงานของตนเอง ผ่านรูปแบบการแต่งกาย ประเพณงานที่รับ เพื่อให้มีภาพลักษณ์ที่ดีในอาชีพนี้

คนในอาชีพได้ให้ความหมายของอาชีพฟรีด้อมไปในทางบวก โดยการให้คุณค่าของอาชีพสาวฟรีด้อมว่าเป็นอาชีพที่มีเกียรติในฐานะเป็นอาชีพที่สุจริต และเป็นอาชีพทางเลือกของเยาวชนรุ่นใหม่ในการหารายได้พิเศษ สิ่งที่ได้จากการเป็นฟรีด้อมนอกเหนือจากเรื่อง “เงิน” แล้วก็คือประสบการณ์และการได้พัฒนาตนเองผ่านการทำงานในอาชีพฟรีด้อม อาชีพฟรีด้อมในปัจจุบันไม่ใช่อาชีพที่เป็นงานสบายรายได้ดี เหมือนภาพลักษณ์อาชีพฟรีด้อมในอดีต เนื่องจากปัจจุบันการแข่งขันระหว่าง ฟรีด้อมด้วยกันเองมีมากขึ้น การเป็นฟรีด้อมในปัจจุบันนอกจากการมีรูปร่าง หน้าตาดีแล้ว ฟรีด้อมยังต้องมีความสามารถอีกด้วย โดยจะเห็นได้จากขั้นตอนการแคสตติ้งงาน ซึ่งฟรีด้อมต้องแสดงให้เห็นบริษัทผู้ว่าจ้างเห็น เพื่อให้ได้รับการคัดเลือกเข้ามาร่วมงาน นอกจากนี้การเป็นฟรีด้อมยังต้องใช้ความอดทนต่อการทำงานอย่างสูง ทั้งกับลูกค้าซึ่งมีหลายรูปแบบ รวมไปถึงการรักษาภาพพจน์การเป็นฟรีด้อม เช่น การดูแลตนเองเรื่องเสื้อผ้า ใบหน้า ทรงผม ให้ดูดีตลอดเวลาตั้งแต่ตอนทำงานจนกระทั่งเลิกงาน ดังนั้นอาชีพฟรีด้อมจึงไม่เฉพาะคนที่สวยเท่านั้นจึงสามารถทำได้ แต่คนไม่สวยก็มีสิทธิ์ถ้าคุณมีความสามารถ และมีความอดทน

#### • ภาพลักษณ์ของอาชีพฟรีด้อมผ่านทัศนคติของคนนอกอาชีพ

ทัศนคติของคนนอกอาชีพ มองภาพลักษณ์ของอาชีพฟรีด้อมในเรื่องของ การแต่งกายมิดชิดของฟรีด้อมว่ามีผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีของอาชีพฟรีด้อม ร้อยละ 94 รองลงมาที่มีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน เห็นด้วยว่าอาชีพฟรีด้อมเสี่ยงต่อการถูกกลั่นแกล้ง และความต้องการเห็นสิ่งสวยงามทำให้อาชีพฟรีด้อมเป็นที่ต้องการ ร้อยละ 88 และ ร้อยละ 87 ตามลำดับ และเห็นด้วยน้อยที่สุดว่าอาชีพฟรีด้อมเป็นอาชีพที่จำเป็นต่อสังคมปัจจุบัน ร้อยละ 19 โดยด้านการแต่งกายของฟรีด้อม พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมาก

ที่สุดว่าการแต่งกายมีผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีของอาชีพพริตตี้ ร้อยละ 94 รองลงมาเห็นด้วยว่าพริตตี้มีการแต่งกายที่หล่อแหลมไปในทางด้านเพศ ร้อยละ 84 และเห็นด้วยน้อยที่สุดว่าการแต่งกายของพริตตี้มีความเหมาะสมกับวัฒนธรรมไทย ร้อยละ 15 และด้านบุคลิกภาพของพริตตี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุดว่าพริตตี้ที่ดีต้องให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความเอาใจใส่ ร้อยละ 99 รองลงมาพริตตี้ต้องมีความกระฉับกระเฉง คล่องแคล่ว ต้องมีความยิ้มแย้มแจ่มใสขณะทำงาน และต้องสามารถตอบคำถามเกี่ยวกับข้อมูลสินค้าถูกต้อง ร้อยละ 97 และเห็นด้วยน้อยที่สุดว่าในการอธิบายข้อมูลหากใช้พริตตี้จะน่าฟังกว่า ร้อยละ 62

ตารางที่ 1 จุดร่วมและจุดต่างต่อภาพลักษณ์อาชีพพริตตี้ผ่านทัศนคติของคนในอาชีพและคนนอกอาชีพ

จุดร่วม	จุดต่าง
ภาพลักษณ์ของอาชีพพริตตี้ที่ถือเป็นเอกลักษณ์ของอาชีพไม่ว่าจากทัศนคติของคนในหรือคนนอกที่เห็นตรงกันก็คือ ภาพลักษณ์เรื่องการเป็นอาชีพที่เป็นงานสบาย รายได้ดี การแต่งตัวที่แปลกกว่าอาชีพอื่นตรงที่เน้นความสวยงาม เน้นโชว์สรีระ และคนที่จะมาทำอาชีพนี้ได้จะต้องมีรูปร่างหน้าตาดี	กลุ่มคนใน (พริตตี้) มองแตกต่างจากคนนอกในเรื่องภาพลักษณ์ของอาชีพว่าอาชีพพริตตี้ไม่ใช่อาชีพที่หาเงินได้ง่ายเหมือนกับภาพลักษณ์ในความคิดของคนทั่วไป ถ้าเป็นเมื่ออดีตอาชีพ พริตตี้อาจเป็นงานที่สบาย รายได้ดีจริง แต่ปัจจุบันอาชีพพริตตี้มีการแข่งขันที่สูงขึ้น การแย่งกันตัดราคากันเองจึงกลายเป็นอุปสรรคต่อการหางาน การได้รับค่าจ้างที่ดี ดังนั้นอาชีพพริตตี้จึงเป็นอาชีพที่ต้องใช้ความอดทนสูงอีกอาชีพหนึ่งกว่าจะได้มาซึ่งรายได้ที่งดงามเมื่อเทียบกับงานอาชีพอื่น
พริตตี้ มีหน้าที่เป็นผู้นำเสนอสินค้าให้มีความน่าสนใจ เป็นเหมือนตัวแทนขายสินค้า เชิญชวนให้คนเข้ามาดูสินค้า บอกคุณสมบัติ รายละเอียดเกี่ยวกับสินค้า	
การจะทำให้อาชีพพริตตี้เป็นมาตรฐานและได้รับการยอมรับจากคนในสังคม สามารถทำได้โดยการเน้นเรื่องความสามารถ การปรับเปลี่ยนเรื่องการแต่งกายให้มีความเหมาะสมกับสินค้าและสังคมไทย การดูแลของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องตั้งแต่เรื่องรูปแบบการทำงาน เครื่องแต่งกาย ความเหมาะสมของอายุพริตตี้กับการทำงาน ซึ่งทั้งส่วนของสังคมและครอบครัวควรช่วยกันดูแลตรงจุดนี้ เพราะอาชีพพริตตี้ไม่ใช่อาชีพที่เลวร้าย หากแต่ฝ่ายจะร่วมมือกันปรับภาพลักษณ์อาชีพพริตตี้ในด้านต่าง ๆ ให้มีภาพลักษณ์ที่ดี รวมไปถึงตัวพริตตี้ที่ต้องให้เกียรติในอาชีพที่ตนเองทำ	

<p>เพราะทุกอาชีพที่เป็นอาชีพที่สุจริตมีเกียรติในตัวเองเสมอ</p>	
<p>อาชีพพริตตี้มีบทบาทต่อสังคมในด้านการเป็นอาชีพที่ให้ข้อมูล แนะนำถึงคุณสมบัติของสินค้าแก่ผู้บริโภคก่อนตัดสินใจซื้อ เป็นอาชีพที่สร้างสีสันให้สังคม เป็นอาชีพทางเลือกที่ทำให้เยาวชนได้รู้จักทำงานเพื่อแบ่งเบาภาระทางบ้าน และใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ฝึกการใช้ความสามารถต่าง ๆ ผ่านการทำงาน แต่หากถามถึงความจำเป็นของอาชีพ ทักษะของทั้งคนในอาชีพและคนนอกอาชีพกลับมองว่าไม่มีความจำเป็น เพราะถึงไม่มีพริตตี้ของก็สามารถขายได้ อาชีพพริตตี้มีความสำคัญในด้านการส่งเสริมการตลาดเท่านั้น แต่อาชีพพริตตี้สามารถนำไปใช้ให้เหมาะสมกับสังคมไทยได้ ถ้าใช้ให้ถูกกาลเทศะ</p>	

ที่มา: อารีวรรณ หัสติน, 2551

โดยสรุป ภาพลักษณ์ของอาชีพพริตตี้ที่ถูกมองโดยคนในอาชีพและคนนอกอาชีพ มีจุดร่วมกันคือ เป็นอาชีพที่งานสบาย รายได้ดี และได้แต่งตัวสวยงาม อีกทั้งต้องมีรูปร่างและหน้าตาที่ดี ในขณะที่จุดต่างคือ อาชีพพริตตี้เป็นงานที่ต้องใช้ความอดทนสูงต่ออุปสรรคในการทำงานกว่าที่จะได้รับค่าจ้างที่ดี

### 3.9 วาทกรรมความงามกับอาชีพพริตตี้

#### 3.9.1 วาทกรรมความงาม

ฐาปะนระ วงษ์สาธิตศาสตร์ (2555) ได้กล่าวถึงเรื่อง “วาทกรรมความสวย สู่การเกิดปรากฏการณ์ของ ‘อาชีพพริตตี้’ ในสังคม” ระบุว่า วิเคน และกันเตอร์ (Wykes & Gunter อ้างถึงใน อารีวรรณ หัสติน, 2551) กล่าวว่า ความสวยเป็นคลื่นของวัฒนธรรม เป็นคุณลักษณะที่พึงปรารถนาของความเป็นหญิงสำหรับชาย การตระหนักถึงตัวเองของผู้หญิงเป็นการตระหนักที่ผู้ชายได้ทำให้เกิดแก่ผู้หญิงผ่านการมีอิทธิพลในสังคมจนกลายเป็นวาทกรรมทางเพศ ในศตวรรษที่ 20 ความสวยได้กลายเป็นธุรกิจอันยิ่งใหญ่ ผลที่ตามมาคือ เกิดมายาคติเรื่องความสวยงามกับผู้หญิงมาโดยตลอด ตั้งแต่ในอดีตกาลจวบจนปัจจุบัน จะเห็นว่า ผู้หญิงในทุกสังคมจะพยายามทุกวิถีทางที่จะทำให้ตนเองสวยไม่ว่าจะด้วยวิธีการใด ๆ ก็ตาม เช่น การสรรหาเครื่องมือ อุปกรณ์ หรือแม้กระทั่งการทรมานตัวเองด้วยการตัดแปลง ปรับเปลี่ยนอวัยวะในร่างกาย เป็นต้น มายาคติเรื่องความสวยงามกับวาทกรรมทางเพศนี้ถูกทำให้แพร่หลายโดยผ่านสื่อสารมวลชนมาโดยตลอด ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ สื่อบันเทิง รวมถึงสื่อโฆษณาซึ่งหวังผลทางธุรกิจเป็นสิ่งสำคัญ

นอกจากนี้ การศึกษาเรื่อง “พริตตี้เซียร์เปียร์ในเชียงใหม่: การทำให้ผู้หญิงเป็นสินค้าในอุตสาหกรรมการค้าเปียร์” ของอัมพร บุญเทพ (2556) ได้กล่าวถึงวาทกรรมเกี่ยวกับความงาม ได้มีรายละเอียดดังนี้

อาชีพของพริตตี้ที่นับได้ว่าเป็นอาชีพที่ใช้รูปลักษณ์ที่เป็นนายทุนทางกายภาพมากที่สุดในการทางานรูปลักษณ์ของพริตตี้ถูกประกอบสร้างเพื่อเพิ่มแรงดึงดูดเสมอ ๆ มีเป้าหมายในการสร้างความประทับใจแก่ผู้พบเห็นหรือกลุ่มลูกค้า การให้ความสำคัญในเรื่องรูปลักษณ์ของร่างกายที่มีความสวยงามเตะตา ตามทัศนคติหรือตามอำนาจของวาทกรรมกระแสหลัก อาจกล่าวได้ว่าเป็นกลไกสำคัญของอาชีพในภาคธุรกิจบริการ

อาชีพพริตตี้ เป็นอาชีพที่ต้องการสร้างความประทับใจตลอดเวลา โดยส่วนใหญ่ความประทับใจในตัวพริตตี้เกิดจากกระบวนการประกอบสร้าง ความน่าสนใจ การปรับปรุงรูปลักษณ์ให้มีความลื่นไหล ตามกาลเทศะ เวลา และสถานที่ เพื่อให้ความงามที่ประกอบสร้างดังกล่าวถูกใจผู้พบเห็น และเพื่อให้ความงามแสดงอำนาจของมันได้อย่างเต็มที่ “ลูกค้าจำนวนมากที่เดียวที่จำเป็นต้องตัดสินใจเรียกหรือตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ให้บริการโดยพิจารณาจากบุคลิกภาพภายนอกหรือ Appearance เป็นอันดับแรก ลูกค้าจะเกิดความเชื่อถือในบุคลิกของพริตตี้มากขึ้นถ้าพบเจอพริตตี้ที่มีรูปลักษณ์ดี สวยงาม เพราะโดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคไม่ค่อยมีเวลาในการตัดสินใจเลือกสินค้าเท่าที่ควร ดังนั้นความสวยงามของพริตตี้จึงกลายเป็นปัจจัยต้น ๆ ที่เป็นตัวชี้วัดให้กับลูกค้าตัดสินใจเข้าไปเลือกซื้อสินค้า หรืออาจกล่าวได้อีกอย่างว่าเป็นอำนาจของความงามที่เป็นแรงผลักดันให้พริตตี้ประสบความสำเร็จในอาชีพการขาย

### 3.9.2 พริตตี้กับการคัลยกรรมความงาม

อัมพร บุญเทพ (2556) ระบุว่า ความงามในยุคปัจจุบันได้ทวีความสำคัญเพิ่มขึ้นอย่างยิ่ง วาทกรรมดังกล่าวได้แผ่ขยายปกคลุมทั้งผู้หญิงและผู้ชายในสังคม ความงามได้พัฒนาตัวเองเป็นอำนาจชนิดหนึ่งอย่างชัดเจน อำนาจของความงามสามารถบันดาลให้เจ้าของร่างกายสามารถก้าวไปสู่ความสำเร็จในอาชีพได้ ความงามสามารถทำให้ผู้หญิงกอบโกยรายได้จำนวนมากหาศาลจากบางสาขาอาชีพ ผู้หญิงกับเรื่องของความงามถูกทำให้กลายเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ กระทั่งมีการเปรียบเทียบความงามคือชีวิตของผู้หญิง วาทกรรมดังกล่าวได้มีอำนาจ กลายเป็นแรงผลักดันให้ผู้หญิงต้องปรุงแต่งตัวเองตลอดเวลา เพื่อเพิ่มอำนาจให้กับตนเอง วาทกรรมดังกล่าวได้สร้างอำนาจของความงามให้กลายเป็นต้นทุนทางสังคมชนิดหนึ่ง ต้นทุนชนิดนี้สามารถเพิ่มอำนาจให้เจ้าของมีอำนาจในการต่อรองกับบุคคลอื่น ต้นทุนชนิดนี้ต้องได้รับการปรุงแต่ง และประกอบสร้างตลอดเวลาทั้งทางด้านการแต่งหน้า และแฟชั่นเครื่องแต่งกายรวม ทั้งการคัลยกรรมตกแต่งร่างกาย ผู้หญิงหลายคนได้ทุ่มเทให้กับการแต่งรูปร่างของตัวเองให้เข้ากับทัศนคติค่านิยมของสังคม เช่น ความงาม ของยุคปัจจุบันจะต้องประกอบไปด้วย ผิวขาวอมชมพู จมูกโด่ง ริมฝีปากอัมม ใบน้ารูปไข่ ผู้หญิงหลายคนที่ขาดคุณลักษณะดังกล่าวได้ชวนชวยประกอบสร้างร่างกายตนเองให้เข้ากับทัศนคติค่านิยมกระแสหลัก โดยการไปทำคัลยกรรมความงาม บางครั้งเปลี่ยนรูปร่างของตัวเองไปอย่างสิ้นเชิง เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นในการทำงาน สร้างความเชื่อมั่นในการดำเนินชีวิต ซึ่งทั้งสองส่วนดังกล่าวได้กลายเป็นพลังอำนาจ ที่ผู้หญิงสามารถนำไปใช้ต่อรองเพื่อผลประโยชน์ของตนเองในโลกภายนอกได้นอกจากนี้ค่านิยมปัจจุบัน



ที่ว่าด้วยเรื่องของความงามได้ประกอบสร้างให้ผู้หญิงมีความงามเพียงชนิดเดียวเท่านั้น ความงามในยุคปัจจุบันที่ว่าด้วยเรื่องของผิวขาวอมชมพู ยิ่งขาวเท่าไร ความได้เปรียบในเรื่องของความงามยิ่งเพิ่มขึ้น รูปร่างบอบบางได้กลายเป็นเครื่องมือต่อรองให้ผู้คนรอบข้างให้ความสนใจ ปกป้องดูแล ความสำคัญของรูปลักษณ์ได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้นจากผู้คนในยุคปัจจุบันเพราะลักษณะของรูปลักษณ์ได้ผันตัวเองไปเป็นต้นทุนชนิดหนึ่ง ความสำคัญของเรื่องต้นทุนทางร่างกายสามารถวัดได้จากปัจจุบันได้กลายเป็นพื้นที่ศึกษาค้นคว้าในศาสตร์หลายแขนงโดยคาถามหลักคือความงามโดยตัวของมันเองมีกลไก มีอำนาจในการทางานอย่างไร นิยามความงามมีเพียงชุดเดียวหรือไม่ หรือวาทกรรมความงามโดยตัวของมันเองมีความลื่นไหล ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเป้าหมายของผู้ใช้ความงาม ขึ้นอยู่กับลักษณะสังกัดทางชนชั้นหรือ ขึ้นอยู่กับพื้นที่ที่ความงามสามารถแสดงอำนาจได้อย่างเต็มที่

### 3.9.3 ตำแหน่งบนร่างกายที่พริตตีนิยมทำศัลยกรรม

ในบทความ “รวม 10 จุดสุดฮิตที่พริตตีนิยมศัลยกรรม” ที่เผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ <https://www.wongnai.com/articles/top-10-surgery-of-exhibition-models?ref=ct> ได้มีการระบุว่ามีการแบ่งกระบวนการเพิ่มความสวยงามเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่

1) **Surgery** คือ ศัลยกรรม ศัลยศาสตร์ การผ่าตัด

2) **Aesthetic** คือ เกี่ยวกับความสวยงาม หลักแห่งความงาม สวยโดยไม่ต้องผ่าตัด

จากกระบวนการเพิ่มความสวยงามทั้ง 2 ประเภท สามารถระบุตำแหน่งบนร่างกายที่พริตตีนิยมทำศัลยกรรม ได้ดังนี้

- a) **เสริมจมูก** การมีตั้งจมูกที่โด่งจะช่วยให้รูปหน้าดูโดดเด่นน่ามองยิ่งขึ้น ช่วยผลักดันความมั่นใจที่จะอวดรูปหน้าสวย ๆ ให้ใครได้เห็น
- b) **ทำตาสองชั้น** เป็นกระบวนการศัลยกรรมด้วยการกรีดเปลือกตา แล้วเย็บหนังตากลับเข้าด้วยกันเพื่อทำให้เกิดชั้นตาขึ้นมา และอาจรวมถึงการผ่าตัดเอาผิวหนังและไขมันบริเวณชั้นตาที่มีมากเกินไปด้วย เพื่อจะทำให้ใบหน้าดูมีชีวิตชีวา และยังช่วยให้การแต่งหน้าง่ายขึ้น
- c) **Love Band and Dolly Eyes** คือการทำขอบตาล่างให้ดูหนา บวมๆ ดูตาอ๋มๆ ฉ่ำๆ ทำได้ด้วยการผ่าตัด โดยอาจจะใช้น้ำเยื่อของตัวเอง (Autologous Tissue) ได้แก่ Dermal Fat Graft หรือ Fascial Graft มาจัดเรียงตกแต่ง หรือฉีดไขมันตนเอง (Micro Fat Graft) แม้กระทั่งฉีดสารเติมเต็ม Fillers เช่น Hyaluronic Acid
- d) **เสริมคาง** เพื่อให้รูปหน้าสวยมีมิติโค้งเว้าได้สัดส่วน
- e) **ทำปากกระชับ** เป็นการทำศัลยกรรมความงามด้วยการผ่าตัดตกแต่งลดเนื้อบริเวณริมฝีปากทั้งส่วนบนและล่างให้ได้รูปสวยงามรับกับใบหน้า ด้วยรูปทรงปากโค้งเรียวยาวคล้ายกับผลกระชับ
- f) **เสริมหน้าอก** ปัจจุบันการเสริมหน้าอกเป็นเรื่องปกติที่ทำกันทั่วไปจากการรู้สึกอยากสวยอยากขาว อยากดูดี ออกอ๋ม เมื่อเวลาใส่เสื้อผ้าแล้วดูมีมิติ มีทรวดทรงที่สวยงาม กล้าที่จะแต่งตัวมากขึ้น รวมทั้งต้องการให้ตัวเองดูดี และใช้เป็นจุดขายได้

- g) **ดูดไขมัน** เป็นการรักษาทาง การแพทย์ ชนิด หนึ่ง สำหรับลด จำนวนไขมันส่วนเกินใต้ผิวหนัง ที่สะสมอยู่เฉพาะที่ ในปริมาณมากเกินไป อย่างเช่น บริเวณหน้าท้อง สะโพก ก้น ต้นขา ต้นแขน หรือคอ เป็นต้น
- h) **โบท็อกซ์** เป็นการฉีดเพื่อลึฟท์กรอบหน้าคล้ายกล้ามเนื้อที่กรามให้เรียวยาระชับ
- i) **เมโสแพต และร้อยไหม** พริตตี้แก้มป่อง ๆ และเหนียงยานไม่ได้ เนื่องจากจะทำให้ไม่น่าดู การเมโสแพต คือการฉีดสลายไขมันสามารถฉีดได้ทุกส่วนในร่างกาย แต่พริตตี้นิยมใช้กับ ใบหน้ามากกว่า เช่น แก้มและเหนียง และมักทำควบคู่กับการร้อยไหมเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดี ขึ้น
- j) **ฉีดวิตามินเมื่อผิวขาวกระจ่างใส** ด้วยการที่ขึ้นชื่อว่าเป็นพริตตี้แล้ว ในความเข้าใจต้องมีผิว ที่ขาว ปัจจุบันจึงมีสินค้าที่ไวพอกผิวก่อนออกงาน มีการใช้บริการสปาเพื่อขัดลอกพอกผิว นอกจากนี้ พริตตี้ยังนิยมฉีดเพื่อเปลี่ยนสีผิวด้วยเช่นกัน

### 3.9.4 ภาพพัฒนาการการแต่งกายของพริตตี้ในประเทศไทย

การแต่งกายของพริตตี้ขึ้นส่งผลต่อภาพรวมของอาชีพ เพราะภาพลักษณ์ทางด้านการ แต่งกายของพริตตี้ถือเป็นเอกลักษณ์ของอาชีพพริตตี้ เป็นตัวบ่งบอกว่าคน ๆ นั้นเป็นพริตตี้ เพราะพ ริตตี้มักจะแต่งตัวแตกต่างจากอาชีพอื่นทั่วไป เช่น มีความสวย เซ็กซี่ ซึ่งภาพลักษณ์ดังกล่าวกลายเป็น ภาพลักษณ์ที่ติดตาผู้พบเห็น จนกลายเป็นภาพลักษณ์ประจำของอาชีพพริตตี้ไปในที่สุด ซึ่งพริตตี้ส่วน ใหญ่จะถูกมองเหมือนกันหมด และการแต่งตัวที่เน้นการโชว์สรีระมากเกินไป ได้ทำให้อาชีพนี้ถูกมอง ว่าน่าเสนอเรือนร่าง มากกว่าจะนำเสนอสินค้า ซึ่งอาจทำให้เกิดค่านิยมในอาชีพพริตตี้ว่าจะต้อง แต่งตัวเซ็กซี่เท่านั้นถึงจะสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้พบเห็นได้ (อารีวรรณ หัสติน, 2551) ซึ่งใน หัวข้อนี้ขอนำเสนอตัวอย่างการแต่งกายในช่วงเวลาที่ผ่านมาจากพริตตี้ ดังรูป

จุฬารการแต่งกายของพริตตี้ใน ปี พ.ศ. 2522



ที่มา: <https://www.springnews.co.th/view/35338>

ภาพ “พริตตี้” คู่แรก รุ่นแรกของงานมอเตอร์โชว์ อัญชลี ไชยศิริ(คนซ้าย) แสดงเป็น พุ่ม จากละครดอกส้มสีทอง และ ศิริินภา สว่างล้ำ(คนขวา) ไข่มุกแห่งเอเชีย มิสเอเชียแปซิฟิก 1979

การแต่งกายของพริตตี้ในปี พ.ศ. 2528



การแต่งกายของพริตตี้ในปี พ.ศ. 2529



การแต่งกายของพริตตี้ในปี พ.ศ. 2530

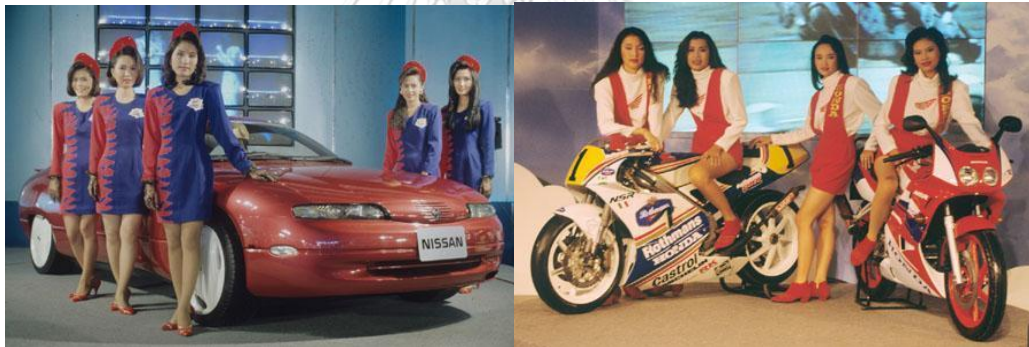


ที่มา: <https://www.siamzone.com/board/view.php?sid=2692605>

การแต่งกายของพรีตตี้ในปี พ.ศ. 2531



การแต่งกายของพรีตตี้ในปี พ.ศ. 2536



CHULALONGKORN UNIVERSITY  
การแต่งกายของพรีตตี้ในปี พ.ศ. 2537



ที่มา: <https://www.siamzone.com/board/view.php?sid=2692605>  
การแต่งกายของพริตตี้ในปี พ.ศ. 2538



การแต่งกายของพริตตี้ในปี พ.ศ. 2541



CHULALONGKORN UNIVERSITY

การแต่งกายของพริตตี้ในปี พ.ศ. 2544



ที่มา: <https://www.siamzone.com/board/view.php?sid=2692605>  
การแต่งกายของพริตตี้ในปี พ.ศ. 2550



ที่มา: <https://www.siamzone.com/board/view.php?sid=2692605>  
การแต่งกายของพริตตี้ในปี พ.ศ. 2552



ที่มา: <https://play.kapook.com/photo/show-67392>  
การแต่งกายของพริตตี้ในปี พ.ศ. 2553



ที่มา: <https://men.mthai.com/girl-interest/36637.html>  
การแต่งกายของพริตตี้ในปี พ.ศ. 2554



ที่มา: <https://auto.sanook.com/gallery/gallery/2066>



ที่มา: <https://www.edtguide.com/news/371041/ภาพพริตตี้-มอเตอร์-เอ็กซ์โป-2554-pretty-motor-expo-2011#PhotoSwipe1527689738515>  
การแต่งกายของพริตตี้ในปี พ.ศ. 2555





ที่มา: <http://www.thailandexhibition.com/Pretty-Room/124>

การแต่งกายของพริตตี้ในปี พ.ศ. 2556



ที่มา: <http://www.thailandexhibition.com/Pretty-Room/148>

การแต่งกายของพริตตี้ในปี พ.ศ. 2557



ที่มา: <http://tds.boxzaracing.com/2014-1/gallery/1291>

การแต่งกายของพริตตี้ในปี พ.ศ. 2558



ที่มา: <http://www.thailandexhibition.com/Pretty-Room/159>

การแต่งกายของพริตตี้ในปี พ.ศ. 2559



ที่มา: [https://www.matichon.co.th/social/news\\_81844](https://www.matichon.co.th/social/news_81844)

การแต่งกายของพริตตี้ในปี พ.ศ. 2560



ที่มา: <https://www.sanook.com/hitech/1437873>



ที่มา: <https://auto.sanook.com/gallery/gallery/57971>

การแต่งกายของพริตตี้ในปี พ.ศ. 2561



ที่มา: <http://www.thaicarlover.com/motor-show-2018-รวมมิตรพริตตี้ที่สะท้อนตัวตนของรถ/112479?pid=9462>



ที่มา: <http://carvariety.com/pretty-motor-show-2018>



ที่มา: <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/797155>



ที่มา:

<https://www.facebook.com/nakhononline/photos/pcb.1247729818691810/1247726832025442/?type=3&theater>

จากภาพการแต่งกายของพริตตี้ในแต่ละยุคสมัย ได้สะท้อนให้เห็นว่า นอกจากคุณสมบัติของพริตตี้ที่จะต้องมีความบุคลิกและการแต่งกายที่สื่อแทนความหมายหรือเป็นสัญลักษณ์แทนรสนิยมอันหนึ่ง ๆ ตามที่งานของกมลวรรณ ชุมทรัพย์ (2548) ได้ศึกษาไว้ ยังพบว่าบริบททางสังคมยังมีผลต่อเครื่องแต่งกายของพริตตี้ในแต่ละยุคสมัยด้วย ทั้งเรื่องของแฟชั่นของเสื้อผ้าที่สะท้อนผ่านการแต่งกายในแต่ละปี พ.ศ. ที่แตกต่างกัน รวมถึงการเกิดเหตุการณ์สำคัญใน พ.ศ. นั้น ๆ ดังเช่น พ.ศ. 2560 ที่เกิดเหตุสวรรคตของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ทำให้เกิดการไว้อาลัยและผู้จัดงานต่างร่วมกันกำหนดชุดพริตตี้ในงานมอเตอร์โชว์ครั้งนั้นใหม่ให้เป็นชุดสุภาพและมีโทนสีที่เหมาะสมกับสถานการณ์ หรือในปี พ.ศ. 2561 ที่กระแสสังคมเกิดความนิยมในละครโทรทัศน์เรื่องบุพเพสันนิวาส ก็ทำให้ผู้จัดในปีนั้นได้ร่วมกันจัดเครื่องแต่งกายแบบชุดไทยโบราณให้กับพริตตี้เพื่อตอบสนองกระแสความนิยมในช่วงนั้น ๆ เป็นจำนวนมาก จึงนับได้ว่า ค่านิยมอันเป็นองค์ประกอบหนึ่งในโครงสร้างสังคมส่วนบนนั้นมีบทบาทต่อการกำหนดภาพลักษณ์หรือการแต่งกายของพริตตี้มากที่สุดทีเดียว

### 3.10 ปัญหาและอุปสรรคในงานพริตตี้

อาชีพพริตตี้ เป็นรูปแบบหนึ่งของการโฆษณาโดยการนำเสนอของผู้หญิงมาเป็นสินค้า เพื่อใช้ในการดึงดูดกลุ่มเป้าหมายของสินค้า โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเพศชาย ซึ่งเมื่อมีการใช้พริตตี้ในสื่อเพื่อการโฆษณาสินค้าอย่างแพร่หลายนั้น เป็นผลให้หญิงสาวหันมาประกอบอาชีพนี้กันมากขึ้น เพื่อสนองความต้องการทางการตลาด เมื่อมีพริตตี้ที่มีภาพลักษณ์เป็นสาวสวย เช่กซี มนุษย์สัมพันธ์ดีเพิ่มมากขึ้น กอปรกับยังไม่มีการบริหารจัดการที่เหมาะสมเกี่ยวกับอาชีพนี้ จึงทำให้ไม่สามารถควบคุมดูแลได้อย่างทั่วถึง ส่งผลให้เกิดความเสี่ยงในการประกอบอาชีพของพริตตี้ ซึ่งจากการศึกษาเรื่อง “สภาพการทำงานและความเสี่ยงของอาชีพพริตตี้” ของ สุมารินทร์ คชานุกาพ (2552) ได้กล่าวถึงปัญหาและอุปสรรคในการประกอบอาชีพของพริตตี้ คือ

1. รองเท้าส้นสูงที่ใส่ พริตตี้ใส่รองเท้าส้นสูงเวลาทำงาน เมื่อใส่เป็นเวลานานจะเกิดอาการเจ็บเท้า รองเท้ากัด เมื่อยบริเวณขาปวดหลัง
2. ปัญหาเรื่องการเรียน พริตตี้จะทำงานไปด้วย และเรียนในระดับปริญญาตรีไปด้วย ทำให้บางครั้งต้องขาดเรียนและเรียนสำเร็จและช้ากว่ากำหนด
3. ปัญหาการแข่งขันในอาชีพ เนื่องจากมีหญิงสาวให้ความสนใจในการทำงานเป็นพริตตี้มากขึ้น จึงทำให้มีการแข่งขันแย่งงานกันสูงขึ้น
4. ปัญหาเรื่องอายุและความสูงเป็นปัญหาที่สำคัญมาก เพราะสำหรับอาชีพพริตตี้แล้ว ยิ่งถ้าอายุน้อย และมีส่วนสูงมากจะทำให้ยิ่งได้เปรียบมากในการทำงาน และจะทำให้มีค่าตัวสูง
5. ปัญหาเรื่องการถูกบริษัทท้อแค้นใจ เออเปรียบ ซึ่งปัญหานี้พริตตี้จะต้องเป็นฝ่ายเสียเปรียบเสมอ ซึ่งบริษัทท้อแค้นใจว่า จะหักหัวคิวไว้อยู่แล้ว บางครั้งอาจจะมาหักเพิ่มจากพริตตี้อีก และพริตตี้หลายรายมักจะถูกบริษัทโกงค่าแรง โดยการจ่ายเงินล่าช้าหรือไม่จ่ายเลย
6. ปัญหาเรื่องถูกยกเลิกงาน เนื่องจากพริตตี้เป็นอาชีพที่ไม่มีการเซ็นสัญญาว่าจ้าง จึงถูกยกเลิกจ้างได้ตลอดเวลา ขึ้นอยู่กับความพอใจของลูกค้า

### 3.11 ความเสี่ยงของอาชีพพริตตี้

การใช้ความสวยงามของรูปร่างหน้าตาเป็นจุดดึงดูดความสนใจประกอบการทำงานตามลักษณะงานของพริตตี้ นั้น เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้พริตตี้ต้องพบเจอกับความเสี่ยงในการทำงาน โดยเฉพาะความเสี่ยงในการถูกล่วงละเมิดทางเพศ ทั้งทางสายตา วาจา และร่างกาย นอกจากนี้การรับงานในลักษณะผ่านคนกลางหรือหน้าม้า ก็ยังมีความเสี่ยงต่อการถูกโกงค่าแรงอีกด้วย ซึ่งความเสี่ยงที่พริตตี้จะต้องเจอในการทำงาน สุมารินทร์ คชานุภาพ (2552) ได้จำแนกไว้ในงานที่ศึกษา ดังนี้

#### 1) ความเสี่ยงในการถูกล่วงละเมิดทางเพศ

##### 1.1) ความเสี่ยงที่ถูกละเมิดทางเพศด้วยสายตา

เนื่องจากพริตตี้มีลักษณะการทำงานที่ต้องเรียกร้องความสนใจของลูกค้าให้หันมาสนใจสินค้าที่พริตตี้ทำงานให้มากที่สุด เจ้าของสินค้าเองมักนิยมใช้วิธีเรียกร้องความสนใจด้วยพริตตี้ที่มีรูปร่างหน้าตาสวยงาม และการแต่งกายที่โชว์เรือนร่าง ดังนั้น พริตตี้จึงมักถูกลูกค้าล่วงละเมิดทางเพศด้วยสายตา โดยการถ่ายรูปเก็บไว้เพื่อจินตนาการทางเพศ หรือเพื่อการโฆษณาเพื่อการจำหน่ายหน้าจอนาฬิกาต่อไป

