



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 11
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2020"

การวิเคราะห์ชนิดของคำในบทความการขาย

เบญจวรรณ โสวาปี¹, ปทิตตา อัครานกุล²

¹สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

e-mail: Benbrown0706@outlook.com

²อาจารย์สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

e-mail: pathitta.ak@ssru.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาชนิดของคำที่ใช้ในการเขียนบทความการขาย 2) วิเคราะห์ความถี่ชนิดของคำที่พบบ่อยที่สุดในบทความการขาย 3) วิเคราะห์คำศัพท์ที่พบบ่อยในบทความการขาย ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ บทความการขายจำนวน 10 บทความ โดยเลือกจากบทความที่มีผู้อ่านมากที่สุดในปี 2018 และเป็นบทความที่เขียนขึ้นโดยนักเขียนผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ทางการขายจากเว็บไซต์ Salesloft ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยโดยใช้โปรแกรม Antconc, TagAnt และ Microsoft Excel ในการวิเคราะห์หาชนิดของคำและความถี่ ผลการวิเคราะห์พบว่า ชนิดของคำที่พบบ่อยที่สุด คือ คำนาม รองลงมาคือ คำกริยา คำคุณศัพท์ คำกริยาวิเศษณ์ คำสรรพนาม คำบุพบท คำสันธาน และคำอุทาน ตามลำดับ ซึ่งการวิเคราะห์ชนิดของคำ ความถี่ และการวิเคราะห์คำศัพท์ที่พบบ่อยในบทความขายนั้น สามารถช่วยให้ผู้วิจัยรู้จักใช้คำประเภทต่าง ๆ ในการเขียนบทความการขายหรือบทความอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับทางธุรกิจของการทำงานในอนาคต เพื่อให้เกิดการสื่อสารที่น่าสนใจและสามารถดึงดูดความสนใจของผู้อ่านบทความได้

คำสำคัญ: ชนิดของคำ, บทความการขาย, ความถี่

Abstract

The purpose of this study is 1) to study the Parts of speech used in writing sales articles 2) To analyze the most common parts of speech in sales articles (3) To analyze relevant vocabularies from sales articles. The sample used in the study is 10 sales articles by selecting from the most read for the sales articles in 2018 and written by writers who have knowledge and experience in sales from www.salesloft.com. The researcher conducted research using Antconc, TagAnt and Microsoft Excel. In the analysis parts of speech and frequencies. The



analysis results showed that the most common parts of speech are noun, followed by verb, adjective, adverb, pronoun, preposition, conjunction, and interjection. From analysis parts of speech, frequency and vocabulary. It can help the researcher know the different types of words used in writing for sales articles or other articles related to the business for working in the future. In order to create interesting communication and attract the attention of readers.

Keywords: Parts of Speech, Sales Articles, Frequency

บทนำ

การขาย เป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจเติบโต ไม่ว่าจะเป็ธุรกิจขนาดใหญ่หรือขนาดเล็ก ต่างก็ต้องพึ่งพาการขายเพื่อสร้างรายได้ให้กับธุรกิจ (รัตนชัย ม่วงงาม, 2561) ในยุคปัจจุบันมีการลงทุนทำธุรกิจเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้การแข่งขันทางธุรกิจเพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน ดังนั้นนักธุรกิจจึงพยายามหาแนวทางผ่านกระบวนการต่าง ๆ เพื่อให้ธุรกิจของตนโดดเด่น เป็นที่รู้จัก รวมถึงเป็นที่ต้องการของลูกค้าและดำเนินกิจการต่อไปได้

ยุคปัจจุบันนี้ เป็นยุคที่ต้องใช้การสื่อสารเข้ามาช่วยในการทำธุรกิจเป็นอย่างมาก ฉะนั้นผู้ประกอบการรุ่นใหม่จึงจำต้องมีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต (JobsDB, 2557) และการเขียนบทความทางธุรกิจเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมธุรกิจการขายให้เป็นที่รู้จักผ่านการอ่านบทความที่ผู้เขียนได้เขียนไว้ การเสนอบทความโดยจุดประสงค์แล้วเพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร การอธิบาย การแสดงความคิดเห็น การโน้มน้าวใจ รวมทั้งการให้ความบันเทิง (Tassanee, 2551) เมื่อเป้าหมายทางการตลาดหรือการขายคือการดึงดูดความสนใจของกลุ่มผู้สนใจในสินค้าและบริการ เช่นเดียวกับการเขียนบทความ ผู้เขียนก็ต้องการให้ผู้รับข่าวสารได้อ่านและมีการตอบสนองต่อบทความนั้น ๆ ในการเขียนบทความผู้เขียนจะต้องมีความรู้ในเรื่องที่ต้องการจะเขียนเป็นอย่างดี มีการวิเคราะห์ แยกแยะ และจัดลำดับของเนื้อหาได้ รวมไปถึงการใช้ภาษาในการเขียนก็เป็นส่วนที่สำคัญเนื่องจากทำให้ผู้อ่านเข้าถึงบทความและเข้าใจในเนื้อหาตามที่คุณเขียนต้องการจะสื่อสารได้ง่ายขึ้น

