

การพัฒนาองค์ประกอบของสื่ออินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ: กรณีศึกษา การจูงใจให้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีรายได้บุคคลธรรมดาด้วยตนเอง¹

The Development of Elements in Animated Infographic for Motivation:
A Case Study of Motivating the First Time User to Fill Personal Income
Tax Return

กฤตพร เพ็ชรน้ำเขียว²

Kridtaphorn Phetnamkhieo

กรกลอด คำสุข³

Koraklod Kumsook

รวีเทพ มุสิกะปาน⁴

Ravitep Musikapan

¹ บทความจากปริญาญานิพนธ์ ศป.ม.สาขาวิชาศิลปกรรม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปีการศึกษา 2558

² นิสิตปริญญาโท ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปกรรม(นวัตกรรมการออกแบบ)
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ E-mail: pai_shu@hotmail.com

³ Ph.D., อาจารย์ ประจำสาขาการออกแบบทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
E-mail: koraklod@g.swu.ac.th

⁴ ศศ.ด., ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาการออกแบบทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
E-mail: ravitep_musikapan@yahoo.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบของอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ และพัฒนาอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจโดยใช้กรณีศึกษาภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา มีกระบวนการศึกษาองค์ความรู้ดังนี้ 1) การศึกษาจากอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหว ซึ่งผู้เชี่ยวชาญด้านกราฟิกเป็นผู้คัดเลือกจากผลงานทั้งหมด 24 ผลงานที่ผลิตโดยอินโฟกราฟิกไทยแลนด์ องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะ และศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ 2) การสอบถามผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ไม่เคยยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยตนเอง จำนวน 74 คน โดยใช้วิธีสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามและแบบทดสอบออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า 1) องค์ประกอบของอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มคือ ข้อมูลเนื้อหา เสียงบรรยาย และภาพประกอบ โดยกลุ่มเป้าหมายต้องการให้ข้อมูลเนื้อหาเป็นลักษณะการให้ความรู้ และทำความเข้าใจมากกว่าการโฆษณาชวนเชื่อ เสียงบรรยายของบุรุษทำให้รู้สึกผ่อนคลายมากกว่าเสียงบรรยายของสตรี และความเร็วการพูดควรอยู่ในช่วง 151-200 คำต่อนาที ส่วนภาพประกอบที่ชื่นชอบ คือ ภาพกราฟิกสีสดใสที่ดึงดูดความสนใจ และไม่สร้างอคติ 2) อินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจในกรณีศึกษาภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ใช้องค์ประกอบด้านข้อมูลเนื้อหาเป็นการให้ความรู้ร้อยละ 70 การสร้างทัศนคติร้อยละ 20 และการดึงเตือนลงโทษร้อยละ 10 ใช้องค์ประกอบด้านเสียงบรรยายเป็นเสียงบรรยายของเพศชาย และใช้องค์ประกอบด้านภาพประกอบเป็นภาพกราฟิกสีสดใสที่แยกตัวอย่างประกอบให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น

Abstract

The purpose of this study is to improve the animated infographic 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 infographics made by Infographic 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 the purpose of information collecting. The results of the study found that the elements of an animated infographic, 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 infographic for motivating designation: the information element: too much information which caused boredom and was less appealing despite the importance.

คำสำคัญ: อินโฟกราฟิกเคลื่อนไหว, องค์ประกอบของภาพเคลื่อนไหว, แบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

Keywords: Animated infographic, Elements of animation, Personal income tax return

บทนำ

อินโฟกราฟิก (Infographic) หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า แผนภาพข้อมูล เป็นการแปลงข้อมูลให้เป็นภาพโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจได้ง่าย โดยสื่อสารด้วยภาพที่แสดงข้อมูลสรุปใจความสำคัญ (Digest) ได้อย่างชัดเจน (Sakurada. 2015: 9) เนื่องจากการอ่านข้อมูลที่มีความยาวหลายหน้าต้องใช้เวลาานาน ทำให้ผู้อ่านเบื่อหน่าย ละเลยหรือไม่สนใจข้อมูลเหล่านั้น แต่อินโฟกราฟิกนำเสนอข้อมูลในภาพรวม ทำให้เข้าใจเนื้อหาทั้งหมดได้ในระยะเวลาอันสั้น และหากสนใจรายละเอียดก็สามารถติดตามอ่านต้นฉบับที่เป็นข้อความได้ในภายหลัง ซึ่งสังคมยุคข้อมูลข่าวสารเช่นปัจจุบันที่เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว จึงต้องการประหยัดเวลาในการรับรู้สารสนเทศโดยใช้ระยะเวลาอันน้อยที่สุด อินโฟกราฟิกจึงตอบโจทย์พฤติกรรมการใช้สารสนเทศของสังคมในยุคปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

