

ชื่อเรื่องการค้าคว่ำแบบอิสระ	พริตตี้เซียร์เบียร์ในเชียงใหม่ : การทำให้ผู้หญิงเป็นสินค้า ในอุตสาหกรรมการค้าเบียร์
ผู้เขียน	นางสาวอัมพร บุญเทพ
ปริญญา	รัฐศาสตรมหาบัณฑิต (การเมืองและการปกครอง)
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้าคว่ำแบบอิสระ	อาจารย์ ดร.วรรณภา ธีระศิริ

### บทคัดย่อ

การศึกษา พริตตี้เซียร์เบียร์ในเชียงใหม่ : การทำให้ผู้หญิง เป็นสินค้าในอุตสาหกรรม  
การค้าเบียร์ มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้หญิงตัดสินใจทำอาชีพ  
พริตตี้เซียร์เบียร์ และ 2) เพื่อศึกษาชีวิตของผู้หญิงหลังจากเข้าสู่อาชีพพริตตี้เซียร์เบียร์ การศึกษาครั้งนี้  
ใช้เทคนิคการวิจัยแบบผสมคือ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้  
ประกอบอาชีพพริตตี้ เซียร์เบียร์ จำนวน 25 คน และแบบสอบถามปลายเปิดสำหรับผู้บริโภคเบียร์  
เพศชายจำนวน 50 คน และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) โดยการใช้แบบสอบถาม  
ปลายปิด กับกลุ่มผู้บริโภคเบียร์เพศชาย จำนวน 100 คน

ผลการศึกษา พบว่า ผู้หญิงที่เข้าสู่อาชีพพริตตี้เซียร์เบียร์ ผ่าน 2 ช่องทางหลัก คือ ผู้ตอบ  
แบบสอบถาม 20 คน เข้าสู่อาชีพ โดยมี คนรู้จักหรือเพื่อนชักชวน อีก 5 คน เป็นการหางานด้วย  
ตนเอง ผลจากการศึกษายังพบว่า ปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเข้าสู่อาชีพพริตตี้เซียร์เบียร์  
โดยเฉพาะกลุ่มนักศึกษาเพศหญิง มาจาก 3 ปัจจัยหลักๆ คือ 1) ค่านิยม 2) การหารายได้พิเศษ 3)  
อุปสงค์บริษัทเบียร์ที่ต้องการใช้พริตตี้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดของเบียร์

ในทัศนะของทั้งกลุ่มผู้บริโภคเบียร์เพศชาย และพริตตี้เซียร์เบียร์มองว่า คือ อาชีพนี้เป็น  
อาชีพบริการที่มีความสำคัญต่อธุรกิจเบียร์ พริตตี้มีหน้าที่คอยแนะนำสินค้าเบียร์ยี่ห้อต่างๆ ต้องยิ้ม  
แย้ม แจ่มใส คล่องแคล่ว กระฉับกระเฉงและต้องสวย รูปร่างหน้าตาดี หากพิจารณาในบริบทของ  
สังคมเชียงใหม่อาชีพนี้ยังคงเป็นที่ต้องการทั้งในปัจจุบัน และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มมากขึ้นในอนาคต  
ตราบเท่าที่การนำกลยุทธ์ทางด้านเพศมาใช้เป็นจุดดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค โดยเฉพาะ  
ผู้บริโภคเพศชาย นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า การยอมรับทางสังคมในเรื่องเพศสภาพ พบว่า เพศ

หญิงเป็นที่ยอมรับของสังคมมากขึ้น ไม่ว่าจะด้านการศึกษา หน้าที่การงาน การดำรงตำแหน่งทางสังคม  
อย่างไรก็ตาม ทักษะคิดของเพศชายที่มีต่อเพศหญิงยังมองว่า สิ่งที่เพศหญิงมีอยู่ในตัวที่สำคัญที่สุด  
และมีอำนาจหรืออิทธิพลต่อการตัดสินใจของเพศชายในการเลือกซื้อสินค้า บริการ รวมถึงการ  
บริโภคเบียร์นั้นคือ ความงาม ความสวย รูปร่างหน้าตาของพรีตตี้เชียร์เบียร์ ดังนั้น สินค้าที่บริษัท  
เบียร์นำเสนอขายจึงไม่ใช่เฉพาะเครื่องดื่ม แต่เพียงอย่างเดียว แต่เป็น รูปร่างหน้าตา ความสวยงาม  
ของพรีตตี้ผู้หญิงที่ทำหน้าที่เสนอขายสินค้าอีกด้วย

<b>Independent Study Title</b>	Beer "Pretty Girl" in Chiang Mai City : Commodification of Women in Brewery Retail Business
<b>Author</b>	Miss Amphorn Boontap
<b>Degree</b>	Master of Arts (Political Science)
<b>Independent Study Advisor</b>	Lecturer Dr. Wannapa Leerasiri

