

ترجمه و چاپ در ایران، تحت امتیاز
انتشارات وایلی توسط انتشارات آوند دانش

WILEY

اقتصاد مدیریتی

FOR

DUMMIES®

نوشته‌ی رابرت گراهام

برگردان: راوید خانلری



آوند دانش

سرشناسه: گراهام، رابرت. Graham, Robert

عنوان و نام پدیدآور: اقتصاد مدیریتی / For Dummies نوشته‌ی رابرت گراهام؛ برگردان راوید خانلری.

مشخصات نشر: تهران: آوند دانش، ۱۳۹۶.

مشخصات ظاهری: ۴۰۳ ص.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۶۶۸-۵۳-۴

وضعیت فهرست‌نویسی: فیبا

یادداشت: عنوان اصلی: Managerial Economics For Dummies, 2014.

موضوع: اقتصاد مدیریت

موضوع: Managerial Economics

شناسه‌ی افزوده: خانلری، راوید، مترجم

رده‌بندی کنگره: ۱۳۹۶ الف۷/۴۲/۳۰ HD

رده‌بند: دیویی: ۳۳۸/۵۰۲۴۶۵

شماره کتاب‌شناسی ملی: ۵۱۰۲۰۳۶



آوند دانش

اقتصاد مدیریتی

نوشته‌ی رابرت گراهام

برگردان: راوید خانلری

ویراستار: زهرا رشیدی

نمونه‌خوان: لیلا ملکی

طراحی گرافیک: استودیو آوند دانش

صفحه‌آرا: فاطمه افشاری‌پور

تاریخ انتشار: تابستان ۱۳۹۷ - چاپ اول

شمارگان: ۲۰۰۰ جلد

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: چاپ محمد

نشانی ناشر: ابتدای خیابان پاسداران، خیابان گل نبی، خیابان ناطق نوری، بن‌بست طلایی، پلاک ۴

تلفن: ۲۲۸۹۳۹۸۸ - ۲۲۸۷۱۵۲۲

فروشگاه: ضلع جنوبی پارک قطریه، خیابان روشنایی، خیابان شهاب، نبش روشنندان، پلاک ۲۵

تلفن: ۲۲۳۹۵۲۹۳

مرکز بخش: میدان انقلاب، خیابان جمالزاده‌ی شمالی، بعد از چهارراه نصرت، کوچه‌ی دعوتی، شماره‌ی ۱۲

تلفن: ۶۶۵۹۱۹۰۹

صندوق پستی: ۱۹۵۸۵/۶۷۳

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۶۶۸-۵۳-۴

قیمت: ۴۸۵۰۰ تومان

کلیه‌ی حقوق این کتاب نزد ناشر محفوظ است

فهرست مطالب در یک نگاه

مقدمه	۱
بخش ۱: ماهیت اقتصاد مدیریتی	۹
فصل ۱: اقتصاد مدیریتی: مراقبت از کسب و کار	۱۱
فصل ۲: عرضه و تقاضا: داشتن آنچه مصرف کنندگان می خواهند	۲۳
فصل ۳: ریاضات، بهینه سازی و شما	۳۹
بخش ۲: توجه به نقش خود در فرایند تصمیم گیری	۵۵
فصل ۴: به کار بردن قاعده کشش	۵۷
فصل ۵: رفتار مصرف کننده: با آری رای چیزی؟	۷۷
فصل ۶: معجزه ی تولید: بیرون آوردن خرگوش از کلاه	۹۵
فصل ۷: نوآوری و تغییر فناوریانه: آینده همین کنه است	۱۱۳
فصل ۸: هزینه های تولید: جایی که کم نیز زیاده محسوب می شود	۱۲۷
بخش ۳: شناخت رقیبان: ساختارهای بازار و فضای تصمیم گیری	۱۴۵
فصل ۹: تصمیم گیری مقیدانه در فضای رقابت کامل	۱۴۷
فصل ۱۰: انحصار: تصمیم گیری در نبود رقیبان	۱۶۹
فصل ۱۱: انحصار چندقطبی: به تو نیازمندم	۱۹۱
فصل ۱۲: نظریه ی بازی: مایه ی خوشی، گر به بُرد کوشی	۲۱۷
فصل ۱۳: رقابت انحصارگرایانه: حضور رقیب در همه جا	۲۴۱
فصل ۱۴: افزایش درآمد با استفاده از استراتژی های پیشرفته در قیمت گذاری	۲۵۳
بخش ۴: به انتظار شگفتی ها: ریسک و عدم قطعیت	۲۸۳
فصل ۱۵: تحلیل ریسک: قدم زنی میان مه	۲۸۵
فصل ۱۶: بودجه ریزی دارایی های ثابت به قصد آماده شدن برای آینده	۳۱۱
فصل ۱۷: مسائل کارفرما-نماینده و انتخاب ناسازگار: آیا همگان موافق اند؟	۳۲۷
فصل ۱۸: اجرای قواعد، در همه جا: دولت و تصمیم گیری مدیریتی	۳۴۵
بخش ۵: بخش ده تایی ها	۳۶۵
فصل ۱۹: ده مفهوم اساسی	۳۶۷
فصل ۲۰: ده اشتباه مدیریتی و چگونگی اجتناب از آن ها	۳۷۵

