

## บทที่ 2

### บาร์เบียร์ ผู้หญิงและลูกค้าชาวต่างประเทศ

ในบรรดาสถานบันเทิงทางเพศที่เปิดต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศแบ่งออกได้เป็นหลายลักษณะ และแต่ละลักษณะมีกลุ่มลูกค้าเฉพาะค่อนข้างแตกต่างกัน เช่น บาร์ประเภทคาราโอเกะ มักเป็นที่นิยมของลูกค้าญี่ปุ่น บาร์ประเภทอะโกโก้มักเป็นที่นิยมของลูกค้าชาวต่างประเทศ ทั้งที่เป็นชาวตะวันตกและชาวญี่ปุ่น สำหรับ “บาร์เบียร์” เป็นอีกหนึ่งในธุรกิจบันเทิงทางเพศที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกเช่นกัน หากแต่กิจกรรมในบาร์เบียร์ไม่ได้มีลักษณะที่ดึงดูดเร้าใจมากเท่ากับการเต้นระบำทั้งเปลื้องผ้า กิ่งเปลื้องผ้าและการโชว์ร่วมเพศประเภทต่าง ๆ แบบบาร์อะโกโก้ บริการในบาร์เบียร์เน้นเฉพาะการขายเครื่องดื่ม และมีผู้หญิงไว้ทำหน้าที่นั่งดื่ม พูดคุยและบริการลูกค้า ด้วยเหตุนี้บาร์เบียร์จึงได้รับการจัดประเภทตามความหมายของกลุ่มนักสตรีนิยมที่ต่อต้านการค้าหญิงว่าเป็น

“สถานที่จ้างผู้หญิงมาขายเปล้าให้กับลูกค้า หากลูกค้าพอใจก็สามารถจะออฟ ผู้หญิงออกไปให้บริการได้” (มูลนิธิผู้หญิง, 2540 : 164-166)

บาร์เบียร์ได้มีการขยายตัวในจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกไปเยือน ได้แก่ ย่านพัฒนาพงษ์ ซอยนานา ซอยดาวบอยในกรุงเทพฯ เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ชายหาดต่าง ๆ ในจังหวัดภูเก็ต เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี รวมทั้งจังหวัดเชียงใหม่ บาร์เบียร์ในแต่ละจังหวัดจะมีความเข้มงวดในกฎเกณฑ์และความเข้มข้นในการทำงานที่แตกต่างกัน หากเปรียบเทียบบาร์เบียร์ในพัทยาและพัฒนาพงษ์ กับบาร์เบียร์ในจังหวัดเชียงใหม่ บาร์เบียร์ในกรุงเทพฯ หรือพัทยาถือว่าเป็นบาร์ที่อยู่ในย่านที่มีการแข่งขันกันมาก ขณะที่บาร์เบียร์ในเชียงใหม่จัดอยู่ในเขตชายขอบจากการพูดคุยกับเจ้าของกิจการบาร์เบียร์ที่มีประสบการณ์ทั้งที่พัฒนาพงษ์ พัทยาและเชียงใหม่ เล่าว่า การแบ่งแยกบาร์เบียร์ในลักษณะนี้ ใช้เกณฑ์ในเรื่องราคาค่าบริการ ความกล้าของผู้หญิงนับตั้งแต่การใช้ภาษา กริยาท่าทางความมั่นใจ การแต่งกายในชุดหวิวหวิว และการแสดงตัวอย่างเต็มที่ในเรื่องทางเพศ การแยกแยะประเภทของบาร์เบียร์เป็นสองกลุ่มเช่นนี้ได้ถูกนำมาใช้ในการแบ่งแยกบาร์เบียร์ในจังหวัดเชียงใหม่เช่นกัน

#### 1. บาร์เบียร์ในจังหวัดเชียงใหม่

“เชียงใหม่” เป็นหนึ่งในจังหวัดทางภาคเหนือที่ถูกบรรจุอยู่ในแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับนานาชาตินับตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 ภาพลักษณ์ของเมืองเชียงใหม่ที่ออกสู่สายตาผู้คนภายนอกประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อต่าง ๆ ในต่าง

ประเทศนอกจากจะสร้างภาพเมืองเชียงใหม่ว่ามีลักษณะภูมิประเทศที่สวยงาม อากาศดี มีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่น ยังได้ให้ข้อมูลที่สร้างแรงดึงดูดใจโดยการบรรยายภาพไว้ว่า สาวเหนือเป็นผู้หญิงที่สวยงามที่สุดในประเทศไทยและมีความสวยเด่นท่ามกลางบรรดาสาวสวยในโลก ความงามของพวกเธอเป็นความผสมผสานระหว่างลักษณะเด่นของสาวจีนกลมกลืนกับความคมเข้มของคนใต้ (Aiken, 1980: 46 อ้างจาก Bishop and Robinson, 1998: 79)

Bishop and Robinson เสนอว่า การก่อกำเนิดภาคชีวิตในยามค่ำคืน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “ไนท์บาร์ชา” ในกลางเมืองเชียงใหม่ เป็นการสร้างพื้นที่รองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศโดยนับตั้งแต่การใช้ชื่อเป็นภาษาต่างประเทศ และการระดมสินค้าของคนท้องถิ่นและกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ มารวมกันเพื่อสร้างกิจกรรมให้กับนักท่องเที่ยว และติดตามมาด้วยการเติบโตของสถานบันเทิงในรูปแบบต่าง ๆ ที่เริ่มต้นด้วยการบริการอาหาร เครื่องดื่ม และการบริการทางเพศ โดยมีกรุงเทพฯ เป็นแม่แบบ (Bishop and Robinson, 1998 : 92-93)

บาร์เบียรี่ในจังหวัดเชียงใหม่เริ่มเป็นที่รู้จักเมื่อผู้คนที่อยู่แวดวงบริษัทท่องเที่ยวซึ่งได้สัมผัสและคุ้นเคยกับวัฒนธรรมการดื่มของชาวตะวันตกเปิดบาร์เล็ก ๆ แห่งหนึ่งขึ้นชื่อ Karen Heart ผู้คนที่อยู่ในแวดวงบาร์เบียรี่ของเชียงใหม่มานานแล้วว่า ในช่วงประมาณปี 2526-2527 มีการเปิดบาร์เพื่อขายเครื่องดื่มให้กับลูกค้าชาวต่างประเทศที่เป็นกลุ่มลูกค้าในบริษัททัวร์ที่เจ้าของคุ้นเคย ช่วงเวลานั้นยังไม่มีพนักงานหญิงทำหน้าที่บริการทางเพศแต่อย่างใด มีแต่เพียงพนักงานเสิร์ฟและพนักงานเสิร์ฟจำนวนหนึ่งได้รู้จักชอปปอกับชาวต่างประเทศ ก็ขยายตัวออกไปเปิดบาร์ของตนเอง บาร์เบียรี่กลุ่มแรก ๆ จึงตั้งอยู่อย่างกระจัดกระจายบนถนนสายท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ ถนนย่านประตูท่าแพ และบริเวณไนท์บาร์ชา

จนกระทั่งในราวปี 2530 ได้มีการเปิดพื้นที่ใหม่อย่างชัดเจนมากขึ้นในบริเวณประตูท่าแพ เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมาใช้บริการกันมากในย่านไนท์บาร์ชา บาร์เบียรี่ในพื้นที่แห่งใหม่เรียกกันว่า “บาร์เบียรี่เซ็นเตอร์” ผู้บุกเบิกพื้นที่รายแรกเป็นผู้หญิงซึ่งเคยมีประสบการณ์ในการทำงานและเปิดบาร์เบียรี่ย่านพัฒนาพงษ์มาก่อน เธอจึงตัดสินใจติดต่อกับเจ้าของที่ดินเพื่อขอเช่าที่สร้างบาร์เบียรี่เซ็นเตอร์ โดยแบ่งพื้นที่เป็นล๊อค ๆ แต่ละบาร์จะมีเคาน์เตอร์และเก้าอี้ตั้งอยู่โดยรอบ ส่วนพื้นที่ตรงกลางทำเป็นเวทีมวย ซึ่งเลียนแบบมาจากที่เคยมีประสบการณ์จากพัฒนาพงษ์และเป็นการสร้างจุดเด่นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

ช่วงเวลานี้เองความต้องการผู้หญิงเพื่อมาบริการนั่งดื่มค่อย ๆ พยายามเพิ่มมากขึ้นตามจำนวนบาร์เบียรี่ที่ขยายตัว อาจกล่าวได้ว่าบาร์เบียรี่เซ็นเตอร์เป็นย่านคึกคักอยู่ได้ราว 5-6 ปี กิจการเริ่มซบเซาแต่ยังคงดำเนินต่อไป พร้อมกับกาขยายตัวของบาร์ในแถบถนนลอยเคราะห์

ความคึกคักของบาร์เบียร์ในแต่ละย่านเปลี่ยนแปลงไปเรื่อย ๆ ตามเทคนิคและความสามารถของเจ้าของกิจการ และที่สำคัญคือการบอกต่อ ๆ กันของลูกค้า ดังเช่นที่เจ้าของกิจการบาร์เบียร์แห่งหนึ่งเล่าว่า ในช่วงประมาณปี พ.ศ. 2532 มีการถ่ายทำภาพยนตร์เรื่อง แอร์ออเมริกา ในเชียงใหม่ คณะทำงานภาพยนตร์ได้มาเที่ยวบาร์เบียร์ในย่านลอยเคราะห์ ทำให้ในปีถัดมาบาร์เบียร์ย่านนี้เป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวชาวตะวันตกมากขึ้น

ในปัจจุบัน เชียงใหม่ มีสถานบันเทิงประเภทที่จัดว่าเป็นบาร์เบียร์อยู่รวมทั้งหมด 2 ย่านใหญ่ ๆ ด้วยกัน ย่านแรก ได้แก่ ไนท์บาร์ซ่า ซึ่งแบ่งออกเป็นสองบริเวณ ได้แก่ บริเวณไนท์บาร์ซ่า และบริเวณโรงแรมเชียงใหม่

ย่านที่สองคือ ย่านประตูท่าแพ ประกอบด้วยบาร์เบียร์เซ็นเตอร์ ซึ่งภายหลังจากความซบเซามาหลายปี เมื่อปลายปี 2542 ได้ทำการปรับปรุงซ่อมแซมเพื่อเรียกลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกครั้ง นอกจากนี้สองฝั่งถนนย่านประตูท่าแพมีบาร์เบียร์ตั้งอยู่ห่างกันประปราย มีทั้งในตรอกเล็กในซอยและริมถนนใหญ่ แต่ย่านที่ถือว่ากำลังมีบทบาทสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวในช่วงปี 2541-2543 คือบาร์เบียร์ในบริเวณถนนลอยเคราะห์ บริเวณดังกล่าวนี้มีบาร์เปิดตั้งอยู่เรียงรายทั้งสองฝั่งถนนราว 20 แห่ง และมีบาร์อะโกโก้ที่อยู่หนึ่งแห่ง<sup>1</sup>

การเปิดธุรกิจบาร์เบียร์ เจ้าของคนแรกๆ เริ่มกิจการมักใช้วิธีการเช่าหรือเช่าตามสัญญาจากเจ้าของที่ดินและปรับปรุงตึกแถว หรือพื้นที่นั้นเพื่อเปิดบาร์ โดยใช้เงินลงทุนในราวหนึ่งถึงสองแสนบาท แต่ปัจจุบันต้นทุนสูงมากขึ้นราวสามแสนบาท เนื่องจากพื้นที่ในการเปิดบาร์เบียร์มีน้อยลง การเช่าหรือเช่าตึกแถวมีราคาแพงขึ้น การเปลี่ยนโอนกิจการบาร์เบียร์ก็มีสูงมาก เจ้าของบาร์เบียร์ส่วนใหญ่เคยผ่านชีวิตการทำงานในแวดวงบาร์เบียร์มาก่อน ผู้หญิงที่ทำงานบาร์มาช่วงเวลาหนึ่งเมื่อพบสามีหรือแฟนชาวต่างประเทศ และต้องการหาอาชีพใหม่ มักจะเลือกวิธีการทำธุรกิจบาร์เบียร์ เพราะเห็นว่าเป็นช่องทางที่ตนคุ้นเคย และเป็นธุรกิจที่ไม่ต้องใช้ต้นทุนสูง รวมทั้งไม่มีความยุ่งยากในการบริหารงานมากนัก เพียงแค่ขายเครื่องดื่มและมีผู้หญิงมาทำหน้าที่บริการซึ่งไม่จำกัดจำนวน อาจมีเพียงหนึ่งคนจนกระทั่งถึงยี่สิบคนก็ได้ขึ้นอยู่กับขนาดของบาร์เบียร์

แต่แล้วเมื่อเปิดบาร์ไปช่วงเวลาหนึ่ง ผู้หญิงอาจพบความยุ่งยากในการบริหารธุรกิจที่ตนไม่เคยมีประสบการณ์มาก่อน บางคนอาจต้องติดตามสามีไปต่างประเทศ หรือ เลิกกับสามี หรือมีความจำเป็นอื่นใด การแข่งขันธุรกิจให้กับคนใหม่ ๆ ที่ต้องการเข้ามาเลื่อนสถานะมาสู่การเป็นเจ้าของกิจการจึงเกิดขึ้นวนเวียนไปมา ภายใต้อาณาเขตที่เดิมแต่ตั้งชื่อบาร์เบียร์เสียใหม่พร้อมกับปรับปรุงร้าน

<sup>1</sup> ในจังหวัดเชียงใหม่มีบาร์อะโกโก้สองแห่งที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ แห่งแรกอยู่ใกล้ประตูท่าแพ และแห่งที่สองอยู่ใกล้ไนท์บาร์ซ่า

ตามกำลังทุน ดังนั้นในช่วงเริ่มต้นของเทศกาลท่องเที่ยวคือในราวปลายเดือนกันยายน จึงมักพบเห็นการเปิดบาร์เบียร์ใหม่รวมทั้งบาร์เบียร์แห่งเก่าภายใต้ชื่อใหม่เกิดขึ้นทุกปี

บาร์เบียร์ในเชียงใหม่มีทั้งบาร์เบียร์ที่มีขนาดใหญ่และบาร์เบียร์ขนาดเล็ก ดังที่ทราบแล้วว่า บาร์เบียร์เน้นการขายเครื่องดื่ม จึงไม่ยุ่งยากมากนัก บาร์เบียร์บางแห่งมีขายเฉพาะเหล้าและเบียร์เท่านั้น ไม่มีเครื่องดื่มประเภทคือคเทลเนื่องจากต้องใช้ต้นทุนจำนวนหนึ่งในการจัดหาเหล้าต่างประเทศหลากหลายยี่ห้อและต้องอาศัยความรู้ในการผสมเหล้า บาร์เบียร์ที่มีขนาดเล็กมักจะเลือกที่ตั้งอยู่ในตรอก ซอก ซอย และมีผู้ให้บริการจำนวนน้อย บางแห่งมีผู้ให้บริการเพียงหนึ่งคน พนักงานแคชเชียร์หนึ่งคน บางบาร์เจ้าของร้านทำหน้าที่เป็นแคชเชียร์ด้วยตนเอง

สำหรับบาร์เบียร์ที่มีขนาดใหญ่โดยส่วนมากจะมีพื้นที่ตั้งแต่หนึ่งถึงสองคูหา มีผู้ให้บริการนั่งดื่มจำนวนตั้งแต่ 5-25 คน โดยจำนวนผู้บริการจะเพิ่มมากขึ้นในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวประมาณปลายเดือนกันยายนจนกระทั่งถึงหลังเทศกาลสงกรานต์ในเดือนเมษายน บาร์เบียร์ที่มีขนาดใหญ่จะมีกิจกรรมในร้านหลายอย่าง เช่น การเล่นเกม การปาเป้า มีเคเบิลทีวีรับรายการต่างประเทศ บางแห่งดึงดูดลูกค้าด้วยการเล่นดนตรี

