



วารสาร

คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์

ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 เมษายน - กันยายน 2554

ISSN: 1905-3746

MIS JOURNAL OF NARESUAN UNIVERSITY

บทความวิจัย

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการใช้ทรัพยากรเกษตร
ของชุมชนชน: กรณีศึกษาท่องเที่ยวเชิงเกษตรข้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช
เทพกร ณ สงขลา

ผู้หญิงหายไปไหนในวาทกรรมพรหมจารี?: มุมมองจากสื่อ พ.ศ. 2449-2519
ชเนตตี ทินนาม, อรวรรณ ปิลาณ์ธน์โอวาท

เพลงพื้นบ้านในจังหวัดพิษณุโลกในมิติของการสื่อสารทางวัฒนธรรม
กิตติมา ชาญวิชัย

การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
นิตนา ฐานิตธนกร, อุมารินทร์ ศรีศศิวิมล

แบบจำลองโครงสร้างเงินทุนของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย
วิจิตรา จำลองราษฎร์

การวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์ของโครงการสายเลียงเมืองสันป่าตอง – หางดง (ตอนที่ 1)
จังหวัดเชียงใหม่
พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์, นพพร จันทรนำชู, ณัฐกฤตย์ ดิฐวิรุฬห์

บทวิจารณ์หนังสือ

พฤติกรรมพยากรณ์ (Predictably Irrational)

เพชรศรี นนท์ศิริ

วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

MIS Journal of Naresuan University

ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 เดือน เมษายน 2554 – กันยายน 2554

ISSN: 1905-3746

เจ้าของ
ที่ปรึกษา คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร
ศาสตราจารย์ ดร.สุจินต์ จินายน
รองศาสตราจารย์ ดร.สุจินดา เจียมศรีพงษ์

บรรณาธิการ

ดร.นันทวัน เหลี่ยมปรีชา

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

ผศ.กาญจนา เชี่ยววิทย์การ
ดร.รัฐพล ไชยรัตน์
ดร.เพชรศรี นนท์ศิริ

กองบรรณาธิการ

Prof.Dr.Michael Betz
ศ.ดร.กมลชนก สุทธิวาทีนฤพัตติ
รศ. ดร.สมชนก (คัมพันธ์) ภาสกรจรัส
ผศ.สมพร เบ็ทซ์
ดร.วรารุณ ฤกษ์วรารักษ์
อาจารย์อัจฉรา ศรีพันธ์
อาจารย์ชุมหนะเทศน์ กาญจนกิจสกุล

ฝ่ายประสานงานทั่วไป และเหรียญก

นางสาววิจิตา สนศิริ
นางสาวจันจิรา ปันทิม

กำหนดเผยแพร่

2 ฉบับ ต่อปี

ฉบับที่ 1 ตุลาคม – มีนาคม
ฉบับที่ 2 เมษายน – กันยายน

กองบรรณาธิการกลั่นกรองบทความภายนอก

รศ.ดร.กาญจนา แก้วเทพ
รศ.ดร.พัชรา ตันติประภา
รศ.ดร.อรอนพ ตันละมัย
ผศ.นุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย
ผศ.ดร.ทัศนีย์ บุนนาค
ผศ.ดร.ธนาวรรณ แสงสุวรรณ
ดร.จิรวัดน์ เจริญสถาพรกุล
ดร.โกสม โอมนพรวัดน์
ดร.ธวิษ สุตสาคร
ผศ.พิชัย นิรมานสกุล
ดร.อรดล แก้วประเสริฐ

กองบรรณาธิการกลั่นกรองภายใน

ผศ.ดร.พนมสิทธิ์ สอนประจักษ์
ผศ.ดร.ณัฐเชษฐ์ พูลเจริญ
ผศ.ดร.วศิน เหลี่ยมปรีชา
ดร.เพชรศรี นนท์ศิริ
ดร.นันทวัน เหลี่ยมปรีชา
ดร.ปาริชาติ ราชประดิษฐ์
ดร.เกษวดี พุทธภูมิพิทักษ์

สถานที่ติดต่อ

คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยนเรศวร ตำบลท่าโพธิ์ อำเภอเมือง
จังหวัดพิษณุโลก 65000

โทรศัพท์ 0-5596-2118

โทรสาร 0-5596-2118, 0-5596-2097

<http://www.mis.nu.ac.th>

สงวนลิขสิทธิ์: กันยายน 2554

วัตถุประสงค์ของวารสาร

1. เพื่อเป็นเวทีในการนำเสนอบทความทางวิชาการของนักวิชาการภายในและภายนอก
2. เพื่อเป็นช่องทางในการนำเสนอความรู้เชิงวิชาการคณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ไปยังนักวิชาการและนักวิจัยของทั้งมหาวิทยาลัยนเรศวร และบุคคลทั่วไปที่สนใจ
3. เพื่อเป็นการบริการวิชาการสู่สังคม อันเป็นนโยบายสำคัญของการตอบสนองงานประกันคุณภาพการศึกษาของสำนักงานการอุดมศึกษา

การขออนุญาตและพิมพ์ซ้ำ

บทความใดๆ ที่ตีพิมพ์ในวารสารถือเป็นลิขสิทธิ์ของคณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ไม่อนุญาตให้นำไปตีพิมพ์ซ้ำ หากหน่วยงานใดต้องการนำทั้งหมดหรือส่วนใดส่วนหนึ่งไปเผยแพร่ต่อหรือเพื่อกระทำการใด ๆ จะต้องได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากคณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวรก่อนเท่านั้น

บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารทุกบทความ ตลอดจนข้อคิดเห็นต่างๆ เป็นของผู้เขียนแต่ละท่าน โดยเฉพาะ ไม่ใช่ความคิดเห็นและความรับผิดชอบใด ๆ ของคณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ และกองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

บทบรรณาธิการ

โลกเปลี่ยนแปลงไปทุกวัน เทคโนโลยีก้าวล้ำไปไกล การทำงานต้องรู้จักปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ควบคู่ไปกับการมีจริยธรรมในวิชาชีพ คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ ยังคงยืนหยัดในการสร้าง พัฒนา ขยายผลงานวิจัยเพื่อชี้แนะ ชี้นำ เสนอความคิดและการแก้ปัญหาให้กับสังคม เพราะหากสังคมอยู่รอด คนในสังคมก็จะมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นตามไปด้วย

วารสารคณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ (MIS Journal) เป็นเวทีสำหรับการนำเสนอผลงานค้นคว้าวิจัย รวมทั้งความคิดเห็นทางวิชาการใหม่ ๆ เพื่อรับการตรวจสอบและวิพากษ์วิจารณ์ในแวดวงวิชาการด้านบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ บัญชี และนิเทศศาสตร์ วารสารฉบับนี้ได้รับการยอมรับให้เข้าสู่ศูนย์ดัชนีอ้างอิงวารสารไทย (Thailand Citation Index หรือ TCI) ซึ่งมีมาตรฐานระดับประเทศ ดังนั้น ผลงานวิชาการที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่จึงมีความน่าเชื่อถือได้ด้วยเชิงคุณภาพ

ติดตามเนื้อหาที่น่าสนใจภายในเล่ม เริ่มจากการเรียนรู้บทกวีในหัวข้อเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการใช้ทรัพยากรเกษตรของชุมชน: กรณีศึกษาท่องเที่ยวเชิงเกษตรข้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช” นำเสนอโดย เทพกร ณ สงขลา เรื่องที่สองเป็นเรื่องเกี่ยวกับ “ผู้หญิงหายไปไหนในวาทกรรมพรหมจารี 2: มุมมองจากสื่อ พ.ศ. 2449-251” นำเสนอโดย ชเนตติ ทินนาม และ อรวรรณ ปิรันธน์โอวาท เรื่องที่สามเป็นเรื่องเกี่ยวกับ “เพลงพื้นบ้านในจังหวัดพิษณุโลกในมิติของการสื่อสารทางวัฒนธรรม” นำเสนอโดย กิตติมา ชาญวิชัย เรื่องที่สี่เป็นเรื่องเกี่ยวกับ “การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” นำเสนอโดย นิตนา ฐานิตชนกร และ อุมารินทร์ ศรีศศิวิมล เรื่องที่สี่ “แบบจำลองโครงสร้างเงินทุนของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย” นำเสนอโดย วิจิตรา จำลองราษฎร์ เรื่องที่สุดท้ายเป็นเรื่องเกี่ยวกับ “การวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์ของโครงการสายเลี่ยงเมืองสันป่าตอง – หางดง (ตอนที่ 1) จังหวัดเชียงใหม่” นำเสนอโดย พรพรรณธิดา เหล่าพวง ศักดิ์, นพพร จันทรนาชู และ ณัฐกฤตย์ ติฐวิรุฬห์

สุดท้ายนี้ กองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าวารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์จะเป็นแหล่งข้อมูลความรู้ทางด้านแนวคิดงานวิจัยสมัยใหม่แก่ผู้อ่านทุกท่าน สนใจเผยแพร่ผลงานกรุณาติดต่อมายังกองบรรณาธิการ วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร และหากท่านใดมีข้อเสนอแนะหรือคำติชม ทางกองบรรณาธิการขอน้อมรับด้วยความยินดียิ่ง เพื่อจักได้นำไปพิจารณาปรับปรุงและพัฒนาวารสารต่อไป

ดร.นันทวัน เหลี่ยมปรีชา

บรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์

มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก

สารบัญ

หน้า

บทความวิจัย

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการใช้ทรัพยากร เกษตรของชุมชน: กรณีศึกษาท่องเที่ยวเชิงเกษตรข้างกลาง จังหวัด นครศรีธรรมราช	1
ผู้หญิงหายไปไหนในวาทกรรมพรหมจารี?: มุมมองจากสื่อ พ.ศ. 2449-2519	13
เพลงพื้นบ้านในจังหวัดพิษณุโลกในมิติของการสื่อสารทางวัฒนธรรม	29
การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงในเขตกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล	40
แบบจำลองโครงสร้างเงินทุนของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย	53
การวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์ของโครงการสายเลี้ยวเมืองสันป่าตอง – หางดง (ตอนที่ 1) จังหวัดเชียงใหม่	68

บทวิจารณ์หนังสือ (book review)

พฤติกรรมพยากรณ์ (Predictably Irrational)	80
--	----

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการใช้ทรัพยากรเกษตรของชุมชน:
กรณีศึกษาท่องเที่ยวเชิงเกษตรข้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช
Relationship between Forms of Agro-tourism Activities and Usage of Local Agricultural
Resources: A Case Study of Changklang Agro-tourism, Nakhon Si Thammarat Province.

เทพกร ณ สงขลา¹

n_teppagorn@hotmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้จำแนกรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการใช้ทรัพยากรเกษตรของชุมชน กรณีศึกษาท่องเที่ยวเชิงเกษตรอำเภอข้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถจำแนกรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ สาธิตขั้นตอนการผลิต ให้ความรู้การเกษตร จำหน่ายสินค้าชุมชน และแนะนำธุรกิจการเกษตร รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเหล่านี้ส่งผลต่อ การอนุรักษ์ทรัพยากรเกษตร การขยายตัวกิจกรรมการเกษตร และการสร้างมูลค่าทรัพยากรเกษตร อย่างไรก็ตาม การใช้ทรัพยากรเกษตรดังกล่าว นอกจากจะส่งผลต่ออาชีพการเกษตรแล้ว ยังกลายเป็นสิ่งดึงดูดการท่องเที่ยวที่อาจมีแนวโน้มว่าทรัพยากรเกษตรถูกใช้เพื่อการท่องเที่ยวมากกว่าใช้เพื่ออาชีพการเกษตรของชุมชน

คำสำคัญ: ท่องเที่ยวเชิงเกษตร, ทรัพยากรเกษตร

ABSTRACT

This research classified the forms of agro-tourism activities and explained the relationship between the forms of agro-tourism activities and local agricultural resources usage. From a case study of Chang Klang agro-tourism, Nakhon Si Thammarat province the forms of agro-tourism activities can be classified as processing demonstration, agricultural knowledge, local product distribution and agribusiness guidance. These forms of tourism activities have impacted on agricultural resources conservation, agricultural activity expansion and agricultural resources adding value. However, the usage of agricultural resources not only impacted on agricultural occupation, but also become a tourism attraction that the agricultural resources tend to be used for tourism more than community's agricultural occupation.