مقدمه

اگر با من بود، نام این کتاب را چگونه یک عالمه پول در بیاوریم؟ می گذاشتم. اول اینکه علاقه‌مندی شما به خواندن کتاب بیشتر می‌شد اگر به شما می‌گفتم این کتاب، کمکتان می‌کند به میزان زیادی کسب درآمد کنید. دوم اینکه این عنوان توهین‌کننده‌ی بهتری برای متن کتاب است تا اقتصاد مدیریتی. مگر کسی می‌تواند اقتصاد را مدیریت کند؟!

قصدم این نیست که به شما اقتصاد مدیریتی عنوان بدم. به واقع این چیزی است که اقتصاددانان به این حوزه‌ی موضوعی اطلاق کرده‌اند. اما چنین عنوانی این سؤال را پیش می‌آورد که چه چیز مدیریت می‌شود. جواب کسب‌وکار است و اگر قرار باشد کسب‌وکاری مدیریت شود، باید از این کار افزایش سود تا جای ممکن است.

بعضی از مردم فکر می‌کنند سود چیه بدی است، اما این طور نیست. سود عملکردی هشدارآمیز و حیاتی دارد و تلاش برای کسب هرچه بیشتر آن، به این معناست که شما به این هشدار توجه دارید. اگر سود زیادی کسب می‌کنید، به این معناست که همگان خواهان کالایی هستند که شما تولید می‌کنید. اما باقی مالکان کسب‌وکار این موفقیت را می‌بینند و می‌گویند: «من هم می‌خواهم سود زیادی کسب کنم.» متعاقب آن، کسب‌وکار آن‌ها نیز شروع به تولید همان کالای شما می‌کند و این مشابه آن می‌کند و به ناهنگامی، کالایی که مصرف‌کنندگان خواهان آن‌اند، به وفور در دسترس قرار می‌گیرد. این چیز خوبی است.

به طریق اولی، اگر ضرر می‌کنید، علتش آن است که مصرف‌کنندگان، کالایی را که تولید می‌کنید نمی‌خواهند، دست کم به قیمتی که عرضه می‌شود. بنابراین یا ورشکست می‌شوید یا آن قدر قیمت را پایین می‌آورید تا رضایت مصرف‌کننده جلب شود. این هم چیز خوبی است.

اگر توجهتان به سود باشد، به واقع به دیگران کمک می‌کنید تا آنچه را می‌خواهند به دست آورند. به این نکته فکر کنید: موفقیت شما در گرو آن است که مصرف‌کنندگان محصول شما را بخرند. بنابراین، بر پایه‌ی این مفهوم، اقتصاد مدیریتی به معنای خوشحال کردن مصرف‌کنندگان است و مادام که این کار را انجام دهید، پول یا سود زیادی کسب خواهید کرد. اگر علاقه‌مند به کار نیک برای دیگران و در عین حال ایجاد درآمد برای خود هستید، اقتصاد مدیریتی *For Dummies* کتاب خوبی برای شماست.

درباره‌ی این کتاب

این کتاب را نوشتم تا به واسطه‌ی آن، اقتصاد مدیریتی موضوعی سرگرم‌کننده و ساده‌فهم شود. بر مفاهیم اصلی تمرکز کردم و از مباحث کوچک دوری جستیم (هیچ وقت در بازی سین جیم^۱ خوب نبودم؛ برای همین به شدت از جزئیات پرهیز می‌کنم).

