

อาชีพ “เพื่อนเที่ยว” และ “ฟลอปแวน”

เพื่อนพาเที่ยวแบบไกด์ส่วนตัว

แอปพลิเคชัน TakeMe Tour คือรูปแบบธุรกิจด้านการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้คนไทยสามารถเป็นผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวต่างชาติ หรือเป็นไกด์พานักท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่าง ๆ ในประเทศไทย ผู้สร้างแอปพลิเคชันนี้คืออมรเชษฐ์ จินดาอภิรักษ์ นพพล อนุกุลวิทยา และปัญจมพงศ์ เสริมสวัสดิ์ศรี กล่าวว่าจุดเริ่มต้นมาจากความชอบเที่ยวของตัวเอง เมื่อไปยังเมืองต่าง ๆ มักจะให้เพื่อนที่อยู่ในเมืองนั้นพาไปตามแหล่งท่องเที่ยวของเมือง แต่ถ้าไม่มีเพื่อนจะรู้สึกว่าจะต้องเที่ยวคนเดียวโดยไม่มีใครแนะนำ ทำให้คิดหาวิธีให้คนที่ท่องเที่ยวจากต่างเมืองมาทำงานเป็นไกด์ เนื่องจากเห็นว่าถ้าการมีเพื่อนมาเที่ยวจะทำให้รู้จักแง่มุมต่าง ๆ ของสถานที่เหล่านั้นได้ดีกว่า จากความคิดนี้จึงทำให้เกิด TakeMeTour โดยการติดต่อนักเรียนไทยในต่างประเทศให้เป็นคนพาเที่ยวแล้วเชื่อมต่อกับคนไทยที่ต้องการไปเที่ยวในประเทศนั้น ๆ ระยะเวลาค่อนข้างยากเพราะคนไทยไม่ค่อยเคยกับการมีคนอื่นพาเที่ยว จนหันมาเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการมาเมืองไทย จึงเริ่มพัฒนาแอปพลิเคชันขึ้น คนที่สนใจอยากเป็นไกด์สามารถเข้าไปลงทะเบียนและสร้างแพลตฟอร์มของตนเองเพื่อโฆษณาการพาเที่ยวในพื้นที่ต่าง ๆ รวมทั้งเสนอราคานำเที่ยวได้ตามที่ตนเองต้องการ แอปพลิเคชันเพื่อนพาเที่ยวคิดว่าจุดเน้นนี้คือการท่องเที่ยวกับคนท้องถิ่น สัมผัสชีวิตความเป็นไทย (Blognone, 2559; SME in Focus, 2562)

ทั้งนี้ เจ้าของแอปพลิเคชันจะทำหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพและคิดค่าธรรมเนียมจากนักท่องเที่ยวประมาณ 10-30 เปอร์เซ็นต์ การพาเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นเที่ยววันเดียวจบ ในปี พ.ศ. 2562 ก่อนจะมีโควิด-19 ระบาด มีผู้ลงทะเบียนเพื่อเป็นไกด์ประมาณ 10,000 กว่าคน และมีเส้นทางท่องเที่ยวประมาณ 400 เส้นทาง กระจายตัว 45 จังหวัด มีนักท่องเที่ยวสนใจเข้ามาจองประมาณวันละ 3-5 เส้นทาง ตัวอย่างเช่น พาไปเที่ยวสวนนกมวยของค่ายบัวขาวและฝึกชกมวยไทย พาไปชิมอาหารที่ถนนเยาวราช พาไปชมทุ่งดอกทานตะวัน เป็นต้น ราคาพาเที่ยวเฉลี่ยรายละ 3,000 บาท ในปี พ.ศ.2559 ผู้ก่อตั้ง TakeMeTour ได้รับรางวัลชนะเลิศในการแข่งขัน Start Up รายการ Digital Winners Asia ประเทศเมียนมา ซึ่งถือเป็นการเสนอความคิดเชิงธุรกิจที่ประสบความสำเร็จและขยายผลในวงกว้างได้ ในปี พ.ศ.2561 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมกับ TakeMeTour เปิดตัวการท่องเที่ยวเชิงอาหาร หรือ Local Table-Taste Thailand on the Local Table ภายใต้นโยบาย Amazing Thailand Go Local เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยววิถีไทยผ่านเส้นทางอาหารในท้องถิ่น (Brandageonline, 2561)

