



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12  
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

## โครงสร้างนามวลีจากโฆษณาออนไลน์ Noun Phrase Structures from Online Watch Advertisement

อัครเดช ยวกโธสง<sup>1</sup>

สุวรีย์ ยอดฉิม<sup>2</sup>

E-mail: [suwaree.yo@ssru.ac.th](mailto:suwaree.yo@ssru.ac.th)

อนันตชัย เอกะ<sup>3</sup>

E-mail: [anantachai.ae@ssru.ac.th](mailto:anantachai.ae@ssru.ac.th)

<sup>1</sup>นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

E-mail: [s60123405067@ssru.ac.th](mailto:s60123405067@ssru.ac.th)

<sup>2,3</sup>สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ประเภทของคำศัพท์ที่ใช้ในการโฆษณาออนไลน์เป็นภาษาอังกฤษ และวิเคราะห์โครงสร้างนามวลีจากโฆษณาในเว็บไซต์งานวิจัยนี้ใช้โปรแกรมExcel ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้โปรแกรม TagAnt และ AntConc ในการวิเคราะห์ข้อมูลผลการวิจัยพบว่าประเภทของคำศัพท์ประกอบไปด้วย 7 หมวดหมู่ ได้แก่ หมวดหมู่ส่วนประกอบต่างๆของนาฬิกา หมวดหมู่วัสดุ หมวดหมู่คุณลักษณะ หมวดหมู่รูปร่าง หมวดหมู่ขั้นตอนการทำ หมวดหมู่อัญมณี และหมวดหมู่สี นอกจากนี้ยังพบโครงสร้างนามวลีในส่วนของ Pre-modifier ทั้งหมด 23 รูปแบบ โดยมีรูปแบบ Det+Adj+N มากที่สุดเป็นจำนวน 262รูปแบบ และในส่วนของ Pre-Post modifier พบทั้งหมด 27 รูปแบบ โดยมีรูปแบบ Det+N+PPphrase มากที่สุดเป็นจำนวน 376 รูปแบบ ผลการวิจัยนี้ช่วยให้แนวทางสำหรับผู้ที่ต้องการอ่านและเขียนโฆษณาเป็นภาษาอังกฤษได้

**คำสำคัญ** โครงสร้างนามวลี, โฆษณานาฬิกาออนไลน์, AntConc

### Abstract

This research aims to analyze categories of vocabulary of English online watch advertisement in the website. This study use Excel for collecting data, use TagAnt to identify part of speech, and AntConc to identify high frequent Nouns and Adjectives. This study found 7 categories of vocabulary: Watch component, Material, Attribute, Shape, Procedure, Jewel and Colour. For Pre-modifier, we found 23 Noun phrase structures, with 262 patterns of Det + Adj + N mostly found whereas for Pre-post modifier, we found 27 Noun phrase structures, with 376 patterns of Det + N + PPphrase mostly found. This could encourage those who prefer to learn more about the vocabulary and noun phrase from watch advertising.



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12  
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

**Keywords** Noun Phrase Structures, Online Watch Advertising, AntConc

**บทนำ**

ภาษาโฆษณาเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการทำธุรกิจ เนื่องจากภาษาโฆษณาสามารถช่วยโน้มน้าวใจ และดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ทั้งยังสามารถถ่ายทอดรายละเอียดเกี่ยวกับคุณลักษณะและคุณสมบัติของ สินค้าให้ผู้บริโภคได้รู้และเข้าใจได้เป็นอย่างดี ตลอดจนการส่งเสริมการขาย การส่งเสริมภาพลักษณ์ของ ผลิตภัณฑ์ การเปิดตัวและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ หรือแม้แต่การวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Homikx, Meurs & Boer, 2010)

