

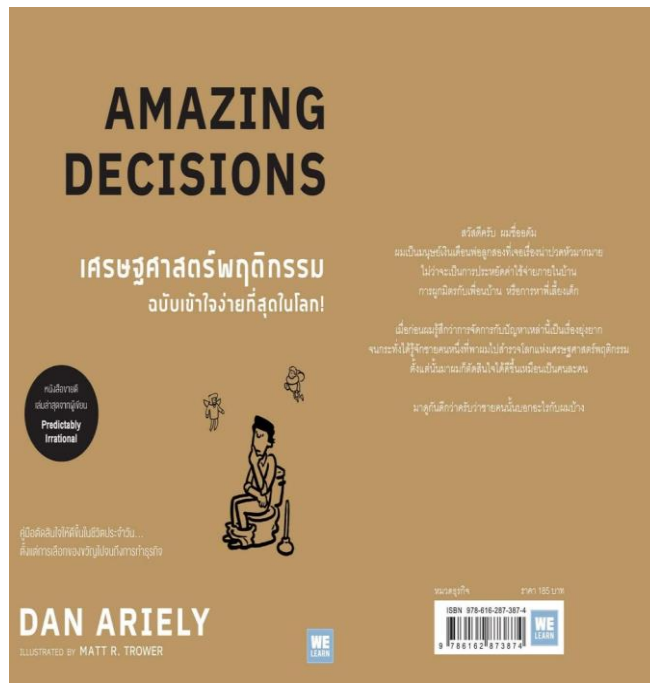
เศรษฐศาสตร์พฤติกรรม ฉบับเข้าใจง่ายที่สุดในโลก (Amazing Decisions)

ผู้เขียน

Dan Ariely

ผู้แปล

พรเลิศ อธิฐ



วิจารณ์โดย

พิมพ์รดา นิยมพัฒนารักษ์

สามารถ บุญรัตน์

ที่ว่าการอำเภอเวียงหนองล่อง จังหวัดลำพูน

thipbdr1@gmail.com

ส่วนที่ 1 รายละเอียดหนังสือ

ราคา	185 บาท (หนึ่งร้อยแปดสิบห้าบาท)
สีสันหนังสือ	สีน้ำตาล
กระดาษที่ใช้	กระดาษถนอมสายตา
จัดพิมพ์และจำหน่าย	สำนักพิมพ์วีเลิร์น ในเครือ บริษัท วีเลิร์น จำกัด
พิมพ์ครั้งที่	พิมพ์ครั้งที่ 1
ภาพประกอบ	Matt R. Trower
ขนาด	14.3 x 21 เซนติเมตร
จำนวนหน้า	218
กองบรรณาธิการ	ปรารณา วันมี

ส่วนที่ 2 รายละเอียดเนื้อหา

2.1 โลกสองใบที่แตกต่าง

จักรวาลของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์นั้นซับซ้อนมาก โลกนี้เต็มไปด้วยการแย่งชิงดีชิงเด่นกัน เราคิดถึงตัวเองเป็นหลัก ผู้คนสนใจแต่การแสวงหาผลกำไรของตัวเอง เพราะเงินเป็นปัจจัยที่ขับเคลื่อนโลกใบนี้ ทำไมเราถึงยึดถือค่านิยมสองอย่างที่ตรงข้ามกันไปพร้อมๆ กันได้ละ คำตอบก็คือ อันที่จริงเราอาศัยอยู่บนโลกสองใบที่แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง โลกใบแรกถูกปกครองโดยบรรทัดฐานทางตลาด ส่วนอีกใบถูกปกครองโดยบรรทัดฐานทางสังคม บรรทัดฐานคือหลักการที่กำหนดว่าควรทำพฤติกรรมแบบไหนในสถานการณ์หนึ่งๆ ชีวิตบนโลกแห่งบรรทัดฐานทางการตลาดก็คือ การแลกเปลี่ยนบนโลกใบนี้จะเกิดขึ้นระหว่างคู่ค้าไม่ใช่เพื่อน มีการวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์อย่างรอบคอบทุกคนต่างสนใจผลประโยชน์ของตัวเองเป็นอันดับแรก คนบนโลกนี้ก็แค่คาดหวังว่าสิ่งที่ได้รับจะเท่าเทียมกับสิ่งที่จ่ายไป ตัวอย่างเช่น เราคาดหวังว่าห้องเช่าของเราจะอบอุ่น มีอากาศถ่ายเท และที่สำคัญที่สุดคือเป็นของเราตลอดระยะเวลาสัญญาเช่า และสิ่งที่เจ้าของห้องต้องการแลกเปลี่ยนก็คือการจ่ายค่าเช่าห้องตรงเวลาทุกเดือน ชีวิตบนโลกแห่งบรรทัดฐานทางสังคมที่สลับซับซ้อนสิ่งสำคัญอันดับแรกคือการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ทางสังคม บนโลกนี้ไม่มีใครลงทุนเพื่อหวังผลตอบแทน

