

시장점유율 모형을 활용한 신규점포 규모 및 위치결정

Finding the Profitable Size and Location of New Stores using Store Market Share Model

전덕빈, 김정기(KAIST 경영대학), 박명환(한성대학교 산업공학과), 차경천(성균관대학교 경영학부)

Abstract

소매기업은 새로운 점포의 입지선정 과정에서 이윤 극대화가 가능한 점포의 위치와 규모를 결정하려고 한다. 본 연구에서는 점포간 경쟁효과를 고려할 수 있는 소매점 시장점유율 모형을 기반으로 신규점포 규모 및 위치 결정을 위한 모형을 제시하였다. 제시한 모형은 국내 영화관 산업에 적용되었으며, 모형의 목적함수를 신규 영화관의 개별 이윤 극대화를 목적으로 한 경우와 여러 영화관을 운영중인 기업 입장에서 기업 전체 이윤 극대화를 목적으로 한 경우로 세분화하고, 각 경우에 대해서 신규 영화관의 이윤 극대화 규모 및 위치의 차이를 서로 비교하였다. 또한 소매기업이 동시에 여러 신규점포 진입을 검토할 경우와 단계적으로 신규점포 진입을 고려할 경우에 대해, 모형을 통해 도출되는 각 신규점포의 최적 규모와 위치를 비교하고 이를 통해 관리자를 위한 시사점을 제시하였다.

Keywords: Decision Making, Profit Maximization