

ปัจจัยในการเลือกใช้สื่อโปสการ์ดของผู้โฆษณา และการเปิดรับ  
ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสื่อโปสการ์ด และต่อตราสินค้าที่โฆษณาในสื่อโปสการ์ด



นางสาวอนงค์รัตน์ จิตตรัตน์เลิศ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการโฆษณา ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2543

ISBN 974-3-1166-4

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ADVERTISERS ' FACTORS IN CHOOSING POSTCARD ADVERTISING,  
CONSUMERS' EXPOSURES, ATTITUDES TOWARDS POSTCARD ADVERTISING  
AND BRANDS ADVERTISED IN POSTCARD.

Miss Anongrat Chittaratlert

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts in Advertising  
Department of Public Relations  
Faculty of Communication Arts  
Chulalongkorn University  
Academic Year 2000  
ISBN 974-13-1166-4

หัวข้อวิทยานิพนธ์                      ปัจจัยในการเลือกใช้สื่อโปสเตอร์ของผู้โฆษณา และ การเปิดรับ  
ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสื่อโปสเตอร์ และต่อตราสินค้าที่โฆษณา  
ในสื่อโปสเตอร์

โดย    นางสาวอนงค์รัตน์ จิตตรัตน์เลิศ

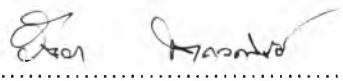
สาขาวิชา                                    การโฆษณา

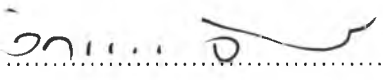
อาจารย์ที่ปรึกษา                        ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ม.ล. วิภูวราช จิรประวัตติ


คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยรับเป็นส่วน  
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

  
..... คณะบดีคณะนิเทศศาสตร์  
(รองศาสตราจารย์ จุมพล รอดคำดี)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
..... ประธานกรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รัตยา โตควนิษฐ์)

  
..... อาจารย์ที่ปรึกษา  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ม.ล. วิภูวราช จิรประวัตติ)

  
..... กรรมการ  
(อาจารย์ วรวัฒน์ จินตกานนท์)

อนงค์รัตน์ จิตรัตน์เลิศ : ปัจจัยในการเลือกใช้สื่อโปสการ์ดของผู้โฆษณา และ การเปิดรับ ทศนคติ  
ของผู้บริโภคที่มีต่อสื่อโปสการ์ด และต่อตราสินค้าที่โฆษณาในสื่อโปสการ์ด. (ADVERTISERS'  
FACTORS IN CHOOSING POSTCARD ADVERTISING, CONSUMERS' EXPOSURES,  
ATTITUDES TOWARDS POSTCARD ADVERTISING AND BRANDS ADVERTISED IN  
POSTCARD)


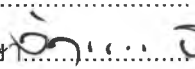
อ. ที่ปรึกษา : ผศ.ดร.ม.ล. วิภาธร จิรประวัติ, 201 หน้า. ISBN 974-13-1166-4.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่อโปสการ์ดของผู้โฆษณา  
ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ และมีวิธีการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับเจ้าของสินค้าที่เป็นผู้เลือก  
ใช้สื่อโปสการ์ด จำนวนทั้งหมด 7 แห่ง และเพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับการเปิด  
รับสื่อโปสการ์ดของผู้บริโภค เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อโปสการ์ดกับทัศนคติของผู้บริโภค  
ต่อสื่อโปสการ์ด เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อโปสการ์ดกับทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้า  
ที่โฆษณาในสื่อโปสการ์ด ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้วิธีการสำรวจ และมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดย  
ใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างชายและหญิงที่มีอายุระหว่าง 15-35 ปี และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร  
จำนวน 400 คน

ผลการวิจัยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่อโปสการ์ดของผู้โฆษณา  
ก็คือ คุณลักษณะของสื่อที่มีความสมัยใหม่ซึ่งมีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้กับสินค้าของตน ไม่เพียงแต่จะ  
เป็นสื่อที่มีความคุ้มค่ามากกว่าสื่อชนิดอื่นๆ แล้ว สื่อโปสการ์ดยังเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดย  
ตรง โดยสามารถสร้างการรับรู้และสร้างภาพลักษณ์ให้กับตราสินค้า รวมทั้งช่วยย้ำเตือนในตราสินค้าได้  
อีกด้วย ด้วยเหตุนี้ผู้โฆษณาต่างๆจึงได้นำสื่อโปสการ์ดมาใช้เป็นเครื่องมือหนึ่งเพื่อนำมาใช้ในการส่งเสริม  
สนับสนุนสื่อหลักอื่นๆ หรือนำมาใช้ร่วมกับกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดต่างๆ

ผลการวิจัยจากการสำรวจพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อโปสการ์ดไม่แตกต่างกัน
2. การเปิดรับสื่อโปสการ์ดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติของผู้บริโภคต่อสื่อโปสการ์ด
3. การเปิดรับสื่อโปสการ์ดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าที่โฆษณาในสื่อโปสการ์ด

ภาควิชา.....การประชาสัมพันธ์.....	ลายมือชื่อนิสิต..... 
สาขาวิชา.....การโฆษณา.....	ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... 
ปีการศึกษา.....2543.....	ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

# # 428 51428 28 : MAJOR ADVERTISING

KEY WORD : POSTCARD ADVERTISING / ADVERTISERS / EXPOSURE / ATTITUDE

ANONGRAT CHITTARATLERT : THESIS TITLE. (ADVERTISERS' FACTORS IN CHOOSING POSTCARD ADVERTISING, CONSUMERS' EXPOSURES, ATTITUDES TOWARDS POSTCARD ADVERTISING AND BRANDS ADVERTISED IN

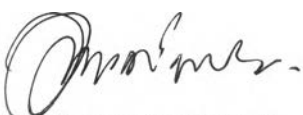
POSTCARD) THESIS ADVISOR : ASSIST.PROF. M.L.VITTRATORN

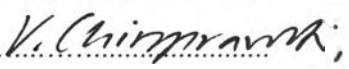
CHIRAPRAVATI, Ph.D. 201 pp. ISBN 974-13-1166-4.

The objectives of this research are : (1) to study the advertisers' factors in choosing postcard advertising, by using a qualitative research. The method used to collect data is depth interview with 7 advertisers using postcard advertising; (2) to study the differences between demographics of the sample and their exposures towards postcard advertising; (3) to study the relationship of consumers' exposures and attitudes towards postcard advertising; and (4) to study the relationship of consumers' exposures and attitudes towards brands advertised in postcard. This part is a survey research, using questionnaires to collect data from 400 Bangkokians, men and women between 15 – 35 years of age.

Results from depth interview showed that the factors in choosing postcard advertising are its modern characteristics and its cost effectiveness. It can also reach the targets more directly, can create brand awareness and brand image, as well as establish brand remind. The advertisers often use postcard advertising as a supporting medium or as a tool in marketing promotion program.

Results from survey research showed that (1) people with different demographics (sex, age, education, income, occupation) are not significantly different in their exposures to postcard advertising; (2) exposure to postcard advertising is positively correlated with attitude towards postcard advertising; and (3) exposure to postcard advertising is positively correlated with attitude towards brands advertised in postcard advertising.

Department.....Public..Relations.....Student's signature.....

Field of study.....Advertising.....Advisor's signature.....

Academic year.....2000.....Co-advisor's signature.....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาอย่างสูงจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผศ.ดร.ม.ล.วิภาวดี จิรประวัตติ ที่ได้กรุณาสละเวลาให้คำแนะนำ ปรึกษาชี้แนะแนวทาง ข้อคิดเห็นต่างๆ อันเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยครั้งนี้ ตลอดจนการตรวจสอบแก้ไขปรับปรุงวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ ผศ.รัตยา โตควณิชย์ ที่กรุณาเป็นประธานในการสอบวิทยานิพนธ์ และ อาจารย์วรวัฒน์ จินตกานนท์ ที่กรุณาเป็นกรรมการในการสอบวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ ตลอดจนคำแนะนำ ข้อคิดเห็น ข้อชี้แนะต่างๆ ที่มีคุณค่าต่องานวิจัยครั้งนี้อย่างมาก

ขอขอบพระคุณ คุณกอบเกียรติ แห่งบริษัท Take-it Card Co.,Ltd และคุณทรงยศ แห่งบริษัท Post-Card Co.,Ltd. ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดีในการให้ข้อมูลและคำแนะนำต่างๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยครั้งนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องที่เกี่ยวกับสื่อโปสการ์ด

