สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ II
กิตติกรรมประกาศ IV
สารบัญ V
สารบัญตาราง VII
สารบัญรูปภาพ XIII

บทที่

1 **บทนำ** 1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา 1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย 6
สมมติฐานของการวิจัย 6
ขอบเขตการวิจัย 6
คำถามการวิจัย 7
กรอบแนวคิดในการวิจัย 8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 9
นิยามศัพท์เฉพาะ 9

2 **แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง** 11
แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ 11
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของกลุ่ม Gen Y 13
แนวคิดเกี่ยวกับอินโฟกราฟิก 17
แนวคิดเกี่ยวกับเพจเฟซบุ๊กและการท่องเที่ยว 38
แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการตัดสินใจ 38
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารสื่อดิจิทัล (Digital Media) 41
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 44

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ **หน้า**

3 **ระเบียบวิธีวิจัย** **48**

ประชากร 48

กลุ่มตัวอย่าง 48

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 48

การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง 49

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 49

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 50

วิธีการสร้างเครื่องมือ 51

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ทำการวิจัย 51

วิธีการรวบรวมข้อมูล 51

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล 52

4 **ผลการวิเคราะห์ข้อมูล** **53**

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล 53

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ 54

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านพฤติกรรมการใช้สื่ออินโฟกราฟิก 56

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นรูปแบบในการสื่อสารผ่านสื่อ
อินโฟกราฟิก 61

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจที่ติดตามเพจท่องเที่ยว 68

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานของการวิจัย 69

5 **บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ** **97**

สรุปผลการวิจัย 97

อภิปรายผลการวิจัย 101

ข้อเสนอแนะ 104

บรรณานุกรม **105**

ภาคผนวก **109**

ประวัติผู้เขียน **122**

สารบัญตาราง

ตารางที่ **หน้า**

1.1 จำนวนประชากรในแต่ละ Generation ของปี พ.ศ. 2562 2

4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เพศ..... 54

4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม อายุ 54

4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม สถานภาพ..... 54

4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ระดับการศึกษา 55

4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม อาชีพ..... 55

4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 56

4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม อุปกรณ์หลักที่ใช้ในการเข้าถึงเพจท่องเที่ยว..... 56

4.8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ความถี่ในการใช้งานเพจท่องเที่ยว ภายใน 1 สัปดาห์..... 57

4.9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม วันของสัปดาห์ที่ใช้งานเพจท่องเที่ยว 57

4.10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ระยะเวลาที่ใช้งานเพจท่องเที่ยว 58

4.11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม อ่านโพสต์ของเพจท่องเที่ยวอย่างไร 58

4.12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ท่านรู้จัก “เพจท่องเที่ยว” ได้อย่างไร..... 59

4.13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เหตุผลที่ชอบติดตามเพจท่องเที่ยว 59

4.14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม วัตถุประสงค์ในการใช้งานเพจท่องเที่ยว 60

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ **หน้า**

4.15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม สถานที่หลักที่เข้าถึงเพจท่องเที่ยว 61

4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นรูปแบบในการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก ด้านหัวข้อหลัก .. 61

4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ความคิดเห็นรูปแบบในการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก ด้านข้อมูล 62

4.18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นรูปแบบในการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก ด้านการออกแบบ 63

4.19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นรูปแบบในการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก ด้านการใช้สี .. 63

4.20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นรูปแบบในการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทอินโฟกราฟิกแบบภาพนิ่ง 64

4.21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นรูปแบบในการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทอินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์ 65

4.22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นรูปแบบในการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทอินโฟกราฟิกแบบภาพเคลื่อนไหว 66

4.23 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นรูปแบบในการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก วิธีการเล่าเรื่อง .. 67

4.24 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามคำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจที่ติดตามเพจท่องเที่ยว 68

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ **หน้า**

4.25 ค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก ที่ส่งผลต่อการติดตามเพจท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen Y จำแนกตาม เพศ 69