ภาษาโฆษณาคือภาษาที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจให้ซื้อสินค้าและบริการเนื่องจากภาษา โฆษณามีลักษณะภาษาที่เป็นเอกลักษณ์ชัดเจน จึงทำให้เหมาะกับการศึกษาค้นคว้า การศึกษาลักษณะของ ภาษาโฆษณาที่เป็นภาษาอังกฤษนั้นนับว่ามีความสำคัญมากต่อการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ เนื่องจาก การศึกษาลักษณะภาษาที่ใช้อยู่จริงในชีวิตประจำวันจะทำให้ผู้เรียนภาษาอังกฤษเข้าใจถึงหลักภาษาและ ลักษณะของภาษาที่ใช้ในสถานการณ์จริงในแต่ละยุคแต่ละสมัย การศึกษาภาษาจึงไม่เพียงแต่ทำให้ผู้เรียนได้ เข้าใจธรรมชาติของภาษาเท่านั้น แต่ยังช่วยพัฒนาให้ผู้เรียนได้เข้าใจและสามารถใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารได้เป็น อย่างดี(กัลป์ยกร วรกุลลัญฐานีย์ และพรทิพท์สัมปตตะวนิช, 2551, น.2)

ภาษาถือเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพสำหรับมนุษย์ในการติดต่อสื่อสารซึ่งการใช้ภาษาที่ถูกต้องและ มีประสิทธิผลทั้งในภาษาพูดและภาษาเขียนจะนำมาซึ่งความสำเร็จ ในทำนองเดียวกันภาษาคุณภาพที่ใช้ในการ โฆษณาและสื่อสารมวลชนตลอดจนในวารสารและหนังสือพิมพ์ชั้นนำได้นำความสำเร็จมาสู่บริษัทต่างๆอาจ กล่าวได้ว่าภาษามีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมของผู้คน โดยเฉพาะในด้านการตลาดและการโฆษณา การ เลือกลภาษาเพื่อถ่ายทอดข้อความเฉพาะ เนื้อหาภาพและการออกแบบในโฆษณาคือสิ่งสำคัญที่จะสามารถช่วย ให้ผู้คนจดจำผลิตภัณฑ์ (Kannan and Tyagi 2003)

ในการโฆษณารูปแบบภาษาอังกฤษนั้นลักษณะภาษาที่เด่นชัดและพบได้มากที่สุดได้แก่คำนามวลี (Noun Phrase) ภาษาโฆษณาที่เป็นภาษาไทยในหนังสือพิมพ์ประกอบไปด้วยคำนามวลีเช่นเดียวกัน (ศรีจันทร์ วิชาติตรง, 2523) นามวลีคือกลุ่มคำที่ประกอบขึ้นจากคำต่างๆ ตั้งแต่ 2 คำขึ้นไป โดยมีคำนามเป็นคำหลัก และมีส่วนขยายมา ช่วยขยายคำหลักให้ได้ใจความมากยิ่งขึ้นแต่ยังไม่สมบูรณ์เหมือนประโยค นามวลีประกอบไปด้วยองค์ประกอบ พื้นฐาน 4 ประการ คือ Determiner, Pre-modifier, Head Noun, และ Post-modifier ขึ้น (Liu & Li, 2016; Ansarifar, Shahriari & Pishghsdom, 2018; Pelclova, 2018; Jitpraneechai, 2019)นามวลีใน ภาษาอังกฤษส่วนใหญ่ประกอบไปด้วย Post-modifier (Haan, 1989) อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบัน นามวลีมี รูปแบบโครงสร้างที่ซับซ้อนมากขึ้น เนื่องจากการใช้ส่วนขยายที่เพิ่มมา

เพื่อให้ทราบประเภทของคำศัพท์ที่ใช้ในการโฆษณานาฬิกาออนไลน์เป็นภาษาอังกฤษ และเพื่อให้ เข้าใจและตระหนักถึงโครงสร้างของคำนามวลีในภาษาโฆษณาซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการขายสินค้า คณะผู้วิจัย จึงมีเป้าหมายในการศึกษาโครงสร้างนามวลีในโฆษณานาฬิกาออนไลน์เป็นภาษาอังกฤษ โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้





การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12  
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

