

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



242285

ปัจจัยการสื่อสารที่ไม่ใช่สื่อสารประกอบโดยตัว  
ของประชากรในสังคมไทยใหม่

อัครฤกษ์ สิทธิแก้ว

ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์  
มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. ๒๕๕๕



ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการซื้อหน่วยใต้ดิน  
ของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่



อัศฉา สิทธิแก้ว

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์  
สำนักบริหารและพัฒนาระบบราชการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้  
พ.ศ. 2554

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้



ใบรับรองปัญหาพิเศษ  
สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้  
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร

ชื่อเรื่อง

ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการซื้อหวยใต้ดิน  
ของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่

โดย

อัศฎา สิทธิแก้ว

พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการที่ปรึกษา

  
(รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์)  
วันที่ 22 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2554

กรรมการที่ปรึกษา

  
(อาจารย์ ดร.อุดมลักษณ์ ธรรมปัญญา)  
วันที่ 22 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2554

กรรมการที่ปรึกษา

  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลฉวี พลวัน)  
วันที่ 22 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2554

ประธานกรรมการประจำหลักสูตร

  
(รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์)  
วันที่ 22 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2554

สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการรับรองแล้ว

  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร ยศราช)  
ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา  
วันที่ 23 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2554

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการซื้อหอยใต้ดิน ของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน	นายอัศฎา สิทธิแก้ว
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์

### บทคัดย่อ

242285

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมการซื้อหอยใต้ดิน และปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อหอยใต้ดิน จำแนกเป็นปัจจัยด้านการสื่อสารและปัจจัยแวดล้อม กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือผู้ซื้อหอยใต้ดินในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 12 คน ที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงโดยพิจารณาตามคุณสมบัติที่กำหนด เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสัมภาษณ์เจาะลึกรายบุคคลที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 18 - 70 ปี อาชีพนักเรียน นักศึกษา รับจ้าง พนักงาน เจ้าของกิจการ และแม่บ้าน มีรายได้ตั้งแต่ 2,500 - 30,000 บาท การศึกษาสูงสุดคือ ปริญญาตรี มีประสบการณ์ซื้อหอยใต้ดินตั้งแต่ 3 - 40 ปี ซึ่งส่วนใหญ่มีคนในครอบครัวได้แก่ พ่อ แม่ และพี่ที่ชอบซื้อหอยใต้ดิน

พฤติกรรมการซื้อหอยใต้ดินพบว่า นิยมซื้อเพียงงวดละหนึ่งครั้ง รูปแบบที่นิยมซื้อคือ สองตัว บน - ล่าง สามตัว หัว - ท้าย เต็งและโต๊ด ค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละงวดขึ้นอยู่กับอาชีพของแต่ละคน โดยกลุ่มนักเรียน/นักศึกษาซื้อประมาณ 300 - 900 บาท กลุ่มคนทำงานซื้อประมาณ 1,000 - 10,000 บาท และผู้สูงอายุซื้อประมาณ 1,000 - 3,000 บาท และทั้งสามกลุ่มนิยมสั่งซื้อหอยใต้ดินด้วยตัวเอง ในช่วงเช้าของวันออกตลาดกินแบ่งรัฐบาล หรือก่อนหน้านั้นหนึ่งวัน

ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อรูปแบบการซื้อ พบว่า สื่อบุคคล คือ ตนเอง และคนเดิน โปยมีผลต่อกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา และกลุ่มผู้สูงอายุ ในขณะที่สื่อบุคคลที่มีผลต่อกลุ่มคนทำงานนอกจากจะมีตนเองและคนเดิน โปยแล้ว พบว่าหมอคูมีผลต่อรูปแบบการซื้อหอยใต้ดินของคนกลุ่มนี้ด้วย ทางด้านสื่อมวลชน พบว่า อินเทอร์เน็ตมีผลต่อกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา ส่วนสื่อมวลชนได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และสื่อเฉพาะกิจได้แก่ เอกสารเลขเก็ง เลขเด็ด ตำราทำนายฝัน ตารางเลขประจำวันมีผลต่อกลุ่มคนทำงานและกลุ่มผู้สูงอายุ เนื้อหาข้อมูลของสื่อที่ทำให้ตัดสินใจซื้อหอยใต้ดิน คือ รูปแบบการซื้อ ประสบการณ์ซื้อ วิธีการซื้อ การทำนายและการเปลี่ยนแปลงผลตอบแทน โดยสื่อนำเสนอด้วยการจูงใจ และกระตุ้นอารมณ์ให้อยากซื้อ ปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อรูปแบบการ

