

การศึกษาการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในร้านเสริมสวย

A Study of English Language Use for Communication in Beauty Salons

ศราวุธ สังข์แสง

Sarawuth Sangsaeng

นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสอนภาษาอังกฤษ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

E-mail: sarathaibeautyexpert@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงสำรวจครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ภาษาอังกฤษของพนักงานร้านเสริมสวยในการทำงานประจำวัน โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 25 ข้อ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยพนักงานร้านเสริมสวยชั้นนำ จำนวน 15 คน ได้แก่ ช่างทำผม ช่างทำสี ช่างทำทรีตเมนต์ ช่างสระผม และพนักงานต้อนรับ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า พนักงานส่วนใหญ่มีระดับความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในงานบริการพื้นฐานอยู่ในระดับปานกลางถึงดี เช่น การทักทายลูกค้า การสอบถามทั่วไป การอธิบายบริการเบื้องต้น และการใช้ภาษาสุภาพระหว่างการให้บริการ แต่ยังคงพบว่าพนักงานจำนวนหนึ่งมีข้อจำกัดในการสื่อสารในสถานการณ์ที่ต้องใช้ภาษาอังกฤษขั้นสูง เช่น การอธิบายขั้นตอนทางเทคนิค การแนะนำผลิตภัณฑ์เคมี การเสนอทรงผมที่เหมาะสม หรือการแก้ไขปัญหาและรับมือกับคำร้องเรียนของลูกค้าต่างชาติ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าภาษาอังกฤษมีความสำคัญต่อการยกระดับคุณภาพการบริการ เพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า และสร้างความมั่นใจในการทำงานแก่พนักงาน พนักงานส่วนใหญ่มีความต้องการอบรมเพิ่มเติมด้านคำศัพท์เฉพาะทางในงานเสริมสวย วลีสนทนาที่ใช้บ่อย และสถานการณ์สนทนาแบบจริงในร้านเสริมสวย ข้อค้นพบนี้สามารถเป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรหรือจัดอบรมภาษาอังกฤษเฉพาะทางสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมความงาม ซึ่งจะช่วยให้พนักงานสามารถสื่อสารได้มีประสิทธิภาพมากขึ้นในสภาพแวดล้อมการบริการยุคใหม่ที่มีความหลากหลายทางภาษาและวัฒนธรรมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

Abstract

The objective of this survey study was to explore how employees in beauty salons use English for communication in their daily work. Data were collected through a 25-item questionnaire. The participants were 15 staff members working in leading beauty salons, including hairstylists, color technicians, treatment specialists, shampoo and blow-dry staff, and receptionists. Descriptive statistics such as percentage, mean, and standard deviation were used to describe the results. The findings showed that the employees had a generally moderate to good level of English ability in basic communication, such as greeting customers, asking simple questions, confirming customer needs, giving short explanations, and using polite language during service. However, many participants still experienced difficulties when communicating in more complex situations, such as explaining chemical processes, describing hair treatment steps, giving detailed recommendations, or handling complaints from international customers. The results emphasize that English plays an important role in improving service quality, creating a professional image, and increasing customer satisfaction. Many employees expressed interest in receiving more training in English, especially vocabulary used in the beauty industry, common phrases for salon conversations, and practical expressions that match real service situations. The findings suggest that training programs designed specifically for beauty salon communication could help strengthen employees' confidence and support more effective communication with foreign customers in an increasingly international service environment.

บทนำ

ในยุคสมัยที่โลกาภิวัตน์ได้เข้ามามีบทบาทอย่างลึกซึ้งต่อวิถีชีวิตของผู้คน ภาษาอังกฤษได้กลายเป็นภาษาสำคัญในการสื่อสารระหว่างบุคคลจากหลากหลายวัฒนธรรม และเป็นภาษากลางที่ใช้ในภาคธุรกิจ การท่องเที่ยว และบริการต่าง ๆ อย่างแพร่หลาย ในประเทศไทย ภาคบริการด้านความงามและร้านเสริมสวย (Beauty Salons) เป็นหนึ่งในกลุ่มธุรกิจที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในเมืองใหญ่ที่มีนักท่องเที่ยวและชาวต่างชาติพำนักจำนวนมาก ทำให้บุคลากรในร้านเสริมสวยจำเป็นต้องมีทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารอย่างเหมาะสม เพื่อให้บริการได้อย่างมีคุณภาพและเกิดความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า (British Council, 2024)

ร้านเสริมสวยเป็นพื้นที่ที่ต้องอาศัยการสื่อสารอย่างใกล้ชิดระหว่างผู้ให้บริการ เช่น ช่างตัดผม ช่างทำสี ช่างสระผม ช่างทำเคมี ไปจนถึงพนักงานต้อนรับ (Receptionist) เพื่อให้เข้าใจความต้องการของลูกค้าอย่างถูกต้อง การสื่อสารผิดพลาดแม้เพียงเล็กน้อย อาจส่งผลให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการทำงาน เช่น สีส้มไม่ตรงตามต้องการ ทรงผมไม่ถูกใจ ลูกค้าเข้าใจขั้นตอนบริการผิด หรือเกิดความไม่พึงพอใจต่อคุณภาพของงานบริการ ดังนั้น ภาษาอังกฤษจึงมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในร้านเสริมสวยที่ต้องรองรับลูกค้าต่างชาติเป็นประจำ

