

# 零售業

## 重點摘要

- ◆ 零售業在行銷體系上，屬於最後一個銷售階段，目前經營型態可分成「有店鋪零售」與「無店鋪零售」2種型式。
- ◆ 由於零售業進入門檻不高，可涉及的領域又多，是吸納基層勞工的主要行業之一，舉凡食、衣、住、行、育、樂需用之各種物品，大多由零售業銷售到消費者手中。
- ◆ 零售業中除較大型企業聘用之主管及監督人員學歷要求較高外，其餘大多沒有嚴格的學歷限制，受僱人數最多的商店銷售人員，一般學歷為高中職以上即可。

## 行業特性

零售業為直接面對消費者的經營業者，隨著消費者生活型態的多元化，市場競爭愈趨激烈，由於銷售模式不斷的突破與創新，零售業逐漸有了嶄新的風貌。

零售業在整個行銷體系上，屬於最後一個銷售階段，消費者購買商品時，通常直接向超市、百貨公司、加油站、消費合作社或網站等零售商購買，零售代理商、零售拍賣公司亦歸入本類。由於零售業主要是透過提供商品以滿足消費者，所以傳統上零售業係依照所販賣商品的種類來劃分不同的零售行業，例如食品店、服飾店、家具店、鐘錶店、電器行、電腦專賣店等；若販售商品種類眾多，則歸納為綜合商品零售業，如百貨公司、量販店、超級市場、便利商店等，其內容另於「綜合商品零售業」專章說明。

早期的零售業係以傳統的雜貨店居大宗，隨著時代的進步，零售業的經營漸趨多元化，其特性是販售商品數量多、業種多、營業時間較長、分散在廣大的地理區域、進入及退出市場容易、投資金額和經營風險較小，因進入門檻低，商圈內競爭也特別激烈。零售業在高度競爭的市場經濟體制下，採取的是消費者導向的銷售策略，商店門市多選在交通便捷處，裝潢設計也需多花心思，注重清潔亮麗，才能別出心裁，以便與市場區隔，吸引顧客上門，因此土地與裝潢的單位成本常較批發業來得高。通常零售業的毛利高於批發業，業者會為了業績而在行銷活動上做較大的投資，以提高營業資產及存貨周轉率；零售業多採取現金交易方式，現金周轉速度較快，對資金需求壓力相對較低。

零售業是經濟活動不可或缺的一環，製造商製造商品，透過零售商將商品出售給一般消費者，並將銷售情況以及消費者對貨品的意見反映給製造商，作為改進依據；對消費者而言，零售商提供其所需貨品，並在選購時提供建議及說明，因此零售商對商品的特性必須有一定程度的了解。

零售業為滿足消費者需求而有 2 種不同經營的形態，分別說明如下：

#### 一、有店鋪零售（Store-based Retailing）

顧名思義，就是在實體店面從事商品陳列和銷售，主要販售形式有獨立商店與連鎖加盟 2 種，前者規模較小，通常由店主親自經營，多開設在住宅區及商業區，只備有少量存貨，並以提供個人服務為主；後者是由企業主導經營並擁有多間分店的零售商店，其特色是各連鎖分店都有相同的名稱、外觀和裝潢，且販售的貨品大同小異，通常由總公司負責進貨、廣告宣傳及其他管理事務，規模較大且員工較多，同時設有不同部門，藉由發出會員卡、集點卡等方式來吸引顧客消費。

## 二、無店鋪零售 (Nonstore Retailing)

「無店鋪經營」模式的其中一種行銷方式，在日本被稱為「製造商與消費者的第 3 類接觸」<sup>1</sup>，是不需透過任何有形的店鋪而將商品轉售給最終消費者的方式，亦是現今商業市場上主要經營方式之一。無店鋪零售商放棄傳統管道，改以電話、傳真或郵寄方式進行銷售，隨著網路資訊的發展，時下流行網路購物的經營方式更拉近商品與消費者間的距離。依其銷售媒介不同，主要分為：(1) 自動販賣機：以機器取代人力的一種銷售方式，可不必聘用售貨員，節省工資、降低成本，同時顧客可以隨時購買貨品；(2) 郵購：印製產品型錄寄給顧客，顧客挑選商品後將訂單寄回供應商即可購買所需商品；(3) 網路商店：網際網路的普及，造就了無店鋪的網路商店經營模式，零售商只要設立網站並上傳銷售商品照片及說明，顧客便可以隨時瀏覽及選購商品，最具代表性的網路商店有 Yahoo 購物、PChome 購物商店、PayEasy 網路購物等，除了打破地理區域限制，並提供公開透明的產品議價資訊，讓顧客可以在家中購物，既節省時間又可免舟車勞頓；(4) 電視購物：屬於通信購物的一種，商品資訊經由有線電視系統傳送，使消費者可以在家中利用有線電視觀看商品資訊，經由電話進行零售交易<sup>2</sup>；(5) 直銷：直接於消費者家中或他人家中、工作地點或零售商店以外的場所進行商品銷售，通常是由直銷人員當場對產品或服務作詳細說明或示範<sup>3</sup>；(6) 攤販：指建築物或公民營市場之營業場所外，以攤位銷售貨物者<sup>4</sup>。

