

خروج، اعتراض و وفاداری

نویسنده: آلبرت هیرشمن

مترجم: محمد مالجو

www.ketab.ir

سر سرشناسه

هیرشمن، آلبرت او، ۱۹۱۵/م Hirschman, Albert O

عنوان و نام پدیدآور

خروج، اعتراض، وفاداری: نویسنده: آلبرت هیرشمن. مترجم: محمد مالجو.

مشخصات نشر

شیرازه کتاب ما، ۱۳۹۹

مشخصات ظاهری

۲۱۲ص؛ ۵/۱۴ * ۵/۲۱ س م.

فروست

مجموعه فلسفه و اقتصاد سیاسی -۶.

شابک

۹۷۸-۶۲۲-۶۸۴۳۷۸-۲

رست نویسی

فیبا

انت

عنوان اصلی، ۱۹۷۰، Exit, Voice and Loyalty: Responses to Decline in Firms, Organization, and States, c1970

موضوع

جامعه شناسی سازمانی Organizational Sociology

موضوع

ناراضیان Dissenters

موضوع

وفاداری Loyalty

شناسه افزه

مالجو، محمد، ۱۳۵۱- مترجم

رده بندی کره

HM ۷۸۶

رده بندی دیویی

۷۲، ۷۶۸۱



خروج، اعتراض، وفاداری

نویسنده: آلبرت هیرشمن

مترجم: محمد مالجو

انتشارات: شیرازه کتاب ما

چاپ و صحافی: پردیس دانش

تیراژ: ۵۵۰ نسخه

چاپ اول: شهریور ۱۳۹۹

حق چاپ و نشر محفوظ است.

این کتاب با کاغذ حمایتی منتشر شده است

تهران، صندوق پستی: ۱۱۱-۱۳۱۴۵

تلفن: ۸۸۹۵۲۲۹۷ فکس: ۸۸۹۵۱۶۹۱

همراه: ۰۹۳۶-۹۵۰۰۱۸۲

سایت: www.shirazehketab.com

فهرست

۴	مقدمه در مجموعه
۱	پیشگفتار
۵	فصل اول - مقدمه و سینه نظری
۸	«خروج» و «اعتراض» به «بحنه» آیند
۹	کساد و مجال افت در «سینه» اقتصادی
۲۱	خروج و اعتراض به منزله ایفاء نقش علم اقتصاد و علم سیاست
۲۷	فصل دوم - خروج
۲۹	طرز کارگزینة خروج
۳۳	رقابت چون رفتار دسیسه آمیز
۳۹	فصل سوم - اعتراض
۴۳	اعتراض به منزله باقیمانده خروج
۴۷	اعتراض به منزله بدیلی برای خروج
۵۷	فصل چهارم - دشواری خاص در تلفیق خروج و اعتراض
۷۱	فصل پنجم - چگونگی تقویت انحصار با رقابت

فصل ششم - دربارهٔ انحصار دوقطبی مکانی و تحرک نظام‌های دو حزبی ۸۱

فصل هفتم - نظریه وفاداری ۹۷

فعال‌سازی اعتراض چون کارکرد وفاداری ۹۸

الگوی وفادارانه به قراری که با ورودیه‌های سنگین و جریمه‌های

کلان برای خروج تعدیل می‌شود ۱۱۵

وفاداری و خروج پرزحمت از کالاهای (و بلایای) عمومی ۱۲۳

فصل هشتم - خروج و اعتراض در ایدئولوژی و عرف آمریکایی ۱۳۳

فصل نهم - ترس - بهینگی - است‌نیافتنی خروج و اعتراض ۱۵۱

ضمائم ۱۶۱

ضمیمه الف: معرفی نموداری ساده اعتراض و خروج ۱۶۳

ضمیمه ب: انتخاب میان اعتراض و خروج ۱۶۷

ضمیمه ج: پدیده معکوس ۱۷۵

ضمیمه د: واکنش‌های مصرف‌کنندگان به افزایش قیمت و کاهش

کیفیت در مورد چند کالای مظهر خبرگی ۱۷۹

ضمیمه ه: آثار سختی ورود بر عمل‌گرایی: طرحی

برای یک آزمایش (با همکاری فیلیپ جی. زیملاردو و مارک استالین) ۱۸۷

فهرست اعلام ۲۰۱

مقدمه دیر مجموعه

در کتاب خروج، اعتراض، وفاداری میرشمن دو نوع عکس‌العمل در قبال افت سطح خدمات ارائه شده توسط سازمان‌هایی اجتماعی نظیر بنگاه و اتحادیه کارگری و خانواده و حزب سیاسی و دولت را بررسی می‌کند. این دو عکس‌العمل عبارت از خروج و اعتراض. در حوزه نهادهای اقتصادی بیشتر با خروج مواجه هستیم تا اعتراض. در واقع نیز کمتر می‌بینیم خریداران کالایی که دچار افت کیفیت شده، طی نامه‌ای به تولیدکننده اعتراض کنند یا در مقابل کارخانه او تجمعی اعتراض‌آمیز را از ازند و بهبود وضعیت را خواستار شوند. خروج همانا عکس‌العمل مشتری ناراضی‌ای است که از خرید کالایی منصرف می‌شود و به کالای مشابهی که توسط بنگاه دیگری عرضه می‌شود روی می‌آورد. به این معنا، اولاً عرضه‌کننده خدمات با کالایی که دیگر خریداری نمی‌شود اغلب از تصمیم مشتری در انصراف اسریر، یعنی از تصمیم مشتری مبنی بر خروج، مستقیماً آگاه نمی‌شود؛ ثانیاً خروج عکس‌العملی است مشخص و عمدتاً انفرادی. خروج در شرایط اقتصاد بازار اغلب عکس‌العمل طبیعی و حتی پسندیده به شمار می‌رود و در واقع بازتاب چیزی است که آدام اسمیت «دست نامرئی» می‌نامید.

برخلاف خروج، گزینه اعتراض عکس‌العملی است نامشخص‌تر و کمتر انفرادی. اعتراض، برعکس خروج، نه برای گریز از وضع ناخوشایند بلکه به قصد تغییر در آن صورت می‌گیرد و عکس‌العملی است مستقیم که طیف گسترده‌ای از کنش‌ها از غرولند کردن و زیر لبی بق زدن تا اعتراض دسته‌جمعی را در بر می‌گیرد. اعتراض بدین معنا عملی است عمدتاً سیاسی.