



معمای قیمت گذاری

ریچارد مکنزی



ترجمه:

دکتر محسن نظری

دانشیار دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

نازنین حکیمی‌فر

دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی دانشگاه الزهرا



انتشارات نگاه دانش

سرشناسه	مکنزی، ریچارد بی.، ۱۹۴۲ - م. McKenzie, Richard B
عنوان و نام پدیدآور	معمای قیمت گذاری / مولف ریچارد مکنزی؛ ترجمه محسن نظری. نازنین حکیمی فر.
مشخصات نشر	تهران: نگاه دانش، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	۳۳۶ ص.
فروست	مجموعه مدیریت قیمت: ۹.
شابک	۹۷۸-۹۶۴-۱۵۷-۴۲۵-۵
وضعیت فهرست نویسی	فیا
یادداشت	Why popcorn costs so much at the movies: and other pricing puzzles, c2008. عنوان اصلی:
موضوع	قیمت ها -- ایالات متحده
موضوع	Pricing - - United States
موضوع	قیمت گذاری -- ایالات متحده
موضوع	Pricing - - United States
موضوع	ارزش
موضوع	Value
موضوع	هزینه و سطح زندگی -- ایالات متحده
موضوع	Cost and standard of living - - United States
موضوع	متحد -- اوضاع اقتصادی -- ۲۰۰۱ - ۲۰۰۹ م.
موضوع	United States -- Economic conditions -- 2001-2009
شناسه افزوده	نظری، محسن، مترجم
شناسه افزوده	حکیمی فر، نازنین، ترجم
شناسه افزوده	Hakimifarnazan
رده بندی کنگره	HF ۳۳۵
رده بندی دیویی	۳۳۸/۵۲۰۹۷۳
شماره کتابشناسی ملی	۵۹۱۵۴۹۲

خرید اینترنتی کتاب ها - نگاه دانش

www.negahadanesh.com



اخبار کتاب های نگاه دانش

Telegram.me/negahadanesh

انتشارات نگاه دانش

نام کتاب	معمای قیمت گذاری
مؤلف	ریچارد مکنزی
مترجمان	دکتر محسن نظری - نازنین حکیمی فر
ویراستار علمی	نکیسا رضایی
ناشر	انتشارات نگاه دانش
حروف نگاری، صفحه آرایی	راحله سادات عطانی
طراح جلد	نگاه دانش
نوبت چاپ	اول - ۱۳۹۸
قیمت	۵۵,۰۰۰ تومان
تیراژ	۵۰ نسخه
لیتوگرافی / چاپ و صحافی	باختر - رسام - چاوش
شابک	۹۷۸-۹۶۴-۱۵۷-۴۲۵-۵

توجه: کلیه ی حقوق این اثر برای ناشر محفوظ است و هیچ کس حقیقی و حقوقی حق چاپ و برداشت تمام یا قسمتی از اثر را به صورت چاپ، فتوکپی، جزو، و حتی دست نویس ندارد و متخلفین به موجب بند ۵ از ماده ۲ قانون حمایت از ناشرین تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.

انتشارات نگاه دانش: انقلاب - ف ۱۷ فروردین - ساغتمان ناشران پلاک ۷۷۱ - طبقه ۲ - واحد ۴

تلفن: ۶۶۹۵۴۸۹۲ تلفکس: ۶۶۴۸۶۱۵۴

مقدمه مترجمین

همیشه از کسانی که با رشته علمی خود، زندگی نیز می‌کنند لذت برده‌ایم و به مباحث ارائه شده توسط آن‌ها بیشتر علاقمند شده‌ایم. کسانی که مباحث علمی رشته تحصیلی و شغلی آنان در رگ و ریشه آن‌ها هم جاری و ساری بوده است و دانش را نه فقط در مغز خود بلکه در قلب خود نیز نگهداری و پرورش می‌دهند. همانند اساتید و دانشجویان و محققان محیط زیست که مباحث زیست محیطی نه فقط شغل و رشته تحصیلی آنها است بلکه با زندگی شخصی و خصوصی ایشان هم عجین و جزئی از سبک زندگی و رفتار آن‌ها می‌باشد.