### 工作條件

由於零售業主要是面對消費者，因此大多數銷售場所的工作環境寬敞、乾淨、明亮、有空調並注重安全，人員在工作上的危險性較低，工作地點多處在交通便利的商業區，人潮擁擠、人來人往。

一般來說，零售業的工作時數較長，有些商家甚至採 24 小時營業，較具規模的業者可能會採輪班、輪休。網路商店雖然提供 24 小時服務，但人員上班時間比照一般上班族，從早上 9 點至晚上 6 點。門市假日出勤比例約為 5 成，旺季或折扣促銷期間會比較忙，就需要較多的兼職人員來服務顧客。關於部分工時的情況，依據食品業者表示，採用部分工時員工比例約為 2 成，主要負責協助正職員工進行例行性之業務（如補貨、清潔等），並可節省人力成本。由於零售業屬於勞力密集度較高的行業，工作時間長，因此受僱員工的流動率較高。

工作環境、對體能之需求隨各職類而異，服務及銷售工作人員通常會依照公司規定穿著特別服裝或制服（如夾克或工作圍裙），以辨別商店員工身分並保持人員服裝整潔；食品零售業則受到食品安全法規之約束，熟食部或肉品部之員工需年度健康檢查、工作時穿戴頭罩和手套。由於營業時間長，需長時間站立或行走，少有機會休息，易發生姿勢性下背痛<sup>5</sup>、尿道感染等症狀；也可能因為長期保持同一姿勢而造成神經壓迫，發生疼痛、麻木、活動度下降的情形；有時因需要向顧客介紹商品而出現聲帶使用頻率高、聲音沙啞的情形；小型商店因人孤力單，偶有遇到搶劫的風險。

## 目前就業情況

依財政部 109 年 5 月營利事業家數<sup>6</sup>統計，目前零售業中以「食品、飲料及菸草製品零售業」廠商家數最多約占 26.73%，其次為「家用器具及用品零售業」約占 14.10%。

### 零售業各分業營利事業家數—按稅務小行業別分

109 年 5 月底		
	單位：家數、%	
	事業家數	百分比
零售業總計	367,217	100.00
綜合商品零售業	32,508	8.85
食品、飲料及菸草製品零售業	98,160	26.73
布疋及服飾品零售業	35,255	9.60
家用器具及用品零售業	51,786	14.10
藥品、醫療用品及化粧品零售業	24,840	6.76
文教育樂用品零售業	14,806	4.03
建材零售業	12,075	3.29
燃料及相關產品零售業	5,807	1.58
資訊及通訊設備零售業	13,513	3.68
汽機車及其零配件、用品零售業	25,459	6.93
其他專賣零售業	24,584	6.69
零售攤販	3,205	0.87
其他非店面零售業	25,219	6.87

資料來源：財政部「中華民國財政統計月報」。

依據勞動部統計資料<sup>7</sup>顯示，零售業的受僱者以商店銷售人員占 32.85%居首，監督人員占 11.24%次之，顯示零售業受僱者除了管理階層外，大多為銷售服務人員，由於替代性高，員工之流動性亦較高。

### 零售業受僱人數—按主要職業別分

108 年 7 月

單位：人、%

職業別	人數	百分比
<b>總計</b>	<b>639,980</b>	<b>100.00</b>
<b>主管及監督人員</b>	<b>92,374</b>	<b>14.43</b>
高階主管（總經理及總執行長）	3,286	0.51
中階主管（經理）	17,162	2.68
監督人員	71,926	11.24
<b>專業人員</b>	<b>17,989</b>	<b>2.81</b>
藥事人員（含藥師）	6,236	0.97
廣告及行銷專業人員（含企劃）	4,932	0.77
<b>技術員及助理專業人員</b>	<b>50,747</b>	<b>7.93</b>
工商業銷售代表（含業務員）	27,769	4.34
採購員	5,317	0.83
資訊管理及維護技術員	3,000	0.47
<b>事務支援人員</b>	<b>75,364</b>	<b>11.78</b>
一般辦公室事務人員（含文書）	22,525	3.52
會計助理、簿記、出納	25,357	3.96
存貨事務人員	7,020	1.10
<b>服務及銷售工作人員</b>	<b>298,104</b>	<b>46.58</b>
商店銷售人員	210,219	32.85
收銀員及售票員	41,239	6.44
展售說明人員	12,941	2.02
加油站服務員	22,177	3.47
<b>技藝、機械設備操作及組裝人員</b>	<b>75,030</b>	<b>11.72</b>
車輛維修人員	28,553	4.46
食品製造及處理人員	18,188	2.84
小客、貨車駕駛人員	13,871	2.17
<b>基層技術工及勞力工</b>	<b>30,372</b>	<b>4.75</b>
勞力工	5,349	0.84
理貨員	23,627	3.69

資料來源：勞動部「職類別薪資調查報告

附註：僅列示主要職業，故有細項加總與總計不符現象。

## 相關職業介紹

由於零售業面對最終消費者，而實體店面銷售又為主要方式，因此商店銷售人員為零售業人數最多的職業，其主要工作為負責將商品由儲存區搬到販賣區，陳列商品、補貨、包裝、開立發票及收據等，必要時須向顧客說明商品的功能、特徵、品質與價格，也可稱為店員、售貨員等。一般而言，商店銷售人員必須秉持主動積極且有效率、有禮貌的服務態度，並對負責商品的特徵、使用方式有所認識及了解，才能向消費者介紹，進而吸引顧客的青睞；零售業陳列販售的品項繁多，商店銷售人員常需協助顧客找到合適的商品；大多數的銷售人員為了因應銷售尖峰期，時常需要在週末、假日工作，故流動率高，預計市場上就業機會仍多，且提供兼職與正職的工作機會。

零售業上游涉及各種製造業，但入行門檻低，不需大筆資金便可以開業，因此家數多，「主管及監督人員」也多，包括了負責擔任單店管理的店長、各部門資深經理、主管等監督管理職。部門主管負責指派工作、監督員工績效及部門整體銷售利潤，以確保公司營運符合最高階層所設定的標準與目標；店長主要工作是掌管全門市營運及業績目標的達成，副店長則協助店長處理全店事務，必要時需協助解決顧客與商店銷售人員之間的爭議。

在零售業的「事務支援人員」以「會計助理、簿記、出納」之受僱人數居多，主要負責全店之金錢進出相關事宜，同時也必須協助門市日常作業及商品販售。

## 訓練資格及升遷

零售業中除較大型企業聘用之主管及監督人員學歷要求較高外，其餘大多沒有嚴格的學歷限制，受僱人數最多的商店銷售人員，一般學歷為高中職以上即可。在開始工作前，雇主或資深人員會協助新進人員儘早了解工作內容，讓新進人員實地演練收銀機、標價機、進貨處理、門市清潔、顧客話術等日常工作。另外，對於已有經驗的員工或是準備升任的儲備人員，會安排門市形象維護、商品陳列與管理、促銷活動的策劃與執行、帳務處理、盤點作業、機器設備的簡易故障排除、安全與危機管理、人際關係與自我成長等訓練課程。

目前零售業中有幾家大型企業都提供正式的管理訓練課程，以儲備大專畢業生擔任管理職位，而且這樣的訓練課程可能會越來越多；有些公司提供 5 天的新進人員教育訓練，對於正職員工及店長、副店長，每季均給予在職之教育訓練。

升遷方面，基層職位的員工若要晉升到管理職位，主要關鍵在於工作經驗、績效表現及人格特質；據部分零售業者表示，大部分主管為內部員工晉升，因公司有提供階梯式的在職訓練系統（課長、處長、店長、區經理），通常必須在單一職位歷練一段時間，門市管理、業績績效、行銷販賣方面均績效卓越，並獲直屬主管推薦後方能晉升到更上一層次的管理職位。若經營者為跨國企業，則人才培育重點在促使員工國際化，以因應國際採購、分工的趨勢。然而零售業往後幾年的變化，將使升遷機會變得十分有限；有規模、制度完善的公司對於部門經理、商店管理人員等管理階層的學歷日益重視。而且網際網路和其他電子通訊方式的使用越來越廣泛，加上銷售技術的改變，使得管理職位所需專業技能的要求越來越高，因此教育程度較低的員工在企業中升遷將越來越難。



