

เศรษฐศาสตร์ว่าด้วยการบริจาค

- ณพล สุกใส -

napon@econ.tu.ac.th

คอลัมน์ เศรษฐศาสตร์รวมศาสตร์ ตลาดวิชา

หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ ฉบับวันที่ 29 พฤศจิกายน 2553

การเกิดอุทกภัยครั้งใหญ่ซึ่งครอบคลุมพื้นที่แทบทุกภาคของประเทศ ได้สร้างความเสียหายทั้งต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นอย่างมาก ชาวที่ตามมา ก็คือ การให้ความช่วยเหลือในรูปแบบต่างๆ เช่น การบริจาคเงิน สิ่งของจำเป็น หรือแม้แต่การจัดตั้งกลุ่มอาสาสมัครต่างๆ เพื่อไปร่วมกับหน่วยงานของรัฐในการให้ความช่วยเหลือผู้ประสบภัย

ในเวลาเช่นนี้ ผู้บริจาคมีต้นทุนธุรกรรมจากการหา (search cost) เพียงเล็กน้อยเท่านั้น เนื่องจากผู้บริจาคย่อมทราบว่าผู้ประสบภัยมีความต้องการอะไร เช่น อาหาร เสื้อผ้า น้ำดื่ม ที่พักอาศัย เป็นต้น ดังนั้น โอกาสที่การช่วยเหลือจะสามารถเยียวยาหรือบรรเทาความทุกข์จึงเกิดขึ้นได้มาก แต่ก็อาจจะมีคำถามว่า อะไรคือเหตุที่ผู้คนมากมายสมัครใจที่จะให้ความช่วยเหลือบุคคลที่กำลังประสบความลำบาก

ตามแนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์ว่าด้วยการให้ Serge-Christophe Kolm¹ ได้แบ่งรูปแบบของการให้ (giving) ซึ่งเป็นกิจกรรมพื้นฐานทางเศรษฐกิจเกี่ยวกับการโอนย้ายถ่ายเทสินค้าและบริการของคนในสังคมออกเป็น 4 รูปแบบ คือ 1) การเอาไป (taking) เป็นการได้มาซึ่งสินค้าและบริการโดยการยึด ยื้อแย่ง สิ่งของที่ไม่ได้เป็นของตนเองโดยเจ้าของสิ่งนั้นไม่เต็มใจ 2) การแลกเปลี่ยน (exchange) เป็นรูปแบบการได้มาซึ่งสินค้าและบริการที่ตั้งอยู่บนหลักการรักษผลประโยชน์ของตน (self-interest) เช่น การแลกเปลี่ยนผ่านกลไกตลาด (market exchange) 3) การช่วยเหลือเกื้อกูลกัน (reciprocity) เป็นรูปแบบการได้มาซึ่งสินค้าและบริการ โดยการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์กัน แต่อยู่บนหลักการของความเอื้ออาทรต่อกันและกัน มากกว่าการเน้นการรักษผลประโยชน์ของตน (self-interest) เป็นที่ตั้ง และสุดท้าย 4) การบริจาค (giving) หมายถึง การโอนย้ายถ่ายเท (transfer) สินค้าและบริการ จากคนหนึ่งหรือหลายคนไปสู่คนอื่น โดยไม่มีเงื่อนไข รูปแบบการให้แบบนี้มีเหตุผลหลักมาจากการคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้อื่นมากกว่าผลประโยชน์ของตน (altruism) ซึ่งตรงกันข้ามกับการคำนึงถึงประโยชน์ของตนเป็นที่ตั้ง

บุคคลจะมีพฤติกรรมการให้เป็นไปในลักษณะใดขึ้นอยู่กับฟังก์ชันอรรถประโยชน์ของแต่ละบุคคล หากบุคคลมีความเห็นแก่ตัว (selfish) ลักษณะหรือรูปแบบของการให้ก็จะเป็นไปในทางของการแลกเปลี่ยนที่มุ่งหวังผลประโยชน์แก่ตัวเอง ซึ่งแสดงว่าอรรถประโยชน์หรือความพึงพอใจของบุคคลจะเพิ่มขึ้นหากได้รับสินค้าและบริการมาเพื่อการบริโภคของตนเองเพิ่มมากขึ้น แต่หากบุคคลเห็นแก่ประโยชน์ของบุคคลอื่นๆ เป็นที่ตั้ง (altruistic) รูปแบบการให้ก็จะเป็นการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน และ/หรือ การให้ ซึ่ง

¹ Kolm, Serge-Christophe. "Introduction to the Economics of Altruism, Giving, and Reciprocity" *Handbook of the Economics of Giving, Altruism and Reciprocity*. Amsterdam: Elsevier, 2006.