แบบทันทีทันใด การตอบแทนจะเกิดขึ้นโดยธรรมชาติ เช่นเราช่วยเพื่อนย่ำโยธา เราจะไม่คาดหวังว่าเขาจะมาช่วยเราย่ำขึ้นหนังสือแต่เรารู้ว่าเพื่อนจะมาช่วยเราทุกที่ที่เราต้องการ

นักวิจัยได้ทำการทดลองผู้เข้าร่วมโดยสุ่มเพื่อให้แน่ใจว่าความแตกต่างของแต่ละกลุ่มจะไม่ได้มาจากการที่ผู้เข้าร่วมการทดลองมีลักษณะแตกต่างกัน โดยความแตกต่างของแต่ละเงื่อนไขอยู่ตรงจำนวนค่าตอบแทนของผู้เข้าร่วมจะได้รับจากการทดลอง นักวิจัยแบ่งกลุ่มผู้เข้าร่วมการทดลองตามเงื่อนไข คือ กลุ่มควบคุม กลุ่มที่ได้ค่าตอบแทนและกลุ่มที่ได้ค่าตอบแทนต่ำ ซึ่งในกลุ่มควบคุมจะมีกลุ่มคนที่ไม่ได้ค่าตอบแทนเลย ผลลัพธ์แสดงให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมการทดลองที่ได้เงินมากกว่าจะทุ่มเทกว่าพฤติกรรมของพวกเขาเป็นไปตามบรรทัดฐานทางตลาดที่ระบุว่า คุณจะทุ่มเทเท่ากับจำนวนเงินที่คุณได้รับ ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้ค่าตอบแทน จะทุ่มเทหนักกว่าเพราะผลตอบแทนที่เขาคาดว่าจะได้รับคือรางวัลทางสังคม การที่ขอให้ผู้คนทำภารกิจโดยไม่พูดถึงเรื่องเงินจะกระตุ้นบรรทัดฐานทางสังคมที่ดีกว่า ทุ่มเทด้วยความเต็มใจเพราะมีเจตนาที่ดี แต่ทันทีที่มีเรื่องเงินเข้ามาเกี่ยวข้อง มันจะกลายเป็นการทำงานแลกค่าแรงและผู้คนก็จะทุ่มเทตามจำนวนเงินที่ได้รับ

2.2 เจาะลึก

ในโลกทางตลาดเรารู้แน่ชัดว่าคนอื่นมีความสัมพันธ์กับเราอย่างไร เช่น เขาซื้อขายกับเรา ไม่ก็ทำงานกับเราเพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน ขณะที่โลกทางสังคมซับซ้อนกว่านั้นโดยเต็มไปด้วยความสัมพันธ์แบบเพื่อน ครอบครัว คนรัก และเพื่อนร่วมงาน ความสัมพันธ์จะไม่ได้ขึ้นอยู่กับเงินอีกต่อไปแต่จะขึ้นอยู่กับสิ่งที่เป็นรูปธรรมน้อยกว่า เช่นความรัก ความปรารถนาที่จะเป็นส่วนหนึ่งหรือการแสวงหาอำนาจทางสังคม เวลาที่มีเรื่องเงินเข้ามาเกี่ยวข้องกับความเป็นเพื่อนมักมีฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเสียความรู้สึกเสมอ บางครั้งจะเป็นการดีกว่าถ้าเราจะให้เวลากับเพื่อนหรือเลี้ยงข้าวเพื่อนหลีกเลี่ยงการช่วยเพื่อนด้วยเงิน แต่บางครั้งเราก็เสี่ยงไม่ได้ที่จะเอาเงินไปเกี่ยวข้องกับโลกทางสังคม เช่นไปกินข้าวกับเพื่อนทุกวันศุกร์แล้วลัดกันจ่าย ในระยะยาวแล้วการผลการเลี้ยงถือเป็นทางเลือกที่ดีมาก เมื่อเวลาผ่านไปการผลการเลี้ยงจะทำให้ทุกฝ่ายมีความสุขมากกว่า จำไว้ว่าเป้าหมายสูงสุดคือมิตรภาพ ดังนั้นอย่าคิดเล็กคิดน้อยหากมีใครคนใดคนหนึ่งจะสั่งอาหารเพิ่ม และการให้ความสำคัญกับเงินเวลาที่มิปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นจะนำไปสู่หายนะ ถ้าเป้าหมายคือการแลกเปลี่ยนทางการเงิน บรรทัดฐานทางการตลาดถือว่าเป็นเรื่องที่ดีแต่ถ้าเป็นเรื่องชีวิตส่วนตัวและความสัมพันธ์กับคนใกล้ชิด การถือบรรทัดฐานทางสังคมย่อมได้ผลดีที่สุด

