

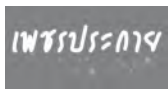
ศิลปะการ



ที่จูงใจคน



หากคุณต้องการพบกับ**สู่ทางสู่ความสำเร็จ**ในการพูดจูงใจ
ที่พูดไปเมื่อไรก็จะทำให้ได้ตั้งใจต้องการเสมอ
หนังสือเล่มนี้มีคำตอบ!



สำนักพิมพ์ เพชรประกาย

ศิลปะการพูดที่จูงใจคน

ราคา 190 บาท

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ

สมชาติ กิจยรรยง.

ศิลปะการพูดที่จูงใจคน.--กรุงเทพฯ : เพชรประกาย, 2557.

256 หน้า.

1. การพูด. 2. วาทศิลป์. I. ชื่อเรื่อง.

808.5

ISBN 978-616-344-527-8

ที่ปรึกษากฎหมาย	วิสุทธิ ตรังคสมบัติ, น.บ., นศ.ม.
บรรณาธิการบริหาร	ชรอใจ คันทพรศิริ
บรรณาธิการต้นฉบับ	สมชาติ กิจยรรยง
บรรณาธิการ	ภาคจิรา ยศวิไล
กองบรรณาธิการ	ดลยา เจริญรัชตพันธุ์ สิริพันธุ์ ศรีอรุณศักดิ์ อังสนา ปรีक्षा มธุรส เหมือนพลอย
พิสูจน์อักษร	สุจิตรา อ้อพูน
ออกแบบปก	Evolution Art
ศิลปกรรม	Evolution Art

© ได้รับการอนุญาตจัดพิมพ์จากเจ้าของลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย

สงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2548

ห้ามลอกเลียนส่วนใดส่วนหนึ่งของหนังสือเล่มนี้

มิเช่นนั้นจะถือว่าละเมิดลิขสิทธิ์และมีความผิดทางอาญา

จัดพิมพ์โดย

เพชรประกาย

สำนักพิมพ์ เพชรประกาย

ในเครือบริษัท เพชรประกาย จำกัด

8 อาคารเพชรประกาย ถนนรามอินทรา

แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพฯ 10510

โทรศัพท์ 0 2917 9955 # 303 โทรสาร 0 2917 9571

Email : feelgoodbook@gmail.com

พิมพ์ที่

บริษัท โรงพิมพ์มิตรสัมพันธ์กราฟฟิก จำกัด

520-530 ซอยเพชรเกษม 4 ถนนเพชรเกษม

แขวงท่าพระ เขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพฯ 10600

จัดจำหน่ายโดย

บริษัท ซีเ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน)

SE-EDUCATION PUBLIC COMPANY LIMITED

อาคารทีซีไอเอฟทาวเวอร์ ชั้น 19

เลขที่ 1858/87-90 ถนนบางนา-ตราด

แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260

โทรศัพท์ 0 2739 8000 โทรสาร 0 2739 8609

Homepage : <http://www.se-ed.com>

หากคุณผู้อ่านพบว่าหนังสือของสำนักพิมพ์เล่มใดที่ไม่ได้มาตรฐาน หน้าสลับ หน้าขาดหาย หรือข้อความบางส่วนในหน้าขาดหายไป ทางสำนักพิมพ์ยินดีเปลี่ยนหนังสือเล่มใหม่ ให้แกผู้อ่านเพื่อเป็นการขออภัยในความผิดพลาดสามารถติดต่อขอเปลี่ยนหนังสือ โดยส่งหนังสือเล่มที่มีปัญหา กลับมาตามที่อยู่สำนักพิมพ์

■ ■ คำนิยาม

มนุษย์มีความจำเป็นที่จะต้องสื่อสารกันในเรื่องราวต่างๆ
การพูด...เป็นวิธีหนึ่งที่จะสามารถสื่อสารระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ให้
ได้ผลสัมฤทธิ์ดังปรารถนาทั้งสองฝ่าย

แต่การพูดให้ดี..พูดเป็น...มีสาระ...และสามารถจูงใจคนให้เกิดความ
เชื่อถือ ศรัทธา หรือเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในสายงานอาชีพ หรือเพื่อสร้าง
ความสัมพันธ์ที่ดีนั้น เป็นเรื่องไม่ง่ายเลย

จำเป็นต้องมีศิลปะ และอาศัยทักษะแนวคิดวิทยา เพื่อพัฒนาวิธีการ
พูดเหล่านั้นให้มีประสิทธิภาพ

คุณสมชาติ กิจยรรยง เป็นผู้ที่มีความสามารถ มีความรู้ สามารถ
ถ่ายทอดประสบการณ์ ความเชื่อของตนมาเป็นหนังสือ “ศิลปะการพูดเพื่อ
จูงใจคน” ได้เป็นอย่างดี มีคุณภาพ เนื้อหาครบถ้วน ผู้ที่ได้อ่านหนังสือเล่ม
นี้สามารถนำไปพัฒนาทักษะและศิลปะการพูดของตนเพื่อสามารถ “จูงใจ
คน” ได้ในระดับต่างๆ ตามต้องการ