##### 1.2) ความเสี่ยงที่ถูกละเมิดทางเพศทางด้านร่างกาย

พริตตี้จะประสบปัญหาในเรื่องการถูกล่วงละเมิดทางเพศ ด้านร่างกายในระหว่างการทำงานน้อยที่สุด เพราะในระหว่างการทำงานนั้น พริตตี้จะมีทีมงานของบริษัทอแอกไนซ์ฯ คอยดูแลช่วยเหลือ เมื่อพริตตี้ประสบปัญหาในเรื่องดังกล่าวมักจะบอกกับทีมงานให้ช่วยดำเนินการให้ โดยทีมงานมักจะเป็นผู้เชิญผู้ก่อเหตุออกจากการจัดงาน แต่จะไม่ดำเนินการทางกฎหมาย เนื่องจากไม่ยากให้เกิดปัญหายุ่งยาก ทั้งนี้เพราะกลัวภาพลักษณ์ของสินค้าที่วางจะเสียหาย และมีอีกวิธีหนึ่งที่บริษัทอแอกไนซ์ฯ มักจะใช้แก้ปัญหาล่วงหน้า คือ การจัดเวทีแสดงสินค้าให้สูงขึ้น หรือกันพื้นที่เฉพาะส่วนแสดงออกจากคนดู ซึ่งปัญหาที่พริตตี้จะถูกล่วงละเมิดทางร่างกาย คือ การถูกเนื้อต้องตัวตามร่างกาย ซึ่งจุดที่ลูกค้าสัมผัสได้ง่ายที่สุดได้แก่ ขา และแขน แต่เรื่องที่จะถูกจับหน้าอกหรือสะโพกนั้น พบน้อยมาก ถ้าพบก็มักเกิดจากความสมัครใจของพริตตี้เอง

##### 1.3) ความเสี่ยงที่ถูกละเมิดทางเพศด้วยวาจา

พริตตี้มักจะต้องอดทนกับการที่ลูกค้าใช้วาจาหยาบคาย และมักจะสื่อไปเรื่องทางเพศกับพวกเธออยู่เสมอ โดยคนทั่วไปมักมองว่าพริตตี้เป็นสินค้าทางเพศ จะทำอะไรกับพวกเธอก็ได้ คำพูดที่พบบ่อย ได้แก่ ขาวจิ้ง ขาสวยดี มีแฟนหรือยัง หรือมาเป็นแฟนพี่ไหม หรือคำพูดที่พูดในทางดูถูกเหยียดหยาม ได้แก่ นมใหญ่จัง นมเล็ก ขาใหญ่ ไม่สวย ดำไป อ้วนไป ไปกับพี่เท่าไรน้อง กันใหญ่ ฯลฯ ซึ่งพริตตี้ต้องใช้ความอดทนเป็นอย่างมากกับคำพูดเหล่านี้ บางครั้งที่พริตตี้ก็มีการตอบโต้บ้าง แต่มักจะตอบโต้ด้วยการใช้คำพูดแบบที่เล่นที่จริง หรือวิธีที่พริตตี้นิยมใช้ คือ เดินหนีออกจากสถานการณ์นั้น เพราะพริตตี้ไม่อยากจะเป็นปัญหากับลูกค้า และคำพูดบางคำพูดทำให้พวกเธอวิตกกังวลในเรื่องรูปร่างหน้าตา จนเกิดเป็นความเครียดจากการดูแลรักษาร่างกายและการลดน้ำหนักจนทำให้เกิดผลเสียต่อสุขภาพร่างกายได้



#### 1.4) ความเสี่ยงในการถูกชักจูงเพื่อการค้าประเวณี

ความเสี่ยงในเรื่องนี้เป็นเรื่องส่วนบุคคล ว่าต้องการที่จะทำหรือไม่ แต่การชักชวนมักเกิดขึ้นกับพริตตี้ทุกคน เมื่อหญิงสาวมาทำงานเป็นพริตตี้แล้วมักจะถูกมองว่า “เป็นผู้ที่พร้อมจะขายบริการ และมีความเชี่ยวชาญในเรื่องการมีเพศสัมพันธ์” ซึ่งสืบเนื่องมาจากลักษณะการทำงานที่อาศัยรูปลักษณ์ที่สวยงาม และดึงดูดใจ กอปรกับการแต่งกายที่เรียกความสนใจ ซึ่งกลุ่มพริตตี้เหล่านั้นจะดูดีกว่าหญิงบริการทั่วไป เนื่องจากพริตตี้เหล่านั้นมีรูปร่างหน้าตาที่สวยงามและมีการศึกษาดี ซึ่งการถูกชักจูงเพื่อให้พริตตี้ยินยอมขายบริการ จะมาจาก “งานกินข้าว และงานสวีสวี” กับลูกค้า ซึ่งลูกค้าเหล่านั้นจะเป็นผู้มีอำนาจทั้งด้านการเงิน และเป็นผู้ทรงอิทธิพลในด้านต่าง ๆ โดยลูกค้ามักจะเสนอข้อเสนอต่างๆ ให้กับพวกเขา โดยการหลอกล่อด้วยทรัพย์สินเงินทอง เช่น รถยนต์ บ้าน เงินประจำแต่ละเดือน หรือเงินที่จะได้ในแต่ละครั้งที่มีเพศสัมพันธ์กัน ซึ่งศัพท์ที่ใช้เรียกกันในวงการพริตตี้สำหรับพริตตี้ที่จะทำงานขายบริการ คือ “เวิร์ค” และการติดต่อกันลักษณะนี้แต่ละครั้งนั้น จะมีหน้าม้ามาติดต่อกับพริตตี้ ซึ่งผู้ที่เป็นหน้าม้าโดยมากจะเป็นพวกพนักงานในบริษัทโมเดลลิงหรือบริษัทอแอกไนซ์ฯ ที่นำรูปพริตตี้ไปเสนอกับลูกค้า แล้วถ้าลูกค้าสนใจและจะติดต่อกับหน้าม้าอีกที โดยหน้าม้าจะรับค่าจ้างจากลูกค้ามาแล้วส่วนหนึ่ง แต่อาจจะมาหักจากพริตตี้อีกครั้ง ขึ้นกับข้อตกลงระหว่างพริตตี้กับหน้าม้า อย่างไรก็ตาม การที่จะขายบริการทางเพศนั้นจะเกิดจากการสมยอม ไม่ได้เกิดขึ้นจากการถูกบังคับ จะขึ้นอยู่กับความสมัครใจของพริตตี้เองว่าต้องการที่จะทำหรือไม่ ซึ่งถึงแม้ว่าจะตกลงกันเป็นที่เรียบร้อยแล้ว แต่ถ้าพริตตี้ไม่ยอมทำก็ยังสามารถเลิกทำได้ เพราะลูกค้าจะไม่มีการบังคับ เนื่องจากลูกค้าเองก็เป็นผู้มีชื่อเสียงในวงสังคม จึงไม่ต้องการเกิดปัญหาในเรื่องคู่สาวที่จะทำให้ภาพลักษณ์เสียหายได้ และลูกค้าเองนั้นก็สมารถที่จะเรียกใช้บริการพริตตี้คนใด เมื่อไหร่ก็ได้ ไม่จำเป็นต้องมีการบังคับ และ พริตตี้ที่ถูกชักชวนแต่ไม่ต้องการจะทำตามข้อเสนอก็จะใช้วิธีปฏิเสธลูกค้าแบบแบ่งรับแบ่งสู้ คือ จะสามารถกลับมารับข้อเสนอของลูกค้าได้อีกในโอกาสต่อไป ดังนั้นมันจะขายบริการหรือไม่ จึงอยู่กับพริตตี้เองว่าจะห้ามใจไม่ให้หลงไปกับทรัพย์สินเงินทองที่ลูกค้าเสนอได้แค่ไหน

#### 2) ความเสี่ยงในการถูกโกงค่าแรง

พริตตี้หลายคนมีประสบการณ์ถูกโกงค่าแรงจากพนักงานของบริษัทอแอกไนซ์ฯ มาแล้วทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจำนวนเงินและรูปแบบการโกง ซึ่งสามารถสรุปได้ 2 รูปแบบ ดังนี้

##### 2.1) ถูกโกงค่าแรงแบบไม่ได้เงิน หรือได้ต่ำกว่ากำหนด

พริตตี้จะพบกับปัญหาเรื่องนี้บ่อยที่สุด เนื่องจากจำนวนเงินค่าแรงของพริตตี้ 1 คนต่องานเป็นจำนวนเงินที่มาก และเป็นแรงดึงดูดให้กับพนักงานของบริษัทอแอกไนซ์ฯ ซึ่งบริษัทอแอกไนซ์ฯ ทั่วไปน่าจะเป็นบริษัทเล็ก ๆ ที่มีสำนักงานประจำตามหมู่บ้านต่าง ๆ ระบบการจัดการเป็นไปอย่างง่าย ๆ กอปรกับหลักฐานการรับเงินก็มีเพียงบัตรประชาชน ซึ่งเจ้าหน้าที่ของบริษัทสามารถรับแทนได้ ทำให้เกิดช่องว่างในการโกงค่าแรงของพริตตี้ ดังนั้นพริตตี้ต้องวิตกกังวลเรื่องค่าแรงอยู่เสมอ จึงทำให้พริตตี้มีภาพลักษณ์เห็นแก่เงินและงก เนื่องจากต้องโทรทวงเงินกับอแอกไนซ์ฯ อยู่เสมอ

##### 2.2) ถูกหักค่าหัวคิวแบบไม่เป็นธรรม

การรับงานแต่ละครั้งของพริตตี้จะตกลงค่าจ้างให้อยู่ในระดับที่ตนพอใจจึงจะรับงาน แต่พริตตี้จะหางานได้นั้นต้องอาศัยบริษัทอแอกไนซ์ฯ ซึ่งบริษัทอแอกไนซ์ฯ มักจะมีการใช้งบประมาณว่าจ้างเขาพริตตี้

จากบริษัทของลูกค้าอยู่แล้ว แต่บริษัทอแกไนซ์ฯ ก็จะทำค่าใช้จ่ายในการดำเนินการของพริตตี้ไว้ส่วนหนึ่ง ซึ่งบางบริษัทอาจจะเรียกเก็บค่าหัวคิวจากพริตตี้อีกต่อหนึ่ง

### 3) ความเสี่ยงในการเกิดปัญหาการว่างงาน

อาชีพพริตตี้เป็นอาชีพอิสระ ขึ้นอยู่กับเจ้าของสินค้าว่าต้องการจะใช้พริตตี้แบบใดในการทำงาน ถึงจะมีการตกลงว่าจ้างพริตตี้ไปทำงานแล้ว แต่ถ้าทำงานไม่ถูกใจลูกค้า ลูกค้าสามารถเปลี่ยนตัวพริตตี้ได้ตลอดการจัดงาน แต่โดยมากพริตตี้มักจะสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เพื่อให้ได้งานอย่างสม่ำเสมอ แต่ส่วนใหญ่แล้วการว่าจ้างพริตตี้จะมีระยะเวลาในการว่างงานไม่เกิน 1 เดือน เมื่อเกิดปัญหาการว่างงานขึ้น ถ้าจะอาศัยเครือข่ายของตนเองในการหางาน และจะใช้เงินที่ได้มาจากงานครั้งก่อน หรือพริตตี้บางรายอาจจะถือโอกาสช่วงที่งานกลับไปอยู่กับครอบครัว หรือไปพักผ่อนตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ

### 4) วิธีป้องกันและการแก้ปัญหาความเสี่ยงที่เกิดจากการทำงาน

จากรูปแบบและลักษณะการทำงานที่พริตตี้ต้องขายรูปลักษณ์เป็นสำคัญ จึงทำให้พริตตี้เรียนรู้ที่จะระวังและป้องกันตัวอยู่ตลอดเวลาโดย พริตตี้ไม่ว่าจะเป็นงานอีเวนต์หรือพริตตี้ประจำสถานบันเทิงจะมีวิธีป้องกันและแก้ปัญหาความเสี่ยง ดังนี้

#### 4.1) วิธีป้องกันเรื่องการแต่งกายเวลาทำงาน

พริตตี้มักจะใส่ชุดที่ป้องกันจุดสงวน และใส่เสื้อคลุมเวลาเดินทางไป-กลับระหว่างทำงาน

#### 4.2) วิธีป้องกันตัว และแก้ไขปัญหาเวลาถูกลูกค้าลวนลาม

พริตตี้มักแก้ปัญหาโดยหลีกเลี่ยงแล้วให้ทีมงานเข้ามาช่วย

#### 4.3) วิธีป้องกันตัวจากการถูกชักชวนให้ค้าประเวณี

พริตตี้มักจะมีวิธีการปฏิเสธแบบรักษาน้ำใจของผู้ที่ยื่นข้อเสนอให้ โดยการขอเวลาคิดสักกระยะ ซึ่งถ้าสนใจจะติดต่อกลับไปหาเอง

#### 4.4) วิธีป้องกันและแก้ปัญหาการถูกโกงค่าตัว

พริตตี้จะสอบถามจากเครือข่ายของพริตตี้ว่าบริษัทที่ว่าจ้างมีระบบการจ่ายเงินอย่างไร ถ้ารู้ล่วงหน้าก็จะเตรียมตัวตั้งแต่นั้นตอนการปีงาน แต่โดยมากพริตตี้จะแก้ปัญหาโดยจะทำงานกับบริษัทอแกไนซ์ฯ ที่ทำประจำ เพื่อตัดปัญหาในเรื่องนี้

#### 4.5) วิธีป้องกันการถูกหลอกลวงในการรับงาน

พริตตี้จะสอบถามจากเครือข่ายของพริตตี้ว่ามีงานที่ถูกว่าจ้างจริงหรือไม่

#### 4.6) วิธีป้องกันการถูกถ่ายรูปตรงจุดสงวน

พริตตี้จะอาศัยการสังเกต ถ้าเห็นว่ามียิ่งผิดปกติก็จะหลีกเลี่ยง และจะแจ้งทีมงานทราบเพื่อให้ช่วยเหลือ ส่วนเรื่องการนำภาพมาตัดต่อเป็นหนึ่งลามก หรือภาพอนาจารนั้น พริตตี้ก็ปล่อยให้ เป็นหน้าที่ของตำรวจ เพราะไม่สามารถจัดการอะไรได้

#### 4.7) วิธีแก้ปัญหาเมื่อเกิดภาวะการว่างงาน

พริตตี้เวลาทำงานก็จะพยายามสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเลือกใช้งานอีก เมื่อเวลาว่างงานพริตตี้ก็จะตามเงินจากงานเก่าที่อแกไนซ์ฯ ค้างจ่าย และจะโทรถามงานจากบริษัทอแกไนซ์ฯ ที่รู้จัก และเพื่อนพริตตี้ด้วยกัน

จากความเสี่ยงและวิธีแก้ปัญหาที่พริตตี้ต้องเจอดังกล่าว ทำให้พริตตี้ในปัจจุบันต้องอาศัยทักษะที่สูงขึ้นในการทำงาน ผ่านการสะสมประสบการณ์ การฝึกฝน อีกทั้งการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับเพื่อนในวงการ เพื่อให้สามารถอยู่รอดได้ในท่ามกลางผู้เข้าร่วมแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ทั้งหมดในสังคม

### 3.12 ภาพรวมเกี่ยวกับอาชีพพริตตี้

ค่านิยมต่ออาชีพพริตตี้ที่คิดว่าอาชีพนี้เป็นอาชีพที่หาเงินได้มาก ได้เงินเร็วและหาง่าย เมื่อเทียบกับการทำงานในอาชีพอื่น การได้เงินเร็วหมายถึง การมีศรัทธาภาพในการทำให้ตัวเองอยู่สุขสบายมากขึ้น (สันติสุข กาญจนประกร, 2549 อ้างถึงใน อารีวรรณ หัสติน, 2551) จึงทำให้อาชีพนี้กลายเป็นค่านิยมของหญิงสาวรุ่นใหม่ในสังคมปัจจุบัน หญิงสาวหลายคนจึงให้ความสนใจและใช้อาชีพพริตตี้เป็นช่องทางหารายได้พิเศษเพื่อเลี้ยงตนเอง แบ่งเบาภาระของคนในครอบครัว และยังเป็นแหล่งที่มาของรายได้ที่ดีที่จะทำให้พวกเขาได้ในสิ่งที่ต้องการ ไม่ว่าจะเป็นเสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า เครื่องประดับ การหาประโยชน์จากอาชีพสาว พริตตี้หลังจากตกเป็น “วัตถุแห่งการถูมอม” ได้กลายมาเป็นเครื่องมือสำคัญในการต่อรองเพื่อผลประโยชน์ของตนเองผ่านทางอาชีพพริตตี้ มากกว่าจะถูมอมว่าเป็นเพียงวัตถุแห่งการจ้องมองแต่เพียงฝ่ายเดียว

กระแส “พริตตี้” ในปัจจุบันถือว่าเป็นที่นิยมสำหรับการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด จึงทำให้มีการเปิดรับหญิงสาวเพื่อเข้าร่วมงานกับบริษัทในฐานะ “พริตตี้” มากขึ้น ในขณะที่คนบางกลุ่มได้หาผลประโยชน์จากความเป็นเพศหญิงเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจตน แต่อีกนัยหนึ่งอาชีพ พริตตี้ได้กลายเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้อันงดงาม รวมถึงสร้างโอกาสในชีวิตแก่หญิงสาวอีกหลาย ๆ คน การตระหนักถึงการมีร่างกายเป็นทุนของหญิงสาวในหลายอาชีพที่มักใช้โอกาสของตนเองที่มีรูปร่าง สรีระที่สวยงามมาเป็นทุนสำคัญในการทำงาน ดังที่ปีแอร์ บูร์ดิเยอ (อ้างใน ปรีตดา เฉลิมเผ่า กอนันตกุล, 2541 อ้างถึงใน อารีวรรณ หัสติน, 2551) ได้กล่าวถึงเรื่องนี้ไว้ว่า กระบวนการทำร่างกายให้มีสภาพเป็นสินค้า (Commodification) ในสังคมสมัยใหม่ ร่างกายมีฐานะเป็นทุนทางกายภาพและสามารถแปรรูปทุนกายภาพให้เป็นทุนทางเศรษฐกิจ (เงิน สินค้า และบริการ) อาชีพพริตตี้ก็เช่นกัน การมีพื้นฐานทางรูปร่างที่ได้เปรียบถือเป็นทุนสำคัญของหญิงสาวที่ต้องการเข้าสู่อาชีพพริตตี้แน่นอน

ผลจากการศึกษาเอกสารเกี่ยวกับพริตตี้ในบทนี้ ได้แสดงให้เห็นว่า อาชีพพริตตี้เป็นหนึ่งในอาชีพที่เกิดขึ้นเพื่อสื่อสารกับผู้คนในยุคสมัยที่การบริโภคเป็นที่นิยม การให้คุณค่าหรือความหมายกับสินค้าอาจถูกจรรโลงด้วยการสร้างภาพแทนความหมายโดยมีพริตตี้เป็นเครื่องมือทางการสื่อสารทางการตลาดที่สำคัญ พฤติกรรมของผู้บริโภคสามารถถูกกระตุ้นผ่านการทำให้เกิดอารมณ์ชอบพอในสิ่งนั้น ๆ แล้วแสดงอำนาจผ่านการจับจ่ายใช้สอย จากการกำกับของผู้อยู่เบื้องหลังซึ่งเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์ที่แท้จริง ทั้งนี้ พริตตี้ต่างก็เป็นผู้ร่วมแบ่งปันผลประโยชน์ในส่วนนั้น การสร้างภาพลักษณ์ร่วมกันทั้งในเชิงบวกและเชิงลบจึงไม่สำคัญไปกว่าเป้าหมายสูงสุดทางผลประโยชน์ที่มีร่วมกัน ดังนั้นพริตตี้จึงมีทักษะที่สำคัญในการแยกแยะตัวตนของตนเองในการทำงานและตัวตนในชีวิตจริง

## บทที่ 4

### ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์

ในบทที่ 3 ได้กล่าวถึงผลการศึกษาจากเอกสารเกี่ยวกับพริตตี้ นับแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ทั้งการถูกให้ความหมายโดยมุมมองจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในสังคม การก้าวเข้าสู่อาชีพของพริตตี้จากเหตุปัจจัยและแรงจูงใจส่วนบุคคล ไปจนกระทั่งลักษณะงาน รูปแบบการทำงาน และมาตรฐานในการทำงาน ในบทนี้ จะได้นำเสนอข้อมูลปฐมภูมิเพื่อสนับสนุนผลการศึกษาเอกสารจากบทที่ 3 รวมถึงการแสดงผลในช่องว่างของการศึกษาที่ยังพบอยู่ ทั้งด้านแหล่งกำเนิดของแรงจูงใจก่อนเข้าสู่อาชีพของพริตตี้ แนววิธีที่ส่งผลต่อการเลือกรูปแบบการทำงาน รวมถึงการปรับตัวเมื่อเข้าสู่อาชีพแล้ว โดยข้อมูลที่จะได้แสดงต่อไปนี้ ได้รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์พริตตี้จำนวน 11 คน ผ่านการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ให้ข้อมูล ทั้งยังได้สังเกตในอากัปกิริยา ท่าทาง และวิธีการแสดงออกของผู้ให้ข้อมูล และเพื่อให้ทราบถึงแนวคิดของพริตตี้ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่อาชีพ รวมถึงรูปแบบการเลือกงานที่ทำ วิธีการทำงาน และการตอบสนองต่อสังคมรอบตัวของพริตตี้ จึงจะขอนำเสนอข้อมูลผ่านกรณีศึกษาทั้ง 11 คนผ่านนามสมมติ เนื่องจากข้อมูลบางส่วนอาจมีความอ่อนไหว โดยผู้ให้ข้อมูลดังต่อไปนี้

1. กวาง อายุ 24 ปี ประกอบอาชีพพริตตี้มาแล้ว 7 ปี เป็นคนกรุงเทพฯ บิดาและมารดาเปิดร้านอาหาร มีพี่น้องจำนวน 2 คน โดยกวางเป็นคนพี่ 2 มีความสนิทสนมกับพี่สาวในระดับน้อย ในวัยเด็กกวางอาศัยอยู่กับพ่อและแม่ ได้รับการเลี้ยงดูแบบปล่อยอิสระ โดยผู้ที่มีอิทธิพลต่อกวางคือพ่อ ในวัยเด็กกิจกรรมที่กวางทำระหว่างเรียน คือ เป็นนางรำ และเป็นเชียร์ลีดเดอร์ กวางมีเพื่อนสนิทจำนวน 1 คน มีแฟนคนแรกตอนอายุ 13 ปี และมีแฟนมาแล้วจำนวน 4 คนเมื่อนับถึงปัจจุบัน กวางจบการศึกษาระดับปริญญาตรีจากคณะนิเทศศาสตร์ สาขาวิทยุและโทรทัศน์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม เริ่มเข้าสู่อาชีพพริตตี้เมื่ออายุ 13 ปี ได้รับการชักชวนโดยเพื่อนของพ่อ งานแรกที่ทำคือเป็นนักแสดงประกอบ (Extra) และรูปแบบงานที่รับในปัจจุบัน ได้แก่ PC Event MC ทานข้าว เอ็นเบา และเอ็นแรง โดยรายได้หลักจะอยู่ที่งานทานข้าว ปัจจุบันมีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 30,000 บาทต่อเดือน

2. เข้ม อายุ 26 ปี ประกอบอาชีพพริตตี้มาแล้ว 6 ปี เป็นคนจังหวัดกาญจนบุรี บิดาและมารดาเปิดร้านมินิมาร์ท มีพี่น้องจำนวน 2 คน โดยเข้มเป็นพี่คนโต มีความสนิทสนมกับน้องในระดับปานกลาง ในวัยเด็กอาศัยอยู่กับพ่อและแม่ ได้รับการเลี้ยงดูแบบปล่อยอิสระ ผู้ที่มีอิทธิพลต่อเข้มคือพ่อและแม่ ในวัยเด็ก กิจกรรมที่เข้มทำระหว่างเรียน คือ เป็นนางรำ ตรีเมเยอร์ เชียร์ลีดเดอร์ ร้องเพลง เต้น และเขียนเรียงความ เข้มมีเพื่อนสนิทจำนวน 1 คน มีแฟนคนแรกตอนอายุ 13 ปี และมีแฟนมาแล้วจำนวน 2 คนเมื่อนับถึงปัจจุบัน เข้มจบการศึกษาระดับปริญญาตรีจากคณะศึกษาศาสตร์ สาขาภาษาไทย มหาวิทยาลัยศิลปากร และปัจจุบันกำลังศึกษาระดับปริญญาโทอยู่ที่คณะครุศาสตร์ สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เริ่มเข้าสู่อาชีพพริตตี้เมื่ออายุ 20 ปี โดยการค้นหางานเสริมจากอินเทอร์เน็ตระหว่างเรียน งานแรกที่ทำคือ เป็น MC และเคยทำงานสวัสดี แต่ปัจจุบันรับแต่งงาน MC เป็นอาชีพเสริม เนื่องจากอาชีพหลัก เข้มเป็นครูสอนภาษาไทยอยู่ที่โรงเรียนนานาชาติแห่งหนึ่ง และมีรายได้จากงานพริตตี้เฉลี่ยอยู่ที่ 10,000 บาทต่อเดือน

3. สัมจิต อายุ 23 ปี ประกอบอาชีพพริตตีมาแล้ว 2 ปี เป็นคนจังหวัดพัทลุง บิดาและมารดาประกอบอาชีพทำสวน มีพี่น้องจำนวน 3 คน โดยสัมจิตเป็นคนพี่ 3 และมีความสนิทสนมกับพี่ในระดับปานกลาง ในวัยเด็กอาศัยอยู่กับพ่อและแม่ โดยได้รับการเลี้ยงดูแบบปล่อยอิสระ ผู้ที่มีอิทธิพลต่อสัมจิตคือพ่อและแม่ ในวัยเด็กกิจกรรมที่สัมจิตทำระหว่างเรียน คือ เป็นนางรำ ดรัมเมเยอร์ เซียร์ลีดเดอร์ และประกวดนางนพมาศ สัมจิตมีเพื่อนสนิทจำนวน 1 คน มีแฟนคนแรกตอนอายุ 13 ปี และมีแฟนมาแล้วจำนวน 3 คนเมื่อนับถึงปัจจุบัน สัมจิตกำลังศึกษาระดับปริญญาตรีคณะศิลปกรรมศาสตร์ สาขานาฏศิลป์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เริ่มเข้าสู่อาชีพพริตตีเมื่ออายุ 19 ปี ได้รับการชักชวนโดยเพื่อน และรูปแบบงานที่รับในปัจจุบัน ได้แก่ PC Event MC และเอ็นเบา ปัจจุบันมีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 30,000 บาทต่อเดือน

4. หวาน อายุ 28 ปี ประกอบอาชีพพริตตีมาแล้ว 7 ปี เป็นคนจังหวัดลำปาง มีพี่น้องจำนวน 4 คน โดยหวานเป็นพี่คนโต และมีความสนิทสนมกับน้องในระดับน้อย ในวัยเด็กอาศัยอยู่กับตาและยาย โดยได้รับการเลี้ยงดูแบบมีกฎเกณฑ์ ผู้ที่มีอิทธิพลต่อหวานคือตาและยาย กิจกรรมที่หวานทำระหว่างเรียน คือ เป็นนางรำ และเป็นดรัมเมเยอร์ หวานไม่มีเพื่อนสนิท มีแฟนคนแรกตอนอายุ 15 ปี และมีแฟนมาแล้วจำนวน 6 คนเมื่อนับถึงปัจจุบัน หวานจบการศึกษาระดับปริญญาตรีจากคณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เริ่มเข้าสู่อาชีพพริตตีเมื่ออายุ 21 ปี ได้รับการชักชวนโดยเพื่อน งานแรกที่ทำคือ การเซียร์ชายเป๊ปซี่ และรูปแบบงานที่รับในปัจจุบัน ได้แก่ Event MC สวีสวี ทานข้าว และเอ็นเบา ปัจจุบันมีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 30,000 บาทต่อเดือน

5. เนิร์ต อายุ 20 ปี ประกอบอาชีพพริตตีมาแล้ว 4 ปี เป็นคน บิดามารดาแยกทางกันอยู่ โดยมารดาประกอบอาชีพค้าขาย มีพี่น้องจำนวน 2 คน โดยเนิร์ตเป็นพี่คนโต และมีความสนิทสนมกับพี่น้องในระดับปานกลาง ในวัยเด็กอาศัยอยู่กับแม่ โดยได้รับการเลี้ยงดูแบบปล่อยอิสระ ผู้ที่มีอิทธิพลต่อเนิร์ตคือแม่ ในวัยเด็ก กิจกรรมที่เนิร์ตทำระหว่างเรียน คือ เป็นดรัมเมเยอร์ เป็นเซียร์ลีดเดอร์ ประกวดนางงาม และประกวดนางนพมาศ เนิร์ตมีเพื่อนสนิทจำนวน 2 คน มีแฟนคนแรกตอนอายุ 14 ปี และมีแฟนมาแล้วจำนวน 1 คนเมื่อนับถึงปัจจุบัน เนิร์ตกำลังศึกษาระดับปริญญาตรีคณะนิเทศศาสตร์ สาขา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยเนิร์ตได้ทุนการศึกษาโควตานักกีฬา เริ่มเข้าสู่อาชีพพริตตีเมื่ออายุ 16 ปี งานแรกที่ทำคือ ประกวดนางงาม และเคยผ่านงานสวีสวี รูปแบบงานที่รับในปัจจุบัน ได้แก่ Extra PC Event และ MC ปัจจุบันมีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 10,000 บาทต่อเดือน

6. ฟ้า อายุ 23 ปี ประกอบอาชีพพริตตีมาแล้ว 2 ปี เป็นคนกรุงเทพฯ บิดาและมารดาประกอบอาชีพครู มีพี่น้องจำนวน 2 คน โดยฟ้าเป็นคนพี่ 2 และมีความสนิทสนมกับพี่น้องในระดับน้อย ในวัยเด็กอาศัยอยู่กับพ่อและแม่ โดยได้รับการเลี้ยงดูแบบปล่อยอิสระ ผู้ที่มีอิทธิพลต่อฟ้าคือ ลูกเกด เนื่องจากเป็นเพื่อนสนิทกันตั้งแต่ยังเด็ก และฟ้ามมีเพื่อนสนิทเพียงคนเดียว คือลูกเกด ฟ้าจบการศึกษาระดับปริญญาตรีจากคณะคหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เริ่มเข้าสู่อาชีพพริตตีเมื่ออายุ 21 ปี ได้รับการชักชวนโดยลูกเกด งานแรกที่ทำคือ PC และรูปแบบงานที่รับในปัจจุบัน ได้แก่ PC Event ทานข้าว และเอ็นเบา โดยรายได้หลักจะอยู่ที่งาน ปัจจุบันมีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 20,000-30,000 บาทต่อเดือน โดยฟ้าทำขนมเป็นอาชีพเสริมด้วย

7. ลูกเกิด อายุ 23 ปี ประกอบอาชีพพริตตี้มาแล้ว 7 ปี เป็นคนกรุงเทพฯ บิดาและมารดาประกอบอาชีพค้าขาย มีพี่น้องจำนวน 3 คน โดยลูกเกิดเป็นพี่คนโต และมีความสนิทสนมกับพี่น้องในระดับมาก ในวัยเด็กอาศัยอยู่กับพ่อและแม่ โดยได้รับการเลี้ยงดูแบบปล่อยอิสระ ผู้ที่มีอิทธิพลต่อลูกเกิดคือพ่อ ในวัยเด็ก กิจกรรมที่ลูกเกิดทำระหว่างเรียน คือ วาดภาพ, ร้องเพลง และเต้น ลูกเกิดมีเพื่อนสนิทจำนวน 1 คน คือฟ้า มีแฟนคนแรกตอนอายุ 19 ปี และมีแฟนมาแล้วจำนวน 2 คนเมื่อนับถึงปัจจุบัน โดยลูกเกิดมีลูกแล้ว 1 คนในขณะที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ปัจจุบันลูกเกิดกำลังศึกษาระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช เริ่มเข้าสู่อาชีพพริตตี้เมื่ออายุ 18 ปี ได้รับการชักชวนโดยอาจารย์ งานแรกที่ทำคือถ่ายแบบ และรูปแบบงานที่รับในปัจจุบัน ได้แก่ Event MC เอ็นเบอ และถ่ายแบบ ปัจจุบันมีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 20,000-30,000 บาทต่อเดือน โดยลูกเกิดทำขนมเป็นอาชีพเสริมด้วย

8. ปลา อายุ 32 ปี ประกอบอาชีพพริตตี้มาแล้ว 10 ปี เป็นคนนครสวรรค์ บิดาและมารดาประกอบอาชีพครู มีพี่น้องจำนวน 2 คน โดยปลาเป็นพี่คนโต และมีความสนิทสนมกับพี่น้องในระดับน้อย ในวัยเด็กอาศัยอยู่กับปู่และย่า โดยได้รับการเลี้ยงดูแบบปล่อยอิสระ ผู้ที่มีอิทธิพลต่อปลาคือย่า ในวัยเด็ก กิจกรรมที่ปลาทำระหว่างเรียน คือ ถือกาน, เป็นดรัมเมเยอร์ และเป็นเชียร์ลีดเดอร์ ปลาไม่มีเพื่อนสนิท มีแฟนคนแรกตอนอายุ 13 ปี และมีแฟนมาแล้วจำนวน 9 คนเมื่อนับถึงปัจจุบัน ปลาจบการศึกษาระดับปริญญาตรีจากคณะนิเทศศาสตร์ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ รูปแบบงานที่รับในปัจจุบัน ได้แก่ Extra PC Event ทานข้าว และเอ็นแรง เนื่องจากปลาอายุมากแล้ว ปัจจุบันเวลารับงานจึงบอกแก่ลูกค้าว่าตนอายุ 23 ปี ปัจจุบันมีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 30,000 บาทต่อเดือน

9. ไช้ อายุ 23 ปี ประกอบอาชีพพริตตี้มาแล้ว 5 ปี เป็นคน บิดาประกอบอาชีพทำสวน และมารดาประกอบอาชีพทำบัญชี มีพี่น้องจำนวน 3 คน โดยไช้เป็นคนพี่สาม และมีความสนิทสนมกับพี่น้องในระดับปานกลาง ในวัยเด็กอาศัยอยู่กับพ่อและแม่ โดยได้รับการเลี้ยงดูแบบปล่อยอิสระ ผู้ที่มีอิทธิพลต่อไช้คือแม่ ในวัยเด็ก กิจกรรมที่ไช้ทำระหว่างเรียน คือ การประกวด Supermodel ไช้มีเพื่อนสนิทจำนวน 1 คน มีแฟนคนแรกตอนอายุ 18 ปี และมีแฟนมาแล้วจำนวน 3 คนเมื่อนับถึงปัจจุบัน ไช้จบการศึกษาระดับปริญญาตรีจากวิทยาลัยนานาชาติ สาขาธุรกิจการบิน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เริ่มเข้าสู่อาชีพพริตตี้เมื่ออายุ 18 ปี ได้รับการชักชวนโดยรุ่นพี่ซึ่งเป็นพริตตี้รูปแบบงานที่รับในปัจจุบัน ได้แก่ Extra Event MC ทานข้าว เอ็นเบอ เอ็นแรง และถ่ายแบบ ปัจจุบันมีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 30,000-50,000 บาทต่อเดือน

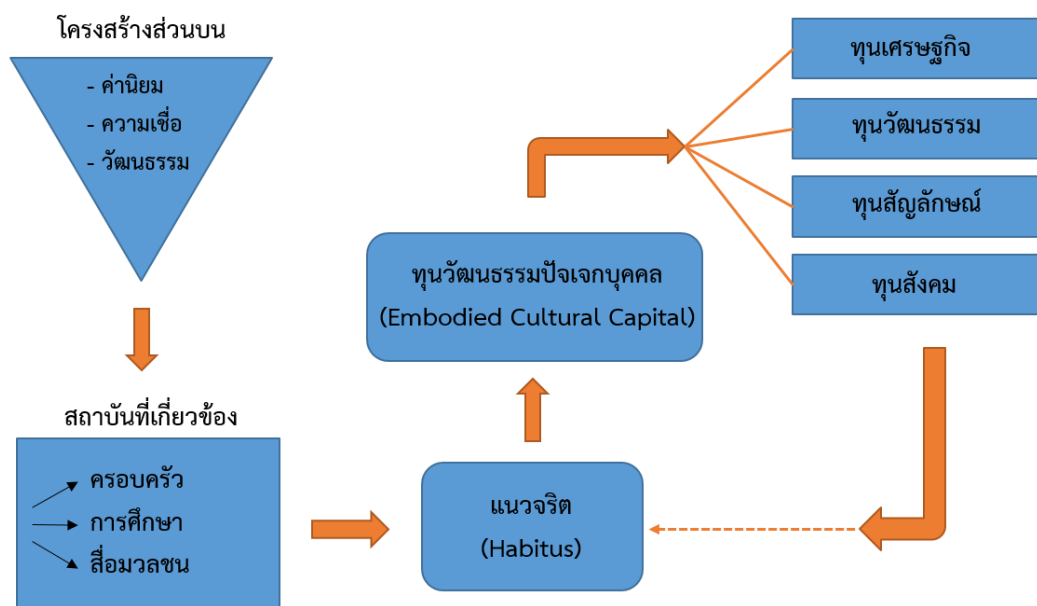
10. ไบเฟิร์น อายุ 25 ปี ประกอบอาชีพพริตตี้มาแล้ว 3 ปี เป็นคน บิดาและมารดาประกอบอาชีพธุรกิจรถทัวร์ มีพี่น้องจำนวน 4 คน โดยไบเฟิร์นเป็นพี่คนโต และมีความสนิทสนมกับพี่น้องในระดับปานกลาง ในวัยเด็กอาศัยอยู่กับพ่อและแม่ โดยได้รับการเลี้ยงดูแบบปล่อยอิสระ ผู้ที่มีอิทธิพลต่อไบเฟิร์นคือพ่อและปู่ และมีเพื่อนสนิทจำนวน 1 คน ไบเฟิร์นจบการศึกษาระดับปริญญาตรีจากคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์น เริ่มเข้าสู่อาชีพพริตตี้เมื่ออายุ 23 ปี ได้รับการชักชวนโดยเพื่อนงานแรกที่ทำคือ PC และรูปแบบงานที่รับในปัจจุบัน ได้แก่ PC Event MC ทานข้าว และเอ็นเบอ ปัจจุบันมีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 40,000 บาทต่อเดือน

