

عنوان مقاله:

مدلی برای مکانیابی مراکز تجاری به کمک قانون جاذبه

محل انتشار:

نهمین کنفرانس بین المللی مدیریت (سال: 1390)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

جعفر باقری نژاد - عضو هیئت علمی گروه مهندسی صنایع دانشگاه الزهرا (س) - تهران، ده ونک، دانشکده فنی و مهندسی

مریم امیدبخش - کارشناسی ارشد مهندسی صنایع دانشگاه الزهرا (س) - تهران، ده ونک، دانشکده فنی و مهندسی

خلاصه مقاله:

هدف از این مطالعه ارائه مدلی برای مکانیابی تسهیلات عمومی و به طور خاص مراکز تجاری است که در آن بهینه سازی همزمان مکان، تعداد و ظرفیت مراکز تجاری برای سرویس دهی به شبکه ای از مشتریان مد نظر است. تابع هدف درصد کمینه سازی حداکثر ظرفیت مرتبط با جند مرکز خرید هزینه استقرار آنها و هزینه جابجایی مشتریان با در نظر گرفتن مدل جاذبه است. برنامه ریزی برای ایجاد چنین مراکزی می تواند با تحلیل عوامل شناسایی شده طبق نظرات بازدید کنندگان سایر مراکز، تخمین میزان جذابیت مراکز تجاری و بر اساس مدل ارائه شده مکانیابی مناسب برای استقرار چنین تسهیلاتی انجام گیرد. در انتها کاربرد مسئله و نتایج حل مدل با یک مثال عددی منعکس گردیده است.

کلمات کلیدی:

مکانیابی، مدل جاذبه، برنامه ریزی، مرکز تجاری، دسترسی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/241012>