2.3 การให้ของขวัญ

สมดุลระหว่างโลกแห่งบรรทัดฐานทางการตลาดกับทางสังคมเห็นได้ชัดมากเวลาเราให้ของขวัญส่วนใหญ่แล้วเราไม่ได้ให้ของขวัญเพื่อส่งต่อเงิน แต่เพื่อกระชับความสัมพันธ์มากกว่า ถึงแม้ว่าการให้ของขวัญจะถือเป็นการแลกเปลี่ยนอย่างหนึ่ง แต่เราก็ไม่รู้สึกเหมือนกำลังทำธุรกรรมกันอยู่ ทุกคนต่างมุ่งเน้นไปที่คุณค่าทางสังคม ถึงแม้การให้ของขวัญจะออกมาจากใจแต่เมื่อมีเรื่องเงินเข้ามาเกี่ยวข้อง ผู้รับก็สัมผัสไม่ได้ถึงเจตนาที่ดีนั้น เพราะเงินจะกระตุ้นบรรทัดฐานทางการตลาด การให้ของขวัญไม่เหมือนกับการแลกเปลี่ยนทางตลาดตรงที่ทั้งผู้ให้และผู้รับต่างได้ผลประโยชน์ทางสังคมมากมาย ผู้รับมีความสุขจากของขวัญที่ให้อย่างใจส่วนผู้ให้ก็มีความสุขจากการซื้อของขวัญให้คนอื่น นอกจากนี้คนที่มีความสุขยังมีแนวโน้มจะเป็นผู้ให้อีกด้วย แต่ของขวัญที่ไม่ใช่ตัวเงินอาจจะมีมากจนเลือกไม่ถูกและไม่ถูกใจผู้รับด้วย ประสิทธิภาพในแง่เศรษฐศาสตร์ของของขวัญที่เป็นตัวเงินผู้รับสามารถนำเงินไปแลกเปลี่ยนกับอะไรก็ได้ตามต้องการ ขณะที่ของขวัญที่ไม่ใช่ตัวเงินนั้น อาจจะไม่ถูกใจผู้รับซึ่งก็เท่ากับว่าผู้ให้เสียแรงเสียเวลาในการเลือกของขวัญไปเปล่าๆ ของขวัญที่เป็นเงินไม่ได้แสดงให้เห็นว่าเราพยายามเลือกของขวัญและยังทำให้ผู้รับคิดตามหลักบรรทัดฐานทางการตลาดและคิดว่าเงินที่เราให้นั้นมากหรือน้อยเกินไปหรือเปล่า ในแง่เศรษฐศาสตร์บัตรของขวัญมีประสิทธิภาพน้อยกว่าเงินสดเพราะใช้ซื้อของได้แค่บางประเภทเท่านั้น แต่บัตรของขวัญกลับทำให้ผู้รับรู้สึกว่าได้ของขวัญจริงๆ มันเป็นการแสดงว่าเราใส่ใจกับผู้รับมากแค่ไหนแทนไม่พอผู้รับอาจจะนึกถึงเราทุกครั้งที่นำบัตรไปใช้ ถึงแม้ว่าบัตรของขวัญจะต่างกับเงินเล็กน้อยเพราะมันช่วยเพิ่มคุณค่าทางสังคมได้ นักวิจัยได้ทำแบบสอบถามเกี่ยวกับการให้ของขวัญแต่ละประเภทบ่อยแค่ไหน ผลปรากฏว่า ของขวัญที่ผู้คนชื่นชอบให้กัน มี 3 อันดับ ดังนี้