ขอขอบพระคุณ คุณภัสภัทร์ ดีดับเชิญ , คุณทรงศิริ โควินท์ , คุณภรณ์ชฎาธิ เกตุสัมพันธ์ , คุณวราภรณ์ บุษราคัมวงษ์ , คุณชนิน ปิณฑานนท์ , คุณอรนงค์ วิบูลย์ศรีธัญญ์ , คุณ โบว์ แห่งบริษัท Dole (ประเทศไทย) จำกัด , น้องเอ๋ แห่งบริษัท ไอทีวี ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าสำหรับความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์ได้เป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ พี่สาว พี่ชายที่อยู่ห่างไกลคนละทวีปที่คอยสนับสนุนและเป็นกำลังใจให้ตลอดมา พี่ศรี ฝ่ายเสบียงและฝ่ายอำนวยความสะดวกในการให้บริการในด้านต่างๆ และที่สำคัญโดยเฉพาะน้องนุ่น น้องสาวที่แสนน่ารักที่คอยช่วยพิมพ์งานจนถึงเช้าเป็นเวลาหลายวัน รวมทั้งเจ้าเหมียวเล็กที่คอยอยู่เป็นเพื่อนมากที่สุดตลอดระยะเวลาที่ได้มีการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้

ขอขอบคุณ ก๊วะ เพื่อนที่แสนดีของน้องกิจ , น้องต้น , ตอง โก่แก้ว , นายทหารพุทที่คอยให้ความช่วยเหลือในด้านอุปกรณ์ต่างๆ น้องกิจ , แมนนี่ , อิง , อารมย์ , ตอ , สุนทรี , หนูเล็ก , ดิก Itv , จอย , ต้ม , การ , หมวย NEXT , พี่หน้อย , เกด , น้องเสาวลักษณ์ บรรดาพี่ๆ เพื่อนๆ ชาว Safe House ทุกคน และเพื่อนๆ อีกมากมายที่คอยเป็นกำลังใจให้ด้วยดีเสมอมา

# สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญแผนภาพ.....	ฎ
<b>บทที่ 1</b> บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหानำในการวิจัย.....	17
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	17
สมมติฐานการวิจัย.....	17
ขอบเขตของการวิจัย.....	18
คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	18
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	19
<b>บทที่ 2</b> เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	20
แนวคิดและทฤษฎี.....	20
แนวคิดเรื่อง การเลือกประเภทสื่อโฆษณา.....	20
แนวคิดเรื่อง การเปิดรับสื่อ.....	33
แนวคิดเรื่อง ลักษณะประชากรกับการเปิดรับสื่อ.....	42
แนวคิดเรื่องทัศนคติ.....	47
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	59
<b>บทที่ 3</b> วิธีดำเนินการวิจัย.....	63
การวิจัยเชิงคุณภาพ.....	63
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	65
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	67

การวิเคราะห์ข้อมูล.....	67
การนำเสนอข้อมูล.....	67
การวิจัยเชิงปริมาณ.....	68
ประชากร.....	68
กลุ่มตัวอย่าง.....	68
การเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	69
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	71
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	71
การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ.....	72
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	73
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	74
การประมวลผลข้อมูล.....	75
เกณฑ์ในการให้คะแนนและแปลความหมาย.....	75
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....</b>	<b>79</b>
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ.....	79
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ.....	119
<b>บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....</b>	<b>155</b>
สรุปผลการวิจัย.....	156
อภิปรายผล.....	164
ข้อจำกัดในการวิจัย.....	175
ข้อเสนอแนะในการนำไปประยุกต์ใช้.....	175
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	176
<b>รายการอ้างอิง.....</b>	<b>177</b>



สารบัญ (ต่อ)