این کتاب را به‌خصوص برای خوانندگانی نوشتم که علاقه‌مند به کشف چگونگی بیشینه‌کردن سودند. بنابراین، تمرکز بر روش‌هایی است که سود کسب‌وکار با استفاده از آن‌ها افزایش می‌یابد. امیدوارم با ارائه‌ی توضیحاتی روشن‌تر درباره‌ی این روش‌ها، توانایی به‌کارگرفتن آن‌ها در شرایط منحصر به کار خود را پیدا کنید.

سأماً برخی از خوانندگان چگونگی بیشینه‌کردن سود را در کلاس اقتصاد مدیریتی بیابند. برای چنین خوانندگانی نمودارها و محاسبات ریاضی را اضافه کرده‌ام تا نشان دهند چگونه مفاهیم اقتصادی با استفاده از ریاضیات بیان می‌شوند. توضیحاتی مرچش^۲ شفاف^۳ که در آن‌ها از تمامی جزئیات موجود در کتاب‌های درسی پرهیز شده است تا با این کار همه‌ی تلاشتان را بر درک مفاهیم اساسی متمرکز کنید.

این کتاب هرچنین کتاب «چگونه... به کار ببریم» برای صاحبان کسب‌وکار محسوب می‌شود. از این کتاب می‌توانید سود برای افزایش سود استفاده کرد. از آنجا که مباحث مطرح‌شده هریک مستقل‌اند، به راحتی می‌توانید به سراغ تکنیک‌های مشخص بروید و ببینید چگونه می‌شود از آن تکنیک‌ها برای کسب پول بیشتر استفاده کرد.

این خصلت مستقل بودن مباحث کتاب باعث می‌شود هر خواننده‌ای جنبه‌ای حیاتی محسوب می‌شود. نیازی نیست که حتماً صد صفحه را از این کتاب بخوانید تا صفحه‌ی صدویکم را متوجه شوید. از تمامی خوانندگان چه دانشجو و چه صاحب کسب‌وکار درخواست می‌شود به هر مبحثی که در کتاب مورد توجهشان است، مستقیماً رجوع کنند.

قواعد رعایت‌شده در این کتاب

در هیئت یک اقتصاددان، عاشق این مثل قدیمی هستم که «یک تصویر به هزار کلمه می‌ارزد». این مثل را به این علت دوست دارم که اقتصاددانان، عاشق استفاده از نمودار برای بیان ایده‌هایشان هستند. در این کتاب تعداد زیادی نمودار و تصویر مشاهده خواهید کرد.

اما اگر یک تصویر به اندازه‌ی هزار کلمه ارزش دارد، یک معادله به اندازه‌ی صد تصویر

۱. سین جیم یا بازی Trivial Pursuit از انواع بازی‌های صفحه‌مقوایی یا تخته‌ای است که در آن شش نفر با پرسش‌کردن و محک‌زدن اطلاعات عمومی‌شان با هم به رقابت می‌پردازند - م.

می‌آورد. بله، حواستان باشد که در این کتاب ریاضیات به کار رفته است. ریاضیات باعث تسهیل در مسائل می‌شود. این جمله را ورد زبان‌تان کنید و هر جایی که می‌روید آن را با خود تکرار کنید: معادلات و حسابان، به‌ویژه زمانی مفید خواهند بود که دو یا سه متغیر وجود دارد که بر هم عمل می‌کنند. با نمودار فقط می‌شود دو متغیر را - یکی روی محور افقی و دیگری روی محور عمودی - نشان داد که چگونه با یکدیگر ارتباط دارند. با ریاضیات و حسابان اما می‌شود ارتباط سه یا تعداد بیشتری از متغیرها را نشان داد. در اصل با ریاضیات می‌شود بر احتمالات نامحدودی نظارت کرد. هنگامی که تلاش معارف به بیشینه‌کردن سود است، خواست بر این خواهد بود که هر تعداد متغیر را که ممکن است، در محاسبات لحاظ کنیم. می‌بینید، ریاضیات باعث تسهیل در مسائل می‌شود.