อันดับที่ 1

- งานศิลปะ
- เครื่องใช้ไฟฟ้า
- การท่องเที่ยว

อันดับที่ 2

- ความบันเทิง
- เครื่องประดับ
- อื่นๆ

อันดับที่ 3

- เสื้อผ้า
- บัตรเติมเงินสด
- บัตรของขวัญ
- สินค้าอุปโภคบริโภค
- เงินสด
- เครื่องใช้ในบ้าน

ของขวัญที่ผู้คนชอบมากที่สุดคือของที่พวกเขาให้คนอื่นไม่บ่อยนัก ได้แก่ เครื่องใช้ไฟฟ้า งานศิลปะ และงานท่องเที่ยว ประเด็นสำคัญก็คือ ถึงแม้ผู้รับจะไม่ได้ชอบของขวัญชิ้นนั้นมากมายนัก แต่การเห็นมันก็ยังส่งผลดีต่อความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้กับผู้รับอยู่ดี การนำเงินเข้ามาเกี่ยวข้องจะทำให้ผู้คนจจดอยู่กับบรรทัดฐานทางตลาด แล้วบ่อนทำลายการให้และรับในระยะยาวซึ่งเป็นรากฐานของความสัมพันธ์ทางสังคม ถ้าเราคิดแต่เรื่องมูลค่าของของขวัญแสดงว่าเราลืมหาคิดถึงสายใยแห่งความรัก มิตรภาพ ถ้าหากเราไม่ได้อยากจะพัฒนาความสัมพันธ์กับผู้รับก็สามารถให้ของขวัญที่เป็นตัวเงินซึ่งมีประสิทธิภาพในทางเศรษฐศาสตร์ แต่ถ้าอยากพัฒนาความสัมพันธ์กับผู้รับก็เอาเงินเก็บไว้ในกระเป๋า เพราะของขวัญที่ไม่ใช่ตัวเงินนั้นคุ้มค่ากว่าที่คิด

2.4 ในที่ทำงาน

เราใช้เวลาส่วนใหญ่ในที่ทำงาน ถ้าเราอยากจะหลอมรวมธรรมชาติทางสังคมเข้ากับบรรทัดฐานทางตลาดยิ่งเวลาที่ต้องจัดการกับธุรกิจ หากมองผิวเผินบรรทัดฐานทางตลาดอาจเป็นสิ่งจำเป็นในบริบทของการทำงานเพราะถึงยังงธุรกิจก็คือธุรกิจ แต่ความจริงแล้วในที่ทำงานบรรทัดฐานทางสังคมก็ให้ประโยชน์และมีข้อได้เปรียบที่เหนือกว่าสิ่งจูงใจที่เป็นตัวเงิน งานวิจัยที่เกี่ยวข้องแรงจูงใจของมนุษย์แสดงให้เห็นว่า รางวัลทางสังคมไม่ทำงานแบบเดียวกับรางวัลทางตลาด เงินไม่ใช่ทางออกที่ดีที่สุดเสมอไปแม้กระทั่งในที่ทำงานเพราะบรรทัดฐานทางสังคมไม่เพียงช่วยเพิ่มแรงจูงใจในการทำงานเท่านั้น แต่ยังช่วยให้ผู้คนประพฤติตัวดีอีกด้วย ตัวอย่างที่ดีมากมายคือหลักจริยธรรม หลักจริยธรรมมีไว้เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้คนแหกกฎข้อบังคับหรือทำตัวไม่ซื่อสัตย์ ในทางกลับกันหลักจริยธรรมที่เข้มงวดเกินไปจะทำลายความยืดหยุ่นในการทำงาน เมื่อมีกฎข้อบังคับยาวเหยียดพนักงานอาจจะหมดไฟและเลิกคิดสร้างสรรค์ได้ การรักษาความสมดุลระหว่างความเป็นระเบียบกับความยืดหยุ่นในที่ทำงานค่อนข้างที่จะยากแต่ทุกธุรกิจจำเป็นต้องหาจุดสมดุลระหว่างผลตอบแทนด้วยตัวเงินกับบรรทัดฐานทางสังคม แรงจูงใจภายในมาจากบรรทัดฐานทางสังคม ธุรกิจยังใช้บรรทัดฐานทางสังคมเพื่อทำให้