ส่วนบาร์ในย่านบาร์เบียร์เซ็นเตอร์มีลักษณะพิเศษออกไป คือ มีจัดแสดงการชกมวยบนเวที มีบาร์เบียร์บางแห่งที่เปิดแสดงคาบาร์เรตিনละสองรอบ เป็นต้น การจัดพื้นที่ในบาร์เบียร์เซ็นเตอร์จะแตกต่างจากบาร์เบียร์แห่งอื่น ๆ ที่มีร้านของตนเป็นเอกเทศ แต่ในบาร์เบียร์เซ็นเตอร์บาร์แต่ละแห่งอยู่ในลิคคเล็ก ๆ ติดกับบาร์อื่น ๆ ในพื้นที่สี่เหลี่ยมจัตุรัส โดยมีเวทีมวยอยู่ตรงกลาง แต่ละร้านในบาร์เบียร์เซ็นเตอร์จะมีผู้ให้บริการไม่มากนัก บางร้านมีพนักงานเพียงสองคนทำหน้าที่นั่งดื่ม ผสมเหล้า และขายบริการทางเพศด้วย บาร์เบียร์เซ็นเตอร์จึงมีลักษณะค่อนข้างแออัดใกล้เคียงกับบาร์เบียร์ย่านไนท์บาซาร์ที่ตั้งเรียงรายติดกันอยู่ในซอกเล็ก ๆ และมีผู้ให้บริการแห่งละ 2-3 คน

สำหรับบาร์เบียร์ในบริเวณพื้นที่ลานกว้างข้างโรงแรมเชียงใหม่พลาซ่า เพิ่งมีการก่อสร้างเสร็จในช่วงปี 2542 มีลักษณะเป็นบู๊ทเล็ก ๆ อยู่ติดกันหลายสิบบู๊ท พื้นที่บริเวณนี้ไอลงกว่าบาร์เบียร์ย่านไนท์บาซาร์และบาร์เบียร์เซ็นเตอร์ย่านประตูท่าแพ เจ้าของกิจการกลุ่มหนึ่งที่ไม่เปิดบาร์ใหม่อันนี้ พยายามที่จะหาเอกลักษณ์ของบาร์เบียร์ในแถบนี้ เช่น เป็นการเปิดร้านของบาร์เกย์หลาย ๆ ร้านอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน และบาร์เบียร์ที่มีภาษาญี่ปุ่นเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การจัดแบ่งประเภทของบาร์เบียร์ ในสายตาของชาวต่างประเทศมีมุมมองแตกต่างกันออกไป กล่าวคือ ชาวต่างประเทศที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่และชอบท่องเที่ยว มัก

มีความคุ้นเคยและเลือกไปเที่ยวบาร์ที่ตนเองเป็นลูกค้าประจำอยู่ การตระเวนเที่ยวเพื่อหาผู้หญิงบริการหน้าใหม่ ๆ เกิดขึ้นบ่อยครั้ง แต่กระนั้นลูกค้ากลุ่มนี้ก็มักจะกลับไปนั่งดื่มบาร์ที่ตนเป็นลูกค้าประจำ

แต่เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวไม่ได้มีเฉพาะกลุ่มที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลักเท่านั้น ดังนั้นกลุ่มที่ใช้ภาษาอื่น ๆ เช่น ฝรั่งเศส เยอรมัน หรืออิตาลีเลยนั้น มักมีบาร์เฉพาะของกลุ่มตน ซึ่งส่วนใหญ่ลูกค้าจะรู้จักว่าบาร์ใดที่เจ้าของบาร์สามารถสื่อสารในภาษาของตนได้

นอกจากการจัดแบ่งบาร์ตามภาษาที่ใช้สื่อสารแล้ว ลูกค้ายังแยกแยะด้วยว่าบาร์เบียร์บางแห่งเน้นการขายบริการทางเพศมากจนเกินไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีของลูกค้าที่เป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในเชียงใหม่หรือเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นประจำทุกปี มักมีความรู้สึกตรงกันว่า ผู้หญิงบาร์เบียร์ในย่านศูนย์กลางโดยเฉพาะถนนลอยเคราะห์ ตลอดรวมถึงเจ้าของบาร์เบียร์บางแห่งในย่านนี้เน้นการมีผู้หญิงไว้บริการทางเพศเป็นการเฉพาะจนมีลักษณะเร่งเร้าลูกค้ามากจนเกินไป ขณะที่บาร์เบียร์ส่วนหนึ่งโดยเฉพาะบาร์เบียร์แถบรอบนอก ปล่อยให้กระบวนการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและผู้หญิงดำเนินไปตามสภาพ หรือเป็นการรุกเร้าที่ไม่ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าตนเองโดนรุกราน การตัดสินใจในการซื้อขายทางเพศ อย่างไรก็ตามทัศนคติเช่นนี้มักจะมาจากนักท่องเที่ยวที่มีความรู้และเข้าใจในเรื่องการซื้อขายทางเพศ ซึ่งพยายามไม่เลือกผู้หญิงที่มีประสบการณ์ ผ่านการทำงานมามาก เพราะสามารถต่อรองราคากับลูกค้าได้ดี

ดังที่ได้เกริ่นไปบ้างว่า ผู้หญิงบาร์เบียร์กลุ่มหนึ่งเมื่อได้พบลูกค้าชาวต่างประเทศที่รับเลี้ยงดู ส่วนหนึ่งนิยมมาเปิดกิจการบาร์เบียร์ ดังนั้น เจ้าของธุรกิจบาร์เบียร์ส่วนใหญ่จึงมักเป็นการลงทุนของชาวต่างประเทศผ่านผู้หญิงไทยที่เป็นแฟนหรือภรรยาในขณะนั้น บาร์เบียร์บางแห่งทั้งสามีภรรยาช่วยกันบริหารธุรกิจ เช่นในกรณีที่สามีเป็นชาวเยอรมันและมาดูแลกิจการ ก็จะมีส่วนดึงดูดให้ลูกค้าชาวเยอรมันโดยเฉพาะกลุ่มที่เดินทางมาครั้งแรก ๆ และไม่สามารถสื่อสารภาษาอื่นได้ หันมาใช้บริการบาร์ดังกล่าวรวมทั้งแนะนำถึงเรื่องราวต่าง ๆ เกี่ยวกับประเทศไทยผ่านมุมมองของเพื่อนร่วมชาติกำเนิด แต่ไม่ใช่บาร์เบียร์ทุกแห่งเสมอไปที่ทั้งฝ่ายชายเข้ามาร่วมบริหารกิจการ บาร์เบียร์หลายแห่ง ฝ่ายชายเพียงแค่ให้เงินทุน ผู้หญิงไทยเป็นฝ่ายบริหารกิจการเอง และโดยมาก ผู้หญิงจะชักชวนพี่น้องมาร่วมงานเพื่อให้ช่วยดูแลเรื่องเงินทอง

นอกจากนี้ยังมีบาร์เบียร์จำนวนหนึ่งที่เจ้าของกิจการโดยมากเป็นผู้หญิงจะลงทุนเก็บหอมรอมริบหรือหยิบยืมเงินทองจาก “สปอนเซอร์”<sup>2</sup> หรือญาติพี่น้องเพื่อนฝูงของเธอมาลงทุนเปิดกิจการ

<sup>2</sup> สปอนเซอร์ หมายถึง ลูกค้าประจำที่มักจะให้ความช่วยเหลือด้วยความเสน่หายามเมื่อเธอต้องการ จะอธิบายประเด็นนี้อีกครั้งในบทที่กล่าวถึงระดับการนำเสนอภาพลักษณ์ของผู้หญิง

บาร์เบียร์ บาร์เบียร์ในกลุ่มหลังนี้มักจะอยู่นานกว่าบาร์เบียร์ในสองแบบแรก ทั้งนี้ น่าจะเป็นเพราะความตั้งใจจริงในการลงทุนหยาดเหงื่อและเม็ดเงินของตนเองในการทำธุรกิจจึงต้องพยายามให้อยู่รอด มากกว่าการทำเล่น ๆ ตามแฟชั่นเนื่องจากเห็นว่าเป็นการลงทุนน้อยและได้เงินเร็วเท่านั้น ระยะเวลาหลังเจ้าของบาร์เบียร์หลายแห่งพูดตรงกันว่า การทำธุรกิจบาร์เบียร์ไม่ได้กำไรเฟื่องฟูดังเช่นเมื่อหลายปีก่อนอีกแล้ว ส่วนหนึ่งอธิบายว่าเป็นเพราะพิษเศรษฐกิจที่ลูกค้าชาวต่างประเทศประหยัดการใช้จ่าย ส่วนหนึ่งเห็นว่า เป็นเพราะลูกค้าหัวนเกรงกิตติศัพท์ชื่อเสียงของหญิงไทยที่ขอบชู้ตริตฝรั่ง แต่ส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นเพราะปัจจุบันปริมาณบาร์เบียร์มีมากจนกระทั่ง “ผู้หญิงบาร์รวม ๆ กันมากกว่าฝรั่งที่มาเที่ยวเสียอีก”

ในแง่ตามกฎหมายนั้น การเปิดธุรกิจบาร์เบียร์จะต้องอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ.2509 แต่บาร์เบียร์ขนาดเล็กมักจะมีเพียงใบอนุญาตจำหน่ายบุหรี่ยี่และสุราเท่านั้น มีเพียงบาร์เบียร์ที่เช่าตึกแถวเป็นกิจลักษณะจึงจะจดทะเบียนภายใต้พระราชบัญญัตินี้ดังกล่าว สำหรับเวลาเปิดปิดบาร์ มักมีข้อกำหนดทำให้ปิดบริการในช่วงไม่เกินสองนาฬิกาของวันใหม่ แต่บาร์เบียร์หลายแห่งสามารถเปิดได้จนกระทั่งถึงรุ่งเช้าโดยใช้วิธีส่งส่วยเป็นรายเดือน ๆ ละประมาณ 500 บาท รวมถึงการช่วยเหลือต่าง ๆ ตามการร้องขอของเจ้าหน้าที่ เช่น ในช่วงวันตำรวจแห่งชาติ จะมีนายตำรวจชั้นผู้น้อยมาบอกกับเจ้าของบาร์ล่วงหน้าว่า เจ้านายอยากขอเหล้าไปสมทบ และย้ำว่า “ขอเป็นเหล้าดีหน่อย” ซึ่งเจ้าของบาร์จะเข้าใจทันทีว่าหมายถึงเหล้ายี่ห้อต่างประเทศ

## 2. ปุ่มหลังของผู้หญิง

งานศึกษาของกลุ่มผู้หญิงที่ขายบริการทางเพศกับชาวต่างประเทศในสถานบริการประเภทบาร์และคอฟฟี่ช็อปในกรุงเทพฯ ของ Eric Cohen พบว่า ปุ่มหลังของผู้หญิงบาร์เบียร์ไม่แตกต่างจากช่องหรืออาบอบนวดมากนัก แต่โดยเฉลี่ยจะมีอายุมากกว่า ผู้หญิงส่วนใหญ่มีการศึกษาน้อยมาจากชนบท โดยเฉพาะทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้หญิงทั้งหมดผ่านการมีสามีคนไทยและมีลูกมาแล้ว นอกจากนี้ผู้หญิงยังไม่เคยผ่านการขายบริการทางเพศกับลูกค้าชาวไทยมาก่อน (Cohen, 1993: 157-158)

ในการศึกษาครั้งนี้ พบปุ่มหลังไม่แตกต่างจากการศึกษาที่ผ่านมามากนัก การตัดสินใจของผู้หญิงในการก้าวเข้าสู่ชีวิตการทำงานกลางคืนในบาร์เบียร์ เป็นการตัดสินใจที่ถูกบังคับโดยโครงสร้างทั้งมิติทางเศรษฐกิจและมิติทางวัฒนธรรมที่ผู้หญิงเผชิญปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างสามีภรรยาในบริบทครอบครัว นับตั้งแต่การสูญเสียคนรัก ความไม่รับผิดชอบ ความประพฤติของ

ผู้เป็นสามีที่ล้ามะเลเทเมา ดิดยาเสพยิตติ ฝ่ายชายมีผู้หญิงอื่น เป็นต้น ปัญหาในเชิงสาเหตุที่มีส่วนผลักดันให้ผู้หญิงเข้าสู่การทำงานในบาร์เบียร์ดูจะไม่แตกต่างจากการเข้าสู่การทำงานในสถานบริการทางเพศประเภทอื่น ๆ (ศุภีมาน, 2537: 195-200)

จากการพูดคุยกับผู้หญิงที่ทำงานในบาร์เบียร์ เชียงใหม่ จำนวน 20 คน พบภูมิหลังที่สามารถแยกแยะเป็นประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้

### 1. ภูมิลำเนาเดิม วัย และการศึกษา

ในบรรดาผู้หญิงบาร์เบียร์ 20 คน เป็นผู้หญิงที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดทางภาคเหนือทั้งหมด 18 คน ได้แก่ ผู้หญิงที่อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ 8 คน รองลงมาได้แก่จังหวัดเชียงราย จำนวน 5 คน ผู้หญิงที่มีบ้านเดิมในจังหวัดลำปาง 2 คน ในจังหวัดพะเยา ลำปางและแพร่จังหวัดละหนึ่งคน อีกสองคนที่เหลือคนหนึ่งมีบ้านเดิมอยู่ที่จังหวัดเพชรบุรีและปราจีนบุรี ในจำนวนนี้มีผู้หญิงที่อยู่ในกลุ่มชาติพันธุ์ลีซู จำนวน 3 คน

ในประเด็นอายุของผู้หญิงที่อยู่ในกลุ่มศึกษา พบว่า ผู้หญิงที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปมีจำนวน 3 คน คืออยู่ในช่วงอายุ 42-45 ปี ส่วนผู้หญิงที่มีอายุอยู่ในช่วง 31-39 มีจำนวน 6 คน สำหรับผู้หญิงที่มีอายุระหว่าง 21-29 ปี มีจำนวนมากที่สุด คือ 11 คน ผู้หญิงที่มีอายุมากที่สุดในกลุ่มศึกษาอายุ 45 ปี ส่วนผู้หญิงที่อายุน้อยที่สุด อายุ 21 ปี

สำหรับการศึกษาของผู้หญิงพบว่า ผู้หญิงที่มีการศึกษาสูงสุดเรียนจบชั้นมัธยมปลายจำนวน 1 คน ผู้หญิงที่เรียนจบมัธยมต้นจำนวน 2 คน ผู้หญิงที่กำลังอยู่ระหว่างการเรียนหลักสูตรมัธยมต้นของการศึกษานอกระบบจำนวน 2 คน ผู้หญิงที่เรียนถึงชั้นมัธยมปีที่สองจำนวน 2 คน ผู้หญิงที่เรียนจบชั้นประถมศึกษาตอนปลายจำนวน 6 คน และผู้หญิงที่เรียนจบชั้นประถมศึกษาตอนต้นจำนวน 3 คน และผู้หญิงที่ไม่มีวุฒิการศึกษาและอ่านออกเขียนได้เล็กน้อยจำนวน 4 คน