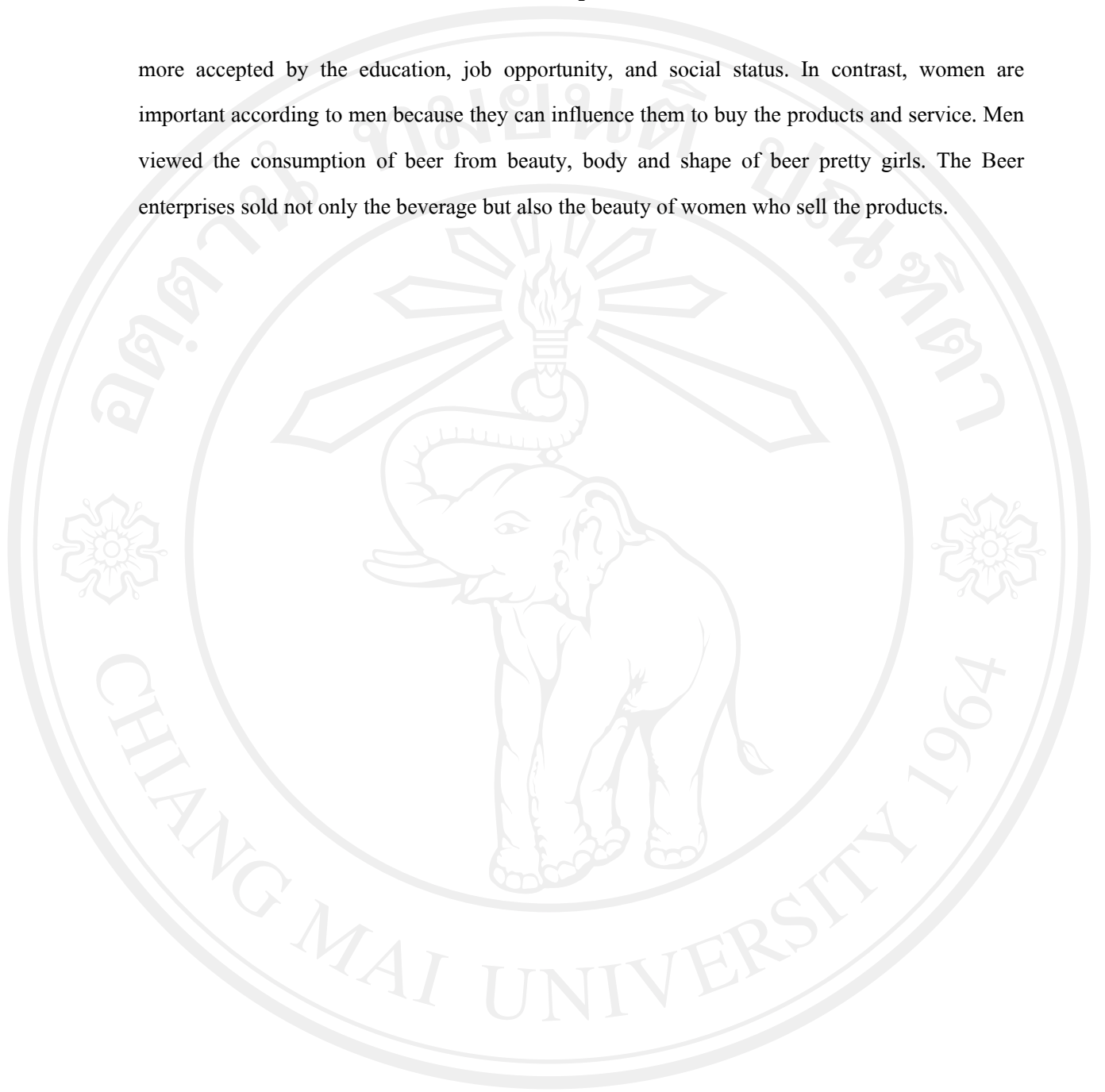
### **ABSTRACT**

The independent study entitled Beer "Pretty Girl" in Chiang Mai City : Commodification of Women in Brewery Retail Business is aimed to investigate 2 objectives, there are, firstly, to study the factors which influence women to work as "Beer Pretty Girl" and, secondly, to study women's lives after being "Beer Pretty Girl". This study uses the integrated methods which consist of qualitative method and quantitative method. The Qualitative Method conducts the in-depth questionnaires to 25 Pretty Girls and the open-ended questions to 50 men. In addition, the Quantitative method was used as open-ended questions with convenience selection sampling to 100 men.

The research finding found that women got this job by two means; 20 women got the job by acquaintance or friends, 5 found the job by themselves. The finding also reveals that female students became Beer Pretty Girls due to 3 factors; firstly, social value, secondly getting more money and, thirdly strategy of Beer Marketing.

According to beer male consumers and Beer Pretty Girl viewed this occupation as serviced job. This is really important to Beer Business. Pretty Girl's duty is introducing the product to the buyers. They always smile, plus they must be bright, active, vigorous, beautiful and good shape. In Chiang Mai society, this career is more and more wanted and it's growing in the future as the using sexual strategy in appealing the attention from male customers. In addition, the research finding also found the sexual condition; female is more accepted in society. Female is

more accepted by the education, job opportunity, and social status. In contrast, women are important according to men because they can influence them to buy the products and service. Men viewed the consumption of beer from beauty, body and shape of beer pretty girls. The Beer enterprises sold not only the beverage but also the beauty of women who sell the products.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved