

การศึกษาและพัฒนาอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจกรณีศึกษา
การจูงใจให้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยตนเอง



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการออกแบบ
สิงหาคม 2559

การศึกษาและพัฒนาอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจกรณีศึกษา
การจูงใจให้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยตนเอง



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมและการออกแบบ

สิงหาคม 2559

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การศึกษาและพัฒนาอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจกรณีศึกษา
การจูงใจให้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยตนเอง



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการออกแบบ
สิงหาคม 2559

กฤตพร เพ็ชรน้ำเขียว. (2559). การศึกษาและพัฒนาอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ
กรณีศึกษา การจูงใจให้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยตนเอง.
ปริญญาโท ศป.ม. (นวัตกรรมการออกแบบ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโท: อาจารย์ ดร.กรกมล
คำสุข, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิเทพ มุสิกะปาน.

การศึกษานี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาและพัฒนาอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ
ใช้กรณีศึกษาการจูงใจให้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยตนเอง โดยศึกษาจาก
อินโฟกราฟิกเคลื่อนไหว จำนวน 6 ผลงานซึ่งผู้เชี่ยวชาญด้านกราฟิกเป็นผู้คัดเลือกจากผลงาน
ทั้งหมด 24 ผลงานที่ผลิตโดยอินโฟกราฟิก ไทยแลนด์ องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะ
และศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ไม่เคยยื่นแบบ
แสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยตนเอง จำนวน 74 คน ใช้วิธีสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้
ในการวิจัย คือ แบบสอบถามออนไลน์ และแบบสัมภาษณ์ทางอีเมล

ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบของอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ
ข้อมูลเนื้อหา เสียงบรรยาย และภาพประกอบ โดยกลุ่มเป้าหมายต้องการให้ข้อมูลเนื้อหาเป็น
ลักษณะการให้ความรู้ที่ถูกต้อง และยกตัวอย่างประกอบกันมากกว่าการโฆษณาชวนเชื่อ และชมเชย
ด้วยบทลงโทษ และโดยส่วนมากไม่ให้ความสำคัญกับเสียงบรรยายโดยจะเป็นชายหรือหญิงก็ได้ แต่
หากเปรียบเทียบกันแล้ว เสียงบรรยายของเพศชายก็ทำให้รู้สึกผ่อนคลายมากกว่าเสียงบรรยายของ
เพศหญิง และความเร็วการพูดควรอยู่ในช่วง 151-200 คำต่อนาที ส่วนภาพประกอบที่ชื่นชอบคือ
ภาพกราฟิก ซึ่งให้ความชัดเจน ดึงดูดความสนใจ และไม่เกิดอคติ การนำผลการวิจัยไปการพัฒนา
พบว่า องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการออกแบบอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจคือ
องค์ประกอบในด้านข้อมูลเนื้อหา โดยข้อมูลเนื้อหาที่มากเกินไปจะทำให้อินโฟกราฟิกนั้นมีความ
น่าเบื่อ และไม่น่าสนใจแม้จะเป็นเนื้อหาที่มีความสำคัญก็ตาม

สรุปผลการวิจัย ผู้วิจัยได้ค้นพบองค์ประกอบที่มีความเหมาะสมในการออกแบบอินโฟ
กราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจซึ่งสามารถสร้างความเข้าใจ และให้ความรู้ต่อกกลุ่มเป้าหมายได้ แต่
ทั้งนี้ความน่าสนใจก็ขึ้นอยู่กับความสามารถในการเล่าเรื่องอีกเช่นกัน

A STUDY AND DEVELOPMENT OF ANIMATED INFOGRAPHIC FOR MOTIVATION
A CASE STUDY OF MOTIVATING THE FIRST TIME USER TO FILL PERSONAL
INCOME TAX RETURN.



Presented in Partial Fulfillment of Requirements for the
Master of Fine Arts Degree in Design Innovation
at Srinakharinwirot University
August 2016

Kridtaphorn Phetnamkhieo. (2016). *A Study and Development of Animated Infographic for Motivation a Case Study of Motivating the First Time User to Fill Personal Income Tax Return*. Master thesis, M.F.A. (Design Innovation). Bangkok: Graduate School, Srinakarinwirot University. Advisor Committee: Dr. Koraklod Kumsook, Asst. Prof. Dr. Ravitep Musikapan.

The purpose of this study is to improve the animated info graphic media in used the case of motivating the first-time user to complete a personal income tax return. They were selected by a group of professionals, six out of twenty-four of animated info graphics made by Info graphic Thailand, Thai PBS and TCDC, were studied and used as a base, and seventy-four of random internet-using citizens who had never paid personal income tax by themselves before as samples. An online questionnaire and e-mail interviews were for the purpose of information collecting.

The results of the study found that the elements of an animated info graphic, which can be separated in three sections; information, narration, and graphic. The target group wanted the information to be more informative and accurate than advertisements or threaten with a punishment. Most of the participants did not mind about the voice, which could be male or female, but in comparison, it was reported that a male voice provides a more relaxing sensation, and the speed of speaking must be between 151 - 200 words per minute. The most popular picture was the graphic one, which had greater accuracy, was more appealing, and had no bias. After using the results to improve the work, it was found that the most important element of an animated info graphic for motivating designation; the information element: too much information which caused boredom and was less appealing despite the importance.

In conclusion, the researcher found that the appropriate elements in animated info graphic for motivating designation can inform the target group, but the narration is still matters.

กิตติกรรมประกาศ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีด้วยความอนุเคราะห์จากหลายฝ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งคณะกรรมการบริหารหลักสูตร ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต วิชาเอกนวัตกรรม การออกแบบที่ให้ความรู้และข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าตลอดจนคณาจารย์ ทั้งอดีต และปัจจุบันที่ประสาทวิชาความรู้อันเป็นฐานที่ก่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพในทุกๆด้าน บุคคลหลายท่านที่จะได้กล่าวถึงหนึ่งในนั้นคือ

ขอขอบพระคุณอาจารย์ ดร.กรกมล คำสุข ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวิเทพ มุสิกะ ปาน กรรมการผู้ควบคุมปริญญานิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.แววตา เตชาทวีวรรณ ในการให้ คำแนะนำปรึกษาในทุกขั้นตอนของการศึกษาและการทำวิจัยเพื่อพัฒนางานออกแบบครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ คุณนิธิศ ศิริวรกมล คุณคณันตร รังสีกาญจน์ส่อง และคุณพรรณอร ประยงค์ ผู้เชี่ยวชาญด้านกราฟิกคอมพิวเตอร์ ผู้เชี่ยวชาญด้านภาพยนตร์ และผู้เชี่ยวชาญด้าน วิชาการสรรพกรผู้ให้คำแนะนำ และตรวจสอบความถูกต้องของเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้

ขอขอบพระคุณสุดท้ายผู้วิจัยขอขอบคุณมารดา รวมถึงครอบครัวเพ็ชรน้ำเขียว อาจารย์ ทุกท่านที่มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และมหาวิทยาลัยศิลปากรที่ประสาทวิชา ขอขอบคุณผู้พร เมืองใจ สิทธิพร บุญเกลี้ยง ณิชารีย์ สุขอร่าม และกรรณิกา บุญศรีที่มีส่วนร่วมในการวิจัยและพัฒนา ให้คำแนะนำที่มีประโยชน์ในด้านต่างๆ และเพื่อนๆ สาขานวัตกรรมการออกแบบที่คอยผลักดันจน งานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

กฤตพร เพ็ชรน้ำเขียว

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลังของปัญหา	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	3
ความสำคัญของการวิจัย	3
ขอบเขตของงานวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	3
กรอบแนวคิดการวิจัย	3
สมมติฐานการวิจัย	4
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิดเกี่ยวกับอินโฟกราฟิก	6
ประเภทของอินโฟกราฟิก	6
ความเป็นมาของอินโฟกราฟิก	7
รูปแบบของอินโฟกราฟิก	9
หลักในการออกแบบอินโฟกราฟิกให้มีประสิทธิภาพ	13
กระบวนการในการออกแบบอินโฟกราฟิก	14
สิ่งที่ไม่ควรทำในการออกแบบอินโฟกราฟิก	15
หลักการของภาพยนตร์และภาพเคลื่อนไหว	16
ประเภทของภาพเคลื่อนไหว	17
กระบวนการออกแบบภาพเคลื่อนไหว	22
ทฤษฎีแรงจูงใจ	29
ประเภทของแรงจูงใจ	29
กระบวนการเกิดแรงจูงใจ	30
ทฤษฎีแรงจูงใจ	31
ทฤษฎีโน้มน้าวใจ	33
3 วิธีดำเนินการวิจัย	35
ระยะที่ 1 การศึกษาสื่ออินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ	35
ระยะที่ 2 การศึกษาองค์ประกอบของสื่ออินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ...	35

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 (ต่อ)	
ระยะที่ 3 การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ	36
แผนผังวิธีการดำเนินการวิจัย	37
ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย	38
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	39
ขั้นตอนที่ 1	39
ขั้นตอนที่ 2	42
ขั้นตอนที่ 3	44
ขั้นตอนที่ 4	48
5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	56
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล	56
อภิปรายผล	59
ข้อเสนอแนะ	60
บรรณานุกรม	61
ภาคผนวก	64
ภาคผนวก ก	65
ภาคผนวก ข	95
ภาคผนวก ค	103
ภาคผนวก ง	107
ประวัติย่อผู้วิจัย	109

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวน (ความถี่) คำร้อยละ และข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม	40
2 แสดงผลการทดสอบความรู้ และทัศนคติที่มีต่อภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	41
3 แสดงผลการสอบถามความพอใจด้านเสียงบรรยาย	43
4 แสดงผลการสอบถามความพอใจด้านภาพประกอบ	45



บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แผนภาพสาเหตุของการตาย (กุหลาบในดิงเกล) ค.ศ. 1854	7
2 แผนทื่อหิวาตกโรคของจอห์น สโนว์ ค.ศ. 1854	8
3 แผนที่ความสูญเสียของกองทัพฝรั่งเศสในการรุกรานรัสเซีย ค.ศ. 1861	9
4 อินโฟกราฟิกรูปแบบการอธิบายข้อมูล	10
5 อินโฟกราฟิกรูปแบบการลำดับขั้นของข้อมูล	11
6 อินโฟกราฟิกรูปแบบการแสดงสถิติ	11
7 อินโฟกราฟิกรูปแบบการลำดับขั้นเวลา	12
8 อินโฟกราฟิกรูปแบบการเปรียบเทียบข้อมูล	12
9 อินโฟกราฟิกรูปแบบการแสดงผลข้อมูลภูมิศาสตร์	13
10 ภาพโปรโมทของ Pocahontas โปคาฮอนทัส	18
11 ภาพโปรโมทของ Chicken Run วิ่ง...สู้...กระต๊ากสนั่นโลก	19
12 ภาพโปรโมทของ Finding Nemo ปลาเล็ก หัวใจโต...โต ค.ศ. 2003	20
13 ภาพโปรโมทของ Frozen ผจญภัยแดนคำสาปราชินีหิมะ	21
14 ทฤษฎีโครงสร้างการเขียนบท (Three-Act Structure)	22
15 บทนำ	22
16 การดำเนินเรื่อง	23
17 จุดสูงสุดของเรื่อง (Climax)	24
18 บทสรุป	24
19 ทฤษฎีการจัดองค์ประกอบภาพ (Mise-en-scene)	25
20 การประยุกต์ใช้ทฤษฎีการจัดองค์ประกอบภาพใน Frozen	26
21 (ซ้าย) เกล็ดหิมะเดนไดร์ท เปรียบเทียบกับ (ขวา) เกล็ดหิมะของเอลซ่า	26
22 บทภาพของ Frozen	27
23 การพากย์เสียง	27
24 กฎพื้นที่ปลอดภัยสำหรับจอภาพขนาดต่างๆ	28
25 รูปแบบเสียงของเพศชาย	51
26 รูปแบบเสียงของเพศหญิง	51
27 แบบร่างชุดสีสันสดใสที่นิยมใช้ในงานอินโฟกราฟิก	52
28 แบบร่างตัวละครที่นิยมใช้ในงานอินโฟกราฟิก	53
29 แบบร่างแนวทางการอธิบายสถิติในอินโฟกราฟิก	54

บัญชีภาพประกอบ (ต่อ)

ภาพประกอบ	หน้า
30 การใช้ทฤษฎีองค์ประกอบภาพในอินโฟกราฟิก	54
31 แบบร่างแนวทางการเปรียบเทียบข้อมูลในอินโฟกราฟิก	55



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

อินโฟกราฟิก (Infographic) หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า แผนภาพข้อมูล เป็นการแปลงข้อมูลให้เป็นภาพโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจได้ง่าย โดยสื่อสารด้วยภาพที่แสดงข้อมูลสรุปใจความสำคัญ (Digest) ได้อย่างชัดเจน (ชาคุระตะ. 2558: 9) เนื่องจากการอ่านข้อมูลที่มีความยาวหลายหน้าต้องใช้เวลานาน ทำให้ผู้อ่านเบื่อหน่าย ละเลยหรือไม่สนใจข้อมูลเหล่านั้น แต่อินโฟกราฟิกนำเสนอข้อมูลในภาพรวม ทำให้เข้าใจเนื้อหาทั้งหมดได้ในระยะเวลาอันสั้น และหากสนใจรายละเอียดก็สามารถติดตามอ่านต้นฉบับที่เป็นข้อความได้ในภายหลัง ซึ่งสังคมยุคข้อมูลข่าวสารเช่นปัจจุบันที่เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก จึงต้องการประหยัดเวลาในการรับรู้สารสนเทศโดยใช้ระยะเวลาน้อยที่สุด อินโฟกราฟิกจึงตอบโจทย์พฤติกรรมการใช้สารสนเทศของสังคมในยุคปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

อินโฟกราฟิกไม่ใช่นวัตกรรมใหม่ หากย้อนกลับไปในยุคสงครามไครเมีย ราว ค.ศ. 1854 มีหลักฐานว่า อินโฟกราฟิกถูกนำมาใช้โดยฟลอเรนซ์ ไนติงเกล (Florence Nightingale) พยาบาลชาวอังกฤษผู้ออกแบบชิ้นงานที่มีชื่อว่า แผนภาพสาเหตุของการตาย (Diagram of the Causes of Mortality) หลังจากเธอพบว่า สิ่งที่สำคัญที่สุดของทหารผ่านศึกได้ในจำนวนมากเท่าๆ กับทหารที่ตายในสงคราม คือ สภาพความเป็นอยู่ในสถานพยาบาลของทหารที่สกปรกและแออัด ทำให้เกิดการติดเชื้อรุนแรงและการสูญเสียชีวิตโดยไม่จำเป็น ไนติงเกลเสนอข้อมูลนี้ต่อรัฐบาล แต่หน่วยงานชั้นสูงของรัฐไม่สนใจข้อมูลของเธอ เธอจึงได้คิดค้นหาวิธีนำเสนอข้อมูลใหม่โดยปรึกษากับนักสถิติศาสตร์ จนในที่สุด ก็สามารถออกแบบแผนภาพสาเหตุของการตาย แทนการนำเสนอในรูปตารางบรรจุข้อมูลยาวเหยียด โดยเปรียบเทียบส่วนต่างของจำนวนการเสียชีวิตของทหารจากเหตุสุดวิสัย และเหตุที่เกิดจากสาธารณสุขที่ไม่เหมาะสม ซึ่งสามารถป้องกันได้หากปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้มีสาธารณสุขที่ดีขึ้น แผนภาพของไนติงเกลใช้สีแสดงความต่างของข้อมูลและคลี่ขยายพื้นที่จากศูนย์กลางจนดูเหมือนกลีบดอกกุหลาบ จึงมีชื่อเรียกผลงานชิ้นนี้ว่า แผนภาพกุหลาบไนติงเกล (Nightingale Rose Diagram) (อาศิรา พนาราม. 2555: ออนไลน์) และในปีเดียวกันจอห์น สโนว์ (John Snow) นายแพทย์ชาวอังกฤษได้ออกแบบชิ้นงานที่มีชื่อว่า แผนที่อหิวาตกโรคของจอห์น สโนว์ (John Snow's Cholera Map) ซึ่งเป็นแผนภาพแสดงการระบาดของอหิวาตกโรคในเมืองลอนดอนในสมัยนั้น (Butters. 2015: Online)

จุดเด่นของอินโฟกราฟิก คือ การใช้ภาพทำให้เข้าใจข้อมูลได้ง่าย จึงถูกนำไปใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการโฆษณาจูงใจหรือให้ความรู้ เดิมอินโฟกราฟิกถูกนำเสนอในรูปแบบของสิ่งตีพิมพ์ แต่ต่อมาเมื่อเทคโนโลยีภาพเคลื่อนไหว (Animation) เจริญแพร่หลายมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อภาพนิ่ง เนื่องจากสามารถส่งเสริมทั้งการเรียนรู้เชิงกระบวนการวิธี

(Procedural learning) และการเรียนรู้แบบพรรณนา (Descriptive learning) (สุธา เหลือลมัย. 2556: 72; อ้างอิงจาก Chan. 1998. *Animation to Teach Students at Different Knowledge Levels*) ภาพเคลื่อนไหวจึงถูกนำมาประยุกต์ใช้ร่วมกับการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบอินโฟกราฟิก หรือที่เรียกว่า อินโฟกราฟิกเคลื่อนไหว (Animated infographic)

ในประเทศไทย อินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวที่มีชื่อเสียงอย่างมากชุดหนึ่ง คือ ‘รู้สู้ flood’ เผยแพร่ทางสื่อโทรทัศน์ของ Thai PBS ในขณะเกิดเหตุการณ์น้ำท่วมกรุงเทพมหานครเมื่อ พ.ศ. 2554 ซึ่งนำเสนอข้อมูลความรู้เกี่ยวกับภัยน้ำท่วมและวิธีการรับมือ โดยเปรียบเทียบปริมาณน้ำที่กรุงเทพมหานครผ่านตัวการ์ตูนปลาวาฬสีฟ้า อธิบายด้วยคำศัพท์พื้นฐานแทนคำศัพท์เฉพาะ และนำเสนอตอนละ 2-4 นาที ทำให้ผู้รับชมเข้าใจได้ง่ายขึ้น หลังจากอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหว รู้สู้ flood เผยแพร่ทางโทรทัศน์ ทำให้วิธีการนำเสนอแบบอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวได้รับความนิยมขึ้นมาอย่างแพร่หลาย จนในปัจจุบันมีหลายองค์กรที่ดำเนินกิจการเกี่ยวกับการออกแบบและผลิตอินโฟกราฟิกทั้งแบบภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว และด้วยความต้องการทางการตลาดที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ทำให้นักออกแบบต้องพัฒนาตนเองให้สามารถออกแบบอินโฟกราฟิกได้เพื่อตอบสนองผู้ว่าจ้าง โดยอาจไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอินโฟกราฟิกอย่างแท้จริง ทำให้ผลงานอินโฟกราฟิกหลายเรื่องไม่ประสบความสำเร็จ ไม่สามารถให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ชม รวมทั้งไม่จูงใจให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม

การรับรู้ข้อมูลผ่านอินโฟกราฟิกของกลุ่มเป้าหมายที่มีประสิทธิผล คือ บุคคลสามารถแสดงออกตามความรู้ความเข้าใจในข้อมูลที่ได้รับ และแสดงออกผ่านพฤติกรรมของบุคคลนั้น (เดมศักดิ์ คทวณิช. 2550: 127; Agnes; & Guralnik. 2009: 1068) ทั้งนี้อินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวดังกล่าวต้องศึกษาและออกแบบองค์ประกอบที่สร้างแรงจูงใจแก่ผู้ชม โดยเป็นแรงจูงใจภายนอก (Extrinsic motives) ที่ช่วยทำให้เกิดแรงจูงใจภายใน (Intrinsic motives) อันเป็นแรงขับเคลื่อนกระตุ้นให้มีการกระทำหรือพฤติกรรมตามต้องการ (รังสรรค์ โฉมยา. 2548: 1-3; Schiffman; & Kanuk. 1991:69)

โดยจากการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับการยื่นแบบแสดงภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (ภ.ง.ด. 90, 91) พบว่า คนไทยที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 55.02 ล้านคน มีงานทำ จำนวน 38.90 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2556: ออนไลน์) แต่จำนวนผู้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในรอบปี 2556 (มกราคม-เมษายน 2557) มีเพียง 10.11 ล้านคน หรือร้อยละ 25.99 ของผู้มีงานทำ (กรมสรรพากร. 2557: ออนไลน์) นอกนั้น จำนวน 28.79 ล้านคนหรือร้อยละ 74.01 ของผู้มีงานทำกลับไม่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ผู้วิจัยจึงสนใจเลือกกรณีการไม่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของบุคคลผู้มีงานทำเป็นกรณีศึกษา เพื่อศึกษาและพัฒนาอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวในการจูงใจบุคคลให้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา โดยคาดหวังว่านักออกแบบและหน่วยงานผู้ผลิตงานกราฟิกสามารถนำองค์ประกอบอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวที่เหมาะสมไปใช้ในการออกแบบและพัฒนาอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจในการ

จงใจกลุ่มเป้าหมายทั้งในด้านการสร้างความรู้ ความเข้าใจ และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมด้านต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบในการออกแบบอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ
2. เพื่อพัฒนาอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจในการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคล

ธรรมดา

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบที่เหมาะสมในการออกแบบอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ
2. เพื่อพัฒนาอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจให้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยตนเอง

ขอบเขตของงานวิจัย

ศึกษาและพัฒนาอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ ศึกษาจากอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวที่ผลิตโดยบริษัท อินโฟกราฟฟิค ไทยแลนด์ จำกัด องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะ และศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบทั้งหมด 24 ผลงาน

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. อินโฟกราฟิก หมายถึง ภาพหรือกราฟิกอธิบายข้อมูล ทั้งรูปแบบสถิติ ตัวเลข ตัวอักษรเป็นการย่อข้อมูลเพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจได้ง่ายขึ้นเพียงแค่วาดตามอง ทำให้ผู้คนสามารถเข้าถึงข้อมูลซับซ้อนได้ในเวลาที่มีจำกัด
2. ภาพเคลื่อนไหว หมายถึง ภาพเคลื่อนไหวที่สร้างขึ้นโดยการนำภาพนิ่งหลายๆ ภาพมาฉายต่อเนื่องกันด้วยความเร็ว ทำให้เกิดการลวงตาของการเคลื่อนไหว
3. การจูงใจ หมายถึง การกระตุ้นให้มีบุคคลให้มีการกระทำหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปตามต้องการ

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษาและพัฒนาอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ และเป็นแนวความคิดเพื่อนำไปพัฒนาต่อ มีกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้

สมมติฐานการวิจัย

กลุ่มเป้าหมายที่รับชมอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจจะมีความรู้ ความเข้าใจ และความต้องการที่จะยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยตนเองในปีถัดไป



บทที่ 2

เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับอินโฟกราฟิก
 - 1.1 ประเภทของอินโฟกราฟิก
 - 1.2 ความเป็นมาของอินโฟกราฟิก
 - 1.3 รูปแบบของอินโฟกราฟิก
 - 1.4 หลักในการออกแบบอินโฟกราฟิกให้มีประสิทธิภาพ
 - 1.5 กระบวนการในการออกแบบอินโฟกราฟิก
 - 1.6 สิ่งที่ไม่ควรทำในการออกแบบอินโฟกราฟิก
2. หลักการของภาพยนตร์และภาพเคลื่อนไหว
 - 2.1 ประเภทของภาพเคลื่อนไหว
 - 2.2 กระบวนการออกแบบภาพเคลื่อนไหว
3. ทฤษฎีแรงจูงใจ
 - 3.1 ประเภทของแรงจูงใจ
 - 3.1.1 แรงจูงใจภายใน
 - 3.1.2 การจูงใจภายนอก
 - 3.2 กระบวนการเกิดแรงจูงใจ
 - 3.3 ทฤษฎีแรงจูงใจ
 - 3.3.1 ทฤษฎีการกระตุ้นในระดับที่เหมาะสม
 - 3.3.2 ทฤษฎีความคาดหวัง
 - 3.3.3 ทฤษฎีการเสริมแรง
 - 3.4 ทฤษฎีการโน้มน้าวใจ
4. ทฤษฎีการรับรู้

1. แนวคิดเกี่ยวกับอินโฟกราฟิก

กนกานต์ ปาจารย์ (2557: ออนไลน์) อินโฟกราฟิกเป็นการแสดงผลของข้อมูลหรือความรู้ โดยภาพประกอบอ่านและเข้าใจง่าย งานกราฟิกประเภทนี้นิยมใช้สำหรับข้อมูลที่มีความซับซ้อน เช่น ป้าย แผนที่ งานวิจัย ปัจจุบันอินโฟกราฟิกปรากฏตามสื่อ ตามป้ายสาธารณะ หรือแม้แต่คู่มือการใช้งานในหลายอย่าง ซึ่งแสดงในลักษณะของตัวอักษร หรือสัญลักษณ์ ตัวอย่างที่มักเห็นได้บ่อย เช่น แผนที่รถไฟฟ้า แผนที่ผัง อาคาร แผนภาพการพยากรณ์อากาศ และข้อมูลทางด้านสถิติ ที่ปรากฏตามสื่อสาธารณะ

ชากระตะ (2558: 9) อินโฟกราฟิก หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า แผนภาพข้อมูล เป็นการแปลงข้อมูลให้เป็นภาพโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจได้ง่าย โดยสื่อสารด้วยภาพประกอบ แสดงข้อมูลสรุปใจความสำคัญได้อย่างชัดเจน เพื่อเป็นการประหยัดเวลาในการอ่านข้อมูลซึ่งอาจเป็นเอกสารที่มีความยาวหลายหน้า

ธัญรัช นันท์ชนก (2559: 24-26) อินโฟกราฟิกมาจากคำว่า Information + Graphic โดย Information หมายถึง ข้อมูล หรือข่าวสารต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นความรู้, ข้อมูลสถิติ, การรายงาน หรือลำดับเหตุการณ์ต่างๆ และ Graphic หมายถึง ภาพในรูปแบบดิจิทัลที่แสดงผลผ่านคอมพิวเตอร์ อินโฟกราฟิก จึงหมายถึงการนำเสนอข้อมูลสารสนเทศต่างๆ โดยใช้ภาพกราฟิกเป็นเครื่องมือ โดยมีส่วนประกอบหลักๆเป็นข้อมูล และภาพกราฟิก

จากข้อความข้างเราอาจสรุปได้ว่า อินโฟกราฟิก (Infographic) เป็น 'วิธีการนำเสนอ' อย่างหนึ่ง ซึ่งเป็นการนำข้อมูลหรือความรู้มาสรุปและเรียบเรียงใหม่แทนการเขียนอธิบายด้วยตัวหนังสือ ดูแล้วเข้าใจง่ายในเวลารวดเร็วและชัดเจน โดยการแปลงเป็นรูปภาพ หรือใช้รูปภาพเข้ามาช่วยในการอธิบาย ซึ่งอินโฟกราฟิกสามารถนำเสนอได้ทั้งในรูปแบบของภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว ขึ้นอยู่กับแต่ช่องทางการเผยแพร่และกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการให้รับทราบข้อมูลดังกล่าว

1.1 ประเภทของอินโฟกราฟิก

อินโฟกราฟิกภาพนิ่ง

อินโฟกราฟิกภาพนิ่งประกอบด้วยข้อมูล และภาพประกอบ โดยข้อมูลเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญ เพราะแม้อินโฟกราฟิกจะเน้นการนำเสนอด้วยรูปภาพ ทว่าหากข้อมูลที่นำเสนอไม่ใช่ข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำ คุณค่าในชิ้นงานอินโฟกราฟิกนั้นก็อาจถูกกลดทอนลงไป แต่ก็เชื่อว่าข้อมูลทั้งหมดจะสามารถนำมาแปลงเป็นอินโฟกราฟิกได้ ดังนั้นการจะแปลงข้อมูลจำนวนมากออกมาเป็นภาพได้นั้น จำเป็นจะต้องตัดสินใจเลือกใช้ และทั้งข้อมูลที่ไม่จำเป็นออกไป เพื่อเรียบเรียง แบ่งประเภท และลำดับความสำคัญเท่าที่จำเป็นออกมา และกราฟิกที่ใช้อาจเป็นภาพ สัญลักษณ์ กราฟ แผนภูมิ ตาราง แผนที่ ฯลฯ จัดทำให้มีความ น่าสนใจ เข้าใจง่าย สามารถจดจำได้ ทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

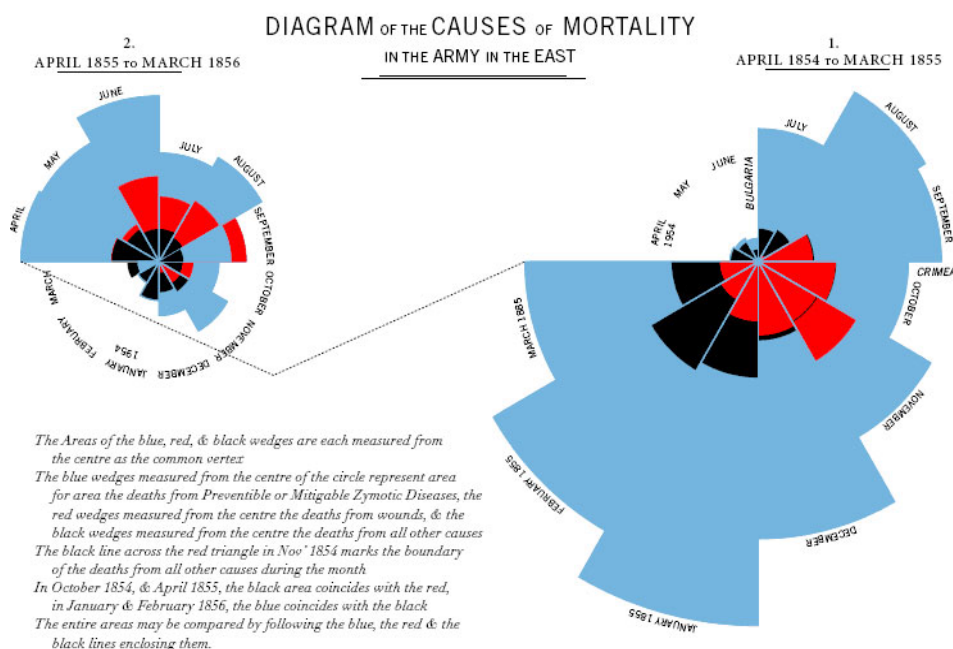
อินโฟกราฟิกภาพเคลื่อนไหว

อินโฟกราฟิกภาพเคลื่อนไหวประกอบด้วยข้อมูล และภาพประกอบเช่นเดียวกับอินโฟกราฟิกภาพนิ่ง แต่อีกหนึ่งองค์ประกอบที่ขาดไปไม่ได้เลย นั่นก็คือเรื่องของเสียงบรรยาย หรือเพลงประกอบ ซึ่งจะสามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย และเพิ่มความน่าสนใจให้กับงานนำเสนอแบบอินโฟกราฟิกได้มากขึ้น

1.2 ความเป็นมาของอินโฟกราฟิก

แผนภาพกุหลาบในดิงเกล (Nightingale Rose Diagram)

อินโฟกราฟิกชิ้นแรกที่เป็นที่รู้จักเกิดขึ้นเมื่อราว ค.ศ .1854 โดยฟลอเรนซ์ นิงดิงเกล (Florence Nightingale) พยาบาลชาวอังกฤษผู้ออกแบบชิ้นงานที่มีชื่อว่า แผนภาพสาเหตุของการตาย (Diagram of the Causes of Mortality) หลังจากเธอพบว่า สภาพความเป็นอยู่ในสถานพยาบาลของทหารที่สกปรกและแออัดทำให้เกิดการติดเชื้อรุนแรงถึงขั้นเสียชีวิต นิงดิงเกลเสนอข้อมูลนี้ต่อรัฐบาลแต่กลับไม่ได้รับความสนใจ เธอจึงได้คิดค้นหาวิธีนำเสนอใหม่โดยปรึกษากับนักสถิติศาสตร์ แผนภาพนี้ใช้สีแสดงความต่างของข้อมูลและคล้ายภาพพื้นที่จากศูนย์กลางจนเหมือนกลีบดอกกุหลาบ จึงมีอีกชื่อเรียกว่า แผนภาพกุหลาบในดิงเกล (Nightingale Rose Diagram) (อาศิรา พนาราม. 2555: ออนไลน์)