### 2. สัมพันธภาพเพศกับผู้ชายไทยและชีวิตครอบครัว

ในกลุ่มศึกษา พบว่าผู้หญิงทั้งหมดผ่านการมีเพศสัมพันธ์กับผู้ชายไทยมาแล้วทั้งหมด ผู้ชายที่มีฐานะเป็น “แฟน” ในความหมายที่ว่า มีความรัก ความสนิทสนม และมีเพศสัมพันธ์กัน แต่ไม่ได้อยู่กินด้วยกันแบบตั้งครอบครัว มีจำนวน 4 คน ที่เหลือเป็นผู้หญิงที่ผ่านการมีชีวิตครอบครัวในสถานภาพที่เป็นเมียและแม่ทั้งหมด แต่ปัจจุบันทุกคนยุติความสัมพันธ์แบบถาวรกับบุคคลที่เรียกว่า “สามี” แล้ว มีผู้หญิงเพียงคนเดียวที่เป็นม่ายเนื่องจากสามีเสียชีวิตก่อนมาทำงานในบาร์เบียร์

### 3. ผู้หญิงกับประสบการณ์การทำงาน

ผู้หญิงทั้งหมดเคยผ่านประสบการณ์การทำงานอื่น ๆ มาแล้วทั้งสิ้น ลักษณะงานเดิมมีความใกล้เคียงกัน ได้แก่ ทำหน้าที่เป็นแม่บ้านให้กับสามีและครอบครัว ผ่านการทำงานขายของตามร้าน หรือห้างสรรพสินค้าเล็ก ๆ มาก่อน บ้างเคยทำงานรับจ้างตามบ้านพัก เป็นคนทำความสะอาด รับจ้างเลี้ยงเด็ก ทำงานไนท์นา ทำงานก่อสร้าง ในบรรดาผู้หญิงทั้งหมด มีผู้หญิง 4 คนที่ผ่านประสบการณ์การขายบริการทางเพศกับผู้ชายไทยมาก่อน ได้แก่ ซ่อง คาเฟ่ ร้านอาหารคาราโอเกะ และอาบอบนวด

สำหรับประสบการณ์การทำงานบาร์เบียร์ของผู้หญิงในกลุ่มศึกษา เป็นผู้หญิงที่เพิ่งเข้าสู่การทำงานบาร์เบียร์ช่วงเดือนแรก จำนวน 3 คน ผู้หญิงที่มีประสบการณ์ไม่ถึงหนึ่งปี จำนวน 3 คน ผู้หญิงที่มีประสบการณ์ตั้งแต่ 1-2 ปี จำนวน 10 คน ผู้หญิงที่มีประสบการณ์ 3-4 ปี จำนวน 1 คน ผู้หญิงที่มีประสบการณ์ประมาณ 8 ปี มีจำนวน 2 คน และผู้หญิงที่มีประสบการณ์ในการทำงานบาร์เบียร์ที่พัทยารวมทั้งการทำงานบาร์เบียร์ในเชียงใหม่ราว 15 ปี จำนวน 1 คน

จากข้อมูลพื้นฐานของผู้หญิงบาร์เบียร์พบว่า ผู้หญิงทั้งหมดล้วนมีประสบการณ์การทำงานในแบบต่าง ๆ มาแล้วและงานแต่ละแบบล้วนแต่มีรายได้ที่ค่อนข้างจำกัด การค้าประเวณีจึงกลายเป็นยุทธวิธีของผู้หญิงเพื่อพวงความอยู่รอดทางเศรษฐกิจและกลายเป็นโอกาสที่เอื้อประโยชน์โดยเปรียบเทียบกับงานอื่น ๆ ภายใต้ทางเลือกที่มีอยู่อย่างจำกัดสำหรับผู้หญิง นอกจากนี้ผู้หญิงยังเผชิญกับปัญหาความสัมพันธ์ในชีวิตครอบครัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากผู้ชายที่เป็นสามีและภาวะความรับผิดชอบในความเป็นแม่และความเป็นลูกสาว (Thanh-Dam, 1983 , นวัตกรรม ,2540)

แต่กระนั้นเงื่อนไขทางเศรษฐกิจดังกล่าวก็ดูจะไม่ใช่ว่าแรงผลักดันให้เข้าสู่การทำงานในบาร์เบียร์ จนกระทั่งเมื่อผู้หญิงได้รู้จักมักคุ้นกับบุคคลที่ทำงานอยู่ในแวดวงบาร์เบียร์และเห็นชีวิตของผู้คนเหล่านั้นซึ่งเคยมีปมหลังที่ใกล้เคียงกับพวกเธอ เผชิญกับสถานการณ์ในชีวิตแบบเดียวกับเธอ เมื่อทำงานกลางคืนในบาร์เบียร์ไปได้ช่วงหนึ่งแล้วกลับมีชีวิตที่ดีขึ้น เช่น ฐานะทางเศรษฐกิจที่ดีขึ้น หลุดพ้นจากการใช้ชีวิตอย่างจนตรอกไม่มีทางเลือกกับสามีที่ไม่มีความรับผิดชอบดังเช่น

ก้อย สาวเชียงใหม่วัย 22 ปี บอกว่า ป้าของเธอซึ่งอยู่ในวัยราว 40 เศษ ๆ พาก้อยมาสมัครงานที่บาร์เบียร์ในเชียงใหม่ เธอเพิ่งแยกทางกับสามีได้ราวสี่เดือน ลูกน้อยวัยขวบเศษขณะนี้อยู่ในความดูแลของยาย

เธอเล่าว่าตนเองแต่งงานเร็วตั้งแต่อายุ 17 ปีเท่านั้น ช่วงเวลาหลายปีในชีวิตการแต่งงาน ก้อยอาศัยอยู่กับครอบครัวของสามีซึ่งเปิดร้านขายของชำเล็ก ๆ แห่งหนึ่ง เธอช่วยงานในครอบครัว โดยปกติสามีไม่ได้แสดงความรับผิดชอบเรื่องใด ๆ ในชีวิตความเป็นไปของครอบครัว เธอจึงใช้ชีวิตกับครอบครัวของสามีมากกว่า ซึ่งเธออยู่ด้วยความรู้สึกไม่สบายใจมากนัก จนกระทั่งพบว่าวันหนึ่ง สามีของเธอติดยาบ้า แม้เธออ่อนวอนรบเร้าให้ยุติการเสพย์เพียงใด ก็ไม่เป็นผล ด้ายเส้นบาง ๆ ของชีวิตครอบครัวจึงขาดลง ก้อยตัดสินใจหอบลูกกลับมาอยู่กับแม่ ปัญหาเศรษฐกิจจึงติดตามเป็นเงา และภาระดังกล่าวยังคงต้องอยู่กับเธอต่อไปจนกว่าลูกน้อยจะเติบโตที่จะหาเลี้ยงชีพเองได้ ก้อยอยู่บ้านเลี้ยงลูกหลายเดือน จนกระทั่งวันหนึ่ง เพื่อนของป้าได้มาถามไถ่เธอว่า จะอยู่บ้านแบบไร้อนาคตและไม่มีจะกินอย่างนี้ต่อไปหรือหากหรือ พร้อมกับชักชวนเธอไปทำงานบาร์เบียร์ในเชียงใหม่ ระหว่างการชักชวนของป้า แม่ของเธอก็อยู่เหตุการณ์ด้วย เพื่อนของป้าเล่าว่า ไปทำงานนั่งดื่มกับฝรั่งในบาร์เบียร์ ไม่มีอะไรน่ากลัว เรื่องภาษาอังกฤษก็ไม่ต้องกลัว ขนาดเพื่อนของป้าซึ่งไม่มีความรู้อะไรเลยยังฝึกฝนจนพูดภาษาอังกฤษได้ ถ้าไม่อยากไปกับแขกก็ไม่ต้องไป และถ้าเธอเอาใจแขกดี ๆ สักวันหนึ่งอาจโชคดีได้ฝรั่ง

หญิงสาวใช้เวลาใคร่ครวญอยู่สองสามวัน เธอเริ่มจากความคิดที่ว่า เธอจะไปทำงานอะไรได้บ้าง บ้านไม่มีที่ดินทำกิน ตัวเธอแม้จะโชคดีได้เรียนถึงชั้นมัธยมสอง แต่เธอแทบไม่เคยใช้ความรู้ของเธอที่ร่ำเรียนมา ตั้งแต่ออกจากโรงเรียน ก้อยไม่เคยทำงานที่ไหน หลังจากนั้นไม่นาน เธอก็แต่งงานไปอยู่บ้านของสามี ทำยที่สุด เธอตัดสินใจตามคำแนะนำของเพื่อนป้า ก่อนออกจากบ้าน เธอบอกกับแม่ให้ช่วยดูแลลูกชายให้ด้วย เธอจะทำงานส่งเงินกลับมาบ้าน แม่บอกสั้น ๆ เพียงว่า "รักษาตัวดี ๆ ก็แล้วกันลูก"

ปุมหลังของผู้หญิงที่ตัดสินใจก้าวเข้ามาทำงานในบาร์เบียร์ไม่แตกต่างไปจากก้อยมากนัก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องความรุนแรงทางกายและจิตใจในการปฏิบัติระหว่างสามีภรรยา ความบีบคั้นทางเศรษฐกิจ ความพยายามดิ้นรนในการมีชีวิตที่ดีขึ้น ทุกคนล้วนแต่เดินเข้าถนนสายนี้ด้วยเหตุผลที่เป็นความจำเป็นเฉพาะที่ใกล้เคียงกัน และทุกคนต่างรู้ดีว่าพวกเขาจะต้องถูกตราหน้าในโลกใหม่ ผู้หญิงบาร์เบียร์หลายคนระบายความในใจในลักษณะเดียวกัน เมื่อมีความใกล้ชิดสนิทสนมกับผู้ศึกษาในช่วงเวลาหนึ่งว่า "เกลียดที่สุด ถ้ามมาได้ว่า ทำไมถึงมาทำงานแบบนี้ อย่างเธอน่าจะหาทำงานที่ดีกว่านี้ทำได้"

เมื่อให้ผู้หญิงบาร์เบียร์ที่มีประสบการณ์ในงานหลายปีขยายความว่า ทำไมเธอถึงเกลียดคำถามดังกล่าว เธออธิบายว่า คำถามลักษณะนี้เหมือนเป็นการตอกย้ำว่า เธอมาทำงาน "เลว ๆ" แบบนี้ได้อย่างไร ทั้ง ๆ ที่ในชีวิตปกติแล้ว เธอไม่ได้รู้สึกเลวร้ายมากเท่ากับช่วงเวลาที่เธอต้องตอบ

คำถามซ้ำซากเหล่านี้ แต่ในชีวิตจริงอีกเช่นกันที่พวกเขาไม่ได้มีโอกาสเผยความในใจต่อผู้คน โดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้าตรงไปตรงมาดังเช่นความรู้สึกในใจ หากแต่เธอได้เริ่มต้นเล่า โศกนาฏกรรมซ้ำซากของชีวิตครั้งแล้วครั้งเล่ากับใครก็ตามที่คาดหวังว่าจะได้รับฟัง

### 3. การแยกแยะประเภทลูกค้าจากมุมมองของผู้หญิง

นอกจากบาร์เบียร์จะเสนอบริการขายเครื่องดื่ม และบริการผู้หญิงไว้ทำหน้าที่คอยนั่งดื่ม เป็นคู่สนทนาแล้ว ยังมีกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อความบันเทิงของลูกค้า เช่น โต๊ะสนุ๊กเกอร์ การติดตั้งสัญญาณดาวเทียมที่รับรายการต่างประเทศ สำหรับผู้หญิงที่ทำงานในบาร์เบียร์ นอกเหนือจากงานหลักที่ทำหน้าที่นั่งดื่ม และพูดคุยกับลูกค้าแล้ว ผู้หญิงยังมีเป้าหมายปลายทางอยู่ที่การขายบริการทางเพศ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นนอกบาร์เบียร์ และถือเป็นมิติที่เป็นความลับเนื่องระหว่างลูกค้ากับผู้หญิง โดยที่ทางร้านไม่เข้าไปเกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดค่าบริการทางเพศ หรือการแบ่งสรรรายได้ดังกล่าว มีเพียงการวางกฎเกณฑ์ไว้ว่า หากลูกค้าต้องการพาผู้หญิงออกไปนอกบาร์ จะต้องเสียค่าใช้จ่ายให้กับทางบาร์ในจำนวนหนึ่งที่เรียกว่าค่าเปย์บาร์ราว 200 บาท

Cohen (1993) เสนอแนวคิดที่เรียกว่า "การค้าประเวณีที่มีจุดมุ่งหมายแบบเปิด (Open-ended prostitution) ภายใต้บริบทที่ลูกค้าเป็นนักท่องเที่ยวชาวตะวันตก หมายความว่า ความสัมพันธ์ในการค้าประเวณีของผู้หญิงกับลูกค้ามีลักษณะพิเศษ คือผู้หญิงไม่ได้แสดงออกในลักษณะที่มุ่งเพื่อการค้าแต่เพียงอย่างเดียว แต่ได้แสดงความชอบพอในตัวลูกค้า ซึ่งการแสดงออกที่มีมิติในเรื่องอารมณ์ความรู้สึกมาเกี่ยวข้องนั้น เชื่อให้เกิดความสัมพันธ์ต่อเนื่องระหว่างผู้หญิงกับลูกค้าต่อไปในอนาคต พัฒนาการของความสัมพันธ์จะค่อย ๆ สัมผัสโดยมีความผสมปนเปในเรื่องเงินทองกับอารมณ์ความรู้สึกของทั้งสองฝ่าย และสืบเนื่องจากเงื่อนไขการทำงานบาร์ที่การขายบริการทางเพศต้องอาศัยทักษะของผู้หญิงเอง ผู้หญิงจึงมีฐานะเป็นคนทำงานที่มีอิสระ (Independent operators) ซึ่งความอิสระนี้เองที่เปรียบเสมือนดาบสองคมทั้งในแง่ที่เป็น "โอกาส" และ "ความเสี่ยง" ไปพร้อม ๆ กัน

ด้วยเหตุนี้ขั้นตอนที่เกิดขึ้นนับแต่การเริ่มปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าที่ก้าวเข้าร้าน ตลอดจนการสั่งเครื่องดื่มและการพูดคุย การแสดงกริยา ท่าทางระหว่างคู่ปฏิสัมพันธ์ จึงเป็นขั้นตอนของการประเมินซึ่งกันและกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับ ผู้หญิงที่ทำหน้าที่บริการ

จากการสังเกตและพูดคุยกับผู้หญิงในพื้นที่ศึกษา พบว่า ผู้หญิงมีวิธีการแยกแยะกลุ่มลูกค้าออกเป็นสี่ลักษณะ ได้แก่ ลักษณะแรกเป็นการแบ่งตามประเทศที่มาของลูกค้า ลักษณะที่สอง เป็นการแบ่งตามปัญหาที่ผู้หญิงเผชิญในเรื่องการจ่ายค่าบริการ ลักษณะที่สาม เป็นการแบ่ง

ตามประสบการณ์ของลูกค้าเกี่ยวกับเมืองไทย และลักษณะที่ดีี่เป็นการแบ่งตามวัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวบาร์เบียร์ของลูกค้า