แม้ว่าบุคลากรในร้านเสริมสวยหลายแห่งมีประสบการณ์ด้านเทคนิคการทำผมอย่างมืออาชีพ แต่พบว่าหลายคนยังขาดความมั่นใจในการใช้ภาษาอังกฤษ ทั้งด้านคำศัพท์เฉพาะทาง การพูดอธิบายขั้นตอนบริการ การตอบคำถามลูกค้า รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ (Service Interaction) ระหว่างการให้บริการ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อภาพลักษณ์ของร้าน ความเชื่อมั่นของลูกค้า และโอกาสที่ลูกค้าจะกลับมาใช้บริการซ้ำ ดังนั้น ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อสื่อสารจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ไม่ว่าจะเป็นการทักทาย การสอบถามความต้องการ การอธิบายขั้นตอนการบริการ การเสนอผลิตภัณฑ์ การให้คำแนะนำหลังได้รับบริการ ไปจนถึงการจัดการปัญหาเฉพาะหน้า ความสามารถในการสื่อสารได้อย่างชัดเจน เป็นมิตร และถูกต้องตามบริบทของงานบริการ จึงเป็นทักษะสำคัญที่ผู้ปฏิบัติงานในร้านเสริมสวยต้องมี (SkillMaker, 2025)

จากแนวคิดด้านภาษาอังกฤษเชิงธุรกิจ (Business English Communication) Bhatia and Bremner (2012) ได้เสนอว่า การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพในบริบทการทำงานต้องอาศัยองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่

- (1) ความสามารถด้านคำศัพท์และสำนวนที่เกี่ยวข้องกับงาน
- (2) ทักษะการฟังเพื่อทำความเข้าใจความต้องการของลูกค้า
- (3) การสื่อสารอย่างกระชับ ชัดเจน และเหมาะสม
- (4) ความสามารถในการโต้ตอบ และ
- (5) การฝึกปฏิบัติจริงในสถานการณ์จำลองหรือสถานการณ์ทำงานจริง

องค์ประกอบเหล่านี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับบริบทของร้านเสริมสวยได้อย่างเหมาะสม เพราะการให้บริการด้านความงามมักประกอบด้วยสถานการณ์การสื่อสารที่หลากหลาย ทั้งแบบไม่เป็นทางการ และแบบกึ่งทางการ เช่น การสนทนาเบื้องต้น การสอบถามปัญหา การนำเสนอทางเลือกในการให้บริการ การอธิบาย

ขั้นตอนการทำความเข้าใจ รวมทั้งการให้คำแนะนำด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งต้องใช้ทักษะภาษาอังกฤษที่ครอบคลุมทั้งด้าน
ถ้อยคำ น้ำเสียง และความชัดเจนของข้อมูล

อย่างไรก็ตาม ผู้ให้บริการจำนวนมากยังขาดความมั่นใจในการใช้ภาษาอังกฤษ เนื่องจากไม่มีหลักสูตร
หรือแนวทางฝึกอบรมภาษาอังกฤษเฉพาะด้านบริการเสริมสวยอย่างเป็นระบบ ทำให้การสื่อสารอาจเกิดความ
คลาดเคลื่อนและส่งผลกระทบต่อคุณภาพการบริการ ดังนั้น การศึกษาการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในร้านเสริม
สวยจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการทำ ความเข้าใจรูปแบบการสื่อสาร ปัญหาอุปสรรค และความต้องการด้าน
ภาษาอังกฤษของผู้ปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ (British Council, 2024)

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จึงมุ่งเน้นสำรวจการใช้ภาษาอังกฤษในงานบริการของร้านเสริมสวย โดยวิเคราะห์
สถานการณ์การสื่อสาร คำศัพท์ที่จำเป็น ปัญหาในการสื่อสาร และความต้องการพัฒนาทักษะ เพื่อเป็นข้อมูล
พื้นฐานสำหรับการพัฒนาแนวทางฝึกอบรมและคู่มือภาษาอังกฤษสำหรับร้านเสริมสวยที่เหมาะสมกับบริบท
จริงของผู้ปฏิบัติงาน

การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพในร้านเสริมสวย

การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพในร้านเสริมสวย หมายถึง การแลกเปลี่ยนข้อมูลอย่างชัดเจน ถูกต้อง
และรวดเร็ว ระหว่างสมาชิกในทีมและลูกค้า เพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่นและเพิ่มคุณภาพ
ประสบการณ์ของลูกค้า ประกอบด้วย การฟังอย่างตั้งใจ การใช้ถ้อยคำที่ชัดเจน ภาษากายที่เหมาะสม และการ
ประสานงานที่ดีในทีม การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพภายในทีมร้านเสริมสวยช่วยส่งเสริมความร่วมมือ เพิ่มความ
พึงพอใจให้ลูกค้า และนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ

Byram (1997) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบสำคัญของการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพในทีมร้านเสริมสวย
ได้แก่

- (1) การฟังอย่างตั้งใจ (Active Listening): ใส่ใจต่อเนื้อหาของผู้พูดเพื่อให้เข้าใจสารอย่างครบถ้วน
- (2) การพูดอย่างชัดเจน (Clear Articulation): สื่อสารอย่างกระชับ ชัดเจน และเข้าใจง่าย
- (3) ภาษาที่ไม่ใช่คำพูด (Non-Verbal Cues): ใช้ท่าทาง น้ำเสียง และการแสดงออกเพื่อสนับสนุน
ข้อความที่สื่อออกไป
- (4) การให้และรับข้อเสนอแนะ (Feedback): ให้และรับความคิดเห็นเพื่อพัฒนาการทำงานร่วมกัน
- (5) การประสานงานภายในทีม (Team Coordination): ทำให้ทุกคนเข้าใจงานร่วมกัน เป้าหมาย
และขั้นตอนในการทำงาน

ทักษะสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารในร้านเสริมสวย

- (1) ทักษะระหว่างบุคคล (Interpersonal Skills): ความสามารถในการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นอย่างมี
ประสิทธิภาพ
- (2) การจัดการความขัดแย้ง (Conflict Resolution): วิธีจัดการและแก้ไขความขัดแย้งอย่างสันติ
- (3) ความเข้าใจผู้อื่น (Empathy): ความสามารถในการเข้าใจและรู้สึกถึงความรู้สึกของผู้อื่น
- (4) ความกล้าแสดงออกอย่างเหมาะสม (Assertiveness): การสื่อสารความคิดเห็นของตนเองอย่างมั่นใจ
โดยไม่ก้าวร้าว

(5) แนวคิดยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Client-Centric Approach): ให้ความสำคัญกับความต้องการ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก (SkillMaker, 2025)

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า การใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในธุรกิจบริการมีผลต่อคุณภาพการให้บริการอย่างเด่นชัด แต่ยังมีงานวิจัยจำนวนน้อยที่ศึกษาเจาะจงถึงกลุ่ม ช่างทำผมและบุคลากรในร้านเสริมสวย ทั้งที่เป็นกลุ่มอาชีพที่ต้องใช้ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวันของการทำงาน การศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งสำรวจระดับความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของบุคลากรในร้านเสริมสวย ปัญหาอุปสรรคที่พบ รวมถึงความต้องการพัฒนาทักษะภาษา เพื่อใช้ในการออกแบบแนวทางส่งเสริมสมรรถนะด้านการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นในอนาคต

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสามารถนำไปใช้พัฒนาแบบฝึกทักษะภาษาอังกฤษสำหรับช่างทำผมและผู้ให้บริการในร้านเสริมสวย รวมทั้งสามารถเป็นข้อมูลสำหรับเจ้าของร้านเสริมสวยในการวางแผนอบรมพนักงาน เพื่อส่งเสริมคุณภาพการบริการให้ได้มาตรฐานระดับสากล สอดคล้องกับกระแสการท่องเที่ยวและสังคมพหุวัฒนธรรมที่เติบโตมากขึ้น (Byram, 1997)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของการศึกษาเรื่อง การใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในร้านเสริมสวย เพื่อให้ทราบระดับการใช้ภาษา ความถนัดในการสื่อสารกับลูกค้าต่างชาติ ปัญหาอุปสรรคในการสื่อสาร และแนวทางที่ควรพัฒนา เพื่อยกระดับทักษะด้านภาษาอังกฤษของบุคลากรในธุรกิจร้านเสริมสวยอย่างเป็นระบบและครอบคลุมมากที่สุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการใช้ภาษาอังกฤษของพนักงานร้านเสริมสวย

คำถามวิจัย

1. พนักงานร้านเสริมสวยมีความคิดเห็นต่อการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารกับลูกค้าชาวต่างชาติอย่างไร

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ได้แก่ พนักงานที่ทำงานในร้านเสริมสวย

กลุ่มตัวอย่าง (Sample Group) ได้แก่ พนักงานที่ทำงานในร้านเสริมสวยชั้นนำ จำนวน 15 คน โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ พนักงานในตำแหน่งต่าง ๆ ได้แก่ ช่างตัดผม ช่างทำเคมี ช่างสระไอร์ ช่างทำเล็บ พนักงานต้อนรับ

2. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นระยะเวลา 2 เดือน ตั้งแต่ เดือนตุลาคม – เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2568

ระเบียบวิธีวิจัย

1. รูปแบบของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็น การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อวิเคราะห์การใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารกับลูกค้าชาวต่างชาติในร้านเสริมสวย

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร

พนักงานร้านเสริมสวยที่ปฏิบัติงานในตำแหน่งที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารกับลูกค้าชาวต่างชาติ
จำนวน 15 คน

2.2 กลุ่มตัวอย่าง

เลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ประกอบด้วยพนักงานในตำแหน่งต่อไปนี้

- ช่างตัดผม
- ช่างทำเคมี
- ช่างสระไอร์
- ช่างทำเล็บ
- พนักงานต้อนรับ (Receptionist)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในร้านเสริมสวย ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

(1) ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องและทฤษฎีด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่องานบริการ เพื่อนำมาพัฒนาเป็นแบบสอบถาม

(2) สร้างแบบสอบถามจำนวน 25 ข้อ โดยเนื้อหาครอบคลุม 5 ด้านหลัก ได้แก่ การใช้คำศัพท์พื้นฐาน การอธิบายบริการ การโต้ตอบกับลูกค้า การแก้ไขปัญหา และความมั่นใจในการใช้ภาษาอังกฤษ แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงานในร้านเสริมสวย ประสบการณ์ทำงาน และประสบการณ์สื่อสารกับลูกค้าต่างชาติ

ตอนที่ 2 แบบประเมินการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในงานบริการร้านเสริมสวย จำนวน 25 ข้อ โดยใช้มาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ดังนี้

ระดับคะแนน 5 หมายถึง มากที่สุด

ระดับคะแนน 4 หมายถึง มาก

ระดับคะแนน 3 หมายถึง ปานกลาง

ระดับคะแนน 2 หมายถึง น้อย

ระดับคะแนน 1 หมายถึง น้อยที่สุด

(3) ระบุการแปลผลคะแนนคะแนนตามเกณฑ์ของ Kan (2009) ดังต่อไปนี้

ระดับ 4.21–5.00 หมายถึง มากที่สุด

ระดับ 3.41–4.20 หมายถึง มาก

ระดับ 2.61–3.40 หมายถึง ปานกลาง

ระดับ 1.81–2.60 หมายถึง น้อย

ระดับ 1.00–1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

(4) ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามโดยนำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านประเมินค่าความสอดคล้องของแต่ละข้อ โดยผลการประเมินพบว่า มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 1.00 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถนำไปใช้ได้

