

台灣連鎖超市經營管理分析研究 - 以台北市地區連鎖超市個案研究

洪崇昶、邴傑民

E-mail: 9220877@mail.dyu.edu.tw

摘要

近年來國內超市連鎖體系所具備的經營管理分析在完整性及確實執行上仍不夠，而連鎖超市業本身就屬經營管理應用程度相當高的產業，如何持續發展經營管理的相關技術已成為企業成長經營重要要素之一。本研究採用個案分析法，依據文獻理論，試圖找出超市連鎖經營管理分析方式，並歸納出其運用模式，以利企業持續性從事營運活動。而研究發現如下：企業非常重視管理能力，如總部的營運管理經營知識，除外部因素，如顧客或競爭者因素造成不斷更新外，經營者自發性改善意圖，也為經營管理知識不斷創造動力，一般設有專責單位負責不定期修正。本研究另外發現，企業內皆有透過專案組織機制，負責解決問題方法，建立分享管理經驗，經驗文化使內隱管理知識能轉變外顯管理知識，並加以書面化，完整教育訓練，職務輪調計畫，提案改善與獎勵制度加上經營者具有改善意圖與關懷員工成長，促使企業經營管理知識活化，而另外亦發現企業內對於管理知識較無系統化，本研究依據以上發現而歸納出：經營管理分析模式，期許這一模式能提供企業營運知識之參考。

關鍵詞：經營管理；連鎖超市；管理知識

目錄

第壹章 緒論 第一節 研究背景-----	1	第二節 研究目的-----	7
第三節 論文結構-----	8	第貳章 文獻探討 第一節 超級市定義與綜合零售業定義-----	9
第二節 經營管理分析理論概念-----	33	第三節 「超級市場」相關研究資料-----	39
第四節 研究範圍與對象-----	46	第參章 研究方法 第一節 研究架構-----	47
第二節 研究方法設計-----	53	第肆章 個案研究 第一節 個案公司簡介-----	58
第二節 實證資料分析-----	62	第伍章 研究發現	
第一節 研究發現1-----	85	第二節 研究發現2-----	86
第三節 研究發現3-----	87	第四節 研究發現4-----	89
第五節 研究發現5-----	90	第六節 研究發現6-----	92
第七節 研究發現7-----	92	第八節 研究發現8-----	94
第九節 研究發現9-----	96	第陸章 研究結論與建議 第一節 研究結論-----	98
第二節 研究建議-----	104	第三節 後續研究建議-----	108
參考文獻 一、中文部分-----	109	二、英文部分-----	113
附錄 附錄：個案研究深入訪談-----	114	圖目錄	
圖一 經營的展開-----	34	圖二 經營分析體系-----	35
圖三 研究架構-----	49	圖四 Huberman and Miles資料分析的互動模式-----	52
圖五 研究流程圖-----	54	圖六 個案研究設計的基本型態-----	56
圖七 Yin的個案研究方法-----	57	圖八 物流管理程序之相關活動及關聯性-----	74
圖九 促銷策略目標-----	76	圖十 零售通路定位圖-----	86
表目錄 表一 台灣地區早期設立之超級市場名錄(民國58-67年1月)-----	5	表二 台灣地區國民生產毛額一覽表-----	6
表三 都市地區與鄉鎮地區超市家數一覽表-----	6	表四 現今台灣地區主要連鎖超市一覽表-----	15
表五 一般超市平均營業構成一覽表-----	23	表六 台灣地區超市聯盟一覽表-----	24
表七 台灣地區單獨店超市家數統計表-----	24	表八 八十九年台灣地區連鎖超市基本資料-----	25
表九 臺北市傳統零售市場一覽表-----	29	表十 深度訪談之訪問對象-----	51
表十一 資產負債表-----	82	表十二 損益表-----	83
表十三 A、B、C、D、E五家超市績效評估內容比較表-----	84	表十四 超市業者經營上最急須解決之問題調查表-----	96
表十五 個案訪談內容比較表-----	100	表十六 營業損益參考標準-----	103

