



การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียน  
วิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ  
Study of Learning Motivation in IMC 111 :  
Integrated Marketing Communication Course

โดย

นางน้อย บุญเนตร

สมัยมวรา เชื้อทิน

ณัฐพงษ์ หริรักษาพิทักษ์

สนับสนุนทุนวิจัยโดย

ศูนย์สนับสนุนและพัฒนากาเรียนการสอน

มหาวิทยาลัยรังสิต ประจำปีการศึกษา 2553

### กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้โดยได้รับความร่วมมือจากนักศึกษาคณะต่างๆ ที่ลงทะเบียนเรียนวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ในภาคเรียนที่ 1,2 / 2553 ที่ช่วยตอบแบบสอบถาม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ดร.พงษ์ภัทร อนุมัตติราชกิจ ที่กรุณาช่วยตรวจแก้โครงการวิจัย ตรวจสอบ และให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์ต่อการเรียบเรียงข้อมูลเป็นอย่างดี จนการวิจัยนี้สำเร็จได้ด้วยดี ซึ่งผู้วิจัยขอขอบคุณ ไว้ ณ ที่นี้

และขอขอบคุณทุกท่านที่มีส่วนช่วยเหลือให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ตามจุดมุ่งหมาย

แนนน้อย บุญเนตร

ศัสมวรา เชื้อทิน

ณัฐพงษ์ หริรักษาทักษ์

พฤษภาคม 2554

มหาวิทยาลัยรังสิต  
Rangsit University

### บทคัดย่อ

แนนน้อย บุญเนตร, สยัมวรา เชื้อทิน และณัฐพงษ์ หริรัรักษาพิทักษ์ 2553 : การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ สาขาวิชาการสื่อสารการตลาด คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต 79 หน้า

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือนักศึกษาจากรายวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จำนวน 314 คน ที่เรียนในภาคเรียนที่ 1 และ 2 ปีการศึกษา 2553 ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ข้อมูลร้อยละและค่าเฉลี่ย แล้วนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่ประกอบการบรรยาย

ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษากำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 3 (รหัส 51) มากที่สุด ร้อยละ 43.6 โดยเรียนเป็นกลุ่มวิชาโทมากที่สุดร้อยละ 47.7 กำลังศึกษาอยู่ในคณะนิเทศศาสตร์มากที่สุด ร้อยละ 52.8 ส่วนปัจจัยและระดับความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อแรงจูงใจในการเรียนในรายวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ในภาคเรียนที่ 1, 2 / 2553 พบว่ามี 7 ด้าน คือ ระดับความคิดเห็นมาก มี 4 ด้าน ได้แก่ ด้านเกณฑ์ในการเรียนการสอนของรายวิชา มีระดับความคิดเห็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4 ด้านบรรยากาศและสภาพแวดล้อมในการเรียน มีระดับความคิดเห็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4 ด้านการปกครองบังคับบัญชาของอาจารย์ผู้สอน มีระดับความคิดเห็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.7 และด้านความสำเร็จและความก้าวหน้าในการเรียน มีระดับความคิดเห็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.5 ส่วนระดับความคิดเห็นปานกลาง มี 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเกรดและผลการเรียนมีระดับความคิดเห็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.3 ด้านการยอมรับนับถือและความสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อนร่วมชั้นเรียน มีระดับความคิดเห็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.1 และด้านความรับผิดชอบต่อลักษณะกิจกรรมที่ปฏิบัติในการเรียนมีระดับความคิดเห็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.7

### Abstract

Nangnoi Boonyanet, Sayamwara Churtin and Natapong Hariraksapitak 2553: Study of Learning Motivation in IMC 111: Integrated Marketing Communication Course Marketing Communication , Faculty of Communication Arts , Rangsit University  
79 Pages

The purpose of this research was to study the students' opinions towards learning motivation in IMC 111: Integrated Marketing Communication course. The sample group was 314 students from 5 faculties during the first and second semesters of academic year 2010. The data were analyzed by percentage and mean. The students' comments were presented by frequency distribution.

#### **The results of this research were as follows:**

The study found that most of the subjects (43.6%) were third-year students. They studied the course as a minor subject (47.7%). Most of the students were from Faculty of Communication Arts (52.8%). The students' opinions towards learning motivation in IMC111: Integrated Marketing Communication course of the first and second semester of 2010 academic year can be categorized into 7 groups of factors. The four factors with a high mean were evaluation criteria ( $\bar{x} = 4$ ), learning environment ( $\bar{x} = 4$ ), the lecturer's supervision ( $\bar{x} = 3.7$ ), and learning achievement ( $\bar{x} = 3.5$ ). The groups receiving moderate mean scores included grades and learning outcomes ( $\bar{x} = 3.3$ ), peer recognition and in-class relationship ( $\bar{x} = 3.1$ ), and responsibility to in-class activities ( $\bar{x} = 2.7$ ).

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(ก)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(ข)
กิตติกรรมประกาศ	(ค)
สารบัญตาราง	(จ)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
ประโยชน์ที่ได้รับ.....	3
นิยามศัพท์.....	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
แนวคิดและทฤษฎี.....	6
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	21
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	23
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	23
ตัวแปรที่ศึกษา.....	24
เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล.....	24
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	25
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	25
บทที่ 4 ผลการวิจัย	27
ผลการวิจัย.....	27
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	47
สรุปผลการวิจัย.....	47
อภิปรายผลการวิจัย.....	62
ข้อเสนอแนะ.....	64
บรรณานุกรม	66
ภาคผนวก	69
ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย.....	69
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	77

## สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1	จำนวนนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ภาคเรียนที่ 1 / 2553.....	2
ตารางที่ 2	จำนวนนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ภาคเรียนที่ 2 / 2553.....	2
ตารางที่ 3	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	27
ตารางที่ 4	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ.....	28
ตารางที่ 5	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับชั้นปี การศึกษา.....	28
ตารางที่ 6	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเกรดเฉลี่ยสะสม ปัจจุบัน.....	29
ตารางที่ 7	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามกลุ่มวิชา ที่เลือกเรียน.....	29
ตารางที่ 8	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามคณะและสาขาวิชา ที่กำลังศึกษาอยู่.....	30
ตารางที่ 9	จำนวนและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อ แรงจูงใจด้านความสำเร็จและความก้าวหน้าในการเรียน.....	32
ตารางที่ 10	จำนวนและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อ แรงจูงใจด้านการยอมรับนับถือและความสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อน ร่วมชั้นเรียน.....	36
ตารางที่ 11	จำนวนและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อ แรงจูงใจด้านความรับผิดชอบต่อลักษณะกิจกรรมที่ปฏิบัติใน การเรียน.....	37
ตารางที่ 12	จำนวนและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อ แรงจูงใจด้านการปกครองบังคับบัญชาของอาจารย์ผู้สอน.....	41
ตารางที่ 13	จำนวนและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อ แรงจูงใจด้านเกณฑ์ในการเรียนการสอนของรายวิชา.....	42
ตารางที่ 14	จำนวนและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อ แรงจูงใจด้านเกรดและผลการเรียน.....	44

## สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 15	จำนวนและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อ แรงจูงใจด้านบรรยากาศและสภาพแวดล้อมในการเรียน.....	45
ตารางที่ 16	สรุปตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจ และระดับความคิดเห็นของ นักศึกษาที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ.....	59
ตารางที่ 17	สรุปปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจและระดับความคิดเห็นของนักศึกษาที่ มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนวิชา IMC 111 การสื่อสาร การตลาดแบบบูรณาการ.....	62

มหาวิทยาลัยรังสิต  
Rangsit University

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การจัดการเรียนการสอนของรายวิชาต่างๆ ในยุคปัจจุบัน หน้าที่สำคัญที่อาจารย์ต้องปฏิบัติในฐานะผู้สอนนั้นมีอยู่มาก นับตั้งแต่การกำหนดวัตถุประสงค์ การวางแผนการสอน การดำเนินการสอนเพื่อประโยชน์ของนักศึกษาและของสาขาวิชา ตลอดจนจะต้องประพฤติปฏิบัติตนเป็นตัวอย่างที่ดีแก่นักศึกษาแล้วจะต้องคำนึงถึงการสร้างแรงจูงใจให้เกิดขึ้นในการเรียนการสอน เพราะทำให้นักศึกษาทุกคนเรียนได้สำเร็จตามเจตนารมณ์ที่มีอยู่ร่วมกัน เพื่อประสิทธิภาพของการเรียนการสอนที่จะมุ่งสู่เป้าหมายที่วางไว้ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่อาจารย์ผู้สอนจะต้องสร้างแรงจูงใจในการเรียนการสอนให้กับนักศึกษาผู้เรียนในรายวิชานั้น เพื่อสร้างผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่มีคุณภาพและสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ จะเห็นได้ว่าการสร้างแรงจูงใจให้นักศึกษาทุกคนเพื่อก่อให้เกิดพลังใจที่จะเรียนให้สำเร็จ บุคคลสำคัญที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของการจัดการเรียนการสอนของรายวิชาต่างๆคือ นักศึกษา ถ้าปัญหาต่างๆของนักศึกษาไม่ได้รับการแก้ไขที่ถูกต้องแล้วย่อมจะเกิดผลกระทบต่อคุณภาพการจัดการศึกษาอย่างแน่นอนสำหรับการแก้ปัญหาให้กับนักศึกษา ก็คือการสร้างแรงจูงใจในการเรียนการสอนให้เกิดขึ้นกับนักศึกษานั้นเอง ดังที่นรา สมประสงค์ (สุโขทัยธรรมมาธิราช 2536 : 118) ได้กล่าวไว้ว่า “โดยทั่วไปแล้วคนมิได้ทำงานเต็มที่ตามความสามารถเท่าที่ตนมีอยู่เสมอไปอันเป็นผลมาจากแรงจูงใจของบุคคลนั้น...เพราะถ้าหากว่าบุคคลกรไม่ได้รับแรงจูงใจที่เหมาะสมเพียงพอถูกต้องและต่อเนื่องแล้ว คนดีๆที่ได้มาก็อาจเสื่อมประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานได้” จากการสำรวจสภาพปัญหาโดยทั่วไปของนักศึกษาในรายวิชาต่างๆของสาขาวิชาสื่อสารการตลาด คณะนิเทศศาสตร์ สรุปได้ว่านักศึกษาที่มีปัจจัยพื้นฐานแตกต่างกันคือ เพศ อายุ ระดับชั้นปี คณะ วิชาเอก โทหรือเลือกเสรีที่มาเรียนวิชานี้มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนแตกต่างกัน ถ้าขาดปัจจัยสนับสนุนการเรียนการสอน เช่น เอกสารประกอบการเรียนการสอน อาจารย์ผู้สอนขาดประสบการณ์ด้านการจัดการเรียนการสอนการประเมินผลรายวิชาซึ่งขาดหลักประกันความเป็นธรรม นักศึกษามีเวลาเรียนไม่เพียงพอ ทำให้เรียนได้ไม่เต็มที่ นักศึกษาเรียนไม่ตรงตามความถนัดและยังไม่ได้การพัฒนาของแต่ละด้านในรายวิชาเท่าที่ควร การเอาใจใส่ดูแลและให้กำลังใจแก่นักศึกษาอย่างไม่ทั่วถึงจะทำให้ขาดความตั้งใจกับการเรียนอย่างเต็มที่และมีโอกาสก้าวหน้าในการเรียนน้อยกว่า



ในปีการศึกษา 2553 สาขาวิชาสื่อสารการตลาด คณะนิเทศศาสตร์ ได้จัดการเรียนการสอนวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ โดยในภาคเรียนที่ 1 /2553 มีนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จำนวนรวม 353 คน โดยเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชาสื่อสารการตลาดจำนวน 104 คน และนักศึกษาจากสาขาวิชาอื่นๆลงทะเบียนเรียนอีกจำนวน 249 คน โดยเรียนเป็นวิชาชีพเลือก(วิชาโท) และวิชาเลือกเสรีดังนี้

จำนวนนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียน วิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ภาคเรียนที่ 1 / 2553			
กลุ่มที่	จำนวนนักศึกษาสาขาสื่อสาร การตลาด	จำนวนนักศึกษา สาขาอื่นๆ	รวม ( คน )
	ภาคเรียนที่ 1	ภาคเรียนที่ 1	
กลุ่ม 01	90	54	144
กลุ่ม 02	6	56	62
กลุ่ม 03	1	69	70
กลุ่ม 04	7	70	77
รวม	104	249	353

ตารางที่ 1 ข้อมูลจากสำนักทะเบียนและประเมินผล มหาวิทยาลัยรังสิต ภาคการศึกษาที่ 1 / 2553

และในภาคเรียนที่ 2 /2553 มีนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จำนวนรวม 275 คน โดยเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชาสื่อสารการตลาดจำนวน 24 คน และนักศึกษาจากสาขาวิชาอื่นๆลงทะเบียนเรียนอีกจำนวน 251 คน โดยเรียนเป็นวิชาชีพเลือกและวิชาเลือกเสรี ตามข้อมูลจากสำนักทะเบียนและวัดผล มีดังนี้

จำนวนนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียน วิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ปีการศึกษา 2553			
กลุ่มที่	จำนวนนักศึกษาสาขาสื่อสาร การตลาด	จำนวนนักศึกษา สาขาอื่นๆ	รวม ( คน )
	ภาคเรียนที่ 2	ภาคเรียนที่ 2	
กลุ่ม 01	12	79	91
กลุ่ม 02	12	102	114
กลุ่ม 03	-	70	70
รวม	24	251	275

ตารางที่ 2 ข้อมูลจากสำนักทะเบียนและประเมินผล มหาวิทยาลัยรังสิต ภาคการศึกษาที่ 2 / 2553

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยรังสิต เพื่อให้ทราบพฤติกรรมและทัศนคติของนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชานี้ และเพื่อจัดการเรียนการสอนวิชานี้ให้ได้มาตรฐาน ลดการผันสภาพซึ่งทำให้เกิดการสูญเปล่าทางการศึกษา และเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางให้อาจารย์ผู้สอนสร้างแรงจูงใจในการจัดการเรียนการสอนในรายวิชาต่างๆ และผู้เกี่ยวข้องของการจัดการเรียนการสอนและกำหนดวัตถุประสงค์ในการเรียนของนักศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล การพัฒนาการเรียนรู้อ การเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน การปรับปรุงลักษณะของผู้เรียน พฤติกรรมและทัศนคติของผู้เรียน ฯลฯ ของนักศึกษาต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนของนักศึกษาในรายวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ในภาคเรียนที่ 1,2 /2553
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนของนักศึกษาผู้เรียนในรายวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ในภาคเรียนที่ 1,2 /2553 ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน คือ เพศ อายุ ระดับชั้นปี คณะ วิชาเอก โท หรือเลือกเสรี

### ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้ประชากรเป็นนักศึกษาผู้เรียนในรายวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ในภาคเรียนที่ 1,2 ปีการศึกษา 2553 โดยมีนักศึกษาที่เป็นตัวอย่างจำนวนรวม 314 คน

### ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยรังสิต
2. ทำให้ทราบระดับความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีปัจจัยพื้นฐานแตกต่างกันคือ เพศ อายุ ระดับชั้นปี คณะ วิชาเอก โท หรือเลือกเสรี ซึ่งมีต่อปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนในรายวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ
3. ผลการวิจัยนำไปสู่แนวทางการพัฒนาลักษณะของผู้เรียน วิธีการเรียนรู้ และการเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC 111) ของนักศึกษาต่อไป
4. ผลการวิจัยนำไปปรับปรุงคุณภาพการจัดการเรียนการสอนในรายวิชาต่างๆของสาขาวิชาสื่อสารการตลาดและรายวิชาอื่นๆ

## นิยามศัพท์

1. **แรงจูงใจในการเรียน (Motivation)** หมายถึง แรงที่กระตุ้นจูงใจชักนำให้นักศึกษาชอบและรักเรียนเป็นตัวสร้างกำลังใจความพึงพอใจเต็มใจให้นักศึกษาในรายวิชาIMC111การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ในภาคเรียนที่ 1,2/2553 สาขาวิชาสื่อสารการตลาด คณะนิเทศศาสตร์ เรียนอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
2. **ความสำเร็จและความก้าวหน้าในการเรียน (Learning Achievement )** หมายถึง การที่นักศึกษาสามารถเรียนได้สำเร็จบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของรายวิชา สามารถแก้ไขปัญหาของการเรียนได้บรรลุผลสำเร็จเป็นสำคัญ และมีโอกาสสอบผ่านรายวิชาIMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ในภาคเรียนที่ 1,2 /2553
3. **การยอมรับนับถือและความสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อนในชั้นเรียน ( Peer Recognition and In-class Relationship)**หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษากับอาจารย์ กับเพื่อนในชั้นเรียน ทั้งในด้านการเรียน ส่วนตัว ความสามารถในการทำกิจกรรมร่วมกันเป็นอย่างดี มีความสามัคคี มีบรรยากาศในการทำกิจกรรมอย่างเป็นมิตร การได้รับความไว้วางใจ ความเชื่อถือ การสนับสนุน หรือให้กำลังใจในการเรียน การยกย่องชมเชย การแสดงความยินดีจากเพื่อนร่วมชั้นและอาจารย์ผู้สอน เมื่อการปฏิบัติงานบรรลุผลสำเร็จ
4. **ความรับผิดชอบต่อลักษณะกิจกรรมที่ปฏิบัติในการเรียน ( Responsibility to in-class activities)** หมายถึง รูปแบบของกิจกรรมการเรียนที่ตรงกับความรู้ความสามารถ น่าสนใจ ทำท่ายให้อยากทำ ความยากง่ายของเนื้อหา เป็นลักษณะเนื้อหาที่สามารถทำตั้งแต่ต้นจนสำเร็จโดยไม่เกิดความเบื่อหน่าย และมีประโยชน์ กิจกรรมการเรียนที่นักศึกษาได้รับมอบหมายต้องทำให้เกิดผลสำเร็จตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของรายวิชา
- 5.**การปกครองบังคับบัญชาของอาจารย์ผู้สอน ( Lecturer 's supervision )** หมายถึง ความสามารถของอาจารย์ผู้สอนในการใช้ศาสตร์และศิลป์ในการเรียนการสอนร่วมกับนักศึกษา เพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจในอันที่จะให้การเรียนภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติได้บังเกิดผลตามวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ
6. **เกณฑ์ในการเรียนการสอน (Evaluation Criteria)**หมายถึง การจัดการเรียนการสอน การมอบหมายกิจกรรมการเรียนการสอนที่ดี มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ การมีส่วนร่วมในการกำหนด เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์การเรียนการสอนและการประเมินผล
7. **เกรดและระดับผลการเรียน (Grad and Leaning Outcome)** หมายถึง เกรดที่ได้รับจากการเรียน ความเหมาะสมของเกรดและพึงพอใจต่อผลการเรียน
- 8.**บรรยากาศและสภาพแวดล้อมในการเรียน (Learning Environment)** หมายถึง บรรยากาศสภาพแวดล้อมและปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นเครื่องช่วยให้การเรียนได้คล่องตัว ได้แก่ ความเป็นส่วนสำคัญของอาคารสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวกอุปกรณ์การสอน บรรยากาศในชั่วโมง

การสอน รวมทั้งสภาพแวดล้อม

9.อาจารย์ผู้สอน (Lecturer) หมายถึง บุคลากรวิชาชีพที่ทำหน้าที่หลักทางด้านการจัดการเรียนการสอน และการส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียนด้วยวิธีการต่าง ๆ ในรายวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ในภาคเรียนที่ 1,2 / 2553

10. รายวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC 111 Integrated Marketing Communication Course) หมายถึง รายวิชาบังคับ ของนักศึกษาสาขาวิชาสื่อสารการตลาด คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ที่เปิดทำการสอนในภาคเรียนที่ 1,2 /2553 ซึ่งนักศึกษาสาขาอื่นๆ สามารถเลือกเรียนเป็นรายวิชาบังคับเลือก(วิชาโท) หรือวิชาเลือกเสรี

มหาวิทยาลัยรังสิต  
Rangsit University

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “ การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ” ทำการศึกษาโดยนำแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการศึกษาดังต่อไปนี้

#### แนวคิดและทฤษฎี

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ
2. แนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาแรงจูงใจในการเรียน
3. ความรู้เกี่ยวกับเรียนมหาวิทยาลัย สำคัญที่แรงจูงใจ

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยในประเทศ
2. งานวิจัยต่างประเทศ

#### แนวคิดและทฤษฎี

##### 1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจและการเรียนรู้

###### ความหมายของแรงจูงใจ

แรงจูงใจ (motive) หมายถึง สภาวะที่อินทรีย์ถูกกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมเพื่อไปยังจุดหมายปลายทางหรือเป้าหมาย ( <http://std.kku.ac.th> )

พฤติกรรมของมนุษย์จะเกิดขึ้นเนื่องจากมีแรงจูงใจบางอย่างเร้าให้บุคคลมุ่งไปสู่เป้าหมายนั้น(ยกเว้น พฤติกรรมที่เกิดจากปฏิกิริยาสะท้อน)และเมื่อถูกจูงใจ จะมีความกระตือรือร้นชวนขวนขวายที่จะทำกิจกรรมนั้นๆเพื่อไปยังเป้าหมายที่คิดเอาไว้ เป้าหมายบางทีเรียกว่ารางวัล (reward) บางทีอาจเกิดเป้าหมายใหม่ขึ้นได้ พฤติกรรมที่ถูกกระตุ้นหรือถูกเร้าให้แสดงออกมาเรียกว่าพฤติกรรมที่ถูกจูงใจ ซึ่งจะแสดงออกมา 3 ลักษณะ

1. มีพลัง แสดงออกด้วยกิริยาอย่างใดอย่างหนึ่งในลักษณะที่เป็นการเพิ่มพลัง
2. มีทิศทาง ต้องมุ่งไปทางใดทางหนึ่ง
3. การดำรงไว้ เป็นการรักษาระดับของพฤติกรรมให้ดำรงอยู่

## ประเภทของแรงจูงใจ

นักจิตวิทยาได้แบ่งลักษณะของแรงจูงใจออกเป็นประเภทใหญ่ๆ (<http://std.kku.ac.th>) ได้ดังนี้

**กลุ่มที่ 1 แรงจูงใจฉับพลัน (Aroused Motive)** คือแรงจูงใจที่กระตุ้นให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมออกมาทันทีทันใดแรงจูงใจสะสม (Motivational Disposition หรือ Latent Motive) คือแรงจูงใจที่มีอยู่แต่ไม่ได้แสดงออกทันที จะค่อย ๆ เก็บสะสมไว้รอการแสดงออกในเวลาใดเวลาหนึ่งต่อ

**กลุ่มที่ 2 แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motive)** คือแรงจูงใจที่ได้รับอิทธิพลมาจากสิ่งเร้าภายในตัวของบุคคลผู้นั้น

**แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motive)** คือแรงจูงใจที่ได้รับอิทธิพลมาจากสิ่งเร้าภายนอก

**กลุ่มที่ 3 แรงจูงใจปฐมภูมิ (Primary Motive)** คือแรงจูงใจอันเนื่องมาจากความต้องการที่เห็นพื้นฐานทางร่างกาย เช่น ความหิว, กระจายแรงจูงใจทุติยภูมิ (Secondary Motive) คือแรงจูงใจที่เป็นผลต่อเนื่องมาจากแรงจูงใจขั้นปฐมภูมิ

### แรงจูงใจภายในและภายนอก (Intrinsic and Extrinsic Motivation)

นักจิตวิทยาหลายท่านไม่เห็นด้วยกับทฤษฎีพฤติกรรมนิยมที่อธิบายพฤติกรรมด้วยแรงจูงใจทางสรีระแลแรงจูงใจ ทางจิตวิทยาโดยใช้ทฤษฎีการลดแรงขับ เพราะมีความเชื่อว่าพฤติกรรมบางอย่างของมนุษย์เกิดจากแรงจูงใจภายใน

