

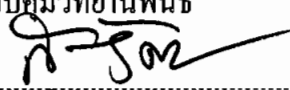
กลวิธีการสื่อสารในการขายสินค้าของผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทย
ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ศุภชาติ โพธิ์โชติ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
มีนาคม 2553
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณา
วิทยานิพนธ์ของ ศุภชาติ โพธิ์โชติ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

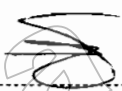
คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์


.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ดร.สุชาดา รัตนวณิชย์พันธ์)

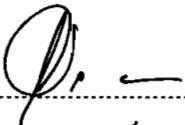
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราภรณ์ อินทราไสย)


.....กรรมการ
(ดร.สุชาดา รัตนวณิชย์พันธ์)


.....กรรมการ
(ดร.อุบล รัตนชัยกุลปต์)

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการ
การศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร ของ
มหาวิทยาลัยบูรพา


.....คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรัส นกรรจ์แดง)

วันที่ 1๑ เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2553

การวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนวิทยานิพนธ์ ระดับบัณฑิตศึกษา

มหาวิทยาลัยบูรพา

ประจำภาคปลาย ปีการศึกษา 2552

ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาให้คำปรึกษา และช่วยแนะนำแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ อย่างดียิ่งจาก ดร. สุชาดา รัตนวณิชช์พันธ์ ซึ่งเป็นประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ทำให้ผู้วิจัยได้รับแนวทางในการศึกษาค้นคว้าความรู้และประสบการณ์อย่างกว้างขวางในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ จึงขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณบุพการี คุณพ่อชลิตและคุณแม่ ศรีฟ้า โพธิ์โชติ ที่ได้ให้กำเนิด ให้ความรัก ความอบอุ่น ให้การศึกษาและกำลังใจอันดียิ่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อานนท์ ไชยสุริยา ที่ได้กรุณาสละเวลาให้ความช่วยเหลือ ให้แนวคิด แนวทาง และคำปรึกษาในการทำเค้าโครงวิทยานิพนธ์ คณะกรรมการสอบปากเปล่า อันได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิราภรณ์ อินทราไสย ดร. สุชาดา รัตนวณิชช์พันธ์ และดร. อุบล ธเนศชัยคุปต์ ที่ได้กรุณาให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขจนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความถูกต้องและสมบูรณ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิราภรณ์ อินทราไสย รองศาสตราจารย์สุชุมาลย์ นิลรัตน์ และอาจารย์ กอบलग ดันสกุล ที่ได้กรุณาตรวจสอบและให้คำแนะนำในการ ปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือในการทำวิจัย จนมีความถูกต้องและเหมาะสม อาจารย์สุมาลี สำราญจิตต์ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำทางด้านวิธีการทางสถิติที่ใช้ในการวิจัย ผู้จำหน่ายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทย ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่ได้อนุญาตและกรุณาให้ความอนุเคราะห์ช่วยเหลือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือสนับสนุนและกำลังใจ คณาจารย์และบุคลากรประจำภาควิชาภาษาตะวันตก บุคลากรประจำชั้น 2 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ทุกท่าน เพื่อน ๆ และท่านอื่น ๆ ที่มีได้เอื้อนนามไว้ ณ ที่นี้ที่ได้ให้แรงใจและความช่วยเหลือในทุกด้าน และคุณนงลักษณ์ ทองเยี่ยม ที่เป็นกำลังใจและเป็นแรงสำคัญในการจัดพิมพ์และจัดรูปแบบวิทยานิพนธ์

ประโยชน์อันพึงได้รับจากการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอมอบแด่บุพการี คุณพ่อชลิต คุณแม่ศรีฟ้า โพธิ์โชติ และผู้มีพระคุณทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือและกำลังใจเป็นอย่างดีในทุก ๆ ด้าน จนทำให้การทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

สุกษชาติ โพธิ์โชติ

48910547: สาขาวิชา: ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร; ศศ.ม. (ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร)

คำสำคัญ: ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอย / กลวิธีการสื่อสาร / หน้าที่ทางภาษา / พัทยา / ชลบุรี / คนไทย

ศุภชาติ โพธิ์โชติ: กลวิธีการสื่อสารในการขายสินค้าของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทย
ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี (COMMUNICATION STRATEGIES USED BY STREET
VENDORS IN PATTAYA CITY, CHONBURI) คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์: สุชาดา
รัตนวาณิชพันธ์, Ph.D., 154 หน้า. ปี พ.ศ. 2553

