

# Nudge Theory: แอบบังคับอยู่ลับหลัง

By Nantaporn Tubtimphiroj, Senior Consultant at Sasin Management Consulting (SMC)

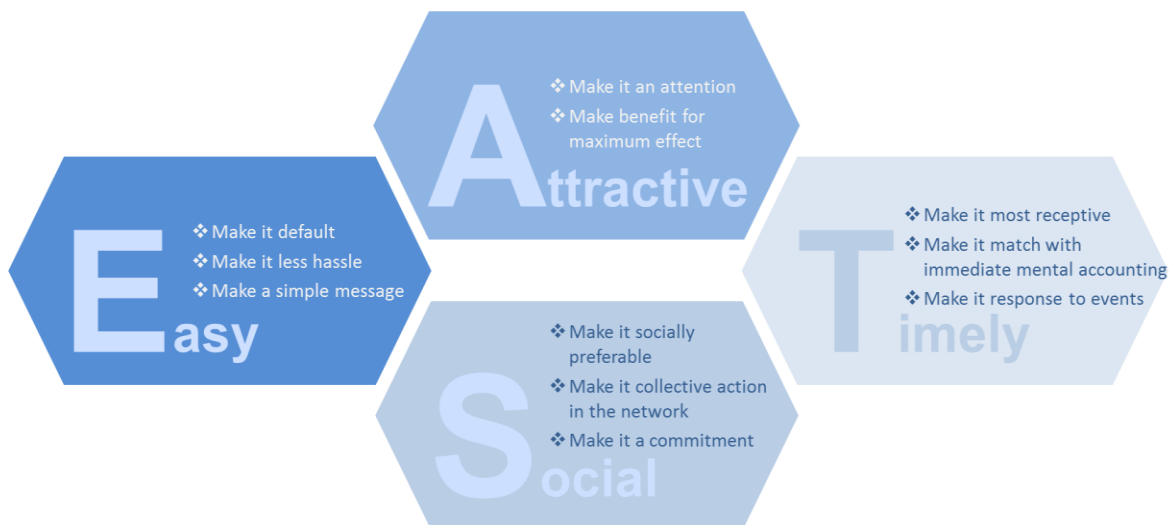
ระเบียบและกฎเกณฑ์ต่างๆ เป็นสิ่งที่อยู่คู่กับสังคมของมนุษย์มานานนับสหัสวรรษ โดยเหตุผลเบื้องต้นของการมีอยู่ของสิ่งเหล่านี้ก็เพื่อเป็นการสร้างสภาวะหรือขอบเขตให้มนุษย์อยู่ร่วมกันได้อย่างสงบสุข ซึ่งแนวคิดดังกล่าวนี้ส่วนหนึ่งมีผลมาจากคนที่ผู้ปกครองไม่เชื่อมั่นในความสามารถในการคิดเป็นเหตุเป็นผลของมนุษย์ จึงต้องมีข้อกำหนดต่างๆ มาเป็นเครื่องมือในการกำหนดทิศทางที่ควรจะเป็นให้กับสังคม จากหลักฐานด้านวิวัฒนาการของกฎหมายในหลายๆ ประเทศ จะเห็นว่า ยิ่งเวลาผ่านไป หลายๆ ประเทศยังมีแนวโน้มที่จะสร้างข้อกฎหมายให้มีความซับซ้อนมากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่ประเทศอยู่ในสภาวะคับขัน เช่น ช่วงสงครามโลก เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่มนุษย์มักถูกกระตุ้นให้เกิดการกระทำโดยสัญชาตญาณได้ง่าย

