

چه چیز به چه کس می رسد؟ چرا؟

اقتصاد نوین
جور سازی و
طراحی بازار

آلویں راٹ

برندهی جایزهی نوبل اقتصاد

ترجمه‌ی محمدصادق الحسینی

محسن رنجبر



نشر مرکز

فهرست

۱	سپاسگزاری
۳	مقدمه‌ی مترجمان
۱۳	بخش یک: بازار همه‌جا هست
۱۵	۱ مقدمه: هر بازار قصه‌ای دارد
۳۱	۲ بازار صبحانه و سرتاسر روز
۴۹	۳ مبادله‌های زندگی بخش
۷۹	بخش دو: امیال فرو کوفته: بازار چگونه شکست می‌خورد
۸۱	۴ خیلی زود
۱۱۱	۵ خیلی سریع: ولع سرعت
۱۳۵	۶ ازدحام: چرا بازار ضخیم‌تر باید سریع‌تر هم باشد؟
۱۵۱	۷ خیلی پرخطر: اعتماد، امنیت، سادگی
۱۷۳	بخش سه: نوآوری در طراحی برای افزایش هوشمندی و ضخامت و سرعت بازار
۱۷۵	۸ طرح جورسازی: داروی قوی برای پزشکان جدید
۱۹۷	۹ دوباره مدرسه
۲۱۵	۱۰ پیام‌دهی
۲۴۵	بخش چهار: بازار ممنوع، بازار آزاد
۲۴۷	۱۱ مشمئزکننده، ممنوع، طراحی شده
۲۷۱	۱۲ بازار آزاد و طراحی بازار
۲۸۹	یادداشت‌ها
۳۰۱	نمایه

مقدمه‌ی مترجمان

شما هم در یافتن مدرسه و مهدکودک خوب برای فرزندتان مشکل داشته‌اید؟ برای پذیرش گرفتن از دانشگاه‌های خوب داخلی و خارجی دردسر کشیده‌اید؟ برای پیدا کردن کار مناسب تلاش کرده‌اید و بارها و بارها شکست خورده‌اید؟ تلاش کرده‌اید از پزشکان خوب وقت بگیرید و شب تا صبح پشت در مطب آن‌ها ایستاده‌اید؟ آیا تا به حال هیچ‌یک از بستگان‌تان در صف دریافت عضو پیوندی بوده‌اند؟ حتی اگر هیچ‌یک از این‌ها را تجربه نکرده باشید، شکست عشقی که حتماً خورده‌اید و برای پیدا کردن همسر خوب اضطراب زیادی کشیده‌اید! اگر چنین است، توصیه می‌کنیم این کتاب را بخوانید. این کتاب درباره‌ی طراحی بازارهایی از همین جنس است، بازارهایی جورساز که در آن‌ها قیمت یگانه عامل جفت شدن عرضه و تقاضا نیست و برای هر دو طرف معامله مسائل پرشمار دیگری هم مطرح است، بازارهایی که نیاز به طراحی دارند و اگر خوب طراحی شوند هم آزادی را افزایش می‌دهند و هم رفاه را.

این کتاب به زبان ساده و برای عموم مردم نوشته شده است. صفحه‌صفحه‌ی آن پر از مثال‌هایی از زندگی واقعی و بهبودهایی است که با طراحی بازار می‌تواند در زندگی تک‌تک ما رخ دهد. الوین راث، نویسنده‌ی کتاب، اقتصاددانی عصا قورت‌داده نیست. قلمش بسیار صمیمی و گاه بسیار شوخ است - چیزی که از اقتصاددانان، آن‌هم برنده‌ی جایزه‌ی نوبل، کمتر سراغ داریم. خود او در این کتاب می‌گوید: «علم اقتصاد برای من همیشه جاذبه‌ی بدگویی پشت سر آدم‌ها را داشته است، چرا که جزئیات شخصی زندگی و تصمیم‌های آن‌ها را عیان می‌کند.»

از آن‌جا که مخاطب کتاب عموم مردم هستند راث بیشتر سعی کرده با مثال‌های متعدد کاربردهای این حوزه را نشان بدهد و به نوعی کوشیده است مردم کوچه و بازار را با علم اقتصاد آشتی دهد. از همین رو تلاش می‌کنیم قبل از آغاز کتاب بنیان‌های نظری این حوزه را به طور مختصر مرور کنیم.

