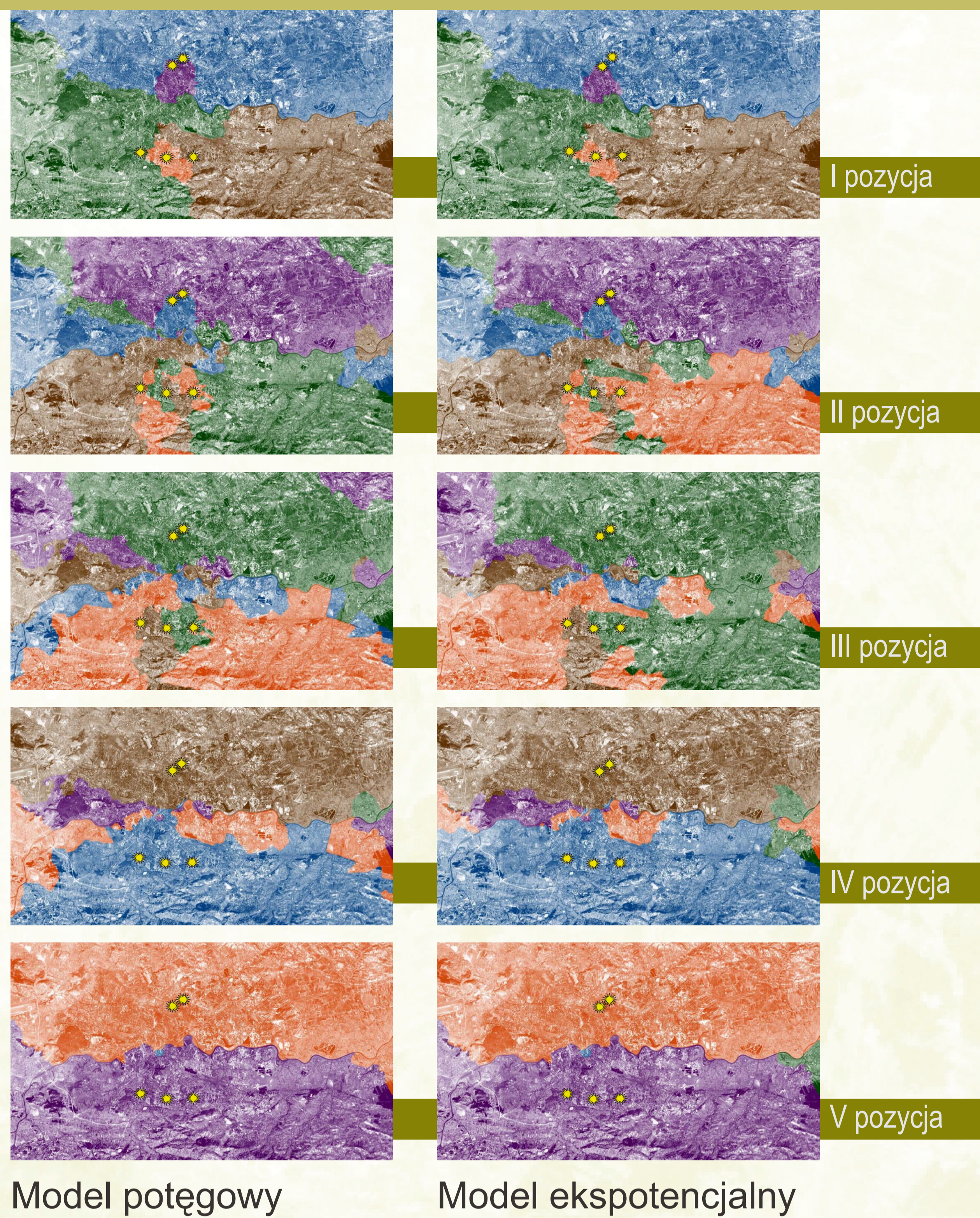


MODELOWANIE PRZESTRZENNYCH INTERAKCJI ZACHOWAŃ KONSUMENTÓW Z WYKORZYSTANIEM GIS

Tomasz Pirowski, Wojciech Drzewiecki

Zakład Fotogrametrii i Informatyki Teledetekcyjnej, Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie

Analiza pozycji rynkowej



$$S_{ij} = A_i \cdot O_i \cdot W_j \cdot f(c_{ij})$$

S_{ij} - przepływ ze strefy zabudowy i do punktu sprzedaży j

O_i - miara popytu w obszarze i

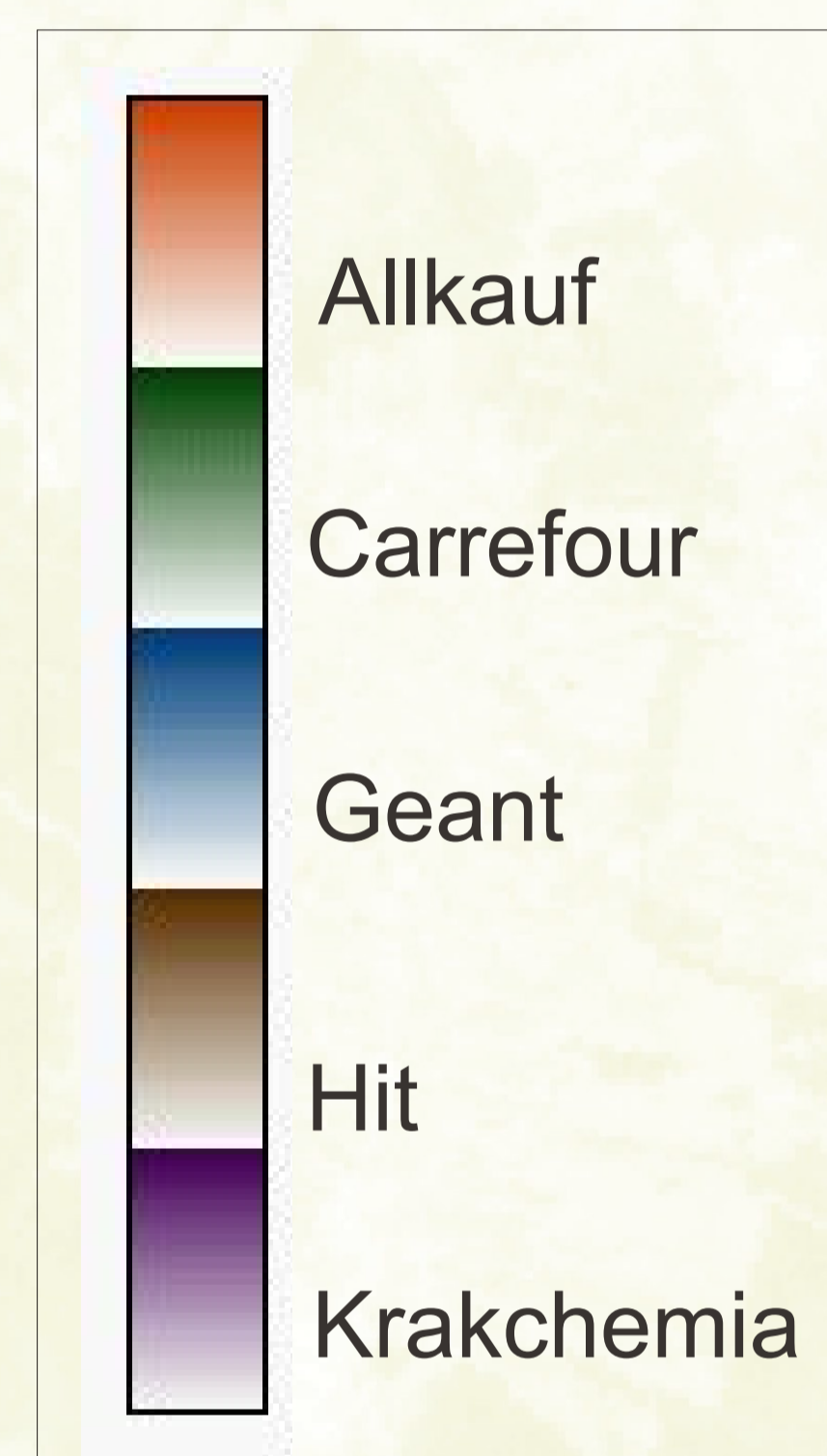
C_{ij} - koszt podróży pomiędzy i a j

W_j - miara atrakcyjności punktu sprzedaży j