參考文獻

中文部分 1. 王志明(1988), 頭份一竹南商業活動之比較研究, 師大地研所 2. 林建福(2002), 台灣地區連鎖超市業經營策略之個案研究, 政大企研所 3. 李志豪(1993), 超市31進電子資料交換的重要因素, 政大企研所 4. 李培基(1975), 台北市超市及市場區隔之研究, 政大企研所 5. 李常生(1997) 商圈總覽 - 中華徵信所 6. 高樹仁(1987), 台北市東區中心商業區之研究, 台大地研所 7. 宇角英樹(1999) 經營分析:小知堂文化 8. 許文富(1989), 超市生鮮蔬菜定價方法對營銷之影響-台北為例 9. 許麗珠(1975), 超市經營管理之研究, 成大工管所 10. 許中南譯(經營管理策略1993) 經營管理學 - 維德文化事業(有) 11. 陳乃真(1993), 零售業物流型態決策之研究-超市為例, 淡江大學研所 12. 陳志明(1988), 超市服務品質之實証研究, 政大企研所 13. 陳聖文(1998), 台中地區台中港沿線商街階層關係研究, 逢甲 土管所 14. 陳貞樺(1999), 台灣百貨公司經營型態和空間區位研究, 師大地研所 15. 陳隆麒 博士(2000) 當代財務管理:華泰書局 16. 張承、陳弘著(1996), 管理學 - 鼎茂圖書出版(有) 17. 胡金印(1979), 中和、永和地區商業之空間結構, 師大地研所 18. 田志龍(1996) 行銷研究 - 五南圖書出版公司 19. 周桂珠(1993), 台北市超市之經營績效分析, 中興農經所 20. 周泰華, 杜富燕合著(1991):零售管理 華泰書局 21. 黃俊英(1992) 行銷研究概論 - 華泰文化書局 22. 徐昌春(1980), 新竹市之商業空間結構, 師大地研所 23. 徐建華(1992) 經營企劃和超市營業提案實務 - 清華管科圖書中心 24. 張日高(1988), 台北市超市發展及其消費者特徵之研究, 台大農經所 25. 莊武釗(1985), 台北市商業區商業活動特性之研究, 中興都研所 26. 張仁鍵(1999), 小生鮮超市經營策略之研究 27. 曾次青、段華昭、董基墉譯(1998) 超市經營管理 - 海角企業有限公司出版 28. 趙秋桐(1977), 台灣台北市超市果菜消費行為之研究, 政大企研所 29. 葉澤民(1977), 台北市超市位置選擇之研究, 台大農經所 30. 蔡文彩(1985), 台北市地區夜市之研究, 師大地研所 31. 劉至原(1996), 台灣連鎖超市區位選擇因素之研究, 台大商學研究所 32. 劉大偉(1994), 碩士論文題目:連鎖商店之商圈評估與店址選擇策略 - 台灣速食餐飲產業之實証研究, 中山大學企業管理研究所 33. 廖勝三(1978), 台灣地區超級市場及便利商店經營之研究, 成大企研所 34. 盧超英(1997), 台北市連鎖超市區位研究, 台灣師範地理研究所 35. 蘇麗文(1989), 台灣生鮮超市發展影響因素之研究, 中興農經所 36. 蕭莉婷(2000), 雲林地區中地地區的結構, 師大地理研究所 37. 2001年超市/量販店年鑑 38. 零售市場半月刊/395期2002.9.25 39. 零售市場半月刊394期2002.9.10 40. 經濟部商業司超級市場經營管理實務(1990) 41. 中華民國超級市場協會(超市經管人員講習班教材1994) 42. 超級市場經營管理理論與實務(1998) 43. 超市贏的經營策略講習會議義(1999) 44. 松青超市教育訓練教材(1997) 英文部分 1. Huberman, A. Muberman and Matthew B. Miles(1994), " Data Management and Analysis Methods " 2. Yin,R.K.(1984) " Case Study Research:Design and Methods " 3. Othman, Khaeiba (1990) " Patterns of Supermarket " 4. Jones, Ken & Simmons, Jim (1990) " The Retail Environment " 5. Levy & Waits (2000) " Retailing Management " 6. Rogers, Dannid (1992) " A Review of Sales Forecasting " 7. Phillips Kotlen, (1988) " Marketing Management Analysis ,Planning Implementation & Control " 8. Brickley, James A. and Dark, Fuderick (1987) " The Choice of Organization Form:The Case of Franchising " 9. Barry Berman, Joel R.Evans(1982) " Retail Management:A Strategic Approach " 10. Bruce W.Marcus,(1975) " Modern Marketing " 11. Engel,J.F.,(1993) " Consumer Behavior " 12. Peter, J.P. & Olson ,J.C.,(1990) " Consumer Behavior and Marketing Strategy " 13. Philip Kotler, (2000) " Marketing Management " 14. Sinha, I. & Batra, R.(1999) " The effect of consumer price consciousness on private label purchase " 15. Sivakumar K.(1995) " Quality-tier competition and optimal pricing " 16. Stern, L.W.& El-Ansary A.I.(1992) " Marketing Channels "