เมื่อเกิดวิกฤตโรคอุบัติใหม่โควิด-19 ในปี พ.ศ.2563 นักท่องเที่ยวต่างชาติหยุดเดินทาง ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวโลก ทำให้ไม่มีการพาเที่ยวในแอปพลิเคชัน TakeMeTour นำไปสู่การ

ปรับปรุงแบบที่เน้นกลุ่มคนไทย มีการพาไปเที่ยวถ่ายรูปในสถานที่ต่าง ๆ พร้อมช่างภาพมืออาชีพ และรถตู้ (Brandageonline, 2563) อย่างไรก็ตามการทำงานลักษณะนี้ อาจผิดกฎหมาย อาจเป็นช่องทางให้มีฉ้อฉล เพราะไกด์ที่พาเที่ยวจะต้องผ่านการอบรมตามหลักสูตรมัคคุเทศก์ที่ทางราชการกำหนด และต้องสอบให้ได้บัตรมัคคุเทศก์ ต้องเป็นคนสัญชาติไทย อายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป พูด อ่าน และเขียนภาษาไทยได้เป็นอย่างดี บางคนโต้แย้งว่าอาชีพมัคคุเทศก์ต่างกับ “เพื่อนพาเที่ยว” เพราะคนพาเที่ยวแค่ทำหน้าที่แนะนำสถานที่ต่าง ๆ ข้อโต้แย้งระหว่างคนที่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอาจทำให้ตั้งคำถามว่า “เพื่อนพาเที่ยว” กับ “มัคคุเทศก์” มีความหมายและทำหน้าที่เหมือนหรือต่างกันอย่างไร เพื่อนพาเที่ยวเป็นการทำธุรกิจหรือเป็นเพียงผู้ให้ความสนุกสนาน เพื่อนพาเที่ยวถือเป็นไกด์เถื่อนได้หรือไม่ เส้นแบ่งตรงนี้จะชัดเจนหรือพร่าเลือน

คนพาเที่ยวที่ลงทะเบียนในแอปพลิเคชัน TakeMeTour จะมีทั้งผู้หญิงและผู้ชาย ในหน้าข้อมูลของคนพาเที่ยว หรือ Local Expert จะมีโปรแกรมเที่ยวที่เจ้าของเส้นทางสร้างขึ้นเอง มีวิดีโอแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว พร้อมบอกราคาให้นักท่องเที่ยวทราบ รวมทั้งการอธิบายเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือและไม่มีประวัติการทำผิดกฎหมาย เมื่อสิ้นสุดการเที่ยวตามโปรแกรมแล้ว นักท่องเที่ยวสามารถแสดงความคิดเห็นและให้คะแนนกับผู้พาเที่ยว คะแนนและความเห็นจะเปิดเผยต่อสาธารณะ หัวข้อสำหรับการให้คะแนนคือ (1) ความเป็นมิตร (2) ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ และ (3) ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ นักท่องเที่ยวจะให้คะแนนตั้งแต่ 1 ดาวไปจนถึง 5 ดาว จากประสบการณ์ของคนที่เคยทำหน้าที่ “เพื่อนพาเที่ยว” สะท้อนความคิดว่าพวกเขาไม่ได้ทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์ แต่เป็นคนพานักท่องเที่ยวเพียง 1-2 คนไปชมสถานที่ พักผ่อน รับประทานอาหาร เดินตลาด และสัมผัสกับชีวิตผู้คน การพาเที่ยวค่อนข้างผ่อนคลาย อยากรักตรงจุดไหนก็ได้ ไม่มีโปรแกรมที่ตายตัวเหมือนบริษัททัวร์ เพื่อสิ้นสุดการเที่ยวแล้ว ทั้งคนพาเที่ยวและคนชอบเที่ยวอาจนัดพบกันอีก

