



۳۰۰
اول
۵۱۶
اصل

5729

سرشناسه	توکلی، محمدجواد، ۱۳۵۱ -
عنوان و نام پدیدآور	نه فقط به خاطر پول: تبیین هزینه‌های مخفی پاداش و جریمه؛ از روان‌شناسی تا اقتصاد/ محمدجواد توکلی.
مشخصات نشر	قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره)، انتشارات، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	۵۱۶ص.
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۴۴۴-۱۶۹-۸
وضعیت فهرست‌نویسی	فیا.
یادداشت	کتابنامه به صورت زیرنویس.
موضوع	نظام پاداش‌پردازی.
موضوع	Bonus system
موضوع	جریمه نقدی.
موضوع	Fines (Penalties)
موضوع	مشوق‌های صنعتی.
موضوع	Incentives in industry
شناسه افزوده	مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره)، انتشارات.
رده‌بندی کنگره	ت۹/ن۶/HD۴۹۲۸
رده‌بندی دیویی	۲/۳۳۱
شماره کتاب‌شناسی ملی	۵۲۵۵۸۵

نه فقط به خاطر پول

(تبیین هزینه‌های مخفی پاداش و جریمه؛

از روان‌شناسی تا اقتصاد)

محمدجواد توکلی

استادیار گروه اقتصاد مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی

انتشارات مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی



شمارهٔ ردیف ۱۴۰۴
شمارهٔ موضوعی اقتصاد- ۲۷
۱۳۹۷-۲۴

■ نه فقط به خاطر پول: تبیین هزینه‌های مخفی پاداش و جریمه: از روان‌شناسی تا اقتصاد

- مؤلف: محمدجواد توکلی
- ناشر: انتشارات مؤسسهٔ آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره)
- چاپ: نگارش
- نوبت و تاریخ چاپ: اول، تابستان ۱۳۹۷
- شمارگان: ۳۰۰
- قیمت: ۳۳۰۰۰ تومان

- دفتر مرکزی: قم، خیابان شهدا، کوی ممتاز، پلاک ۳۸
- تلفن و نمابر: ۰۲۵-۲۷۷۴۲۳۲۶
- شعبه تهران: خیابان انقلاب، بین خیابان ۱۲ فروردین و شهید منیری جاوید، ساختمان شماره ۳۱۰، طبقه سوم، واحد ۱۱۲
- تلفن و نمابر: ۰۲۱-۶۶۴۶۶۱۲۱
- شعبه مؤسسه امام خمینی (ره): قم، بلوار امین، بلوار جمهوری اسلامی، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره)
- تلفن: ۰۲۵-۳۲۱۱۳۶۲۹

فهرست مطالب

۱۵	مقدمه معاونت پژوهش
۱۸	مقدمه
۲۲	مسائل و پرسش‌های اساسی
۲۳	مطالعات انجام‌شده
۲۷	نوآوری تحقیق
۲۸	چشم‌انداز کتاب

فصل اول: هزینه‌های مخفی پاداش و جریمه از روان‌شناسی تا اقتصاد

۳۱	مقدمه
۳۳	کارکرد نامتعارف پاداش و جریمه از روان‌شناسی تا اقتصاد
۳۶	یافته‌های تجربی اقتصاددانان در زمینه هزینه‌های مخفی پاداش و جریمه
۳۶	هزینه‌های مخفی پاداش
۳۷	اهدای خون
۳۹	قراردادهایی با عایدی متغیر
۴۱	دفن مواد سمی و خطرناک
۴۳	عرضه کار داوطلبانه
۴۵	کار برای دولت

- هزینه‌های مخفی جریمه ۴۵
- جریمه تأخیر در مهد کودک ۴۵
- جریمه صنایع آلاینده و تخریب‌کننده محیط زیست ۴۶
- جریمه نقض قرارداد ۴۷
- هزینه‌های مخفی پاداش و جریمه در کشورهای اسلامی ۴۸
- مطالعات فراگیر در زمینه هزینه‌های مخفی جریمه و پاداش ۵۰
- مطالعات فراگیر هزینه‌های مخفی جریمه و پاداش در روان‌شناسی ۵۰
- مطالعات فراگیر اقتصادی در زمینه هزینه‌های مخفی جریمه و پاداش ۵۳
- هزینه‌های مخفی تشویق و تنبیه به مثابه اثر قیمتی نامتعارف ۶۹
- اثر قیمتی متعارف مشوق‌ها ۷۵
- ابعاد ناسازگاری اثر قیمتی نامتعارف با اقتضائات نظریه قیمت ۸۲
- تفاوت علامت اثر قیمتی متعارف و نامتعارف ۸۳
- تفاوت مقدار اثر قیمتی متعارف و نامتعارف ۸۶
- مقدار اثر قیمتی متعارف در تقاضا ۸۸
- مقدار اثر قیمتی متعارف در عرضه ۹۰
- عرض از مبدأ (عرضه در قیمت صفر) ۹۱
- میزان تغییرات عرضه ۹۲
- ابهامات مفهومی در تفکیک اثر قیمتی نامتعارف از اثر قیمتی متعارف ۹۳
- ترکیب اثر قیمتی کل از اثر قیمتی نامتعارف و اثر تخلیه ۹۳
- تفکیک قیمتی نامتعارف و متعارف ۹۷
- اثر قیمتی نامتعارف قوی و ضعیف ۱۰۴
- مصادیق سستی اثر قیمتی نامتعارف ۱۰۹
- منحنی تقاضای صعودی کالای گیفن ۱۰۹
- منحنی عرضه نزولی نیروی کار ۱۱۲

۱۱۳	تمایز اثر قیمتی نامتعارف واقعی و صوری
۱۱۴	معناداری و اهمیت اثر قیمتی نامتعارف مشوق‌ها
۱۱۵	تشکیک در معناداری آماری مشاهدات تجربی
۱۱۵	ارائه راهکارهای پیشگیرانه
۱۱۷	نقض فرض ثبات سایر شرایط
۱۲۰	لایه‌های پنهان اثر قیمتی نامتعارف
۱۲۳	تعریف مجدد اثر قیمتی نامتعارف
۱۲۴	نتیجه‌گیری