ลูกค้าภักดีต่อบริษัทได้ด้วย ธุรกิจพยายามทำให้ลูกค้ามองพวกเขาว่าเป็นเพื่อนไม่ใช่เอาแต่นินย้าข้อ
เสอนที่ดีกว่าหรือผลิตภัณฑ์ที่เหนือกว่า

2.5 ความเต็มใจที่จะทำงานและแรงจูงใจในตลาด

นายจ้างทุกคนล้วนต้องการให้พนักงานทุ่มเทอย่างเต็มที่ ไม่ใช่ทำงานให้เสร็จไปวันๆ
และร้อรับเงินเดือน ในปี 2008 วิคตอเรีย แซฟเฟอร์และฮัล อาร์คส์ ทำการศึกษาโดยขอให้ผู้เข้าร่วม
การทดลองเลือกระหว่างเงินโบนัส 1,500 ดอลลาร์กับของขวัญอื่น ๆ ที่มีมูลค่าเท่ากันผลปรากฏว่า
ผู้เข้าร่วมการทดลอง 63 เปอร์เซ็นต์ เลือกรางวัลที่เป็นตัวเงิน การศึกษาเรื่องการเลือกรางวัลยังไม่จบ
เพียงเท่านั้น นักวิจัยขอให้ผู้เข้าร่วมการทดลองชุดใหม่คาดการณ์ว่าพวกเขาจะรู้สึกอย่างไรหลังได้รับ
รางวัล โดยกลุ่มหนึ่งได้รางวัลที่เป็นตัวเงินส่วนอีกกลุ่มหนึ่งได้รางวัลที่ไม่ใช่ตัวเงิน กลุ่มที่ได้รางวัลที่
ไม่ใช่ตัวเงินดูจะพึงพอใจและมีความสุขกับรางวัลนานกว่ากลุ่มที่ได้รางวัลเป็นตัวเงิน แรงจูงใจจาก
บรรทัดฐานทางสังคมสามารถพัฒนากรอบความคิดและผลการทำงานในระยะยาวของพนักงานได้ จำ
ไว้ว่าเมื่อผู้คนได้เงินพวกเขามักทุ่มเทความพยายามตามจำนวนเงินที่ได้รับ แต่รางวัลที่เป็นตัวเงินก็มี
ขีดจำกัดเพราะเมื่อถึงจุดหนึ่งการเพิ่มเงินจะไม่สามารถเพิ่มแรงจูงใจได้อีกต่อไป แรงจูงใจภายใน
ขับเคลื่อนมาจากข้างในจิตใจของเรา คนที่มีแรงจูงใจภายในจะถูกผลักดันด้วยความสนใจ ความสุข
หรือความหมายในชีวิต คนที่มีแรงจูงใจภายในจะใส่ใจมากกว่าและไม่ได้ทำตามแค่คำสั่งพวกเขาจึงเป็น
พนักงานที่มีคุณค่ามากกว่า แรงจูงใจภายนอกมักส่งผลให้ผู้คนแค่ทำตามคำสั่ง ทำแค่พอผ่านหรือแค่
พอให้ได้รับรางวัล ถ้าบริษัทอยากเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากพนักงานที่มีแรงจูงใจทางสังคม บริษัทก็
ต้องรักษาสวัสดิการทางสังคมเอาไว้รวมถึงต้องอยู่เคียงข้างและทำให้พนักงานรับรู้ว่าเป็นบริษัทใส่ใจ

2.6 เดินเข้าสู่ตลาดและหาทางกลับออกมา

เวลาจัดการกับแรงจูงใจเราอาจจะจับปลาสองมือโดยใช้บรรทัดฐานทางสังคมและ
บรรทัดฐานทางตลาด แต่การสลับบรรทัดฐานทั้งสองไปมาอาจจะมีความเสี่ยง หลังจากมีเรื่องเงินเข้า
มาเกี่ยวข้องแล้วเป็นไปได้ไหมที่เราจะเปลี่ยนกลับไปหาความสัมพันธ์ที่อยู่บนฐานของบรรทัดฐานสังคม
อีกครั้ง การรักษาสมดุลระหว่างแรงจูงใจทางตลาดและแรงจูงใจทางสังคมเป็นเรื่องยาก โดยเฉพาะ
อย่างยิ่งเมื่อการเปลี่ยนแปลงไปใช้บรรทัดฐานทางตลาดอาจส่งผลกระทบต่อเนื่องไปอีกยาวนาน เงิน
เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของเราได้อย่างไม่ถึงในทุกลักษณะและบางครั้งก็เป็นไปในทางที่ไม่ดี
เท่าไร

