

NORMAL

NORMAL

NORM

NORM

NOR

NO

NO

N

$$2 + 2 = 5$$

ดร.ยิ่งยศ เจริญฤทธิ

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

b/16494490
o-12497481
j22403085



BOOK & DIGITAL

สนับสนุนให้คนไทย
มีขอบนปกหนังสือ
มีคอร์สสอนผ่านออนไลน์
แบ่งปันความรู้
ขับเคลื่อนประเทศไทย



สำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
CHIANG MAI UNIVERSITY LIBRARY



 สำนักพิมพ์ 7D Book & Digital

สารบัญ

บทที่ 1

คนเลว คนดี

01	ผิดก็ว่าไปตามถูก ถูกก็ว่าไปตามผิด	020
02	ทำไม “คนดี” จึงทำสิ่งไม่ดี	030
03	ทำไม “คนดี” จึงทุจริตคอร์รัปชัน	042
04	ขึ้นอยู่กับว่าใครทำ	050
05	อย่าว่าเขา ถ้าเราก็กทำ	056
06	พูดอย่าง ทำอย่าง	064
07	ทำไมเรามองไม่ออกกว่าคนนี้เป็น “คนไม่ดี”	072
08	คิดดี ทำดี ไม่พอ	086
09	คนดีคือคนที่ยอมรับว่าตัวเอง “ไม่ดี”	094
10	หรือเราควรจะมีเขาใหม่	100
11	การประเมินตนเองแบบประเมินตนเองจริง ๆ	104
12	เริ่มต้นกันใหม่	108

บทที่ 2

เพื่อตัวเอง เพื่อคนอื่น

13 คนไทยเห็นแก่ตัวจริงหรือ	116
14 เห็นแก่ตัวแต่รับได้	122
15 การตั้งราคาที่ไม่เป็นธรรม	128
16 “ต้นทุนขึ้น” เพราะ Social Distancing ขอขึ้นราคาได้ไหม	136
17 เศรษฐศาสตร์พฤติกรรม	144
18 เกมพฤติกรรม	150
19 คนทรยศคือ “คนฉลาด” หรือ “คนเลว”	154
20 คนไทยเห็นแก่ตัวจริงหรือ (ถามอีกครั้ง)	164
21 “เผด็จการ” ที่ใจดีก็มีนะ	168
22 ไม่แพร์	172
23 “เผด็จการ” ที่ใจดีกว่า “นักโทษ”	178
24 อะไรทำให้เราเห็นแก่ตัวน้อยลง	182
25 คุณชอบให้คนมองไหม	186
26 อายอยู่เงียบ ๆ คนเดียว	192
27 คนกำลังลำบาก	196
28 ไว้ใจไม่ได้	198

- 29 ทำไมคนขับแท็กซี่จึงคิดราคานักท่องเที่ยว
สูงกว่าคนไทย 202
- 30 เราถูกสอนให้เป็นคนดีได้จริงหรือ 208

บทที่ 3

ธุรกิจวันนี้ ธุรกิจพรุ่งนี้

- 31 ทำไมเราไม่ชอบการผูกขาด 218
- 32 ผูกขาดมีอยู่ทั่วไป 224
- 33 ผูกขาดจำเป็นต้องมีผู้ผลิต
หรือผู้ขายเพียงรายเดียวเสมอไปหรือไม่ 230
- 34 ผูกขาดจริง กับ ผูกขาดเทียม 234
- 35 เมื่อผูกขาดแล้วก็จะผูกขาดตลอดไปจริงหรือ 240
- 36 การตั้งราคาแบบผิด ๆ ถูก ๆ 244
- 37 ผูกขาดต้องตั้งราคาสูงเสมอไปหรือไม่ 250
- 38 ใครคือกลุ่มลูกค้าที่แท้จริง 256
- 39 การแข่งขันแบบไม่มีขอบเขต (อะไรทั้งสิ้น) 262
- 40 การแข่งขันในวันพรุ่งนี้ 270
- 41 ธุรกิจที่ไม่น่าจะเป็นไปได้ 274
- 42 เรายินดีจ่ายอาหารประดิษฐ์เท่าไร 282
- 43 เรายินดีจ่ายความเป็นออร์แกนิกเท่าไร 292
- 44 ทำไมเนื้อปลอมแพงกว่าเนื้อจริง 298

บทที่ 4

ออนไลน์ ออฟไลน์

45	ไม่เป็นก็ต้องเป็น	308
46	ยิ่งมั่ว ยิ่งตรงกลุ่มเป้าหมาย	314
47	ถ้าจะหลอกดีออกเตอร์ ต้องเนียนกว่านี้	320
48	จริยธรรมของผู้มีอิทธิพลในสังคมออนไลน์	324
49	ตามหา “คนที่ใช่” ในยุค 4.0	332
50	เทคโนโลยีช่วยหาและลงโทษลูกค้ายัยไม่ตี	340
51	“ข้อมูลส่วนตัว” เป็นของใคร	348
52	“ราคา” ของ “ข้อมูลส่วนตัว”	354
53	Opt-in หรือ Opt-out ดีกว่ากัน	360
54	ไร้คนขับ ไร้คนรับผิดชอบ	364
55	คน หรือ หุ่นยนต์ ใครมีอคติมากกว่ากัน	372
56	ใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือ	378

บทที่ 5

วันนี้ผิด พรุ่งนี้ถูก