ซื้อหอยไต้ดินของผู้ซื้อทั้งสามกลุ่ม เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ 1) ด้านสังคม ได้แก่ สิ่งแวดล้อมในสังคมที่อาศัยอยู่มีการซื้อขายหอย 2) ด้านวัฒนธรรม ได้แก่ ความเชื่อ โชคลาง ความฝัน 3) ด้านสถานการณ์ ได้แก่ โอกาสพิเศษ และวันสำคัญต่าง ๆ และด้านจิตวิทยา ได้แก่ ความต้องการเงินรางวัล รักความสนุกสนาน ความชอบเสียงควง 4) ด้านกฎหมาย ได้แก่ ข้อจำกัดของสถานกบินแบ่งรัฐบาล

ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อของผู้ซื้อทั้งสามกลุ่มพบว่าเหมือนกันคือ สื่อบุคคลที่มีผล ได้แก่ ตนเอง คนเดินโพย เพื่อน และหมอลูด มีเนื้อหาเป็นข้อมูลที่ช่วยในการตัดสินใจ ได้แก่ ประสบการณ์ซื้อ ความเชื่อ รูปแบบที่ซื้อ และมีการนำเสนอแบบจูงใจและกระตุ้นอารมณ์ให้อยากซื้อ เช่น โปรโมชั่น ผลตอบแทน และสิทธิพิเศษ ส่วนปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อของผู้ซื้อทั้งสามกลุ่ม เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ 1) ด้านจิตวิทยา ได้แก่ ความต้องการเงินรางวัล รักความสนุกสนาน ความชอบเสียงควง 2) ด้านวัฒนธรรม ได้แก่ ความเชื่อ โชคลาง ความฝัน 3) ด้านสังคม ได้แก่ สิ่งแวดล้อมในสังคมที่อาศัยอยู่มีการซื้อขายหอย 4) ด้านสถานการณ์ ได้แก่ โอกาสพิเศษ และวันสำคัญต่าง ๆ 5) ด้านกฎหมาย ได้แก่ ข้อจำกัดของสถานกบินแบ่งรัฐบาล

สรุปการวิจัยครั้งนี้พบว่า ปัจจัยหลักที่มีผลต่อการซื้อหอยไต้ดินคือ ปัจจัยแวดล้อม ได้แก่ 1) ด้านจิตวิทยา ได้แก่ ความต้องการเงินรางวัล นิสัยความชอบ และด้านวัฒนธรรม ได้แก่ ความเชื่อ โชคลาง ความฝัน 2) ด้านสังคม ได้แก่ สิ่งแวดล้อมในสังคมที่อาศัยอยู่มีการซื้อขายหอย 3) ด้านสถานการณ์ ได้แก่ โอกาสพิเศษ และวันสำคัญต่าง ๆ และ 4) ด้านกฎหมาย ได้แก่ ข้อจำกัดของสถานกบินแบ่งรัฐบาลมีผลต่อรูปแบบการซื้อที่แตกต่างกันและส่งผลต่อค่าใช้จ่ายสูงขึ้น ส่วนปัจจัยการสื่อสารเป็นปัจจัยสนับสนุนในการหาข้อมูลประกอบการซื้อ

<b>Title</b>	The Influence of Communication Factors on Purchasing of Illegal Lotto of Chiang Mai's Citizens
<b>Author</b>	Mr. Asda Sitthikaew
<b>Degree of</b>	Master of Arts in Communications
<b>Advisory Committee Chairperson</b>	Associate Professor Dr. Wittaya Damrongkiattisak

**ABSTRACT****242285**

The objectives of this qualitative study were to investigate: 1) illegal lotto purchasing behavior and 2) factors effecting the illegal lotto purchasing based on communication and environment. Interview schedule and in – depth interview were used for data collection. Informants in this study consisted of 12 persons obtained by purposive sampling.