ریچارد مکنزی^۱ استاد مدرسه کسب و کار دانشگاه کالیفرنیا ایروین^۲ و نویسنده کتاب معماهای قیمت‌گذاری از این نوع می‌باشد. او با دانش اقتصاد و قیمت‌گذاری خود ساده نگاه نکرده، آن‌ها را به فرمول‌ها و نمودارها محدود ننموده و عمیق‌ترین تحلیل‌ها را از وقایع و پدیده‌های روزمره زندگی بر مبنای دانش نظری خود ارائه نموده است. امیدوارم بعد از خواندن کتاب با ما هم عقیده شوید. انسان‌ها معمولاً علاقمند هستند که وقایع و رخداد‌های اطراف خود را ساده بررسی نمایند. بر اساس کلیشه‌ها و باورهای موجود آنها را تحلیل و انرژی ذهن خود را ذخیره نمایند. ولی مکنزی به ورای اتفاق افتاده و تحولاتی که در حال حاضر وجود و عامه‌پسند را به چالش کشیده و تحلیل‌هایی مبتنی بر عمق دانش نظری خود ارائه می‌نماید. رویی از پدیده این کار برآمده است و بر لبان خواننده پس از خواندن آن‌ها لیخند رضایت می‌نشانند.

گری استانیلی بگر^۳ اقتصاد دان برنده جایزه نوبل، نویسنده کتاب اقتصاد زندگی^۴ نیز اقتصاد را به مرزهایی فراتر از تجارت و پول گسترش داد و موضوعات اجتماعی مثل آموزش، ازدواج، خانواده، حقوق و ... را با منطق اقتصادی تحلیل نمود و شایسته جایزه نوبل گردید.

کتاب حاضر مباحث روزمره زندگی ما را تحلیل می‌نماید و قدرت قیمت‌گذاری را در شکل‌دهی رفتارهای ما نشان می‌دهد. در این کتاب به نیروهای پنهانی که به تصمیم‌گیری ما تسلط می‌دهند اشاره می‌شود و بسیاری از باورهای ما را به چالش می‌کشد. ارائه نگاه و بینشی متفاوت از آنچه در تحلیل مباحث قیمت‌گذاری دارند و رمز گشایی از پیچیدگی‌های قیمت، رسالت این کتاب است. اطمینان داریم که شما نیز با خواندن این کتاب مباحثی مثل: گرانی چاپگرها و ارزانی کارتریج، رند نبودن قیمت‌ها، تشکیل صف در فروشگاه‌ها و قروشگاه‌ها، تفاوت دستمزد زنان با مردان، مجانی بودن بعضی خدمات گوگل و ... را از زاویه‌ای دیگر تحلیل خواهید نمود.

پیام‌های اصلی کتاب که آن‌ها را با مثال‌های متعدد بیان نموده است عبارتند از:

- نمی‌توانید مکانیسم و نیروی بازار را فریب دهید.
- در تصمیم‌گیرها، احساساتی عمل نکنیم. دوستی خاله خرسه جوابگو نیست احساساتی عمل کردن در نهایت به ضرر همه می‌شود حتی کسانی که دوستانشان داریم.
- در سیاست‌گذاری به چیزی بیش از نیت خوب برای رفاه مردم نیاز داریم.

1. Richard McKenzie

2. School of Business at the University of California, Irvine

3. Gary Stanley Becker

4. The Economics of Life

- به پیامدهای ناخواسته قیمت‌گذاری و سیاست‌گذاری توجه نمایید. نیت خوب افراد را دچار وسوسه و گمراهی می‌نماید.
- به اثرات متقابل قیمت‌ها توجه نمایید.
- سیستم بازار به شدت به قیمت‌ها وابسته است و قیمت‌ها دریایی از اطلاعات را با خود دارند و علامت‌دهی می‌کنند. دست‌کاری قیمت‌ها باید به دقت انجام گیرد.
- اقتصاد علم‌انگیزه‌ها می‌باشد. حتی مسائل اخلاقی را باید بر مبنای انگیزه‌ها استوار نمود.
- قیمت نقش اساسی در سبک زندگی و رفتارهای ما دارد. معماری خانه‌ها، الگوی مصرف آب و برق و گاز، حفاظت از محیط‌زیست و ... از مکانیسم قیمت‌ها تأثیر می‌پذیرد. در این کتاب قدرت پنهان قیمت‌گذاری نمایان شده است.