วงจรเพื่อนเที่ยวคลายเหงา

งานเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งคือ “เพื่อนเที่ยว” ที่ทำหน้าที่เป็นเพื่อนคุย เพื่อนกินข้าว เพื่อนดูหนังฟังเพลง ซึ่งผู้ทำงานนี้ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักศึกษาและคนหนุ่มสาว เนื่องจากเป็นงานง่าย รายได้ดี (ผู้จัดการออนไลน์, 2563) การเป็น “เพื่อนเที่ยว” ในลักษณะนี้ถูกแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มเพื่อนเที่ยวแบบมีเช็กลิสต์ และกลุ่มที่ไม่มีเช็กลิสต์ อัตราค่าบริการของเพื่อนเที่ยวแบบไม่มีเช็กลิสต์ ประมาณชั่วโมงละ 150-200 บาท (ผู้จัดการออนไลน์, 2563) สิ่งที่เพื่อนเที่ยวต้องชัดเจนกับผู้มาติดต่อคือแจ้งขอบเขตงานและระยะเวลาทำงาน ตัวอย่างเช่น การทำหน้าที่เป็นเพียงเพื่อน หอมแก้มได้แต่ห้ามจูบ ไม่ดื่ม ทานอาหารอย่างเดียว หรือสามารถตะแคงเนื้อต้องตัวและมีเพศสัมพันธ์ ในแอปพลิเคชันทวิตเตอร์ จะพบแฮชแท็กของเพื่อนเที่ยวจำนวนมาก บางครั้งจะใช้คำว่า “รับงาน” คนที่สนใจจะทักไปคุยและตกลงราคา อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาจากคนนอก จะมองอาชีพเพื่อน

เที่ยวเหมือนกับผู้ขายบริการทางเพศ บางคนตั้งข้อสังเกตว่าหากมีการจ่ายเงินมากขึ้นก็อาจทำให้มีเพศสัมพันธ์ได้ บางคนมองว่าการทำงานลักษณะนี้ค่อนข้างเสี่ยง โดยเฉพาะผู้หญิงที่อาจถูกล่วงละเมิดทางเพศและถูกทำร้ายร่างกาย

คนทำงาน “เพื่อนเที่ยว” อาจคล้ายกับคนที่ทำงาน “เอน” (เอนเตอร์เทน) ที่สร้างความสนุกให้กับลูกค้า มีรูปแบบที่หลากหลาย ตั้งแต่เที่ยวคลายเหงา รับจ้างกินข้าว ดื่มเป็นเพื่อน เป็นเพื่อนดูหนัง ไปจนถึงการมีเซ็กส์แบบถึงพริกถึงขิง กรณีที่เป็นเพื่อนกินข้าวจะคิดราคา 3 ชั่วโมง 2,000-3,000 บาท ถ้าลูกค้าต้องการเซ็กส์ด้วย ราคาอาจสูงถึง 20,000 บาท (ไทยรัฐออนไลน์, 2564) ช่องทางสำหรับการหาเพื่อนเที่ยวนอกจากจะโพสต์ส่วนตัวในทวิตเตอร์แล้ว บางคนอาจเข้าไปใช้แอปพลิเคชัน Youex ซึ่งเปิดตัวในปี พ.ศ.2560 แอปฯ มีลักษณะเป็นทางการและมีการป้องกันมิให้มีการขายบริการทางเพศ ผู้ใช้งานต้องมีอายุไม่ต่ำกว่า 18 ปี แอปพลิเคชันนี้สร้างขึ้นเพื่อให้คนขี้เหงามีเพื่อนคุย จะพบว่าผู้สูงอายุที่รู้สึกโดดเดี่ยวนิยมเข้ามาใช้งานในแอปฯ นี้ (ปณชัย อารีเพิ่มพร, 2561) ค่าบริการของแอปฯ นี้เริ่มขั้นต่ำ 3,000 บาท หรือชั่วโมงละ 500 บาท ไม่เกิน 5 ชั่วโมง มีข้อสังเกตว่าผู้ควบคุมแอปฯ ดังกล่าวจะมั่นใจได้อย่างไรว่าผู้ให้บริการและลูกค้าจะไม่มี การนัดหมายเพื่อมีเพศสัมพันธ์ ถึงแม้ว่าในระบบจะมีกฎเกณฑ์และข้อห้ามเรื่องการค้าประเวณี แต่เบื้องหลังลูกค้าอาจตกลงกับเพื่อนเที่ยวเพื่อให้ทำมากกว่าการกินข้าว