อินโฟกราฟิกไม่ใช่นวัตกรรมใหม่ หากย้อนกลับไปในยุคสงครามไครเมีย ราว ค.ศ. 1854 มีหลักฐานว่า อินโฟกราฟิกถูกนำมาใช้โดยพลเรือโท นัตติงเกล พยาบาลชาวอังกฤษผู้ออกแบบชิ้นงานที่มีชื่อว่า แผนภาพสาเหตุของการตาย (Diagram of the Causes of Mortality) หลังจากเธอพบว่า สิ่งที่ทำให้ชีวิตทหารผ่านศึกได้ในจำนวนมากพอ ๆ กับการเสียชีวิตในสงคราม คือ สภาพความเป็นอยู่ในสถานพยาบาลของทหารที่สกปรกและแออัด ทำให้เกิดการติดเชื้อรุนแรงและสูญเสียชีวิตทหารโดยไม่จำเป็น นัตติงเกลจึงเสนอข้อมูลนี้ต่อรัฐบาล แต่หน่วยงานชั้นสูงของรัฐไม่สนใจข้อมูลของเธอ เธอจึงได้คิดค้นหาวิธีนำเสนอข้อมูลใหม่โดยปรึกษากับนักสถิติศาสตร์ จนในที่สุดก็สามารถออกแบบแผนภาพสาเหตุของการตาย แทนการนำเสนอในรูปแบบตารางบรรจุข้อมูลยาวเหยียด โดยเปรียบเทียบส่วนต่างของจำนวนการเสียชีวิตของทหารจากสงคราม และเหตุที่เกิดจากสาเหตุอื่นที่ไม่เหมาะสม แผนภาพของนัตติงเกลใช้สีแสดงความต่างของข้อมูลและคล้ายพื้นที่จากศูนย์กลางจนดูเหมือนกลีบดอกกุหลาบ จึงมีชื่อเรียกผลงานชิ้นนี้ว่า แผนภาพกุหลาบ นัตติงเกล (Nightingale Rose Diagram) (Panaram. 2012: Online) และในปีเดียวกัน จอห์น สโนว์ นายแพทย์ชาวอังกฤษได้ออกแบบชิ้นงานที่มีชื่อว่า แผนที่อหิวาตกโรคของจอห์น สโนว์ (John Snow's Cholera Map) ซึ่งเป็นแผนภาพแสดงการระบาดของอหิวาตกโรคในเมืองลอนดอนในสมัยนั้น (Butters. 2015: Online)

จุดเด่นของอินโฟกราฟิก คือ การใช้ภาพทำให้เข้าใจข้อมูลได้ง่าย จึงถูกนำไปใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการโฆษณาจูงใจหรือให้ความรู้ เดิมอินโฟกราฟิกถูกนำเสนอในรูปแบบของสิ่งตีพิมพ์ แต่ต่อมาเมื่อเทคโนโลยีภาพเคลื่อนไหว (Animation) เจริญแพร่หลายมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อภาพนิ่ง เนื่องจากสามารถส่งเสริมทั้งการเรียนรู้เชิงกระบวนการ (Procedural learning) และการเรียนรู้แบบพรรณนา (Descriptive learning) (Luealamai. 2013: 72; cited from Chan. 1998. *Animation to Teach Students at Different Knowledge Levels*.) ภาพเคลื่อนไหวจึงถูกนำมาประยุกต์ใช้ร่วมกับการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบอินโฟกราฟิก หรือที่เรียกว่า อินโฟกราฟิกเคลื่อนไหว (Animated infographic)