مکنزی در این کتاب تلاش نموده است درس‌های مهم قیمت‌گذاری و اقتصاد را از طریق آشکارسازی معماها نشان دهد و بر عکس شهرت ده بار کا رازهایشان را آشکار نمی‌سازند او از رازها و رمزهای بسیاری مباحث که در صحبت‌های روزمره و رسانه و مردم دارد رمز گشایی می‌نماید. (چرا بعضی از کالاها مجانی ارائه می‌شوند؟ رمز ختم شدن قیمت‌ها به عدد ۹ چیست؟ بر تفاوت کالاهای نو با دست دوم خیلی زیاد است؟ و ...) شما در این کتاب تفاوت علوم فنی با اجتماعی و انسانی را درک می‌نمایید. مهندسان با چوب و آهن و ... سر و کار دارند و پژوهشگران علوم اجتماعی انسان با انسان. اگر آتش را زیر چوب بگیرید، چوب حرکت نمی‌کند و می‌ایستد تا بسوزد ولی هر قانونی که نوشته و اجرا می‌شود انسان به آن واکنش نشان می‌دهد و رفتارش را تغییر می‌دهد. در علوم فنی با اندازه‌گیری و سنجش سروکار داریم. در علوم اجتماعی و انسانی با درک و فهم عمیق رفتار انسان‌ها، مکنزی این قاعده تغییر رفتار و قاعده پیامدهای ناخواسته را بخوبی تشریح می‌نماید و شما ضرورت تحلیل‌های عمیق و فهمی فراتر از اندازه‌گیری و تحلیل‌های کمی در مباحث انسانی و اجتماعی در مقایسه با علوم فنی و مهندسی را بخوبی حس می‌نمایید.

اطمینان داریم که شما نیز همچون مترجمین از خواندن رازها و معماهای قیمت‌گذاری لذت خواهید برد. هر چند طبق ضرب‌المثل «معما چون حل شود آسان شود». به دانش جدیدی دست می‌یابید و خواهید نمود که در تحلیل‌های کسب و کارتان به کمک شما خواهد آمد، ولی فراتر از این دانش آنچه مهم است تغییر در نحوه نگاه و تحلیل پدیده‌های اقتصادی و بخصوص قیمت‌گذاری اطراف شما می‌باشد.

محسن نظری دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

نازنین حکیمی فر دانشکده مدیریت دانشگاه الزهرا

فهرست مطالب

فصل اول: قیمت و قانون پیامدهای ناخواسته

۲۳	اقتصاد ترکیبی: اقتصاد Hov-Lane، سبک کالیفرنیا
۲۸	امنیت سفر هوایی برای نوزادان و خردسالان
۳۴	بحران آب در کالیفرنای جنوبی
۳۷	یارانه‌های اتانول و گرسنگی جهانی
۴۰	بحران برق در کالیفرنیا
۴۳	نظرات پایانی

فصل دوم: قیمت‌گذاری لیموها، چشم‌اندازها و خانه‌های دانشگاه

۴۶	قیمت‌گذاری لیمو (کالاهای در دست دوم)
۵۰	چگونه قیمت‌ها متناسب با مزایای درآمدهای تعلیم می‌شوند
۵۱	دارایی درون و بیرون مناطق سیلانی
۵۶	مسکن‌های دارای چشم‌انداز و بدون چشم‌انداز
۵۷	خانه‌های تحت مالکیت و اجاره‌های
۵۸	چرا بازنشستگی مصرف غذای بازنشستگان را مهار نمی‌کند
۶۱	قیمت‌گذاری نادرست دانشگاه
۶۱	یارانه‌های مسکن دانشجوی
۶۶	یارانه‌های تأمین مسکن اساتید
۷۵	نظرات پایانی