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความต้องการที่จะศึกษา หน้าที่ของคำ (Parts of Speech) จากบทความการขาย เพราะว่าการเขียนบทความจะประกอบไปด้วย ประเภทต่าง ๆ ของคำที่นำมารวมกัน ทำให้เกิดการสื่อสารที่น่าสนใจเกี่ยวกับอาชีพต่าง ๆ ในแวดวงธุรกิจ ว่าใช้คำประเภทใดที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน จากนั้นศึกษาความถี่ของ หน้าที่ของคำ ที่พบในบทความ โดยผู้วิจัยเลือกศึกษาจากบทความการขายจำนวน 10



บทความ โดยเลือกจากบทความที่มีผู้อ่านมากที่สุดในปี 2018 และเป็นบทความที่เขียนขึ้นโดยนักเขียนผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ทางด้านการขายจากเว็บไซต์ Salesloft

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาชนิดของคำที่ใช้ในการเขียนบทความการขาย
2. เพื่อวิเคราะห์ความถี่ชนิดของคำที่พบมากที่สุดในบทความการขาย
3. เพื่อวิเคราะห์คำศัพท์ที่พบในบทความการขาย

วิธีดำเนินการ

1. ขอบเขตของการวิจัย

บทความการขายจำนวน 10 บทความ โดยเลือกจากบทความที่มีผู้อ่านมากที่สุดในปี 2018 และเป็นบทความที่เขียนขึ้นโดยนักเขียนผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ทางด้านการขายจากเว็บไซต์ Salesloft

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 โปรแกรมสำเร็จรูปคอนคอร์แดนซ์ (Concordance : Antconc Version 3.5.7, 2018) คือ โปรแกรมที่ใช้วิเคราะห์คลังข้อมูลของภาษา ในกรณีที่ต้องการศึกษาลักษณะภาษา คำศัพท์ หน้าที่ของคำ ซึ่งรวมไปถึงความถี่ของข้อมูล

2.2 โปรแกรม TagAnt คือ โปรแกรมวิเคราะห์ชนิดของคำ

2.3 โปรแกรม Microsoft Excel คือ โปรแกรมสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลในลักษณะตารางที่สามารถคำนวณและสร้างกราฟจากข้อมูลได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 เก็บรวบรวมบทความการขายจำนวน 10 บทความ ที่มีผู้อ่านมากที่สุดในปี 2018 จากเว็บไซต์ Salesloft

3.2 ใช้โปรแกรม TagAnt เพื่อแยกชนิดของคำตามหลักไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ (Grammar) ซึ่งได้แก่ คำนาม (Noun) คำสรรพนาม (Pronoun) คำกริยา (Verb) คำกริยาวิเศษณ์ (Adverb) คำคุณศัพท์ (Adjective) คำบุพบท (Preposition) คำสันธาน (Conjunction) และคำอุทาน (Interjection)

3.3 ใช้โปรแกรม Antconc เพื่อหาความถี่ของคำ

3.4 ใช้โปรแกรม Microsoft Excel จัดทำเป็นตารางแยกชนิดของคำและแจกแจงความถี่



ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเกี่ยวกับการวิเคราะห์ชนิดของคำในบทความการขายและการจัดลำดับความถี่ชนิดของคำที่พบมากที่สุด ในบทความการขาย สามารถวิเคราะห์ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ลำดับชนิดของคำและความถี่ที่พบมากที่สุด

ลำดับที่	ชนิดของคำ	ความถี่
1	คำนาม (Noun)	658
2	คำกริยา (Verb)	495
3	คำคุณศัพท์ (Adjective)	254
4	คำกริยาวิเศษณ์ (Adverb)	120
5	คำสรรพนาม (Pronoun)	37
6	คำบุพบท (Preposition)	29
7	คำสันธาน (Conjunction)	12
8	คำอุทาน (Interjection)	5