จึงเป็นหนังสือดีอีกเล่มหนึ่งที่ทุกคนไม่ควรพลาด

ศ.ดร.นายแพทย์วิทยา นาควัชระ

จิตแพทย์ – นักเขียน

■ คำนำสำนักพิมพ์

จากการศึกษาประวัติศาสตร์ เราจะพบว่า “เดมอส เหนีส” นักพูดฝีมือเอกของกรีก ได้พูดปลุกใจทหารที่กำลังระส่ำระสาย ให้ต่อสู้กับกองทัพอันเกรียงไกรของพระเจ้าฟิลลิปแห่งแคว้นแมซิโดเนีย จนได้รับชัยชนะ ซึ่งเดิม “เดมอส เหนีส” เป็นคนพูดติดอ่าง พูดในที่ชุมนุมชนก็ถูกเหยียดหยาม เขาจึงหลบออกจากเอเธนส์ไปฝึกฝนการพูดนอกเมือง เป็นการฝึกด้วยตนเอง จนพูดได้คล่องดีแล้วจึงกลับมาใหม่

ลินคอล์น ประธานาธิบดีผู้ยิ่งใหญ่ของสหรัฐอเมริกา ผู้ซึ่งได้ให้คำพูดที่เป็นประวัติศาสตร์ติดตรึงในหัวใจของชาวโลกที่ว่า **“รัฐบาลของประชาชน โดยประชาชน และเพื่อประชาชน”** ซึ่งเป็นรากฐานของการปกครองระบอบประชาธิปไตย สุนทรพจน์ของท่าน ณ เกตติสเบิร์ก ได้รับเกียรติบรรจุลงในหนังสือเอ็นไซโคปีเดียมาแล้ว ลินคอล์น เมื่อเริ่มเป็นทนายไปว่าความครั้งแรก ปากสั่น ขาสั่น เหงื่อตกด้วยความประหม่าและไม่มั่นใจในตนเอง จนศาลสั่งให้นั่งลง หลังจากนั้นท่านได้ฝึกฝนพัฒนาการพูดของท่าน และได้ประสบความสำเร็จอย่างยอดเยี่ยม

รัฐบุรุษอย่างวิสตัน เชอร์ชิล ของอังกฤษ ผู้ซึ่งเป็นทั้งนักการเมือง นักการทหาร และนักพูดที่ประสบผลสำเร็จในชีวิต เดิมท่านเป็นคนพูดไม่ชัดและพูดพลาม ไม่รู้จักจบในการพูด ภายหลังท่านฝึกฝนการพูดและพัฒนาการพูด จนกลายเป็นนักพูดฝีมือเอกของโลกไปในที่สุด

ตัวอย่างดังที่กล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นว่า ศิลปะการพูดเป็นสิ่งจำเป็นและสามารถฝึกฝนได้ รวมทั้งแนวทาง หรือวิธีการในการพูดจงใจ

ซึ่งมิใช่สิ่งเหลือวิสัยสติปัญญาความสามารถในการพูดของคนไทยเรา
ซึ่งได้ตระหนักถึงความสำคัญของการพูดจนมีคำพูดว่า “ปากเป็นเอก
เลขเป็นโท” แต่การฝึกอบรมช่วงระยะเวลาสั้นๆ จะดลบันดาลให้ท่านพูด
เก่งในทันทีย่อมเป็นไปไม่ได้ แต่อย่างน้อยท่านก็พอจะทราบหลักเกณฑ์เบื้องต้น
และปฏิบัติพื้นฐานที่จำเป็น ซึ่งจะเป็นแนวทางพัฒนาการพูดเชิงใจของท่าน
โดยคุณสมชาติ กิจยรรยง ผู้ที่เคยผ่านกิจกรรมการพูดมาตั้งแต่สมัย
เรียนตลอดจนกิจกรรมทางสังคมด้านการพูดต่างๆ จวบจนกระทั่งในปัจจุบัน
ทำงานด้านที่ปรึกษา รวมทั้งการพัฒนาศุภเคราะห์ที่มีส่วนในการพัฒนาศุภคต
ในองค์กรต่างๆ ให้เจริญรุ่งเรืองและก้าวหน้าต่อไปได้

ปรารภนาดี
กองบรรณาธิการ

■ คำนำ

องค์กรใดๆ ก็ตามที่ใช้เครื่องจักร คอมพิวเตอร์และหุ่นยนต์ ทำงานทดแทนคนได้ทั้งหมด องค์กรนั้นก็คงจะปราศจากความวุ่นวายเพราะไม่มีทุกข์ ไม่มีสุข ทุกอย่างจะเป็นไปตามโปรแกรมที่วางไว้ ไม่จำเป็นที่จะต้องสร้างแรงจูงใจและสัมพันธภาพระหว่างเครื่องจักรและหุ่นยนต์ที่ไม่มีความรู้สึกและไม่มีชีวิตชีวาอะไร

แต่สภาพความเป็นจริงแล้ว องค์กรยังคงต้องใช้ “คน” ทำงานในหลายๆ ด้าน รวมทั้งการใช้คนให้ควบคุมเครื่องจักร คอมพิวเตอร์และหุ่นยนต์ ซึ่งคนแต่ละคนแต่ละระดับภายในองค์กรนั้น มาจากสังคมพื้นฐานต่างๆ กัน ทำให้คนซึ่งมีความรู้สึก มีความคิด มีความต้องการ อันเป็นธรรมชาติที่มีความแตกต่างกัน เช่นเดียวกันกับเส้นลายมือที่ไม่เคยซ้ำกันเลยในทุกผู้คน ทั้งนี้ความวุ่นวาย ปัญหาต่างๆ การยื่นข้อเรียกร้อง การสไตรค์ (Strikes) หรือนัดหยุดงานก็เกิดขึ้นด้วย คนในทางตรงข้ามความสำเร็จในองค์กรก็เกิดขึ้นด้วย คนในฐานะหัวหน้าหรือผู้บังคับบัญชา ท่านเคยประสบความสำเร็จในการควบคุมคนหรือไม่ ลูกน้องของท่านยอมรับท่านหรือไม่ ในฐานะองค์กรนั้นพนักงานมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรจะรักและยอมตายแทนองค์กรหรือไม่ ถ้าหากคำตอบว่า “ไม่” แล้ว ท่านต้องรีบเร่ง “สร้างแรงจูงใจและสัมพันธภาพของคนในองค์กร” โดยใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ในการพูดสื่อสารที่ครองตนและครองตัวบุคคลต่างๆ ให้เร็วที่สุด ในการบริหารและการจัดองค์กร ปัญหาเกี่ยวกับการพูดเพื่อชักจูง หรือจูงใจบุคคลต่างๆ ในองค์กร ตลอดจนการ

เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมีอยู่มาก ฉะนั้นผู้บริหารจะต้องเข้าใจความต้องการ
ของบุคคลต่างๆ ในองค์กรเพราะความต้องการของบุคคลต่างๆ นั้น เป็น
สิ่งชักจูงให้บุคคลมีพฤติกรรมที่แสดงออกมาต่างๆ นานาในการปฏิบัติงาน

ดังนั้นในองค์กรหนึ่งๆ หากเปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานทุกคนมีส่วนร่วม
ร่วมในการพูดการแสดงความคิดเห็น และมีส่วนร่วมรับผิดชอบในงานที่
คนปฏิบัติอยู่ แนวความคิดนี้เป็นการสร้างแรงจูงใจ หรือแรงกระตุ้นให้ผู้
ปฏิบัติงานได้แสดงความรู้ ความสามารถของตนเองออกมา เพื่อดำเนิน
กิจการต่างๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้ได้ จิตวิทยาการสื่อสารสัมพันธ์
ระหว่างบุคคล (TA : TRANSACTIONAL ANALYSIS) การสื่อสาร ประสานงาน
และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคลในหน่วยงาน ด้วยความเชื่อ
มั่น เปิดเผยเข้าใจ จริงใจ ตรงไปตรงมา จากความคิดและความรู้สึกที่ดีต่อ
กัน ย่อมมีส่วนช่วยเสริมสร้างความสำเร็จให้กับองค์กร ซึ่งถ้าหากพนักงาน
หรือผู้บริหารได้เข้าใจถึงบทบาท บุคลิกภาพ การแสดงออกของตนเอง และ
ผู้อื่นในการแสดงออกอย่างสร้างสรรค์ ย่อมจะก่อให้เกิดบรรยากาศและ
วัฒนธรรมการทำงานในองค์กรที่ดี รวมทั้งความสำเร็จในงานและชีวิตของ
ตนเองอีกด้วย วัตถุประสงค์ของหนังสือเล่มนี้ก็เพื่อให้ผู้อ่านทั้งผู้ปฏิบัติงาน
ฝ่ายบริหาร หัวหน้างาน สามารถวิเคราะห์ตนเองและวิเคราะห์ผู้อื่นว่ามี
ทัศนคติอย่างไร มีบุคลิกอย่างไร มีการติดต่อสัมพันธ์ระหว่างกันอย่างไร ถ้ามี
การติดต่อสัมพันธ์ที่ขัดแย้ง หรือเล่นเกมต่อกันก็จะได้ปรับปรุงความสัมพันธ์
นั้นให้ดีกว่าเดิม เพื่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานร่วมกันภาย
ใต้บรรยากาศที่ดีและเป็นมิตรภาพที่ยั่งยืนสืบต่อไป

หากจะถามว่าทำไมจึงต้องพูดจูงใจ ก็ขอเรียนว่าธรรมชาติของคน
เรานั้นย่อมต้องอาศัยแรงกระตุ้นต่างๆ ที่เป็นแรงจูงใจ ให้เกิดการกระทำขึ้น

สำหรับเหตุผลหรือสาเหตุที่ทำให้เกิดการจูงใจ หรือแรงจูงใจ จะประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ก็คือ เป็นเรื่องธรรมชาติของมนุษย์เมื่อถึงเวลา หรือเมื่อเกิดสิ่งเร้าทำให้เกิดความต้องการ ความต้องการทำให้เกิดแรงจูงใจ แรงจูงใจทำให้เกิดการกระทำ เช่น เวลาอากาศร้อนก็จะเกิดแรงจูงใจได้หลายๆ ทางเช่น ดื่มน้ำ หรือใช้พัดหรือพัดลม หรือใช้เครื่องปรับอากาศ ช่วยบรรเทาอากาศที่ร้อนแรง

เหตุผลที่จูงใจประการหนึ่งก็คือเกิดจากสิ่งเร้า หรือสิ่งที่มองเห็นแล้วเกิดความต้องการอยากรู้ อยากเห็น เช่น เด็กเล็กมักจะชอบของเล่น หรือสิ่งของที่มีสีสันต่างๆ สาเหตุของการกระทำเพื่อให้เกิดการจูงใจก็เพราะผู้นำได้หวังผลงานสำเร็จตามเป้าหมาย เช่น กำหนดรางวัล หรือบทลงโทษเพื่อจูงใจให้ผลงานประสบความสำเร็จ ในประการสุดท้ายที่ถามว่าทำไมต้องจูงใจ นั่นก็คือเพื่อที่จะได้สร้างพลังในการพูด หรือใช้คำพูด ให้ผู้ฟังเกิดความเชื่อมั่น เชื่อถือ เชื่อใจ เชื่อฟัง แล้วลงมือปฏิบัติตามคำพูดที่จูงใจของเราในฐานะของผู้พูดนั่นเอง