การรับรู้ข้อมูลผ่านอินโฟกราฟิกของกลุ่มเป้าหมายที่มีประสิทธิผล คือ บุคคลสามารถแสดงออกตามความรู้ความเข้าใจในข้อมูลที่ได้รับและแสดงออกผ่านพฤติกรรมของบุคคลนั้น (Agnes: & Guralnik. 2009: 1068; Gadavanij. 2007: 127) ทั้งนี้อินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวดังกล่าวต้องศึกษาองค์ประกอบที่สร้างแรงจูงใจแก่ผู้ชม โดยเป็นแรงจูงใจภายนอก (Extrinsic motives) ที่ช่วยทำให้เกิดแรงจูงใจภายใน (Intrinsic motives) อันเป็นแรงขับเคลื่อนกระตุ้นให้มีการกระทำหรือพฤติกรรมตามต้องการ (Chomeya. 2005: 1-3; Schiffman: & Kanuk. 1991:69)

โดยจากการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับการยื่นแบบแสดงภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาปี 2556 (ภ.ง.ด. 90, 91) พบว่า คนไทยที่เสียอายุ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 55.02 ล้านคน มีงานทำ จำนวน 38.90 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2556: ออนไลน์) แต่จำนวนผู้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในรอบปี 2556 (มกราคม-เมษายน 2557) มีเพียง 10.11 ล้านคน หรือร้อยละ 25.99 ของผู้มีงานทำ (The Revenue Department. 2014: Online) นอกนั้น จำนวน 28.79 ล้านคน

หรือร้อยละ 74.01 ของผู้มีงานทำกลับไม่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยตนเอง ผู้วิจัยจึงสนใจเลือกกรณี การไม่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้มีงานทำเป็นกรณีศึกษา เพื่อศึกษาและพัฒนาอินโฟกราฟิก เคลื่อนไหวในการจูงใจบุคคลให้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา โดยคาดหวังว่านักออกแบบและหน่วยงาน ผู้ผลิตงานกราฟิกสามารถนำองค์ประกอบอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวที่เหมาะสมไปใช้ในการออกแบบและพัฒนาอินโฟกราฟิก เคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ ในการจูงใจกลุ่มเป้าหมายทั้งในด้านการสร้างความรู้ ความเข้าใจ และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมด้าน ต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบในการออกแบบอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ
2. เพื่อพัฒนาอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งแบ่งขั้นตอนการดำเนินการวิจัย เป็น 2 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 การสังเคราะห์องค์ประกอบในการออกแบบอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ

1. ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) คือ กลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตชาวไทยมีอายุ 15 ปีขึ้นไป ที่มีงานทำและไม่เคยยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยตนเอง จำนวน 74 คน ซึ่งคัดเลือกจากกลุ่มเพื่อน (Friend) ในเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ใช้วิธีสโนว์บอลหรือการแบ่งปัน (Share) โดยกลุ่มเป้าหมายทั้งหมดได้รับทราบถึง วัตถุประสงค์ของการวิจัย และยินยอมให้ผู้วิจัยเก็บข้อมูลตามวิธีการวิจัย

2. เครื่องมือที่ใช้การวิจัย ได้แก่

2.1 แบบทดสอบ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคล เป็นข้อคำถามแบบให้เลือกตอบ ส่วนที่ 2 องค์ประกอบด้านข้อมูลเนื้อหาเป็นข้อคำถามประเภทถูก-ผิด จำนวน 40 ข้อ แบ่งคำถามออกเป็น 4 ประเภท ประเภทละ 10 ข้อ โดยออกแบบตามหลักการทฤษฎีแรงจูงใจภายนอก แรงจูงใจภายใน ได้แก่ 1) แรงจูงใจภายนอก คือ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 2) แรงจูงใจภายใน คือ ทศนคติที่ดีเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 3) สิ่งจูงใจทางบวก คือ ความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และ 4) สิ่งจูงใจทางลบ คือ ความรู้ด้านโทษของการไม่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

2.2 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อตัวอย่างอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหว โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ด้านเสียงบรรยาย ส่วนที่ 2 ด้านภาพประกอบ

แบบทดสอบและแบบสัมภาษณ์ผ่านการตรวจสอบคุณภาพด้านความตรงของเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญด้านกราฟิก ภาพยนตร์ และสรรพากร จำนวน 3 คน