ตารางที่ 1 ประเภทของคำศัพท์ที่มีความถี่มากที่สุดจาก 1,000 ข้อความโฆษณา

ลำดับ	ประเภทของคำ	จำนวน
1	นาม	8,279
2	คุณศัพท์	3,801
3	Determiner	3,225
4	บุพบท	3,426
5	กริยา	2,999
6	อื่นๆ	5,324

ในประเภทของคำนามคำนามที่มีความถี่มากที่สุดคือ dial พบเป็นจำนวน 267 คำตามด้วย case จำนวน 222 คำและ movement จำนวน 205 คำดังที่แสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ลำดับความถี่ของคำนามที่พบมากที่สุด 10 ลำดับ

ลำดับ	ความถี่	คำนาม	ลำดับ	ความถี่	คำนาม
1	267	dial	6	105	bracelet
2	222	case	7	103	oyster
3	205	movement	8	98	sapphire
4	136	hand	9	92	date
5	109	bezel	10	91	diamond

เมื่อพิจารณาจากตารางที่ 2 จะเห็นได้ว่าคำนามส่วนมากที่พบในข้อความโฆษณานาฬิกาออนไลน์เป็นคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับประเภทวัสดุ หรืออัญมณี เพราะการประกอบนาฬิกาส่วนใหญ่จะมีเรื่องของความสวยงามเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เช่น steel, sapphire, steel, crystal, crystal, carat, อื่นๆ

ในประเภทของคำคุณศัพท์ คำคุณศัพท์ที่มีความถี่มากที่สุดคือ gold พบเป็นจำนวน 264 คำตามด้วย white จำนวน 127 คำ และ rose จำนวน 117 คำดังที่แสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ลำดับความถี่ของคุณศัพท์ที่พบมากที่สุด 10 ลำดับ

ลำดับ	ความถี่	คำคุณศัพท์	ลำดับ	ความถี่	คำคุณศัพท์
1	264	gold	6	80	blue
2	127	white	7	76	winding
3	117	rose	8	73	automatic
4	102	thin	9	70	resistant
5	85	black	10	53	mechanical



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12  
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

เมื่อพิจารณาจากตารางที่ 3 จะเห็นได้ว่าคำคุณศัพท์ส่วนมากที่พบในข้อความโฆษณา นาฬิกาออนไลน์ เป็นคำที่มีความหมายเกี่ยวกับการแสดงคุณสมบัติหรือคุณลักษณะของนาฬิกาและวัสดุที่เป็นส่วนประกอบในการทำนาฬิกา (เช่น robust, light, shaped, round) และทั้งนี้ยังใช้แสดงสี (เช่น gold, white, rose, black) คำคุณศัพท์ส่วนใหญ่ มักจะปิดท้ายด้วย -able / ible, -al, or -ant, เช่น available, traditional, resistant, อื่น ๆ

เมื่อทำการค้นคว้าคำศัพท์แล้ว สามารถแบ่งหมวดหมู่ออกเป็น 7 หมวดหมู่ ดังที่แสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 หมวดคำศัพท์ในโฆษณานาฬิกาออนไลน์

หมวดหมู่	ตัวอย่างคำศัพท์
ส่วนประกอบต่าง ๆ ของนาฬิกา	Dial (267), case (222), bracelet (105), strap (80), case back (31), line (27), display (25), sub dial (13)
วัสดุ	steel(81), ceramic (40), silicon (36), stainless (35), silver (27), titanium (24), magnetic (26), oystersteel (15), rubber (12), alloy (11)
คุณลักษณะ	perpetual (85), automatic(73), classic (40), elegant (37), limited (36), brilliant(35), unique (32), contemporary (28), perfect (25), precision (25), light (23), special (22), resistance (20), tradition (16), easy (15), modern (15), soft (14), pure (14), legibility (12), strong(11)
รูปร่าง	thin(102), winding (76), small (36), round (21), moon (20), thick (20), big (16), slender (12), large (13)
ขั้นตอนการทำนาฬิกา	set (120), engrave (46), shape (23), polish (28), brush (13), plate (13)
อัญมณี	oyster(103), sapphire (98), diamond (91), crystal (52), pearl (33), platinum (16), quartz (14)
สี	gold(264), white (127), black (85), blue (80), yellow (35), pink (22), red (18), brown (15), dark (14), green(14)