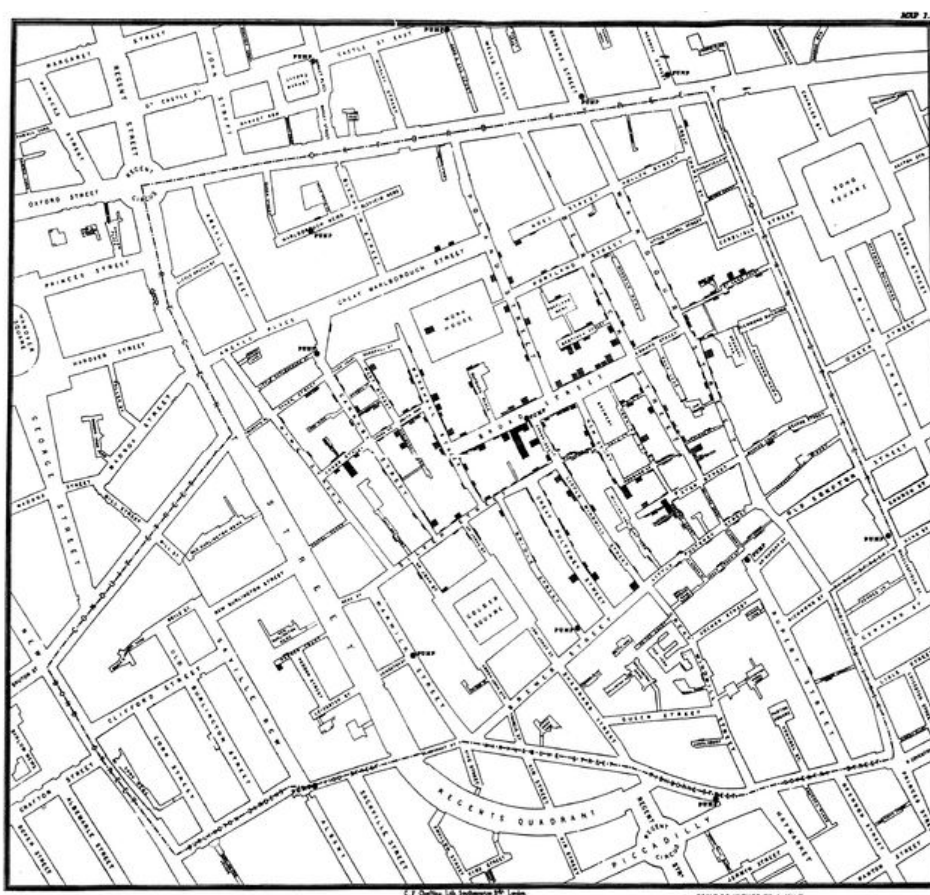


ภาพประกอบ 1 แผนภาพสาเหตุของการตาย (กุหลาบในดิงเกล) ค.ศ. 1854

ที่มา: Data Visualization to Create Change. (2011). <https://goo.gl/VuBlhX>

แผนที่อหิวาตกโรคของจอห์น สโนว์ (John Snow's Cholera Map)

ในค.ศ. 1854 จอห์น สโนว์ (John Snow) นายแพทย์ชาวอังกฤษได้ออกแบบชิ้นงานที่มีชื่อว่า แผนที่อหิวาตกโรคของจอห์น สโนว์ (John Snow's Cholera Map) ซึ่งเป็นแผนภาพแสดงการระบาดของอหิวาตกโรคในเมืองลอนดอนในสมัยนั้น ด้วยเหตุผลที่เขาไม่เชื่อว่าอหิวาตกโรคเป็นโรคที่ติดต่อทางอากาศ(ทางเดินหายใจ) เขาจึงออกสำรวจด้วยตนเองตามสถานที่ที่พบผู้ป่วย และเสียชีวิตด้วยอหิวาตกโรคโดยมีแผนที่เมืองลอนดอนอยู่ในมือ และใช้ปากกาทำเครื่องหมายขีดหนึ่งครั้งต่อการพบผู้ป่วยหรือผู้เสียชีวิตหนึ่งคน และเขาก็พบว่าบริเวณที่พบผู้ป่วยและผู้เสียชีวิตด้วยอหิวาตกโรคมากที่สุดคือบริเวณที่อยู่ใกล้กับท่อน้ำ (Butters. 2015: Online)

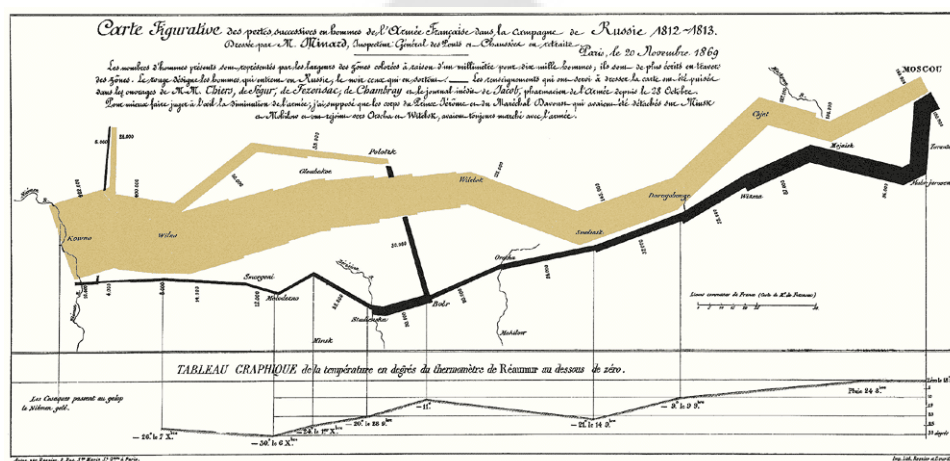


ภาพประกอบ 2 แผนที่อหิวาตกโรคของจอห์น สโนว์ ค.ศ. 1854

ที่มา: Infographics That Changed the World. (2015). <https://goo.gl/jsuKlQ>

แผนที่ความสูญเสียของฝรั่งเศสในการรุกรานรัสเซีย (Carte figurative des pertes successives en hommes de l'Armée Française dans la campagne de Russie 1812-1813')

ในค.ศ. 1861 ชาร์ลส โจเซฟ มินาร์ท (Charles Joseph Minard) วิศวกรโยธาชาวฝรั่งเศส ได้ออกแบบชิ้นงานที่ชื่อว่า แผนที่ความสูญเสียของฝรั่งเศสในการรุกรานรัสเซีย) Carte figurative des pertes successives en hommes de l'Armée Française dans la campagne de Russie 1812-1813) ซึ่งเป็นแผนภาพประกอบแสดงถึงเส้นทาง และความสูญเสียในระหว่างทางของการเดินทางของจักรพรรดินโปเลียน โบนาปาร์ตซึ่งเดินทางจากประเทศฝรั่งเศสไปยังประเทศรัสเซียในฤดูหนาวเมื่อค.ศ.1812 โดยเป็นทั้งแผนภูมิ และแผนที่สามารถบ่งบอกได้ทั้งเส้นทางที่ใช้เดินทางไปถึงจนกำลังพลตั้งแต่เริ่มออกทัพจนถึงการกลับมายังฝรั่งเศสอีกครั้ง โดยสามารถสังเกตได้ง่ายว่าทุกครั้งที่กองทัพข้ามแม่น้ำ กำลังพลมักจะหายไปส่วนหนึ่งเสมอ และลดลงเรื่อยๆจนกระทั่งไปถึงกรุงมอสโกและเดินทางกลับ (Cheng. 2014: Online)



ภาพประกอบ 3 แผนที่ความสูญเสียของกองทัพฝรั่งเศสในการรุกรานรัสเซีย ค.ศ. 1861

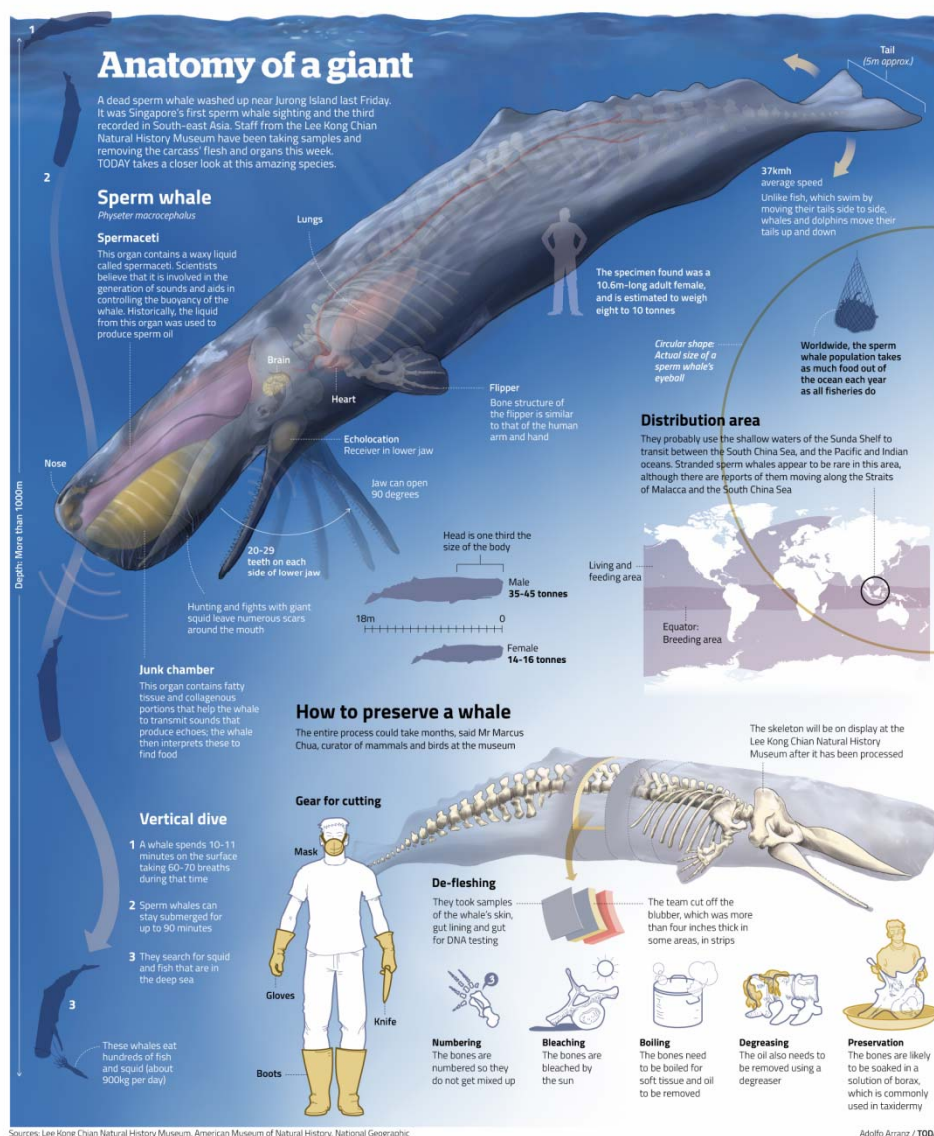
ที่มา: Analyzing Minard's Visualization. (2014). <https://goo.gl/XnZ9HI>

1.3 รูปแบบของอินโฟกราฟิก

แม้อินโฟกราฟิกจะเป็นรูปแบบหนึ่งของการนำเสนอ แต่อินโฟกราฟิกก็ยังแย่งแยกได้เป็นหลายรูปแบบ ดังในประวัติความเป็นมาของอินโฟกราฟิกจะให้เห็นว่ามีทั้งรูปแบบของแผนภาพ แผนที่ และแผนภูมิ โดยแต่ละรูปแบบนั้นก็มีความเหมาะสมกับข้อมูลแตกต่างกันออกไปซึ่งเป็นที่ของนักออกแบบว่าควรจะใช้รูปแบบใดถึงจะเหมาะสมในการนำเสนอข้อมูลมากที่สุด ซึ่งอินโฟกราฟิกชิ้นหนึ่งอาจใช้รูปแบบการนำเสนอมากกว่าหนึ่งรูปแบบก็ได้ (Holliday. 2012: Online)

รูปแบบการอธิบายข้อมูล (Information-based)

อินโฟกราฟิกรูปแบบการอธิบายข้อมูลเป็นการนำเสนอที่เน้นแปลงข้อมูลจากเอกสารบทความ เป็นการอธิบายข้อมูลแยกย่อยออกเป็นสัดส่วน



ภาพประกอบ 4 อินโฟกราฟิกรูปแบบการอธิบายข้อมูล

ที่มา: Anatomy of a giant, compose page. (2016) <http://goo.gl/xyQujU>

รูปแบบการลำดับขั้นของข้อมูล (Process-based)

อินโฟกราฟิกรูปแบบการลำดับขั้นของข้อมูลเป็นการนำเสนอที่เน้นการเรียงลำดับข้อมูล ซึ่งอาจเป็นวิธีการหรือขั้นตอนเพื่อให้ได้มาซึ่งผลลัพธ์



ภาพประกอบ 5 อินโฟกราฟิกรูปแบบการลำดับขั้นของข้อมูล

รูปแบบการแสดงสถิติ (Statistic-based)

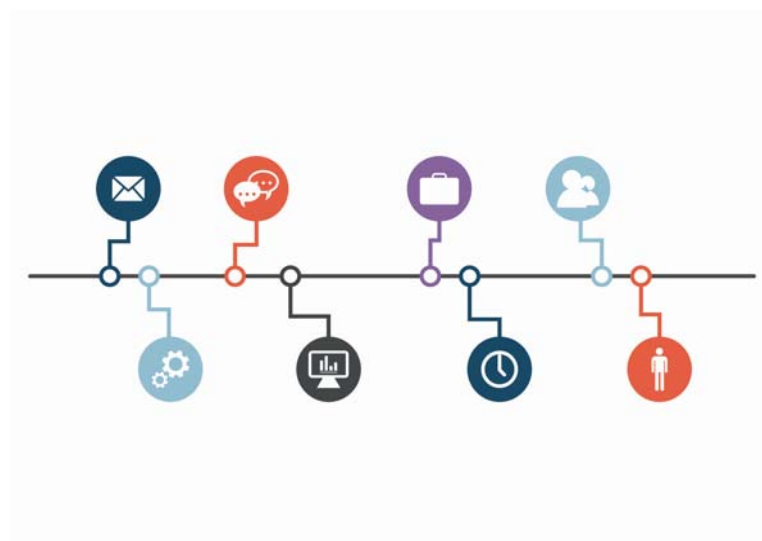
อินโฟกราฟิกรูปแบบการแสดงสถิติเป็นการนำเสนอที่เน้นการนำข้อมูลทางสถิติ หรือผลสำรวจทางสถิติ มักมีตัวเลขแสดงจำนวน หรือเปอร์เซ็นต์เป็นส่วนประกอบอยู่ด้วย



ภาพประกอบ 6 อินโฟกราฟิกรูปแบบการแสดงสถิติ

รูปแบบการลำดับขั้นเวลา (Timeline-based)

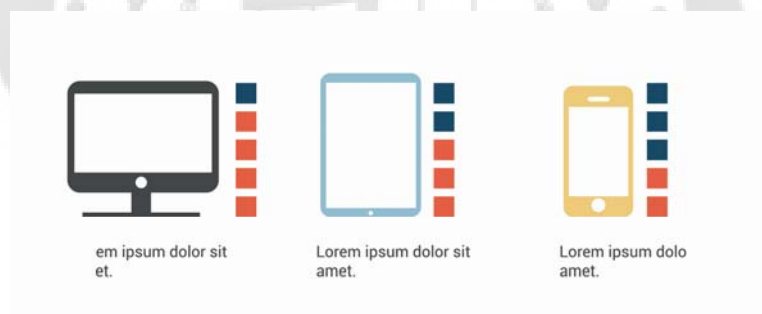
อินโฟกราฟิกรูปแบบการลำดับขั้นเวลาเป็นการนำเสนอที่เน้นการเล่าเรื่องราวตามวัน/เวลา ส่วนใหญ่มักใช้กับการพัฒนาการตามช่วงเวลาของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยมักมีเวลากำกับอยู่



ภาพประกอบ 7 อินโฟกราฟิกรูปแบบการลำดับชั้นเวลา

รูปแบบการเปรียบเทียบข้อมูล (Metaphor-based)

อินโฟกราฟิกรูปแบบการเปรียบเทียบข้อมูลเป็นการนำเสนอที่เน้นการเปรียบเทียบระหว่างข้อมูล 2 ชุด (หรือมากกว่า) เพื่อให้เห็นความแตกต่าง หรือข้อดี-ข้อเสียอย่างชัดเจน



ภาพประกอบ 8 อินโฟกราฟิกรูปแบบการเปรียบเทียบข้อมูล

รูปแบบการแสดงข้อมูลภูมิศาสตร์ (Geography-based)

อินโฟกราฟิกรูปแบบการแสดงข้อมูลภูมิศาสตร์เป็นการนำเสนอที่เน้นความสัมพันธ์ของข้อมูลกับพื้นที่ต่างๆ หรือสภาพภูมิศาสตร์



ภาพประกอบ 9 อินโฟกราฟิกรูปแบบการแสดงข้อมูลภูมิศาสตร์

1.4 หลักในการออกแบบอินโฟกราฟิกให้มีประสิทธิภาพ (โอคัมโป. 2011: ออนไลน์)

1. การออกแบบให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน จะทำให้การออกแบบอินโฟกราฟิกมีวิธีคิดที่แตกต่างกัน เช่น อินโฟกราฟิกที่นำเสนอผลประกอบการของบริษัทจะไม่ใช้สีฉูดฉาดจนเกินไป แต่อินโฟกราฟิกสำหรับเด็กจำเป็นจะต้องใช้ภาพประกอบมีสีสันสดใสเพื่อดึงดูดความสนใจ

2. การออกแบบให้เหมาะสมกับการแสดงผล

สถานที่ หรือรูปแบบหน้าจอใช้งานส่งผลต่อความละเอียดในการออกแบบ อีกทั้งยังมีปัจจัยทางวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้ามาเกี่ยวข้องอีกด้วย เช่น การทำอินโฟกราฟิกแสดงรายละเอียดต่างๆ ภายในสนามบินต้องใช้สัญลักษณ์ที่มีความหมายสากล เพื่อให้เข้าใจผู้คนจากหลากหลายเชื้อชาติเข้าใจตรงกัน

3. การนำเสนอประเด็นหลักเพียงประเด็นเดียว

อินโฟกราฟิกที่ดีต้องพูดถึงเรื่องใดเรื่องหนึ่งเพียงเรื่องเดียว เพื่อไม่ให้เกิดความสับสน หากต้องการพูดหลายประเด็นควรทำอินโฟกราฟิกขึ้นมาหลายชิ้น เช่น การทำอินโฟกราฟิกเกี่ยวกับจักรยานแต่ละประเภท ควรจะแยกประเภทออกไปอย่างชัดเจนเป็นประเภทเสือภูเขาชิ้นหนึ่ง ประเภทเสือหมอบอีกชิ้นหนึ่ง ไม่ควรนำมารวมกันเป็นชิ้นเดียว

1.5 กระบวนการในการออกแบบอินโฟกราฟิก (สมิธ. 2012: ออนไลน์)

1. การรวบรวมข้อมูล (Gathering data)

ขั้นตอนรวบรวมข้อมูลทั้งหมดที่เกี่ยวข้องแต่ยังไม่จัดเป็นระเบียบ เพียงแค่รวบรวมสิ่งที่คาดว่าจะประโยชน์เอาไว้ด้วยกัน โดยเก็บรวบรวมทั้งภาพและเนื้อหาเอาไว้ด้วยกันเพราะตัวภาพเองก็สามารถนำมาใช้ในการออกแบบได้

2. การทำความเข้าใจข้อมูล (Reading everything)

ขั้นตอนทำความเข้าใจข้อมูลดิบทั้งหมดเพื่อให้เข้าใจความสำคัญของหัวข้อ โดยนักออกแบบจะต้องมีทักษะในการจัดการ และเรียบเรียงข้อมูลด้วย เพื่อให้แน่ใจว่าจะสามารถนำเสนอข้อมูลสำคัญได้ครบถ้วน โดยไม่ถูกละเลยหรือปัดทิ้งไป

3. การเลือกวิธีการนำเสนอข้อมูล (Finding the narrative)

ขั้นตอนเลือกวิธีการนำเสนอข้อมูล การบรรยาย การนำเสนอข้อมูลที่น่าเบื่อจะทำให้อินโฟกราฟิกน่าเบื่อ ผู้ออกแบบอินโฟกราฟิกจึงต้องค้นหาวิธีการนำเสนอเรื่องราวที่เหมาะสมกับข้อมูล และสามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายเอาไว้ได้

4. การค้นหาและแก้ปัญหา (Identifying problems)

ขั้นตอนค้นหาปัญหา เมื่อได้ข้อมูลมาแล้วควรตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้งโดยถี่ถ้วน ซึ่งอาจมีข้อมูลที่ไม่สนับสนุนประเด็นที่ต้องการนำเสนอ หรือข้อมูลที่ไม่จำเป็นต่ออินโฟกราฟิก ดังนั้นจึงต้องกลั่นกรองข้อมูลอีกครั้งเพื่อให้ข้อมูลให้กระชับ และครบถ้วนที่สุด

5. การจัดลำดับความสำคัญข้อมูล (Creating a hierarchy)

ขั้นตอนจัดลำดับความสำคัญข้อมูลเป็นการทำกลุ่มเป้าหมายให้มองเห็นภาพรวมตั้งแต่ต้นจนจบ ก่อนที่จะเจาะลึกเข้าไปในแต่ละประเด็นที่ต้องการจะนำเสนอ และเข้าใจเรื่องราวที่ต้องการจะสื่อได้เป็นลำดับขั้นยิ่งขึ้น

6. การออกแบบภาพประกอบที่เหมาะสมกับข้อมูล (Building a wireframe)

ขั้นตอนออกแบบภาพประกอบที่เหมาะสมกับข้อมูล เมื่อพิจารณาตรวจสอบและกลั่นกรองข้อมูลโดยละเอียดแล้ว นักออกแบบควรให้ความสำคัญในการเลือกภาพประกอบที่เหมาะสม ซึ่งจะส่งเสริมอินโฟกราฟิกให้น่าสนใจ และเข้าใจได้ง่ายขึ้น

7. การเลือกรูปแบบอินโฟกราฟิก (Choosing a format)

ขั้นตอนเลือกรูปแบบอินโฟกราฟิกคือการเลือกที่จะนำเสนอข้อมูลด้วยรูปแบบใด ควรจะเป็นแผนผัง, แผนภูมิ หรือแผนภาพ ซึ่งสามารถถ่ายทอดเรื่องราวของอินโฟกราฟิกได้ครบถ้วนและน่าสนใจที่สุด เช่น หากข้อมูลที่ได้มาเป็นเชิงสถิติ ก็ควรจะนำเสนอในรูปแบบของแผนภูมิเชิงสถิติเปรียบเทียบกับมากกว่าจะเป็นแผนภาพ

8. การกำหนดภาพให้ตรงกับหัวข้อ (Determining a visual approach)

การเลือกใช้ภาพในการทำอินโฟกราฟิกให้ดูดีมีสองแนวคิด คือ ใช้ข้อมูลดิบมาจัดทำให้น่าสนใจ การใช้สี และการจัดวางองค์ประกอบอื่นๆ เช่น การเล่นขนาดของตัวอักษร หรืออีกแนวคิด

หนึ่งคือการวาดภาพขึ้นมาใหม่เพื่อใช้เล่าเรื่อง ซึ่งขึ้นอยู่กับว่าหัวข้ออินโฟกราฟิกจะเหมาะสมกับภาพแบบใด

9. การตรวจสอบข้อมูลและทดลองใช้ (Refinement and testing)

เมื่อออกแบบอินโฟกราฟิกเสร็จแล้ว ต้องตรวจสอบข้อมูลอย่างละเอียดอีกครั้ง เพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาด และประเมินการออกแบบโดยทดลองให้กลุ่มตัวอย่างชมผลงาน ให้ข้อคิดเห็น ว่าสามารถเข้าใจได้หรือไม่ โดยเฉพาะผู้ที่ไม่เคยเห็นข้อมูลมาก่อน แล้วจึงนำข้อผิดพลาดมาปรับแก้ อีกครั้ง

10.การแบ่งปันความรู้ (Releasing it into the world)

เมื่อการออกแบบเสร็จสมบูรณ์ อินดโฟกราฟิกควรจะทำหน้าที่ของมันนั่นคือการนำเสนอข้อมูลให้กับกลุ่มเป้าหมายด้วยการเผยแพร่ด้วยวิธีการต่าง ๆ นานาตามที่นักออกแบบได้วางแผนเอาไว้ตั้งแต่ต้น

1.6 สิ่งที่ไม่ควรทำในการออกแบบอินโฟกราฟิก (เลียซ. 2012: ออนไลน์)

1. ใช้ข้อมูลมากเกินไป (Use too much text)

อินโฟกราฟิกเป็นการนำเสนอข้อมูลด้วยภาพ ควรหลีกเลี่ยงการนำเสนอข้อมูลที่มากเกินไปซึ่งทำให้อินโฟกราฟิกกลายเป็นเอกสารการบรรยายที่มีภาพประกอบซึ่งนั้นไม่ใช่วิธีการนำเสนอแบบอินโฟกราฟิก

2. ทำข้อมูลให้ยุ่งยากซับซ้อน (Make confusing data presentation)

การนำเสนอข้อมูลที่ยุ่งยากซับซ้อนผิดวัตถุประสงค์ของการออกแบบอินโฟกราฟิก การเน้นข้อมูลที่ไม่มีความจำเป็น และไม่จัดการกับข้อมูลที่สามารถแปลงเป็นภาพได้จะทำให้อินโฟกราฟิกไม่มีความน่าสนใจ และน่าเบื่อ

3. ใช้สีมากเกินไป (Overuse color)

การออกแบบอินโฟกราฟิกโดยใช้สีมากเกินไปจะทำให้ประสิทธิภาพในการนำเสนอข้อมูลน้อยลง ผู้อ่านจะไม่สามารถอ่านและเข้าใจเนื้อหาได้ดี และไม่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลด้วยสีได้อันเนื่องมาจากความละลานตา นักออกแบบควรศึกษาจิตวิทยาการใช้สีด้วย เพื่อแย่งเบ้าภาระทางสายตาให้กับผู้ชม

4. ใส่ตัวเลขมากเกินไป (Place too much numbers)

การใช้ตัวเลขช่วยให้การสร้างอินโฟกราฟิกมีประสิทธิภาพ แต่หากมากเกินไปจะทำให้อินโฟกราฟิกออกมาเป็นเอกสารประกอบวิชาคณิตศาสตร์ นักออกแบบจะต้องทำให้ตัวเลขเข้าใจได้ง่ายขึ้น และอยู่ในความเหมาะสมที่จะนำเสนอ

5. ละเลยข้อมูลที่ไม่สามารถระบุแยกแยะได้ (Leave figures unidentified)

อินโฟกราฟิกบางอย่างจำเป็นต้องใช้ตัวเลข เช่นเรื่องของงบประมาณที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงตัวเลขได้พ้น ดังนั้นจึงต้องมีการระบุคำอธิบายลงด้วย ไม่เช่นนั้นแล้วผู้ชมก็ไม่สามารถเข้าใจสิ่งที่อินโฟกราฟิกชิ้นนั้นต้องการจะสื่อสารได้

6. มีการออกแบบที่น่าเบื่อ (Make it boring)

อินโฟกราฟิกส่วนมากเน้นการให้ความรู้ ประโยชน์ และความบันเทิง มีจุดมุ่งหมายในการนำเสนอข้อมูลเพื่อให้ผู้ชมเข้าใจได้ง่ายขึ้น แต่ถ้าวางแผนการนำเสนอไม่ดีพอ อินโฟกราฟิกก็จะกลายเป็นสิ่งน่าเบื่อที่ไม่น่าสนใจ

7. รูปแบบตัวอักษรที่ผิดพลาด (Misuse typography)

ข้อมูลมีบทบาทที่สำคัญในอินโฟกราฟิก ดังนั้นรูปแบบตัวอักษรจึงมีผลมากด้วยเช่นกัน เช่นตัวอักษรหัวเรื่องจะต้องเข้ากันกับเนื้อหา และตัวอักษรส่วนเนื้อหาจะต้องอ่านง่าย และมีขนาดที่เหมาะสม ไม่เล็กจนเกินไป

8. นำเสนอข้อมูลที่ผิด (Present wrong information.)