2.3 ตัวอย่างอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหว จำนวน 6 ผลงาน โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ด้านเสียงบรรยาย จำนวน 3 ชิ้นที่มีความแตกต่างกันในด้านความเร็วในการพูด (Speed) เพศของผู้บรรยาย (Gender) และ คำบรรยายใต้ภาพ (Sub-title) ส่วนที่ 2 ด้านภาพประกอบ จำนวน 3 ชิ้นที่มีความแตกต่างกันในด้านการเล่าเรื่อง (Story telling) ภาพประกอบ (Graphic) และพิธีกร (Narrator) ซึ่งคัดเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญด้านกราฟิก ภาพยนตร์และสรรพากร จำนวน 3 คน จากผลงานทั้งหมด 24 ผลงาน ที่ผลิตโดยบริษัทอินโฟกราฟิก ไทยแลนด์ จำกัด องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะ และศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ

3. การเก็บและรวบรวมข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยนำแบบทดสอบพร้อมคำอธิบายวัตถุประสงค์การวิจัยบนเว็บไซต์ Google Form จากนั้นนำ URL มาโพสต์บนกลุ่มต่าง ๆ ในเครือข่ายเฟซบุ๊กของผู้วิจัย และร้องขอให้มีการแบ่งปันไปยังบุคคลต่าง ๆ ในเครือข่ายของกลุ่มเพื่อนเพื่อแสวงหากลุ่มเป้าหมายมาเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักโดยยินยอมเป็นอาสาสมัครและเต็มใจตอบข้อคำถามผ่านเว็บไซต์ Google Form และให้สัมภาษณ์เพิ่มเติมผ่านทางอีเมล ซึ่งมีผู้อาสาสมัคร จำนวน 113 คน แต่ผู้วิจัยคัดเลือกเฉพาะผู้ไม่เคยยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยตนเองมาก่อน ได้จำนวนทั้งสิ้น 74 คน ใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 เดือน 19 วัน (วันที่ 24 ธันวาคม 2558 ถึง วันที่ 15 มีนาคม 2559)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามผ่าน Google Form มาวิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่และค่าร้อยละ ส่วนข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ทางอีเมลนำมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เพื่อให้ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับแรงจูงใจและสิ่งจูงใจเพื่อสังเคราะห์องค์ประกอบของอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวที่กลุ่มเป้าหมายพึงพอใจมากที่สุดสำหรับนำไปพัฒนาอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อจูงใจในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยตนเองต่อไป

ระยะที่ 2 การพัฒนาอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจในการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านกราฟิกและภาพยนตร์ 2 คน และด้านสรรพากร 1 คน

2. เครื่องมือที่ใช้การวิจัย ประกอบด้วย

2.1 องค์ประกอบของอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจในการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ซึ่งผู้วิจัยสังเคราะห์ได้จากการวิจัยระยะที่ 1 โดยนำมาออกแบบเป็นอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวสำหรับการจูงใจให้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีรายได้บุคคลธรรมดาด้วยตนเอง ได้แก่ ข้อมูลเนื้อหา เสียงบรรยาย และภาพประกอบ โดยข้อมูลเนื้อหาได้ใช้ทฤษฎีการกระตุ้นเร้าในระดับที่เหมาะสม (Optimum Arousal Theory) และภาพประกอบได้ใช้ทฤษฎีองค์ประกอบฉาก (Mise-en-scene) ในการออกแบบข้อความและภาพประกอบ

2.2 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างสำหรับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับความเหมาะสมของการใช้อินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อสร้างแรงจูงใจในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยตนเอง

3. การเก็บและรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ด้วยตนเองแบบเผชิญหน้า โดยนัดหมายล่วงหน้า ใช้เวลาสัมภาษณ์รายละ 1 ชั่วโมง ใช้วิธีจัดบันทึกแทนการบันทึกเสียง เมื่อเสร็จสิ้นการสัมภาษณ์แต่ละรายจะนำข้อมูลมาวิเคราะห์และทบทวนหากพบว่าข้อมูลไม่สมบูรณ์จะนัดหมายของสัมภาษณ์เพิ่มเติมทางโทรศัพท์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน มาวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อให้ได้องค์ประกอบอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหว 3 ด้าน คือ ด้านข้อมูลเนื้อหา ด้านเสียงบรรยาย และด้านภาพประกอบ เพื่อให้สามารถพัฒนาอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยตนเอง

สรุปผลการวิจัย

1. คุณลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 74 คน ที่เป็นผู้ไม่เคยยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี มีเงินเดือนระหว่าง 15,001-20,000 บาทต่อเดือน และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ดังแสดงในตาราง 1