11. ชิน อายุ 25 ปี ประกอบอาชีพพริตตี้มาแล้ว 4 ปี เป็นคน บิดาและมารดาประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีพี่น้องจำนวน 2 คน โดยชินเป็นคนที่สอง และมีความสนิทสนมกับพี่น้องในระดับปานกลาง ในวัยเด็กอาศัยอยู่กับพ่อและแม่ โดยได้รับการเลี้ยงดูแบบปล่อยอิสระ ผู้ที่มีอิทธิพลต่อชินคือแม่และย่า ในวัยเด็ก กิจกรรมที่ชินทำระหว่างเรียน คือ แพนต้ายูทูท, ประกวด Supermodel ชินมีเพื่อนสนิทจำนวน 3 คน มีแฟนคนแรกตอนอายุ 18 ปี ชินจบการศึกษาระดับปริญญาตรีจากคณะรัฐศาสตร์ สาขาการปกครอง มหาวิทยาลัยบูรพา จันทบุรี เริ่มเข้าสู่อาชีพพริตตี้เมื่ออายุ 21 ปี ได้รับการชักชวนโดยรุ่นพี่ซึ่งเป็นพริตตี้ งานแรกที่ทำคือ Event รูปแบบงานที่รับในปัจจุบัน ได้แก่ PC Event MC ทานข้าว และเอ็นเบา โดยมีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 80,000 บาทต่อเดือน

จากข้อมูลเบื้องต้น เราพอจะเห็นได้ว่า พริตตี้ทั้ง 11 คน มีลักษณะบางอย่างร่วมกัน ทั้งด้านภูมิหลังของครอบครัว ความสนิทสนมกับพี่น้องหรือบุคคลในครอบครัว ทักษะที่ได้รับการฝึกฝนมาจากสถาบันต่าง ๆ และครอบครัวต่าง ๆ ไปจนกระทั่งผู้ชักชวนเข้าสู่อาชีพและลักษณะการเลือกรับงาน ดังนั้นเราจึงจะมาเข้าใจพริตตี้ นับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปัจจุบัน รวมถึงทิศทางหรือแนวโน้มในเส้นทางอาชีพในอนาคตของพวกเธอ

การทำความเข้าใจเรื่องแนวจริตของพริตตี้ จะต้องเข้าใจถึงที่มาของแนวจริต (Habitus) ว่าเป็นผลอันเนื่องมาจากโครงสร้างส่วนบน ซึ่งประกอบไปด้วย ขนบธรรมเนียม ความเชื่อ ค่านิยม และวัฒนธรรม ที่ส่งผลต่อการกำหนดความคิด ความเชื่อ ของคนในสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการกำหนดบทบาทและโครงสร้างหน้าที่ของสถาบันที่ส่งผลต่อการถ่ายทอดและขัดเกลาพริตตี้ นับแต่วัยเด็ก จนกระทั่งเกิดเป็นความชำนาญในสมรรถนะด้านปัจเจกบุคคล หรือกลายเป็นแนวจริตของบุคคลที่ได้กลายเป็นการสะสมทุนวัฒนธรรมไว้ในตัวพริตตี้โดยไม่รู้ตัว

แผนภาพที่ 7 กระบวนการผลิตแนวจริตสู่ทุนวัฒนธรรมประเภทปัจเจกบุคคล



เมื่อเวลาผ่านไป พริตตี้ในวัยเด็กเติบโตขึ้น ความชำนาญในสมรรถนะส่วนบุคคลก็ได้รับการส่งเสริมขึ้น แนวจิตหรือความโน้มเอียงของอุปนิสัยได้ก่อตัวจนกลายเป็นความเคยชิน พฤติกรรมและที่ทำการแสดงออกทั้งสี่หน้า กิริยา ท่าทาง การพูด ล้วนเป็นผลสืบเนื่องจากการสะสมประสบการณ์ การเลี้ยงดู สภาพแวดล้อม และรูปแบบการใช้ชีวิตที่ผ่านมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน จนการแสดงออกในรูปแบบต่าง ๆ ดูเป็นธรรมชาติ จวบจนเมื่อได้ทำการย้อนกลับไปถึงแหล่งที่มาของความสามารถส่วนบุคคล จึงได้พบว่าพริตตี้ทุกคนล้วนมีที่มาจาก การขัดเกลาของสถาบันหลักในสังคมที่ถูกกำหนดให้มีบทบาทและหน้าที่ในการบ่มเพาะพวกเธอ และแหล่งกำเนิดดังกล่าว ก็ได้เป็นจุดเริ่มต้นของการสะสมทุนวัฒนธรรมด้านปัจเจกบุคคลที่เหล่าพริตตี้ได้นำไปใช้ในการแลกเปลี่ยนเป็นทุนเศรษฐกิจ ทุนวัฒนธรรมประเภทอื่น ๆ ทุนสัญลักษณ์ และทุนสังคมต่อไป

เนื้อหาที่จะได้นำเสนอต่อไปนี้จะกล่าวถึงการสะสมแนวจิตของพริตตี้ผ่านสถาบันหลัก ได้แก่ สถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา และสถาบันสื่อมวลชน

#### 4.1 แหล่งกำเนิดความโน้มเอียงของอุปนิสัย (Habitus)

แนวจิต (Habitus) หรือความโน้มเอียงของอุปนิสัยที่บุคคลได้สั่งสมลงไปในตนเองโดยไม่รู้ตัว ไม่ว่าจะเป็นแนวทางปฏิบัติ กิริยาท่าทาง หรือการพูดจา ล้วนถูกบ่มเพาะมาจากการประสบการณ์ การเลี้ยงดู สภาพแวดล้อม และรูปแบบการใช้ชีวิตที่ผ่านมา โดยฮาบิตัสนับเป็นจุดกำเนิดก่อนการกลายมาเป็นทุนวัฒนธรรมในรูปแบบปัจเจกบุคคล ซึ่งจะถูกนำไปใช้แลกเปลี่ยนเป็นทุนเศรษฐกิจ ทุนสังคม และทุนสัญลักษณ์ต่อไป ทั้งนี้ กระบวนการทำงานของทุนประเภทต่าง ๆ ยังส่งผลต่อกันในทุกช่วงขณะของการสะสมและการแลกเปลี่ยนในกันและกันเสมอ ในที่นี้ จะได้นำเสนอการสะสมทุนวัฒนธรรมด้านปัจเจกบุคคล ผ่านการสะสมความโน้มเอียงของอุปนิสัย (Habitus) ซึ่งต้องอาศัยเวลาและอาณาบริเวณซึ่งมีบุคคลรอบปรินิมิตลเป็นผู้มีส่วนประกอบสร้างการสั่งสมนี้ ผ่านการขัดเกลาจากความเชื่อ บรรทัดฐานของสังคม ที่แฝงฝังอยู่ในโครงสร้างของสถาบันต่าง ๆ รอบตัวอันกลายเป็นแนวปฏิบัติผ่านรูปแบบของพฤติกรรมต่อไป

##### 4.1.1 ครอบครัว

ปีแอร์ บูดิเยอร์ ได้กล่าวถึงลักษณะของฮาบิตัสว่าเป็นแหล่งสะสมอุปนิสัยโดยจิตไร้สำนึก และเราจะพบว่า แนวจิตหรือความโน้มเอียงของอุปนิสัยดังกล่าว มีอาจเกิดขึ้นได้เองโดยปราศจากการครอบงำ แม้จะโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ดี แต่สถาบันแรกที่ได้ทำหน้าที่ในการเป็นแหล่งกำเนิดแนวจิตก็ได้เริ่มต้นขึ้น ในหัวข้อนี้ จึงจะได้กล่าวถึงสถาบันครอบครัว ผู้ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นในการสะสมทุนของพริตตี้ และเป็นสถาบันที่พริตตี้ต่างให้ความเห็นว่า มีอิทธิพลสำคัญต่อความคิด คำพูด และการกระทำของพวกเธอมากที่สุด โดยเมื่อถูกถามถึงผู้ที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อชีวิตของพวกเธอ

“ปู่...เวลาเราทำอะไรแล้วพอเรานึกถึงเขาเราจะหยุดทำเอง เรารู้ว่ามันเริ่มไม่ดีแล้ว เรารู้ว่าสิ่งที่เราทำบางทีมันเกินคำว่าพอดี เราก็จะนึกถึงเขา ว่าถ้าเกิดเขารู้เขาจะรู้สึกยังไง อย่างบางทีเรารับงานบางงาน เรารู้แล้วมันเริ่มเกินลิมิตสิ่งที่เราเคยรับ อาจจะไปเกินไป จะเสี่ยงเกินไป เรานึกถึงเค้าก่อน ถ้าเกิดว่าเราเข้าไป แล้วมันเกิดอะไรขึ้นมาเขาจะต้องเสียใจ เพราะเขาเป็นคนเลี้ยงเรามา”



(ไบเฟิร์น, สัมภาษณ์ 29 ธันวาคม 2560)

“ที่มาเป็นเราได้ทุกวันนี้ น่าจะเป็นความคิดตัวเองด้วยนิดนึง สัก 20 ที่เหลือ 80 ก็เป็นเรื่องการเลี้ยงดูหมด”

(เข้ม, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

จากการศึกษาพบว่า รูปแบบการเลี้ยงดูได้ส่งผลต่อการเลือกรูปแบบงานของพริตตี้เมื่อเข้าสู่อาชีพในเวลาต่อมา โดยพบว่า พริตตี้จำนวน 8 คน ได้รับการเลี้ยงดูโดยพ่อแม่ และมีสถานภาพครอบครัวแบบที่พ่อแม่อยู่ด้วยกัน และมีเพียงจำนวน 3 คน ที่ได้รับการเลี้ยงดูโดยแม่เลี้ยงเดี่ยว ปู่ย่าหรือตายาย โดยสามารถจำแนกรูปแบบการเลี้ยงดูออกมาได้เป็น 2 แบบ คือ

1) แบบมีกฎเกณฑ์ พริตตี้จำนวน 1 คน จากทั้งหมด 11 คน ได้รับการเลี้ยงดูแบบมีกฎเกณฑ์ และเป็นเพียงคนเดียว ที่มีการเปลี่ยนผ่านจากงานพริตตี้ทั่วไปเข้าสู่งานเลี้ยงดูหลังจากได้เข้าสู่อาชีพพริตตี้แล้ว

2) แบบปล่อยอิสระ พริตตี้จำนวน 10 คน จากทั้งหมด 11 คน ได้รับการเลี้ยงดูแบบปล่อยอิสระ และทั้งหมดไม่มีการเปลี่ยนผ่านจากงานพริตตี้ทั่วไปเข้าสู่งานเลี้ยงดูหลังจากได้เข้าสู่อาชีพพริตตี้

“แม่ไม่ค่อยเคร่งเรื่องกฎระเบียบ เขาก็แค่พูดว่า มีอะไรให้ปรึกษาไม่ต้องโกหก”

(เนิร์ต, สัมภาษณ์ 26 ธันวาคม 2560)

ในขณะที่ลำดับการเกิดก็มีผลต่อรูปแบบของฮาบิทัส เช่น กรณีของพี่คนโตที่ถูกปลูกฝังให้ต้องมีความรับผิดชอบและเป็นผู้ปกป้อง ดูแลผู้อื่น อันเป็นไปตามกรอบจารีตประเพณีหรือบรรทัดฐานของสังคม ซึ่งตรงตามทีปีแอร์ บูดีเยอร์ได้กล่าวถึงไว้

“อาจจะเป็นเพราะว่าหนูเป็นลูกคนโต หนูคิดว่าเป็นแบบนี้ เพราะเราต้องดูแลน้อง เป็นเพราะว่าเรามีด้วยกัน 3 คน แม่ แล้วยังน้อง แล้วยังหนู อันนี้มันก็เป็นส่วนหนึ่งให้หนูคิดว่า หนูมีความคิดเป็นผู้ใหญ่”

(เนิร์ต, สัมภาษณ์ 26 ธันวาคม 2560)

นอกจากนี้ การสอนให้พึ่งพาตัวเองยังเป็นลักษณะร่วมของครอบครัวพริตตี้กรณีศึกษาทุกคน

“เราต้องอยู่เอาตัวรอด ไม่ใช่ขอให้คนเขากระทำเรา พ่อสอนเสมอว่าเมื่อไหร่ที่ลูกเอาตัวไม่รอด พ่อแม่จะทุกข์มาก เพราะเลี้ยงเท่าไรพ่อแม่ก็ต้องประคบประหงม”

(ลูกเกต, สัมภาษณ์ 27 ธันวาคม 2560)

สำหรับบางครอบครัวก็อาจไม่ได้ใช้คำพูด แต่พ่อหรือแม่ก็ได้ทำตัวให้เป็นแบบอย่าง

“หนูว่าพ่อหนูเก่ง เพราะว่าเขาไม่ได้เลี้ยงดูเราอย่างเดียว เข้าเลี้ยงดูที่บ้านด้วย แล้วไหนจะลูกน้องที่เขาต้องดูแลทั้งหมด ไหนจะหนี้สินที่ต้องมีของตัวเองอยู่แล้ว ซึ่งไม่มีใครรู้ว่าเขามีหนี้สินเท่าไร เพราะว่าพ่อไม่เคยให้ที่บ้านรู้เลยว่ามีหนี้สินเท่าไร เขาบอกว่ามันเป็นส่วนที่เป็นปัญหาของเขา เขาจะไม่เอามาให้ที่บ้านรู้เลย มันก็เลยทำให้หนู ติดเขาตรงนี้ ที่ว่าต่อให้มีปัญหาขนาดไหน ไม่ถึงที่สุดจริง ๆ หรือว่าหาทางออกไม่ได้จริง ๆ จะไม่บอกที่บ้าน จะเป็นการปรึกษามากกว่า”

(ใบเฟิร์น, สัมภาษณ์ 29 ธันวาคม 2560)

นอกจากนี้ ลำดับการเกิด ยังมีผลต่อพฤติกรรมในด้านที่ทำให้เกิดความคุ้นชินหรือความรักในการเอ็นเตอร์เทนต์อีกด้วย

“อาจจะเป็นเพราะเป็นน้องคนเล็กด้วย เราก็ชอบอ่อน ชอบเล่น”

(ไอซ์, สัมภาษณ์ 28 ธันวาคม 2560)

รวมถึงการถูกฝึกฝนให้มีความสามารถหรือทักษะในการดูแลผู้อื่น

“เป็นเองค่ะ อาจจะเป็นด้วยการเลี้ยงดูของที่บ้านด้วย เขาจะเหมือนสอนให้รักกัน ดูแลกัน ทราบจะเป็นคนที่ชอบเลี้ยงเด็ก ชอบเลี้ยงน้อง ชอบเลี้ยงหลาน แล้วเราก็จะเจอความดี ความอะไร โดยที่แบบ เราจะต้องอารมณ์เย็น หรือว่าจะต้องปรับอารมณ์ให้เท่ากับเด็ก เราจะต้องคิดบวก ให้เด็กหยุดร้อง หรือคือทำอะไรก็ได้ให้แบบ...มันเลยติด”

(ชิน, สัมภาษณ์ 29 ธันวาคม 2560)

ในด้านอิทธิพลของพ่อและแม่ที่มีต่อลูก ยังหมายรวมถึงประสบการณ์ของพ่อหรือแม่ที่ได้ถ่ายทอดหรือหล่อหลอมให้กับพริตตี้ในวัยเด็ก ดังเช่น น้องกวาง ที่เล่าถึงอาชีพเดิมของแม่ คือการเป็นนักร้องคาเฟ่ ซึ่งส่งผลให้แม่มีความเชี่ยวชาญและสามารถใช้ทักษะนี้ในการสร้างกิจกรรมให้กับบุคคลในครอบครัวได้

“กวางรู้สึกถึงความเก่งเวลาฟังแม่ร้องเพลงแล้วมีคนตบมือ ที่บ้านกวางจะชอบมีปาร์ตี้สังสรรค์กันทุกวันศุกร์เสาร์อาทิตย์”

(กวาง, สัมภาษณ์ 20 ธันวาคม 2560)

น้องกวางได้ซึมซับความรักในการเอ็นเตอร์เทนต์ผ่านการสะท้อนการทำงานเอ็นในเส้นทางอาชีพพริตตี้ของตนในเวลานี้ว่า เธอรู้สึกสนุกและมีความสุขที่ได้สร้างความบันเทิงให้กับคนรอบตัวทุกคน อีกทั้งรู้สึกดีที่ได้เป็นจุดสนใจทุกครั้งที่เราจิบไม้คั้ร้องเพลงหรือขึ้นเวที แม้กระทั่งในการทำงานทานข้าวกับลูกค้าประจำ ที่นอกจากจะต้องนั่งฟังลูกค้าบ่น ระบาย หรือปรับทุกข์กับเธอแล้ว น้องกวางยังมักต้องทำหน้าที่สร้างความผ่อนคลายให้กับลูกค้าผ่านการร้องคาราโอเกะด้วยทุกครั้ง ซึ่งก็ได้ทำให้เธอรู้สึกดีต่อตัวเองมากในการที่ได้รับรู้ว่า ตนสามารถใช้ทักษะหรือความเชี่ยวชาญที่ตนมีช่วยให้ผู้อื่นผ่อนคลายจากความเครียดและมีความสุขขึ้นได้จากการทำงานของเธอ ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ความรักในการเอ็นเตอร์เทนต์ของน้องกวาง เป็นความชำนาญอันเกิดจากการสั่งสมมานับแต่วัยเด็ก เริ่มต้นจากการ

เห็นคุณค่าของงาน คือ การทำให้ผู้อื่นมีความสุข การที่เธอต้องรู้สึกดีต่อตัวเอง คือ ทำสิ่งนั้นแล้วตนก็มีความสุขเช่นกัน โดยเมื่อความโน้มเอียงดังกล่าว ได้สะสมนานวัน ก็ได้พัฒนากลายเป็นแนวจริต (Habitus) ที่พร้อมพิถีพิถันกลายเป็นทักษะหรือทุนทางวัฒนธรรมของปัจเจกบุคคล ซึ่งก็คือ เมื่อครั้งที่เธอได้ใช้ทักษะหรือทุนฯ นี้ ในการมาแลกเปลี่ยนเป็นทุนเศรษฐกิจในรูปแบบของตัวเงินหรือค่าตอบแทน อันเป็นรายได้ของเธอในเวลาต่อมา ทั้งนี้ เราจะพบได้ว่า การซึมซับในคุณค่าของงานหรือความชอบส่วนบุคคลต่าง ๆ อาจเกิดได้จากเรื่องง่าย ๆ ใกล้ตัวในวัยเด็ก เพราะโลกในวัยเด็กนั้น จะมีที่บ้านเป็นจักรวาลทั้งหมดของเขา หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ เด็กจะเรียนรู้และให้คุณค่าสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวเขาอย่างประณีต จนหลายครั้งผู้ใหญ่ที่ผ่านโลกกว้างหรือโลกที่ใหญ่โตขึ้นก็อาจหลงลืมไป

ในจิตด้านความสวยความงาม พ่อแม่ก็อาจได้มีส่วนหล่อหลอมพริตต์ในวัยเด็กอย่างไม่รู้ตัว เช่น การประกวดต่าง ๆ

“แม่ชอบความสวยความงาม ดูประกวดนางงาม ดูการแต่งตัว แม่ชอบอะไรแบบนี้”

(ส้มจี๊ด, สัมภาษณ์ 22 ธันวาคม 2560)

“แม่ชอบมากเลยนะ แม่หวังให้เป็นนางแบบ แต่ตอนหลัง ๆ พอหลังจากที่ว่าไม่มีเงินไม่อะไรแล้ว เขาเริ่มจะไม่สนับสนุนไปเลย เขาเริ่มจะเจียบอะ แต่เขาก็น่าจะหวังลึก ๆ หนูเลยฝันอยากเป็นนางแบบ เห็นในทีวีไง”

(เนิร์ด, สัมภาษณ์ 26 ธันวาคม 2560)

นอกจากนี้ ในมุมมองที่มีต่ออาชีพ พริตต์ก็ได้ซึมซับและเรียนรู้แนวทางที่จะไปได้ถึงเป้าหมายที่แตกต่างตั้งแต่วัยเด็ก โดยอาชีพของทางบ้านได้มีผลต่อการตัดสินใจประกอบอาชีพของพริตต์ในอนาคต

“อย่างหนู ที่บ้านทำธุรกิจถูกไหม เราก็จะเห็นมาตั้งแต่เด็กแล้ว หนูก็จะไม่เคยมีความคิดว่าอาชีพข้าราชการอยู่ในหัวเลย มองว่าอาชีพข้าราชการไม่สามารถเป็นตัวเองได้ แต่อาชีพที่มันเลี้ยงเราได้มันคือธุรกิจ ซึ่งเงินมันเข้าทุกวันเลย”

(ไบเฟิร์น, สัมภาษณ์ 29 ธันวาคม 2560)

การปลูกฝังให้เอาตัวรอด พึ่งพาตัวเองได้ ก็เป็นสิ่งที่พริตต์ได้รับการหล่อหลอมมาเป็นลักษณะร่วมเดียวกัน

“สำหรับพ่อกับแม่ ถ้าพรินดูแล้วตัวเองได้ คือจบ และเฟิร์นโดนพ่อสอนมาตั้งแต่เด็กด้วยว่าที่บ้านเฟิร์นจะไม่เป่ย์ลูก อยากได้อะไรคุณต้องทำงาน”

(ไบเฟิร์น, สัมภาษณ์ 29 ธันวาคม 2560)

#### 4.1.2 โรงเรียน

##### • เพื่อน

จากการศึกษาพบว่า พริตตี้มีเพื่อนสนิทน้อย เฉลี่ย 1-2 คน โดยมากเป็นเพื่อนสมัยมัธยมฯ และเป็นเพื่อนผู้ชาย เนื่องจากพริตตี้ส่วนใหญ่มีพื้นฐานหน้าตาที่ดี จึงมักไม่เป็นที่ชื่นชอบในเพื่อนผู้หญิงด้วยกัน รวมถึงการที่พริตตี้ส่วนใหญ่จะไม่ชอบนิสัยที่ซบซ้อและจุกจิกแบบผู้หญิง

“เอาจริง ๆ คือไม่ชอบอยู่กับผู้หญิงเยอะ ๆ มันดูเรื่องเยอะปวดหัว เลยชอบคบเพื่อนผู้ชายมากกว่า”

(เข้ม, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

“ส่วนใหญ่เฟิร์นจะมีเพื่อนเป็นผู้ชายเยอะ เยอะมากกว่าผู้หญิง เพราะว่าผู้ชายมันค่อนข้างที่จะไม่ซบซ้อ แต่ผู้หญิงซบซ้อเนะ บางทีเพื่อนเฟิร์นผู้หญิง งอนอะไรก็ไม่รู้ แล้วก็ไปโทรไปไม่รับไลน์ไปไม่อ่าน เฟสไปไม่ตอบ เป็นอะไรวะ”

(ไบเฟิร์น, สัมภาษณ์ 29 ธันวาคม 2560)

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า เพื่อนสมัยประถมฯ และมัธยมฯ ของพริตตี้ ไม่ได้เป็นกลุ่มสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเข้าสู่อาชีพ เนื่องจากโดยมากเป็นผู้ชาย และแวดวงของเพื่อนผู้ชายเหล่านั้น ก็ไม่ได้มีทรัพยากรรอบตัวที่สำคัญที่จะนำพาพริตตี้ให้เข้าสู่การเมื่อเติบโตขึ้นแต่อย่างใด หากแต่เพื่อนสนิทในวัยเด็ก ต่างยังทำหน้าที่ในการเป็นแรงสนับสนุนวิถีชีวิตส่วนตัวของพริตตี้ ในเวลาที่พวกเขาต้องการแยกตัวออกมาจากวัฒนธรรมย่อยในอาชีพที่ไม่อาจเป็นส่วนหนึ่งกับชีวิตของพวกเขา

##### • ครู

ในวัยเด็ก พริตตี้ทุกคนต่างได้รับการขัดเกลาและฝึกฝนทักษะมาในลักษณะคล้ายคลึงกัน โดยมีครูเป็นส่วนสำคัญในการค้นหาศักยภาพของพริตตี้ พร้อมทั้งผลักดันให้ได้มีส่วนในการแสดงออกในเวทีสาธารณะต่าง ๆ อย่างเช่น การเป็นนางรำหรือการเรียนนาฏศิลป์ของส้มจี๊ด ที่เคยไม่ได้รับการสนับสนุนจากทางบ้าน เพราะกังวลว่าเรียนไปจะไม่สามารถใช้ทักษะดังกล่าวในการประกอบอาชีพได้ แต่ในที่สุด ส้มจี๊ดก็ได้มีโอกาสทำในสิ่งที่ชอบและได้แสดงศักยภาพของตนอย่างเต็มที่ผ่านการสนับสนุนของครู

“เพราะว่ามีอาจารย์คนหนึ่งด้วยแหละ อาจารย์ที่เขาดูแลหนูคอยเป่าหูพ่อแม่ ว่าให้ทำเถอะ”

(ส้มจี๊ด, สัมภาษณ์ 22 ธันวาคม 2560)

และการสั่งสมความรักในความสวยความงามก็ได้กำเนิดขึ้น

“หนูอยู่วงการนาฏศิลป์ วงการความสวยความงาม การประกวดตั้งแต่เด็ก หนูเคยประกวดหนูน้อยนพมาศ ได้ที่ 1 ของจังหวัด เราอยู่ในวงการแบบนี้เราก็ชอบความสวยความงามมาตั้งแต่เด็ก”

(ส้มจี๊ด, สัมภาษณ์ 22 ธันวาคม 2560)

ซึ่งมันได้ส่งผลอย่างยาวไกล จนกระทั่งสัมผัสจิตใจคัดเลือกเรียนตอนเข้ามหาวิทยาลัย สัมผัสก็ได้เลือกเรียนต่อในสาขานาฏศิลป์

“ครูป๋อนใส่หัวเรา หนูก็เลยรู้สึกว่ามันเป็นทางของเราที่สุดแล้ว ในเมื่อถ้ามันไม่ฉลาดไปมากกว่านี้ มันก็เอาแค่นี้ เอาทางนี้ไปเลย”

(สัมผัส, สัมภาษณ์ 22 ธันวาคม 2560)

หรือกรณีของน้องเข้มที่ในวัยเด็ก ครูได้ฝึกฝนผ่านการแข่งขันประกวด การเขียนเรียงความ และการพูด

“ตอนเด็ก ๆ ขี้อายมาก แต่ชอบที่จะไปจุดสนใจของผู้คน ชอบเวลาขึ้นไปอยู่บนเวทีแล้วมีคนฟังเรา เป็นดรัม เป็นกลี๊ด ชอบแต่งตัวสวย ๆ”

(เข้ม, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

จากที่เป็นคนขี้อายมาก น้องเข้มก็ได้พัฒนาความมั่นใจผ่านการฝึกฝนทักษะที่ได้รับการผลักดันจากครู

“น่าจะเป็นจากที่โรงเรียน กิจกรรม ครู พอทำได้ครั้งหนึ่งเราก็จะมั่นใจขึ้นเองเรื่อย ๆ ตอนประถมก็มีรำ เต้น”

(เข้ม, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

จากการศึกษาพบว่า กิจกรรมประเภทการเป็นผู้นำเชียร์ (เชียร์ลีดเดอร์) ดรัมเมเยอร์ รำไทย และเต้น ล้วนเป็นกิจกรรมร่วมที่ส่งผลต่อความสวยงามและความกล้าแสดงออกของพรตตี้นในวัยเด็กทุกคน กิจกรรมดังกล่าว ได้สร้างความคุ้นชินกับพื้นที่สาธารณะให้กับพรตตี้นับแต่วัยเด็ก เมื่อเติบโตมาพรตตี้นจึงมีทักษะที่ถูกบ่มเพาะและสะสมมาอย่างยาวนานโดยไม่รู้ตัว เพราะเมื่อพวกเขาต่างรู้สึกเคยชินพวกเขาก็สามารถแสดงออกหรือทำงานในพื้นที่ดังกล่าวได้อย่างเป็นธรรมชาติ แนวจริต (Habitus) ที่เป็นไปในลักษณะตัวแทนของความสวยงามและความซ้ำของในการทำงานในพื้นที่สาธารณะจึงกำเนิดขึ้น และได้กลายเป็นต้นทุนที่สำคัญในด้านปัจเจกบุคคล ที่พวกเขาได้นำมาแลกเปลี่ยนเป็นทุนอื่น ๆ เมื่อเติบโตขึ้น และเมื่อก้าวเข้าสู่อาชีพพรตตี้นในลำดับต่อไป

#### 4.1.3 สื่อมวลชน

สื่อมวลชน นับเป็นหนึ่งในสถาบันที่อยู่โนโครงสร้างส่วนบนและมีอิทธิพลอย่างมากในการครอบงำความคิด ความเชื่อ ค่านิยมของผู้คนในสังคมได้อย่างรวดเร็ว โดยสื่อหลักที่พบว่ามอิทธิพลอย่างยิ่งต่อพรตตี้นักศึกษาที่อยู่ในช่วงวัยเฉลี่ย 20-24 ปี ได้แก่

- 1) สื่อโทรทัศน์ ได้แก่ รายการประกวดนางงาม หรือรายการประกวด Supermodel

“ตอนเด็กหนูชอบดูพวกประกวดไทยซูเปอร์โมเดล ช่อง 7 ตั้งแต่เด็กแล้ว แม่เล่าว่า หนูจะต้องใส่ชุดกระโปรงที่มันเป็นสีชมพู แล้วก็บาน ๆ แล้วก็ใส่รองเท้าส้นสูงที่มีเม็ดยาง แล้วแม่ก็พูดว่าทุกครั้งที่ไปห้าง หนูคิดว่ามันเป็นร้านเวีย ที่มันเป็นช่อง แล้วหนูก็จะเดินบิต เวลาไปตลาดหนูก็คิดว่าตลาดเป็นร้านเวียอีก ตอนเด็กก็ไปเดินบิตที่ตลาดอีก จนญาติ ลุง เขากถามแม่หนูว่า มึง ลูกมึงเป็นอะไรวะ เดินบิตแบบนั้น”

(เนิร์ด, สัมภาษณ์ 26 ธันวาคม 2560)

“ความฝัน สิ่งแรกเลยอยากเป็นแอร์โฮสเตส แล้วก็ดูแพนเค้กประกวดไทยซูเปอร์โมเดล ก็กินนม กินนม กินนม กินนมจนช่วงที่สูงก่อนที่จะเป็นประจำเดือน สูงขึ้นประมาณ 10 เซนติเมตร ในช่วงประมาณ 1 ปี”

(จีน, สัมภาษณ์ 29 ธันวาคม 2560)

## 2) สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ นิตยสาร I Like เป็นหลัก

“หวานเห็นเพื่อนจัดฟัน ก็อยากจัดบ้าง มันน่ารัก ช่วงนั้นที่วิจะมีอิทธิพลสูง ก็จะมีแต่คนจัดฟัน นิตยสาร เมื่อก่อน ม.ปลาย อ่านอะไร ก็ต้องอ่าน I Like, ดูดวง ก็จะมีแต่เด็กกรุงเทพฯ เด็กกรุงเทพฯ แต่งตัวน่ารักแล้วก็จัดฟัน หนีบผมตรง หน้าม้า”

(หวาน, สัมภาษณ์ 25 ธันวาคม 2560)



ภาพหน้าปกนิตยสาร I Like No.166

## 4.2 การเข้าสู่อาชีพพริตตี้

ที่มา: <https://writer.dek-d.com/yingfilm/story/viewlongc.php?id=651164&chapter=15>

พริตตี้มีเส้นทางในการเข้าสู่อาชีพใน 3 ลักษณะ ได้แก่

### 4.2.1 การแนะนำโดยญาติ

จากการศึกษาพบว่า ญาติของพริตตี้ที่ประกอบอาชีพพริตตี้อยู่ก่อนมีผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่อาชีพของพริตตี้ เนื่องจากพริตตี้มองว่าเป็นหนึ่งในช่องทางในการหารายได้ ทั้งนี้ ญาติที่ใกล้ชิดอย่างลูกพี่ลูกน้อง ยังมีผลต่อการเลื่อนระดับความเข้มข้นในการรับงานของพริตตี้

“เป็นลูกพี่ลูกน้อง ชื่อกว้างเหมือนกัน นั่นแหละค่ะ ก็เล่าให้ฟังว่าทำงานกินข้าวมานะ มันทำงานจนมีรถ มีบ้าน โครตเก่ง เลยเป็นจุดสนใจให้กว้างอยากทำ เนี่ยเป็นไอดอล”

(กว้าง, สัมภาษณ์ 20 ธันวาคม 2560)

“ตอนไปคือไม่รู้หรอกว่าคืออะไร น้าเราก็เลยแบบเกดลองทำดูม๊าย คนทำนี่เพื่อนคนไทย เยอะแยะเลย”

(ลูกเกด, สัมภาษณ์ 27 ธันวาคม 2560)

#### 4.2.2 การแนะนำโดยเพื่อนหรือคนรู้จัก

พริตตี้ส่วนใหญ่ได้รับการแนะนำให้เข้าสู่อาชีพ พริตตี้โดยเพื่อนหรือคนรู้จัก โดยเฉพาะในสมัยเรียนมหาวิทยาลัย (พริตตี้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 11 คน เรียนจบการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี) ซึ่งผู้ที่ชักชวนพริตตี้เข้าสู่อาชีพทั้งหมด ล้วนเป็นคนประกอบอาชีพพริตตี้หรืออยู่ในวงการพริตตี้มาก่อนแล้ว

“ชินเริ่มจากการประกวดนางงามของจังหวัด เข้ารอบ 6 คนสุดท้าย ก็ได้มาเจอพี่เขา (เป็นพี่ผู้หญิงนะคะ) เขาก็บอกว่าอยากลองไหม ไปด้วยกันเดี๋ยวพี่เป็น MC เราก็เป็นพริตตี้ ตอนนั้นตื่นเต้นกับคำว่าพริตตี้มาก เพราะชินมาจากต่างจังหวัด รวมถึงมีพริตตี้รุ่นพี่ที่เป็นที่ชื่นชอบเป็นไอดอลอยู่แล้วด้วย ก่อนที่ตัวเองจะเข้าสู่วงการ”

(ชิน, สัมภาษณ์ 29 ธันวาคม 2560)

#### 4.2.3 การหางานจากอินเทอร์เน็ตด้วยตัวเอง

พริตตี้ในวัยเรียนมักนิยมหารายได้เสริม เพื่อให้มีรายรับเพียงพอกับค่าใช้จ่าย หรือสำหรับเป็นค่าใช้จ่ายส่วนตัวโดยไม่จำเป็นต้องขอจากที่บ้าน การค้นหาอาชีพเสริมทางอินเทอร์เน็ต จึงเป็นที่มาของการเริ่มต้นเข้าสู่อาชีพพริตตี้ เนื่องจากงานพริตตี้มีหลากหลายรูปแบบ ดังเช่นงานพริตตี้ MC โฟนที่สามารถนำทักษะการพูดในที่สาธารณะมาแลกเปลี่ยนเป็นรายได้

“ก่อนจะเริ่มทำงานพริตตี้ ก็อยากหารายได้เสริม เลย google ไปเรื่อย ๆ แล้วก็เจองาน MC โฟน”

(เข็ม, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

### 4.3 การรับและปรับใช้วัฒนธรรมของพริตตี้

#### 4.3.1 รูปแบบการเลือกงานที่ทำ

พริตตี้ทุกคนได้รับความคาดหวังจากพ่อแม่ คือการสามารถดูแลตัวเองได้ รูปแบบการเลือกงานที่ทำความสัมพันธ์โดยตรงกับรายได้ และสำหรับพริตตี้แล้ว การมีรายได้ที่มากพอสำหรับการใช้จ่ายส่วนตัว คือการดูแลตัวเองได้ในแบบที่พ่อแม่ของพวกเธอต้องการ รวมถึงรายได้ยังมีผลโดยตรงต่อ