Keywords: agro-tourism, agricultural resource

¹ อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นการนำเสนอผลการศึกษา เพลงพื้นบ้านในจังหวัดพิษณุโลกในมิติของการสื่อสารทางวัฒนธรรม ในด้านของความสำคัญของเพลงพื้นบ้านที่มีต่อชุมชน ความสัมพันธ์ระหว่างเพลงพื้นบ้านกับสื่อมวลชน รวมถึงวิธีการถ่ายทอดเพลงพื้นบ้านสู่ชุมชนอย่างยั่งยืนในแง่ของการอนุรักษ์สืบสานและการสื่อสารเชิงวัฒนธรรม ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการศึกษาจากเอกสาร การสังเกต และการสัมภาษณ์เจาะลึก (In – depth interview) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลคือ พ่อเพลง แม่เพลง ที่เป็นต้นกำเนิดของเพลงพื้นบ้านในท้องถิ่น ผู้นำความคิดเห็น รวมถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐจาก 6 อำเภอ ผลการศึกษาพบว่า เพลงพื้นบ้านเป็นความภาคภูมิใจในแง่ของ (1) การเป็นประเพณีที่ทรงคุณค่า (2) เป็นสิ่งยึดโยงผู้คนในชุมชนเข้าด้วยกัน (3) ก่อให้เกิดความรักความสามัคคี (4) ทำให้เกิดความสุขสนุกสนาน ในยามที่ได้ขับร้องร่วมกัน (5) ทำให้เกิดการประสานการทำงานร่วมกันระหว่างคนในชุมชน (6) ทำให้ผู้คนผ่อนคลายความเครียด (7) เป็นการฝึกสมองให้กับผู้ที่ขับร้อง ในแง่ของการอนุรักษ์สืบสานเพลงพื้นบ้านพบว่า ต้องการให้ “ภาครัฐ” เข้ามามีส่วนช่วยมากที่สุดส่วนสื่อมวลชน ชุมชนและสถานศึกษา รวมถึงนักวิชาการ ต่างถูกกล่าวถึงในลำดับต่อ ๆ มา

คำสำคัญ: เพลงพื้นบ้าน, การสื่อสารทางวัฒนธรรม

ABSTRACT

This article presents the result from the study of folk songs in Phitsanulok province. The study focuses on the dimension of cultural communication in terms of its importance to the community, relationship between folk songs and mass media, and a process to sustainably preserve and prolong folk songs in the community. Qualitative research methods including document research, observation, and in-depth interview has been used with the masters of folk songs, opinion leaders and government officers from 6 districts. The result shows that folk songs are the pride of the community in terms of its (1) traditional value, (2) ability to connect people together, (3) ability to build up unity, (4) fun when singing together, (5) ability to coordinate activities between people, (6) relaxation, and (7) ability to sharpen intelligence of the singer. Government action is the most need to preserve folk songs. Mass media, community, and schools including scholars were also mentioned as needs.

Keywords: folk songs, cultural, communication

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำคณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

Decision Making for Selecting Pet Shop Services in Bangkok and Its Surrounding Areas

นิตนา ฐานิตธนกร¹, อุมารินทร์ ศรีศศิวิมล²
nittana.s@bu.ac.th, umarin.s@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดในการเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการที่เคยใช้บริการที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 คน โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 7,001 – 15,000 บาท ส่วนผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศและระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วนผู้ให้บริการที่มีอายุอาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลไม่แตกต่างกัน ส่วนที่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมากที่สุด คือ ด้านกระบวนการ รองลงมา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ในขณะที่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

คำสำคัญ: การบริการที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยง, ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์, ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

Abstract

The objective of this research was to investigate the demographic and marketing mix factors affecting the customer decision making for selecting pet shop services in Bangkok and its surrounding areas. Close-ended questionnaire was utilized as a research tool for collecting data from 400 customers of pet shops in Bangkok and its surrounding areas. The data analysis was conducted through the use of T- test, One-way ANOVA, and multiple regression analysis. The findings revealed that the majority of the pet shop customers were female with age between 20 to 30 years old. Most of them completed a bachelor's degree, worked in a private company, and earned a monthly salary ranging from 7,001 to 15,000 baht. The results of hypothesis testing indicated that the differences of customers on genders and educational backgrounds had significant impacts on the decision to use pet shop services in Bangkok and its surrounding areas at the statistical significant level of 0.01, while the customers' differences on age, careers, and income had no significant influence on the customers' decision making. In addition, the marketing mix factors of product, price, promotion, and process had significant influence on the customer decision making for selecting pet shop services in Bangkok and its surrounding areas at the statistical significant level of 0.05. The marketing mix factors that affect the customer decision making the most was process, followed by product, price, and promotion respectively while the marketing mix factors of place, people, and physical evidence had no significant impact on their decision.

Keywords: Pet Shop Service, Demographic Factor, Marketing Mix Factor

¹ อาจารย์ ดร. ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

² ผู้จัดการ ร้านพิตวัน เพ็ทมาร์ท

แบบจำลองโครงสร้างเงินทุนของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย¹

Capital Structure Model in Thai Property Business

วิจิตรา จำลองราษฎร์²
wichitra_jee@yahoo.com

บทคัดย่อ

โครงสร้างเงินทุนมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ บทความวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญและความสัมพันธ์ของปัจจัยเหล่านี้ที่มีต่อโครงสร้างเงินทุนในมิติของระดับการก่อหนี้ รวมทั้งพัฒนาเป็นแบบจำลองโครงสร้างเงินทุนสำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ผู้วิจัยดำเนินการสำรวจและวิจัยเอกสารจากงบการเงินประจำปีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในหมวดพัฒนาอสังหาริมทรัพย์จำนวน 60 บริษัท ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548-2552 เป็นระยะเวลา 5 ปี และข้อมูลสถิติการเติบโตของตลาดทุนและมาตรการสนับสนุนทางภาษีแก่ภาคธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ประมวลผลโดยใช้แบบจำลองการวิเคราะห์การถดถอยของข้อมูลผสมแบบผลกระทบคงที่ เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยเฉพาะของกิจการและปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานเชิงสถาบันกับระดับการก่อหนี้ซึ่งใช้อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์เป็นตัวแทน ผลการวิจัยพบว่าแบบจำลองโครงสร้างเงินทุนของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประกอบด้วยโอกาสในการเติบโต ความสามารถในการทำกำไร ขนาดของกิจการ และความเสี่ยงทางธุรกิจ โดยมีความสัมพันธ์กับระดับการก่อหนี้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} < 0.01$) พบว่าความสามารถในการทำกำไร และขนาดของกิจการมีอิทธิพลต่อระดับการก่อหนี้ของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์อย่างมาก ค่า R^2 ของแบบจำลองเท่ากับ 0.86 ผลที่ได้สอดคล้องกับทฤษฎีลำดับขั้นในการจัดหาเงินทุน และทฤษฎีแลกเปลี่ยน แต่ไม่มีหลักฐานเพียงพอที่จะสนับสนุนว่าปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานเชิงสถาบันมีความสัมพันธ์กับระดับการก่อหนี้

