

زندگی درونی بازارها

افراد چگونه بازارها و بازارها چگونه افراد را شکل می دهند

ریموند فیسمن و تیم سالیوان

www.ketab.ir

مترجمان:

محمد رضا و امید رضا فرهادی پور

سرشناسه	فیسمن، ریموند Fisman, Raymond :
عنوان و نام پدیدآور	زندگی درونی بازارها: افراد چگونه بازارها و بازارها چگونه افراد را شکل می دهند/ ریموند فیسمن و تیم سالیوان؛ مترجمان محمدرضا و امیدرضا فرهادی-پور؛ کاری از اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، مرکز پژوهش ها؛ مقدمه غلامحسین شافعی.
مشخصات نشر	تهران: کیمیا اثر، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	۲۸۸ ص.
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۵۵۷۵-۴۴-۶
وضعیت فهرست نویسی	فیبا :
یادداشت	عنوان اصلی: The inner lives of markets: how people shape them--and they shape us. [2016].
یادداشت	کتابنامه به صورت زیرنویس.
عنوان دیگر	افراد چگونه بازارها و بازارها چگونه افراد را شکل می دهند.
موضوع	اقتصاد :
موضوع	Economics :
شناسه افزوده	سالیوان، تیم، ۱۹۷۰-م.
شناسه افزوده	Sullivan, Tim, 1970 :
شناسه افزوده	فرهادی پور، محمدرضا، ۱۳۵۶- مترجم
شناسه افزوده	فرهادی پور، امیدرضا، ۱۳۷۱- مترجم
شناسه افزوده	شافعی، غلامحسین، ۱۳۳۰- مقدمه نویس
شناسه افزوده	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران. مرکز پژوهش ها
رده بندی کنگره	HB1۷۱ :
رده بندی دیویی	۳۸۱ :
شماره کتابشناسی ملی	۷۶۷۱۷۴۱ :
اطلاعات رکورد کتابشناسی	فیبا :

زندگی درونی بازارها

افراد چگونه بازارها و بازارها چگونه افراد را شکل می دهند

نویسنده: ریموند فیسمن و تیم سالیوان

مترجمان: محمدرضا و امیدرضا فرهادی-پور
کاری از: اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، مرکز پژوهش ها
مقدمه: غلامحسین شافعی

مدیر طرح: حسین سلاح ورزی

ناظر: فرناز صفدری

قیمت: ۶۰۰۰۰۰ ریال

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

نوبت چاپ: اول، بهار ۱۴۰۰

انتشارات: کیمیا اثر

چاپ و صحافی: شمشه خوش نگار



اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی ایران
مرکز پژوهش ها

کیمیا اثر

سخن آغازین

بازار و نفوذ آن در عرصه‌های مختلف زندگی از جمله پدیده‌هایی است که ذهن اقتصاددانان و بنگاه‌داران و صاحبان کسب‌وکار را بیش از هر گروه دیگری تحت تأثیر قرار داده است؟ اما کارایی بازار و عملکرد بهینه آن به عوامل و عناصر متعددی بستگی دارد. اقتصاددانان برجسته‌ای وقت و انرژی خود را صرف تحلیل همین عوامل و عناصر و چگونگی کارکرد بازارها کرده‌اند؛ اما بعضاً حرف خود را به چنان زبان فنی اقتصادی بیان کرده‌اند که فهم و خوانش آن حرف‌ها و نوشته‌ها برای خوانندگان غیرمتخصص دشوار و در مواردی حوصله‌سربر است.

ریموند فیسمن و تیم سالیوان در این کتاب دست به اقدامی جالب زده‌اند؛ اول، آنها در قالب یک نظرسنجی از گروهی از اقتصاددانان، تعدادی از اثرگذارترین مقالات اقتصادی مربوط به بازار و طراحی بازار و مباحثات پیرامون آن را تعیین کرده‌اند. پس از آن به تشریح موضوع آن مقاله زبان ساده پرداخته‌اند و مسائل و موضوعات مرتبط با آن را در دنیای واقعی به دقت بررسی کرده‌اند.

از بازار و نفوذش در زندان تا بازار خودروهای دست دوم تا بازار کلیه از اطلاعات نامتقارن و چگونگی تأثیرگذاری بر روابط طرفین معامله تا اقتصاد پلتفرمی. این دو نویسنده با شواهد متعدد و فراوان نشان می‌دهند بازار چگونه در گذر تاریخ کارکردش را بهبود بخشیده و بعضاً چه عوامل منجر به نارسایی در عملکرد بازار و شکستش شده‌اند. برای این این منظور هم مثال‌های متعددی از تاریخ قدیم و جدید کسب‌وکارها ارائه

می‌کنند که خوانش کتاب را برای خواننده بسیار جذاب می‌کند. نویسندگان به طراحی مزایده و تحولات آن در گذر زمان می‌پردازند و در عین حال نشان می‌دهند چرا مزایده‌ها و مسائل مربوط به آنها اینقدر اهمیت دارد. نوبل اقتصاد ۲۰۲۰ به دو اقتصاددانی داده شد که در زمینه طراحی مزایده کار کرده بودند. این کتاب به شکلی بسیار خواندنی اهمیت کار این دو نفر را تشریح می‌کند. همچنین، کتاب نشان می‌دهد چطور صاحبان کسب‌وکارهای جدید پلتفرمی مثل آمازون و گوگل از نظرات و آراء اقتصاددانان در این حوزه استفاده می‌کنند تا کسب‌وکار خویش را بهبود ببخشند.

کتاب در همین مسیر به عللی هم اشاره می‌کند که نمی‌گذارند بازار به کاراترین شکل ممکن کار کنند؛ همین‌طور نشان می‌دهد اقتصاددانان چطور به طراحی بازار مواردی مانند کلیه - که خرید و فروش آن بر خلاف ایران - در عموم کشورهای جهان ممنوع است، کمک کرده‌اند.

کتاب حاضر بخش مهندسی و لوله‌کشی علم اقتصاد که به زندگی بازار و نحوه عملکرد انسان در بازار مرتبط است را مورد مذاقه قرار می‌دهد و از رهگذر این بررسی نشان می‌دهد بازار در چه مواردی کارا عمل می‌کند. خواندن این کتاب برای همه فعالان بازار و صاحبان کسب‌وکارهای بازاری و سیاست‌گذارانی که به هر نحو سیاست‌شان بر بازار اثر می‌گذارد و اقتصاددانان علاقه‌مند به بازار جالب و جذاب است.

غلامحسین شافعی

رییس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران

فهرست مطالب

پیشگفتار.....	۱۱
سیاسگزاری.....	۱۵
درباره نویسندگان.....	۱۷
مقدمه.....	۱۹
۱: چرا مردم بازارها را دوست دارند.....	۲۹
۲: خواسته‌های علمی اقتصاددانان و دلیل اهمیت آنها.....	۴۷
۳: چطور یک کالای دست‌دوم بد بازار را به تباهی می‌کشد.....	۷۵
۴: قدرت علامتها در جهانی پر از حرف‌های بی‌ارزش.....	۱۰۹
۵: طراحی یک مزایده برای همه چیز.....	۱۳۶
۶: اقتصاد پلتفرم.....	۱۷۵
۷: بازارهای بدون قیمت.....	۲۱۳
۸: بگذاریم بازارها کارشان را بکنند.....	۲۴۱
۹: بازارها چگونه ما را شکل می‌دهند.....	۲۷۹