อย่างไรก็ดี ในปัจจุบันนี้ พบว่ามีหลายประเทศได้ประยุกต์เอาหลักเศรษฐศาสตร์พฤติกรรม (Behavioural Economics) เข้ามาปรับใช้ในการกำหนดนโยบายที่กระตุ้นให้ประชาชนเกิดพฤติกรรมที่ดีในหลายๆ ด้านแทนที่จะใช้การบังคับผ่านกฎหมาย เช่น การดูแลสุขภาพ สิ่งแวดล้อม และการศึกษา ที่แต่เดิมมักจะใช้วิธีการทางกฎหมายที่มีข้อบังคับและบทลงโทษ แต่กลับเกิดการต่อต้านหรือไม่ได้รับความร่วมมือเท่าที่ควรจากประชาชน โดยแนวคิดใหม่นี้มีลักษณะเป็นการแทรกแซงเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมโดยยังคงเคารพเสรีภาพในการเลือก ซึ่งได้รับความสนใจมาก เช่น เมื่อนายกรัฐมนตรีหญิงของอังกฤษ Theresa May ใช้แนวคิดนี้ในการเก็บภาษีได้เพิ่มด้วยวิธีการเตือนหรือบอกกล่าวให้ทราบว่าเพื่อนบ้านได้จ่ายภาษีกันไปแล้ว ซึ่งช่วยให้รัฐมีรายได้เพิ่มขึ้นถึง 30 ล้านปอนด์ จากการที่สามารถลดค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บภาษี วิธีการดังกล่าวนี้ไม่ได้บังคับประชาชนเพียงแต่ช่วยเปิดช่องให้เลือกพฤติกรรม แนวคิดดังกล่าวนี้เรียกว่า Nudge (หมายถึงการผลักเบาๆ ไปทีละน้อยเพื่อให้ไปในทิศทางที่ต้องการ) ซึ่งเริ่มเป็นที่สนใจและมีอิทธิพลต่อความคิดในปัจจุบันของผู้ंना โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อหนังสือ ชื่อ Nudge : Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness ออกมาในปี ค.ศ.

2008 เขียนโดย Richard Thaler ร่วมกับ Cass Sunstein โดยจะเห็นได้จากการที่ประธานาธิบดี Obama สั่งตั้งหน่วยงานพิเศษในทำเนียบขาวเพื่อพิจารณาหามาตรการจากเศรษฐศาสตร์พฤติกรรมและ David Cameron นายกรัฐมนตรีอังกฤษตั้งหน่วยงานพิเศษ คือ Behavioural Insights Team นอกจากนี้ญี่ปุ่น เยอรมันนี ออสเตรเลียและอีกหลายประเทศกำลังสนใจใช้ Nudge ในการออกนโยบายและแนวปฏิบัติที่อยู่พื้นฐานของการเข้าใจพฤติกรรมของมนุษย์ในระดับย่อยโดยใช้วิธีการที่แบบเนียนไม่โจ่งแจ้งเพื่อเปลี่ยนแปลงโดยให้เสรีภาพในการเลือกมากกว่าที่จะใช้การบังคับในระดับรวมที่อยู่บนพื้นฐานว่ามนุษย์มีเหตุผลผลดังที่ปฏิบัติกันมา ทั้งหมดนี้ก็เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพของการให้บริการสาธารณะ ซึ่งในระยะหลังนี้ เพื่อให้การคาดการณ์พฤติกรรมของประชาชนที่มีต่อนโยบายมีความแม่นยำมากขึ้น จึงมีการตั้งหน่วยงานเฉพาะขึ้นมาเพื่อเก็บข้อมูล Big Data รวมถึงใช้เครื่องมือด้าน Machine learning และ AI (Artificial Intelligence) เข้ามาช่วยในการวิเคราะห์และดำเนินการด้วย