4.26 ค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก ที่ส่งผลต่อการติดตามเพจท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen Y จำแนกตาม อายุ 70

4.27 ค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก ที่ส่งผลต่อการติดตามเพจท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen Y จำแนกตาม สถานภาพ 71

4.28 ค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก ที่ส่งผลต่อการติดตามเพจท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen Y จำแนกตาม ระดับการศึกษา 72

4.29 ค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก ที่ส่งผลต่อการติดตามเพจท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen Y จำแนกตาม อาชีพ 73

4.30 ค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก ที่ส่งผลต่อการติดตามเพจท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen Y จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 74

4.31 ค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างของอุปกรณ์หลักที่ใช้ในการเข้าถึงเพจท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่ออินโฟกราฟิก บนเพจท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen Y จำแนกตามอุปกรณ์หลักที่ใช้ในการเข้าถึงเพจท่องเที่ยว 75

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ **หน้า**

4.32 ค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างของความถี่ในการใช้งานเพจท่องเที่ยวใน 1 สัปดาห์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่ออินโฟกราฟิกบนเพจท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen Y จำแนกตามความถี่ในการใช้งานเพจท่องเที่ยวใน 1 สัปดาห์ 76

4.33 ค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างของวันของสัปดาห์ที่ท่านใช้งานเพจท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่ออินโฟกราฟิก บนเพจท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen Y จำแนกตามวันของสัปดาห์ที่ท่าใช้งานเพจท่องเที่ยว 77

4.34 ค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างของระยะเวลาที่ท่านใช้งานเพจท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่ออินโฟกราฟิก บนเพจท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen Y จำแนกตามระยะเวลาที่ท่านใช้งานเพจท่องเที่ยว 78

4.35 ค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างของการอ่านโพสต์ของเพจท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่ออินโฟกราฟิก บนเพจท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen Y จำแนกตามการอ่านโพสต์ของเพจท่องเที่ยว 79

4.36 ค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างของการรู้จักเพจท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่ออินโฟกราฟิก บนเพจท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen Y จำแนกตามการรู้จักเพจท่องเที่ยว 80

4.37 ค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างของเหตุผลที่ชอบติดตามเพจท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่ออินโฟกราฟิก บนเพจท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen Y จำแนกตามเหตุผลที่ชอบติดตามเพจท่องเที่ยว 81

4.38 ค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างของวัตถุประสงค์ในการใช้งานเพจท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่ออินโฟกราฟิก บนเพจท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen Y จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้งานเพจท่องเที่ยว..... 82

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ **หน้า**

4.39 ค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างของสถานที่หลักที่ท่านเข้าถึงเพจท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่ออินโฟกราฟิก บนเพจท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen Y จำแนกตามสถานที่หลักที่ท่านเข้าถึงเพจท่องเที่ยว 83

4.40 ค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบที่แตกต่างกันส่งผลต่อการติดตามเพจท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen Y จำแนกตามหัวข้อหลัก..... 84

4.41 ค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบที่แตกต่างกันส่งผลต่อการติดตามเพจท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen Y จำแนกตามหัวข้อมูล..... 85

4.42 ค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบที่แตกต่างกันส่งผลต่อการติดตามเพจท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen Y จำแนกตามการออกแบบ 85

4.43 ค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบที่แตกต่างกันส่งผลต่อการติดตามเพจท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen Y จำแนกตามการใช้สี 86

4.44 ค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบที่แตกต่างกันส่งผลต่อการติดตามเพจท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen Y จำแนกตามอินโฟกราฟิกแบบภาพนิ่ง 87

4.45 ค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบที่แตกต่างกันส่งผลต่อการติดตามเพจท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen Y จำแนกตามอินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์ 87

4.46 ค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบที่แตกต่างกันส่งผลต่อการติดตามเพจท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen Y จำแนกตามอินโฟกราฟิกแบบภาพเคลื่อนไหว 88

4.47 ค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบที่แตกต่างกันส่งผลต่อการติดตามเพจท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen Y จำแนกตามวิธีการเล่าเรื่อง 89

