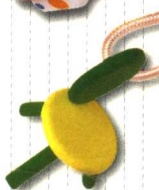
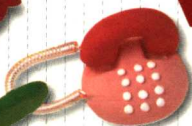


超市經營獲利 寶典(上)



資訊的發達、國民所得的提高及家庭結構的改變，促使零售業現代化更為加速，最具代表性是傳統市場的沒落及超級市場的興起，在台灣每年開發超級市場的數量仍然在遞增中。探究發展快速的原因，最主要原因是双薪家庭的興起及新生活的觀念——清潔、方便、新鮮等。

林正修◎著
世界商業文庫

最新版

超市經營獲利寶典上

F717.6

L638

林正修 ● 著

超市經營獲利寶典 / 林正修著. --初版. --[臺北縣]中和市：世界商業文庫，1997[民86]冊；公分. --(社會大學；13-14)
ISBN 957-9568-26-X(上册：平裝). --
ISBN 957-9568-27-8(下册：平裝)

1. 超級市場 - 管理

498.9

86001216

社會大學13

超市經營獲利寶典(上)

定價 220 元

ISBN 957-9568-26-X

作 者 林正修

出 版 者 漢湘文化事業 世界商業文庫

• 地址／中和市中山路2段350號5F

電話(02)245-2239 傳真(02)245-9154

郵撥帳號／1697754-9

郵撥戶名／漢湘文化事業股份有限公司

執行編輯 夏宜君

美術編輯 王美琪

行政祕書 黃鳳賢

行銷部 陳程・張飛鴻

登記證 行政院新聞局局版臺業字第5711號

國內總經銷 旭昇圖書有限公司

• 電話(02)245-1480 傳真(02)245-1479

郵政劃撥／1293504-1

郵政戶名／旭昇圖書有限公司

印 刷 德一實業有限公司

打 字 陽明電腦排版股份有限公司

製 版 俊昇製版廠有限公司

初版一刷 1997年5月

版權所有・翻印必究

林正修

歷任：大統百貨公司採購課長

大新百貨公司店長

大統大賣場店經理

大統總管理處人事經理

大統連鎖系統採購經理

正修工商專校零售學專案講座

中山大學專校零售學專案講座

經濟部中小企業「企業家經營實務班」講座

經濟部專業人員研究中心「行銷管理研究班」講座

社會大學10

小資本開店經營法

葉朝銘 ● 主編

定價180元

社會大學11

書店經營入門寶典

廖士敏 ● 主編

定價300元

社會大學12

零售業成功經營秘訣

林正修 ● 著

定價280元

社會大學13

超市經營獲利寶典(上)

林正修 ● 著

定價220元

社會大學14

超市經營獲利寶典(下)

林正修 ● 著

定價260元

封面設計・完稿 / 至宜・美琪

最新版

超市經營獲利寶典上

F717.6

L638

林正修 ● 著

作者序

資訊的發達、國民所得的提高及家庭結構的改變，促使零售業現代化的要求更為加速，最具代表性是傳統市場的沒落及超級市場的興起，在台灣每年開發超級市場的家數仍然在遞增中，其發展的方向有二：一，由都市到鄉下，二，都市新商圈。就以目前類似超市經營型態的店家來看，若規模大、中、小均合計在內，已設立者至少仟家以上，發展之快速，也是近幾年而已，探究發展快速的原因，最主要的原因是雙薪家庭的興起及新生活的觀念——清潔、方便、新鮮等，這些現代化生活環境的觀念，相信不只是台灣，大陸、東南亞等未開發國亦會積極跟進。

對於經營超市有研究的人都知道，早期的超市，在商品陳列上以日用品、零食、罐頭、餅乾為主，直到台北市政府委託農產運銷公司在台北成立延吉超市，強調生鮮、清潔、衛生的經營理念，超市這一行業的經營才邁向新的里程碑。

超市發展至今，也許有人會提出，超市經營是否會沒落，筆者認為那是杞人憂天，因為現代消費者相當期待能在一個心理毫無壓力的場合去選購所需要的商品，這是人性發展的需要，也是社會的需要，筆者認為現代經營超市更需溶入科技的應用，再配合人性消費意識之趨向，塑造最佳的超市賣場、新生活氣氛及作好賣場績

一、大型量販店—有良好的停車設備，有寬大的賣場陳列空間。

二、連鎖量販店—連鎖店由中央統籌採購，成本降低，各分店採取量販價出售，但營業部門配合良好。

三、專門店量販店—經營某一類商品的深度和廣度很齊全的店面，可以實施量販作法，且效果不會太差。

經營「量販」店成功的機率會較一般講究「形象」店來得高，也因此有些店面雖非量販店，亦偶而推出「量販價」商品來促銷，量販店經營規模不管大小，最重要的鎖定商圈及建立有效的主顧客羣。