## 薪資收入

根據勞動部統計資料顯示，民國 108 年 7 月零售業受僱員工平均每人月總薪資 43,644 元，其中「主管及監督人員」薪資 79,174 元，而非主管之各職業的薪資差異頗大，「專業人員」平均 59,594 元、「技術員及助理專業人員」平均 53,518 元、「技藝、機械設備操作及組裝人員」平均 40,213 元、「事務支援人員」平均 37,908 元、「服務及銷售工作人員」平均 33,516 元、「基層技術工及勞力工」平均 31,767 元。由於零售業雇用部分工時員工之比率甚為普遍，致整體平均薪資有拉低現象。

以業績導向的職業，如展售說明人員、工商業銷售代表及商店銷售人員通常有較高的非經常性薪資，主要原因在於可從賣出商品的總值中獲得部分比例的佣金，抽取比例因產品性質以及店家政策而有所不同，單價越高的商品抽取的比例會越高，這部分也是增加收入的好機會，不過佣金的多寡與銷售產品的能力有很大的關係。

據零售業者表示，以資歷與經驗作為調薪的依據，高階主管（如店長、經理）月薪甚至可達 10 萬元以上。由於零售業之員工有業績獎金及員工分紅，一般大型企業年薪可領 13~14 個月薪資，加上有夜班津貼。非經常性薪資（業績或績效獎金、年終獎金）占年收入比例約 5%~10% 左右。

零售業受僱薪資—按主要職業分

108年7月

單位：元、%

職業別	總薪資		經常性薪資		非經常性薪資	
	(1)=(2)+(3)	結構比 (1)/(1)	(2)	結構比 (2)/(1)	(3)	結構比 (3)/(1)
<b>總平均</b>	<b>43,644</b>	<b>100.00</b>	<b>37,255</b>	<b>85.36</b>	<b>6,389</b>	<b>14.64</b>
<b>主管及監督人員</b>	<b>79,174</b>	<b>100.00</b>	<b>64,820</b>	<b>81.87</b>	<b>14,354</b>	<b>18.13</b>
高階主管（總經理及總執行長）	169,184	100.00	144,464	85.39	24,720	14.61
中階主管（經理）	98,865	100.00	89,536	90.56	9,329	9.44
監督人員	70,363	100.00	55,284	78.57	15,079	21.43
<b>專業人員</b>	<b>59,594</b>	<b>100.00</b>	<b>49,010</b>	<b>82.24</b>	<b>10,584</b>	<b>17.76</b>
藥事人員（含藥師）	50,077	100.00	40,494	80.86	9,583	19.14
廣告及行銷專業人員（含企劃）	71,587	100.00	52,673	73.58	18,914	26.42
<b>技術員及助理專業人員</b>	<b>53,518</b>	<b>100.00</b>	<b>41,262</b>	<b>77.10</b>	<b>12,256</b>	<b>22.90</b>
工商業銷售代表（含業務員）	58,165	100.00	42,689	73.39	15,476	26.61
採購員	54,315	100.00	43,493	80.08	10,822	19.92
資訊管理及維護技術員	44,633	100.00	42,472	95.16	2,161	4.84
<b>事務支援人員</b>	<b>37,908</b>	<b>100.00</b>	<b>33,519</b>	<b>88.42</b>	<b>4,389</b>	<b>11.58</b>
一般辦公室事務人員（含文書）	36,992	100.00	34,405	93.01	2,587	6.99
會計助理、簿記、出納	36,855	100.00	32,167	87.28	4,688	12.72
存貨事務人員	38,152	100.00	32,395	84.91	5,757	15.09
<b>服務及銷售工作人員</b>	<b>33,516</b>	<b>100.00</b>	<b>29,305</b>	<b>87.44</b>	<b>4,211</b>	<b>12.56</b>
商店銷售人員	34,328	100.00	29,695	86.50	4,633	13.50
收銀員及售票員	32,259	100.00	30,223	93.69	2,036	6.31
展售說明人員	37,326	100.00	31,811	85.22	5,515	14.78
加油站服務員	27,152	100.00	22,559	83.08	4,593	16.92
<b>技藝、機械設備操作及組裝人員</b>	<b>40,213</b>	<b>100.00</b>	<b>36,059</b>	<b>89.67</b>	<b>4,154</b>	<b>10.33</b>
車輛維修人員	45,462	100.00	39,609	87.13	5,853	12.87
食品製造及處理人員	30,628	100.00	29,580	96.58	1,048	3.42
小客、貨車駕駛人員	40,782	100.00	38,469	94.33	2,313	5.67
<b>基層技術工及勞力工</b>	<b>31,767</b>	<b>100.00</b>	<b>30,024</b>	<b>94.51</b>	<b>1,743</b>	<b>5.49</b>
勞力工	21,326	100.00	21,216	99.48	110	0.52
理貨員	34,317	100.00	32,148	93.68	2,169	6.32