เนื่องจากการนำแนวคิด Nudge มาใช้งานสามารถทำได้หลากหลาย ซึ่งอาจทำให้ผู้กำหนดนโยบายหรือกลยุทธ์ทั้งในภาครัฐและเอกชนเกิดความสับสนในการนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม หน่วยงาน Behavioural Insights Team (BIT) แห่งประเทศอังกฤษ จึงได้สรุปเทคนิคหลัก 4 ข้อ ในการนำ Nudge มาใช้ ได้แก่ การทำให้ง่าย (Easy) การทำให้น่าดึงดูด (Attractive) การทำให้เป็นส่วนหนึ่งของสังคม (Social) และการทำให้ถูกที่ถูกเวลา (Timely) หรือเรียกแบบย่อๆ ว่าเทคนิค “EAST” โดยมีหลักการสำคัญในแต่ละหัวข้อ ดังนี้

- **การทำให้ง่าย (Easy):** ประกอบไปด้วยหลักการ 3 อย่าง ได้แก่ การทำให้ทางเลือกที่ดีที่สุดเป็นทางเลือกมาตรฐาน (make it default) การทำให้ขั้นตอนไม่ยุ่งยาก (make it less hassle) และ การสื่อสารที่ชัดเจนเข้าใจง่าย (make it simple) ดังเช่นตัวอย่างในประเทศอังกฤษเมื่อนายกรัฐมนตรีหญิง Theresa May ต้องการกระตุ้นการเพิ่มจำนวนการบริจาคอวัยวะ โดยถือว่าหากใครไม่ระบุว่าไม่ต้องการบริจาคก็หมายความว่ายินยอมบริจาคไปโดยปริยาย ซึ่งทำให้ยอดบริจาคเพิ่มขึ้นถึง 100,000 รายต่อปี
- **การทำให้ น่าดึงดูด (Attractive):** ประกอบไปด้วยหลักการ 2 อย่าง ได้แก่ การทำให้เกิดจุดสนใจ (make it an attention) และ การให้รางวัลหรือสิ่งตอบแทนเป็นแรงจูงใจ (make benefits for maximum effect) ดังเช่นตัวอย่าง การแก้ปัญหาเรื่องการเดินทางที่แออัดไม่แน่นอน ที่เกิดขึ้นในท้องน้ำชายของสนามบิน Schiphol ที่ Amsterdam ทำให้เกิดความสับสนและเลอะเทอะ ผู้บริหารจึงแก้ไขโดยไม่มีป้ายเตือน ไม่มีการบังคับแต่ใช้วิธีทาสีรูปตัวแมลงในโถงบันไดเพื่อให้เห็นตำแหน่งที่เหมาะสม จนสามารถแก้ปัญหาด้านความสะอาดได้ ทั้งยังช่วยประหยัดเวลาและแรงงานในการดำเนินงานอีกด้วย
- **การทำให้เป็นส่วนหนึ่งของสังคม (Social):** ประกอบไปด้วยหลักการ 3 อย่าง ได้แก่ การทำให้รับรู้ว่าเป็นสังคมกำลังทำหรือต้องการอะไร (make it socially preferable) การทำให้เกิดการเผยแพร่ในเครือข่าย (make it collective action in the network) และ การสร้างข้อผูกมัด (make it commitment) ยกตัวอย่างเช่น การสร้างข้อผูกมัดผ่านการตั้งเป้าและประกาศออกสื่อจําพวก social network ก็เป็นการประยุกต์ Nudge ในลักษณะของการสร้างแรงกดดันในการบังคับใจตนเอง ดังกรณีของเว็บไซต์ ชื่อ stickk.com ที่เปิดโอกาสให้ผู้ไปลงนามในสัญญาด้วยตัวเองเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ตนกำหนด โดยต้องระบุเป้าหมาย กำหนดขอบเขตวันเวลา และเลือกได้ว่าจะพนันด้วยเงินเท่าใด ถ้าทำได้ตามเป้าก็ได้เงินคืน แต่ถ้าไม่สามารถทำได้ ก็ต้องบริจาคเงินก้อนนั้นให้แก่การกุศล
- **การทำให้ถูกที่ ถูกเวลา (Timely):** ประกอบไปด้วยหลักการ 3 อย่าง ได้แก่ การกระตุ้นในช่วงเวลาที่เปิดรับมากที่สุด (make it most receptive) การทำให้สอดคล้องกับการประเมินผลประโยชน์ในทันที (make it match with immediate mental accounting) และ การกระตุ้นให้เกิดการวางแผนการรับมือเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย (make it response to events) ดังเช่นตัวอย่างการแก้ปัญหาคาร์บอนในหมู่วัยรุ่นอเมริกัน ซึ่งจากการวิจัยพบว่าวัยรุ่นที่ท้องครั้งแรกมีแนวโน้มที่จะท้องอีก ทางกรจึงมีนโยบายจ่ายให้วันละ 1 เหรียญ ตราบที่ไม่ท้องครั้งที่สอง ซึ่งทำให้วัยรุ่นตระหนักและวางแผนเรื่องการป้องกันในทุกครั้ง เนื่องจากได้ประเมินแล้วว่า จะได้รับผลประโยชน์ในระยะยาวที่ดีกว่า