ลูกค้าของ Youex ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ชายอายุ 40 ปีขึ้นไป และมีรายได้ดีสามารถจ่ายเงินให้กับเพื่อนเที่ยวในแอปฯ ได้อย่างไม่ลำบาก ขณะที่ผู้ให้บริการส่วนใหญ่จะเป็นหญิงสาวหน้าตาดี หุ่นเหมือนนางแบบหรือพริตตี้ สถานที่นัดพบจะต้องเป็นพื้นที่สาธารณะ เช่น ร้านอาหาร และห้างสรรพสินค้า รวมทั้งมีระบบ GPS ติดตามตัวของเพื่อนเที่ยว(พนักงาน) เพื่อตรวจสอบที่อยู่ของลูกค้า (บุญโชค พานิชศิลป์, 2562) ลูกค้าที่ต้องการเพื่อนเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นคนขี้เหงา มีทุกเพศทุกวัย ถ้าเพื่อนเที่ยวให้บริการดีและน่าประทับใจ ลูกค้าคนเดิมก็จะมาใช้บริการซ้ำ ความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและเพื่อนเที่ยวขึ้นอยู่กับนิสัยใจคอและการพูดคุยสื่อสารที่เข้ากันได้ เพื่อนเที่ยวที่ทำให้ลูกค้าประทับใจมักจะไต่ถามอย่างต่อเนื่อง เรื่องราวในการสนทนาของลูกค้ากับเพื่อนเที่ยวมีตั้งแต่เรื่องส่วนตัว การทำงาน ประสบการณ์ชีวิต รสนิยม ความสนใจในสิ่งต่าง ๆ ถือเป็น การแลกเปลี่ยนมุมมองในการใช้ชีวิต ทำให้เห็นความทุกข์และความสุขของแต่ละคน

เพื่อนเที่ยวในสังคมของแรงงานอารมณ์

ก่อนยุคคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสื่อสารออนไลน์ การหาเพื่อนสามารถไปตามสถานบริการประเภทอาบอบนวด คาราโอเกะ ผับ บาร์ ไนต์คลับ ค็อกเทลเลานจ์ บาร์โฮสต์ และช่องโสเภณี เป็นสถานที่ที่ลูกค้าจะต้องเดินทางไปพบกับผู้ให้บริการเพื่อพบตัวจริง เมื่อถูกใจก็จะเรียกมานั่งคุยและจ่ายค่าบริการให้กับเจ้าของกิจการ เมื่อตกลงซื้อบริการทางเพศกับผู้ให้บริการในราคาที่พอใจลูกค้าจะพา “เด็ก” ออกไปทานข้าว กินเหล้า เดินรำ หรือไปนอนค้างคืน การสร้างความสัมพันธ์

แบบนี้อาจเรียกว่าเมียเช่า พาร์ทเนอร์ เด็กออฟ เด็กนั้งครึ่ง ซึ่งมีทั้งผู้ชายและผู้หญิง จนถึงปัจจุบัน วิธีการหาเพื่อนแก่เหงา อาศัยเทคโนโลยีสื่อสารแบบดิจิทัล มีการเรียกผู้ให้บริการเป็น “เด็กเอน” “เพื่อนเที่ยว” “เพื่อนทานข้าว” แม้ว่ารูปแบบการติดต่อสื่อสารจะต่างไปจากเดิม แต่ความปรารถนาที่จะมีเพื่อนสำหรับรับฟังเรื่องราวต่าง ๆ ไปจนถึงการแสวงหาความสุขทางเพศยังคงเป็นเรื่องที่สืบเนื่องต่อมา สิ่งที่ต่างไปจากวิธีการหาเพื่อนแบบเดิมก็คือ มีตัวกลางชนิดใหม่ที่เป็นแอปพลิเคชันที่นำข้อมูลของผู้คนจำนวนมากมาแลกเปลี่ยน ทำให้เกิดการติดต่อที่สะดวก รวดเร็วและประหยัดเงิน

