

تقاضای خرده فروشی

انتشارات دیموند بلورین

نویسنده : راجا ریتاکورت

ترجمه : تیمور حسینی ، علی آقاجانی ، محمد هادی آقاجانی ، مهدی آقاجانی

۱۳۹۵



تقاضای خرده‌فروشی

نویسنده : راجر بتانکورت

ترجمه : تیمور حسینی ، علی آقاجانی ، محمدهادی آقاجانی ، مهدی آقاجانی

ویراستار : فاطمه آقاجانی

طراح و صفحه آرا : حامد حبیبی کسبی

مشخصات نشر : تهران، انتشارات دیموند بلورین، ۱۳۹۵

مشخصات ظاهری : ۳۶ صفحه

نوع چاپ : اول

شمارگان : ۱۰۰۰ نسخه

چاپ : نو تان

شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۸۶۷۳-۵۵-۲

ISBN : 978-600-8673-55-2

نشانی ناشر : تهران ، ابتدای خیابان شهید مطهری ، خیابان لارستان ، کوچه دلیان ، بلاک ۴۱

تلفن و دورنگار : ۸۸۹۲۸۶۶۰-۵

سرشناسه	: بتانکورت، راجر آر، ۱۹۴۲ - م. .Betancourt, Roger R
عنوان و نام پدیدآور	: تقاضای خرده‌فروشی / نویسنده راجر بتانکورت؛ ترجمه تیمور حسینی....[و دیگران]؛ ویراستار فاطمه آقاجانی.
مشخصات نشر	: تهران: انتشارات دیموند بلورین، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	: ۲۶ص.: مصور(بخشی رنگی)، جدول(بخشی رنگی)، نمودار(بخشی رنگی).
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۸۶۷۲-۵۵-۲
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتاب حاضر ترجمه بخشی از کتاب "The economics of retailing and distribution" است.
یادداشت	: مترجمان تیمور حسینی، علی آقاجانی، محمدهادی آقاجانی، مهدی آقاجانی.
یادداشت	: ترجمه کامل کتاب حاضر تحت عنوان "اقتصاد خرده‌فروشی و بخش" با سه مترجم و ناشر در سال ۱۳۹۵ منتشر شده است.
عنوان دیگر	: اقتصاد خرده‌فروشی و بخش.
موضوع	: خرده‌فروشی
موضوع	: Retail trade
موضوع	: توزیع
موضوع	: Physical distribution of goods
موضوع	: بازاریابی
موضوع	: Marketing
شناسه افزوده	: حسینی چشمه‌مآبی، سید تیمور، ۱۳۲۵ -، مترجم
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۶۵۲۲۹HF ۱۳۷۲ / ۳۲۲ ب
رده بندی دیویی	: ۱/۳۸۱
شماره	: ۳۶۹۳۳۲۷
کتابشناسی ملی	

قیمت ۴۰۰۰ تومان

فهرست مطالب

مقدمه

مدل تولید خانوار و تقاضای خرده فروشی

قابلیت جانشینی و مکمل بودن در تقاضای خرده فروشی: قیمت ها

کاربردها

قابلیت جانشینی و مکمل بودن در تقاضای خرده فروشی: خدمات توزیع

رقابت خرده فروشی و اثر انباشتگی

خدمات توزیع و تقاضای خرده فروشی

پیوست: هم فروشی و اثر صرف

www.ketab.ir

مقدمه

یکی از ویژگی‌های ذاتی تقاضای خرده‌فروشی که در بخش قبل در توسعه دیدگاه خود به آن اشاره کردیم، این است که به خدمات تقاضای بستگی دارد. ویژگی ذاتی تقاضای خرده‌فروشی که در بخش قبل به آن اشاره شد ماهیت چندمحاولی بودن آن است. قسمت ۳.۱ مقدمه‌ای بر مدل تولید خانوار است. این مدل پایه‌ای برای طبقه‌بندی این دو مشخصه بنیادی تقاضای خرده‌فروشی فراهم می‌کند و دارای یک چارچوب مناسب در ادبیات اقتصاد و بازاریابی است. قسمت ۳.۲ شامل نتایجی از مدل تولید خانوار است که در آن به دلیل تغییر قیمت، شرایط جانشینی و مکمل بودن است که در تابع تقاضا بوجود می‌آید. در ۳.۳، نحوه استفاده از این مفاهیم در مطالعات تجربی بازاریابی توضیح داده می‌شود. دو مطالعه‌ای که در اینجا شرح داده می‌شوند بهترین نمونه عملیاتی در ادبیات بازاریابی را بازتاب می‌کنند و نشان‌دهنده اهمیت نتایج این رویکرد در تقاضای خرده‌فروشی هستند. به طور کلی‌تر، این مطالعات نشان می‌دهد که این رویکرد چگونه یک اساس نظری را برای استفاده از دستگاه بارکدخوان فراهم می‌کند.

قسمت ۳.۴ نتایج سریع مدل تولید خانوار برای حالت جانشینی و مکمل بودن در تابع تقاضا که ناشی از تغییر در خدمات توزیع است را تشریح می‌کند. تحلیل این تغییرات به بخش تقاضای خدمات توزیع استوار است که یک مفهوم ذاتی و رویکرد نسبت به تقاضای خرده‌فروشی مورد استفاده کتاب است. قسمت ۳.۵، نتایج کلی‌تر رویکردها نسبت به تقاضای خرده‌فروشی را تشریح می‌کند که شامل نتایجی برای رقابت در خرده‌فروشی و تأثیر انباشتگی است. قسمت ۳.۶ به عنوان نتیجه‌گیری، صراحتاً مفهوم خدمات توزیع را به رشته‌های مختلف در ادبیات موضوع، مرتبط می‌سازد. در بخش پیوست، شرایط هم‌فرونی «گرنو» برای این مدل استخراج شده و اثبات سه نتیجه مهم موجود در متن آورده می‌شود.