การยอมรับในอาชีพของเธอจากพ่อแม่ งานพริตตี้มีรูปแบบที่หลากหลาย โดยสามารถจำแนกออกได้เป็น 8 ประเภท ได้แก่

1) **งานเชียร์เปียร์** จากการศึกษาพริตตี้กลุ่มตัวอย่างพบว่า พริตตี้ที่เคยมีประสบการณ์การทำงานเชียร์เปียร์ มีเพียง 2 คน เนื่องจากงานเชียร์เปียร์เป็นงานที่ใช้กำลังแรงงานค่อนข้างสูง แต่รายได้ไม่ได้มากเมื่อเทียบกับชั่วโมงการทำงาน การทำงานทั้งวัน 8 ชั่วโมง มีรายได้เฉลี่ยต่อวันอยู่ที่ 500-800 บาท และอีกเหตุผลหนึ่งที่งานเชียร์เปียร์มักไม่ได้รับความนิยม เนื่องจากการต้องรอเวลาเบิกจ่ายเงินหลังการทำงานเป็นเวลา 15 วัน และ พริตตี้หลายคนมองว่า หากตนฝึกทักษะเพิ่ม ก็จะทำให้ตนสามารถเลือกรูปแบบการทำงานไปเป็นรูปแบบอื่น ที่มีรายได้เพิ่มขึ้น และมีระยะเวลาในการจ่ายเงินที่รวดเร็วขึ้น

2) **งาน PC (Product Consultant)** หรืองานพริตตี้ประจำผลิตภัณฑ์ โดยพริตตี้มีหน้าที่ในการแนะนำผลิตภัณฑ์หรือสินค้าให้กับลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งจะต้องทำกิจกรรมที่ดึงดูดความสนใจเพื่อให้ลูกค้าเข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์นั้นๆ ให้ได้ โดยพริตตี้จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 8 คนเคยผ่านงาน PC มาก่อน เนื่องจากงาน PC ถือเป็นจุดเริ่มต้นในอาชีพของพริตตี้เกือบทุกคน โดยลักษณะการทำงาน PC ยังถือว่าเป็นงานที่ “หนัก” สำหรับพริตตี้ เนื่องจากพริตตี้ทุกคนต้องยืนอยู่บนชั้นสูงเป็นระยะเวลานานตลอดการทำงาน ซึ่งมักจะทำให้พวกเธอประสบกับปัญหาสุขภาพ เช่น การบาดเจ็บที่หลัง สำหรับรายได้ต่อวันของพริตตี้ ที่ทำงาน PC จะอยู่ที่ 800-1,000 บาท ต่อการทำงาน 8-9 ชั่วโมง นอกจากนี้งาน PC ยังเป็นงานที่ไม่ได้มีอิสระมากนัก เนื่องจากจะต้องถูกตรวจสอบโดย Supervisor ตลอดระยะเวลาในการทำงาน จึงทำให้พวกเธอรู้สึกถึงความไม่เป็นตัวของตนเองมากนัก โดยเฉพาะเวลาที่พวกเธอต้องการพัก พวกเธอก็จะต้องเข้าไปนั่งหลบในห้องน้ำ เป็นเวลา 5-10 นาที เพื่อผ่อนคลายจากความเมื่อยล้าที่ต้องยืนบนชั้นสูงเป็นระยะเวลานาน

3) **งาน Event** เป็นงานที่พริตตี้เรียกว่า งาน “ยืนสวย” งานแนะนำสินค้า หรือเป็นงานเปิดตัวสินค้าใหม่ ซึ่งงานในลักษณะดังกล่าว พริตตี้จะต้องทำงานในห้างสรรพสินค้า หรือสถานที่ต่างๆ ที่มีการจัดงาน รายได้ของ พริตตี้ในงานประเภทนี้จะยังไม่มากนัก และไม่ได้รับความนิยม เนื่องจากไม่มีงานที่แน่นอน โดยมากงาน Event จะแปรผันตรงกับสภาพเศรษฐกิจ คือเมื่อเศรษฐกิจไม่ดี หรืออยู่ในช่วงการไวท์วอช ห้ามจัดงานรื่นเริง พริตตี้ก็มักจะไม่มีการจ้างงานและทำให้พวกเธอขาดรายได้ที่แน่นอน และงาน Event อาจเหมาะกับพริตตี้ที่มีลักษณะนิสัยเก็บตัว โลกส่วนตัวสูง และไม่ได้ช่างพูดมากนัก อย่างกรณีของน้องไอซ์

“MC แบบนี้เป็นไม่ได้ พูดไม่เป็น เป็นคนโลกส่วนตัวสูงชนิดหนึ่ง คือรุ่นพี่ให้เป็นเชียร์ลีดเดอร์นะ ค่าชุด 4,000 เปลือง ซ้อมก็เหนื่อย ไม่ชอบให้ใครมาสั่ง ต้องถูกสั่ง แล้วก็ซ้อมยันยันด้วย รำคาญ แต่ว่าอาจารย์เขาก็ให้ไปเดินโชว์ของโรงเรียน อะไรแบบนั้นอยู่แล้ว”

(ไอซ์, สัมภาษณ์ 28 ธันวาคม 2560)

ดังจะเห็นได้ว่า น้องไอซ์อาจเป็นพริตตี้ที่ไม่ได้มีทักษะด้านการพูดในที่สาธารณะ หากแต่งานยืนสวยอย่างงาน Event หรืองานเดิน งานเอ็นเตอร์เทนเมนต์ กลับเป็นสิ่งที่เธอทำได้ดี ผ่านรูปแบบการเดินที่เธอได้เคยฝึกฝนมาในวัยเด็ก



4) งาน MC (Master of ceremony) พิธีดีทุกคนจะพยายามผลักดันตนให้ขึ้นสู่งาน MC และงาน “โฟน” เนื่องจากเป็นรูปแบบงานที่จะทำให้พวกเขาได้รับค่าตัวที่สูงขึ้น ทักษะในการท่องจำ สคริป การจำรายละเอียดของผลิตภัณฑ์หรือสินค้า รวมทั้งจังหวะในการเปิด แนะนำ และปิดจบ รายการแนะนำสินค้า ล้วนเป็นทักษะที่ พิธีดีทุกคนต้องฝึกฝน และพิธีดีทุกคนล้วนแต่เคยผ่าน ประสบการณ์ที่เรียกว่า “โฟนล่ม” ซึ่งหมายถึง การเริ่มพูดเปิดแนะนำสินค้า แต่ไม่สามารถปิดการ แนะนำสินค้าได้ รายได้ของพิธีดี MC นั้น เฉลี่ยอยู่ที่ 1,500-2,000 บาท ซึ่งยังถือเป็นรายได้ที่อยู่ใน ระดับกลาง เพราะต้องใช้เวลาในการทำงานทั้งวันหรืออย่างน้อย 5-6 ชั่วโมง

5) งานสวัสดี เป็นงานที่เป็นจุดเปลี่ยนผ่านของพิธีดีเกือบทั้งหมด เนื่องจากรายได้ของงานที่ สูงแต่ใช้เวลาในการทำงานน้อย โดยพิธีดีที่เคยผ่านงานรูปแบบนี้ จะมีการเปลี่ยนผ่านในรูปแบบการ เลือกรับงานใน 2 ลักษณะ คือ

5.1) พิธีดีที่ไม่ทำงานในรูปแบบสวัสดีและรูปแบบงานอื่น ๆ หลังจากนั้นต่อ พิธีดีบางส่วน ที่เคยชิมลางด้วยการรับงานสวัสดี และรู้สึกไม่ชอบในวิถีของการทำงาน ก็จะไม่รับงานสวัสดีต่อ เพราะ กังวลถึงความเสี่ยงที่ต้อง “เปลืองตัว” หรือถูกมองว่าเป็นพิธีดีที่รับงานในเชิงให้บริการทางเพศหรือ คัพพีท์ในวงการพิธีดีเรียกว่า งาน “VIP”

“ครั้งแรก เหมือนเป็นเจ้าของร้านทอง ให้เข้าไปในห้องในร้านทอง เข้าไปถึงก็สวัสดีเขา เขาก็ ชวนคุย ถามทำอะไร อายุเท่าไร เรียนที่ไหน เป็นใคร ก็นั่งคุยกับเขาประมาณหนึ่ง แล้วเขาก็เดินไปที่ โต๊ะของเขา โต๊ะทำงาน เปิดลิ้นชัก แล้วก็หยิบเงินให้ 3,000 บาท แค่นี้ ใช้เวลาคุยไม่ถึง 20 นาที”

(เข้ม, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

“งานสวัสดีก็มีแค่นี้จริง ๆ อันนี้ไม่รู้ว่าโชคดีที่เจอคนดีหรือเปล่า แต่มันไม่มีอะไรเลย เข้าไป สวัสดีแล้วก็นั่งคุย เหมือนพี่เขาบอกว่าเขาเป็นแบบพวกเชื่อเรื่องโชคราง เขาบอกว่าต้องทำบุญกับคน สวย แล้วเขาก็จะดูวันเดือนปีเกิดด้วยนะว่าเข้าหรือเปล่า”

(เข้ม, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

เมื่อพิธีดีได้พยายามที่จะก้าวข้ามงานที่อยู่ในพื้นที่สาธารณะไปสู่งานที่เป็นพื้นที่ส่วนตัวมากขึ้น พวกเขาต่างมีการหยั่งเชิงโดยการรับงานสวัสดีเพื่อเตรียมก้าวเข้าสู่งานทวนซ้ำต่อไป แต่หาก พบว่างานสวัสดีซึ่งถือว่าเป็นงานพื้นที่ส่วนตัวเป็นต้นไปนั้นไม่ปลอดภัยเท่าที่ควร และเธออาจไม่มี ทักษะการเอาตัวรอดที่เพียงพอ นั้น เธอก็จะถอยกลับไปรับงานพิธีดีในรูปแบบที่ทำอยู่ในพื้นที่ สาธารณะดั้งเดิม

“ครั้งแรกยังพอโอเคอยู่ ก็ไม่มีอะไร ปลอดภัย แต่ครั้งที่ 2 เขาค่อยโอเค เขาบอกขอจับมือ ได้ไหมขอหอมแก้มได้ไหม มีแบบพูดว่าเลี้ยงดูได้นะ ให้รายเดือนเท่านั้นเท่านี้ เหมือนก็แปลก ๆ นิดนึง จึงคิดว่าจะไม่ทำต่อ”

(เข้ม, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

หรือกรณีอย่างน้องเนิร์ต ที่ถูกนายหน้าหลอกให้ไปดูตัว เมื่อเจอกับประสบการณ์ในพื้นที่ ส่วนตัวที่รู้สึกไม่ปลอดภัย เธอจึงไม่กล้ารับงานในรูปแบบสวัสดิ์หรือทานข้าวอีกเลย

“ตอนแรกเขาพูดก่อนว่าเขาจะพาไปกินข้าว หนูก็นึกว่าเขาเลี้ยงเพราะเขาบอกว่าเขาเลี้ยง แต่พอไปมันไม่ใช่เขาเลี้ยงอะ คือมันมีคนอื่นที่แบบ เป็นเหมือน ความรู้สึกหนูจะเป็นเหมือนเสียเลยอะ จริง ๆ คือแล้วทั้งโตะอะ มีผู้ชายทั้งโตะเลยแล้วมีหนูกับพี่ที่ไปด้วยเป็นผู้หญิง”

(เนิร์ต, สัมภาษณ์ 26 ธันวาคม 2560)

**5.2) 프리티ที่ทำงานในรูปแบบนี้ต่อและขยับไปยังรูปแบบที่ใช้ทักษะที่เข้มข้นขึ้น** 프리ตี้ส่วนใหญ่เมื่อได้ลองรับงานสวัสดิ์และพบว่าไม่มีอะไรที่ดูน่ากลัวหรือเป็นอันตราย รู้สึกปลอดภัย เจอประสบการณ์ที่ดี ไม่ถูกล่วงเกิน ก็จะเลือกรับงานสวัสดิ์ และขยับไปยังงานทานข้าวและงานอื่น ๆ ต่อ เนื่องจาก 프리ตี้มองว่า รูปแบบงานนับตั้งแต่งานสวัสดิ์เป็นต้นไป เป็นงานที่ “สบาย” คือใช้กำลัง แรงงานน้อย ใช้เวลาน้อย แต่ได้รับรายได้ที่มาก โดยเฉลี่ยงานสวัสดิ์จะมีรายได้อยู่ที่ 3,000 บาท โดยใช้เวลาในการทำงาน 20 นาทีถึง 1 ชั่วโมงเท่านั้น และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากฟรีตี้ที่มารับงานสวัสดิ์ เป็นฟรีตี้ที่มี “นามสกุล” ได้แก่ Maxim, FHM เหล่านี้ ก็จะมีค่าตัวในการทำงานสวัสดิ์มากถึง 20,000-30,000 บาทต่อครั้งเลยทีเดียว นอกจากงานสวัสดิ์ในลักษณะที่เป็นการมาดูตัวกันแล้ว ยังมีงานในอีกลักษณะหนึ่งที่มีความใกล้เคียงกัน คือ งาน “โกหกพ่อแม่” ซึ่งฟรีตี้จะรับงานประเภทนี้ด้วย เหตุผลเดียวกันคือ ใช้เวลาน้อยแต่ได้เงินมากเช่นกัน โดยงานโกหกพ่อแม่แบบที่ฟรีตี้เรียกกันนั้น ได้แก่ งานถือหมอนในขบวนแห่นาค โดยแกล้งเป็นแพนนาค เพื่อให้พ่อแม่ได้ดูตัวและเกิดความสบายใจ โดยส่วนมากใช้ระยะเวลาไม่เกิน 3 ชั่วโมง แต่มีรายได้มากถึง 5,000-6,000 บาท

**6) งานทานข้าว** เป็นงานที่จัดอยู่ในประเภทงานสบาย ที่ฟรีตี้ทุกคนนิยามตรงกัน และถือเป็นงานที่ค่อนข้างมีความเสถียรสำหรับพวกเขา โดยหากฟรีตี้เริ่มรับงานนี้และสามารถใช้ทักษะที่ตนมีในการจัดการกับอำนาจความต้องการที่มาพร้อมกับลูกค้าได้ พวกเขา ก็จะขยับมาเลือกรับงานประเภทนี้เป็นงานหลัก และแทบไม่กลับไปรับงาน PC หรืองาน MC อีกเลย

“ไม่รับ PC แล้วเพราะรู้สึกกว่า budget มันน้อย”

(กวาง, สัมภาษณ์ 20 ธันวาคม 2560)

เหตุผลหลักที่ฟรีตี้ให้ตรงกันคือ งานประเภทนี้ส่วนใหญ่จะมีสถานที่นัดพบเป็น ห้างสรรพสินค้าหรือห้องอาหารของโรงแรม และมักจะมีการดูภาพยนตร์เพิ่มขึ้นไปด้วยหากเป็นการ นัดทานข้าวที่ห้างสรรพสินค้า หรือบ้างอาจเป็นเพียงการนัดคุยกันในร้านกาแฟ พวกเขาจึงกลัวที่จะรับ เพราะถึงแม้ลักษณะการทำงานจะเป็นพื้นที่ส่วนตัวมากขึ้น แต่ในการทำงานก็ยังนัดพบปะกันใน สถานที่ที่เป็นที่สาธารณะ ซึ่งยังถือว่าอยู่ในระดับที่ปลอดภัยสำหรับพวกเขา โดยชั่วโมงการทำงาน เพียง 1-2 ชั่วโมง ทำให้พวกเขาจะมีรายได้ถึง 3,000 บาทโดยเฉลี่ย นอกจากนี้ งานทานข้าวยังได้ ก่อให้เกิดความสนิทสนมใกล้ชิด และความไว้วางใจซึ่งกันและกัน จนเกิดกลายเป็นงานเพื่อนเที่ยวในลำดับ ต่อไป ซึ่งงานเพื่อนเที่ยวดังกล่าว ได้แก่ การไปไหว้พระเป็นเพื่อน หรือการไปเป็นเพื่อนในการทำธุระที่ ต่างจังหวัด

“เพื่อนบอกว่า จริง ๆ แค้กินข้าวมันปลอดกั๊ย มันไม่อันตราย เฟิร์นเลยบอกว่า ก็ลองดู ตอนนั้นเริ่มจาก 1,500 ก็ไปนั่งกินข้าว เหมือนประมาณว่าชวนเขาคุย ตอนแรกเฟิร์นก็ไม่คุยกับเขาเลย เฟิร์นมีอีโก้ค่อนข้างเยอะ กับคนแปลกหน้า เขาก็ชวนเฟิร์นคุย ชวน ชวน ชวน เฟิร์นก็ อะไรของเธอ แต่ก็กินข้าวเสร็จก็ไม่อะไร วันนั้นกินข้าวเสร็จเขาก็จ่ายสด อันนั้นเพื่อนไม่ได้หัก ลูกค้าก็จ่ายกับเราเอง แล้วก็กลับมา เพื่อนก็ถามว่าเป็นยังไงบ้าง ฉันไม่ค่อยได้คุยอะไรหะ เพื่อนบอกไม่ได้แกต้องคุย เพื่อนก็พูดตรง ๆ บางคนที่เขาหาเด็กมากินข้าวด้วย บางคนเขามีปมนะแก หนูก็บอกว่าปมอะไร เขาบอกว่า แกบางคน แกสังเกตนะ หน้าตาโคตรดีเลย แต่แม่ไม่มีแฟน ทำไมวะ เลิกเยอะไป บางคนบอกว่าขี้เบื่อ เขาก็เลยใช้วิธีนี้ เพื่อให้ตัวเองไม่เบื่อ เพราะว่าวงการนี้ก็มีหลาย ๆ คนเขาก็จะเวียนไปเรื่อย ๆ เหมือนประมาณว่า เขาบอกเฟิร์นว่า เฟิร์นหาเพื่อนให้พี่กินข้าวคนนึงสิ เฟิร์นก็จะมา อ้อ รู้ว่าคนนี้รับคนนี้รับ คนที่รับก็จะส่งไปให้เขา เนี่ยมีเท่านี้คะ เลือก...เขาก็จะเลือกได้”

(ใบเฟิร์น, สัมภาษณ์ 29 ธันวาคม 2560)

เมื่อถามถึงความต้องการลูกค้าหรือประสบการณ์ของลูกค้าที่พริตตี้เจอในงานทานข้าวพบว่า ลูกค้ามีความต้องการที่หลากหลาย โดยมากจะเป็นเรื่องงานและเรื่องราวชีวิตส่วนตัวที่อยากระบายกับใครสักคน

“เขาก็มีความในใจกันทั้งนั้น เขาถึงจะให้เราไปนั่งฟัง”

(หวาน, สัมภาษณ์ 25 ธันวาคม 2560)

“บางที่เขาก็นั่งคุยเรื่องของเขาเนาะ หน้าที่การงานของเขา บางคนเป็นคนเหงาจริง ๆ ไม่มีครอบครัว แล้วเขาก็ไม่รู้จะไประบายกับใคร เหมือนเขามีธุรกิจเยอะ เขาก็ไม่รู้จะระบายกับใคร”

(ส้มจี๊ด, สัมภาษณ์ 22 ธันวาคม 2560)

“เขาก็บอกว่ามันไม่สามารถไปคุยกับใครได้ บางคนก็ไม่ได้มีปัญหาอะไรนะ แต่อยากรู้จักเพื่อนใหม่ แต่เขาบอกว่า ต้องเข้าใจพินะ พี่หนะโตแล้ว ไม่สามารถไปพบปะใคร แบบในออฟฟิศอยากรู้จักน้องคนนี้จิงแล้วเดินเข้าไปคุยก็ทำไม่ได้ มันก็ต้องมีทางเลือกแบบนี้ แล้วก็มาคุยแบบนี้มันก็เลือกหน้าตา เลือกรูปได้ และไม่ใช่ว่าคนอายุมาก เพราะลูกค้าที่หวานเจอ น้อยสุดอายุ 27 ปี เรียนจบการป็นมา แล้วก็ป็นหนุ่มบริษัทวิศวะเยอะมาก วิศวะนี่เป็นอาชีพที่เหงาหรือเปล่า เยอะมากเจอใครก็วิศวะหมดเลย บอกว่าทำงานเครียด อยากหาคนคุยด้วย”

(หวาน, สัมภาษณ์ 25 ธันวาคม 2560)

นอกจากรูปร่างหน้าตาของพริตตี้ที่ดึงดูดมาแล้ว ยังพบว่าในงานทานข้าว การรับฟังหรือการเป็นผู้ฟังที่ดีนั้นเป็นทักษะที่สำคัญ

“ยกตัวอย่างเช่น ธุรกิจ เขาจะอารมณ์ว่าเล่าประวัติ ประมาณนั้น สิ่งที่เขาทำได้ทุกวันนี้ มาจากการที่เขาพยายาม เสื่อผืนหมอนใบ เขาต้องเจออะไรมาบ้าง เขาต้องลำบากกับมันขนาดไหน จนวันนี้เขามาอยู่จุดนี้ เหมือนเล่า เหมือนได้ระบาย ซินว่า นั่นแหละเป็นเป้าหมายสำคัญ”

หน้าที่ของพริตตี้เมื่อรับฟังแล้วก็จะต้องมีการตอบสนองอย่างเหมาะสม โดยหลักการ คือ ทำให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลาย สบายใจ รู้สึกมีคนรับฟัง

“รับฟัง ยิ้ม แล้ว...เป็นยังไงคะ อาหารโอเคไหม ค่อยบ้าง เล่นมุกบ้าง ให้เขารู้สึกผ่อนคลาย ให้เขารู้สึกว่าเด็กคนนี้ไม่ได้มาแล้ว แบบ...นั่งนิ่ง เพราะว่าถ้าเป็นแบบนี้ เขาจะจ้ำจมาทำไม เขาจะจ้ำจมา ให้เสียตั้งค์ทำไม”

(ชิน, สัมภาษณ์ 29 ธันวาคม 2560)

“สิ่งที่ลูกค้าต้องการคือ ความสบายใจ เหมือนบางที เวลาเราจะไปเล่าอะไรให้กับใครฟัง เราก็อยากให้สิ่งที่เราเล่าไป แล้วเขาตอบรับมา ให้เราเกิดความสบายใจขึ้น ก็เหมือนกัน บางทีเขามาเล่าให้เราฟัง เหมือนเราหาคำพูดดี ๆ ปลอดภัยเขา ู้ ๆ อะไรแบบนี้ ค่อย ๆ เป็น ค่อย ๆ ไป ให้เขาผ่อนคลาย ความเครียด”

(สัมพันธ์, สัมภาษณ์ 22 ธันวาคม 2560)

## 7) งาน Entertain

งานเอนเตอร์เทนเมนต์ เป็นหนึ่งในรูปแบบงานที่ต้องใช้ทักษะที่เข้มข้นขึ้น คือ นอกจากจะต้องยิ้มสวยหรือคุยเก่งแล้ว ยังจะต้องมีเทคนิคที่สามารถสร้างความบันเทิงให้กับลูกค้าได้อีกด้วย โดยในกลุ่มงานเอนเตอร์เทนเมนต์ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ระดับ ได้แก่

**7.1) งาน Entertain แบบเบา** หรือที่พริตตี้เรียกกันว่า “เอนเบา” เป็นงานที่มีลักษณะสร้างความสุขให้กับลูกค้าด้วยการร้องเพลง หรือเล่นเกมส์ รายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 3,000 บาท ไม่รวมทิป โดยเมื่อรวมทิปแล้วอาจสูงถึง 5,000-6,000 บาท ซึ่งเมื่อเป็นงานที่มีรูปแบบทิปเพิ่มเข้ามา ก็จะทำให้พริตตี้ที่ฟังเข้าสู่งานได้เข้าใจถึงความสามารถหรือจุดแข็งของตนที่เป็นจุดดึงดูดความสนใจหรือเป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้า โดยพริตตี้เหล่านี้ก็จะคงไว้ซึ่งจุดเด่นหรือพัฒนาจุดเด่นเหล่านี้ของตน และนำกลับมาใช้ใหม่ เพื่อสร้างเอกลักษณ์และความพึงพอใจที่ลูกค้ามีต่อตนเองต่อไป ดังเช่น พริตตี้บางคน “ยิ้มสวย” แค่เพียงแต่นั่งนิ่งๆ ไม่ต้องเข้าหาลูกค้าหรือเอนเตอร์เทนลูกค้ามาก ก็อาจทำให้ลูกค้าจำนวนไม่น้อยประทับใจและเป็นฝ่ายเข้าหาเพื่อพูดคุยกับพริตตี้ด้วยเอง ซึ่งทิปที่ได้อาจมากกว่าพริตตี้ที่พยายามเอนเตอร์เทนแต่ไม่รู้จุดแข็งหรือจังหวะเข้ากระทำก็เป็นได้ โดยเมื่อมีการก้าวจากงานทานข้าวไปเป็นงานเอน เริ่มงานครั้งแรก พริตตี้จะมีความระมัดระวังตัว หรือหยิ่งเชิงก่อน เนื่องจากทั้งลักษณะของงานที่มีความเป็นส่วนตัวมากขึ้น และพื้นที่ทำงานก็เป็นพื้นที่ส่วนตัวมากขึ้นเช่นกัน

“เวลาเขาเดินผ่านเราก็จะยิ้ม เพราะเราคิดว่าเรายิ้มสวยอะไรแบบนี้ เลยยิ้มไว้ก่อนทำหน้าที่แบบเป็นมิตร”

(ฟ้า, สัมภาษณ์ 27 ธันวาคม 2560)

งานเอน ต้องเข้าหาลูกค้ามากกว่างานทานข้าว เพราะงานทานข้าวลูกค้าจะเป็นฝ่ายพูด แต่งานเอนพริตตี้ต้องชวนลูกค้าคุย หรือทำให้สนุก นี่คือน้ำที่หรือบทบาทของพวกเธอ หลายครั้งพริตตี้

ต้องใช้ไหวพริบ หรือเชื่อมโยงเรื่องที่เกี่ยวข้องหรือใกล้เคียงกับลูกค้าเพื่อชวนคุย จากกรณีของน้องฟ้า ที่ได้ใช้ทุนสังคมที่เธอมีในการเข้าทำการ

“พี่เขาจบลาดกระบัง พอตีพ่อหนูก็จบลาดกระบัง พี่หนูก็จบลาดกระบัง หนูก็เลยแบบเหมือนมีเรื่องให้คุย”

(ฟ้า, สัมภาษณ์ 27 ธันวาคม 2560)

หรือหากเป็นกรณีที่เป็นลูกค้าประจำ เริ่มสนิทหรือรู้จักกัน พริตตี้ก็จะใช้ทักษะที่เข้มข้นขึ้น

“ก็ถามว่าช่วงนี้เป็นยังไงบ้าง แต่เราใช้การแตะตัว เหมือนมันเป็นจิตวิทยาหรือเปล่าคะ แต่ตัวเขาจะรู้สึกใกล้ชิดเรามากขึ้น เป็นยังไงบ้าง หน้าเครียดนะ คุยโทรศัพท์เสียงไม่ค่อยดีเลย เหนื่อยไหมคะ เรียกที่รักด้วย เหนื่อยไหมคะที่รัก ซึ่งเราจะเรียกลูกค้าทุกคนว่าที่รักหมด”

(กวาง, สัมภาษณ์ 20 ธันวาคม 2560)

**7.2) งาน Entertain แบบแรง** หรือที่พริตตี้เรียกกันว่า “เอ็นแรง” เป็นหนึ่งในรูปแบบงานที่มีความเสี่ยงในทางร่างกายเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากงานเอ็นแรง เป็นงานที่อนุญาตให้ลูกค้าสามารถถูกเนื้อต้องตัวได้ในระดับที่เข้มข้น เช่น การจับ ควัก ล้วง ระยะเวลาทำงาน 3-4 ชั่วโมง ต่อรายได้ 5,000-6,000 บาท แต่พริตตี้ส่วนใหญ่จะไม่ค่อยขยับขึ้นมาสู่งานลักษณะนี้ เนื่องจาก พริตตี้ต่างมองว่าเป็นงานที่เปลืองตัว และตนไม่ต้องทำขนาดนี้ก็สามารมีรายได้ที่เพียงพอแก่การเลี้ยงชีพของตนได้ โดยพริตตี้ที่เข้าสู่รูปแบบนี้มักมีเหตุผลใน 3 ลักษณะ ได้แก่

- **เกรงใจลูกค้า** พริตตี้จำนวนไม่น้อย จะต้องรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยเฉพาะลูกค้าประจำ ซึ่งแม้โดยมากลูกค้าประจำจะอยู่ในงานทานข้าว แต่เมื่อถูกเรียกร้องให้มาเอ็นเตอร์เทนต์ พริตตี้จำนวนหนึ่งที่ต้องการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า ก็จะต้องยอมรับงานในระดับที่เข้มข้นขึ้น ซึ่งงานเอ็นเตอร์เทนต์แบบแรงนี้นับเป็นหนึ่งในขั้นของงานพริตตี้ที่มักนำไปสู่งานให้บริการทางเพศหรืองาน VIP ต่อไป

- **อยากลองงานในรูปแบบใหม่** พริตตี้บางส่วน มีความอยากรู้อยากลอง และด้วยเหตุที่เคยผ่านงานในรูปแบบอื่นมาหมดแล้ว จึงมีบ้าง ที่จะทดลองรับงานประเภทใหม่ ๆ อย่างเช่น งานเอ็นแรงที่สร้างความรู้สึกตื่นเต้น เร้าใจ ซึ่งมักตรงกับจริตดั้งเดิมของพริตตี้กลุ่มที่เลือกรับงานนี้ หรือบางกรณีอาจอยากไปเที่ยว โดยส่วนใหญ่จะไปเท่ากับจำนวนวีซ่านักท่องเที่ยวที่ประเทศนั้น ๆ ให้ เช่น สิงคโปร์ 1 เดือน เกาหลี 3 เดือน

“ที่เกาหลี เดือนหนึ่ง หนูได้ประมาณ 100,000 นิต ๆ ค่ะ รวมทิป รวมอะไรแล้ว ส่วนสิงคโปร์ก็ได้วันละ 4,000 ถ้าอยู่ครบเดือนก็เป็นแสนเหมือนกัน อันนี้เป็นผับ คือไปนั่งกินเบียร์ เล่นเกมส์กับเขาอะไรแบบนี้ แต่คนสิงคโปร์เขาจะไม่โดนตัวผู้หญิงเลย คือดี้”

(ไอซ์, สัมภาษณ์ 28 ธันวาคม 2560)

จากการศึกษาพริตตี้กลุ่มนี้ พบว่า ด้วยลักษณะการวางตัวของผู้หญิงไทย ที่แม้ตั้งใจไปหาเงิน แต่ก็สามารถวางตัวได้ดูละมุน นอบเนียนกว่า คือไม่ได้ดูกระหายเงิน เป็นจริตหญิงไทยที่แสดงผ่านการ

ทำงานพริตตี้ที่ดูเฟรนด์ลี่ และน่ารัก จึงสามารถนำทุนวัฒนธรรมปัจเจกบุคคลนี้ ไปแลกเปลี่ยนเป็นทุนเศรษฐกิจได้ จึงนับได้ว่าเป็นความสำเร็จของการปลูกฝังค่านิยมอันเป็นผลมาจากโครงสร้างส่วนบนของไทย ที่สอนให้หญิงไทยรู้จักการเหนียม การวางตัว และสามารถนำจริตเช่นนี้ไปแลกเปลี่ยนเป็นทุนเศรษฐกิจในรูปของตัวเงินได้ทั่วโลก พร้อมกับความนิยมจากลูกค้าหรือผู้ใช้บริการที่ก็เคารพในการทำงานและให้เกียรติผู้หญิงไทยที่ไปทำงานในลักษณะนี้หากรู้จักวางตัว

“เขาบอกผู้หญิงไทย น่ารัก Friendly เหมือนกับไม่ค่อยคิดเรื่องเงิน ผู้หญิงเกาหลีจะอะไรก็เรื่องเงินไว้ก่อน”

(ไอซ์, สัมภาษณ์ 28 ธันวาคม 2560)

• **ติดยาหรือสารเสพติด** พริตตี้จำนวนหนึ่ง โดยเฉพาะพริตตี้รุ่นใหม่ ๆ มักรับงานนี้ด้วยเพราะเคยได้รับหรือมีความต้องการยาหรือสารเสพติด ซึ่งลูกค้ามักเป็นผู้นำเข้ามาให้กับพริตตี้กลุ่มนี้ได้ทดลองเล่นหรือเสพ โดยในช่วงเริ่มต้นอาจเสพเพียงเพื่อความสนุก ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งของงานเอ็นแรงแรง ที่มักจะเป็นรูปแบบงานปาร์ตี้ แต่เมื่อระยะเวลาผ่านไปจนพริตตี้เริ่มเสพจนติด ก็ได้ทำให้พริตตี้กลุ่มนี้ยอมตกเป็นทาสและเข้าสู่งานรูปแบบนี้ต่อไป โดยไม่เกี่ยงว่าจะได้เงินหรือไม่ได้เงินก็ตาม อีกทั้งยังมักนำไปสู่งาน VIP โดยไม่ตั้งใจ เนื่องจากลูกค้ามักอาศัยความมั่งคั่งของเหล่าพริตตี้ในช่วงขณะเสพยาเข้าล้วงเกินทางเพศนั่นเอง โดยในบรอดงานมักจะบอกมาชัดเจน

“ในบรอดงานเขาจะเขียนไว้เลยว่า เอ็นๆ นัว แรงแ ล้วงได้ จับได้ แต่ไม่สอดใส่”

(กวาง, สัมภาษณ์ 20 ธันวาคม 2560)

**8) งาน VIP หรืองานเลี้ยงดู** พริตตี้ที่เข้าสู่งานในรูปแบบนี้เกือบทั้งหมด จะไม่กลับไปทำงานพริตตี้ในรูปแบบต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาอีก เนื่องจากรายได้ที่ได้จากงานเลี้ยงดู มีจำนวนค่อนข้างสูง โดยเฉลี่ยหนึ่งเดือนมีรายได้อยู่ที่ 40,000-50,000 บาท โดยเธอจะต้องเจอกับลูกค้าซึ่งเป็นผู้เลี้ยงดู สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง สำหรับพวกเธอแล้ว ข้อดีของงานเลี้ยงดู คือการที่เธอไม่ต้องเปลี่ยนลูกค้าหรือรอลูกค้าจะเจอกับลูกค้ารายใหม่ที่อาจมีลักษณะไม่พึงประสงค์หรือไม่ถูกจริต ประกอบกับรายได้ที่มีความแน่นอนเป็นรายเดือน และการไม่ต้องเหน็ดเหนื่อยจากการวิ่งแคสงาน

“เขาบอกว่าคบใหม่ อยากจะดูแลเอง เดี่ยวจะช่วยค่าใช้จ่าย จะได้ไม่ต้องไปเจอผู้ชายหลาย ๆ แบบอีก ก็เลยลองคบ”

(หวาน, สัมภาษณ์ 25 ธันวาคม 2560)

หรือการเล่าผ่านประสบการณ์ของเพื่อนในวงการพริตตี้ที่ตนได้เห็น

“ตอนที่รู้จักกันเขายังไม่ได้มีเสียเลี้ยง พอทำงานด้วยกันไปสักพักนึง ก็เห็นเขาไม่ค่อยรับงาน MC ก็ถามว่า ทำไมไม่รับแล้ว ไม่ค่อยเห็นทำงานเลย เขาก็บอกว่าแฟนไม่ให้รับ ดูจากทรงแล้วน่าจะเลี้ยงดู เพราะว่าเขาก็บรอดหาคนงานเลี้ยงดูอยู่ด้วย”

(เข็ม, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

แต่เมื่อเวลาผ่านไป เหตุผลที่พริตตี้จะเลิกรับงานเลี้ยงดูก็อาจเกิดขึ้นได้ โดยมีเหตุผลที่จำแนกได้ ดังต่อไปนี้

- **เมื่อรายได้เริ่มไม่แน่นอน** เมื่อพริตตี้มองเห็นสัญญาณบางอย่าง เช่น เงินเดือนที่ตนเคยได้รับมีจำนวนน้อยลง อันอาจเกิดจากความผันผวนทางเศรษฐกิจ หรือธุรกิจบางกลุ่มของลูกค้าผู้ซึ่งเป็นผู้เลี้ยงดูมีปัญหา หรือเมื่อเกิดภาวะชะงักงันของความสัมพันธ์ เช่น กรณีที่ลูกค้ามีความสัมพันธ์กับพริตตี้คนอื่นเพิ่มเข้ามา ซึ่งจะทำให้พริตตี้รู้สึกได้ถึงความสัมพันธ์ที่ไม่แน่นอน เมื่อถึงเวลานั้น พริตตี้ก็จะตีตัวออกห่าง หรือพยายามยุติความสัมพันธ์ในที่สุด

“พี่สาวกวางมันต้องยอมเวลาเค้าติดเด็กคนอื่น ก็เสียใจ ตอนนั้นกวางไม่รู้ประสีประสาว่าอันนี้เขาเรียกค่าเลี้ยงดู เพราะไม่รู้มันคืออะไร คิดว่ามันเป็นแฟนกันจริง ๆ ตอนก่อนเข้าวงการเรายังไม่รู้อะไร ทำไมถึงยอม เป็นกูกูไม่ยอมนะ พอโตขึ้นเข้าวงการก็รู้ แต่ทุกวันนี้ก็ยังไม่ได้คุยกับมัน”