จากตารางที่ 1 พบว่าชนิดของคำที่พบมากที่สุดในบทความการขายคือ คำนาม (Noun) ซึ่งมีความถี่ 658 และชนิดของคำที่พบน้อยที่สุดคือ คำอุทาน (Interjection) ซึ่งมีความถี่เท่ากับ 5 การวิเคราะห์ชนิดของคำจำนวน 5 ลำดับ มีดังต่อไปนี้

1. คำนาม (Noun) คือ คำที่ใช้เรียกชื่อ คน สัตว์ สิ่งของสถานที่ ความรู้สึก คำนามที่พบในบทความ เช่น data, buyer, communication, ability คำนามส่วนมากจะลงท้ายด้วยคำว่า -er, -tion, ity, -ess และอื่น ๆ
2. คำกริยา (Verb) คือ คำที่ใช้แสดงอาการ การกระทำหรือการถูกกระทำของประธาน คำกริยาที่พบในบทความ เช่น reply, include, provide, improve, increase เป็นต้น
3. คำคุณศัพท์ (Adjective) คือ คำที่ทำหน้าที่อธิบายหรือขยายคำนามและคำสรรพนาม คำคุณศัพท์ที่พบในบทความ เช่น competitive, new, positioned, able, important, successful คำคุณศัพท์ส่วนมากจะลงท้ายด้วยคำว่า -able, -ful, -tive และอื่น ๆ
4. คำกริยาวิเศษณ์ (Adverb) คือ คำที่ใช้ขยายคำกริยา คำคุณศัพท์ และยังสามารถขยายคำกริยาวิเศษณ์ของตนได้อีกด้วย คำกริยาวิเศษณ์ที่พบในบทความ เช่น really, always, directly, significantly คำกริยาวิเศษณ์ส่วนมากจะลงท้ายด้วยคำว่า -ly



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 11
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2020"

5. คำสรรพนาม (Pronoun) คือ คำที่ใช้เรียกแทนคำนาม (คน สัตว์ สิ่งของ สถานที่) คำสรรพนามที่พบในบทความ เช่น you, your, it, that, their, they และอื่น ๆ

ตารางที่ 2 คำศัพท์ที่พบมากที่สุด 100 อันดับแรก

ลำดับที่	คำศัพท์	ลำดับที่	คำศัพท์
1	To	15	With
2	Of	16	Your
3	And	17	It
4	In	18	Email
5	Sales	19	On
6	That	20	Be
7	You	21	Are
8	For	22	This
9	Personalization	23	Their
10	Is	24	Cadence
11	As	25	Up
12	More	26	Use
13	Or	27	Many
14	I	28	Right
29	At	61	Better
30	Data	62	Them
31	We	63	All
32	Can	64	Between
33	Team	65	Was
34	Percent	66	When
35	They	67	Like
36	Research	68	Little
37	How	69	What
38	By	70	Has
39	From	71	Insight
40	If	72	Our



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 11
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2020"

ลำดับที่	คำศัพท์	ลำดับที่	คำศัพท์
41	About	73	Touch
42	Best	74	Company
43	Do	75	Template
44	There	76	Than
45	Time	77	Business
46	One	78	Open
47	Over	79	Personal
48	Have	80	Prospect
49	Will	81	Rate
50	Get	82	Reply
51	Buyer	83	While
52	First	84	Customer
53	Out	85	Impact
54	Performance	86	Into
55	These	87	Number
56	Seller	88	Above
57	Below	89	Call
58	Day	90	Content
59	Include	91	Each
60	make	92	Effort
93	Provide	97	Even
94	See	98	Interaction
95	Some	99	Question
96	Way	100	Should

จากตารางที่ 2 พบว่าคำศัพท์ที่พบมากเป็นลำดับที่ 1 ในบทความการขายคือ to และคำศัพท์ที่พบเป็นลำดับที่ 100 คือ should จะเห็นได้คำศัพท์ที่มีความถี่มากที่สุดเป็นคำประเภทคำบุพบท (Preposition) ทำหน้าที่เชื่อมคำต่อคำ มักจะอยู่หน้าคำนาม (Noun) คำสรรพนาม (Pronoun) หรือคำกริยา (Verb) การเขียนบทความการขายหรือบทความประเภทอื่น ๆ ก็จำเป็นต้องใช้คำบุพบทในการเชื่อมคำเพื่อบอกความสัมพันธ์ของคำ และทำให้ประโยคมีความหมายที่สมบูรณ์ ถูกต้องและเข้าใจง่าย ยกตัวอย่างเช่น



➤ They adjusted their sample **to** include the best examples of sales touches which ultimately led **to** a contact responding.