ข้อมูลในอินโฟกราฟิกจะต้องแม่นยำ น่าเชื่อถือ และถูกต้อง เพราะการให้ข้อมูลผิดจะทำให้งานออกแบบอินโฟกราฟิกทั้งชิ้นหมดความหมาย ดังนั้นเพื่อป้องกันความผิดพลาด นักออกแบบควรตรวจสอบข้อมูลให้ถี่ถ้วน และควรสอบถามข้อมูลจากผู้มีความรู้ในด้านนั้นด้วย

9. เน้นที่การออกแบบมากเกินไป (Focus on design)

อินโฟกราฟิกไม่จำเป็นต้องสวยงามเสมอไป แต่ควรเน้นที่การนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้อง การออกแบบอย่างสวยงามจะไม่มีประโยชน์ถ้ามีข้อมูลผิดพลาด ดังนั้นการจัดการข้อมูลในขั้นแรกเพื่อสามารถนำเสนอได้ชัดเจนจึงเป็นสิ่งจำเป็น

10. ใช้แบบเป็นวงกลม (Use a circus layout)

แบบอินโฟกราฟิกควรจะดีและสามารถชี้ให้ผู้ชมดูทั้งหมด อย่าใส่องค์ประกอบทุกที่ที่เราคิดควรพิจารณาว่าผู้ชมจะสนใจจุดไหน ต้องแน่ใจว่าผู้ชมสามารถเข้าใจในวิธีการนำเสนอ อย่าออกแบบเป็นวงกลม ผู้นำเสนอไม่ต้องการให้ผู้อ่านยุ่งยากเพราะไม่ได้ใส่ข้อมูลที่ดีไว้

2. หลักการของภาพยนตร์และภาพเคลื่อนไหว

คมภิญญ์ เข้มกำเนิด (2557: 9) ภาพยนตร์แอนิเมชัน หมายถึง แอนิเมชันที่สร้างขึ้นด้วยวิธีการถ่ายภาพยนตร์ทีละภาพจากชุดภาพเขียนและแสดงด้วยภาพเคลื่อนไหวต่อเนื่องตามลำดับ เมื่อนำมาฉายบนจอด้วยความเร็วก็จะกลายเป็นภาพยนตร์แอนิเมชัน

วิสิฐ จันมา (2558: 3-8) ภาพยนตร์ (Movie) เป็นการบันทึกและถ่ายทอดลักษณะการเคลื่อนไหวของมนุษย์ ส่วนภาพเคลื่อนไหว (Animation) เป็นความหมายรวมของเรื่องเทคนิคการ

ถ่ายทำ การบันทึกภาพ และการเล่าเรื่อง โดยเกิดจากการนำภาพนิ่งมาเรียงต่อกันและฉายด้วยความเร็วอย่างต่อเนื่องทำให้ดวงตาเกิดเป็นภาพเคลื่อนไหว

สาวิตรี (2555: ออนไลน์) แอนิเมชัน หมายถึง กระบวนการนำเฟรมแต่ละเฟรมของภาพยนตร์มาเรียงเข้าด้วยกัน โดยการฉายต่อเนื่องกัน เราจะเห็นภาพดังกล่าวเคลื่อนไหวได้ต่อเนื่องกัน เนื่องจากการเห็นภาพติดตา

จากข้อความข้างเราอาจสรุปได้ว่า แอนิเมชัน (Animation) มาจากรากศัพท์คำว่า “animare” มีความหมายว่า การทำให้มีชีวิต ด้วยการนำภาพนิ่งมาเรียงลำดับ และแสดงผลอย่างต่อเนื่องด้วยความเร็วสูงจนเกิดเป็นภาพประกอบมีการเคลื่อนไหวอย่างมีชีวิตชีวา ซึ่งการนำภาพหลายภาพนิ่งหลายๆ ภาพมาฉายต่อเนื่องกันด้วยความเร็วสูงนั้น ทำให้เกิดภาพลักษณะติดตา

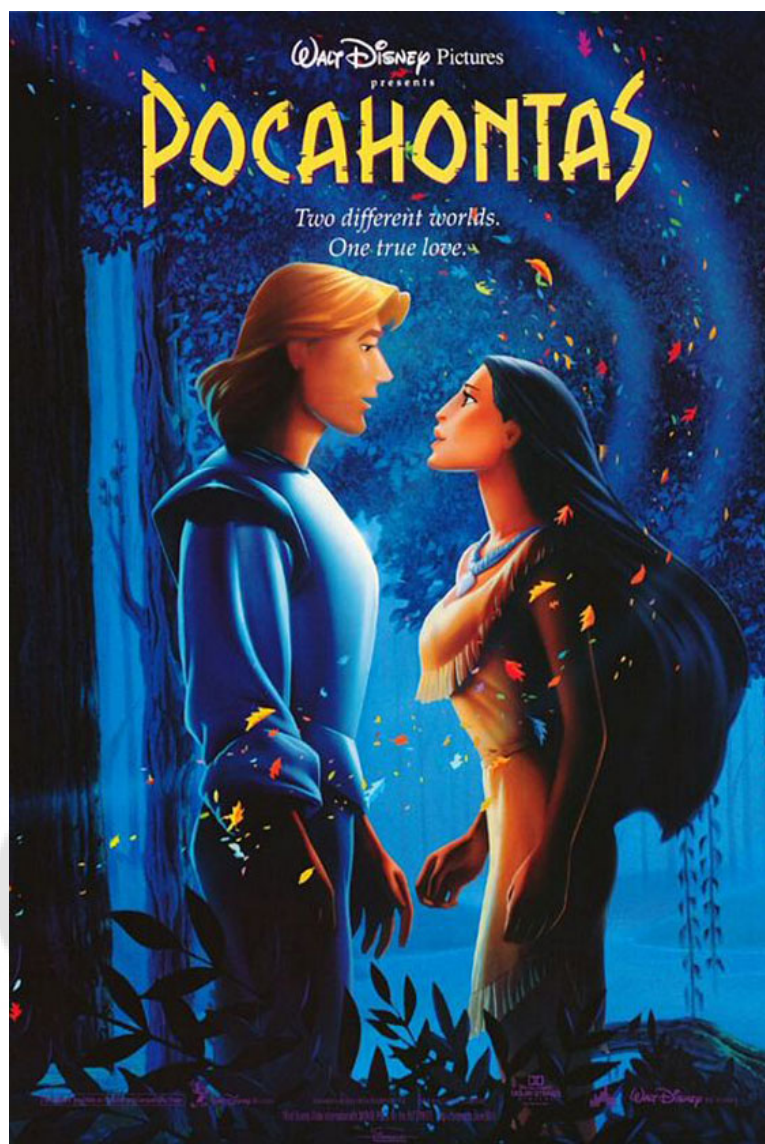
ภาพยนตร์ เริ่มต้นมาจากคำว่า “moving picture” ซึ่งต่อมากลายเป็น “movie” หมายถึง การนำภาพหลายๆ ภาพมาฉายต่อเนื่องกันจนทำให้เกิดการเคลื่อนไหว หรือพูดง่าย ๆ ก็คือภาพยนตร์ใช้กระบวนการของภาพเคลื่อนไหวนั่นเอง อาจกล่าวได้ว่าภาพเคลื่อนไหวเป็นศาสตร์ที่ทำให้เกิดภาพยนตร์ โดยประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกันและแยกกันไม่ได้ในยุคเริ่มต้น เพราะทั้งภาพยนตร์และภาพเคลื่อนไหวต่างมีจุดกำเนิดร่วมกัน และกระบวนการผลิตที่คล้ายคลึงกัน เพียงแต่มีจุดประสงค์ในการใช้งานที่แตกต่างกัน โดยศาสตร์ในด้านภาพเคลื่อนไหวเป็นสื่อที่มีความเจริญก้าวหน้ามากจนกลายเป็นส่วนหนึ่งในอุตสาหกรรมความบันเทิง ทั้งภาพยนตร์ โฆษณา เกม และด้านวิชาการ ทั้งสื่อการเรียนการสอนทางการศึกษา แบบจำลองทางวิทยาศาสตร์และการแพทย์ รวมไปถึงด้านอื่นๆ ด้วย

ปัจจุบันเรามักจะมีการนำคอมพิวเตอร์มาสร้างภาพเคลื่อนไหว ด้วยการสร้างภาพนิ่งขึ้นก่อน แล้วค่อยสร้างภาพต่อเนื่องภาพถัดไปเรียงลำดับไปเรื่อยๆ เปลี่ยนแปลงภาพไปที่ละน้อย แล้วนำมาเข้าสู่คอมพิวเตอร์ใช้โปรแกรมสร้างแอนิเมชัน ในการลำดับภาพให้เหมาะสมกับเวลา และแสดงภาพต่อเนื่อง จนเห็นเป็นการเคลื่อนไหวที่สมจริง

2.1 ประเภทของภาพเคลื่อนไหว

ภาพเคลื่อนไหวแบบ 2 มิติ (2 Dimension Animation)

ภาพเคลื่อนไหวแบบ 2 มิติ คือภาพประกอบมองเห็นได้ทั้งความสูง และความกว้าง เป็นวิธีการทำภาพเคลื่อนไหวแบบดั้งเดิม (Traditional animation) เป็นการสร้างชิ้นงานด้วยการวาดภาพลงบนกระดาษ หรือแผ่นใสที่ทำจากเซลลูลอยด์ (Celluloid) ทำให้มองเห็นทะลุเห็นพื้นหลัง จำนวนหลายพันภาพ แล้วจึงนำมาประกอบกัน (Composite) ในภายหลัง



ภาพประกอบ 10 ภาพโปรโมทของ Pocahontas โปคาฮอนทัส

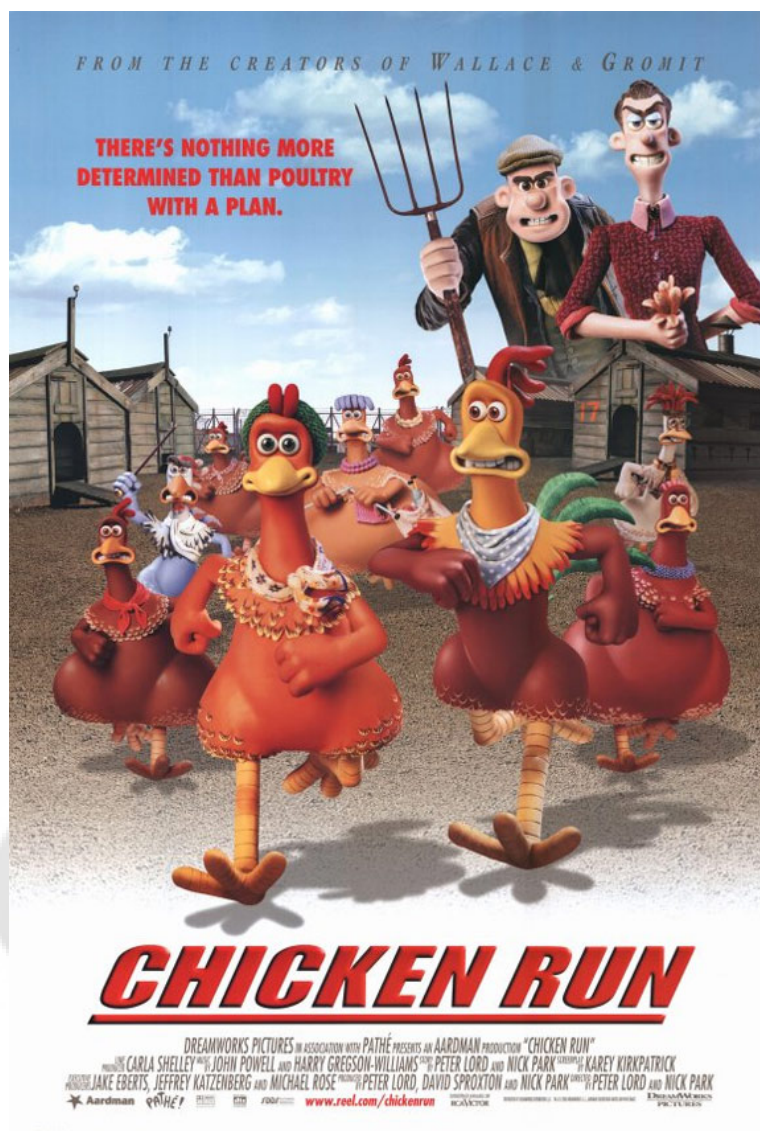
ที่มา: POCAHONTAS. (1995). <http://goo.gl/fFmivv>

ภาพเคลื่อนไหวแบบ 3 มิติ (3 Dimension Animation)

ภาพเคลื่อนไหวแบบ 3 มิติ คือภาพประกอบมองเห็นได้ทั้งความสูง ความกว้าง และความลึก โดยสามารถแบ่งย่อยออกไปได้อีก 2 ประเภทคือ

1. การใช้หุ่นจำลอง (Stop Motion หรือเรียกว่า Model Animation)

เป็นการสร้างหุ่นจำลองขึ้นมาขยับพร้อมกับถ่ายภาพทีละภาพ ที่พบมากได้แก่ ภาพเคลื่อนไหวแบบหุ่นเชิด ภาพเคลื่อนไหวดินน้ำมัน ซึ่งต้องอาศัยเวลา และความอดทนมาก



ภาพประกอบ 11 ภาพโปรโมทของ Chicken Run วิ่ง...สู้...กระต๊ากสนั่นโลก

ที่มา: CHICKEN RUN. (2000). <http://goo.gl/2X2bBV>

2. การใช้คอมพิวเตอร์ (Computer Animation)

เป็นกระบวนการสร้างภาพเคลื่อนไหวโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ด้วยความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีในปัจจุบันจึงมีโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ช่วยให้การทำแอนิเมชันง่ายขึ้น ทำให้ประหยัดเวลา และต้นทุนมากขึ้น



ภาพประกอบ 12 ภาพโปรโมทของ Finding Nemo ปลาเล็ก หัวใจโต...โต ค.ศ. 2003

ที่มา: FINDING NEMO. (2003) <http://goo.gl/97g9TG>

2.2 กระบวนการออกแบบภาพเคลื่อนไหว

กระบวนการออกแบบภาพเคลื่อนไหวมีขั้นตอนคล้ายคลึงกับการสร้างภาพยนตร์ หรือในบางกรณีก็เหมือนกันทั้งหมดขึ้นอยู่กับวิธีการคิดและการวางแผน โดยในที่นี้จะยกตัวอย่างประกอบเป็นภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่อง Frozen ผจญภัยแดนคำสาปราชินีหิมะ กำกับโดย คริสต์ บัค (Chris Buck) และเจนนิเฟอร์ ลี (Jennifer Lee) โดยผู้อำนวยการสร้างวอลท์ ดิสนีย์ พิคเจอร์ส (Walt Disney Pictures) และวอลท์ ดิสนีย์ แอนิเมชันสตูดิโอส์ (Walt Disney Animation Studio)



ภาพประกอบ 13 ภาพโปรโมทของ Frozen ผจญภัยแดนคำสาปราชินีหิมะ

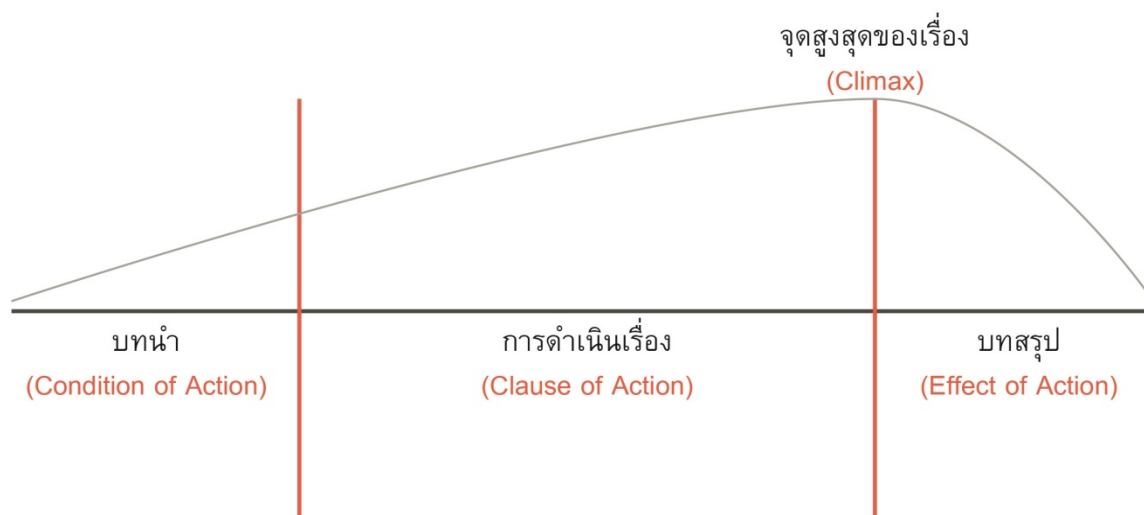
ที่มา: FROZEN. (2013). <http://goo.gl/ZmfCig>

ขั้นตอนเตรียมการก่อนการผลิต (Pre-production)

ขั้นตอนเตรียมการเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญมากในการออกแบบภาพเคลื่อนไหว เพราะนั้นหมายถึงตั้งมาตรฐานคุณภาพ และการควบคุมงานผลิตทั้งหมดเลยก็ว่าได้ ทั้งความสนุก ตื่นเต้น และอารมณ์ของตัวละครทั้งหลาย จะถูกกำหนดในขั้นตอนนี้ ดังนั้นจึงมีหลายขั้นตอนและค่อนข้างซับซ้อน จนหลายคนมักกล่าวว่า หากเสร็จงานในขั้นตอนเตรียมการนี้แล้วก็เหมือนกับว่างานเสร็จไปแล้วครึ่งหนึ่งก็ว่าได้

1. การเขียนบท (story) เป็นแนวคิดเริ่มต้นในการออกแบบ เนื้อหาที่ต้องการจะสื่อสาร และกำหนดทิศทางของเรื่องว่าจะดำเนินไปในแบบใดบ้าง โดยใช้ทฤษฎีโครงสร้างการเขียนบท

(Three-Act Structure) หรือที่เรียกอีกอย่างว่าทฤษฎี 3 องค์เป็นรูปแบบการเขียนบทภาพยนตร์ซึ่งประยุกต์มาจากแนวคิดของอาริสโตเติล (Aristotle) ซึ่งเคยใช้กับการเขียนบทละครเวที โดยแบ่งเรื่องออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ๆ ในการลำดับเรื่องราวเพื่อสร้างความน่าสนใจ (เมอร์เรย์. 2014: ออนไลน์)



ภาพประกอบ 14 ทฤษฎีโครงสร้างการเขียนบท (Three-Act Structure)

ส่วนที่ 1: บทนำ (Set up)

บทนำ และการเกริ่นเรื่อง เป็นการปูทางตัวละครว่าเรื่องราวเกิดขึ้นในช่วงเวลาใด ตัวละครหลักเป็นใคร ซึ่งเป็นการแนะนำภาพรวมของทั้งเรื่องให้ผู้ชมได้ทำความรู้จัก

บทนำของ Frozen คือการเกริ่นเล่าเรื่องราวความเป็นมาของตัวละคร โดยตัวละครหลัก 2 ตัวซึ่งเป็นพี่น้องกัน โดย เอลซ่า ผู้เป็นพี่นั้นมีพลังพิเศษที่สามารถเสกน้ำแข็งได้ แต่ แอนนา ผู้เป็นน้องนั้นเป็นคนธรรมดา



ภาพประกอบ 15 บทนำ

ส่วนที่ 2: การดำเนินเรื่อง (Confrontation)

เหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นในเรื่องซึ่งนำทางไปสู่จุดสูงสุดของเรื่อง (Climax) ซึ่งวิธีการดำเนินเรื่องนี้จะเพิ่มความน่าสนใจมากขึ้นเรื่อยๆ เพื่อดึงให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกร่วม และนำติดตาม

การดำเนินเรื่องของ Frozen กล่าวถึงการเติบโตของพี่น้องที่ที่เคยสนิทสนมกัน แต่กลับต้องห่างเหินกันเนื่องจากคนหนึ่งมีพลังพิเศษที่ต้องปกปิดไว้แต่อีกคนหนึ่งกลับไม่มี และวันหนึ่ง เอลซ่าผู้เป็นพี่เผยอใช้พลังพิเศษของเธอสร้างความเดือดร้อนให้กับผู้อื่นโดยไม่ตั้งใจ



ภาพประกอบ 16 การดำเนินเรื่อง

จุดสูงสุดของเรื่อง Frozen อยู่ที่เอลซ่าหนีปัญหาที่เกิดขึ้นไปในตอนแรก แต่ในจุดสูงสุดของเรื่อง เธอก็เดินทางกลับมาเพื่อแก้ปัญหาที่เธอสร้างเอาไว้ และมีเธอคนเดียวที่แก้ไขได้

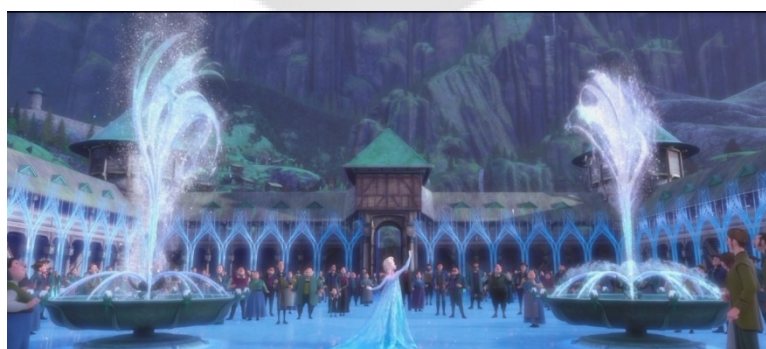


ภาพประกอบ 17 จุดสูงสุดของเรื่อง (Climax)

ส่วนที่ 3: บทสรุป (Resolution)

หลังจากเรื่องดำเนินไปถึงจุดสูงสุดแล้ว ปัญหาบางอย่างอาจจะยังไม่คลี่คลาย หรือผู้ชมยังมีความข้องใจค้างคาอยู่ ดังนั้นจึงต้องมีส่วนของบทสรุป เพื่อสรุปเรื่องราวที่เกิดขึ้นหลังจากนั้น และผ่อนคลายอารมณ์ของผู้ชมเพื่อไม่ให้เกิดความรู้สึกค้างคาในเรื่องราว

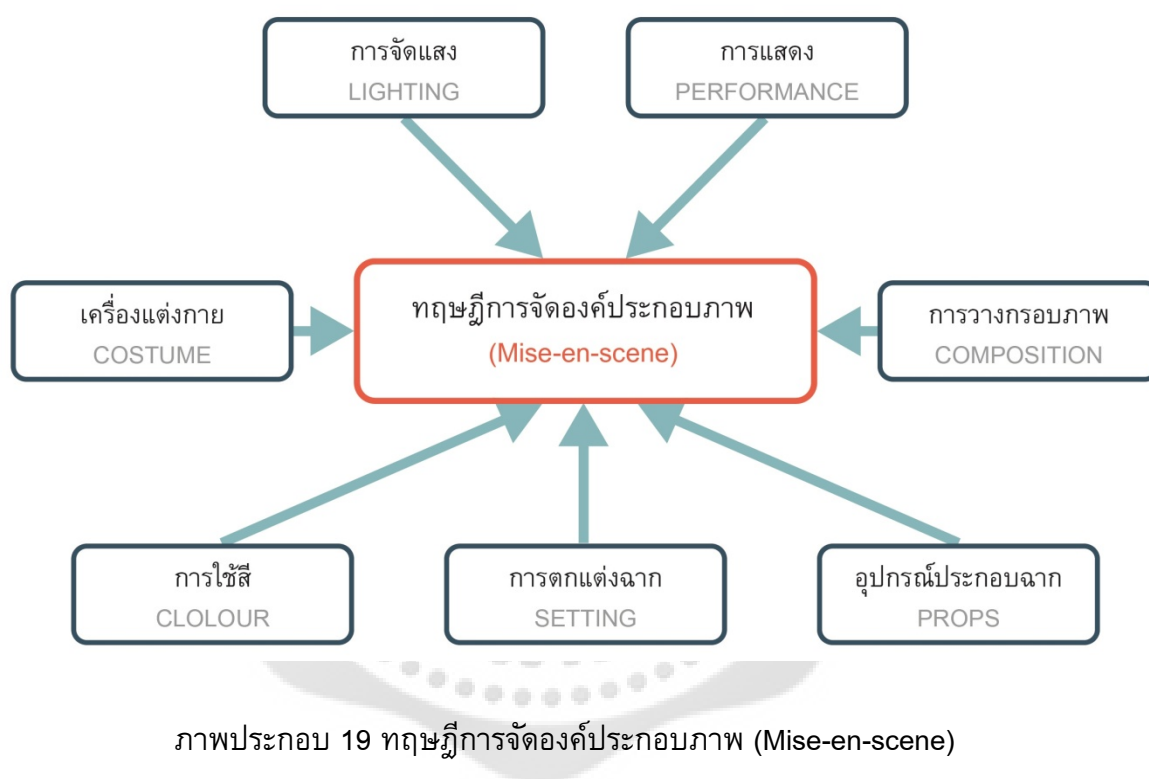
บทสรุปของ Frozen กล่าวถึงเรื่องราวหลังจากนั้น และคลี่คลายปัญหา ความเป็นไปของตัวละครต่างๆในเรื่อง



ภาพประกอบ 18 บทสรุป

2. การออกแบบภาพ (visual design)

เมื่อได้บทแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการออกแบบภาพ ซึ่งหมายถึงการสร้างลักษณะตัวละคร ว่าควรมีหน้าตาอย่างไร สูงเท่าใด สวมเสื้อผ้าแบบไหน และฉากควรจะมียุคสมัยอย่างไร สีอะไร อ้างอิงจากยุคใด โดยใช้**ทฤษฎีการจัดองค์ประกอบภาพ (Mise-en-scene)** ซึ่งเป็นการจัดฉากหรือจัดเวที ซึ่งเดิมใช้กับการแสดงละครเวที ต่อมาเมื่อมีภาพยนตร์เกิดขึ้น คำนี้ก็ถูกนำมาใช้เรียกในงานสร้างภาพยนตร์ รวมถึงใช้เรียกงานผลิตในด้านรายการโทรทัศน์ด้วย หลังจากนั้นก็ใช้กันแพร่หลายต่อมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งนอกจากจะเพื่อความสวยงาม และความเป็นศิลปะแล้ว ทฤษฎีการจัดองค์ประกอบภาพยังใช้ในการสื่อความหมายด้วย



การประยุกต์ใช้ทฤษฎีการจัดองค์ประกอบภาพใน Frozen นั้นเห็นได้ชัดเจนโดยเฉพาะ ฉากน้ำพุด้านหน้าพระราชวังซึ่งปรากฏอยู่ในเรื่องเป็นเวลา 2 ครั้งในบริบทที่แตกต่างกัน โดยบริบทแรกนั้นแสดงถึงความหวาดกลัวและสับสนในพลังของตัวเองของเอลซ่าซึ่งมีองค์ประกอบฉากเป็นเวลากลางคืน มุมกล้องเงยขึ้น (Worm eye view) และรูปร่างของน้ำจากน้ำพุซึ่งบิดเบี้ยวไร้ทิศทางแบริบูรณ์ และอีกบริบทหนึ่งแสดงถึงความสวยงาม ธรรมชาติซึ่งมีองค์ประกอบฉากเป็นเวลากลางวัน มุมกล้องระดับสายตา (Normal eye view) และรูปร่างน้ำจากน้ำพุซึ่งเป็นลวดลายที่อ่อนช้อยสวยงาม



ภาพประกอบ 20 การประยุกต์ใช้ทฤษฎีการจัดองค์ประกอบภาพใน Frozen

แต่ในความเป็นจริงแล้วทฤษฎีองค์ประกอบภาพไม่ใช่เพียงแค่จาก หรือองค์ประกอบจากเพียงอย่างเดียว แต่หมายรวมถึงตัวละคร เสื้อผ้า หน้าตา และทรงผมอีกด้วย ซึ่งในการประยุกต์ใช้ทฤษฎีองค์ประกอบภาพใน Frozen จะเห็นได้ชัดอีกประการหนึ่งก็คือ เครื่องแต่งกายของเอลซ่าซึ่งเสื้อผ้าของเธอล้วนตกแต่งด้วยลวดลายรูปร่างของเกล็ดหิมะทั้งสิ้น ซึ่งเกล็ดหิมะเองก็มีหลากหลายประเภทขึ้นอยู่กับอุณหภูมิ แต่เกล็ดหิมะของเอลซ่าเป็นเกล็ดหิมะประเภทเดนไดรต์ (Dendrite) ซึ่งเป็นลักษณะของเกล็ดหิมะที่จะเกิดขึ้นในภาวะที่อุณหภูมิต่ำกว่า -20 องศาเซลเซียสเท่านั้น



ภาพประกอบ 21 (ซ้าย) เกล็ดหิมะเดนไดรต์ เปรียบเทียบกับ (ขวา) เกล็ดหิมะของเอลซ่า

3. การทำบทภาพ (storyboard) คือ การนำบทที่เขียนขึ้นนั้นมาทำการจำแนกมุมภาพต่างๆ โดยการร่างภาพลายเส้น ซึ่งแสดงถึงการดำเนินเรื่องพร้อมคำบรรยายคร่าวๆ



ภาพประกอบ 22 บทภาพของ Frozen

ที่มา: FROZEN. (2013). <http://goo.gl/KUP3ho>

4. การพากย์เสียง (voice recording) คือการกำหนดลักษณะ บุคลิกภาพของตัวละครด้วยการพากย์เสียงเพื่อคำนวณช่วงเวลาในการพูด และความยาวของอริยาบถต่างๆในแต่ละฉาก



ภาพประกอบ 23 การพากย์เสียง

ที่มา: FROZEN. (2013). <https://goo.gl/TZyMOz>

ขั้นตอนการผลิต (Production)

1. วางผัง (layout) คือ การกำหนดมุมภาพ และตำแหน่งของตัวละครอย่างละเอียด รวมทั้งวางแผนว่าในแต่ละช่วงภาพ ตัวละครจะต้องเคลื่อนไหวหรือแสดงสีหน้าอารมณ์อย่างไร ในช่วงเวลาเท่าไร

2. ทำให้เคลื่อนไหว (animate) คือ การทำให้ตัวละครเคลื่อนไหวตามบทในแต่ละฉากนั้นๆ และเนื่องจากในปัจจุบัน สื่อภาพเคลื่อนไหวสามารถประยุกต์ และแสดงผลได้หลากหลายบนอุปกรณ์ต่างๆ กัน ดังนั้นจึงต้องคำนึงถึงกฎพื้นที่ปลอดภัย (Safe-area) ซึ่งเป็นมาตรฐานการตีกรอบภาพ และกราฟิกบนจอเพื่อให้สามารถแสดงเนื้อหาได้มากที่สุดบนอุปกรณ์แสดงผล เนื่องจากขนาดของอุปกรณ์รับชมแต่ละประเภทมีขนาดที่ต่างกัน ดังนั้นการออกแบบภาพเคลื่อนไหวจึงต้องคำนึงถึงคุณสมบัติของอุปกรณ์รับชมด้วย



ภาพประกอบ 24 กฎพื้นที่ปลอดภัยสำหรับจอภาพขนาดต่างๆ

ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-production)

1. การประกอบภาพรวม (compositing) คือ ขั้นตอนในการนำตัวละครและฉากหลังมารวมเป็นภาพเดียวกัน ซึ่งทั้งแอนิเมชันแบบภาพสองมิติและภาพสามมิติ ต่างต้องใช้กระบวนการนี้ทั้งสิ้น

2. ดนตรีและเสียงประกอบ (music and sound effects) หมายถึง การเลือกเสียงดนตรีประกอบให้เข้ากับการดำเนินเรื่อง และฉากต่างๆ รวมทั้งเสียงสังเคราะห์ด้วย

3. ทฤษฎีแรงจูงใจ

เพลินพิศ วิบูลย์กุล (2558: ออนไลน์) การจูงใจเป็นกระบวนการที่บุคคลถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้าโดยจงใจ ให้กระทำหรือดิ้นรนเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์บางอย่าง พฤติกรรมที่เกิดจากการจูงใจเป็นพฤติกรรมที่ไม่ใช่แค่การตอบสนองต่อสิ่งเร้า แต่เป็นพฤติกรรมที่มีความเข้มข้น มีทิศทาง มีเป้าหมายชัดเจน และเป็นผลสืบเนื่องมาจากแรงผลักดัน หรือแรงกระตุ้นที่เรียกว่าแรงจูงใจ

สุขวัญ รัตนสัญญา (2558: ออนไลน์) แรงจูงใจ หมายถึงสภาวะที่ถูกกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมเพื่อไปยังจุดหมาย (goal) เมื่อตกอยู่ในสภาวะที่ได้รับการจูงใจ จะมีความกระตือรือร้นและขวนขวาย หรือแสดงพฤติกรรมเพื่อให้เกิดความสำเร็จ ซึ่งเป็นจุดหมายปลายทาง

สุพงษ์ ชูเดช (2558: ออนไลน์) แรงจูงใจ คือ พลังแรงภายในของบุคคล (หรือสัตว์) ที่ทำให้คนเรา (หรือสัตว์) เกิดพฤติกรรมและความมุ่งมั่นของพฤติกรรมให้บรรลุจุดหมาย และการจูงใจ คือ กระบวนการชักจูงที่เกิดขึ้นในตัวบุคคล และทำให้อยากทำพฤติกรรมต่างๆ ออกมาโดยที่ตัวเองอยากทำตามที่ต้องการปรารถนา หรือทำพฤติกรรมตามที่ผู้จูงใจคนอื่นอยากให้ทำก็ได้ ดังนั้นการจูงใจจึงมี 2 ชนิด คือ การจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) กับ การจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation)

จากข้อความข้างเราอาจสรุปได้ว่า แรงจูงใจ (Motive) เป็นคำที่มาจากคำภาษาละติน “movere” ซึ่งหมายถึง เคลื่อนไหว (Move) ดังนั้น คำว่าแรงจูงใจจึงหมายถึง พลังในตัวบุคคลที่ทำให้แสดงพฤติกรรมในลักษณะที่มีเป้าหมาย ส่วนการจูงใจ (Motivation) เป็นกระบวนการที่บุคคลถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้าโดยจงใจ ให้กระทำเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์บางอย่าง เช่น นักเขียนพยายามเร่งเขียนบทความหรือนิยายเพื่อส่งประกวดให้ทันกำหนดการณ เป็นต้น ซึ่งเห็นได้ว่าเป็นพฤติกรรมที่มีสาเหตุมาจากแรงจูงใจ โดยพฤติกรรมของแต่ละบุคคลอาจเกิดจากแรงจูงใจประการเดียว หรือหลายประการรวมกันก็ได้

3.1 ประเภทของแรงจูงใจ (รังสรรค์ โฉมยา. 2548: ออนไลน์)

แรงจูงใจภายใน

แรงจูงใจภายในเป็นสิ่งผลักดันจากภายในตัวบุคคลซึ่งอาจจะเป็นทัศนคติ ความคิด ความสนใจ ความตั้งใจ ความพอใจ ซึ่งจะเป็นเชิงบวก หรือเชิงลบก็ได้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมค่อนข้างถาวร