(กวาง, สัมภาษณ์ 20 ธันวาคม 2560)

- **เมื่อรู้สึกว่าตนไม่ได้รับการฝึกอาชีพหรือสร้างทักษะใหม่ ๆ** เพื่อสามารถประกอบอาชีพหรือทำงานด้วยตัวเองได้ พริตตี้ทุกคนมีพื้นฐานความเคยชินหรือจริตแห่งการพึ่งตนเอง แนวโน้มอุปนิสัยที่จะมีชีวิตอยู่โดยการพึ่งพิงคนอื่นจึงมีไว้ชีวิตที่จะคงทนนักสำหรับพริตตี้ เมื่อถึงจุดหนึ่งพริตตี้จะรู้สึกได้ว่า ตนต้องการได้รับการเพิ่มทักษะใหม่ๆ เพื่อสามารถทำมาหากินหรือประกอบอาชีพเพื่อเลี้ยงดูตัวเองได้ ความคุ้นชินในการหารายได้เองจึงเป็นเหมือนจริตที่ผลิตซ้ำ และทำให้พริตตี้ไม่สามารถคงอยู่ในรูปแบบงานเลี้ยงดูได้อีกต่อไป และเมื่อนั้น พริตตี้ก็จะยุติความสัมพันธ์ เพื่อแสวงหาหนทางที่เป็นอิสระและนำทักษะที่ตนมีมาใช้ในการทำงานหรือประกอบอาชีพอีกครั้ง

“ถ้าอยู่กับคนนั้นไปแล้วก็ทำอะไรไม่เป็น เค้าก็ให้เราเป็นเดือนเดือนไป แต่ไม่ได้สั่งสอนให้เรามีอาชีพอะไร ไม่ได้พยายามให้เราหาเงินได้เอง”

(หวาน, สัมภาษณ์ 25 ธันวาคม 2560)

- **เมื่อเจอคนใหม่ที่ให้ความมั่นคงทางความสัมพันธ์ได้มากกว่า** พริตตี้จะเลิกความสัมพันธ์กับชายคนเก่า และเลือกสร้างความสัมพันธ์กับชายคนใหม่ เมื่อเปรียบเทียบแล้วพบว่าชายคนใหม่สร้างความพึงพอใจให้กับตนในระยะยาวได้มากกว่า เช่น หากชาย 2 คนมีฐานะทางเศรษฐกิจที่ใกล้เคียงกัน พริตตี้จะเลือกชายที่มีความสัมพันธ์แน่นอนกับตนเพียงคนเดียว มากกว่าที่จะเลือกชายที่มีความสัมพันธ์กับหญิงหลายคน

“แค่รู้สึกว่าคนนั้นเขามีครอบครัวแล้ว และเราไม่ได้สานสัมพันธ์ไปได้มากกว่านี้ได้แล้ว คุณมีอนาคตกับคนนี้มากกว่า”

(หวาน, สัมภาษณ์ 25 ธันวาคม 2560)

### 4.3.2 วิธีการทำงาน

เมื่อพริตตี้เข้าสู่อาชีพหรือการทำงาน การจะดำรงตนให้อยู่ในอาชีพนี้ได้อย่างปลอดภัย จำเป็นต้องอาศัยความรู้เท่าทันในหลายประการ เนื่องจากการอยู่ในอาชีพนี้ มิใช่เพียงแต่จะเข้ามาเพื่อหารายได้และจะสามารถอยู่รอดปลอดภัยได้ แต่จะต้องมีความสามารถในการปรับตัวนับตั้งแต่เริ่มเข้ามาทำงานจนกระทั่งเตรียมตัวออกจากอาชีพนี้ไป โดยวิธีการทำงานที่จะทำให้พริตตี้สามารถดำรงอยู่รอดในสังคมของพวกเธอ สามารถจำแนกออกเป็นด้านต่าง ๆ ได้ดังนี้

#### • ช่องทางการเข้าถึงงานเมื่ออยู่ในอาชีพ

เมื่อเข้าสู่การทำงานในอาชีพพริตตี้แล้ว พริตตี้จะเปลี่ยนช่องทางการเข้าถึงงานจากตัวกลางหรือสื่อกลางอื่นที่แตกต่างไปจากเมื่อครั้งที่พวกเธอยังไม่ได้เข้าสู่อาชีพ โดยก่อนที่พวกเธอจะเข้าสู่อาชีพ ผู้ที่มีอิทธิพลในการแนะนำงานหรือชักนำเข้าวงการ มักมาจากคนใกล้ชิด อาทิ เพื่อนสนิท ญาติ หรือลูกพี่ลูกน้อง โดยช่องทางการเชื่อมต่อพริตตี้กับรูปแบบงานต่าง ๆ เมื่อเข้าสู่วงการ ได้เปลี่ยนผ่านมาสู่ช่องทางหรือรูปแบบต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1) **เพื่อนพริตตี้** พริตตี้ จะมีความสัมพันธ์กับเพื่อนพริตตี้ในรูปแบบผลประโยชน์ต่างตอบแทน ซึ่งมีลักษณะการส่งงานหรือแนะนำงานให้กับเพื่อนพริตตี้ด้วยกัน โดยหวังว่าเมื่อเพื่อน พริตตี้ที่ทำงานในรูปแบบเดียวกับตนมีงานในลักษณะเดียวกัน ก็จะส่งงานหรือแนะนำงานให้ตนเช่นกัน ความสัมพันธ์โดยอาศัยเพื่อนพริตตี้ที่เคยเห็นหน้ากัน หรือเคยร่วมงานกันในงานรูปแบบเดียวกันนี้ ได้สร้างความรู้สึกลดภัยให้กับพริตตี้ที่ได้รับการแนะนำ เนื่องจากพริตตี้ทุกคนต่างพูดเป็นเสียงเดียวกันว่า วงการพริตตี้มันแคบ ใครทำอะไรไม่ดี ก็จะมีเรื่องถึงกันหมด หนึ่งในรูปแบบการอาศัยเพื่อนพริตตี้ด้วยกันเป็นช่องทางในการเข้าถึงงาน จึงถือเป็นรูปแบบที่ปลอดภัยและไว้วางใจได้มากที่สุดของพริตตี้ อย่างไรก็ตามของน้องไบเฟิร์น จะตั้งลิมิตไว้ว่าจะรับลูกค้าฟิวแฟนแค่จับมือ ก็จะได้ลูกค้าที่แค่นั้นจริง ๆ เพราะเพื่อนที่รับจะรู้ลิมิตว่าเราจะรับแค่ไหน ดังนั้น วิธีการวางตัวจึงเป็นเงื่อนไขสำคัญตั้งแต่ก่อนรับงาน

“เงื่อนไขของเฟิร์นคือถ้าบอกว่าฟิวแฟน จำกัดแค่จับมือนะ คุณก็จะอยู่ได้แค่จับมือ ถ้าถามว่ามีมารมาล้วงเฟิร์นก็สบายเลย ไม่รับ”

(ไบเฟิร์น, สัมภาษณ์ 29 ธันวาคม 2560)

2) **โมเดลลิ่ง** พริตตี้จำนวนไม่น้อย อาศัยช่องทางการเข้าถึงงานโดยการแนะนำหรือการติดต่อเข้ามาของโมเดลลิ่ง หรือศัพท์ที่พริตตี้เรียกกันว่าส่งงาน “แคส” ซึ่งในการส่งแคสงานแต่ละครั้ง พริตตี้ก็จะต้องส่งประวัติอย่างย่อพร้อมทั้งรูปถ่าย โดยทั้งประวัติและรูปถ่ายที่ส่งไปแคสงานในแต่ละงาน จะมีลักษณะขึ้นอยู่กับรูปแบบงานนั้น ๆ เช่น หากงานนั้นเป็นงานทางการที่ไม่ได้เน้นโชว์วาทะหรือเปิดเผยเรือนร่างมาก พริตตี้ก็จะส่งประวัติการทำงานในประเภทงานทางการที่ตนเคยทำ อีกทั้งรูปถ่ายที่ส่งแนบไป ก็จะเป็นรูปถ่ายที่มีลักษณะทางการเช่นกัน แต่เนื่องจากการรับงานผ่านโมเดลลิ่งมักถูกโกงค่าตัว การรับงานผ่านช่องทางนี้ จึงได้รับความนิยมน้อยลงมาเมื่อพริตตี้เข้าสู่วงการและพริตตี้มีความรู้ในช่องทางอื่นมากขึ้นแล้ว



“สมมติหนูทำ 3 วัน ทำงานในท้อปส์ ไปยื่นพริตตี้ มันต้องรอเบิกจ่าย ต้องส่งสมุดบัญชี บัตรประชาชน แล้วถ้าเกิดไม่รู้จัก โอกาสเงินไม่ได้สูง”

(ปลา, สัมภาษณ์ 28 ธันวาคม 2560)

เมื่อพริตตี้เข้าสู่วงการและมีความชัดเจนในลักษณะของงานที่ตนจะเลือกรับแล้ว การรับงานจากโมเดลลิ่งก็จะลดน้อยลง เนื่องจากข้อตกลงที่อาจไม่ตรงกันเมื่อพริตตี้ต้องออกไปสู่นางาน

“ถ้าเป็นโม หรือออกาไนซ์ เฟิร์นไม่เสียงรับดีกว่า เหมือนเราเซฟตัวเองด้วย ถ้าเกิดว่าเรารับมั่วซั่ว เวลาที่มันเกิดเหตุหน้างานขึ้นมา เราไปโทษใครไม่ได้ เพราะว่าอะไรหลายอย่าง สมมติงานทั่วไปที่เรารับ เรามันเท่านั้นแล้วเงื่อนไขมันเท่านั้น โอเคตอนที่เรารับ เราสมเหตุสมผลกับเงื่อนไขของเขา เรายอมรับ แต่พอมาถึงหน้างาน สมมติเราไปดิวงเองเราพูดอะไรกับใครไม่ได้ ว่ายังงี้ เป็นแบบนี้ได้ยังงี้ อะไรแบบนี้ เราจะไปว่าลูกค้าก็ไม่ได้ด้วย”

(ไบเฟิร์น, สัมภาษณ์ 29 ธันวาคม 2560)

นอกจากนี้ยังพบว่า งานจากโมเดลลิ่งนั้น สามารถมีได้ในทุกลักษณะ

“ในบรอดงานมันมีहाสาวชิง แต่ไม่ได้ทำไปทานข้าว ขอหาแบบมีอะไรด้วย ถ้าหาแบบชิง ๆ มีบางคนก็ให้หลายหมื่น จนไปถึงแสนเลยก็มี ถ้าเปิดชิงจริงแต่เขาก็จะมีพาไปตรวจร่างกายก่อน”

(เข็ม, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

**3) ออกาไนเซอร์** พริตตี้ส่วนใหญ่มักคุ้นเคยกับบริษัทออกาไนซ์หรือฝ่ายจัดซื้อจัดจ้างของบริษัทต่าง ๆ เป็นอย่างดี เนื่องจากเมื่อทำงานจนมีประสบการณ์ถึงช่วงระยะเวลาหนึ่ง ก็จะเริ่มมีการจ้างงานจากผู้จัดหรือบริษัทต่าง ๆ พริตตี้ที่ทำงานได้เป็นที่น่าพึงพอใจแก่ลูกค้า ก็มักจะได้รับการติดต่องานเข้ามาซ้ำ และได้รับการจ้างงานใหม่ ๆ ต่อไป แต่การรับงานจากออกาไนซ์ ก็ยังมีข้อเสียคือ โดนโกง ลักษณะคล้ายการรับงานผ่านโมเดลลิ่ง พริตตี้ส่วนใหญ่จึงต้องมีวิธีการเลือก

“ถามว่ามันมีโอกาสเสี่ยงไหม เสี่ยง ถ้าต้องเอาที่เลือกที่แบบว่าออกาไนซ์ที่มันคง ต้องมีคนที่รู้จัก คือดูความมั่นคง ถ้าคนเยอะ ดูน่าเชื่อถืออะไรแบบนี้ ดูคนทำงานในวงการเดียวกันเป็นหลักด้วย”

(ปลา, สัมภาษณ์ 28 ธันวาคม 2560)

**4) อินเทอร์เน็ต** ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตนับเป็นช่องทางที่พริตตี้ใช้ในการสื่อสารและเป็นช่องทางหลักในการเลือกรับงาน เนื่องจากความสะดวกและรวดเร็วฉับไว โดยสื่อที่พริตตี้ใช้เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตเพื่อติดต่อกับลูกค้าเป็นหลัก ได้แก่ Social Media อาทิ Line, Facebook ซึ่งมีอิทธิพลต่อวงการ พริตตี้อย่างมากในปัจจุบัน นอกจากนี้ ลูกค้าประจำ ยังสามารถใช้ช่องทางที่สามารถติดต่อส่วนตัวได้โดยตรงเช่นนี้ ในการติดต่อกันไปยังพริตตี้ที่ตนพึงพอใจโดยไม่ต้องผ่านนายหน้าอย่างเช่นในอดีตได้อีกด้วย

- ทักษะที่สำคัญในการทำงาน

คุณสมบัติหรือคุณลักษณะสำคัญ 3 อันดับแรก ที่ปริตตีให้ความเห็นตรงกันว่ามีค่าสำคัญมากที่สุดต่อการทำงานปริตตี ได้แก่

**อันดับ 1 การวางตัวให้เหมาะสมกับลูกค้า** ปริตตีทุกคนให้ความสำคัญกับการวางตัว และการมีที่ท่าในการตั้งรับและการตอบสนองกลับต่อลูกค้าอย่างมาก โดยปริตตีทุกคนกล่าวตรงกันว่า ไม่ว่าการทำงานในรูปแบบใด ลูกค้าจะสามารถเข้ามาแตะเนื้อต้องตัวหรือลวนลามทางสายตาได้ ก็ต่อเมื่อเราได้มีการวางที่ท่าที่เอื้อต่อการกระทำนั้น โดยปริตตีในกล่าวในลักษณะที่ว่า “หากปริตตีวางตัวเช่นไร ก็มักจะได้เจอลูกค้าเช่นนั้น”

“กวางว่ามันอยู่ที่เราว่าจะให้เขา ถ้าให้เขาแต่แรก เขาก็จะชินแบบนั้น ก็จะทำตลอด แต่ถ้าเราไม่ให้แต่แรก เขาก็จะชินว่าเด็กคนนี้นั้นไม่ได้เขาก็จะรู้ว่าคนไหนได้หรือไม่ได้”

(กวาง, สัมภาษณ์ 20 ธันวาคม 2560)

“การจะถูกมองดีหรือไม่ดี อยู่ที่การวางตัว มันอยู่ที่เราจะทำตัวเรา กับคนในวงการเขาจะทำตัวให้คนอื่นเขามองยังไง”

(เข้ม, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

“หนูสังเกตแล้วมันอยู่ที่การวางตัว ว่าคุณจะวางตัวยังไงกับลูกค้า คุณจะวางตัวยังไง สมมติถ้าคุณอยู่ดี ๆ คุณวางตัวโดยที่ทิ้งไปเลยหมดทุกอย่าง ลูกค้าเขาก็จะ เฮ้ย อีนี้ได้แล้วนะ ง่าย ๆ สบาย แต่ถ้ามองวางตัวนิ่ง ๆ ตั้งแต่แรก เหมือนลูกค้าเขาก็จะดูว่าผู้หญิงคนนี้เป็นยังไง ร้อยทั้งร้อยเขาก็ต้องสังเกตว่า เฮ้ย ผู้หญิงคนนี้เป็นยังไง อะไรแบบนี้ เขาก็ต้องสังเกตเราก่อน”

(ส้มจี๊ด, สัมภาษณ์ 22 ธันวาคม 2560)

“อะไรที่เราเลี้ยงได้เราก็เลี้ยง ถามว่าเอาเป็นจริง หนึ่งใน การแต่งตัวมันก็เกี่ยวข้องเหมือนกัน ถ้าเราไม่ยอมให้เขามองเรามาก เราก็อยากใจจวนมันเกินราคา”

(ใบเฟิร์น, สัมภาษณ์ 29 ธันวาคม 2560)

การวางตัวให้เหมาะสมกับบทบาทและหน้าที่ของงานนั้นจำเป็นมาก แม้กระทั่งการทำงานเอ็นที่ ต้องรู้ว่าเอ็นอย่างไรถึงจะพอดี และอาจจำเป็นกว่าความสวย

“ลูกค้าก็บอกเขาก็สวยนะ แต่เอนเตอร์เทนไม่ค่อยโอเคเลย”

(ฟ้า, สัมภาษณ์ 27 ธันวาคม 2560)

“มันมีคนที่แบบก็พยายามนำลูกค้า พยายามจะไปหอมแก้ม แล้วก็โดนลูกค้าถีบ”

(ฟ้า, สัมภาษณ์ 27 ธันวาคม 2560)

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากวางตัวแพง ก็จะได้ค่าตัวที่แพง อย่างน้องชิน ทานข้าวได้ครั้งละ 5,000-10,000 บาท โดยใช้เวลาทานข้าวแค่ 2 ชั่วโมง

“งานทานข้าวมันจะเป็นประมาณนี้ แต่อย่างที่บอกเราสามารถเลือก เราต้องเลือก เราเลือกที่จะเป็นได้ เราเลือกที่จะวางตัวได้”

(ชิน, สัมภาษณ์ 29 ธันวาคม 2560)

“บางคนถ้าเป็นงานทานข้าวจะต้องดูลูกค้า ลูกค้าประเภทนี้คุยเก่งไหม ถ้าคุยเก่ง เราก็จะคุยเก่ง แต่ถ้าเป็นลูกค้าประเภทขี้น เหมือนกับแค่ต้องการให้มานั่งกินข้าวจริง ๆ หรืออะไรอย่างนี้ เราก็จะนิ่ง แล้วเขาจะถามว่า นี่ ทำบ่อยใช้ไหมเนี่ย งานอย่างนี้ เราก็บอกเปล่าๆ เค้าก็จะสงสัยแล้วถามว่า แล้วทำไมวางตัวนิ่ง”

(ชิน, สัมภาษณ์ 29 ธันวาคม 2560)

**อันดับ 2 ความสวยงามของรูปร่างหน้าตาและการพูด** เมื่องานพิธีดีทุกประเภทต่างต้องใช้ความสวยงามเป็นสัญลักษณ์สำคัญไม่ว่าจะเพื่อแทนตัวสินค้า หรือเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า พิธีดีต่างได้ให้ความเห็นตรงกันว่า ความสวยงามของรูปร่างหน้าตาและทักษะการพูด ล้วนเป็นสิ่งจำเป็นในอันดับถัดมา ซึ่งจะเห็นได้จากการที่พิธีดีจำนวนมาก ยังคงต้องเสียค่าใช้จ่ายไปกับการทำศัลยกรรม หรือเติมแต่งจุดต่าง ๆ ที่ยังบกพร่องไปจากมาตรฐานความสวยงามในแบบที่เป็นที่นิยมในสังคม ในกรณีของพิธีดีบางรายที่เข้าวงการตั้งแต่วัยเยาว์แต่ยังไม่ศัลยกรรม แต่สุดท้ายก็ต้องทำ เนื่องจากไม่มีงาน เพราะเมื่อส่งงานไปแคสก็ไม่มีผ่าน พบว่าโมเดลลิ่งเลือกแต่คนหน้าศัลยกรรม

“ตอนนั้นหงุดหงิด จริง ๆ เป็นคนไม่ชอบศัลยกรรมเลย เห็นโม...เรื่องนี้แหละ เอาแต่หน้าศัล ๆ หงุดหงิด ทำก็ได้โทรไปจองเลย เห็นเลือกเด็กแต่ละคน เอาแต่หน้าศัลยกรรม ทำมาหลังจากนั้นก็มึนงานทุกวันเลย ครึ่งเดือนก็ได้ทุนคืนแล้ว”

(ไอซ์, สัมภาษณ์ 28 ธันวาคม 2560)

“ชินว่าคุณมีบุคลิกที่ดี ใคร ๆ ก็ทำได้ คุณมีลักษณะรูปร่างที่โอเคคุณก็ทำได้ แต่ว่า MC มันเพิ่มสกิลขึ้นมาหน่อยนึง คุณจะต้องทำให้มันมีอีกประการพูด คุณต้องฝึก”

(ชิน, สัมภาษณ์ 29 ธันวาคม 2560)

**อันดับ 3 ความมั่นใจและความกล้าแสดงออก** ซึ่งมักจะต้องแสดงออกผ่านบุคลิกภาพที่สง่างาม โดยเหล่า พิธีดีให้ความสำคัญเป็นอันดับสาม เมื่อต้องมีการแนะนำหรือนำเสนอสินค้า พิธีดีต่างจะต้องใช้ท่วงท่าและลีลาการแสดงออกซึ่งความมั่นใจ โดยเฉพาะในงานที่ต้องมีการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าอยู่เสมอ ความมั่นใจและความมีไหวพริบ จะช่วยให้พวกเขาสามารถทำหน้าที่ได้อย่างดี และสามารถบรรลุการทำงานได้

“แก้สถานการณ์ได้ คุณเป็นพิธีดีเจอลูกค้าร้อยพ่อพันแม่ ไม่รู้จะเหวี่ยงอะไรตอนไหน ต้องแก้สถานการณ์ให้ได้ คุณต้องปรับอารมณ์ลูกค้าให้ได้ ลูกค้าร้อนมาคุณต้องเอาน้ำเย็นเข้าหา คุณต้องทำน้ำร้อนให้เป็นน้ำเย็นให้ได้ หนูคิดว่ามันแหละคือมีอาชีพ แต่ถ้ายังเจอลูกค้าเหวี่ยง แล้วเหวี่ยงกลับ นี่ไม่ใช่”

(สัมพันธ์, สัมภาษณ์ 22 ธันวาคม 2560)

- เทคนิคในการทำงานเมื่อเข้าสู่วงการฯ

1. การเทรนดจากโมเดลลิ่งหรือนายหน้า ได้แก่ การโกหก

“เขาบอกว่า ให้เราบอกว่ายังไม่เคยมีแฟน ใช่ ต้องโกหก”

(เข้ม, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

หรืออแอกไนซ์ ก็จะมีข้อห้ามที่บอกว่าห้ามมีแฟน

“งานที่เราจะต้องได้ทิปจากลูกค้า อย่างงานกลางคืน เขาก็จะเหมือนว่า ถ้าลูกค้าถามว่ามีแฟนแล้วหรือยัง ก็ให้บอกว่ายังไม่มีอะไรอย่างนี้”

(ไบเฟิร์น, สัมภาษณ์ 29 ธันวาคม 2560)

- 2) การฝึกฝนวิธีพูดจากประสบการณ์การทำงานของตนเอง ได้แก่ การพูดให้ดูน่าสงสาร, การพูดจาอ่อนหรืออ่อนหวาน

“เวลาเราบอก เราต้องบอกว่าเรากำลังเรียนอยู่ ปีสุดท้าย เพิ่งจบ หาเงินค่าเทอมค่ะ มันจะได้ดูน่าเอ็นดู ไม่ใช่บอกว่าทำมานานแล้วค่ะ แบบนี้จะจ้างไหม มันดูกร้านโลก และต้องทำงานหาเงินเองด้วยแล้วนี่ ไม่ต้องแล้วนี่ พี่ไปจ้างเด็กดีกว่า เหมือนว่าอายุเยอะแล้ว ดูไม่น่าสงสาร หาเงินเป็นแล้ว”

(หวาน, สัมภาษณ์ 25 ธันวาคม 2560)

“บางคนได้เป็นหมื่นเลยนะคะ พี่คนที่ 2 หนึ่งคะ แต่ต้องอ่อน ๆ โห แล้วมันต้องอ่อนยังไง อ่อนไม่เป็น”

(เข้ม, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

“เรียกที่รัก ถ้าเจอกันหลาย ๆ ครั้งก็จะเรียกที่รัก ที่รัก ที่รัก แต่ถ้าไปเจอครั้งแรก ก็เรียก เค้ากับตัวเอง”

(กว้าง, สัมภาษณ์ 20 ธันวาคม 2560)

จากการศึกษาพบว่า ความแตกต่างของคำเรียกว่า “ที่รัก” ที่มีต่อแฟนที่แท้จริงของตน จะเป็นคำเรียกจากความรู้สึกที่แท้ ในขณะที่เมื่อเข้าสู่การทำงาน พริตตี้จะสามารถแยกคำเรียกเหล่านี้ออกมาทำตามหน้าที่ คือเรียก “ที่รัก” ต่อลูกค้า ในฐานะที่เป็นสัญลักษณ์ทางภาษาที่สร้างความผ่อนคลายหรือรู้สึกดีต่อลูกค้าเท่านั้นเอง

“ลูกค้าก็แค่เรียกเงิน ๆ แต่แฟน เวลาบอกรัก มีบอกรักลูกค้าเหมือนกัน บอกรักแฟนก็คือใช้ความรู้สึกบอก ถ้าบอกรักลูกค้าใช้คำพูดบอก เราก็ไม่รู้รู้สึกอะไร อาจจะแค้นรู้สึกดีกับเขาที่เขาให้เงินเราดูแลเรา แต่ไม่ใช่คำว่ารัก เรารักไม่ได้ น่าจะต่าง...ต่างกัน แฟนก็รู้”

(กวาง, สัมภาษณ์ 20 ธันวาคม 2560)

ลักษณะการเรียกเช่นนี้ สะท้อนให้เห็นถึงภาษาอันเป็นสัญลักษณ์หนึ่งเท่านั้น เช่นเดียวกับคำเรียกว่า “แฟน” ของสาว ๆ ในวงการพริตตี้ จะเป็นการเรียก “เสีย” ที่เข้ามาขอเลี้ยงดูพวกเขา และ เป็นภาษาที่ในวงการเท่านั้นที่จะรู้ ในฐานะที่เป็นภาษาเดียวกัน

• **เทคนิคการเอาตัวรอด** โดยเฉพาะการทำงานพริตตี้ในรูปแบบที่เป็นส่วนตัว เช่น งานทานข้าว งานเ็นเตอร์เทนเมนต์ พริตตี้จะต้องมีไหวพริบและทักษะการเอาตัวรอดที่สูงมาก อย่างกรณีของน้องส้มจี๊ดในงานทานข้าว

“ใช้วิธีใจดีสู้เสือ ถึงจะคุยยังไง ก็ต้องยิ้มไว้ก่อน และต้องคอยสังเกตว่าข้างหลังเป็นยังไงบ้าง รอบตัวเขามีอะไรหรือเปล่า แต่เราไม่ได้สังเกตแบบโจ่งแจ้ง แต่เราต้องคอยสังเกต ต้องมีเทคนิคของตัวเอง หันไปมองสังเกตเป็นยังไง ไม่ทำให้เขารู้ตัว”

(ส้มจี๊ด, สัมภาษณ์ 22 ธันวาคม 2560)

แม้กรณีที่สนิทสนมคุ้นเคย จนกระทั่งไปต่างจังหวัดด้วยกันได้ วิธีเอาตัวรอดเมื่อต้องไปกับลูกค้าสองต่อสอง จากการศึกษาพบว่า วิธีที่ดีที่สุด คือการแสดงเจตจำนงชัดเจนหรือการพูดตรง ๆ

“ถ้าสนิทระดับหนึ่งแล้วเราก็พูดตรงๆ ไม่ได้ขายนะพี่”

(ฟ้า, สัมภาษณ์ 27 ธันวาคม 2560)

เช่นเดียวกับที่หากสนิทกับลูกค้ามากถึงขั้นอยากเลี้ยงดู แต่ไม่อยากเสียตัว ก็จะมีเทคนิคและวิธีการที่เข้มข้นขึ้นไป

“ทำไม่ถึงเขาไม่ได้เรา เราก็จ้างเพื่อนมาอยู่เป็นเพื่อนวันละ 300 เหมือนจ้างใหม่มาอยู่เป็นเพื่อนทุกวัน ไปไหนไปด้วยกัน ถามว่าใครจะกล้าบ้าทำอะไร เกิดเพื่อนมันเปิดประตูเข้ามา เพราะบอกเพื่อนไว้แล้วว่ามึงห้ามไปไหนไกลเกิน 3 เมตร”

(ปลา, สัมภาษณ์ 28 ธันวาคม 2560)

ทั้งนี้ การสั่งสมประสบการณ์ในวงการฯ จำเป็นต้องมากพอ เพื่อที่จะสามารถดำรงตนให้อยู่รอดได้

“หนูทำงานกลางวัน แล้วค่อย ๆ มาทำกลางคืน เหมือนเยอะขึ้นเรื่อย ๆ ไม่ได้มาแบบสายกลางคืนเลย ถ้าเราไปแบบสายกลางคืนเลย ก็คงเอาตัวรอดไม่ได้”

(ไอซ์, สัมภาษณ์ 28 ธันวาคม 2560)

แม้แต่ในลักษณะของงานอินเทอร์เน็ต ซึ่งก็ถือว่าเป็นงานแรง และเป็นงานที่มีความสุ่มเสี่ยงต่อการถูกล้วงเกินทางเพศ เทคนิคการเอาตัวรอดจึงเป็นเรื่องที่จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องฝึกฝนให้มีความเชี่ยวชาญและแนบเนียนเช่นกัน

“ส่วนใหญ่จะเดิน แกล้งเมา”

(กวาง, สัมภาษณ์ 20 ธันวาคม 2560)

“เราก็ค่อนข้างเซฟตัวเอง เราก็เข้าไปคีย์เพลง ร้องคาราโอเกะ พยายามเอาตัวเองไม่ใกล้เขามาก”

(ฟ้า, สัมภาษณ์ 27 ธันวาคม 2560)

“มอมเหล้า แล้วรีบกลับ”

(ลูกเกต, สัมภาษณ์ 27 ธันวาคม 2560)

“หนูก็ดีแล้วไว้ก่อน ชื่อ ๆ ลูกค้าก็ชอบ”

(ปลา, สัมภาษณ์ 28 ธันวาคม 2560)

“ถ้าลูกค้ากินเหล้าเยอะ ก็อมเหล้าเพียวไว้ ก็จะบ้วนใส่แก้วน้ำเปล่า พอมันเยอะเราก็เอาแก้วน้ำเปล่าไปเปลี่ยน”

(ไอซ์, สัมภาษณ์ 28 ธันวาคม 2560)

• **วิธีการจัดการลูกค้ายลวง** ซึ่งวิธีการก็จะแตกต่างกันออกไปตามลักษณะของงาน อย่างเช่น ในงาน MC พริตตี้จะใช้ไม้ค้ำซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่อยู่ในมือประกอบการพูดจัดการกับลูกค้ายลวงได้เป็นหลัก

“แหวแบบขำ ๆ ดูแต่ตา...มืออย่าต้องนะคะพี่”

(เข็ม, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

โดยบรรทัดฐานในสังคมการทำงานของพริตตี้จะพบว่า พริตตี้จะไม่มีสิทธิ์พูดว่าอะไรลูกค้าได้เลย

“เพราะว่ามันเป็นอาชีพยืนยิม ยืนสวย เขาก็จะมีมาทะเลมเรา ประมาณว่าพี่อยากได้เครื่องจักรเครื่องนี้เดี๋ยวพี่ซื้อพริตตี้ไปด้วยได้ไหม เราก็จะ...หุย...พี่ พริตตี้ เอาหนูไปไม่มีประโยชน์หรอกคะ เอาเครื่องไปสาชาติแล้ว”

(ไบเฟิร์น, สัมภาษณ์ 29 ธันวาคม 2560)

“บางทีก็มีคล้าย ๆ เหมือนจะโอบ ประมาณว่า เนี่ยพี่ เป็นอาชีพหนึ่งที่เหมาะเป็นข้าราชการอยากเป็นคุณนายไหม ซึ่งแบบ...ไม่เฟิร์นก็ยิ้ม ไม่หละคะพี่ หนูสะดวกแบบนี้”

(ใบเฟิร์น, สัมภาษณ์ 29 ธันวาคม 2560)

ในขณะที่หากเป็นงานเอ็นเตอร์เทนต์ พริตตี้ก็ต้องมีความพริ้วไหวกว่านั้น

“ถ้าจะโดนลวนลามก็จับลูกค้ำเดิน แบบเหมือนเอามือมาจะจับนม หนูก็จับเดินเลย”

(ไอซ์, สัมภาษณ์ 28 ธันวาคม 2560)

#### • การรักษามาตรฐานการทำงาน

พริตตี้ส่วนใหญ่รู้ว่า การจะสามารถทำงานอยู่ในวงการหรืออาชีพนี้ได้ยาวนาน จะต้อง มีมาตรฐานการทำงานที่ดี เพราะนอกจากจะทำให้พริตตี้ได้รับการยอมรับจากผู้จ้าง ลูกค้ำ หรือเพื่อนๆ ร่วมอาชีพของตนแล้ว การรักษาชื่อเสียงที่ดีให้กับตนไว้ ยังเป็นเหมือนเครื่องการันตีรายได้ที่จะเกิดขึ้นต่อไปในอนาคต โดยมาตรฐานในการทำงานที่พริตตี้ให้ความสำคัญเป็นหลัก ได้แก่ การตรงต่อเวลา โดยเฉพาะพริตตี้ MC ที่ควรไปก่อนเวลาเริ่มงาน 30-45 นาทีเสมอ เพื่อบริฟสคริปและเช็คความเรียบร้อยของเครื่องแต่งกาย, การไม่ Cancel งานที่รับไว้ก่อนเมื่องานที่ติดต่อมาภายหลังให้ค่าจ้างมากกว่า เนื่องจากวงการพริตตี้เป็นวงการที่แคบ หากทำเช่นนี้จะทำให้สูญเสียความน่าเชื่อถืออย่างมาก, การไม่ใช่เครื่องมือสื่อสารหรือโทรศัพท์ระหว่างการทำงาน ไม่ว่าจะเป็นการ Live หรือการ Chat ใน Social Media

“เมื่อแฟนจ้างให้หยุดงาน หวานก็ต้องดูเหตุผลก่อน ถ้าสมมติว่างานนี้มันเป็นงานของเรา เราต้องทำงานติดต่อกัน เราคอนเฟิร์มไปแล้ว มันยกเลิกไม่ได้ มันเสียเครดิต”

(หวาน, สัมภาษณ์ 25 ธันวาคม 2560)

โดยพริตตี้จะถือว่า นี่เป็นจรรยาบรรณในการทำงาน

“มันจะไม่วุ่นวายกับชีวิตเรา ถ้าสมมติว่าเราเปลี่ยนไปเปลี่ยนมาเราก็จะรู้เอง เราก็ต้องไปบอกเขาว่า “พี่คะหนูทำไม่ได้” ซึ่งไปรับที่ใหม่...ถ้าเขารู้ มันต้องรู้อยู่แล้วในวงการนี้ ยิ่งงั้นมันก็ต้องรู้ อย่างน้อยก็ต้องมีการโพสต์ภาพ และเขาก็จะรู้ “แค่นๆ งานกูเพื่อไปรับอีกงานนึง รับเยอะกว่าหละสิ” เขาก็จะไม่ให้งานเราอีก”

(หวาน, สัมภาษณ์ 25 ธันวาคม 2560)

แม้กระทั่งความเป็นมืออาชีพในการจัดการอารมณ์ก็เป็นอีกมาตรฐานสำคัญในการทำงาน

“อีกอย่างนึ่งก็อารมณ์ อารมณ์ MC ต่อให้ทะเลาะกับที่บ้านมา หมาตาย แมวป่วย ยังไงก็ตาม ถ้า Entertain คุณต้อง Entertain เฟิร์นก็เคย ตอนกลางคืนทะเลาะกับแฟนหนักมาก ตาแบบมีตอล्लीอายุไปเลยไม่ต้องแต่ง พี่มา...เฟิร์นก็ต้องแบบเอ็นเตอร์เทนสุด ๆ คนเยอะ ๆ เราก็ต้อง Entertain ให้ได้ ต้องลืมไปเลยว่าฉันมีเรื่องอะไรคาใจ ไม่งั้นมันจะแสดงออกทางน้ำเสียงเรา ทางลักษณะของเราเลยว่าคุณไม่สบายใจอยู่นะ เราก็ต้องตัดให้ได้ แล้วเราจะทำงานกับมันได้ ก็ต้องสนุกกับมันตลอดเวลา บางคนก็มองว่า MC เหมือนคนบ้า”

(ใบเฟิร์น, สัมภาษณ์ 29 ธันวาคม 2560)

เมื่อพริตตี้พยายามรักษาบทบาทหน้าที่ ว่าตนคือพริตตี้ ไม่ใช่ผู้หญิงขายบริการ เหล่าพริตตี้ก็จะมีแนวคิดและวิธีเพื่อให้ตนเองไม่พลาดพลั้งไปสู่การขายบริการทางเพศที่น่าสนใจ

“หนูเชื่อสุภาพสตรีที่เขาบอกว่า ‘มีครั้งแรก ก็ต้องมีครั้งที่สอง’”

(ส้มจี๊ด, สัมภาษณ์ 22 ธันวาคม 2560)