فصل دوم: تبیین‌های هزینه مخفی پاداش و جریمه؛ از تبیین‌های سنتی تا نو

۱۲۹	مقدمه
۱۳۳	خاستگاه روان‌شناختی تبیین‌های اقتصادی اثر قیمتی نامتعارف
۱۳۳	کاهش انگیزه‌های درونی به مثابه تبیین عمومی
۱۳۴	مکانیزم‌های روانی کاهش انگیزه‌های درونی
۱۳۶	شرایط تحقق اثر نامتعارف تشویق و تنبیه
۱۳۹	رویکرد تغییر منافع و هزینه‌های تصمیم
۱۳۹	نظریه هزینه‌های روان‌شناختی
۱۴۱	اثر انباشتگی انگیزش (چرایی)
۱۴۸	فرایندهای روان‌شناختی (مکانیزم‌ها)
۱۵۰	شرایط تحقق انباشتگی منفی انگیزش درونی
۱۵۱	شواهد تجربی نظریه هزینه‌های روان‌شناختی
۱۵۲	چالش‌های نظریه هزینه‌های روان‌شناختی
۱۵۹	نظریه هزینه‌های حیثیتی
۱۶۰	اختلال در انگیزش درونی و نمایشی

- ۱۶۳..... مکانیزم علامت‌دهی نامناسب
- ۱۶۵..... شرط علنی بودن پاداش
- ۱۶۶..... شواهد تجربی نظریه هزینه‌های حیثیتی
- ۱۶۹..... ابهاماتی در زمینه نظریه هزینه‌های حیثیتی
- ۱۷۰..... رویکرد تغییر در چارچوب تصمیم‌گیری
- ۱۷۰..... نظریه تغییر بازار مبادله
- ۱۷۱..... رویکرد تمایز بازار پولی و اجتماعی
- ۱۷۴..... کاهش انگیزه درونی
- ۱۷۶..... مکانیزم تغییر انگیزش
- ۱۷۷..... وابستگی به نوع پرداخت
- ۱۷۹..... رویکرد هنجارهای اجتماعی
- ۱۸۰..... کاهش انگیزش اجتماعی
- ۱۸۱..... مکانیزم تبدیل محیط همکارانه به محیط خصمانه
- ۱۸۳..... شرایط تغییر هنجارهای اجتماعی
- ۱۸۵..... شواهد تجربی نظریه تغییر بازار مبادله
- ۱۸۸..... تأملاتی در نظریه تغییر بازار مبادله
- ۱۹۰..... رویکرد تغییرات ساختاری
- ۱۹۰..... نظریه تغییر در ترجیحات اجتماعی
- ۱۹۲..... مدل رفتار عام‌المنفعه
- ۱۹۵..... انباشتگی ترجیحات اجتماعی به عنوان تبیین عمومی
- ۱۹۶..... مکانیزم‌های تغییر ترجیحات (ارزش‌ها)
- ۱۹۸..... شرایط تغییر در ترجیحات
- ۱۹۹..... تأملاتی درباره نظریه تغییر در ترجیحات اجتماعی
- ۲۰۰..... نتیجه‌گیری

فصل سوم: نظریه کاهش تقاضای خیرخواهی

۲۰۷	مقدمه
۲۰۹	مبانی نظریه کاهش تقاضای خیرخواهی
۲۰۹	ابعاد شناختی و انگیزشی سیاست‌های تشویقی و تنبیهی
۲۱۶	رابطه رفتار عام‌المنفعه و خیرخواهی
۲۳۳	نظریه کاهش تقاضای خیرخواهی؛ ادعاهای پایه
۲۳۶	تنوع انگیزه‌های رفتارهای عام‌المنفعه
۲۳۸	مشکلات مبنایی در تفکیک انگیزه‌های سه‌گانه رفتار عام‌المنفعه
۲۴۱	مبانی انسان‌شناختی تنوع انگیزه‌ها
۲۴۳	انگیزش مادی و معنوی
۲۴۸	تنوع انگیزه‌های خودخواهانه و خیرخواهانه
۲۵۶	دلالت‌های الگوی تشویقی قرآن مجید
۲۵۷	تشویق کلامی
۲۵۸	تشویق غیرکلامی
۲۵۸	وعده پاداش‌های مادی دنیایی
۲۵۹	وعده پاداش‌های معنوی دنیایی
۲۵۹	وعده پاداش‌های مادی اخروی
۲۶۰	وعده پاداش‌های معنوی اخروی
۲۶۳	استقلال انگیزه‌های مادی و معنوی
۲۷۰	ترکیب امیال در رفتارهای عام‌المنفعه
۲۷۷	کاهش تقاضای خیرخواهی
۲۸۰	مدل رفتار عام‌المنفعه
۲۸۳	کاهش عاملی و محیطی تقاضای خیرخواهی
۲۸۴	تأثیر مشوق‌ها بر کاهش تقاضای عاملی خیرخواهی

۲۸۶.....	تأثیر مشوق‌ها بر تقاضای محیطی خیرخواهی
۲۸۷.....	تأثیرات انگیزشی کاهش تقاضای محیطی خیرخواهی
۲۹۲.....	مکانیزم کاهش تقاضای خیرخواهی (پخش مسئولیت اجتماعی)
۲۹۷.....	چگونگی تأثیرگذاری محیط بازاری بر تقاضای خیرخواهی
۳۰۸.....	شرایط تحقق اثر قیمتی نامتعارف
۳۱۳.....	شواهد تجربی نظریه کاهش تقاضای خیرخواهی
۳۱۴.....	بازیابی انگیزه‌های خیرخواهانه
۳۱۵.....	بازیابی انگیزه‌های خیرخواهانه در کوتاه‌مدت
۳۱۶.....	بازیابی انگیزه‌های خیرخواهانه در بلندمدت
۳۱۹.....	غلبه علامت‌دهی بازاری
۳۲۱.....	مکانیزم پخش مسئولیت اجتماعی
۳۲۵.....	نتیجه‌گیری