**ลักษณะแรก** เป็นการแบ่งกลุ่มลูกค้าตามแถบประเทศที่มาของลูกค้า เช่น ผู้หญิงที่มีประสบการณ์ในการคลุกคลีกับลูกค้าชาวต่างประเทศในช่วงเวลาหนึ่ง จะสามารถคาดเดาคุณลักษณะร่วมของลูกค้า ทำให้มีภาพตายตัวกับลูกค้าในประเทศต่าง ๆ เช่น ลูกค้าชาวอังกฤษจะทำท่าหยิ่งในตอนแรก แต่ต่อมาเมื่อเริ่มมีความคุ้นเคยกันมากขึ้นจะเริ่มมีความเป็นกันเอง ลูกค้าชาวฝรั่งเศส จะมีลักษณะเฮฮา เป็นกันเองมากกว่า ลูกค้าชาวสวิสเซอร์แลนด์ ค่อนข้างใจดี ลูกค้าชาวอเมริกัน ค่อนข้างดูถูกผู้หญิง การมีภาพตายตัวต่อลูกค้าประเทศต่าง ๆ นี้เป็นการแยกแยะตามประสบการณ์ของผู้หญิงแต่ละคนที่เผชิญกับกลุ่มนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังเป็นการสะสมความรู้ร่วมกันระหว่างกลุ่มผู้หญิงที่ถ่ายทอดกับเพื่อนร่วมงานรุ่นหลังที่เพิ่งเข้ามาทำงาน

**ลักษณะที่สอง** การแบ่งกลุ่มลูกค้าในลักษณะนี้เป็นการแยกแยะจากปัญหาที่ผู้หญิงเผชิญในเรื่องการหลีกเลี่ยงการจ่ายค่าตอบแทนในการบริการทางเพศ ลูกค้ากลุ่มนี้แบ่งออกเป็นสองแบบคือลูกค้าที่หวังจะมีเพศสัมพันธ์กับผู้หญิงบริการโดยไม่ยอมจ่ายค่าบริการแต่อย่างใด และลูกค้าที่รู้จักกฎเกณฑ์ในการบริการโดยไม่จำเป็นต้องมีการเจรจาถึงหลักการของการบริการมากนัก ผู้หญิงบาร์เบียร์เห็นว่า ลูกค้ากลุ่มแรกมักเป็นเด็กหนุ่มที่มาจากประเทศที่เรื่องการมีเพศสัมพันธ์เป็นเรื่องความพอใจ โดยหวังว่าผู้หญิงที่ตนไปเที่ยวด้วยมีพื้นฐานอยู่ที่ความพอใจร่วมกัน ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจึงไม่จำเป็นต้องจ่ายเงินเป็นค่าตอบแทน นอกจากนี้ลูกค้ากลุ่มนี้มักเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่มีเงินทองจับจ่ายใช้สอยมากนัก สำหรับลูกค้ากลุ่มที่รู้จักกฎเกณฑ์ในเรื่องการจ่ายค่าบริการทางเพศ โดยมากมักเป็นลูกค้าที่มีอายุ และดูเป็นผู้ใหญ่ ซึ่งในเรื่องเงินทองก็มีความเป็นหลักเป็นฐานมากกว่ากลุ่มแรก

**ลักษณะที่สาม** วิธีแยกแยะลูกค้าในแบบนี้ ผู้หญิงจะแยกแยะลูกค้าตามประสบการณ์ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย โดยแบ่งออกเป็นสามกลุ่ม ได้แก่

- **ลูกค้ากลุ่มแรก** เป็นกลุ่มที่เพิ่งเคยมาเที่ยวเมืองไทยเป็นครั้งแรก ลูกค้ากลุ่มนี้มักเป็นที่ชื่นชอบของผู้หญิง เนื่องจากยังไม่ค่อยรู้จักเมืองไทย ทำให้ผู้หญิงเป็นฝ่ายนำได้อย่างเต็มที่ในทุก ๆ ด้าน นอกจากนี้การเป็นลูกค้านำใหม่ ที่ไม่มีประสบการณ์เกี่ยวกับผู้หญิงไทยมากนัก ทำให้ลูกค้าไม่มีภาพตายตัวในเชิงลบเกี่ยวกับผู้หญิงไทย

- **ลูกค้ากลุ่มที่สอง** เป็นกลุ่มที่มาเที่ยวเมืองไทยเป็นประจำในช่วงฤดูการท่องเที่ยว ในสายตาของผู้หญิง ลูกค้ากลุ่มนี้มีทั้งที่เดินทางมาเพื่อพบปะหญิงสาวที่รู้จักกันตั้งแต่ปีก่อน และเป็น

กลุ่มที่เดินทางมาพักผ่อนและพบหญิงสาวใหม่ ๆ ที่สำคัญลูกค้ำกลุ่มนี้ได้ชื่อว่ามีประสบการณ์เกี่ยวกับเมืองไทย โดยเฉพาะผู้หญิงไทยในบางแง่มุมแล้ว

- ลูกค้ำกลุ่มที่สาม เป็นชาวต่างประเทศที่อาศัยอยู่ในเมืองไทย บางกลุ่มอาศัยอยู่เพื่อการทำงาน หรือทำธุรกิจอยู่ในประเทศไทย บางกลุ่มเป็นชาวต่างประเทศที่เกษียณอายุการทำงานในต่างประเทศและเลือกที่จะมาใช้ชีวิตอยู่ในประเทศไทย มีภรรยาเป็นคนไทย ลูกค้ำกลุ่มนี้โดยมากจะรู้เรื่องเมืองไทยเป็นอย่างดี สามารถสื่อสารภาษาไทยได้ และมีภาพลักษณ์เกี่ยวกับผู้หญิงไทยที่เป็นลักษณะตายตัวแบบหนึ่ง โดยเฉพาะในด้านลบ ที่มองว่าผู้หญิงไทยต้องการเงินทองจากชาวต่างประเทศเท่านั้น แต่ไม่มีความจริงใจมอบให้

ลักษณะที่สี่ เป็นการแบ่งกลุ่มลูกค้ำจากวัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวบาร์เบียร์ของลูกค้ำ โดยลูกค้ำกลุ่มแรก เป็นลูกค้ำกลุ่มที่มาเพื่อนั่งดื่ม ฟังเพลงหรือเล่นสไนก์เกอร์ ซึ่งมีทั้งลูกค้ำที่มาตามลำพังคนเดียวและลูกค้ำที่มาทั้งสองคน หรือบางครั้งเป็นหมู่คณะที่มีมีคฤหัสถ์ชาวต่างประเทศนำมา ลูกค้ำกลุ่มที่สอง เป็นลูกค้ำที่มาตามลำพังโดยมีเป้าหมายเพื่อที่มานั่งดื่มพูดคุยกับหญิงบริการ และนำไปสู่การซื้อขายบริการทางเพศในที่สุด

เกณฑ์ในการแบ่งแยกลูกค้ำออกเป็นแบบต่าง ๆ ถือเป็นคลังความรู้ขั้นพื้นฐานในการทำงานของผู้หญิงบาร์เบียร์ เมื่อมีลูกค้ำเข้ามาในบาร์เบียร์ โดยมากผู้หญิงสามารถใช้เกณฑ์ดังกล่าวในการจำแนกกลุ่มลูกค้ำ หลักเกณฑ์ต่าง ๆ ที่กล่าวมาแล้วนั้นไม่ได้แยกออกจากกันแต่มีลักษณะซ้อนทับกันอยู่ ผู้หญิงที่มีประสบการณ์ในการทำงานบาร์เบียร์จะสามารถแยกแยะได้ว่าลูกค้ำที่ก้าวเข้ามาในร้านมีลักษณะเป็นแบบใด มีวัตถุประสงค์ใด และมีแนวโน้มที่เธอจะได้ประโยชน์อย่างไรจากการเข้าไปปฏิสัมพันธ์ด้วย การมีเกณฑ์ในการจำแนกลูกค้ำดังกล่าว เป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับผู้หญิงในการเข้าถึงลูกค้ำเพื่อสานความสัมพันธ์ต่อเนื่องต่อไป อย่างไรก็ตามนอกเหนือจากเกณฑ์การจำแนกดังกล่าวแล้ว ในการปฏิสัมพันธ์ส่วนบุคคลระหว่างผู้หญิงกับลูกค้ำแต่ละคู่ นั้น ผู้หญิงยังมีเกณฑ์ในการประเมินลูกค้ำรายบุคคลที่เธอปฏิสัมพันธ์ด้วย

#### 4. การประเมินลูกค้ำ

เนื่องจากการทำงานบริการในบาร์เบียร์ มีเงื่อนไขการทำงานค่อนข้างเป็นอิสระ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเลือกลูกค้ำที่จะนั่งดื่มด้วย หรือการตัดสินใจออกไปบริการลูกค้ำนอกบาร์เบียร์ การตัดสินใจออกไปกับลูกค้ำนั้นถือเป็นการฉกฉวยที่ต้องมีความเสี่ยงอยู่ตลอดเวลา ดังเช่นที่ผู้หญิงบาร์เบียร์ในกลุ่มศึกษาคนหนึ่งพูดว่า “เราต้องเสี่ยงตลอดเวลาว่า ไปแล้วจะเป็นยังไง จะจ่ายเงินเรามั้ย” ดังนั้นผู้หญิงจึงจำเป็นต้องประเมินและเรียนรู้จักลูกค้ำในช่วงเวลาสั้น ๆ ที่อยู่ในบาร์เบียร์

จากการสังเกตพบว่า ผู้หญิงจะใช้ช่วงเวลาที่นั่งตม สันทนาการหรือประกอบกิจกรรมอื่น ๆ เช่น การเล่นเกมส์ หรือการเล่นสติกเกอร์ เป็นช่วงเวลาในการเรียนรู้ลูกค้ารายบุคคลเพื่อนำไปสู่การตัดสินใจออกไปบริการทางเพศต่อไป ในงานศึกษาพบว่า ผู้หญิงมีหลักเกณฑ์ในการประเมินลูกค้าที่เธอปฏิสัมพันธ์ด้วยในบาร์เบียร์ดังนี้

**หลักเกณฑ์แรก** เป็นการประเมินฐานะของลูกค้า โดยพิจารณาจากสายตามองดูลักษณะภายนอกของลูกค้า เช่น ลูกค้าที่มีตำแหน่งหน้าที่การงานดี หรือประกอบธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่ มักแต่งกายค่อนข้างสุภาพ กล่าวคือ ใส่กางเกงสลิด เสื้อเชิ้ต มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ ชับรถยนต์ เป็นต้น หรือในกรณีที่เป็นนักท่องเที่ยวนั้น การแต่งกายจะบ่งบอกถึงรูปแบบการท่องเที่ยว เช่น มาเที่ยวแบบช่ำชอง หรือมาเที่ยวแบบค่อนข้างหรูหรา รวมถึงพาหนะ เช่น ลูกค้าจำนวนหนึ่งเช่ารถจักรยานยนต์ไว้เดินทาง บางคนเช่าจักรยาน หรือบางคนเดินเท้ามาเที่ยวบาร์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการประเมินลูกค้าผ่านบทสนทนา เช่น บททักทายส่วนใหญ่ที่ผู้หญิงใช้สื่อสารเพื่อให้รู้ถึงฐานะของลูกค้าคือ สถานที่พัก หากลูกค้าที่พักเกสเฮ้าส์เล็ก ๆ ผู้หญิงจะประเมินว่า การใช้จ่ายเป็นไปค่อนข้างจำกัด หากพักในโรงแรมใหญ่ แสดงถึงฐานะการเงินที่ค่อนข้างดี หลักเกณฑ์อีกอย่างหนึ่งที่ผู้หญิงใช้ประเมินฐานะของลูกค้าคือ ลักษณะการดื่มของลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการประเมินขั้นแรกจะพิจารณาจากประเภทของเครื่องดื่ม

**หลักเกณฑ์ที่สอง** เป็นการประเมินความรอบรู้เกี่ยวกับเรื่องเมืองไทยและผู้หญิงไทย การประเมินลักษณะนี้เกิดขึ้นจากบทสนทนา ที่ผู้หญิงมักเป็นฝ่ายเริ่มต้นภายหลังจากการทักทายหนึ่งในคำถามต้น ๆ ที่ผู้หญิงมักจะถามลูกค้า คือ คุณมาเมืองไทยครั้งแรกหรือเปล่า และบ่อยครั้งที่ถามว่าคุณพูดภาษาไทยได้หรือไม่ ไปเที่ยวที่ไหนมาบ้าง หากผู้หญิงได้รับคำตอบในทำนองที่บ่งชี้ถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่มีการบริการทางเพศเกี่ยวข้อง เช่น พัทยา ภูเก็ต พัฒนพงษ์ ผู้หญิงจะเริ่มทำความเข้าใจลูกค้าว่ามีความชัดเจนเกี่ยวกับเมืองไทยและผู้หญิงไทยเพียงไร นอกจากนี้คำถามที่มีส่วนช่วยในการให้ข้อมูลกับผู้หญิงมากขึ้น คือ การถามประเทศที่มาของลูกค้า คำตอบของคำถามนี้ ผู้หญิงจะนำไปเชื่อมโยงกับลักษณะเด่นของลูกค้าประเทศนั้น ๆ ตามที่เธอมีประสบการณ์หรือได้รับรู้มา

**หลักเกณฑ์ที่สาม** เป็นการประเมินอุปนิสัยใจคอ อาจกล่าวได้ว่า “ความใจดี” คือ ลักษณะของลูกค้าที่ดีในสายตาของผู้หญิง ระหว่างการเริ่มปฏิสัมพันธ์นับตั้งแต่ที่ผู้หญิงเริ่มต้นเข้าหาลูกค้า เธอจะเริ่มสังเกตและประเมินว่าลูกค้าใจดีหรือไม่ หรือเป็นคนตระหนี่เพียงใด นอกเหนือจากการประเมินประเภทเครื่องดื่มที่ลูกค้าสั่งแล้ว ผู้หญิงจะสังเกตว่า ลูกค้าเปรียบเทียบราคาเครื่องดื่มเพื่อที่จะสั่งดื่มหรือไม่ ปริมาณการดื่มมีความถี่เพียงใด และแสดงกริยาที่จะยินดีเลี้ยงดื่ม

กับผู้หญิงหรือไม่ ในประเด็นนี้มีความสำคัญอย่างยิ่ง บ่อยครั้งที่ผู้หญิงพบว่า เธอไม่ต้องเอ่ยปากขอให้ลูกค้าเลี้ยงดื่มนม แต่เธอมักเป็นฝ่ายถูกถามว่าจะดื่มนมอะไรทันทีหลังจากที่ลูกค้าสั่งเครื่องดื่มของตนเสร็จเรียบร้อยแล้ว หากลูกค้าเปิดโอกาสให้ผู้หญิงได้สั่งเครื่องดื่ม ช่วงนี้เองที่ผู้หญิงจะต้องตัดสินใจว่าเธอควรดื่มนมเครื่องดื่มอะไร โดยในอันดับแรก ผู้หญิงจะพิจารณาว่า ลูกค้าดื่มเครื่องดื่มอะไรก่อน เช่นลูกค้าดื่มนมเบียร์ ผู้หญิงอาจจะถามลูกค้าว่าเธอดื่มนมเบียร์ได้หรือไม่ หรือหากลูกค้าดื่มเหล้าต่างประเทศที่มีราคาค่อนข้างแพง โดยทำท่าไม่ใส่ใจในเรื่องราคา ฝ่ายหญิงอาจจะประเมินลูกค้าในเชิงรุกต่อไปว่า เธอสามารถดื่มเหล้าต่างประเทศแบบเดียวกับลูกค้าหรือสั่งเครื่องดื่มประเภทค็อกเทลซึ่งมีราคาค่อนข้างแพงกว่าเครื่องดื่มทั่วไปได้หรือไม่ หากคำตอบเป็นไปในทางบวก ผู้หญิงจะเริ่มเรียนรู้ว่า ลูกค้ามีอุปนิสัยค่อนข้างใจดี ขั้นตอนในการเลี้ยงดื่มนม นับเป็นสถานการณ์เบื้องต้นในการประเมินว่าลูกค้าเป็นคนใจดีหรือไม่ อย่างไรก็ตามการประเมินยังไม่สิ้นสุดลงเพียงแค่นี้ แต่ยังคงดำเนินต่อไปอย่างต่อเนื่องไปสู่การตัดสินใจในการซื้อขายบริการทางเพศ

