

摘要

近十幾年來，連鎖便利商店的崛起，逐漸取代了傳統的雜貨店及零售商店，其經營型態具有眾多營業據點、多元化服務及 24 小時營業；不僅提供給消費者時間、距離及服務上的便利，更不斷的推陳出新，來滿足消費者多樣化的需求，成為國人日常生活中不可或缺的一環。

自從統一超商於 1979 年與美國南方公司合作引進便利商店的經營方式以來，許多本地業者紛紛投入，OK、全家、福客多、安寶、統一麵包、小豆苗…等先後創立，它們以商品的便利性、距離的便利性和時間的便利性為訴求，已在流通市場中爭奪到一片廣闊的天空。

臺灣的連鎖便利商店，到目前為止已有將近一萬多家的規模，由全省分佈的數量及密集度，可發現此產業競爭之激烈。連鎖便利商店提供了消費者時間上、距離上、商品上及服務上的便利，針對目前的消費習性，滿足顧客的需求。雖然目前連鎖便利商店業已進入了戰國時代，但仍然有許多業者持續擴大其規模，另外也仍有業者想進入此產業，可見此產業仍有發展的空間。

希望能藉由此次的研究，對連鎖便利業的產業能有更深一層的認識，以及探討業者如何在這激烈的環境中運用策略來維持競爭優

勢，進而創造優勢，享有更高的利潤，並能對連鎖便利商店產業的未來發展趨勢有所瞭解。