فصل چهارم: سیاست‌گذاری مواجهه با اثر قیمتی نامتعارف

۳۳۱.....	مقدمه
۳۳۳.....	مشکلات اثر قیمتی نامتعارف سیاست‌های تشویقی و تنبیهی
.....	سنخ‌شناسی اقتضانات سیاست‌گذاری در نظریه‌های تبیینی اثر قیمتی نامتعارف
۳۳۵.....	
۳۳۸.....	ارزیابی سیاست محرک اقتصادی قوی
۳۳۹.....	مخاطرات اخلاقی سیاست‌های تشویقی و تنبیهی
۳۴۰.....	محدودیت‌های اخلاقی بازار
۳۴۱.....	واکنش‌های رفتاری به مبادلات ممنوع
۳۴۲.....	ادله غیر اخلاقی بودن برخی مبادلات بازاری
۳۵۰.....	محدودیت‌های مبادلات بازاری در اسلام

۳۵۳.....	مطالعه موردی تأثیر مشوق‌های اقتصادی بر اهدای کلیه در ایران.....
۳۵۵.....	مشوق‌های اقتصادی در مدل ایرانی پیوند کلیه.....
۳۵۹.....	تأثیرات رفتاری مدل ایرانی اهدای کلیه.....
۳۵۹.....	افزایش عرضه کل و کاهش مدت انتظار پیوند کلیه.....
۳۶۵.....	کاهش نسبت اهدای کلیه غیرانتفاعی به انتفاعی.....
۳۷۳.....	تأثیرات انگیزشی سیاست پیوند انتفاعی کلیه.....
۳۷۵.....	ابعاد حقوقی عرضه انتفاعی کلیه.....
۳۷۸.....	مخاطرات اخلاقی مدل ایرانی پیوند کلیه.....
۳۷۹.....	آسیب‌پذیری عرضه‌کنندگان.....
۳۸۳.....	ضعف عاملیت.....
۳۸۴.....	ضرر شدید به افراد.....
۳۸۵.....	آسیب‌های اجتماعی.....
۳۸۷.....	راهبردهای سیاست‌گذاری در سیاست‌های تشویقی و تنبیهی.....
۳۸۷.....	راهبرد تلفیقی در سیاست‌های تشویقی و تنبیهی.....
۳۹۱.....	برتری هدیه نسبت به پرداخت جبرانی بازاری.....
۳۹۲.....	توجه به مخاطرات اخلاقی سیاست‌های تشویقی و تنبیهی.....
۳۹۴.....	نتیجه‌گیری.....

فصل پنجم: بررسی تعدیل‌هاک نظریه قیمت

۳۹۹.....	مقدمه.....
۴۰۰.....	روند تحول نظریه‌های روان‌شناختی انگیزش.....
۴۰۱.....	زوال رویکرد مکانیکی و جبرگرایانه انگیزش.....
۴۰۳.....	روند تکامل سه نسل از نظریه‌های انگیزش در روان‌شناسی.....
۴۱۰.....	تمایز میان انواع انگیزش.....

- ۴۱۲.....تنوع کارکردی مشوق‌های بیرونی
- ۴۱۴.....نظریه تغییر یافته مشوق یا نظریه جدید انگیزش
- ۴۱۶.....تعدیلات نظریه قیمت در نظریه‌های چهارگانه تبیینی اثر قیمتی نامتعارف
- ۴۱۷.....الغای فرض یک‌نواختی انگیزش
- ۴۱۸.....ترجیحات اجتماعی، انگیزش درونی و ارزش‌ها
- ۴۲۰.....انگیزه نمایشی یا حیثیتی
- ۴۲۵.....الغای فرض استقلال انگیزه‌ها
- ۴۲۷.....الغای فرض تک‌کارکردی مشوق‌ها
- ۴۳۰.....مشکلات تعدیلات پیشنهادی در نظریه قیمت
- ۴۳۱.....عدم توجه به انگیزه‌های درونی تعهدمحور
- ۴۳۲.....عدم توان برای تبیین اثر قیمتی نامتعارف قوی
- ۴۳۳.....سفسطه تجميع
- ۴۳۵.....سفسطه تمایز بین رویکرد اثباتی و هنجاری
- ۴۳۹.....تعدیلات نظریه قیمت در نظریه کاهش تقاضای خیرخواهی
- ۴۴۳.....الغای فرض یک‌نواختی انگیزش
- ۴۴۵.....الغای فرض تک‌کارکردی مشوق‌ها
- ۴۴۷.....الغای فرض همسانی کالاها و خدمات
- ۴۵۲.....الغای فرض یک‌نواختی الگوی تصمیم
- ۴۵۷.....نتیجه‌گیری

فصل ششم: نتیجه‌گیری

- ۴۶۴.....چیستی هزینه‌های مخفی پاداش و جریمه
- ۴۶۷.....چرایی وقوع اثر قیمتی نامتعارف
- ۴۷۰.....چگونگی مقابله با اثر قیمتی نامتعارف

۴۷۲	تعدیلات نظریه قیمت
۴۷۵	شواهد نظریه کاهش تقاضای خیرخواهی
۴۷۹	منابع
۴۷۹	فارسی
۴۸۴	انگلیسی
۵۰۷	نمایه‌ها

مقدمه معاونت پژوهش

حقیقت اصیل‌ترین، جاودانه‌ترین و زیباترین راز هستی و نیاز آدمی است که سلسله مؤمنان و عالمان صادق چه جان‌ها که در راه آن نباخته، و جاهلان و باطل‌پرستان چه توطئه‌ها و ترفندها که برای محو و مسخ آن نساخته‌اند. چه تلخ‌واقعیتی است مظلومیت حقیقت، و چه شیرین حقیقتی است این واقعیت که در مصاف همیشگی حق و باطل، حق سربلند و سرفراز است و باطل از بین‌رفتنی و نگویند. این والا و بالانشینی حقیقت، گذاشته از سرشت حق، وام‌دار کوشش‌های خالصانه و پایان‌ناپذیر حقیقت‌جویانی است که در عرصه نظر و عمل کمر همت محکم بسته و از دام و دانه دنیا رسته‌اند، و در این میان نقش و تأثیر ادیان و پیامبران الهی، و به‌ویژه اسلام و پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله و جانشینان برحق و گرامی او، برجسته‌ترین است.