**หลักเกณฑ์ที่สี่** เป็นการประเมินในเรื่องความสะอาด เนื่องจากกิจกรรมทางเพศเป็นกิจกรรมที่ต้องมีความใกล้ชิด สัมผัสเนื้อตัวในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ ความสะอาดจึงเป็นเรื่องที่ผู้หญิงให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก การพิจารณาความสะอาดจะเกิดขึ้นในขั้นตอนที่ลูกค้ากับผู้หญิงเริ่มสนทนาและทำความรู้จักกันในระหว่างการนั่งดื่มนม ประเด็นที่ผู้หญิงให้ความสำคัญ ได้แก่ เรื่องกลิ่นตัว<sup>3</sup> เป็นที่กล่าวขานกันมากกว่าลูกค้าชาวต่างประเทศหรือที่เรียกกันสั้น ๆ ในกลุ่มผู้หญิงว่า "พวกฝรั่ง" มักมีกลิ่นตัวค่อนข้างแรง ระหว่างการใกล้ชิดกันในบาร์เบียร์ ผู้หญิงจะเริ่มสังเกตความสะอาดของเสื้อผ้า ผม เล็บมือ บางครั้งรวมไปถึงเล็บเท้า และหลายคนให้ความสำคัญกับความสะอาดของพื้น บางครั้งการสำรวจในเรื่องความสะอาดเกิดขึ้นตั้งแต่ขั้นตอนที่ลูกค้าเริ่มเดินเข้ามาในบาร์เบียร์ และบ่อยครั้งที่ผู้ศึกษาสังเกตพบว่า ผู้หญิงให้เหตุผลในการปฏิเสธการออกไปนอกบาร์กับลูกค้า เมื่อเพื่อนร่วมงานถามถึงเหตุผล เธอบอกว่า "ทนกลิ่นตัวไม่ไหว" บ้างก็ตำหนิว่า "ผมผ้าเนื้อตัวสกปรกขนาดนี้ ให้ห้าพันก็ไม่ไปหรอก ไม่รู้เคยอาบน้ำบ้างหรือเปล่า ขึ้นไปด้วย มีหวังอีกวันต้องเข้าโรงพยาบาล"

<sup>3</sup> Esterik (1999:284) เสนอว่า เรื่องกลิ่นตัวมีความสำคัญมาก ทำให้ผู้หญิงจำนวนหนึ่งให้เหตุผลที่พวกเขาเลือกทำงานในอาบอบนวดมากกว่าการทำงานในบาร์ว่า จะได้อาบน้ำลูกค้าชาวต่างประเทศก่อนจะมีเพศสัมพันธ์ นอกจากนี้ความสะอาดยังเป็นจุดขายของอุตสาหกรรมเกี่ยวกับเช็กส์ในเมืองไทย

นอกเหนือจากนี้ยังมีหลักเกณฑ์ส่วนบุคคลที่เป็นความพอใจเฉพาะของผู้หญิง ซึ่งจากการพูดคุยพบว่า มีสองประเด็นสำคัญ คือ เรื่องหน้าตา วัย สีสผิว และในเรื่องการแสดงออกทางเพศระหว่างที่นั่งดื่มในบาร์เบียร์

*ประเด็นเรื่องหน้าตา วัย และสีผิว* เมื่อมีลูกค้าที่จัดอยู่ในเกณฑ์หน้าตาหล่อเหลาเข้ามานั่งดื่มในบาร์ มักมีเสียงเล็ดลอดขึ้นมาจากผู้หญิงว่า “อยากฟินคนหล่อ” อยู่บ่อยครั้ง แต่จากการสังเกตและพูดคุยกับผู้หญิงพบว่า แม้ว่าผู้หญิงทุกคนมีความปรารถนาที่จะได้ใกล้ชิดกับผู้ชายหน้าตาดี แต่ไม่ใช่ผู้หญิงทุกคนที่ตัดสินใจเข้าไปนั่งดื่มกับลูกค้าที่หน้าตาดีเสมอไป เพราะเป็นที่พูดกันมากกว่า คนหล่อมักจะแสดงกิริยาหยิ่งและบ่อยครั้งที่พยายามหลีกเลี่ยงการจ่ายค่าบริการ รวมทั้งผู้หญิงหลายคนที่ไม่ได้อยู่ในวัยสาวหรือรูปร่างผอมบาง รวมทั้งมีประสบการณ์ในการทำงานน้อย มักจะไม่ค่อยมีความมั่นใจในการเข้าหาลูกค้าที่หน้าตาดี สำหรับในเรื่องวัยของลูกค้า พบว่าผู้หญิงที่เริ่มเข้าสู่การทำงานบาร์เบียร์ในระยะแรกและอายุน้อย คืออยู่ในราวยี่สิบปีเศษ ๆ มักจะยังไม่ยอมรับลูกค้าที่มีอายุมาก เกณฑ์ในการพูดถึงความอายุมากของลูกค้า มักจะใช้เกณฑ์ที่อยู่ในวัยเดียวกับพอ เช่น ผู้หญิงบางคนเริ่มทำงานพูดถึงลูกค้าที่เธอปฏิเสธการออกไปนอกบาร์เบียร์ว่า “แก่คร่าวพ่อ ใครจะไปด้วยไหว” แต่เมื่อผู้หญิงมีประสบการณ์ในการทำงานมากขึ้นจะค่อย ๆ เปลี่ยนแปลงความคิดและเรียนรู้เงื่อนไขที่เอื้อให้ตนอยู่รอดในการทำงาน ซึ่งในประเด็นนี้จะอธิบายในช่วงถัดไป ส่วนในเรื่องสีผิวนั้น เนื่องจากลูกค้าที่มาใช้บริการมีที่มาจากหลากหลายประเทศ บางครั้งมีกลุ่มลูกค้าผิวสีเข้มมาใช้บริการ ผู้หญิงที่เริ่มต้นทำงานใหม่ ๆ มักจะไม่คุ้นเคยและเลือกที่จะเลี่ยงการเข้าไปนั่งดื่มกับลูกค้าผิวสี โดยให้เหตุผลว่า “ไม่ชอบคนดำ มันรู้สึกยังไงไม่รู้” แต่สำหรับผู้หญิงที่มีประสบการณ์ในการปฏิสัมพันธ์กับคนหลากหลายชาติ ภาษา ประเด็นนี้ดูจะไม่ใช่ว่าเรื่องสำคัญในการเข้าหาลูกค้ามากนัก

*ประเด็นเรื่องการแสดงออกทางเพศ* ผู้หญิงจะเรียนรู้ลูกค้าในเรื่องทางเพศระหว่างที่เธอนั่งดื่มด้วย ผู้หญิงหลายคนบอกว่าเธอยอมรับไม่ได้หากลูกค้าจะสัมผัสเนื้อตัว ร่างกาย ที่ดูเกินความพอดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจับหน้าอก อวัยวะเพศ หรือจูบปากอย่างโจ่งแจ้งในบาร์เบียร์ เพราะเธอถือว่าการไม่ให้เกิดยวติ และทำให้เธอคิดต่อไปว่า หากเธอออกไปกับลูกค้าคนดังกล่าว อาจมีการแสดงกิริยาอาการที่เธอไม่พอใจและไม่สามารถควบคุมสถานการณ์ได้ ในมุขกลับกันบ่อยครั้งที่ผู้ศึกษาพบว่า ในบางช่วงสถานการณ์ที่ฝ่ายหญิงต้องการออกไปบริการทางเพศกับลูกค้า มักมีการใช้วิธีการรุกโดยการสัมผัสเนื้อตัวร่างกายของฝ่ายชาย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการประเมิน

<sup>1</sup> บรรทัดฐานในเรื่องความหล่อหรือหน้าตาดีของลูกค้าชาวตะวันตก ผู้หญิงมักใช้เกณฑ์ในเรื่องรูปร่างสูงโปร่ง และใบหน้าทีละม้ายคล้ายดารานาง

ของฝ่ายหญิงว่าสถานการณ์ได้ก้าวมาถึงจุดที่มีความคับขันเพียงใด สถานการณ์ที่จำเป็นดังกล่าว เช่น เริ่มมีการแข่งขันกันเองในหมู่เพื่อนร่วมงานในการเข้าถึงลูกค้า การแสดงออกดังกล่าวเป็นการประกาศต่อเพื่อนร่วมงานที่กำลังเป็นคู่แข่งกันเพื่อเป้าหมายในลูกค้าคนเดียวกันว่า เธอเป็นผู้ดูแลลูกค้าคนดังกล่าวอยู่ หรือในบางสถานการณ์ที่ผู้หญิงประเมินว่า ฝ่ายชายกำลังอยู่ระหว่างการตัดสินใจว่าจะออกไปนอกบาร์กับเธอหรือไม่

#### 5. การแสดงออกของผู้หญิงในสถานการณ์ต่าง ๆ

จากการสำรวจและพูดคุยกับผู้หญิงพบว่า ผู้หญิงได้แบ่งบาร์เบียร์ในฐานะที่เป็นฉากหลังสังคมของการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าออกเป็นสองกลุ่มด้วยกัน โดยเกณฑ์ในการแบ่งแยกกลุ่มของบาร์เบียร์ใช้ที่ตั้ง (location) เป็นตัวแบ่งแยก โดยแยกออกเป็นสองลักษณะดังนี้ ลักษณะแรก บาร์เบียร์ที่ตั้งอยู่ในย่านที่มีการแข่งขันกันสูง หมายถึง ที่ตั้งบาร์เบียร์ติดกันหลายแห่งอยู่ และบาร์เบียร์แต่ละแห่งมีผู้หญิงทำงานจำนวนมาก จำเป็นต้องมีการแข่งขันกันในกลุ่ม ผู้หญิงเพื่อเชื้อเชิญลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการในบาร์แห่งที่ตนทำงานอยู่ บาร์เบียร์ที่อยู่ในข่ายนี้ได้แก่ บาร์เบียร์ที่ตั้งอยู่ย่านถนนลอยเคราะห์ ส่วนที่ตั้งบาร์เบียร์ในลักษณะที่สอง จะตั้งอยู่ในพื้นที่ในแถบรอบนอก กล่าวคืออยู่ห่างจากถนนลอยเคราะห์อันเป็นสายหลักและมักตั้งอยู่ห่างจากบาร์เบียร์แห่งอื่น ๆ การแบ่งแยกประเภทบาร์เบียร์ตามลักษณะที่ตั้งนี้มีนัยยะสำคัญสำหรับผู้หญิงเป็นอย่างมาก ผู้หญิงรับรู้ว่าการทำงานในบาร์เบียร์แถบที่มีการแข่งขันกันมากนั้น ผู้หญิงต้องกล้าแสดงออกและเป็นฝ่ายรุกในการเข้าถึงลูกค้า การแข่งขันนอกจากจะเกิดขึ้นระหว่างบาร์เบียร์ที่ตั้งอยู่ใกล้กันแล้ว ผู้หญิงยังจำเป็นต้องแข่งขันกับเพื่อนร่วมงานในบาร์เบียร์แห่งเดียวกันอีกด้วย

จากการศึกษาพบว่า ผู้หญิงจำนวนหนึ่งที่ทำงานบาร์เบียร์ในแถบรอบนอก มักจะมองว่า ผู้หญิงที่ทำงานบาร์เบียร์ย่านที่มีการแข่งขันกันมากนั้นมักมีลักษณะที่เรียกว่า “เข้าแขกเก่ง และใจถึง” ซึ่งลักษณะดังกล่าวปรากฏให้เห็นตั้งแต่การแต่งกาย การเชื้อเชิญลูกค้าให้เข้ามาในร้านมีการถูกเนื้อต้องตัวลูกค้าในเชิงรุก เช่น การโผเข้ากอด จับ อย่างโจ่งแจ้ง ผู้หญิงบางคนบอกว่าตนไม่อยากจะไปทำงานในบาร์เบียร์ย่านที่มีการแข่งขันกันมากเนื่องจากบุคลิกลักษณะเฉพาะดังกล่าวไม่เหมาะกับตน เนื่องจากเป็นคนไม่ชอบความวุ่นวายและไม่อยากแย่งลูกค้ากันเอง ขณะที่ผู้หญิงที่ทำงานอยู่ในย่านที่มีการแข่งขันสูงให้เหตุผลว่า “ที่นี่เป็นบาร์ไฮโซ” คำดังกล่าวหมายถึงตั้งแต่ราคาเครื่องดื่มที่แพงกว่า ระดับความสวย มั่นใจของผู้หญิงที่ทำหน้าที่ให้บริการ กลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูง รวมทั้งผู้หญิงสามารถเรียกค่าบริการได้สูงกว่าบาร์เบียร์ที่ตั้งอยู่รอบนอก

ดังนั้นเพื่อให้เข้าใจถึงวัฒนธรรมและแบบแผนพฤติกรรมการแสดงออกของผู้หญิงในฐานะที่เป็นพนักงานบริการในบาร์เบียร์แต่ละย่าน ผู้ศึกษาจึงได้แบ่งขั้นตอนของความสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงกับลูกค้าตามลำดับของสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในบาร์เบียร์แต่ละย่านดังนี้

### 1. การเชิญชวนลูกค้าเข้าร้าน

วิธีการที่ผู้หญิงเรียกลูกค้าเข้าร้าน มักจะมีลักษณะร่วมกันคือการยื่นส่งเสียงทักทายหน้าร้าน ด้วยประโยคภาษาอังกฤษ ได้แก่ เฮลโล เวลคัม , แวร์ ยู โก แชนซัมแมน , คัมอินไซด์ ฟรีส เป็นต้น อย่างไรก็ตามการเชิญชวนลูกค้าเข้าร้านในบาร์เบียร์ย่านที่มีการแข่งขันกันสูงและบาร์เบียร์ที่อยู่รอบนอกนั้น มีความแตกต่างกันดังนี้

- บาร์เบียร์ที่ตั้งอยู่ในย่านที่มีการแข่งขันกันสูง มักมีนักท่องเที่ยวเดินผ่านอยู่เป็นระยะ ๆ เพื่อสำรวจว่าตนจะเลือกเข้าไปนั่งดื่มในบาร์แห่งใด ขณะเดียวกันบาร์เบียร์ก็จะมีโต๊ะตั้งอยู่ริมทางผู้หญิงที่ทำงานบาร์เบียร์ย่านนี้จึงมักรวมกลุ่มนั่งอยู่ที่โต๊ะริมทางเดิน เมื่อลูกค้าเดินผ่านก็จะยื่นขึ้นทักทาย หรือบางครั้งหากลูกค้าคนใดหน้าตา รูปร่างดี ผู้หญิงจะดึงมือให้เข้ามานั่งในร้าน บางครั้งก็เป็นการยื่นขวางเพื่อกันทางไม่ให้นักค้าเดินผ่านไปยังบาร์แห่งอื่น ๆ พร้อมกับส่งรอยยิ้มและเชิญให้ลูกค้าเข้าไปนั่งดื่ม เมื่อลูกค้าเดินเข้ามาใกล้ร้านหรือใกล้ผู้หญิง คำทักทายมักจะเป็นการทักทายที่เอ่ยชมลูกค้า เช่น แชนซัมแมน คัมอินไซด์ ฟรีส แต่ถ้าหากลูกค้าเดินผ่านคนละฟากถนนหรือเดินห่างจากผู้หญิง คำทักทายมักมีลักษณะหลังดิ่งดั่งและเชิญชวนมากขึ้น เช่น การตะโกนจากผู้หญิงที่มีประสบการณ์ว่า “เวลคัม ทู มายด์ โฮล” “เช็กซีแมน แวร์ยูโก คัมเฮีย” เป็นต้น