2.7 สมบูรณ์หรือไม่สมบูรณ์

ถึงแม้ความสัมพันธ์ทางสังคมจะดำเนินไปแบบสบายๆแต่เมื่อความสัมพันธ์ทางธุรกิจเรามากำหนดกฎเกณฑ์และทำสัญญาขึ้นมาเพื่อป้องกันตัวเอง เราแค่ไม่เชื่อว่าการจับมือตกลงกันและการให้สัญญาด้วยวาจาจะเพียงพอ ดังนั้นเราจึงจำเป็นต้องมีกฎเกณฑ์ที่เข้มงวดและสัญญาที่ลงรายละเอียด โดยทั่วไปสัญญาแบ่งออกเป็นสองแบบ นั่นคือ สัญญาที่สมบูรณ์แบบและสัญญาที่ไม่สมบูรณ์ สัญญาที่สมบูรณ์จะใส่รายละเอียดลงไปให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้แม้ว่าบางอย่างจะแทบไม่มีโอกาสเกิดขึ้นเลยก็ตาม สัญญาที่สมบูรณ์มุ่งเน้นไปที่มุมมองทางตลาดจึงเต็มไปด้วยกฎเกณฑ์และการแลกเปลี่ยนที่ชัดเจน ส่วนสัญญาที่ไม่สมบูรณ์จะระบุเพียงเงื่อนไขทั่วไปของการแลกเปลี่ยนเท่านั้น โดยทั้งสองฝ่ายรู้ดีหากเกิดปัญหาอะไรขึ้น พวกเขาต้องช่วยกันแก้ไขอย่างสุดความสามารถ เป้าหมายของสัญญาที่สมบูรณ์คือการปกป้องทั้งสองฝ่ายในทุกสถานการณ์ที่น่าจะเกิดขึ้นโดยตกลงกันล่วงหน้าว่าหากมีเหตุการณ์ต่างๆเกิดขึ้นจะดำเนินการอย่างไร ไม่เหลือช่องว่างให้กับความเข้าใจผิดหรือการสื่อสารที่ผิดพลาด ที่สำคัญคือสัญญาแบบนี้ไม่จำเป็นต้องอาศัยความเชื่อใจกัน

2.8 เรื่องใหญ่

ปัญหาส่วนใหญ่บนโลกนี้แก้ได้ด้วยเงิน แต่ถ้าเราเริ่มต้นด้วยสิ่งจูงใจที่เป็นตัวเงินก็ไม่มีความหมายกับปัญหาสังคมที่สำคัญได้ เช่น ปัญหาเรื่องการศึกษา การดูแลสุขภาพ และนโยบายสิ่งแวดล้อม เรื่องพวกนี้เป็นเรื่องใหญ่การใช้เครื่องมือทางสังคมเข้ามาช่วยจะสร้างผลลัพธ์ได้มหาศาลโดยไม่จำเป็นต้องใช้เงินมากมาย หากอยากให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืนและมีความหมาย เราควรแก้ไขที่ต้นตอของปัญหาไม่ใช่เลือกทางลัดอย่างการใช้เงินเข้ามาจูงใจ อันที่จริงแค่การเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อยอย่างการสนับสนุนให้ครอบครัวเข้ามามีส่วนร่วมก็ให้ผลลัพธ์ที่น่าพอใจแล้ว เราสามารถกระตุ้นแรงจูงใจภายในโดยใช้บรรทัดฐานทางสังคม อีกหนึ่งเหตุผลที่บรรทัดฐานทางสังคมสำคัญมากก็เพราะการแก้ปัญหาใหญ่ๆต้องอาศัยการร่วมแรงร่วมใจจากทุกฝ่าย เราสามารถใช้บรรทัดฐานทั้งสองแบบอย่างมีกลยุทธ์เพื่อกระตุ้นให้ผู้คนทำในสิ่งที่ดีต่อตัวเองคนรอบข้าง ครอบครัว และผู้คนในโลกใบนี้