การจูงใจภายนอก

แรงจูงใจภายนอกเป็นสิ่งผลักดันภายนอกตัวบุคคลซึ่งอาจจะเป็นการมอบรางวัล เกียรติยศ ชื่อเสียง คำชม ยกย่อง ซึ่งจะเป็นเชิงบวกหรือเชิงลบก็ได้เช่นกัน แต่แรงจูงใจเหล่านี้ไม่ถาวร บุคคลจะแสดงพฤติกรรมเพื่อตอบสนองแรงจูงใจดังกล่าวเฉพาะกรณีที่ต้องการสิ่งตอบแทนเท่านั้น

3.2 กระบวนการเกิดแรงจูงใจ (ยุทธานุ พรหมณี. 2558: ออนไลน์)

1. ความต้องการ (Need) เป็นสภาพประกอบบุคคลขาดสมดุล ทำให้เกิดแรงผลักดันให้บุคคลสร้างสมดุลให้ตัวเอง เช่น เมื่อรู้สึกหิวก็จะเริ่มมองหาอาหาร เป็นต้น

2. แรงจูงใจทางด้านร่างกาย (Physical Motivation) เป็นความต้องการเกี่ยวกับอาหาร น้ำ การพักผ่อน การได้รับความคุ้มครอง ความปลอดภัย การได้รับความเพลิดเพลิน การผ่อนคลาย ความเครียด

3. แรงจูงใจทางด้านสังคม (Social motivation) เป็นความต้องการที่มีผลมาจากด้านชีววิทยาของมนุษย์ในความต้องการอยู่ร่วมกันกับสังคม ครอบครัว เพื่อนฝูง ซึ่งเป็นความต้องการส่วนบุคคลที่ได้รับอิทธิพลมาจากสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม

โดยความแตกต่างของแรงจูงใจด้านสังคมและแรงจูงใจด้านร่างกาย คือ แรงจูงใจด้านร่างกายเกิดจากความต้องการของตนเองมากกว่าผลตอบแทนจากสังคม

1. แรงขับ (Drives) เป็นแรงผลักดันที่เกิดจากความต้องการภายในตัวบุคคล ความต้องการและแรงขับมักเกิดควบคู่กัน เมื่อเกิดความต้องการแล้วก็จะเกิดแรงขับ เป็นการผลักดันให้เกิดพฤติกรรม เช่น เมื่อรู้สึกหิวก็จะเริ่มมองหาอาหาร หรือเดินไปเปิดตู้เย็นเพื่อนำวัตถุดิบออกมาปรุงอาหารในกรณีที่พักอาศัยอยู่ภายในบ้าน แต่ถ้าหากอยู่ที่บริษัทก็อาจจะเดินออกไปหาร้านอาหาร

2. สิ่งล่อใจ (Incentives) เป็นสิ่งที่ชักนำให้บุคคลกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งไปสู่สิ่งล่อใจหรือจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ซึ่งเป็นแรงจูงใจภายนอก เช่น ร้านกาแฟสดในปัจจุบันมีจำนวนมากจนเรียกได้ว่ามีแทบทุกสี่แยกไฟแดง ดังนั้นผู้ค้าที่ต้องการเรียกลูกค้าจึงต้องหาวิธีการที่น่าสนใจด้วยการจัดการส่งเสริมการขาย (promotion) เป็นการสะสมแต้ม 10 แ้ม ฟรีกาแฟ 1 แก้ว

3. การตื่นตัว (Arousal) เป็นภาวะที่บุคคลถูกกระตุ้น และพร้อมจะแสดงพฤติกรรม เช่น นักศึกษาที่กำลังทำข้อสอบจะถูกกระตุ้นด้วยการจำกัดเวลาสอบ

3.1 การตื่นตัวระดับสูง มักจะกลายเป็นตื่นตกใจจนขาดสมาธิ

3.2 การตื่นตัวระดับกลาง มักจะเป็นระดับตื่นตัวที่ดีที่สุด

3.3 การตื่นตัวระดับต่ำ มักจะทำให้เฉื่อยชา

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ทำให้บุคคลตื่นตัวมีทั้งสิ่งเร้าภายนอกและภายใน ได้แก่ ลักษณะส่วนตัวของบุคคลแต่ละคนที่มีต่างกันทั้งบุคลิกภาพ นิสัยและระบบสรีระของผู้นั้น

1. การคาดหวัง (Expectancy) เป็นการตั้งความปรารถนาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เช่น นักศึกษามีความคาดหวังที่จะสอบได้คะแนนดี และมีโอกาสได้รับเกียรตินิยม จะทำให้พวกเขาตั้งใจศึกษา และอ่านหนังสือทบทวนมากยิ่งขึ้น

2. การตั้งเป้าหมาย (Goal setting) เป็นการกำหนดทิศทางและจุดปลายทางของการทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง จัดเป็นแรงจูงใจจากภายในของบุคคล

3.3 ทฤษฎีแรงจูงใจ

1. ทฤษฎีการกระตุ้นเร้าในระดับที่เหมาะสม (Optimum Arousal Theory)

อารยา ปิยะกุล (2556: 11-12) อ้างถึง เยอร์เกิส (Yerkes) และ ดอดสัน (Dodson) เกี่ยวกับทฤษฎีการกระตุ้นเร้าในระดับที่เหมาะสมซึ่งเรียกว่า Yerkes-Dodson Law (YD Law) ซึ่งกล่าวว่าผลของการจูงใจที่ดีที่สุดจะอยู่ภายใต้ระดับการกระตุ้นปานกลาง เพราะถ้าถูกกระตุ้นต่ำเกินไป บุคคลก็จะเกิดความรู้สึกเฉื่อยชา ไม่สนใจ และหากกระตุ้นสูงไป บุคคลก็จะเกิดความลนลาน ไม่สามารถมีสมาธิอยู่กับสิ่งที่ทำได้ (คุน; มิเทอร์เรอร์. 2013: 345)

แต่การกระตุ้นเร้าปานกลางไม่ได้เป็นระดับที่เหมาะสมในทุกประเภทของการกระตุ้นเพื่อสร้างแรงจูงใจ แต่ระดับการกระตุ้นที่เหมาะสมจะแตกต่างกันไปตามระดับความยากง่ายของสิ่งที่ทำ โดยในงานที่ยาก เช่น การแก้โจทย์วิชาคณิตศาสตร์ซึ่งมีความซับซ้อนนั้นควรจะใช้วิธีการกระตุ้นเร้าในระดับที่ค่อนข้างต่ำ เพราะสิ่งที่ทำเป็นสิ่งที่ยากในระดับหนึ่งแล้ว หากมีการกระตุ้นเร้าที่สูงเกินไปจะเป็นการเพิ่มความยากให้กับสิ่งที่ทำ และสร้างความวิตกกังวล เพิ่มความเครียดให้มากเกินไป จนไม่สามารถมีสมาธิเพื่อกระทำการสิ่งนั้นๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ถ้าสิ่งที่ทำมีความง่าย เช่นการถ่ายเอกสาร ระดับการกระตุ้นเร้าที่เหมาะสมควรเป็นระดับกระตุ้นเร้าที่ค่อนข้างสูง เพราะบุคคลอาจมีความรู้สึกว่ามันเป็นงานที่ง่ายเกินไป ไม่มีความท้าทาย จึงกลายเป็นความเฉื่อยชา

2. ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory)

อารยา ปิยะกุล (2556: 13-14) อ้างถึง วิคเตอร์ วรูม (Victor Vroom) เกี่ยวกับทฤษฎีความคาดหวังซึ่งกล่าวว่า โอกาสของความสำเร็จในการจูงใจให้บุคคลแสดงพฤติกรรมขึ้นอยู่กับผลลัพธ์ที่บุคคลผู้นั้นจะได้รับ และผลลัพธ์นั้นต้องมีคุณค่ามากพอสำหรับบุคคลนั้น อีกทั้งหากบุคคลยังต้องมีความเชื่อว่าตนจะสามารถกระทำพฤติกรรมนั้นได้อีกด้วย (พิสิษฐ์ จง. 2558: ออนไลน์)

1) ถ้าพยายามแล้วจะทำได้ (Effort → Performance)

การคาดหวังว่าเมื่อพยายามเต็มแล้ว ผลงานจะมีประสิทธิภาพดีขึ้น บุคคลจะพิจารณาว่างานที่ได้รับมอบหมายอยู่ในความสามารถที่จะทำได้หรือไม่ หากประเมินแล้วว่าตนสามารถทำได้ ระดับความคาดหวังก็จะสูง แต่หากพิจารณาแล้วว่าพยายามอย่างไรก็ไม่สำเร็จ ระดับความคาดหวังก็จะต่ำ และสิ่งที่ตามมาคือจะไม่เกิดแรงจูงใจในการกระทำสิ่งนั้น

2) ถ้าทำแล้วจะสำเร็จ (Performance → Outcome)

การคาดหวังว่าเมื่อลงมือทำแล้วจะสำเร็จ เป็นการคาดหวังล่วงหน้าของบุคคลก่อนที่จะแสดงพฤติกรรม ซึ่งหากคาดการณ์แล้วว่าสำเร็จก็จะเป็นแรงผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมนั้น แต่ถ้าคาดการณ์แล้วว่าไม่สำเร็จ บุคคลก็อาจไม่มีแรงจูงใจในการแสดงพฤติกรรม

3) คุณค่าของผลลัพธ์ (Valance)

คุณค่าของผลลัพธ์ที่มีผลต่อการแสดงพฤติกรรม โดยความพอใจในผลลัพธ์ของแต่ละคนจะต่างกัน หากต้องการจะสร้างแรงจูงใจก็ควรศึกษาความต้องการของแต่ละคน

3. ทฤษฎีการเสริมแรง (Reinforcement Theory)

อารยา ปิยะกุล (2556: 23-24) อ้างถึงเบอรรุส เฟรดเดอริก สกินเนอร์ (B. F. Skinner) เกี่ยวกับผลของพฤติกรรมในอดีตที่มีส่วนควบคุมพฤติกรรมในอนาคต ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทคือ ผลที่เป็นที่พอใจ และผลที่ไม่เป็นที่พอใจ ดังนั้นถ้าเราเข้าใจเงื่อนไขของการเสริมแรงของบุคคลแต่ละได้ก็สามารถจะสร้างใจได้ โดยผลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมดังนี้

A ตัวกระตุ้นที่ทำให้เกิดพฤติกรรม (Antecedent)

B พฤติกรรม (Behavior)

C ผลที่เกิดขึ้น (Consequence)

(C+) ผลที่เป็นที่พอใจ

(C-) ผลที่ไม่เป็นที่พอใจ

โดยบุคคลที่ได้รับ (C+) บุคคลก็มีแนวโน้มที่จะทำพฤติกรรมนั้นอีกในอนาคต แต่ถ้าบุคคลได้รับ (C-) บุคคลก็มีแนวโน้มที่จะเลิกทำพฤติกรรมนั้นในอนาคต

ผลของพฤติกรรมสามารถอธิบายได้ 2 ลักษณะ ดังนี้

1) การเสริมแรง (Reinforcement)

- การเสริมแรงทางบวก (Positive Reinforcement) การให้สิ่งที่คุณต้องการเมื่อคุณแสดงพฤติกรรมที่พึงประสงค์ โดยการเสริมแรงนี้มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมที่พึงประสงค์ เช่น บุคคลผู้มีรายได้เกิน 100,000 บาทต่อปีและแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (พฤติกรรมที่พึงประสงค์)สรรพากรสามารถประเมินเงินคืนให้ได้ กรณีถูกเรียกเก็บภาษีเกินไป (เงินเป็นสิ่งที่บุคคลชอบและต้องการ)

- การเสริมแรงทางลบ (Negative Reinforcement) การลดสิ่งที่คุณต้องการเมื่อคุณแสดงพฤติกรรมที่พึงประสงค์ โดยการเสริมแรงนี้มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมที่พึงประสงค์

2) การลงโทษ (Punishment)

- การลงโทษทางบวก (Positive Punishment) การให้สิ่งที่คุณไม่ชอบหรือไม่ต้องการ เมื่อคุณแสดงพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ โดยการลงโทษนี้มีเป้าหมายเพื่อหยุดยั้งพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์

- การลงโทษทางลบ (Negative Punishment) การลดสิ่งที่คุณชอบหรือต้องการเมื่อคุณแสดงพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ โดยการลงโทษนี้มีเป้าหมายเพื่อหยุดยั้งพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ เช่น หากบุคคลผู้มีรายได้เกิน 100,000 บาทต่อปีแต่กลับไม่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (พฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์) สรรพากรเรียกเก็บค่าปรับเป็นเงิน 200 บาท (เงินเป็นสิ่งที่บุคคลชอบและต้องการ)

พฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์ล้วนเกิดจากแรงจูงใจทั้งสิ้น และแรงจูงใจที่สำคัญคือ แรงจูงใจภายในตัวบุคคลซึ่งจะมีความคงทนถาวรมากกว่าแรงจูงใจภายนอก ดังนั้น การสร้างแรงจูงใจที่ดีจึงควรใช้วิธีการที่เหมาะสมซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกเพื่อสร้างแรงจูงใจภายใน

3.4 ทฤษฎีโน้มน้าวใจ

การโน้มน้าวใจเหมือนกับการกระตุ้นเพื่อให้เกิดการแสดงพฤติกรรมอย่างที่ต้องการให้เป็น และในกระบวนการโน้มน้าวใจจะมีปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งซึ่งก็คือ ทักษะดั้งเดิมของบุคคล ดังนั้นในการจะโน้มน้าวบุคคล จึงต้องศึกษาทัศนคติดั้งเดิมของบุคคลคนก่อน ซึ่งทฤษฎีนี้จะแบ่งกลุ่มทัศนคติดั้งเดิมของบุคคลออกเป็น 4 ลักษณะ ดังนี้ (อรสา ปานขาว, 2553: ออนไลน์)

1. กลุ่มเชื่อ (Believer) เป็นกลุ่มที่ง่ายที่สุดในการจะทำการโน้มน้าว เพราะเป็นกลุ่มที่ได้รับทัศนคติ ความรู้ ประสบการณ์ และข้อมูลต่างๆ เป็นแนวทางเดียวกัน จึงเชื่อและเห็นด้วย เช่น กลุ่มคนที่มีความรู้เรื่องภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอยู่แล้ว เพียงแต่ไม่เคยยื่นแบบแสดงรายการด้วยตนเอง จะมีความกระตือรือร้น และสนใจมากกว่ากลุ่มอื่น

2. กลุ่มสงสัย (Skeptic) เป็นกลุ่มที่ได้รับข้อมูล ความรู้ ประสบการณ์ และข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับสิ่งที่โน้มน้าวทั้งในด้านบวกและด้านลบ คนกลุ่มนี้จึงเกิดความสงสัยในเรื่องนั้น เช่น ในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอาจมีการคิดภาษีย้อนหลังหากบุคคลนั้นชำระภาษีไม่ครบถ้วนตามจำนวน แต่ในขณะเดียวกันสำหรับผู้ชำระภาษีเกินจำนวนที่ก็มีสิทธิในการได้รับคืนภาษี จึงนำมาสู่ข้อสงสัยซึ่งทำให้คนกลุ่มนี้ตัดสินใจไม่ได้ว่าระหว่างประโยชน์และโทษนั้นสิ่งใดมีมากกว่ากัน เขาจึงยังไม่ตกลงใจเชื่อว่าการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเป็นสิ่งที่ดี ดังนั้นในการทำการโน้มน้าวจึงต้องเริ่มพูดเรื่องปัญหาที่สงสัยให้หายสงสัยก่อน

3. กลุ่มเฉื่อย (Apathetic) เป็นกลุ่มที่ไม่สนใจ ไม่ได้ตอบหรือแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องที่โน้มน้าว เนื่องจากรู้สึกว่าเป็นเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกันตนเอง เช่น กลุ่มพนักงานบริษัทที่เพิ่งเริ่มต้นทำงานซึ่งยังมีรายได้ไม่ถึงเกณฑ์ที่จะต้องชำระภาษีจะรู้สึกว่าเรื่องภาษีไม่ใช่เรื่องของตนเองแต่เป็นเรื่องที่บริษัทต้นสังกัดจะต้องจัดการ ดังนั้น ในการทำการโน้มน้าวคนกลุ่มนี้จึงต้องพยายามทำให้พวกเขาคิดว่าเป็นปัญหาที่ใกล้ตัว

4. กลุ่มปรปักษ์ (Hostile) กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ยากที่สุดในการทำการโน้มน้าว เพราะเป็นกลุ่มไม่เห็นด้วยสิ่งที่โน้มน้าวต้องการจะสื่อสาร และพยายามต่อต้านการโน้มน้าวอีกด้วย ดังนั้น ในการทำการโน้มน้าวจึงต้องพยายามทำให้พวกเขาเกิดความปั่นป่วนในแง่ของความคิดหรือเกิดความไม่สมดุลเสียก่อนเพื่อให้เปลี่ยนจากกลุ่มปรปักษ์มาเป็นกลุ่มสงสัย และในช่วงที่เขาเกิดความปั่นป่วนทางความคิด สมองของมนุษย์ก็จะเริ่มเปิดรับข้อมูลต่างๆ เราจึงเริ่มโน้มน้าวในช่วงนี้โดยให้ข้อมูลที่ดีและเป็นประโยชน์

จะเห็นว่าบุคคลทั้ง 4 กลุ่มจะเป็นกลุ่มที่ทำการประชาสัมพันธ์จากยากที่สุดถึงง่ายที่สุด ซึ่งแต่ละกลุ่มจะมีวิธีการทำการประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างกันไปเพื่อให้เปลี่ยนลักษณะมาเป็นกลุ่มที่ทำ

การประชาสัมพันธ์ได้ง่ายขึ้น กลุ่มปราชญ์ กลุ่มเจ๊อย และกลุ่มสงฆ์จะต้องมีการเปลี่ยนลักษณะมาจนกระทั่งกลายเป็นกลุ่มเชื่อก่อนจึงจะถึงขั้นบอกวิธีการปฏิบัติ และในการเปลี่ยนลักษณะความคิดของทั้ง 3 กลุ่มไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนลักษณะตามลำดับขั้น



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและพัฒนาอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ โดยกรณีศึกษา การจูงใจให้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยตนเอง ผู้วิจัยจึงได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ระยะ และ 4 ขั้นตอนดังนี้

ระยะที่ 1 การศึกษาอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาเอกสารข้อมูลจากหนังสือ บทความ วารสาร และสื่อที่เกี่ยวข้องกับอินโฟกราฟิก หลักการของภาพยนตร์และภาพเคลื่อนไหว และการจูงใจเพื่อหาองค์ประกอบหลักในการออกแบบอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ โดยปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญด้านกราฟิก

1. ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาสื่อจูงใจจำนวน 10 ผลงานโดยเป็นสื่อโฆษณา 5 ผลงาน และสื่อรณรงค์ 5 ผลงานเพื่อศึกษาองค์ประกอบที่ใช้ในการจูงใจซึ่งจะนำมาใช้ในการออกแบบด้านข้อมูลเนื้อหา

2. ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวจำนวน 24 ผลงานซึ่งมีความยาวไม่เกิน 2 นาทีเพื่อศึกษาองค์ประกอบซึ่งจะนำมาใช้ในการออกแบบด้านเสียงบรรยาย และภาพประกอบ โดยเป็นผลงานที่ผลิตโดย

2.1 บริษัท อินโฟกราฟิก ไทยแลนด์ จำกัด (Infographic Thailand) จำนวน 8 ผลงาน

2.2 องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะ (Thai PBS) จำนวน 8 ผลงาน

2.3 ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC) จำนวน 8 ผลงาน

ระยะที่ 2 การศึกษาองค์ประกอบของอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างเครื่องมือแบบสอบถาม เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในด้านความพึงพอใจ ความเข้าใจ และทัศนคติ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ โดยปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาการสรรพากร และกลุ่มตัวอย่าง 74 คนที่คัดเลือกจากประชากรที่มียานพาหนะ และใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นประจำ แต่ไม่เคยยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

1. แบบทดสอบเพื่อหาองค์ประกอบในการออกแบบด้านข้อมูลเนื้อหาโดยประยุกต์ใช้กระบวนการสร้างแรงจูงใจร่วมกับทฤษฎีโครงสร้างการเขียนบท ซึ่งได้ผลเป็นแบบทดสอบ และแบบสัมภาษณ์เชิงโครงสร้าง โดยแบ่งเป็น

1.1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 10 ข้อ

1.2 ทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 10 ข้อ

1.3 ความรู้ด้านประโยชน์ของการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

1.4 ความรู้ด้านโทษของการไม่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ขั้นตอนที่ 3 การสร้างเครื่องมือแบบสัมภาษณ์ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในด้านความพึงพอใจ ความเข้าใจ และทัศนคติ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ โดยปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญด้านกราฟิกคอมพิวเตอร์ และกลุ่มตัวอย่าง 74 คนที่คัดเลือกจากประชากรที่มีงานทำ และใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นประจำ แต่ไม่เคยยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

2. แบบสอบถามกึ่งโครงสร้างเกี่ยวกับความพึงพอใจเพื่อหาคำตอบประกอบในการออกแบบด้านเสียงบรรยายโดยใช้ทฤษฎีการรับรู้ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านกราฟิกคอมพิวเตอร์คัดเลือกผลงาน 3 ชิ้นจาก 24 ชิ้นเบื้องต้นที่มีความแตกต่างกันทางด้านเสียงบรรยาย เพื่อนำไปเป็นตัวอย่างประกอบกับแบบสอบถาม ซึ่งได้ผลเป็นแบบสอบถามกึ่งโครงสร้างโดยแบ่งเป็น

- 2.1 ความเร็วในการบรรยายที่เหมาะสมคืออะไร
- 2.2 เสียงของผู้บรรยายมีผลในการรับชมหรือไม่
- 2.3 คำบรรยายได้ภาพมีส่วนช่วยส่งเสริมในการทำความเข้าใจหรือไม่

3. แบบสอบถามกึ่งโครงสร้างเกี่ยวกับความพึงพอใจเพื่อหาคำตอบประกอบในการออกแบบด้านภาพประกอบโดยใช้หลักรูปแบบของอินโฟกราฟิก และทฤษฎีการจัดองค์ประกอบภาพ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านกราฟิกคอมพิวเตอร์คัดเลือกผลงาน 3 ชิ้นจาก 24 ชิ้นเบื้องต้นที่มีความแตกต่างกันทางด้านเสียงบรรยาย เพื่อนำไปเป็นตัวอย่างประกอบกับแบบสอบถาม ซึ่งได้ผลเป็นแบบสอบถามกึ่งโครงสร้างโดยแบ่งเป็น

- 3.1 ความพึงพอใจในวิธีการนำเสนอ
- 3.2 ความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอ

ระยะที่ 3 การพัฒนาอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ

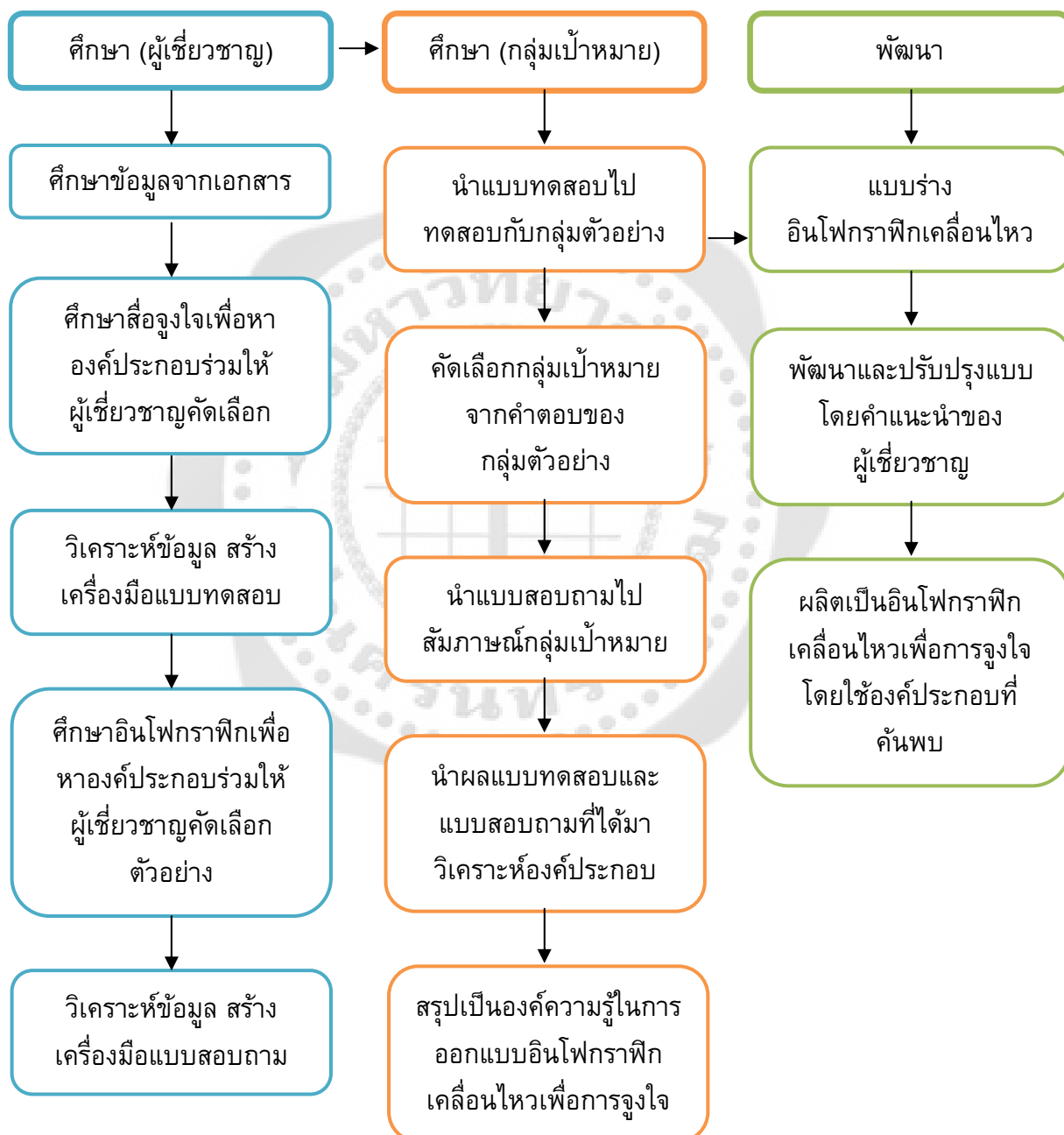
ขั้นตอนที่ 4 การพัฒนาอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ กรณีศึกษา การจูงใจให้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยตนเอง โดยใช้ผลการวิเคราะห์ที่ได้มาเป็นแนวทางในการสร้างแบบร่าง

1. องค์ประกอบในการออกแบบด้านข้อมูลเนื้อหาโดยประยุกต์ใช้กระบวนการสร้างแรงจูงใจร่วมกับทฤษฎีโครงสร้างการเขียนบท โดยวิเคราะห์ผลของแบบทดสอบจากกลุ่มตัวอย่างว่ากลุ่มตัวอย่างต้องการการส่งเสริมด้านใดมากกว่ากัน

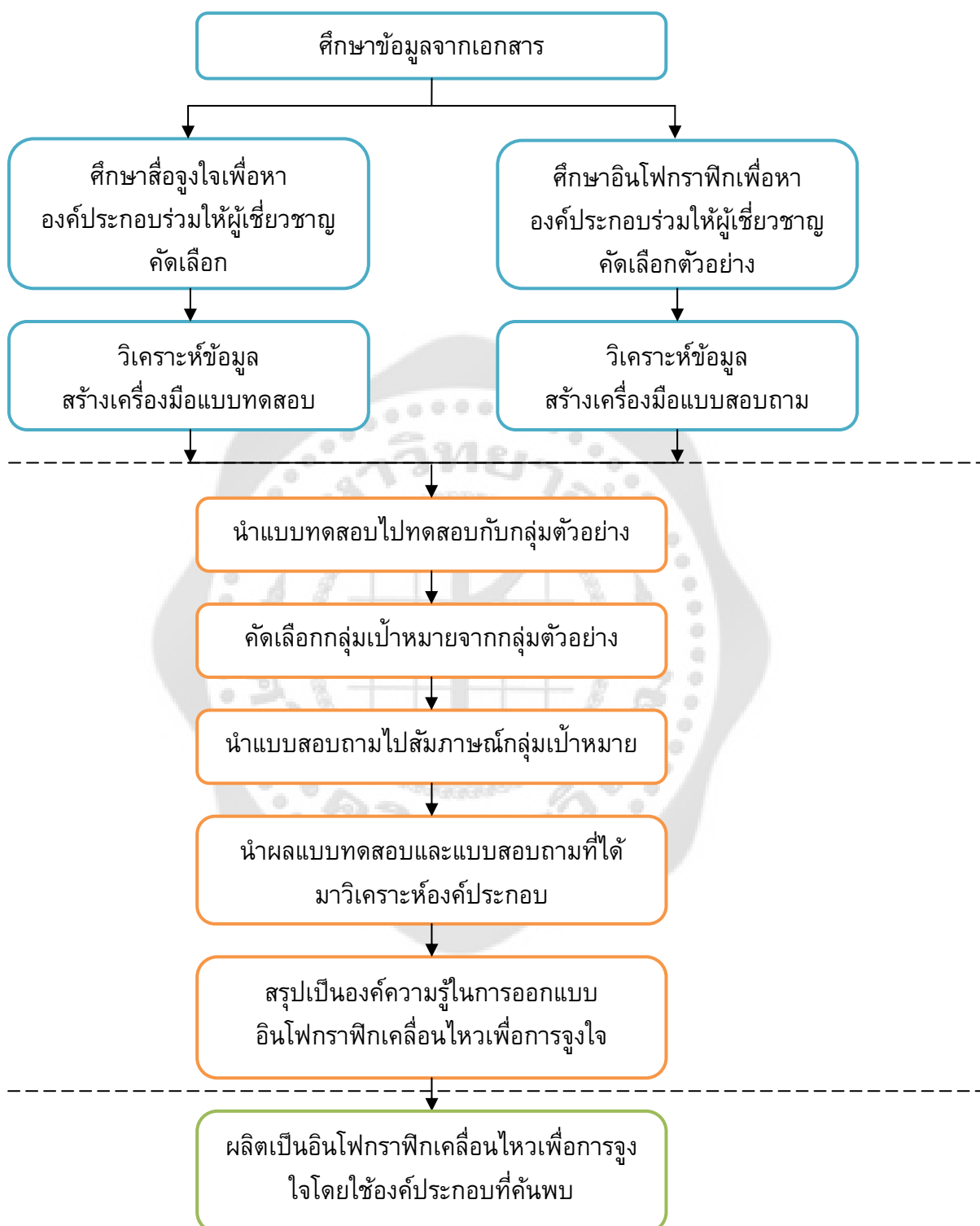
2. องค์ประกอบในการออกแบบด้านเสียงบรรยายโดยใช้ทฤษฎีการรับรู้ โดยวิเคราะห์ผลของแบบสอบถามกึ่งโครงสร้างจากกลุ่มตัวอย่างว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในเสียงบรรยายประเภทไหน และรูปแบบใด

3. องค์ประกอบในการออกแบบด้านภาพประกอบโดยใช้หลักรูปแบบของอินโฟกราฟิก และทฤษฎีการจัดองค์ประกอบภาพ โดยวิเคราะห์ผลของแบบสอบถามถึงโครงสร้างจากกลุ่มตัวอย่างว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในภาพประกอบวิธีการไหน และรูปแบบใด

แผนผังวิธีดำเนินการวิจัย



ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง การศึกษาและพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ โดยกรณีศึกษา การจูงใจให้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยตนเอง ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับความสำคัญของกระบวนการศึกษาและการออกแบบ โดยแบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 4 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์จากแบบทดสอบ เพื่อหาคำประกอบในการออกแบบด้านข้อมูลเนื้อหาโดยประยุกต์ใช้กระบวนการสร้างแรงจูงใจร่วมกับทฤษฎีโครงสร้างการเขียนบท