فصل سوم: چرا حراج

۷۸	نظریه تبعیض قیمت
۷۸	شرایط ضروری برای تبعیض قیمت
۷۹	تبعیض قیمت در میان خریداران
۸۳	تبعیض قیمت بر اساس تعداد واحدهایی که خریداری شده‌اند
۸۵	بخش‌بندی بازار
۸۹	تبعیض قیمتی کتاب درسی
۹۳	منطق حراج پس از کریسمس
۹۷	حراج‌ها و اقتصاد اطلاعات
۹۹	نظرات پایانی

فصل چهارم: چرا قیمت ذرت بوده در سینماها تا این حد بالاست؟

۱۰۳	قیمت‌های متمایز بلیت سینما
۱۰۳	دلایل برای تمایز قیمت بزرگسال - کودک

۱۰۶		قیمت‌گذاری حداکثر حجم خرید (وج بلر)
۱۰۷		فروش امتیازات ویژه
۱۰۷		قیمت‌های یکسان برای ذرت بوداده
۱۰۸		قیمت بالای ذرت بوداده سینما
۱۱۱		نظریه نادرست به دام انداختن قیمت‌های بیش از حد ذرت بوداده
۱۱۲		محدودیت‌های قیمت‌گذاری برای انحصارطلبان
۱۱۳		سینماها به عنوان سبد تجربه
۱۱۶		قرار داد نمایش فیلم
۱۱۸		دادگاه عالی و قیمت بالای ذرت بوداده سینما
۱۱۹		هزینه ذرت بوداده سینما - در حاشیه!
۱۲۲		نظرات پایانی

فصل پنجم: چرا این همه کوین؟

۱۲۸		کوین‌ها و تبعیض قیمت
۱۳۰		کوین‌ها و قیمت‌گذاری حداکثر بار
۱۳۱		شواهد برای ارائه کوین
۱۳۲		تبانی کوین
۱۳۳		اقتصاد اطلاعات و کوین‌ها
۱۳۷		نظرات پایانی

فصل ششم: ارزش کالا را یگانا هستند؟

۱۴۱		سود حاصل از قیمت‌های صفر
۱۴۵		ماهیت محصولات و استراتژی‌های قیمت‌گذاری
۱۴۶		قیمت‌گذاری کالاهای تجربی
۱۵۴		قیمت‌گذاری کالاهای شبکه‌ای
۱۵۸		اثرات شبکه و پرونده آنتی‌تراست مایکروسافت
۱۶۱		سرقت ادبی بهینه
۱۶۵		قیمت‌گذاری کالاهای اعتیادآور
۱۶۷		اعتیاد منطقی
۱۶۹		نظرات پایانی

فصل هفتم: چاپگرهای رایگان و کارتریج‌های گران

۱۷۴		هزینه‌های نسبی تولید و به دام افتادن خریدار
۱۷۶		استفاده‌کنندگان چاپگر حجم زیاد و کم
۱۷۶		رابطه هزینه‌های جستجو
۱۷۸		تفاوت‌ها در نرخ تنزیل
۱۸۱		بازی با معامله‌های چاپگر / کارتریج و راه‌حل‌های فنی و قراردادی
۱۸۳		شواهد برای قیمت‌های نسبی چاپگرها و کارتریج‌های جوهریشان
۱۸۶		نظرات پایانی

فصل هشتم: چرا قیمت بلیت سینما یکسان است؟

۱۹۱	تفاوت قیمت برای گروه‌های مختلف مردم
۱۹۳	معمای قیمت‌های بلیت یکسان در سینماها
۱۹۷	تغییر گذشته قیمت
۱۹۹	چرا قیمت‌های بلیت یکسان
۲۰۷	انتشار دیویدی
۲۰۸	نظرات پایانی