การศึกษาของ Bandinelli and Gandini (2022) กล่าวว่าเทคโนโลยีสื่อสารเพื่อหาเพื่อนออนไลน์มีความย้อนแย้งในตัวเอง กล่าวคือ แอปพลิเคชันเป็นนวัตกรรมที่เกิดขึ้นบนกลไกทางธุรกิจและระบบเหตุผลแบบวิทยาศาสตร์ที่ต้องการจัดข้อมูลให้เป็นหมวดหมู่และมีขอบเขตที่ชัดเจนเพื่อให้ผู้รับบริการเลือกสินค้าและบริการตามความต้องการ แต่สินค้าในแอปพลิเคชันหาเพื่อนหรือหาคู่ทั้งหลายมีมนุษย์เป็นผู้แลกเปลี่ยนความรู้สึกที่ยากต่อการควบคุมและคาดเดาได้ยากกว่าความสัมพันธ์ของลูกค้าและผู้ให้บริการจะดำเนินไปอย่างไรบ้างหรือไม่ ความชัดเจนของแอปพลิเคชันจึงเกิดขึ้นท่ามกลางความไม่แน่นอนทางความคิดและความรู้สึกของมนุษย์ ดังนั้น เทคโนโลยีสื่อสารสำหรับการหาเพื่อนและหาคู่จึงเป็นความไม่มั่นคงทางภววิทยา (ontological uncertainty) (Illouz, 2019) นอกจากนี้ ผู้ให้บริการที่ลงทะเบียนในแอปพลิเคชันจะต้องทำหน้าที่เป็นผู้โฆษณาตัวเองเพื่ออธิบายว่าตนเองมีทักษะ ความสามารถ และคุณสมบัติที่น่ายกย่องอย่างไร ถือเป็นการใช้ตัวตนเป็นทรัพย์สิน ผู้ให้บริการต้องลงทุนปรับเปลี่ยนรูปร่างหน้าตา แต่งกายและแสดงพฤติกรรมที่น่าหลงใหลเพื่อจะให้เป็นผู้ถูกเลือก สิ่งนี้ตอกย้ำตรรกะของเสรีนิยมใหม่ที่ปัจเจกกลายเป็นผู้ที่ลงทุนกับเนื้อตัวร่างกายของตนเอง (Gandini, 2016)

ผู้ที่ลงทะเบียนเพื่อที่จะเป็นเพื่อนพาเที่ยวและผู้ให้บริการเป็น “เพื่อนกินข้าว” ไปจนถึงการโพสต์ “รับงาน” หรือ “เพื่อนเที่ยว” ต่างสร้างจุดเด่นให้ตนเองเป็นที่น่าสนใจ ด้วยการบอกรูปร่างหน้าตา ความสามารถ ความต้องการส่วนตัว เจื่อนไขของการให้บริการ รูปร่างใบหน้าของตนเอง เพื่อให้ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าเกิดความต้องการและเข้ามานัดหมายเพื่อไปทำงานตามข้อตกลงไว้ การสร้างความประทับใจแรกคือการใช้รูปร่างตัวเองที่ดูดีที่สุด (Ward, 2019) การกำหนดและสร้างอัตลักษณ์ของเพื่อนพาเที่ยวหรือเพื่อนกินข้าวคือกลไกการสร้างตัวตนของผู้ประกอบการ (entrepreneurialised subject) ซึ่งมีความสำคัญมากในการมีชีวิตรอยู่ในระบบเศรษฐกิจที่ให้มูลค่ากับอารมณ์และความรู้สึก (Bandinelli, 2020) อาชีพเพื่อนเที่ยวจึงเป็นปรากฏการณ์สังคมที่บ่งบอกถึงแรงงานชนิดใหม่ที่ต้องลงทุนด้วยอารมณ์และความรู้สึกของตนเอง หรือ เป็นแรงงานอารมณ์ (emotional labour) (Bandinelli & Gandini, 2022)

ท่ามกลางการแสดงตัวตนที่น่าหลงใหลของ “เพื่อนเที่ยว” สะท้อนความสัมพันธ์ของมนุษย์ที่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีสื่อสารดิจิทัล การหาเพื่อนเที่ยวในแอปพลิเคชันที่มีตัวเลือกให้กับคนขี้เหงาและผู้ที่ต้องการหาเพื่อนเที่ยว เพื่อนกินข้าว หรือเพื่อนที่คอยดูแลเอาใจใส่ ทำให้ความหมายของ