این را هم می‌دانم که همگان در کار با نمودار و معادله راحت نیستند. از این‌رو، مفاهیم را در این کتاب سه شکل توضیح داده‌ام: گفتاری، نموداری و از طریق معادلات. هر کدام از این روش‌ها که مناسب شما هستند برگزینید. حتی می‌شود یکی از روش‌ها را برای دروس بهتر و دیگری به کار ببرید.

در این کتاب برای نشان دادن هر اژه هنگامی که تعریف می‌شود، از شکل نوشتاری حروف مایل استفاده شده است. تعاریف را با سادگی می‌توان فهمید و هر جا که واژه‌ای آورده شده، تعریف آن را نوسه دانش‌پژگان، بهتر می‌شود روش‌های توضیح داده‌شده در کتاب را فهمید. حتی مهم‌تر از این باید گفت که دانستن واژگان شکیلی از معجزه است. با به‌زبان آوردن این واژگان در ملاقات‌های تجاری می‌شود همگان را مسحور کرد.

دست آخر اینکه مراحل اقدام در مثال‌ها را با حروف درشت آوردیم. این مراحل توالی اقدام‌هایی را که باید برای به‌دست‌آوردن جواب صحیح انجام شود، تعریف می‌کند. اگر لازم است چیزی را برای امتحان حفظ کنید، این‌ها همان‌اند.

آنچه لازم نیست بخوانید

اول اینکه قرار نیست مانیفست حزب کمونیست را بخوانید. کارل مارکس متوجه اهمیت سود در مورد این موضوع که مصرف‌کنندگان چه چیز را می‌خواهند و چه چیز را نمی‌خواهند، نبود. او به‌اشتباه باور داشت که سود را فقط از استثمار می‌شود به دست آورد، نه از معامله‌ی دو سر منفعت. مادام که در هیئت مصرف‌کننده مجاز به انتخابید، سود منعکس‌کننده‌ی ترجیحات شما خواهد بود.

در چشم‌پوشیدن از مطالبی که با عنوان «نکات فنی» آمده‌اند راحت باشید. در برخی از قسمت‌های کتاب، توضیحات یک موضوع را با جزئیات بیشتری آورده و برای این کار

از نماد نکات فنی استفاده کرده‌ام. می‌توان از خواندن این مطالب، بدون آنکه مفهومی بنیادی را از دست داد، چشم پوشید.

دست آخر اینکه داستان‌هایی را در کادرهای خاکستری آورده‌ام تا مفهومی را که در حال توصیفش بوده‌ام، توضیح دهم. از آنجا که این کادرها فقط برای توضیح بیشتر است، از خواندن آن‌ها نیز می‌شود چشم‌پوشی کرد.

تصورات خنده‌دار

یک شب قبل از خواب همسرم پرسید چه می‌خوانم. جواب دادم: *اقتصاد پروانه‌ای*. پرسید راجع به چیست؟ جواب دادم اقتصاد و نظریه‌ی آشوب. پرسید برای چه کلاسی آن را می‌خوانم؟ گفتم نه برای کلاس که برای سرگرمی می‌خوانم. باید به مهم‌ترین فرضیه که هنگام نوشتن این کتاب داشتم، اشاره کنم. فرضم این بوده است که به خلاف من، شما آدمی طبیعی هستید، شبیه به همسرم که می‌خواهد بداند چگونه می‌توان اقتصاد را برای او مفید باشد، همین.

باورم این است که اقتصاد مایه‌ی سرگرمی است و امیدوارم شما نیز آن را چنین ببایید. این کتاب را برای سایر اقتصاددانان نوشته‌ام، این برای شماست. برای کسی نوشته‌ام که به کشف اینکه اقتصاد چگونه به بهبود تصمیم‌گیری‌ها کمک می‌کند، علاقه‌مند است.

همچنین فرضم بر این بوده که خواننده‌ی این کتاب آدم پرمشغله‌ای است. حتماً کارهای زیادی برای انجام‌دادن در روز و کارهای بیشتری نیز دلتان می‌خواهد که انجام دهید. بنابراین، تلاش کرده‌ام تا جایی که ممکن است این کتاب مختصر و مفید باشد. از آنجا که پرمشغله هستید، می‌خواهم مفاهیم این کتاب را سریع و با کمترین تلاش بیاموزید.