(5) ทดลองใช้แบบสอบถาม (Try Out) กับกลุ่มพนักงานร้านเสริมสวยที่มีคุณสมบัติคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 15 คน เพื่อทดสอบความชัดเจนของคำถามและความเหมาะสมของโครงสร้างแบบสอบถาม

(6) นำผลมาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับโดยใช้สูตรค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) พบว่า ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่าเท่ากับ 0.9148 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูงและสามารถนำไปใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างเหมาะสม

5. ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 15 คน ซึ่งเป็นพนักงานร้านเสริมสวยในตำแหน่งต่าง ๆ โดยแจกแบบสอบถามและอธิบายวัตถุประสงค์ของการวิจัย การเก็บข้อมูลดำเนินเป็นเวลา 2 เดือน ตั้งแต่เดือนตุลาคม – พฤศจิกายน พ.ศ. 2568

6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

(1) ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

(2) ค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อวัดระดับความคิดเห็นของผู้ตอบในแต่ละข้อ

(3) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) เพื่อวัดการกระจายของข้อมูล

ผลการวิจัย

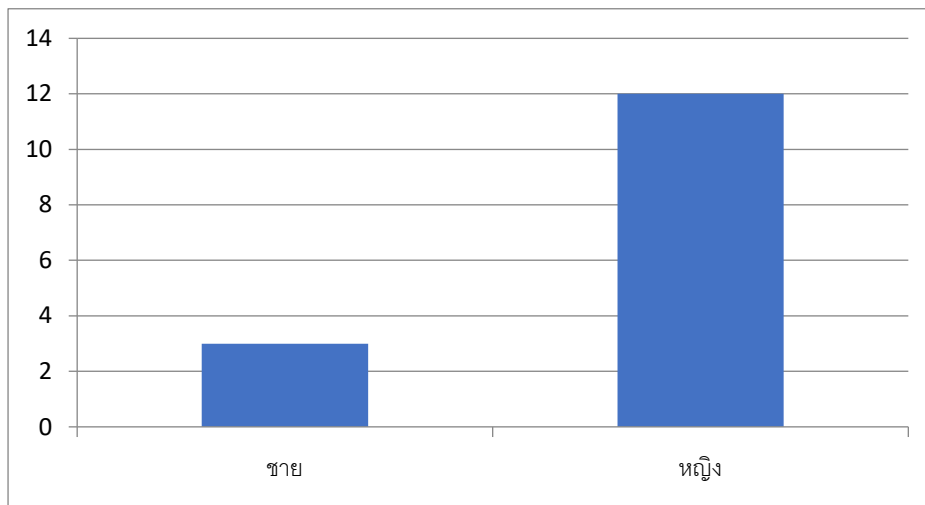
1. ข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไปของพนักงานที่ทำงานในร้านเสริมสวยในย่านใจกลางธุรกิจและสถานที่ที่มีชาวต่างชาติอาศัยอยู่หนาแน่นของกรุงเทพมหานคร เช่น สุขุมวิท และสีลม จำนวน 15 ท่าน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ชาย	3	20.00
หญิง	12	80.00
รวม	15	100.00

ภาพที่ 1 แผนภูมิแสดงสัดส่วนผู้ตอบแบบสอบถามตามเพศ

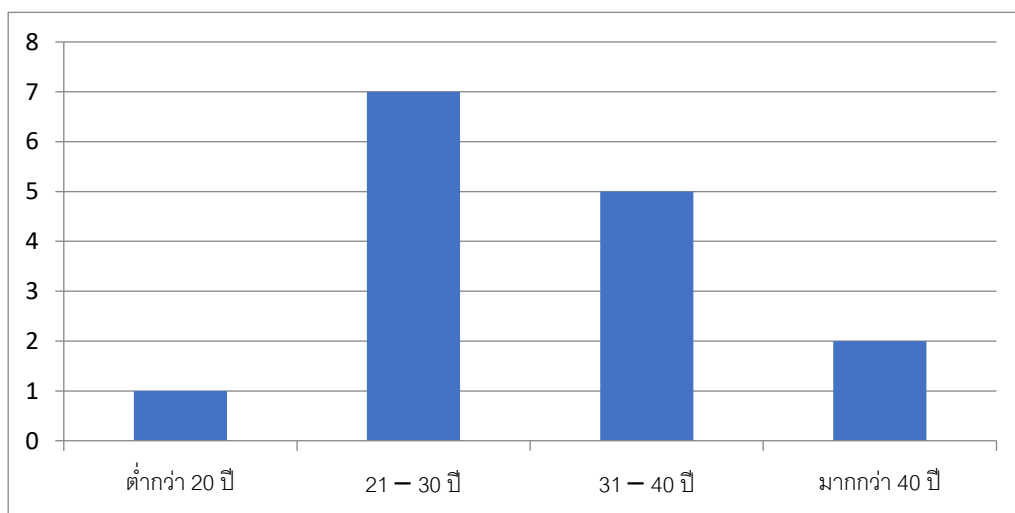


จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 ขณะที่เพศชาย มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 สะท้อนให้เห็นว่า พนักงานในร้านเสริมสวยส่วนใหญ่มักเป็นเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะงานด้านความงามที่นิยมจ้างบุคลากรเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่า 20 ปี	1	6.67
21 – 30 ปี	7	46.67
31 – 40 ปี	5	33.33
มากกว่า 40 ปี	2	13.33
รวม	15	100.00