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ **หน้า**

4.48 การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับรูปแบบการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก ที่ส่งผลต่อการติดตามเพจท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen Y 90

4.49 การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณระหว่างพฤติกรรมกับรูปแบบการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก ที่ส่งผลต่อการติดตามเพจท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen . 91

4.50 การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณระหว่างด้านเนื้อหากับรูปแบบการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก ที่ส่งผลต่อการติดตามเพจท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen Y 93

4.51 การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณระหว่างด้านการนำเสนอกับรูปแบบการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก ที่ส่งผลต่อการติดตามเพจท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen Y 94

4.52 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน 96

5.1 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 99

5.2 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 100

5.3 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 101

สารบัญรูปภาพ

ภาพประกอบที่ **หน้า**

1.1 ภาพแสดงพฤติกรรมการใช้งาน Internet ของกลุ่ม Gen Y ของปี 2561 3

1.2 ภาพแสดงพฤติกรรมการใช้งาน Social Media ของกลุ่ม Gen Y ของปี 2561 3

1.3 กรอบแนวคิดด้านการวิจัย 8

2.1 ตัวอย่างอินโฟกราฟิก “การใช้งาน Social Media ยอดฮิตของกลุ่ม Gen Y” 17

2.2 ตัวอย่างอินโฟกราฟิก เรื่อง วิธีเอาชนะความเครียด “ในการทำงาน”... 19

2.3 ตัวอย่างข้อมูลประเภท Data Visualization 20

2.4 ตัวอย่างข้อมูลประเภท Information Visualization..... 21

2.5 ตัวอย่างข้อมูลประเภท Statistical Graphics..... 21

2.6 ตัวอย่างข้อมูลประเภท Information Design 22

2.7 ตัวอย่างอินโฟกราฟิก “ผลการนับคะแนนเลือกตั้ง ปี 2562”..... 23

2.8 ตัวอย่างอินโฟกราฟิก “ข้อแนะนำการใช้เครื่องดับเพลิง” 24

2.9 ตัวอย่างอินโฟกราฟิก “9 ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับกลุ่มโรคเรื้อรัง” 25

2.10 ตัวอย่างอินโฟกราฟิก “เปรียบเทียบระหว่างโครงการประกันราคาข้าวกับการรับจำนำ” 25

2.11 ตัวอย่างอินโฟกราฟิก “ขั้นตอนการซื้อขายกับ PaySure” 26

2.12 ตัวอย่างอินโฟกราฟิก “พฤติกรรมการใช้อินเตอร์เน็ต Gen Y”..... 27

2.13 ตัวอย่างอินโฟกราฟิก “อาหารจานโปรดที่คุณทาน ต้องวิ่งเผาผลาญแค่ไหน”..... 28

2.14 ตัวอย่างอินโฟกราฟิก “ยุทธศาสตร์ชาติ” 29

2.15 ตัวอย่างอินโฟกราฟิก แบบ Visualised Article 30

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

ภาพประกอบที่ **หน้า**

2.16 ตัวอย่างอินโฟกราฟิก แบบ Listed 31

2.17 ตัวอย่างอินโฟกราฟิก แบบ Comparison 31

2.18 ตัวอย่างอินโฟกราฟิก แบบ Structure 32

2.19 ตัวอย่างอินโฟกราฟิก แบบ TimeLine 32

2.20 ตัวอย่างอินโฟกราฟิก แบบ Flowchart 33

2.21 ตัวอย่างอินโฟกราฟิก แบบ Road Map 33

2.22 ตัวอย่างอินโฟกราฟิก แบบ Useful Bait 34

2.23 ตัวอย่างอินโฟกราฟิก แบบ Number Porn 34

2.24 ตัวอย่างอินโฟกราฟิก แบบ Number Porn 35

2.25 ตัวอย่างอินโฟกราฟิก “การสร้างอินโฟกราฟิกให้มีประสิทธิภาพ”..... 37

2.26 ตัวอย่างอินโฟกราฟิก “องค์ประกอบการสื่อสารแบบ Lifestyle Media” 43