احتمالاً برخی از شما درس اقتصاد مدیریتی را گذرانیده‌اید. این کتاب را به گونه‌ای نوشته‌ام که مباحثی را که می‌خواهید، به راحتی انتخاب کنید و بدون آنکه نیاز به خواندن انبوهی از مطالب دیگر داشته باشید، آن را بخوانید. اگر می‌خواهید درباره‌ی نظریه‌ی بازی‌ها بیاموزید، یک‌راست به سراغ فصل ۱۲ بروید. لازم نیست یازده فصل قبلی‌اش را نیز بخوانید.

همچنین، این کتاب را نوشتم چون می‌دانستم برخی از مخاطبان می‌خواهند ریاضی یاد بگیرند، در حالی که برخی دیگر ریاضی را همچون طاعون می‌پندارند. جزو هر کدام از این دو دسته باشید، می‌توانید از این کتاب بهره ببرید. همه‌ی نظریه‌ها را با نمودارها و هر جا که مناسب بوده است با حسابان ارائه کرده‌ام. اگر می‌خواهید از ریاضی رد شوید، راحت باشید.

در آخر آنکه پنداشتم خواستان بر آن است که هنگام یادگیری یک مطلب نیز سرگرم شوید. هرچند اقتصاد را علمی کسالت‌آور می‌شناسند، پول درآوردن را هرچه می‌شود پنداشت به‌جز کسالت‌بار بودن. پس این‌گونه فرض می‌کنم که می‌خواهید از این ایده‌ها در کسب‌وکارتان استفاده کنید. یادتان باشد: اینکه چگونه علم اقتصاد می‌تواند به کسب‌وکار ما کمک کند، لزوماً حوصله‌سرب‌بر نیست.

ترتیب مطالب این کتاب

مباحث کتاب را به پنج بخش تقسیم کرده‌ام. امیدوارم این گروه‌بندی به شما در یافتن ایده‌ها، موردنظران کمک کند. پاراگراف‌های بعدی نشان می‌دهند در هر بخش چه مباحثی را ارائه کرده‌ام.

بخش اول: اهمیت اقتصاد مدیریتی

به نظرم اقتصاد مدیریتی نمایش معروف برادوی، چگونه در کسب‌وکار بدون آنکه تلاشی جدی کنیم موفقی نسیم، به نوعی ارتباط دارد. هدف از اقتصاد مدیریتی یافتن ایده در چگونگی افزایش سود در کسب‌وکار است. این یعنی موفقیت. در بخش اول جنبه‌های بنیادی اقتصاد مدیریتی را معرفی کردم. نظریه‌ی بنیادی تعیین عرضه و تقاضا در این بخش مطرح می‌شود. اثر استفاده از ریاضیات در تصمیم‌گیری‌های مدیریتی علاقه دارید، این بخش نگاهی اجمالی به ریاضیات نیز دارد. اما به خاطر داشته باشید که هر نظریه‌ی اقتصادی را می‌شود به دانش ریاضیات خواند و فهمید؛ بنابراین مرور بر ریاضیات، فصلی است که به‌راستی می‌تواند از آن چشم‌پوشی کرد.

بخش دوم: توجه به نقش خود در فرایند تصمیم‌گیری

گلایه‌ای هست بدین مضمون که «تو طرف کی هستی؟» همان‌گونه که از این سلاویه برمی‌آید، بسیار مهم است که مشخص کنیم کدام طرفیم. این بخش مصرف‌کننده را از تولیدکننده جدا می‌کند تا نقش هریک در بازار مشخص شود.

این بخش با بررسی موشکافانه‌ی رابطه‌ی بین قیمت و تعداد موردتقاضا آغاز می‌شود. اینکه چرا مصرف‌کنندگان راغب به خرید بیشتر با قیمت کمترند و دیگر اینکه رابطه‌ی بین قیمت و تعداد تقاضا چگونه بر تصمیم‌های مدیریتی دلالت می‌کند به‌همراه این مطلب که چگونه صاحبان کسب‌وکار می‌توانند در این رابطه تأثیر بگذارند، بررسی می‌شود.

در طرف دیگر بازار، تولیدکنندگان خواهان قیمت‌های بالا هستند. بر اثر این واقعیت،

رابطه‌ی بین نهاده‌ها و ستانده‌ها و همچنین هزینه‌های تولید و عرضه آشکار می‌شود. از آنجا که نوآوری بر این رابطه‌ها اثر می‌گذارد، موضوع توسعه‌ی فناوری‌های جدید نیز بررسی می‌شود.