A_i - czynnik równoważący, uwzględniający konkurencję

$$A_i = 1 / \sum (W_j \cdot f(c_{ij}))$$

Od danych do wyników

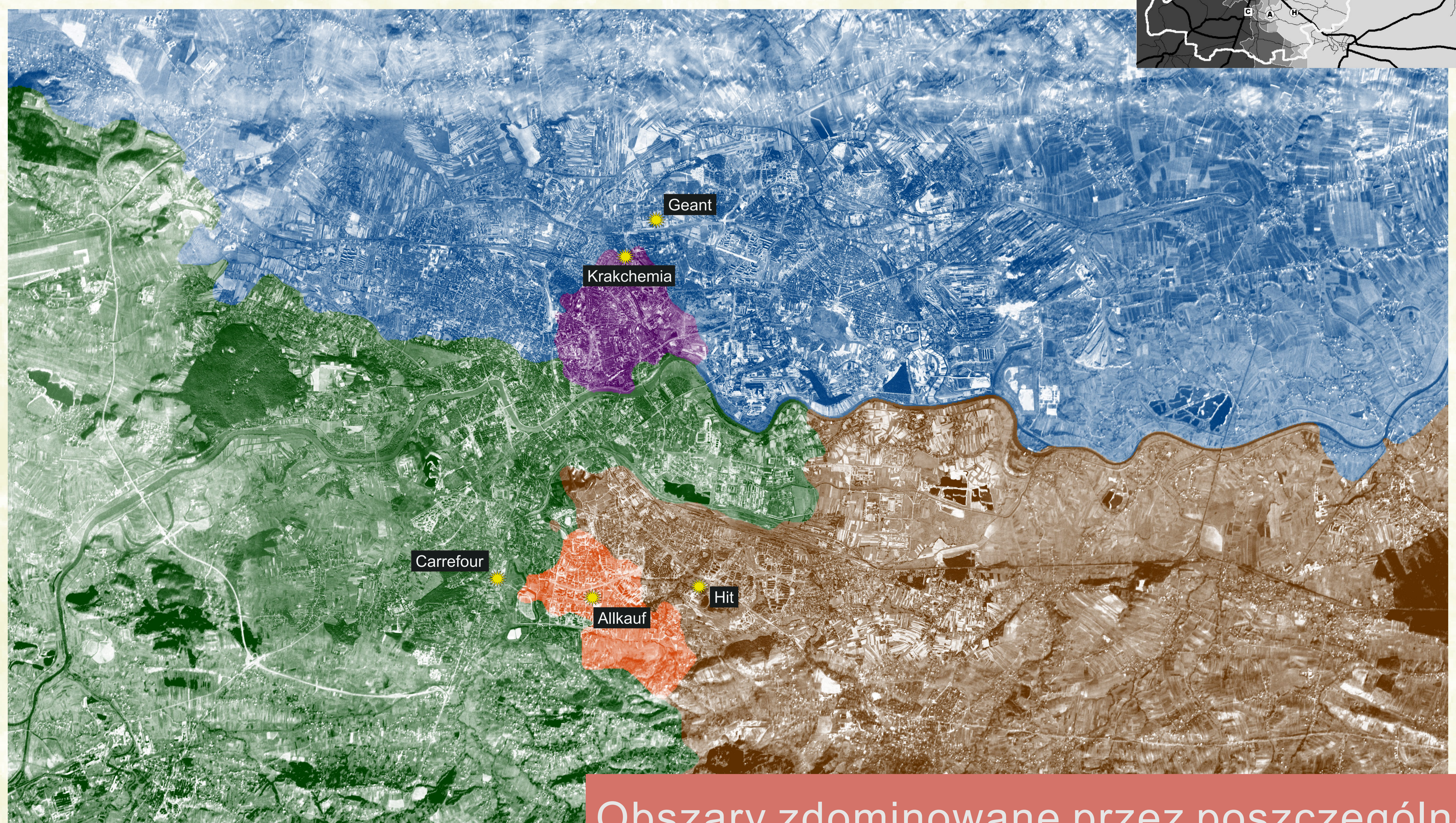


Dane wejściowe
- mapa dróg

Obliczenie
czasu dotarcia

Mapa izochron

Udział w rynku
- strefy 20-to procentowe



Obszary zdominowane przez poszczególne punktu sprzedaży.