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยจำแนกตามหน้าที่ทางภาษาในการขายสินค้าและศึกษาการใช้ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษในการขายสินค้า กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 30 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจงจากเขตพัทยาเหนือ เขตพัทยากลาง และเขตพัทยาใต้ จำนวนเขตละ 10 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการบันทึกเสียงบทสนทนา การใช้แบบสอบถามและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการทางสถิติได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสังเกตพบว่า กลวิธีการสื่อสารที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยใช้ โดยจำแนกตามหน้าที่ทางภาษามีความแตกต่างกันเมื่อมีการใช้หน้าที่ทางภาษาที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างใช้กลวิธีการสื่อสารจำนวน 12 กลวิธีและใช้หน้าที่ทางภาษาจำนวน 8 หน้าที่ กลวิธีการสื่อสารที่พบการใช้มากเป็น 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับการใช้จากมากไปน้อย ได้แก่ การพูดตามแบบแผน การใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ และการแปลความหมายตามภาษาแม่ กลวิธีการสื่อสารที่พบการใช้น้อยที่สุด มี 2 กลวิธีได้แก่ การใช้คำจากกลุ่มและการขอความร่วมมือ หน้าที่ทางภาษาที่พบการใช้มากเป็น 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับการใช้จากมากไปน้อย ได้แก่ การแนะนำคุณภาพสินค้า การบอกและต่อรองราคา และการสอบถามความต้องการของลูกค้า หน้าที่ทางภาษาที่พบการใช้มากที่สุดได้แก่ การรับคืนและเปลี่ยนสินค้า

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยใช้ลักษณะภาษาอังกฤษครบทั้ง 16 ลักษณะและใช้กลวิธีการสื่อสารครบทั้ง 16 กลวิธี ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษที่พบการใช้มากเป็น 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับการใช้จากมากไปน้อย ได้แก่ การขึ้นต้นประโยคด้วยคำกริยาโดยละประธานในการต่อรองราคา การพูดปฏิเสธโดยใช้โครงสร้าง no + คำกริยาและการพูดปฏิเสธโดยใช้โครงสร้าง no + คำนาม ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษที่พบการใช้น้อยที่สุดได้แก่ การใช้ประโยคปฏิเสธ กลวิธีการสื่อสารที่พบการใช้มากเป็น 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับการใช้จากมากไปน้อยได้แก่ การพูดตามแบบแผน การใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ และการบอกลักษณะส่วนประกอบ กลวิธีการสื่อสารที่พบการใช้น้อยที่สุดได้แก่ การบอกคุณสมบัติทางด้านประวัติความเป็นมา

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงคุณภาพที่ได้จากการสังเกตพบว่า ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยใช้กลวิธีการสื่อสารที่อยู่นอกเหนือจากการตอบการวิจัย 2 กลวิธีได้แก่ การสร้างสิ่งแวดล้อมทางภาษาในการขายสินค้าและการสื่อสารโดยใช้เรื่องทั่วไป และพบลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษตามกรอบการวิจัย 3 ลักษณะ ได้แก่ การปนรหัส ประโยคไม่สมบูรณ์ และการไม่เติมปัจจัยคงในคำนามพหูพจน์

48910547: MAJOR: ENGLISH FOR COMMUNICATION; M.A.

(ENGLISH FOR COMMUNICATION)

KEYWORDS: STREET VENDORS/ COMMUNITION STRATEGIES / PATTAYA CITY / CHONBURI
/ THAI

SUPPACHART POCHOTE: COMMUNICATION STRATEGIES USED BY STREET
VENDORS IN PATTAYA CITY, CHONBURI. ADVISORY COMMITTEE: SUCHADA
RATTANAWANITPUN, Ph.D., 154 P. 2010.

The purpose of this study was to examine the communication strategies and the characteristics of the English language used by Thai street vendors in Pattaya City, Chonburi. The subjects were 30 Thai street vendors who were purposively selected from northern Pattaya, central Pattaya, and southern Pattaya by employing a purposive sampling technique. The number of subjects from each area was ten. The data were collected by means of questionnaire and non-participant observation. The data were then analyzed by employing three test statistics which were percentage, means and standard deviation.