بخش سوم: شناخت رقیبان: ساختارهای بازار و فضای تصمیم‌گیری

شاید هیچ‌چیز به اندازه‌ی هوشیاری موقعیتی، در تصمیم‌گیری تجاری اهمیت نداشته باشد. وقتی که تلاش، معطوف به فروش محصول به مصرف‌کنندگان است، آنچه اهمیت دارد شناخت رقیبان است.

تعداد رقیبان بر توانایی بنگاه در تعیین قیمت اثر می‌گذارد. در این بخش تمرکز بر این است که چگونه در موقعیت‌های مختلف، از رقابت کامل (زمانی که تعداد رقیبان بسیار است) گرفته تا انحصارگری (هیچ رقیبی وجود ندارد) قیمت باید تعیین شود. افزون بر این، در مورد استراتژی‌های پیشرفته‌ی تعیین قیمت همچون *فرق‌گذاری* در قیمت‌های مختلف برای کالایی یکسان) و *بسته‌سازی* (وضع قیمت واحد برای مجموعه‌ای از کالاها) بحث خواهد شد.

بخش چهارم: به افکار شگفتی‌ها: ریسک و عدم قطعیت

پسرم، نیکلاس، من را با عبارتی فوق‌العاده به نام *زنبیل منعطف*^۱ آشنا کرد. زنبیل منعطف به کسی می‌گویند که تا حدی که بتواند، *موریتش* را در هر شرایطی اجرا کند، منعطف باشد. *مأموریت* شما در هیئت یک صاحب‌کاران است که سود را بیشینه کنید. اما این مأموریت باید در دنیایی انجام شود که دائماً در حال تغییر است. در این بخش ریسک و عدم قطعیت بررسی می‌شود و روش‌های تصمیم‌گیری در زمانی که هیچ پیامدی را نمی‌شود تضمین کرد، معرفی می‌شوند.

در این بخش همچنین موقعیت‌هایی که در آن‌ها فعالان بازار اهداف مختلفی دارند بررسی می‌شود. تکنیک‌های مختلفی معرفی خواهند شد که هدف بیشینه‌کردن سود نزد صاحب‌کار را به هدف کارگران مبنی بر سخت‌نگرفتن در کار ارتباط می‌دهد. دست آخر، از نحوه‌ی اثرگذاری دولت بر بازارها و کسب‌وکارها صحبت خواهد شد.

بخش پنجم: بخش ده‌تایی

تمامی کتاب‌های *For Dummies* فهرست‌های ده‌تایی دارند. فهرست‌های ده‌تایی من در این کتاب عبارت‌اند از: ده مفهوم اساسی (بهتر است این‌ها را به خاطر بسپارید)

و ده اشتباه مدیریتی و چگونگی اجتناب از آن‌ها (به جای یادگیری از اشتباه‌ها، هدف این است که از آن‌ها اجتناب کنید).

نمادهای به کار رفته در این کتاب

این امکان وجود نداشت که از تابلوهای نشونی در این کتاب به جای پنج نماد زیر استفاده شود! این نشانه‌ها به شما گوشزد می‌کنند که به اطلاعات و ایده‌های مهم توجه کنید. اگر یکی از آن‌ها را دیدید، فرض کنید که تابلویی نشونی دیده‌اید، برای ثانیه‌ای مکث کنید و ایده‌ی پشت آن را دریابید.

این نماد به معنای آن است که مطلبی هیجان‌انگیز را به اختصار خواهید خواند. این‌ها به مایه‌ی سیست‌های رهیابی هستند که کمک می‌کنند از ترافیک‌های عظیم دور بمانیم. از ملکرد سیستم‌های رهیاب به خاطر زمانی که باعث می‌شود صرفه‌جویی کنم، خوشم می‌آید. این نکته‌ها را در کتاب اضافه کردم تا در وقت شما نیز با اجتناب از ترافیک‌های تصادف، غریزوری، صرفه‌جویی شود.