- บาร์เบียร์ที่ตั้งอยู่รอบนอก บาร์เบียร์กลุ่มนี้มักมีสถานที่ตั้งอยู่ในซอยหรือแยกต่างหากจากย่านที่มีการแข่งขันมาก กลุ่มลูกค้าจึงเป็นกลุ่มที่ตั้งใจจะไปใช้บริการเฉพาะร้านเนื่องจากมักคุ้นกับเจ้าของบาร์หรือมาหาผู้หญิงบาร์เบียร์คนใดคนหนึ่ง บางครั้งเป็นกลุ่มลูกค้าที่เดินผ่านไปยังสถานที่เป้าหมายอื่น ๆ เช่นกลับที่พัก เดินเที่ยว หรือเดินไปแหล่งจับจ่ายให้สอย เป็นต้น นอกจากนี้บางคนมีแรงจูงใจจากราคาเครื่องดื่มของบาร์เบียร์ในแถบรอบนอกที่ถูกกว่าบาร์เบียร์ที่ตั้งอยู่ศูนย์กลางเล็กน้อย และบาร์เบียร์แถบรอบนอกยังมีผู้หญิงบริการในแต่ละร้านไม่มากนัก จากการสำรวจพบว่ามีเพียง 1-6 คน เท่านั้น การเชิญชวนลูกค้าเข้าร้านจึงไม่จำเป็นต้องแก่งแย่งกับบาร์เบียร์ข้างเคียง รวมทั้งไม่ต้องแข่งขันกันในหมู่เพื่อนร่วมงาน การตัดสินใจเข้ามาใช้บริการในบาร์เบียร์จึงมักเป็นการตัดสินใจของลูกค้าที่ตั้งใจมามากกว่า

## 2. การเลือกลูกค้า

ดังที่ได้กล่าวไปบ้างแล้วว่า “ความอิสระ” นับเป็นคุณค่าที่สำคัญมากที่สุดสำหรับผู้หญิงที่ทำงานบริการในบาร์เบียร์ เนื่องจากพวกเธอสามารถที่จะเลือกตัดสินใจได้ในระดับหนึ่งในการเข้าถึงลูกค้า และผู้หญิงก็มีทัศนคติต่อการประเมินลูกค้าในแบบต่าง ๆ ดังที่ได้กล่าวในหัวข้อเรื่องการประเมินลูกค้าไปแล้ว อย่างไรก็ตาม เนื่องจากบาร์เบียร์ไม่มีตำแหน่งของมา่าซึ่งทำหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างผู้หญิงกับลูกค้า การตัดสินใจเข้าหาลูกค้าจึงเป็นการประเมินร่วมกันระหว่างกลุ่มผู้หญิงที่ทำงานว่าใครจะเลือกเข้าไปหาลูกค้าคนใด

- บาร์เบียร์ในย่านที่มีการแข่งขันสูง พบว่า เมื่อมีลูกค้าเข้ามาในบาร์เบียร์ ผู้หญิงต้องรู้ว่าลูกค้าคนนี้เป็นลูกค้าประจำของเพื่อนร่วมงานคนใดหรือไม่ หากเป็น “แขกประจำ” ก็จะเป็นความสำคัญอันดับแรก ที่จะไม่เข้าไปนั่งดื่มด้วย บางครั้งอาจมีการทักทายพูดคุยในเรื่องทั่วไประหว่างที่พนักงานคนดังกล่าวยังไม่ถึงร้าน ในกรณีที่ลูกค้าหน้าใหม่เดินผ่านร้าน การเข้าไปบริการของผู้หญิงจะขึ้นอยู่กับว่าเธอเป็นคนเรียกลูกค้าคนดังกล่าวเข้าร้านหรือไม่ หากเธอเป็นคนเรียก เธอก็จะเข้าไปพูดคุยและนั่งดื่มด้วย บางครั้งผู้หญิงจะทอดเวลาในการเข้าถึงลูกค้าสักครู่หนึ่ง ภายหลังจากที่ลูกค้าสั่งเครื่องดื่มเสร็จแล้วและไม่พบว่าลูกค้ามีเป้าหมายที่จะต้องการเลือกนั่งดื่มกับผู้หญิงในร้านคนใดเป็นพิเศษ หลังจากนั้นจึงตัดสินใจเข้าไปนั่งพูดคุยด้วย การแสดงออกของผู้หญิงในขั้นตอนนี้นั้นขึ้นอยู่กับทักษะและประสบการณ์ในการทำงานซึ่งในประเด็นนี้จะนำเสนอในบทถัดไป

- บาร์เบียร์ที่ตั้งอยู่แถบรอบนอก พบว่า นอกเหนือจากที่ผู้หญิงจะให้ความสำคัญว่าลูกค้าคนดังกล่าวเป็นลูกค้าประจำของพนักงานคนใดในร้าน ในกรณีของลูกค้าหน้าใหม่ พบว่า ผู้หญิงจะประเมินกันเองว่า ใครควรเข้าไปหา ผู้หญิงมักทอดเวลาช่วงหนึ่งให้ลูกค้าเข้ามาในบาร์เบียร์ และสังเกตว่า ลูกค้าให้ความสนใจใครคนใดเป็นพิเศษหรือไม่ เนื่องจากสถานที่บาร์เบียร์ในแถบรอบนอกมักจะมีบริเวณไม่กว้างขวางนัก ผู้หญิงจะใช้วิธีสบตากับลูกค้าเพื่อดูปฏิกิริยาตอบรับ หากเป็นไปในทางบวกเช่น การส่งยิ้ม ผู้หญิงก็จะเข้าไปทักทายพูดคุยด้วย บางครั้งผู้หญิงใช้วิธีการประเมินลูกค้าและประเมินตนเองไปพร้อมกัน เช่น ผู้หญิงบาร์เบียร์บางคนที่อยู่ค่อนข้างมาก คืออยู่ในช่วงสามสิบกว่าปีถึงต้นสี่สิบปี เมื่อเห็นลูกค้าในวัยหนุ่ม จะเปิดโอกาสให้เพื่อนร่วมงานที่อายุน้อยหรือมีรูปร่างเล็กเข้าไปบริการแขก ด้วยเหตุผลที่ว่า “พี่แก่แล้ว หนุ่ม ๆ คงไม่ชอบ” นอกจากนี้ยังมีลักษณะที่เปิดโอกาสให้กับเพื่อนร่วมงานคนอื่น ๆ เช่น ผู้หญิงบางคนอาศัยนี้ยังไม่ได้ออกไปกับลูกค้าคนใด เมื่อมีลูกค้าหน้าใหม่เข้ามา ก็จะเปิดโอกาสให้กับเพื่อนร่วมงาน ลักษณะถ้อยทีถ้อยอาศัยถือเป็นเกณฑ์ที่รับรู้และปฏิบัติมากกว่าเป็นกฎเกณฑ์ตามลายลักษณ์อักษร แต่หลาย

ครั้งก็มีเพื่อนร่วมงานที่แหกกฎ วิธีการจัดการตอบโต้กับเพื่อนร่วมงานลักษณะนี้คือการไม่พูดจาด้วย และมีการนินทากันในหมู่เพื่อนร่วมงานถึงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม การอะลุ่มอะล่วยในการเข้าถึงลูกค้า สามารถกระทำได้เนื่องจากองค์กรในการทำงานมีขนาดเล็ก ผู้หญิงไม่ต้องแข่งขันกันมาก ขณะเดียวกัน ก็มีลักษณะเป็นเพื่อน พี่ น้อง และพึ่งพาอาศัยกันในเรื่องอื่น ๆ นอกเหนือจากการทำงาน เช่น การยืมรถจักรยานยนต์ การทำอาหารรับประทานร่วมกัน การพักอาศัยอยู่ในหอพักเดียวกัน การปรึกษาปัญหาส่วนตัว การยืมยืมเงินทอง เป็นต้น

### 3. การนั่งติ่มกับลูกค้า

ขั้นตอนในการนั่งติ่มกับลูกค้าถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุดและต้องใช้ความสามารถเฉพาะตัวของผู้หญิงเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เนื่องจากผู้หญิงสามารถทำรายได้จากการติ่มในแต่ละติ่ม โดยทางร้านจะจ่ายค่าติ่มให้กับผู้หญิงติ่มละ 20-30 บาท ขึ้นกับกฎเกณฑ์ของแต่ละบาร์เบียร์ การจ่ายค่าติ่มมีส่วนสัมพันธ์กับเงินเดือน กล่าวคือบาร์เบียร์แห่งที่จ่ายเงินเดือนให้ผู้หญิงเดือนละ 3,000 บาท จะจ่ายค่าติ่มให้ผู้หญิงติ่มละ 20 บาท โดยมีข้อกำหนดว่าผู้หญิงต้องทำติ่มได้เดือนละไม่ต่ำกว่า 90 ติ่ม ขณะที่บาร์เบียร์บางแห่งจ่ายเงินเดือนราว 2,000-2,500 บาท มักจะจ่ายค่าติ่มให้ผู้หญิงติ่มละ 30 บาท เป็นต้น นอกจากการทำรายได้ให้กับตนเองแล้ว ระหว่างขั้นตอนนี้ผู้หญิงจะได้เรียนรู้จักลูกค้าและหากเกิดความพึงพอใจก็จะตัดสินใจออกไปบริการลูกค้านอกร้าน ผู้หญิงจำนวนหนึ่งเลือกติ่มเครื่องติ่มตามใจลูกค้า เช่น เธอมักเป็นฝ่ายถามลูกค้าว่า อยากให้เธอติ่มอะไร ขณะที่ผู้หญิงกลุ่มหนึ่งจะเลือกเครื่องติ่มประเภทเลดี้ดริงค์ คือเป็นประเภทน้ำผลไม้ น้ำอัดลม หรือสเปาต์ เป็นต้น เนื่องจากเครื่องติ่มใส่ในแก้วขนาดเล็ก ไม่ต้องใช้เวลาติ่มนานมากนัก

- บาร์เบียร์ย่านที่มีการแข่งขันกันสูง จากการสังเกตพบว่า การสั่งเครื่องติ่มของผู้หญิงในบาร์เบียร์ที่เรียกตนเองว่าเป็น “บาร์ไฮโซ” นี้ การเลือกเครื่องติ่มนั้นเป็นวิธีการหนึ่งในการจัดการภาพลักษณ์ให้ลูกค้าเรียนรู้จักเธอในเวลาอันสั้น ทั้งนี้การแสดงออกของผู้หญิงเกิดขึ้นหลังจากผ่านการประเมินตัวลูกค้ามาก่อนแล้ว เช่น หากผู้หญิงประเมินว่าลูกค้าเป็นคนค่อนข้างเรียบร้อย เธอจะสั่งเครื่องติ่มประเภทเลดี้ดริงค์ เป็น น้ำผลไม้ หรือน้ำอัดลม ในติ่มแรกของเธอกับลูกค้า หากผู้หญิงต้องการทดสอบว่าลูกค้าฐานะดีจริงหรือไม่ เธอจะสั่งเครื่องติ่มประเภทค็อกเทลที่มีราคาแพงกว่าเลดี้ดริงค์ราวหนึ่งเท่าตัว นอกจากนี้ผู้หญิงจะดูว่าลูกค้าติ่มเครื่องติ่มอะไร บางครั้งผู้หญิงใช้วิธีติ่มเครื่องติ่มแบบเดียวกับลูกค้า หากผู้หญิงเกิดความไม่แน่ใจในสถานการณ์ว่าลูกค้าเป็นอย่างไร เธอจะใช้วิธีการถามลูกค้าว่าอยากให้เธอติ่มเครื่องติ่มประเภทใด หากลูกค้าตอบในทำนองที่ว่าขึ้นอยู่กับความต้องการของเธอ เธอจะประเมินอีกครั้งว่าลูกค้าติ่มเหล้าต่างประเทศ

หรือเหล่าไทย และเธอจะเลือกในรูปแบบใกล้เคียงกัน ผู้หญิงมักจะคิดคำนวณอยู่ตลอดเวลาว่า ระหว่างการนั่งดื่มกับลูกค้านั้น เธอควรจะเร่งการดื่มโดยที่ไม่ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าเธอกำลังต้องการจำนวนดื่มแต่เป็นการดื่มอย่างเป็นธรรมชาติ ทั้งนี้มักจะขึ้นอยู่กับปริมาณการดื่มของลูกค้าด้วย หากลูกค้าดื่มมาก เธอก็จะดื่มมากตาม หากลูกค้าเว้นช่วงในการดื่ม ผู้หญิงก็จะชนแก้วกับลูกค้าเพื่อเร่งการดื่ม การปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าในช่วงนี้ ถ้าผู้หญิงรู้สึกพึงพอใจในตัวลูกค้า และลูกค้าเองก็มีปฏิริยาตอบรับไปในทิศทางเดียวกัน แต่ลูกค้ามีเวลาที่จะอยู่ในบาร์เบียร์อย่างจำกัด ผู้หญิงจะเริ่มด้วยการถามถึงห้องพัก หรือจุดที่อยู่ของลูกค้าไว้สำหรับการติดต่อกันในภายหลัง โดยส่วนใหญ่ผู้หญิงจะชักชวนให้ลูกค้าใช้เวลาอยู่ในบาร์เบียร์ช่วงเวลาหนึ่ง เช่น ชวนให้ลูกค้าเล่นสล็อตเกอร์ด้วย และกลับมานั่งดื่มต่อ หรือการนำเกมส์ต่อสีมาเล่นกับลูกค้า ในกรณีที่ผู้หญิงยังไม่สามารถสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษได้ดีพอ บางครั้งหากลูกค้าเป็นคนเจียบขีมีไม่ช่างพูด ผู้หญิงก็จะสร้างกิจกรรมด้วยการเล่นเกมสล็อตหรือเล่นสล็อตเกอร์เช่นกัน ในหลายสถานการณ์ที่ผู้หญิงประเมินว่าลูกค้าตระหนี่ หรือจุกจิกเรื่องมาก เธอก็จะไม่สานต่อความสัมพันธ์ให้ยืดยาวออกไป ด้วยการไม่เชื้อเชิญให้ลูกค้าสั่งดื่มต่อ หรือพยายามปลีกตัวออกไปหากิจกรรมอื่น ๆ ในร้าน เช่น การเล่นเกมสล็อตเกอร์ การหันไปพักทักทายพูดคุยกับเพื่อนร่วมงานหรือทักทายลูกค้ารายใหม่ที่เข้ามาในร้าน อย่างไรก็ตามลูกค้าเองก็มีส่วนอย่างสำคัญในการสำรวจความพอใจของตนและตัดสินใจในเรื่องระยะเวลาการนั่งดื่มกับผู้หญิงด้วยเช่นกัน