ขั้นตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์จากแบบแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เพื่อหาคำประกอบในการออกแบบด้านเสียงบรรยาย

ขั้นตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์จากแบบแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เพื่อหาคำประกอบในการออกแบบด้านภาพประกอบโดยใช้หลักรูปแบบของอินโฟกราฟิก และทฤษฎีการจัดองค์ประกอบภาพ

ขั้นตอนที่ 4 ผลการพัฒนาอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ โดยใช้องค์ประกอบทั้งหมดที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนที่ 1

ผลการวิเคราะห์จากแบบทดสอบ เพื่อหาคำประกอบในการออกแบบด้านข้อมูลเนื้อหาโดยประยุกต์ใช้กระบวนการสร้างแรงจูงใจร่วมกับทฤษฎีโครงสร้างการเขียนบทของกลุ่มตัวอย่าง 113 คน

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบทดสอบของการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบายโดยเรียงลำดับ คือ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1: ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2: ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ และทัศนคติที่มีต่อการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยตนเอง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ตอนที่ 1: ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 1 แสดงจำนวน (ความถี่) ค่าร้อยละ และข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 113)

สถานภาพ		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	หญิง	84	74.33
	ชาย	29	25.67
	รวม	113	100.00
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	15	13.27
	21-30 ปี	72	63.71
	31-40 ปี	23	20.35
	41 ปีขึ้นไป	3	2.67
	รวม	113	100.00
การศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	21	18.58
	ปริญญาตรี	79	69.91
	สูงกว่าปริญญาตรี	13	11.51
	รวม	113	100.00
เงินเดือน	ต่ำกว่า 15,000 บาท	7	6.19
	15,001 - 20,000 บาท	48	42.47
	20,001 - 25,000 บาท	36	31.85
	25,001 - 30,000 บาท	19	16.81
	30,001 บาทขึ้นไป	3	2.68
	รวม	113	100.00
เคยยื่นแบบภาษี		39	34.51
ไม่เคยยื่นแบบภาษี		74	65.49
รวม		113	100.00

จากตาราง 1 กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมทดสอบมีข้อมูลตารางตามความต้องการที่ต้องการประเมิน 74 คนจาก 113 คน เนื่องจากผู้วิจัยมีเงื่อนไขต้องการผู้ที่มีงานทำ และใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นประจำ แต่ไม่เคยยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาซึ่งคิดเป็นร้อยละ 65.48 ของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2: ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ และทัศนคติที่มีต่อการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ตาราง 2 แสดงผลการทดสอบความรู้ และทัศนคติที่มีต่อภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (n = 74)

ประเภทของคำถาม	จำนวน	ร้อยละ
ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา		
0-3 คะแนน	38	51.35
4-6 คะแนน	21	28.37
7-10 คะแนน	15	20.28
รวม	74	100.00
ทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา		
0-10 คะแนน	8	10.81
11-20 คะแนน	13	17.56
21-30 คะแนน	15	20.27
31-40 คะแนน	27	36.48
41-50 คะแนน	11	14.88
รวม	74	100.00
การรับรู้ประโยชน์ของการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา		
มีความสนใจมาก	18	24.32
มีความสนใจปานกลาง	32	42.24
ไม่สนใจ	24	33.44
รวม	74	100.00
การรับรู้บทลงโทษของการไม่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา		
มีความสนใจมาก	13	17.56
มีความสนใจปานกลาง	43	58.10
ไม่สนใจ	18	24.34
รวม	74	100.00

จากตาราง 2 กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมทดสอบ 74 คน ซึ่งคัดเลือกจาก 113 คน โดยเป็นผู้มีงานทำ ที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นประจำแต่ไม่เคยยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยตนเองมาก่อน โดยผลการทดสอบแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1. ร้อยละ 51.35 ได้คะแนนแบบทดสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในช่วง 0-3 คะแนน จาก 10 คะแนน ซึ่งหมายความว่ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอยู่ในเกณฑ์น้อย

2. ร้อยละ 36.48 ได้คะแนนแบบทดสอบทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในช่วง 31-40 คะแนน จาก 50 คะแนน ซึ่งหมายความว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอยู่ในเกณฑ์มาก

3. ร้อยละ 42.24 ได้คะแนนแบบสอบถามการรับรู้ประโยชน์ของการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในช่วงมีความสนใจปานกลาง ซึ่งหมายความว่ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้ด้านประโยชน์ของการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง

4. ร้อยละ 58.10 ที่ได้คะแนนแบบสอบถามการรับรู้โทษของการไม่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในช่วงมีความสนใจปานกลางซึ่งหมายความว่ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้ด้านบทลงโทษของการไม่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง

ดังนั้น ในด้านการออกแบบข้อมูลเนื้อหาควรส่งเสริมความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเป็นหลัก และส่งเสริมทัศนคติที่ดีเป็นเรื่องรองลงมา ส่วนในด้านความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ หรือโทษของการยื่น หรือไม่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดานั้นเป็นประเด็นสุดท้าย เนื่องจากผลการทดสอบบอกได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้ในเรื่องนี้อยู่บ้างแล้ว แต่กลับมีความเข้าใจผิดเนื่องจากความรู้ที่มีอยู่ตั้งแต่ตอนต้นนั้นไม่ถูกต้อง

ขั้นตอนที่ 2

ผลการวิเคราะห์จากแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เพื่อหาคำประกอบในการออกแบบด้านเสียงบรรยายโดยใช้ทฤษฎีการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง 74 คน

ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ประกอบกับอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวตัวอย่างจำนวน 3 ผลงานที่มีความแตกต่างกันทางด้านเสียงบรรยายซึ่งคัดเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญด้านกราฟิกคอมพิวเตอร์ เพื่อใช้ในการสอบถามความพอใจด้านเสียงบรรยายที่มีผลในการรับชมอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหว

ตาราง 3 แสดงผลการสอบถามความพอใจด้านเสียงบรรยาย (n = 74)

แนวทางของเสียงบรรยาย	จำนวน	ร้อยละ
ความเร็วในการบรรยายที่เหมาะสม		
ผลงานตัวอย่างที่ 1 (เฉลี่ย 100-149 คำ/นาที)	18	24.34
ผลงานตัวอย่างที่ 2 (เฉลี่ย 150-199 คำ/นาที)	30	40.54
ผลงานตัวอย่างที่ 3 (เฉลี่ย 200-249 คำ/นาที)	26	35.12
รวม	74	100.00
เสียงผู้บรรยายมีผลต่อการรับชม		
ผลงานตัวอย่างที่ 1 (ผู้บรรยายชาย)	14	25.66
ผลงานตัวอย่างที่ 2 (ผู้บรรยายหญิง)	21	28.37
เพศใดก็ได้	39	52.72
รวม	74	100.00
คำบรรยายได้ภาพประกอบมีส่วนช่วยส่งเสริมในการทำ		
ความเข้าใจ	20	27.04
ไม่มีคำบรรยาย	22	29.72
มีคำบรรยาย	32	43.24
ขึ้นอยู่กับเนื้อหา	74	100.00
รวม		

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ประกอบกับอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวตัวอย่าง 3 ผลงานที่มีความแตกต่างกันทางด้านเสียงบรรยาย เพื่อหาค่าประกอบในการออกแบบด้านเสียงบรรยายโดยพัฒนาออกมา 3 แนวทางดังนี้

แนวทางที่ 1 แนวทางของความเร็วในการบรรยายที่เหมาะสม

จากการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเพื่อสอบถามความพึงพอใจพบว่าร้อยละ 40.54 มีความพึงพอใจในผลงานตัวอย่างที่ 2 ซึ่งมีความยาว 1.09 นาที และความเร็วในการบรรยายเฉลี่ย 171 คำ/นาที ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มความเร็วในการบรรยายที่ประมาณ 150-199 คำ/นาที

แนวทางที่ 2 แนวทางเสียงผู้บรรยายที่มีผลในการรับชม

จากการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเพื่อสอบถามความพึงพอใจพบว่าร้อยละ 52.72 ไม่ให้ความสนใจกับเพศของผู้บรรยาย โดยระบุว่าจะเป็นชายหรือหญิงก็ได้ แต่ร้อยละ 28.37 ก็บอกว่าพึงพอใจกับเสียงบรรยายของเพศชายมากกว่า

แนวทางที่ 3 แนวทางของคำบรรยายได้ภาพประกอบมีส่วนช่วยส่งเสริมในการทำ
เข้าใจ

จากการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเพื่อสอบถามความพึงพอใจพบว่าร้อยละ 43.24 เห็นว่าการมีคำบรรยายใต้ภาพขึ้นอยู่กับเนื้อหาที่น่าสนใจ แต่ร้อยละ 29.72 ก็บอกว่าการมีคำบรรยายใต้ภาพจะช่วยให้เข้าใจอินโฟกราฟิกมากยิ่งขึ้น เนื่องจากในบางครั้งนักบรรยายพูดไม่ชัดหรือใช้ศัพท์เฉพาะซึ่งอาจทำให้ผู้ชมฟังไม่ถนัด การมีคำบรรยายใต้ภาพจะช่วยส่งเสริม เสนอแนะให้ผู้ชมได้เข้าใจว่าอินโฟกราฟิกกำลังพูดถึงเรื่องอะไร

และจากการสัมภาษณ์เพิ่มเติมทางอีเมลทำให้ทราบถึงข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับเรื่องของเสียงบรรยายโดยแบ่งออกเป็นประเด็นหลักๆ 2 ประเด็นดังนี้

1. ในบางครั้งผู้ชมพบว่าภาพประกอบอินโฟกราฟิกบนหน้าจอมีความหมายไม่ตรงกับเสียงบรรยาย เช่น การที่เสียงบรรยายกล่าวว่า การใช้น้ำในชีวิตประจำวัน แต่ภาพประกอบปรากฏจอกกลับเป็นคำว่า การทำความสะอาด ทำให้ผู้ชมหยุดไปครู่หนึ่งคิดว่า การใช้น้ำในชีวิตประจำวัน กับ การทำความสะอาด นั้นเป็นสิ่งเดียวกันหรือไม่ และทำให้เสียสมาธิในการรับชม ดังนั้น การมีตัวหนังสืออยู่บนภาพประกอบอินโฟกราฟิกควรจะตรงกับเสียงบรรยาย เพื่อให้สอดคล้องกันและทำให้การรับชมราบรื่นยิ่งขึ้น

2. ในกรณีที่ผู้บรรยายพูดเร็วจนฟังไม่ทันจนต้องมีคำบรรยายใต้ภาพนั้นทำให้การทำความเข้าใจอินโฟกราฟิกง่ายขึ้น แต่ก็ทำให้เกิดการละเลยภาพประกอบเนื่องจากต้องคอยอ่านคำบรรยายใต้ภาพ แต่ในขณะเดียวกันถ้าผู้บรรยายพูดไม่เร็วมาก การมีคำบรรยายใต้ภาพจะสร้างความรำคาญเสียมากกว่า เนื่องด้วยถ้าผู้บรรยายพูดช้า ภาพประกอบปรากฏก็จะซ้ำตามไปด้วย ดังนั้นการมีคำบรรยายใต้ภาพ จะเพิ่มภาระทางการอ่านให้กับผู้ชม ดังนั้นคำบรรยายใต้ภาพอาจขึ้นกับความเร็วในการพูดของผู้บรรยายด้วย

ขั้นตอนที่ 3

ผลการวิเคราะห์จากแบบแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เพื่อหาองค์ประกอบในการออกแบบด้านภาพประกอบโดยใช้หลักรูปแบบของอินโฟกราฟิก และทฤษฎีการจัดองค์ประกอบภาพของกลุ่มตัวอย่าง 74 คน

ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ประกอบกับอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหว ตัวอย่างจำนวน 3 ผลงานที่มีความแตกต่างกันทางด้านภาพประกอบซึ่งคัดเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญด้านกราฟิกคอมพิวเตอร์ เพื่อใช้ในการสอบถามความพอใจด้านภาพประกอบที่มีผลในการรับชมอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหว

ตาราง 4 แสดงผลการสอบถามความพอใจด้านภาพประกอบ (n = 74)

แนวทางของภาพประกอบ	จำนวน	ร้อยละ
ความพึงพอใจในวิธีการนำเสนอ		
ผลงานตัวอย่างที่ 1 (บรรยาย)	24	32.43
ผลงานตัวอย่างที่ 2 (สารก)	40	54.05
ผลงานตัวอย่างที่ 3 (สัมภาษณ์)	10	13.52
รวม	74	100.00
ความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอ		
ผลงานตัวอย่างที่ 1 (ภาพกราฟิกสีหม่นหมอง)	14	25.66
ผลงานตัวอย่างที่ 2 (ภาพกราฟิกสีสดใส)	39	52.72
ผลงานตัวอย่างที่ 3 (ภาพกราฟิกผสมภาพถ่าย)	21	28.37
รวม	74	100.00
ความพึงพอใจในพิธีกร		
ผลงานตัวอย่างที่ 1 (ไม่มีพิธีกร หรือ ผู้บรรยายเป็นพิธีกร)	21	28.37
ผลงานตัวอย่างที่ 2 (พิธีกรเป็นภาพกราฟิก)	46	62.16
ผลงานตัวอย่างที่ 3 (มีพิธีกรเป็นมนุษย์จริงๆ)	7	9.47
รวม	74	100.00

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ถึงโครงสร้าง ประกอบกับอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวตัวอย่าง 3 ผลงานที่มีความแตกต่างกันทางด้านภาพประกอบ เพื่อหาองค์ประกอบในการออกแบบด้านภาพประกอบโดยพัฒนาออกมา 3 แนวทางดังนี้

แนวทางที่ 1 แนวทางของความพึงพอใจในวิธีการนำเสนอ

จากการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์ถึงโครงสร้างเพื่อสอบถามความพึงพอใจพบว่าร้อยละ 54.05 พอใจกับวิธีการเล่าเรื่องแบบสารก หรือการยกตัวอย่างประกอบกัน เนื่องจากทำให้เห็นภาพได้ชัด และรู้สึกถึงความสำคัญมากกว่าการบรรยายให้ความรู้ไปเรื่อยๆ ซึ่งฟังแล้วเพลินมากกว่า แต่ทั้งนี้ก็ยังขึ้นอยู่กับเนื้อหาของอินดฟกราฟิกด้วยว่าควรจะเป็นแบบบรรยายหรือยกตัวอย่างมากกว่ากัน อีกทั้งขึ้นอยู่กับตัวอย่างที่ถูกนำมาเปรียบเปรยด้วยว่าใกล้เคียงกับผู้ชมมากแค่ไหน เพราะหากยกตัวอย่างที่ดูจะห่างไกลผู้ชมมากเกินไปก็ทำให้อินโฟกราฟิกนั้นไม่น่าสนใจอยู่ดี

แนวทางที่ 2 แนวทางของความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอ

จากการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์ถึงโครงสร้างเพื่อสอบถามความพึงพอใจพบว่าร้อยละ 52.72 พอใจกับรูปแบบการนำเสนอที่เป็นภาพกราฟิกทั้งหมดและมีสีสันที่สดใส เนื่องจากมีความน่าสนใจมากกว่า อีกทั้งไม่สร้างอคติตั้งแต่แรกเห็น ในขณะที่ภาพแบบกราฟิกผสมภาพถ่ายนั้น

ต้องใช้พิธีกรซึ่งเป็นคนอาจจะทำให้เกิดอคติอันเนื่องมาจากความชื่นชอบได้ เป็นต้นว่าการใช้พิธีกรที่มีบุคลิกไม่เข้ากับเรื่องราวที่กำลังบรรยาย หรือการใช้พิธีกรดาราซึ่งไม่เป็นที่ถูกใจ หรือชื่นชอบซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อการรับชมอินโฟกราฟิก ต่างจากภาพกราฟิกทั้งหมดที่ปราศจากข้อแม้เหล่านี้โดยสิ้นเชิง

แนวทางที่ 3 แนวทางของความพึงพอใจในพิธีกร

จากการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเพื่อสอบถามความพึงพอใจพบว่าร้อยละ 62.16 พอใจกับพิธีกรที่เป็นภาพกราฟิก ซึ่งเป็นตัวการ์ตูนที่มีความน่ารักมากกว่าการมีพิธีกรที่เป็นมนุษย์จริงๆ

และจากการสัมภาษณ์เพิ่มเติมทางอีเมลทำให้ทราบถึงข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับเรื่องของภาพประกอบโดยแบ่งออกเป็นประเด็นหลักๆ 3 ประเด็นดังนี้

1. วิธีการเล่าเรื่องด้วยการยกตัวอย่างประกอบกัน (สาธก) จะใช้ได้กับเรื่องที่ต้องการจะให้ผู้ชมรู้สึกว่สิ่งที่พูดนั้นเป็นเรื่องใกล้ตัว เช่น การยกตัวอย่างในเรื่องการออมเงิน การจัดการเงิน ซึ่งผู้ชมโดยส่วนมากก็มีความชื่นชอบเรื่องเงินๆทองๆอยู่แล้ว ดังนั้นการยกตัวอย่างจะทำให้ผู้ชมรู้สึกเข้าถึงความรู้เรื่องเงินมากยิ่งขึ้น แต่ตัวอย่างที่ยกมาประกอบกันนั้นก็ต้องใกล้ชิดกับผู้ชมด้วย โดยเฉพาะในเรื่องของภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ที่ผู้ชมส่วนใหญ่อาจจะไม่มีเงินเดือนไม่เกิน 20,000 บาทต่อเดือน ถ้ายกตัวอย่างการชำระภาษีคนที่มียเงินเดือน 30,000 บาทต่อเดือน จะทำให้คนกลุ่มนี้หมดความสนใจ และกลับไปคิดว่าเรื่องของภาษีเป็นเรื่องไกลตัว ดังนั้นจึงควรใช้การยกตัวอย่างที่มีความใกล้เคียงที่อยู่ในเกณฑ์ต่ำสุดเพื่อให้ผู้ชมคิดว่าตนเองเป็นคนหนึ่งที่ต้องเปลี่ยนแปลง

2. การเทคนิคทางกราฟิกคอมพิวเตอร์ที่มากเกินไปอาจทำให้ผู้ชมรู้สึกหมดความสนใจได้เนื่องจากเรื่องของอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเป็นสื่อที่นำเสนอทั้งเนื้อหา ภาพ และเสียงซึ่งต้องใช้สมาธิในการรับชม ดังนั้นการขยับภาพโดยไม่จำเป็นจะเป็นการเพิ่มภาระทางสายตา เช่น การที่เสียงบรรยายพูดในสิ่งที่ตีความเป็นภาพไม่ได้ แต่เพื่อไม่ให้ภาพนิ่งจนเกินไป นักออกแบบอาจทำให้มีการขยับซ้ายขวา หรือหมุนซึ่งแทนที่ผู้ชมจะจดจ่ออยู่กับเสียงบรรยายซึ่งให้ข้อมูลความรู้ แต่กลับไปสนใจสิ่งที่ตาเห็นซึ่งไม่มีความหมายพิเศษอะไร ดังนั้นการขยับโดยไม่จำเป็นจึงเป็นอุปสรรคหนึ่งในการรับชมอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหว

3. สีของอินโฟกราฟิกเป็นส่วนหนึ่งที่ดึงดูดความสนใจ การใช้สีที่ตัดกันสดใสแต่ไม่สดจนเกินไปซึ่งทำให้ปวดตา มีส่วนดึงดูดมากกว่าสีที่อยู่ในโทนเดียวกันจนเกิดความกลมกลืนและการใช้พื้นหลังสีเข้มทำให้อินโฟกราฟิกดูยากกว่ามากกว่สีอ่อน เนื่องจากในบางครั้งตัวหนังสือและรูปภาพในอินโฟกราฟิกก็ถูกย่อส่วนลงตามความสำคัญ แต่อย่างไรผู้ชมก็จะพยายามเพ่งมองอยู่ดีว่าสิ่งที่ปรากฏให้เห็นตรงหน้าคืออะไร ดังนั้นจึงอาจเป็นการรบกวนสายตา หากใช้พื้นหลังสีเข้มทำให้ผู้ชมมองเห็นภาพประกอบทุกชิ้นในสายตาและพยายามจะมองว่าทุกสิ่งนั้นคืออะไรกันแน่ ดังนั้นต่อให้ใช้ภาพประกอบใหญ่กว่ามาอธิบาย แต่อย่างไรผู้ชมก็จะเห็นภาพอื่นเป็นจุดเล็กๆอยู่ดี การใช้พื้นหลังสีอ่อนจะทำให้ภาพจุดๆเล็กๆเหล่านั้นถูกสังเกตเห็นได้ยากขึ้น จึงทำให้ผู้ชมหันไปสนใจภาพประกอบใหญ่กว่า และจดจ่อกับสิ่งที่อินโฟกราฟิกกำลังนำเสนอได้มากยิ่งขึ้น

ขั้นตอนที่ 4

ผลการพัฒนาอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ โดยใช้องค์ประกอบทั้งหมดที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้ง 3 ด้านคือ ด้านข้อมูลเนื้อหา ด้านเสียงบรรยาย และด้านภาพประกอบ

ด้านข้อมูลเนื้อหา

ในการออกแบบข้อมูลเนื้อหา ผู้วิจัยได้ได้เขียนบทความโดยคร่าวเกี่ยวกับการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาโดยแบ่งออกเป็น 4 ใจความในเบื้องต้นอ้างอิงตามผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามในขั้นตอนที่ 1 นั่นคือ ด้านความรู้เบื้องต้น ด้านการส่งเสริมทัศนคติ ด้านความรู้ในประโยชน์ และด้านความรู้ในบทลงโทษ ดังนี้

ความรู้เบื้องต้นแบบผิดๆที่พบมากที่สุด 3 ลำดับเกี่ยวกับการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดานั้นคือ 1) หากไม่มีภาษีที่ต้องชำระก็ไม่จำเป็นต้องยื่นแบบฯ 2) ถูกหัก ณ ที่จ่ายไปแล้วก็ไม่จำเป็นต้องยื่นแบบฯ 3) มีความเชื่อว่าไม่ใช่หน้าที่ของตนแต่เป็นหน้าที่ของฝ่ายบุคคลของบริษัท (Human Resource) โดยเมื่อสอบถามข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกแล้ว ก็ยังพบว่าคนส่วนมากไม่รู้ว่าจะต้องมีรายได้เท่าไรจึงต้องชำระภาษี หรือมีความเข้าใจว่าหากมีรายได้มากกว่า 150,000 บาทต่อปีก็ต้องชำระภาษี แต่เมื่อถามย้อนกลับไ้ว่าผู้ให้สัมภาษณ์มีรายได้ต่อปีเป็นจำนวนเท่าใดก็ได้คำตอบกลับมามากกว่า 150,000 บาทต่อปีเป็นส่วนใหญ่แต่ก็ยังไม่เคยชำระภาษีสักครั้งเช่นกันโดยไม่ชวนขยายหาเหตุผลว่าเหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น แต่สำหรับบางท่านที่มีรายได้ถึงเกณฑ์ชำระภาษีแล้ว และเป็นพนักงานเงินเดือนซึ่งมักจะถูกหัก ณ ที่จ่ายไปก่อนเพื่อแบ่งเบาการชำระภาษี คนกลุ่มนี้ก็มีส่วนหนึ่งที่เข้าใจว่าการหัก ณ ที่จ่ายคือการยื่นแบบฯ จึงไม่จำเป็นต้องยื่นแบบฯ ปลายปีอีกครั้งหนึ่งเช่นกัน

แต่เป็นที่น่าแปลกใจว่าทัศนคติเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง นั่นคือพวกเขารับรู้และเข้าใจว่าการชำระภาษีเป็นหน้าที่ของตน แม้จะตัดพ้อถึงการบริหารงานที่ไม่ใคร่จะยุติธรรมกับภาษีที่จ่ายไปบ้าง เนื่องจากความคิดเห็นว่าระบบการจัดเก็บภาษียังไม่ยุติธรรมมากพอ เนื่องจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวนั้นยังปรากฏกรณีของบุคคลอื่นที่หลบเลี่ยงภาษีให้เห็นอยู่เป็นจำนวนมาก แต่ตนเองกลับไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้

ความเห็นเกี่ยวประโยชน์ของภาษีโดยส่วนมากนั้นมีความเห็นว่าการชำระภาษีทางตรงเช่น ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดานั้นคือการช่วยขับเคลื่อนประเทศ เพื่อให้ประเทศมีเงินทุนในการนำไปพัฒนาซ่อมแซมสาธารณูปโภคเป็นการต่อไป

ความเห็นเกี่ยวกับโทษของภาษีโดยส่วนมากนั้นไม่ทราบถึงบทลงโทษของการไม่ยื่นแบบฯ แต่มีความรู้ว่าการหลบเลี่ยงการชำระภาษีอาจถูกเรียกคืนย้อนหลังได้ในระยะเวลาไม่เกิน 2 ปี

เมื่อพิจารณาลำดับความสำคัญของข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยได้นำใจความสำคัญของแต่ละประเด็นออกมาพัฒนาเป็นข้อมูลเนื้อหาสำหรับอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ โดยประกอบด้วยข้อมูล 4 ใจความสำคัญ ดังนี้

การยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเป็นหน้าที่ส่วนบุคคลที่จะต้องรับผิดชอบ เมื่อมีรายได้เกิดขึ้นเกิน 100,000 บาทต่อปี บุคคลนั้นต้องยื่นแบบฯ แม้ว่าจะมีรายได้ไม่ถึงเกณฑ์ชำระภาษีก็ตาม แต่จะเสียภาษีใหม่นั้นก็เป็นอีกเรื่องหนึ่ง หากไม่ยื่นแบบฯ ภายในวันที่ 31 มีนาคมของทุกปีจะต้องถูกปรับเบื้องต้นเป็นเงิน 200 บาทหากบุคคลนั้นไม่ภาระภาษีที่ต้องชำระ แต่หากต้องชำระภาษีก็ต้องจ่ายเพิ่มอีก 1.5 เท่าของภาษีที่ต้องชำระ ดังนั้นเพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระภาษี จึงมีมาตรการการหัก ณ ที่จ่าย ซึ่งเป็นการหักเงินเอาไว้ล่วงหน้าโดยคาดว่าจะจ่ายประมาณ 3-5% ของรายได้แต่ละครั้ง และได้ไปรับรองการหักภาษี ณ ที่จ่ายมาเป็นหลักฐานว่าบุคคลนั้นได้แบ่งชำระภาษีแล้ว แต่อย่างไรผู้ชำระภาษีก็ต้องยื่นแบบฯ ปลายปีอยู่ดีเพื่อแจกแจงค่าใช้จ่ายและค่าลดหย่อนซึ่งอาจทำให้ได้รับเงินที่ถูกหัก ณ ที่จ่ายคืนมาบางส่วนหรือทั้งหมดแล้วแต่กรณี และเหตุผลที่ผู้มีรายได้เกิน 150,000 บาทต่อปียังไม่ต้องชำระภาษีทันทีนั้นเนื่องมาจากกว่ารายได้นั้นยังไม่ใช้รายได้สุทธิ ซึ่งคือรายได้หลังหักค่าใช้จ่าย ค่าลดหย่อน และค่าบริจาค

แต่แม้ว่าจะสามารถสรุปใจความของเนื้อหาโดยคร่าวๆ ได้แล้ว แต่เมื่ออ้างอิงตามทฤษฎีโครงสร้างการเขียนบท (เมอร์เรย์, 2014: ออนไลน์) แล้ว ยังขาดในส่วนของบทนำ จุดสูงสุดของเรื่องและบทสรุปอยู่ ดังนั้นจึงต้องกลับมาทบทวนว่า อะไรควรจะเป็นบทนำเพื่อนำเข้าสู่นเนื้อหา และอะไรจะเป็นจุดสูงสุดของเรื่องเพื่อที่จะนำไปสู่บทสรุป ซึ่งกลับมาที่คำถามแรกของแบบสอบถามซึ่งก็คือ 'คุณเคยยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยตนเองหรือไม่' ซึ่งมูลเหตุของคำถามนี้ก็คือตัวเลขสถิติ โดยจากการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับการยื่นแบบแสดงภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา โดยพบว่า คนไทย 64.7 ล้านคนมีงานทำ จำนวน 38.90 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2556: ออนไลน์) แต่จำนวนผู้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในรอบปี 2556 มีเพียง 10.11 ล้านคนหรือร้อยละ 25.99 ของผู้มีงานทำ (กรมสรรพากร, 2557: ออนไลน์) นอกนั้น จำนวน 28.79 ล้านคนหรือร้อยละ 74.01 ของผู้มีงานทำกลับไม่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ดังนั้นตัวเลขส่วนนี้จึงเป็นคำถามที่อาจชักจูงให้ผู้ชมเกิดความสงสัยร่วมกัน และต้องการจะทราบคำตอบ

และในการจะสร้างเรื่องราวเพื่อให้มีจุดสูงสุดของเรื่องได้นั้นจะต้องมีการดำเนินเรื่องที่นำติดตาม โดยไม่ใช่เพียงการบรรยายไปเรื่อยๆ เพื่อให้ข้อมูลครบถ้วนเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ในด้านภาพประกอบที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจวิธีการเล่าเรื่องแบบสาธก หรือยกตัวอย่างประกอบกันมากกว่า ดังนั้นการดำเนินเรื่องไปยังจุดสูงสุดจึงอาจต้องการตัวละครสมมติตัวหนึ่งที่มีความใกล้เคียงกับผู้ชมมากที่สุดเพื่อไม่ให้เกิดอคติ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกตัวละครสมมติ 'นายเอ' ขึ้นมาเป็นตัวอย่างผู้ดำเนินเรื่อง โดยการสร้างตัวละครนายเอจะต้องมีความใกล้เคียงกับผู้ชม และสามารถสร้างความรู้สึกทางบวกให้กับเรื่องราวของการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดามากที่สุด ดังนั้นคำถามต่อมาก็คือ นายเอควรจะเป็นใครที่มีความใกล้เคียงกับผู้ชมหรือกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด ซึ่งทำให้ย้อนกลับไปพิจารณาการสำรวจข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างที่ส่วนมากมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,001 - 20,000 บาทซึ่งหมายความว่าพวกเขามีรายได้ต่อปีอยู่ในช่วง 180,000 - 240,000 บาท ดังนั้นตัวเลขรายได้ต่อปีที่เหมาะสมสำหรับนายเออาจเป็น 200,000 บาทต่อปี

อีกประการสำคัญสำหรับการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา นั่นคือการตอบคำถามที่ว่า หากไม่มีการภาษีที่ต้องชำระ จะยื่นแบบฯ ไปเพื่ออะไร และการชี้แจงว่าการหัก ณ ที่จ่ายไปแล้วไม่ได้หมายความว่าบุคคลไม่ต้องยื่นแบบฯ ดังนั้นตัวละครสมมตินายเอผู้มีรายได้ 200,000 บาทต่อปีจึงต้องถูกหัก ณ ที่จ่ายและมีความจำเป็นที่จะต้องยื่นแบบฯ เพื่อขอเงินที่หักไปล่วงหน้าคืนนั้นมา เนื่องจากตัวเขานั้นยังไม่ต้องชำระภาษี

คำถามต่อมาคือนายเอควรประกอบอาชีพอะไรที่ทำให้มีรายได้ 200,000 บาทต่อปี และถูกหักภาษี ณ ที่จ่าย ทั้งที่ในความเป็นจริงแล้วนายเอไม่จำเป็นจะต้องถูกหัก เพราะหากเขาเป็นพนักงานเงินเดือนก็แปลว่านายเอจะมีรายได้ประมาณ 16,600 บาทต่อเดือนซึ่งผู้มีหน้าที่ในการหัก ณ ที่จ่ายก็คือฝ่ายบุคคล แต่พวกเขา มักจะทราบอยู่แล้วว่าเงินเดือนนี้ไม่ต้องเสียภาษี ดังนั้นจึงเป็นการยากที่นายเอจะถูกหักภาษี ณ ที่จ่าย

จากการสัมภาษณ์พบว่า อาชีพหนึ่งที่มีการหัก ณ ที่จ่ายเกือบจะตลอดเวลา คืออาชีพอิสระ โดยผู้ให้ข้อมูลอาชีพอิสระนั้นอยู่ในกลุ่มตัวอย่างประเภทที่เคยยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยตนเองมาแล้ว เนื่องจากการประกอบอาชีพอิสระไม่มีสวัสดิการ และไม่มีอะไรรับประกันได้ว่าบุคคลนั้นมีฐานรายได้ถึงเกณฑ์ที่ต้องชำระภาษีแล้วหรือยัง ดังนั้นบริษัทผู้ว่าจ้างผู้มีอาชีพอิสระจึงจ่ายค่าจ้างโดยมีการหัก ณ ที่จ่ายเอาไว้ก่อน และเมื่อถึงเวลาที่ต้องยื่นแบบฯ กลุ่มผู้มีอาชีพอิสระในกรณีที่มีรายได้ไม่ถึงเกณฑ์ชำระภาษีก็จะยื่นแบบฯ เพื่อขอเงินส่วนนั้นคืน

ดังนั้นการสร้างตัวละครขึ้นมาประกอบการเล่าเรื่อง และยกตัวอย่างจึงเป็นนายเอ ผู้มีอาชีพอิสระ มีรายได้ทั้งปีประมาณ 200,000 บาท และถูกหักภาษี ณ ที่จ่ายประมาณ 6,000 บาท (3% ของรายได้) จึงมีความจำเป็นในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเพื่อขอคืนเงิน 6,000 บาทนั้นคืนมาเนื่องจากเขามีรายได้สุทธิไม่ถึงเกณฑ์ชำระภาษี ซึ่งในการยื่นแบบฯ เพื่อขอเงินส่วนนี้คืนนั้นเองที่เป็นจุดสูงสุดของเรื่อง และบทสรุปของเนื้อหา ก็คือการชี้แนะช่องทางเพื่อให้ผู้ชมหันมาสนใจการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา โดยการเน้นย้ำอีกครั้งว่าแม้จะไม่มีการภาษีที่ต้องชำระ แต่อย่างไรก็ต้องยื่นแบบฯ อยู่ดี

ใจความของข้อมูลเนื้อหาซึ่งมีองค์ประกอบของการให้ความรู้ การสร้างทัศนคติ การบอกประโยชน์ และโทษทัณฑ์ที่เล่าเรื่องโดยใช้ทฤษฎีโครงสร้างการเขียนบทที่จะนำไปพัฒนาต่อจึงมีดังนี้

บทนำ

รู้หรือไม่ว่า คนไทย 64 ล้านคน มีงานทำ จำนวน 38 ล้านคน แต่มีเพียง 10 ล้านคนเท่านั้นที่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ซึ่งคำถามคือ 28 ล้านคนที่เหลือนั้นหายไปไหน ตัวคุณเองเป็นหนึ่งในนั้นหรือเปล่า?