ดังจะเห็นได้ว่า ความคิด ความเชื่อ คำสอน อันเป็นผลมาจากโครงสร้างส่วนบนของสังคมไทย นั้น ได้แฝงฝังอยู่ในวิถีคิด กลายมาสู่วิถีปฏิบัติ หรือแนวพฤติกรรมของพริตตี้ต่อไป

“พ่อสอนตลอดทำอะไรให้รู้ตัวตนเอง เราทำงานพริตตี้คือพริตตี้ พริตตี้ไม่ได้ขายห\* พ่อจะเป็นคนพูดตรง ๆ”

(ลูกเกต, สัมภาษณ์ 27 ธันวาคม 2560)

คำสอนดังกล่าว ก็มีโอกาสผลิตซ้ำ และส่งต่อเป็นทุนปัจเจกบุคคลอย่างเพื่อนสนิท ดังเช่นกรณีของลูกเกตที่มีต่อฟ้าเช่นกัน

“เราพูดกับฟ้าเสมอว่า ดีช่วยอยู่ที่ตัวทำ...รู้ทุกอย่าง อันไหนผิด อันไหนดี มันอยู่ที่จิตใจเรา”

(ลูกเกต, สัมภาษณ์ 27 ธันวาคม 2560)

- **มาตรการการลงโทษหากทำผิดบรรทัดฐานของวงการฯ**

- **ในกลุ่มเพื่อนพริตตี้ด้วยกัน**

“line ค่ะ ประจําในบอร์ด อันนี้ก็ตั้งแต่ปี Blackberry แบบมีรูปคาดลายน้ำว่า อย่าให้งานเด็กคนอื่นอีก นัดไว้แล้วไม่ไป เหมือนตัดแขนตัดขาเลย”

(หวาน, สัมภาษณ์ 25 ธันวาคม 2560)

“เคยมี เคสหนักหนา ไม่ใช่เคสแบบประจํา นางดูถูกคนอื่นแบบว่าไม่สวย ทำงานไม่ดี ทั้งที่ตัวนางไม่มีอะไรเลย คนก็พากันตั้งกลุ่มแล้วก็เกลียด เวลานางบรอดงานว่าขอสวย สวยเทพจริง ๆ ไม่สวยอย่ามาส่ง อย่ามโน...อะไรต้องขนาดนั้น สมัย BB นางก็จะแก้ตัวเองหนีหายจากวงการไป 3 เดือนไปบวช กลับมาทุกคนก็จะให้โอกาส”

(หวาน, สัมภาษณ์ 25 ธันวาคม 2560)

แม้แต่ความเป็นพรรคพวกหรือเป็นพวกเดียวกัน ก็สำคัญอย่างยิ่งในการจัดกลุ่มการทำงาน ของพริตตี้



“มีแบ่งแยก...แบบเพื่อนกลุ่มเดียวกัน ที่เน้นแบบโซว เน้นงานแรง ๆ แบบล้างรถ เขาก็จะอยู่ด้วยกันของเขา อยู่ด้วยกันเป็นกลุ่ม แล้วเขาก็จะบรอดงานให้กันเอง ดูบางคนทีแบบ...อย่างเข้มเคย โดนให้ออกจากกลุ่มเหมือนกัน เพราะว่าบรอดงานอะไรไปก็ไม่ทำสักอย่าง”

(เข้ม, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

○ **กรณีนายจ้าง**

หากเป็นการส่งภาพแคสมาไม่ตรงกับตัวจริง ตามภาษาในวงการฯ ว่า “ไม่ตรงปก” ก็จะมีมาตรการการลงโทษตั้งแต่หักเงินไปจนกระทั่งถึงไล่ออก

“ถ้าคนโหด ๆ จะให้กลับเลย ไม่จ่ายเลยเพราะถือว่าโกหก”

(กว้าง, สัมภาษณ์ 20 ธันวาคม 2560)

“หักแบบแล้วแต่...น้องติดโทรศัพท์ พี่หัก 500 ก็จะถูกกันตรงตรง หรือถ้าลูกค้าไม่โอเค น้องติดโทรศัพท์อีก cancel เลยทั้งหมด ไม่ต้องมาทำแล้ววันนี้วันสุดท้าย”

(หวาน, สัมภาษณ์ 25 ธันวาคม 2560)

หากพริตตีมีนามสกุลทำผิดสัญญาหรือข้อตกลง

“ส่วนใหญ่จะเตือนก่อน แต่ถ้ายังมีอีกเขาก็จะฉีกสัญญาทิ้ง”

(ใบเฟิร์น, สัมภาษณ์ 29 ธันวาคม 2560)

เนื่องจากการลงโทษทางกฎหมายเป็นเรื่องยากที่จะเอาผิดออกาไนซ์ นายหน้า หรือโมเดลลิ่งที่โกงค่าตัวได้ ประเด็นทางกฎหมายจึงยังเป็นช่องว่างให้เกิดความเสียหายเปรียบต่อตัวพริตตีอยู่โดยเสมอ

“ฟ้องส่วนมากมีอายุความแค่ 6 เดือน แล้วเงินแค่ 500, 1,000 ใครจะมารับฟ้อง”

(ปลา, สัมภาษณ์ 28 ธันวาคม 2560)

วิธีการลงโทษทางสังคมในวงการพริตตีจึงยังเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องใช้ในการจัดการ

“จะมีโมฯ ที่เหมือนพริตตีหลาย ๆ คนเขาจะโดนโกงกันเยอะ เขามาประจักษ์ก็ทำโมฯ ไม่ได้อีกเลย”

(ไอซ์, สัมภาษณ์ 28 ธันวาคม 2560)

● **ข้อควรระวังในการทำงาน** ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมีผลอย่างยิ่งต่อต้นทุนที่ลดลงทั้งฝั่งผู้ขายและฝั่งผู้ซื้อ ดังเช่นกรณีของน้องหวานที่จะต้องระมัดระวังอย่างมากเรื่องการถ่ายแบบ

“คนทั่วไป ผู้ชายหื่น ๆ ก็มี เดี่ยวนี้กล่องมันถูก ให้พี่ถือกล่องมันก็สามารถจ้างมาถ่ายได้ถ้ามีเงิน พี่คิดว่าถ้าถ่ายนู้ด พินาศ มันเอารูปไปทำอะไรไม่รู้ แล้วไม่รู้จะซูมตรงไหน เพราะมันไม่มีจรรยาบรรณแบบตากล้อง”

(หวาน, สัมภาษณ์ 25 ธันวาคม 2560)

กรณีงานพริตตี้ในรูปแบบที่ต้องเกี่ยวข้องกับเครื่องดื่ม จะมีกฎกติกาการห้ามดื่ม

“PG คือ คนที่ลงไปเชียร์กับลูกค้า ถ้าเกิดอาชีพแบบนี้ มันก็ต้องค่อนข้างที่จะเซฟตัวเองเหมือนกัน เพราะบางคนจะประมาณว่า น้องช่วยกินหน่อยดิ ถ้าช่วยกินพี่จะสั่งเพิ่ม น้องบางคนเขาก็ไม่ได้หลีกเลี่ยง แต่ถ้าเกิดตามจริงเวลาเค้าตรวจเจอ คือผิด”

(ไบเฟิร์น, สัมภาษณ์ 29 ธันวาคม 2560)

การห้ามเล่นโทรศัพท์ ก็เป็นอีกหนึ่งกติกาที่สำคัญสำหรับการทำงานพริตตี้ในสมัยใหม่

“หยิบโทรศัพท์ยังไม่ได้เลยนะคะ ถ้างานกลางคืน เพราะเขาถือว่า คุณจะมาเล่นโทรศัพท์ไม่ได้ เขามองว่าเรหมันค่อนข้างจะเยอะ ถ้าเทียบกับงานกลางวันแล้ว เพราะว่างานกลางวัน PC ที่อยู่ตามห้างเขาทำตั้งแต่ 9 โมง ถึง 1 ทุ่ม 2 ทุ่ม เข้าได้ประมาณ 600-700 แต่พวกนี้มันทำงานประมาณ 5 ชั่วโมง เขาได้แล้ว 800”

(ไบเฟิร์น, สัมภาษณ์ 29 ธันวาคม 2560)

- มุมมองต่องานพริตตี้

- มุมมองต่อตนเอง

พริตตี้จะมีมุมมองต่อตนเองในลักษณะที่เป็นไปตามประสบการณ์การทำงานในรูปแบบงานของตน ซึ่งมีได้หลายลักษณะ โดยหากเป็นพริตตี้ที่คุ้นชินกับงาน PC

“เหมือนเป็นหุ่นโชว์เสื้อผ้า เพราะว่า พริตตี้จะเป็นคนพรีเซนต์ผลิตภัณฑ์”

(หวาน, สัมภาษณ์ 25 ธันวาคม 2560)

หากเป็นพริตตี้ที่คุ้นชินกับการทำงานเอ็นหรือทานข้าว

“เป็นเหมือนผู้มอบความสุขให้คนอื่น เหมือนเป็นที่ผ่อนคลาย เหมือนเป็นที่ระบายอารมณ์ เช่น เวลาเครียด ๆ มากี่มาลงกับเด็กเอ็นฯ คือพวกนี้เรารู้อยู่แล้วว่าต้องไปเครียดจากอะไรมา เหมือนสมมติว่าเสร็จ project ฉลอง แล้วก็เรียกเด็กเอ็นฯ มาฉลอง คลายเครียด”

(กวาง, สัมภาษณ์ 20 ธันวาคม 2560)

- มุมมองต่อลูกค้า

พริตตี้มีมุมมองว่า พวกเขาควรจะต้องสังเกตจึงจะเข้าใจลูกค้า และไม่ใช่ว่าลูกค้าทุกคนที่ชอบการคลอเคลีย

“ลูกค้าบางคนก็ไม่ได้ชอบแบบนี้ เขาแค่นั่งคุย ลูกค้าบางคนเขาก็แค่ชอบให้มีคนมาคุยด้วยถามที่เป็นยังไงบ้าง”

(สัมภาษณ์, สัมภาษณ์ 22 ธันวาคม 2560)

“พวกคนรวยส่วนมากจะเหงา เหมือนเงินเหลือก็หาเด็กหาอะไรดูแล”

(ไอซ์, สัมภาษณ์ 28 ธันวาคม 2560)

โดยกรณีที่ลูกค้ามีครอบครัวแล้ว พริตตี้ก็จะพบว่า ตนมีหน้าที่แค่รับฟังการระบายหรือปรับทุกข์จากลูกค้า

“คงเหนื่อยจากงาน แฟนเขาคงไม่ได้เอาใจเหมือนเด็ก”

(ไอซ์, สัมภาษณ์ 28 ธันวาคม 2560)

“จะมีเหนื่อยเรื่องงาน มีเรื่องที่บ้านเขาก็จะเล่าให้เราฟัง แฟนเป็นแบบนี้ ี่ง่า อะไรแบบนี้”

(ไอซ์, สัมภาษณ์ 28 ธันวาคม 2560)

แม้แต่ลูกค้าประเภทหาแฟนไม่ได้ก็มี

“เหมือนหากิ๊ก แล้วก็มีประเภทที่เหมือนเขาหาแฟนไม่ได้ ไม่หล่อ แต่มีเงิน เขาก็จะใช้เงินซื้อเอา”

(ไอซ์, สัมภาษณ์ 28 ธันวาคม 2560)

และสิ่งที่พริตตี้จะมอบให้กับลูกค้า ก็คือ การเอ็นเตอร์เทนต์

“ยิ้ม ขวนกินเหล้า ขวนเต้น ทำให้เขาหัวเราะ”

(ไอซ์, สัมภาษณ์ 28 ธันวาคม 2560)

- สิ่งที่ได้รับจากงานพริตตี้

- คอนเนกชั่น

“อย่างพี่ ปตท. เขาเป็นแค่พนักงาน เงินเดือนก็ประมาณ 100,000 มันก็ไม่ได้น้อยไม่ได้เยอะ แต่อันนี้ที่หนูคุยก็คือระดับผู้บริหาร เราจะคิดระยะไกลมากกว่าอีกหน่อย อาจจะ support เราได้ใน

อนาคต สองคือเรื่อง ความสุขภาพ ให้เกียรติ บางทีการที่เขาเป็นผู้บริหารลักษณะการพูดการคุยของเขา เขาก็ไม่ได้...พูดจาแบบอยากได้ จะมาอะไรยังไงแบบนี้”

(ฟ้า, สัมภาษณ์ 27 ธันวาคม 2560)

“คุณได้เจอกับสังคมใหม่ ๆ คุณได้เจอเพื่อนคุณที่จะแนะนำที่ดี ๆ แล้วคุณก็ได้แต่งตัวสวย แล้วค่าแรงขั้นต่ำ ถ้าคิดเฉลี่ยต่อวัน คือ 350-500 บาทต่อวัน คุณจะต้องตอกบัตร คุณจะต้องทำอะไรซ้ำ ๆ เดิม ๆ แต่ฟรีตี้ คุณสตาร์ท อย่างถูก 1,500 เวลาทำงาน 6-7 ชั่วโมง มันเป็นอะไรที่สบายกว่า ได้ถ่ายรูป ได้อะไรอย่างนี้”

(ชิน, สัมภาษณ์ 29 ธันวาคม 2560)

#### ○ มารยาทบนโต๊ะอาหาร

“ช่วงหลังๆ เหมือนกับมันทำให้เรารู้ในเรื่องของมารยาทบนโต๊ะอาหาร ในเรื่องของการกิน การจับ อะไรอย่างนี้”

(ชิน, สัมภาษณ์ 29 ธันวาคม 2560)

#### ○ การฝึกฝนตนเอง

“การพูด การอดทน การเผชิญ ประสบการณ์จากคนในหลายคน”

(ส้มจี๊ด, สัมภาษณ์ 22 ธันวาคม 2560)

• **สิ่งที่ทำให้ฟรีตี้รักในงานฟรีตี้** และเป็นสิ่งที่ทำให้ฟรีตี้ยังผลิตซ้ำการทำงานต่อไป คือ การได้ทำงานที่อิสระ และงานไม่ซ้ำซากจำเจ

“ได้คุมตัวเอง ได้เป็นเจ้านายตัวเองคือสิ่งที่ชอบที่สุด งานประจำที่กวางเคยทำ ก็เป็นคอลเซ็นเตอร์ เป็นอะไรที่ยังไม่มีเอกสาร ไม่อะไร พุดมากอารมณ์สโตนกลวง แต่ต้องอยู่ในกฎระเบียบ กวางเป็นพวกแหกกฎ ประมาณนั้น รู้สึกว่าสังคมมันอยู่กับที่ มันโตช้า”

(กวาง, สัมภาษณ์ 20 ธันวาคม 2560)

“ข้อดีของการเป็นฟรีตี้สำหรับชิน เหมือนกับว่ามันไม่ต้องอยู่กับที่ มันไม่ต้องตอกบัตร มีลู่ทางงานนี้เราจะไปเจอความลำบาก หรือว่าเจอคนหลากหลาย เราจะต้องแก้สถานการณ์ตรงไหน ยังไง ชินว่ามันเป็นอะไรที่แล้วแต่คนจะชอบ แล้วอีกอย่างคือ เงินมันก็โอเค คอนข้างที่จะโอเค”

(ชิน, สัมภาษณ์ 29 ธันวาคม 2560)

#### • ลูกค้าแบบที่ฟรีตี้ชอบ

“ลูกค้าสุขภาพ ที่หนูชอบ คือเขาสุขภาพ ทานข้าวก็คือทานข้าว ไม่ได้ทำอะไร”

(ส้มจี๊ด, สัมภาษณ์ 22 ธันวาคม 2560)

“ชอบแบบดูเป็นผู้ใหญ่ ความคิดเป็นผู้ใหญ่ ลักษณะการพูด ลักษณะการวางตัว”

(ฟ้า, สัมภาษณ์ 27 ธันวาคม 2560)

- ลูกค้าแบบที่พริตตี้ไม่ชอบ

“แบบที่นั่นๆ แบบจะมายุ่งยากได้ คำพูดไม่ดี พูดจาไม่ให้เกียรติแบบพี่ ปตท. ไม่ให้เกียรติหรืออะไรอย่างนี้”

(ฟ้า, สัมภาษณ์ 27 ธันวาคม 2560)

- ปัจจัยที่ทำให้เด็กรุ่นใหม่เข้าสู่วงการเร็วขึ้น

- บริบททางเศรษฐกิจและสังคม

“เงิน รายได้ แรงจูงใจ ห้างเยอะ อย่างน้อยเข้าห้างก็ต้องเสียเงินแล้ว กินข้าวมีอะไรตั้งหลายร้อย ถ้าแม่ให้มาโรงเรียน สมมติว่าถ้าวันละ 400 ไม่พอหรอก ไหนจะค่าโทรศัพท์อีก ซื้ออะไรต้องซารีโอ้ เราเอาเงินจากไหนมาซื้อกัน แบบกรุงเทพฯ สิ่งอำนวยความสะดวก เทียบกลางคืน มันไม่เหมือนบ้านนอก เลยคิดว่าเด็กกรุงเทพฯ มันไม่เหมือนเมื่อก่อนที่เราอยู่ ไปกินข้าว ไปเที่ยวกับแฟนในห้าง ต้องมีตั้งค์เท่าไรรู้ ดูหนัง ยังไม่ต้องถึงโรงหนังหรอก...ข้างล่างขายอะไรกันบ้าง เต็มไปหมด สมัยนี้แต่งตัว ต้องแต่งตัวแข่งกัน เพื่อนมี เราก็กต้องมีทุกอย่าง ไม่มีไม่ได้ เป็นบ้าอะไรก็ไม่รู้ ค่าเรียนพิเศษในกรุงเทพฯ เป็นคอร์ส มันแพง เลยคิดว่าถ้าจะขอแม่เพิ่ม ถ้าเด็กคนนึงขอ อยากรู้ iPhone ถ้าบ้านไม่รวยจริงมีงเอาตั้งค์มาจากไหนซื่อ มันต้องทำงานอีกแล้วพี่ เพราะหนูเห็นบรอดเยอะหาเด็กวี”

(หวาน, สัมภาษณ์ 25 ธันวาคม 2560)

- ค่านิยมเรื่องการรักนวลสงวนตัว ที่ถูกมองว่าเป็นเรื่องโบราณและได้รับความสำคัญน้อยลง จากกรณีพี่น้องไอซ์พบว่าเด็กมัธยมฯ รุ่นปัจจุบันรับงานเสียเลี้ยงเยอะมาก

“เด็กเดี๋ยวนี้ รุ่นใหม่ เขาไม่ได้หวงตัว”

(ไอซ์, สัมภาษณ์ 28 ธันวาคม 2560)

ซึ่งพริตตี้หน้าใหม่ที่เข้าสู่วงการไวกว่าในอดีต มีผลต่อการปรับเปลี่ยนเรทรายได้ต่อชั่วโมง และแม้กระทั่งรายได้ในงานเลี้ยงดู

“จะมีเดือนละ 100,000 ตอนนั้นนะ เดี่ยวนี้ประมาณ 30,000-50,000”

(ไอซ์, สัมภาษณ์ 28 ธันวาคม 2560)

- ต้นทุนด้านศัลยกรรม ที่ถูกลง และความทันสมัยของวงการแพทย์

“พูดคุยกับเพื่อน ทำอยู่คลินิกศัลยกรรม เขาบอกอายุ 17 แม่พามาทำแล้ว ทำนม แม่เซ็นตีให้ไปทำนม ทำหน้า ทำจมูก อายุ 17, 18”

(หวาน, สัมภาษณ์ 25 ธันวาคม 2560)

#### ○ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี

“เดี๋ยวนี้อันไม่มีแล้วละ รับเอง...เพราะว่าเดี๋ยวนี้อันมันหากันง่ายแล้ว หากันผ่าน Line แต่เมื่อก่อนที่ต้องมีโมฯ เพราะบริษัทเข้าไม่ถึง เดี๋ยวนี้อันบริษัทค่อนข้างที่จะเจาะกลุ่มเองแล้ว เพราะเขาตัดเรื่องบอกรอกในช้อออกไป บริษัทจะตั้ง budget มาได้ ว่าให้แค่ 1,500-2,000 ต่อวันเท่านั้น ถ้าเป็นเมื่อก่อนที่ต้องผ่านโมฯ...โมฯ เรียก 5,000 เคยทำของ AIS...AIS บอกให้ 5,000 แต่ถึงตัวเราแค่ 2,000 บาท โมฯ ตัดเยอะมาก เป็น MC แบบลดย่น้ำลยุไฟ เขาถึงคาดหวังยอดขายกับเรา แล้วคาดหวังว่าหน้าเราจะต้องแน่นตลอดเวลา เราก็คิดว่ามันต้องอะไรขนาดนั้น ถึงว่า 5,000 ต่อคน....แต่มาถึงเราจริง ๆ มันแค่ 2,000”

(หวาน, สัมภาษณ์ 25 ธันวาคม 2560)

#### 4.3.3 การตอบสนองต่อสังคมรอบตัว

เมื่อเข้ามาอยู่ในอาชีพแล้ว พริตตี้ทุกคนต่างมิใช่เพียงต้องฝึกฝนทักษะที่ตนมีอยู่แต่เดิมให้เกิดความชำนาญในการทำงานมากขึ้นเท่านั้น หากแต่ยังต้องมีการปรับตัว เพื่อให้สามารถดำรงอยู่ได้ในสังคมย่อยและสังคมใหญ่ อันเป็นพื้นที่รอบตัวที่พวกเขายังคงต้องเผชิญอยู่ โดยการปรับตัวต่อความสัมพันธ์กับคนกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมรอบตัวของพริตตี้ มีดังต่อไปนี้

- **ความสัมพันธ์กับครอบครัวหรือพ่อแม่** พริตตี้ทุกคนต่างจะต้องมีช่วงเวลาในการทำ ความเข้าใจกับพ่อแม่และครอบครัวของตนต่อการตัดสินใจรับงานหรือเข้าสู่อาชีพพริตตี้ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง การเปลี่ยนผ่านจากความเข้าใจแบบมีอคติไปสู่ความเข้าใจผ่านหลักฐานเชิงประจักษ์จนยอมรับได้ในที่สุดนั้นไม่ใช่เรื่องง่าย ซึ่งมักเกิดจากภาพลักษณ์ของพริตตี้ที่ดูวาทวิและไม่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางจากคนทั่วไป พริตตี้ทุกคนจึงต้องทำหน้าที่ในการให้เหตุผล ฉายภาพ และอธิบายถึงความปลอดภัยของอาชีพรวมถึงรายได้ที่ตนได้รับให้พ่อแม่เห็น อย่างเช่น พริตตี้บางรายที่ได้พาพ่อแม่มาดูงานที่ตนทำในสถานที่ต่างๆ อาทิ งานในห้างสรรพสินค้า ซึ่งได้ทำให้พ่อแม่และครอบครัวยอมรับและยินดีในการประกอบอาชีพนี้ได้ในที่สุด

“ไม่ได้ไปอะไรขนาดนั้น มีรายได้ด้วยแล้วก็เบาภาระเขาด้วย เขาก็โอเค”

(เข้ม, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

“ตอนแรกเขาก็ไม่ได้รู้ว่าหนูมาทำงานอะไรแบบนี้หรอก หนูก็แค่บอกว่าทำงาน แต่เขาก็เหมือนก็โอเคทำงาน ทำงานก็ทำงานดี ๆ แล้วกัน อะไอย่างนี้ พอนาน ๆ เข้า เขาก็เริ่มได้เห็นว่ากระบวนการทำงานเราเป็นยังไง เวลาหนูไปลงตามห้างต่างจังหวัด แล้วก็มีโอกาสไปห้างต่างจังหวัด ไปแถวบ้าน หนูก็เลยให้เขามาดูว่าเราทำงานยังไง เราไม่ได้ไปทำอะไรเสียหาย”

(ส้มจี๊ด, สัมภาษณ์ 22 ธันวาคม 2560)

ในขณะที่เดียวกัน พริตต์บางรายก็จะเลือกบอกพ่อแม่เพียงบางส่วน

“ที่บ้านจะรู้แค่แบบว่างานบางส่วน...ไม่รู้ว่าต้องไปนั้กับลูกค้า ไปโดนตัวลูกค้า”

(ไอซ์, สัมภาษณ์ 28 ธันวาคม 2560)

“อย่างตอนที่เฟิร์นรับพริตต์แรก ๆ เฟิร์นอธิบายให้เขาฟัง ให้เขาดูว่ามันเป็นแบบนี้นะ หนูไม่ได้ไปรับพริตต์แบบที่เป็นโคโยติน นะเพราะมันจะมีโคโยตีล้ารถ อะไรต่ออะไรอีก ซึ่งอย่างที่บ้านเฟิร์นทำเกี่ยวกับรถ เขาก็จะเจอพริตต์ในแบบนี้ เฟิร์นก็มองว่า...เขาคือผู้ใหญ่ ไม่แปลกที่เขาจะเข้าใจว่าสังคมพริตต์เป็นแบบนี้ เฟิร์นก็เลยต้องอธิบายให้เขาเข้าใจว่ามันเป็นแบบนี้นะ มันคือแบบนี้นะ มันไม่ได้เป้ ไม่ได้อุจาดตา เขาก็โอเค ทำความเข้าใจ ก็ไม่ได้อะไรกับเราเรื่องตรงนี้ แต่เขาจะคอยเป็นห่วงเรื่องเดินทางกลับยังงั้น อะไรยังงั้น แบบนั้นมากกว่า แต่อย่างเรื่องงานกินข้าวเฟิร์นก็จะไม่บอก”

(ใบเฟิร์น, สัมภาษณ์ 29 ธันวาคม 2560)

นอกจากนี้ ยังพบว่า อิทธิพลจากคำสอนของครอบครัว มีผลอย่างยิ่งต่อการที่พริตต์ไม่ตัดสินใจขายบริการทางเพศ

“กลัวมาก ไม่กล้า หน้าพ่อแม่เราก็ยังอยู่”

(ลูกเกด, สัมภาษณ์ 27 ธันวาคม 2560)

“เหมือนบ้านหนูถือเรื่องศักดิ์ศรี แม่หนูหัวโบราณ ก็จะถูกลี้นมาแบบนี้ แม่หนูจะถือตลอดว่าไม่ได้ลำบากอะไรขนาดนั้น ไม่ต้องเอาตัวเองไป...”

(ไอซ์, สัมภาษณ์ 28 ธันวาคม 2560)

- **ความสัมพันธ์กับเพื่อน** เนื่องด้วยเพื่อนสนิทของพริตต์แต่ดั้งเดิม ไม่ได้มีจำนวนเยอะมาก กล่าวคือ เพื่อนที่เคยคบหาารู้จักกันมาตั้งแต่ยังเป็นเด็ก ก็ยังคงคบหากันต่อไปด้วยความรู้ใจ และต่างก็ให้เกียรติอาชีพและเคารพในการทำงานของกันและกัน รวมถึงเวลาส่วนใหญ่ที่หมดไปกับการทำงาน ทำให้พริตต์มักไม่ได้มีเพื่อนใหม่เพิ่มเข้ามา และในบรรดาเพื่อนพริตต์ด้วยกัน ก็มักจะได้คบหากันอย่างเป็นเพื่อนสนิทหรือเป็นเพื่อนที่รู้จักกัน แต่จะคบหากันในลักษณะของประโยชน์ต่างตอบแทน คือ การแนะนำงานให้กันเท่านั้น ดังจะเห็นได้จากความแตกต่างของเพื่อนสองลักษณะ

#### ○ เพื่อนทั่วไป

“กวางคบเพื่อนผู้ชาย รุ่นพี่ผู้ชาย ส่วนใหญ่ณะคะ เพื่อนสนิทเป็นทอม ตู๊ด ไม่ค่อยคบเพื่อนผู้หญิง ผู้หญิงไม่ค่อยจริงใจกับเรา กวางรู้สึกลัวว่าไม่มีเพื่อนดีกว่า”

(กวาง, สัมภาษณ์ 20 ธันวาคม 2560)

#### ○ เพื่อนพริตต์

“ไม่มี ไม่มีเลยจริง ๆ ในวงการนี้ ไปคุยได้ตอนทำงาน แต่พอจบงานก็จบกัน”

(เข้ม, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

“วงการนี้ก็เหมือนใส่หน้ากากเข้าหากัน เราไม่มีผลประโยชน์กับเขา เขาก็ไม่ค่อยอยากอยู่กับเราหรอก”

(ใบเฟิร์น, สัมภาษณ์ 29 ธันวาคม 2560)

- **ความสัมพันธ์กับคู่รักหรือแฟน** การพึ่งพาตนเองได้เป็นเหตุผลสำคัญอันดับหนึ่งที่พริตตี้ใช้ในการเลือกแฟนหรือคู่รักของตน โดยพริตตี้มองว่า คู่รักที่สามารถทำงานและพึ่งพาตนเองได้เช่นเดียวกับตนเป็นลักษณะของคนที่ดีจนนับถือและเลือกคบหาด้วย ในขณะที่ Lifestyle หรือรูปแบบการใช้ชีวิตที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน เป็นความสำคัญในอันดับต่อมาในการเลือกคู่ความสัมพันธ์ ซึ่งลักษณะการใช้ชีวิตแบบให้อิสระต่อกัน คือรูปแบบความสัมพันธ์ที่พริตตี้ต้องการ และความเข้าใจซึ่งกันและกัน เช่น การให้เกียรติและเข้าใจในลักษณะงานของอาชีพ พริตตี้ได้ให้ไว้เป็นเหตุผลสำคัญอันดับสุดท้ายในการเลือกคบแฟน

“เขาจะอะไร อะไร ก็คือแม่ โทรมหาแม่ ซึ่งแตกต่างกับเรา อะไร อะไร เราก็คิดตัวเอง ตัดสินใจเอง แม่เขาเปย์ แต่แม่เลี้ยงเราไม่เปย์ เราต้องหาเอง ที่เลิกเพราะว่า...เหมือนเรานำ คิดในใจว่าถ้ากัมีลูกกับมึง กูเลี้ยงลูกคนเดียวแน่นอน...ที่เสียดาย เสียดายบ้านเขาดีหมดทุกอย่าง ทำกวางแต่งงานกับเขา กวางได้ตลอดชุ่มกระบี่แน่นอน”

(กวาง, สัมภาษณ์ 20 ธันวาคม 2560)

และถึงแม้แฟนของพริตตี้จะหวงพวกเธอ แต่ก็มักห้ามไม่ได้ เพราะพริตตี้ถือว่าแฟนไม่ได้ให้เงิน และเธอต้องหาเงินเอง

“เขาก็ห้ามไม่ได้เพราะเขาไม่ได้ support เงินเรา เราเป็นคนหาเงินเองทุกอย่าง ไม่มีสิทธิ์ก้าวถ่าย”

(ฟ้า, สัมภาษณ์ 27 ธันวาคม 2560)

และการจะคบกับแฟนได้ตลอดรอดฝั่ง แฟนของพวกเธอจะต้องอนุญาตให้เธอทำงานหาเงินด้วยตัวเองได้ เช่นจากประสบการณ์กับแฟนคนแรกของน้องไอซ์ที่ทำให้เธอรู้สึกสูญเสียโอกาสที่จะได้ทำงานหาเงินไป

“ตอนนั้น ม.6 รุ่นพี่เขาชวนหนูกับเพื่อนไปถ่ายแบบ ถ่ายแบว ๆ สมัยนั้นใช้ปีปีกัน ก็จะมีกลุ่มงานในเฟสบุ๊ค ขึ้นมาหน้าเฟสบุ๊ค เขาก็จะบอกงานผ่านปีปี ผ่านเฟสบุ๊ค แต่สมัยนั้นให้ส่งโปรไฟล์ผ่าน e-mail หนูก็ส่ง ๆ ไป ก็มีงานเข้ามา จริง ๆ ตอนนั้นงานเยอะมาก แต่แฟนไม่ให้ทำ เสียดาย ไม่จั้นรวยแล้วเนี่ย แล้วตอนนั้นยังไม่ศัลยกรรม ยังไม่ทำอะไรเยอะ”

(ไอซ์, สัมภาษณ์ 28 ธันวาคม 2560)



เมื่อพริตตี้ได้เรียนรู้การสูญเสียโอกาสจากการถูกห้ามให้ทำงานครั้งก่อนแล้ว เธอจึงเลือกการเข้าสู่โอกาสครั้งใหม่แทนที่การรักษาความสัมพันธ์แบบเดิมที่ไม่เป็นไปตามธรรมชาติหรือแนวจริตของเธอ

“เหมือนได้งานแล้วไป Cancel เขา ก็เสีย แล้วก็เขาไม่ให้ทำงานกลางคืนเลย มีมาเริ่มทำงานกลางคืนตอนหลัง ๆ เขาบอกว่าถ้าทำงานกลางคืนก็เลิกกับเขา ก็บอกโอเค จั๊นเลิก ตอนนี้อยู่ปี 1 กำลังจะขึ้นปี 2 เราเสียรายได้มาเยอะพอแล้ว”

(ไอซ์, สัมภาษณ์ 28 ธันวาคม 2560)

การเติบโตมาแบบอิสระ ทำให้พริตตี้เคยชินกับการทำในสิ่งที่ตนปรารถนา และเมื่อถูกห้าม ก็ทำให้ความสัมพันธ์ต้องยุติลง

“เหมือนเขาบอกเลิก แล้วเขามาร้อ หนูบอกไม่เอาแล้ว เหมือนห้ามทุกอย่าง แม่เราเรายังไม่ฟังเลย นี่เป็นใครไม่ใช่แม่นะ เราต้องเชื่อแม่เยอะกว่าซิ แม่เรายังไม่ฟัง เราก็ไม่ควรฟังแฟน ต้องนอนก่อนเที่ยงคืน ต้องกลับบ้านตอน 3 ทุ่ม รู้เพื่อนผู้ชายเยอะแล้วห้ามมีเพื่อนผู้ชายไง แบบไปมหาลัยแล้วให้เงิน 300 เอง”

(ไอซ์, สัมภาษณ์ 28 ธันวาคม 2560)

จากนิสัยความรักอิสระของพริตตี้ ทำให้เธอไม่ได้มีนิสัยชอบคนเอาใจ ซึ่งหากมีแฟน พวกเธอก็จะต่อได้รับอิสระ ไม่ถูกยึดเยียดทางความคิด เพราะพวกเธอชอบการพึ่งตนเอง ช่วยเหลือตนเองมากกว่าที่จะต้องพึ่งพาใคร

“มันดูน่ารำคาญ มาดูเยอะเกินไป คุณควรให้อิสระฉันบ้าง อะไรประมาณนี้ เหมือนที่เฟิร์นบอกว่าเฟิร์นอยากได้อะไร ปกติเฟิร์นจะเป็นคนซื้อเอง แต่พอบางที่เขาป้อนให้เราบ้าง ๆ มันทำให้เราเสียนิสัย เฟิร์นมองว่าจริง ๆ แล้วการถูกเบียดเบียนเยอะ ๆ มันจะทำให้เราขี้เกียจทำงาน ไม่ต้องทำแล้วเดี๋ยวเขาก็ซื้อสิ่งของจำเป็นให้”

(ไบเฟิร์น, สัมภาษณ์ 29 ธันวาคม 2560)

นอกจากนี้ยังพบว่า เหตุผลที่พริตตี้เลิกกับแฟน มักเป็นเหตุผลในแนวเดียวกัน คือ ฝ่ายชายมักไม่เป็นผู้นำ และไม่สามารถพึ่งพาตัวเองได้

“เขาไม่ค่อยเป็นผู้นำ เข้มเป็นคนทำงานหลายอย่าง ชอบทำนู่น ทำนี่ แต่เขาจะเป็นแบบที่บ้านเลี้ยงมาแบบเรียนจบก็อยู่แต่ที่บ้าน ขอตั้งค์แม่ ไม่ต้องทำอะไร แม้กระทั่งโทรศัพท์เสียบอกให้เอาไปซ่อมสิ...บอกรอขอตั้งค์แม่ก่อน ให้แม่พาไป”

(เข้ม, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

รวมถึงการเข้ามายุ่งเกี่ยวจากทางบ้านของฝ่ายชาย ก็มักเป็นปัญหาของรูปแบบการเลี้ยงดูที่ผ่านมา ที่มักทำให้ไปด้วยกันไม่ได้

“แม่เค้าจะค่อนข้างเป็นจอมบงการนิดนึง เหมือนเขาออกคำสั่งลูกเขาตลอดเวลา แล้วเขาก็จะลามมาถึงเข้มด้วย ซึ่งเข้มเป็นคนที่บ้านเลี้ยงแบบให้คิดเองทำเอง แต่แม่เขา...ต้องทำแบบนี้ ต้องทำแบบนี้ ต้องทำแบบนี้ เป็น Step ไป ซึ่งพ่อแม่เข้ม แม่เข้มยังไม่เคยมาบังคับขนาดนี้ ซึ่งคิดว่าแต่งไปก็ไม่ น่ารอดหรอก เหมือนต้องทำตามที่เขาบอกทุกอย่าง ไม่ทำก็ไม่ได้ด้วยนะคะ เขาก็จะมาบอก ทำแบบนี้ สิทธิเชื่อแม่สิ แล้วลูกเขาก็จะไม่โตอยู่อย่างนั้นแหละคะ”

