

## Силата на стимулите

Най-сигурният начин да убедите хората да се държат по някакви желани начини е да ги възнаградите за това – с други думи, да им предоставите стимули. Това е толкова очевидно, че може да си мислите, че надали заслужава да се споменава. Но то заслужава.

Може да кажете, че хората не трябва да бъдат възнаграждавани (подкупвани) да вършат желани неща. Дори когато признаете, че стимулите са необходими, не е очевидно как да се установят тези, които мотивират желано действие.

В един от моите курсове се натъкнах на емоционалната съпротива, която някои хора проявяват срещу използването на стимули за постигане на добри неща. Аз посочвах, че популациите от слонове в Зимбабве и Южна Африка нарастват, защото политиките там позволяваха хората да печелят от опазването и умножаването на стадата от слонове. Един студент, който беше подчертал своята чувствителност към околната среда, отговори, че той предпочита да не види спасен слон, ако единственият начин да се направи това е да се разчита на алчността на хората. С други думи, той желаше да поддържа принципа, доколкото само слонове страдаха от последиците. Неговият принцип, който предполагам беше споделян и от други в курса, беше, че добрите неща трябва да бъдат мотивирани от съчувствие и загриженост, а не от егоизъм. Аз не можех да устоя да му кажа, че ще бъда впечатлен от неговата морална позиция ако, когато се нуждае от деликатна операция за спасяване на живота, откаже да отиде (и плати) при хирург и остави майка си да извърши операцията.

Убеждаването на хората, че стимулите са подходящи, не е толкова трудно, колкото определянето на подходящите стимули. Разбира се, ние искаме стимули, които мотивират хората да се държат по желани начини, но какво е желано? В някои случаи отговорът е доста очевиден. Но не винаги.

Всеки път, когато правите добро нещо, вие задължително намалявате вашата способност да правите нещо друго добро. Това е неизбежно следствие от оскъдността и е включено в концепцията за алтернативната цена. Винаги има замяна, жертва, (trade-off) и ние често се нуждаем от информация от много източници, за да знаем най-добрия начин на действие. Така че двете важни функции на стимулите са: 1. да предават информация за най-добрите неща за вършене и 2. да мотивират хората да ги вършат.

### Стимулите и третирането на затворниците

В някои случаи желаният начин на действие е ясен и тези случаи ни позволяват да се концентрираме върху силата на стимулите да мотивират хората. Практиката на британското правителство да се договаря с корабни капитани да транспортират затворници до Австралия през 60-те години на 19 век предоставя добър пример. Процентът на оцеляване на затворниците, достигащи до Австралия, е бил само 40%, и се е възприемал от всички като доста нисък. Хуманитарните групи, църквата и правителствените агенции апелирани към капитаните от морални позиции да подобрят процента на оцеляване с по-поносимо отношение. Въпреки тези призови, процентът на оцеляване останал 40%.

Накрая един икономист на име Едуин Чадуик препоръчал промяна в стимулите. Вместо плащане на капитаните на такса за всеки затворник, качен на кораба в Англия, Чадуик предложил плащане за всеки затворник, който е слязъл от кораба в Австралия. Подобрението е незабавно и драматично. Процентът на оцеляване нараснал до над 98%, тъй като капитаните имали силен стимул да пазят здравето на затворниците чрез намаляване на броя на натъпканите във всеки кораб и снабдяването им с по-добра храна и хигиена при пътуване.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> За повече по този пример виж: Robert B. Ekelund, Jr., and Richard Ault, *Intermediate Microeconomics: Theory and Applications* (Lexington, Mass.: D.C. Heath and Company, 1995), pp. 21–22.

## Пряко и непряко създаване на стимули

Желаните стимули могат понякога да се създават пряко, както е в случая с превоза на затворници. Вие знаете какво искате да бъде направено, така че създавате възнаграждение (да речем плащане в брой) за правенето му. За нещастие, в повечето случаи типът поведение, който желаем, изисква ловко балансиране на конкуриращи се цели. В такива случаи, създаването на пряк стимул да се прави едно нещо може да бъде твърде ефективно, защото той кара хората да игнорират други неща.

Бившият СССР беше пълен с извратености, причинени от прякото прилагане на стимулите. Директорите отговарят на стимулите да увеличават производството на обувки, например, чрез производство само на малко на брой размери, без да ги е грижа кои размери най-добре прилягат на потребителите. Такива стимули въздействат на държането на хората, но те се провалят да насърчават общественото сътрудничество, необходимо за една производителна икономика.

Когато целта е да се мотивират хората да си сътрудничат, желаните резултати много рядко могат да се постигнат чрез пряко установяване на стимули. Вместо това, стимулите трябва да бъдат установени непряко чрез съвкупност от общи правила, които позволяват те да възникнат от общественото взаимодействие.

Автомобилното движение демонстрира важността на общите правила при мотивиране на сътрудничество. Транспортните потоци отразяват учудващо количество от спонтанно социално сътрудничество. Без това сътрудничество, десетки хиляди пътуващи във всеки голям град биха били хванати в безнадеждна заплетеност на трафика. Базисните правила, които позволяват толкова ефективно сътрудничество един с друг са прости:

1. Карай отдясно,
2. Върви на зелено, или усили или се подготви да спреш на жълто, и спри начервено,
3. Не надхвърляй ограничението на скоростта с повече от 10 мили в час и
4. Не се допирай до останалите.

Тези правила превръщат нашият стимул да стигнем до нашата цел сигурно и удобно в модел на сговорчиво държание, което обслужва интересите на всички.<sup>2</sup>

Пазарната икономика е решителен пример как една система от правила може да създаде обстановка, в която частните стимули мотивират обществено сътрудничество. Пазарните икономики не създават стимули пряко. Наистина, в един буквален смисъл, пазарите не създават стимули изобщо. Най-важните стимули идват от субективните желания на индивидите: стимулт да се намери любовта, да се спечели уважение, да се направи светът едно по-добро място, да се обезпечи семейството. Пазарите са правилата за поведение, които хармонизират тези различни стимули чрез създаването на възможност хората да предават техните желания на другите. Цените, печалбите и загубите, често наричани пазарни стимули, са създадени от човешкото взаимодействие на всеки с останалите. Стимулите, които могат да бъдат предадени само чрез пазарите, съдържат информация, която насърчава общественото сътрудничество.

---

<sup>2</sup> Примерът за транспортния поток идва от Paul Heyne, *The Economic Way of Thinking*, 8th ed. (Upper Saddle River, N.J.: Prentice-Hall, Inc.), chapter 1.