ตาราง 1 คุณลักษณะของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก

ที่	ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน (คน) N=74	ร้อยละ
1	อายุ - ต่ำกว่า 20 ปี - 21 - 30 ปี - 31 - 40 ปี	15 57 2	20.27 77.02 2.71
2	เพศ - ชาย - หญิง	16 58	21.62 78.38
3	เงินเดือน (บาท/เดือน) - ต่ำกว่า 15,000 บาท - 15,001 - 20,000 บาท - 20,001 - 25,000 บาท - 25,001 - 30,000 บาท - 30,001 บาทขึ้นไป	7 35 24 5 3	9.45 47.29 32.43 6.75 4.08
4	ระดับการศึกษา - ต่ำกว่าปริญญาตรี - ปริญญาตรี - สูงกว่าปริญญาตรี	16 52 6	21.62 70.27 8.11

2. การศึกษาองค์ประกอบในการออกแบบอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงิน ได้บุคคลธรรมดาด้วยตนเอง พบผลวิจัย ดังนี้

2.1 ด้านการออกแบบข้อมูลเนื้อหา

ผู้ไม่เคยยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาส่วนใหญ่มีความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอยู่ในเกณฑ์น้อย (ร้อยละ 51.35) มีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอยู่ในเกณฑ์มาก (ร้อยละ 36.48) มีความสนใจในประโยชน์ของการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง (ร้อยละ 42.24) และมีความสนใจบทลงโทษของการไม่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง (ร้อยละ 58.10) ซึ่งข้อมูลที่ได้จากกลุ่มเป้าหมาย แสดงในตาราง 2

ตาราง 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจและสิ่งจูงใจสำหรับอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวของกลุ่มเป้าหมาย

ประเภท	จำนวน (คน) N=74	ร้อยละ
1. แรงจูงใจภายนอก: ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา		
- 0-3 คะแนน	38	51.35
- 4-6 คะแนน	21	28.37
- 7-10 คะแนน	15	20.28
2. แรงจูงใจภายใน: ทศนคติที่ดีเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา		
- 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
3) สิ่งจูงใจทางบวก: ความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา		
- มีความสนใจมาก	18	24.32
- มีความสนใจปานกลาง	32	42.24
- ไม่สนใจ	24	33.44
4) สิ่งจูงใจทางลบ: ความรู้ด้านโทษของการไม่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา		
- มีความสนใจมาก	13	17.56
- มีความสนใจปานกลาง	43	58.10
- ไม่สนใจ	18	24.34

2.2 ด้านการออกแบบเสียงบรรยาย

ผู้ไม่เคยยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อเสียงบรรยายที่มีความเร็วประมาณ 151-200 คำ/นาที (ร้อยละ 40.54) เพศของผู้บรรยายจะเป็นเพศใดก็ได้ (ร้อยละ 52.72) แต่ถ้าให้เลือกรองลงมา จะเลือกเสียงของเพศชาย (ร้อยละ 28.37) และการมีคำบรรยายใต้ภาพและขึ้นอยู่กับเนื้อหาจะช่วยให้เข้าใจอินโฟกราฟิกมากยิ่งขึ้น (ร้อยละ 62.16) ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มเป้าหมายแสดงในตาราง 3

ตาราง 3 ความพึงพอใจต่อเสียงบรรยายสำหรับอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวของกลุ่มเป้าหมาย

ประเภท	จำนวน (คน) N=74	ร้อยละ
1. ความเร็วในการบรรยายที่เหมาะสม		
- ผลงานตัวอย่างที่ 1 (เฉลี่ย 101-150 คำ/นาที)	18	24.34
- ผลงานตัวอย่างที่ 2 (เฉลี่ย 151-200 คำ/นาที)	30	40.54
- ผลงานตัวอย่างที่ 3 (เฉลี่ย 201-250 คำ/นาที)	26	35.12
2. เสียงผู้บรรยายมีผลต่อการรับชม		
- ผลงานตัวอย่างที่ 1 (ผู้บรรยายชาย)	14	18.91
- ผลงานตัวอย่างที่ 2 (ผู้บรรยายหญิง)	21	28.37
- เพศใดก็ได้	39	52.72
3) คำบรรยายได้ภาพที่มีส่วนช่วยส่งเสริมในการทำความเข้าใจ		
- ไม่มีคำบรรยาย	20	27.04
- มีคำบรรยาย	22	29.72
- ขึ้นอยู่กับเนื้อหา	32	43.24