นอกจากหน่วยงานภาครัฐแล้ว ยังมีการนำแนวคิด Nudge เข้ามาใช้ในการประกอบธุรกิจของภาคเอกชน โดยระยะหลังนี้ได้มีการนำมาใช้ร่วมกับเทคโนโลยีด้าน Internet Of Thing (IoT) ซึ่งทำให้การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคผ่าน AI มีประสิทธิภาพมากขึ้น ตัวอย่างที่เห็นได้ชัด ได้แก่ การทำงานของผลิตภัณฑ์ประเภท robotic home assistant (เช่น Google Home Amazon Echo และอุปกรณ์ประเภท voice interactive ต่างๆ) ซึ่งเริ่มเข้ามามีบทบาทในการแทนที่การสั่งงานผ่านหน้าจอมีเดียมากขึ้น) ที่มักจะคอยส่งสัญญาณเตือนอย่างแนบเนียนในเวลาที่เราคาดว่าจะสามารถกระตุ้นการบริโภคของผู้ใช้งานได้ ไม่ว่าจะเป็นผ่านการแจ้งเตือนส่วนลดในช่วงเวลาที่คาดว่าจะสามารถกระตุ้นการบริโภคของผู้ใช้งานผ่านการแสดงผลด้านสภาวะร่างกายหรือผลการออกกำลังกายที่ยังเป็นรองกลุ่มเพื่อนในเครือข่าย ซึ่งอาจจะช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคสนใจซื้ออุปกรณ์ออกกำลังกายผ่านแอปพลิเคชัน online shopping ที่ใช้งานได้ง่าย ในช่วงเวลาที่มี notification แจ้งการลดราคาอย่างพอดิบพอดี สิ่งเหล่านี้ล้วนทำให้เกิดแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจที่เรียกว่า The 24/7 Nudge Economy ซึ่งเป็นการที่ผู้ผลิตหรือเจ้าของ platform สามารถใช้อุปกรณ์หรือสื่อต่างๆดังกล่าว ในการเข้าถึงและกระตุ้นผู้บริโภคได้ตลอดเวลา จากการสำรวจผู้ใช้งาน Amazon Echo 39,000 คนโดย Alpine.AI พบว่าในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมาหลังจากที่ซื้อ Amazon Echo พวกเขาได้มีการซื้อของผ่าน Amazon เพิ่มขึ้นถึง 29%

#### About Author:



Ms. Nantaporn is a Senior Consultant at Sasin Management Consulting at Sasin Graduate Institute of Business Administration of Chulalongkorn University. She has a various experience and in-depth knowledge in corporate banking, industry analysis, public-private partnership, international management and strategic business development. Ms. Nantaporn received a Bachelor of Engineering from Chulalongkorn University. Moreover, she also obtained another 2 Master degrees, one of these is the Master of Science in Development Management from London School of Economics and Political Science (LSE).