การดำเนินเรื่อง

คุณเคยได้ยินคำพูดเหล่านี้หรือเปล่า "มันเป็นหน้าที่ของฝ่ายบุคคล" หรือ "เงินเดือนไม่ถึงเกณฑ์ ก็ไม่ต้องยื่นอยู่แล้ว" หรือ "หัก ณ ที่จ่ายไปแล้วก็ไม่ต้องยื่นซ้ำหรอก" ซึ่งคำพูดเหล่านี้ล้วน

เป็นความเข้าใจผิด เพราะในความเป็นจริงแล้ว เมื่อมีรายได้เกิดขึ้นเกิน 100,000 บาทต่อปี หรือ 8,500 บาทต่อเดือน บุคคลนั้นต้องยื่นแบบฯ แต่จะเสียภาษีใหม่นั้นก็เป็นอีกเรื่องหนึ่ง ยกตัวอย่าง เช่น นายเอผู้มีอาชีพอิสระ มีรายได้ทั้งปีรวม 200,000 บาท แต่ถูกหัก ณ ที่จ่ายไป 6,000 บาท เมื่อกล่าวถึงตรงนี้ อาจมีคนกล่าวว่า ในเมื่อเสียภาษีไปตั้ง 6,000 บาทแล้ว ยังจะต้องยื่นแบบฯทำไมอีก เดียวก็ต้องเสียเพิ่มพอดี

จุดสูงสุดของเรื่อง

แต่ถ้านายเอไม่ยื่นแบบฯจะเกิดอะไรขึ้น ก็คงต้องคิดก่อนว่านายเอต้องชำระภาษีตามการหัก ณ ที่จ่ายเป็นเงิน 6,000 บาทจริงหรือไม่ โดยเริ่มจากเงินได้พึงประเมิน 200,000 บาท หักค่าใช้จ่าย 50% ของเงินได้จำนวน 100,000 บาท และลดหย่อนส่วนตัวอีก 60,000 บาท ซึ่งทำให้นายเอมีรายได้จริง 40,000 บาทต่อปีซึ่งไม่ต้องชำระภาษี และถ้านายเอต้องการเงินส่วนที่ถูกหักไป คื่นมาก็คงจะยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ซึ่งต้องใช้เอกสารรับรองการหัก ณ ที่จ่ายมาประกอบกัน

บทสรุป

ดังนั้นการยื่นแบบฯจึงไม่ได้หมายถึงการยื่นชำระภาษี แต่อาจหมายถึงการยื่นเพื่อแสดงความจำนงในการขอคืนภาษีด้วย แต่ถ้าหากไม่ยื่นแบบฯภายในวันที่ 31 มีนาคมของทุกปีจะต้องถูกปรับเบื้องต้นเป็นเงิน 200 บาท หากบุคคลนั้นไม่ภาระภาษีที่ต้องชำระ แต่หากต้องชำระภาษีก็ต้องจ่ายเพิ่มอีก 1.5 เท่าของภาษีที่ต้องชำระ โดยผู้มีรายได้มากกว่า 100,000 บาทต่อปี หรือมากกว่า 8,500 บาทต่อเดือนจึงมีภาระในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา โดยสามารถไปยื่นแบบได้ที่เว็บไซต์ epit.rd.go.th หรือ แอปพลิเคชัน RD Smart Tax ก็ได้เหมือนกัน

ด้านเสียงบรรยาย

ในการออกแบบเสียงบรรยาย ผู้วิจัยได้อ้างอิงตามผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามขั้นตอนที่ 2 ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 แนวทางดังนี้

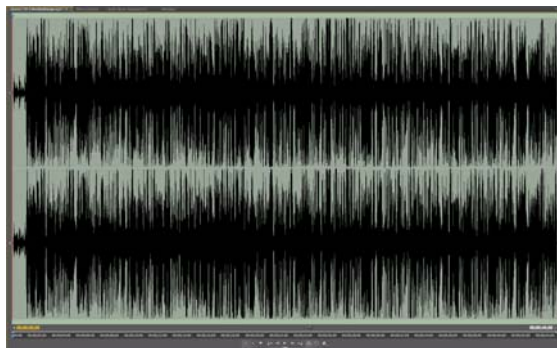
แนวทางที่ 1 แนวทางของความเร็วในการบรรยายที่เหมาะสม

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ระบุว่ากลุ่มตัวอย่างพอใจระดับความเร็วในการพูดที่ 150-199 คำ/นาที เมื่ออ้างอิงกับข้อมูลเนื้อหาซึ่งมีความยาวประมาณ 428 คำ/นาที ดังนั้นความยาวของอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจจึงควรมีความยาวประมาณ 2.30 นาที

แนวทางที่ 2 แนวทางเสียงผู้บรรยายที่มีผลในการรับชม

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ระบุว่ากลุ่มตัวอย่างพอใจเสียงบรรยายของเพศใดก็ได้ แต่หากเป็นเพศชายจะดีกว่า ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีคำถามว่า แท้จริงแล้วผู้ชมรู้สึกพอใจกับเพศของผู้บรรยาย

หรือว่าวิธีการพูดของผู้บรรยายมากกว่ากัน ดังนั้นจึงได้ทดลองเปรียบเทียบเสียงของเพศชาย และ เพศหญิงดังนี้



ภาพประกอบ 25 รูปแบบเสียงของเพศชาย



ภาพประกอบ 26 รูปแบบเสียงของเพศหญิง

จากการเปรียบเทียบจะเห็นว่ารูปแบบเสียงของเพศหญิงจะมีระดับสูงต่ำมากกว่าเพศชายซึ่งจะมีระดับสูงเท่ากันเกือบทั้งหมด ดังนั้นเพื่อเป็นการทดลองหาข้อสรุปต่อเนื่อง ผู้วิจัยจึงเลือกจะใช้เสียงของผู้บรรยายเพศชาย แล้วใช้เทคนิค pitch shifter ในการแต่งเสียงให้ดูเหมือนผู้หญิงแทน เพื่อพิสูจน์ว่าแท้จริงแล้วกลุ่มตัวอย่างพอใจในน้ำเสียงหรือวิธีการพูด

แนวทางที่ 3 แนวทางของคำบรรยายได้ภาพประกอบมีส่วนช่วยส่งเสริมในการทำความเข้าใจ

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ระบุว่ากลุ่มตัวอย่างไม่ให้ความสนใจกับคำบรรยายได้ภาพมากนัก โดยจะมีหรือไม่ก็ได้ ขึ้นอยู่กับความเร็วในการพูด และการใช้ศัพท์เฉพาะของผู้บรรยาย ดังนั้นผู้วิจัยจึงตัดสินใจไม่ใส่คำบรรยายได้ภาพในกรณีนี้

ด้านภาพประกอบ

ในการออกแบบภาพประกอบ ผู้วิจัยได้อ้างอิงตามผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามขั้นตอนที่ 3 ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 แนวทางดังนี้

แนวทางที่ 1 แนวทางของความพึงพอใจในวิธีการนำเสนอ

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ระบุว่ากลุ่มตัวอย่างพอใจกับวิธีการเล่าเรื่องแบบสาธก หรือการยกตัวอย่างประกอบกัน ซึ่งผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์นี้ไปใช้ในการเขียนบทเบื้องต้นแล้ว โดยการยกตัวอย่างเป็น นายเอ ผู้ที่อาจมีสถานะทางการเงินใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อลดความรู้สึกต่อต้าน หรือทฐิ ในกรณีที่ยกตัวอย่างที่ห่างไกลเกินไป

แนวทางที่ 2 แนวทางของความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอ

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ระบุว่ากลุ่มตัวอย่างพอใจรูปแบบการนำเสนอที่เป็นภาพกราฟิกที่มีสีสันสดใส ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เลือกชุดสีขึ้นมาจำนวน 5 ชุดโดยปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญในการเลือกสีที่เหมาะสมกับในการออกแบบ



ภาพประกอบ 27 แบบร่างชุดสีสดใสที่นิยมใช้ในงานอินโฟกราฟิก

ผู้เชี่ยวชาญลงความเห็นว่าคุณดสีที่ 2 มีความเหมาะสมที่สุด ด้วยเหตุผลว่าเป็นชุดสีที่สดใสสบายตา และไม่มีลวดลายมากเกินไป โดยอินโฟกราฟิกชิ้นนี้เป็นการนำเสนอในเรื่องของเงินและภาษี หากใช้ชุดสีที่มีสีเขียวซึ่งเป็นสีตัวแทนของธนบัตร หรือสีทอง/เหลืองซึ่งเป็นสีตัวแทนของเหรียญ อาจทำให้เกิดความสับสนได้ อีกทั้งเมื่อวิเคราะห์จากอัตลักษณ์ของกรมสรรพากรแล้ว ยังมีส่วนประกอบโดยมากเป็นสีฟ้าอีกด้วย

แนวทางที่ 3 แนวทางของความพึงพอใจในพิธีกร

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ระบุว่ากลุ่มตัวอย่างพอใจกับพิธีกรที่เป็นภาพกราฟิกซึ่งสอดคล้องกับการออกแบบตัวละครนายเอที่เป็นพิธีกรประเภทกราฟิก หรือการสร้างพิธีกรขึ้นมา

และขั้นตอนในการสร้างพิธีกรนั้นก็ต้องคำนึงถึงความพอใจของผู้รับชมอีกด้วย โดยผู้วิจัยได้ปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบตัวละครที่เหมาะสม



ภาพประกอบ 28 แบบร่างตัวละครที่นิยมใช้ในงานอินโฟกราฟิก

ผู้เชี่ยวชาญลงความเห็นเห็นว่าตัวละครที่ 2 มีความเหมาะสมที่สุด ด้วยเหตุผลว่าเป็นตัวละครที่มีความเรียบง่าย และเข้ากับการออกแบบองค์ประกอบจากได้มากกว่าตัวอื่นๆ ซึ่งมีความยากมากกว่าในการทำให้เคลื่อนไหว (animate) อีกทั้งบทบาทของตัวละครไม่มีความจำเป็นจะต้องเดิน ดังนั้นจึงไม่มีความจำเป็นที่จะต้องใช้ตัวละครทั้งตัวซึ่งจะต้องทำให้เคลื่อนไหวในหลายๆจุด เช่น คอ แขน มือ ขา เท้า เป็นต้น

โดยนอกเหนือจากแนวทางการออกแบบที่ใช้ผลวิเคราะห์แบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยยังใช้แนวคิดของอินโฟกราฟิกที่ได้จากการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาร่วมในการออกแบบด้วย ดังนี้

การอธิบายสถิติในอินโฟกราฟิก

ในส่วนของบทนำของอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหว มีการอธิบายตัวเลขสถิติ ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องออกแบบวิธีการนำเสนอว่าจะเปรียบเทียบข้อมูลอย่างไรให้เห็นภาพประกอบชัดเจน โดยการออกแบบมี 3 แนวทางคือ 1) แผนภูมิแท่งแนวนอน 2) แผนภูมิแท่งแนวตั้ง 3) แผนภูมิแท่งวงกลม โดยผู้วิจัยได้เลือกใช้แผนภูมิแท่งวงกลม ด้วยเหตุผลของความสะดวกคล้อยกับกฎ Safe Area ซึ่งเป็นมาตรฐานการตีกรอบภาพบนจอเพื่อให้สามารถแสดงเนื้อหาได้มากที่สุดบนอุปกรณ์แสดงผล



ภาพประกอบ 29 แบบร่างแนวทางการอธิบายสถิติในอินโฟกราฟิก

การใช้ทฤษฎีองค์ประกอบภาพในอินโฟกราฟิก

การออกแบบตัวละครสำหรับอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวไม่ใช่เพียงแค่การออกแบบประวัติเพียงอย่างเดียว การออกแบบภาพนั้นรวมถึงการสื่อความหมายในแต่ละภาพว่ามีที่มาอย่างไร และสื่ออะไร เช่นการออกแบบตัวละคร นายเอ ผู้มีอาชีพอิสระ ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีการจัดองค์ประกอบภาพมารวมด้วย โดยประยุกต์องค์ประกอบตามความเหมาะสมในการนำเสนอ องค์ประกอบภาพของนายเอจึงพยายามสื่อถึงความเป็นอาชีพอิสระ โดยสร้างบรรยากาศการทำงานที่บ้าน ไม่มีเครื่องแบบในการแต่งกาย การใช้แฮดโฟนระหว่างทำงาน รูปแบบนาฬิกาเรียบง่ายที่เป็นประโยชน์ในการดำเนินเรื่อง และตั้งงานข้างตัวที่มีปริมาณมาก สื่อความหมายถึงงานทั้งปี



ภาพประกอบ 30 การใช้ทฤษฎีองค์ประกอบภาพในอินโฟกราฟิก

การเปรียบเทียบข้อมูลในอินโฟกราฟิก

รูปแบบการนำเสนอการเปรียบเทียบข้อมูลที่นิยมใช้ในอินโฟกราฟิกคือการจัดวางเปรียบเทียบซ้ายขวาเพื่อให้เห็นความแตกต่างอย่างชัดเจน ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องออกแบบวิธีการนำเสนอการเปรียบเทียบข้อมูล โดยการออกแบบมี 2 แนวทางคือ 1) การจัดวางแบบประชัน 2) การ

จัดวางแบบแตกต่าง โดยผู้วิจัยได้เลือกใช้การจัดวางแบบประชัน ด้วยเหตุผลของสีสันที่อาจทำให้เกิดความสับสนในกรณีที่อยู่ปรณแสดงผลแสดงค่าสีผิดเพี้ยนไปจากต้นฉบับ



ภาพประกอบ 31 แบบร่างแนวทางการเปรียบเทียบข้อมูลในอินโฟกราฟิก



บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาและพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ โดยกรณีศึกษา การจูงใจให้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยตนเอง ใช้เครื่องมือแบบสอบถามเชิงโครงสร้างและแบบทดสอบความรู้และทัศนคติซึ่งประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านกราฟิกคอมพิวเตอร์ 2 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาการสรรพากร 1 ท่าน โดยผลสรุปแยกเป็น 2 ประเด็นตามจุดประสงค์การวิจัย

1. การศึกษาองค์ประกอบในการออกแบบอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ

1.1 ด้านการออกแบบข้อมูลเนื้อหา

กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมทดสอบ 74 คนนั้นมีร้อยละ 51.35 มีความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอยู่ในเกณฑ์น้อย ร้อยละ 36.48 มีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอยู่ในเกณฑ์มาก มีร้อยละ 42.24 มีความสนใจในประโยชน์ของการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง และร้อยละ 58.10 มีความสนใจบทลงโทษของการไม่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง

การออกแบบข้อมูลเนื้อหาจึงควรส่งเสริมความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเป็นหลัก ต่อมาจึงส่งเสริมด้านทัศนคติที่ดี และเสริมความรู้เกี่ยวกับประโยชน์หรือโทษของการยื่นหรือไม่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดานั้นเป็นประเด็นสุดท้าย

1.2 ด้านการออกแบบเสียงบรรยาย

แนวทางที่ 1 แนวทางของความเร็วในการบรรยายที่เหมาะสม

กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมทดสอบ 74 คนนั้นมีร้อยละ 40.54 มีความพึงพอใจในเสียงบรรยายที่มีความเร็วเฉลี่ย 174 คำ/นาที ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มความเร็วในการบรรยายที่ประมาณ 150-200 คำ/นาที ในขณะที่อันดับรองลงมาคือร้อยละ 29.72 มีความพึงพอใจในเสียงบรรยายที่มีความเร็วเฉลี่ย 149 คำ/นาที ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มความเร็วในการบรรยายที่ประมาณ 100-150 คำ/นาที และร้อยละ 9.47 กล่าวว่าความเร็วในการบรรยายไม่มีผลต่อการทำความเข้าใจในอินโฟกราฟิก

แนวทางที่ 2 แนวทางเสียงผู้บรรยายที่มีผลในการรับชม

กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมทดสอบ 74 คนนั้นมีร้อยละ 52.72 ไม่ให้ความสนใจกับเพศของผู้บรรยาย โดยระบุว่าจะเป็นชายหรือหญิงก็ได้ แต่ร้อยละ 28.37 ก็บอกว่าพึงพอใจกับเสียงบรรยายของเพศชายมากกว่า ผู้วิจัยจึงเกิดความสงสัยว่าแท้จริงแล้วผู้ชมมีความรู้สึกต่อเสียงบรรยาย (ชาย/หญิง) หรือวิธีการใช้โทนเสียงบรรยายมากกว่ากัน ดังนั้นนี่จึงเป็นข้อเสนอแนะ และแนวทางการนำไปประยุกต์ศึกษาต่อว่า แท้จริงแล้ว ผู้ชมพอใจเสียงบรรยายของเพศชายด้วยเหตุผลอะไร และไม่พอใจเสียงบรรยายของเพศหญิงด้วยเหตุผลอะไร เช่นเดียวกับอีกคำถามที่ว่าแท้จริงแล้วผู้ชมพอใจเสียงบรรยายของผู้หญิงด้วยเหตุผลอะไร และไม่พอใจเสียงบรรยายของผู้ชายด้วยเหตุผลอะไร

แนวทางที่ 3 แนวทางของคำบรรยายใต้ภาพประกอบมีส่วนช่วยส่งเสริมในการทำ ความเข้าใจ

กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมทดสอบ 74 คนนั้นมีร้อยละ 62.16 เห็นว่าการมีคำบรรยาย ใต้ภาพจะช่วยให้เข้าใจอินโฟกราฟิกมากยิ่งขึ้น เนื่องจากในบางครั้งนักบรรยายก็พูดไม่ชัด ซึ่งทำให้ ผู้ชมฟังไม่ถนัด การมีคำบรรยายใต้ภาพจะช่วยส่งเสริม เหมือนเน้นย้ำให้ผู้ชมได้เข้าใจว่าอินโฟกราฟิก กำลังพูดถึงเรื่องอะไร แต่ในขณะที่ร้อยละ 34.12 กล่าวว่าการใช้คำบรรยายใต้ภาพซึ่งเป็นข้อความ เดียวกันกับเสียงบรรยายจะเป็นการรบกวนสายตา ทำให้ผู้ชมจดจ่ออยู่กับคำบรรยายที่เป็น ตัวหนังสือมากกว่าการใช้ภาพเล่าเรื่องซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของอินโฟกราฟิก

1.3 ด้านการออกแบบภาพประกอบ

แนวทางที่ 1 แนวทางของวิธีการนำเสนอ

กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมทดสอบ 74 คนนั้นมีร้อยละ 54.05 พอใจกับวิธีการเล่าเรื่อง แบบสาธก หรือการยกตัวอย่างประกอบกัน เนื่องจากทำให้เห็นภาพได้ชัด และรู้สึกถึงความสำคัญ มากกว่าการบรรยายให้ความรู้ไปเรื่อยๆ แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับตัวอย่างที่ถูกนำมาเปรียบเปรยด้วยว่า ใกล้ชิดกับผู้ชมมากแค่ไหน เพราะหากยกตัวอย่างที่ดูจะห่างไกลผู้ชมมากเกินไปก็ทำให้อินโฟ กราฟิคนั้นไม่น่าสนใจอยู่ดี

แนวทางที่ 2 แนวทางของรูปแบบการนำเสนอ

กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมทดสอบ 74 คนนั้นมีร้อยละ 50.00 พอใจกับรูปแบบการ นำเสนอที่เป็นภาพกราฟิกทั้งหมด เนื่องจากภาพกราฟิกนั้นมีสีสัน และความน่าสนใจมากกว่า อีกทั้ง ไม่สร้างอคติตั้งแต่แรกเห็น ในขณะที่ภาพแบบกราฟิกผสมภาพถ่ายนั้นต้องใช้พิธีกรซึ่งเป็นคนอาจจะ ทำให้เกิดอคติอันเนื่องมาจากความชื่นชอบได้ เป็นต้นว่า การใช้พิธีกรที่มีบุคลิกไม่เข้ากับเรื่องราวที่ กำลังบรรยาย หรือการใช้พิธีกรดาราซึ่งไม่เป็นที่ถูกใจ หรือชื่นชอบซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อการรับชม อินโฟกราฟิก ต่างจากภาพกราฟิกทั้งหมดที่ปราศจากข้อแม้เหล่านี้โดยสิ้นเชิง

แนวทางที่ 3 แนวทางของความพึงพอใจในพิธีกร

กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมทดสอบ 74 คนนั้นมีร้อยละ 62.16 พอใจกับพิธีกรที่เป็น ภาพกราฟิก ซึ่งเป็นตัวการ์ตูนที่มีความน่ารักมากกว่าการมีพิธีกรที่เป็นมนุษย์จริงๆ

2. การพัฒนาอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจในการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคล ธรรมดา

2.1 ด้านข้อมูลเนื้อหา

ในการออกแบบข้อมูลเนื้อหา ผู้วิจัยได้ได้เขียนบทความโดยคร่าวเกี่ยวกับการยื่น แบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาโดยแบ่งออกเป็น 4 ใจความในเบื้องต้นอ้างอิงตามผล การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามในขั้นตอนที่ 1 นั่นคือ ด้านความรู้เบื้องต้น ด้านการ ส่งเสริมทัศนคติ ด้านความรู้ในประโยชน์ และด้านความรู้ในบทลงโทษ

2.2 ด้านเสียงบรรยาย

ในการออกแบบเสียงบรรยาย ผู้วิจัยได้อ้างอิงตามผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามขั้นตอนที่ 2 ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 แนวทางดังนี้

แนวทางที่ 1 แนวทางของความเร็วในการบรรยายที่เหมาะสม

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ระบุว่ากลุ่มตัวอย่างพอใจระดับความเร็วในการพูดที่ 150-199 คำ/นาที เมื่ออ้างอิงกับข้อมูลเนื้อหาซึ่งมีความยาวประมาณ 428 คำ/นาที ดังนั้นความยาวของอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจจึงควรมีความยาวประมาณ 2.30 นาที

แนวทางที่ 2 แนวทางเสียงผู้บรรยายที่มีผลในการรับชม

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ระบุว่ากลุ่มตัวอย่างพอใจเสียงบรรยายของเพศใดก็ได้ แต่หากเป็นเพศชายจะดีกว่า ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีคำถามว่า แท้จริงแล้วผู้ชมรู้สึกพอใจกับเพศของผู้บรรยาย หรือว่าวิธีการพูดของผู้บรรยายมากกว่ากัน ผู้วิจัยจึงเลือกจะใช้เสียงของผู้บรรยายเพศชาย แล้วใช้เทคนิค pitch shifter ในการแต่งเสียงให้ดูเหมือนผู้หญิงแทน เพื่อพิสูจน์ว่าแท้จริงแล้วกลุ่มตัวอย่างพอใจในน้ำเสียงหรือวิธีการพูด

แนวทางที่ 3 แนวทางของคำบรรยายได้ภาพประกอบมีส่วนช่วยส่งเสริมในการทำความเข้าใจ

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ระบุว่ากลุ่มตัวอย่างไม่ให้ความสนใจกับคำบรรยายได้ภาพมากนัก โดยจะมีหรือไม่มีก็ได้ ขึ้นอยู่กับความเร็วในการพูด และการใช้ศัพท์เฉพาะของผู้บรรยาย ดังนั้นผู้วิจัยจึงตัดสินใจไม่ใส่คำบรรยายได้ภาพในกรณีนี้

2.3 ด้านภาพประกอบ

ในการออกแบบภาพประกอบ ผู้วิจัยได้อ้างอิงตามผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามขั้นตอนที่ 3 ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 แนวทางดังนี้

แนวทางที่ 1 แนวทางของความพึงพอใจในวิธีการนำเสนอ

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ระบุว่ากลุ่มตัวอย่างพอใจกับวิธีการเล่าเรื่องแบบสาธกหรือการยกตัวอย่างประกอบกัน ซึ่งผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์นี้ไปใช้ในการเขียนบทเบื้องต้นแล้ว โดยการยกตัวอย่างเป็น นายเอ ผู้ที่อาจมีสถานะทางการเงินใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อลดความรู้สึกต่อต้าน หรือทิว ในกรณีที่ยกตัวอย่างที่ห่างไกลเกินไป

แนวทางที่ 2 แนวทางของความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอ

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ระบุว่ากลุ่มตัวอย่างพอใจรูปแบบการนำเสนอที่เป็นภาพกราฟิกที่มีสีสันสดใส ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เลือกชุดสีขึ้นมาจำนวน 5 ชุดโดยปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญในการเลือกใช้สีที่เหมาะสมกับการออกแบบ โดยผู้เชี่ยวชาญลงความเห็นว่าคุณชุดสีที่มีความเหมาะสมที่สุด คือชุดสีที่สดใสสบายตา และไม่มีความฉูดฉาดมากเกินไป โดยอินโฟกราฟิกชิ้นนี้เป็น การนำเสนอในเรื่องของเงิน และภาษี หากใช้ชุดสีที่มีสีเขียวซึ่งเป็นสีตัวแทนของธนบัตร หรือสีทอง/เหลืองซึ่งเป็นสีตัวแทนของเหรียญ อาจทำให้เกิดความสับสนได้ อีกทั้งเมื่อวิเคราะห์จากอัตลักษณ์ของกรมสรรพากรแล้ว ยังมีส่วนประกอบโดยมากเป็นสีฟ้าอีกด้วย

แนวทางที่ 3 แนวทางของความพึงพอใจในพิธีกร

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ระบุว่ากลุ่มตัวอย่างพอใจกับพิธีกรที่เป็นภาพกราฟิกซึ่งสอดคล้องกับการออกแบบตัวละครนายเอที่เป็นพิธีกรประเภทกราฟิก หรือการสร้างพิธีกรขึ้นมา และขั้นตอนในการสร้างพิธีกรนั้นก็ต้องคำนึงถึงความพอใจของผู้รับชมอีกด้วย โดยผู้วิจัยได้ปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบตัวละครที่เหมาะสม โดยผู้เชี่ยวชาญลงความเห็นว่าตัวละครที่มีความเหมาะสมที่สุดคือตัวละครที่มีความเรียบง่าย และเข้ากับการออกแบบองค์ประกอบฉากได้มากกว่าตัวอื่นๆ ซึ่งมีความยากมากกว่าในการทำให้เคลื่อนไหว (animate) อีกทั้งบทบาทของตัวละครไม่มีความจำเป็นจะต้องเดิน ดังนั้นจึงไม่มีความจำเป็นที่จะต้องใช้ตัวละครทั้งตัวซึ่งจะต้องทำให้เคลื่อนไหวในหลายๆจุด เช่น คอ แขน มือ ขา เท้า เป็นต้น

อภิปรายผล

การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน จากการสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านกราฟิกคอมพิวเตอร์และวิชาการสรรพากร และสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง เกี่ยวกับแนวทางในการออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ ได้พบว่า กลุ่มตัวอย่างซึ่งส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 20-30 ปี และมีเงินเดือนอยู่ในช่วง 15,001 - 20,000 บาทต่อเดือน ซึ่งเกินเกณฑ์ขั้นต่ำของเงินที่ต้องยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอยู่ในเกณฑ์น้อย แต่กลับมีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา โดยส่วนมากกล่าวว่าตนรับรู้ถึงหน้าที่ในการชำระภาษี และรับรู้ถึงโทษของการไม่ชำระภาษี แต่กลับไม่รู้ว่าตนเองมีภาระหน้าที่ในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ดังนั้นเพื่อการออกแบบอินโฟกราฟิกในการจูงใจคนกลุ่มนี้ในด้านข้อมูลเนื้อหาจึงควรมุ่งเน้นการให้ความรู้ และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องมากกว่าการนำบทลงโทษไปขู่ขู่บังคับ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการกระตุ้นในระดับที่เหมาะสม (อารยา ปิยะกุล. 2556: ออนไลน์) เพื่อสร้างแรงจูงใจจากภายในซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมค่อนข้างยาวนานกว่าการสร้างแรงจูงใจภายนอก (รังสรรค์ โฉมยา. 2548: ออนไลน์) ในขณะเดียวกันก็ต้องคำนึงถึงกระบวนการออกแบบซึ่งต้องการองค์ประกอบทั้งด้านภาพประกอบและด้านเสียงบรรยายที่เหมาะสมในด้านภาพประกอบที่ใช้วิธีการนำเสนอเชิงสารภาพหรือยกตัวอย่าง และมีรูปแบบเป็นภาพกราฟิกทั้งหมดจะจูงใจและเข้าถึงผู้ชมหรือกลุ่มเป้าหมายมากกว่า แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับรูปแบบการนำเสนออินโฟกราฟิกที่จะต้องสอดคล้องกับเนื้อหาอีกด้วย และในด้านเสียงบรรยาย นักบรรยายไม่ควรพูดเร็วเกินไปจนผู้ชมไม่สามารถจับใจความได้ โดยความเร็วที่เหมาะสมในการบรรยายคือประมาณ 150-200 คำ/นาที และเสียงบรรยายของผู้ชายมีแนวโน้มจะให้ความรู้สึกผ่อนคลายมากกว่าเสียงบรรยายของผู้หญิง อีกทั้งการมีคำบรรยายใต้ภาพจะช่วยให้เข้าใจอินโฟกราฟิกมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำไปพัฒนาต่อ ผู้วิจัยค้นพบว่าการใส่ข้อมูลเนื้อหาที่มากเกินไปทำให้ผู้รับชมไม่สามารถจับใจความใดใจความหนึ่งซึ่งเป็นใจความสำคัญได้ ซึ่งอาจทำให้เกิดความรู้สึกสับสน งุนงง และน่าเบื่อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสิ่งที่ไม่ควรทำให้การออกแบบอินโฟกราฟิก (เลียช. 2012: ออนไลน์) ดังนั้นเพื่อเป็นการแก้ปัญหาข้อข้อมูลที่มีมากมายหลายประเด็นจนเกินไป และเป็นข้อมูลสำคัญทั้งหมดอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ อย่างเช่นในกรณีศึกษาการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ผู้เชี่ยวชาญจึงเสนอแนวทางการออกแบบเป็นรูปแบบการนำเสนอหลายตอนต่อเนื่อง (chapter) เพื่อให้การออกแบบสามารถมุ่งเน้นไปที่ประเด็นเพียงประเด็นเดียวในแต่ละตอนซึ่งมีความน่าสนใจมากกว่าการใส่ข้อมูลมากมายหลายประเด็นเข้าไปในชิ้นงานเพียงชิ้นเดียว ซึ่งทำให้เกิดความน่าเบื่อหน่ายอยู่ดี



บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กรมสรรพากร. (2557). ข้อมูลแยกเพศผู้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (ภ.ง.ด. 90,91). สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2559, จาก <http://goo.gl/gsChl5>
- กนกานต์ ปาจารย์. (2557). สรุปการประชุมอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง "สร้างพลังแห่งการสื่อสารด้วย อินโฟกราฟิก". สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2559, จาก <http://goo.gl/IM2U8y>
- คมภิญญา เข้มกำเนิด. (2557). การออกแบบดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการให้ทุนสนับสนุนโครงการภาพยนตร์แอนิเมชัน. วิทยานิพนธ์ ศป.ม. (การออกแบบนิเทศศิลป์). นครปฐม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร. ถ่ายเอกสาร.
- ธัญธัช นันท์ชนก. (2559). INFOGRAPHIC Design ฉบับ Quick Start + Easy Workshop + Make Money. กรุงเทพฯ: วิตตี้กรุ๊ป
- เต็มศักดิ์ คทวนิช. (2550). จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- พิสิฐ จง. (2558). ทฤษฎีความคาดหวังของวูรูม. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2559, จาก <http://goo.gl/nf5tJJ>
- เพลินพิศ วิบูลย์กุล. (2558). แรงจูงใจ Motives การจูงใจ Motivation. สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2559, จาก <http://goo.gl/8AH8vk>
- ยุทธนา พรหมณี. (2558). แรงจูงใจ. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2559, จาก <http://goo.gl/TpBwd>
- รังสรรค์ โฉมยา. (2548). แรงจูงใจภายในและภายนอก. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2559, จาก <https://goo.gl/KjPbBT>
- วิภาดา สุขสวัสดิ์. (2558). การศึกษาความรู้ความเข้าใจ ของผู้เสียภาษีอากรที่มีผลต่อทัศนคติการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 13 (เขตคลองเตย) (58-0474). สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม. ถ่ายเอกสาร.
- วิสิฐ จันมา. (2558). ประวัติศาสตร์และพื้นฐานการออกแบบภาพเคลื่อนไหว HISTOEY AND BASIC OF ANIMATION. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุชัยญา รัตนสัญญา. (2558). แรงจูงใจและการจูงใจ. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2559, จาก <http://goo.gl/DI19XR>
- สุรพงษ์ ชูเดช. (2558). แรงจูงใจ (Motivation). สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2559, จาก <http://goo.gl/PeV66e>
- สุธา เหลือลมัย. (2556, มกราคม-ธันวาคม). การศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิผลของการใช้ภาพนิ่งหลายภาพแบบคลิกแสดงผลที่ละขั้นกับการใช้ภาพเคลื่อนไหวเป็นสื่อประกอบการสอนการใช้งานโปรแกรมประยุกต์(Flash) สำหรับนักศึกษาที่มีความพิการทางการได้ยิน. วารสารวิทยาลัยราชสุตา มหาวิทยาลัยมหิดล. 9(12): 72.

- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2556). จำนวนประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป จำแนกตามสถานภาพแรงงาน และเพศ. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2559, จาก <http://goo.gl/RDkwkj>
- อรสา ปานขาว. (2553). การสื่อสารเพื่อลดปัญหาอัมพฤกษ์ อัมพาต. สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2559, จาก <http://goo.gl/kaRDK6>
- อาศิรา พนาราม. (2555). *Infographic* เทรนด์มาแรงในสังคม “เครือข่ายนิยม”. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2559, จาก <http://goo.gl/NsyCtv>
- อารยา ปิยะกุล. (2556). จิตวิทยาในสื่อชีวิตยุคใหม่. สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2559, จาก <https://goo.gl/nsTnqd>
- Agnes, Michael; & Guralnik, David Bernard. (2009). *Webster's New World College Dictionary*. 4th ed. Cleveland: Wiley.
- Dennis Coon; & John O. Mitterer. (2013). *Introduction to Psychology: gateways to mind and behavior*. Retrieved July 1, 2016, from <https://goo.gl/Jnif5J>
- FILMCRITHULK. (2011). *THE MYTH OF 3 ACT STRUCTURE*. Retrieved July 1, 2016, from <https://goo.gl/jbs2mZ>
- Jeffrey Holliday. (2012). *Types of Infographics*. Retrieved March 15, 2016, from <https://goo.gl/HjYfjl>
- Joanne Cheng. (2014). *Analyzing Minard's Visualization Of Napoleon's 1812 March*. Retrieved March 15, 2016, from <https://goo.gl/d7tOh4>
- Josh Smith. (2012). *10 Steps To Designing An Amazing Infographic*. Retrieved March 15, 2016, from <http://goo.gl/y5SG8k>
- Jun Sakurada. (2015). *basic infographic*. แปลโดยนิชมน หิรัญพฤกษ์. นนทบุรี: ไอดีซี พรีเมียร์.
- Kareen Liez. (2012). *The Don'ts In Designing Infographics For Web Usage*. Retrieved March 15, 2016, from <http://goo.gl/S7Aulq>
- Kerry Butters. (2015). *5 Infographics That Changed the World*. Retrieved March 15, 2016, from <https://goo.gl/rxhbB3>
- Marvi Ocampo. (2011). *Tips In Designing Effective Infographics*. Retrieved March 15, 2016, from <http://goo.gl/6rDAgW>
- Sarah Jane Murray. (2014). *Three Act What? Great Story Structure*. Retrieved July 1, 2016, from <http://goo.gl/EeH5kD>
- Sawitree. (2555). *การสร้างงานแอนิเมชัน*. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2559, จาก <http://goo.gl/gKau9i>
- Schiffman, Leon G; & Kanuk, Leslie Lazer. (1994). *Consumer Behavior*. 7th ed. New Jersey: Prentice-Hall.

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม / สำนวนความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ



แบบสอบถามด้านอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหว

การศึกษาและพัฒนาอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ
กรณีศึกษา การจูงใจให้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยตนเอง

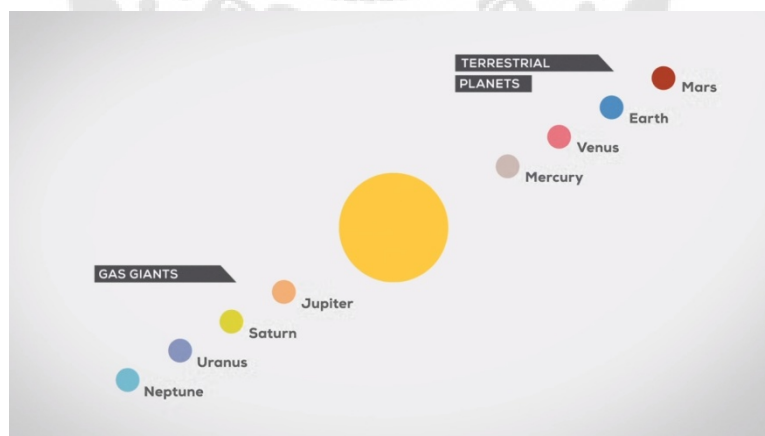
เรียนผู้เชี่ยวชาญ

แบบสอบถามนี้มีจุดประสงค์ในการนำไปประกอบการสร้างเครื่องมือแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างเพื่อนำผลลัพธ์ที่ได้ไปวิเคราะห์เพื่อหาองค์ประกอบที่เหมาะสมในการออกแบบอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ โดยผู้วิจัยได้คัดเลือกผลงาน 24 ชิ้นจากผู้ผลิต 3 ค่าย และเรียงลำดับตามความนิยม (rank) ในช่อง (Channel) ในเว็บไซต์ Youtube.com และจัดกลุ่มตามกลุ่มผู้ผลิตอินโฟกราฟิก โดยแสดงรายละเอียดปลีกย่อยอื่นๆ ในรูปแบบตารางได้ชื่อเรื่อง

ตัวอย่าง

The Solar System -- our home in space

ความยาว (วินาที)	จำนวนคำ	เฉลี่ย (คำ/นาที)	เสียงบรรยาย	คำบรรยาย	รูปแบบ	วิธีการ
440 วินาที	887	120 คำ/ นาที	ชาย	มี	กราฟิก	บรรยาย
O ด้านเสียงบรรยาย		O ด้านข้อมูลเนื้อหา		O ด้านภาพประกอบ		

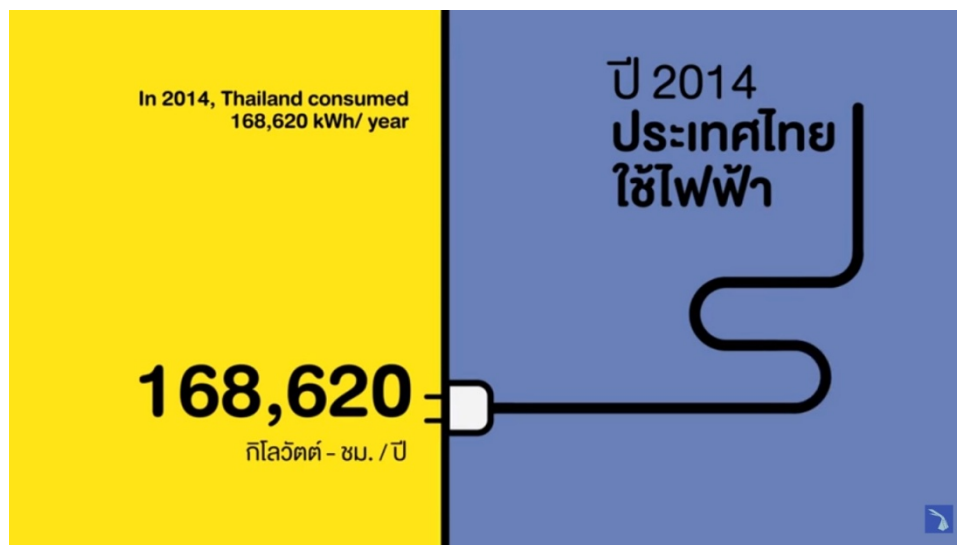


https://www.youtube.com/watch?v=KsF_hdjWJjo

ผู้วิจัยขอความกรุณาให้ผู้เชี่ยวชาญเลือกผลงานที่เหมาะสม 3 ชิ้นที่มีความแตกต่างกันในแต่ละด้าน เพื่อนำไปประกอบการสร้างเครื่องมือแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลในด้านต่างๆต่อไป

ความคิด / สร้างสรรค์ / ผลงาน Designing Energytopia

ความยาว (วินาที)	จำนวนคำ	เฉลี่ย (คำ/นาที)	เสียงบรรยาย	คำบรรยาย	รูปแบบ	วิธีการ
150 วินาที	186	75 คำ/นาที	ชาย	แปล	กราฟิกผสม	สัมภาษณ์
O ด้านเสียงบรรยาย		O ด้านข้อมูลเนื้อหา		O ด้านภาพประกอบ		



https://www.youtube.com/watch?v=KsF_hdjWJjo

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

Service Design EP 1/4 : What is Service Design?

ความยาว (วินาที)	จำนวนคำ	เฉลี่ย (คำ/นาที)	เสียงบรรยาย	คำบรรยาย	รูปแบบ	วิธีการ
147 วินาที	271	110 คำ/ นาที	ชาย	ไม่มี	กราฟิก	บรรยาย
O ด้านเสียงบรรยาย			O ด้านข้อมูลเนื้อหา		O ด้านภาพประกอบ	



<https://www.youtube.com/watch?v=PZwwQgb47Ug>

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

Service Design EP 2/4 : Exploration Phase

ความยาว (วินาที)	จำนวนคำ	เฉลี่ย (คำ/นาที)	เสียงบรรยาย	คำบรรยาย	รูปแบบ	วิธีการ
142 วินาที	307	130 คำ/ นาที	ชาย	ไม่มี	กราฟิก	สาธก
O ด้านเสียงบรรยาย			O ด้านข้อมูลเนื้อหา		O ด้านภาพประกอบ	

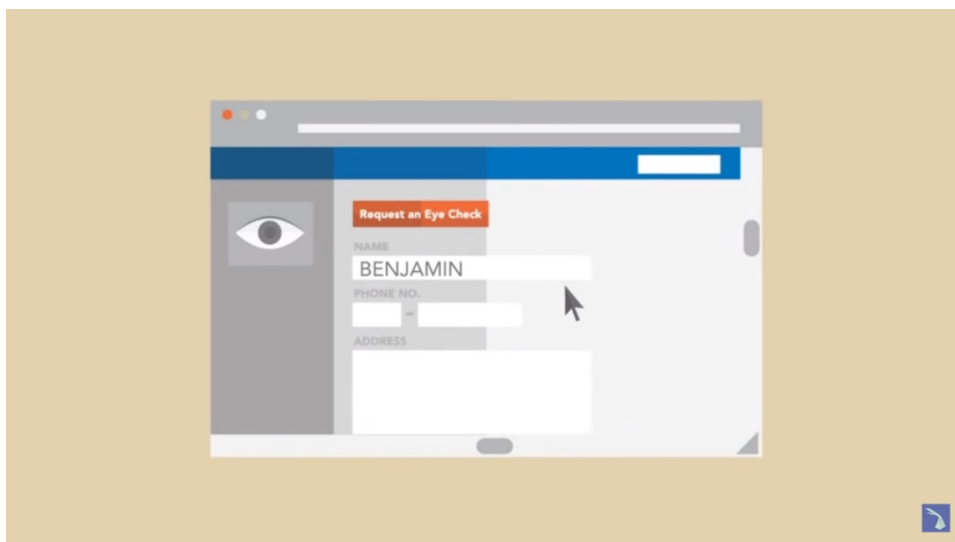


<https://www.youtube.com/watch?v=JMBzJCmtBKw>

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

Service Design EP 3/4 : Creation Phase

ความยาว (วินาที)	จำนวนคำ	เฉลี่ย (คำ/นาที)	เสียงบรรยาย	คำบรรยาย	รูปแบบ	วิธีการ
145 วินาที	289	120 คำ/ นาที	ชาย	ไม่มี	กราฟิก	สาธก
O ด้านเสียงบรรยาย			O ด้านข้อมูลเนื้อหา		O ด้านภาพประกอบ	

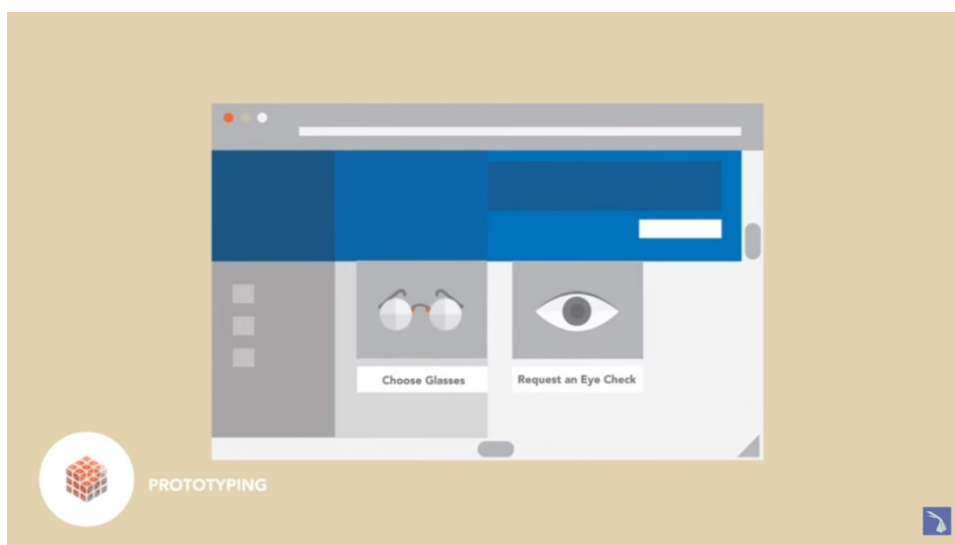


<https://www.youtube.com/watch?v=00oHjIEyn4k>

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

Service Design EP 4/4 : Implementation Phase

ความยาว (วินาที)	จำนวนคำ	เฉลี่ย (คำ/นาที)	เสียงบรรยาย	คำบรรยาย	รูปแบบ	วิธีการ
128 วินาที	227	106 คำ/ นาที	ชาย	ไม่มี	กราฟิก	บรรยาย
O ด้านเสียงบรรยาย			O ด้านข้อมูลเนื้อหา		O ด้านภาพประกอบ	

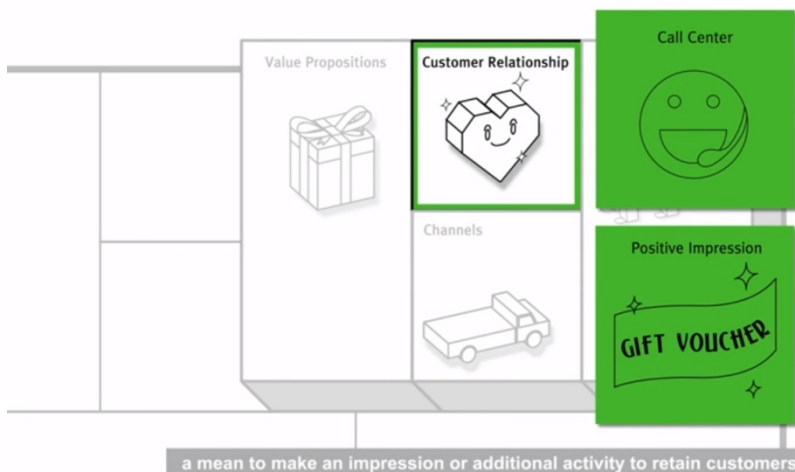


<https://www.youtube.com/watch?v=l4etslV9fjM>

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

Business Model Canvas Introduction

ความยาว (วินาที)	จำนวนคำ	เฉลี่ย (คำ/นาที)	เสียงบรรยาย	คำบรรยาย	รูปแบบ	วิธีการ
210 วินาที	386	110 คำ/นาที	ชาย	แปล	กราฟิก	บรรยาย
O ด้านเสียงบรรยาย			O ด้านข้อมูลเนื้อหา		O ด้านภาพประกอบ	



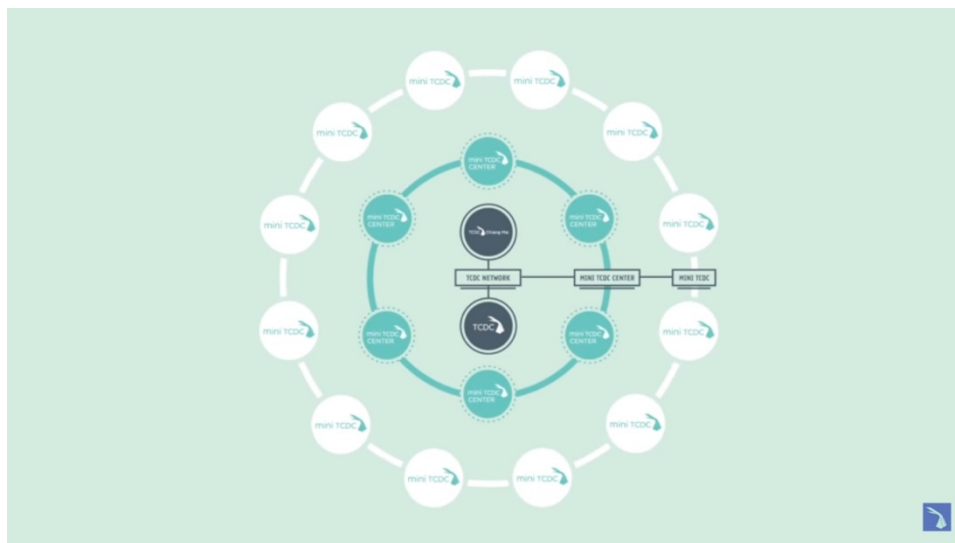
a mean to make an impression or additional activity to retain customers,

<https://www.youtube.com/watch?v=h-aXdK9L4cA>

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

แนะนำโครงการ miniTCDC

ความยาว (วินาที)	จำนวนคำ	เฉลี่ย (คำ/นาที)	เสียงบรรยาย	คำบรรยาย	รูปแบบ	วิธีการ
99 วินาที			ไม่มีเสียงบรรยาย	-	กราฟิก	-
O ด้านเสียงบรรยาย		O ด้านข้อมูลเนื้อหา		O ด้านภาพประกอบ		



<https://www.youtube.com/watch?v=3nm7vlbzyEU>

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

Service Design Workbook by TCDC

ความยาว (วินาที)	จำนวนคำ	เฉลี่ย (คำ/นาที)	เสียงบรรยาย	คำบรรยาย	รูปแบบ	วิธีการ
39 วินาที	54	83	ชาย	ไม่มี	กราฟิก	บรรยาย
O ด้านเสียงบรรยาย		O ด้านข้อมูลเนื้อหา		O ด้านภาพประกอบ		

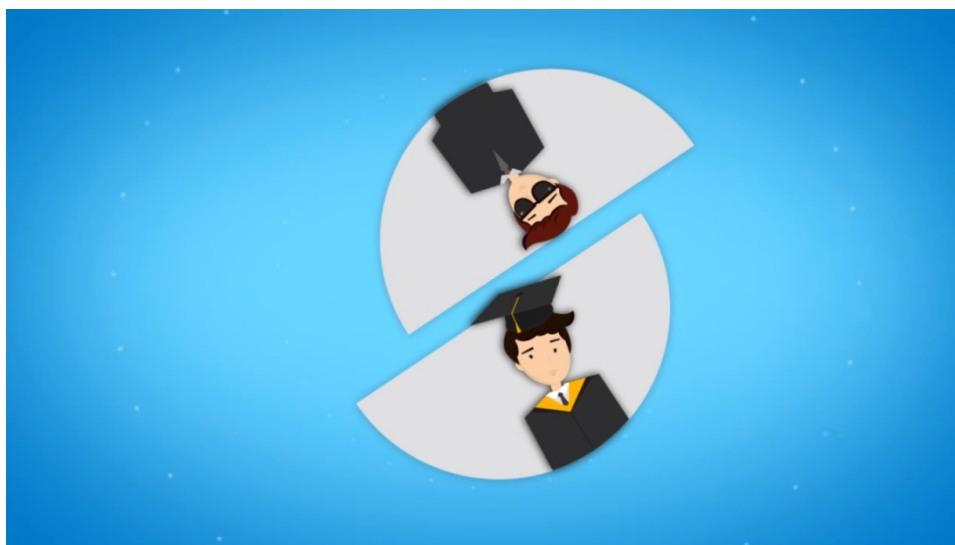


<https://www.youtube.com/watch?v=anZNIjdO7Ns>

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

เรียนอะไรก็ตงงาน

ความยาว (วินาที)	จำนวนคำ	เฉลี่ย (คำ/นาที)	เสียงบรรยาย	คำบรรยาย	รูปแบบ	วิธีการ
69 วินาที	171	149 คำ/ นาที	หญิง	ไม่มี	กราฟิก	บรรยาย
O ด้านเสียงบรรยาย			O ด้านข้อมูลเนื้อหา		O ด้านภาพประกอบ	



https://www.youtube.com/watch?v=USTU_0tfc4w

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

เด็กจำนวนมากหมดโอกาสเรียนต่อ ต้นเหตุคือใคร?

ความยาว (วินาที)	จำนวนคำ	เฉลี่ย (คำ/นาที)	เสียงบรรยาย	คำบรรยาย	รูปแบบ	วิธีการ
135 วินาที	261	116 คำ/ นาที	ชาย	มี	กราฟิก	บรรยาย
○ ด้านเสียงบรรยาย			○ ด้านข้อมูลเนื้อหา		○ ด้านภาพประกอบ	



https://www.youtube.com/watch?v=Ou_pEVOIIYA

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

โครงการประกวด Infographic จากกฟผ. "ถ้าปีใหม่นี้ ไม่มีไฟฟ้าใช้?"

ความยาว (วินาที)	จำนวนคำ	เฉลี่ย (คำ/นาที)	เสียงบรรยาย	คำบรรยาย	รูปแบบ	วิธีการ
52 วินาที	116	134 คำ/ นาที	ชาย	ไม่มี	กราฟิก	บรรยาย
O ด้านเสียงบรรยาย			O ด้านข้อมูลเนื้อหา		O ด้านภาพประกอบ	



https://www.youtube.com/watch?v=H_KtwjXBSIY

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

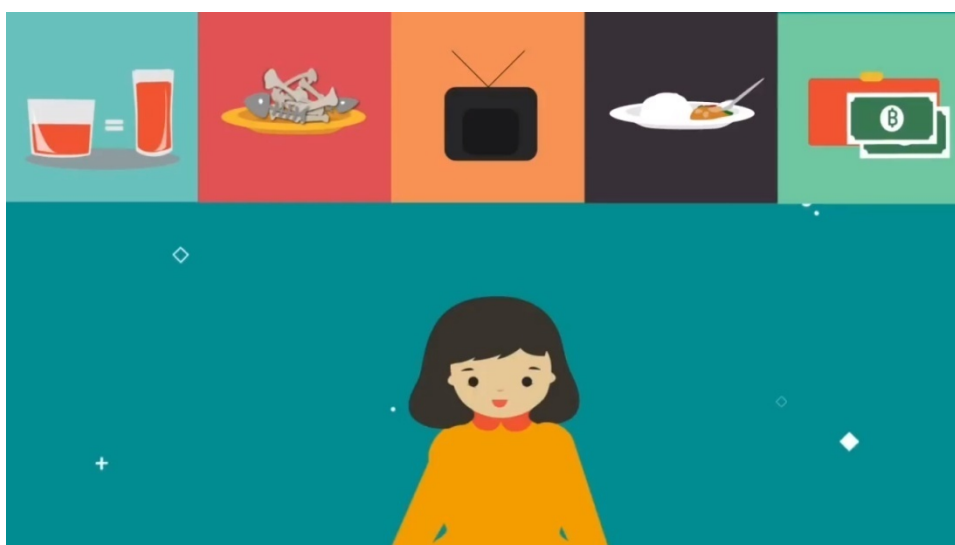
Way to stop eating too much

ความยาว (วินาที)	จำนวนคำ	เฉลี่ย (คำ/นาที)	เสียงบรรยาย	คำบรรยาย	รูปแบบ	วิธีการ
51 วินาที	125	147 คำ/ นาที	หญิง	ไม่มี	กราฟิก	บรรยาย

○ ด้านเสียงบรรยาย

○ ด้านข้อมูลเนื้อหา

○ ด้านภาพประกอบ

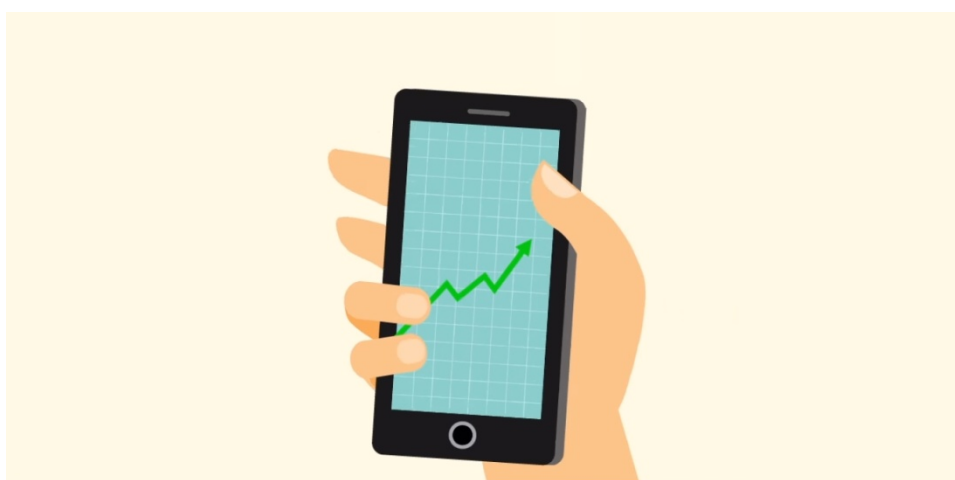


<https://www.youtube.com/watch?v=UYM76Hz6Jro>

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ลงทุนในหุ้นได้อย่างไรนะ

ความยาว (วินาที)	จำนวนคำ	เฉลี่ย (คำ/นาที)	เสียงบรรยาย	คำบรรยาย	รูปแบบ	วิธีการ
45 วินาที	163	217 คำ/ นาที	ชาย	มี	กราฟิก	บรรยาย
○ ด้านเสียงบรรยาย			○ ด้านข้อมูลเนื้อหา		○ ด้านภาพประกอบ	



เรื่องทำนองนี้ ไม่ใช่เรื่องเพื่อฝัน

<https://www.youtube.com/watch?v=PYtNTEtVmrl>

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ใคร ๆ ก็บอกว่าลงทุนในหุ้นแล้วดี แต่จะเริ่มยังไงดีนะ

ความยาว (วินาที)	จำนวนคำ	เฉลี่ย (คำ/นาที)	เสียงบรรยาย	คำบรรยาย	รูปแบบ	วิธีการ
45 วินาที	159	212 คำ/ นาที	ชาย	มี	กราฟิก	บรรยาย

○ ด้านเสียงบรรยาย

○ ด้านข้อมูลเนื้อหา

○ ด้านภาพประกอบ



<https://www.youtube.com/watch?v=BA7F82pQWlc>

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

Plan Your Money

ความยาว (วินาที)	จำนวนคำ	เฉลี่ย (คำ/นาที)	เสียงบรรยาย	คำบรรยาย	รูปแบบ	วิธีการ
87 วินาที	251	174 คำ/ นาที	ชาย	ไม่มี	กราฟิก	สาธก

○ ด้านเสียงบรรยาย

○ ด้านข้อมูลเนื้อหา

○ ด้านภาพประกอบ



<https://www.youtube.com/watch?v=ZnjM16cct0c>

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

AIS 3G iFAIR

ความยาว (วินาที)	จำนวนคำ	เฉลี่ย (คำ/นาที)	เสียงบรรยาย	คำบรรยาย	รูปแบบ	วิธีการ
154 วินาที	418	163 คำ/ นาที	ชาย	ไม่มี	กราฟิกผสม	บรรยาย

○ ด้านเสียงบรรยาย

○ ด้านข้อมูลเนื้อหา

○ ด้านภาพประกอบ



โดยให้คุณอนันต์ 3G เต็มสปีด ตลอดถึง 4GB และจ่ายสูงสุดไม่เกิน 799 บาท

<https://www.youtube.com/watch?v=-9tX4sZmXgU>

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

เป็นไทยสุดขีด : อาหารนี้ทานได้แต่ใดมา

ความยาว (วินาที)	จำนวนคำ	เฉลี่ย (คำ/นาที)	เสียงบรรยาย	คำบรรยาย	รูปแบบ	วิธีการ
153 วินาที	465	183 คำ/ นาที	ชาย	ไม่มี	กราฟิก	บรรยาย
O ด้านเสียงบรรยาย			O ด้านข้อมูลเนื้อหา		O ด้านภาพประกอบ	



<https://www.youtube.com/watch?v=Hii15I2ZSrQ>

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ความในใจของน้ำ : น้ำแล้งเกี่ยวอะไรกับเรา ?