แสดงว่าอรรถประโยชน์หรือความพึงพอใจของบุคคลจะเพิ่มขึ้นหากสินค้าและบริการถูกกระจายไปถึงมือของบุคคลอื่นๆ รอบข้างเพิ่มมากขึ้น

ถึงตรงนี้ อาจจะถูกเหมือนเป็นการขัดแย้งกับทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ เพราะเรามักจะสมมติให้บุคคลมุ่งแสวงหาผลประโยชน์เพื่อตนเอง แต่ในโลกความเป็นจริง เราต้องยอมรับว่ามนุษย์ไม่ได้มีความเกี่ยวข้องกับตนเองอย่างเดี่ยวแต่ยังมีความเกี่ยวข้องกับบุคคลอื่นๆ ด้วยเช่นกัน เพราะมนุษย์มีความรู้สึกทางจริยธรรม (moral sentiments) เป็นปัจจัยหนึ่งในการกำหนดการดำเนินชีวิต นั่นคือ นอกจากอรรถประโยชน์ของแต่ละบุคคลจะขึ้นอยู่กับระดับการบริโภคสินค้าและบริการของตนเองแล้ว ยังขึ้นอยู่กับอรรถประโยชน์ของบุคคลอื่นในสังคมด้วย ดังนั้น นอกจากเราจะเลือกบริโภคสินค้าและบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ตนเองแล้ว ในบางกรณีเรายังจะเลือกโอนย้ายถ่ายเทสินค้าและบริการในความครอบครองของเราไปให้บุคคลอื่นบริโภคในรูปแบบของการบริจาค ซึ่งเมื่อบุคคลอื่นได้รับความพึงพอใจจากการบริโภคเพิ่มขึ้นแล้ว จะส่งผลย้อนกลับมาให้เราที่มีความพึงพอใจเพิ่มขึ้น ซึ่งก็คือ “เราเห็นบุคคลอื่นเป็นสุข เราย่อมเป็นสุขด้วย”

Jack Hirshleifer and David Hirshleifer² ได้อธิบายในประเด็นนี้เอาไว้ว่า ความพึงพอใจของบุคคลที่เป็นผู้บริจาคจะขึ้นอยู่กับฐานะรายได้ของตนเองและบุคคลอื่น โดยหากเรามีฐานะร่ำรวยกว่าบุคคลอื่น เราก็มักจะมีความเมตตา ความเห็นอกเห็นใจต่อบุคคลอื่น และจะจัดสรรเงินที่เรามีอยู่ให้กับบุคคลอื่นจนกว่าเราจะบรรลุถึงความพึงพอใจสูงสุด แต่หากเรามีรายได้เท่ากับบุคคลอื่น เราก็มักจะไม่บริจาคเงินให้กับบุคคลอื่น เพราะฐานะของเรากับบุคคลอื่นเท่ากันอยู่แล้ว หรือก็คือ เราจะตัดสินใจให้ความช่วยเหลือผู้อื่นเมื่อเห็นว่าผู้อื่นอยู่ในสถานการณ์ที่แย่กว่าเรานั้นเอง ตัวอย่างเช่น ผู้ที่ไม่ได้รับผลกระทบจากภัยน้ำท่วมบริจาคเงินสิ่งของต่างๆ เพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม บางรายถึงกับไปร่วมแจกสิ่งของในพื้นที่เลยก็มี

คำถามที่ตามมาก็คือ อะไรเป็นแรงจูงใจที่ทำให้บุคคลบริจาคเพื่อช่วยเหลือผู้อื่น ในประเด็นนี้เราสามารถหาคำตอบได้จากงานวิจัยของ James Andreoni³ ซึ่งได้แบ่งแรงจูงใจในการบริจาคออกเป็น 2 ลักษณะ คือ แรงจูงใจในการบริจาคแบบ Pure altruism คือ แรงจูงใจของการบริจาคอันเป็นผลจากการที่บุคคลนึกถึงผู้อื่นเพียงอย่างเดียว และแรงจูงใจในการบริจาคแบบ Impure altruism คือ แรงจูงใจของการบริจาคอันเป็นผลจากการที่บุคคลนึกถึงผู้อื่นและตนเอง