➤ This is where reps used two or more channels when reaching out **to** a contact.

จากตารางนี้ยังพบคำบุพบทอื่นอีก คือคำว่า of, in, on และ into นอกจากนี้ยังพบคำศัพท์คำอื่นอีก เช่น personalization มีความหมายว่า การทำให้เป็นส่วนตัว ซึ่งในบทความการขายจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาชีพการขาย วิธีการขาย กลยุทธ์ต่าง ๆ ดังนั้นการทำอาชีพการขายนั้นจะต้องมีการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า แลกเปลี่ยนข้อมูล จึงทำให้ลูกค้าบางกลุ่มต้องการการสื่อสารในระดับบุคคลเพื่อรักษาข้อมูลส่วนบุคคลรวมไปถึงข้อมูลของบริษัท และการติดต่อสื่อสารระดับบุคคลยังสามารถช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าได้ด้วย ยกตัวอย่างประโยค เช่น

➤ Going the extra mile with just 20 percent **personalization** can be the first step in building the right relationship for mutual success.

➤ **Personalization** creates a more dynamic customer experience and enables salespeople to better engage prospects.

จากประโยคตัวอย่างจะเห็นได้ว่า Personalization ซึ่งเป็นคำนามจะอยู่หน้าคำกริยา นอกจากคำว่า personalization ที่ถูกใช้ในบทความเกี่ยวกับการขายแล้ว ยังมีคำว่า customer และ prospect ที่ปรากฏอยู่ด้วย เพราะว่า บทความการขายนอกจากจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาชีพการขายและวิธีการขายต่าง ๆ แล้ว ยังให้ข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าด้วย เพื่อที่จะทำให้การทำงานด้านการขายประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้น ซึ่งทั้งคำว่า customer และ prospect มีความหมายที่คล้ายกัน แต่คำว่า customer จะใช้กับลูกค้าที่เป็นลูกค้าหรือทำธุรกิจกับองค์กรนั้น ๆ เรียบร้อยแล้ว ส่วนคำว่า prospect คือ กลุ่มเป้าหมาย หรือบุคคลที่องค์กรคาดหวังให้มาเป็นลูกค้าขององค์กรนั้น ๆ ในอนาคต ยกตัวอย่าง เช่น

➤ Those same **prospects** can become new opportunities and great customers down the road.

➤ Each member state may maintain its own "Do Not Call" list so it will be prudent to verify that your **prospects** are not on these lists prior to reaching out.

➤ **Customers** expect their experience with a company to include Nordstrom-level service.

➤ Know your **customers** better than your competitors do

จากตัวอย่างข้างต้นคำว่า customer และ prospect เป็นคำประเภทคำนามจะเห็นได้ว่าจะทำหน้าที่ อยู่หน้าคำกริยาและหลังคำสรรพนาม



Interaction เป็นอีกหนึ่งคำที่พบในบทความการขายและอยู่ในลำดับ 100 คำแรกจากราย ซึ่งมีความหมายว่า การสื่อสารระหว่างกัน เนื่องจากการทำอาชีพการขายต้องติดต่อสื่อสารทำธุรกิจกับกลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้า เพื่อทำข้อตกลงและทราบถึงนโยบายต่าง ๆ รวมไปถึงการสื่อสารระหว่างองค์กรในระหว่างการทำงาน ยกตัวอย่าง เช่น

➤ Ceren has been working on a framework for analyzing the behaviors of salespeople and their interactions with contacts.

จากตัวอย่างข้างต้น interaction เป็นคำประเภทคำนามจะเห็นได้ว่าจะทำหน้าที่อยู่หน้าบุพบทและหลังคำสรรพนาม

ผลการวิจัย

จากการทำวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาชนิดของคำและความถี่ที่พบมากที่สุดในการเขียนบทความการขายและวิเคราะห์คำศัพท์ที่พบจากบทความเกี่ยวกับการขาย

จากการศึกษาพบว่าชนิดของคำ (Parts of Speech) และความถี่ ในบทความการขายจำนวน 10 บทความ โดยเลือกจากบทความที่มีผู้อ่านมากที่สุดในปี 2018 และเป็นบทความที่เขียนขึ้นโดยนักเขียนผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ทางด้านการขายจากเว็บไซต์ Salesloft สามารถแยกชนิดของคำได้ทั้งหมดจำนวน 1,615 คำ เป็นคำนาม (Noun) 658 คำ คำกริยา (Verb) 497 คำ คำคุณศัพท์ (Adjective) 255 คำ คำกริยาวิเศษณ์ (Adverb) 120 คำ คำสรรพนาม (Pronoun) 38 คำ คำบุพบท (Preposition) 29 คำ คำสันธาน (Conjunction) 12 คำ และคำอุทาน (Interjection) 5 คำ