หนังสือเล่มนี้ได้รวบรวมขึ้นมาซึ่งจะแตกต่างจากงานเขียนด้านการพูดในเล่มก่อนๆ ไม่ว่าจะเป็นเล่มสร้างความสำเร็จจากพลังคำพูด บันไดลัดสู่ความสำเร็จในการพูด เทคนิคการพูดสำหรับโฆษก พิธีกรและนักพากย์ หรือแม้แต่เล่มศิลปะการพูดที่ครองใจคนก็ตาม โดยเนื้อหาจะเน้นไปในการพูดเพื่อการจูงใจบุคคลต่างๆ โดยในบทต้นๆ ได้ให้ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการพูดเพื่อการจูงใจคน การสร้างศักยภาพให้กับตัวผู้พูดเอง ได้รับรู้ถึงการสร้างแรงจูงใจในรูปแบบต่างๆ ได้แนะวิธีการพัฒนาความคิด จิตสำนึกกับประเภทของคนที่กับวิธีการพูดเพื่อจูงใจ ในตอนกลางของเล่มจะเน้นหนักไปในการพูดเพื่อการจูงใจบุคคลต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ส่วนในตอนท้ายจะเป็นเกร็ดเล็กๆ น้อยๆ ที่กล่าวถึงประเด็นสำคัญของ

การพูดเพื่อการจูงใจคนในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าเรื่องการพูดเพื่อหาคะแนนเสียง เพื่อให้คำปรึกษาหารือ เพื่อให้คำแนะนำที่ดี เพื่อให้ทำงานสำเร็จ และสุดท้ายถ้าหากจะปฏิเสธต้องมีศิลปะในการปฏิเสธอย่างมีเยื่อใยไปด้วยนั่นเอง หนังสือเล่มนี้จึงเหมาะอย่างยิ่งสำหรับผู้ปฏิบัติงานทั่วไปและผู้บริหารทุกระดับทุกท่านที่มีฝีมือที่ดีอยู่แล้ว ได้พัฒนาฝีปากด้วยการใช้ “ศิลปะการพูดที่จูงใจคน”

ด้วยความปรารถนาดี
สมชาติ กิจยรรยง

■ สารบัญ

บทที่ 1

สู่การพูดเพื่อการจูงใจให้ประสบความสำเร็จ	16
ธรรมชาติของแรงจูงใจ	18
ทฤษฎีของแรงจูงใจ	20
การจำแนกแรงจูงใจ	26

บทที่ 2

มนุษย์สัมพันธ์การจูงใจและพฤติกรรม	36
ปัจจัยพื้นฐานในการเสริมสร้างมนุษย์สัมพันธ์	38
ความหมายปัญหากับวิธีการจูงใจ	42
พฤติกรรมและธรรมชาติของมนุษย์	43

บทที่ 3

ศิลปะในการสร้างศักยภาพเพื่อการจูงใจ	48
แนวทางในการสร้างศักยภาพให้กับตนเอง	49
การสร้างคุณภาพชีวิตในการทำงาน	54
การสร้างนิสัยแห่งความสำเร็จ	57
เริ่มต้นของการรวยด้วยการให้	58

บทที่ 4

ศิลปะในการพัฒนาตนเพื่อการจูงใจ	60
การสร้างควมไว้วางใจ	61
แนวโน้มการรับรู้ของเรา	63
การเจรจาโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น	63
เทคนิคการกระตุ้นให้บังเกิดผล	67

บทที่ 5

ศิลปะการสร้างแรงจูงใจและกำลังใจในการพูด 70

สิ่งที่เป็นความปรารถนาของคนเรา

สาเหตุของการล้มเหลววิธีขึ้นจากความล้มเหลว 10 ประการ

บันได 7 ก้าวง่ายๆ สู่ความสำเร็จ 74

ศิลปะการสร้างกำลังใจให้ตัวเอง 75

บทที่ 6

รับรู้ถึงสิ่งที่จะจูงใจให้กับบุคคลต่างๆ 80

สิ่งที่จูงใจซื้อด้านเหตุผล 82

สิ่งที่จูงใจซื้อด้านอารมณ์ 85

สิ่งที่จูงใจซื้อเพราะร้านค้า/องค์กร 88

สิ่งที่จูงใจจากบุคคลอื่น 91

บทที่ 7

เทคนิคการจูงใจให้บุคลากร หรือทีมงานเชื่อถือ 94

สิ่งที่ผู้จูงใจควรทราบ 95

เข้าใจธรรมชาติของคนเรา 97

การเข้าใจความต้องการพื้นฐานของคนเรา 98

หลักการบริหารสร้างขวัญให้สูงขึ้น 106

วิธีการสร้างแรงจูงใจผู้ใต้บังคับบัญชา 108

บทที่ 8

แรงจูงใจในระบบอุปถัมภ์กับระบบราชการไทย 110

สโลแกนข้าราชการที่ต้องการความก้าวหน้า 111

คำอธิบายของสโลแกน 114

พจนานุกรมราชการ 114

บทที่ 9

พลิกความคิดและจิตสำนึกการทำงานให้ผู้อื่นได้บังคับบัญชา	118
สูตรในการปกป้องความคิดตัวเอง	121
แนวทางเสริมสร้างทัศนคติให้แกตนเองและผู้อื่น	125
เทคนิคการเสริมสร้างทัศนคติทางบวกโดยผู้บริหาร	128
แนวทางการสร้างจิตสำนึกในการทำงานให้กับทีมงาน	130

บทที่ 10

ประเภทของคนกับการพูดจูงใจ	132
แบ่งลักษณะคนตามกลุ่มอาชีพ	134
แบ่งตามบุคลิกภาพจากรูปร่าง/หน้าตา	135
แบ่งลูกค้าตามลักษณะการสื่อสาร	136

