

บทคัดย่อ

ชื่อวิทยานิพนธ์ : การวิเคราะห์การใช้ภาษาอังกฤษในสปาเมนูในประเทศไทย

ชื่อผู้วิจัย : นางสาวกรภัทร พุทธรักษ์

ปริญญา : ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชา : ภาษาอังกฤษ

ปีการศึกษา : 2554

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ :

อาจารย์ ดร.ผาสุข เดชะบุญ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

อาจารย์ ดร.ชมมี อุปรา

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การใช้ภาษาอังกฤษที่ใช้ในสปาเมนูในประเทศไทย จำแนกตามประเภทของสปา 7 ประเภท ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ โรงแรมหรือรีสอร์ทสปา และเคย์สปาในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ โรงแรมหรือรีสอร์ทสปา และเคย์สปา ในประเทศไทยในแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง จำนวน 20 แห่ง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ สปาเมนูที่เป็นเอกสาร แผ่นพับ และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเปรียบเทียบ

ผลการวิจัยพบว่า 1. ภาษาอังกฤษที่ใช้ในสปาเมนูมีคำที่ชักจูงใจลูกค้าทางด้านความรู้สึก โดยเฉพาะในด้านจิตใจ อารมณ์ ความรู้สึก สุขภาพ และความงาม, 2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้ภาษาอังกฤษในสปาเมนูพบว่า การใช้ภาษาเพื่อชักจูงใจลูกค้ามีอิทธิพลในการเลือกการบริการของสปาแต่ละแห่ง, 3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างโรงแรมหรือรีสอร์ทสปาและเคย์สปาพบว่าการใช้คำที่มีความหมายในการชักจูงใจรู้ค่าใกล้เคียงกัน โดยรวมแล้วแตกต่างกันไม่มาก ยกเว้นปัจจัยอื่นๆ ที่ทำให้ลูกค้าเลือกบริการ อาทิเช่น ชื่อสปาที่มีชื่อเสียง การออกแบบสปาเมนู รายการที่ให้บริการในสปาเมนู ราคา โปรโมชั่น สถานที่และการบริการ การวิจัยครั้งนี้สรุปว่ามีความสัมพันธ์ของการใช้ภาษาในสปาเมนูเพื่อโน้มน้าวใจลูกค้า และมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ซึ่งความสัมพันธ์นี้มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการของสปาแต่ละแห่งในประเทศไทย

Abstract

Thesis Title : An Analysis of English Language Used in Spa Menus in Thailand.

Author : Miss Porraphat Puttarak

Degree : Master of Arts

Major Field : English

Academic Year : 2011

Thesis Advisors :

Dr.Phasuk Dachabun

Major Advisor

Dr.Simmee Oupra

Co-Advisor

The purpose of this research was to analyze English language used in the spa menus in Thailand. In this study, it was divided into 7 types of Spa menus in Hotel Resort Spa and Day Spa in Thailand. The samples of this study were the spa menus from the famous places for tourism in Thailand which consisted of 20 spa menus from documents, brochures and internet websites. The research instruments were collected by using frequency, percentage, mean and comparison.

The results of the study were as follows: 1. The Persuasive Language used in spa menus convinced to customers' emotion, especially in the mental emotional health and beauty. The analysis results revealed high in general and all aspects of study., 2. English Language used in spa menus were mostly Persuasive Language which influences the customers to select the services in each spa in Thailand., 3. The comparison of Persuasive language used in Hotel Resort Spa and Day Spa were quite similar. In overall, the language used was not much different but the customers selected services from other factors; brand of spa, designed of spa menu, types of

treatment list in spa menu, price, promotion, location and extra services. This research concluded that the language used in spa menus can convince customers for their decisions of choosing services in each spa in Thailand.