“เพื่อน” ต่างไปจากเดิม กล่าวคือเพื่อนที่เคยสนิทสนมจากการคบหาเรียนรู้ในระยะยาวผ่านการทำสิ่งต่าง ๆ ด้วยกัน ค่อย ๆ แลกเปลี่ยนความคิดและความรู้สึกต่อกันได้หดสั้นลงเหลือเพียงเข้าไปค้นหาบุคคลในแอปพลิเคชัน ใช้เวลาไม่นานก็จะได้เจอคนที่คิดว่าสามารถเป็นเพื่อนคุยกันได้ การตัดตอนเวลาของการเรียนรู้ซึ่งกันและกันที่เหลือเพียง 1-2 ชั่วโมง กลายเป็นบรรทัดฐานของการสร้างเพื่อนแบบฉับพลัน เพื่อนที่เกิดจากวิธีการนี้อาจเรียกว่าเป็นการทำให้คนแปลกหน้าสองคนต้องแสดงความเป็นมิตรกันอย่างรวดเร็วเพื่อแลกเปลี่ยนเงินกับความพึงพอใจ เทคโนโลยีเพื่อทำให้คนมีเพื่อนเพียงชั่วพริบตาอาจสะท้อนให้เห็นว่ามนุษย์ไม่ต้องเสียเวลาเรียนรู้กันต่อไปแล้ว เพราะการเรียนรู้มักจะเกิดขึ้นหลังจากการพบเจอกันครั้งแรก ถ้าเพื่อนพาเที่ยวให้บริการอย่างน่าประทับใจ ลูกค้ายิ่งจะกลับมาใช้งานบ่อย ๆ และจะทำให้เกิดการสร้างความสัมพันธ์ขึ้นหลังจากนั้น แต่ถ้าเพื่อนเที่ยวไม่ถูกใจลูกค้า หรือต่างฝ่ายรู้สึกไม่พอใจกันและกัน ทั้งสองคนก็จะยุติการติดต่อกันอย่างสิ้นเชิง (Coduto et al., 2020)

ความสัมพันธ์แบบเพื่อนเที่ยว อาจช่วยเยียวยาจิตใจสำหรับคนที่ไม่มีเพื่อนและไม่สามารถแสวงหาเพื่อนได้ในชีวิตประจำวัน เทคโนโลยีสำหรับการหาเพื่อนในสื่อออนไลน์อาจเป็นทางเลือกหนึ่งสำหรับคนกลุ่มนี้ อย่างไรก็ตาม ในสถานการณ์ที่คนแปลกหน้าสองคนมาพบกัน สิ่งที่คาดเดาไม่ได้ย่อมเกิดขึ้น ตัวอย่างในสังคมไทย ผู้ให้บริการที่นิยมตนเองเป็นเด็กเอน เพื่อนเที่ยว เพื่อนกิน ข้าวจะมีการจำกัดขอบเขตความสัมพันธ์ว่าทำอะไรได้หรือไม่ได้ ถ้าลูกค้าละเมิดข้อตกลง ความปั่นป่วนวุ่นวายก็จะเกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการแสดงความไม่พอใจ ใช้กำลังบังคับ ไปจนถึงการข่มขู่ทำร้าย ดังนั้น ความคาดหวังของทั้งสองฝ่ายจึงเป็นเรื่องที่ไม่แน่นอน อาจจะเป็นได้ทั้งความสัมพันธ์ที่ต่อเนื่องและการสิ้นสุดความสัมพันธ์ ในโลกที่พึ่งพาเทคโนโลยีเพื่อทำให้มนุษย์ได้พูดคุยและพบเจอกัน เรื่องราวปฏิสัมพันธ์แบบตัวต่อตัวยังคงมีความสำคัญอย่างสูง การแสวงหาเพื่อนเที่ยวยิ่งตอกย้ำว่ามนุษย์ต้องการสัมผัสเนื้อตัวร่างกายและทำกิจกรรมเชิงกายภาพกับคนอื่น เทคโนโลยีอาจเป็นเครื่องมือที่ทำให้การหาเพื่อนง่ายและเร็วขึ้น แต่การกระทำต่อกันทั้งทางกายและใจยังคงจำเป็นอย่างมากในการยืนยันว่าความสัมพันธ์ของ “เพื่อนเที่ยว” จะดำเนินไปอย่างไรหรือไม่