บทที่ 11

ศิลปะในการพูดเพื่อการสร้างงานรายได้ให้กับผู้อื่น	142
ความคิดที่ถูกต้องในการไปเสนอโอกาสให้กับผู้อื่น	146
การวิเคราะห์ผู้มุ่งหวังที่เราจะไปสปอนเซอร์	149

บทที่ 12

หลักการสร้างบทพูดจูงใจทางโทรศัพท์เพื่อเชื่อเชิญ	150
ลำดับในการเจรจาที่จะชนะน้ำคำ 6 ขั้นตอน	152

บทที่ 13

เทคนิคและศิลปะการพูดทบทวนก่อนการเสนอประโยชน์	156
ศิลปะในการสร้างความอบอุ่นใจ	157
ศิลปะในการพูดคุยนกนา	160
กฎเกณฑ์สำคัญในการสร้างมิตรภาพให้ยั่งยืน	161

บทที่ 14

เทคนิคการพูดชักชวนบุคคลสูงอายุนนเครือข่าย	162
การเข้าพบเพื่อการสπονเซอร์ที่ดี	164
หัวข้อการสนทนา หรือสัมภาษณ์ที่ดี	165
หลัก 3 ชั้นในการชักชวน หรือสπονเซอร์	166
การใช้คำถามเพื่อกระตุ้นความคิด และทำให้เกิดการตัดสินใจ	168

บทที่ 15

ศิลปะในการขายโอกาสให้กับบุคคลต่างๆ	170
การเตรียมตัวผู้สπονเซอร์	173
การวิเคราะห์ผู้มุ่งหวังที่เราจะไปสπονเซอร์	174
การแสวงหาโอกาสสπονเซอร์กับบุคคลประเภทต่างๆ	175

บทที่ 16

สรุปขั้นตอน หรือบันไดในการชักชวน	178
ศิลปะในการจัดประชุมที่ดี	180
การเปิดฉากการสπονเซอร์	181
การดำเนินการในระหว่างการสπονเซอร์	182
การสรุป “การสπονเซอร์”	183

บทที่ 17

เทคนิคการพูดชักชวน หรือสπονเซอร์โดยอาศัยผู้นำ	186
ขั้นตอน ABC ที่ประสบผลสำเร็จ	187
บันได 14 ขั้นแสวงหาจุดสำเร็จ	188

บทที่ 18

เทคนิคการพูดจูงใจในการปลุกเร้า	192
วัตถุประสงค์ในการพูด	193
แนวทางในการพูด	194

บทที่ 19

เทคนิคการพูดเพื่อสร้างความเชื่อถือ	198
---	------------

การเจรจาโนมน้าวจิตใจผู้อื่น	199
ข้อควรคำนึงในการสร้างแรงจูงใจ	200

บทที่ 20

เทคนิคการพุดจูงใจเพื่อให้ได้คะแนนเสียง	206
แนวทางและหลักการในการพุด	207

บทที่ 21

การพุดจูงใจให้เลิกกระทำ	212
ขั้นตอนในการพุด	214

บทที่ 22

เทคนิคการพุดให้คำปรึกษาหารือ	218
พฤติกรรมที่แสดงออกในทางไม่ดี	220
การสัมภาษณ์เพื่อการปรึกษาหารือ	222
แนวทางการพุด หรือสัมภาษณ์เพื่อการปรึกษาหารือ	224

บทที่ 23

ศิลปะการพุดจูงใจเพื่อให้คำแนะนำที่ดี	228
แนวทางสร้างความสำเร็จในการพุด	229
เทคนิคการพุดให้คำแนะนำ	230

บทที่ 24

ศิลปะการพุดจูงใจเพื่อให้งานสำเร็จ	234
เทคนิคต่างๆ ในการพุดเพื่อให้งานสำเร็จ	236

บทที่ 25

ศิลปะในการปฏิเสธอย่างมีเยื่อใย	248
ข้อควรระวังในการปฏิเสธ	248
แนวทางการปฏิเสธ	251

บทที่ 1

สู่การพูดเพื่อการจูงใจ
ให้ประสบความสำเร็จ





นำเข้าสู่เนื้อหาสาระของการพูดเพื่อการจูงใจคนนี้ ผู้เขียนเองได้รวบรวมมาจาก ศ.ดร.พริ้มเพรา ดิษยวณิช เรื่องการจูงใจซึ่งเป็นเอกสารประกอบการบรรยายวิชาพฤติกรรมศาสตร์ ว่าการจูงใจเป็นเรื่องที่สำคัญเรื่องหนึ่งในการศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์ บางครั้งเราอาจถามตัวเองอยู่บ่อยๆ ว่า ทำไมเราจึงต้องทำอย่างนั้น รวมไปถึงการกระทำของคนอื่นด้วย พฤติกรรมต่างๆ ของคนเราดูเหมือนว่าจะมีอะไรสักอย่างหนึ่งคอยกระตุ้นหรือผลักดันอยู่ ไม่ว่าพฤติกรรมนั้นจะปกติหรือผิดปกติก็ตาม อาทิ เด็กนักเรียนออกจากบ้านไปโรงเรียนแต่เช้า นักศึกษาแพทย์กำลังเล่าเรียนเพื่อที่จะเป็นแพทย์ นักการเมืองกำลังหาเสียงในการเลือกตั้ง ชายหนุ่มชวนหญิงสาวไปเที่ยว คนกำลังขับรถ ใจวางแผนปล้นธนาคาร ผู้ป่วยโรคจิตอาละวาดและทุบตีคนอื่น