จากการวิเคราะห์โครงสร้างนามวลีในข้อความโฆษณานาฬิกาออนไลน์พบโครงสร้าง 2 ประเภทคือ โครงสร้างนามวลีแบบ pre-modifier และ pre-post modifier ผลการศึกษาพบว่านามวลีคือกลุ่มของคำที่ทำหน้าที่เสมือนคำนาม โดยปกติแล้วจะทำหน้าที่เป็นประธาน กรรม หรือหรือกรรมของบุพบทในประโยคเช่น

1. *All horological complications* built the world's most complicated portable timepiece. (ทำหน้าที่ประธาน)
2. An orange lacquered central hand under *a flat sapphire crystal sweeps*. (ทำหน้าที่เป็นกรรมของบุพบท)
3. the House of Breguet strives to offer *a choice of models*. (ทำหน้าที่เป็นกรรม)



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12  
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

โครงสร้างนามวลีแบบ pre-modifier พบจำนวน 23 รูปแบบ โครงสร้างที่พบมากที่สุดคือ Det+Adj+N พบเป็นจำนวน 262 โครงสร้างลำดับที่สองคือ Det+N+N พบเป็นจำนวน 116 โครงสร้างดังที่แสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 โครงสร้างนามวลีแบบ pre-modifier ที่พบสูงสุดจำนวน 10 ลำดับ

ลำดับ	โครงสร้าง	ความถี่	ตัวอย่าง
1	Det+Adj+N	262	the black dial
2	Det+N+N	116	The crystal sapphire
3	Det+Adj+Adj+N	83	the perfect casual watch
4	Det+Adj+N+N	76	The high definition screen
5	Adj+N	71	excellent materials
6	Det+N	49	the conditions
7	Adj+Adj+N	46	distinctive black dial
8	Det+N+N+N	39	the moon phases indicator
9	Adj+N+N	29	prodigious power reserves
9	Det+Adv+Adj+N	29	its resolutely cosmopolitan style
10	Adj+N+and+N	18	luxury luster and allure.
10	Det+Num+N+N	18	its 44 mm case diameter.
10	Num+N+N	18	2 emerald eyes

หมายเหตุ Det (Determiners) = คำนำหน้านาม N(Noun)= คำนาม Adj(Adjective)= คำคุณศัพท์ Adv(Adverb)= คำกริยาวิเศษณ์ Num (Number) = จำนวน

เมื่อพิจารณาจากตารางที่ 5 จะเห็นได้ว่าโครงสร้างนามวลีแบบ pre-modifier ส่วนมากที่พบ (วางที่ตำแหน่งก่อนหน้านามหลัก) คือคำ Determiners คำคุณศัพท์และจำนวนที่เป็นตัวเลข

ตัวอย่าง:

1. **the** perfect casual watch (Determiners)
2. **excellent** materials (คำคุณศัพท์)
3. **2**emerald eyes (จำนวน) โครงสร้างนามวลีแบบ pre-modifier คือส่วนขยายที่นำหน้าส่วนหัวของนามวลีหรือคำที่กำหนดความหมายของนามวลี

โครงสร้างนามวลีแบบ pre-post modifier พบจำนวน 27 รูปแบบ โครงสร้างที่พบมากที่สุดคือ Det+N+PPphrase พบเป็นจำนวน 376 โครงสร้างลำดับที่สองคือ Det+Adj+N+PPphrase พบเป็นจำนวน 213 โครงสร้าง ดังที่แสดงในตารางที่ 6



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12  
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

