

零售業展店拓點的區位選擇--數值模擬分析

秦銘璟¹ 簡正哲²

摘要

有關廠商區位選擇之研究，至目前為止，雖已有一定程度的累積，惟對模型之發展仍局限於線性市場的討論，乃至於國內外研究廠商區位選擇等經營實務之相關課題尚未達到理論與實際相呼應。本文以較貼近現實生活的座標平面空間，探討在二維空間裡，零售連鎖業廠商展店拓點的區位選擇。另運用數值模擬分析，討論在不同條件與限制下，廠商為追求最大利潤，在分店配置與價格設定上有不同的權衡。模擬結果證明，當消費者的保留價格上升時，廠商可提高售價使利潤增加；當貨物配送成本增加時，廠商售價因反應成本而提高，則分店市場範圍縮小，反則反之。

關鍵字：零售連鎖業、中地理論、Hotelling 區位模型、數值模擬分析

¹真理大學經濟系專任助理教授

²真理大學財經研究所碩士