



حسین نامی ساعی

نظریه بازی‌ها در بقالی

جنس‌ها تون رو تحویل بگیرید.»
 کارگر حاج محمدآقا برگه‌ها را از دری که در انتهای مغازه‌اش بود و به حیاط خانه راه داشت، می‌برد و به کارگرهایی که در حیاط بودند می‌داد تا درخواست‌های مشتری‌ها را آماده کنند. به درخواست یکی از مشتری‌ها که نگاه کردم، دیدم نوشته:

۱. سه کیلو شکر
۲. ده کیلو برنج هاشمی اعلا
۳. پنج قوطی رب
۴. یک دبه ماست
۵. بیست تا کره ۲۵ گرمی

و... درخواست‌های دیگر از مشتری‌های دیگر هم مثل آن. در حیاط بقالی حاج محمدآقا انباری از اجناس و کالاهای مورد نیاز مردم بود. تقریباً همه چیزهایی که در یک سوپرمارکت درجه ۱ یافت می‌شود، در حیاط بقالی موجود بود.

همه ماجرا از سنگکی شاطر عباس شروع شد. آن هم وقتی که به شاطر عباس گفتم: «دو سه تا نون کنجدی برای من بزن.» شاطر عباس در جواب گفت: «کنجدمان تمام شده بپر از بقالی حاج محمدآقا ۱۰۰۰ تومان کنجد بخر و بیار تا سریع سنگک‌های کنجدیت رو برات بزنم.»

بعد از این صحبت‌ها به بقالی حاج محمدآقا که بیشتر از سه چهار متر با سنگکی فاصله نداشت، رفتم. مساحت بقالی ده دوازده متر بیشتر نبود. زن و مرد در بقالی ایستاده بودند. هر مشتری که وارد بقالی می‌شد، یک کاغذ یادداشت از گوشه میزی که کنار بقالی بود برمی‌داشت و هر چه لازم داشت، روی آن می‌نوشت و به حاج محمدآقا می‌داد. حاج محمدآقا هم آن برگه را به یکی از کارگرایش می‌داد. شماره‌ای هم به آن مشتری که برگه درخواستش را گرفته بود، تحویل می‌داد، می‌گفت: «صبر کنید، هر موقع که شماره شما رو خواندند،



سود می‌برند. البته پاسخ این سؤال را جان نش، ریاضی‌دان نابغه و برجسته آمریکایی و برنده جایزه نوبل اقتصاد داده است. نظریه تعادل نش یعنی موقعیت‌هایی که در آن‌ها انتخاب شما وابسته به انتخاب دیگران است. با این رویکرد که هر کس آنچه را که برای خود و گروهش بهترین است، انجام دهد. جان نش نشان داد که اگر افراد در یک گروه همکاری کنند و نفع گروه را نیز در نظر داشته باشند، به بیشترین منافع و سود برای خود و گروه دست می‌یابند؛ مثل معمای زندانی و... (در رشد برهان شماره اسفند ۹۴).

هر بازی یک تعادل دارد که این تعادل می‌تواند، برد یا باخت باشد. هر بازی می‌تواند هر دو سر برد یا هر دو سر باخت باشد که به این نوع بازی، بازی با «مجموع صفر» (برنده و بازنده) می‌گویند یا می‌تواند مثل بازی شطرنج و بازی‌هایی باشد که هر دو طرف برد دارند که به این نوع بازی، بازی با «مجموع غیر صفر» می‌گویند.

خب برمی‌گردیم به بقالی و مشتری‌های آن. اگر فرض کنیم که حاج محمدآقا نماینده و تصمیم‌گیرنده یک واحد فروش باشد و تک‌تک مشتری‌های طرف حساب با بقالی حاج محمدآقا در طرف دیگر نمایندگان واحدهای خریدکننده باشند، باید ببینیم که بین این دو واحد، یعنی واحد تصمیم‌گیرنده، عرضه‌کننده یا همان فروشنده و واحد تصمیم‌گیرنده خریدار، فاصله تعامل و رضایت و بهترین نقطه چگونه محاسبه می‌شود.