2.3 ด้านการออกแบบภาพประกอบ

ผู้ไม่เคยยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับวิธีการเล่าเรื่องแบบการยกตัวอย่างประกอบด้วย (ร้อยละ 54.05) รูปแบบการนำเสนอที่เป็นภาพกราฟิกทั้งหมด (ร้อยละ 52.72) และพิธีกรที่เป็นภาพกราฟิก (ร้อยละ 62.16) ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มเป้าหมายแสดงในตาราง 4

ตาราง 4 ความพึงพอใจต่อภาพประกอบสำหรับอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวของกลุ่มเป้าหมาย

ประเภท	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ความพึงพอใจในวิธีการนำเสนอ		
- ผลงานตัวอย่างที่ 1 (บรรยาย)	24	32.43
- ผลงานตัวอย่างที่ 2 (ยกตัวอย่างประกอบ)	40	54.05
- ผลงานตัวอย่างที่ 3 (สัมภาษณ์)	10	13.52
2. ความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอ		
- ผลงานตัวอย่างที่ 1 (ภาพกราฟิกทั้งหมด ใช้สีหม่นหมอง)	15	20.27
- ผลงานตัวอย่างที่ 2 (ภาพกราฟิกทั้งหมด ใช้สีสดใส)	39	52.72
- ผลงานตัวอย่างที่ 3 (ภาพกราฟิกผสมภาพถ่าย)	20	27.01

ประเภท	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3) ความพึงพอใจในพิธีกร		
- ผลงานตัวอย่างที่ 1 (ไม่มีพิธีกร หรือ ผู้บรรยายเป็นพิธีกร)	21	28.37
- ผลงานตัวอย่างที่ 2 (พิธีกรเป็นภาพกราฟิก)	46	62.16
- ผลงานตัวอย่างที่ 3 (มีพิธีกรเป็นมนุษย์จริง ๆ)	7	9.47

3. การพัฒนาอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยตนเอง

ผู้วิจัยนำผลการสำรวจข้างต้นมาพัฒนาอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจในการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา โดยสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านกราฟิกและด้านสรรพากร จำนวน 3 คน เพื่อหาข้อสรุปองค์ประกอบที่เหมาะสมของอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหว ซึ่งพบผลวิจัย ดังนี้

3.1 ด้านข้อมูลเนื้อหาพบว่า อินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจในการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ควร มีเนื้อหาเกี่ยวกับความรู้เบื้องต้นในสัดส่วนที่มากที่สุด หรือร้อยละ 70 รองลงมา คือ เนื้อหาเกี่ยวกับการส่งเสริมทัศนคติ ร้อยละ 20 และความรู้เกี่ยวกับบทลงโทษของการไม่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ร้อยละ 10 ตามลำดับ

3.2 ด้านเสียงบรรยายพบว่า อินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจในการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ควร ใช้เสียงบรรยายในระดับความเร็วในการพูด ประมาณ 170 คำต่อนาที หรือการบรรยายเนื้อหาทั้งหมด จำนวน 428 คำ ใช้เสียงบรรยายนาน ประมาณ 2.30 นาที นอกจากนี้ควรใช้ผู้บรรยายที่เป็นเพศชาย และในการบรรยายต้องไม่ใส่ข้อความคำบรรยายได้ภาพ

3.3 ด้านภาพประกอบพบว่า อินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจในการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ควรมีภาพประกอบที่ใกล้เคียงกับบุคคลและสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง เพื่อลดความรู้สึกต่อต้านหรือท้อแท้ เช่น ตัวละครหลักมีสถานะทางการเงินใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง เป็นต้น