دانشمندان نام‌آور شیعه رسالت خطیر و بی‌نظیر خویش را بهره‌گیری از عقل و نقل و غوص در دریای معارف قرآن و برگرفتن گوهر ناب حقیقت از سیره آن پیشوایان و عرضه آن به عالم بشری و دفاع جانانه در برابر هجوم ظلمت‌پرستان

حقیقت‌گریز دانسته و در این راه دیده‌ها سوده و جان‌ها فرسوده‌اند. اکنون در عصر بحران معنویت که دشمنان حقیقت و آدمیت هر لحظه با تولید و انتشار فزون از شمار آثار نوشتاری و دیداری و به‌کارگیری انواع ابزارهای پیشرفته سخت‌افزاری و نرم‌افزاری در عرصه‌های گوناگون برای سیطره بر جهان می‌کوشند، رسالت حقیقت‌خواهان و اندیشمندان حوزوی و دانشگاهی، به‌ویژه عالمان دین، بس عظیم‌تر و سخت‌دشواری‌تر است.

در جهان تشیع، پژوهشگران حوزوی در علوم فلسفی و کلامی، تفسیری و حدیثی، فقهی و اصولی و نظایر آن کارنامه درخشانی دارند، و تأملات ایشان بر تارک پژوهش‌های اسلامی می‌درخشد. در زمینه علوم طبیعی و تجربی و فناوری‌های جدید نیز پژوهشگران ما تلاش‌هایی چشمگیر کرده، گام‌هایی نویدبخش برداشته و به جایگاه درخور خویش در جهان نزدیک شده‌اند، و می‌کوشند تا با فعالیت‌های روزافزونشان مقام شایسته خویش را در صحنه علمی بین‌المللی باز یابند. ولی در قلمرو پژوهش‌های علوم اجتماعی و انسانی تلاش‌های دانشمندان این مرزوبوم آن‌گونه که شایسته نظام اسلامی است به بار ننشسته و آنان گاه به ترجمه و اقتباس نظریات دیگران بسنده کرده‌اند. در این زمینه کمتر می‌توان ردپای ابتکارات و به‌ویژه خلاقیت‌های برخاسته از مبانی اسلامی را یافت و تا رسیدن به منزلت مطلوب راهی طولانی و پرچالش درپیش است. از این‌رو، افزون بر استنباط، استخراج، تفسیر و تبیین آموزه‌های دینی و سازمان‌دهی معارف اسلامی، کاوش در مسائل علوم انسانی و اجتماعی از دیدگاه اسلامی و تبیین آنها از مهم‌ترین اهداف و اولویت‌های مؤسسات علمی به‌ویژه مراکز پژوهشی حوزه‌های علمیه است.

مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی علیه السلام در پرتو تأییدات رهبر کبیر انقلاب اسلامی و حمایت‌های بی‌دریغ خلف صالح وی، حضرت آیت‌الله

خامنه‌ای «مد ظله العالی» از آغاز تأسیس براساس سیاست‌ها و اهداف ترسیم‌شده از سوی حضرت آیت‌الله محمدتقی مصباح یزدی «دامت برکاته» به امر پژوهش‌های علمی و دینی اهتمام داشته و در مسیر برآوردن نیازهای فکری و دینی جامعه، به پژوهش‌های بنیادی، راهبردی و کاربردی پرداخته است. معاونت پژوهش مؤسسه برای تحقق این مهم، افزون بر برنامه‌ریزی و هدایت دانش‌پژوهان و پژوهشگران، در زمینه نشر آثار محققان نیز کوشیده و بحمدالله تاکنون آثار ارزنده‌ای را در حد توان خود به جامعه اسلامی تقدیم کرده است.

کتاب پیش روی، پژوهشی است در قلمرو اقتصاد انگیزش که با تلاش پژوهشگر ارجمند، جناب آقای دکتر محمدجواد توکلی نگارش یافته است. هدف اصلی نویسنده ارائه تبیینی دقیق از چیستی، چرایی و چگونگی وقوع هزینه‌های مخفی پاداش و جریمه است. نویسنده کتاب به دنبال تعمیق درک اقتصاددانان از ابعاد پنهان انگیزش عاملان اقتصادی، و به تبع، بهبود نظریات اقتصادی از جمله نظریه رفتار عام‌المنفعه، نظریه عرضه کار و نظریه قیمت است.

معاونت پژوهش از مؤلف محترم و حجت الاسلام والمسلمین دکتر علی جابری و جناب آقای دکتر محمدمهدی عسگری که با مطالعه و ارائه نظرهای سودمندان، بر اتقان و غنای اثر افزوده‌اند، صمیمانه سپاسگزاری می‌کند و توفیق روزافزون ایشان را از خداوند منان خواستار است.

معاونت پژوهش

مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره)

قال الله تبارک وتعالی: وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ
الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا
أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ؛^۱ در آنچه خدا به تو داده،
سرای آخرت را جست‌وجو کن و سهم و
بهره‌ات را از دنیا فراموش مکن و همان‌گونه که
خدا به تو نیکی کرده است، تو هم نیکی کن.

