

اقتصاد رفتاری

پاشگاه مشتریان، هنجار اجتماعی دوسر سودا

همه ما از تعاملات اجتماعی لذت می‌بریم. کارمندانی که در سازمان‌هایی مسئولند به‌همان‌جهارهای اجتماعی پایبندند، که ارزشش را از یک کوشش بی‌جان و ساده‌زنده‌تر هز نه جانشان دستمزدها می‌گیرند، این جایگاه اجتماعی آن‌ها شغل است که باعث می‌شود در برخی مواقع حتی جان خود را به‌خطر بیندازند. دانش آموزشی که با به دست آوردن نتیجه‌های خوب، شتوق می‌شوند بیشتر تلاشی می‌کنند. هنجار اجتماعی در روابط فروشنده-خریداری نیز تأثیرگذار است. رانداری‌های پاشگاه مشتریان نمونه‌واضحی از این مسئله می‌باشد. در دنیای هنجارهای رایج، پاشگاه مشتریان این گونه توجیه می‌شود: نام کسب وکارهای را، قاعدتا سازمان‌شان مشتریان نیز دارند. حال با رانداری‌های پاشگاه مشتریان و شما و مشتریان تبدیل به خانواده‌ای می‌شوید. در خانواده هنجارهای باز جایگاهی ندارد. خوب، محصولات کیفیت و با قیمت و با رفتار احترام‌شمارانی که عضو خانواده هستند می‌گذارید، در نقطه مقابل وفاداری دریافت می‌کنید که مهمترین نکته برای یک کسب و کار است. به‌ماطور که تحقیقات نشان می‌دهد، حفظ مشتریان وفادار به یک براند برای سودآورتر از مشتریان جدید است. پس رعایت هنجارهای اجتماعی برای حفظ مشتریان سازمان‌تان می‌تواند منجر بزیگی از سود را برایتان فراهم آورد.

یکی دیگر از مکان‌هایی که جدیداً گرایش زیادی به سمت
هنجارهای اجتماعی پیدا کرده است، روابط داخل سازمان‌ها
است. در سال‌های اخیر، کارمندان با یکدیگر - در سال‌های
گذشته، در تمامی سازمان‌ها روابط رسمی - کارمندی برقرار
کردند. به این معنا بود که یک نفر تصمیم می‌گیرد دیگران بر حسب
حضور در شرکت، سازمان‌ها برای کار می‌کنند حقوق
دریافت می‌کنند. امروزه اما مدیران سازمان‌ها می‌خواهند
قبل از خواب، در هنگام تفریح و تفریح بیشتر تأثیر یک به یک
کنیم. سازمان‌ها به ما می‌گویند که ما قسمتی از گروه هستیم، ما
برابر با اتفاقات خودمان را مسئول می‌دانیم و این یعنی هنجار
اجتماعی ما هم مثل کارکنان سازمان‌ها تغییراتی داشته
است. انجام کار مهم محل کار کنند و وظایف خانوادگی
خود برای این کار بزنند. اگر از آنان خواسته شود که برای حضور
در جلسه با مدیران تماس فوری برقرار شود و این در
صورت نیاز باید چیزی متناسب برای آن‌ها عرضه شود. آن‌ها
چیزی شبیه به حالت هنگام ناخوشی با امکان مغلطه و قوتی
بازار تهدید به بیکار شدن آنان می‌کند. اگر این مسائل را رعایت
نمایند و در هر چیزی سازمانی را برعهده دارند بیکر می‌گویم.
مشابهاً ارزش نیز شاخص کاری را از هسیتد، یعنی وفاداری
کارمندان به سازمان و تلاش برای دستیابی به اهداف سازمان

برای درک بهتر این مسئله، توجهتان را به مثالی دیگر جلب می‌کنم که در ایدگاه دیگری به این قضیه نگاه می‌کند. فرض کنید برای یک مهمانی فصل، به صرف شام به خانه مادر همسران دعوت شده‌اید. علت برگزاری این مهمانی یاگشا

مگر چه اتفاقی افتاده؟ چرا پیشنهاد پول، مهمانی را بر هم می‌زند؟ پاسخ این سوال را در دنیای جذاب اقتصاد رفتاری پیدا کرده‌ایم. جواب این است که ما هم‌زمان در دو دنیا زندگی می‌کنیم. یکی آن دنیا همان بازی‌های اجتماعی برپاست و دیگری که در آن हजारهای بازار حکم می‌راند. हजारهای اجتماعی در بر گیرنده در خواست‌های دوستانه‌ای است که افراد از یکدیگر می‌کنند و در سرش اجتماعی ما نیز با به اجرام است. اجتماع نهفته است، معمولاً آن‌ها صمیمانه و مبهم هستند. نیازی به بازپرداخت آنی و دو ندار. ممکن است شما به همسایه‌تان برای جایی اثاثه کمک کرده باشید، و او این به آن مفهوم نیست. او هم فوراً سرانجام بیاید و اثاثه شما را اجابه جا کند. این مثل باز کردن در برای یک نفر است: این کار به نفع خود می‌شود. ولی دنیای دوم که قلمرو هزارهای بازار است، تفاوت بسیاری دارد. هیچ چیز صمیمانه و مبهمی در آنجا نیست. مبادلات سرخند. دستمزد، قیمت، اجاره بها، نرخ بهره و قرار داد همه هزینه‌های واقعی است. و این گونه روابط بازار از هم‌سایه‌ها و دوستانه‌ها جدا نیستند. در واقع هنگامی که قلمرو هزارهای بازار هستید، آنجاست که با بابت آن پول بدید.

CMYK