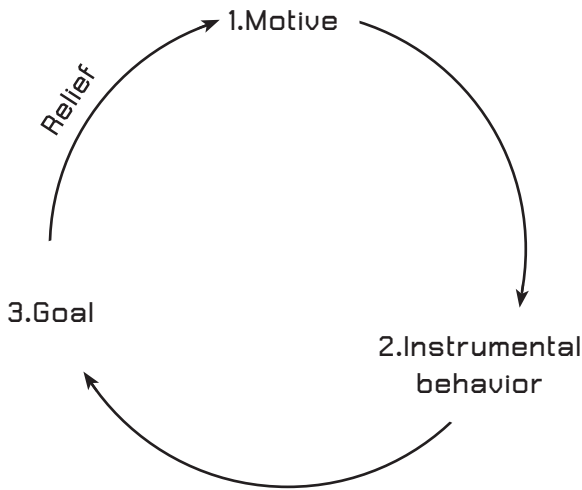
การกระทำเหล่านี้ทั้งหมดและอื่นๆ อีกไม่ว่าจะเป็นอะไรก็ตามเกิดจากการจูงใจ (motivation) ทั้งสิ้น เราอาจรู้ว่าอะไรเป็นแรงจูงใจ (motives) ที่ทำให้คนแสดงพฤติกรรมเช่นนั้น แต่บางครั้งเราก็ไม่รู้ว่ามีสิ่งไหนที่กำลังแสดงออกมานั้น เกี่ยวข้องกับเป้าประสงค์ (goal) อะไร บ่อยครั้งแรงจูงใจที่คอยผลักดันพฤติกรรมของคนเรากลับซ่อนเร้นอยู่ภายใน สิ่งที่เราสามารถทำได้ดีที่สุด คือ การเดา หรือการคาดคะเนว่าอะไรเป็นแรงจูงใจที่แฝงอยู่เบื้องหลัง

ธรรมชาติของแรงจูงใจ (The nature of motivation)

การจูงใจ หมายถึงสภาวะที่อื่นทริยถูกกระตุ้น หรือผลักดันโดยแรงจูงใจ ให้แสดงพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดออกมา เพื่อบรรลุเป้าประสงค์ที่หวังไว้ มีคำหลายคำซึ่งเกี่ยวข้องกับการจูงใจอย่างใกล้ชิด เช่น ความต้องการ (need) ความพยายาม (striving) ความปรารถนา (desire) แรงขับ (drive) ความทะเยอทะยาน (ambition) เป็นต้น แต่ละคำมีความหมายทั้งเหมือนกันและแตกต่างกันไม่มากนัก การจูงใจมีลักษณะที่เด่นชัด 3 อย่างคือ

1. สภาวะบางอย่างที่กำลังจูงใจอยู่ภายในคนคนนั้น ได้ผลักดันให้เขาไปสู่เป้าประสงค์
2. พฤติกรรมที่แสดงออกมาเป็นความพยายามเพื่อบรรลุเป้าประสงค์นั้น
3. การบรรลุผลสำเร็จของเป้าประสงค์ดังกล่าว

ลักษณะสามประการของการจูงใจนี้มักเกิดขึ้นเป็นวงกลม หรือวัฏจักรดังในรูปที่ 1 กล่าวคือภาวะที่กำลังจูงใจก่อให้เกิดพฤติกรรม พฤติกรรมนำไปสู่เป้าประสงค์ และเมื่อถึงเป้าประสงค์แล้วแรงจูงใจจะหมดไป หรือลดลงอย่างน้อยก็ชั่วคราว



รูปที่ 1 วัฏจักรของการจูงใจ

ขั้นแรกของวัฏจักรคือสิ่งที่เรียกว่าแรงจูงใจ (motive) คำนี้มีรากศัพท์มาจากภาษาละติน ซึ่งแปลว่า เคลื่อนไหว ดังนั้นการจูงใจจึงมีลักษณะเหมือนกับตัวเคลื่อนไหวของพฤติกรรม (mover of behavior) มีคำอีกสองคำที่ถูกนำมาใช้เกี่ยวกับเรื่องนี้คือ แรงขับ (drive) และความต้องการ (need) แรงขับมักจะเกี่ยวข้องกับแรงกระตุ้นทางสรีรวิทยา เช่น ความหิว ความกระหาย และเพศ ความต้องการมักถูกนำมาใช้กับแรงจูงใจสำหรับความสัมฤทธิ์ที่ซับซ้อนมากกว่า เช่น ความรัก ความอบอุ่นทางจิตใจ สถานภาพการยอมรับทางสังคม และอื่นๆ

แม้ว่าแรงจูงใจทั้งหมดจะเป็นสภาวะภายในของอินทรีย์ก็ตาม สิ่งเหล่านี้มักจะถูกยั่วยุดโดยสิ่งเร้าภายนอก ตัวอย่างเช่น การช็อตไฟฟ้าที่เจ็บปวดจะก่อให้เกิดแรงจูงใจเพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งนี้ ดังนั้นแรงจูงใจจึงมิได้เกิดขึ้นจากภายในคนเราเท่านั้น แต่ยังมาจากสิ่งเร้าในสิ่งแวดล้อมด้วย

ขั้นที่สองของวัฏจักรคือพฤติกรรม (behavior) ซึ่งถูกกระตุ้นโดยแรงขับหรือความต้องการ พฤติกรรมเช่นนี้บางทีเรียกว่า instrumental หรือ operant behavior เพราะมีการมุ่งไปที่เป้าประสงค์จนก่อให้เกิดความพอใจแก่แรงจูงใจที่แฝงอยู่ ตัวอย่าง ถ้าคนกระหายน้ำเขาก็ต้องแสดงพฤติกรรมในการแสวงหาน้ำมาดื่ม