資料來源：勞動部「職類別薪資調查報告」。

## 前景與展望

隨著零售業通路競爭日益激烈，電視購物、網路購物的崛起澈底顛覆了既有的銷售模式；為強化貨物配送的效率，部分連鎖零售商店與物流業者合作，以「聯合配送」的方式提高其競爭力，拓展生存空間。此外，電腦化作業是零售店掌握銷售狀況的必備工具，如運用銷售點管理（Point of Sales, POS<sup>8</sup>）系統進行單品銷售分析、庫存管理、暢銷品與滯銷品分析等工作，協助零售店在短時間內迅速掌握銷售資訊，提高應變能力與獲利能力。

為強化臺灣服務業發展動能，經濟部特別針對主管的批發零售、餐飲、物流、管顧、資訊服務、設計、廣告、會展等 8 項主要服務業，以及數位內容、無線寬頻應用、養生照護、智慧自動化工程技術、雲端運算、電子商務、能源技術服務業等 7 項整合性服務業，研訂「經濟部服務業發展藍圖」，並投入 300 億元，協助產業結構調整，期於 2020 年服務業 GDP 年成長率 5.14%，達新臺幣 4 兆 7553.9 億元；服務業就業人數增加 16.6 萬人，達 278.4 萬人，讓服務業成為帶動臺灣經濟持續成長的引擎<sup>9</sup>。

由於零售業進入門檻不高，可涉及的領域又多，隨著各大零售業紛紛開新店，從而也帶來就業需求，社會新鮮人若能累積個人實務經驗、服務熱忱、專業技能及社會調適力，用心投入，一定能為自己開創成功的舞臺。

## 相關資訊來源

財政部

<https://www.mof.gov.tw/>

經濟部統計處

<https://www.moea.gov.tw/mns/dos/>

台灣連鎖暨加盟協會

<http://www.tcfa.org.tw/>

財團法人中國生產力中心

<http://www.cpc.org.tw/>

## 備註

- 
- <sup>1</sup> 亞洲國際工商資訊（民國 95 年 5 月），無店舖零售。
  - <sup>2</sup> 蔡國棟（民國 83），有線電視購物頻道的媒介環境之研究－媒介系統依賴論的觀點，國立交通大學傳播科技研究所碩士論文。
  - <sup>3</sup> 中華民國直銷協會，網址為 <http://www.dsa.org.tw/>。
  - <sup>4</sup> 臺北市市場處，網址為 <https://www.tcma.gov.taipei/>。
  - <sup>5</sup> 姿勢性下背痛：又稱為「筋肌膜性下背痛」，主要由惡劣的姿勢造成，通常是為配合工作而不得不採取的姿勢，造成腰部肌肉的疲勞痛；這樣的症狀雖然不嚴重，不過有腰酸、腰部肌肉疼痛等症狀。
  - <sup>6</sup> 財政部－財政統計月報，營利事業家數及銷售額－按稅務小行業別分；網址：<https://www.mof.gov.tw/singlehtml/285?cntId=57474#gsc.tab=0>。

- 
- <sup>7</sup> 勞動部（民國 109），職類別薪資調查報告（資料時期：民國 108 年 7 月）。
- <sup>8</sup> 銷售點管理系統 POS（Point of Sales）：利用電腦處理資料登錄、數據統計、傳送資料等功能，在商品銷售的同時，一方面提供便利的收銀方式，另一方面提供即時資訊收集的功能，以便提供後續情報的處理。
- <sup>9</sup> 經濟部投入 300 億，讓服務業成為推動臺灣經濟持續成長的引擎，網址為 [https://www.moea.gov.tw/Mns/populace/news/wHandEpaper\\_File.ashx?ec\\_id=9](https://www.moea.gov.tw/Mns/populace/news/wHandEpaper_File.ashx?ec_id=9)。