

商業概論講義

第二回

30555A-2



社團
法人
考
法

考
友
社

出版
發行

商業概論講義 第二回



第二講 商業的經營型態.....	1
命題重點.....	1
重點整理.....	2
一、業種與業態.....	2
二、零售業.....	3
三、零售業的種類.....	5
四、批發業.....	22
精選試題.....	28

第二講 商業的經營型態



一、業種與業態

- (一)業種與業態的定義
- (二)行銷通路中的零售業與批發業

二、零售業

- (一)零售之定義
- (二)零售業的功能
- (三)零售業的特質
- (四)零售業的分類
- (五)臺灣零售業的發展過程

三、零售業的種類

- (一)便利商店
- (二)超級市場
- (三)量販店
- (四)百貨公司
- (五)專賣店
- (六)商城與賣場
- (七)無店鋪經營型態
- (八)其他銷售方式

四、批發業

- (一)批發商的意義
- (二)批發商的功能
- (三)批發業的特質
- (四)批發商的種類

* * * * *
* 重點整理 *
* * * * *

一、業種與業態

(一)業種與業態的定義：

- 1.業種：所謂業種是以所販賣的商品種類來劃分的行業；簡言之，即是見到招牌就知道該店是販賣何種商品；例如「文具店」是賣文具；「蛋糕店」即是賣蛋糕。所以從事該行業的店也稱為業種店。業種店的特色是所販賣的產品線比較狹窄，但是商品種類比較多。
 - (1)時代背景方面：在民生物資缺乏時期裡，民生需求遠超過供應商所能供應，又因消費者的消費能力受限下，往往只針對需要的產品來購買，所以以需求為主的業種店便蘊育而生。
 - (2)銷售商方面：業種店所強調的是單項商品，但種類繁多，例如「花店」各式各樣的花一應俱全，銷售商重視的是商品的銷售能力，所以具備相當豐富的商品知識，整個店面的擺設也都以商品為中心來規劃，但業種店多半受限於成本的關係，所以組織成員多以家族為主，並以街坊鄰居為主要客源，「管理」更談不上，訂貨時多憑記憶或經驗。
 - (3)顧客方面：由於業種店大都只賣單項產品，所以顧客有需要才會上門，也因此顧客需要的是物質需求的一種感受。
- 2.業態：是以所經營的方式或型態來劃分的行業，這種行業所販售的商品和提供的服務屬多樣化，以便迎合不同顧客的需求，所以從招牌是無法得知店內所販賣的是何種商品，如購物中心、百貨公司、量販店、超級市場、便利商店等；所以這種類型的商店又稱為業態店。
 - (1)時代背景方面：由於消費知識的增進，再加上國民所得增加，為因為不同的消費需求及精神的感受，業態店便如雨後春筍般一一發展開來。
 - (2)銷售商方面：業態店的商品是屬多項商品、多項種類，就如百貨公司有不同顧客群所需的不同品項，銷售商較重視的是商品的包裝及商品的行銷方式（因為顧客對商品知識已充分的瞭解），在經營方面也著重於現代化的管理，例如成員以聘雇為主，並施以訓練加強顧客的服務品質，商品管理方面也朝電腦化發展，所以是一種以現代經營理念為導向的行業。

3. 業種店與業態店的區別：

	型態	業種	業態
	項目	(Kind of Business)	(Type of Operation)
背景	起 源	民生物質缺乏時期	民生物質充裕時期
	供 需 關 係	供給小於需求時期	供給大於需求時期
顧客	消 費 概 念	強調物質需求的感受	強調精神需求的感受
	消 費 心 態	到店裡買要買的商品	到店裡看有什麼商品可買
經銷	經 營 重 點	注重於商品的銷售能力	注重於商品的行銷能力
	經 營 管 理	以經驗為導向	以現代經驗理念為導向
售	店 內 規 劃	以商品為中心來規劃	以經營方式為中心來規劃
	商 品 類 型	單項商品，多項種類	多項商品，多項種類
量	組 織 成 員	多半為家族成員	多半以聘雇為主
	顧 客 維 繫	以情感為基礎	以服務為基礎

(二)行銷通路中的零售業與批發業：

1. 行銷通路的功能：商業的本質在於「交易」，交易的過程必須透過「行銷通路」。行銷通路是指介於製造商與消費者之間行銷中介單位所構成。行銷通路的功能：

- (1) 傳遞資訊：讓買賣雙方得以互通訊息，得知彼此的供給與需求。
- (2) 承擔風險：買賣雙方供需不等時，承擔供過於求或供不應求所帶來的風險。
- (3) 促成交易：幫助賣方將產品與服務給目標市場的顧客。
- (4) 實體配送：將產品順利的送到顧客手中。