**แรงจูงใจภายใน** หมายถึง แรงจูงใจที่มาจากภายในตัวบุคคล และเป็นแรงขับที่ทำให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรมโดยไม่หวังรางวัลหรือแรงเสริมภายนอก

ความมีสมรรถภาพ (Competence) ไวท์ ได้อธิบายว่าความมีสมรรถภาพเป็นแรงจูงใจภายใน ซึ่งหมายถึงความต้องการที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพไวท์ถือว่ามนุษย์เราต้องการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมมาตั้งแต่วัยทารกและพยายามที่จะปรับปรุงตัวอยู่เสมอความต้องการมีสมรรถภาพจึงเป็นแรงจูงใจภายใน

ความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) ความอยากรู้อยากเห็นเป็นแรงจูงใจภายในที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่อยากค้นคว้าสำรวจสิ่งแวดล้อม ดังจะเห็นได้จากเด็กวัย 2-3 ขวบจะมีพฤติกรรมที่ต้องการจะสำรวจสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัว โดยไม่รู้จักเหน็ดเหนื่อย

**แรงจูงใจภายนอก** หมายถึง แรงจูงใจที่มาจากภายนอกเป็นต้นว่าคำชมหรือรางวัล

มอร์และมอร์ (MAW&MAW, 1964) ได้เสนอแนะเครื่องชี้ (Indicators) ของความกระตือรือร้นของเด็กจากพฤติกรรมต่อไปนี้

1. เด็กจะมีปฏิกริยาบวกต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะสิ่งใหม่ แปลกและตลกกลับคือมีการเคลื่อนไหว หาสืบเหล่านั้น

2. เด็กแสดงความอยากรู้เกี่ยวกับตนเองและสิ่งแวดล้อม
  3. เด็กจะเสาะแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ โดยสำรวจสิ่งแวดล้อมรอบตัว
  4. เด็ก จะแสดงความเพียรพยายามอย่างไม่ท้อถอยในการสำรวจค้นพบสิ่งแวดล้อม
- มอว์และมอว์ (Maw and Maw, 1964) ได้เน้นความสำคัญของความกระตือรือร้นว่า

เป็นองค์ประกอบสำคัญของการเรียนรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และสุขภาพจิต ความต้องการพัฒนาตน (Growth Needs) ก็เป็นความต้องการที่ทำให้เกิดแรงจูงใจภายใน ในการเรียนการสอน ครูมีหน้าที่ที่จะสนับสนุนให้นักเรียน ได้มีโอกาสค้นคว้าสำรวจและทดลองความสามารถของตน โดยจัดสิ่งแวดล้อมของห้องเรียนหรือจัดประสบการณ์ที่ทำทลายความอยากรู้อยากเห็นของนักเรียน

### รูปแบบของแรงจูงใจ

บุคคลแต่ละคนมีรูปแบบแรงจูงใจที่แตกต่างกัน ซึ่งนักจิตวิทยาได้แบ่งรูปแบบ แรงจูงใจของมนุษย์ออกเป็นหลายรูปแบบที่สำคัญ มีดังนี้

**1. แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motive)** หมายถึง แรงจูงใจที่เป็นแรงขับให้บุคคลพยายามที่จะประกอบพฤติกรรมที่จะประสบสัมฤทธิ์ผลตามมาตรฐานความเป็นเลิศ (Standard of Excellence) ที่ตนตั้งไว้ บุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์จะไม่ทำงานเพราะหวังรางวัล แต่ทำเพื่อจะประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์จะมีลักษณะสำคัญ ดังนี้

1. มุ่งหาความสำเร็จ (Hope of Success) และกลัวความล้มเหลว (Fear of Failure)
2. มีความทะเยอทะยานสูง
3. ตั้งเป้าหมายสูง
4. มีความรับผิดชอบในการทำงานดี
5. มีความอดทนในการทำงาน
6. รู้ความสามารถที่แท้จริงของตนเอง
7. เป็นผู้ที่ทำงานอย่างมีการวางแผน
8. เป็นผู้ที่ตั้งระดับความคาดหวังไว้สูง

**2. แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ (Affiliative Motive)** ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ มักจะเป็นผู้ที่โอบอ้อมอารี เป็นที่รักของเพื่อน มีลักษณะเห็นใจผู้อื่น ซึ่งเมื่อศึกษาจากสภาพครอบครัวแล้วผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์มักจะเป็นครอบครัวที่อบอุ่น บรรยากาศในบ้านปราศจาก การแข่งขัน พ่อแม่ไม่มีลักษณะข่มขู่ พี่น้องมีความรักสามัคคีกันดี ผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์จะมีลักษณะสำคัญ ดังนี้

1. เมื่อทำสิ่งใด เป้าหมายก็เพื่อได้รับการยอมรับจากกลุ่ม
2. ไม่มีความทะเยอทะยาน มีความเกรงใจสูง ไม่กล้าแสดงออก
3. ตั้งเป้าหมายต่ำ
4. หลีกเลี่ยงการโต้แย้งมักจะคล้อยตามผู้อื่น

**3.แรงจูงใจใฝ่อำนาจ (Power Motive)** สำหรับผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่อำนาจนั้น พบว่า ผู้ที่แรงจูงใจแบบนี้ส่วนมากมักจะพัฒนามาจากความรู้สึกว่า ตนเอง "ขาด" ในบางสิ่งบางอย่างที่ต้องการ อาจจะเป็นเรื่องใดเรื่องหนึ่งก็ได้ทำให้เกิดมีความรู้สึกเป็น "ปมด้วย" เมื่อมีปมด้วยจึงพยายามสร้าง "ปมเด่น" ขึ้นมาเพื่อชดเชยกับสิ่งที่ตนเองขาด ผู้มีแรงจูงใจใฝ่อำนาจจะมีลักษณะสำคัญ ดังนี้

1. ชอบมีอำนาจเหนือผู้อื่น ซึ่งบางครั้งอาจจะออกมาในลักษณะการก้าวร้าว
2. มักจะต่อต้านสังคม
3. แสวงหาชื่อเสียง
4. ชอบเสี่ยง ทั้งในด้านของการทำงาน ร่างกาย และอุปสรรคต่าง ๆ
5. ชอบเป็นผู้นำ

**4. แรงจูงใจใฝ่ก้าวร้าว (Aggression Motive)** ผู้ที่มีลักษณะแรงจูงใจแบบนี้มักเป็นผู้ที่ได้รับการเลี้ยงดูแบบเข้มงวดมากเกินไป บางครั้งพ่อแม่อาจจะใช้วิธีการลงโทษที่รุนแรงเกินไป ดังนั้นเด็กจึงหาทางระบายออกกับผู้อื่น หรืออาจจะเนื่องมาจากการเลียนแบบ บุคคลหรือจากสื่อต่าง ๆ ผู้มีแรงจูงใจใฝ่ก้าวร้าว จะมีลักษณะที่สำคัญดังนี้

1. ถือความคิดเห็นหรือความสำคัญของตนเป็นใหญ่
2. ชอบทำร้ายผู้อื่น ทั้งการทำร้ายด้วยกายหรือวาจา

**5. แรงจูงใจใฝ่พึ่งพา (Dependency Motive)** สาเหตุของการมีแรงจูงใจแบบนี้ก็เพราะการเลี้ยงดูที่พ่อแม่ทะนุถนอมมากเกินไป ไม่เปิดโอกาสให้เด็กได้ช่วยเหลือตนเอง ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่พึ่งพา จะมีลักษณะสำคัญ ดังนี้

1. ไม่มีมั่นใจในตนเอง
2. ไม่กล้าตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ด้วยตนเอง มักจะลังเล
3. ไม่กล้าเสี่ยง
4. ต้องการความช่วยเหลือและกำลังใจจากผู้อื่น

แรงจูงใจเป็นองค์ที่สำคัญในการเรียนรู้ ความสัมพันธ์ในการสัมฤทธิ์ผลในการเรียนรู้ นอกจากจะขึ้นกับความสามารถแล้วยังขึ้นกับแรงจูงใจด้วย โดยผู้ใดมีแรงจูงใจในการเรียนรู้สิ่งใด ๆ แล้ว ก็จะทำให้สิ่งนั้นประสบความสำเร็จ แต่ถ้าขาดแรงจูงใจแล้วการเรียนรู้ในสิ่งนั้นก็ยังไม่ประสบความสำเร็จ

### การวัดแรงจูงใจ

แมคเคลแลน (McClelland 1969 : 36-62) วัดแรงจูงใจโดยวิธีที่เรียกว่า เทคนิคการฉายภาพ (Projective Technique) จากการทดสอบ TAT (Thematic Apperception Test) ซึ่งเมอร์เรย์ เป็นผู้สร้างขึ้น วิธีวัดแรงจูงใจโดยวิธีนี้ใช้ภาพที่มีความหมายคลุมเครือ แต่มีความสัมพันธ์กับ



สิ่งที่ต้องการศึกษา เป็นสิ่งเร้าใจให้บุคคลตอบสนอง แล้วนำเอาสิ่งที่บุคคลตอบสนองไปวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ที่ แมคเคลแลน ได้กำหนดไว้

การวัดแรงจูงใจวัดได้ว่าเป็นการวัดบุคลิกภาพด้านหนึ่ง ซึ่งการวัดบุคลิกภาพ เป็นเรื่องที่วัดได้ยากเมื่อเปรียบเทียบกับกรวัดในสิ่งอื่นๆ นักจิตวิทยาได้พยายามสร้างเครื่องมือขึ้นมาเพื่อวัดบุคลิกภาพ ซึ่งสรุปไว้มีอยู่ 5 วิธี คือ

1. วิธีการสังเกต การสังเกตเป็นรากฐานของวิทยาศาสตร์ทุกแขนงตั้งแต่ประกอบการณ์อันซับซ้อน
2. วิธีทดสอบ การทดสอบประกอบด้วยข้อความต่างๆ หลายข้อสอบที่ผู้ทดสอบตั้งขึ้นโดยถือเอาปกติวิสัยของคนทั่วไปเป็นมาตรฐาน ซึ่งบางข้อเป็นคำถามเกี่ยวกับความกลัว ความวิตกกังวล ความนิยมในลัทธิการเมืองหรือเศรษฐกิจ ความสนใจในสิ่งต่างๆหรือปฏิกิริยาที่คนทำอยู่เสมอๆ เมื่อตกอยู่ในสภาพนั้นๆ เป็นต้น ผู้ถูกทดสอบต้องร่วมมือร่วมใจกับผู้ทดสอบในการตอบคำถามต่างๆเพื่อให้การสอบได้ผลตามวัตถุประสงค์
3. การประเมินค่าโดยการเลือกลักษณะบุคลิกภาพที่เป็นเครื่องเชิดชูให้บุคลิกภาพเด่นสะอาดตา เช่น ความสงบเสงี่ยมแล้วหลายๆคน ประมาณค่าว่าบุคลิกภาพของผู้ถูกประมาณค่านั้นตกอยู่ในขั้นใด คือมีความสงบเสงี่ยมมากน้อยเพียงใด
4. การวิเคราะห์ตัวเอง คือการประมวลค่าตัวเอง แบบวิเคราะห์ตัวเองจะเป็นคำถามปรนัย จะเป็นประโยชน์ในการเลือกอาชีพให้เหมาะสมกับบุคลิกภาพของตน
5. การสัมภาษณ์ มีหลักคล้ายๆกับการวิเคราะห์ตัวเองต่างกันที่ว่าผู้สัมภาษณ์มาตั้งคำถามให้เราติดตามเพื่อให้เราวิเคราะห์ตัวเอง ผู้สัมภาษณ์เป็นผู้จัดบันทึกและประมาณค่าบุคลิกภาพของเขา ผู้ถูกสัมภาษณ์จะไมู้ตัวว่าถูกทดสอบบุคลิกภาพ

กล่าวโดยสรุป การวัดแรงจูงใจสามารถทำได้หลายวิธีแล้วแต่ความเหมาะสม สำหรับการศึกษาคั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถาม เพราะแบบสอบถามสามารถวัดได้กับบุคคลจำนวนมากและทราบผลได้เวลารวดเร็ว

### ทฤษฎีแรงจูงใจ

ทฤษฎีแรงจูงใจแบ่งออกได้เป็นทฤษฎีใหญ่ ๆ คือ

- ทฤษฎีพฤติกรรมนิยม (Behavioral View of Motivation)
- ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม(Social Learning View of Motivation)
- ทฤษฎีพุทธินิยม (Cognitive View of Motivation)
- ทฤษฎีมานุษยนิยม (Humanistic View of Motivation)
- ทฤษฎีการจูงใจของ Herzberg
- ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslor's Hierarchy of Needs Theory)

### ทฤษฎีพฤติกรรมนิยม (Behavioral View of Motivation)

ทฤษฎีนี้ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ในอดีต(Past Experience) ว่ามีผลต่อแรงจูงใจของบุคคลเป็นอย่างมาก ดังนั้นทุกพฤติกรรมของมนุษย์ถ้าวิเคราะห์ดูแล้วจะเห็นว่าได้รับอิทธิพลที่เป็นแรงจูงใจมาจากประสบการณ์ในอดีตเป็นส่วนมาก โดยประสบการณ์ในด้านดีและกลายเป็นแรงจูงใจทางบวกที่ส่งผลเร็วให้มนุษย์มีความต้องการแสดงพฤติกรรมในทิศทางนั้นมากยิ่งขึ้นทฤษฎีนี้เน้นความสำคัญของสิ่งเร้าภายนอก (Extrinsic Motivation)

### ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม(Social Learning View of Motivation)

ทฤษฎีนี้เห็นว่าแรงจูงใจเกิดจากการเรียนรู้ทางสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างเอกลักษณ์และการเลียนแบบ (Identification and Imitation) จากบุคคลที่ตนเองชื่นชม หรือคนที่มิชื่อเสียงในสังคมจะเป็นแรงจูงใจที่สำคัญในการแสดงพฤติกรรมของบุคคล

### ทฤษฎีพุทธินิยม (Cognitive View of Motivation)

ทฤษฎีนี้เห็นว่าแรงจูงใจในการกระทำพฤติกรรมของมนุษย์นั้นขึ้นอยู่กับรับรู้ (Perceive) สิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัว โดยอาศัยความสามารถทางปัญญาเป็นสำคัญ มนุษย์จะได้รับแรงผลักดันจากหลาย ๆ ทางในการแสดงพฤติกรรม ซึ่งในสภาพเช่นนี้ มนุษย์จะเกิดสภาพความไม่สมดุล (Disequilibrium) ขึ้น เมื่อเกิดสภาพเช่นนี้มนุษย์จะต้อง อาศัยขบวนการดูดซึม (Assimilation) และการปรับ (Accommodation) ความแตกต่างของประสบการณ์ที่ได้รับใหม่ให้เข้ากับประสบการณ์เดิมของตนซึ่งการจะทำได้จะต้องอาศัยสติปัญญาเป็นพื้นฐานที่สำคัญ ทฤษฎีนี้เน้นเรื่องแรงจูงใจภายใน (intrinsic Motivation) นอกจากนั้นทฤษฎีนี้ยังให้ความสำคัญกับเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และการวางแผน

ทฤษฎีนี้ให้ความสำคัญกับระดับของความคาดหวัง (Level of Aspiration) โดยที่เขากล่าวว่าคนเรามีแนวโน้มที่จะตั้ง ความคาดหวังของตนเองให้สูงขึ้น เมื่อเขาทำงานหนึ่งสำเร็จ และตรงกันข้ามคือจะตั้งความคาดหวังของตนเองต่ำลง เมื่อเขาทำงานหนึ่งแล้วล้มเหลว

### ทฤษฎีมานุษยนิยม (Humanistic View of Motivation)

แนวความคิดนี้เป็นของมาสโลว์ (Maslow) ที่ได้อธิบายถึงลำดับความต้องการของมนุษย์ โดยที่ความต้องการจะเป็น ตัวกระตุ้นให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมเพื่อไปสู่ความต้องการนั้น ดังนั้นถ้าเข้าใจความต้องการของมนุษย์ก็สามารถ อธิบายถึงเรื่องแรงจูงใจของมนุษย์ได้เช่นเดียวกัน

นักจิตวิทยาปัจจุบันได้ศึกษา สรุปว่า องค์ประกอบของแรงจูงใจ มี 3 ด้านคือ

- องค์ประกอบทางด้านกายภาพ (Biological Factor) ในองค์ประกอบด้านนี้จะพิจารณาถึงความต้องการทางกายภาพของมนุษย์ เช่น ความต้องการปัจจัย 4 เพื่อจะดำรงชีวิตอยู่ได้

- องค์ประกอบทางการเรียนรู้(Learned Factor)องค์ประกอบด้านนี้เป็นผลสืบเนื่องต่อจากองค์ประกอบข้อ 1 ทั้งนี้เพราะมนุษย์ทุกคนไม่สามารถได้รับการตอบสนองความต้องการ

ในปริมาณ ชนิด และคุณภาพตามที่ตนเองต้องการ และในหลาย ๆ ครั้ง สิ่งแวดล้อมเป็นตัววางเงื่อนไขในการสร้างแรงจูงใจของมนุษย์

- องค์ประกอบทางด้านความคิด (Cognitive Factor)

### ทฤษฎีการจูงใจของ Herzberg

Frederick Herzberg ได้คิดค้นทฤษฎีการจูงใจในการทำงาน ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางในวงการบริหาร ชื่อทฤษฎีของ Herzberg มีชื่อเรียกแตกต่างกันออกไป คือ “motivation-maintenance theory” หรือ “dual factor theory” หรือ “the motivation-hygiene theory” (<http://www.ba.cmu.ac.th>)

ในการเริ่มต้นค้นคว้าเพื่อสร้างทฤษฎี Herzberg ได้ดำเนินการสัมภาษณ์นักวิศวกรและนักบัญชี ซึ่งจุดมุ่งหมายของการค้นคว้า เพื่อศึกษาทัศนคติที่เกี่ยวกับงานเพื่อที่จะให้มีหนทางเพิ่มผลผลิต ลดการขาดงาน และสร้างความสัมพันธ์อันดีในการทำงาน และเพื่อประโยชน์ทั่วไปสำหรับทุกคนก็คือ ความเข้าใจเกี่ยวกับอิทธิพลต่างๆที่จะมีส่วนช่วยในการปรับปรุงขวัญและกำลังใจ ที่จะส่งผลให้ทุกคนมีความสุขกายสบายใจและมีความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น

จากการวิเคราะห์คำตอบจากข้อความที่ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบมา ปรากฏว่า ปัจจัยหลายๆอย่างที่แตกต่างกันมีส่วนสัมพันธ์โดยตรงกับความรู้สึกที่ดีและไม่ดีที่เกิดขึ้น ปัจจัยต่างๆเหล่านี้สามารถแยกออกได้เป็นสองกลุ่มใหญ่ๆ คือ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ที่ดีและมีผลเกี่ยวกับความพึงพอใจเกี่ยวกับงานที่ทำก็คือ ความสำเร็จ (achievement) การยอมรับ (recognition) ความรับผิดชอบ ความก้าวหน้า และคุณลักษณะของงานที่ทำอยู่ คือ ฐานะ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับหัวหน้างาน กับเพื่อนร่วมงานกับลูกน้อง เทคนิคในการบังคับบัญชา นโยบายของบริษัทและการบริหาร ความมั่นคงในงาน สภาพการทำงาน เงื่อนไข และเรื่องราวส่วนตัวที่ถูกกระทบโดยสภาพของงาน Herzberg ให้ชื่อปัจจัยกลุ่มหลังนี้ว่า “ปัจจัยที่เกี่ยวกับการบำรุงรักษาจิตใจ” (hygiene or maintenance factors) เหตุผลที่เรียกชื่อเช่นนี้เพราะปัจจัยต่างๆเหล่านี้ ล้วนแต่เป็นปัจจัยที่มีผลในทางป้องกันเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ ปัจจัยเหล่านี้จะไม่สามารถสร้างแรงจูงใจได้ แต่อาจป้องกันมิให้แรงจูงใจเกิดขึ้นมาได้ การต้องสนใจติดตามดูปัจจัยที่จำเป็นเพื่อการรักษาจิตใจนี้ จึงนับว่าเป็นเรื่องที่จำเป็น แต่ปัจจัยกลุ่มนี้เพียงกลุ่มเดียวย่อมไม่เป็นการเพียงพอ สำหรับที่จะให้เป็นเงื่อนไขสำหรับการสร้างแรงจูงใจ

สำหรับปัจจัยกลุ่มแรกนั้นเรียกว่า “ปัจจัยที่ใช้จูงใจ”(motivators) ปัจจัยกลุ่มนี้ส่วนมากจะเกี่ยวพันโดยตรงกับงานที่ทำ Herzberg ย้ำว่า ปัจจัยกลุ่มนี้จะต้องถูกยกขึ้นมาใช้เพื่อสำหรับการสร้างแรงจูงใจให้เกิดมีขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม มิได้บอกให้ทราบว่ ปัจจัยที่ใช้บำรุงจิตใจนั้นจะละทิ้งไปเลยได้หรือไม่ แต่ก็ได้ย้ำให้ตระหนักว่าปัจจัยที่ใช้บำรุงจิตใจยังคงต้องรักษาเอาไว้ เพราะถ้าไม่เช่นนั้นจะทำให้ผลของการมุ่งเร่งเสริมปัจจัยที่ใช้จูงใจล้มเหลวลงได้

โดยสรุป Herzberg ได้ให้ความเข้าใจว่า แรงจูงใจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นมาจากแต่คนและจะมีใช้ขึ้นอยู่กับผู้บริหารโดยตรง และปัจจัยที่ใช้ในการบำรุงจิตใจนั้นอย่างดีที่สุดก็คือ จะสามารถช่วยขจัดความไม่พอใจต่างๆได้ แต่จะไม่สามารถสร้างความพึงพอใจได้ ดังนั้น ในกระบวนการจูงใจที่ต้องการสร้างให้เกิดแรงจูงใจที่ดี จึงจำเป็นต้องจัดและกำหนดปัจจัยต่างๆทั้งสองกลุ่ม คือ ทั้งปัจจัยที่ใช้บำรุงจิตใจ (สภาพแวดล้อม) และปัจจัยที่ใช้จูงใจได้ (ของงานที่ทำ) ทั้งสองอย่างพร้อมกัน

ปัจจัยที่ใช้บำรุงรักษาจิตใจ (ที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อม)	ปัจจัยที่ใช้จูงใจได้ (ที่เกี่ยวกับงานที่ทำ)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- นโยบายและการให้บริการ</li> <li>- การบังคับบัญชา</li> <li>- สภาพการทำงาน</li> <li>- ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล</li> <li>- เรื่องราวส่วนตัว</li> <li>- เงิน ฐานะ ความมั่นคง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความสำเร็จในงานที่ทำ</li> <li>- การยอมรับ</li> <li>- ความท้าทายของงาน</li> <li>- ความรับผิดชอบที่เพิ่มขึ้น</li> <li>- ความก้าวหน้า</li> <li>- การเติบโตของแต่ละบุคคล</li> </ul>

รูปแสดงปัจจัยสองกลุ่มที่เปรียบเทียบกัน

ในการแก้ไขปัญหาเรื่องการจูงใจนี้ Herzberg ได้เริ่มต้นพัฒนาวิธีการเพิ่มพูนเนื้อหาของงาน (job enrichment) เพื่อให้ค่าของงานสูงขึ้นและมีเนื้อหามากขึ้น เพื่อให้มีปัจจัยที่ใช้จูงใจได้เพิ่มมากขึ้นในตัวเอง การออกแบบงานเสียใหม่ให้มีคุณค่าเนื้อหาสูงขึ้นนี้เอง ที่งานต่างจะมีความหมายมากยิ่งขึ้น มีความสำเร็จในงานมากขึ้น มีทั้งการยอมรับ ทั้งความรับผิดชอบสูงขึ้น ก้าวหน้ามากขึ้น และส่งเสริมการเติบโตให้แก่แต่ละคนได้ ซึ่งจะมีผลต่อการจูงใจเป็นอันมาก