مقدمه

استفاده از پاداش و تنبیه، از توصیه‌های متداول اقتصاددانان برای تغییر رفتار عاملان اقتصادی است. به نظر آنها پاداش و جریمه اقتصادی با تغییر دادن عواید و هزینه‌های فعالیت‌ها موجب اصلاح آن می‌شود. این پیش‌بینی مبتنی بر این فرض است که عاملان اقتصادی عقلایی عمل می‌کنند. بر اساس تفسیر رایج از عقلانیت در ادبیات اقتصادی، عاملان اقتصادی به دنبال بیشینه‌سازی نفع شخصی خود (مطلوبیت یا سود) هستند. استفاده از پاداش و جریمه اقتصادی، موجب تغییر در منافع یا هزینه‌های انجام فعالیت می‌شود و در نتیجه رفتار افراد را تغییر می‌دهد. برای نمونه، وضع جریمه بر صنایعی که فاضلاب خود را در رودخانه می‌ریزند،

۱. قصص (۲۸)، ۷۷.

باعث افزایش هزینه این فعالیت و در نتیجه تغییر رفتار صاحبان صنایع می‌شود. در چهار دهه اخیر نتایج تحقیقات بسیاری باعث ایجاد تردید درباره کارآمدی سیاست‌های تشویقی و تنبیهی شده است. بر اساس این پژوهش‌ها، مردم در پاره‌ای از موارد به شکلی غیرمعارف به مشوق‌های پولی واکنش نشان می‌دهند. این پژوهش ابتدا در حوزه مطالعات روان‌شناسان اجتماعی با عنوان «هزینه‌های مخفی جریمه و پاداش» منتشر شد. در ادامه برخی اقتصاددانان همچون فرای^۱ (۱۹۹۷)، گنیزی و روستوچینی^۲ (۲۰۰۰ الف و ب)، فهر و گاخر (۲۰۰۰)، فهر و کلین و اشمیت (۲۰۰۷) و بنو و تیرو (۲۰۰۶)، علاوه بر وارد کردن یافته‌های روان‌شناسان اجتماعی در دانش اقتصاد، مطالعات تجربی مستقلی در این زمینه انجام دادند. فرای و جگن^۳ (۲۰۰۱) و باولز و پولونیا - ریس (۲۰۱۲)^۴ گزارشی تحلیلی از یافته‌های اقتصاددانان در این زمینه ارائه کردند.

نتایج مطالعات تجربی مزبور نشان می‌دهد که سیاست‌های تشویقی و تنبیهی اقتصادی می‌توانند در مواردی برخلاف انتظار روان‌شناسان و اقتصاددانان عمل کنند. برای نمونه، تیموس^۵ به مقایسه نظام انتقال خون انگلستان و ایالات متحده آمریکا پرداخت. نتایج بررسی او حاکی از تأثیر منفی مشوق‌های اقتصادی استفاده‌شده در نظام انتقال خون آمریکا بر کمیت و کیفیت خون عرضه‌شده بود.^۶ یافته‌های برخی پژوهش‌های اقتصادی دیگر نیز نشان داد که استفاده از مشوق

1. Bruno Frey.

2. Gneezy & Rustichinin.

3. Frey & Jegen.

4. Bowles & Ploania-Reyse.

5. Richard Titmus.

6. Richard Titmuss, *The Gift Relationship*.

پولی، باعث کاهش مشارکت مردم در فعالیت‌های خیرخواهانه می‌شود. برای نمونه، نتایج مطالعات گنیزی و روستوچینی (۲۰۰۰ ب) نشان داد که اعطای مشوق پولی به دانش‌آموزان درگیر در جمع‌آوری خیریه، باعث شد آنها مبلغ کمتری نسبت به دانش‌آموزانی که هدیه دریافت نکرده بودند، جمع‌آوری کنند.^۱

بر اساس برخی پژوهش‌ها، استفاده از جریمه پولی نیز می‌تواند تأثیری معکوس بر رفتار افراد جریمه‌شده داشته باشد. برای نمونه، نتایج مطالعات میدانی آریلی و روستوچینی (۲۰۰۰ الف) نشان داد وضع جریمه تأخیر بر والدینی که فرزندانشان را دیر از مهد کودک برمی‌داشتند، به طور غیرمنتظره‌ای موجب افزایش میزان تأخیرها شد.^۲

اثر غیرمعارف سیاست‌های تشویقی و تنبیهی اقتصادی در گستره وسیعی از فعالیت‌های اقتصادی از جمله اهدای خون، جمع‌آوری کمک‌های خیریه، پاک‌سازی محیط زیست، فعالیت‌های داوطلبانه و بسیاری دیگر از فعالیت‌های اجتماعی مشاهده شده است.^۳

اگر مشاهدات حاکی از واکنش نامتعارف به مشوق‌ها از نظر آماری معنادار و قابل اعتناء باشد، این امر مشکلاتی را برای پیش‌بینی‌های نظریه‌های اقتصادی به

1. Uri Gneezy and Aldo Rustichini, «Pay Enough or Don't Pay At All», *Quarterly Journal of Economics*, 2000b, vol.115, no.2, p.791-810 Uri Gneezy and Aldo Rustichini, «A Fine is a Price», *Journal of Legal Studies*, 2000a, p.1-18.

2. Ibid.

3. cf. :Bowels and Polanía-Reyes, «Economic Incentives and Social Preferences; A Preference-based Lucas Critique of Public Policy», *University of Massachusetts Amherst*, 2009 B. Frey and R. Jegen, «Motivation Crowding Theory», *Journal of Economic Surveys*, 2001, vol.15, no.5, p.589-610.