ขั้นที่สามคือการบรรลุเป้าประสงค์ (goal) เมื่อคนกระหายน้ำพบน้ำ (เป้าประสงค์) เขาจะดื่มจนความกระหายหมดไป (Relief) ทำให้วัฏจักรของการจูงใจหยุดลงชั่วคราวระยะเวลานี้

ทฤษฎีของแรงจูงใจ (Theories of motivation)

แนวความคิดของการจูงใจมีได้หลายแง่หลายมุม ดังนั้นจึงมีทฤษฎีต่างๆ ที่พยายามอธิบายสภาวะของอินทรีย์เช่นนี้และพอจะแบ่งออกได้เป็น

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับสมดุลภาพและแรงขับ (Homeostasis and drive theory)

พื้นฐานเกี่ยวกับมโนภาพของแรงขับคือ หลักการของสมดุลภาพ

(homeostasis) ซึ่งหมายถึง ความโน้มเอียงของร่างกายที่จะทำให้สิ่งแวดล้อมภายในคงที่อยู่เสมอ ตัวอย่าง คนที่มีสุขภาพดีย่อมสามารถทำให้อุณหภูมิในร่างกายคงที่ได้อยู่ได้ในระดับปกติไม่ว่าจะอยู่ในอากาศร้อน หรือหนาว ความหิวและความกระหายแสดงให้เห็นถึงกลไกเกี่ยวกับสมดุลภาพเช่นกัน เพราะว่าแรงขับเคลื่อนดังกล่าวจะไปกระตุ้นพฤติกรรมเพื่อก่อให้เกิดความสมดุลของส่วนประกอบ หรือสารบางอย่างในเลือด ดังนั้นเมื่อเรามองในทัศนะของสมดุลภาพ ความต้องการเป็นความไม่สมดุลทางสรีรวิทยาอย่างหนึ่งอย่างใด หรือเป็นการเบี่ยงเบนจากสภาวะที่เหมาะสม และการเปลี่ยนแปลงทางสรีรวิทยาที่เกิดตามมาก็คือแรงขับ เมื่อความไม่สมดุลทางสรีรวิทยาคืนสู่ภาวะปกติ แรงขับจะลดลงและการกระทำที่ถูกกระตุ้นด้วยแรงจูงใจก็จะหยุดลงด้วย

นักจิตวิทยาเชื่อว่าหลักการของสมดุลภาพมิได้เป็นเรื่องของสรีรวิทยาเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับจิตใจด้วย กล่าวคือความไม่สมดุลทางสรีรวิทยา หรือทางจิตใจ (physiological or psychological imbalance) มีส่วนจูงใจพฤติกรรมเพื่อทำให้ภาวะสมดุลกลับคืนมาเช่นเดิม

2. ทฤษฎีของความ ต้องการและแรงขับ (Theory of needs and drives)

เมื่อทฤษฎีของสัญชาตญาณซึ่งจะได้กล่าวต่อไปนั้นได้รับความนิยมลดลง ได้มีผู้เสนอแนวความคิดของแรงขับขึ้นมาแทน แรงขับ (drive) เป็นสภาพที่ถูกยั่วยุอันเกิดจากความ ต้องการ (need) ทางร่างกาย หรือเนื้อเยื่อ บางอย่าง เช่น ความต้องการอาหาร น้ำ ออกซิเจน หรือการหลีกหนีความเจ็บปวด สภาพที่ถูกยั่วยุเช่นนี้จะจูงใจอินทรีย์ให้เริ่มต้นแสดงพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น เช่น การขาดอาหารก่อให้เกิดการ

เปลี่ยนแปลงทางเคมีบางอย่างในเลือด แสดงให้เห็นถึงความต้องการสำหรับอาหาร ซึ่งต่อมามีผลทำให้เกิดแรงขับ อันเป็นสภาพของความยั่วยุ หรือความตึงเครียด อินทรีย์จะพยายามแสวงหาอาหารเพื่อลดแรงขับนี้ และเป็นการตอบสนองของความต้องการไปในตัวด้วย บางครั้งความต้องการและแรงขับอาจถูกใช้แทนกันได้ แต่ความต้องการมักจะหมายถึงสภาพสรีรวิทยาของการที่เนื้อเยื่อขาดสิ่งที่จำเป็นบางอย่าง ส่วนแรงขับหมายถึงผลที่เกิดตามมาทางสรีรวิทยาของความต้องการ ความต้องการและแรงขับเคียงคู่กัน แต่ไม่เหมือนกัน

3. ทฤษฎีเกี่ยวกับเหตุกระตุ้นใจ (Incentive theory)

ในระยะต่อมาคือ ราว ค.ศ. 1950 นักจิตวิทยาหลายท่านเริ่มไม่พอใจทฤษฎีเกี่ยวกับการลดลงของแรงขับ (drive-reduction theory) ในการอธิบายการจูงใจของพฤติกรรมทุกอย่าง จะเห็นได้ชัดว่าสิ่งเร้าจากภายนอกเป็นตัวกระตุ้นของพฤติกรรมได้ อินทรีย์ไม่เพียงแต่ถูกผลักดันให้เกิดกิจกรรมต่างๆ โดยแรงขับภายในเท่านั้น เหตุกระตุ้นใจ หรือเครื่องชวนใจ (incentives) บางอย่างก็มี ความสำคัญในการยั่วยุพฤติกรรม เราอาจมองการจูงใจได้ในฐานะเป็นการกระทำระหว่างกัน (interaction) ของวัตถุที่เป็นสิ่งเร้าในสิ่งแวดล้อมกับสภาพทางสรีรวิทยาของอินทรีย์อย่างหนึ่งโดยเฉพาะ คนที่ไม่รู้สึกหิวอาจถูกกระตุ้นให้เกิดความหิวได้ เมื่อเห็นอาหารที่อร่อยในร้านอาหาร