ตามที่คุณวิจัยได้ทำการศึกษาชนิดของคำ หากความถี่ชนิดของคำ และวิเคราะห์คำศัพท์ที่พบในบทความการขาย จะเห็นได้ว่า ชนิดของคำสามารถพบได้ทั่วไปไม่เพียงแคในบทความการขาย เพราะการสื่อสารในชีวิตประจำวัน เราจะต้องคำชนิดต่าง ๆ มาร้อยเรียงกันเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน

อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์บทความเกี่ยวกับการขายจำนวน 10 บทความ โดยเลือกจากบทความที่มีผู้อ่านมากที่สุดในปี 2018 และเป็นบทความที่เขียนขึ้นโดยนักเขียนผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ทางด้านการขายจากเว็บไซต์ Salesloft

1. พบชนิดของคำในบทความการขายทุกชนิด จำนวน 8 ชนิด โดยมีความถี่ที่ต่างกันออกไป แม้ว่าชนิดของคำที่มีความถี่น้อยที่สุด (คำอุทาน) แต่ก็ยังถูกนำมาใช้เพื่อให้เกิดเป็นประโยชน์เพื่อการดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน



2. จากการวิเคราะห์คำศัพท์ที่พบ 100 คำแรก จากบทความเกี่ยวกับการขาย พบคำศัพท์ที่ใช้ในบทความและมีความเกี่ยวข้องกับอาชีพการขาย เช่น personalization, customer, prospect และ interaction

ข้อเสนอแนะ

สำหรับการทำวิจัยนี้ ผู้วิจัยศึกษาเพียงชนิดของคำและคำศัพท์เพียงบางส่วนที่พบในบทความเกี่ยวกับการขายเท่านั้น ดังนั้นผู้ที่สนใจควรศึกษา ชนิดของบทความหรือคำศัพท์ต่างๆเพิ่มเติม เพื่อให้เกิดความน่าสนใจของบทความมากขึ้น และตรงตามความต้องการของผู้ที่เข้ามาอ่านได้มากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

ทางผู้จัดทำขอขอบคุณคณาจารย์ในสาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาที่ให้การสนับสนุนในการทำวิจัยและนำเสนอผลงานวิจัย ซึ่งทำให้บทความนี้สำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี

เอกสารอ้างอิง

- ทรงศรี สรณสถาพร และสิริวิชญ์ ธรรมพานิช. (2561). *รายการคำศัพท์ที่มีความถี่สูงสุดในบทความปริทัศน์ สาขาสัตวทดลอง*. สืบค้นเมื่อ สิงหาคม 23, 2562, จาก <https://www.tcithaijo.org/index.php/joling/article/view/126645>.
- พชรกมล พรหมประเสริฐ และอังค์วรา เหลืองนภา. (2562). *การวิเคราะห์ชนิดของคำในข้อสอบโทอิค*. สืบค้นเมื่อ สิงหาคม 24, 2562, จาก <http://be.hs.ssru.ac.th/useruploads/files/20190220/1b491fc1dfcec24173e20869c70f0d73730a4454.docx>.
- Krukat. (2556). *Parts of speech*. สืบค้นเมื่อ กันยายน 17, 2562, จาก <https://kateng51.wordpress.com/2013/07/16/parts-of-speech/>.
- Maneerat Saeniang. (2560). *3 ความสำคัญของการขายและการตลาดที่มีต่อสังคม*. สืบค้นเมื่อ กันยายน 10, 2562, จาก https://www.pyml.com/th/3-ความสำคัญของการขาย/?fbclid=IwAR25PtjowUTQ5Allmids9CJLLMc_9QiDjMYWN1FdHRZTL6e1b7ssngG_y1fk.
- Nattawadee Sutti. (2554). *Parts of speech*. สืบค้นเมื่อ กันยายน 18, 2562, จาก <https://natty3235.wordpress.com/2011/11/10/hello-world/>.
- Salesloft. (2561). *10 Best Sales Articles of 2018*. สืบค้นเมื่อ สิงหาคม 20, 2562, จาก <https://salesloft.com/resources/blog/10-best-sales-articles-of-2018/>.