ณ

หน้า

**ภาคผนวก**

ภาคผนวก ก.....181

ภาคผนวก ข.....190

**ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....201**

## สารบัญตาราง

ญ

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 1	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....120
ตารางที่ 2	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....120
ตารางที่ 3	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....121
ตารางที่ 4	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ส่วนตัว.....122
ตารางที่ 5	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....123
ตารางที่ 6	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับสื่อโปสการ์ด จากการเห็น การรับ และการหยิบสื่อโปสการ์ด.....124
ตารางที่ 7	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อโปสการ์ด (ได้เห็น ได้รับ และได้หยิบ).....125
ตารางที่ 8	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ความบ่อยครั้งในการหยิบสื่อโปสการ์ด.....126
ตารางที่ 9	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับสื่อโปสการ์ด จากการเห็น หรือ หยิบสื่อโปสการ์ดจากสถานที่ต่างๆ.....127
ตารางที่ 10	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ความสนใจและความตั้งใจในการเปิดรับสื่อโปสการ์ด.....128
ตารางที่ 11	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ความบ่อยครั้งในการดูรายละเอียดโฆษณาในสื่อโปสการ์ด.....129
ตารางที่ 12	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ทัศนคติที่มีต่อสื่อโปสการ์ด.....130
ตารางที่ 13	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ทัศนคติที่มีต่อราคาสินค้าที่โฆษณาในสื่อโปสการ์ด.....134
ตารางที่ 14	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอันดับของประเภทสินค้า ที่มีความเหมาะสมสำหรับนำไปใช้โฆษณาในสื่อโปสการ์ด.....137
ตารางที่ 15	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ความคิดเห็นในประเด็นเรื่องการปรับปรุงสื่อโปสการ์ด.....138
ตารางที่ 16	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ข้อเสนอแนะในสิ่งที่ต้องการให้ปรับปรุงในสื่อโปสการ์ด.....139
ตารางที่ 17	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ความคิดเห็นในประเด็นเรื่องการเพิ่มสื่อโปสการ์ดในรูปแบบอื่นๆ.....140

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ฎ

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 18	141
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวกับสื่อโปสการ์ด.....	
ตารางที่ 19	145
แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม เพศ.....	
ตารางที่ 20	145
แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อโปสการ์ด จำแนกตามเพศ.....	
ตารางที่ 21	146
แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม อายุ.....	
ตารางที่ 22	146
แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อโปสการ์ด จำแนกตามอายุ โดยสถิติ One-Way ANOVA.....	
ตารางที่ 23	147
แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ระดับการศึกษา.....	
ตารางที่ 24	148
แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อโปสการ์ด จำแนกตามระดับการศึกษา โดยสถิติ One-Way ANOVA.....	
ตารางที่ 25	149
แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ระดับรายได้.....	
ตารางที่ 26	150
แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อโปสการ์ด จำแนกตามระดับรายได้ โดยสถิติ One-Way ANOVA.....	
ตารางที่ 27	151
แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ระดับอาชีพ.....	
ตารางที่ 28	152
แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อโปสการ์ด จำแนกตามระดับอาชีพ โดยสถิติ One-Way ANOVA.....	
ตารางที่ 29	153
แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อโปสการ์ด กับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสื่อโปสการ์ด.....	
ตารางที่ 30	154
แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อโปสการ์ด กับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้าที่โฆษณาในสื่อโปสการ์ด.....	

## สารบัญภาพ

ฎ

ภาพประกอบ

หน้า

แผนภาพที่ 1	ผังแสดงองค์ประกอบของทัศนคติ.....	50
แผนภาพที่ 2	ผังแสดงความสัมพันธ์ขั้นพื้นฐานบางประการเกี่ยวกับโมเดลทัศนคติ ที่มีต่องานโฆษณา.....	55
แผนภาพที่ 3	ผังแสดงกระบวนการและขั้นตอนการจัดทำสื่อโปสเตอร์ของเจ้าของสินค้า โดยผ่านบริษัทตัวแทนโฆษณา.....	89
แผนภาพที่ 4	ผังแสดงกระบวนการและขั้นตอนการจัดทำสื่อโปสเตอร์ของเจ้าของสินค้า โดยได้รับรูปแบบจากบริษัทแม่ในต่างประเทศ.....	90
แผนภาพที่ 5	ผังแสดงกระบวนการและขั้นตอนการจัดทำสื่อโปสเตอร์ของเจ้าของสินค้า โดยผ่านบริษัทโฆษณาในเครือของเจ้าของสินค้า.....	91
แผนภาพที่ 6	ผังแสดงกระบวนการและขั้นตอนการจัดทำสื่อโปสเตอร์ของเจ้าของสินค้า โดยผ่านบริษัทรับออกแบบงานอิสระ.....	93
แผนภาพที่ 7	ผังแสดงกระบวนการและขั้นตอนการจัดทำสื่อโปสเตอร์ของเจ้าของสินค้า โดยผ่านบริษัทผู้ผลิตสื่อโปสเตอร์.....	95