4. Significant an robust.

وجود می‌آورد. بر اساس پیش‌بینی نظریه قیمت، افزایش سطح پاداش پیشنهادی به جمع‌آوری‌کنندگان خیریه در مطالعه گنیزی و روستوچینی (۲۰۰۰ ب)، با فرض ثبات سایر شرایط، باید باعث افزایش تلاش آنها و در نتیجه افزایش میزان وجوه جمع‌آوری‌شده می‌شد.^۱ همچنین وضع جریمه بر والدین در مطالعه صورت‌گرفته توسط گنیزی و روستوچینی (۲۰۰۰ الف) نیز، می‌بایست موجب کاهش میزان تأخیرها می‌شد. این در حالی است که نتایج این مطالعات حاکی از کاهش میزان خیریه جمع‌آوری‌شده و افزایش تأخیرهاست.^۲

نتایج ادبیات «هزینه‌های مخفی پاداش و تنبیه»، اقتصاددانان را با مشکلی جدی درباره عمومیت قوانین عرضه و تقاضا روبه‌رو کرد: اگر مردم به مشوق‌ها واکنش مثبت نشان ندهند، چنین اتفاقی با انتظارات ما درباره واکنش به تغییرات قیمتی ناسازگار است. این چالش سیاست‌های پیشنهادی اقتصاددانان را نیز با مشکل مواجه می‌سازد. از این‌رو آنان باید راه‌حلی برای ناکارآمدی مشوق‌های اقتصادی بیابند.

پاسخ به ابهام‌های گفته‌شده، نیازمند ارائه تبیینی واقع‌گرایانه از شواهد حاکی از بروز کارکرد نامتعارف در سیاست‌های تشویقی و تنبیهی است. تبیین این پدیده در وهله اول نیازمند معرفی دقیق مشکل و بررسی لوازم آن برای نظریه‌های اقتصادی است. این بحث زمینه تجزیه و تحلیل تبیین‌های پیشنهادی و بررسی تغییرات نظری لازم برای بهبود قدرت تبیینی نظریه‌های اقتصادی را فراهم می‌آورد. در نهایت، تحلیل‌های ارائه‌شده می‌تواند به عرضه پیشنهاد‌های عملی برای افزایش اثربخشی سیاست‌های تشویقی و تنبیهی بینجامد.

1. Uri Gneezy and Aldo Rustichini, «Pay Enough or Don't Pay At All», *Quarterly Journal of Economics*, 2000b, vol.115, no.2, p.791-810.

2. Uri Gneezy and Aldo Rustichini, «Pay Enough or Don't Pay At All», *Quarterly Journal of Economics*, 2000b, vol.115, no.2, p.791-810.

در این کتاب می‌کوشیم علاوه بر تجزیه و تحلیل دیدگاه‌های ارائه‌شده در تحلیل اقتصادی واکنش نامتعارف به تشویق و تنبیه، این مسئله را از نگاه اقتصاد اسلامی نیز بررسی کنیم. این بررسی مستلزم بسط مبانی اقتصاد اسلامی در زمینه انگیزش و به‌خصوص انگیزه‌های خیرخواهانه است. در این چارچوب نظریه کاهش تقاضای خیرخواهی بر اساس مبانی انسان‌شناختی اسلامی در حوزه رفتارهای عام‌المنفعه و خیرخواهانه ارائه می‌شود.

مسائل و پرسش‌های اساسی

این تحقیق به دنبال ارائه ادله کارکرد غیرمتعارف سیاست‌های تشویقی و تنبیهی و شرایط بروز هزینه مخفی پاداش و جریمه است. در این تحقیق راه‌های مقابله با این پدیده نیز بررسی می‌شود. پرسش‌های اساسی پیش روی تحقیق از این قرار است:

۱. هزینه مخفی پاداش و جریمه چیست (چیستی)؟
 ۲. از نگاه اقتصاددانان، چرا سیاست‌های تشویقی و تنبیهی اقتصادی موجب بروز هزینه‌های مخفی پاداش و جریمه می‌شوند (تبیین‌های پیشنهادی)؟
 ۳. چگونه می‌توان از تأثیر منفی سیاست‌های تشویقی و تنبیهی جلوگیری کرد (سیاست‌گذاری)؟
 ۴. تبیین هزینه‌های مخفی پاداش و جریمه مستلزم چه تغییراتی در نظریه‌های اقتصادی از جمله نظریه قیمت است (تعدیلات نظریه‌های اقتصادی)؟
- در این اثر تلاش می‌شود رویکردی جامع درباره علل و عوامل بروز هزینه‌های مخفی پاداش و جریمه اتخاذ شود. در این بررسی، ضمن استفاده از رویکردهای تحلیلی قبلی، نظریه جدیدی در زمینه تأثیر سیاست‌های تشویقی و تنبیهی بر انگیزه‌های خیرخواهانه ارائه می‌شود. بر اساس نظریه پیشنهادی که از آن با عنوان

«نظریه کاهش تقاضای خیرخواهی» یاد شده است، مشوق‌های اقتصادی در صورت ایجاد فضای بازاری می‌توانند باعث ایجاد تردید در مسئولیت اجتماعی افراد، و در نتیجه، موجب از بین رفتن زمینه اثرگذاری انگیزه‌های خیرخواهانه شوند. بر اساس نظریه پیشنهادی، یکی از دلایل بروز هزینه‌های مخفی پاداش و جریمه در حوزه فعالیت‌های عام‌المنفعه/ زیان‌بار اجتماعی، ایجاد تغییرات نهادی در محیط تصمیم و استفاده از سازکارهای بازاری برای تشویق فعالیت‌های عام‌المنفعه و تضعیف فعالیت‌های اجتماعی است. این تغییر نهادی، باعث تغییر در انتظارات خیرخواهان بالقوه مبنی بر عدم نیاز به مشارکت خیرخواهانه (کاهش تقاضای محیطی) و تغییر در جهت‌گیری متقاضیان خیرخواهی برای تأمین نیاز به روش بازاری (کاهش تقاضای عاملی) می‌شود.

ارائه نظریه کاهش تقاضای خیرخواهی، به مفهوم رد احتمال وقوع این پدیده بر اثر عوامل دیگری همچون محدود شدن دایره انتخاب عاملان اقتصادی (نظریه هزینه‌های روان‌شناختی) و بروز مشکل برای علامت‌دهی اجتماعی (نظریه وجهه اجتماعی) نیست. در مقابل، نظریه پیشنهادی به عامل جدیدی در تحلیل هزینه‌های مخفی پاداش و جریمه توجه می‌کند.