ภาพที่ 2 แผนภูมิแสดงสัดส่วนผู้ตอบแบบสอบถามตามช่วงอายุ

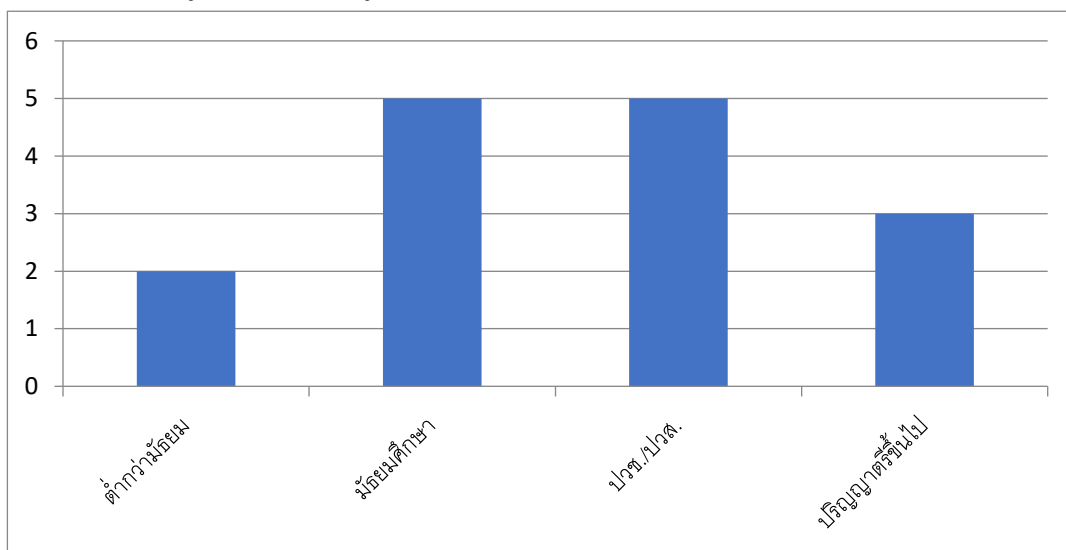


จากตารางที่ 2 และภาพที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในช่วงอายุ 21 – 30 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 46.67 รองลงมาคือช่วงอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 และกลุ่มอายุมากกว่า 40 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 ส่วนผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีเพียง 1 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มพนักงานร้านเสริมสวยส่วนมากอยู่ในวัยแรงงานที่มีความพร้อมต่อการเรียนรู้และพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่ามัธยม	2	13.33
มัธยมศึกษา	5	33.33
ปวช./ปวส.	5	33.33
ปริญญาตรีขึ้นไป	3	20.00
รวม	15	100.00

ภาพที่ 3 แผนภูมิแสดงสัดส่วนผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับการศึกษา

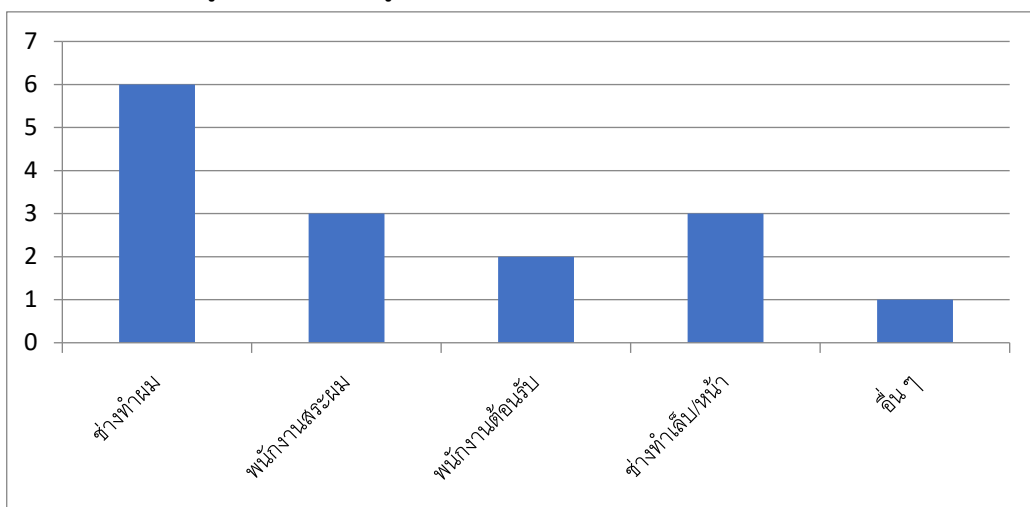


จากตารางที่ 3 และภาพที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษามัธยมศึกษาและ ปวช./ปวส. จำนวนเท่ากันคือ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ตามลำดับ รองลงมาคือระดับปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 จากข้อมูลนี้สะท้อนให้เห็นว่า พนักงานร้านเสริมสวยมีพื้นฐานการศึกษาหลากหลาย แต่ส่วนใหญ่อยู่ในระดับการศึกษาสายอาชีพและมัธยมศึกษา ซึ่งเหมาะสมกับลักษณะงานบริการและงานฝีมือในร้านเสริมสวย

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่งงาน

ตำแหน่งงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ช่างทำผม	6	40.00
พนักงานสระผม	3	20.00
พนักงานต้อนรับ	2	13.3
ช่างทำเล็บ/หน้า	3	20.00
อื่น ๆ	1	6.67
รวม	15	100.00