ในกรณีที่แรงจูงใจในการบริจาคเป็นแบบ Pure altruism แสดงว่าผู้บริจาคจะได้รับความพึงพอใจเพิ่มสูงขึ้นจากการบริจาคเมื่อปริมาณสิ่งของบริจาคมวลรวมเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งก็คือ บุคคลอาจจะไม่ได้เป็นผู้บริจาคก็ได้ แต่หากบุคคลเห็นว่าในสังคมตอนนี้มีปริมาณสิ่งของบริจาคมากขึ้น บุคคลนั้นก็มีความสุขมากยิ่งขึ้นตามไปด้วย หรือกล่าวได้ว่าในกรณีที่ผู้บริจาคมีแรงจูงใจแบบ Pure altruism จะเกิดการหักล้างกัน (Crowd-out) กันโดยสมบูรณ์ระหว่างสิ่งของบริจาคของผู้หนึ่งกับอีกผู้หนึ่ง คือ หากมีผู้หนึ่งบริจาคสิ่งของเพิ่มมากขึ้นอีกบุคคลหนึ่งก็จะลดระดับการบริจาคของตนเองลง เพราะบุคคลสนใจเพียงว่าปริมาณสิ่งของ

² Hirshleifer, Jack and David Hirshleifer. *Price theory and applications*, 6th edition. Prentice Hall, 1998.

³ Andreoni J. "Impure altruism and donations to public goods: a theory of warm-glow giving." *The Economics Journal* 100, 1990: 464 – 477.

บริจาคมวบรวมมีเพียงพอกับผู้รับบริจาคหรือไม่ ซึ่ง James Andreoni กล่าวว่าแนวคิดแบบนี้อาจจะไม่สามารถอธิบายพฤติกรรมการบริจาคของบุคคลได้ เพราะแม้ว่าสิ่งของบริจาคทั้งหมดจะเพียงพอต่อความต้องการอยู่แล้ว บุคคลก็ยังคงมีความต้องการบริจาคสิ่งของของตัวเองอยู่ดี James Andreoni จึงได้พิสูจน์ให้เห็นว่าในความเป็นจริงแล้วแรงจูงใจในการบริจาคมีลักษณะเป็นแบบ Impure altruism คือ ผู้บริจาคจะได้รับความพึงพอใจเพิ่มสูงขึ้นจากการบริจาคเมื่อปริมาณสิ่งของบริจาคมวบรวมเพิ่มสูงขึ้น และขณะเดียวกันผู้บริจาคก็จะได้รับความพึงพอใจเพิ่มสูงขึ้นจากการบริจาคเมื่อปริมาณสิ่งของบริจาคเฉพาะของตนเองเพิ่มสูงขึ้นด้วย ดังนั้น แม้ว่าจะเกิดการหักล้างกันระหว่างสิ่งของบริจาคของผู้หนึ่งกับอีกผู้หนึ่งแต่ก็เป็นการหักล้างกันที่ไม่สมบูรณ์ ผู้บริจาคยังคงต้องการบริจาคสิ่งของของตัวเองเพราะระดับการบริจาคเฉพาะบุคคลจะสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริจาคโดยตรง ในรูปของความภาคภูมิใจ ความสุขใจ ความรู้สึกยินดีที่ได้ให้ หรือก็คือ “แม้ว่าของบริจาคจะมีเพียงพอต่อความต้องการอยู่แล้ว เราจะรู้สึกเป็นสุขมากขึ้น ถ้าเราได้มีส่วนร่วมในการบริจาคเพื่อช่วยเหลือผู้อื่น”

จะเห็นว่าเหตุผลสำคัญของการบริจาคเกิดขึ้นมาจากค่านิยมของคนในสังคม トラบิตที่คนในสังคมเห็นว่าการอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มสามารถทำให้เกิดผลประโยชน์ร่วมกันในสังคม อรรถประโยชน์ของบุคคลในสังคมก็จะมีลักษณะเป็นแบบพึ่งพาซึ่งกันและกัน (interdependence of utility) โดยมีการให้ความสำคัญกับการกระทำที่เห็นแก่ผลประโยชน์ของผู้อื่นเป็นที่ตั้ง ทั้งในแง่ของการให้ที่ไม่หวังผลตอบแทน และการให้ที่หวังผลตอบแทน การกระทำเหล่านี้แม้ว่าจะจะเป็นลักษณะที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติของการอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มของมนุษย์ ทั้งในระดับครอบครัว ชุมชน แต่การปลูกจิตสำนึกให้คนในสังคมมีระดับของความเห็นอกเห็นใจและ เอื้อเฟื้อเกื้อกูลต่อกันมากขึ้น ก็ย่อมเป็นแนวทางหนึ่งของการเสริมสร้างความสุขมวลรวมของสังคมให้มากยิ่งขึ้น