

The Business Strategy Study of Hypermarket in Taiwan Market Place

王振生、潘振雄；邴傑民

E-mail: 8809447@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

During the latest decade, Hyper-Market operation is one of the most important revolutions for retail industry in Taiwan. The characteristic of "price killer" razed original channel style which was constructed by distributors, wholesalers, and retailers or traditional grocery stores. The purpose of this thesis is to research how these hyper-firms ran their companies and predict the future trends of them. The thesis adopts exploratory study to research four famous hyper-firms: Makro, RT-mart, Carrefour, Costco. Responders are general managers of these firms. Combining secondary data with survey results, possible assumptions are provided. The conclusion contains three stages into four categories: The firms would fail to attract customers if they only provide "price / efficiency" value. To achieve this goal, they have to turn to "construct / energy", or "system / power". Whether have financial or know-how supporting from global companies will cause significant effect of hyper-firms in the future. The market is overload in Taiwan, the competition in the last stage will lie on "homo-/ heterogeneous".

Keywords : Hypermarket ; Business Strategy ; Makro ; RT-mart ; Carrefour ; Costco

Table of Contents

內頁 簽名頁 授權書 iii 中文摘要 iv 英文摘要 v 誌謝 vi 目錄 vii 圖目錄 ix 表目錄 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 3 第三節 研究範圍 4 第四節 論文架構 5 第二章 文獻探討 6 第一節 零售業理論 6 第二節 零售業之服務核心 19 第三節 量販店的定義 22 第四節 策略類型 27 第三章 研究方法 34 第一節 研究架構 34 第二節 研究設計 42 第三節 研究流程 47 第四章 個案分析 48 第一節 產業分析 48 第二節 訪談個案：大潤發 55 第三節 訪談個案：萬客隆 59 第四節 訪談個案：家樂福 63 第五節 訪談個案：好市多 66 第五章 策略分析 69 第一節 策略分析概念 69 第二節 本質與型態分析 75 第三節 本質與構面分析 80 第四節 命題發展 83 第六章 結論與建議 92 第一節 量販業經營策略之分析 92 第二節 量販業未來之發展 98 第三節 研究建議 100 參考文獻 102 中文部分 102 英文部分 104

REFERENCES

林旻達，我國家電市場之零售演進，國立台灣大學商學研究所未出版碩士論文，1994年。吳思華，策略九說，二版，臉譜出版社，1998年。李孟熹，流通Q&A，商周出版社，1998年。李孟熹，流通業經營實戰策略，群泰企業管理顧問公司，1993年4月。邱志聖，台灣新型零售機構導入演進之研究，國立政治大學企業管理研究所未出版碩士論文，1990年。清水滋，零售業管理，初版，台北，五南圖書出版公司，民國1998年。許英傑，流通經營未來，書華出版社，1997年。陳淑娟，零售賣場設計與現場消費行為關係之探索研究-以百貨公司為例，私立元智工學院管理研究所未出版碩士論文，1996年。潘振雄，台灣企業實施電腦整合製造成功因素之研究，第十屆全國自動化科技學術研討會論文集，第一冊，1997年。潘振雄，改良型指數平滑法對台灣產品銷售預測之應用研究，行政院國家科學委員會專題研究計畫成果報告，1997年。張厚瑩、李昭慶、陳家祥，零售業供應商選擇之探討-以便利商店、大型超市、量販店為例，第四屆服務管理研討會論文集，1998年。曹俊漢，研究報告寫作手冊，聯經出版事業公司，1991年10月。魏正元，零售現場管理架構-分離與組合理論之雛形，台北政治大學第二屆服務業管理研討會，1996年3月。