

# สารบัญ

	หน้า
<b>บทนำ</b>	
<b>ภาคที่ 1 การสื่อสารและสังคม/ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจูงใจ</b>	<b>1</b>
<b>บทที่ 1 การสื่อสาร การรับรู้ และความหมาย</b>	<b>3</b>
- ความทั่วไป	5
- การรับรู้	7
- องค์ประกอบของการรับรู้	7
- การรับรู้และการให้ความหมาย	8
- ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้	9
- การเลือกรับรู้	10
- ประเภทของการรับรู้	10
- การรับรู้ที่ผิดปกติ	11
- การให้ความหมายกับสิ่งเร้า	12
- วงกรอบเพื่อการอ้างอิง	13
- การสื่อสารเพื่อการจูงใจ	1
- สรุป	16
<b>บทที่ 2 การสื่อสารกับสังคม</b>	<b>19</b>
- ความทั่วไป	21
- จุดมุ่งหมายของการสื่อสาร	21
- การฟังพากันของคู่สื่อสาร	22
- วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร	26
- ประเภทของการสื่อสาร	27
- รูปแบบของการสื่อสาร	29
- การโฆษณา	29
- การประชาสัมพันธ์	30
- การจูงใจ	31

	หน้า
- การเผยแพร่	31
- การโฆษณาชวนเชื่อ	32
- สรุป	32
<b>บทที่ 3 ทักษะคิด ความคิดเห็น ค่านิยม และความเชื่อ</b>	<b>35</b>
- ทักษะคิด	37
- แบบจำลองของรูปแบบทักษะคิด	38
- องค์ประกอบทางทักษะคิด	40
- ประเภทของทักษะคิด	41
- หน้าที่ของทักษะคิด	41
- รูปแบบของทักษะคิด	42
- การสร้างทักษะคิด	42
- ทักษะคิดและความคิดเห็น	43
- ทักษะคิดและค่านิยม	44
- ทักษะคิดและความเชื่อ	44
- ประเภทของความเชื่อ	45
- ระดับของความเชื่อ	45
- สรุป	46
<b>บทที่ 4 พฤติกรรมและการเรียนรู้</b>	<b>49</b>
- พฤติกรรม	51
- การเกิดพฤติกรรม	51
- ลักษณะการเกิดของพฤติกรรม	52
- ข้อสังเกตเกี่ยวกับพฤติกรรม	53
- ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรม	55
- พฤติกรรมเบี่ยงเบน	56
- พฤติกรรมกับสังคม	57
- การเรียนรู้	57
- องค์ประกอบของการเรียนรู้	57
- ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเรียนรู้	58

	หน้า
- การเรียนรู้และพฤติกรรม	58
- สรุป	59
<b>บทที่ 5 ความรู้สึก อารมณ์ และบุคลิกภาพ</b>	<b>61</b>
- ความรู้สึก	65
- อารมณ์	66
- ประเภทของอารมณ์	67
- ความสับสน หรือความคับข้องใจ	67
- ความก้าวร้าว	67
- การเป็นปฏิปักษ์	67
- ความโกรธ	67
- ความกังวลใจ	68
- ความกลัว	68
- ความสุข	68
- ความน่าเบื่อ	68
- ความรัก	68
- การแสดงออกของพฤติกรรมทางอารมณ์	69
- ผลของการเกิดอารมณ์	70
- บุคลิกภาพ	70
- การก่อกำเนิด	70
- ประเภท	71
- ทฤษฎีทางด้านบุคลิกภาพ	71
- บุคลิกภาพในการจูงใจ	72
- การยกย่องตนเอง	72
- ความกังวลใจ	73
- การยอมรับว่ามีอำนาจ	73
- ความใจแคบหรือใจกว้าง	73
- ส่วนประกอบของบุคลิกภาพ	73
- สรุป	74