คำสำคัญ : โครงสร้างเงินทุน, ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์, บริษัทจดทะเบียนไทย, ข้อมูลผสม

ABSTRACT

Capital structure is the most important for property business's competitiveness. This study investigated the determinants influencing the capital structure model and to examine relationship with leverage of 60 Thai listed companies in property business for five years over the period of 2005-2009. The researcher used exploratory research and documentary research from fiscal financial statements including both statistics of the capital market growth, and the property tax cuts to examine firm specific factors and institutional features. Using a fixed-effects panel data regression model on measure of capital structure, namely, debt ratio, the empirical results were found that growth, profitability, firm size and business risk were highly statistically significant ($p\text{-value} < 0.01$). Particularly profitability and firm size strongly affected to capital structure. R^2 of capital structure model was 0.86. The pecking order and the trade-off theory were supported by the signs of the determinants, however the estimated model failed to find any evidence that leverage depended on institutional features.

Keywords : Capital structure, Property business, Thai listed companies, Panel Data

¹ เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “โครงสร้างเงินทุนของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย: กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย”

² นิสิตปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

**การวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์ของโครงการสายเลี่ยงเมือง
สันป่าตอง – หางดง (ตอนที่ 1) จังหวัดเชียงใหม่¹**
Cost-Benefit Analysis of Sanpatong-Hangdong (Phase 1) Bypass Project, Chiangmai.

พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์², นพพร จันทรนาชู³, ณัฐกฤตย์ ดิษฐวิรุฬห์⁴
pantida_c@hotmail.com, nopporncu@hotmail.com, nattakrit_01@hotmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ต้นทุน ผลประโยชน์ และวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ของโครงการสายเลี่ยงเมืองสันป่าตอง – หางดง (ตอนที่ 1) จังหวัดเชียงใหม่ การรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิใช้ข้อมูลจากการสำรวจปริมาณการจราจร และการสำรวจความเร็วในการใช้เส้นทางโครงการสายเลี่ยงเมืองสันป่าตอง – หางดง (ตอนที่ 1) จังหวัดเชียงใหม่ กับทางหลวงหมายเลข 108 ซึ่งเป็นเส้นทางหลัก และใช้ข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง วิธีการศึกษาที่ใช้คือการวิเคราะห์ต้นทุน ผลประโยชน์ และวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ของโครงการโดยใช้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (B/C ratio) และอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)

ผลการศึกษา พบว่า โครงการมีมูลค่าปัจจุบันของมูลค่าของการประหยัดค่าใช้จ่ายในการใช้รถเท่ากับ 52.59 ล้านบาท มูลค่าของการประหยัดเวลาในการเดินทางเท่ากับ 234.0 ล้านบาท มูลค่าของผลประโยชน์เท่ากับ 286.59 ล้านบาท และมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนเท่ากับ 132.65 ล้านบาท จะได้มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 153.94 ล้านบาท อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุนเท่ากับ 2.16 และอัตราผลตอบแทนภายในร้อยละ 25.2 แสดงว่าโครงการนี้มีความคุ้มค่าในการลงทุน

คำสำคัญ: การวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์, โครงการสายเลี่ยงเมือง, จังหวัดเชียงใหม่

Abstract

The objective of this study were to analyze cost, benefit and economic value analysis of Sanpatong - Hangdong (phase 1) bypass project, Chiangmai. Primary data were collected through traffic and speed survey between Sanpatong - Hangdong (phase 1) bypass project and Highway No.108, Secondary data were collected from related documents. Net Present Value (NPV), Benefit-Cost Ratio (B/C ratio) and internal rate of Return (IRR) were used to analyze cost, benefit and economic value of project.

From the analysis, the present value of vehicle operating cost saving was 52.59 million baht, the present value of time saving was 234.0 million baht, the present value of benefit was 286.59 million baht and the present value of cost was 132.65 million baht. The NPV was 153.94 million baht, B/C ratio was 2.16 and IRR was 25.2%. The conclusion is that this project was worthy and efficient for investment.

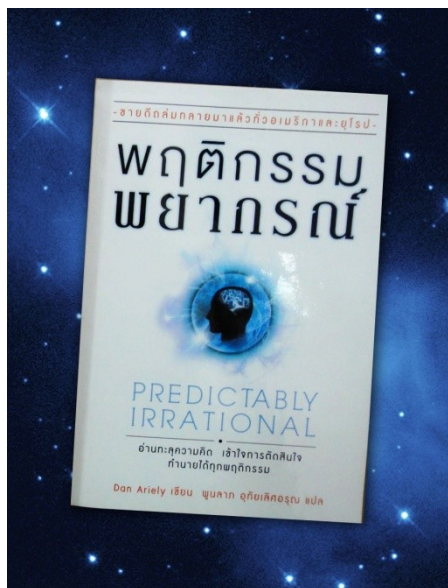
Keywords: Cost-Benefit Analysis, Bypass Project, Chiangmai.