مطالعات انجام‌شده

در زمینه بررسی هزینه‌های مخفی مشوق‌های مالی بر رفتارهای اقتصادی، در ادبیات فارسی اثر چندانی به چشم نمی‌خورد. این پدیده به طور عمده در ضمن آثار اندک ترجمه‌شده در زمینه انگیزش و هیجان در رشته روان‌شناسی معرفی شده است. برای نمونه، فصل سوم کتاب/ انگیزش و هیجان، نوشته جان ریو، به بررسی هزینه‌های مخفی تشویق و تنبیه اختصاص یافته است.

بررسی هزینه‌های مخفی مشوق‌های پولی در ادبیات انگلیسی طی چند دهه اخیر به شکل روزافزونی گسترش یافته است. فرای و جگن (۲۰۰۱) به بررسی مجموعه‌ای از مطالعات تجربی اقتصاددانان پرداخته و این نتایج را مؤید دیدگاه خود مبنی بر اثر مشوق‌های اقتصادی بر کاهش انگیزش درونی قلمداد کرده‌اند.

باولز و پولونیا - ریس (۲۰۱۲)، نیز گزارشی تحلیلی از پنجاه مطالعه تجربی صورت گرفته توسط اقتصاددانان ارائه داده‌اند. آنها نتایج این مطالعات را در قالب مطالعات حاکی از کارکرد مثبت، خنثی و منفی مشوق‌ها بر رفتارهای عام‌المنفعه گزارش کرده‌اند. آنها نتایج این مطالعات را به عنوان شواهدی بر چهار مکانیزم تبیینی علامت‌دهی انگیزه سیاست‌گذار، تغییر نگرش به ساختار موقعیت تصمیم و تعیین رفتار صحیح، کاهش میزان آزادی عمل افراد کنترل‌گریز، و تغییر فرایند یادگیری ترجیحات طبقه‌بندی می‌کنند. به نظر آنها سیاست‌های تشویقی و تنبیهی صحیح نه تنها باعث کاهش انگیزه‌های درونی و اجتماعی رفتارهای خیرخواهانه نمی‌شوند، بلکه باعث تقویت انگیزه‌های مزبور می‌شوند.^۱

برخی اقتصاددانان در مواجهه با شواهد حاکی از وقوع هزینه‌های مخفی پاداش و جریمه، به انکار مسئله و تردید در معناداری شواهد ارائه شده پرداخته‌اند. به نظر آنها این مشکل به دلیل استفاده نادرست از سیاست‌های تشویقی و تنبیهی رخ داده است. از نظر این اقتصاددانان، اندک بودن مقدار پاداش و جریمه و همچنین استفاده نادرست از آنها باعث بروز این مشکل شده است.^۲

1. Samuel Bowels and Sandra Polanía-Reyes, «Economic Incentives and Social Preferences; Substitute or Complements?», *Journal of Economic Literature*, 2012, vol.50, no.2, p.368-425.

2. R. Solow, «Blood and Thunder», *Yale Law Journal*, 1971, no.80, p.170-183 K. Arrow, «Gifts and Exchanges», *Philosophy and Public Affairs*, 1972, p.343-362 Steven Levitt and Stephen Dubner, *Freakonomics: A Rogue Economist Explores the Hidden Side of Everything*.

در مقابل، گروه روبه‌رشدی از اقتصاددانان ضمن پذیرش اهمیت و معناداری هزینه‌های مخفی جریمه و پاداش، به دنبال ارائه تبیینی واقع‌گرایانه از این پدیده‌اند.^۱ به نظر طرفداران رویکرد اخیر، توجه به این مشکل باعث بهبود نظریه‌های انگیزشی پایه مورد استفاده اقتصاددانان، و توجه به مقوله‌های جدیدی همچون انگیزه‌های درونی (انگیزه انجام فعالیت به دلیل جذابیت خود عمل)، نمایشی (انگیزه کسب و حفظ اعتبار و آبروی اجتماعی) و اجتماعی (ناشی از هنجارهای اجتماعی) می‌شود.^۲

در دسته‌بندی کلی می‌توان میان چند نظریه اقتصادی عمده در تبیین هزینه‌های مخفی جریمه و پاداش تفکیک کرد:

۱. **نظریه هزینه‌های روان‌شناختی:**^۳ برونو فرای (۱۹۹۷) که می‌توان از او به عنوان بنیان‌گذار ادبیات هزینه مخفی مشوق‌های اقتصادی یاد کرد، کوشیده است یافته جدید روان‌شناسان اجتماعی در زمینه انگیزش را با مطالعات اقتصادی در زمینه نظریه قیمت تلفیق کند. وی معتقد است هزینه‌های مخفی جریمه و پاداش زمانی رخ می‌دهد که مشوق‌ها با ایجاد مشکلاتی برای تأمین نیازهای روانی افراد به استقلال رأی^۴ و قابلیت،^۵ موجب تخلیه انگیزه‌های درونی شوند؛

1. Bruno Frey, *Not Just for the Money; An Economic Theory of Personal Motivation*
Samuel Bowels and Sandra Polanía-Reyes, «Economic Incentives and Social Preferences; Substitute or Complements?», *Journal of Economic Literature*, 2012, vol.50, no.2, p.368-425.

۲. در فصل‌های بعد به تفصیل به تبیین مفهوم انگیزه‌های درونی، نمایشی و اجتماعی خواهیم پرداخت.