(เข้ม, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

จากการศึกษา ทำให้เราได้เห็นว่ แม้ว่าอดีตคู่รักของพริตตี้จะมีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมที่ดีพร้อมเพียงไร แต่หากความโน้มเอียงของอุปนิสัยที่มีมาแต่ภายใน ไม่อาจตอบสนองกันและกัน ก็จะเป็นเหตุให้ต้องเลิกรากันในที่สุด ฮาปัทสที่ต่อมาได้พัฒนากลายมาเป็นทุนวัฒนธรรมส่วนปัจเจกบุคคล นั้น จึงเป็นเรื่องที่ไม่อาจมองข้ามโดยเฉพาะในความสัมพันธ์ของมนุษย์ที่มีต่อกันได้เลย

- **การเลือกอาชีพในอนาคต** แม้การทำงานในอาชีพพริตตี้จะมีความท้าทายใหม่ ๆ ตรงกับจริตของพริตตี้ที่ชื่นชอบและรักในความอิสระ แต่ผลของเทคโนโลยีที่ได้ผลัดเปลี่ยนคนรุ่นใหม่เข้าสู่สนามหรือวงการของพริตตี้อย่างรวดเร็ว นั้น ก็ได้ทำให้พริตตี้จำนวนมากต้องเตรียมพร้อมรับมือกับการเบี่ยงออกจากเส้นทางอาชีพ พริตตี้อยู่เสมอ โดยเส้นทางใหม่หลังจากอาชีพพริตตี้ที่พวกเขาคาดหวังไว้ ได้แก่ การเปิดร้านค้า การทำธุรกิจส่วนตัว พริตตี้เกือบทั้งหมดยืนยันในการที่จะประกอบอาชีพในกลุ่มงานที่มีความอิสระ เนื่องจากพวกเขาไม่ชอบฟังคำสั่งใครและไม่ชอบในความซ้ำซากจำเจของงานประจำ พวกเขาต่างชอบที่จะได้ใช้ทักษะหรือความสามารถในแบบที่เป็นจริตดั้งเดิมของตนในการทำงานมากกว่า แม้จะเป็นงานที่เธอต้องทำในระยะยาวก็ตาม

จะเห็นได้ว่า การเข้าสู่อาชีพพริตตี้ และการดำรงอยู่ได้ในอาชีพพริตตี้ของพวกเขาเปรียบเสมือนเครื่องยืนยันรูปแบบของแนวจริต อันเป็นกลจักรสำคัญที่ทำให้พวกเขาอยู่รอดได้ในอาชีพหรือสังคมย่อยของพวกเขา ในขณะที่เดียวกัน เมื่อเธอต้องกลับเข้าสู่ความสัมพันธ์กับสังคมใหญ่ อันได้แก่ สถาบันครอบครัว เพื่อน หรือคู่รักของเธอ ความเป็นตัวตนที่ยืนยันการพึ่งพาตัวเอง และการเอาตัวรอดให้ได้ ก็ยังเป็นสิ่งจำเป็นให้เธอต้องดำรงอยู่ท่ามกลางสังคมย่อยและสังคมใหญ่ของเธอต่อไป

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องแนวจิตของพริตตี้ในเขตกรุงเทพมหานคร มุ่งเน้นเรื่องการทำความเข้าใจเกี่ยวกับที่มาของแนวโน้มอุปนิสัยของพริตตี้ อันได้แก่ กิริยา ท่าทาง น้ำเสียง วิธีการพูด อันได้พิสูจน์ตรงตามสมมติฐานแล้วว่า แนวจิตดังกล่าว เป็นผลมาจาก ประสบการณ์ การเลี้ยงดู สภาพแวดล้อม และรูปแบบการใช้ชีวิตที่ผ่านมา ซึ่งเป็นไปตามกรอบแนวคิดเรื่องฮาปิตัส ของปีแอร์ บูดิเยอร์ โดยแนวจิตหรือฮาปิตัสที่เกิดขึ้นดังกล่าว นับเป็นจุดเริ่มก่อนการกลายมาเป็นทุนวัฒนธรรมในรูปปัจเจกบุคคล ซึ่งถือเป็น 1 ใน 4 ของทุนฯ ที่สำคัญตามแนวคิดของปีแอร์ บูดิเยอร์ เช่นกัน ทั้งนี้ การศึกษา ก็ได้ทำให้เราพบว่า ที่มาก่อนการกลายมาเป็นฮาปิตัสในบุคคลหนึ่งบุคคลใด ก็เป็นผลมาจากโครงสร้างส่วนบน อันได้แก่ ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ความเชื่อ ที่ถูกแฝงฝังอยู่ในสถาบันต่าง ๆ ในสังคมไทย ทั้งสถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา และสถาบันสื่อสารมวลชน ซึ่งได้ทำหน้าที่ในการส่งต่อ และผลิตซ้ำทางความคิด กลายเป็นผลผลิตที่ออกมาในรูปแบบของพฤติกรรม หรือความโน้มเอียงของอุปนิสัยนั่นเอง ในบทที่ 5 นี้ จึงจะได้กล่าวถึงบทสรุปของการศึกษางานวิจัยชิ้นนี้ต่อไป

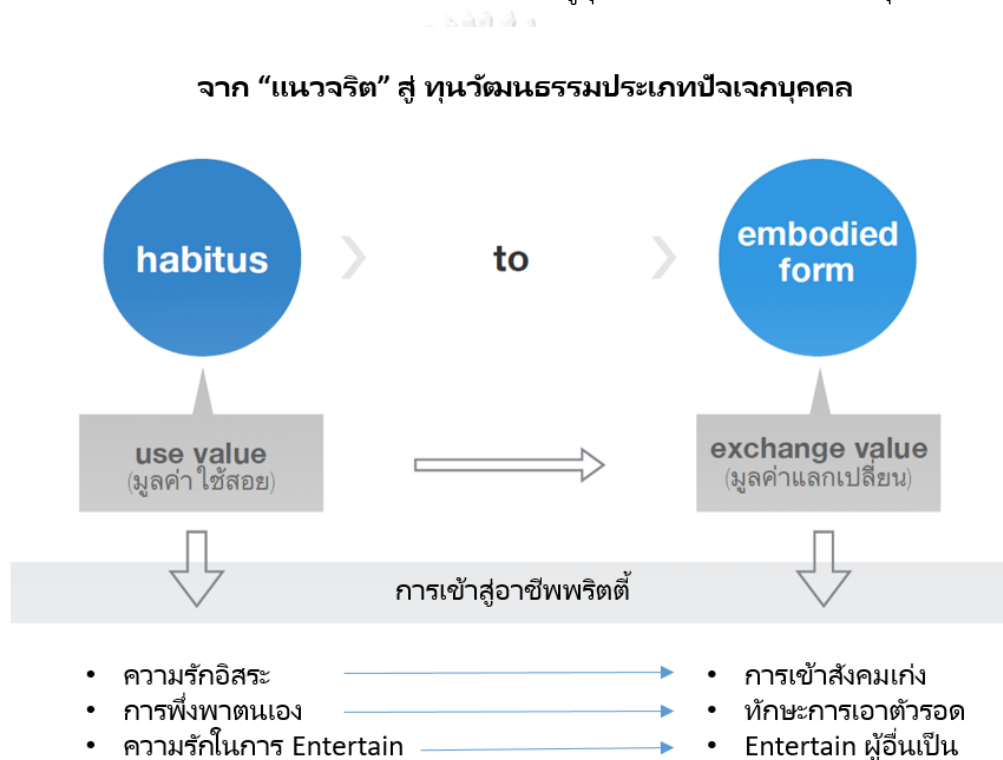
##### 5.1.1 ก่อนมาเป็นพริตตี้: การก่อรูปและสะสมแนวจิต

ในวัยเด็ก พริตตี้เติบโตมาด้วยการเลี้ยงดูในรูปแบบที่ปล่อยอิสระ เน้นการพึ่งพาตนเอง ให้คิดและลงมือทำเองก่อนเป็นหลัก ผ่านทั้งคำสอนและการกระทำให้ดูเป็นแบบอย่างจากพ่อและแม่ หรือบุคคลในครอบครัว พริตตี้ทั้งหมดเติบโตมาในครอบครัวที่มีฐานะปานกลางขึ้นไป และพ่อแม่มีสถานภาพอยู่ด้วยกัน ส่งผลให้ครอบครัวของพริตตี้มีพื้นฐานที่แข็งแรงในระดับหนึ่ง แต่ข้อค้นพบของงานวิจัยที่พบว่าสำคัญกว่าพื้นฐานทางกายภาพ หรือทรัพยากรทางเศรษฐกิจของครอบครัวพริตตี้ คือ พื้นฐานภายในจิตใจ และการส่งต่อความคิด ความเชื่อ จากพ่อแม่ และคนในครอบครัว ซึ่งพบว่า คำสอนจำพวกให้รักนวลสงวนตัว หรือการขายบริการทางเพศเป็นเรื่องไม่ควรกระทำ ได้ส่งผลอย่างยิ่งต่อการทำงานเมื่อพริตตี้เข้าสู่อาชีพในระยะถัดมา พริตตี้ต่างดำรงตนให้อยู่เพียงในรูปแบบของงานพริตตี้ที่แม้จะมีความเสี่ยงสูงต่อการถูกล่วงเกินทางเพศ แต่พวกเธอก็สามารถใช้คำสอนดังกล่าวเป็นเครื่องระลึกรู้ได้ในทุกขณะที่เกิดโอกาสให้ข้ามพื้นที่ของงานไป รอยแยกระหว่างงานพริตตี้กับงานของหญิงให้บริการทางเพศ จึงสามารถเกิดขึ้นได้ ผ่านการขัดเกลาฯ นับแต่วัยเด็กเป็นต้นมา พริตตี้ต่างยืนยันว่า พวกเธอไม่อาจก้าวข้ามพื้นที่จากงานลักษณะเดิมไปสู่งานขายบริการทางเพศได้ ด้วยเหตุเพราะคำสอนของพ่อแม่ ซึ่งแม้พวกเธออาจไม่ได้คาดคิดไปถึงว่า โครงสร้างทางสังคมแบบไหน ที่ได้เป็นตัวกำหนดวาทกรรมดังกล่าวไว้ แต่รูปแบบของแนวจิตที่เธอได้ถูกปลูกสร้างไว้แล้วแบบที่เป็นมาก็ได้กำหนดพฤติกรรมบนเส้นทางอาชีพของพวกเธอต่อไป

นอกเหนือจากคำสอนประเภทให้รักนวลสงวนตัว ที่ได้กล่อมเกลาให้พวกเธอสงวนตัวไว้เพียงแต่ในโลกของพริตตี้แล้ว การเลี้ยงดูในรูปแบบของการปล่อยให้เป็นอิสระ ยังได้สร้างความคุ้นชิน

ให้กับการได้มีโอกาสหรือทางเลือกที่หลากหลายให้กับพริตตี้นับแต่วัยเด็ก การศึกษาทำให้เราพบว่าพริตตี้จะไม่ยอมตกอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์ของสังคมใหญ่ หากแต่เธอรักในการที่จะสร้างสังคมย่อยของพวกเธอขึ้นมา โดยพวกเธอต่างได้เป็นทั้งผู้สร้างและผู้ถูกสร้าง ตามแนววิถีชีวิต ทัศนคติทางเศรษฐศาสตร์การเมืองทั้งหลายได้เคยกล่าวไว้ ซึ่งการบ่มเพาะแนวคิดด้านความรักอิสระก็ได้ส่งผลให้พวกเธอเกิดความเชี่ยวชาญในการแสวงหาการใช้ชีวิต ผ่านออกมาในรูปของความสามารถหรือทักษะในการเข้าสังคม ซึ่งเป็นการแปลงฮาบิทัสให้มีมูลค่า หรือเป็นการแปลงฮาบิทัสให้เข้าสู่ทุนวัฒนธรรมในรูปแบบปัจเจกบุคคล ซึ่งถือเป็นทุนประเภทหนึ่งตามแนวคิดของปีแอร์ บูดีเยอร์ ที่สามารถนำไปใช้ในการแลกเปลี่ยนเป็นทุนประเภทอื่นได้ต่อมา ดังจะเห็นได้จากแผนภาพที่ 8

แผนภาพที่ 8 การเปลี่ยนผ่านจากแนวคิดสู่ทุนวัฒนธรรมประเภทปัจเจกบุคคล



ทั้งนี้ คำสอนและการแสดงตนให้ดูเป็นแบบอย่างจากพ่อแม่ ในเรื่องของการพึ่งพาตน ก็ได้กลายเป็นบ่อเกิดของการตระหนักรู้ถึงการพึ่งพาภายในของตนเป็นหลัก ที่พริตตี้ในวัยเด็ก ได้เรียนรู้และซึมซับจนกลายเป็นแนวทางของจิตของพวกเธอในระยะต่อมา หลักฐานจากการทำงานในอาชีพพริตตี้ของพวกเธอ ได้สะท้อนถึงแนวคิดที่ได้มีการฝึกฝนมาอย่างเข้มข้น อาชีพพริตตี้ไม่เพียงแต่เป็นอาชีพที่คาดเดาสถานการณ์และรายละเอียดปลีกย่อยในเวลาหน้างานได้ยาก หากแต่ความท้าทายของเนื้องานยังอยู่ที่สถานการณ์อันประกอบด้วยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีคติความเชื่อที่สามารถก้าวล่วงพวกเธอได้ ซึ่งอาจเป็นด้วยเพราะภาพลักษณ์ทางการตลาดในสังคมที่ผ่านมา ที่ได้ผลิตพวกเธอให้กลายเป็นสินค้าหรือตัวแทนของสินค้าทางการตลาด พวกเธอจึงต้องต่อสู้กับการถูกชื่นชมหรือลวนลามทางสายตา กาย และวาจา ในฐานะที่เป็นเครื่องกระตุ้นอารมณ์ภายในของผู้ซื้อ ไม่ว่าจะ

อารมณ์ทางเพศ หรืออารมณ์ใด ๆ ก็ตาม การเอาตัวรอดให้ได้ในอาชีพพริตตี้นี้จึงเป็นทักษะสำคัญที่ทำให้พริตตี้อาจดำรงอยู่ในอาชีพนี้ได้อย่างปลอดภัย จึงนับเป็นความสำเร็จของอุปนิสัยที่ได้ถูกสั่งสมมา

ในด้านความรักในการเอ็นเตอร์เทนเมนต์ นับเป็นอีกหนึ่งการสะสมแนวจิตที่มีผลต่อการกลายเป็นทุนฯ ในระยะถัดมา แม้จุดเริ่มต้นจะก่อกำเนิดมาจากฮาบีทัส กลายเป็นทุนวัฒนธรรมในรูปของปัจเจกบุคคล แต่มูลค่าสุดท้ายที่ความรักในการเอ็นเตอร์เทนเมนต์ได้มอบให้แก่พริตตี้อีกคือการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจในด้านการให้บริการและความบันเทิงโดยภาคเศรษฐกิจที่เหล่าพริตตี้อาจได้เข้าไปมีส่วนในการหมุนเวียนระบบ ได้แก่ ธุรกิจที่ให้บริการในด้านโรงแรม ที่พัก อาหาร การพักผ่อนหย่อนใจ และนันทนาการ ซึ่งเป็นกิจกรรมในสาขาที่เกี่ยวข้องกับพริตตี้อย่างตรง ซึ่งได้สะท้อนให้เห็นว่า ทักษะในการเอ็นเตอร์เทนเมนต์ผู้อื่นเป็นของพริตตี้นั้น มีความสอดคล้องกับตลาดที่มีแนวโน้มในทิศทางที่สูงขึ้น โดยการสะสมแนวจิตด้านความรักในการเอ็นเตอร์เทนเมนต์ของพริตตี้อีก จากการศึกษาได้พบว่า ลักษณะดังกล่าวเป็นการซึมซับมาจากกิจกรรมในครอบครัวนับแต่วัยเด็ก ทั้งในด้านการมีความสุขที่ได้ทำกิจกรรมลักษณะที่ทำให้ผู้อื่นผ่อนคลายและมีความสุข เริ่มตั้งแต่การยืนสววย การร้องเพลง การเต้น ไปจนถึงการฟังเพลง การยิ้ม การมีภาษากายที่ตอบกลับในลักษณะให้ความอบอุ่น การสัมผัส การรับฟัง การมอบทางเลือกและกิจกรรมนันทนาการภายหลังจากการรับฟัง ทั้งหมดนี้ พริตตี้อันวัยเด็กต่างได้ใช้ความสามารถดังกล่าว เป็นทักษะสำคัญในการทำงานในรูปแบบต่าง ๆ ไประดับกันไป และแม้กระทั่งผลแห่งลำดับการเกิด ในสถานภาพของพี่คนโต ก็จะทำให้มีความเชี่ยวชาญในการเป็นผู้ปกป้องและดูแลผู้อื่น ผ่านการฝึกฝนจากการต้องอดทน เข้าใจหลานหรือน้อง ทำให้พริตตี้อีกกลุ่มนี้สามารถทำงานทานข้าวประเภทนั่งรับฟังได้ดี หรือหากเป็นกรณีที่พริตตี้อีกกลุ่มมีสถานภาพเป็นน้องสุดท้อง ก็จะมีลักษณะของความขี้อ้อน เอาใจ และรักในนันทนาการและการสร้างความบันเทิง ผลแห่งการสะสมแนวจิตเช่นนี้ ก็ทำให้พริตตี้อีกกลุ่มที่มีลำดับการเกิดอย่างหลังนี้ นำความสามารถมาใช้ในการทำงานเอ็นเตอร์เทนเมนต์ได้ดี ด้วยตรงกับทักษะที่ตนได้สั่งสมมา

### 5.1.2 จังหวะก้าวเข้าสู่อาชีพพริตตี้อีก: อิทธิพลของครอบครัว

จากการศึกษาพบว่า พริตตี้อีกมีเส้นทางในการก้าวเข้าสู่อาชีพใน 3 ลักษณะ โดยลักษณะแรกมักเริ่มจากญาติที่ใกล้ชิด หรือลูกพี่ลูกน้อง เนื่องจากพริตตี้อีกส่วนใหญ่มีความสนิทสนมกับพ่อแม่หรือน้องในระดับปานกลางถึงน้อย มีผลทำให้พริตตี้อีกมีความโน้มเอียงไปในทางหาโอกาสหรือบุคคลต้นแบบในรัศมีแวดวงลำดับถัดไป (โดยไล่จากความใกล้ชิดและความสามารถในการเข้าถึง) พริตตี้อีกจำนวนมากจึงก้าวเข้าสู่งานพริตตี้อีกผ่านลูกพี่ลูกน้อง ซึ่งตนมีความสนิทสนมมานับแต่วัยเด็ก และมีการเรียนรู้ มีความสนใจในเรื่องที่คล้ายคลึงกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการรักในความสวยความงาม รสนิยมในการแต่งตัว หรือการมีความโน้มเอียงในการชอบฟังพาดตนเองเหมือนกัน ก็ได้ทำให้งานพริตตี้อีกแบบที่ลูกพี่ลูกน้องของตนเองทำอยู่ได้กลายเป็นงานในฝันที่อาจทำให้ตนสามารถฟังพาดตนเองได้เหมือนกัน โดยเฉพาะหากเป็นงานในแบบที่ไม่ต้องอยู่ในกรอบกฎเกณฑ์ และไม่ซ้ำซากจำเจ ซึ่งตอบสนองความโน้มเอียงในแง่ความรักอิสระของพริตตี้อีกอยู่แล้ว ก็ได้ทำให้พริตตี้อีกตัดสินใจเข้าสู่การทำอาชีพนี้ได้ไม่ยากนั่นเอง ทั้งนี้ยังพบว่า ญาติหรือลูกพี่ลูกน้อง มีผลต่อการเลื่อนระดับความเข้มข้นในการรับงานของพริตตี้อีกในรูปแบบที่ต้องใช้ทักษะในการทำงานที่มากขึ้นอีกด้วย โดยเฉพาะจังหวะก้าวออกจากงานในพื้นที่

สาธารณะเข้าสู่งานในพื้นที่ส่วนตัวมากขึ้น พริตตี้มักจะดูตัวอย่างจากต้นแบบหรือลูกพี่ลูกน้องของตน ผู้เคยผ่านงานในลักษณะดังกล่าวมาก่อน เพื่อให้ตนได้มั่นใจว่า ตนจะสามารถก้าวเข้าสู่งานในพื้นที่ส่วนตัวได้อย่างปลอดภัย

นอกจากนี้ พริตตี้จำนวนไม่น้อย ก็ยังก้าวเข้าสู่อาชีพด้วยการแนะนำจากเพื่อนหรือคนรู้จักที่อยู่ในรัศมีแวดล้อมตัวเธออีก โดยเฉพาะเพื่อนหรือรุ่นพี่ที่อยู่ในสมัยเรียนมหาวิทยาลัย (พริตตี้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 11 คน เรียนจบการศึกษาในระดับปริญญาตรี หรือกำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี) ซึ่งผู้ที่ชักชวนพริตตี้เข้าสู่อาชีพทั้งหมด ล้วนเป็นคนที่ประกอบอาชีพพริตตี้หรืออยู่ในวงการพริตตี้มาก่อนแล้ว ซึ่งเมื่อพริตตี้ถูกชักชวนโดยผู้ที่อยู่ใกล้ตัวและมีประสบการณ์มาก่อนก็จะเกิดความไว้วางใจ ประกอบกับหลักฐานอันเป็นทุนเศรษฐกิจในรูปของตัวเงิน อันเกิดจากรายได้ หรือทุนวัฒนธรรมในรูปของวัตถุ อันเป็นสัญลักษณ์หรือเครื่องแสดงออกอย่างเป็นรูปธรรมจากผลพวงของกระแสบริโภคนิยม ก็ยังทำให้เหล่าพริตตี้ได้ตัดสินใจก้าวเข้าวงการฯ อย่างมั่นใจ และเชื่อมั่นว่าไม่ผิดทิศทางการกับกระแสของสังคมใหญ่ที่กำลังดำเนินไปอย่างแน่นอน

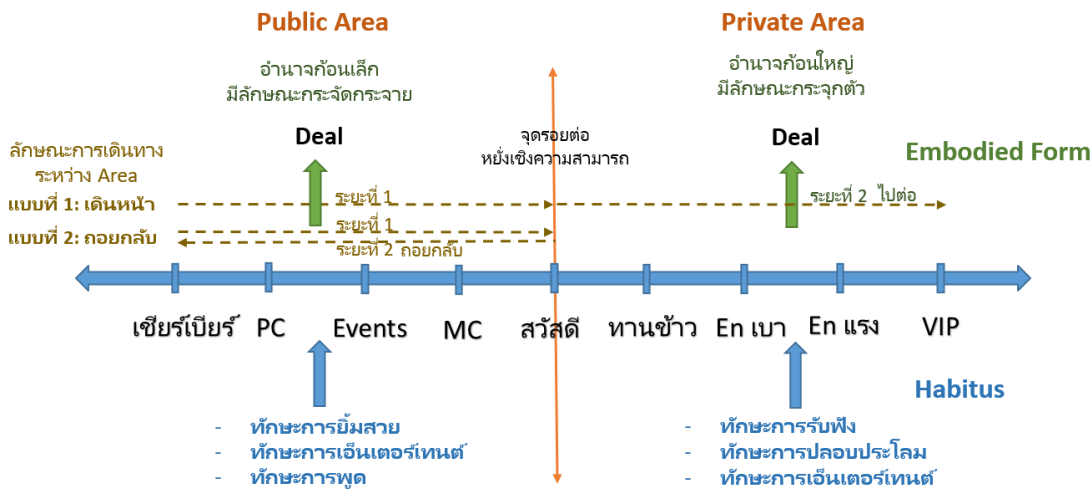
การเข้าสู่อาชีพโดยลักษณะสุดท้าย คือการหางานจากอินเทอร์เน็ตด้วยตัวเอง พริตตี้ในวัยเรียนมักนิยมหารายได้เสริม เพื่อให้มีรายได้เพียงพอกับค่าใช้จ่าย หรือใช้สำหรับเป็นค่าใช้จ่ายส่วนตัว โดยไม่ต้องขอจากที่บ้าน การค้นหาวางานเสริมทางอินเทอร์เน็ต จึงเป็นที่มาของการเริ่มต้นเข้าสู่อาชีพพริตตี้ เนื่องจากงานพริตตี้มีหลากหลายรูปแบบ ดังเช่นงานพริตตี้ MC โฟน ที่สามารถนำทักษะการพูดในที่สาธารณะ มาแลกเปลี่ยนเป็นรายได้ดังกล่าวได้

### 5.1.3 การสะสมทุนของพริตตี้: การเปลี่ยนผ่านจากงาน Public Area ไปสู่งาน Private

#### Area

เมื่อพริตตี้ ก้าวเข้าสู่อาชีพได้ระยะหนึ่ง สิ่งที่ได้เรียนรู้เพิ่มเติมจากสังคมน้อยของตน ก็คือการได้ทราบรูปแบบทั้งหมดของงานพริตตี้ที่มีอยู่จริง หมายความว่า แม้บางงาน เช่น งานเชียร์ตี๋ม งานเดินแบบ งานเอนเตอร์เทนต์ ที่ในบางประเทศอาจไม่ได้นิยมหรือเรียกว่างานพริตตี้ แต่ในไทย งานเหล่านี้ถือว่าเป็นงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือเป็นงานที่จัดว่าอยู่ในกลุ่มคนทำงานพริตตี้ เมื่อเข้าสู่สายอาชีพพวกเขาจึงมีโอกาสได้เรียนรู้ข้อเท็จจริงของการทำงานหลากหลายรูปแบบที่มีอยู่ ในที่นี้ จะขอกล่าวถึงรูปแบบการทำงานทั้งหมด 8 รูปแบบ ซึ่งเป็นลักษณะการทำงานที่ครอบคลุมกลุ่มพริตตี้ทั้งหมด ตามขอบเขตของงานที่ศึกษาโดยไม่นับกลุ่มพริตตี้ที่รับงานเสียเลี้ยง หรืองาน VIP เนื่องจากโดยนิยามอาจจัดได้ว่างาน VIP เป็นงานในลักษณะเดียวกับที่จัดอยู่ในกลุ่มของผู้หญิงที่ค้าบริการทางเพศ ทั้งนี้ แม้ในวงการพริตตี้หรือในวัฒนธรรมย่อยของสังคมพริตตี้ ก็ถือว่างาน VIP เป็นงานที่ไม่ได้รับการยอมรับในมาตรฐานงานทั่วไปของพริตตี้เช่นเดียวกัน

แผนภาพที่ 9 การเปลี่ยนผ่านจาก Public Area ไปสู่ Private Area



ลักษณะการทำงานของพริตตี้ในแต่ละรูปแบบ จากแผนภาพที่ 9 เราจึงสรุปได้ว่า พริตตี้ที่รับงานในรูปแบบงาน Public Area (ฝั่งซ้ายของภาพ) จะมีฮาบิตัสในลักษณะของความสวยงาม คือ จะต้องมียุทธศาสตร์ในการยืนที่สวยงาม ยิ้มสวย การมีจังหวะท่วงท่าการเคลื่อนไหวที่งดงามชวนมอง หมายรวมถึงจังหวะการยิ้ม การพูด การสบตา การเอ็นเตอร์เทนต์ด้วยเสียงหัวเราะ และลีลาอันเกิดจากการหยอดคำ เล่นมุข สร้างบรรยากาศ สร้างความผ่อนคลาย หรือการใช้ไหวพริบจัดการกับสถานการณ์เฉพาะหน้า เพื่อให้สามารถเข้ากับลักษณะของการทำงานได้ โดยในกรณีการทำงานที่อยู่ในรูปแบบงานฝั่ง Public Area ได้แก่ งานเซียร์เบียร์ งาน PC งาน Event และงาน MC พริตตี้จะไม่ต้องใช้ทักษะที่เข้มข้นมาก เนื่องจากลักษณะของพื้นที่การทำงานที่เป็นพื้นที่สาธารณะนั้น พริตตี้จะไม่ต้องปะทะกับลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย หรือบุคคลหนึ่งบุคคลใดเป็นกาลเฉพาะ ลักษณะของก้อนอำนาจที่พริตตี้ต้องเจอในพื้นที่การทำงาน จึงเป็นอำนาจก้อนเล็ก ๆ ที่มีลักษณะกระจัดกระจาย เมื่อพริตตี้ต้องการที่จะจัดการกับการถูกรบกวนอย่างไม่เป็นธรรม เช่น การถูกลวนลามทางสายตา หรือทางวาจา พริตตี้ก็สามารุใช้อุปกรณ์หรือเครื่องมือที่ตนมีเป็นทุนๆ เช่น ไมค์ที่ต่อกับเครื่องขยายเสียง จัดการกับการกระทำของก้อนอำนาจเหล่านั้น ซึ่งจะส่งผลให้ก้อนอำนาจหรือกลุ่มผู้กระทำกร ไม่สามารถเข้าถึงตัวพริตตี้ได้อย่างแน่นอน อย่างไรก็ดี เทคนิคในการเอาตัวรอดใน Public Area ก็ยังคงจะต้องมีการสะสมประสบการณ์ เมื่อเข้าสู่แวดวงอาชีพฯ แล้ว แต่ด้วยต้นทุนที่พริตตี้ได้มีสะสมไว้อยู่เดิม ดังเช่น ไหวพริบที่แสดงออกได้อย่างเป็นธรรมชาติอันได้มาจากโอกาสในการฝึกฝนตนผ่านการแสวงหาโลกภายนอกในรูปแบบการเลี้ยงดูแบบอิสระที่ตนได้มาในวัยเด็ก ก็ทำให้พริตตี้มีความเข้าใจของในกรรูลบลพลีก และรู้จังหวะในการป้องกันตัวเอง ผ่านการเลือกสรรเครื่องมือที่มีอยู่รอบตัวได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์

เมื่อผ่านการทำงานไปจนกระทั่งถึงรูปแบบงาน MC พริตตี้มักจะมีโอกาสได้รู้จักกับงานสวัสดิ์และงานทานข้าว ซึ่งเป็นระยยะต่อมมาของรูปแบบงานพริตตี้ที่มักได้เจอ การได้รู้จักกับงานสวัสดิ์ มักจะเป็นการรู้จักผ่านโมเดลลิ่งหรือนายหน้า ที่มักจะมีการทาบทามมายังตัวพริตตี้ หรือมีการประกาศผ่านกรรูลบลพลีก ให้ส่งรูปมาแคส หรือมาลองชิมผลงานสวัสดิ์ในครั้งแรก หากมีคุณลักษณะที่ตรงตามกับที่

ลูกค้าต้องการ และเมื่อพริตตี้ได้เข้าสู่การทำงานสวัสดี จะถือว่าเป็นการเข้าสู่จุดรอยต่อหยั่งเชิงความสามารถ โดยพริตตี้จะมีระยะเปลี่ยนผ่านใน 2 ลักษณะ คือ ลักษณะที่ 1 พริตตี้ได้ทำงานสวัสดีแล้วพบว่าตนมีทักษะในการทำงานในรูปแบบนี้ ตนก็จะก้าวเข้าสู่การรับงานใน Private Area อย่างเต็มตัว ซึ่งได้แก่ งานทานข้าว งานเอ็นเตอร์เทนต์เบา และงานเอ็นเตอร์เทนต์แรง ในขณะที่ลักษณะที่สอง คือ หาก พริตตี้ได้ลองชิมกลางแล้วพบว่าตนไม่มีความสามารถในการเอาตัวรอดหรือมีทักษะในระดับเข้มข้นที่เพียงพอ ตนก็จะเลือกถอยกลับไปสู่รูปแบบงานที่อยู่ในพื้นที่ Public ดังเดิม

พริตตี้ที่เข้าสู่งานใน Private Area นั้น จะต้องยกระดับความเข้มข้นในบางทักษะที่มีมาอยู่ก่อนแต่ดั้งเดิม เช่น การเอ็นเตอร์เทนต์ในรูปแบบงานเอ็นเตอร์เทนต์ จะมีความเข้มข้นกว่าการเอ็นเตอร์เทนต์ในรูปแบบงานเชียร์เบียร์, PC หรือ MC มาก ในขณะเดียวกัน บางทักษะดั้งเดิมที่ต้องมีการยกระดับเข้มข้นขึ้นเช่นกันนั้น อาจต้องมีลักษณะของน้ำหนักที่เบาบางลง คือมีระดับความเข้มข้นในการสื่อสารด้วยการอวัจนภาษาหรือภาษากายอย่างมีศิลปะมากขึ้น เช่น การพูด การสบตา การสัมผัสที่แผ่วเบาลง รวมถึงการจะต้องมีทักษะที่เฉพาะทางมากขึ้น เช่น การรับฟังปัญหา การตอบกลับ การปลอบประโลม ซึ่งในภาษาของพริตตี้ก็นับว่า แค่เพียงการนั่งนิ่ง ๆ ยิ้มให้ และสบตา ก็เป็นการเอ็นเตอร์เทนต์อย่างหนึ่ง ซึ่งในที่นี้ ทั้งหมดจะถูกหมายรวมอยู่ในงานทานข้าว และงานเอ็นเตอร์เทนต์ อันเป็นงานที่อยู่ในแกนหลักของฝั่ง Private Area (ฝั่งขวาของแผนภาพ)

จากทักษะทั้งหมดที่กล่าวไป จะพบว่า ฮาปิทัสฝั่ง Private Area จะมีความเข้มข้นและความซับซ้อนของกลยุทธ์ในการเลือกใช้กับสถานการณ์มาก เนื่องจาก นับแต่งานสวัสดีเป็นต้นมา จนเข้าสู่งานทานข้าว และงานเอ็นเตอร์เทนต์ ล้วนเป็นรูปแบบงานของพริตตี้ที่อยู่ในพื้นที่ส่วนตัว และการจะต้องรับมือกับอำนาจก้อนใหญ่ที่กระจุกตัว แม้อาจได้ฝั่ง Private Area จะมีจำนวนที่สูงกว่า แต่ก็จะพบว่าประสบการณ์การใช้ชีวิตที่ผ่านมาของพริตตี้ก็จะต้องมีการสะสมมาอย่างยาวนานกว่าเช่นกัน นอกจากนี้การศึกษายังทำให้เราพบว่า ทฤษฎีวัฒนธรรมด้านปัจเจกบุคคลที่เป็นผลผลิตจากฮาปิทัส อันได้กลายมาเป็นทุนฯ สำคัญที่ค้ำจุนพวกเธอให้ดำรงตนอยู่แต่ในขอบเขตของงานพริตตี้เท่านั้น เป็นผลมาจากความเชื่อที่ถูกปลูกฝังให้มีการตระหนักรู้ในจิตใต้สำนึกว่า การขายบริการทางเพศเป็นเรื่องที่ไม่ดีและไม่ควรกระทำ อีกทั้งเมื่อเข้าสู่วงการฯ ก็ได้มีการเรียนรู้เพิ่มเติมในวัฒนธรรมย่อยของสังคมพริตตี้ อีกรู้ว่า หากรับงาน VIP จะไม่ถือว่าเป็นบุคคลที่ควรให้ความเคารพ หรือได้รับเกียรติจากเพื่อนร่วมวงการฯ หรือสังคมการทำงานด้วยกัน อย่างน้อยที่สุดก็ผ่านการไม่ส่งงานหรือแนะนำงานในรูปแบบทั้งหมดที่พริตตี้ทำกัน ซึ่งถือเป็นการลงโทษในวงการค้าฯ ในสังคมย่อยของพวกเธอนั่นเอง ดังนั้นแล้ว หากมีพริตตี้คนหนึ่งคนใดที่ไปรับงาน VIP เธอก็จะต้องใช้ชีวิตอยู่อย่างหลบ ๆ ซ่อน ๆ เพราะความที่ไม่อาจได้รับการยอมรับและเป็นส่วนหนึ่งของสังคมย่อยของพวกเธอได้นั่นเอง หรือหากพริตตี้ที่รับงาน VIP ได้พลังเหลือให้ได้มีเพื่อนร่วมวงการฯ ได้ล่วงรู้ไปเสียแล้ว เธอก็จะต้องยอมรับในชะตากรรมที่จะไม่ได้รับการส่งงานในรูปแบบที่เธอได้เคยทำมาก่อนที่จะเข้าสู่รูปแบบงานนี้เลย