จะเห็นว่าทฤษฎีการจูงใจของ Herzberg มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดและคล้ายกับทฤษฎีการจูงใจของ Maslow เป็นอันมาก ซึ่งในทางปฏิบัติจากการพิสูจน์ยืนยันว่า ทฤษฎีทั้งสองเป็นความจริงและใช้ได้กับกลุ่มอาชีพที่มีฐานะตำแหน่งสูง เช่น วิศวกรหรือนักบัญชี ดังที่กล่าวมาแต่อย่างไรก็ตาม กรณีการนำไปใช้กับพนักงานระดับต่ำลงไปหรือพนักงานสตรี และ ระดับของพนักงานประจำวัน ผลปรากฏว่าไม่เป็นไปตามที่กล่าวที่เดิวนัก และให้ผลผลิตเพิ่มขึ้นได้เสมอ

**ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs Theory)**

มาสโลว์ Abraham Maslow ซึ่งเป็นผู้นำที่สำคัญคนหนึ่งของนักจิตวิทยาแนวมนุษยนิยม ได้จำแนกแรงจูงใจของคนเรา โดยมีการจัดลำดับขั้นขอแรงจูงใจจากความต้องการพื้นฐานทางชีวภาพ (basic biological needs) ซึ่งมีมาตั้งแต่เกิดไปจนกระทั่งถึงแรงจูงใจทางจิตใจที่

ซับซ้อนมากกว่า แรงจูงใจประเภทหลังนี้จะมีความสำคัญก็ต่อเมื่อความต้องการพื้นฐานได้รับการตอบสนองจนเป็นที่พอใจแล้ว

Maslow ได้จัดลำดับขั้นของความต้องการไว้ดังนี้

1. ความต้องการทางสรีรวิทยา (physiological needs) : ความหิว ความกระหาย เป็นต้น
2. ความต้องการทางความปลอดภัย (sefty needs) : การรู้สึกมั่นคงปลอดภัย ปราศจากอันตราย
3. ความต้องการทางความเป็นเจ้าของและความรัก(Belongingness and love need): การผูกพันกับคนอื่น การได้รับการยอมรับและการเป็นเจ้าของ
4. ความต้องการทางการยกย่อง (esteem needs) : การบรรลุผลสำเร็จ การมีความสามารถ การได้รับการยอมรับและการรู้จักจากคนอื่น
5. ความต้องการทางการรู้ (cognitive needs) : การรู้ การเข้าใจและการสำรวจ
6. ความต้องการทางสุนทรียภาพ (aesthetic needs) : สมมาตร ความมีระเบียบและความงาม
7. ความต้องการทางความจริงแท้แห่งตน (self-actualization needs) : การพบความสำเร็จแห่งตนและการเข้าใจศักยภาพของตน

มีความเห็นว่าอย่างน้อยที่สุดความต้องการในระดับต่ำจะต้องได้รับการตอบสนองจนเกิดความพอใจเสียก่อน ความต้องการในระดับที่สูงขึ้นมา จึงสามารถกลายเป็นแหล่งกำเนิดอันสำคัญของการจูงใจได้

ตั้งแต่ปี 1930 เป็นต้นมา แนวความคิดของนักมนุษยสัมพันธ์ในการจัดการ ได้แสดงความคิดเห็นโต้ตอบความเชื่อถือสมัยเดิมดังนี้ คือ ในสมัยเดิมเชื่อกันว่า พนักงานมุ่งแต่จะหาความต้องการทางเศรษฐกิจหรือตัวเงินเพียงอย่างเดียวเท่านั้น และเชื่อกันว่าคนจะมีพฤติกรรมที่มีเหตุผล นั่นคือ จะพยายามทำงานให้ดีเพื่อต้องการสิ่งตอบแทนในรูปตัวเงินให้มากที่สุด แต่ในทางตรงกันข้ามการค้นพบของนักมนุษยสัมพันธ์ได้หลักฐานที่แสดงให้เห็นว่า แท้ที่จริงคนจะมีพฤติกรรมที่ไม่เป็นเหตุเป็นผลนัก หรือเป็นคนที่มีความรู้สึกมีอารมณ์ มากกว่า คนจะมีใจทำงานเพื่อต้องการเงินแต่เพียงอย่างเดียว หากแต่มีความต้องการทางด้านจิตใจด้วย

และด้วยเหตุผลของความต้องการทางด้านจิตใจดังกล่าวนี้เอง จึงทำให้ให้นักมนุษยสัมพันธ์มุ่งความสนใจไปสู่เรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลต่างๆและกลุ่มที่เกิดขึ้นอย่างไม่เป็นทางการ(interpersonal relationships and informal groups)เป็นอย่างมาก

ในปัจจุบันการศึกษาของมนุษย์ดีขึ้น ชีวิตความเป็นอยู่ของคนก็ยิ่งดีขึ้นอีก ความต้องการของคนจึงมีมากขึ้นกว่าเดิมมาก ด้วยเหตุนี้ ฝ่ายบริหารเพื่อที่จะสร้างความพอใจให้แก่คนในองค์กรก็จะต้องหาทางตอบสนองความพอใจของพนักงานให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ เพื่อให้บุคคลต่างๆได้รับความพอใจ และจะกระตือรือร้นในการทำงานดีขึ้น หน้าที่ของผู้บริหารในที่นี้คือ ต้องตอบสนองความต้องการให้ดีหรือสมบูรณ์ที่สุด ซึ่งอาจทำได้ดังนี้

ในการตอบสนองความต้องการที่เป็นความต้องการด้านร่างกายนั้น ก็โดยการจ่ายผลตอบแทน (pay) ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นตัวเงิน เพื่อให้คนงานสามารถจับจ่ายใช้สอยเพื่อความต้องการเบื้องต้น นอกจากนี้ผู้บริหารต้องหาทางสนองความต้องการในขั้นต่อไป คือ จัดให้มีความมั่นคงในหน้าที่การงาน เพื่อเป็นการค้ำประกันต่อคนงานว่า พนักงานจะได้รับการตอบสนองความต้องการพื้นฐานได้ในระยะยาวต่อเนื่องกันไป เช่น จะได้รับการจ้างงานสม่ำเสมอ หรือไล่ออกโดยไม่มีเหตุผล

ในการตอบสนองความต้องการที่เป็นความต้องการทางสังคม ผู้บริหารจะสามารถทำได้ โดยให้ความสำคัญแก่พนักงานมากขึ้น ให้เขารู้สึกว่า เขาเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร และได้รับความอบอุ่นทั้งจากเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา ในการนี้ผู้บริหารอาจต้องหาวิธีการต่างๆ เช่น การจัดปฐมนิเทศตั้งแต่ขั้นแรกที่พนักงานเริ่มเข้ามา การจัดให้มีความสัมพันธ์อันดีระหว่างคนที่อยู่ในสังคม จากความต้องการขั้นนี้ขึ้นไปก็คือ ความต้องการอยากเป็นคนเด่น (Esteem need) ผู้บริหารจะตอบสนองได้โดยจัดให้มีสิ่งเหล่านี้ตามมา เช่น การพิจารณาถึงการเลื่อนไปสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นไป สม่ำเสมอพอควร เพื่อแสดงให้เห็นถึงการยอมรับความสามารถที่เขา มีอยู่ นอกจากนี้ก็อาจเปลี่ยนชื่อเรียกให้เป็นไปทำนองที่มีความสำคัญขึ้น การสงวนที่จอดรถ ทำป้ายชื่อ เป็นต้น

ในการตอบสนองความต้องการที่เป็นความต้องการที่สูง หรือทางด้านความนึกคิด (Self-actualization) เช่น จัดให้พนักงานภาคภูมิใจ ที่ได้มีโอกาสออกความคิดเห็นต่อฝ่ายบริหาร ให้เขามีโอกาสรู้สึกว่ามีความชำนาญบ้างมีการชมเชยความสามารถและมีส่วนร่วมในการบริหาร เป็นต้น

อับราแฮม มาสโลว์ เป็นนักจิตวิทยาอยู่ที่มหาวิทยาลัยแบรนดิช ได้พัฒนาทฤษฎีการจูงใจที่รู้จักกันมากที่สุดทฤษฎีหนึ่งขึ้นมา มาสโลว์ระบุว่าบุคคลจะมีความต้องการที่เรียงลำดับจากระดับพื้นฐานมากที่สุดไปยังระดับสูงสุด ขอบข่ายของมาสโลว์จะอยู่บนพื้นฐานของสมมุติฐานรากฐานสามข้อ คือ

1. ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) ความต้องการทางร่างกายจะอยู่ลำดับต่ำที่สุด ความต้องการพื้นฐานมากที่สุดที่ระบบโดยมาสโลว์ ความต้องการเหล่านี้หมายถึงแรงผลักดันทางชีววิทยาพื้นฐาน เช่น ความต้องการอาหาร อากาศ น้ำ และที่อยู่อาศัย เพื่อการตอบสนองความต้องการเหล่านี้ บริษัทจะต้องให้เงินเดือนอย่างเพียงพอแก่บุคคลที่พวกเขาจะรับภาระสภาพการดำรงชีวิตอยู่ได้ (เช่น อาหารและที่อยู่อาศัย) ในทำนองเดียวกันเวลาพักจะเป็นคุณลักษณะที่สำคัญอย่างหนึ่งของงานด้วยที่เปิดโอกาสให้บุคคลตอบสนองความต้องการทางร่างกายของพวกเขาได้ บริษัทมากขึ้นทุกทีกำลังมีโครงการออกกำลังกายนี้จะช่วยให้พนักงานมีสุขภาพดีด้วยการตอบสนองความต้องการทางร่างกายของพวกเขา บุคคลที่หิวจนเกินไปหรือเจ็บป่วยจนเกินไปยากที่จะมีส่วนช่วยต่อบริษัทของพวกเขาได้อย่างเต็มที่ โดยทั่วไปความต้องการทางร่างกายจะถูกตอบสนองด้วยรายได้ที่เพียงพอ สภาพแวดล้อมของงานที่ดี เช่น ห้องน้ำสะอาด แสงสว่างที่เพียงพอ อุณหภูมิที่สบายและการระบายอากาศที่ดี



2.ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) ความต้องการความปลอดภัยความต้องการลำดับที่สองของมาสโลว์ จะถูกกระตุ้นภายหลังจากที่ความต้องการทางร่างกายถูกตอบสนองแล้ว ความต้องการความปลอดภัยจะหมายถึงความต้องการสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยปราศจากอันตรายทางร่างกายและจิตใจ บริษัทสามารถทำได้หลายสิ่งหลายอย่างเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการความปลอดภัย ตัวอย่างเช่น บริษัทอาจจะให้การประกันชีวิตและสุขภาพ สภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย กฎและข้อบังคับที่ยุติธรรมและสมควร และการยอมให้มีสภาพแรงงาน

3.ความต้องการทางสังคม (Social Needs) ความต้องการทางสังคมคือ ความต้องการระดับสามที่ระบุโดยมาสโลว์ ความต้องการทางสังคมจะหมายถึงความต้องการที่จะเกี่ยวพันการมีเพื่อนและการถูกยอมรับโดยบุคคลอื่น เพื่อการตอบสนองความต้องการทางสังคม บริษัทอาจจะกระตุ้นการมีส่วนร่วมภายในกิจกรรมทางสังคม เช่น งานเลี้ยงของสำนักงาน ทีมฟุตบอล หรือโบว์ลิ่งของบริษัทจะให้โอกาสของการตอบสนองความต้องการทางสังคมด้วย การเป็นสมาชิกสโมสรของบริษัทจะให้โอกาสที่ดีแก่ผู้บริหารเพื่อ “การสร้างเครือข่าย” กับผู้บริหารคนอื่น ในขณะที่ตอบสนองความต้องการทางสังคมของพวกเขาได้ด้วย ก่อนหน้านี้เราได้กล่าวถึงโครงการสุขภาพจะช่วยตอบสนองความต้องการทางร่างกายได้ โครงการสุขภาพนี้สามารถช่วยตอบสนองความต้องการทางสังคมได้ด้วย ความจริงแล้วการทำงานหรือการเล่นกีฬากับเพื่อนร่วมงานจะให้โอกาสที่ดีเยี่ยมต่อการมีเพื่อน การวิจัยแสดงให้เห็นว่าความต้องการทางสังคมจะถูกกระตุ้นภายใต้สภาวะที่ “ความไม่แน่นอนทางองค์กร” มีอยู่ เช่น เมื่อความเป็นไปได้ของการรวมบริษัทได้ถูกความมั่นคงของงาน ภายใต้สภาวะเช่นนี้บุคคลจะแสวงหาความเป็นมิตรจากเพื่อนร่วมงาน เพื่อที่จะรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่กำลังเป็นไปอยู่

4. ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง (Esteem Needs) ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียงคือ ความต้องการระดับที่สี่ ความต้องการเหล่านี้หมายถึง ความต้องการของบุคคลที่จะสร้างการเคารพตนเองและการชมเชยจากบุคคลอื่น ความต้องการชื่อเสียงและการยกย่องจากบุคคลอื่นจะเป็นความต้องการประเภทนี้ ตัวอย่างเช่น พวกเขาอาจจะได้รับเชิญงานเลี้ยงเพื่อที่จะยกย่องความสำเร็จที่ดีเด่น การพิมพ์เรื่องราวภายในจดหมายข่าวของบริษัท เพื่อที่จะพรรณนาความสำเร็จของบุคคล การให้กุญแจห้องน้ำแก่ผู้บริการ การให้ที่จอดรถยนต์ส่วนบุคคล และการประกาศ “บุคคลดีเด่น” ประจำเดือน ล้วนแต่เป็นตัวอย่างของสิ่งที่สามารถกระทำเพื่อการตอบสนองความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง การให้รางวัลเป็นนาฬิกาและเพชรแก่การบริการที่ดี และรางวัลราคาถูก เช่น ที-เชิ้ต และเหยือกเบียร์จะมีประโยชน์ต่อการยกย่องด้วย

5.ความต้องการความสมหวังของชีวิต (Self-Actualization Needs) ความต้องการความสมหวังของชีวิตคือ ความต้องการระดับสูงสุด บุคคลมักจะต้องการ โอกาสที่จะคิดสร้างสรรค์

ภายในงาน หรือพวกเขาอาจจะต้องการความเป็นอิสระและความรับผิดชอบ บริษัทได้พยายามจูงใจบุคคลเหล่านี้ด้วยการเสนอตำแหน่งที่ท้าทายแก่พวกเขา

ความต้องการความสมหวังของชีวิตคือ ความต้องการที่จะบรรลุความสมหวังของตนเองด้วยการใช้ความสามารถ ทักษะ และศักยภาพอย่างเต็มที่ บุคคลที่ถูกจูงใจด้วยความต้องการความสมหวังของชีวิตจะแสวงหางานที่ท้าทายความสามารถของพวกเขา การเปิดโอกาสให้พวกเขาใช้ความคิดสร้างสรรค์หรือการคิดค้นสิ่งใหม่

มาสโลว์เชื่อว่าความต้องการเหล่านี้จะถูกเรียงลำดับจาก “ต่ำสุด” ไปยัง “สูงสุด” มาสโลว์กล่าวว่า เมื่อต้องการ ณ ระดับ “ต่ำสุด” ร่างกายได้ถูกตอบสนองแล้ว ความต้องการ ณ ระดับ “สูงขึ้น” ต่อไป ความปลอดภัย จะมีความสำคัญมากที่สุดและต่อไปตามลำดับ

ตามทฤษฎีของมาสโลว์แล้ว บุคคลจะถูกจูงใจให้ตอบสนองความต้องการระดับต่ำ ก่อนที่พวกเขาจะพยายามตอบสนองความต้องการระดับสูง ยิ่งกว่านั้นเมื่อความต้องการอย่างหนึ่งถูกตอบสนองแล้วความต้องการนี้จะไม่เป็นสิ่งที่จูงใจที่มีพลังต่อไปอีก

ทฤษฎีของมาสโลว์จะถูกสร้างขึ้นมาบนพื้นฐานที่ว่าความต้องการที่ยังไม่ได้ถูกตอบสนองจะเป็นปัจจัยที่ปลุกเร้าพฤติกรรมของบุคคล เมื่อความต้องการได้ถูกตอบสนองตามสมควรแล้วความต้องการเหล่านี้จะหยุดเป็นสิ่งจูงใจพฤติกรรม

ในการนำทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ไปใช้ในหน่วยงาน ผู้บริหารต้องคำนึงถึงหลักของการสร้างแรงจูงใจ ความต้องการในระดับต่ำอาจได้รับการตอบสนองเพียงบางส่วนและในส่วนที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่เกิดแรงจูงใจของพฤติกรรมอีกต่อไป เช่น ในหน่วยงานที่จัดให้มีรายได้พอสมควรแล้วและสภาพแวดล้อมของงานดีแล้ว การปรับปรุงสิ่งเหล่านี้ให้ดีขึ้นจะไม่เพิ่มแรงจูงใจเลยเนื่องจากบุคคลส่วนใหญ่ได้รับการตอบสนองความต้องการในระดับนี้เป็นอย่างดีแล้ว

## 2. แนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาแรงจูงใจในการเรียน( [www.stou.ac.th](http://www.stou.ac.th))

แรงจูงใจเป็นตัวกระตุ้นให้คนเราแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ กัน หรือเป็นแรงขับ การที่คนแสดงพฤติกรรมอย่างใดนั้น เนื่องมาจากคนมีความต้องการ และการที่คนเรามีความต้องการสิ่งใดสิ่งหนึ่ง มักเป็นเพราะว่าเขาขาดสิ่งนั้น ความต้องการจะเป็นแรงผลักดันให้เราแสดงพฤติกรรมเพื่อให้ได้สิ่งนั้น ๆ มาเมื่อได้สิ่งที่สนองความต้องการแล้ว เราจะหยุดพฤติกรรมนั้น แต่เนื่องจากมนุษย์มีความต้องการไม่สิ้นสุด จึงมีการแสดงพฤติกรรมอยู่ตลอดเวลา สำหรับแรงจูงใจทางการเรียน หรือ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ไม่ใช่เกิดตามกรรมพันธุ์ การฝึกฝนอบรม ตลอดจน สิ่งแวดล้อมจะมีผลโดยตรงต่อระดับแรงจูงใจของบุคคล

วิธีสร้างเสริมแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ให้สูงขึ้นนั้น มีหลักปฏิบัติดังนี้



1. ต้องรู้จักฟังตนเอง ไม่ว่าจะทำอะไรถ้าไม่เกินความสามารถของตนแล้ว ควรจะเร่งรีบทำด้วยตนเอง ไม่ควรพึ่งพาคนอื่นตลอดเวลา
2. เป็นตัวของตัวเอง มีความเชื่อมั่นและมีเหตุผลในการทำงานทุกครั้ง ถ้าได้พิจารณาให้ละเอียด ถี่ถ้วน อย่างมีเหตุผลแล้ว ก็ควรตัดสินใจทำอะไรด้วยตนเองได้
3. ใช้ความสามารถของตนเองในการทำงานให้เต็มที่เสมอ เพื่อนำความสำเร็จ ความภาคภูมิใจมาสู่ตน
4. ต้องกล้าเผชิญกับปัญหา หรืออุปสรรคต่าง ๆ มุ่งมั่นที่จะเอาชนะปัญหาให้ได้ และพยายามให้ตนเองเกิดความรู้สึกเพลิดเพลินในการแก้ปัญหาเหล่านั้น ๆ
5. พยายามแข่งขันกับตนเอง โดยตั้งความคาดหวัง หรือเกณฑ์มาตรฐานของตนเอาไว้ และพยายามทำให้ได้ผลสำเร็จไม่ต่ำกว่าเกณฑ์นั้น
6. ต้องรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย โดยตั้งใจทำงานนั้นให้บรรลุผลสำเร็จ

จงพยายามและทุ่มเทพลังงานลงไปในเรื่องที่นักศึกษาทำ ด้วยพลังและทำที่ถูกต้องของตัวนักศึกษา นักศึกษาสามารถเปลี่ยนแปลงวิธีการปฏิบัติต่อสิ่งต่าง ๆ ได้ นักศึกษาสามารถแม้แต่จะเปลี่ยนวิถีชีวิตของนักศึกษาเองได้ ขอให้นักศึกษาจงสำรวมใจตั้งมั่นมีสมาธิกับกฎพื้นฐานต่อไปนี้

- จงสร้างความรู้สึกว่านักศึกษารักการศึกษา
- จงสร้างความรู้สึกว่านักศึกษาชอบวิชาที่กำลังเรียนอยู่
- จงสร้างความรู้สึที่ดีต่องานของนักศึกษาเอง

มีคำพูดที่กล่าวกันว่า**"คุณเป็นอย่างที่คุณคิด"** ถ้านักศึกษาคิดในแง่ของความล้มเหลว นักศึกษาก่อนข้างแน่ใจได้ว่า นักศึกษาจะต้องประสบความล้มเหลว แต่ในทางกลับกัน ถ้านักศึกษาสามารถหลุดตัวเองขึ้นมา และเปลี่ยนท่าทีและพฤติกรรมการเรียนเสียใหม่ นักศึกษาก็จะเปลี่ยนแปลงแนวคิดของนักศึกษาได้ ถ้านักศึกษาคิดถึงความสำเร็จ ท่าทีที่สุด ความสำเร็จนั้นจะเป็นของนักศึกษา

การที่นักศึกษจะสามารถสร้างท่าทีต่อการเรียนให้เป็นที่ไปในเชิงบวกและสร้างสรรค์ได้นั้น ประการแรก นักศึกษาต้องยอมรับว่า ความสำเร็จนั้นขึ้นอยู่กับนักศึกษานั้นเองไม่ใช่ใครอื่น ถ้านักศึกษาได้กำหนด เป้าหมายและวางแผนที่จะสัมฤทธิ์ถึงเป้าหมายแล้ว พลังที่จะผลักดันให้กระทำเช่นนั้นมาจากตัวนักศึกษาเอง เมื่อนั้นนักศึกษาก็จะไม่รู้สึกเลยว่ามิอะไรมายับยั้งตัวนักศึกษาเอง

### 3. แนวความคิดเกี่ยวกับเรียนมหาวิทยาลัย สำคัญที่แรงจูงใจ( ศ.ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ , นิตยสาร : การศึกษาวันนี้,วันที่ 27 มีนาคม 2551)

ผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่ายกับการจัดการอุดมศึกษาไทยต่างแสดงความเป็นห่วงในเรื่องแรงจูงใจของผู้เรียนไทยในการเรียนต่อระดับมหาวิทยาลัยว่า มีผู้เรียนจำนวนมากเลือกเรียนเพียงเพื่อให้ได้ปริญญาเป็นใบเบิกทางเข้าสู่ตำแหน่งงาน โดยไม่ได้ให้ความสนใจในสาขาวิชาที่เรียน จนอาจนำไปสู่ปัญหาแรงงานระดับปริญญาตรีและระดับบัณฑิตศึกษาที่ไม่มีคุณภาพ และเกิดภาวะล้นตลาด ซึ่งหากนักศึกษาจำนวนมากเรียนโดยที่ไม่มีใจรักในสิ่งที่เรียน ย่อมไม่สามารถเข้าถึงแก่นความรู้ในสาขาวิชานั้น ๆ ซึ่งยากในการต่อยอดองค์ความรู้และไม่สามารถประยุกต์ที่เรียนมาใช้พัฒนาประเทศ