The findings were as follows:

1. Through non-participant observation, it was revealed that communication strategies used by the street vendors varied according to the language functions used. It was found that the subjects used 12 communication strategies based on 8 language functions. The three most frequently-used communication strategies were speech- act formulae/ prefabricated pattern, word simplification and word order based on mother tongue, respectively. Two communication strategies which were used the least were superordinate and self-repairs. The three most frequently-used language functions were describing the quality of goods, telling price and bargaining, and asking for what customers want, respectively. Returning and changing goods was the language function found the least.

2. Based on the results from the questionnaire, it was found that 16 characteristics of the English language and 16 communication strategies were used by the subjects. The three most frequently-used characteristics of the English language were the use of imperative for telling price and bargaining, the use of "no + verb" for negative, and the use of "no + noun" for negative, respectively. The characteristic of the English language used the least was negative sentences. The three most frequently-used communication strategies were speech- act formulae/ prefabricated pattern, word simplification and constituent feature, respectively. Historical property was the communication strategy used the least.

3. It was shown that two communication strategies not included in the framework were found from employing non-participant observation. They were linguistic environments and small talk. The three characteristics of the English language included in the framework were found. They were code-mixing, incomplete sentence and the absence of plural noun inflection.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
คำถามการวิจัย.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการจากการวิจัย.....	4
ขอบเขตการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
อักษรย่อที่ใช้ในการวิจัย.....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
ทฤษฎีการสื่อสาร.....	7
กลวิธีการสื่อสาร.....	10
หลักโครงสร้างประโยคในการสนทนาภาษาอังกฤษ.....	21
ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษที่ใช้โดยผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทย.....	37
การสนทนาในการขายสินค้า.....	43
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	47
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	51
ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	51
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	52
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	55
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	55
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	59

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	60
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	60
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	61
5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	96
สรุปผลการวิจัย.....	96
อภิปรายผล.....	97
ข้อเสนอแนะ.....	109
บรรณานุกรม.....	111
ภาคผนวก.....	114
ภาคผนวก ก.....	115
ภาคผนวก ข.....	119
ภาคผนวก ค.....	131
ภาคผนวก ง.....	135
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	154

สารบัญตาราง

ตารางที่	เนื้อหา	หน้า
1	จำนวนและร้อยละของข้อมูลด้านเพศ ระดับการศึกษา ประเภทสินค้าที่ขาย และระยะเวลาในการขายสินค้าแบบแผงลอย ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทย.....	62
2	ความถี่และร้อยละของหน้าที่ทางภาษาที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยใช้สนทนาในการขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี.....	64
3	ความถี่และร้อยละของการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยใช้ในการสนทนาขายสินค้าให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี	66
4	ความถี่และร้อยละของการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษโดยจำแนกตามหน้าที่การแนะนำคุณภาพของสินค้าของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี.....	70
5	ความถี่และร้อยละของการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษโดยจำแนกตามหน้าที่การบอกและต่อราคาของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี.....	72
6	ความถี่และร้อยละของการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษโดยจำแนกตามหน้าที่การสอบถามความต้องการของลูกค้าของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี.....	73
7	ความถี่และร้อยละของการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษโดยจำแนกตามหน้าที่การกล่าวลาของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี.....	75
8	ความถี่และร้อยละของการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษโดยจำแนกตามหน้าที่การทักทายของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี.....	77
9	ความถี่และร้อยละของการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษโดยจำแนกตามหน้าที่การเชิญชวนให้ลูกค้าเข้ามาชมสินค้าของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี.....	78
10	ความถี่และร้อยละของการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษโดยจำแนกตามหน้าที่การเชิญชวนให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าอีกของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยใน	

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
10 เขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี.....	80
11 ความถี่และร้อยละของการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษโดยจำแนกตามหน้าที่ การรับคืนและเปลี่ยนสินค้าของผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี.....	82
12 ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายการใช้ กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยในเขตเมือง พัทยา จังหวัดชลบุรี จากแบบสอบถาม.....	84
13 ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายการใช้ ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษของผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยในเขตเมือง พัทยา จังหวัดชลบุรี จากแบบสอบถาม.....	89
14 ความถี่และร้อยละของการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษโดยจำแนกตามหน้าที่ ทางภาษาของผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทย ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี.....	132