อภิปรายผล

งานวิจัยมีความมุ่งหมายในการพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจให้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีรายได้บุคคลธรรมดาด้วยตนเอง โดยศึกษาจากกลุ่มเป้าหมายซึ่งส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี มีเงินเดือนอยู่ในช่วง 15,001 - 20,000 บาทต่อเดือน และไม่เคยยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มเป้าหมายมีความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอยู่ในเกณฑ์น้อย สอดคล้องกับงานของพิจิตรา อินคาคอร์ (Inkakorn, 2008: abstract) ที่ศึกษาผลเหตุของการไม่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีความเห็นว่าการไม่เห็นความสำคัญของการเสียภาษี และการขาดความรู้ความเข้าใจในกฎหมายภาษีส่งผลต่อพฤติกรรมในการเสียภาษี ดังนั้นการออกแบบอินโฟกราฟิกเพื่อการจูงใจในด้านข้อมูลเนื้อหาจึงควรมุ่งเน้นการให้ความรู้ที่จำเป็นและเป็นข้อมูลที่กลุ่มเป้าหมายลงความเห็นว่าต้องการรู้ในอัตราส่วนที่มากกว่าการนำบทลงโทษไปขู่ข่มขู่บังคับ อันสอดคล้องกับงานวิจัยของอุทัย ทองขาว (Thongkao, 1981: 75) ที่ศึกษาภาพและคำบรรยายของสไลด์เทปที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้านพุทธิพิสัย โดยออกแบบสไลด์เทป 4 แบบที่แตกต่างกัน และเปิดโอกาสให้เด็กมีส่วนร่วมในการออกแบบทั้งด้านคำบรรยายและด้านภาพประกอบ โดยผลการวิเคราะห์พบว่า สไลด์เทปที่สร้างขึ้นโดยการผสมผสานความคิดของครูและเด็กเข้าด้วยกัน ก่อให้เกิดผลทางด้านการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าสไลด์เทปที่สร้างขึ้นโดยมุมมองของครูเพียงฝ่ายเดียว

ผลการวิจัยด้านภาพประกอบ พบว่าวิธีการนำเสนอแบบยกตัวอย่างประกอบจะทำให้ผู้รับชมสามารถติดตาม มองเห็น

ภาพความเป็นจริงและทำความเข้าใจได้ดีกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ นวรัตน์ คุภสินธุ์ (Suphasin. 1982: abstract) ที่เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยการสอนที่เน้นการยกตัวอย่างค้ำกับการสอนปกติ โดยพบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนิสิตที่เรียนจากการสอนเน้นตัวอย่างค้ำสูงกว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนิสิตที่เรียนจากการสอนปกติ และการมีรูปแบบเป็นภาพกราฟิกที่มีสีสันจะดึงดูดใจและเข้าถึงผู้ชมหรือกลุ่มเป้าหมายมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ นัจภัก มีอุสาห์ (Meeusah. 2013: 88) ศึกษาอิทธิพลของจำนวนชุดข้อมูลและสีสันต่อความเข้าใจเนื้อหาของภาพอินโฟกราฟิก โดยพบว่าสีน้ำเงินและสีส้มมีแนวโน้มในการช่วยให้ความเข้าใจสื่อมากขึ้น โดยเฉพาะารออกแบบภาพอินโฟกราฟิกที่มีจำนวนชุดข้อมูลจำนวนมาก และควรหลีกเลี่ยงสีเขียวมเหลือง สีเขียว และสีเทา

ผลการวิจัยด้านเสียงบรรยาย พบว่าความเร็วที่เหมาะสมในการบรรยายคือประมาณ 151-200 คำ/นาที เสียงบรรยายของผู้ชายมีแนวโน้มจะให้ความรู้สึกผ่อนคลายมากกว่าเสียงบรรยายของผู้หญิง ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย จึงอาจโน้มเอียงชอบเสียงของเพศตรงข้ามมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เดชอนันต์ บุญผัน (Boonphun. 1983: 64-68) ที่ได้ศึกษาเรื่องเสียงบรรยายสไลด์เพศชายกับเพศหญิงที่ส่งผลต่อความชอบและผลการเรียนรู้ด้านพุทธิพิสัย โดยผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความชอบพบว่า กลุ่มตัวอย่างชอบเสียงบรรยายของเพศตรงข้ามกับตน แต่ไม่ส่งผลต่อผลการเรียนรู้ด้านพุทธิพิสัย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. กรมสรรพากร ควรประชาสัมพันธ์การยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา โดยจัดทำเป็นอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหว ที่ใช้หลักการองค์ประกอบด้านเนื้อหา เสียงบรรยาย และภาพประกอบตามผลการวิจัย เพื่อกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจแก่ผู้ที่ไม่เคยยื่นแบบแสดงรายการภาษีมีความรู้ ตระหนัก และมีทัศนคติที่ดีต่อการเสียภาษี
2. หน่วยงานผู้ผลิตกราฟิกและภาพยนตร์ สามารถนำผลการวิจัยนี้ใช้เป็นแนวทางในการออกแบบและสร้างสรรค์ผลงานที่ตรงกับความต้องการของผู้ชม โดยเฉพาะกลุ่มคนทำงานที่มีอายุ 21-30 ปี