ประเด็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษานี้ มีการถกเถียงในประเทศอังกฤษเช่นกัน โดย ศาสตราจารย์ไมค์ ธอร์น (Mike Thorne) รองอธิการบดีมหาวิทยาลัยแองเกลีย รัสกิน (Anglia Ruskin University) กล่าวโทษรัฐบาลอังกฤษที่ทำให้เกิดค่านิยมการเรียนเพื่อเข้าสู่โลกการทำงาน โดยไม่ได้เห็นความสำคัญในสิ่งที่เรียนหรือความรู้ที่ได้อย่างแท้จริง

ศาสตราจารย์ธอร์น กล่าวว่า ปัจจุบันแรงจูงใจในการเรียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยไม่ได้อยู่ที่การรักในสิ่งที่เรียน แต่เกิดจากการเห็นว่าเป็นเหมือนหนังสือเดินทางที่นำไปสู่โลกของการทำงาน มีนักศึกษาส่วนน้อยเท่านั้นที่มีค่านิยมเรียนเพราะเห็นคุณค่าในสิ่งที่เรียน แต่ค่านิยมนี้เริ่มจากหายไป นับตั้งแต่รัฐบาลทำให้มหาวิทยาลัยเป็นเครื่องจักรขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยนโยบายการศึกษาของประเทศหลายข้อถูกผลักดันด้วยประเด็นทางการเงิน

นโยบายการศึกษาของรัฐบาลได้ปรับเปลี่ยนแรงจูงใจของนักศึกษา จากการศึกษาเพื่อแสวงหาความรู้ ไปสู่การศึกษาเพื่อให้ได้งานทำเป็นหลัก ซึ่งแท้จริงแล้วไม่ได้เป็นสิ่งที่นายจ้างทุกคนต้องการ เพราะหากนักศึกษาไม่มีแรงจูงใจที่จะเรียนเพื่อรู้ลึกในสาขาที่ตนเองเรียน แต่เรียนเพียงเพื่อให้ได้ใบปริญญา เมื่อเข้าสู่โลกของการทำงาน พวกเขาจะไม่ให้ความสำคัญกับการทำงานมากไปกว่าเงินเดือนที่จะได้รับเช่นเดียวกัน

ก่อนหน้านี้ ความเชื่อมโยงระหว่างเศรษฐกิจและการศึกษามีไม่มากนัก ลูกดุ่มที่แหว่งไปมาระหว่าง 2 ด้าน มักจะแหว่งไปที่การศึกษามากกว่าเศรษฐกิจ นักศึกษามหาวิทยาลัยจะเห็นคุณค่าและรักในสิ่งที่เรียน แม้ว่าปริญญาบัตรที่ได้รับจะไม่ได้นำไปสู่โลกของการทำงานในภาคธุรกิจก็ตาม แต่อย่างน้อยก็ได้้นำพวกเขาไปสู่โลกของนักวิชาการ ที่มีส่วนสำคัญในการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ให้กับประเทศ ซึ่งนักศึกษามหาวิทยาลัยแองเกลีย รัสกินยังยึดค่านิยมนี้ไว้จนถึงปัจจุบัน

เลwis อีตัน (Lewis Elton) ศาสตราจารย์ (เกียรติคุณ) ยูนิเวอซิตี คอลเลจ ลอนดอน (University College London) ได้ออกมาแสดงความคิดเห็นในมุมมองข้าม กล่าวว่า ความคิดของศาสตราจารย์ธอร์นไม่ใช่สิ่งผิด แต่หากมองอีกด้าน มหาวิทยาลัยมีบทบาทและภารกิจได้เพียงการ

เตรียมความพร้อมนักศึกษาสำหรับการใช้ชีวิตจริงในโลกของการทำงาน แต่ไม่สามารถเข้าไปเปลี่ยนแปลงจิตใจในการเรียนของนักศึกษาได้ อีกทั้ง บรรดานายจ้างไม่ได้กำหนดชัดว่าพวกเขาต้องการพนักงานที่มีแรงจูงใจที่ถูกต้องทั้งในการเรียนและการทำงานหรือไม่ แต่สิ่งที่พวกเขาต้องการคือ ความสามารถในการทำงาน

แม้ว่า แรงจูงใจในการเรียนที่เกิดจากการรักสิ่งที่เรียนมีความสำคัญ แต่ไม่ได้คิดอะไร หากนักศึกษาจะศึกษาต่อมหาวิทยาลัยในบางสาขา โดยมีความตั้งใจแน่วแน่ว่าได้ไปปริญญา เพื่อเป็นใบเบิกทางเข้าสู่การทำงานในสาขาที่ตนเองสนใจ ซึ่งส่วนใหญ่มักจะเข้าไปทำงานกับภาคธุรกิจ

อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่พบและเป็นประเด็นถกเถียงกันคือ นักศึกษาจำนวนมากไม่ได้ตั้งเป้าหมายตั้งแต่แรกว่า จะเรียนสาขาใดหรือจบออกไปจะประกอบอาชีพใด แรงจูงใจในการเรียนคือ เรียนอะไรก็ได้เพื่อให้ได้ไปปริญญา ความรักในสิ่งที่เรียน และความตั้งใจในการเรียนจึงมีน้อย

ลักษณะของนักศึกษาที่เรียนเพื่อให้ได้ไปปริญญาคือ เลือกเรียนสาขาอะไรก็ได้ที่เรียนไม่ยาก จบง่าย หรือไม่สนใจว่าความรู้ที่ได้นั้นสามารถนำไปใช้ในโลกรของการทำงานได้หรือไม่ ไม่ได้ตั้งใจอย่างแน่วแน่ว่าจะเข้ามาตัดดวงเอาความรู้จากมหาวิทยาลัยให้ได้มากที่สุด พฤติกรรมการเรียนจะมีในลักษณะ เข้าเรียนบ้างไม่เข้าเรียนบ้าง อาศัยการถ่ายเอกสารจากสมุดบันทึกคำบรรยายของอาจารย์เพื่อน หรือเอกสารที่แจกในห้องเรียน เอาไว้อ่านช่วงใกล้สอบ นักศึกษาบางคนเรียนไปเรื่อย ๆ เมื่อเกิดความเบื่อหน่ายในสิ่งที่เรียนก็ใช้วิธีเปลี่ยนสาขาวิชาเอกหรือเปลี่ยนคณะ หรือร้ายแรงที่สุดคือ ลาออกจากมหาวิทยาลัย พฤติกรรมดังกล่าวก่อให้เกิดความสูญเปล่าของงบประมาณประเทศ เพราะค่าเล่าเรียนของนักศึกษากว่าครึ่งเป็นเงินงบประมาณประเทศ แต่กลับไม่ได้รับผลตอบแทนเป็นบัณฑิตที่มีคุณภาพป้อนเข้าสู่ตลาดแรงงานและสังคม หรือนักวิชาการแต่ละสาขาวิชาต่าง ๆ ที่จะมาสร้างองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อประเทศ

ในทางตรงข้ามกับนักศึกษาที่มีแรงจูงใจในการเรียน เพื่อได้วิชาความรู้ที่สำคัญต่อการก้าวเข้าสู่โลกของการทำงาน หรือโลกของนักวิชาการ จะมีพฤติกรรมที่แสดงออกแตกต่างจากข้างต้นคือ นักศึกษาจะมีเป้าหมายว่าต้องการเรียนในสาขาวิชาหรือคณะใด โดยตั้งใจอย่างแน่วแน่ว่าจะเชี่ยวชาญในสาขาวิชานั้น ๆ เพื่อไปเป็นนักวิชาการ หรือทำงานในบริษัทหรือหน่วยงานที่รับคนที่จบในสาขาดังกล่าว ในการเรียนจะมีความตั้งใจมากกว่านักศึกษาที่มีแรงจูงใจอยู่ที่ใบปริญญา

ดังนั้น การมีแรงจูงใจเพื่อการแสวงหาตัดดวงความรู้ รวมถึงการมีเป้าหมายที่ชัดเจนในการเข้าเรียนระดับมหาวิทยาลัยเป็นสิ่งสำคัญ ย่อมจะได้จากประโยชน์การเรียนให้ตนเอง คุณภาพ มีความสุขในการเรียนรู้ในสาขานั้น ๆ และสามารถเข้าสู่โลกของการทำงานในภาคธุรกิจ หรือโลกของนักวิชาการได้อย่างมีความพร้อม

การส่งเสริมแรงจูงใจการเรียนรู้ ( <http://std.kku.ac.th> )

บทบาทของครูเกี่ยวกับการส่งเสริมแรงจูงใจของนักเรียน และบทบาทของครูเกี่ยวกับการส่งเสริมแรงจูงใจของนักเรียน อาจแบ่งเป็น 3 อย่างดังต่อไปนี้

- การปรับปรุงวิธีการสอนของครูโดยตรง
- ทำงานร่วมกับนักเรียน เพื่อช่วยส่งเสริมแรงจูงใจของนักเรียน
- ทำงานร่วมกับผู้ปกครอง เพื่อช่วยส่งเสริมแรงจูงใจของนักเรียน

### 1. การปรับปรุงวิธีการสอนของครูโดยตรง

- ครูควรจัดห้องเรียนให้มีบรรยากาศที่ท้าทายความอยากรู้อยากเห็นของนักเรียน
- บอกวัตถุประสงค์ของบทเรียนเฉพาะของบทเรียนให้นักเรียนทราบ
- พยายามให้ข้อมูลย้อนกลับแก่นักเรียน
- พยายามพบนักเรียนเป็นรายบุคคล
- ครูต้องเป็นตัวแบบในการแสดงความกระตือรือร้นในเวลาที่สอน

### 2. ทำงานร่วมกับนักเรียน เพื่อช่วยส่งเสริมแรงจูงใจของนักเรียน

นักเรียนส่วนมากต้องการความช่วยเหลือจากครูในการสนับสนุนให้รับผิดชอบในงานที่ตนทำ ซึ่งอาจจะทำได้โดยดังต่อไปนี้

- ช่วยนักเรียนตั้งวัตถุประสงค์ในการเรียนรู้วิชาต่างๆ
- ให้นักเรียนรู้จักการวางแผนในการทำงานทั้งระยะสั้นและระยะยาว
- ช่วยนักเรียนวิเคราะห์สาเหตุของความสำเร็จหรือไม่สำเร็จ
- ช่วยให้นักเรียนเห็นคุณค่าของการทำงาน

### 3. ทำงานร่วมกับผู้ปกครอง เพื่อช่วยส่งเสริมแรงจูงใจของนักเรียน

- ส่งเสริมให้ผู้ปกครองมาพบและแจ้งให้ผู้ปกครองทราบถึงความก้าวหน้าทางการเรียนของนักเรียน ขอความร่วมมือจากผู้ปกครองให้ช่วยส่งเสริมแรงจูงใจในการเรียนรู้ของนักเรียน

- วางแผนร่วมกับผู้ปกครองเกี่ยวกับการใช้เวลาของนักเรียนเวลาอยู่บ้าน
- สนับสนุนให้ผู้ปกครองร่วมในกิจกรรมของโรงเรียน

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 1. งานวิจัยในประเทศ

พวงทอง วิโรจนการ (2534 : 78) ได้ทดลองโดยการเปรียบเทียบความเข้าใจในการอ่านและความสามารถทางการเขียนและแรงจูงใจของนักศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 ที่ได้รับการสอนโดยวิธีมุ่งประสบการณ์ภาษา กับวิธีการสอนตามคู่มือครู มีความเข้าใจในการอ่านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**ชลธาร รวมธรรม (2533)** ได้ศึกษาผลสัมฤทธิ์และแรงจูงใจในการเรียนวิชาภาษาไทยของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ที่สอนโดยใช้กิจกรรมแบบล่าคำตอบและกิจกรรมตามคู่มือครู ผลการศึกษาพบว่า นักเรียนที่ได้รับการสอนโดยใช้กิจกรรมแบบล่าคำตอบและกิจกรรมตามคู่มือครู มีแรงจูงใจในการเรียนวิชาภาษาไทยแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

**นภตล บัวสาย (2545 : 82)** ได้ศึกษาแรงจูงใจในการเรียนวิชาภาษาไทย ของนักเรียนที่ได้รับการสอนโดยใช้บทเรียนสำเร็จรูปการ์ตูนกับการสอนตามคู่มือครู แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

**อัญชลา ศาสตร์สุภาพ ( 2549 : 65-66)** ได้ศึกษาแรงจูงใจในการเรียนวิชาภาษาไทย ที่ได้รับการสอนโดยใช้บทเรียนสำเร็จรูปการ์ตูนกับการสอนแบบปกติ มีแรงจูงใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

## 2. งานวิจัยต่างประเทศ

**พิมส์เลอร์ แมคอนท์และรูท ( Pimsleur McIntyre & Ruth 1966 : 175-214)** ได้ศึกษา พบว่า แรงจูงใจกับความสามารถทางภาษามีความสัมพันธ์กันในทางบวก และแรงจูงใจเป็นองค์ประกอบสำคัญในการเรียนภาษาต่างประเทศ

**คาร์มา ( Kharmar 1971 : 109-11)** ได้ทำการสำรวจแรงจูงใจของผู้เรียนภาษาอังกฤษระดับกลางในประเทศคูเวต ผลการวิจัยพบว่า ความสนใจและแรงจูงใจของผู้เรียนขึ้นอยู่กับครูผู้สอน และเนื้อหาที่ใช้สอนสอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนมาก ผู้เรียนก็จะมี ความสนใจและแรงจูงใจมากขึ้นด้วย

กล่าวโดยสรุป จากการวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศ พบว่า แรงจูงใจกับความสามารถทางภาษามีความสัมพันธ์กันในทางบวก และแรงจูงใจเป็นองค์ประกอบสำคัญในการเรียนภาษา การที่จะให้ผู้เรียนมีความสนใจและแรงจูงใจเป็นไปในทางบวกก็ขึ้นอยู่กับผู้สอน และเนื้อหาที่ใช้สอนสอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนมาก ผู้เรียนก็จะมี ความสนใจและแรงจูงใจมากขึ้นด้วย

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ” ผู้ศึกษาใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยวิธีวิจัยแบบสำรวจ (Survey Research) ทำการสำรวจแบบวัดครั้งเดียว (One-Shot Descriptive Study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ โดยมีระเบียบวิธีวิจัยดังต่อไปนี้

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้สอบถามแรงจูงใจในการเรียนวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต มี 2 กลุ่ม ได้แก่

1) จำนวนประชากรเป็นนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียน วิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ในภาคเรียนที่ 1/2553 จำนวนรวม 353 คน โดยเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาสื่อสารการตลาด คณะนิเทศศาสตร์ 104 คน และมีนักศึกษาจากสาขาวิชาอื่น ๆ มาลงทะเบียนเรียนอีกจำนวน 249 คน โดยเรียนเป็นวิชาเลือก (วิชาโท) และวิชาเลือกเสรี (ข้อมูลจากห้องทะเบียนมหาวิทยาลัยรังสิต ภาคเรียนที่ 1/2553 )

2) จำนวนประชากรเป็นนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียน วิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ในภาคเรียนที่ 2/2553 จำนวนรวม 275 คน โดยเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาสื่อสารการตลาด คณะนิเทศศาสตร์ 24 คน และมีนักศึกษาจากสาขาวิชาอื่น ๆ มาลงทะเบียนเรียนอีกจำนวน 251 คน โดยเรียนเป็นวิชาเลือก (วิชาโท) และวิชาเลือกเสรี (ข้อมูลจากห้องทะเบียนมหาวิทยาลัยรังสิต ภาคเรียนที่ 2 /2553)

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวนตัวอย่างที่เป็นนักศึกษานี้ ผู้วิจัยกำหนดไว้ 50 % จากจำนวนนักศึกษารวมทั้งหมด 628 คน ได้ตัวอย่าง 314 คน ผู้วิจัยกำหนดจากนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ในภาคเรียนที่ 1 และ 2 ปีการศึกษา 2553

1.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง งานวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ( Accidental Sampling) เป็นการสุ่มที่หน่วยตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาซึ่งลงทะเบียนเรียนวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ในภาคเรียนที่ 1 และ 2 / 2553 ที่สามารถให้ข้อมูลตามที่ต้องการ การเก็บรวบรวมข้อมูลจึงเป็นการเก็บจากหน่วยตัวอย่างที่พบหรือเท่าที่จะหาได้จนครบตามจำนวนที่กำหนด

ไว้ ดังนั้น หน่วยตัวอย่างอาจจะพบโดยบังเอิญหรือเจาะจงก็ได้ ( วันทนีย์ ชูศิลป์, 2528: 126 ) ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะเก็บตัวอย่างในมหาวิทยาลัยรังสิต ตามสถานที่ที่มีนักศึกษาสาขาวิชาสื่อสารการตลาด เช่น ห้องเรียนวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และอาคารเรียนคณะนิเทศศาสตร์ เป็นต้น ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาให้มีความหลากหลายทั้งด้านเพศและระดับชั้นปี การศึกษาให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

## 2. ตัวแปรที่ศึกษา

2.1 ตัวแปรต้น คือ ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของนักศึกษามี 6 ตัวแปร ได้แก่ เพศชายกับเพศหญิง อายุ 17-18 ปี 19-20 ปี 21-22 ปี และมากกว่า 22 ปี ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1-4 เกรดเฉลี่ยสะสม ปัจจุบันตั้งแต่เกรด 1.0-1.5 เกรด 1.5-2.0 เกรด 2.0-2.5 เกรด 2.5-3.0 เกรด 3.0-3.5 และเกรด 3.5-4.0 เรียนวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เป็นกลุ่มวิชาชีพบังคับ(วิชาเอก) วิชาชีพเลือก(วิชาโท) หรือวิชาเลือกเสรี รวมทั้งข้อมูลเกี่ยวกับคณะและสาขาวิชาที่กำลังศึกษาอยู่

2.2 ตัวแปรตาม คือ ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนของนักศึกษาในรายวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในภาคเรียนที่ 1,2 /2553 มี 7 ด้าน คือ 1. ความสำเร็จและความก้าวหน้าในการเรียน 2. การยอมรับนับถือและความสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อนร่วมชั้นเรียน 3. ความรับผิดชอบต่อลักษณะกิจกรรมที่ปฏิบัติในการเรียน 4. การปกครองบังคับบัญชาของอาจารย์ผู้สอน 5. เหน็ดในการเรียนการสอนของรายวิชา 6. เกรดและระดับผลการเรียน และ 7.บรรยากาศและสภาพแวดล้อมในการเรียน

## 3. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Questionnaire) 1 ชุดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการสัมภาษณ์นักศึกษารายวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในภาคเรียนที่ 1,2/2553 คือ แบบสอบถามที่เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนวิชา การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC 111) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต ใช้สอบถามตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียน วิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ในภาคเรียนที่ 1-2 /2553 จำนวนรวม 314 คน โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลประชากร เพศ อายุ ผลการศึกษาและระดับชั้นปีการศึกษาที่ศึกษาอยู่

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต

แนวคำถามที่ใช้ในแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต มาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก



(In-depth interview) กับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยรังสิต ที่เรียนวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ โดยการอัดเสียงและจดบันทึก และแบบประเมินการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัยรังสิต ภาคเรียนที่ 1-2 / 2553 หลังจากให้นำข้อมูลมาสร้างแบบสอบถาม ผู้วิจัยจะได้นำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญทางวิชาการเฉพาะด้านการจัดการเรียนการสอนตรวจสอบและแก้ไข จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปปรับปรุงแก้ไขอีกครั้ง เพื่อนำไปใช้ในการทำ Pre-test กับนักศึกษา 10 คน

#### การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

หลังจากที่ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแก้แล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดสอบ (Pre-Test) นักศึกษาที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับตัวอย่างจำนวน 10 คน เพื่อปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ หลังจากนั้น จึงได้นำข้อมูลที่ได้มาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวัดความสอดคล้องภายใน ( Internal Consistency ) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์ Alpha ของ Cronbach ยอมรับที่ค่าความเชื่อมั่น 0.95 ปรากฏค่าความสอดคล้องตามเกณฑ์ต่อไปนี้

#### เกณฑ์การให้คะแนนปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจ

ระดับความคิดเห็น	มากที่สุด	5	คะแนน
	มาก	4	คะแนน
	ปานกลาง	3	คะแนน
	น้อย	2	คะแนน
	น้อยที่สุด	1	คะแนน

#### **4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล**

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากตัวอย่างด้วยตนเอง มีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แนะนำตัวผู้วิจัยและขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจากนักศึกษาผู้เรียนในรายวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในภาคเรียนที่ 1,2 ปีการศึกษา 2553 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาผู้เรียนจำนวนรวม 314 คน และส่งแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถาม (Self-Administered Questionnaire) และผู้วิจัยเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง ใช้เวลาเก็บรวบรวมข้อมูลในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2553 เป็นเวลารวม 1 เดือน และใช้เวลาในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2553 อีก 1 เดือน ได้แบบสอบถามคืนจำนวน 314 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100.00 แล้วนำไปวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสรุปผลการวิจัย



## 5. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

1. สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) ในการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ในการอธิบายข้อมูลทางประชากรและปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

2. การจำแนกกลุ่มตัวแปรด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

เมื่อได้รับแบบสอบถามคืนมาแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามแล้วนำมาวิเคราะห์และประมวลผล การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์และประมวลผลตามระดับความคิดเห็นเป็นจำนวน(คน) ร้อยละ(Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ชั้นปีที่กำลังศึกษาอยู่ เกรดเฉลี่ยสะสมปัจจุบัน เรียนเป็นกลุ่มวิชาใด คณะและสาขาวิชาที่กำลังศึกษาอยู่ วิเคราะห์ข้อมูลโดยแจกแจงความถี่ หาค่าสถิติร้อยละ

2. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนวิชาIMC111การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ยโดยรวมของแต่ละปัจจัย (X)

3. การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนรายวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ในภาคเรียนที่ 1,2 /2553 โดยเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยโดยรวมของแต่ละปัจจัย เกณฑ์การให้คะแนนสำหรับแบบสอบถามที่เป็นมาตราส่วนประมาณค่าโดยกำหนดน้ำหนักคะแนน คือ

ค่าเฉลี่ยโดยรวม 4.50-5.00	หมายถึง	ระดับแรงจูงใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.50-4.49	หมายถึง	ระดับแรงจูงใจมาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม 2.50-3.49	หมายถึง	ระดับแรงจูงใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ยโดยรวม 1.50-2.49	หมายถึง	ระดับแรงจูงใจน้อย
ค่าเฉลี่ยโดยรวม 1.00-1.49	หมายถึง	ระดับแรงจูงใจน้อยที่สุด

## บทที่ 4

### ผลการศึกษาวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง “การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ” ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ การวิเคราะห์เชิงพรรณนา ใช้การบรรยายข้อมูล โดยวิธีการแจกแจงความถี่ (Frequency) สถิติร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่ออธิบายผลการวิจัย โดยมีผลการศึกษาดังต่อไปนี้

#### ผลการวิจัยจากแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

(n = 314)

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
หญิง	216	68.79
ชาย	98	31.21
รวม	314	100

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คือ เพศหญิง 216 คน คิดเป็นร้อยละ 68.79 และเพศชาย 98 คน คิดเป็นร้อยละ 31.21

**ตารางที่ 4** แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

(n = 314)

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
17 – 18 ปี	23	7.32
19 – 20 ปี	120	38.22
<b>21 – 22 ปี</b>	<b>146</b>	<b>46.50</b>
มากกว่า 22 ปี	25	7.96
<b>รวม</b>	<b>314</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 22 ปี จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 รองลงมาคืออายุระหว่าง 19 – 20 ปี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 38.22 อายุมากกว่า 22 ปี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 7.96 และมีอายุระหว่าง 17 – 18 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 7.32 ซึ่งมีจำนวนน้อยที่สุด