<b>บทที่ 6</b>	<b>องค์ประกอบการสื่อสารเพื่อการจูงใจและกลุ่มสังคม</b>	77
-	การสื่อสารและการจูงใจ	79
-	องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการจูงใจ	80
-	แหล่งสาร	81
-	สาร	83
-	ตัวกลางหรือช่องทางการสื่อสาร	87
-	กลุ่มเป้าหมายหรือผู้รับสาร	09
-	ผลของการจูงใจ	90
-	กลุ่ม	91
-	ชนิดของกลุ่ม	91
-	การใช้กลุ่มอ้างอิงในกระบวนการจูงใจ	93
-	การจูงใจกลุ่มบุคคล	94
-	สรุป	94
<b>บทที่ 7</b>	<b>เทคนิคในกระบวนการจูงใจ</b>	97
-	ผลของการจูงใจ	99
-	สารที่มีประสิทธิภาพ	100
-	ข้อเสนอแนะเพื่อประสิทธิภาพในการจูงใจ	101
-	การสร้างความดึงดูดเพื่อผลของการจูงใจ	103
-	ยุทธวิธีในการจูงใจ	104
-	ความแตกต่างของผลจากการจูงใจ	105
-	หลักการใช้กระบวนการจูงใจ	106
-	จริยธรรมของการจูงใจ	108
-	สรุป	110
<b>ภาคที่ 2</b>	<b>การจูงใจและการโน้มน้าวใจ</b>	111
<b>บทที่ 8</b>	<b>การจูงใจและการโน้มน้าวใจ</b>	113
	ความหมายของการจูงใจ	115

ลักษณะของพฤติกรรมที่มีแรงจูงใจ	116
ธรรมชาติของการจูงใจ	117
ความสำคัญของการจูงใจ	119
ประเภทของการจูงใจ	119
ทฤษฎีของแรงจูงใจ	121
ทฤษฎีการจูงใจเบื้องต้น	122
สิ่งเร้ากับการจูงใจ	127
แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์	128
แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรม	130
ความซับซ้อนของแรงจูงใจในมนุษย์	130
ผลของการจูงใจ	131
สรุปสาระสำคัญ	131
<b>บทที่ 9 กระบวนการการจูงใจและสมาชิกผู้ร่วมกระบวนการจูงใจ</b>	<b>133</b>
องค์ประกอบของกระบวนการจูงใจ	135
ลักษณะของวิธีการจูงใจ	135
การสื่อสารเพื่อการจูงใจ	136
การกำหนดกลยุทธ์ในการสื่อสารเพื่อการจูงใจ	137
สมาชิกผู้ร่วมกระบวนการจูงใจ	138
ผู้รับข่าวสารการจูงใจ	138
แหล่งข่าวสารหรือผู้สื่อข่าวสารเพื่อการจูงใจ	140
ข่าวสารเพื่อการจูงใจ	144
ช่องทางการสื่อสารเพื่อการจูงใจ	146
การสื่อสารผ่านช่องทางเดียวหรือหลายช่องทาง	148
การสื่อสารโดยการพูดหรือการเขียน	149
การสื่อข่าวสารผ่านสื่อมวลชน	150
การสื่อสารและการโน้มน้าวชักจูงใจ	150
วงรอบเพื่อการอ้างอิงกับการสื่อสารเพื่อการจูงใจ	151

	หน้า
ความยากลำบากในการสื่อสารเชิงใจ	152
แนวความคิดของการสื่อสาร	153
กระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล	154
ขอข่ายการสื่อสารระหว่างบุคคล	155
<b>บทที่ 10 การจูงใจกลุ่มบุคคล</b>	<b>157</b>
กลุ่ม	159
ความหมายของกลุ่ม	159
สาเหตุที่เกิดการรวมกลุ่ม	160
การแบ่งชนิดของกลุ่ม	161
กลุ่มปฐมภูมิและกลุ่มทุติยภูมิ	161
กลุ่มพวกเราและกลุ่มพวกเขา	162
กลุ่มชนส่วนใหญ่และกลุ่มชนส่วนน้อย	162
กลุ่มโดยสมัครใจและกลุ่มโดยไม่สมัครใจ	163
กลุ่มคนระดับเดียวกันและกลุ่มคนหลายระดับ	163
กลุ่มอ้างอิง	164
กลุ่มที่จัดตั้งขึ้นเป็นทางการและกลุ่มที่ไม่เป็นทางการ	164
ทฤษฎีว่าด้วยกลุ่มแบบต่างๆ	164
ลักษณะของกลุ่ม	165
ลักษณะสำคัญของกลุ่มสัมฤทธิ์ภาพ	165
ปฏิกริยาที่มีต่อกันในกลุ่ม	165
พฤติกรรมของกลุ่มงาน	165
การติดต่อระหว่างกันภายในกลุ่มงาน	165
บทบาทและอิทธิพลของกลุ่มต่อองค์กรการ / บทบาทของกลุ่มในการปฏิบัติงาน	165
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานของบุคคลในกลุ่ม	165
แนวทางสร้างความร่วมมือในการปฏิบัติงานกลุ่ม	165
อิทธิพลที่กลุ่มมีต่อบุคคล และความสัมพันธ์ของกลุ่มกับการจูงใจ	166
การจูงใจกลุ่มบุคคล	167
การโน้มน้าวชักจูงใจกลุ่มชน	169

