

摘要

本研究的目的是藉由調查研究瞭解零售業的空間管理策略，比較不同策略類型間作業方式與績效的差異。問卷調查係以臺灣地區的超級市場為對象，回收資料經由集群分析、變異數分析、多重比較檢定等方法加以分析，結果發現：臺灣地區超市的空間管理策略可分成優勢型、因應型、消極型等類型，在空間管理態度的正向排名上，固然是優勢型第一，因應型第二，消極型第三。在空間配置的作業層次，及在回轉率、坪銷售額、坪毛利等績效指標上，亦有同樣的排名。並且不僅空間管理策略會影響配置作業方式，二者亦都對績效有影響。

關鍵詞：零售，空間管理，策略。