2.9 บทสรุป

โลกใบหนึ่งประกอบขึ้นจากความสนใจผลประโยชน์ของตัวเองและการวิเคราะห์ต้นทุนกับผลประโยชน์ ส่วนโลกอีกใบหนึ่งมาจากความสัมพันธ์และการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โลกแห่งบรรทัดฐานทางตลาดมักจะเข้ากับโลกแห่งบรรทัดฐานทางสังคมไม่ได้ โลกทางสังคมจะดำเนินไปได้ดีที่สุดเมื่อไม่มีบรรทัดฐานทางตลาดเข้ามาเกี่ยวข้อง การพยายามใช้แรงจูงใจทางสังคมควบคู่ไปกับ

แรงจูงใจทางตลาดทำให้ชีวิตมีความวุ่นวาย เพราะความจริงแล้วทั้งสองแบบนี้ไปด้วยกันไม่ได้ แรงจูงใจมีข้อดีข้อเสียแตกต่างกัน และยังใช้ในสถานการณ์ที่ต่างกันด้วย เราต้องไตร่ตรองให้ดีว่าเราต้องการอะไรจากสถานการณ์หรือความสัมพันธ์นั้นๆ เพราะการกระทำของเราสามารถเปลี่ยนแปลงวิถีผู้คนมองและตอบสนองต่อสถานการณ์ดังกล่าวได้อย่างมาก การเลือกว่าจะใช้บรรทัดฐานทางสังคมหรือตลาดยังมีอิทธิพลต่อความคิดของทุกคนที่เกี่ยวข้อง การนำเงินเข้ามาเกี่ยวข้องอาจทำลายมิตรภาพของคำว่าเพื่อนไม่ว่าจะเป็นเรื่องเล็กหรือเรื่องใหญ่อย่างนโยบายระดับโลก เราก็มักจะตกหลุมพรางโดยคิดว่ากฎเกณฑ์ ค่าธรรมเนียม และสิ่งจูงใจที่เป็นตัวเงินจะช่วยแก้ปัญหาได้ ทำให้มองข้ามโลกแห่งบรรทัดฐานทางสังคมซึ่งคนเราจะรู้สึกเชื่อมโยง ปรารถนาที่จะเป็นส่วนหนึ่ง และเปรียบเทียบกับตัวเองกับคนรอบตัว ทั้งที่โลกนี้ก็สามารถขับเคลื่อนความเปลี่ยนแปลงได้

ส่วนที่ 3 บทวิจารณ์

หนังสือเล่มนี้ทำให้เข้าใจง่ายโดยอธิบายเศรษฐศาสตร์ผ่านออกมาในรูปแบบการ์ตูน โดยรวบรวมงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์พฤติกรรมมาอธิบายประกอบ ถึงแม้หนังสือจะพูดถึงเศรษฐศาสตร์ แต่เอาเข้าจริงก็ไม่ได้อธิบายมาเป็นกราฟหรือข้อความที่เข้าใจยาก ตรงกันข้ามการอธิบายเศรษฐศาสตร์พฤติกรรมในหนังสือเล่มนี้อธิบายผ่านตัวอย่างการตัดสินใจของมนุษย์ในสถานการณ์หนึ่งๆ ผ่านบรรทัดฐาน 2 ประเภท คือ บรรทัดฐานทางตลาด และบรรทัดฐานทางสังคม ซึ่งบรรทัดฐานทั้งสองมีผลต่อการตัดสินใจของมนุษย์ไม่มากนักน้อย และการนำบรรทัดฐานแต่ละประเภทมาใช้นั้นก็ให้ผลที่แตกต่างกัน และในสถานการณ์หนึ่งๆ ก็ไม่อาจใช้อีกบรรทัดฐานมาแทนอีกบรรทัดฐานได้