ภาพที่ 4 แผนภูมิแสดงสัดส่วนผู้ตอบแบบสอบถามตามตำแหน่งงาน

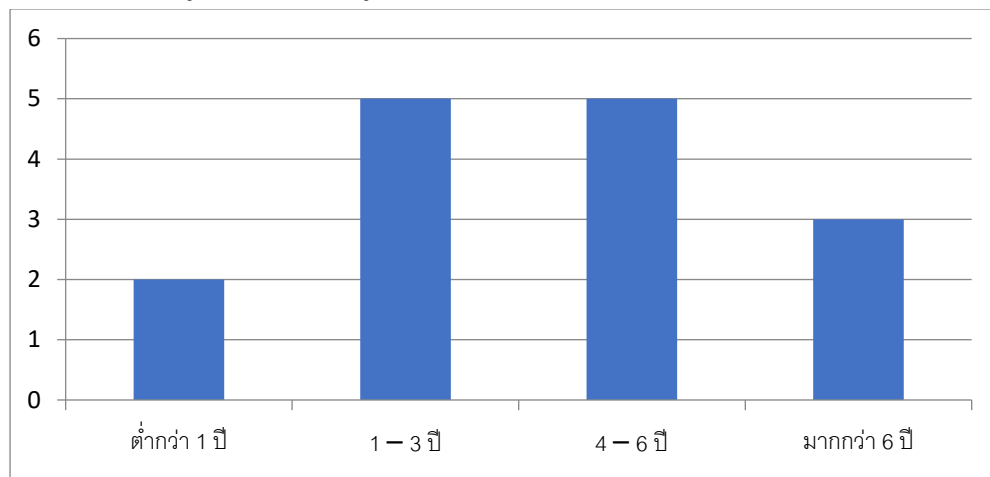


จากตารางที่ 4 และภาพที่ 4 พบว่า ตำแหน่งงานที่มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ ช่างทำผม จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ พนักงานสระผมและช่างทำเล็บ/หน้า ซึ่งมีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 เท่ากัน ในขณะที่พนักงานต้อนรับมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 และตำแหน่งอื่น ๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 ข้อมูลนี้แสดงให้เห็นว่าโครงสร้างบุคลากรในร้านเสริมสวยมีสัดส่วนของช่างทำผมมากที่สุด ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการให้บริการลูกค้าและมีความจำเป็นต่อการใช้อังกฤษในการสื่อสารมากกว่าตำแหน่งอื่น ๆ

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประสบการณ์ทำงาน

ตำแหน่งงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่า 1 ปี	2	13.33
1 – 3 ปี	5	33.33
4 – 6 ปี	5	33.33
มากกว่า 6 ปี	3	20.00
รวม	15	100.00

ภาพที่ 5 แผนภูมิแสดงสัดส่วนผู้ตอบแบบสอบถามตามประสบการณ์ทำงาน

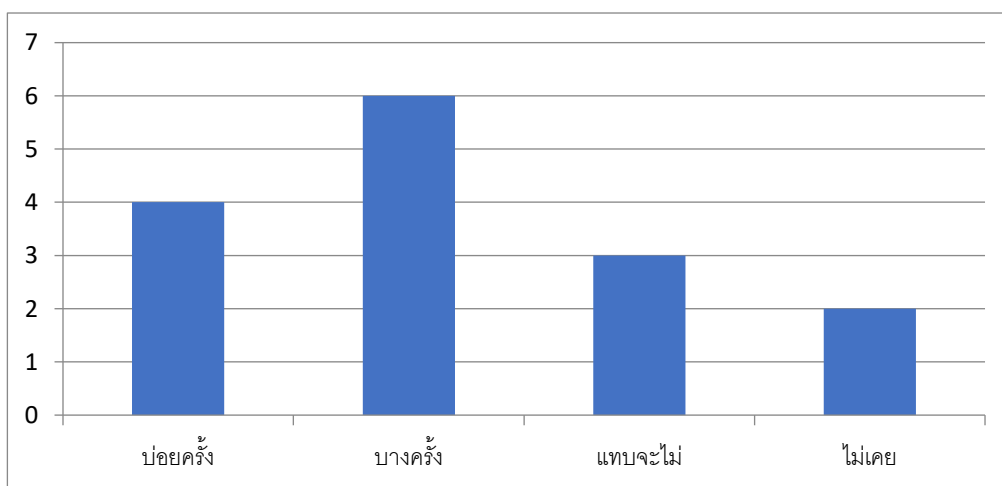


จากตารางที่ 5 และภาพที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์ทำงาน 1 – 3 ปี และ 4 – 6 ปี จำนวนเท่ากันคือ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมาคือผู้มีประสบการณ์มากกว่า 6 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และผู้ที่มีประสบการณ์ทำงานต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความหลากหลายด้านระยะเวลาการทำงาน แต่ส่วนมากมีประสบการณ์ระดับกลางถึงมาก ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษในงานบริการ

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประสบการณ์สื่อสารกับลูกค้าต่างชาติ

ประสบการณ์การสื่อสาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
บ่อยครั้ง	4	26.67
บางครั้ง	6	40.00
แทบจะไม่	3	20.00
ไม่เคย	2	13.33
รวม	15	100.00

ภาพที่ 6 แผนภูมิแสดงสัดส่วนผู้ตอบแบบสอบถามตามประสบการณ์สื่อสารกับลูกค้าต่างชาติ



จากตารางที่ 6 และภาพที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์สื่อสารกับลูกค้าต่างชาติในระดับ บางครั้ง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ บ่อยครั้ง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 และกลุ่ม แทบจะไม่ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ขณะที่ผู้ที่ ไม่เคย มีประสบการณ์มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 ข้อมูลนี้บ่งชี้ว่า พนักงานร้านเสริมสวยมีโอกาสพบลูกค้าต่างชาติในระดับหนึ่ง จึงจำเป็นต้องพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อรองรับการบริการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. ผลความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในร้านเสริมสวย

ผลความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารจากแบบสอบถามจำนวน 25 ข้อ ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ผลความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในร้านเสริมสวย

