

01999041

# Economics for Better Living

## กิจกรรม

By

Suwanna Sayruamyat

Department of Agricultural and Resource Economics  
Faculty of Economics, Kasetsart University

Email: [suwanna.s@ku.th](mailto:suwanna.s@ku.th)

FB: Suwanna Sayruamyat

FB Page: EatEcon

Website: [www.eatecon.com](http://www.eatecon.com)

# กิจกรรม: "The Irrational Me"

แนวคิด: ฝึกให้นิสิตจับผิด "อคติทางความคิด" (Cognitive Biases) ของตัวเองในการใช้ชีวิตประจำวัน

โจทย์:

ให้นิสิตบันทึกเหตุการณ์ที่ตัวเองตัดสินใจแบบ "ไร้เหตุผล" มา 3 เหตุการณ์ โดยระบุชื่ออคติที่เกิดขึ้น เช่น Social Proof (ทำตามเพื่อน) Herd Behaviour (กระแสนิยม) Framing Effect (การตั้งกรอบคำพูด) Scarcity (ของมีน้อยต้องรีบซื้อ) Default Option (การตั้งค่าเริ่มต้นที่เปลี่ยนยาก)

ตัวอย่าง:

- ซื้อของลดราคาที่ไม่ได้อยากได้เพราะกลัวพลาดโอกาส (Loss Aversion)
- กินบุฟเฟต์จนจุกเพราะเสียต๋ายเงินที่จ่ายไปแล้ว (Sunk Cost Fallacy)
- ซื้อกาแฟแก้วใหญ่เพราะเปรียบเทียบกับราคาแก้วกลาง (Decoy Effect)

สิ่งที่ต้องส่ง:

แล้วเลือก 1 เหตุการณ์บันทึกสั้นๆ (Journal) พร้อมรูปถ่ายหลักฐานประกอบ เช่น รูปใบเสร็จ หรือรูปสินค้า จริ่งตามประสบการณ์ของนิสิต

## รายละเอียดการส่งงาน

- ส่งไฟล์ในรูปแบบ pdf ในลิงค์ของ Line OpenChat ประจำหมู่เรียนเท่านั้น

## กำหนดส่ง:

- Sec 1 & 2: 8 มกราคม 2569 เวลา 18.00 น.
- Sec 300: 9 มกราคม 2569 เวลา 21.00 น.

# ตัวอย่าง 1 เหตุการณ์ "The Irrational Me"

หัวข้อ: "เพิ่มอีก 10 บาทไหมคะ?" : เมื่อมองโดนล่อลวงด้วยเครื่องดื่มไซส์ L



\*\*\*ภาพที่ใช้ประกอบต้องเป็นภาพของนิสิตที่ถ่ายเอง

ตั้งใจจะสั่งชาไทยใส่น้ำแข็งมุกแก้วเล็กที่สุด (S) ราคา 50 บาท เพื่อคูนน้ำตาลและประหยัดเงิน แต่สายตาเหลือบไปเห็นราคาแก้วกลาง (M) 65 บาท และแก้วใหญ่ (L) 75 บาท นี่คือการล่อลวง Decoy Effect (ปรากฏการณ์ตัวล่อ) ร้านวางราคาแก้ว M ไว้เพื่อให้แก้ว L ดู "คุ้มค่าที่สุด" จนรู้สึกว่ถ้าซื้อแก้วเล็ก จะขาดทุน สรุป สั่งแก้วใหญ่ ตกหลุมพรางเรียบร้อย 😊

# กิจกรรม: "Marketing Detective"

แนวคิด: วิเคราะห์ว่าธุรกิจ/แพลตฟอร์มออนไลน์ใช้เศรษฐศาสตร์พฤติกรรมมา "ล่อลวง" เราอย่างไร

โจทย์:

สำรวจร้านค้า ร้านสะดวกซื้อ Supermarket ห้างสรรพสินค้า หรือแอปช้อปปิ้งออนไลน์ แล้วหา 1 กลยุทธ์ที่ใช้หลักเศรษฐศาสตร์พฤติกรรมกระตุ้นให้เราซื้อ

สิ่งที่ต้องส่ง:

- รูปภาพ 1-2 รูป พร้อมคำอธิบายสั้นๆ ว่า:
  - ร้านค้าใช้เทคนิคอะไร? เช่น การวางสินค้าใกล้แคชเชียร์, การใช้ป้าย "สินค้าใกล้หมด"
  - เทคนิคนี้ส่งผลต่อ "ความรู้สึก" หรือ "การตัดสินใจ" ของผู้บริโภคอย่างไร?

## รายละเอียดการส่งงาน

- ส่งไฟล์ในรูปแบบ pdf 1 A4 ในลิ้งค์ของ Line OpenChat ประจำหมู่เรียนเท่านั้น

## กำหนดส่ง:

- Sec 1 & 2: 8 มกราคม 2569 เวลา 18.00 น.
- Sec 300: 9 มกราคม 2569 เวลา 21.00 น.