ความยาว (วินาที)	จำนวนคำ	เฉลี่ย (คำ/นาที)	เสียงบรรยาย	คำบรรยาย	รูปแบบ	วิธีการ
180 วินาที	505	206 คำ/ นาที	ชาย	ไม่มี	กราฟิก	บรรยาย
O ด้านเสียงบรรยาย			O ด้านข้อมูลเนื้อหา		O ด้านภาพประกอบ	



<https://www.youtube.com/watch?v=P417XEKcfWQ>

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ความในใจของน้ำ : น้ำที่มองไม่เห็น

ความยาว (วินาที)	จำนวนคำ	เฉลี่ย (คำ/นาที)	เสียงบรรยาย	คำบรรยาย	รูปแบบ	วิธีการ
182 วินาที	492	162 คำ/ นาที	ชาย	ไม่มี	กราฟิก	บรรยาย
○ ด้านเสียงบรรยาย			○ ด้านข้อมูลเนื้อหา		○ ด้านภาพประกอบ	



<https://www.youtube.com/watch?v=8EtZo8nmWcY>

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ความในใจของน้ำ : มีเงินจ่ายไม่ได้จบ

ความยาว (วินาที)	จำนวนคำ	เฉลี่ย (คำ/นาที)	เสียงบรรยาย	คำบรรยาย	รูปแบบ	วิธีการ
186 วินาที	539	174 คำ/ นาที	ชาย	ไม่มี	กราฟิก	บรรยาย
○ ด้านเสียงบรรยาย			○ ด้านข้อมูลเนื้อหา		○ ด้านภาพประกอบ	



<https://www.youtube.com/watch?v=2dyfP5HSZS4>

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ความในใจของน้ำ : ถ้าโลกนี้ไม่มีน้ำ

ความยาว (วินาที)	จำนวนคำ	เฉลี่ย (คำ/นาที)	เสียงบรรยาย	คำบรรยาย	รูปแบบ	วิธีการ
190 วินาที	514	162 คำ/ นาที	ชาย	ไม่มี	กราฟิก	บรรยาย
○ ด้านเสียงบรรยาย			○ ด้านข้อมูลเนื้อหา		○ ด้านภาพประกอบ	



https://www.youtube.com/watch?v=WS_RI4Z-eWg

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

รัฐสภายุทธ : 10 อันดับจังหวัดที่ใช้น้ำประปามากที่สุด

ความยาว (วินาที)	จำนวนคำ	เฉลี่ย (คำ/นาที)	เสียงบรรยาย	คำบรรยาย	รูปแบบ	วิธีการ
125 วินาที	252	121 คำ/ นาที	หญิง	ไม่มี	กราฟิก	อุปมา
o ด้านเสียงบรรยาย			o ด้านข้อมูลเนื้อหา		o ด้านภาพประกอบ	



<https://www.youtube.com/watch?v=gWeNrSEHw6E>

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

รู้จักกฎหมายที่เกี่ยวกับการคุ้มครอง

ความยาว (วินาที)	จำนวนคำ	เฉลี่ย (คำ/นาที)	เสียงบรรยาย	คำบรรยาย	รูปแบบ	วิธีการ
189 วินาที	401	127 คำ/ นาที	หญิง	ไม่มี	กราฟิก	บรรยาย
○ ด้านเสียงบรรยาย			○ ด้านข้อมูลเนื้อหา		○ ด้านภาพประกอบ	



<https://www.youtube.com/watch?v=HR8swmj3bXM>

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

จักรยานคันแรก

ความยาว (วินาที)	จำนวนคำ	เฉลี่ย (คำ/นาที)	เสียงบรรยาย	คำบรรยาย	รูปแบบ	วิธีการ
101 วินาที	268	159 คำ/ นาที	หญิง	ไม่มี	กราฟิก	อุปมา

○ ด้านเสียงบรรยาย

○ ด้านข้อมูลเนื้อหา

○ ด้านภาพประกอบ



https://www.youtube.com/watch?v=H_11zEOuHUw

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

แบบสอบถามด้านวิชาการสรรพากร

การศึกษาและพัฒนาอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ
กรณีศึกษา การจูงใจให้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยตนเอง

เรียนผู้เชี่ยวชาญ

แบบสอบถามนี้มีจุดประสงค์ในการนำไปประกอบการสร้างเครื่องมือแบบทดสอบกลุ่มตัวอย่างเพื่อนำผลลัพธ์ที่ได้ไปวิเคราะห์เพื่อหาองค์ประกอบที่เหมาะสมในการออกแบบบทของอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ กรณีศึกษา การจูงใจให้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยตนเอง โดยผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นของคำถามออกเป็น 4 ประเด็นหลัก คือ

1. ประเด็นความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ผู้วิจัยได้นำหลักทฤษฎีการกระตุ้นเร้าในระดับที่เหมาะสม (Optimum Arousal Theory) (อารยา ปิยะกุล. 2556: 11-12) มาร่วมในการออกแบบ เนื่องจากเรื่องของภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างอาจจะยังคิดว่าเป็นเรื่องยากและไกลตัว ตราบใดที่ยังไม่ถูกหักเงินภาษีก็ยังไม่มีความตื่นตัว และชวนขวยที่จะยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ดังนั้นการให้ความรู้ที่ถูกต้อง หรือแก้ไขความรู้ที่ผิดเพื่อให้บุคคลรู้สึกว่ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเป็นเรื่องสำคัญอาจช่วยกระตุ้นให้คนกลุ่มนี้หันมายื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

2. ประเด็นทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ในการออกแบบบทที่เหมาะสมสำหรับสื่ออินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ ผู้วิจัยจำเป็นต้องแยกประเภทของกลุ่มตัวอย่างว่าส่วนใหญ่อยู่ในประเภทใด โดยอ้างถึงทฤษฎีการโน้มน้าวใจ (อรรถา ปานขาว. 2553: ออนไลน์) ที่แบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็น 4 กลุ่มตามทัศนคติ ผู้วิจัยจึงต้องการออกแบบคำถามที่ทำให้ทราบถึงทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายต่อภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

3. ประเด็นความรู้ด้านประโยชน์ของการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

4. ประเด็นความรู้ด้านบทลงโทษของการไม่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ในสองประเด็นนี้ ผู้วิจัยสนใจจะนำหลักทฤษฎีการเสริมแรง (Reinforcement Theory) (อารยา ปิยะกุล. 2556: 23-24) มาร่วมใช้ในการออกแบบ ดังนั้นจึงต้องการจะทราบความรู้พื้นฐานของกลุ่มเป้าหมายว่ามีความรู้สึกเกี่ยวกับประโยชน์และโทษอย่างไรบ้าง

ผู้วิจัยขอความกรุณาให้ผู้เชี่ยวชาญคัดเลือกคำถามที่เหมาะสมในแต่ละประเด็น โดยประเด็นละ 10 คำถาม ซึ่งรวมเป็นแบบทดสอบ 40 คำถามในรูปแบบของการเลือกตอบ (ใช่) หรือ (ไม่ใช่) เพื่อนำไปวิเคราะห์ว่ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติอย่างไร ซึ่งนำหน้าขอประเด็นแต่ละด้านจะถูกนำไปพัฒนาเป็นบทที่เหมาะสมในการออกแบบอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ

ประเด็นความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 10 ข้อ

[]	บุคคลผู้มีรายได้ต่ำกว่า 150,000 บาทต่อปีไม่ต้องยื่นแบบฯ เพราะได้รับการยกเว้นภาษี
[]	ผู้มีเงินได้มากกว่า 150,000 บาทต่อต้องเสียภาษี
[]	เงินได้ของนักวาดภาพประกอบนับเป็นเงินได้ประเภทที่ 40(3)
[]	กฎหมายที่เกี่ยวกับภาษีอากรเรียกว่า “พระบัญญัติภาษีอากร”
[]	ค่าจ้างที่ได้รับจากการให้คำปรึกษาด้านกฎหมายนับเป็นเงินได้ประเภทที่ 40(6)
[]	“ยื่นแบบฯ” ย่อมาจาก “ยื่นแบบชำระภาษี”
[]	ในกรณีที่ผู้มีรายได้ได้เป็นเงินเดือนเพียงอย่างเดียวจะต้องยื่นแบบ ภ.ง.ด 91
[]	กรณีที่ผู้มีรายได้มีอายุไม่เกิน 20 ปีให้ถือเงินได้นั้นเป็นของบิดาหรือมารดาหรือผู้ปกครอง
[]	รายได้ของภรรยาให้ถือเป็นรายได้ของสามี
[]	คำว่าปีภาษี นับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคมถึง 31 ธันวาคมของทุกปี
[]	ผู้ถึงแก่ความตายระหว่างปีไม่ต้องเสียภาษี
[]	การยื่นแบบฯภาษีจะต้องกระทำภายในวันที่ 31 ธันวาคมของปีนั้นๆ
[]	รายได้ของผู้ค้าขายออนไลน์นับเป็นเงินได้ประเภทที่ 40(2)
[]	เงินได้จากแหล่งนอกประเทศไม่ต้องนำมาคิดภาษี
[]	เงินได้จากการรับเหมาของผู้กำกับภาพยนตร์นับเป็นเงินได้ประเภทที่ 40(7)
[]	เงินที่บริจาคให้กับโรงพยาบาลสามารถนำมาลดหย่อนภาษีได้
[]	ดอกเบี้ยสลากออมทรัพย์ได้รับการยกเว้นภาษี
[]	ค่าเบี้ยเลี้ยงจะถูกนำมาคิดภาษีด้วย
[]	เงินได้ทุกประเภทหักค่าใช้จ่ายแบบเหมาร้อยละ 40% ของเงินได้
[]	หากไม่ยื่นแบบฯภายในเวลาที่กำหนดจะถูกปรับเป็นเงิน

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ประเด็นทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

☐	คุณรู้สึกดีต่อการเสียภาษี
☐	คุณรู้สึกเสียดาเงินภาษีที่ต้องเสียไป
☐	คุณรู้สึกผิดที่เงินได้ยังไม่ถูกหักภาษี
☐	คุณรู้สึกคุ้มค่าที่จะเสียภาษี
☐	คุณรู้สึกกระแงต่อการเรียกเก็บภาษีย้อนหลัง
☐	คุณคิดว่าการเสียภาษีเป็นหน้าที่พลเมือง
☐	คุณคิดว่าโครงสร้างภาษีในปัจจุบันนั้นเหมาะสม
☐	คุณคิดว่าสิ่งที่ได้รับการเสียภาษีนั้นเหมาะสม
☐	คุณคิดว่าค่าลดหย่อนที่คุณได้รับนั้นเหมาะสม
☐	คุณคิดว่าการเสียภาษีมีความยุติธรรมและเสมอภาค
☐	คุณพยายามทำความเข้าใจเกี่ยวกับภาษี
☐	คุณพยายามหาวิธีหลบเลี่ยงภาษี
☐	คุณพยายามจะเสียภาษี
☐	คุณพยายามจะบอกคนรอบตัวให้เสียภาษี
☐	คุณพยายามจะคำนวณภาษีให้คนรอบตัว
☐	คุณไม่สนใจเรื่องภาษี
☐	คุณไม่สนใจค่าลดหย่อน
☐	คุณไม่สนใจกองทุน
☐	คุณไม่สนใจเพราะเป็นเรื่องไกลตัว
☐	คุณไม่สนใจโลก

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ประเด็นความรู้ด้านประโยชน์ของการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

☐	การยื่นแบบภาษีจะทำให้สรรพากรรู้ว่าแต่ละคนมีรายได้เท่าไร
☐	การยื่นแบบภาษีจะทำให้สรรพากรปรับลดภาษีเพื่อไม่ให้ผู้มีรายได้น้อยต้องเสียภาษีมาก
☐	การยื่นแบบภาษีจะทำให้ช่องว่างในการเลี่ยงภาษีของผู้คนลดลง
☐	การยื่นแบบภาษีจะทำให้มีเครดิตภาษี และกู้เงินง่ายขึ้น
☐	การยื่นแบบภาษีเป็นความต้องการส่วนบุคคล จะทำหรือไม่ทำก็ได้
☐	การเสียภาษีเป็นการสนับสนุนรัฐบาล
☐	การเสียภาษีเป็นการกระจายรายได้เพื่อลดความเหลื่อมล้ำ
☐	การเสียภาษีเป็นการรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ
☐	เงินที่ได้จากการเสียภาษีจะถูกนำไปปรับปรุงพัฒนาสาธารณูปโภค
☐	เงินที่ได้จากการเสียภาษีจะถูกนำไปจ่ายส่วนต่างค่ารักษาพยาบาลในโรงพยาบาลรัฐ

ประเด็นความรู้ด้านบทลงโทษของการไม่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

☐	การไม่ยื่นแบบภาษีจะทำให้รัฐบาลปรับฐานภาษีเพื่อเก็บภาษีให้ได้ตามเป้า
☐	การไม่ยื่นแบบภาษีภายในกำหนดจะถูกปรับเบื้องต้นเป็นเงิน 200 บาท
☐	การไม่ยื่นแบบภาษีจะทำให้เสียเครดิตภาษี
☐	การไม่ยื่นแบบภาษีภายในกำหนดจะถูกปรับเงินภาษีไปปีต่อไป
☐	การไม่ยื่นแบบภาษีเป็นสิ่งผิดกฎหมาย
☐	การเลี่ยงภาษีมีโทษปรับ 5 เท่าของภาษีที่ต้องชำระ
☐	การเลี่ยงภาษีทำให้รัฐบาลเสียรายได้ที่จะนำไปพัฒนาประเทศ
☐	การเลี่ยงภาษีทางตรงจะทำให้รัฐบาลปรับขึ้นภาษีทางอ้อม
☐	การเลี่ยงภาษีคือการไม่ชำระภาษี หรือชำระไม่เต็มจำนวน
☐	การหนีภาษีคือการไปอยู่อาศัยต่างประเทศ

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม



ภาคผนวก ข

แบบทดสอบ / สอบถามกลุ่มตัวอย่าง

แบบสอบถามเกี่ยวกับการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

การศึกษาและพัฒนาอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ
กรณีศึกษา การจูงใจให้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยตนเอง

การศึกษานี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาและพัฒนาอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ
เพื่อหาองค์ประกอบที่เหมาะสมในการออกแบบอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ

คำชี้แจง แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ร่วมตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบทดสอบเกี่ยวกับเรื่องภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ตอนที่ 3 แบบสอบถามด้านความเห็นเกี่ยวกับการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้
บุคคลธรรมดา

ข้อมูลที่ได้นี้จะถูกเก็บเป็นความลับเพื่อการศึกษาเท่านั้น ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการทำแบบทดสอบ ตอบแบบสอบถาม และให้ข้อมูลต่างๆที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาและวิจัยดังกล่าวมา ณ โอกาสนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ร่วมตอบแบบสอบถาม

1.1 เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง

1.2 อายุ

☐ ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 21-30 ปี
☐ 31-40 ปี ☐ 41 ปีขึ้นไป

1.3 การศึกษา

☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี
☐ สูงกว่าปริญญาตรี

1.4 เงินเดือน

☐ ต่ำกว่า 15,000 บาท ☐ 15,001 - 20,000 บาท
☐ 20,001 - 25,000 บาท ☐ 20,001 - 25,000 บาท
☐ 25,001 - 30,000 บาท ☐ 30,001 บาทขึ้นไป

1.5 เคยยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยตนเองหรือไม่

☐ ไม่เคย ☐ เคย

1.6 ช่องทางการติดต่อกรณีผู้วิจัยต้องการสัมภาษณ์เพิ่มเติม

☐ อีเมล.....
☐ เฟซบุ๊ก.....
☐ ทวิตเตอร์.....
☐ ไลน์.....
☐ อื่นๆ.....

ตอนที่ 2 แบบทดสอบเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

2.1 ข้อความต่อไปนี้ถูกหรือผิด

(ถูก)	(ผิด)	บุคคลผู้มีรายได้ต่ำกว่า 150,000 บาทต่อปีไม่ต้องยื่นแบบฯ เพราะได้รับการยกเว้นภาษี
(ถูก)	(ผิด)	ผู้มีเงินได้มากกว่า 150,000 บาทต่อปีต้องเสียภาษี
(ถูก)	(ผิด)	กฎหมายที่เกี่ยวกับภาษีอากรเรียกว่า “พระบัญญัติภาษีอากร”
(ถูก)	(ผิด)	“ยื่นแบบฯ” ย่อมาจาก “ยื่นแบบชำระภาษี”
(ถูก)	(ผิด)	ในกรณีที่มีรายได้ได้เป็นเงินเดือนเพียงอย่างเดียวจะต้องยื่นแบบ ภ.ง.ด 91
(ถูก)	(ผิด)	คำว่าปีภาษี นับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคมถึง 31 ธันวาคมของทุกปี
(ถูก)	(ผิด)	ผู้ถึงแก่ความตายระหว่างปีไม่ต้องเสียภาษี
(ถูก)	(ผิด)	การยื่นแบบฯภาษีจะต้องกระทำภายในวันที่ 31 ธันวาคมของปีนั้นๆ
(ถูก)	(ผิด)	รายได้ของผู้ค้าขายออนไลน์นับเป็นเงินได้ประเภทที่ 40(2)
(ถูก)	(ผิด)	เงินได้จากแหล่งนอกประเทศไม่ต้องนำมาคิดภาษี

2.2 คุณมีความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อความต่อไปนี้อย่างไร

2.3

	ความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
คุณรู้สึกดีต่อการเสียภาษี					
คุณรู้สึกเสียดาเงินภาษีที่ต้องเสียไป					
คุณรู้สึกผิดที่เงินได้ยังไม่ถูกหักภาษี					
คุณคิดว่าการเสียภาษีเป็นหน้าที่พลเมือง					
คุณคิดว่าโครงสร้างภาษีในปัจจุบันนั้นเหมาะสม					
คุณคิดว่าสิ่งที่ได้รับจากการเสียภาษีนั้นเหมาะสม					
คุณพยายามทำความเข้าใจเกี่ยวกับภาษี					
คุณพยายามหาวิธีหลบเลี่ยงภาษี					
คุณพยายามจะบอกคนรอบตัวให้เสียภาษี					
คุณไม่สนใจเรื่องภาษี					
คุณไม่สนใจค่าลดหย่อน					
คุณไม่สนใจเพราะเป็นเรื่องไกลตัว					

โดยผลคะแนน 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4 = เห็นด้วย 3 = ไม่แน่ใจ
2 = ไม่เห็นด้วย 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

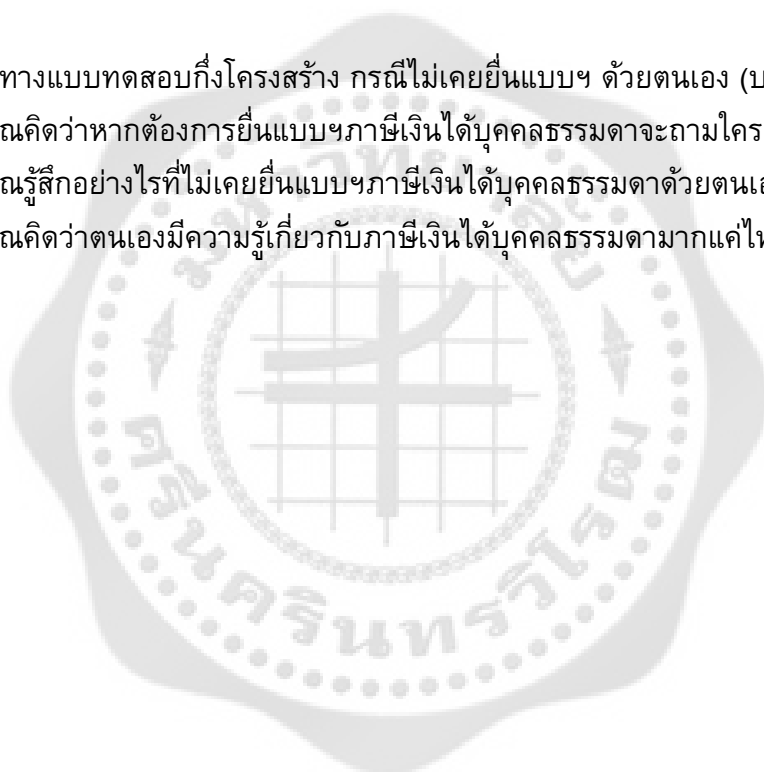
ตอนที่ 3 แบบสอบถามด้านความเห็นเกี่ยว

แนวทางแบบสอบถามกึ่งโครงสร้าง กรณีไม่เคยยื่นแบบฯ (ไม่เคยเลย)

1. คุณมีเหตุผลอะไรในการไม่ยื่นแบบฯภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา
2. คุณคิดว่าจะยื่นแบบฯภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเมื่อใด
3. คุณคิดว่าการไม่ยื่นแบบฯภาษีเงินได้บุคคลธรรมดามีความผิดหรือไม่
4. คุณคิดว่าประโยชน์ในการยื่นแบบฯภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาคืออะไร
5. คุณคิดว่าหากต้องการยื่นแบบฯภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาส่งกรมไหน
6. คุณรู้สึกอย่างไรที่ไม่เคยยื่นแบบฯภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยตนเอง
7. คุณคิดว่าตนเองมีความรู้เกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแค่ไหน

แนวทางแบบทดสอบกึ่งโครงสร้าง กรณีไม่เคยยื่นแบบฯ ด้วยตนเอง (บริษัททำให้)

1. คุณคิดว่าหากต้องการยื่นแบบฯภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาส่งกรมไหน
2. คุณรู้สึกอย่างไรที่ไม่เคยยื่นแบบฯภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยตนเอง
3. คุณคิดว่าตนเองมีความรู้เกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแค่ไหน



แบบสอบถามเกี่ยวกับอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ

การศึกษาและพัฒนาอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ
กรณีศึกษา การจูงใจให้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยตนเอง

การศึกษานี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาและพัฒนาอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ
เพื่อหาองค์ประกอบที่เหมาะสมในการออกแบบอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ

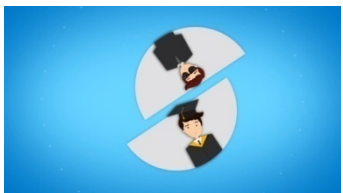
คำชี้แจง แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับเสียงบรรยาย
- ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับภาพประกอบ

ข้อมูลที่ได้นี้จะถูกเก็บเป็นความลับเพื่อการศึกษาเท่านั้น ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่ให้
ความอนุเคราะห์ในการทำแบบทดสอบ ตอบแบบสอบถาม และให้ข้อมูลต่างๆที่เป็นประโยชน์ต่อ
การศึกษาและวิจัยดังกล่าวมา ณ โอกาสนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับเสียงบรรยาย

ขอให้ผู้ร่วมตอบแบบสอบถามรับชมอินโฟกราฟิก 3 ชิ้นต่อไปนี้โดยให้ความสำคัญกับการฟังเสียง ความเร็วในการพูดของผู้บรรยาย การใช้น้ำเสียง และโทนเสียงของผู้บรรยาย เชื่อมโยงกับความเข้าใจที่ได้รับหลังจากการรับชมรอบแรก

ผลงานตัวอย่างที่ 1	ผลงานตัวอย่างที่ 2	ผลงานตัวอย่างที่ 3
		

1.1 ความเร็วในการบรรยายที่ฟังแล้วเข้าใจได้ง่ายที่สุด และไม่เกิดความรู้สึกเบื่อหน่าย

[] ผลงานตัวอย่างที่ 1

[] ผลงานตัวอย่างที่ 2

[] ผลงานตัวอย่างที่ 3

1.2 เสียงของผู้บรรยายเพศใดที่เป็นธรรมชาติที่สุด

[] ชาย

[] หญิง

[] เพศใดก็ได้

1.3 การมีคำบรรยายใต้ภาพช่วยส่งเสริมความเข้าใจในการรับชมหรือไม่

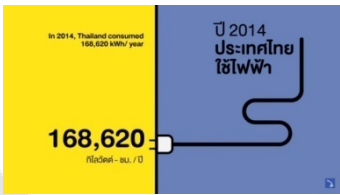
[] มีคำบรรยาย

[] ไม่มีคำบรรยาย

ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับภาพประกอบ

ขอให้ผู้ร่วมตอบแบบสอบถามรับชมอินโฟกราฟิก 3 ชิ้นต่อไปนี้โดยให้ความสำคัญกับภาพประกอบ วิธีการเล่าเรื่อง (บรรยายไปเรื่อยๆ, ยกตัวอย่าง หรือเชิงสัมพัทธ์) รูปแบบการเล่าเรื่อง (ภาพประกอบกราฟิก, กราฟิกผสมภาพถ่าย) และผู้เล่าเรื่อง เชื่อมโยงกับความเข้าใจที่ได้รับหลังจากการรับชมรอบแรก

ผลงานตัวอย่างที่ 1	ผลงานตัวอย่างที่ 2	ผลงานตัวอย่างที่ 3
		

1.1 วิธีการใดที่คุณคิดว่าเหมาะสมกับอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจเชิงวิชาการ

- ☐ ผลงานตัวอย่างที่ 1
- ☐ ผลงานตัวอย่างที่ 2
- ☐ ผลงานตัวอย่างที่ 3

1.2 รูปแบบการนำเสนอแบบใดที่น่าสนใจ

- ☐ ผลงานตัวอย่างที่ 1
- ☐ ผลงานตัวอย่างที่ 2
- ☐ ผลงานตัวอย่างที่ 3

1.3 อินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวทุกชิ้นมีผู้เล่าเรื่อง คุณชอบผู้เล่าเรื่องคนไหน

- ☐ ผลงานตัวอย่างที่ 1
- ☐ ผลงานตัวอย่างที่ 2
- ☐ ผลงานตัวอย่างที่ 3

ข้อเสนอแนะ

ภาคผนวก ค

หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญ



ที่ ศธ 0519.12/ 3039



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

3) พฤษภาคม 2559

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คุณนิธิป สิริวรกมล

เนื่องด้วย นางสาวกฤตพร เพ็ชรน้ำเขียว นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาศิลปกรรม (นวัตกรรมการออกแบบ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกส์เคลื่อนไหว 2 มิติเพื่อการจูงใจ กรณีศึกษาการยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา สำหรับผู้ที่ไม่เคยยื่นแบบชำระภาษีเงินได้ด้วยตนเอง” โดยมี อาจารย์ ดร.กรกมล คำสุข และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิเทพ มุสิกะปาน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ ในการนี้บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจกราฟิกคอมพิวเตอร์ ทั้งนี้ นิสิตจะเป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวกฤตพร เพ็ชรน้ำเขียว และ ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ปรินทร์ ชัยวิสุทธางกูร)
คณบดีคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0 2649 5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 085 061 3139

ที่ ศธ 0519.12/ 3040



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

31 พฤษภาคม 2559

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คุณพรรณอร ประยงค์

เนื่องด้วย นางสาวกฤตพร เพ็ชรน้ำเขียว นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาศิลปกรรม (นวัตกรรมการออกแบบ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกส์เคลื่อนไหว 2 มิติเพื่อการจูงใจ กรณีศึกษาการยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา สำหรับผู้ที่ไม่เคยยื่นแบบชำระภาษีเงินได้ด้วยตนเอง” โดยมี อาจารย์ ดร.กรกมล คำสุข และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวิเทพ มุสิกะปาน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ ในการนี้บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบข้อมูลวิชาการ ทั้งนี้ นิสิตจะเป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวกฤตพร เพ็ชรน้ำเขียว และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ปรินทร์ ชัยวิสุทธางกูร)

คณบดีคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0 2649 5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 085 061 3139

ที่ ศธ 0519.12/ 3041



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

31 พฤษภาคม 2559

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คุณคันฉัตร รัชชิกัญจน์ส่อง

เนื่องด้วย นางสาวกฤตพร เพ็ชรน้ำเขียว นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาศิลปกรรม (นวัตกรรมการออกแบบ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกส์เคลื่อนไหว 2 มิติเพื่อการจูงใจ กรณีศึกษาการยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา สำหรับผู้ที่ไม่เคยยื่นแบบชำระภาษีเงินได้ด้วยตนเอง” โดยมี อาจารย์ ดร.กรกมล คำสุข และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวิเทพ มุสิกะปาน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ ในการนี้บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบประเมิน ทั้งนี้ นิสิตจะเป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวกฤตพร เพ็ชรน้ำเขียว และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ปรินทร์ ชัยวิสุทธางกูร)

คณบดีคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

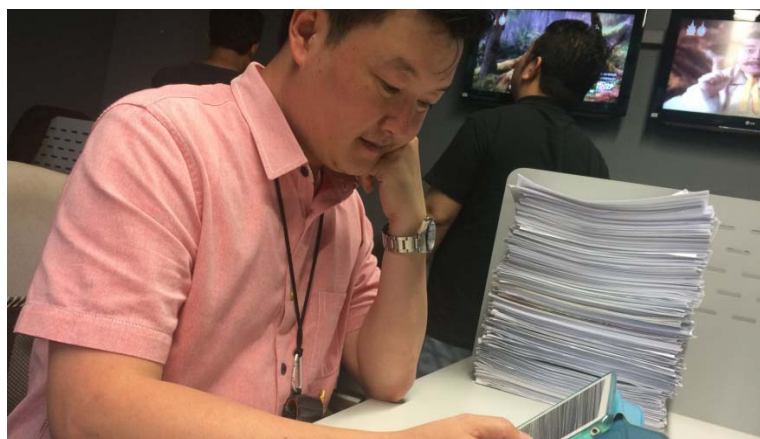
โทร. 0 2649 5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 085 061 3139

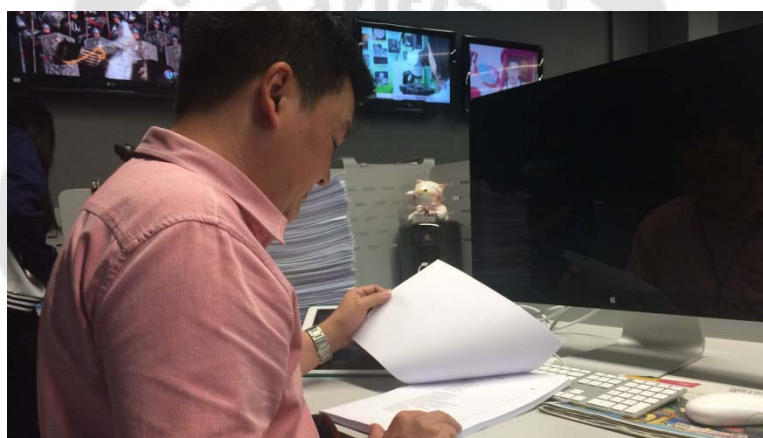
ภาคผนวก ง

รูปภาพแสดงการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ





รูปภาพแสดงการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญสร้างเครื่องมือ (คุณนิธิศ สิริวรกมล)



รูปภาพแสดงการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญสร้างเครื่องมือ (คุณนิธิศ สิริวรกมล)



ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวกฤตพร เพ็ชรน้ำเขียว
วันเดือนปีเกิด	20 พฤศจิกายน 2532
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพ
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	96/74 ซ.รามอินทรา 8 แยก 16 ถ.รามอินทรา แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กทม. 10220
ตำแหน่งหน้าที่การงานในปัจจุบัน	พนักงานระดับปฏิบัติการ Graphic Designer แผนกกราฟิกและศิลปกรรม สำนักโทรทัศน์และวิทยุ
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย เลขที่ 145 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร. 10210
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2550	สายวิชาสามัญวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์ จาก โรงเรียนสารวิทยา
พ.ศ. 2554	ปริญญาตรี นิเทศศาสตรบัณฑิต (นศ.บ.) สาขานิเทศศาสตร์ เอกภาพย่นตร์ จาก มหาวิทยาลัยศิลปากร
พ.ศ. 2559	ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (ศป.ม.) สาขาวิชานวัตกรรมการออกแบบ จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