فصل نهم: چرا بسیاری از قیمت‌ها به عدد ۹ ختم می‌شوند؟

۲۱۴	قیمت‌های درست زیر عدد زوج به عنوان آثار تاریخی
۲۱۶	قیمت‌گذاری فرد و اقتصاد اطلاعات
۲۱۸	قواعد تصمیم‌گیری خریداران
۲۱۸	بی‌اطلاعی منطقی و قیمت
۲۲۰	قواعد تصمیم‌گیری خریداران و منطق قیمتی که به ۹ ختم می‌شوند
۲۲۲	قیمت‌گذاری روانشناختی
۲۲۶	قیمت‌ها به عنوان کد
۲۲۶	نظرات پایانی

فصل دهم: دلایل اختصاصی بازپرداخت‌های تولیدکنندگان

۲۳۰	ماهیت بازپرداخت
۲۳۳	دلایل برای بازپرداخت
۲۳۴	بازپرداخت‌ها و تقاضای محصول
۲۳۴	بررسی مشکلات بازپرداخت
۲۳۵	بازپرداخت بهینه
۲۳۶	شهرت شرکت
۲۳۹	اقتصاد بریکج
۲۳۹	محاسبه هزینه / فایده
۲۴۰	بازپرداخت‌ها و تبعیض قیمت
۲۴۱	نظرات پایانی

فصل یازدهم: روانشناسی و زیست‌شناسی تکاملی بازپرداخت‌های تولیدکنندگان

۲۴۳	وزن‌دهی ذهنی هزینه‌ها و مزایا
۲۴۷	اثر مالکیت خریدهای دارای بازپرداخت
۲۴۹	برجستگی و تعلل
۲۵۲	توضیحات برای تصمیم‌گیری مشاهده شده افراد
۲۵۳	محدودیت‌های مغز
۲۵۵	مبانی تکاملی بریکج بازپرداخت
۲۶۱	نظرات پایانی

فصل دوازدهم: پرسش‌ها درباره صف‌ها

۲۶۵	صف‌ها به عنوان معمای قیمت‌گذاری
۲۶۷	راه‌حل‌های ساده برای صف‌ها
۲۶۷	زمان تنظیم قیمت بازار
۲۶۸	انصاف در قیمت‌ها
۲۶۹	تنوع در تقاضا
۲۷۱	موجودی مشتریان
۲۷۲	صفوف به عنوان مکانیزم‌های سهمیه‌بندی حداکثرسازی سود
۲۷۲	منطق اقتصادی صف‌ها
۲۷۳	علم اقتصاد برای صف با
۲۷۴	صف‌های بهینه
۲۷۶	بلیت‌های گران
۲۸۰	کمبودهای تدبیر شده و وفاداری
۲۸۳	اثر دستمای (زنجیرهای) و صف‌ها
۲۸۹	صف واحد در برابر صف‌های چند
۲۹۱	آخرین نفر / اولین گیرنده خدمت، راه‌اندازی برای طول مدت
۲۹۴	نظرات پایانی

فصل سیزدهم: چرا مردان به طور متوسط زنان دریافته بیشتری دارند و همیشه نیز چنین خواهد بود

۲۹۸	توضیحات متعارف برای تفاوت‌های پرداخت به دلیل جنسیت
۳۰۱	چارچوب مفهومی متفاوت
۳۰۲	رفتار مخاطره‌آمیز
۳۰۳	پیوند بین بازارهای نیروی کار و جفت‌گیری
۳۰۴	شواهدی از زیست‌شناسی رفتاری و روانشناسی تکاملی
۳۰۷	شواهدی از اقتصاد تجربی
۳۰۹	شواهد اقتصادیستجی
۳۱۱	توضیح کم شدن شکاف پرداخت
۳۱۳	شکاف دستمزد زن / مرد: پیوند قوی با فرهنگ؟
۳۱۴	ارزیابی خلاصه
۳۱۶	نتایج پایانی
۳۱۷	کتاب‌شناسی