ตารางที่ 6 โครงสร้างนามวลีแบบ pre-post modifier ที่พบสูงสุดจำนวน 10 ลำดับ

ลำดับ	โครงสร้าง	ความถี่	ตัวอย่าง
1	Det+N+PPphrase	376	the guardian of high-end watchmaking
2	Det+Adj+N+PPphrase	213	a splendid collection of models for men
3	Adj+N+PPphrase	103	contemporary reinterpretations of models
4	Adj+PPphrase	81	capable of withstanding magnetic fields
4	N+PPphrase	81	Case in 18-carat rose gold
5	Det+N+N+PPphrase	71	the master cabinetiers of the 18th century
6	N+N+PPphrase	54	the supreme test of the designer's expertise
7	Det+Adj+N+N+PPphrase	36	the ingenious porthole construction of its case
8	Det+N+Num+PPphrase	35	This Oyster Perpetual Datejust41 in Yellow
9	Det+Adj+Adj+N+PPphrase	28	A colorful new twist on classic watches by
10	Det+N+relativeC	27	The components that come out of the

หมายเหตุ Det(Determiners) = คำนำหน้านาม N(Noun)= คำนาม Adj(Adjective)= คำคุณศัพท์ Adv (Adverb)= คำกริยาวิเศษณ์ Num (Number) = จำนวน PPphrase = (Preposition phrase) relativeC = (relative clause)

เมื่อพิจารณาจากตารางที่ 6 จะเห็นได้ว่า โครงสร้างนามวลีแบบ pre-modifier ในที่นี้จะตามด้วย Preposition phrase เพื่อขยายคำนาม

Example: a splendid collection of models for men and women. (บุพบทวลี หรือ PPphrase)

\* Collection (คำนาม)

### สรุปและอภิปรายผล

ประเภทของคำศัพท์ที่มีลำดับความถี่สูงสุดคือคำนามพบเป็นจำนวน 8,279 คำ ตามด้วยคำคุณศัพท์จำนวน 3,801 คำ คำDeterminer จำนวน 3,225 คำ คำบุพบทจำนวน 3,426 คำ คำกริยาจำนวน 2,999 คำ ชื่อเฉพาะจำนวน 2,036 ชื่อ และคำสันธานจำนวน 1,006 คำ

คำนามที่มีลำดับความถี่สูงสุดลำดับที่ 1 จาก 10 ลำดับคือ Dial พบเป็นจำนวน 267 คำ คำคุณศัพท์ที่มีลำดับความถี่สูงสุดลำดับที่ 1 จาก 10 ลำดับคือ Gold พบเป็นจำนวน 264 คำ หมวดหมู่ของคำศัพท์สามารถแบ่งได้ 7 หมวดหมู่ ได้แก่ หมวดหมู่ส่วนประกอบต่างๆ ของนาฬิกา หมวดหมู่วัสดุ หมวดหมู่คุณลักษณะ หมวดหมู่รูปร่าง หมวดหมู่ขั้นตอนการทำ หมวดหมู่อัญมณี และหมวดหมู่สี

ผลการศึกษาโครงสร้างนามวลีภาษาอังกฤษพบโครงสร้างเพียง 2 ประเภทคือโครงสร้างนามวลีแบบ pre-modifier และ pre-post modifier ไม่พบโครงสร้างที่เป็นแบบ post-modifier โครงสร้างนามวลีแบบ pre-modifier ที่พบมากที่สุดคือโครงสร้าง Det+Adj+N (Determiners + Adjective + Noun) พบเป็นจำนวน 256 โครงสร้าง และโครงสร้างนามวลีแบบ pre and post modifier ที่พบมากที่สุดคือ Det+N+PPphrase (Determiners + Noun + Preposition phrase) พบเป็นจำนวน 376 โครงสร้าง

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับ (Haan, 1989) ที่กล่าวว่านามวลีคือกลุ่มคำที่ประกอบขึ้นจากคำต่างๆ ตั้งแต่ 2 คำขึ้นไป โดยมีคำนามเป็นคำหลักและมีส่วนขยายมาช่วยขยายคำหลักให้ได้ความมากยิ่งขึ้นแต่ยังไม่



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12  
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