**ตารางที่ 5** แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับชั้นปีการศึกษา

(n = 314)

ระดับชั้นปีการศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ปี1 (รหัส 53)	52	16.56
ปี2 (รหัส 52)	49	15.61
<b>ปี3 (รหัส 51)</b>	<b>137</b>	<b>43.63</b>
ปี4 (รหัส 50)	76	24.20
<b>รวม</b>	<b>314</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่3 (รหัส 51) คือ 137 คน คิดเป็นร้อยละ 43.63 รองลงมาเป็นระดับชั้นปีที่4 (รหัส 50) จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 24.20 ระดับชั้นปีที่1 (รหัส 53) จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 16.56 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ ระดับชั้นปีที่2 (รหัส 52) เป็นจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 15.61

**ตารางที่ 6** แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเกรดเฉลี่ยสะสมปัจจุบัน

(n = 314)

เกรดเฉลี่ยสะสมปัจจุบัน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ยังไม่ทราบเกรดเฉลี่ย	46	14.65
เกรด 1.5 - 2.0	10	3.18
เกรด 2.0 - 2.5	75	23.89
<b>เกรด 2.5 - 3.0</b>	<b>99</b>	<b>31.53</b>
เกรด 3.0 - 3.5	66	<b>31.53</b>
เกรด 3.5 - 4.0	18	5.73
<b>รวม</b>	<b>314</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเกรดเฉลี่ยสะสมปัจจุบัน 2.5-3.0 มีจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 31.53 รองลงมาคือ มีเกรดเฉลี่ยสะสมปัจจุบัน 2.0-2.5 จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 23.89 มีเกรดเฉลี่ยสะสมปัจจุบัน 3.0-3.5 จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 21.02 ยังไม่ทราบเกรดเฉลี่ย จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 14.65 มีเกรดเฉลี่ยสะสมปัจจุบัน 3.5-4.0 จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 5.73 มีเกรดเฉลี่ยสะสมปัจจุบัน 1.5-2.0 จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.18

**ตารางที่ 7** แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามกลุ่มวิชาที่เลือกเรียน

(n = 314)

กลุ่มวิชาที่เลือกเรียน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
วิชาเอก	63	20.06
<b>วิชาโท</b>	<b>150</b>	<b>47.77</b>
วิชาเลือกเสรี	101	32.17
<b>รวม</b>	<b>314</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเรียนเป็นกลุ่มวิชาโท จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 47.77 รองลงมาเลือกเรียนเป็นกลุ่มวิชาเลือกเสรี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 32.17 และเรียนเป็นกลุ่มวิชาเอก จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 20.06

**ตารางที่ 8** แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามคณะและสาขาวิชาที่กำลังศึกษาอยู่  
(n = 314)

คณะและสาขาวิชา ที่กำลังศึกษาอยู่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>(คณะนิเทศศาสตร์)</b>	<b>(166)</b>	<b>(52.86)</b>
-สาขาวิชาสื่อสารการตลาด	63	20.06
-สาขาวิชาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์	29	9.24
-สาขาวิชา 멀티มีเดีย	21	6.69
-สาขาวิชาการโฆษณา	19	6.05
-สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์	19	6.05
-สาขาวิชาวารสารศาสตร์	10	3.18
-สาขาวิชาการภาพยนตร์และวีดิทัศน์	5	1.59
<b>(คณะบริหารธุรกิจ)</b>	<b>(90)</b>	<b>(28.66)</b>
-สาขาวิชาโลจิสติกส์	56	17.83
-สาขาวิชาการตลาด	30	9.55
-สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม	3	0.96
-สาขาวิชาการจัดการ	1	0.32
<b>(คณะศิลปศาสตร์)</b>	<b>(54)</b>	<b>(17.20)</b>
-สาขาวิชาภาษาอังกฤษ	43	13.70
-สาขาวิชาภาษาจีน	8	2.55
-สาขาวิชาภาษาไทย	2	0.64
-สาขาวิชาภาษาฝรั่งเศส	1	0.32
<b>(คณะศิลปะและการออกแบบ)</b>	<b>(3)</b>	<b>(0.96)</b>
-สาขาวิชาการออกแบบภายใน	3	0.96
<b>(คณะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว&amp;การบริการ)</b>	<b>(1)</b>	<b>(0.32)</b>
-สาขาวิชาการท่องเที่ยว	1	0.32
<b>รวม</b>	<b>314</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในคณะนิเทศศาสตร์จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 52.86 โดยศึกษาอยู่ในสาขาวิชาสื่อสารการตลาด จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 20.06 สาขาวิชาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 9.24 สาขาวิชา มัลติมีเดีย จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 6.69 สาขาวิชาการโฆษณา จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 6.05 สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 6.05 สาขาวิชาวารสารศาสตร์ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.18 และสาขาวิชาการภาพยนตร์และวีดิทัศน์ จำนวน 5 คน คิดเป็น ร้อยละ 1.59

รองลงมากำลังศึกษาอยู่ในคณะบริหารธุรกิจ จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 28.66 โดยศึกษา อยู่ในสาขาวิชาโลจิสติกส์ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 17.83 สาขาวิชาการตลาด จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 9.55 สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.96 และ สาขาวิชาการจัดการ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.32

รองลงมากำลังศึกษาอยู่ในคณะศิลปศาสตร์ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 17.20 โดยศึกษา อยู่ในสาขาวิชาภาษาอังกฤษ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 13.70 สาขาวิชาภาษาจีน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.55 สาขาวิชาภาษาไทย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.64 และสาขาวิชาภาษา ฝรั่งเศส จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.32

รองลงมากำลังศึกษาอยู่ในคณะศิลปะและการออกแบบ โดยศึกษาอยู่ในสาขาวิชาการ ออกแบบภายใน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.96

และกำลังศึกษาอยู่ในคณะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ เป็นจำนวนน้อย ที่สุด โดยศึกษาอยู่ในสาขาวิชาการท่องเที่ยว จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.32

## ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

**ตารางที่ 9** แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านความสำเร็จและความก้าวหน้าในการเรียน

1. ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านความสำเร็จและความก้าวหน้าในการเรียน	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ยรวม (Mean)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (คน) ร้อยละ	จำนวน (คน) ร้อยละ	จำนวน (คน) ร้อยละ	จำนวน (คน) ร้อยละ	จำนวน (คน) ร้อยละ	จำนวน (คน) ร้อยละ	
1.ข้าพเจ้าตั้งใจเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพราะเป็นวิชาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน	68 (21.66)	<b>193</b> <b>(61.46)</b>	50 (15.92)	3 (0.96)	0 (0)	<b>314</b> <b>(100)</b>	4.04
2.ข้าพเจ้าเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อจะนำความรู้ไปใช้ประกอบวิชาชีพด้านสื่อสารการตลาดต่อไป	106 (33.76)	<b>154</b> <b>(49.04)</b>	50 (15.92)	3 (0.96)	1 (0.32)	<b>314</b> <b>(100)</b>	4.15
3.ถ้าเป็นไปได้ข้าพเจ้าอยากให้ลดเวลาเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพราะไม่มีความสำคัญต่อการใช้ชีวิตประจำวัน	7 (2.23)	10 (3.18)	42 (13.38)	121 (38.54)	<b>134</b> <b>(42.68)</b>	<b>314</b> <b>(100)</b>	1.84
4.กิจกรรมในวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ทำให้นักศึกษามีโอกาสใช้ความสามารถที่มีอยู่อย่างเต็มที่	56 (17.83)	<b>183</b> <b>(58.28)</b>	71 (22.61)	4 (1.27)	0 (0)	<b>314</b> <b>(100)</b>	3.93
5.ข้าพเจ้าคิดว่าวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ มีประโยชน์เฉพาะในห้องเรียนเท่านั้น	4 (1.27)	13 (4.14)	67 (21.34)	<b>155</b> <b>(49.36)</b>	75 (23.89)	<b>314</b> <b>(100)</b>	2.10
6.ข้าพเจ้าเรียนอย่างตั้งใจเพราะวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อเป็นแนวทางในการเรียนวิชาอื่นๆ	86 (27.39)	<b>174</b> <b>(55.41)</b>	53 (16.88)	0 (0)	1 (0.32)	<b>314</b> <b>(100)</b>	4.10
7.หลังจากการเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการแล้วทำให้อยากหาความรู้เพิ่มเติมอีก	82 (26.11)	<b>163</b> <b>(51.91)</b>	64 (20.38)	5 (1.59)	0 (0)	<b>314</b> <b>(100)</b>	4.03
8.การเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการนั้นสำคัญ มีประโยชน์มาก ข้าพเจ้าจึงเรียนวิชานี้ด้วยความตั้งใจเอาใจใส่ฝึกฝนค้นคว้าอยู่เสมอ	73 (23.25)	<b>170</b> <b>(54.14)</b>	66 (21.02)	4 (1.27)	1 (0.32)	<b>314</b> <b>(100)</b>	3.99

9.ความรู้วิชาIMC111การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ไม่ส่งผลให้การเรียนรู้วิชาอื่นดีขึ้นซ้ำพเจ้ารู้สึกต้องทนเรียนทั้งที่ไม่อยากเรียน	6 (1.91)	16 (5.1)	22 (7.01)	97 (30.89)	173 (55.1)	314 (100)	1.68
10.ซ้ำพเจ้ามีความรู้ความเข้าใจเนื้อหาวิชา IMC111การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่อาจารย์สอนทุกครั้ง	71 (22.61)	168 (53.50)	72 (22.93)	3 (0.96)	0 (0)	314 (100)	3.98
11.ซ้ำพเจ้ารู้และเข้าใจเรื่องคุณธรรมและจริยธรรมที่อาจารย์สอนสอดแทรกและส่งเสริมนักศึกษาในวิชา IMC111การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	74 (23.57)	157 (50)	80 (25.48)	3 (0.96)	0 (0)	314 (100)	3.96
12.ซ้ำพเจ้าเกิดการเรียนรู้และค้นคว้าด้วยตนเองจากกิจกรรมการเรียนรู้วิชา IMC111การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่อาจารย์ให้ทำ	62 (19.75)	174 (55.41)	72 (22.93)	6 (1.91)	0 (0)	314 (100)	3.93
13. ซ้ำพเจ้าได้รับประโยชน์จากการเฉลยคำแนะนำ ตรวจสอบ ติดตามผลการเรียนรู้วิชาIMC111การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จากอาจารย์อย่างต่อเนื่อง	133 (42.36)	129 (41.08)	52 (16.56)	0 (0)	0 (0)	314 (100)	4.26
ค่าเฉลี่ยรวมของระดับความคิดเห็น							3.5

จากตารางที่ 9 พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านความสำเร็จและความก้าวหน้าในการเรียน ระดับความคิดเห็นคิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.5 ดังนี้

- จากการตั้งใจเรียนวิชา IMC111การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพราะเป็นวิชาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ระดับความคิดเห็นมาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 61.46 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 21.66 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 15.92 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.96 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.04 ตามลำดับ
- จากการเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อจะนำความรู้ไปใช้ประกอบวิชาชีพด้านสื่อสารการตลาดต่อไป ระดับความคิดเห็นมาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 49.04 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 33.76 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 15.92 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.96 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.32 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.15 ตามลำดับ



- จากการอยากให้ลดเวลาเรียนวิชาIMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพราะไม่มีความสำคัญต่อการใช้ในชีวิตประจำวันระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 42.68 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 38.54 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 13.38 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.18 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.23 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.84 ตามลำดับ

- จากการทำกิจกรรมในวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ทำให้นักศึกษามีโอกาสใช้ความสามารถที่มีอยู่อย่างเต็มที่ ระดับความคิดเห็นมาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 58.28 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 22.61 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 17.83 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.27 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.93 ตามลำดับ

- จากการคิดว่าวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีประโยชน์เฉพาะในห้องเรียนเท่านั้น ระดับความคิดเห็นน้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 49.36 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 23.89 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 21.34 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.14 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.27 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.10 ตามลำดับ

- จากการเรียนอย่างตั้งใจเพราะวิชาIMC111การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อเป็นแนวทางในการเรียนวิชาอื่น ระดับความคิดเห็นมาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 55.41 รองลงมา คือ มากที่สุดมีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 27.39 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 16.88 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.32 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.10 ตามลำดับ

- จากการเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการแล้ว ทำให้อยากหาความรู้เพิ่มเติมอีก ระดับความคิดเห็นมาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 51.91 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 26.11 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 20.38 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.59 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.03 ตามลำดับ

- จากการเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ นั้นสำคัญและมีประโยชน์มาก ข้าพเจ้าจึงเรียนวิชานี้ด้วยความตั้งใจ เอาใจใส่และฝึกฝนค้นคว้าอยู่เสมอ ระดับความคิดเห็นมากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 54.14 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 21.02 รองลงมาคือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.27 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.32 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.99 ตามลำดับ

- จากความรู้วิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ไม่ส่งผลให้การเรียนวิชาอื่นดีขึ้น ข้าพเจ้ารู้สึกต้องทนเรียนทั้งที่ไม่อยากเรียน ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 55.1 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 30.89 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 7.01 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 5.1 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.91 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.68 ตามลำดับ

- จากการมีความรู้ความเข้าใจเนื้อหาวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ที่อาจารย์สอนทุกครั้ง ระดับความคิดเห็น มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 22.93 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 22.61 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.96 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.98 ตามลำดับ

- จากการรู้และเข้าใจเรื่องคุณธรรมและจริยธรรมที่อาจารย์สอนสอดแทรกและส่งเสริมนักศึกษาในวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ระดับความคิดเห็นมากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 25.48 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 23.57 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.96 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.96 ตามลำดับ

- จากการเกิดการเรียนรู้และค้นคว้าด้วยตนเองจากกิจกรรมการเรียนวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ที่อาจารย์ให้ทำระดับความคิดเห็นมากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 174 คน คิดเป็นคือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 22.93 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.91 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.93 ตามลำดับ

- จากการได้รับประโยชน์จากการเฉลย คำแนะนำ ตรวจสอบ การติดตามผล การเรียนรู้วิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จากอาจารย์อย่างต่อเนื่อง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 42.36 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 41.08 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 16.56 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.26 ตามลำดับ

**ตารางที่ 10** แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านการยอมรับนับถือและความสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อนร่วมชั้นเรียน

2. ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านการยอมรับนับถือและความสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อนร่วมชั้นเรียน	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ยรวม (Mean)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (คน) ร้อยละ	จำนวน (คน) ร้อยละ	จำนวน (คน) ร้อยละ	จำนวน (คน) ร้อยละ	จำนวน (คน) ร้อยละ	จำนวน (คน) ร้อยละ	
14.ถ้าข้าพเจ้าถูกขอให้ช่วยกิจกรรมวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ข้าพเจ้าจะพึงเคย	4 (1.27)	28 (8.92)	50 (15.92)	123 (39.17)	109 (34.71)	314 (100)	2.03
15.ข้าพเจ้ามีการทำงานร่วมกันในกิจกรรมการเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่อาจารย์ส่งเสริมให้ทำ	50 (15.92)	159 (50.64)	97 (30.89)	6 (1.91)	2 (0.64)	314 (100)	3.79
16.ในช่วงโมเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ข้าพเจ้าอภิปรายแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนเรียนรู้กันจากการที่อาจารย์เปิดโอกาสให้ทำ	36 (11.46)	115 (36.62)	131 (41.72)	28 (8.92)	4 (1.27)	314 (100)	3.48
ค่าเฉลี่ยรวมของระดับความคิดเห็น							3.1

จากตารางที่ 10 พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านการยอมรับนับถือและความสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อนร่วมชั้นเรียน ระดับความคิดเห็นคิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.1 ดังนี้

- จากเมื่อถูกขอให้ช่วยกิจกรรมวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ข้าพเจ้าจะพึงเคยระดับความคิดเห็นน้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 39.17 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 34.71 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 15.92 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 8.92 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.27 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.03 ตามลำดับ

- จากการมีการทำงานร่วมกันในกิจกรรมการเรียนรู้วิชา IMC111 การสื่อสาร การตลาดแบบบูรณาการ ที่อาจารย์ส่งเสริมให้ทำ ระดับความคิดเห็นมาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 50.64 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 30.89 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 15.92 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.91 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.64 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.79 ตามลำดับ

- จากในชั่วโมงเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ข้าพเจ้า ได้อภิปราย แสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันจากการที่อาจารย์เปิดโอกาสให้ทำ ระดับความคิดเห็นปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 41.72 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 36.62 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 11.46 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 8.92 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.27 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.48 ตามลำดับ

**ตารางที่ 11** แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้าน ความรับผิดชอบต่อลักษณะกิจกรรมที่ปฏิบัติในการเรียน

3. ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านความ รับผิดชอบ ต่อลักษณะกิจกรรมที่ปฏิบัติใน การเรียน	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย รวม (Mean)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (คน) ร้อยละ	จำนวน (คน) ร้อยละ	จำนวน (คน) ร้อยละ	จำนวน (คน) ร้อยละ	จำนวน (คน) ร้อยละ	จำนวน (คน) ร้อยละ	
17.เมื่ออาจารย์ต้องการอาสา สมัครเพื่อสาริการจ้ดกิจกรรมการเรียน วิชาIMC111การสื่อสารการตลาดแบบ บูรณาการ ข้าพเจ้าจะหลบไปนั่งหลังชั้น	8 (2.55)	20 (6.37)	82 (26.11)	117 (37.26)	87 (27.71)	314 (100)	2.19
18.ข้าพเจ้าพยายามหลบหน้าเมื่ออาจารย์ เรียกให้ตอบคำถาม	6 (1.91)	9 (2.87)	66 (21.02)	135 (42.99)	98 (31.21)	314 (100)	2.01
19.ชั่วโมงที่อาจารย์สอนเนื้อหา วิชาIMC 111การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ยุ่ง ยากซับซ้อนข้าพเจ้าจะนำงานอื่นขึ้นมาทำ	1 (0.32)	21 (6.69)	26 (8.28)	106 (33.76)	160 (50.96)	314 (100)	1.72
20.ข้าพเจ้าจะรีบทำแบบฝึกหัดวิชาIMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการตามที่ อาจารย์สั่งโดยไม่ต้องให้ใครเตือน	71 (22.61)	125 (39.81)	100 (31.85)	16 (5.1)	2 (0.64)	314 (100)	3.79

21. ชั่วโมงใดที่วิชา IMC111 การสื่อสาร การตลาดแบบบูรณาการ จัดการเรียนการสอนแบบอภิปรายหรือซักถาม ข้าพเจ้าจะพยายามหลีกเลี่ยง	5 (1.59)	14 (4.46)	65 (20.7)	<b>133</b> <b>(42.36)</b>	97 (30.89)	<b>314</b> <b>(100)</b>	2.04
22. ข้าพเจ้ารู้สึกชอบกิจกรรมต่างๆ ใน ชั่วโมงวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	76 (24.20)	<b>152</b> <b>(48.41)</b>	80 (25.48)	4 (1.27)	2 (0.64)	<b>314</b> <b>(100)</b>	3.94
23. ถ้าอาจารย์ให้ทำงานเกี่ยวกับวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ข้าพเจ้าจะอย่างไร	99 (31.53)	<b>172</b> <b>(54.78)</b>	39 (12.42)	3 (0.96)	1 (0.32)	<b>314</b> <b>(100)</b>	4.16
24. เมื่ออาจารย์ให้การบ้านวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ยากต้องค้นคว้าในแหล่งอื่นเช่น อินเทอร์เน็ต เพราะไม่สามารถค้นคว้าในหนังสือเรียนได้ ข้าพเจ้าจะเลิกทำ หรือหมดความสนใจ	4 (1.27)	21 (6.69)	42 (13.38)	105 (33.44)	<b>142</b> <b>(45.22)</b>	<b>314</b> <b>(100)</b>	1.85
25. กิจกรรมการเรียนในชั่วโมงวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ถ้าอาจารย์ให้แปลคำศัพท์ภาษาอังกฤษหรือคำศัพท์เฉพาะวิชาชีพที่ยากแก่การเข้าใจ ข้าพเจ้ารู้สึกเบื่อและไม่อยากเรียน	5 (1.59)	22 (7.01)	61 (19.43)	111 (35.35)	<b>115</b> <b>(36.62)</b>	<b>314</b> <b>(100)</b>	2.02
26. เมื่อมาเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ข้าพเจ้าไม่นำเอกสารประกอบ การสอนหรือแบบฝึกหัดมาด้วยทุกครั้ง หรือ บางครั้ง	4 (1.27)	19 (6.05)	30 (9.55)	61 (19.43)	<b>200</b> <b>(63.69)</b>	<b>314</b> <b>(100)</b>	1.62
27. ข้าพเจ้าเข้าเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ สม่าเสมอครบถ้วนตามเนื้อหาวิชา ตรงต่อเวลา	80 (25.48)	<b>136</b> <b>(43.31)</b>	88 (28.03)	10 (3.18)	0 (0)	<b>314</b> <b>(100)</b>	3.91
ค่าเฉลี่ยรวมของระดับความคิดเห็น							2.7

จากตารางที่ 11 พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านความรับผิดชอบต่อลักษณะกิจกรรมที่ปฏิบัติในการเรียน ระดับความคิดเห็นคิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.7 ดังนี้

- จากเมื่ออาจารย์ต้องการอาสาสมัครเพื่อสาธิตการจัดกิจกรรมการเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ข้าพเจ้าจะหลบไปนั่งหลังชั้น ระดับความคิดเห็นน้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 37.26 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 27.71 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 26.11 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.37 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.55 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.19 ตามลำดับ

- จากการพยายามหลบหน้าเมื่ออาจารย์เรียกให้ตอบคำถาม ระดับความคิดเห็นน้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 42.99 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 31.21 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 21.02 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.87 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.91 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.01 ตามลำดับ

- จากในชั่วโมงที่อาจารย์สอนเนื้อหาวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ยุ่งยากซับซ้อน ข้าพเจ้าจะนำงานอื่นขึ้นมาทำ ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 50.96 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 33.76 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 8.28 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 6.69 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.32 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.72 ตามลำดับ

- จากการรับทำแบบฝึกหัดวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ตามที่อาจารย์สั่งโดยไม่ต้องให้ใครเตือน ระดับความคิดเห็นมาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 39.81 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 31.85 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 22.61 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 5.1 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.64 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.79 ตามลำดับ

- จากในชั่วโมงจิตที่วิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จัดการเรียนการสอนแบบอภิปรายหรือซักถาม ข้าพเจ้าจะพยายามหลีกเลี่ยง ระดับความคิดเห็นน้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 42.36 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 30.89 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.46 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.59 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.04 ตามลำดับ

- จากการรู้สึกชอบกิจกรรมต่างๆในชั่วโมงวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ระดับความคิดเห็นมาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 48.41 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 25.48 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 24.20 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.27 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.64 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.94 ตามลำดับ

- จากเมื่ออาจารย์ให้ทำงานเกี่ยวกับวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ข้าพเจ้าจะทำอย่างตั้งใจ ระดับความคิดเห็นมาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 54.78 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 31.53 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 12.42 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.96 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.32 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.16 ตามลำดับ

- จากเมื่ออาจารย์ให้การบ้านวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ที่ยากต้องค้นคว้าในแหล่งอื่นเช่น อินเทอร์เน็ต เพราะไม่สามารถค้นคว้าในหนังสือเรียนได้ ข้าพเจ้าจะเลิกทำ หรือหมดความสนใจ ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 45.22 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 33.44 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 13.38 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 6.69 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.27 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.85 ตามลำดับ