¹งานวิจัยเป็นส่วนหนึ่งของรายงานผลการประเมินผลสัมฤทธิ์โครงการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากกรมทางหลวงชนบท กระทรวงคมนาคม

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

³ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

⁴รองศาสตราจารย์ ดร. ประจำวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



Predictably Irrational

พฤติกรรมพยากรณ์

โดย Dan Ariely

พฤติกรรมพยากรณ์ “Predictably Irrational” หรือแปลให้ตรงตัวว่า “ความไม่มีเหตุผลที่คาดเดาได้”¹ เป็นผลงานแปลของ พูนลาภ อุทัยเลิศอรุณ หนังสือประเภท “เศรษฐศาสตร์เชิงพฤติกรรม (Behavioral Economics)” ที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในต่างประเทศ ผู้เขียนคือศาสตราจารย์ Dan Ariely ศาสตราจารย์สาขาเศรษฐศาสตร์เชิงพฤติกรรมแห่ง MIT ได้นำผู้อ่านเข้าไปสำรวจโลกแห่งความคิด การตัดสินใจ และพฤติกรรมของมนุษย์ และแสดงให้เห็นพลังลึกลับบางอย่างที่ขึ้นการตัดสินใจของมนุษย์ ซึ่งถ้าเราเข้าใจพลังเหล่านี้ดีพอ เราจะสามารถควบคุมจิตใจได้ดีขึ้น รวมถึงสามารถโน้มน้าการตัดสินใจและพฤติกรรมของผู้อื่นได้ และหากนำไปใช้อย่างเหมาะสม จะสามารถพลิกชีวิต พลิกธุรกิจและสังคมให้ดีขึ้นได้ด้วย หนังสือเล่มนี้จึงมีคุณค่าอย่างยิ่งที่ควรนำมาถ่ายทอดเป็นบทวิจารณ์หนังสือ(Book Review) ในครั้งนี้

ผู้แปลใช้สำนวนภาษาถ่ายทอดออกมาได้อย่างดีเยี่ยม จนทำให้หนังสือทั้งวิชาการเล่มนี้ เป็นหนังสือที่อ่านสนุก ขวนติดตามตลอดทั้งเล่ม นอกจากนี้ ความรู้ที่ได้รับยังช่วยเปิดโลกทัศน์ใหม่ ๆ ในเชิงจิตวิทยา เศรษฐศาสตร์ การตลาด การขาย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ตลอดจนสามารถประยุกต์ใช้กับการดำเนินชีวิตของบุคคลทั่วไปได้อีกด้วย

ผู้เขียนได้นำเสนอผลการศึกษาความไร้เหตุผลของมนุษย์ผ่านการ “ทดลอง” กับเรื่องต่างๆ ในชีวิตประจำวัน ทั้งการกิน การเลือกซื้อของ การเงิน ความรัก เพศสัมพันธ์ การผัดวันประกันพรุ่ง ความซื่อสัตย์ วงการตลาดจะมีความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อและไม่ซื้อของผู้บริโภค และใช้ความรู้นั้นมาสร้างวิธี “ล่อ” ลูกค้า ในขณะที่คนทั่วไป เมื่ออ่านหนังสือเล่มนี้จบแล้ว อาจพบหนทางสว่างแห่งปัญญา รู้เท่าทันใจตน และรู้เท่าทันตัวล่อที่นักการตลาดวางไว้ หนังสือเรื่อง “พฤติกรรมพยากรณ์” จึงอาจช่วยปรับพฤติกรรมให้เรารู้เท่าทันมายาคติทั้งในและนอกตน และเมื่อเข้าใจตนเองและรู้เท่าทันคนอื่น ก็ย่อมนำมาใช้ป้องกันข้อผิดพลาด และปรับปรุงการตัดสินใจต่อไปได้

เนื้อหาในหนังสือแบ่งออกเป็น 13 บท โดยในแต่ละบทสามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ดังต่อไปนี้

บทที่ 1 “ความจริงเกี่ยวกับการเชื่อมโยง” ผู้เขียนพยายามอธิบายถึงอิทธิพลของ “ตัวล่อ” ที่พบเห็นได้ในชีวิตประจำวัน แต่ทว่าน้อยคนนักที่จะรู้เท่าทัน ผู้เขียนได้ตีแผ่กลยุทธ์ในการกระตุ้นการขายสินค้าของธุรกิจต่างๆ โดยอาศัยหลักของการเชื่อมโยงผ่านสะพานคือ “ตัวล่อ” โดยการยกตัวอย่างจากหลายกรณีศึกษา อาทิ โฆษณานิตยสารธุรกิจออนไลน์ชื่อดัง “ดิอีโคโนมิสต์ (The Economist)” ที่นำเสนอราคาในการสมัครสมาชิกแต่ละประเภทดังนี้

1. สมัครเป็นสมาชิกออนไลน์อย่างเดียว 59 ดอลลาร์
2. สมัครสมาชิกสิ่งพิมพ์อย่างเดียว 125 ดอลลาร์ และ
3. สมัครสมาชิกสิ่งพิมพ์คู่กับสมาชิกออนไลน์ 125 ดอลลาร์

¹ ศาสตราจารย์ชานกริฤทธิ์ บุญเกียรติ แปลในคำนิยม

ศาสตราจารย์ Dan Ariely ได้นำโฆษณานี้ไปทดลองกับนักศึกษา MIT จำนวน 100 คน ผลปรากฏว่า นักศึกษาเลือกสมัครเป็นสมาชิกในข้อ 1, 2 และ 3 จำนวน 16,0 และ 84 คนตามลำดับ จากการทดลองเราจะเห็นว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เลือกทางเลือกที่ 3 นั้นเป็นเพราะอิทธิพลจากตัวล่อ ซึ่งก็คือทางเลือกในข้อ 2 การทดลองนี้สามารถสรุปได้ว่า การตัดสินใจเลือกสิ่งต่าง ๆ ของมนุษย์นั้นแทบไม่ได้พิจารณาจากคุณค่าของตัวเองโดด ๆ แต่คนส่วนใหญ่มักมุ่งให้ความสำคัญกับการนำข้อดีข้อเสียของทางเลือกมาเปรียบเทียบกับกัน และนี่เองคือ ตัวอย่างของอิทธิพลของ “ตัวล่อ” ที่นักการตลาดสร้างขึ้นโดยอาศัยหลักของการเชื่อมโยงสิ่งต่าง ๆ ในกระบวนการคิดและตัดสินใจของมนุษย์เพื่อประโยชน์ทางการค้า ความเข้าใจในอิทธิพลของ “ตัวล่อ” จะทำให้เรา ฉุกคิดพิจารณาก่อนที่จะตัดสินใจอย่างไร้เหตุผล