Results of the study revealed that the informants were 18 – 70 years old, students, hired workers, business owners, and housewives. Their monthly income was 2,500 - 30,000 baht. Their highest educational attainment was bachelor's degree. The informants had years of lotto purchasing experience for 3 - 40 years. Most of their family members such as parents and siblings had experience in illegal lotto purchasing.

For illegal lotto purchasing behavior, it was found that the informants preferred to purchase illegal lotto once per lot. They preferred to purchase a two figure number, up and down, a three figure number, head and tail, and exact figure and tote. The expenses were based on career of an individual. It was found that students, working people, and elderly purchased illegal lotto for 300 - 900, 1,000 - 10,000, and 1,000 - 3,000 baht, respectively. They preferred to purchase it by themselves. They usually purchased illegal lotto in the morning of the government lottery day or on the day before.

With regards to communication factors effecting the form of illegal lotto purchasing, it was found that fortune – tellers and personnel media: the informants themselves and illegal lotto sellers had an effect on students, working people and elderly. Besides, interned had an effect on students whereas mass media and dream prediction books had an effect on working people and elderly. The content of media making the informants to purchase illegal lotto included purchasing form, purchasing experience, purchasing method, prediction, and change of returns. These motivated and encouraged the informants to purchase illegal lotto. The following had an effect on the informants to purchase illegal lotto: 1) social aspect – social environment of people living in the society having illegal lotto; 2) cultural aspect – beliefs in fortune and dreams; 3) situational aspect – special occasions need for reward, fun, and tying luck.; and 4) lawful aspect – limitation of government lotto.

For communication factors effecting the expenses in illegal lotto purchasing of the informants, it was found that personnel media, purchasing experience, beliefs, and purchasing form had an effect on the decision – making to purchase illegal lotto. Besides, promotion, returns, and privilege also had an effect on the decision – making of the informants. The following environmental factors had an effect on the decision – making of the informants: 1) psychological aspect – need for rewards, fun and trying luck; 2) cultural aspect – beliefs in fortune and dream; 3) social aspect – the society having illegal lotto purchasing; 4) situational aspect – special occasions and important days; and 5) lawful aspect – limitation of the government lotto, respectively. However, communication factors were the ones supporting data seeking for purchasing illegal lotto.

## กิตติกรรมประกาศ

“มนุษย์เป็นสัตว์ประเสริฐด้วยการฝึก ถ้าหากไม่ฝึกหาประเสริฐไม่...” คำกล่าวเตือนสติของพระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต) เป็นคำกล่าวที่ทำให้ข้าพเจ้ารู้ถึงความภาคภูมิใจในการศึกษาระดับมหาบัณฑิต อย่างไรก็ตามความภาคภูมิใจนี้คงไม่สำเร็จจุล่งได้ หากไม่คุณครูผู้ฝึกฝน และทำให้ข้าพเจ้าเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์

กราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา คำรงค์เกียรติศักดิ์ ประธานกรรมการที่ปรึกษา อาจารย์ ดร.อุดมลักษณ์ ธรรมปัญญา และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลฉัตร พลวัน กรรมการที่ปรึกษา ที่เมตตาให้ความอนุเคราะห์ ให้คำปรึกษา ชี้แนะ ตรวจสอบแก้ไขความถูกต้องของงานวิจัยจนกระทั่งเสร็จสมบูรณ์

