



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาศาสตร์ประยุกต์)

ปริญญา

ภาษาศาสตร์ประยุกต์

ภาษาศาสตร์

สาขา

ภาควิชา

เรื่อง คำเรียกขาน คำบุรุษสรรพนามที่ 1 และ คำบุรุษสรรพนามที่ 2
ของผู้ขายในห้างสรรพสินค้า

Address Terms, First Personal Pronouns, and Second Personal Pronouns
of Department Store Vendors

นามผู้วิจัย นายภูมิใจ บัณฑุชัย

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กิตติมา อินทร์มพรรย์, Ph.D.)

กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ม.ล. จรัสวิไล จรุงญโรจน์, อ.ด.)

กรรมการ

(อาจารย์ศศิฉาย ธนะมัย, Ph.D.)

หัวหน้าภาควิชา

(รองศาสตราจารย์อภิรักษ์ณ ธรรมทวีธิกุล, Ph.D.)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์วินัย อาจคงหาญ, M.A.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 28 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2549

ภูมิใจ บัณฑุชัย 2549: คำเรียกขาน คำบุรุษสรรพนามที่ 1 และคำบุรุษสรรพนามที่ 2 ของผู้ชายใน
ห้วงสรรพสินคำ ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาศาสตร์ประยุกต์) สาขาภาษาศาสตร์
ประยุกต์ ภาควิชาภาษาศาสตร์ ประธานกรรมการที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์
กิติมา อินทรมพรรย์, Ph.D. 142 หน้า
ISBN 974-16-2545-6

วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ 1) เพื่อศึกษารูปแบบและการใช้คำเรียกขาน คำบุรุษสรรพนามที่ 1
และคำบุรุษสรรพนามที่ 2 ของผู้ชายในห้วงสรรพสินคำ 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคม
ได้แก่ เพศของผู้ซื้อ อายุของผู้ซื้อ การแต่งกายของผู้ซื้อ ความสนิทสนมของผู้ซื้อ และประเภทห้วงสรรพสินคำ
กับการใช้คำเรียกขาน คำบุรุษสรรพนามที่ 1 และคำบุรุษสรรพนามที่ 2 ของผู้ชายในห้วงสรรพสินคำ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ชายในห้วงสรรพสินคำจำนวน 180 คน แบ่งตามประเภทห้วงสรรพ
สินคำระดับบน 60 คน ห้วงสรรพสินคำระดับกลาง 60 คน และห้วงสรรพสินคำระดับฐาน 60 คน ภายในแต่ละ
กลุ่มประกอบด้วยเพศชายและเพศหญิงจำนวนเท่ากัน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามและการ
สังเกตการณ์จากการสนทนาระหว่างผู้ชายในห้วงสรรพสินคำกับผู้ซื้อ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป
SPSS/PC'' เพื่อหาค่าไคสแควร์และค่าร้อยละเพื่อทำการเปรียบเทียบข้อมูลและทดสอบความสัมพันธ์ของ
ปัจจัยทางสังคม

ผลการวิจัยพบว่า 1) จากการสังเกตการณ์ ผู้ชายในห้วงสรรพสินคำส่วนมากใช้รูปแบบไม่ปรากฏการ
ใช้คำเรียกขานเรียกผู้ซื้อ ร้อยละ 49.4 รองลงมาใช้ คำเรียกญาติ ร้อยละ 30.6 2) จากแบบสอบถาม ผู้ชายใน
ห้วงสรรพสินคำส่วนมากใช้ คำเรียกญาติ เรียกผู้ซื้อ ร้อยละ 37.7 รองลงมาใช้ รูปแบบไม่ปรากฏการใช้คำเรียก
ขานเรียกผู้ซื้อ ร้อยละ 28.6 และใช้ คำเรียกญาติ เป็นคำบุรุษสรรพนามที่ 2 ร้อยละ 47.1 และใช้คำสรรพนาม
บุรุษที่ 1 เรียกแทนตัวผู้ชายเอง ร้อยละ 44.1 3) เพศของผู้ซื้อ อายุของผู้ซื้อ การแต่งกายของผู้ซื้อ ความสนิท
สนมของผู้ซื้อ และประเภทห้วงสรรพสินคำ มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการใช้คำเรียกขาน คำบุรุษสรรพ
นามที่ 1 และคำบุรุษสรรพนามที่ 2 ของผู้ชายในห้วงสรรพสินคำ จากแบบสอบถาม แต่พบว่าประเภทห้วงสรรพ
สินคำเท่านั้น ที่มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการใช้คำเรียกขานของผู้ชายในห้วงสรรพสินคำ จากการ
สังเกตการณ์

ภูมิใจ บัณฑุชัย
ลายมือชื่อนิติ

กิตติมา อินทรมพรรย์ 19 / ๙.๒ / 49
ลายมือชื่อประธานกรรมการ

Phoomchai Banthuchai 2006: Address Terms, First Personal Pronouns, and Second Personal Pronouns of Department Store Vendors. Master of Arts (Applied Linguistics), Major Field: Applied Linguistics, Department of Linguistics. Thesis Advisor: Assistant Professor Kitima Indrambaraya, Ph.D. 142 pages.
ISBN 974-16-2545-6

The objectives of this research were: 1) to study the forms and the uses of address terms, first personal pronouns, and second personal pronouns by department store vendors; 2) to examine the relationship between social factors and usage of address terms, first personal pronouns, and second personal pronouns by department store vendors, namely, sex of buyers, age of buyers, dressing of buyers, intimacy of buyers, and kind of department stores.

The population of this research comprised 180 department store vendors who consisted of 60 vendors from a upper - level department store, 60 vendors from a middle - level department store, and 60 vendors from a lower - level department store. Each of these groups consisted of males and females equally. The data of this research were analyzed from the answer of the questionnaires by 180 department store vendors and observing conversations between department store vendors and buyers. The data analysis was analyzed by the SPSS/PC⁺⁺ program for chi - square values and percent. Then all the analyzed data about the data comparison and the examination of the social factor relationship.

The results of the research indicated that: 1) from observing, most department store vendors did not use address terms to call buyers 49.4 %, secondly used kinship terms 30.6 %; 2) from the questionnaires, most department store vendors used kinship terms as address terms 37.7 % ,secondly did not use address terms 28.6 %, as second personal pronouns 47.1 % and used first personal pronominals as first personal pronouns 44.1 %; 3) sex of buyers, age of buyers, dressing of buyers, intimacy of buyers, and kind of department stores had a statistically significant effect upon address terms, first personal pronouns, and second personal pronouns used by department store vendors from the questionnaires, but only kind of department stores had a statistically significant effect upon address terms used by vendors from observing.

Phoomchai Banthuchai

Student's signature

Kitima Indrambaraya

Thesis Advisor's signature

19th June 2006