ข้อที่	รายการสอบถามความคิดเห็น	ผลการวิเคราะห์ (n = 15)		ระดับความคิดเห็น
		M	S.D.	
1	ฉันสามารถทักทายลูกค้าต่างชาติด้วยภาษาอังกฤษได้อย่างเหมาะสม	3.93	0.52	มาก
2	ฉันสามารถสอบถามความต้องการเบื้องต้นจากลูกค้าต่างชาติได้	3.94	0.66	มาก
3	ฉันสามารถสื่อสารขั้นตอนการให้บริการเบื้องต้นได้อย่างชัดเจน	2.93	0.79	ปานกลาง
4	ฉันสามารถอธิบายเวลารอคิวหรือเวลาให้บริการเป็นภาษาอังกฤษได้	3.87	0.74	มาก
5	ฉันสามารถใช้ประโยคภาษาอังกฤษง่าย เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า	4.07	0.74	มาก
6	ฉันสามารถตอบคำถามพื้นฐานของลูกค้าต่างชาติได้อย่างถูกต้อง	3.66	0.66	มาก
7	ฉันสามารถอธิบายขั้นตอนการทำสีผมเป็นภาษาอังกฤษได้	3.00	0.85	ปานกลาง
8	ฉันสามารถบอกเหตุผลที่ผม เป็นภาษาอังกฤษได้	3.97	0.74	มาก
9	ฉันสามารถอธิบายการตัดผมแบบที่ลูกค้าต้องการได้	4.00	0.63	มาก
10	ฉันสามารถสื่อสารงานเคมี เช่น ตัดผม, ยืดผม ทรีตเมนต์เป็นภาษาอังกฤษได้	3.53	0.60	มาก
11	ฉันสามารถแจ้งข้อควรระวังด้านเคมีให้ลูกค้าต่างชาติได้	4.13	0.52	มาก
12	ฉันสามารถแนะนำผลิตภัณฑ์ดูแลผมเป็นภาษาอังกฤษได้	3.80	0.78	มาก
13	ฉันสามารถใช้ศัพท์เฉพาะทางงานผมได้อย่างถูกต้อง	4.00	0.53	มาก
14	ฉันสามารถตอบคำถามของลูกค้าต่างชาติได้ทันท่วงที	3.97	0.63	มาก
15	ฉันสามารถแก้ไขความเข้าใจผิดระหว่างการให้บริการโดยใช้ภาษาอังกฤษ	3.87	0.81	มาก
16	ฉันสามารถอธิบายปัญหาที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการทำผมให้ลูกค้าเข้าใจได้	3.13	0.82	ปานกลาง

ข้อที่	รายการสอบถามความคิดเห็น	ผลการวิเคราะห์ (n = 15)		ระดับความคิดเห็น
		M	S.D.	
17	ฉันสามารถขออนุญาตลูกค้าเมื่อจำเป็นต้องเปลี่ยนขั้นตอนบริการ	3.93	0.79	มาก
18	ฉันสามารถรับมือสถานการณ์คับขัน เช่น ลูกค้าตำหนิ โดยใช้ภาษาอังกฤษ	3.20	0.86	ปานกลาง
19	ฉันสามารถชี้แจงเหตุผลของการปรับบริการให้ลูกค้าต่างชาติได้	3.93	0.91	มาก
20	ฉันมีความมั่นใจเมื่อสื่อสารกับลูกค้าต่างชาติ	4.00	0.73	มาก
21	ฉันสามารถออกเสียงภาษาอังกฤษได้ถูกต้องตามมาตรฐาน	3.13	0.92	ปานกลาง
22	ฉันสามารถฟังและเข้าใจสำเนียงภาษาอังกฤษจากหลายประเทศได้	3.60	0.84	มาก
23	ฉันสามารถเลือกใช้ภาษาสุภาพเหมาะสมต่อการบริการลูกค้าต่างชาติ	3.86	0.72	มาก
24	ฉันพยายามพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษอย่างสม่ำเสมอ	3.93	0.79	มาก
25	โดยรวมฉันคิดว่าฉันมีทักษะภาษาอังกฤษเพียงพอต่อการทำงานในร้านเสริมสวย	3.89	0.58	มาก

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางที่ 7 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ การแจ้งข้อควรระวังด้านเคมีให้ลูกค้าต่างชาติได้ ($M = 4.13$, $SD = 0.52$) รองลงมาคือ การใช้ประโยคภาษาอังกฤษง่าย ๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ($M = 4.07$, $SD = 0.74$) ตามด้วยข้อที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ได้แก่ การอธิบายทรงผมที่ลูกค้าต้องการ ($M = 4.00$, $SD = 0.63$) การใช้ศัพท์เฉพาะทางงานผมได้ถูกต้อง ($M = 4.00$, $SD = 0.53$) และความมั่นใจในการสื่อสารกับลูกค้าต่างชาติ ($M = 4.00$, $SD = 0.73$) ซึ่งทั้งหมดอยู่ในระดับมาก

ในส่วนของทักษะการต้อนรับและงานบริการพื้นฐาน ผลพบว่าอยู่ในระดับมากเช่นกัน ได้แก่ การตอบคำถามของลูกค้าได้รวดเร็ว ($M = 3.97$, $SD = 0.63$) การสอบถามความต้องการเบื้องต้น ($M = 3.94$, $SD = 0.66$) การทักทายลูกค้า ($M = 3.93$, $SD = 0.52$) การขออนุญาตเมื่อต้องปรับขั้นตอนบริการ ($M = 3.93$, $SD = 0.79$) การแจ้งเหตุผลของการปรับบริการ ($M = 3.93$, $SD = 0.91$) การสื่อสารเวลาให้บริการได้อย่างชัดเจน ($M = 3.87$, $SD = 0.79$) การใช้ภาษาสุภาพและเหมาะสม ($M = 3.86$, $SD = 0.72$) และ การตอบคำถามพื้นฐานของลูกค้าต่างชาติได้ถูกต้อง ($M = 3.66$, $SD = 0.66$)