ขอขอบคุณ อาจารย์รอยส์ อาจารย์เต่า อาจารย์ก้อย และอาจารย์แก้ว ที่ถ่ายทอดวิชาความรู้กับข้าพเจ้า และขอขอบคุณพี่ๆประจำคณะฯ ที่สมพร พี่ยุ พี่หล้า ป้าเยาว์ และพี่หนุ่มแอดมินที่อำนวยความสะดวกในการติดตามงานวิจัย ขอขอบคุณ คุณสหัทยา คำรงค์เกียรติศักดิ์ และเจ้าหน้าที่สำนักงานบัณฑิตศึกษาทุกท่านที่อนุเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบสำคัญในการเป็นมหาบัณฑิตของมหาวิทยาลัยแม่โจ้

ขอขอบคุณเพื่อนนิเทศศาสตร์ แม่โจ้รุ่น 10 พี่แห้ว พี่นงค์ หัวเรือใหญ่ของรุ่นคอยส่งกำลังใจให้ สู้ สู้ มาโดยตลอด จนกระทั่งเป็นคำติดปากของรุ่นไปแล้ว ขอขอบคุณน้องยะ นาน พี่ตาต้า ป๊อบ ที่เป็นกลุ่มก๊วน “ปวน” และ “ปวง” มาจนถึงปัจจุบัน ขอขอบคุณพี่รด แนท ตรี พี่กึ่ง พี่จอย พี่เบิ้ม พี่ต่าย นุ่น กล้า พี่กอล์ฟ ก้อย เพื่อนร่วมรุ่นที่ทำกิจกรรมด้วยกันมาจนจบ ถึงแม้บางท่านจะมีทางเดินของตนเองแล้วก็ตาม และขอขอบคุณอาจารย์บอมส์ แห่งราชภัฏเชียงใหม่ ที่เข้าร่วมทำกิจกรรมกับรุ่น 10 จนกลายเป็นเพื่อนร่วมรุ่นกันไปแล้ว

ขอขอบพระคุณ อ.จินดา อ.รุ่งทิพย์ อ.ไฉไล และพี่ ๆ ห้องสำนักวิชาการ มจร. วิทยาเขตเชียงใหม่ ที่ปฏิบัติกับข้าพเจ้าเป็นอย่างดี สอนให้รู้ และทำให้ข้าพเจ้ามีความสุขในการทำงาน

สุดท้ายกราบขอบพระคุณพ่ออินทร คุณแม่เพ็ญศรี สิทธิแก้ว ที่สนับสนุนทุนการศึกษาตามกำลังของท่านที่จะทำได้ และท่านเป็นกำลังใจที่สำคัญที่สุด ยามที่ข้าพเจ้าท้อแท้ หมดกำลังใจ ประโยชน์ใด ๆ อันเกิดจากงานวิจัยนี้ ขอมอบความดีทั้งหมดแด่บุคคลที่เอ๋ยถึง ซึ่งเป็นความภาคภูมิใจที่เป็นรางวัลอันยิ่งใหญ่แก่ข้าพเจ้า

อัศฎา สิทธิแก้ว

มีนาคม 2554

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(5)
กิตติกรรมประกาศ	(7)
สารบัญ	(8)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญภาพ	(11)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาของปัญหา	1
ความสำคัญของปัญหา	3
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
ขอบเขตของการวิจัย	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
นิยามศัพท์ปฏิบัติการ	6
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	9
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร	9
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	18
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาด	30
ประวัติความเป็นมาของหอยไต้ดิน	33
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	37
ภาคสรุป	42
กรอบแนวคิดการวิจัย	44
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	45
สถานที่ดำเนินงานวิจัย	45
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	45
เครื่องมือในการวิจัย	49