ในกรณีนี้เครื่องชวนใจคืออาหารที่อร่อยสามารถกระตุ้นความหิวรวมทั้งทำให้ความรู้สึกเช่นนี้ลดลง สุนัขที่กินอาหารจนอิ่มอาจกินอีกเมื่อเห็นสุนัขอีกตัวกำลังกินอยู่ กิจกรรมที่เกิดขึ้นนี้ได้เป็นเรื่องของแรงขับภายใน แต่เป็นเหตุการณ์ภายนอก พนักงานพอได้ยินเสียงกริ่งโทรศัพท์ก็รีบยกหูขึ้นพูด ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าพฤติกรรมที่มีการจูงใจ อาจเกิดขึ้นภายใต้การควบคุม

ของสิ่งเร้า หรือเหตุกระตุ้นใจมากกว่าที่จะเกิดจากแรงขับ

4. ทฤษฎีเกี่ยวกับสัญชาตญาณ (Instinct theory)

สัญชาตญาณคือแรงทางชีวภาพที่มีมาแต่กำเนิด และเป็นตัวผลักดันให้อินทรีย์แสดงพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดออกมา พฤติกรรมของสัตว์ส่วนใหญ่เชื่อว่าเป็นเรื่องของสัญชาตญาณ เพราะสัตว์ไม่มีวิญญาน สติปัญญา หรือเหตุผล เช่น มนุษย์ William McDougall กล่าวว่าความคิดและพฤติกรรมทั้งหมดของคนเราเป็นผลของสัญชาตญาณในหนังสือ Social psychology ตีพิมพ์ในปี ค.ศ. 1908 ท่านได้จำแนกสัญชาตญาณต่างๆ ไว้ดังนี้

- ▶ การหลีกเลี่ยง (flight)
- ▶ การขับไล่ (repulsion)
- ▶ ความอยากรู้ (curiosity)
- ▶ ความอยากต่อสู้ (pugnacity)
- ▶ การตำหนิตนเอง (self-abasement)
- ▶ การเสนอตนเอง (self-assertion)
- ▶ การสืบพันธุ์ (reproduction)
- ▶ การรวมกลุ่ม (gregariousness)
- ▶ การแสวงหา (acquisition)
- ▶ การก่อสร้าง (construction)

จะเห็นว่าทฤษฎีเกี่ยวกับสัญชาตญาณไม่ค่อยจะสมเหตุผลนักในทัศนะของนักจิตวิทยาหลายท่าน

5. ทฤษฎีเกี่ยวกับจิตไร้สำนึก (Theory of unconscious motivation)

ฟรอยด์มีความเชื่อว่าพฤติกรรมของมนุษย์ถูกกำหนดโดยพลังพื้นฐานสองอย่างคือ สัญชาตญาณแห่งชีวิต (life instincts) ซึ่งแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมทางเพศ และสัญชาตญาณแห่งความตาย (death instincts) ซึ่งผลักดันให้เกิดเป็นพฤติกรรมก้าวร้าว สัญชาตญาณทั้งสองอย่างนี้เป็นแรงจูงใจที่ทรงพลังอย่างยิ่งและอยู่ภายในจิตไร้สำนึก บ่อยครั้งคนเรามักจะไม่รู้ว่าอะไรคือแรงจูงใจ หรือเป้าประสงค์ที่แท้จริง เขาอาจให้เหตุผลที่ดีบางอย่างสำหรับพฤติกรรมของเขา แต่เหตุผลเหล่านี้มักไม่ถูกต้องตามความเป็นจริงอยู่เสมอ

6. ทฤษฎีเกี่ยวกับการรู้ (Cognitive theory)

การรู้ (cognition) มาจากภาษาละติน แปลว่าการรู้จัก (knowing) ทฤษฎีนี้เน้นเกี่ยวกับความเข้าใจ หรือการคาดคะเนเหตุการณ์ต่างๆ โดยอาศัยการกำหนดรู้ (perception) มาก่อน อาจรวมทั้งการคิดค้นและการตัดสินใจ เช่น ในกรณีที่ต้องมีการเลือกสิ่งของที่มีคุณค่าใกล้เคียงกัน การกระตุ้นที่ดีหรือพฤติกรรมที่กำลังดำเนินไปสู่เป้าประสงค์ (goal-seeking behavior) ก็ดีเกิดจากความรู้ที่เคยพบมาเป็นตัวกำหนด นอกจากนั้นยังต้องอาศัยเหตุการณ์ในอดีต สิ่งแวดล้อมในปัจจุบันและความคาดหวังในอนาคต

Festinger (1957) ได้อธิบายเกี่ยวกับความขัดแย้ง หรือความไม่ลงรอยกันของการรู้ (cognitive dissonance) ซึ่งมีผลทำให้เกิดแรงจูงใจในการเปลี่ยนพฤติกรรมบางอย่างได้ เช่น คนที่ติดบุหรี่ สูบบุหรี่จัด เมื่อทราบข่าวว่าการสูบบุหรี่มีส่วนทำให้เกิดเป็นมะเร็งปอด เกิดความขัดแย้งระหว่างพฤติกรรมของการสูบบุหรี่กับข่าวใหม่ เขาจะต้องเลือกเอาอย่างใดอย่างหนึ่ง