طراحی بازار

طراحی بازار اصطلاحی عام است که معنی طراحی قواعد بهینه و منصفانه در بازارها را می‌رساند، قواعدی که باعث می‌شوند بازارها خوب یا بد کار کنند. به عبارت دیگر، اگر قواعد خوب طراحی شده باشند، بازارها خوب کار می‌کنند، وگرنه بد. وقتی که می‌خواهیم بدانیم چگونه باید به بازار کمک کنیم تا خوب کار کند، نخست باید بفهمیم که خوب کار کردن یعنی چه. بازاری خوب کار می‌کند که به همگان حق انتخاب منصفانه بدهد. حق انتخاب هم ضامن آزادی فرد است و هم رفاه او را افزایش می‌دهد؛ اصلاً برای همین است که بازار یکی از معجزات بشری است.

تعبیر طراحی بازار، علاوه بر کاربرد عامش برای همه‌ی بازارها، به طور خاص بیشتر در مورد بازارهای جورساز^۱ به کار می‌رود. بازار جورساز معمولاً دوجانبه است، بازاری است که در آن فقط تمایل و توان ما برای به دست آوردن چیزی که در بازار ارائه می‌شود کافی نیست، بلکه طرف مقابل هم باید ما را - و نه صرفاً مقدار پولی را که می‌دهیم - انتخاب کند. در بازارهای همگن، مثل بازار آهن، صرفاً قیمت است که نقش بازی می‌کند، و مهم نیست از چه کسی خرید کنید. هر جا عرضه و تقاضا با هم جفت شوند، بازار تسویه می‌شود. اما بازار جورساز را قیمت تسویه نمی‌کند. در واقع هرگاه قیمت تنها عاملی نباشد که تعیین می‌کند چه چیز به چه کس برسد، با بازار جورساز طرف‌ایم. نمونه‌هایش بسیارند. بخش عمده‌ی زندگی ما در این نوع بازارها جریان دارد. مهم‌ترین تصمیمات زندگی مان را در این بازارها می‌گیریم، از انتخاب مهدکودک و مدرسه تا تحصیل

در دانشگاه و پیدا کردن شغل مناسب و ازدواج. به قول راث، ازدواج حتی اگر پیمانش را در آسمان‌ها بسته باشند، باز در بازار رخ می‌دهد. و سرآغاز بازار، مانند همه‌ی داستان‌های عاشقانه، اشتیاق است. بازار با گرد هم آوردن خریداران و فروشندگان، دانشجویان و استادان، کودکان و معلمان، کارجویان و کارفرمایان، و حتی عاشق‌پیشگان کمک می‌کند بهترین انتخاب‌ها انجام گیرند، انتخاب‌هایی که به بهینه‌ترین شکل به برآورده شدن آن اشتیاق اولیه بینجامند.

در برخی از بازارهای جورساز از پول هیچ استفاده‌ای نمی‌شود، چرا که خرید و فروش در آن‌ها یا ممنوع است (مثل بازار مدرسه‌های دولتی) یا مشمژکننده (مثل بازار مبادله‌ی کلیه یا دیگر اعضای بدن).

با این‌که طراحی بازار همیشه وجود داشته است، این حوزه‌ی علم اقتصاد و پرداختن علمی به موضوع طراحی بازار چیز جدیدی است. پیش از این، اقتصاددانان عادت داشتند از بازارهای کالایی که ساده‌ترین شکل بازار هستند صحبت کنند. برای همین، شاید دانشجویان اقتصاد احساس کنند علم اقتصاد بیشتر به کار سیاست‌گذاری می‌آید و خیلی به درد دیگر حوزه‌های زندگی نمی‌خورد. اما حوزه‌ی طراحی بازار و این کتاب از این جهت برای همه‌ی دانشجویان اقتصاد جذاب خواهند بود که نشان می‌دهند اقتصاد فقط علم ملال‌آوری که حرف‌های کلی بزند نیست.

طراحی بازار پیچیدگی‌ها و جزئیات شگفت‌انگیز بازار را بیش از پیش عیان می‌کند، و اتفاقاً اسم دیگری است برای ور رفتن با همین جزئیات و پیچیدگی‌هایی که گاه زائد و ناکارآمدند و باید حذف شوند و گاه کم و ناکافی. این جزئیات شگفت‌انگیز اغلب با یک نوع تکامل، با آزمون و خطا، و بدون طراحی هوشمندانه پدید می‌آیند، اصلاح می‌شوند، و ادامه‌ی حیات می‌دهند. اما راث، به درستی، می‌گوید که بازارها را طراحی هم می‌توان کرد، چه از صفر و چه پس از آن‌که آزمون و خطا به شکست آن‌ها انجامید. بازارهای پیشرفته‌ی اینترنتی و قواعد و جزئیات دقیق و حساب‌شده‌ی آن‌ها نمونه‌های آشکاری از طراحی‌های شگفت‌انگیزند.