ขนาดของกลุ่มกับการติดต่อสื่อสารเพื่อการจูงใจ	169
การปฏิบัติตนของผู้สื่อข่าวสารเพื่อการจูงใจต่อกลุ่มชน	170
การสื่อสารเพื่อการจูงใจกลุ่มที่เป็นทางการ	172
การเสนอสิ่งจูงใจสู่มวลชนในกรณีที่มีทั้งผลดีและผลเสีย	173
ความหมายของคำที่มีความเกี่ยวข้องในหมวดหมู่เดียวกัน	173
อิทธิพลของสื่อมวลชนต่อการจูงใจและผลของการจูงใจต่อประชาชาติ	178
ปฏิบัติการของสังคมต่อการโน้มน้าวชักจูงใจ	179
สรุปสาระสำคัญ	180
<b>บทที่ 11 การสร้างและปรับปรุงประสิทธิภาพในการจูงใจ</b>	<b>181</b>
การเตรียมการในการสื่อข่าวสารเพื่อการจูงใจ	185
จุดมุ่งหมายของการสื่อข่าวสารเพื่อการจูงใจ	186
หลัก 3 ประการในการจูงใจ	186
การสื่อข้อความที่ดีมีผลต่อการจูงใจ	186
การสร้างโครงสร้างของข่าวสารให้มีประสิทธิภาพในการจูงใจ	187
การจัดโครงสร้างของข่าวสารเพื่อการจูงใจ	188
ปัญหาและอุปสรรคในการใช้สัญลักษณ์และถ้อยคำเพื่อการจูงใจ	189
การแก้ไขและขจัดอุปสรรคในการสื่อสารเพื่อประสิทธิภาพในการจูงใจ	190
องค์ประกอบที่สำคัญในการสื่อข่าวสารเพื่อการจูงใจให้มีประสิทธิภาพ	193
องค์ประกอบด้านข่าวสารที่จะช่วยให้เกิดประสิทธิผลในการจูงใจ	195
อิทธิพลของผู้สื่อข่าวสารเพื่อการจูงใจ	199
สถานการณ์ของการสื่อสารเพื่อการจูงใจ	201
ความเป็นผู้นำด้านความคิด	202
บทบาทของผู้นำด้านความคิดในการจูงใจ	202
การใช้ลักษณะของผู้นำเข้าช่วยในการจูงใจ	202
ผู้นำคืออะไร	203
แบบของผู้นำ	203
การสร้างความดึงดูดใจเพื่อผลของการจูงใจ	204
การใช้ประโยชน์ของกลุ่มอ้างอิงในการจูงใจ	207

	หน้า
ศิลปการโน้มน้าวชักจูงจิตใจ	208
การพัฒนาบุคลิกภาพเพื่อประสิทธิภาพในการจูงใจ	208
ประเภทของบุคลิกภาพที่สามารถพัฒนาได้	210
การลดปัญหาความขัดแย้งเพื่อช่วยสร้างประสิทธิภาพในการจูงใจ	211
จริยธรรมในกระบวนการจูงใจ	215
สรุปสาระสำคัญ	217
<b>บทที่ 12 การนำการจูงใจมาใช้เป็นประโยชน์ในการบริหาร</b>	<b>219</b>
ความหมายของการจูงใจในทางบริหาร	223
การจูงใจกับการบริหารงานในยุคต่าง ๆ	224
ความสำคัญของการจูงใจในการบริหารงานองค์การ	225
ประเภทของการจูงใจในองค์การ	227
ชนิดของสิ่งจูงใจ	227
วินัยและโทษทางวินัย	230
หลักการให้รางวัลคนงาน	231
นักจูงใจที่ดีต้องศึกษาถึงความต้องการของมนุษย์	233
ทฤษฎีแรงกระตุ้นที่ไม่หยุดนิ่ง	233
การจูงใจเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและพฤติกรรมเกี่ยวข้องกับการจูงใจ	234
พฤติกรรมของมนุษย์กับการแสดงออก	235
แบบของพฤติกรรม	236
ลักษณะของมนุษย์	236
ทฤษฎีการจูงใจของ Herzburg	237
ทฤษฎีความคาดหวังของคนงาน	239
การจูงใจให้คนทำงาน	240
บุคคลมีความแตกต่างกันในเรื่องของการจูงใจ	240
กลุ่มบุคคลกับการจูงใจ	242
ประโยชน์ของการจูงใจในองค์การ	244
สรุปสาระสำคัญ	245
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>247</b>