ในบางสถานการณ์ที่การปฏิบัติตัวของลูกค้าไม่เป็นไปตามเกณฑ์ กล่าวคือ ไม่เอ่ยปากถามผู้หญิงว่าจะดื่มอะไร ช่วงเวลานี้ ผู้หญิงจะพูดคุยกับลูกค้า ด้วยตั้งคำถามในเชิงรุก ซึ่งมีส่วนอย่างสำคัญในการประเมินลูกค้า ชุดของคำถามที่เป็นแบบแผนตายตัวที่ผู้หญิงจะเรียนรู้ลูกค้า ได้แก่ การถามชื่อ ประเทศที่มา เคยมาเมืองไทยกี่ครั้ง พูดภาษาไทยได้ไหม ไปเที่ยวที่ไหนมาบ้าง ชอบเมืองไทยไหม พักอยู่ที่ไหนในเชียงใหม่ เป็นต้น ขณะที่ลูกค้าก็จะตั้งคำถามกับผู้หญิงในประเด็นทั่วไปในลักษณะเดียวกัน เช่น ชื่ออะไร เป็นคนเชียงใหม่หรือเปล่า บ้านเกิดอยู่ที่ไหน บทสนทนาในลักษณะนี้จะดำเนินไปช่วงเวลาหนึ่ง หากลูกค้ายังไม่เอ่ยปากในเรื่องเครื่องดื่ม ผู้หญิงยังคงหาหัวข้อสนทนาต่อไป ประเด็นที่ผู้หญิงจะนำมาพูดคุยล้วนอยู่บนฐานของการประเมินสถานภาพของลูกค้าทั้งสิ้น เช่น ผู้หญิงจะสังเกตว่าลูกค้าสวมแหวนที่นิ้วนางข้างซ้ายหรือไม่มี หากพบแหวน ก็จะถามลูกค้าว่า แต่งงานหรือยัง มีลูกกี่คน ภรรยาไม่ได้มาท่องเที่ยวด้วยหรือ คำตอบเหล่านี้ช่วยในการทำความรู้จักกับอีกฝ่ายหนึ่งมากขึ้น

ชุดคำถามอีกระดับหนึ่งเพื่อขยับเข้าสู่ประเด็นเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงกับลูกค้า ได้แก่ คำถามในทำนองที่ว่า คุณไม่ดื่มเหล้าหรือ (ในกรณีที่ลูกค้าสั่งเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์) คุณ

สูบบุหรี่หรือเป่ล่า แล้วลงท้ายด้วยคำถามในเชิงรุกว่า “แล้วเรื่องผู้หญิงล่ะ” ผู้หญิงจะสังเกตปฏิกิริยาท่าทางต่อคำถาม ผู้หญิงจะใช้ช่วงเวลานี้ในการพูดคุยกับลูกค้าตามชุดคำถามแต่ละระดับที่เรียนรู้จักลูกค้าในแต่ละขั้นตอน จนกระทั่งเธอพบว่าลูกค้าแสดงกริยาใส่ใจหรือความล้มพันธ์เป็นไปในทางตอบรับแต่ไม่เห็นที่ท่าว่าลูกค้าจะเลี้ยงดื่มแต่อย่างใด ผู้หญิงจะเริ่มระบุความต้องการว่า “ฉันเริ่มหิวน้ำแล้ว” หากลูกค้ายังมีที่ท่าเงียบเฉยเช่นเดิม ผู้หญิงจะบอกความต้องการอย่างตรงไปตรงมาว่า “เลี้ยงดื่มฉันนะ---Give me one drink o.k.?” หากลูกค้าตอบรับ เธอก็จะนั่งดื่มและอาจหันมาบ่นกับเพื่อนร่วมงาน หรือตะโกนดัง ๆ ขึ้นมาเป็นภาษาเหนือถึงความตระหนี่ของลูกค้า แต่ถ้าลูกค้าปฏิเสธหรือทำที่ไม่สนใจในเรื่องการเลี้ยงดื่ม ผู้หญิงจะเริ่มถอยห่าง เช่น ลุกไปเข้าห้องน้ำ เดินออกไปคุยกับเพื่อนร่วมงานคนอื่น หรือกระทั่งไปทักทายลูกค้าคนอื่น และนั่งดื่มกับลูกค้ารายใหม่ต่อไป อย่างไรก็ตามหัวข้อสนทนาหนึ่งที่ผู้หญิงนิยมนำมาพูดคุยระหว่างการนั่งดื่ม ได้แก่ การพูดคุยเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวทางภาคเหนือ การฝึกในเรื่องภาษา โดยการแลกเปลี่ยนระหว่างภาษาไทยกับภาษาอังกฤษ หรือภาษาฝรั่งเศส เยอรมัน เป็นต้น

- บาร์เบียรี่ในแถบรอบนอก บาร์เบียรี่ที่ตั้งอยู่นอกศูนย์กลางมักจะไม่กำหนดเงื่อนไขว่าผู้หญิงจะต้องทำดื่มเท่าใดในแต่ละเดือน เนื่องจากปริมาณลูกค้าไม่ได้มากเพียงพอที่จะทำสถิติในเรื่องจำนวนดื่มของผู้หญิงได้ และจากการที่มีจำนวนลูกค้าไม่มากนักเอง ในด้านหนึ่งทำให้ผู้หญิงไม่มีโอกาสในการเลือกลูกค้า ในอีกด้านหนึ่งก็ไม่เป็นสร้างแรงกดดันในการทำงานโดยเฉพาะเรื่องภาระจำนวนให้ได้ตามเป้าหมายที่บาร์เบียรี่กำหนด

จากการสังเกตการทำงานของผู้หญิงในบาร์เบียรี่แถบรอบนอกพบว่าผู้หญิงจะไม่แสดงตนอย่างเด่นชัดเพื่อให้ลูกค้าเลี้ยงดื่ม แต่จะเป็นการเข้าไปทักทายพูดคุย และรอจนกว่าลูกค้าจะเป็นฝ่ายถามเรื่องเครื่องดื่มกับเธอก่อนมากกว่า ถึงแม้ว่าลูกค้าจะไม่เลี้ยงดื่ม ผู้หญิงก็ยังยินดีที่จะนั่งสนทนาอยู่ด้วยหากเธอพึงพอใจในหัวข้อสนทนาหรือรูปร่างหน้าตาของลูกค้า หรือประเมินว่าการสนทนานั้นจะสร้างโอกาสให้ได้เรียนรู้จักกันทั้งสองฝ่ายในช่วงจังหวะต่อไป นอกจากนี้หากเธอลุกออกไปจากลูกค้าอย่างรวดเร็วทันทีที่ไม่พอใจลูกค้าจะทำให้เกิดสถานการณ์ที่แตกหักอย่างชัดเจน เนื่องจากในร้านมีลูกค้าไม่มากและมีกิจกรรมอื่น ๆ เป็นทางออกได้น้อย เช่น ไม่มีโต๊ะสนุกเกอร์ ซึ่งแตกต่างจากผู้หญิงที่ทำงานในบาร์เบียรี่ย่านที่มีการแข่งขันกันมาก ซึ่งผู้หญิงมีโอกาสในการเข้าถึงลูกค้ารายใหม่ ๆ ได้มากกว่าและมีกิจกรรมอื่น ๆ ให้ผู้หญิงได้ผละออกไปจากลูกค้าได้ง่ายกว่าหากเธอเกิดความรู้สึกเบื่อหน่ายในตัวลูกค้า

สำหรับเรื่องประเภทเครื่องดื่ม จากการสังเกตพบว่า ผู้หญิงที่ทำงานในย่านบาร์เบียรี่รอบนอก เลือกดื่มเครื่องดื่มตามความพึงพอใจในแต่ละช่วงสถานการณ์ของตน เช่น ในบางวัน ผู้หญิง

เกิดความครีหมอกครีหมใจ หรือเกิดความทุกข์ใจ เธอจะเปรยในลักษณะที่ว่า “วันนี้อายากเมา” เมื่อมีลูกค้าเลี้ยงดื่ม เธอก็จะเลือกเครื่องดื่มที่มีอัลกอฮอล์ แต่โดยปกติแล้ว ผู้หญิงมักเลือกเครื่องดื่มประเภทเลดีดริงค์ ซึ่งเป็นน้ำผลไม้หรือเครื่องดื่มที่มีอัลกอฮอล์เพียงเล็กน้อย ด้วยเหตุผลที่ว่าเธอเพียงแค่อยากมีรายได้จากการดื่มเท่านั้น มากกว่าที่จะอยากดื่มเครื่องดื่มนั้น ๆ อย่างแท้จริง ผู้หญิงเคยบ่นในเรื่องการดื่มทำนองที่ว่า “จริง ๆ ไม่อยากกินหรอก ปวดจี๋จะตาย ลูกไปเข้าห้องน้ำตั้งหลายรอบ ก็กินไปเพราะอยากได้ดื่มเท่านั้น”

สำหรับการปฏิสัมพันธ์ในช่วงการนั่งดื่มของผู้หญิงกับลูกค้ามักมีบทสนทนาในช่วงต้นไม่แตกต่างจากบาร์เบียร์ในย่านที่มีการแข่งขันสูงมากนัก เช่น การพูดคุยเกี่ยวกับประเทศที่มา การเดินทางท่องเที่ยว ความรู้เกี่ยวกับเรื่องเมืองไทย เป็นต้น นอกเหนือจากประเด็นเหล่านี้พบว่าผู้หญิงมักจะเล่าเรื่องส่วนตัวของตนเองมากกว่าผู้หญิงที่ทำงานในบาร์เบียร์กลุ่มแรก ทั้งนี้เป็นเพราะว่าผู้หญิงมีเวลาในการพูดคุยกับลูกค้านานกว่า ไม่ต้องเร่งในการต้อนรับลูกค้ารายใหม่ ๆ ที่เข้ามาในร้าน หัวข้อที่มีการหยิบยกมาสนทนามักเป็นเรื่องความจำเป็นของผู้หญิงในการมาทำงานกลางคืน ชีวิตความเป็นอยู่ของผู้หญิง ทั้งนี้เป็นเพราะว่าการแสดงออกของผู้หญิงที่ทำงานบาร์เบียร์ในแถบรอบนอกไม่ได้มีลักษณะเชิงรุกต่อลูกค้า หรือแสดงออกถึงความกล้าในเรื่องทางเพศมากเท่ากับบาร์เบียร์ในย่านที่มีการแข่งขันมาก ซึ่งผู้หญิงก็มีเหตุผลต่อตนเองว่า เธอไม่ได้มีบุคลิกในลักษณะดังกล่าว “ชอบที่เงียบ ๆ มากกว่า ไม่ต้องเฝ้าเข้าไปหาแขกมาก” ด้วยการแสดงออกนี้เองค่อนข้างแตกต่างจากภาพตายตัวที่มีต่อผู้หญิงบาร์เบียร์ที่มีลักษณะรุกในทางเพศ ประกอบการมีระยะเวลาในการนั่งดื่มที่ค่อนข้างยาวกับลูกค้าแต่ละคนเนื่องจากมีลูกค้าเข้าร้านไม่มากนัก ทำให้เกิดหัวข้อสนทนาที่เป็นเรื่องส่วนตัวเกี่ยวกับชีวิตของผู้หญิง หัวข้อที่ผู้หญิงจะถูกถามจากลูกค้าเป็นประจำ เช่น ทำไมผู้หญิงจึงมาทำงานที่บาร์เบียร์ คำถามนี้เปิดโอกาสให้ผู้หญิงได้เล่าถึงเรื่องราวชีวิตของตน ในช่วงเวลาหนึ่งที่ผู้ศึกษาได้ไปสอนภาษาอังกฤษให้กับผู้หญิงบาร์เบียร์ในบาร์แถบรอบนอกแห่งหนึ่ง พบว่า ผู้หญิงมักจะถามถึงการแนะนำตัวในภาษาอังกฤษเกี่ยวกับประวัติส่วนตัว เช่น เธอหย่าจากสามี มีลูกกี่คน อายุเท่าไร ต้องมีภาระในการเลี้ยงดูครอบครัว เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อที่เธอจะได้นำไปตอบเมื่อมีคำถามจากลูกค้าในทำนองดังกล่าว

จากการเข้าไปสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมของผู้ศึกษาโดยเข้าไปทำงานเป็นพนักงานบาร์เบียร์ในช่วงเวลาหนึ่งพบว่า หัวข้อการสนทนาและการแสดงกริยาท่าทางในลักษณะนี้เป็นแนวทางหนึ่งในการแสดงออกของผู้หญิงที่มีผลทำให้ลูกค้าเกิดความเห็นอกเห็นใจ และหลายครั้งไม่ได้จบลงที่การขายบริการทางเพศ แต่ลูกค้าก็จะมอบเงินรางวัลให้เป็นพิเศษก่อนออกจากร้าน

ครั้งหนึ่งระหว่างที่ผู้ศึกษานั่งดื่มกับลูกค้าชาวสกอตแลนด์ วัย 50 ปีเศษ ลูกค้าได้ถามผู้ศึกษาว่า ตอนกลางวันทำงานอะไร ผู้ศึกษาตอบว่า ตอนกลางวันเรียนหนังสือและต้องการหารายได้พิเศษจึงมาทำงาน ลูกค้าถามถึงจำนวนรายรับที่ได้ เมื่อผู้ศึกษาตอบว่า ได้ค่าจ้างเดือนละ 2,000 บาท และได้ค่าดื่ม ๆ ละ 20 บาท ลูกค้าถามผู้ศึกษามาทำงานบาร์เบียร์นานเพียงใด เมื่อผู้ศึกษาตอบว่ามาทำงานได้ไม่ถึงหนึ่งเดือน ลูกค้าถามว่าหากเขาชวนออกไปข้างนอกจะไปหรือไม่ ผู้ศึกษาตอบไปว่าระหว่างนี้ยังไม่พร้อม ลูกค้าได้เลี้ยงดื่มผู้ศึกษาสองดื่มและก่อนออกจากบาร์ ผู้ศึกษาเดินออกมาส่งลูกค้าที่หน้าบาร์เบียร์ ลูกค้าได้แอบเอาเงินใส่มือผู้ศึกษาจำนวนหนึ่งร้อยบาทและกระซิบบอกกับผู้ศึกษาว่าเอาเก็บไว้รับประทานอาหารมื้ออร่อย ในวันถัดมาลูกค้าคนเดิมกลับมาที่ร้านอีกครั้ง เขายังคงเลี้ยงดื่มและชวนคุยในเรื่องเกี่ยวกับเมืองไทย ผู้หญิงไทย รวมทั้งเสนอว่า เป็นไปได้หรือไม่ที่จะช่วยสอนภาษาไทยให้กับเขาในตอนกลางวันที่มีเวลา โดยที่ไม่มีเรื่องเพศสัมพันธ์เข้ามาเกี่ยวข้อง และเขายินดีที่จะออกค่าอาหารกลางวันและจ่ายเงินให้เป็นชั่วโมง ๆ ละ หนึ่งร้อยบาทเป็นค่าตอบแทน โดยที่ผู้ศึกษาสามารถที่จะเลือกสถานที่ฝึกฝนภาษาไทยได้ และก่อนออกจากร้าน ลูกค้าคนดังกล่าวได้มอบเงินให้อีกหนึ่งร้อยบาทพร้อมกับเบอร์โทรศัพท์ที่พักและหมายเลขห้อง

ตัวอย่างดังกล่าวเป็นเพียงลักษณะการปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบหนึ่งที่ผู้หญิงบาร์เบียร์เรียนรู้จากลูกค้าชาวต่างประเทศที่มาใช้บริการนั่งดื่มและหากผู้หญิงต้องการที่จะเข้าถึงลูกค้าสามารถติดต่อกลับไปในภายหลังได้ ดังที่ได้กล่าวไปแล้วว่า เนื่องจากลักษณะการทำงานในบาร์เบียร์แถบรอบนอกมีการแข่งขันกันใหม่เพื่อนร่วมงานและการแข่งขันกับเวลาน้อยกว่าบาร์เบียร์ในย่านที่มีลูกค้ามาก ทำให้ผู้หญิงและลูกค้ามีโอกาสในการปฏิสัมพันธ์ด้านลึกมากขึ้น ช่วงนี้เองที่ผู้หญิงได้แสดงตัวตนในอีกลักษณะหนึ่งที่สามารถนำเสนอสาระที่ทำให้ลูกค้าเห็นถึงความจำเป็นในการทำงาน นอกจากนี้การแสดงตัวของผู้หญิงในขั้นตอนการนั่งดื่มยังไม่ต้องแสดงออกในเชิงรุก ทำให้ลูกค้าไม่รู้สึกรู้ว่าตนเองกำลังเป็นฝ่ายถูกล่าเงินทองจากผู้หญิง ดังนั้นการมอบเงินทองให้กับผู้หญิงจึงเป็นการให้ด้วยความรู้สึกต้องการช่วยเหลือผู้ด้อยกว่า ขณะเดียวกันผู้หญิงก็ได้รับค่าตอบแทนจากการแสดงตนเป็นฝ่ายที่อ่อนแอ ต้องการได้รับความช่วยเหลือ ไม่ได้มุ่งที่จะขายบริการทางเพศแต่เพียงอย่างเดียว