「量販店」經營成功者，由於前景看好，會繼續擴充據點，也因此以前量販店所重視的「價格」競爭，演變到「商圈」的競爭，要贏取商場的競爭，其「量販」的經營管理技術必須提升，不限於「價格降低」而已，為讓各行各業能知悉「量販」經營方式，本書特以中大型「量販」的思考模式，作有程序的分析，特別將各部門細分化，分章分節論述，期待能對業者，或是有志於經營、研究的各界人士，提供棉薄助力，倉促付梓，繆誤之處尚期社會賢達不吝指正。

目 錄

- 作者序 3

第一章 超市經營概論

- 第一節 超市的本質 11
- 第二節 超市的分類 12
- 第三節 超市的發展趨勢 14
- 第四節 超市經營所面臨的問題 20

第二章 店址與商店設計

- 第一節 商圈 27
- 第二節 市場調查 29
- 第三節 商店之建設計劃 34

第三章 超市之組織型態

- 第一節 組織概說 41
- 第二節 超市組織型態 43

第四章 人事管理

- 第一節 人事管理的意義 57
- 第二節 超市人員管理特質與人員採用 59
- 第三節 人員考核、升遷 76

- 第四節 員工福利與員工管理 78

第五章 商品政策規劃及陳列

- 第一節 商品政策 87
- 第二節 商品分類 88
- 第三節 賣場商品配置與規劃 93
- 第四節 商品陳列 97
- 第五節 陳列技巧 103

第六章 商品採購

- 第一節 採購活動 115
- 第二節 商品採購之權責 117
- 第三節 談判技巧與策略 119
- 第四節 訂購、送退與退貨 123
- 第五節 迴轉率 126
- 第六節 盤存 127

第七章 商品包裝政策及自創品牌政策

- 第一節 商品包裝政策 133
- 第二節 自創品牌政策 136

第八章 市場調查及價格政策

- 第一節 市場調查之主旨 141
- 第二節 商品之價格政策 144



|| 第九章 蔬果部賣場的運作管理 ||

- 第一節 概說 153
- 第二節 蔬果之運作管理 156

|| 第十章 量販商品電腦化 ||

- 第一節 量販周遭環境及對應系統的認識 230
- 第二節 整體系統開發注意事項 231
- 第三節 個別系統的開發方法 233
- 第四節 條碼的認識 235
- 第五節 EOS 的認識 238
- 第六節 POS 系統的認識 240

第一章

超市經營概論



零售業的現代化，指的到底是什麼？要在怎樣的情況下才能稱為現代化呢？

一個國家其零售業的結構中，如果有了便利商店、速食店、自願加盟連鎖店、超級市場等，以業態為名的店出現時，該國家的零售業，就可以說是已進入現代化的階段了。而且日本的業者、專家也指出零售業是否已進入現代化，可由連鎖店的有無來決定。而目前我們台灣的零售業，已經有如此多的連鎖店。所以無疑的，已開始展露現代化的現象了。

第一節 超市的本質

超市的經營，十多年前便已經在國內萌芽。但當時的規模並不大，而且大多為附屬性質。且其所陳列的商品，以零食、餅乾、罐頭等乾貨為主。至於雞鴨、魚肉、蔬菜、水果等生鮮食品，則少之又少。

然而，一般來說，乾貨的利潤有限，而生鮮食品的利潤較好。因此，一家超市若只是以乾貨為主，而忽略生鮮食品的話，則經營起來前途自然不太樂觀。再加上國人有嗜吃溫熱食品的習慣，家庭主婦買菜又習慣討價還價等種種原因，而使當時超市的成長一度極為緩慢。

至民國七十年，由台北市政府委託農產運銷公司籌建的延吉超市成立。才使這一行業的經營，跨出新的第一步。



延吉超市商品除了有零食、餅乾、罐頭等乾貨外，更有以嚴格分級包裝的蔬果，以及價廉物美的冷凍、冷藏魚肉，讓消費者首次感到超市也能買到新鮮、價格合理的生鮮食品。

而繼生意興隆的延吉超市後，日商經營的雅客超市，也正式進軍台北東區，除貨色齊全及處理精良的生鮮部門外，更附設有“東京小城日式速食餐飲部”提供飲料與餐飲，販售給前來超市購物的顧客。這種超市與餐飲結合的例子，也廣為後進的業者所採用。

後因超市一家一家的相繼成立，其間競爭也越來越激烈，故除了本有的乾貨、生鮮食品外，更有所謂的冷凍調理食品及各種現成的拼菜盤，熟食、滷味、炸物等也愈來愈有選擇性。

第二節 超市的分類

所謂業種，如服裝店、肉店、魚店、水果店、五金行、電器店……等，是以銷售何種物品來決定店名的。

而所謂業態，如便利商店、快速店、超級市場、大賣場、百貨公司、倉儲批發……等，是以店鋪內的銷售型態來劃分。

超市的現代化，是成熟社會的一個特徵，過去，我國的經濟建設，大多著重於農、工、礦業及製造業的發展，超市不受重視。目前，在工商業繁榮發達的衝擊