

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**