- จากเมื่อทำกิจกรรมการเรียนในชั่วโมงวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ถ้าอาจารย์ให้แปลคำศัพท์ภาษาอังกฤษหรือคำศัพท์เฉพาะวิชาชีพที่ยากแก่การเข้าใจ ข้าพเจ้ารู้สึกเบื่อและไม่อยากเรียน ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 36.62 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 35.35 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 19.43 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 7.01 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.59 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.02 ตามลำดับ



- จากเมื่อมาเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ข้าพเจ้าไม่นำเอกสารประกอบการสอนหรือแบบฝึกหัดมาด้วยทุกครั้ง หรือ บางครั้ง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 63.69 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 19.43 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 9.55 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 6.05 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.27 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.62 ตามลำดับ

- จากเมื่อเข้าเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ สม่่าเสมอครบถ้วนตามเนื้อหาวิชา และตรงต่อเวลา ระดับความคิดเห็นมากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 43.41 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 23.03 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 25.48 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.18 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.91 ตามลำดับ

**ตารางที่ 12** แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านการปกครองบังคับบัญชาของอาจารย์ผู้สอน

4. ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านการปกครองบังคับบัญชาของอาจารย์ผู้สอน	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ยรวม (Mean)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (คน) ร้อยละ	จำนวน (คน) ร้อยละ	จำนวน (คน) ร้อยละ	จำนวน (คน) ร้อยละ	จำนวน (คน) ร้อยละ	จำนวน (คน) ร้อยละ	
28.ข้าพเจ้าพึงพอใจต่อการเรียนการสอน วิชาIMC111การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของอาจารย์ทุกครั้ง	119 (37.9)	164 (52.23)	26 (8.28)	2 (0.64)	3 (0.96)	314 (100)	4.25
29.ข้าพเจ้าซักถามข้อสงสัยและขอคำแนะนำจากอาจารย์ให้ช่วยเหลือด้านการเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบ บูรณาการ	42 (13.38)	104 (33.12)	133 (42.36)	33 (10.51)	2 (0.64)	314 (100)	3.48
30.ข้าพเจ้าขอคำปรึกษาจากอาจารย์ทั้งในและนอกชั้นเรียนวิชาIMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	52 (16.56)	89 (28.34)	127 (40.45)	37 (11.78)	9 (2.87)	314 (100)	3.44
ค่าเฉลี่ยรวมของระดับความคิดเห็น							3.7



จากตารางที่ 12 พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านการปกครองบังคับบัญชาของอาจารย์ผู้สอน ระดับความคิดเห็นคิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.7 ดังนี้

- จากการพึงพอใจต่อการเรียนการสอนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของอาจารย์ทุกครั้ง ระดับความคิดเห็นมาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 52.23 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 37.9 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 8.28 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.96 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.64 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.25 ตามลำดับ

- จากการซักถามข้อสงสัย และขอคำแนะนำจากอาจารย์ให้ช่วยเหลือด้านการเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ระดับความคิดเห็นปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 42.36 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 33.12 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 13.38 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 10.51 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.64 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.48 ตามลำดับ

- จากการขอคำปรึกษาจากอาจารย์ทั้งในและนอกชั้นเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ระดับความคิดเห็นปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 40.45 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 28.34 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 16.56 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 11.78 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.87 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.44 ตามลำดับ

**ตารางที่ 13** แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านเกณฑ์ในการเรียนการสอนของรายวิชา

5. ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านเกณฑ์ในการเรียนการสอนของรายวิชา	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ยรวม (Mean)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (คน) ร้อยละ	จำนวน (คน) ร้อยละ	จำนวน (คน) ร้อยละ	จำนวน (คน) ร้อยละ	จำนวน (คน) ร้อยละ	จำนวน (คน) ร้อยละ	
31. เข้าใจเข้าใจวัตถุประสงค์และแผนการสอนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ อย่างชัดเจน	62 (19.75)	170 (54.14)	77 (24.25)	4 (1.27)	1 (0.32)	314 (100)	3.92

32.ข้าพเจ้าสนใจเรียนรู้วิชาIMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จากเทคนิควิธีการสอนที่หลากหลาย	58 (18.47)	<b>161</b> <b>(51.27)</b>	91 (28.98)	4 (1.27)	0 (0)	<b>314</b> <b>(100)</b>	3.87
33ข้าพเจ้าคิดว่าการวัดประเมินผลวิชาIMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์รายวิชา	95 (30.25)	<b>157</b> <b>(50)</b>	60 (19.11)	2 (0.64)	0 (0)	<b>314</b> <b>(100)</b>	<b>4.10</b>
<b>ค่าเฉลี่ยรวมของระดับความคิดเห็น</b>							<b>4</b>

จากตารางที่ 13 พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านเกณฑ์ในการเรียนการสอนของรายวิชา ระดับความคิดเห็นคิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4 ดังนี้

- จากการเข้าใจวัตถุประสงค์และแผนการสอนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการอย่างชัดเจน ระดับความคิดเห็นมาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 54.14 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.27 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.32 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.92 ตามลำดับ

- จากการสนใจเรียนรู้วิชาIMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จากเทคนิควิธีการสอนที่หลากหลาย ระดับความคิดเห็นมาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 51.27 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 28.98 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 58 คนคิดเป็นร้อยละ 18.47 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 4 คนคิดเป็นร้อยละ 1.27 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.87 ตามลำดับ

- จากการคิดว่าการวัดประเมินผลวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์รายวิชา ระดับความคิดเห็นมาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 19.11 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.64 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.10 ตามลำดับ

**ตารางที่ 14** แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านเกรดและผลการเรียน

6. ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านเกรด และผลการเรียน	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ยรวม (Mean)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (คน) ร้อยละ	จำนวน (คน) ร้อยละ	จำนวน (คน) ร้อยละ	จำนวน (คน) ร้อยละ	จำนวน (คน) ร้อยละ	จำนวน (คน) ร้อยละ	
34.ในการทำข้อสอบวิชาIMC111การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการแต่ละครั้ง ข้าพเจ้าทำอย่างตั้งใจเพื่อให้ได้คะแนนดี	191 (60.83)	104 (33.12)	19 (6.05)	0 (0)	0 (0)	314 (100)	4.55
35.ข้าพเจ้าเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อให้สอบผ่านเท่านั้น	11 (3.5)	30 (9.55)	66 (21.02)	126 (40.13)	81 (25.8)	314 (100)	2.25
36.ข้าพเจ้าเรียนวิชา IMC111การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อให้ได้เกรด A	201 (64.01)	69 (21.97)	36 (11.46)	7 (2.23)	1 (0.32)	314 (100)	4.47
37.ข้าพเจ้าเรียนวิชาIMC111การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อเป็นวิชาช่วยเกรดเท่านั้น	18 (5.73)	45 (14.33)	105 (33.44)	95 (30.25)	51 (16.24)	314 (100)	2.63
38.ข้าพเจ้าเรียนวิชา IMC111การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อเรียนเป็นวิชาโทให้ครบหลักสูตรเท่านั้น	17 (5.41)	40 (12.73)	105 (33.44)	92 (29.30)	60 (19.11)	314 (100)	2.56
ค่าเฉลี่ยรวมของระดับความคิดเห็น							3.3

จากตารางที่ 14 พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านเกรดและผลการเรียน ระดับความคิดเห็นคิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.3 ดังนี้

- จากการทำข้อสอบวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการแต่ละครั้ง ข้าพเจ้าทำอย่างตั้งใจเพื่อให้ได้คะแนนดี ระดับความคิดเห็นมากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 60.83 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 33.12 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 6.05 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.55 ตามลำดับ

- จากการเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อให้สอบผ่านเท่านั้น ระดับความคิดเห็นน้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 40.13 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 21.02 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 9.55 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.25 ตามลำดับ

- จากการเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อให้ได้เกรด A ระดับความคิดเห็นมากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 64.01 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 21.97 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 11.46 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.23 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.32 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.47 ตามลำดับ

- จากการเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อเป็นวิชาช่วยเกรดเท่านั้น ระดับความคิดเห็นปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 33.44 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 16.24 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 14.33 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 5.73 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.63 ตามลำดับ

- จากการเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อเรียนเป็นวิชาโทให้ครบหลักสูตรเท่านั้น ระดับความคิดเห็นปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 33.44 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 29.30 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 19.11 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 12.73 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.51 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.56 ตามลำดับ

**ตารางที่ 15** แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านบรรยากาศและสภาพแวดล้อมในการเรียน

7. ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านบรรยากาศและสภาพแวดล้อมในการเรียน	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ยรวม (Mean)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (คน) ร้อยละ	จำนวน (คน) ร้อยละ	จำนวน (คน) ร้อยละ	จำนวน (คน) ร้อยละ	จำนวน (คน) ร้อยละ	จำนวน (คน) ร้อยละ	
39. ตรวจสอบ มิและใช้เอกสารประกอบการสอน หนังสือตำราสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือสื่อประเภทอื่นวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการอย่างเหมาะสมเพียงพอ	91 (28.98)	161 (51.27)	61 (19.43)	1 (0.32)	0 (0)	314 (100)	4.09
40. เข้าพเจ้าใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้วิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่อาจารย์ส่งเสริมให้ทำ	86 (27.39)	164 (52.23)	60 (19.11)	4 (1.27)	0 (0)	314 (100)	4.06
<b>ค่าเฉลี่ยรวมของระดับความคิดเห็น</b>							<b>4</b>

จากตารางที่ 15 พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านบรรยากาศและสภาพแวดล้อมในการเรียน ระดับความคิดเห็นคิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4 ดังนี้

- จากการตรวจงาน มีและใช้เอกสารประกอบการสอน หนังสือ ตำรา สื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือสื่อประเภทอื่นๆวิชาIMC111การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการอย่างเหมาะสมและเพียงพอ ระดับความคิดเห็นมาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 51.27 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 28.98 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 19.43 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.32 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.09 ตามลำดับ

- จากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้วิชาIMC111การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ที่อาจารย์ส่งเสริมให้ทำ ระดับความคิดเห็นมาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 52.23 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 27.39 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 19.11 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.27 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.06 ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยรังสิต  
Rangsit University

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ” ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล 2 ประเด็นหลัก ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนของนักศึกษาในรายวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ในภาคเรียนที่ 1,2 /2553
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนของนักศึกษาผู้เรียนในรายวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ในภาคเรียนที่ 1,2 /2553 ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน คือ เพศ อายุ ระดับชั้นปี คณะ วิชาเอก โท หรือเลือกเสรี

#### 1. สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาผู้เรียนในรายวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ในภาคเรียนที่ 1,2 /2553 พบว่าจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 314 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยคิดเป็นร้อยละ 68.79 และ 31.21 มีอายุระหว่าง 21-22 ปี มากที่สุด รองลงมาคือมีอายุระหว่าง 19-20 ปี รองลงมาคือมีอายุมากกว่า 22 ปี และน้อยที่สุด คือมีอายุระหว่าง 17-18 ปี โดยคิดเป็นร้อยละ 46.50 , 38.22 , 7.96 และ 7.32 ชั้นปีที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 3 (รหัส 51) มากที่สุด รองลงมา คือระดับชั้นปีที่ 4 (รหัส 50) รองลงมาคือระดับชั้นปีที่ 1 (รหัส 53) และน้อยที่สุดคือ ระดับชั้นปีที่ 2 (รหัส 52) โดยคิดเป็นร้อยละ 43.63, 24.20, 16.56 และ 15.61 เกรดเฉลี่ยสะสมปัจจุบัน จำนวนมากที่สุดคือ 2.5-3.0 รองลงมาคือ 2.0-2.5 รองลงมาคือ 3.0-3.5 รองลงมาคือ ยังไม่ทราบเกรดเฉลี่ย รองลงมาคือ 1.5-2.0 และน้อยที่สุดคือ 3.5-4.0 โดยคิดเป็นร้อยละ 31.53, 23.89, 21.02, 14.65, 5.73 และ 3.18 โดยเรียนเป็นกลุ่มวิชาโทมากที่สุด รองลงมาเรียนเป็นกลุ่มวิชาเลือกเสรี และเรียนเป็นกลุ่มวิชาเอกน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.77, 32.17 และ 1.8 คณะที่กำลังศึกษาอยู่คือคณะนิเทศศาสตร์มากที่สุด รองลงมาคือ คณะบริหารธุรกิจ รองลงมาคือ คณะศิลปศาสตร์ รองลงมาคือ คณะศิลปะและการออกแบบ และคณะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และการบริการน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.86, 28.66, 17.20, 0.96 และ 0.32 ส่วนสาขาวิชาที่กำลังศึกษาอยู่ มากที่สุด คือสาขาวิชาสื่อสารการตลาด จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 20.06 รองลงมาคือ

สาขาวิชาโลจิสติกส์ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 17.83 รองลงมาคือ สาขาวิชาภาษาอังกฤษ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 13.70 รองลงมาคือ สาขาวิชาการตลาด จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 9.55 รองลงมาคือ สาขาวิชาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 9.24 รองลงมาคือ สาขาวิชาคณิตมีเดีย จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 6.69 รองลงมาคือ สาขาวิชาการโฆษณา จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 6.05 และสาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 6.05 รองลงมาคือ สาขาวิชาวารสารศาสตร์ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.18 รองลงมาคือ สาขาวิชาภาษาจีนจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.55 รองลงมาคือ สาขาวิชาการภาพยนตร์ และ วิทยุทัศน์จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.59 รองลงมาคือ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.96 และสาขาวิชาการออกแบบภายใน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.96 รองลงมาคือ สาขาวิชาภาษาไทย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.64 และน้อยที่สุดคือ สาขาวิชาภาษาฝรั่งเศสจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.32 สาขาวิชาการท่องเที่ยวจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.32 และสาขาวิชาการจัดการ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.32

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนของนักศึกษาในรายวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ในภาคเรียนที่ 1,2 /2553 พบว่ามี 7 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านความสำเร็จและความก้าวหน้าในการเรียน 2. ด้านการยอมรับนับถือและความสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อนร่วมชั้นเรียน 3. ด้านความรับผิดชอบต่อลักษณะกิจกรรมที่ปฏิบัติในการเรียน 4. ด้านการปกครองบังคับบัญชาของอาจารย์ผู้สอน 5. ด้านเกณฑ์ในการเรียนการสอนของรายวิชา 6. ด้านเกรดและผลการเรียน และ 7. ด้านบรรยากาศและสภาพแวดล้อมในการเรียน

การศึกษาระดับความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนของนักศึกษาผู้เรียนในรายวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ในภาคเรียนที่ 1,2 /2553 ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน คือ เพศ อายุ ระดับชั้นปี คณะ วิชาเอก โท หรือเลือกเสรี สรุปได้ดังนี้

**1. ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านความสำเร็จและความก้าวหน้าในการเรียน ระดับความคิดเห็นคิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.5 ดังนี้**

- จากการตั้งใจเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพราะเป็นวิชาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ระดับความคิดเห็นมาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 61.46 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 21.66 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 15.92 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.96 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.04 ตามลำดับ

- จากการเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อจะนำความรู้ไปใช้ประกอบวิชาชีพด้านสื่อสารการตลาดต่อไป ระดับความคิดเห็นมาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 49.04 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 33.76 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 15.92



รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.96 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.32 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.15 ตามลำดับ

- จากการรอกยาคให้ลดเวลาเรียนวิชาIMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพราะไม่มีความสำคัญต่อการใช้ในชีวิตประจำวันระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 42.68 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 38.54 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 13.38 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.18 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.23คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมรวมเท่ากับ 1.84 ตามลำดับ

- จากการทำกิจกรรมในวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ทำให้นักศึกษามีโอกาสใช้ความสามารถที่มีอยู่อย่างเต็มที่ ระดับความคิดเห็นมาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 58.28 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 22.61 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 17.83 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.27 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.93 ตามลำดับ

- จากการคิดว่าวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีประโยชน์เฉพาะในห้องเรียนเท่านั้น ระดับความคิดเห็นน้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 49.36 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 23.89 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 21.34 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.14 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.27 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.10 ตามลำดับ

- จากการเรียนอย่างตั้งใจเพราะวิชาIMC111การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อเป็นแนวทางในการเรียนวิชาอื่น ระดับความคิดเห็นมาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 55.41 รองลงมา คือ มากที่สุดมีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 27.39 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 16.88 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.32 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.10 ตามลำดับ

- จากการเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการแล้ว ทำให้ออกหาความรู้เพิ่มเติมอีก ระดับความคิดเห็นมาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 51.91 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 26.11 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 20.38 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.59 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.03 ตามลำดับ

- จากการเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ นั้นสำคัญ



และมีประโยชน์มาก ข้าพเจ้าจึงเรียนวิชานี้ด้วยความตั้งใจ เอาใจใส่และฝึกฝนค้นคว้าอยู่เสมอ ระดับความคิดเห็นมากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 54.14 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 21.02 รองลงมาคือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.27 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.32 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.99 ตามลำดับ

- จากความรู้วิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ไม่ส่งผลให้การเรียนวิชาอื่น ๆ ดีขึ้น ข้าพเจ้ารู้สึกต้องทนเรียนทั้งที่ไม่อยากเรียน ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 55.1 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 30.89 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 7.01 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 5.1 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.91 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.68 ตามลำดับ

- จากการมีความรู้ความเข้าใจเนื้อหาวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ที่อาจารย์สอนทุกครั้ง ระดับความคิดเห็น มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 22.93 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 22.61 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.96 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.98 ตามลำดับ

- จากการรู้และเข้าใจเรื่องคุณธรรมและจริยธรรมที่อาจารย์สอนสอดแทรกและส่งเสริมนักศึกษาในวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ระดับความคิดเห็นมากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 25.48 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 23.57 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.96 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.96 ตามลำดับ

- จากการเกิดการเรียนรู้และค้นคว้าด้วยตนเองจากกิจกรรมการเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ที่อาจารย์ให้ทำระดับความคิดเห็นมากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 50.15 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 22.93 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.91 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.93 ตามลำดับ

- จากการได้รับประโยชน์จากการเฉลย คำแนะนำ ตรวจงาน การติดตามผล การเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จากอาจารย์อย่างต่อเนื่อง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 42.36 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่ม

ตัวอย่างเป็นจำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 41.08 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 16.56 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.26 ตามลำดับ

- จากการเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อจะนำความรู้ไปใช้ประกอบวิชาชีพด้านสื่อสารการตลาดต่อไป ระดับความคิดเห็นมาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 49.04 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 33.76 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 15.92 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.96 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.32 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.15 ตามลำดับ

- จากการอยากให้ลดเวลาเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพราะไม่มีความสำคัญต่อการใช้ในชีวิตประจำวันระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 42.68 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 38.54 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 13.38 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.18 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.23 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมรวมเท่ากับ 1.84 ตามลำดับ

- จากการทำกิจกรรมในวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ทำให้นักศึกษามีโอกาสใช้ความสามารถที่มีอยู่อย่างเต็มที่ ระดับความคิดเห็นมาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 58.28 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 22.61 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 17.83 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.27 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.93 ตามลำดับ

- จากการคิดว่าวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีประโยชน์เฉพาะในห้องเรียนเท่านั้น ระดับความคิดเห็นน้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 49.36 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 23.89 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 21.34 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.14 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.27 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.10 ตามลำดับ

- จากการเรียนอย่างตั้งใจเพราะวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อเป็นแนวทางในการเรียนวิชาอื่น ระดับความคิดเห็นมาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 55.41 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 27.39 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 16.88 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.32 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.10 ตามลำดับ

- จากการเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการแล้ว ทำให้อยากหาความรู้เพิ่มเติมอีก ระดับความคิดเห็นมาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 51.91 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 26.11 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 20.38 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.59 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.03 ตามลำดับ

- จากการเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ นั้นสำคัญและมีประโยชน์มาก ข้าพเจ้าจึงเรียนวิชานี้ด้วยความตั้งใจ เอาใจใส่และฝึกฝนค้นคว้าอยู่เสมอ ระดับความคิดเห็นมากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 54.14 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 21.02 รองลงมาคือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.27 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.32 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.99 ตามลำดับ

- จากความรู้วิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ไม่ส่งผลให้การเรียนวิชาอื่น ๆ ดีขึ้น ข้าพเจ้ารู้สึกต้องทนเรียนทั้งที่ไม่อยากเรียน ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 55.1 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 30.89 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 7.01 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 5.1 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.91 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.68 ตามลำดับ

- จากการมีความรู้ความเข้าใจเนื้อหาวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ที่อาจารย์สอนทุกครั้ง ระดับความคิดเห็น มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 22.93 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 22.61 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.96 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.98 ตามลำดับ

- จากการรู้และเข้าใจเรื่องคุณธรรมและจริยธรรมที่อาจารย์สอนสอดแทรกและส่งเสริมนักศึกษาในวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ระดับความคิดเห็นมาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 25.48 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 23.57 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.96 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.96 ตามลำดับ

- จากการเกิดการเรียนรู้และค้นคว้าด้วยตนเองจากกิจกรรมการเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ที่อาจารย์ให้ทำระดับความคิดเห็นมากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 174 คน คิดเป็นคือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ

22.93 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.91 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.93 ตามลำดับ

- จากการได้รับประโยชน์จากการเฉลย คำแนะนำ ตรวจสอบ การติดตามผล การเรียนรู้วิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จากอาจารย์อย่างต่อเนื่อง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 42.36 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 41.08 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 16.56 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.26 ตามลำดับ

**2. ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านการยอมรับนับถือและความสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อนร่วมชั้นเรียน ระดับความคิดเห็นคิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.1 ดังนี้**

- จากเมื่อถูกขอให้ช่วยกิจกรรมวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ข้าพเจ้าจะพึงเคยระดับความคิดเห็นน้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 39.17 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 34.71 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 15.92 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 8.92 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.27 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.03 ตามลำดับ

- จากการมีการทำงานร่วมกันในกิจกรรมการเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ที่อาจารย์ส่งเสริมให้ทำ ระดับความคิดเห็นมาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 50.64 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 30.89 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 15.92 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.91 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.64 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.79 ตามลำดับ

- จากในชั่วโมงเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ข้าพเจ้าได้อภิปราย แสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันจากการที่อาจารย์เปิดโอกาสให้ทำ ระดับความคิดเห็นปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 41.72 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 36.62 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 11.46 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 8.92 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.27 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.48 ตามลำดับ

### 3. ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านความรับผิดชอบต่อลักษณะกิจกรรมที่ปฏิบัติในการเรียนระดับความคิดเห็นคิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.7 ดังนี้

- จากเมื่ออาจารย์ต้องการอาสาสมัครเพื่อสาธิตการจัดกิจกรรมการเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ข้าพเจ้าจะหลบไปนั่งหลังชั้น ระดับความคิดเห็นน้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 37.26 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 27.71 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 26.11 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.37 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.55 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.19 ตามลำดับ

- จากการพยายามหลบหน้าเมื่ออาจารย์เรียกให้ตอบคำถาม ระดับความคิดเห็นน้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 42.99 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 31.21 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 21.02 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.87 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.91 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.01 ตามลำดับ

- จากในชั่วโมงที่อาจารย์สอนเนื้อหาวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ยุ่งยากซับซ้อน ข้าพเจ้าจะนำงานอื่นขึ้นมาทำ ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 50.96 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 33.76 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 8.28 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 6.69 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.32 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.72 ตามลำดับ

- จากการรับทำแบบฝึกหัดวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ตามที่อาจารย์สั่งโดยไม่ต้องให้ใครเตือน ระดับความคิดเห็นมาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 39.81 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 31.85 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 22.61 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 5.1 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.64 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.79 ตามลำดับ

