

A study on the evaluation model of supermarkets location selection : 以台糖健康超市為例 / 許耀文 撰 .- 彰化縣大

許耀文、曾清枝

E-mail: 354757@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

The purpose of this study is to establish a suitable model for supermarket extending store by means of Analytic Hierarchy Process (AHP). Taiwan Sugar Healthy Market was an example to discuss. After reviewing literatures and 20 questionnaires from experts, the main factors for extending store and appropriate locations for Taiwan Sugar Healthy Market are inferred. By surveying questionnaire and analyzing statistics data, the results of this study are as follows: 1. The criteria in sequence that affect the location selection for extending store are operation profitability (0.403), site location (0.272), competition (0.216) and transportation (0.109). After the evaluation by experts, operation profitability is concluded as the most important factor. 2. Return on Investment (0.161) is the most considered among the 15 evaluation criteria, showing that investment and management performance are highly valued by national enterprises as well as private enterprises. Based on the results of the study, some practical contributions and suggestions were provided to select location for Taiwan Sugar Corporation and other retail industry.

Keywords : Extending store、 Location Selection、 Analytic Hierarchy Process

Table of Contents

封面內頁	
簽名頁	
中文摘要	iii
英文摘要	iv
誌謝辭	v
內容目錄	vi
表目錄	viii
圖目錄	x
第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	4
第三節 研究範圍	4
第四節 研究流程	5
第二章 文獻探討	8
第一節 零售業之定義	8
第二節 區位理論	14
第三節 商圈之定義	16
第四節 區位選擇評估準則	21
第五節 層級分析法之探討	35
第三章 研究方法	44
第一節 研究架構	44
第二節 問卷設計	53
第三節 問卷調查之對象	54
第四章 個案研究與分析	56
第一節 區位選擇之設定點與資料分析	56
第二節 超市設點評估之專家問卷結果分析	62
第三節 整體優先向量權重分析及各指標權重說明	69
第五章 結論與建議	75
第一節 研究結論	75
第二節 對個案公司之建議	77

第三節 對後續研究之建議	79
參考文獻	81
附錄一 AHP問卷調查表	88

表目?

表 1-1 台?公司已營運之健康超市簡表	5
表 2-1 超級市場之定義	11
表 2-2 ?售業經營所需之區位因素	15
表 2-3 周泰華和杜富燕之商圈考慮因素	17
表 2-4 ?正修、徐村和商圈調查要點	18
表 2-5 2011?11月份止?鎖超市店?統計表	19
表 2-6 商店區段 (或地點) 評估因子	23
表 2-7 ?售業?地條件評估準則相關文獻	25
表 2-8 ?鎖??店評估準則權重排名	28
表 2-9 ?售業展店區位選擇評估準則彙整	33
表 2-10 層級分析評估尺?及其意義	37
表 2-11 成偶比對矩陣	40
表 2-12 層級隨機指標 (R.I.H 值)簡表	42
表 3-1 本研究所採用準則與過去學者之比較表	44
表 3-2 專家問卷成對比較表	53
表 3-3 AHP問卷受訪者名單	54
表 4-1 ?港健康超市預定地主要商圈範圍內人口概況表	56
表 4-2 溪湖健康超市預定地主要商圈範圍內人口概況表	60
表 4-3 ?東健康超市預定地主要商圈範圍內人口概況表	61
表 4-4 台?健康超市(中部地區)展店預定地概況資?表	61
表 4-5 第二層評估因素之成對比較矩陣及權重分析	63
表 4-6 第三層評估準則 競爭?態因素成對比較矩陣及權重分	65
表 4-7 第三層評估準則 基地因素成對比較矩陣及權重分析	66
表 4-8 第三層評估準則 交通因素成對比較矩陣及權重分析	67
表 4-9 第三層評估準則 營業效?成對比較矩陣及權重分析	68
表 4-10 超市區位選擇評估整體權重值彙整	69
表 4-11 超市區位選擇評估整體權重重要性排序	71

圖目?

圖 1-1 台?健康超市展店架構圖	2
圖 1-2 AHP研究?程圖	7
圖 2-1 超級市場商品結構之分?	13
圖 2-2 設點評估完整層級結構	30
圖 2-3 AHP層級結構示意圖	39
圖 3-1 超級市場區位選擇評估層級架構圖	48
圖 3-2 本研究架構圖	49
圖 4-1 ?港鎮?政區域圖	57
圖 4-2 ?港健康超市預定地圖	58
圖 4-3 溪湖健康超市預定地圖	59
圖 4-4 ?東健康超市預定地圖示	60
圖 4-5 店址選擇因素 第二層評估構面之權重長條圖	64
圖 4-6 第三層評估準則 競爭?態因素之權重長條圖	65
圖 4-7 第三層評估準則 基地因素之權重長條圖	66
圖 4-8 第三層評估準則 交通因素之權重長條圖	67
圖 4-9 第三層評估準則 營業因素之權重長條圖	68