บทที่ 2 “ความเข้าใจผิดเกี่ยวกับอุปสงค์และอุปทาน” ผู้เขียนได้นำเสนอผลการทดลองที่พิสูจน์ให้เราเห็นว่ากรอบความคิดของเศรษฐศาสตร์กระแสหลักที่มีสมมติฐานว่าความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์ (Demand) และอุปทาน (Supply) นั้นมีความเป็นอิสระต่อกัน ทว่าแท้จริงแล้วทั้งสองอย่างนั้นมีความสัมพันธ์อย่างแยกกันไม่ได้ กลไกการสร้างราคาจากฝ่ายอุปทานส่งผลต่อความต้องการซื้อสินค้า ยกตัวอย่างเช่น การลดราคาสินค้า หรือการสร้างการฝังใจ (imprinting) ซึ่งถ้าผู้บริโภคเกิดจดจำในราคาเริ่มต้นและตัดสินใจซื้อและซื้อซ้ำจนเกิดเป็นการผูกติด (anchoring) แล้ว ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะพิจารณาตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยอ้างอิงจากการฝังใจและการผูกติดมากกว่าการใช้เหตุผล หรือสร้างเหตุผลขึ้นมาเพื่อรองรับการตัดสินใจที่ไร้เหตุผลของตน ความเข้าใจในปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นดังกล่าวจะทำให้เราหยุดพิจารณาคุณประโยชน์ของสิ่งของในปัจจุบันมากกว่าการ ให้ค่าจากสิ่งที่จดจำในอดีต

บทที่ 3 “ต้นทุนของ ของฟรี” บทนี้ผู้เขียนได้ตีแผ่ “ราคา” ที่แฝงอยู่ในรูปของ “ของฟรี” ราคาที่เป็น ศูนย์ ทำหน้าที่เป็นตัวเร้าอารมณ์ที่รุนแรงและเป็นต้นกำเนิดของความตื่นเตนที่ไร้เหตุผล จนทำให้เราต้อง กลายเป็นนักสะสมขยะหรือสิ่งของที่ไม่จำเป็นในชีวิต เพียงเพราะไม่สามารถต้านทานพลังดึงดูดของ “ของฟรี” ได้ บทนี้จะทำให้ผู้อ่านเข้าใจว่าระหว่างราคาที่เป็น 1 และ 0 มีมูลค่าที่แตกต่างอย่างมหาศาล การที่เราเข้าใจมูลค่าที่แท้จริงของ “ของฟรี” จะทำให้เราฉุกคิดพิจารณา ก่อนจะกลายมาเป็นนักสะสม และสูญเสียต้นทุนไปกับการ จัดการ “ของฟรี” ที่ไม่จำเป็นต่อการใช้สอย

บทที่ 4 “ต้นทุนของบรรทัดฐานทางสังคม” ผู้เขียนได้อธิบายถึงจุดสมดุลระหว่างบรรทัดฐานทาง สังคมและบรรทัดฐานทางการตลาด บทนี้ผู้เขียนได้ชี้ให้เห็นความแตกต่างระหว่างบรรทัดฐานทางสังคม ที่ แสดงออกผ่านทางคุณธรรมจริยธรรมหรือสำนึกผิดชอบชั่วดีที่มีต่อส่วนรวม และบรรทัดฐานทางตลาดที่มักให้ มูลค่าที่มี “ราคา” เป็นมาตรวัด ศาสตราจารย์ Dan Ariely ได้แสดงให้เห็นถึงพลังและคุณประโยชน์อันมหาศาล ของมูลค่าที่เป็น “ศูนย์” ของบรรทัดฐานทางสังคม ความสำคัญและการนำไปใช้ทั้งในด้านการวางแผนการตลาด (โดยเฉพาะการทำ Corporate Social Responsibility: CSR) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรธุรกิจ รวมถึงการประยุกต์ใช้บรรทัดฐานทางสังคมในการแก้ไขปัญหาทางสังคมในปัจจุบัน

บทที่ 5 “อิทธิพลของสิ่งเร้า” บทนี้อธิบายช่องว่างระหว่างการตัดสินใจขณะที่อยู่ในสภาวะปกติและ ในสภาวะที่กำลังเกิดความปั่นป่วนทางอารมณ์หรือในภาวะไร้สติ ผู้เขียนได้วิเคราะห์ผ่านการวิจัยเกี่ยวกับ “การ ตัดสินใจในสภาวะที่มีความตื่นตัวทางเพศ” ผ่านการทดลองกับนักศึกษามหาวิทยาลัย MIT โดยคัดเลือกนักศึกษา ที่เรียนดี มีจิตสำนึกและคุณธรรม ผลการศึกษาระบุว่า มนุษย์สามารถก้าวข้ามเส้นแบ่งแห่งความรู้สึกผิดชอบชั่วดี ได้เมื่ออยู่ในสภาวะที่มีความตื่นตัวทางเพศ (ภาวะไร้สติ) สมองถูกสั่งการด้วยอารมณ์หรือเปิดช่องว่างให้อึด (Id) หรือสัญชาตญาณดิบแสดงตัวตนที่แท้จริงออกมา ทำให้เกิดโอกาสในการตัดสินใจและดำเนินชีวิตที่ผิดพลาด ผล การทดลองนี้สามารถนำไปใช้ในการแก้ไขปัญหา เรื่องเพศสัมพันธ์และการขับชื้ออย่างปลอดภัย รวมถึงการ ตัดสินใจเพื่อชีวิตที่ดีขึ้น

บทที่ 6 “ปัญหาเรื่องการผัดวันประกันพรุ่งและการควบคุมตนเอง” เนื้อหาของบทนี้ว่าด้วยเรื่อง ที่มาและปัญหาของการผัดวันประกันพรุ่ง (Procrastination) และการควบคุมตนเอง ที่เกิดจากการพ่ายแพ้แก่ พลังของอารมณ์ จนทำให้สิ่งที่มีมนุษย์ตั้งใจทำในสภาวะปกติถูกเลื่อนออกไปหรือไม่เป็นดังที่ตั้งใจไว้ และทำให้