- จากในชั่วโมงใดที่วิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จัดการเรียนการสอนแบบอภิปรายหรือซักถาม ข้าพเจ้าจะพยายามหลีกเลี่ยง ระดับความคิดเห็นน้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 42.36 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 30.89 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 65 คน คิด

เป็นร้อยละ 20.7 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.46 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.59 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.04 ตามลำดับ

- จากการรู้สึกชอบกิจกรรมต่างๆในชั่วโมงวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ระดับความคิดเห็นมาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 48.41 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 25.48 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 24.20 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.27 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.64 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.94 ตามลำดับ

- จากเมื่ออาจารย์ให้ทำงานเกี่ยวกับวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ข้าพเจ้าจะทำอย่างตั้งใจ ระดับความคิดเห็นมาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 54.78 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 31.53 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 12.42 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.96 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.32 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.16 ตามลำดับ

- จากเมื่ออาจารย์ให้การบ้านวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ที่ยากต้องค้นคว้าในแหล่งอื่นเช่น อินเทอร์เน็ต เพราะไม่สามารถค้นคว้าในหนังสือเรียนได้ ข้าพเจ้าจะเลิกทำ หรือหมดความสนใจ ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 45.22 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 33.44 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 13.38 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 6.69 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.27 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.85 ตามลำดับ

- จากเมื่อทำกิจกรรมการเรียนในชั่วโมงวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ถ้าอาจารย์ให้แปลคำศัพท์ภาษาอังกฤษหรือคำศัพท์เฉพาะวิชาชีพที่ยากแก่การเข้าใจ ข้าพเจ้ารู้สึกเบื่อและไม่อยากเรียน ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 36.62 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 35.35 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 19.43 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 7.01 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.59 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.02 ตามลำดับ

- จากเมื่อมาเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ข้าพเจ้าไม่นำเอกสารประกอบการสอนหรือแบบฝึกหัดมาด้วยทุกครั้ง หรือ บางครั้ง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 63.69 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็น



จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 19.43 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 9.55 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 6.05 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.27 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.62 ตามลำดับ

- จากเมื่อเข้าเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ สม่่าเสมอครบถ้วนตามเนื้อหาวิชา และตรงต่อเวลา ระดับความคิดเห็นมากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 43.41 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 23.03 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 25.48 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.18 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.91 ตามลำดับ

#### 4. ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านการปกครองบังคับบัญชาของอาจารย์ผู้สอน ระดับความคิดเห็นคิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.7 ดังนี้

- จากการพึงพอใจต่อการเรียนการสอนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของอาจารย์ทุกครั้ง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 52.23 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 37.9 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 8.28 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.96 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.64 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.25 ตามลำดับ

- จากการซักถามข้อสงสัย และขอคำแนะนำจากอาจารย์ให้ช่วยเหลือด้านการเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ระดับความคิดเห็นปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 42.36 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 33.12 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 13.38 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 10.51 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.64 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.48 ตามลำดับ

- จากการขอคำปรึกษาจากอาจารย์ทั้งในและนอกชั้นเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ระดับความคิดเห็นปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 40.45 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 28.34 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 16.56 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 11.78 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.87 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.44 ตามลำดับ

**5. ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านเกณฑ์ในการเรียนการสอนของรายวิชา ระดับความคิดเห็น คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4 ดังนี้**

- จากการเข้าใจวัตถุประสงค์และแผนการสอนวิชา IMC111 การสื่อสาร การตลาดแบบบูรณาการอย่างชัดเจน ระดับความคิดเห็นมาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 54.14 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.27 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่าง เป็นจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.32 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.92 ตามลำดับ

- จากการสนใจเรียนรู้อาชีพ IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จาก เทคนิควิธีการสอนที่หลากหลาย ระดับความคิดเห็นมาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 161 คน คิด เป็นร้อยละ 51.27 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 28.98 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 58 คนคิดเป็นร้อยละ 18.47 รองลงมา คือ น้อย มี กลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 4 คนคิดเป็นร้อยละ 1.27 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.87 ตามลำดับ

- จากการคิดว่าการวัดประเมินผลวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบ บูรณาการ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์รายวิชา ระดับความคิดเห็นมาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 19.11 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.64 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.10 ตามลำดับ

**6. ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านเกรดและผลการเรียน ระดับความคิดเห็นคิดเป็นค่าเฉลี่ย รวมเท่ากับ 3.3 ดังนี้**

- จากการทำข้อสอบวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการแต่ละ ครั้ง ข้าพเจ้าทำอย่างตั้งใจเพื่อให้ได้คะแนนดี ระดับความคิดเห็นมากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 60.83 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 33.12 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 6.05 คิดเป็น ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.55 ตามลำดับ

- จากการเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อให้สอบ ผ่านเท่านั้น ระดับความคิดเห็นน้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 40.13 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 รองลงมา คือ ปาน กลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 21.02 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็น



จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 9.55 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.25 ตามลำดับ

- จากการเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อให้ได้เกรด A ระดับความคิดเห็นมากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 64.01 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 21.97 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 11.46 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.23 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.32 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.47 ตามลำดับ

- จากการเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อเป็นวิชาช่วยเกรดเท่านั้น ระดับความคิดเห็นปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 33.44 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 16.24 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 14.33 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 5.73 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.63 ตามลำดับ

- จากการเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อเรียนเป็นวิชาโทให้ครบหลักสูตรเท่านั้น ระดับความคิดเห็นปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 33.44 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 29.30 รองลงมา คือ น้อยที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 19.11 รองลงมา คือ มาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 12.73 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.51 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.56 ตามลำดับ

7. ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านบรรยากาศและสภาพแวดล้อมในการเรียน ระดับความคิดเห็นคิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4 ดังนี้

- จากการตรวจงาน มีและใช้เอกสารประกอบการสอน หนังสือ ตำรา สื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือสื่อประเภทอื่นๆวิชาIMC111การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการอย่างเหมาะสมและเพียงพอ ระดับความคิดเห็นมาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 51.27 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 28.98 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 19.43 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.32 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.09 ตามลำดับ

- จากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนวิชาIMC111การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ที่อาจารย์ส่งเสริมให้ทำ ระดับความคิดเห็นมาก มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 52.23 รองลงมา คือ มากที่สุด มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ

ละ27.39 รองลงมา คือ ปานกลาง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 19.11 รองลงมา คือ น้อย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.27 คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.06 ตามลำดับ

**ตารางที่ 16** สรุปตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจ และระดับความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อ ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

	ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียน วิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	ระดับความคิดเห็นของ นักศึกษาที่มีต่อปัจจัย ค่าเฉลี่ยรวม (Mean)
	<b>1.ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านความสำเร็จและความก้าวหน้าในการเรียน</b>	<b>3.5</b>
1	ข้าพเจ้าตั้งใจเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพราะเป็นวิชาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน	4.04
2	ข้าพเจ้าเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อจะนำความรู้ไปใช้ประกอบวิชาชีพด้านสื่อสารการตลาดต่อไป	4.15
3	ถ้าเป็นไปได้ข้าพเจ้าอยากให้ลดเวลาเรียนวิชาIMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพราะไม่มีความสำคัญต่อการใช้ในชีวิตประจำวัน	1.84
4	กิจกรรมในวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ทำให้นักศึกษามีโอกาสใช้ความสามารถที่มีอยู่อย่างเต็มที่	3.93
5	ข้าพเจ้าคิดว่าวิชา IMC111การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีประโยชน์เฉพาะในห้องเรียนเท่านั้น	2.10
6	ข้าพเจ้าเรียนอย่างตั้งใจ เพราะวิชาIMC111การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อเป็นแนวทางในการเรียนวิชาอื่นๆ	4.10
7	หลังจากการเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการแล้ว ทำให้อยากหาความรู้เพิ่มเติมอีก	4.03
8	การเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ นั้นสำคัญและมีประโยชน์มาก ข้าพเจ้าจึงเรียนวิชานี้ด้วยความตั้งใจ เอาใจใส่และฝึกฝนค้นคว้าอยู่เสมอ	3.99
9	ความรู้วิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ไม่ส่งผลให้การเรียนวิชาอื่นๆดีขึ้น ข้าพเจ้ารู้สึกต้องทนเรียนทั้งที่ไม่อยากเรียน	1.68
10	ข้าพเจ้ามีความรู้ความเข้าใจเนื้อหาวิชาIMC111การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่อาจารย์สอนทุกครั้ง	3.98
11	ข้าพเจ้ารู้และเข้าใจเรื่องคุณธรรมและจริยธรรมที่อาจารย์สอนสอดแทรกและส่งเสริมนักศึกษาในวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3.96
12	ข้าพเจ้าเกิดการเรียนรู้และค้นคว้าด้วยตนเองจากกิจกรรมการเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ที่อาจารย์ให้ทำ	3.93

13	ข้าพเจ้าได้รับประโยชน์จากการเฉลย คำแนะนำ ตรวจสอบ การติดตามผลการเรียนรู้อาจารย์ IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จากอาจารย์อย่างต่อเนื่อง	4.26
	<b>2. ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านการยอมรับ และความสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อนร่วมชั้นเรียน</b>	<b>3.1</b>
14	ถ้าข้าพเจ้าถูกขอให้ช่วยกิจกรรมวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ข้าพเจ้าจะเพิกเฉย	2.03
15	ข้าพเจ้ามีการทำงานร่วมกันในกิจกรรมการเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ที่อาจารย์ส่งเสริมให้ทำ	3.79
16	ในช่วงโมเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ข้าพเจ้าได้อภิปราย แสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันจากการที่อาจารย์เปิดโอกาสให้ทำ	3.48
	<b>3. ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านความรับผิดชอบต่อลักษณะงานที่ปฏิบัติในการเรียน</b>	<b>2.7</b>
17	เมื่ออาจารย์ต้องการอาสาสมัครเพื่อสาธิตการจัดกิจกรรมการเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ข้าพเจ้าจะหลบไปนั่งหลังชั้น	2.19
18	ข้าพเจ้าพยายามหลบหน้าเมื่ออาจารย์เรียกให้ตอบคำถาม	2.01
19	ช่วงโมเรียนที่อาจารย์สอนเนื้อหาวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ยุ่งยากซับซ้อน ข้าพเจ้าจะนำงานอื่นขึ้นมาทำ	1.72
20	ข้าพเจ้าจะรีบทำแบบฝึกหัดวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการตามที่อาจารย์สั่ง โดยไม่ต้องให้ใครเตือน	3.79
21	ช่วงโมเรียนใดที่วิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จัดการเรียนการสอนแบบอภิปรายหรือซักถาม ข้าพเจ้าจะพยายามหลีกเลี่ยง	2.04
22	ข้าพเจ้ารู้สึกชอบกิจกรรมต่างๆในช่วงโมเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3.94
23	ถ้าอาจารย์ให้ทำงานเกี่ยวกับวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ข้าพเจ้าจะทำอย่างตั้งใจ	4.16
24	เมื่ออาจารย์ให้การบ้านวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ยากต้องค้นคว้าในแหล่งอื่นเช่น อินเทอร์เน็ต เพราะไม่สามารถค้นคว้าในหนังสือเรียนได้ ข้าพเจ้าจะเลิกทำ หรือหมดความสนใจ	1.85
25	กิจกรรมการเรียนในช่วงโมเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ถ้าอาจารย์ให้แปลคำศัพท์ภาษาอังกฤษหรือคำศัพท์เฉพาะวิชาชีพที่ยากแก่การเข้าใจ ข้าพเจ้ารู้สึกเบื่อและไม่อยากเรียน	2.02
26	เมื่อมาเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ข้าพเจ้าไม่นำเอกสารประกอบการสอนหรือแบบฝึกหัดมาด้วยทุกครั้ง หรือ บางครั้ง	1.62
27	ข้าพเจ้าเข้าเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ สม่าเสมอครบถ้วนตามเนื้อหาวิชา และตรงต่อเวลา	3.91

	<b>4. ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านการปกครองบังคับบัญชาของอาจารย์ผู้สอน</b>	<b>3.7</b>
28	ข้าพเจ้าพึงพอใจต่อการเรียนการสอนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของอาจารย์ทุกครั้ง	4.25
29	ข้าพเจ้าชักถามข้อสงสัย และขอคำแนะนำจากอาจารย์ให้ช่วยเหลือด้านการเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3.48
30	ข้าพเจ้าขอคำปรึกษาจากอาจารย์ทั้งในและนอกชั้นเรียนวิชาIMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3.44
	<b>5. ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านเกณฑ์ในการเรียนการสอนของรายวิชา</b>	<b>4</b>
31	ข้าพเจ้าเข้าใจวัตถุประสงค์และแผนการสอนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ อย่างชัดเจน	3.92
32	ข้าพเจ้าสนใจเรียนรู้วิชาIMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จากเทคนิควิธีการสอนที่หลากหลาย	3.87
33	ข้าพเจ้าคิดว่าการวัดประเมินผลวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์รายวิชา	4.10
	<b>6. ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านเกรด/ผลการเรียน</b>	<b>3.3</b>
34	ในการทำข้อสอบวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการแต่ละครั้ง ข้าพเจ้าทำอย่างตั้งใจเพื่อให้ได้คะแนนดี	4.55
35	ข้าพเจ้าเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อให้สอบผ่านเท่านั้น	2.25
36	ข้าพเจ้าเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อให้ได้เกรด A	4.47
37	ข้าพเจ้าเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อเป็นวิชาช่วยเกรดเท่านั้น	2.63
38	ข้าพเจ้าเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อเรียนเป็นวิชาโทให้ครบหลักสูตรเท่านั้น	2.56
	<b>7.ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านบรรยากาศ/สภาพแวดล้อมในการเรียน</b>	<b>4</b>
39	ตรวจงาน มีและใช้เอกสารประกอบการสอน หนังสือ ตำรา สื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือสื่อประเภทอื่นๆวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ อย่างเหมาะสมและเพียงพอ	4.09
40	ข้าพเจ้าใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้วิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ที่อาจารย์ส่งเสริมให้ทำ	4.06

**ตารางที่ 17** สรุปปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจ และระดับความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจ ในการเรียนวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	ระดับความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อปัจจัย
	ค่าเฉลี่ยรวม (Mean)
1. ด้านความสำเร็จ และความก้าวหน้าในการเรียน	3.5
2. ด้านการยอมรับนับถือและความสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อนร่วมชั้นเรียน	3.1
3. ด้านความรับผิดชอบต่อลักษณะกิจกรรมที่ปฏิบัติในการเรียน	2.7
4. ด้านการปกครองบังคับบัญชาของอาจารย์ผู้สอน	3.7
5. ด้านเกณฑ์ในการเรียนการสอนของรายวิชา	4
6. ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านเกรด และผลการเรียน	3.3
7. ด้านบรรยากาศและสภาพแวดล้อมในการเรียน	4

## 2. อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในรายวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เมื่อพิจารณาในส่วนของตัวแปรด้านข้อมูลส่วนตัวของผู้เรียน ได้แก่ เพศ อายุ ชั้นปีที่กำลังศึกษาอยู่ เกรดเฉลี่ยสะสมปัจจุบัน กลุ่มวิชาที่เรียน คณะและสาขาวิชาที่กำลังศึกษาอยู่ พบว่า ไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจของผู้เรียนในการเรียนในรายวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในรายวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการช่วยให้เข้าใจถึงพฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้เรียน เพราะแรงจูงใจจะเป็นตัวกำหนดการเกิดพฤติกรรมในตัวผู้เรียน และแรงจูงใจนี้ยังเกี่ยวข้องกับความพยายามที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยมและพฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้เรียน ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้อาจไม่เห็นผลทันที ผลของแรงจูงใจจะสังเกตเห็นได้จากการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงความคิดเห็น การรับรู้และการแสดงออก รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์ด้วย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียน มี 7 ด้าน คือ ปัจจัยด้านความสำเร็จและความก้าวหน้าในการเรียน ด้านการยอมรับนับถือและความสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อนร่วมชั้นเรียน ด้านความรับผิดชอบต่อลักษณะกิจกรรมที่ปฏิบัติในการเรียน ด้านการปกครองบังคับบัญชาของอาจารย์ผู้สอน ด้านเกณฑ์ในการเรียนการสอนของรายวิชา ด้านเกรดและผลการเรียน และด้านบรรยากาศและสภาพแวดล้อมในการเรียน

การหาค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของผู้เรียนที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนในรายวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาด แบบบูรณาการ ในภาคเรียนที่ 1,2/2553 ใช้เกณฑ์สัมบูรณ์ ( Absolute Criteria ) ซึ่งแบ่งเป็นช่วง ๆ มีความหมายดังนี้

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.51 - 5.00 หมายความว่า ระดับความคิดเห็นของผู้เรียนที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนในรายวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาด แบบบูรณาการ ในภาคเรียนที่ 1,2/2553 อยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.51 - 4.50 หมายความว่า ระดับความคิดเห็นของผู้เรียนที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนในรายวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาด แบบบูรณาการ ในภาคเรียนที่ 1,2/2553 อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.51 - 3.50 หมายความว่า ระดับความคิดเห็นของผู้เรียนที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนในรายวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาด แบบบูรณาการ ในภาคเรียนที่ 1,2/2553 อยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.51 - 2.50 หมายความว่า ระดับความคิดเห็นของผู้เรียนที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนในรายวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาด แบบบูรณาการ ในภาคเรียนที่ 1,2/2553 อยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.10 - 1.50 หมายความว่า ระดับความคิดเห็นของผู้เรียนที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนในรายวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาด แบบบูรณาการ ในภาคเรียนที่ 1,2/2553 อยู่ในระดับน้อยที่สุด

เมื่อพิจารณาระดับความคิดเห็นของผู้เรียนที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนในรายวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในภาคเรียนที่ 1,2/2553 พบว่า ระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจระดับมาก คือ ปัจจัยด้านเกณฑ์ในการเรียนการสอนของรายวิชา มีค่าเฉลี่ยรวม 4 ด้านบรรยากาศและสภาพแวดล้อมในการเรียน มีค่าเฉลี่ยรวม 4 ด้านการปกครองบังคับบัญชาของอาจารย์ผู้สอน มีค่าเฉลี่ยรวม 3.7 ด้านความสำเร็จ และความก้าวหน้าในการเรียน มีค่าเฉลี่ยรวม 3.5 เนื่องจากผู้สอนจัดการเรียนการสอนในรายวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการโดยยึดหลัก 4 ประการ คือ 1. มีเนื้อหาสาระครบถ้วน ทันสมัย 2. มีกิจกรรมและแบบฝึกปฏิบัติที่ตรงกับเนื้อหาและจุดประสงค์การเรียนรู้ 3. มีประมวลการสอนที่ชี้แจงรายละเอียดของรายวิชา และเกณฑ์การประเมินผลในแต่ละภาคเรียนอย่างชัดเจน และ 4. มีสื่อการสอนที่หลากหลาย นอกจากนี้ยังคำนึงถึงความสำคัญของแรงจูงใจคือเห็นว่า การที่ผู้เรียนได้รับแรงจูงใจที่ถูกต้องและเหมาะสมทำให้คนมีความพึงพอใจ แล้วทุ่มเทกำลังกายกำลังใจ เรียนวิชาอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล จะช่วยเสริมสร้าง กำลังใจที่ดีในการเรียนแก่ผู้เรียน มีความรักในวิชา ช่วยให้การเรียนเป็นไปด้วยความราบรื่นมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงขึ้น เกิดความเชื่อถือศรัทธาในผู้สอนและวิชาที่เรียนอยู่ ผู้เรียนมีความก้าวหน้าและทำให้เกิดความคิด

สร้างสรรค้ในการเรียน สอดคล้องกับพงเพชร วัชรอยู่(2537:1)กล่าวว่า“ในหน่วยงานทั่วไปทุกแห่ง งานแรกที่ผู้บริหารต้องทำคือกระตุ้นให้ทุกคนทำงานอย่างดีที่สุด”ส่วนผู้เรียนก็เรียนเพื่อสนองความต้องการของตนคือเพื่อผลตอบแทนทางเกรดและจากการนำความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์ที่นำมาซึ่งความรู้สึก พอใจ ภาคภูมิใจหรือการยอมรับนับถือจากผู้อื่น ฉะนั้นในเรื่องของแรงจูงใจกับการเรียนก็คือ การพยายามให้ผลตอบแทนการเรียนของผู้เรียนตามความต้องการของเขา และต้องประสานความต้องการของผู้เรียนให้เข้ากับวัตถุประสงค์ของรายวิชาด้วย เพื่อให้เกิดผลงานที่ดีที่สุดตามวัตถุประสงค์ของการเรียน สอดคล้องกับกิติ ตยัคคานนท์ (2536 : 121) กล่าวถึง ความสำคัญของแรงจูงใจไว้ 3 ประการคือ 1.ทำให้เกิดความสนใจการเลือกและการกำหนดให้ตนเองแสดงพฤติกรรมออกมา 2. ทำให้เกิดพฤติกรรมเกิดพลังงานเร้าให้มีกิจกรรม และ3.ทำให้ไปสู่ความสำเร็จของเป้าหมาย จึงทำให้ผลการวิจัยระดับความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านเกณฑ์ในการเรียนการสอนและความมั่นคงในการเรียนในรายวิชา ด้านบรรยากาศและสภาพแวดล้อมในการเรียน ด้านการปกครองบังคับบัญชาของอาจารย์ผู้สอน และด้านความสำเร็จและความก้าวหน้าในการเรียนออกมาในระดับมาก

สำหรับการที่ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลางนั้น ได้แก่ ปัจจัยด้านเกรดและผลการเรียน มีค่าเฉลี่ยรวม 3.3 ด้านการยอมรับนับถือและความสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อนร่วมชั้นเรียน มีค่าเฉลี่ยรวม 3.1 และด้านความรับผิดชอบต่อลักษณะกิจกรรมที่ปฏิบัติในการเรียน มีค่าเฉลี่ยรวม 2.7 เพราะรายวิชาIMC111การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เป็นรายวิชาประเภทบรรยาย มีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนและการจัดทำสื่อการสอนที่หลากหลาย เช่น เอกสารประกอบการสอน สื่อPowerpoint สื่อe-learning และสื่อแบบฝึกหัด ที่มุ่งเน้นการพัฒนาผู้เรียนเป็นรายบุคคลมากกว่าเป็นรายกลุ่ม ผู้เรียนสามารถทำกิจกรรมเป็นรายบุคคลได้ด้วยตนเองและทำกิจกรรมกลุ่มย่อยเพียง 2 ครั้งต่อภาค ส่วนประโยชน์ที่ผู้เรียนจะได้รับจากการเรียนวิชานี้ คือ ความรู้ที่ได้รับ ความรับผิดชอบในกิจกรรมที่ปฏิบัติในการเรียน การยอมรับนับถือและความสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อนร่วมชั้นเรียน ผลการเรียนและเกรดที่ดี อันจะนำมาซึ่งความรู้สึกพอใจ ภาคภูมิใจของผู้เรียน จึงทำให้ผลการวิจัยระดับความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านเกรดและผลการเรียน ด้านการยอมรับนับถือและความสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อนร่วมชั้นเรียน และด้านความรับผิดชอบต่อลักษณะกิจกรรมที่ปฏิบัติในการเรียน ออกมาในระดับปานกลาง

### 3. ข้อเสนอแนะ

#### 3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนของผู้เรียนในรายวิชา IMC 111การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ในภาคเรียนที่ 1,2 /2553 มี 7 ด้าน ซึ่งผู้สอนควรให้



ความสำคัญกับเรื่องนี้เพราะจะเป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างกำลังใจให้กับผู้เรียน การที่จะทำให้ นักศึกษามีความสำเร็จในการเรียนในรายวิชาที่จะทำให้นักศึกษามุ่งมั่นที่จะสนใจการเรียนของตน ซึ่งจะส่งผลดีต่อคุณภาพของนักศึกษาด้วย โดยเฉพาะด้านผลการศึกษาก็คงเป็นสิ่งจำเป็นมาก