คำถามที่น่าสนใจคือ ทำไมการแสวงหาเพื่อนจึงต้องใช้เงินซื้อ หรือใช้สินทรัพย์เป็นการแลกเปลี่ยน เพื่อนที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้แบบการแลกเปลี่ยนความคิดและการทำกิจกรรมร่วมกัน เป็นสิ่งที่หายากขึ้นหรือไม่ หากพิจารณาจากธุรกิจ “เพื่อนเที่ยว” สิ่งต่างไปจากการหาเพื่อนแบบเดิมคือ เราสามารถเลือกเพื่อนจากรูปร่างหน้าตาที่เราชอบ ซึ่งไม่เหมือนกับเพื่อนในชีวิตจริงที่มีหน้าตาปกติธรรมดา เพื่อนเที่ยวที่อยู่ในแอปพลิเคชันมีรูปร่างหน้าตาที่ตามมาตรฐานความสวยและความหล่อ เป็นบุคคลที่มีบุคลิกภาพดีเหมือนดารานักร้องที่มีชื่อเสียง สังคมปัจจุบันต้องการมีเพื่อนที่หน้าตาดีมีเสน่ห์ทางเพศ ซึ่งเป็นสถานการณ์ที่พบเห็นได้ในวัฒนธรรมบริโภคและธุรกิจความงาม แอปพลิเคชันเพื่อนเที่ยวจึงเป็นแหล่งรวมของคนหนุ่มสาวที่หน้าตาดีที่ใช้เรือนร่างเป็นทุนสำหรับการหารายได้ การทำงานเป็นเพื่อนเที่ยวจึงตอบสนองความต้องการทางเศรษฐกิจของหนุ่มสาวและ

ตอบปัญหาให้กับคนที่ไม่มีเพื่อนที่อยากอยู่ใกล้ชิดกับผู้มีหน้าตาดี สิ่งนี้ก่อตัวบนความสัมพันธ์ต่างตอบแทน ฝ่ายหนึ่งได้เงิน อีกฝ่ายหนึ่งได้ความสุขทางใจ (หรือทางกาย) สิ่งสำคัญของผู้ทำงานเป็นเพื่อนเที่ยวคือต้องมีข้อกำหนดและข้อห้ามที่จะไม่มีการล่วงละเมิดทางเพศ ทำให้ความหมายของ “เพื่อนเที่ยว” แยกขาดจากการขายบริการทางเพศ แต่ในสื่อสังคมออนไลน์ เจตของเพื่อนเที่ยวมีหลายแบบ มีตั้งแต่การเป็นเพื่อนกินข้าวไปจนถึงมีเซ็กส์

ขอบเขตของการเป็นเพื่อนในสังคมปัจจุบัน ปรับเปลี่ยนไปตามเทคโนโลยีสื่อสารดิจิทัล เราแต่ละคนอาจมีเพื่อนประเภทต่าง ๆ หลายลักษณะ ทั้งเพื่อนเรียน เพื่อนเล่น เพื่อนร่วมงาน เพื่อนพี่น้อง เพื่อนสนิท เพื่อนรู้ใจ เพื่อนกิน เพื่อนตาย เพื่อนคุยออนไลน์ และเพื่อนร่วมแก๊งค์ ในกรณี “เพื่อนเที่ยว” ผู้ที่จะเข้ามาอยู่ในวงจรมีจำเป็นต้องเข้าใจความคาดหวังที่ไม่แน่นอนของสองฝ่าย ซึ่งระหว่างกลางในความสัมพันธ์แบบ “เพื่อนเที่ยว” คือการแลกเปลี่ยนด้วยเงินและความพอใจ สิ่งนี้อาจไปปรากฏอยู่ในความเป็นเพื่อนชนิดอื่น ๆ นอกเหนือจากเงินและความพอใจชั่วคราวแล้ว สิ่งที่เป็น “ความผูกพันทางใจ” จะเกิดขึ้นกับเพื่อนเที่ยวด้วยหรือไม่ การศึกษาทางมานุษยวิทยาชี้ว่าความเป็นเพื่อนและมิตรภาพของมนุษย์ก่อตัวขึ้นบนปฏิสัมพันธ์ในกิจกรรมต่าง ๆ เป็นเวลาต่อเนื่องยาวนาน ทำให้เห็นความทุกข์และความสุขของกันและกัน พัฒนาไปสู่ความเข้าใจและความผูกพันที่แน่นหนา (Stevenson & Lawthom, 2017) ถ้าความเห็นอกเห็นใจเป็นสาระสำคัญของความเป็นเพื่อน ความเห็นอกเห็นใจจากการเป็น “เพื่อนเที่ยว” จะเกิดขึ้นจากการกระทำแบบใด คำถามนี้คือสิ่งที่ผู้ทำงานเป็นเพื่อนเที่ยวและผู้ให้บริการเพื่อนเที่ยวต้องหาคำตอบจากประสบการณ์ของตัวเอง