สมบูรณ์เหมือนประโยคเนื่องจากไม่มีคำกริยานามวลีประกอบไปด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน 4 ประการคือ Determiner, Pre-modifier, Head Noun, และ Post-modifier ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไปผู้วิจัยควรศึกษาคำนามวลีที่เป็นคำศัพท์เฉพาะเพื่อเป็นประโยชน์ในการจัดทำคลังคำศัพท์ในหมวดต่างๆ ตลอดจนศึกษาเกี่ยวกับการสร้างคำหรือคำนามประสมคำศัพท์ที่ปรากฏในรายการคำศัพท์ในโครงสร้างนามวลีจากโฆษณาออนไลน์ประเภทอื่นๆ และศึกษาหน้าที่ของนามวลีเพื่อช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจหลักการใช้ภาษาอังกฤษในการโฆษณามากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเฉพาะโฆษณานานาฬิกาออนไลน์จำนวน 1,000 โฆษณา ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาไม่ได้เกิดจากแหล่งอื่นเพิ่มเติม จึงอาจไม่เกิดความหลากหลายของข้อมูล ดังนั้นการศึกษาในครั้งต่อไป ผู้วิจัยอาจศึกษาจากแหล่งข้อมูลอื่นประกอบเพิ่มเติมเพื่อให้งานวิจัยครอบคลุมประเด็นต่างๆ มากยิ่งขึ้น

### กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณคณาจารย์ในสาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ที่ให้การสนับสนุนในการทำวิจัยชิ้นนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

### เอกสารอ้างอิง

กัลป์กร วรกุลสถฐานีย์ และพรทิพย์สัมปตตะวนิช. (2551). การโฆษณาเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ชนิษฐา ใจมโน. (2556). โครงสร้างนามวลีที่มีคำลักษณนามปรากฏร่วมของภาษาในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้. การประชุมวิชาการแห่งชาติ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ครั้งที่ 10 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน.

ศรีจันทร์ วิชาติตรง. (2523). การศึกษาวิเคราะห์ลักษณะภาษาไทยที่ใช้โฆษณาในหนังสือพิมพ์รายวัน ปีพ.ศ. 2519-2521. วิทยานพนธ์อ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Kannan, R., & Tyagi, S. (2013). Use of Language in Advertisements. English for Specific Purposes World. Issue 37, vol. 13, 2013. Retrieved from: <http://www.esp-world.info>, [September 4, 2020].

Ansarifar, A., Shahriari, H. & Pishghadam, R. (2018). Phrasal complexity in academic writing: A comparison of abstracts written by graduate students and expert writers in applied linguistics. *Journal of English for Academic Purposes*, 31, 58-71.

Haan, P.D. (1989). Types of Postmodifying Clause. In B.V. Rodopi (Ed), *Postmodifying Clause in the English Noun Phrase: A corpus-based study*, (pp.53-77). Amsterdam-Atlanta, The Netherlands.

Hornikx, J., Meurs, F., & Boer, A. (2010, April). English or A Local Language in Advertising? *Journal of Business Communication*, Volume 47, Number 2, April 2010, Pages 169-188.



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12  
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

- Jitpraneechai, N. (2019). Noun phrase complexity in academic writing: A comparison of argumentative English essays written by Thai and native English university students. *LEARN Journal: Language Education and Acquisition Research Network Journal*, 12(1), 71-88.
- Liu, L. & Li, L. (2016). Noun phrase complexity in EFL academic writing: A corpus-based study of postgraduate academic writing. *The Journal of Asia TEFL*, 13(1), 48-65.
- Mufwene, S. (1998). The Structure of the Noun Phrase in African-American Vernacular English. In S.S Mufwene, J.R.R.Ford, G. Bailey, J. Baugh (Eds), *African-American English: Structure, history and use*, (pp.26-39). London and New York, Routledge.
- Pelclova, J. (2018). Iconicity in independent noun phrases in print advertising. In J. Pelclova & W. L. Lu (Eds), *Persuasion in Public Discourse* (281-300). Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.