این نماد بیانگر مفهومی اساسی است. مطلبی است که باید به خاطر سپرد: ایده‌ای که به گرفتن تصمیم‌های خوب کمک می‌کند. متنی پیش از آن از اهمیت ایده می‌گوید، اما این نماد یک چیز مهم را به شما گوشزد می‌کند تا به شکلی کلیدی درمورد دیگر چیزهای مرتبط با آن مفهوم به کار بندید.



مایلم این نماد را سمبل درد یا همان «آخ» بدانم؛ زمانی که این نماد را می‌بینید، حواستان را جمع کنید. چیزهای بدی ممکن است رخ دهد! آخ! این نماد همان خط قرمز روی سیستم‌های رهیاب است: به هر شکل که شد از آن دوری کنید. هدف از نماد هشدار این است که از اینکه چیزهای بد برای شما اتفاق نیفتد، اطمینان حاصل کنید. بنابراین، توجه به نماد هشدار به مثابه‌ی خوردن داروی آنفولانزای اقتصادی است؛ دارویی که شما را از احساس مریضی به خاطر اشتباه اقتصادی، که مرتکب شده‌اید، دور می‌کند.



زمانی که این نماد را می‌بینید، بدانید که قرار است یکی از مطالب مورد علاقه‌ی من را بخوانید. اما بعد از آن نیز به خاطر بیاورید که من اقتصاددانم. متن مرتبط با این نماد چم‌وخم‌های تروتمیز یا سروصداهای پیرامون یک ایده را عرضه می‌کند. من این چیزها را دوست دارم، اما همچنین می‌دانم که سروصدا ممکن است به گوش آسیب برساند. بنابراین، بدانید که از این بخش‌ها می‌شود بدون آنکه ایده‌ی مهمی از دست برود، چشم‌پوشی کرد. چه کسی می‌داند، شاید آسیب آن چنانی هم به گوش‌تان نرسد.



توضیحات فوق‌العاده‌اند، اما مثال‌ها بی‌نظیرند! بعد از توضیح هر تکنیک، مثالی را مبنی بر اینکه چگونه باید در واقعیت آن تکنیک را به کار بست، گنجانده‌ام. هدف از مثال‌ها این است که تصویری مرحله‌به‌مرحله از چگونگی به کار بستن تکنیک به شما ارائه شود. بدین طریق خواهید توانست در موقعیت یا مشکل مربوط به خود مراحل را که من در مثال به کار برده‌ام، برای یافتن پاسخ مشکل خود به کار بندید.



مقصد بعدی

اگر این کتابی معمایی بود، پیشنهاد می‌کردم یک‌راست به آخر کتاب بروید تا ببینید کار چه کسی بوده است. اما این یک کتاب معمایی نیست. پس در عوض پیشنهاد می‌کنم به سراغ مبحثی بروید که به نظرتان سراسر است. اگر حق انتخاب داشتیم، مبحث بسته‌سازی را برمی‌گزیدم: قیمت‌گذاری دو کالا در یک مجموعه (مثل سینی‌های غذا در منوهای رستوران‌ها). شاید هم فرق‌گذاری قیمت را انتخاب می‌کردیم. وضع قیمت‌های مختلف برای مشتری‌های مختلف به‌ازای کالایی واحد، رمان عاشق و تنقیف‌های مختص شهروندان قدیمی‌تر شده‌ام. یا واقعاً از یادگیری درمورد جنونک اجتناب از خریدن اجناس بنجل لذت می‌برم. هیچ‌وقت خودرویی را در دهی تولید نمی‌بینید. اما آنچه درمورد این کتاب فوق‌العاده است این است که شما انتخاب کنید تا من. (براین، اصلاً فکر نکنید که باید این کتاب را به ترتیب از ابتدای آن بخوانید. هر یک از بخش‌های ۴ را شروع کنید، لازم است ابتدا بخش‌های ۱، ۲ و ۳ را بخوانید. با مبحثی که، آن علاقه‌مندید آغاز کنید و از فهرست مندرجات برای یافتن این مبحث بهره ببرید.)

یا اگر واقعاً می‌خواهید از همان ابتدای کتاب شروع کنید.

دست آخر، اگر پس از خواندن کتاب متحیر ماندید، که به کنید، من پیشنهاد یک عالمه پول درآوردن را می‌کنم. یا دست‌کم به سر هم کردن و ریستان بروید تا آنان را با آنچه دانسته‌اید و یاد گرفته‌اید، مسحور کنید.