

giúp di chuyển một vật gì đó, hoặc trông con cho chúng ta trong vài giờ đồng hồ, hoặc nhận thư khi chúng ta có việc ra khỏi thành phố. Đây là cách tốt nhất để khuyến khích mọi người giúp đỡ nhau? Liệu tiền có giải quyết được không? Bao nhiêu thì đủ? Hay không gì cả?

Đây là câu trả lời. Nhờ một người bạn chuyển giúp một món đồ công kênh hay một vài chiếc hộp thì được. Nhưng yêu cầu người bạn đó chuyển giúp rất nhiều hộp và đồ đạc thì không – đặc biệt là nếu người bạn đó làm cùng với những người chuyên chuyển đồ (những người được trả tiền để chuyển đồ). Trong trường hợp này, bạn của bạn có thể cảm thấy mình đang bị lợi dụng. Tương tự, nhờ người hàng xóm (người này là luật sư) cất thư giúp khi bạn đi nghỉ thì được. Nhưng yêu cầu anh ta dành thời gian chuẩn bị cho bạn một bản hợp đồng thuê nhà – miễn phí – thì không.

Cán cân mong manh giữa các quy chuẩn xã hội và quy chuẩn thị trường cũng thể hiện rõ trong lĩnh vực kinh doanh. Trong một vài thập kỷ qua, các công ty vẫn cố gắng tiếp thị hình ảnh của mình là những người bạn đồng hành xã hội – tức là, họ muốn chúng ta nghĩ rằng họ và chúng ta là gia đình, hoặc ít nhất là bạn bè đi trên cùng một con đường.

Dù ai là người khởi xướng phong trào đối xử với khách hàng bằng các quy chuẩn xã hội thì đó vẫn là một ý tưởng tuyệt vời. Nếu khách hàng và công ty là gia đình thì công ty sẽ nhận được khá nhiều lợi ích. Sự trung thành phải là yếu tố đầu tiên. Các vi phạm nhỏ như: tăng giá và áp đặt