สำหรับทักษะการอธิบายบริการเฉพาะทาง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถบอกเฉดสีผมและลักษณะสีผมเป็นภาษาอังกฤษได้ ($M = 3.97$, $SD = 0.74$) และแนะนำผลิตภัณฑ์ดูแลผมได้ ($M = 3.80$, $SD = 0.78$) รวมถึง สื่อสารขั้นตอนบริการเคมี เช่น ดัด ยืด หรือทรีตเมนต์ได้ในระดับมาก ($M = 3.53$, $SD = 0.60$) อย่างไรก็ตาม ข้อที่เกี่ยวกับการอธิบายขั้นตอนการทำสีผม ($M = 3.00$, $SD = 0.85$) และการอธิบายปัญหาที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการทำผม ($M = 3.13$, $SD = 0.82$) อยู่ในระดับปานกลาง

ในด้านทักษะสำคัญอื่น ๆ เช่น การแก้ไขความเข้าใจผิดในการบริการ ($M = 3.87$, $SD = 0.81$) การฟังและเข้าใจสำเนียงภาษาอังกฤษจากหลายประเทศ ($M = 3.60$, $SD = 0.84$) การจัดการสถานการณ์คับขัน เช่น การรับมือคำตำหนิ ($M = 3.20$, $SD = 0.86$) และ การออกเสียงภาษาอังกฤษได้ถูกต้องตามมาตรฐาน ($M =$

3.13, SD = 0.92) พบว่าพนักงานมีทักษะในระดับปานกลางถึงมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ความสามารถในการสื่อสารขั้นตอนการให้บริการเบื้องต้นได้อย่างชัดเจน ($M = 2.93$, SD = 0.79) ซึ่งแม้อยู่ในระดับปานกลาง

ในภาพรวมพนักงานประเมินว่า ตนเองมีทักษะภาษาอังกฤษเพียงพอต่อการทำงานในร้านเสริมสวย ($M = 3.89$, SD = 0.58) ซึ่งอยู่ในระดับมาก สะท้อนถึงทัศนคติที่ดีและความเชื่อมั่นในการนำภาษาอังกฤษไปใช้ในงานบริการจริง

การสรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าพนักงานร้านเสริมสวยมีความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในระดับมาก ซึ่งสะท้อนถึงความพร้อมของบุคลากรในธุรกิจบริการยุคใหม่ที่ต้องรองรับลูกค้าต่างชาติที่เพิ่มมากขึ้น ค่าเฉลี่ยรวมที่อยู่ในระดับสูงบ่งบอกว่าพนักงานส่วนใหญ่มีพื้นฐานคำศัพท์และประโยคสำเร็จรูปที่ใช้ในงานบริการได้จริง โดยเฉพาะด้านการอธิบายบริการซึ่งได้รับคะแนนสูงสุด แสดงให้เห็นว่าพนักงานสามารถถ่ายทอดข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอน ผลิตภัณฑ์ และผลลัพธ์ของบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม คะแนนต่ำสุดในหัวข้อการพักทนายและการสนทนาพื้นฐานสะท้อนถึงความต้องการพัฒนาความคล่องตัว และความมั่นใจในการสื่อสารภาษาอังกฤษในสถานการณ์จริง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่พบว่าพนักงานบริการมักมีความมั่นใจในคำศัพท์เฉพาะทาง แต่ยังขาดความคล่องตัวด้านบทสนทนาทั่วไป ดังนั้นจึงควรมีการฝึกอบรมภาษาอังกฤษเชิงสถานการณ์เพิ่มเติม เพื่อส่งเสริมทั้งความมั่นใจและคุณภาพการบริการแก่ลูกค้าต่างชาติอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

(1) ควรจัดอบรมภาษาอังกฤษสำหรับพนักงานอย่างสม่ำเสมอ โดยเน้นสถานการณ์ที่พบจริงในร้านเสริมสวย เช่น การพักทนาย การเสนอแนะบริการ และการตอบคำถามลูกค้าต่างชาติ

(2) จัดทำคู่มือประโยคภาษาอังกฤษสำเร็จรูปที่จำเป็นต่อการให้บริการ เพื่อช่วยให้พนักงานสามารถจดจำและนำไปใช้ได้

(3) ใช้วิธีการสอนแบบสถานการณ์จำลอง (Role-play) เพื่อเพิ่มความคล่องตัวและลดความประหม่าในการสนทนาจริง

(4) ส่งเสริมบรรยากาศการใช้ภาษาอังกฤษภายในร้าน เช่น ติดป้ายคำศัพท์พื้นฐาน และฝึกพูดภาษาอังกฤษระหว่างพนักงาน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

(1) ควรเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้นเพื่อเพิ่มความแม่นยำของผลวิจัย

(2) ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษ

(3) ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถด้านภาษาอังกฤษ เช่น ประสบการณ์ทำงานหรือการอบรม

(4) ควรเปรียบเทียบร้านเสริมสวยหลายประเภท เช่น ร้านทั่วไปและร้านระดับพรีเมียม เพื่อศึกษาความแตกต่างด้านความต้องการใช้ภาษา

เอกสารอ้างอิง

- Bhatia, V., & Bremner, S. (2012). *English for business communication*. City University of Hong Kong.
- British Council. (2024). *How to improve your business English conversation skills*.
<https://www.britishcouncil.or.th/en/blog/how-improve-your-business-english-conversation-skills>
- Byram, M. (1997). *Teaching and assessing intercultural communicative competence*. Multilingual Matters.
- Kan, A. (2009). Statistical procedures on measurement results. In H. Atilgan (Ed.), *Assessment and evaluation in education* (pp. 397–456). Ani Publications.
- SkillMaker. (2025). *Effective communication: The key to a successful salon team*.
<https://www.skillmaker.education/effective-communication-the-key-to-a-successful-salon-team/>