فرض کنیم که مثلاً یکی از کالاهایی که در بقالی حاج محمدآقا عرضه می‌شود، شکر باشد. حاج محمدآقا این شکر را از عرضه‌کننده عمده در بازار بزرگ کیلویی ۲۵۰۰ تومان می‌خرد و برای حمل و نقل آن به بقالی‌اش برای هر کیلو ۱۰۰ تومان می‌پردازد. همچنین، با حساب هزینه‌های آب، برق، کارگر و هزینه ثابت سرمایه‌مکان بقالی‌اش، هر کیلو شکر برایش ۳۰۰۰ تومان درمی‌آید. خب اگر حاج محمدآقا این شکر را کیلویی ۳۰۰۰ تومان بفروشد، سودی نمی‌برد. در واقع نقطه سود حاج محمدآقا از ۳۰۰۰ تومان به بالاست. مثلاً اگر بخواهد ۱۰ درصد سود ببرد، باید هر کیلو شکر را ۳۳۰۰ تومان بفروشد و اگر بخواهد ۲۰ درصد سود ببرد، باید هر کیلو شکر را ۳۶۰۰ تومان بفروشد.

نکته عجیب شلوغ بودن بقالی حاج محمدآقا بود. چرا این بقالی نه‌چندان بزرگ این همه مشتری داشت؟ از یک نفر سؤال کردم: «شما همیشه برای خرید به اینجا می‌آیید؟»

گفت: «بله.» گفتم: «چرا؟»
گفت: «هم جنس‌هاش عالی‌ه و هم ارزان‌تر از همه‌جاست!»
بله همه نکته در همین پاسخ کوتاه بود. جنس خوب با قیمت مناسب. این کلید شلوغی هر فروشگاه کم‌مشتری است. آن قدر شیفته این بقالی شده بودم که یادم رفته بود چی می‌خواستم. یکبار یادم آمد که برای کنج‌دی که قرار بود بخرم و به شاطر عباس بدهم، در این بقالی هستم. رو به کارگر بقالی حاج محمدآقا که درخواست‌ها را جمع می‌کردم و گفتم: «بی‌زحمت ۱۰۰۰ تومان کنجد به من بده.»

بدون اینکه برگه به من بدهد، سؤال کرد چیز دیگری هم می‌خواهی یا نه و وقتی گفتم نه، ۱۰۰۰ تومانم را گرفت و به سرعت به حیاط رفت و کنجد را آورد. نایلون کوچکی پر از کنجد و از نوع درجه یک تنها با ۱۰۰۰ تومان.

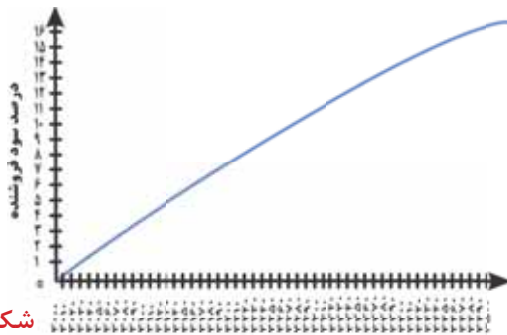
کنجد را گرفتم و بردم پیش شاطر عباس. شاطر عباس گفت: «پسر چقدر دیر کردی! بقالی شلوغ بود؟»
گفتم: «شلوغ بود، ولی به خاطر شلوغ بودن دیر نکردم، دیر کردنم به خاطر عجیب بودن بقالی بود.»

شاطر عباس که این بقالی را خوب می‌شناخت و از مشتری‌های پروپاقرص آن بود، بدون اینکه سؤال دیگری بکند، کنجد را از من گرفت و کم‌کم و یکی یکی روی خمیرهای سه سنگ ریخت و تنها جمله‌ای که گفت این بود: «عجب کنج‌دی! چقدر هم زیاد داده! خدا پدر و مادر حاج محمدآقا را بیامزد. عجب مرد با انصاف و با خدائیه. به این فکر می‌کردم که چه عاملی باعث رونق یک فروشگاه و بقالی و هر جای تولیدکننده و عرضه‌کننده می‌شود. جواب زیاد سخت نبود: رضایت هر دو طرف، تعامل و همکاری دو طرف؛ یا در واقع، برد طرفین. بله، نتیجه برد - برد. همان چیزی که تقریباً همه آدم‌های با انصاف در هر کجای دنیا دنبالش هستند.