REFERENCES

一、中文部份 王品惠(2007)利用田口損失函數及層級分析法於便利商店店址選擇之研究,大葉大學工業工程與科技管理學系未出版碩士論文。王素珠(2010)運用層級分析法探討綠色商品接受度關鍵影響因素之研究,大葉大學事業經營研究所未出版碩士論文。林正修,王明元(1995)現代零售業管理,台北市,華泰書局。林正修,徐村和(2007)商店經營管理與成功典範分析,台北縣,幼福文化出版。林美淑(2000),連鎖業展店數評估模式之研究,私立中原大學企業管理學系碩士論文。林建煌,(2005),行銷管理,台北:華泰文化總經銷。李仰哲(1991)連鎖便利商店店址選擇之研究,國立成功大學企業管理研究所碩士論文。李昇達(2009)運用AHP探討電子零件通路商之關鍵成功因素之研究,大葉大學事業經營研究所未出版碩士論文。李孟熹(1995)連鎖開業、加盟實戰技術,群泰企業管理公司叢書。李孟熹(1995)實戰零售學(上、下),群泰企業管理公司叢書。李孟熹(1998)連鎖店管理-實務操演手冊,科技圖書股份有限公司。何秋雯(2004),量販店展店區位選擇之研究 以居家修繕量販店設點評估為例,華梵大學工業工程與經營資訊學系未出版之碩士論文。周杰勳(2011)全國連鎖性超級市場產業之競爭策略分析 以全聯福利中心為例,輔仁大學管理學研究所在職專班未出版之碩士論文。胡家濠(1991)商業立地條件Q & A,周商文化事業股份有限公司。祝國忠、林文晟、楊至中(2010)競爭型連鎖商店之最佳化選址模式、零售通路之店址選擇模式。清雲學報期刊。紀惠茜(2000),競爭型連鎖商店店址設置問題之研究,雲林科技大學工業工程與管理研究所碩士論文。陳建智(2009)量販店區位選擇之研究-以大桃園為例,開南大學企業與創業管理學系未出版之碩士論文。陳俊誼(2010)店址選擇要素 台灣A便利商店實證研究、元智大學管理學院未出版之碩士論文。陳增聰(2006),台糖量販店物流中心設置之研究,立德管理學院地區發展管理研究所未出版之碩士論文。黃卿爾(2006),垃圾費隨袋徵收制度優先執行縣市之評選,大葉大學事業經營研究所未出版碩士論文。許英傑、黃慧玲(2009)零售管理,台北市,華泰。閔建蜀等人編著(1991)市場管理,曉園出版社。張以潔(2011),開店創業店址選擇 以大直里實踐大學商圈為例,德明財經科技大學經貿運籌管理研究所碩士論文。楊和炳(2008)市場調查,台北市,五南。潘文瑤(2009)生活型態與消費者行為對量販店區位選擇之探討,醒吾技術學院全球運籌管理研究所碩士論文。鄧振源,曾國雄(1989),層級分析法(AHP)的內涵特性與應用(上),中國統計學報,27(6)(7),5-27。鄭華清(2004),行銷管理,台北:全華科技圖書。蔡春(2010)超級市場的發展現況與未來趨勢之研究,國立高雄應用科技大學企業管理系碩士在職專班論文。謝文雀(2001)消費者行為,台北:華泰書局。羅力仁(2002),連鎖便利商店店址選擇評估模式之研究-運用模糊AHP法,中正大學企業管理研究所碩士論文。羅美煌(2003)連鎖業展店協同作業關鍵因素之研究,國立台北科技大學商業自動化與管理研究所碩士論文。蘇昭龍(2009)以消費者特徵建立連鎖餐飲業門市設址與評估之模式 以M公司為例,國立台北科技大學創新設計研究所碩士論文。經濟部商業司(2000),台北:超級市場經營管理實務。流通快訊雜誌(2011),台北:流通快訊雜誌社出版,706~708期。台糖公司九十九年一般建築及設備購建固定資產工程計畫書 二、英文部份 Applebaum, W. (1966), " Methods for Determining Store Trade Area, Marketing Penetration and Potential Sales ", Journal of Marketing Research, Vol. 3, pp.127-141. Bolen, William.H. (1988)Contemporary retailing. Berman,Barry and Joel R.Evans(2001),Retail Management:A Strategic Approach,Eighth Ed, Englewood Cliffs,NJ:Prentice Hall,Chapter 10. Brand, E.A., (1981) Modern Supermarket Operation, N.Y.: Fairchild Pub. Davidson, W.R. and A.F. Doody (1966) Retailing Management, N.Y.:The Ronald Press company. Jones, P.M.,(1984) General Sources of Information within the UK, in R.L. Davies, and D.S. Rogers (ed.), Store Location and Store Assessment Research, N.Y.: John Wiley & Sons ,pp.139-161. Nelson, R.L. (1968) The Selection of Retail Location, McGraw-Hill. Kitamura, R. (2009). Life-style and travel demand, Source : Ttransportion, 36(6), pp. 679-710. Kotler, P. (1997). Marketing Management : Analysis, Implementation, and Control, 9th ed. Prentice-Hall. Kotler, P. & Armstrong, G. (1999). Principles of Marketing. New Jersey, NJ : Prentice Hall. Kotler, P. & Armstrong, G. (2006). Principle of Marketing, 11th ed. New Jersey : Pearson Education. Nelson, R. L. (1968), The Selection of Retail Location, Saaty ,T.L., (1980) " The Analytic Hierarchy Process McGraw Hill , Inc., New York , p. 54