ส่วนที่ 4 คุณค่าต่อสังคม เศรษฐกิจ การเมือง การศึกษา

หัวใจสำคัญของหนังสือเล่มนี้คือการฉายภาพให้เราเข้าใจว่าโลกที่เราอยู่นั้นประกอบด้วย บรรทัดฐานสองแบบ แบบแรกคือบรรทัดฐานทางตลาด ที่ตีค่าดีราคาทุกอย่างเป็นต้องยื่นหมูไปไถ่มาั่นเอง ส่วนบรรทัดฐานแบบที่สองในโลกเรานั้นเรียกว่าบรรทัดฐานทางสังคม นั่นก็คือสิ่งที่ทำให้เราเกรงใจหรือยังคงทำติดต่อกันแม้จะไม่มีเงินมาล่อมีรางวัลมาให้ก็ตาม ดังนั้นสิ่งที่หนังสือเล่มนี้เน้นย้ำให้เราต้องระวังคืออย่าพลาดไปใช้บรรทัดฐานทางการตลาดกับเรื่องที่เป็นบรรทัดฐานทางสังคม เพราะจากการทดลองให้คนช่วยทำงานง่ายๆ แต่น่าเบื่ออย่างพบๆ ถ้าเราให้เงินค่าน้อยไปเค้าจะขาดแรงจูงใจในการทำงานนั้น แต่พอเราให้เงินที่มากพอกลายเป็นว่าผลงานดีขึ้นผิดหูผิดตา แต่

ในขณะที่พอเราขอให้เค้าช่วยเฉยๆ เพราะเราเป็นกลุ่มนักวิจัยที่ต้องการความช่วยเหลือ กลายเป็นว่า การขอให้ช่วยฟรีๆ กลับทำให้อาสาสมัครลงทุนลงแรงทำงานง่ายๆ เพราะถ้าเมื่อไหร่เอาบรรทัดฐาน ทางการตลาดมาใช้ คนจะเริ่มคิดคำนวณแล้วว่าปกติฉันทำงานได้ชั่วโมงละเท่าไร แล้วด้วยค่าจ้าง เท่านี้ฉันควรจะต้องเสียเวลากับมันเท่าไร ดังนั้นถ้าคุณจ่ายให้ไม่มากพอที่คนคำนวณค่าตัวไว้ในหัว คุณก็จะไม่ได้งานที่ต้องการ เรื่องนี้สะท้อนผ่านการขอให้คนช่วยไปทำงานอาสาสมัคร พอขอให้คนไป ช่วยแบบฟรีๆ กลับได้รับการตอบรับที่สูงกว่าการจ่ายเงินให้ตามค่าแรงขั้นต่ำ และหนังสือ Amazing Decisions เล่มนี้ยังบอกเราอีกว่า ถ้าเราอยากให้คนทำดีต้องอย่าให้คนหวังผลจากการทำดี เพราะจาก การทดลองพบว่าถ้าเมื่อไหร่บริษัทตั้งเป้าให้พนักงานขยันขึ้นด้วยการให้โบนัสเป็นเงิน แน่نونว่า ในช่วงที่จะได้โบนัสพนักงานจะทำงานดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด แต่พอโบนัสหายไปพวกเขากลับทำงานได้ แย่ลงกว่าตอนก่อนจะได้โบนัสเสียอีก และนั่นก็บอกให้รู้ว่าถ้าเราให้รางวัลเค้าแล้ว เราต้องหารางวัลมา กระตุ้นให้เค้าอยากทำดีเหมือนเดิมอีกต่อไป ดังนั้นแรงจูงใจจากภายนอกจะไม่ยั่งยืนในระยะยาว ถ้า เราอยากให้คนทำดีในระยะยาวเราต้องสร้างแรงจูงใจจากภายในของพวกเขาเอง และถ้าคุณคิดว่าการ ให้เงินรางวัลสูงๆ จะทำให้คนทำผลงานได้ดีมากๆ บอกได้เลยว่าคุณคิดผิดมหันต์ เพราะในความเป็น จริงแล้วถ้าเราให้รางวัลที่สูงมากเกินไปจะทำให้คนเกิดความกดดันไม่กล้าทำพลาด ไม่กล้าลองผิดลอง ถูก และนั่นก็ส่งผลให้ทุกอย่างแย่ลงกว่าที่ควรจะเป็น หรืออีกทริคในการลดการโกงแบบเห็นผลชัดๆ ด้วยวิธีที่ง่ายอย่างไม่น่าเชื่อ นั่นก็คือการทำให้คนนึกถึงความซื่อสัตย์สุจริต นึกถึงเรื่องของความถูกต้อง จริยธรรมก่อนเท่านั้น ง่ายๆ เท่านั้นจากการทดลองก็พบว่าอัตราการตอบทุจริตก็ลดลง

References

แดน อาร์ลีย์ (2019). *อะเมซิง ดีซิชั่น* [*Amazing Decisions*] (พรเลิศ อิฐฐ์ แปล) กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์วีเลิร์น ในเครือบริษัท วีเลิร์น จำกัด. (ต้นฉบับพิมพ์ปี ค.ศ.2019).