ล้มเหลวต่อการบรรลุเป้าหมายในระยะยาว ดังตัวอย่างปัญหาเรื่อง “การออม” ของคนอเมริกันที่ปัจจุบันตกเป็นทาสของลัทธิบริโภคนิยม การเปลี่ยนแปลงต่อสิ่งยั่วยวนจาก “บัตรเครดิต” ทำให้คนอเมริกันขาดความยับยั้งชั่งใจในการใช้จ่ายจนทำให้เกิดภาวะหนี้สิน นอกจากนี้ผู้เขียนยังได้ให้แนวทางในการแก้ปัญหาการผิดวันประกันพ่วง และการควบคุมตนเอง (ซึ่งเป็นสิ่งที่ค้นพบจากการทดลองกับนักศึกษา MIT) ด้วยการสร้าง “สิ่งควบคุมจากภายนอก” โดยการเสนอ “บัตรเครดิตแบบควบคุมตนเอง” ที่สามารถกำหนดวงเงินของการใช้จ่ายด้วยตัวเจ้าของบัตร และตัวอย่างการสร้างกลุ่มบนอินเทอร์เน็ตของคนอเมริกันเพื่อแบ่งปันประสบการณ์และช่วยกันควบคุมระบบการออมและการจัดการหนี้บัตรเครดิตผ่านเว็บไซต์ สิ่งที่คุณอ่านได้จากบทนี้จึงไม่ใช่แค่การที่เราจะตระหนักถึงอิทธิพลของสิ่งเร้าและความสำคัญกับการจัดการกิเลส แต่เรายังได้คำตอบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวันอีกด้วย

บทที่ 7 “ความรู้สึกเป็นเจ้าของกับราคาอันสูงลิบ” บทนี้เป็นเรื่องของ การให้ค่าของสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากรู้สึกเป็นผู้ครอบครอง ผู้เขียนได้แสดงถึงกลยุทธ์การสร้าง “ความรู้สึกเป็นเจ้าของ” เช่น การสร้างความภาคภูมิใจจากการมีส่วนร่วมในการผลิต (กลยุทธ์ของ IKEA) การให้ลูกค้าทดลองใช้สินค้าก่อนหรือการรับประกันความพอใจ (ซึ่งผู้ทดลองใช้มีแนวโน้มที่จะไม่ส่งคืนสินค้า เนื่องจากรู้สึกว่าเป็นเจ้าของสินค้านั้นแล้ว) เมื่อสร้างความเป็นเจ้าของให้เกิดขึ้นในใจผู้บริโภคได้แล้ว ก็สามารถขายสินค้าหรือสร้างมูลค่าเพิ่มและขายสินค้าในราคาที่สูงได้ ในส่วนของผู้บริโภค ผู้เขียนได้แนะนำวิธีการรับมือกับการตัดสินใจที่ไร้เหตุผลจากของแพงไว้ว่า ให้เราอยห่างจากการเป็นเจ้าของของสิ่งนั้น ๆ ก่อนตัดสินใจซื้อ เมื่อนั้นการให้ค่าก็จะตรงกับราคาที่แท้จริง

บทที่ 8 “แถมประตูไว้ก่อน” ผู้เขียนได้นำเสนอมุมมองของ “ค่าเสียโอกาส” จากการเสียเวลากับ “ประตูที่เราแง้มไว้ (ทางเลือก)” ที่มีอยู่มากเกินไปนั้น มนุษย์ขาดกลัวต่อความรู้สึก “สูญเสีย” จึงทำให้สร้างทางเลือกไว้มากมาย ซึ่งศาสตราจารย์ Dan Ariely ชี้ให้เห็นว่าทางเลือกเหล่านี้จะทำให้เราพะวงพะวงกับการตัดสินใจหรือแก้ไขปัญหา เวลาที่เราเสียไปจะเป็นต้นทุนหรือค่าเสียโอกาสที่ประเมินค่ามิได้ “เราจะปลดปล่อยตัวเองจากแรงกระตุ้นอันไร้เหตุผลที่ผลักดันให้เราไล่ล่าทางเลือกที่ไร้ค่าเหล่านี้ได้อย่างไร?” นั่นคือคำถามที่ผู้เขียนทิ้งท้ายให้คิดในบทนี้

บทที่ 9 “ผลพวงของความคาดหวัง” บทนี้จะทำให้ผู้อ่านตระหนักถึงการสร้างและการตอบสนองความคาดหวังในใจผู้บริโภค บ่อยครั้งที่เราตัดสินใจแบบไร้เหตุผลเพียงเพราะเราถูกครอบงำด้วยความคาดหวัง (Expectation) และการรับรู้ (Perception) ที่ไม่ตรงกับความเป็นจริง นอกจากนี้มุมมองที่ศาสตราจารย์ Dan Ariely ได้นำเสนอนั้นเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการตลาด การให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ (Packaging) การตกแต่ง การสร้างบรรยากาศหรือการจัดสภาพแวดล้อมในสถานบริการ (Servicescapes) ล้วนแล้วแต่นำแนวคิดเรื่องการสร้างความคาดหวังสามารถนำมาใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการทั้งสิ้น

บทที่ 10 “พลังของราคา” บทนี้เป็นเรื่องเกี่ยวกับอิทธิพลของราคาที่มีต่อความคาดหวังของผู้บริโภค โดยผู้เขียนได้อธิบายผ่านการทดลองหลายตัวอย่างเช่น เครื่องดื่มชูกำลัง สินค้าลดราคา และกรณีศึกษาอื่นๆ ยกตัวอย่าง การที่ผู้เขียนได้ทดลองให้นักศึกษาใช้ยาแก้ปวดที่มีชนิดและคุณภาพเดียวกันแต่กำหนดให้ราคาถูกและแพงต่างกัน พบว่า ผู้เข้าร่วมการทดลองพึงพอใจกับประสิทธิภาพการรักษาจากยาที่มีราคาแพงมากกว่า (ทั้งที่ชนิดและคุณภาพของยาไม่แตกต่างกัน) บทนี้ผู้เขียนได้ให้ข้อคิดไว้ว่า เพียงแค่เราหยุดตั้งสติ และพิจารณาคุณภาพ ประโยชน์ที่ได้รับ เราก็จะสามารถซื้อสินค้าในราคาที่ เป็นจริงได้ โดยไม่ตกเป็นเหยื่อทางการตลาดของธุรกิจที่ขายสินค้าราคาเกินจริงดังเช่นปัจจุบัน