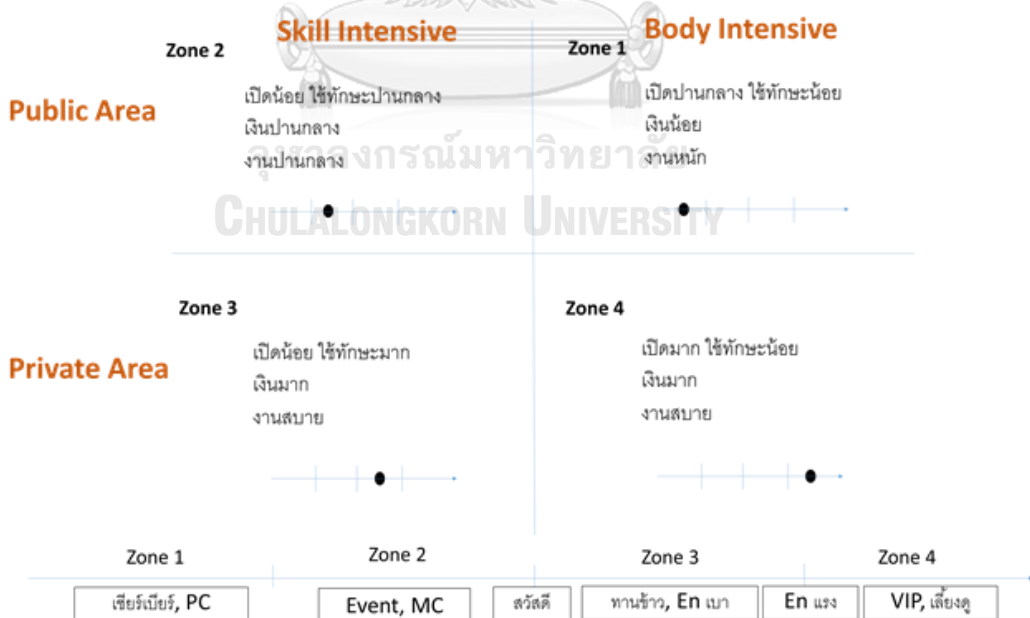
#### 5.1.4 การดำรงอยู่ในอาชีพพริตตี้: กระบวนการรับและปรับใช้วัฒนธรรม

สังคมพริตตี้ เป็นสังคมที่อาศัยเครือข่ายการทำงานสูง โดยเครือข่ายหลักที่ใช้ส่งต่อมอบงานกัน ก็คือ เครือข่ายภายในวงการเพื่อนพริตตี้นั่นเอง เมื่อเป็นเช่นนี้แล้ว เมื่อพริตตี้เข้าสู่อาชีพจนมีความชำนาญในการรับงานระดับหนึ่ง ช่องทางการเข้าถึงการทำงานของพริตตี้ก็จะเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม



กล่าวคือ ในช่วงก่อนที่พริตตี้จะเข้าสู่อาชีพ พวกเธอจะอาศัยช่องทางในการเข้าถึงงานผ่านญาติ เพื่อน รุ่นพี่ คนรู้จัก หรือช่องทางอินเทอร์เน็ต (เรียงระดับการเข้าถึงงานตามลำดับ) แต่เมื่อพริตตี้เข้าสู่อาชีพและมีความรู้ในช่องทางต่าง ๆ มากเพียงพอแล้ว เธอจะเลือกการเข้าถึงงานด้วยช่องทางอินเทอร์เน็ต คนรู้จัก เพื่อน และญาติ (เรียงระดับการเข้าถึงงานตามลำดับ) โดยเราจะพบว่า ลักษณะการเข้าถึงงานของพริตตี้ในช่วงก่อนเข้าสู่อาชีพและช่วงหลังเข้าสู่อาชีพนั้น ได้เปลี่ยนแปลงไปตามลำดับ ทั้งนี้เป็นผลมาจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารอย่างสื่ออินเทอร์เน็ต อย่าง Social Media ที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว เป็นผลทำให้พริตตี้ในปัจจุบัน สามารถลดต้นทุนการทำงานที่เคยถูกหักจากนายหน้าได้มากขึ้น ทั้งนี้ ยังส่งผลต่อการตกลงร่วมกันของผู้ซื้อและผู้ขายด้วยความเต็มใจสูงสุด ซึ่งเป็นไปตามกลไกตลาด เมื่อไม่มีนายหน้าในฐานะคนกลางเข้ามาแทรกแซงตลาด ก็ยังทำให้พริตตี้มีความปลอดภัยมากขึ้นอีกด้วย เนื่องจากในอดีต พริตตี้จำนวนมากจะพบว่า นายหน้ามักรับงานมาแล้วบอกถึงความต้องการและข้อตกลงที่ไม่ตรงกับลูกค้า ในขณะที่พริตตี้เป็นผู้ทำงานอยู่เบื้องหน้า เมื่อตนรับงานไปแล้ว ก็จะไม่อาจต่อว่าหรือใช้มาตรการใด ๆ ลงโทษลูกค้าได้ เนื่องจากสถานการณ์ในเวลาหน้างาน พริตตี้ไม่อาจล่วงรู้ได้ว่า ลูกค้าและนายหน้าตกลงกันมาเช่นไร และเหตุการณ์เช่นนี้ มักนำไปสู่การล่วงเกินทางเพศ หรือการกระทำการที่เกินไปกว่าข้อตกลงที่มีอยู่จริงเสมอ เนื่องด้วยนายหน้าก็ต้องการผลกำไรสูงสุด ดังนั้น เมื่อพริตตี้สามารถเลือกรับงานเองได้แล้ว จึงยังผลด้านความปลอดภัยเพิ่มขึ้นแก่ตัวเธอเองด้วย โดยเธอจะสามารถคัดกรองลูกค้าได้ด้วยตัวเอง ซึ่งเป็นคุณูปการอย่างยิ่งต่อตัวเธอเทียบเท่ากับการที่เธอได้รับค่าตอบแทนในตัวเลขที่ใกล้เคียงกับความจริงในตลาดสูงสุด

แผนภาพที่ 10 ความสัมพันธ์ของรายได้กับการเปิดเผยเรือนร่างและการใช้ทักษะ



นอกจากนี้ ผลพวงจากเทคโนโลยีและการคัดกรองผู้ซื้อโดยตัวเองได้แล้ว พริตตี้ยังสามารถเลือกใช้ทักษะที่เป็นการสั่งการจากภายในหรือเป็นผลผลิตของแนวจริตของเธอมาเป็นอันดับหนึ่งได้อีก ดังจะพบได้จาก การให้ความสำคัญกับทักษะที่สำคัญที่สุดในการทำงานมาเป็นอันดับหนึ่ง

ในเรื่องการวางตัว พริตตี้ต่างลงความเห็นตรงกันว่า การวางตัวให้เหมาะสมกับลูกค้าเป็นทักษะที่สำคัญในการทำงานพริตตี้อย่างมาก พริตตี้มองว่า เราสามารถเลือกลูกค้าได้ผ่านการปฏิบัติตัวของเรา โดยเราวางตัวเช่นไร เราก็จะได้ลูกค้าเช่นนั้น ในขณะที่รูปลักษณ์ภายนอก อันได้แก่ ความสวยงามของรูปร่างหน้าตาและการพูดจา พริตตี้ได้ให้ความสำคัญมาเป็นอันดับสอง ในขณะที่ความมั่นใจและความกล้าแสดงออกพริตตี้จะให้ความสำคัญมาเป็นอันดับที่สาม

ในวิถีการทำงาน พริตตี้ก็จะมีภาพลักษณ์สวยงามในแบบที่พวกเธอถูกคาดหวังจากสังคมทั่วไป ในขณะที่วันสบาย ๆ ที่พวกเธอไม่ได้ทำงาน พวกเธอก็จะมีชีวิตเฉกเช่นเดียวกับผู้หญิงวัยรุ่นทั่วไป พวกเธอมักจะแต่งตัวสบาย ๆ โดยอาจใส่เสื้อยืด กางเกงยีนส์ และรองเท้าผ้าใบออกไปทานข้าวหรือการออกไปท่องเที่ยว ปีนเขา ซึ่งเป็นกิจกรรมลุย ๆ ในแบบที่พริตตี้ชอบมากมาย ประการสำคัญพริตตี้มักมีลักษณะนิสัยตรงไปตรงมา พูดจาฉะฉาน บอกความต้องการชัดเจน พวกเธอมักไม่ซับซ้อน จุกจิก ในชีวิตประจำวัน หรือแม้กระทั่งกับคู่ความสัมพันธ์อย่างเพื่อนสนิท หรือคู่รัก พริตตี้มักจะเลือกคบเพื่อนสนิทที่เป็นผู้ชาย หรือหากเป็นผู้หญิง ก็จะมีลักษณะตรงไปตรงมาคล้ายคลึงกัน นอกจากนี้ยังพบว่า พริตตี้ 1 ใน 3 ยังมีคู่รักในลักษณะที่เป็นเพศเดียวกันอีกด้วย

#### 5.1.5 การส่งต่อแนวจริตของพริตตี้: กระบวนการผลิตซ้ำ (reproduction)

ความเป็นมาของแนวจริตที่พริตตี้ได้สะท้อนออกมาผ่านแรงจูงใจ พฤติกรรม และกิจกรรมที่พวกเธอต่างเลือกทำอยู่ในปัจจุบัน ได้ย้ำชัดให้พวกเธอตระหนักว่า พวกเธอก็จะยังคงยืนหยัดมีวิถีคิดและวิถีแห่งการปฏิบัติเช่นนี้ ผ่านการเลือกเส้นทางของงานในอนาคตแม้ว่าเธอต้องออกจากอาชีพพริตตี้ไป พวกเธอยังคงเลือกการทำงานในรูปแบบอิสระ ทั้งการเปิดร้านค้า ร้านอาหาร หรือการทำธุรกิจส่วนตัว ล้วนเป็นเป้าหมายของพวกเธอ นอกจากนี้ ในกรณีของพริตตี้ที่มีลูกแล้ว ก็ยังได้ยืนยันว่า พวกเธอยังส่งต่อฮาบทิสเรื่องการเอาตัวรอดให้กับลูกของพวกเธอต่อไป และในมุมมองของพริตตี้ที่เคยเติบโตต่างจังหวัดในวัยเด็ก และได้มาใช้ชีวิตตอนโตในช่วงที่เรียนมหาวิทยาลัยซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้เธอได้เข้าสู่วงการพริตตี้ นั่น เธอมีมุมมองว่า หากเธอมีลูก เธออยากให้ลูกของเธอได้อยู่ที่ต่างจังหวัด เพราะการอยู่ในกรุงเทพฯ ทำให้ไม่อาจหลีกเลี่ยงสังคมที่แวดล้อมไปด้วยการกระตุ้นการบริโภคอย่างที่เธอเผชิญอยู่ได้ และประสบการณ์ของเธอก็ได้ทำให้เธอมองเห็นว่า ยิ่งหากจะต้องนำลูกไปเข้าเรียนยังโรงเรียนแพง ๆ ราว ๆ ด้วยแล้ว เธอมองว่า สังคมคนรวยยิ่งน่ากลัว ซึ่งนับว่าเป็นมุมมองต่อการจัดสภาพแวดล้อมที่พร้อมต่อการส่งต่อฮาบทิสภายใต้บริบทเศรษฐกิจและสังคมที่น่าสนใจต่อไป

จากข้อสรุปทั้งหมด จะเห็นได้ว่า แนวจริตของพริตตี้ที่สั่งสมผ่านประสบการณ์นับแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ได้ส่งผลให้พวกเธอมีการดำรงอยู่ภายใต้ระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม ผ่านลักษณะของความเป็น Liberal คือ มีลักษณะนิสัยรักอิสระ ยืนหยัดในเจตจำนงเสรี และไม่ยอมตกอยู่ภายใต้การครอบงำหรือกฎเกณฑ์ ในขณะที่รูปแบบการครองตนภายใต้โครงสร้างการเมืองสังคมไทย พวกเธอมีลักษณะแนวความคิดทาง Conservative คือ การรับเอาวัฒนธรรมแบบรักนวลสงวนตัวเข้ามาใช้ ผ่านเครื่องยืนยันการไม่ผันตัวไปสู่เส้นทางอาชีพขายบริการทางเพศ และประครองตนไว้ภายใต้งานในรูปแบบพริตตี้เท่านั้น โดยใช้อำนาจสัญลักษณ์ผ่านเรือนร่าง หรือหุ่นร่างกายที่สวยงาม อันเป็นอำนาจในรูปแบบหนึ่งของคนในสังคมให้ความสำคัญ โดยเฉพาะลูกค้าที่ได้ยอมรับในอำนาจนี้ ก็ถือได้ว่าเป็นการผลิตทุนการเมืองหรืออำนาจเชิงสัญลักษณ์ให้กับพริตตี้แล้ว ทั้งนี้ การยอมรับว่าอำนาจแห่งความมี

เรือนร่างที่สวยงามมีอยู่จริง จึงนับเป็นทุนสัญลักษณ์หนึ่งที่พริตตี้สามารถนำมาใช้ในการทำงานและเป็นเครื่องต่อรองให้เธอสามารถดำรงอยู่ในอาชีพได้ต่อไป

## 5.2 ข้อจำกัดของการศึกษา

เนื่องจากขอบเขตในการศึกษาของงานวิจัยชิ้นนี้มีลักษณะของเนื้อหาที่กว้างขวางมาก ทำให้ไม่อาจเจาะลึกในบางประเด็นที่น่าสนใจได้ จึงจะได้เสนอแนะต่อการศึกษาในงานในครั้งต่อไป

## 5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

การเปลี่ยนผ่านรูปแบบงานของพริตตี้ เช่น จากงาน PC (Product Consultant) สู่งาน MC (Master of ceremony) นับเป็นอีกหนึ่งรอยต่อที่สำคัญในเส้นทางอาชีพของพริตตี้เกือบทุกคน จากการศึกษาพบว่า รอยต่อจากงานรูปแบบ PC ไปสู่งาน MC ยังสามารถเจาะลึกการพัฒนาทักษะเพื่อก้าวเข้าสู่งานอีกรูปแบบหนึ่งได้ เนื่องจากงาน PC เป็นงานที่ไม่ต้องใช้ทักษะการพูดในที่สาธารณะที่ต้องเชี่ยวชาญมากนัก และการจำข้อมูลหรือรายละเอียดของสินค้าที่จะต้องเสนอขายอาจยังไม่มากเท่ากับงาน MC จึงเป็นผลทำให้จำนวนรายได้ของ 2 รูปแบบการทำงานนี้ยังแตกต่างกันแม้อยู่ในพื้นที่การทำงานที่ใกล้เคียงกันอย่าง Public Area ดังนั้น การจะสามารถพัฒนาตนเองในเส้นทางอาชีพนี้ในแต่ละจุดการทำงานหรือรูปแบบการทำงานนั้น ยังสามารถกำหนดขอบเขตในลักษณะเจาะลึกเพื่อศึกษาการพัฒนาทักษะต่าง ๆ ของพวกเขาได้อีกต่อไป

## 5.4 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

เมื่อพริตตี้ออกจากอาชีพแล้ว การมีช่องทางอาชีพในรูปแบบงานอิสระที่ปลอดภัยและสามารถสร้างรายได้ในจำนวนที่เพียงพอแก่การยังชีพโดยอาศัยทักษะที่พริตตี้ได้สั่งสมในช่วงเวลาที่ได้ประกอบอาชีพ จะช่วยลดอัตราการขายบริการทางเพศ ทั้งในรูปแบบการขายอิสระ ขายในสถานบริการ หรือการเป็นเมียน้อย เนื่องจากหากมีทางเลือกในเส้นทางอาชีพ พริตตี้เพียงแต่ต้องการอาชีพที่ทำให้พวกเขาสามารถดำรงความเป็นอิสระได้ โดยหากเพิ่มทางเลือกในอาชีพซึ่งเป็นแรงจูงใจใหม่ ก็จะช่วยให้สถาบันครอบครัวในระดับโครงสร้างมีความเข้มแข็งขึ้น โดยรัฐบาลควรมีนโยบายในด้านการส่งเสริมธุรกิจขนาดเล็กหรือกลุ่ม Start Up ซึ่งไม่เพียงแต่เพื่อรองรับพริตตี้ซึ่งเป็นคนกลุ่มที่ยังมีไม่มากนัก หากแต่ยังเป็นการรองรับกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีลักษณะของความรักอิสระ หรือกลุ่มคนที่เรียนจบมาไม่ตรงสายงานให้มีโอกาสในการทำงาน และได้ขบขันศักยภาพอันเป็นพื้นฐานดั้งเดิมที่สั่งสมมาอย่างยาวนานให้เกิดประโยชน์สูงสุดอีกด้วย นอกจากนี้ ตลาดแรงงานในระบบ ยังสามารถเปิดตลาดเพื่อรองรับพริตตี้ซึ่งเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีทักษะหรือความสามารถด้านงานให้บริการเฉพาะทางหลายด้าน โดยหากเปิดพื้นที่ให้พวกเขาได้เข้าไปทำงานและใช้ความสามารถอย่างเต็มที่แล้ว องค์กรต่าง ๆ ก็จะได้ประโยชน์อย่างเต็มประสิทธิภาพ ทั้งนี้ การสร้างทางเลือกดังกล่าวนอกจากจะเกิดผลดีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแล้ว ยังจะเป็นการช่วยลดปัญหาความเหลื่อมล้ำอันเป็นผลมาจากทุนเศรษฐกิจ ทุนวัฒนธรรม ทุนสัญลักษณ์ และทุนสังคมที่แตกต่างของผู้คนในสังคมซึ่งเกิดมาจากโครงสร้างส่วนบนนั่นเอง และแม้ทรัพยากรที่มีอยู่ภายนอกจะมีจำกัดและต้องถูกใช้ให้เกิดประโยชน์

สูงสุด แต่ทรัพยากรที่มีอยู่ในตัวบุคคลหากส่งเสริมให้ได้รับการฝึกฝนและสั่งสมได้อย่างมีประสิทธิภาพ  
แล้ว ก็ย่อมจะสามารถนำไปใช้ได้เกิดประโยชน์สูงสุดและอาจไม่มีวันหมดดังเช่นทรัพยากรภายนอกที่  
สามารถเห็นผลได้จากร่องรอยการส่งต่อหรือการผลิตซ้ำซึ่งมีกระบวนการในการถ่ายทอดที่แน่นอน



## รายการอ้างอิง

หนังสือ บทความ และวิทยานิพนธ์

Bourdieu, P. (1977). *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge: Cambridge University Press.

Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge: Harvard University Press.

Bourdieu, P. (1990). *The Logic of Practice*. Cambridge: Polity Press.

Bourdieu, P. (1998). *Practical Reason*. Cambridge: Polity Press.

Nastasi, B. K., & Schensul, S. L. (2005). **Contributions of qualitative research to the validity of intervention research**. *Journal of School Psychology, 43*(3), 177-195.

Swartz, D. (1997). *Culture and Power: The Sociology of Pierre Bourdieu*. Chicago and London: The University of Chicago Press.

กชกรณั เสรีฉันทฤกษ์. (2551). วาทกรรมความงามของผู้หญิงในสังคมไทย : มุมมองพหุมิติ.

(วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต), สาขาวิชาสตรีศึกษา, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

กมลทิพย์ จีงเลิศศิริ. (2558). วาทกรรมความเป็นหญิงกับความงามในสังคมไทย. (ปริญญาศิลปบัณฑิต), สาขาวิชาทัศนศิลป์, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

กมลวรรณ ชุมทรัพย์. (2548). การสร้างความหมายของสาวพริตตีในอุตสาหกรรมรถยนต์โดยสื่อมวลชน. (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต), สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน. (2551). สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อการศึกษา. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์.

การะเกด บำรุงรส. (2548). การประกอบอาชีพพริตตีไอร์แลนด์ของนักศึกษาหญิง : กรณีศึกษา. (วิจัยนิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต), สาขาวิชาจิตวิทยาการศึกษาและการแนะแนว, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

กิตตินาถ นิธิธรรมกร ชัยนันท์ สันทนะ วิชัย สวนสุจริต อนันทพล บุญสร้างสม วิศิษฐ์ เดชมาก ปฐมพงษ์ เนตรสุวรรณ และศิริมา จินดาโชติ. (2549). พฤติกรรมของอาชีพพริตตีที่ทัศนคติของคนกรุงเทพฯ ที่มีต่ออาชีพและปัจจัยการตลาดในการนำพริตตีมาใช้ในการส่งเสริมการขายใน

- กรุงเทพฯ. (รายงานการวิจัยทางธุรกิจ), คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- ขวัญชนก ทองสนธิ. (2554). ตัวตนจากมุมมองของสาวพริตตี้. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต), สาขาปรัชญา, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จิรนนท์ ไวยศรีแสง. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต), พัฒนาสังคม, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ชนินันท์ ทองเผือก. (2551). การรับรู้ความสามารถของตนเอง การสนับสนุนของครอบครัวที่มีอิทธิพลต่อความสนใจในการเลือกอาชีพภาคอุตสาหกรรมของนักศึกษาสายอาชีพ สังกัดกรมอาชีวศึกษาจังหวัดสุราษฎร์ธานี. (ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต), สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฐาปะนะ วงษ์สาธิตศาสตร์. (2555). ภาพรวมของปรากฏการณ์ “สาวพริตตี้” ในงานมอเตอร์โชว์. วารสารรามคำแหง ฉบับมนุษยศาสตร์, ปีที่ 31 ฉบับที่ 1 (ม.ค.-ธ.ค. 2555), 73-99.
- ดลใจ ลีตระกูล และภูษนิศา อมรสิน. (2557). การศึกษาปัจจัยที่ใช้ประกอบการเลือกอาชีพ และการเตรียมตัวของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีการจัดการ. (รายงานการวิจัย), สาขาเทคโนโลยีการจัดการ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์.
- ัทธนา รุ่งรุจจินดา. (2553). เพศสภาวะกับการเลือกอาชีพของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 กรณีศึกษา: โรงเรียนวัดดอนตูม อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต), สาขาวิชาสตรีศึกษา, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ัทศนา ทองภักดี อรพินทร์ ชูชม และอัจฉรา สุขารมณ. (2551). ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิหลังของนักเรียนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน บุคลิกภาพ ค่านิยมในอาชีพ กับการเลือกอาชีพของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3. (รายงานวิจัยฉบับที่ 113), สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ทิวาภรณ์ กาญจนมยุร. (2556). การสร้างทุนทางกายภาพของพริตตี้. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต), สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธัญชนก สุขแสง. (2558). ค่านิยมและอิทธิพลจากบุคคลที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจคัดเลือกความงาม. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธัญญรัตน์ สุขมงคลชัย. (2558). โครงการจัดตั้งธุรกิจบริหารจัดการเอ็มซีและพริตตี้ (P.M.C. MODELING). (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต), สาขาวิชาการบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- ธัญชนก โชติกันตะ. (2558). ความคิดเห็นที่มีต่อพริตตี้ในการนำเสนอสินค้าและพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าของผู้ติดตาม. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต), สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- น้ำทิพย์ บุตรทศ. (2558). การตัดสินใจเลือกอาชีพ แรงจูงใจ และความก้าวหน้าในอาชีพพริตตี้เอ็มซี. วารสาร *RMUTT Global Business and Economics Review*, ปีที่ 10 ฉบับที่ 1(มิ.ย. 2558), 121-132.
- ปิ่นแก้ว พงษ์ประเสริฐ. (2549). ความคิดเห็นของประชาชีพพริตตี้เกิร์ล (*Pretty Girl*) ในกิจกรรมทางการตลาด (*Event Marketing*). (รายงานโครงการเฉพาะบุคคล), วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พัชรพิชา ปวันรักษ์พงศ์. (2552). ดารานักแสดงหญิงกับศัลยกรรมเสริมความงาม. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต), สาขาวิชาสตรีศึกษา, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พันธุ์ทิพย์ พัชรพงศ์พรณ. (2556). การรับรู้ความสามารถแห่งตนในการตัดสินใจเลือกอาชีพของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง. (สารนิพนธ์), จิตวิทยาการแนะแนว, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มัลลิกา มติโก. (2544). ศัลยกรรมใบหน้า : การสร้างเสริมความงามของผู้หญิงไทย. (วิทยานิพนธ์ดุขฎีบัณฑิต), สังคมศาสตร์การแพทย์และสาธารณสุข, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- มานิตย์ จอมศรีกระยอม. (2556). ความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกประกอบอาชีพอิสระของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 3 รอบปกติโรงเรียนพณิชยการเขตนองแวมกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์), ธุรกิจศึกษา, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- รุ่งนภา ยรรยงเกษมสุข. (2550). ชนชั้นนำในเมืองไทยปัจจุบัน: การศึกษากระบวนการผลิตซ้ำทุนวัฒนธรรมตามแนวปีแอร์ บูร์ดิเออ. (ปริญญารัฐศาสตรดุขฎีบัณฑิต), สาขาวิชารัฐศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรวัลลุฑ์ คำเพิ่ม. (2552). การเลือก “พริตตี้” เพื่อเป็นผู้นำเสนอสินค้าของธุรกิจค้ารถยนต์ในประเทศไทย. (วิจัยนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต), สาขาวิชาการสื่อสารศึกษา, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วาริศา ทวีทรัพย์อัมพร. (2552). การสื่อสารการตลาดผ่านพริตตี้. (วิจัยนิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต), สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สิโรบล สุขสวคนธ์. (2551). สาวเซียร์เบียร์: ปฏิบัติการส่งเสริมการขายในอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม. (วิทยานิพนธ์หลักสูตรสังคมวิทยาและมานุษยวิทยามหาบัณฑิต), มานุษยวิทยา, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- สุนีย์ ประสงค์บัณฑิต. (2553). แนวความคิดฮาปัทสของปีแอร์ บูร์ดิเยอ กับทฤษฎีทางมานุษยวิทยา. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร(องค์การมหาชน).
- สุพิชญา วัชรินทร์พร. (2555). ปัจจัยทางการตลาดในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), สาขาการจัดการการตลาด, มหาวิทยาลัยสยาม.
- สุนารินทร์ คชานุกาพ. (2552). สภาพการทำงานและความเสี่ยงของอาชีพสาวพริตตี้. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต), สาขาวิชาการวิจัยและพัฒนาเมือง, มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- อัจฉรา หอมจรรยา. (2546). ปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อการเลือกอาชีพของบัณฑิตใหม่ ระดับปริญญาตรีของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. (รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต), การบริหารทั่วไป, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อัมพร บุญเทพ. (2556). พริตตี้เชียร์เบียร์ในเชียงใหม่: การทำให้ผู้หญิงเป็นสินค้าในอุตสาหกรรมการค้าเบียร์. (วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต), สาขาวิชาการเมืองและการปกครอง, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อัศรี จารุโกศล. (2554). ปัจจัยด้านจิตสังคมในผู้สนใจทำศัลยกรรมความงาม. วารสารสมาคมจิตแพทย์แห่งประเทศไทย, ปีที่ 56 ฉบับที่ 3(ก.ค.-ก.ย. 2554), 297-310.
- อารีวรรณ หัสติน. (2551). ภาพลักษณ์ในการนำเสนอตัวตนคนพริตตี้. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต), สาขาวิชาสังคมวิทยาประยุกต์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อุ๋นใจ เจียมบุรณะกุล. (2547). วาทกรรม “ความสวย” อัตลักษณ์วัฒนธรรมการบริโภค: กรณีศึกษานักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต), การพัฒนาสังคม, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

#### สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- 39 ภาพ สวยเลิศ! พริตตี้ชุดไทยในงานมอเตอร์โชว์ 2017. Retrieved 28 พฤษภาคม 2561, from <https://auto.sanook.com/gallery/gallery/57971>
- 42 ภาพ ยั่วน้ำลายก่อนใคร พริตตี้มอเตอร์โชว์ 2011. Retrieved 28 พฤษภาคม 2561, from <https://auto.sanook.com/gallery/gallery/2066>
- Golf Boxzaracing. (2557). พริตตี้จากบูธต่างๆ ในงาน Thailand Drift Series 2014. Retrieved 28 พฤษภาคม 2561, from <http://tds.boxzaracing.com/2014-1/gallery/1291>



- Kanjana. คุณสมบัติและหน้าที่ของ “สาวพริตตี้”. Retrieved 28 พฤษภาคม 2561, from <https://sites.google.com/site/kanjanafaifew/home/1>
- Kanjana. ที่มาของ “สาวพริตตี้”. Retrieved 15 พฤษภาคม 2561, from <https://sites.google.com/site/kanjanafaifew/home/1-2>
- Pretty Motor Expo 2010** พริตตี้ มอเตอร์ เอ็กซ์โป ชุด 3. Retrieved 28 พฤษภาคม 2561, from <https://men.mthai.com/girl-interest/36637.html>
- Pretty** ไม่ได้แปลว่า พริตตี้. Retrieved 17 พฤษภาคม 2561, from <http://www.ajarnadam.tv/blog/pretty>
- Smallville. ประวัติศาสตร์พริตตี้ สุภาพสตรีศรีประเทศ. Retrieved 15 พฤษภาคม 2561, from <https://rabbitfinance.com/blog/booth-babe-history>
- Springnews. (2560). เจาะเวลาหาอดีต...มอเตอร์โชว์ครั้งแรกของไทย. Retrieved 24 พฤษภาคม 2561, from <https://www.springnews.co.th/view/35338>
- ความหมายของพริตตี้. Retrieved 29 พฤษภาคม 2561, from <https://www.facebook.com/notes/hinoga-ร่วมแชร์วิธีจีบสาวชั้นเทพ/ความหมายของพริตตี้/778230935600370>
- โตโต้. (2555). **Pretty Motor Show 2012**. Retrieved 28 พฤษภาคม 2561, from <http://www.thailandexhibition.com/Pretty-Room/124>
- โตโต้. (2556). พริตตี้ มอเตอร์เอ็กซ์โป 2013. Retrieved 28 พฤษภาคม 2561, from <http://www.thailandexhibition.com/Pretty-Room/148>
- โตโต้. (2558). **PRETTY MOTOR SHOW 2015**. Retrieved 28 พฤษภาคม 2561, from <http://www.thailandexhibition.com/Pretty-Room/159>
- พริตตี้. (2550). Retrieved 16 พฤษภาคม 2561, from สำนักงานราชบัณฑิตยสภา <http://www.royin.go.th/?knowledges=พริตตี้-๑-มีนาคม-๒๕๕๐>
- ภาพพริตตี้ มอเตอร์ เอ็กซ์โป 2554 **pretty motor expo 2011**. Retrieved 30 พฤษภาคม 2561, from <https://www.edtguide.com/news/371041/ภาพพริตตี้-มอเตอร์-เอ็กซ์โป-2554-pretty-motor-expo-2011#PhotoSwipe1527689738515>
- รวม 10 จุดสุดฮิตที่พริตตียนิยมศัลยกรรม. (2560). Retrieved 28 พฤษภาคม 2561, from สายสั่งได้ by Robotan <https://www.wongnai.com/articles/top-10-surgery-of-exhibition-models?ref=ct>
- รูปภาพ พริตตี้มอเตอร์โชว์ **Motor Show 2009**. Retrieved 28 พฤษภาคม 2561, from <https://play.kapook.com/photo/show-67392>

ละลานตา! รวมภาพพริตตี้มือเทอร์โซว์ 2016 บอกเลยว่า ‘แจ่มว้าว’ ทั้งนั้น. (2559). Retrieved 28 พฤษภาคม 2561, from มติชนออนไลน์

[https://www.matichon.co.th/social/news\\_81844](https://www.matichon.co.th/social/news_81844)

วิวัฒนาการพริตตี้ไทยแลนด์. Retrieved 16 พฤษภาคม 2561, from

<https://www.siamzone.com/board/view.php?sid=2692605>

ส่องพริตตี้ในงาน **Commart Work 2017** วันแรก (อัปเดตเรื่อยๆ). Retrieved 28 พฤษภาคม

2561, from <https://www.sanook.com/hitech/1437873>



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY



ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**CHULALONGKORN UNIVERSITY**

## รายการผู้ให้สัมภาษณ์

ลำดับที่	ชื่อเล่น (นามสมมติ)	วันที่สัมภาษณ์
1	กวาง	20 ธ.ค. 2560
2	เข้ม	21 ธ.ค. 2560
3	ส้มจี๊ด	22 ธ.ค. 2560
4	หวาน	25 ธ.ค. 2560
5	เนิร์ด	26 ธ.ค. 2560
6	ฟ้า	27 ธ.ค. 2560
7	ลูกเกด	27 ธ.ค. 2560
8	ปลา	28 ธ.ค. 2560
9	ไอซ์	28 ธ.ค. 2560
10	โบเฟอร์น	29 ธ.ค. 2560
11	จิน	29 ธ.ค. 2560

## รายการคำถามสัมภาษณ์

### คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป

- ชื่อ
- อายุ
- การศึกษา สาขา สถาบัน
- ในครอบครัวมีสมาชิกกี่คน ประกอบอาชีพอะไรบ้าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- ค่าใช้จ่ายต่อเดือน
- รายได้ต่อเดือน (มาจากไหนบ้าง)
- มีคูรักรหรือไม่ (หากมี เป็นเพศชายหรือหญิง)

### คำถามเกี่ยวกับรูปแบบการเลือกงานที่ทำ

- ทำอาชีพนี้ (พริตตี้) เป็นอาชีพหลักหรืออาชีพเสริม
- นอกจากงานพริตตี้แล้ว ท่านทำงานอื่นด้วยหรือไม่
- ท่านทำอาชีพพริตตี้มานานเท่าไรแล้ว
- ทำประเภทไหนบ้าง
- ลักษณะการทำงานเป็นอย่างไร
- ทำไมจึงสนใจมาทำอาชีพนี้

7. อาชีพพริตตี้เป็นอาชีพที่ท่านชอบหรือไม่
8. ท่านคิดว่าท่านจะประกอบอาชีพพริตตี้เป็นงานชั่วคราวหรืองานประจำ
9. อะไรคืออาชีพในฝันของท่าน เพราะเหตุใด
10. ก่อนหน้านี้เคยทำงานหรืออาชีพอื่นมาก่อนหรือเปล่า

#### คำถามเกี่ยวกับประสบการณ์ การถูกเลี้ยงดู สภาพแวดล้อม และรูปแบบการใช้ชีวิตที่ผ่านมา

1. ตอนเด็ก ๆ เคยประกวดหรือแข่งขันอะไรบ้าง
2. ทักษะประเภท ฟัง พูด อ่าน เขียน ชอบอะไร เพราะอะไร
3. บุคคลต้นแบบของท่านคือใคร
4. ท่านเป็นลูกคนที่เท่าไร และมีบทบาทอะไรบ้างในบ้าน
5. ความคาดหวังจากพ่อแม่(หรือคนอื่น ๆ ในครอบครัว) ต่อตัวท่าน เป็นอย่างไร
6. ในแต่ละช่วงวัย สิ่งที่ครู/อาจารย์ มักพูดถึงท่านคืออะไร
7. เพื่อน ๆ (ในแต่ละช่วงวัยที่ท่านโตมา) มักพูดถึงท่านอย่างไร
8. มีคำพูดของใคร ที่มีผลต่อตัวท่านบ้างหรือไม่
9. ในกลุ่มเพื่อน ท่านคือใคร (เช่น เป็นคนเจียบขริม ช่างพูด ชอบเล่นมุข/เล่าเรื่องตลก)
10. อะไรคือสิ่งที่ท่านทำได้ดี (ในแต่ละช่วงวัย)
11. ท่านคิดว่าท่านเป็นคนมีลักษณะนิสัยอย่างไร อธิบายความเป็นตัวท่าน
12. ท่านมีประสบการณ์ใดในอดีตที่เกี่ยวข้องกับท่านหรือทำให้ท่านเป็นท่านทุกวันนี้
13. ท่านเคยถูกใครตำหนิหรือชื่นชมอะไรในตัวท่านหรือไม่ อย่างไร และมันส่งผลต่อตัวท่านหรือไม่ อย่างไร

#### คำถามเกี่ยวกับประสบการณ์ในการทำงาน และวัฒนธรรมย่อยของพริตตี้

1. ท่านคิดว่าพริตตี้คืออะไร
2. คู่รักของท่าน (กรณีมีคู่รักแล้ว) คิดอย่างไรต่อการที่ท่านเป็นพริตตี้
3. พ่อแม่และคนในครอบครัวของท่านคิดอย่างไรต่อการที่ท่านเป็นพริตตี้
4. ท่านเข้ามาทำอาชีพนี้ได้อย่างไร (รู้จักอาชีพนี้ผ่านใครหรือสิ่งใด/ใครเป็นผู้ชักนำท่านเข้าสู่วงการ)
5. ขั้นตอนในการทำงานของท่านในงานแต่ละประเภท (กรณีหนึ่งคนทำหลายประเภท) เป็นอย่างไร และมีลักษณะอย่างไรบ้าง
6. ท่านพบเจอปัญหาหรืออุปสรรคใดในการทำงานบ้าง
7. ท่านชอบลูกค้าแบบไหน
8. ท่านไม่ชอบลูกค้าแบบไหน
9. ท่านได้ทำกิจกรรมอื่นใดร่วมกับเพื่อน ๆ พริตตี้ นอกเหนือจากการร่วมงานกันในงานพริตตี้หรือไม่ อย่างไร
10. ท่านคิดว่าจะทำอาชีพนี้ไปถึงเมื่อไหร่ และท่านมีการวางแผนในอนาคตไว้อย่างไร
11. ท่านคิดว่าการทำศัลยกรรม ช่วยให้ท่านมีรายได้เพิ่มขึ้นหรือไม่ อย่างไร

12. สิ่งใดบ้าง ที่ท่านได้รับจากการเป็นพริตตี
13. ท่านคิดว่า ทักษะใดบ้างที่จำเป็นสำหรับพริตตี



### ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวณัฐภา คงศรี เกิดวันที่ 2 ธันวาคม 2530 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาพัฒนาชุมชน คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในปีการศึกษา 2552 และเข้าศึกษาต่อในสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2557