อาจารย์ผู้สอนควรจะดูแลด้านนี้เป็นพิเศษเพื่อจะทำให้นักศึกษาทุกคนมีกำลังใจในการเรียน อย่างเต็มความสามารถ ทุ่มเทกำลังกาย กำลังใจจนการเรียนเกิดประสิทธิภาพ และจะต้องระลึกอยู่เสมอว่า การจูงใจเป็นสิ่งที่ทำได้เพราะพฤติกรรมทุกกรณีนั้นเราจะสามารถกำกับ(goal directed) หรือชักนำพฤติกรรมได้อย่างแน่นอน แต่การจูงใจมิใช่สิ่งที่จะทำได้ง่ายๆ หากแต่ต้องใช้วิธีการที่ ต่างกันหลายอย่าง ที่จะให้เกิดผลขึ้นมา และจำต้องมีการวิเคราะห์ส่วนประกอบปัจจัยต่างๆ ได้ อย่างถูกต้อง ที่จะหาช่องวิธีที่จะจูงใจให้เกิดผลขึ้นมาได้ ทั้งนี้สุดแต่ว่าจะเริ่มต้นจากทางไหนและ จากแง่มุมใด

### 3.2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 ควรศึกษาเรื่องเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเรียนของนักศึกษาในรายวิชาอื่นๆ ในสาขา สื่อสารการตลาด คณะนิเทศศาสตร์ หรือสาขาและคณะ หรือในระยะเวลาต่างๆ

3. 2.2 ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยด้านอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการเรียนของนักศึกษาผู้เรียน ในรายวิชาต่างๆ ของสาขาวิชาสื่อสารการตลาด คณะนิเทศศาสตร์ หรือสาขาและคณะ หรือใน ระยะเวลาต่างๆ



## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

- กิติ ตย์คานนท์.นักบริหารทันสมัย.พิมพ์ครั้งที่ 4 .กรุงเทพฯ : บัดเตอร์ฟลาย, 2536.
- กอปรเชษฐ์ ตย์คานนท์ แปล.หลักจิตวิทยาการบริหารEffective psychology for managers.พิมพ์ครั้งที่ 5.กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เปลวอักษร,2553.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ ,นิตยสาร : การศึกษาวันนี้,วันที่ 27 มีนาคม 2551.
- จตุมา เอี่ยมเสถียร.แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูผู้สอนในโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครศรีธรรมราช เขต ,2551.
- ชลธาร รวบรวมธรรม . ผลสัมฤทธิ์และแรงจูงใจในการเรียนวิชาภาษาไทยของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ที่สอนโดยใช้กิจกรรมแบบล่าคำตอบและกิจกรรมตามคู่มือครู,2533.
- ดารณี พานทอง และสุรเสกข์ พงษ์หาญยุทธ. ทฤษฎีการจูงใจ. กรุงเทพมหานคร. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง ,2542.
- นรา สมประสงค์. ทฤษฎีและแนวปฏิบัติในการบริหารการศึกษา หน้าที่ 5-8 .นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ,2536.
- นภดล บัวสาย.“การเปรียบเทียบความสามารถในการอ่านภาษาไทยและแรงจูงใจในการเรียนวิชาภาษาไทย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1ที่ได้รับการสอนโดยใช้บทเรียนสำเร็จรูปการคู่กับการสอนตามคู่มือครู.”ปริญญาานิพนธ์ กศ.ม. (การมัธยมศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.2545.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. “ การจูงใจ” จิตวิทยาการบริหารบุคคล.พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพฯ,2535.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์.. “แรงจูงใจในการทำงาน” จิตวิทยาการอุตสาหกรรม.พิมพ์ครั้งที่2. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพฯ, 2542
- พวงเพชร วัชรอยู่.แรงจูงใจกับการทำงาน.พิมพ์ลักษณะ, กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2537
- พวงทอง วิโรจนการ. "การเปรียบเทียบความเข้าใจในการอ่าน ความสามารถในการเรียนและแรงจูงใจของนักศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 ที่ได้รับการสอนด้วยวิธีมุ่งประสบการณ์ภาษากับวิธีสอนตามคู่มือครู." ปริญญาานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกการมัธยมศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2534.
- รังสรรค์ ประเสริฐศรี. “การจูงใจและการเสริมแรง” พฤติกรรมองค์การ.พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพมหานคร : บริษัท ธรรมสาร จำกัด, 2548.

- วันทนีย์ ชูศิลป์. **ระเบียบวิธีการวิจัย.พิษณุโลก** : ภาควิชาทดสอบและวิจัยการศึกษา วิทยาลัยครู  
พิษณุโลก,2528.
- สมยศ นาวิการ. “แรงจูงใจ” **การบริหารพฤติกรรมองค์กร. พิมพ์ครั้งที่ 1.** กรุงเทพมหานคร :  
บริษัท โรงพิมพ์ตะวันออก จำกัด,2540.
- สมิหรา จิตตลดากร. “แรงจูงใจในการทำงาน” **ทฤษฎีองค์กร. (พิมพ์ครั้งที่ 3).** กรุงเทพมหานคร  
: แสงเทียนการพิมพ์, 2546.
- สิริอร วิชชาวุธ.”แรงจูงใจกับการเรียนรู้”**จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การเบื้องต้น. (พิมพ์ครั้งที่ 1).**  
กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2544.
- สุชา จันทน์เอม. **จิตวิทยาทั่วไป.** กรุงเทพมหานคร. โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด 2542.
- สุวัฒน์ วัฒนวงศ์.”ประเภทของแรงจูงใจ”**จิตวิทยาเพื่อการฝึกอบรมผู้ใหญ่. พิมพ์ครั้งที่ 2 (ฉบับ  
ปรับปรุง).** กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, .2547.
- สำนักทะเบียนและประเมินผล มหาวิทยาลัยรังสิต. **ข้อมูลนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชา IMC111  
การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ภาควิชาการศึกษาที่ 1-2 , 2553.**
- อนันต์ จันทร์ทวี. **การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement motive) กับ  
ความคิดแบบสอบสวน (Inquiry) และความถนัดทางการเรียน,**2554.
- อุบลรัตน์ เฟื่องสฤติย์.**จิตวิทยาเรียนรู้. พิมพ์ครั้งที่ 4.**สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2544.
- อัญชลา ศาสตร์สุภาพ.**การเปรียบเทียบความสามารถในการอ่าน และแรงจูงใจในการเรียน วิชา  
ภาษาไทยของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ที่ได้รับการสอนโดยใช้บทเรียนสำเร็จรูป  
การคู่กับการสอนแบบปกติ. สารนิพนธ์ กศ.ม. (การมัธยมศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิต  
วิทยาลัยมหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ.**2549.

### ภาษาอังกฤษ

- Kharmar, Nayef. "**Motivation and the Young Foreign Language Learner.**" English  
Language Teaching 31 (July 1971): 103 - 111.
- Ivancevich , John M. and Michael T. Matteson. 2002. **Organizational Behavior and  
Management.** (6<sup>th</sup> ed). New York : McGraw- Hill Companies.
- Pimsleur McIntyre & Ruth.**Under-achievement in Foreign Language Learning.**New York:  
McGraw-Hill Book Co.,1966
- Schermerhorn, JohnR. , James G. Hunt and Richard N. Osborn. 2003. **Organizational Behavior.**  
(8<sup>th</sup> ed).USA : John Wiley & Sons.

**เว็บไซต์อ้างอิง**

[www.ba.cmu.ac.th](http://www.ba.cmu.ac.th),2554

[www.ismed.or.th](http://www.ismed.or.th),2554

[www.stou.ac.th](http://www.stou.ac.th),2554

<http://isc.ru.ac.th>,2554

<http://std.kku.ac.th>,2554

<http://dit.dru.ac.th>,2554

มหาวิทยาลัยรังสิต  
Rangsit University

ภาคผนวก ก.

แบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

มหาวิทยาลัยรังสิต  
Rangsit University

ชุดที่.....

## แบบสอบถาม

**ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ**  
**คำชี้แจง**

1. แบบสอบถามนี้ถามเกี่ยวกับการกระทำของนักศึกษาที่มีต่อการเรียนวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ในภาคเรียนที่ 2/2553 ขอให้นักศึกษาอ่านแต่ละข้ออย่างละเอียดและพิจารณาว่า ข้อความแต่ละข้อตรงกับการกระทำของนักศึกษามากน้อยเพียงใด แล้วทำเครื่องหมาย X ลงในช่องนั้นๆ เพียงช่องเดียว
2. การตอบแบบสอบถามฉบับนี้ไม่มีผลต่อคะแนนการเรียนของนักศึกษาแต่ประการใด นักศึกษามีอิสระในการตอบอย่างเต็มที่ คำตอบของนักศึกษาจะมีประโยชน์และคุณค่ามากที่สุดก็ต่อเมื่อนักศึกษาตอบตรงกับความเป็นจริง
3. ขอให้นักศึกษาทำแบบสอบถามนี้ให้ครบทุกข้อ

## ตัวอย่าง

ข้อ	ข้อความ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก
○	ข้าพเจ้ารู้สึกชอบกิจกรรมต่างๆ ในชั่วโมงวิชาการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC111)		X			
∞	ข้าพเจ้าจะรีบทำแบบฝึกหัดวิชาการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ(IMC111) ตามที่อาจารย์สั่งโดยไม่ต้องให้ใครเตือน			X		

**ตอนที่ 1** ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ  
 ชาย                       หญิง
2. อายุ  
 17-18 ปี     19-20 ปี     21-22 ปี     มากกว่า 22 ปี
3. กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่  
 ปี1 (รหัส 53)     ปี2 (รหัส 52)     ปี3 (รหัส 51)     ปี4 (รหัส 50)
4. เกรดเฉลี่ยสะสมปัจจุบัน  
 ยังไม่ทราบเกรดเฉลี่ย     เกรด 1.5 - 2.0     เกรด 2.0 - 2.5  
 เกรด 2.5 - 3.0     เกรด 3.0 - 3.5     เกรด 3.5 - 4.0
5. เรียนวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เป็นกลุ่มวิชาใด  
 วิชาเอก                       วิชาโท                       วิชาเลือกเสรี
6. คณะและสาขาวิชาที่กำลังศึกษาอยู่  
 คณะที่กำลังศึกษา.....  
 สาขาวิชาที่กำลังศึกษา.....

**ตอนที่ 2** ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนวิชา IMC 111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

<u>เกณฑ์การให้คะแนนระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจ</u>		
มากที่สุด	5	คะแนน
มาก	4	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
น้อย	2	คะแนน
น้อยที่สุด	1	คะแนน

ข้อ	ข้อความ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก
	<b>1. ปัจจัยด้านความสำเร็จและความก้าวหน้าในการเรียน</b>					
1	ข้าพเจ้าตั้งใจเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพราะเป็นวิชาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน					
2	ข้าพเจ้าเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อนำความรู้ไปใช้ประกอบวิชาชีพด้านสื่อสารการตลาดต่อไป					
3	ถ้าเป็นไปได้ข้าพเจ้าอยากให้ลดเวลาเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพราะไม่มีความสำคัญต่อการใช้ในชีวิตประจำวัน					
4	กิจกรรมในวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ทำให้นักศึกษามีโอกาสใช้ความสามารถที่มีอยู่อย่างเต็มที่					
5	ข้าพเจ้าคิดว่าวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีประโยชน์เฉพาะในห้องเรียนเท่านั้น					
6	ข้าพเจ้าเรียนอย่างตั้งใจ เพราะวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อเป็นแนวทางในการเรียนวิชาอื่นๆ					
7	หลังจากการเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการแล้ว ทำให้อยากหาความรู้เพิ่มเติมอีก					
8	การเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ นั้นสำคัญและมีประโยชน์มาก ข้าพเจ้าจึงเรียนวิชานี้ด้วยความตั้งใจ เอาใจใส่และฝึกฝนค้นคว้าอยู่เสมอ					



9	ความรู้วิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ไม่ส่งผลให้ การเรียนรู้วิชาอื่นๆดีขึ้น ข้าพเจ้ารู้สึกต้องทนเรียนทั้งที่ไม่อยากเรียน					
10	ข้าพเจ้ามีความรู้ความเข้าใจเนื้อหาวิชาIMC111การสื่อสารการตลาด แบบบูรณาการที่อาจารย์สอนทุกครั้ง					
11	ข้าพเจ้ารู้และเข้าใจเรื่องคุณธรรมและจริยธรรมที่อาจารย์สอน สอดแทรกและส่งเสริมนักศึกษาในวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาด แบบบูรณาการ					
12	ข้าพเจ้าเกิดการเรียนรู้และค้นคว้าด้วยตนเองจากกิจกรรมการเรียนรู้วิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ที่อาจารย์ให้ทำ					
13	ข้าพเจ้าได้รับประโยชน์จากการเฉลย คำแนะนำ ตรวจงาน การติดตาม ผลการเรียนรู้วิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จาก อาจารย์อย่างต่อเนื่อง					
	ข้อความ	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย มาก
	<b>2.ปัจจัยด้านการยอมรับนับถือและความสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อนร่วมชั้น เรียน</b>					
14	ถ้าข้าพเจ้าถูกขอให้ช่วยกิจกรรมวิชาIMC111 การสื่อสารการตลาด แบบบูรณาการ ข้าพเจ้าจะเพิกเฉย					
15	ข้าพเจ้ามีการทำงานร่วมกันในกิจกรรมการเรียนรู้วิชา IMC111 การ สื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ที่อาจารย์ส่งเสริมให้ทำ					
16	ในช่วงโม่งเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ข้าพเจ้าได้อภิปราย แสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันจาก การที่อาจารย์เปิดโอกาสให้ทำ					

	ข้อความ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก
	<b>3.ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อลักษณะกิจกรรมที่ปฏิบัติในการเรียน</b>					
17	เมื่ออาจารย์ต้องการอาสาสมัครเพื่อสาธิตการจัดกิจกรรมการเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ข้าพเจ้าจะหลบไปนั่งหลังชั้น					
18	ข้าพเจ้าพยายามหลบหน้าเมื่ออาจารย์เรียกให้ตอบคำถาม					
19	ชั่วโมงที่อาจารย์สอนเนื้อหาวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ย่างยากซับซ้อน ข้าพเจ้าจะนำงานอื่นขึ้นมาทำ					
20	ข้าพเจ้าจะรีบทำแบบฝึกหัดวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการตามที่อาจารย์สั่ง โดยไม่ต้องให้ใครเตือน					
21	ชั่วโมงใดที่วิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จัดการเรียนการสอนแบบอภิปรายหรือซักถาม ข้าพเจ้าจะพยายามหลีกเลี่ยง					
22	ข้าพเจ้ารู้สึกชอบกิจกรรมต่างๆ ในชั่วโมงวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ					
23	ถ้าอาจารย์ให้ทำงานเกี่ยวกับวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ข้าพเจ้าจะทำอย่างตั้งใจ					
24	เมื่ออาจารย์ให้การบ้านวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ยากต้องค้นคว้าในแหล่งอื่นเช่น อินเทอร์เน็ต เพราะไม่สามารถค้นคว้าในหนังสือเรียนได้ ข้าพเจ้าจะเลิกทำ หรือหมดความสนใจ					
25	กิจกรรมการเรียนในชั่วโมงวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ถ้าอาจารย์ให้แปลคำศัพท์ภาษาอังกฤษหรือคำศัพท์เฉพาะวิชาชีพที่ยากแก่การเข้าใจข้าพเจ้ารู้สึกเบื่อและไม่อยากเรียน					

26	เมื่อมาเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ข้าพเจ้า ไม่นำเอกสารประกอบการสอนหรือแบบฝึกหัดมาด้วยทุกครั้ง หรือ บางครั้ง					
27	ข้าพเจ้าเข้าเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ สม่ำเสมอ ครบถ้วนตามเนื้อหารายวิชา และตรงต่อเวลา					
	<b>ข้อความ</b>	<b>มาก ที่สุด</b>	<b>มาก</b>	<b>ปาน กลาง</b>	<b>น้อย</b>	<b>น้อย มาก</b>
	<b>4. ปัจจัยด้านการปกครองบังคับบัญชาของอาจารย์ผู้สอน</b>					
28	ข้าพเจ้าพึงพอใจต่อการเรียนการสอนวิชา IMC111 การสื่อสาร การตลาดแบบบูรณาการของอาจารย์ทุกครั้ง					
29	ข้าพเจ้าซักถามข้อสงสัย และขอคำแนะนำจากอาจารย์ให้ช่วยเหลือด้าน การเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ					
30	ข้าพเจ้าขอคำปรึกษาจากอาจารย์ทั้งในและนอกชั้นเรียนวิชาIMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ					
	<b>ข้อความ</b>	<b>มาก ที่สุด</b>	<b>มาก</b>	<b>ปาน กลาง</b>	<b>น้อย</b>	<b>น้อย มาก</b>
	<b>5. ปัจจัยด้านเกณฑ์ในการเรียนการสอนของรายวิชา</b>					
31	ข้าพเจ้าเข้าใจวัตถุประสงค์และแผนการสอนวิชา IMC111 การสื่อสาร การตลาดแบบบูรณาการ อย่างชัดเจน					
32	ข้าพเจ้าสนใจเรียนรู้วิชาIMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จากเทคนิควิธีการสอนที่หลากหลาย					
33	ข้าพเจ้าคิดว่าการวัดประเมินผลวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาด แบบบูรณาการสอดคล้องกับวัตถุประสงค์รายวิชา					

	ข้อความ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก
	<b>6. ปัจจัยด้านเกรดและผลการเรียน</b>					
34	ในการทำข้อสอบวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการแต่ละครั้ง ข้าพเจ้าทำอย่างตั้งใจเพื่อให้ได้คะแนนดี					
35	ข้าพเจ้าเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อให้สอบผ่านเท่านั้น					
36	ข้าพเจ้าเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อให้ได้เกรด A					
37	ข้าพเจ้าเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อเป็นวิชาช่วยเกรดเท่านั้น					
38	ข้าพเจ้าเรียนวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อเรียนเป็นวิชาโทให้ครบหลักสูตรเท่านั้น					
	ข้อความ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก
	<b>7. ปัจจัยด้านบรรยากาศและสภาพแวดล้อมในการเรียน</b>					
39	ตรวจงาน มีและใช้เอกสารประกอบการสอน หนังสือ ตำรา สื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือสื่อประเภทอื่นๆวิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ อย่างเหมาะสมและเพียงพอ					
40	ข้าพเจ้าใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้วิชา IMC111 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ที่อาจารย์ส่งเสริมให้ทำ					

## ประวัตินักวิจัย

ชื่อ – นามสกุล (ภาษาไทย)

นางสาว แฉ่งน้อย บุญยเนตร

(ภาษาอังกฤษ) Miss Nangnoi Boonyanet

เพศ หญิง

วัน เดือน ปีเกิด 14 ตุลาคม 2501

ตำแหน่ง  อาจารย์  ผศ.  รศ.  ศ.

สถานภาพในโครงการวิจัย  หัวหน้าโครงการ  ผู้ร่วมวิจัย  ผู้ช่วยวิจัย

ที่อยู่(ที่ทำงาน)คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ห้อง216 ตึก15(ตึก Digital Multimedia

Complex)จังหวัด ปทุมธานี รหัสไปรษณีย์ 12000 โทรศัพท์ 0-2997-2222 ต่อ4481

โทรสาร 0-2997-2222 ต่อ 4466

ที่อยู่(ที่บ้าน) 221/2 หมู่4 ซอยศรีพรสวรรค์ ต.สวนใหญ่ อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000 โทร.02-525-1974

E-mail Address NANGNOI.B@rsu.ac.th

ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรีสาขา ภาษาไทย-ภาษาศาสตร์ ปีที่จบ พ.ศ. 2523

สถาบัน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ประเทศไทย

ปริญญาตรีสาขา การโฆษณา ปีที่จบ พ.ศ. 2536

สถาบัน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ประเทศไทย

ปริญญาตรีสาขา ภาษาไทย-ภาษาศาสตร์ ปีที่จบ พ.ศ. 2528

สถาบัน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ประเทศไทย

ผลงานวิจัยด้านพัฒนาการเรียนการสอน

1. สภาพ ปัญหาและการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาสาขาวิชาการโฆษณา มหาวิทยาลัยรังสิต

( The problems and Learning development of Rangsit University's advertising students )

ได้รับทุนวิจัยจากศูนย์สนับสนุนและพัฒนาการเรียนการสอน (ศสพ.) ประจำปีการศึกษา 2547

## ประวัตินักวิจัย

ชื่อ – นามสกุล (ภาษาไทย)

นาย ณัฐพงษ์ हरिरักษาพิทักษ์

(ภาษาอังกฤษ) Mr. Natapong Hariraksapitak

เพศ ชาย

วัน เดือน ปีเกิด 10 สิงหาคม 2502

ตำแหน่ง  อาจารย์  ผศ.  รศ.  ศ.สถานภาพในโครงการวิจัย  หัวหน้าโครงการ  ผู้ร่วมวิจัย  ผู้ช่วยวิจัย

ที่อยู่(ที่ทำงาน)คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ห้อง216 ตึก15(ตึก Digital Multimedia

Complex)จังหวัด ปทุมธานี รหัสไปรษณีย์ 12000 โทรศัพท์ 0-2997-2222 ต่อ4550

โทรสาร 0-2997-2222 ต่อ 4466

ที่อยู่ (ที่บ้าน) 69/20 หมู่ 10 ซอยร่วมสุข ต.บางขุนเทียน อ.จอมทอง จ.กรุงเทพมหานคร 10150

E-mail Address natapong10@hotmail.com

## ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรีสาขา การออกแบบนิเทศศิลป์ ปีที่จบ พ.ศ. 2525

สถาบัน มหาวิทยาลัยศิลปากร ประเทศไทย

ปริญญาตรีสาขา วรรณคดีภาษาจีน(เศรษฐกิจและการค้า) ปีที่จบ พ.ศ. 2552

สถาบัน มหาวิทยาลัยภาษาและวัฒนธรรมปักกิ่ง ประเทศจีน

ปริญญาโทสาขา การโฆษณา ปีที่จบ พ.ศ. 2541

สถาบัน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ประเทศไทย

## ประวัตินักวิจัย

ชื่อ – นามสกุล (ภาษาไทย)

นาง สยามวรา เชื้อทิน

(ภาษาอังกฤษ) Mrs. Sayamwara Churtin

เพศ หญิง

วัน เดือน ปีเกิด 9 พฤษภาคม 2503

ตำแหน่ง

 อาจารย์  ผศ.  รศ.  ศ.

สถานภาพในโครงการวิจัย

 หัวหน้าโครงการ  ผู้ร่วมวิจัย  ผู้ช่วยวิจัย

ที่อยู่(ที่ทำงาน)คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ห้อง216 ตึก15(ตึก Digital Multimedia

Complex)จังหวัด ปทุมธานี รหัสไปรษณีย์ 12000 โทรศัพท์ 0-2997-2222 ต่อ4553

โทรสาร 0-2997-2222 ต่อ 4466

ที่อยู่ (ที่บ้าน) 17/8 ซอยวิภาวดี 35 ถ.วิภาวดีรังสิต อ.ดอนเมือง จ.กทม.10210 โทร.02-536-1489

E-mail Address sayamwara @ yahoo.com

ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรีสาขา ภาษาอังกฤษ ปีที่จบ พ.ศ. 2522

สถาบัน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ประเทศไทย

ปริญญาโทสาขา Communication ปีที่จบ พ.ศ. 2530

สถาบัน Central Missouri State University ประเทศสหรัฐอเมริกา