	หน้า
การทดสอบเครื่องมือ	50
การเก็บรวบรวมข้อมูล	51
การวิเคราะห์ข้อมูล	51
บทที่ 4 ผลการวิจัย และวิจารณ์	53
ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล	55
ตอนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อหอยไต้ดิน	59
ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อหอยไต้ดิน	81
3.1 ด้านรูปแบบ	83
3.2 ด้านค่าใช้จ่าย	101
ปัจจัยที่มีผลต่อการเลิกซื้อหอยไต้ดิน	118
พฤติกรรมการซื้อ และปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อหอยไต้ดินในทัศนะของผู้ที่เกี่ยวข้อง	124
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	139
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	139
วิธีดำเนินการวิจัย	139
สรุปผลการวิจัย	140
ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย	146
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	151
บรรณานุกรม	154
ภาคผนวก	158
ผนวก ก แบบสัมภาษณ์	159
ผนวก ข ภาพรูปแบบหอยไต้ดิน	174
ผนวก ค สื่อที่ใช้ในการซื้อหอยไต้ดิน	177
ผนวก ง ประวัติผู้วิจัย	186

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
1	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการซื้อที่เรียกว่าติดหอย แบ่งตาม ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีลักษณะที่แตกต่างกัน	46
2	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการซื้อที่เรียกว่าติดหอย แต่ปัจจุบันเลิกซื้อ แบ่งตามวัย และอาชีพที่แตกต่างกัน	47
3	สรุปจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย	48
4	ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างแต่ละคน	56
5	พฤติกรรมการซื้อหอยใต้ดิน	68
6	วิเคราะห์ปัจจัยด้านครอบครัวกับพฤติกรรมการซื้อหอยใต้ดิน	71
7	วิเคราะห์ปัจจัยด้านรายได้กับพฤติกรรมการซื้อหอยใต้ดิน	72
8	วิเคราะห์ปัจจัยด้านประสบการณ์ซื้อหอยใต้ดิน	73
9	พฤติกรรมการซื้อหอยใต้ดิน แบ่งตามกลุ่มอาชีพ	79
10	การเปรียบเทียบรายได้กับค่าใช้จ่ายในการซื้อของของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามอาชีพ	80
11	ปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการในซื้อหอยใต้ดิน	98
12	ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อหอยใต้ดิน	112
13	ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เลิกซื้อหอยใต้ดิน	118
14	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลิกซื้อหอยใต้ดิน	123
15	พฤติกรรมการซื้อ และปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อหอยใต้ดินในทัศนะของผู้เกี่ยวข้อง	134

## สารบัญญภาพ

ภาพ		หน้า
1	แบบจำลองแมทริกซ์การสื่อสาร (Wittaya's communication matrix model)	10
2	รูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้อ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค	20
3	กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	26
4	ขั้นตอนระหว่างพฤติกรรมการประเมินผลและการตัดสินใจ	27
5	กรอบแนวคิดการวิจัย	44
6	ผังอภิปรายผลการศึกษา	54
7	ปัจจัยส่วนบุคคล	55
8	พฤติกรรมการซื้อหอยไต้หวัน	59
9	ผังอภิปรายตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อหอยไต้หวัน	81
10	ปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบในการซื้อหอยไต้หวัน	82
11	ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อหอยไต้หวัน	100
12	ผังอภิปรายปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อหอยไต้หวัน	118
13	หอยไต้หวันรูปแบบหอยใบละ 40 บาท หรือ หอยแอร์	175
14	หอยไต้หวันรูปแบบหอยกระด้าง	176
15	ข่าวหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เรื่อง “ศพเด็ก 2002 ศพ”	178
16	ข่าวหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เรื่อง “พระเกจิละสังขาร”	179
17	ข่าวหน้าหนึ่งจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เรื่อง “นักเล่นหอยแน่น สุสานเด็กควานล่า เลขเด็ด”	180
18	ข่าวหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เรื่อง “ตะเคียนยักษ์”	181
19	อินเทอร์เน็ต (เว็บทำนายฝัน)	182
20	ตารางเลขประจำวัน	183
21	เอกสารเลขเก็ง เอกสารเลขเด็ด และเอกสารหลังใบเรียงเบอร์	184
22	ตำราทำนายฝัน	185