

خرده فروشی چند محصولی

انتشارات دیموند بلورین

نویسنده : راجسرتانک روت

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

۱۳۹۵



خرده فروشی چند محصولی

نویسنده : راجر بتانکورت

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

ویراستار : فاطمه آقاجانی

عراح ، صفحه آرا : حامد حبیبی کسبی

مشخصات نشر : تهران ، انتشارات دیموند بلورین ، ۱۳۹۵

مشخصات ماه : ۳۸ ، صفحه

نوبت چاپ : اول

شمارگان : ۱۰۰۰ نسخه

چاپ : نوتاش

شابک : ۷۸-۶۰۰-۸۶۷۳-۵۷-۶

ISBN : 978-600-8673-57-6

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

تلفن و دورنگار : ۵-۸۸۹۲۸۶۶۰

سرشناسه	: بتانکورت، راجر آر، ۱۹۴۳ - م. Betancourt, Roger R.
عنوان و نام پدیدآور	: خرده فروشی چند محصولی/ نویسنده راجر بتانکورت : ترجمه تیمور حسینی...[و دیگران]؛ ویراستار فاطمه آقاجانی.
مشخصات نشر	: تهران: انتشارات دیموند بلورین، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	: ۲۸ ص.: مصور(بخشی رنگی)، جدول(بخشی رنگی) ، نمودار(بخشی رنگی).
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۸۶۷۳-۵۷-۶
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتاب حاضر ترجمه بخشی از کتاب "The economics of retailing and distribution" است.
یادداشت	: ترجمه تیمور حسینی، علی آقاجانی، محمدهادی آقاجانی، مهدی آقاجانی.
یادداشت	: ترجمه کامل کتاب حاضر تحت عنوان "اقتصاد خرده فروشی و بخش" با همین انتشارات در سال ۱۳۹۵ منتشر شده است.
یادداشت	: کتابخانه
موضوع	: خرده فروشی
موضوع	: Retail trade
موضوع	: بازاریابی
موضوع	: Marketing
شناسه افزوده	: حسینی، تیمور، سید تیمور، ۱۳۲۵ - مترجم
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۴-۱۳۹۶-۱۳۲۵/ب
رده بندی دیویی	: ۱/۳۸۱
شماره	: ۴۶۹۳۳۹۱
کتابشناسی ملی	

قیمت: ۴۰۰۰ تومان

فهرست مطالب

مقدمه

قیمت کالا یا قیمت کالا در نقطه خرید؟

سیاست قیمت گذاری یک خرده فروش چند محصولی با خدمات توزیع ثابت

توضیحات

سیاست قیمت گذاری یک خرده فروش چند محصولی با خدمات توزیع متغیر

مفاهیم: اینترنت

فروش کالا با ضرر

پیوست: ماهیت اده های خرده فروشی و ساختار شاخص قیمت

www.ketab.ir

مقدمه

ما پیش تر (در بخش ۳، جنبه ۴) مختلف ماهیت چند محصولی تقاضای خریده فروشی را بررسی نمودیم. اکنون نتایج بدست آمده را اینجا را به همراه ویژگی های عرضه خریده فروشی (بخش ۴) کنار گرفته و از آنها جهت افزایش سود خود از ویژگی های مختلف خریده فروشی چند محصولی استفاده می کنیم. قسمت ۵.۱ این سوال را مطرح می کند که "آیا بایستی بر قیمت کالاها بطور جداگانه یا قیمت شان در فروشگاه های مجزا بطور کلی تر، به نقاط خرید یا فروش توجه داشته باشیم؟"

این سوال بطور ارزشمند مهم می گردد زیرا خریده فروشی در معمول فعالیتی چند محصولی است. این ویژگی دارای تنوعی از مفاهیم مهم و گسترده است. برای نمونه، در فهرست تقریباً طولانی رابطه بین ویژگی چند محصولی خریده فروشی را آزمودم که نیازمند ایجاد سیاست های قیمت و هزینه زندگی بوده، و به اطلاعات مبتنی بر بر اساس اسکنر وابسته است. در حالی که نظریه فهرست های هزینه زندگی از نظر مصرف توسعه یافته، اطلاعات اسکنر بر اساس رسیداند. پوست بر ادبیات اخیر جهت توضیح جگونگی تشخیص تفاوت تکیه دارد.

قسمت های باقیمانده این بخش جنبه های مختلف ماهیت چند محصولی خریده فروشی را در رابطه با سیاست های قیمت گذاری دنبال شده توسط خریده فروشان لحاظ می کند. قسمت ۵.۲ بر سیاست قیمت گذاری یک خریده فروش با خدمات توزیع ثابت تمرکز داشته، برخی نتایج اولیه را دوباره مرور نموده و تحلیل را با مفاهیم معرفی شده در بخش های ۳ و ۴ پیوند می دهد. قسمت بعدی جنبه های سیاست قیمت گذاری یک خریده فروش چند محصولی را همراه مثال هایی که بر دو مطالعه ی ادبیات بازاریابی (۳،۴) تکیه دارد- توضیح می دهد. قسمت ۵.۴ سیاست های قیمت گذاری یک خریده فروش چند محصولی با خدمات توزیع متغیر را لحاظ می کند. در حالیکه بیشتر

بحث در زمینه یک انحصار طلب بسط پیدا کرده، توسعه رقابت انحصاری و روابط استراتژیک (راهبردی) بین دو نامین کننده ی بازار بطور شفاف لحاظ گشته است. قسمت ۵.۵ دو مفهوم اصلی نتایج قبلی را به خوبی آنهایی که مرتبط با خرده فروشی اینترنتی اند، طرح می کند. نهایتاً، قسمت ۵.۶ همراه بحث جنبه ی منحصر قیمت گذاری چند محصولی در خرده فروشی جمع بندی می گردد: کاربرد "فروش کالا با ضرر". تحلیل اول در این بحث مرتبط با دو نسخه این مفهوم، و مطالعات نظری و تجربی اخیر در این باره است.

www.ketab.ir