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป

1. ควรศึกษาเชิงทดลอง โดยพัฒนาอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจให้บุคคลยื่นแบบแสดงรายการภาษีรายได้บุคคลธรรมดาด้วยตนเอง และนำไปทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมายจริง เพื่อศึกษาประสิทธิภาพและแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงอินโฟกราฟิกให้สมบูรณ์มากที่สุด
2. ควรศึกษาการพัฒนาอินโฟกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการจูงใจ สำหรับกรณีอื่น ๆ เพื่อหาข้อสรุปและแนวทางที่ดีที่สุดสำหรับการออกแบบและพัฒนาสื่อดังกล่าว

เอกสารอ้างอิง

- Agnes, Michael: & Guralnik, David Bernard. (2009). **Webster's New World College Dictionary**. 4th ed. Cleveland, OH: Wiley.
- Boonphun, Dejanan. (1983). **The Comparison of the Liking and result of Cognitive Learning of the Teenage Students in the Monosex School and United School between the Women and Men Voiced Slides**. Thesis M.Ed. (Educational Communication Technology). Bangkok: The Graduate School, Srinakharinwirot University. (In Thai)
- Butters, Kerry. (2015). **5 Infographics That Changed the World**. Retrieved March 15, 2016, from <https://goo.gl/rxhbB3>
- Chomeya, Rungson. (2005). Intrinsic Motives and Extrinsic Motives. Retrieved March 15, 2016, from <https://goo.gl/KjPbBT> (In Thai)
- Gadavani, Toemsakdi. (2007). **General Psychology**. Bangkok: SE-ED. (In Thai)
- Inkakorn, Pijitra. (2008). **The Cause of Skipping Personal Income Tax Payment: The Study Case of the Citizens Lived in the Responsible Area of the Bangkok**. Thesis M.B.A. (Business Administration). Bangkok: The Graduate School, Ramkhamhaeng University. (In Thai)
- Luealamai, Sutha. (2013, January-December). Comparative Study on the Effectiveness of the Step by Step Multiple Static Graphics and the Animated Graphics as an Instructional Media for Application Program (Flash) for Undergraduate Deaf Students: A Pilot Study. **Journal of Ratchasuda College for Research and Development of Persons with Disabilities**. 9(12): 72.
- Meeusah, Natchaphak. (2013). **Effects of Data Set and Hue on a Content Understanding of Infographic**. Thesis M.Sc. (Mass Communication Technology). Pathum Thani: The Graduate School, Rajamangala University of Technology Thanyaburi. (In Thai)
- National Statistical Office. (2013). **The Population Aged 15 Years and Over by Marital Status and Sex**. Retrieved March 15, 2016, from <http://goo.gl/RDkwwj> (In Thai)
- Panaram, Asira. (2012). **Infographic Trend in Society. "Popular networks"**. Retrieved March 15, 2016, from <http://goo.gl/NsyCtv> (In Thai)
- The Revenue Department. (2014). **Tax Collected by the Revenue Department, Fiscal Years 2003-2014 According to Gender**. Retrieved March 15, 2016, from <http://goo.gl/gsChIs> (In Thai)
- Sakurada, Jun. (2015). **Basic Infographic**. Translated by Nichamon Hiranphrug. Nonthaburi: IDC Prim ire. (In Thai)

-
- Schiffman, Leon G; & Kanuk, Leslie Lazer. (1994). **Consumer Behavior**. 7th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Suphasin, Nawarat. (1982). **The Outcome Competing in Set and Number System Topic Using the Example Oriented Teaching Method and Orthodox Teaching Method in First Year Bachelor Degree Students**. Thesis M.Ed. (Mathematics). Bangkok: The Graduate School, Srinakharinwirot University. (In Thai)
- Thongkao, Utai. (1981). **The Study of Pictures and Narration of the Slides Tape that Affects the Outcome in Social Subject Using Cognitive Thinking of M.1 Students**. Thesis M.Ed. (Educational Communication Technology). Bangkok: The Graduate School, Srinakharinwirot University. (In Thai)