#### 4. การตกลงเรื่องค่าตอบแทน

เนื่องจากปฏิสัมพันธ์ในบาร์เบียร์ก่อนที่จะมาถึงขั้นตอนสุดท้ายจะต้องผ่านการพูดคุยทำความเข้าใจระหว่างทั้งสองฝ่ายในช่วงเวลาหนึ่งก่อนที่จะมาถึงเรื่องการขายบริการทางเพศ ขั้นตอนเหล่านี้ทำให้ผู้หญิงได้เรียนรู้ลูกค้าในระยะเวลาสั้น ๆ และมีโอกาสตัดสินใจว่าจะจัดการอย่างไรกับลูกค้าต่อไป

จากการสังเกตและพูดคุยกับผู้หญิงพบว่า โดยปกติลูกค้ามักจะไม่ถามตรง ๆ ว่า “ไปนอนด้วยกันไหม” แต่มักจะพูดในทำนองที่ว่า “คุณไปกับผมได้ไหม” หรือ “ผมจะกลับห้องพัก คุณอยากไปด้วยไหม” และบ่อยครั้งการชวนออกไปนอกบาร์เบียร์ ลูกค้าจะชวนผู้หญิงไปเที่ยวดิสโก้แดนซ์ ฟังเพลง เป็นต้น วิธีการแสดงออกของผู้หญิงในสถานการณ์ที่ฝ่ายลูกค้าแจ้งความประสงค์ว่าต้องการชวนเธอออกไปมีกิจกรรมอื่น ๆ นอกบาร์เบียร์ พบว่ามีสองวิธีดังนี้

*วิธีแรก* เป็นวิธีการตกลงกันโดยอ้อม

เมื่อลูกค้าถามผู้หญิงในคำถามที่มีนัยยะว่าจะชวนเธอออกไปมีกิจกรรมนอกบาร์เบียร์ ผู้หญิงจะบอกกับลูกค้าว่า จะต้องจ่ายค่าเบียร์เป็นจำนวนเงินที่ทางร้านกำหนด และสำหรับค่าบริการของเธอขึ้นอยู่กับความพอใจของลูกค้า ประโยคที่ผู้หญิงส่วนใหญ่มักจะพูดคือ “Pay bar 200 baht , for me up to you” ผู้หญิงที่เลือกวิธีการนี้พบว่า เป็นผู้หญิงกลุ่มที่ทำงานอยู่ในบาร์เบียร์แถบรอบนอกเป็นส่วนใหญ่ เมื่อผู้ศึกษาถามถึงเหตุผลที่เธอไม่พูดถึงอัตราค่าบริการโดยตรง ผู้หญิงบอกว่า รู้สึกแปลก ๆ หากมีการตั้งราคา อยากให้เป็นความเต็มใจของอีกฝ่ายหนึ่งมากกว่าว่าจะให้ค่าบริการเท่าใด และโดยส่วนใหญ่ลูกค้าจะรู้จำนวนเงินคร่าว ๆ ที่ควรจะจ่ายให้กับค่าบริการอยู่แล้ว นอกจากนี้เธอยังคาดหวังว่าหากเธอทำให้ลูกค้าพอใจ เธอก็จะได้รับค่าตอบแทนอย่างเต็มอกเต็มใจในจำนวนเงินที่เหมาะสม แต่กระนั้นในระหว่างที่ผู้หญิงพูดคุยนั่งดื่มกับลูกค้า เธอจะใช้วิธีการพูดคุยถึงความจำเป็นในเรื่องเงินทองที่เธอมีภาระรับผิดชอบหลายอย่างเพื่อให้ลูกค้าเห็นใจ ดังนั้น ค่าตอบแทนจึงออกมาในรูปของการช่วยเหลือฝ่ายผู้หญิง มากกว่าเป็นค่าบริการโดยตรง

*วิธีที่สอง* เป็นวิธีการตกลงค่าบริการอย่างตรงไปตรงมา

บาร์เบียร์ที่อยู่แถบที่มีการแข่งขันกันมากพบว่า ผู้หญิงจะใช้วิธีการตกลงราคากับลูกค้าแบบตรงไปตรงมาเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ เมื่อลูกค้าเฝ้าถามถึงการออกไปมีกิจกรรมนอกบาร์ ผู้หญิงจะชี้แจงกับลูกค้าในเรื่องการเบียร์ก่อนและถามถึงระยะเวลาว่าเป็นการบริการแบบชั่วคราว ซึ่งมักใช้คำว่า short time หรือ การบริการแบบค้างคืนที่มักเรียกกันว่า all night โดยที่ผู้หญิงมีจำนวนเงินที่เธอคาดหวังว่าจะได้รับ ส่วนใหญ่หากเป็นแบบชั่วคราว ราคาค่าบริการอยู่ระหว่าง 800-1,000 บาท หากค้างคืนประมาณ 1,500 บาท ในหลายกรณีพบว่า หากผู้หญิงมีความต้องการเงิน

แต่ไม่ได้พึงพอใจในตัวลูกค้ามากนัก ผู้หญิงจะตกลงในรายละเอียดเกี่ยวกับการมีเพศสัมพันธ์ด้วย โดยการพูดคุยแบบอ้อม ๆ เพื่อให้ลูกค้ารับรู้ ว่า เธอต้องการมีเพศสัมพันธ์ครั้งเดียวในหนึ่งคืนเท่านั้น หรือการปฏิเสธจูบปากด้วยเหตุผลเฉพาะบุคคล เช่น ในกรณีของหญิงสาวคนหนึ่งปฏิเสธการจูบปากกับลูกค้าเนื่องจากเธอรู้สึกสกปรก เป็นต้น ในเรื่องวิธีการตกลงค่าบริการไม่ได้มีลักษณะตายตัวเสมอไป ขึ้นอยู่กับทักษะประสบการณ์ของผู้หญิงและปฏิสัมพันธ์ระหว่างเธอกับลูกค้า ซึ่งประเด็นนี้จะอธิบายในบทถัดไป

หากลูกค้าไม่ได้พูดเรื่องการซื้อขายบริการทางเพศ แต่ชักชวนผู้หญิงออกไปเที่ยวตามดิสนโกเรคหรือนั่งฟังเพลงตามร้านอาหารริมแม่น้ำ ผู้หญิงจะตรวจสอบความรู้สึกของตนเองที่มีต่อลูกค้าว่าเธอพึงพอใจลูกค้าเพียงใดหรือภายหลังจากการประเมินว่าลูกค้ามีความ "ใจดี" แค่ไหน เนื่องจากขั้นตอนการตกลงในเรื่องค่าบริการของผู้หญิงอาจจะยังไม่เกิดขึ้นก่อนออกจากร้านแต่อาจจะเกิดขึ้นภายหลังจากการไปเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ เสียก่อน ซึ่งผู้หญิงต้องเตรียมตัวให้พร้อมเสมอ อย่างไรก็ตามการตกลงราคาค่าบริการมักจะเกิดขึ้นกับลูกค้าที่มาใช้บริการของผู้หญิงในครั้งแรก ต่อมาเมื่อมีความคุ้นเคยกันมากขึ้นก็จะเป็นอันรู้กันทั้งสองฝ่ายว่าจะจ่ายค่าบริการในจำนวนเงินเท่าใดโดยไม่จำเป็นต้องเอ่ยปากพูดถึง

ในหลายกรณีพบว่า การปฏิบัติตัวของลูกค้าต่อผู้หญิงมีลักษณะไม่เป็นไปตามกฎเกณฑ์คือ ข้ามขั้นตอนการทำความรู้จักและนั่งดื่มกันก่อน เช่น ลูกค้าบางรายเพียงแค่เดินผ่านหน้าบาร์เปียร์ และทักทายผู้หญิงโดยถามว่า "เท่าไร" หรือ "ไปนอนด้วยกันไหม" ในกรณีเช่นนี้ผู้หญิงจะไม่พอใจเป็นอย่างมาก และจะตอบโต้ด้วยการพูดเสียงดังหรือทำท่าให้เพื่อนร่วมงานเห็นความไม่เข้าท่าของลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าได้รับความอับอาย เช่น ครั้งหนึ่งที่มีลูกค้าวัยกลางคนชาวตะวันตกเดินผ่านบาร์เปียร์และเหลียวกลับมาถามผู้หญิงนางหนึ่งว่า "How much?" ผู้หญิงคนดังกล่าวซึ่งมีประสบการณ์ในการทำงานบาร์เปียร์มาราวสามปี ตอบกลับไปที่ว่า "This is not market" หรือบางครั้งผู้หญิงจะเลือกวิธีบอกจำนวนเงินที่เกินเลยจากค่าบริการปกติเช่น "One minute 1000 bath O.K?" เพื่อเป็นการแสดงความไม่พอใจของเธอที่มีต่อลูกค้า และในหลายกรณีพบว่าลูกค้าปฏิเสธที่จะจ่ายค่าเปียร์บาร์แต่บอกว่าชอบผู้หญิง ผู้หญิงจะมีวิธีการแสดงออกทั้งแบบนุ่มนวลว่าเธอมาทำงานเพราะต้องการเงิน แต่หากเธอยังถูกรุกเร้าไม่เลิกราที่จะชวนไปหลับนอนด้วย ผู้หญิงนางหนึ่งตอบกับลูกค้าว่า "sorry , you go to wang---ขอโทษด้วย กลับไปซักว่าวเถอะ"

## สรุป

### 1. ปุ่มหลังของผู้หญิงบาร์เบียร์

ปุ่มหลังของผู้หญิงบาร์เบียร์ทั้งหมด กล่าวได้ว่าเป็นตัวแทนของผู้หญิงที่อยู่ชายขอบของสังคมภายใต้ทิศทางการพัฒนาประเทศแบบทุนนิยม ที่ส่งผลกระทบต่อทั้งผู้หญิงและผู้ชายในชุมชนชนบท แต่ทางเลือกของหญิงชายแตกต่างกันไป เส้นทางชีวิตของผู้หญิงกลุ่มเดินทางไปยังโลกการค้าประเวณีแบบต่าง ๆ ผู้หญิงในกลุ่มศึกษาส่วนใหญ่ผ่านการดิ้นรนเอาชีวิตให้รอดด้วยการทำงานหลากหลายรูปแบบในฐานะของแรงงานรับจ้างมาแล้ว แต่ดูเหมือนหนทางเหล่านั้นไม่ทำให้ผู้หญิงก้าวไปพ้นจากความเป็นคนชายขอบทางเศรษฐกิจ ขณะเดียวกันผู้หญิงยังคงต้องเป็นฝ่ายแบกรับภาระทางวัฒนธรรมของความเป็นผู้หญิง ในฐานะของความเป็นแม่ ดังเช่นที่ผู้หญิงส่วนใหญ่ที่ย่ำร้าง เธอและครอบครัวของฝ่ายหญิงเป็นผู้รับผิดชอบดูแลลูก แรงผลักดันสำคัญที่ทำให้ผู้หญิงตัดสินใจเปลี่ยนพื้นที่การต่อสู้ภายใต้ความเป็นผู้หญิงดีมาสู่ความเป็นหญิงคนชั่วคือความล้มเหลวจากความสัมพันธ์แบบผิวเมียและภาระทางวัฒนธรรมที่ต้องรับผิดชอบเศรษฐกิจของครอบครัวในฐานะของความเป็นแม่และความเป็นลูกสาว

### 2. ลักษณะเฉพาะของ "ความเป็นบาร์เบียร์"

2.1. เป็นรูปแบบหนึ่งของการค้าประเวณีแบบแฝงที่ความสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและลูกค้าไม่ได้ขายบริการ "การมีเพศสัมพันธ์" อย่างตรงไปตรงมาเหมือนช่อง อาบอบนวด แต่เป็นการนั่งดื่มเหล้า พูดคุย และทำยศุดอาจลงเอยที่การค้าประเวณีหรือไม่ขึ้นอยู่กับตกลงระหว่างผู้หญิงและลูกค้า นอกจากนี้ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นชาวต่างประเทศ ซึ่งอาจจัดอยู่ในประเภทหนึ่งของเซ็กส์ทัวร์ กล่าวคือเป็นการเดินทางของนักท่องเที่ยวรายบุคคล ซึ่งมีทั้งนักท่องเที่ยวที่มุ่งมาเพื่อมาซื้อบริการผู้หญิงไทย และนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มุ่งการซื้อบริการทางเพศโดยตรงแต่ใช้บริการผู้หญิงเป็นส่วนหนึ่งของการเดินทาง ทำให้เกิดช่องว่างความแตกต่างทางวัฒนธรรมที่ผู้หญิงจะต้องสังสรรค์ทักษะความรู้ในการแยกแยะและประเมินลูกค้า

2.2. ด้วยความแตกต่างทางด้านภาษาและวัฒนธรรม รวมทั้งเงื่อนไขการทำงานที่การขายบริการทางเพศเป็นข้อตกลงระหว่างหญิงบาร์เบียร์กับลูกค้า ดังนั้นผู้หญิงจำเป็นจะต้อง "เลือก" ลูกค้าโดยใช้เกณฑ์ต่าง ๆ เพราะการออกไปกับลูกค้าซึ่งมีทั้งความเสี่ยง กล่าวคือเสี่ยงที่จะได้รับอันตราย เสี่ยงที่จะไม่จ่ายค่าตัว โดยที่ผู้หญิงไม่มีสิทธิที่จะมาเรียกร้องความรับผิดชอบจากเจ้าของบาร์แต่อย่างใด ในอีกด้านหนึ่ง การออกไปกับลูกค้าที่ดีเป็น "โอกาส" ที่มีความหมายกว้างขวางมาก นับตั้งแต่การได้รับค่าตอบแทนที่มากกว่าปกติ หากเธอสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูก

ค้า การสานความสัมพันธ์ในระยะยาว เช่น การไปฮอไลด์อยู่กับลูกค้า การเปลี่ยนสถานภาพจากลูกค้าขาจรมาเป็นแขกประจำในช่วงฮอไลด์ของฝ่ายชาย หรือเป็น “แขกประจำปี” สำหรับอนาคตระยะยาว รวมทั้งการเปลี่ยนสถานภาพมาสู่การเป็นแฟน หรือสามี

2.3. วิธีการแยกแยะและประเมินลูกค้า แสดงถึงการนิยามความหมายของลูกค้าจากมุมมองของผู้หญิง ที่มีความซับซ้อนมากกว่าคนภายนอก ผู้หญิงได้สร้างการแยกแยะดังกล่าวขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือในการทำงานบาร์เปียร์ และใช้ความรู้ดังกล่าวเป็นพื้นฐานในการจัดวางความสัมพันธ์และนำเสนอภาพลักษณ์ในการปฏิสัมพันธ์กับชายต่างชาติเหล่านั้น