2. 依通路長度可分：

- (1) 零階通路：製造商不須透過任何中間商，就直接將商品銷售給消費者。如直銷、新興型態的網路購物等。
- (2) 一階通路：製造商與消費者之間，有一個中介站（零售商）存在。
- (3) 二階通路：製造商與消費者之間，有二個中介站（批發商、零售商）存在。
- (4) 三階通路：製造商與消費者之間，有三個中介站（批發商、中盤商、零售商）存在。由上可知，通路中最重要的兩個角色分別是批發商與零售商。

二、零售業

(一)零售之定義：是指從批發商（或製造商、中盤商）之處購進商品，再經過分裝、標示、整理及陳列展示等方式，提供給最終消費者以供消費之意；而從事這方面活動的行業即稱為零售業。

♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥
♥
♥ **精選試題** ♥
♥
♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥

一、零售業有何功能？試說明之。

答：(一)零售之定義：是指從批發商（或製造商、中盤商）之處購進商品，再經過分裝、標示、整理及陳列展示等方式，提供給最終消費者以供消費之意；而從事這方面活動的行業即稱為零售業。

(二)零售業的功能：

1. 對製造商而言：

- (1)分配功能：製造商可透過零售商將產品傳達到消費者手中，使得製造商專心於製造，而不必承受銷售的風險。
- (2)儲存功能：零售商為能充分供應消費需求而多置存貨，因而無形間也分攤了製造商的倉儲成本。
- (3)提供情報的功能：零售商為銷售對自己有利的商品，常會將顧客的反應提給製造商，無形間也替製造商蒐集商品資訊，以做為改進之參考。

2. 對消費者而言：

- (1)選擇的功能：製造商將不同的商品展示陳列，讓消費者能自由比較，省卻了消費者的奔波尋找。
- (2)服務的功能：消費者在購物時，可透過零售商的說明買到理想的商品，甚至購買後還能獲得零售商所提供的售後服務，如送貨到家、安裝或修理等。
- (3)舒適的購物空間：為能使消費者安心的選購，零售商會提供冷氣、菜籃車或嬰兒車等。

二、零售業有何特質？試說明之。

答：(一)以現金交易為主：由於零售商所販賣的商品大都為小金額，所以以現金交易為主，無形間降低了呆帳的風險。

(二)商品週轉率高：零售商的商品大都為多樣少量，以避免過多的囤積，所以在週轉上明顯增高。

(三)促銷手法琳琅滿目：為吸引消費者的購買，零售商常以海報或夾報方式做為促銷手段，或用櫥窗展示的方式刺激購買慾望。

三、請說明零售業的分類。

答：(一)依服務程度而分：

1. 完全服務：可刷卡簽帳、自由退貨，甚至提供免費送貨到家與顧客接駁的服務。

(1) 零售商型態：高級百貨公司。

(2) 商品類型：特殊品；如珠寶、首飾。

2. 有限服務：僅提供部份簡單的服務，如退貨。

(1) 零售商型態：一般百貨公司、專賣店或量販店。

(2) 商品類型：選購品。

3. 完全自助：不提供何銷售服務。

(1) 零售商型態：便利商店、超級市場、自動販賣機。

(2) 商品類型：便利品。

(二)依有無經營店舖而分：

1. 店舖零售：如百貨公司、專賣店、超級市場、便利商店等。

(1) 優點：有實際的觸覺及視覺，所以退貨率低。

(2) 缺點：因需負擔店面租金，所以成本較高，售價也較高些。

2. 無店舖零售：如郵購、電視購物、自動販賣機、網路購物等。

(1) 優點：不必承擔租金，所以成本及售價均稍低些。

(2) 缺點：沒有直接的觸覺，退貨率較高，承購意願稍低。

(三)依有無連鎖而分：

1. 獨立商店：如雜貨（柑仔）店；係由店主自行出資經營。

2. 連鎖商店：可分為直營連鎖及加盟連鎖兩大類。

(四)依商品多寡可分為專賣店、便利商店、超級市場、量販店、百貨公司等。

四、請說明便利商店（CVS Convenience store）的特質。

答：意義及特徵：便利商店是以銷售周轉率高的便利品為主的小型商店。其特徵是：

(一) 商圈範圍：商圈主要在住宅區，主商圈半徑在 500 公尺以內。

(二) 賣場面積：15 坪以上，70 坪以下，在臺灣多為 30 坪左右。

(三) 商品結構：為滿足消費者「例行性」與「突發性」需求，以食品、日用雜貨等生活需求度高的商品為主，價格為中等或中等以上（毛利率約為 25~35%），商品種類至少在 1500 種以上。

(四) 營業時間：每日營業時間至少 14 小時以上，一年至少營業 340 天，在臺灣通常以 24 小時全年無休方式最普遍。

(五) 目標顧客群：以單身者、青少年學生、過路客與夜生活者為主。