

عرضه خرده فروشی

انتشارات دیموند بلورین

نویسنده : سریتانگه رت

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

۱۳۹۵



عرضه خرده فروشی

نویسنده : راجر بتانکورت

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

ویراستار : فاطمه آقاجانی

طراح و صفحه آرا : حامد حبیبی کسبی

مشتقات : تهران ، انتشارات دیموند بلورین ، ۱۳۹۵

مشتقات ظاهری : ۳۴ صفحه

نوع : چاپ : اول

شمارگان : ۱۰۰۰ نسخه

چاپ : نشر

شابک : ۹۷۸-۹۶۷۳-۵۶-۹

ISBN : 978-600-8673-56-9

نشانی ناشر : تهران ، ابتدای خیابان شهید مطهری ، خیابان لارستان ، کوچه حلاجیان ، پلاک ۴۱

تلفن و دورنگار : ۸۸۹۲۸۶۶۰-۵

سرشناسه	: بتانکورت، راجر آر.، ۱۹۴۲ - م. Betancourt, Roger R.
عنوان و نام پدیدآور	: عرضه خرده فروشی / نویسنده راجر بتانکورت ؛ ترجمه تیمور حسینی ... [و دیگران].
مشخصات نشر	: تهران: انتشارات دیموند بلورین، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	: ۳۴ ص.: مصور (بخشی رنگی)، جدول (بخشی رنگی)، نمودار (بخشی رنگی).
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۸۶۷۲-۵۶-۹
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: مترجمان تیمور حسینی، علی آقاجانی، محمدهادی آقاجانی، مهدی آقاجانی.
یادداشت	: کتاب حاضر ترجمه بخشی از کتاب "The economics of retailing and distribution" است.
یادداشت	: ترجمه کامل کتاب حاضر تحت عنوان "اقتصاد خرده فروشی و بخش" "همین مترجمان و ناشر در سال ۱۳۹۵ منتشر شده است"
یادداشت	: کتیبه
موضوع	: خرده فروشی
موضوع	: Retail trade
موضوع	: بازاریابی
موضوع	: Marketing
شناسه افزوده	: حسینی، تیمور، ۱۳۴۵ - مترجم
رده بندی کنگره	: ۳۳۱۳۹۶۵۴۳۹HF
رده بندی دیویی	: ۱/۳۸۱
شماره	: ۳۶۹۷۱۱۵
کتابشناسی ملی	

مقدمه

توابع تولید و تبدیل

اقتصاد معیار در خرده فروشی

توابع هزینه

نقش مصرف کننده در عرضه خرده فروشی

مفاهیم تحلیل بهره وری

پیوست : تابع تولید برای دسته بندی

www.ketab.ir

مقدمه

یکی از مسائل مطرح شده در بخش ۲ این بود که بنگاه‌های خرده‌فروشی دو نوع خروجی تولید می‌کنند: کالا و خدماتی که به هم می‌آمیزد و به هم وابسته می‌شوند و مجموعه‌ای از خدمات توزیع که به طور غیرمستقیم در هر مبادله خرده فروش ظاهر می‌شوند.

در این بخش، ابتدا کاربرد این دیدگاه در مشخص کردن تولید خرده‌فروشی را در ساده‌ترین شرایط نشان می‌دهیم. علاوه، از این مسأله برای تولید دو حالت خاص استفاده می‌شود که جواب‌های اصلی سؤال زیر را در خود دارند: معیار مناسب خرده فروش چیست؟

در قسمت ۴.۲ بحثی پیرامون طبیعت اقتصادی مناسب خرده‌فروشی وجود دارد. این بحث به این نتیجه‌گیری ختم می‌شود که اقتصاد مقیاس در خرده‌فروشی به طور اصلی نتیجه‌ای است از وجود عناصر با هزینه ثابت در تهیه خدمات توزیع.

نظریه تولید مدرن به شدت بر پایه دوگان بودن توابع تبدیل و توابع هزینه است. قسمت ۴.۳ از رویکرد دوگانه برای تولید توابع هزینه متناظر با مفاهیم تولید (۴.۱) پرداخته، از نتایج بدست آمده در اندازه‌گیری اقتصاد معیار در بخش هزینه استفاده می‌کند.

این اندازه‌گیری بوسیله نتایج یک مطالعه اخیر تأیید شده است. قسمت ۴.۴ به نقش حروف شونده در بازار خرده‌فروشی پرداخته، و نشان می‌دهد که روش‌های اقتصادی استاندارد برای اندازه‌گیری مصرف‌کننده کافی اند؛ یعنی نیازی به وارد کردن مصرف‌کننده به طور مستقیم در توابع تبدیل نیست.

نهایتاً قسمت ۴.۵ کاربردهای اصلی بحث قبل پیرامون تحلیل بهره‌وری در خرده‌فروشی را مطرح کرده، و مختصراً به چند مطالعه میدانی اشاره می‌کند.