ผู้เขียน

ดร.นฤพนธ์ ดั่งวิเศษ

ฝ่ายวิจัยและส่งเสริมวิชาการ ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน)

เอกสารอ้างอิง

- Bandinelli, C. (2020). *Social Entrepreneurship and Neoliberalism: Making Money while Doing Good*. London: Rowman and Littlefield International.
- Bandinelli, C. & Gandini} A. (2022). Dating Apps: The Uncertainty of Marketised Love. *Cultural Sociology*, 16(3), 423-44.
- Coduto, K.D., Lee-Won, R.J., & Baek, Y.M. (2020). Swiping for trouble: Problematic dating application use among psychosocially distraught individuals and the paths to negative outcomes. *Journal of Social and Personal Relationships*, 37(1), 212-232.
- Gandini} A. (2016). *The Reputation Economy: Understanding Knowledge Work in Digital Society*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

- Illouz, E. (2019). *The End of Love: A Sociology of Negative Relations*. Oxford: Oxford University Press.
- Stevenson, A. & Lawthom, R. (2017). How We Know Each Other: Exploring the Bonds of Friendship Using Friendship Ethnography and Visual Ethnography. *Anthrovision*, 5.1, URL: <http://journals.openedition.org/anthrovision/2525>; DOI: 10.4000/anthrovision.2525
- Ward, J. (2019). A Dating App Autoethnography: Presenting Myself as a Researcher and User. *The Qualitative Report*, 24(1), Article 4, 130-144.
- บุญโชค พานิชศิลป์. (2562). แอปพลิเคชันจ้างคนเที่ยว ธุรกิจพิชิตความเหงาของคนเมืองใหญ่! สืบค้นจาก <https://www.gqthailand.com/culture/movie/article/lonely-less-society> เข้าถึงวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2567.
- ปณชัย อารีเพิ่มพร. (2561). YOUEX แอปฯ จ้างเพื่อนเที่ยว จ้างกินข้าวของประเทศไทย กับแนวโน้มกระแสนิยม ธุรกิจจัดหาคู่ในปัจจุบัน. สืบค้นจาก <https://thestandard.co/youexapp/> เข้าถึงวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2567.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2564). ฟิลแพน ทำแทนไม่ได้ ล่องชีวิต อาชีพเพื่อนเที่ยว ช่วย "คนโสด" คลายเหงา. สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/news/society/2019420> เข้าถึงวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2567.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2563). เจาะเส้นทาง "เพื่อนเที่ยว" อาชีพสุดฮิตเหล่านักศึกษาสายสีเทา งานสบาย-รายได้เจียดแสน. สืบค้นจาก <https://mgronline.com/live/detail/9630000015017> เข้าถึงวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2563.
- Blognone. (2559). สัมภาษณ์ TakeMeTour สตาร์ตอัพสายท่องเที่ยว ตลาดกลางสำหรับหาไกด์ท้องถิ่น. สืบค้นจาก <https://www.blognone.com/node/78746> เข้าถึงวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2567.
- Brandageonline. (2561). ททท.จับมือเทคมิทัวร์ พลิกโฉมธุรกิจการท่องเที่ยวด้วยแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร LocalTable สืบค้นจาก <https://www.brandage.com/article/7920> เข้าถึงวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2567.
- Brandageonline. (2563). NIA ชู 4 สตาร์ตอัพ รับเทรนด์ท่องเที่ยววิถีใหม่ "กิน-เที่ยว-ปลอดภัย มั่นใจไทยแลนด์. สืบค้นจาก <https://brandage.com/article/20876> เข้าถึงวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2567
- SME in Focus. (2562). TakeME Tour เพื่อนพาทัวร์ โดนใจต่างชาติ. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbanksme.com/en/travel-takeme-tour> เข้าถึงวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2567.