บทที่ 11 “ความลับของอุปนิสัย (ภาค 1)” เนื้อหาในบทนี้เป็น การวิเคราะห์อุปนิสัยด้านความซื่อสัตย์ของมนุษย์ ปัญหาการคอร์รัปชันหรือการโกงเกิดขึ้นได้อย่างไร และมีแนวทางในการแก้ไขปัญหาอย่างไร ศาสตราจารย์ Dan Ariely ได้นำเสนอผลการทดลองและสรุปว่า “คนเราจะโกงเมื่อมีโอกาส แต่จะไม่โกงมากเท่าที่สามารถโกงได้” และได้ให้แนวทางของการแก้ไขไว้ว่า “เมื่อพวกเขาเริ่มนึกถึงความซื่อสัตย์ ไม่ว่าจะโดยการนึกถึงบัญญัติ 10 ประการ หรือลงชื่อรับรองข้อความธรรมดา ๆ ก็ตาม พวกเขาจะเลิกโกงไปอย่างสิ้นเชิงทีเดียว” หน่วยงานภาครัฐ ซึ่งเป็นองค์กรที่มีโอกาสเสี่ยงต่อการฉ้อฉลสูง สามารถนำแนวคิดนี้ไปใช้ในการบริหารประเทศ

ในการทำงานเดียวกันหน่วยงานภาครัฐก็ก็สามารถนำแนวคิดนี้ไปประยุกต์ใช้ได้กับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ได้อีกด้วย

บทที่ 12 “ความลับของอุปนิสัย (ภาค 2)” ทำไมเราจึงต้องซื้อสัตย์มากขึ้น เมื่อต้องแะกับเงินสด “การโกงเป็นเรื่องที่ง่ายมาก... ถ้ามันอยู่ห่างจากเงินหนึ่งก้าว” เป็นข้อสรุปที่ผู้เขียนได้จากการผลการทดลองมนุษย์ยังมีหลักศีลธรรมเป็นเครื่องยับยั้งซึ่งใจต่อการโกงที่อยู่ในรูปของเงินสด หากแต่เมื่อไรที่การโกงนั้นอยู่ในรูปของผลประโยชน์อย่างอื่นหรือสิ่งของที่เป็นตัวแทนของเงิน การโกงจะมีโอกาสเกิดขึ้นมากกว่าหลายเท่า ในยุคที่ใช้เงินสดกำลังถูกแทนที่ด้วยยุคอิเล็กทรอนิกส์ที่สร้างมูลค่าจากตัวเลข ธนาคารหลายแห่งมีกำไรมหาศาลจากระบบบัตรเครดิตที่คิดดอกเบี้ยมหาโหด เหล่านี้ล้วนแต่เป็นกลวิธีในการโกงที่มีแนวโน้มจะเกิดขึ้นอย่างง่ายดาย บทนี้จะทำให้ผู้อ่านได้ตระหนักถึงกลโกงที่แฝงตัวในธุรกิจต่าง ๆ ในแบบที่คาดไม่ถึง

บทที่ 13 “เบียร์และของฟรี” เป็นบทสรุปในหนังสือเล่มนี้ที่ผู้เขียนพยายามย้ำเน้นให้เห็นถึงความสำคัญของ “เศรษฐศาสตร์พฤติกรรม” ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานการศึกษาจากพฤติกรรมที่เกิดขึ้นของมนุษย์ แทนที่จะมุ่งใช้ “เศรษฐศาสตร์กระแสหลัก” ที่เชื่อเรื่องการใช้เหตุผลในการตัดสินใจของมนุษย์แต่เพียงอย่างเดียว ผู้เขียนชี้ให้เห็นถึงเหตุและปัจจัยต่างๆที่ทำให้การตัดสินใจของมนุษย์ไม่เป็นไปตามกฎเกณฑ์ตามที่เศรษฐศาสตร์กระแสหลักระบุไว้ ตัวอย่างจากบทต่างๆในหนังสือเล่มนี้แสดงให้เห็นแล้วว่า กลอุบายต่าง ๆ “เบียร์และของฟรี”¹ ต่างมีต้นทุนที่แอบแฝงอยู่ด้วยกันทั้งนั้น น่าจะเป็นการดีกว่าไหม หากเราทำความเข้าใจพฤติกรรมการตัดสินใจของมนุษย์โดยยืนอยู่บนพื้นฐานของพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจริง การผสมผสานแนวคิดทั้งเศรษฐศาสตร์กระแสหลักและเศรษฐศาสตร์พฤติกรรมเข้าด้วยกัน อาจเป็นแนวทางหนึ่งที่จะทำให้เราแก้ไขปัญหาการตัดสินใจผิดพลาดที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สิ่งที่ผู้อ่านจะได้รับจากการอ่านหนังสือเล่มนี้ นอกจากเกิดมุมมองใหม่จากการเปิดเผยผ่านการทดลองจริง หนังสือเล่มนี้ยังให้ประโยชน์ต่อทั้งองค์กรธุรกิจ หน่วยงานภาครัฐและที่สำคัญประชาชนทั่วไปแล้ว ความรู้จากการอ่าน “พฤติกรรมพยากรณ์” จึงเป็นการสร้างสติปัญญาให้แก่ผู้อ่านได้อย่างแท้จริง

เพชรศรี นนท์ศิริ²

¹ เป็นชื่อบทสุดท้ายที่ผู้เขียนตั้งชื่อตามการทดลองให้นักศึกษา MIT ดื่มเบียร์ฟรี

² อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์

ใบสมัครสมาชิก / สั่งซื้อ
วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

ชื่อผู้สั่งซื้อ/สมาชิก.....

ที่อยู่สำหรับจัดส่งวารสาร.....

.....

อีเมล.....

โทรศัพท์.....โทรสาร.....

☐ สมาชิกกิตติมศักดิ์ ราคา 1,000 บาท เป็นสมาชิกตลอดการดำเนินงานวารสารฯ

☐ สมัครสมาชิก/ต่ออายุสมาชิก (ปีละ 180 บาท / 2 ฉบับ)

กำหนดเวลา.....ปี

เริ่มฉบับที่.....ปีที่.....ถึงฉบับที่.....ปีที่.....

☐ สั่งซื้อวารสารราคาฉบับละ 100 บาท ดังนี้

ฉบับที่.....ปีที่.....จำนวน.....เล่ม

ฉบับที่.....ปีที่.....จำนวน.....เล่ม

ชำระเงินโดย :

☐ โอนเงินเข้าบัญชีธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาย่อย มหาวิทยาลัยนเรศวร

ชื่อบัญชี คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

เลขที่บัญชี 346-1-31515-4

(แฟกซ์ หรืออีเมล ส่งเนาไปโอนเงิน และใบสมัครสมาชิก มาที่ 0-5596-2118)

☐ เงินสด

รวมเป็นจำนวนเงิน.....บาท