3. Psychological Needs Theory.

4. Autonomy or Self-determination.

5. Competence.

۲. نظریه تغییر بازار مبادله: اقتصاددانانی چون جیمز هیمن و دن آریلی (۲۰۰۴) و فهر و گاختر (۲۰۰۲)^۲ تلاش کردند وقوع هزینه‌های مخفی جریمه و پاداش را متأثر از تغییر بازار مبادله در شرایط وجود مشوق اقتصادی بدانند.^۳ هیمن و آریلی (۲۰۰۴) این تحلیل را با توجه به یافته‌های انسان‌شناسان اجتماعی در زمینه مدل‌های ارتباطی و همچنین هنجارهای اجتماعی بازاری و غیربازاری و تلفیق آن با نظریه قیمت ارائه می‌دهند. فهر و گاختر (۲۰۰۲) نیز با تأکید بر نقش هنجارهای اجتماعی، این ایده را مطرح می‌کنند که استفاده از تهدید و جریمه در فضای روابط کارگر و کارفرما با ایجاد محیط خصمانه، زمینه همکاری بر اساس هنجار اجتماعی مقابله به مثل^۴ را از بین می‌برد؛

۳. نظریه هزینه‌های حیثیتی:^۵ در چند سال اخیر، گروهی از اقتصاددانان از جمله بنو و تیرو (۲۰۰۶) کوشیدند با وارد کردن انگیزه‌های نمایی در تابع مطلوبیت افراد برای رفتارهای خیرخواهانه، مشکل نظریه قیمت را حل کنند؛

۴. نظریه تغییر در ترجیحات اجتماعی:^۶ باولز و پولونیا - ریس (۲۰۱۲) با ارائه

1. Appropriate Behavior Theory.

2. Fehr and Gächter.

3. Ernst Fehr et al., «Reciprocity as a Contract Enforcement Device: Experimental Evidence», 1997, *Econometrica*, vol.65, no.4, p.833-860 Ernst Fehr and Simon Gächter, «Do Incentive Contracts Undermine Voluntary Cooperation?», *IEW-Working Paper*;34, 2002, vol.34, p.1-43 A. Falk and M. Kosfeld, «The Hidden Costs of Control», *IZA: Discussion Paper No. 1203*, 2004, vol.46, no.4-5, p.1-33 Bernd Irlenbusch and Dirk Sliwka, «Incentives, Decision Frames, and Motivation Crowding out-An Experimental Investigation», *IZA DP*, 2005, no.No. 1758.

4. In kind Reciprocity.

5. Social Image Theory.

6. Preference Alteration Theory.

مدلی از رفتار عام‌المنفعه که در آن تابع مطلوبیت افراد متضمن دو عنصر مشوق‌های پولی و ارزش‌هاست، این ادعا را مطرح می‌کند که مشوق‌های پولی می‌توانند در بلندمدت اثری منفی بر ارزش‌ها یا ترجیحات اجتماعی بر جای گذارند.

تبیین‌های اقتصادی ارائه‌شده از هزینه‌های مخفی پاداش و جریمه، مستلزم کنار گذاشتن برخی فروض ساده‌ساز نظریه‌های اقتصادی از جمله یک‌نواختی انگیزش و جمع‌پذیری انواع انگیزش است. در برخی نظریه‌ها نیز، نقش نرم‌ها و هنجارهای اجتماعی همچون هنجار تلافی به نیکی^۱ برجسته شده است.

نوآوری تحقیق

در این تحقیق، چهار نظریه اقتصادی عمده ارائه‌شده در تبیین هزینه‌های مخفی پاداش و تنبیه و همچنین لوازم سیاسی آن تجزیه و تحلیل می‌شود. در ادامه نظریه کاهش تقاضای خیرخواهی به عنوان نظریه‌ای متمایز برای تبیین تأثیرات سیاست‌های تشویقی و تنبیهی بر فعالیت‌های عام‌المنفعه معرفی می‌شود. محور اصلی این نظریه، تفکیک بین تأثیرات عاملی و محیطی مشوق‌ها بر تقاضای رفتار خیرخواهانه است. این نظریه با رهیافت‌های اسلامی در زمینه تنوع انگیزه‌های مادی و معنوی و انگیزه‌های دنیوی و اخروی و همچنین اقتضائات خطابات و احکام تشویقی و تنبیهی اسلام سازگار است.

از نوآوری‌های این پژوهش، ارزیابی پیشنهادها مطرح‌شده برای مقابله با بروز اثر قیمتی نامتعارف است. در این راستا مخاطرات اخلاقی مشوق‌های پولی در حوزه برخی فعالیت‌های عام‌المنفعه از جمله اهدای خون و اعضای بدن به صورت خاص تجزیه و تحلیل شده است.

1. Reciprocity.

چشم‌انداز کتاب

مطالب این تحقیق، در قالب شش فصل تنظیم شده است:

فصل اول، به بررسی مفهوم و معناداری پدیده موسوم به هزینه‌های مخفی پاداش و جریمه می‌پردازد. در این فصل این پرسش مطرح می‌شود که آیا می‌توان هزینه‌های مخفی پاداش و جریمه را از مصادیق اثر قیمتی نامتعارف و به تبع نقض‌کننده قوانین عرضه و تقاضا دانست؟

تحلیل تبیین‌های اقتصاددانان از هزینه‌های مخفی پاداش و جریمه، در فصل دوم ارائه می‌شود. این تحلیل به بررسی چهار نظریه عمده تبیینی پدیده مزبور مشتمل بر نظریه‌های هزینه‌های روان‌شناختی، تغییر بازار مبادله، تغییر ترجیحات و وجهه اجتماعی اختصاص دارد؛

در فصل سوم کتاب، نظریه کاهش تقاضای خیرخواهی به عنوان نظریه پیشنهادی برای تبیین اثر قیمتی نامتعارف در حوزه فعالیت‌های عام‌المنفعه معرفی می‌شود؛

در فصل چهارم نیز سیاست‌های پیشنهادی برای جلوگیری از وقوع اثر قیمتی نامتعارف بررسی می‌شود؛

فصل پنجم، لوازم روش‌شناختی تبیین‌های ارائه‌شده برای نظریه قیمت را بررسی می‌کند؛

فصل ششم کتاب نیز به نتیجه‌گیری اختصاص دارد.