نقطه برد - برد کجاست؟ به نظر من نقطه برد - برد نقطه میانی در یک فاصله است که در این فاصله طرفین به مقدار مساوی

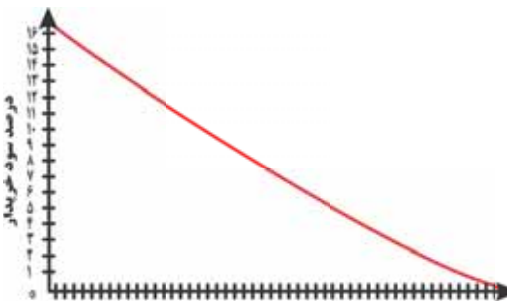


از ۳۲۲۰ تومان کمتر شود، خریدار منفعت بیشتری می برد ولی فروشنده سودش کم می شود. برعکس؛ هرچه قیمت از ۳۲۲۰ تومان بیشتر باشد، منفعت خریدار کم شده و فروشنده سود بیشتری می برد. به همین دلیل نقطه ۳۲۲۰ تومان، نقطه بُرد-بُرد نام دارد.



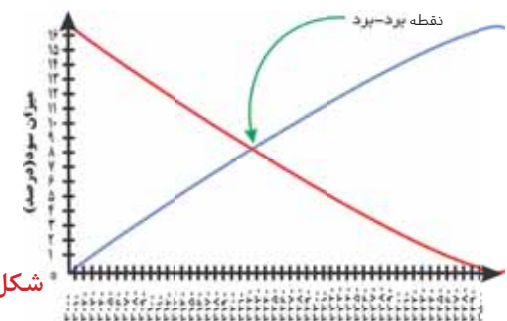
شکل ۱

قیمت شکر (تومان)



شکل ۲

قیمت شکر (تومان)



شکل ۳

قیمت شکر (تومان)

سؤال اساسی این است که حاج محمدآقا تا کجا می تواند قیمت و درصد سودش را بالا ببرد؟ این سؤال را باید مشتری پاسخ دهد. البته فراموش نشود سازمان حمایت از مشتری و قیمت گذاری حداکثر قیمتی را که فروشندگان نباید از آن تجاوز کنند مشخص کرده است. ولی ما در اینجا به دنبال این حداکثر نیستیم، بلکه می خواهیم ببینیم بهترین فاصله و نقطه ای که هم فروشنده و هم خریدار سود می برد و هر دو طرف برد می کنند، چه نقطه ای است و به چه عواملی بستگی دارد.

خب برگردیم به این سؤال که حاج محمدآقا تا کجا می تواند سودش را بالا ببرد. اگر به سراغ مشتری ها برویم، مشتری ها می گویند که یک کیلو شکر خوب و درجه یک را از بقالی و فروشندگان دیگر به صورت میانگین ۳۵۰۰ تومان می خرند. بنابراین هر بقالی که شکر درجه یک را زیر قیمت ۳۵۰۰ عرضه کند، برای مشتری مناسب است و هرچه پایین تر با شرط درجه یک بودن شکر، برای مشتری مناسب تر است. پس تقریباً فاصله مناسب قیمت شکر بین فروشنده و خریدار بین ۳۱۰۰ تومان تا ۳۳۶۰ تومان و بهترین نقطه برای هم فروشنده و هم خریدار در این فاصله، نقطه ۳۲۲۰ تومان است. این موضوع را در نمودارهای زیر می بینید.

فاصله مطلوب فروشنده در شکل (۱) مشخص شده است که از ۳۰۰۰ تومان به بالا سودش شروع می شود و هرچه از ۳۰۰۰ تومان بیشتر می شود، سود بیشتری می برد. اما نکته مهم در اینجا نظر مشتری است. به این مفهوم که اگر قیمت از جدی بالاتر رود، دیگر حاج محمدآقا مشتری نخواهد داشت و عملاً بالا بردن قیمت از یک حد متعارف برای حاج محمدآقا ضرر مطلق است. فاصله مطلوب خریدار نیز در شکل (۲) مشخص شده است. هرچه قیمت از ۳۵۰۰ تومان پایین تر باشد، برای مشتری مناسب تر و منفعت او در این خرید، بیشتر است. البته با این شرط که فروشنده ضرری نکند. (منظور همان حداقل قیمتی است که حاج محمدآقا برای کالاهایش تعیین می کند تا ضرر نکند.)

اشتراک این دو نمودار در شکل (۳) مشخص شده که این اشتراک همان نقطه بُرد-برد خریدار و فروشنده است. در این شکل می بینید که دو نمودار مربوط به خریدار و فروشنده در نقطه ۳۲۲۰ تومان یکدیگر را قطع می کنند. هرچه قیمت کالا