# 校园超市可行性研究报告

来源：网络 作者：空谷幽兰 更新时间：2024-01-07

*校园超市可行性研究报告校园超市可行性研究报告1.引言:1.1编写目的：本报告是对该项目可行性研究的综合分析报告。1.2背景我国拥有一支庞大的日常消费队伍，其扮演着无法磨灭的角色。日常消费在人们生活中占据了绝对比例。近年来，随着市场经济的不断...*

校园超市可行性研究报告

校园超市可行性研究报告

1.引言:

1.1编写目的：

本报告是对该项目可行性研究的综合分析报告。

1.2背景

我国拥有一支庞大的日常消费队伍，其扮演着无法磨灭的角色。日常消费在人们生活中占据了绝对比例。近年来，随着市场经济的不断发展，超市在市民日常生活中的地位已经越来越重要。其主要经营食品、副食及日用百货，如今的超市为了满足顾客越来越细化的需求，正在不断进行商品扩充及业态调整。其市场领域的巨大潜力也是无与伦比的。大学生作为人力资源、新兴消费市场，越来越获得市场的认可。大学校园超市+大学生这一组合正逐渐成为校园消费领域中的最佳拍档。大学生这一特殊的经济团体和学术团体决定了这一组合的牢固性。购物的便利性和对金钱的弱敏感性使得校园超市的销售额在校园这一个相对比较封闭的环境内表现的相当可观。而且，校园超市间竞争的激烈程度无法与社会上的商业竞争相提并论。而目前现有的超市不仅规模较小，而且商品价格偏高，给学生及当地居民带来一定的不便。

1.3“校园超市”的设立意义

l本超市是由在校学生所设立，可以充分锻炼学生的各种能力。l超市的设立可为大学城内同学及当地居民带来更大的方便和实惠。l超市的工作人员是从当地下岗职工中选择，这对于当地居民的生活和街道办事处的工作有一定的意义。

2.市场调查分析及预测

2.1市场现状调查

2.1.1对现有超市的情况调查

目前，在临近大学各校园内各有一家校园超市，能够大体上满足学生的需求，但规模较小，由于学生数量较多，因此在购物高峰期，学生往往要排很长时间的队，供给无法完全满足现有的大量需求，同时也极大的浪费了学生们宝贵的学习的时间。之外，由于现有超市在学校内的唯一性，造成了一定程度上的寡头垄断。因此其商品价格的设置较高，对于没有固定收入的在校学生来说较为不利。另外，现有的超市都是设置在各校园内部，对于临近的当地居民来说，购物十分不便。

2.1.2顾客需求调查

根据调查，在校大学生每月用于购买基本生活用品与学习用品的消费大概是：50元以下占33.3%;50-100元占36.6%;100-200元占21.1%;200元以上占8.8%，平平均消费大约是100元/月·人。在本大学城，在校学生总数约为3万人，那么，每月的基本购物消费大概是300万，这是一个潜在的巨大市场。最需要的商品是学习用品，其次是洗涤用品和饮料食品等。同时，学校附近的居民区所需的日常用品主要为洗涤用品和饮料食品。

2.2市场预测

我们对农学院公寓超市的营业额进行了调查，其每天的营业额为5000元左右，除去成本后其利润约为1000元。而公寓超市不但地处位置不好，规模较小，而且物价较高。本超市一旦开业，将会占据非常大的优势。非常重要的一点就是，现在很多顾客时间不太方便，不愿花费精力和时间去购买商品，本超市针对这种现象提供的购满200元“送货上门”服务，一定会倍受顾客的青睐。加之以现有超市的商品价位较高，本超市本着“薄利多销”的原则，全心为顾客服务，超市前景良好。考虑到各种情况，估计“校园超市”的日营业额大约为10000元，利润约为2024元。

3.“校园超市”的优劣势分析

3.1场地及规模优势

l“校园超市”位于津静公路24号，周边有天津农学院、天津城市建设学院、天津商业大学宝德学院等三所大学及部分当地居民，拥有极大数量的消费潜在群体。超市毗邻主干道，交通便利，大学城各大学学生及邻近居民均能方便到达;l现已有的各校园超市规模均较小，无法完全满足需求。“校园超市”面积约130平方米，商品品类齐全，基础设施完备;

3.2价格优势

本超市为在校学生所设立，因此愿意以较优惠的价格出售商品，希望可以为同学们及当地居民带来更大的方便和实惠。

3.3政策优势

“校园超市”店主为农学院在校学生，当地街道办事处为响应国家政策号召，支持大学生自主创业，特给予租金优惠。每年租金为150000元，且考虑到各种情况，约定自合同生效期开始每满一年交付一年租金。

3.4服务优势

l据调查，目前顾客购物一般为“上门购买”，我们将打破这种传统的校园超市购物方式，除正常营业以外，我们为顾客提供免费送货上门服务，以此可以更加有效地方便于顾客及提高超市的收益。l本超市采用“会员制”，会员可享受八点五折优惠。

3.5雇员优势

超市与街道办事处约定，店内长期工作人员可雇用当地下岗职工，由街道办事处做担保。另超市位于大学城内，可雇用在校学生为临时雇员。

3.6其他优势

l开办者为农学院在校学生，更了解学生的需求;l开办者拥有较好的人脉，以“朋友带动朋友”的模式更能提高收益。

3.7劣势

l超市开业初期，消费者对其不是特别了解，可能会出现客源的问题。l各学校均有相应的学校超市，消费者可能更倾向于较近的本校超市。l超市创建者为在校学生，不太懂得经营方式。

4.项目实施进度

超市并不需要大量的建设，只要进行少量装修即可。因此资金到位后，项目启动比较快。计划进度如下：l2011年06月进行主要筹备工作，包括对于经营商品的调查，资金准备等。l2011年06月底至2024年08月底，定下店面，进行简单粉刷装修并购入货架、冰柜冰箱、空调等物品，开始联系供货商。l2011年09月初至09月底，开始进货，将超市布置整齐妥当。l2011年10月1日国庆节，超市开业!

5.费用及收益估算

5.1租金

超市与街道办事处约定，超市雇用当地下岗职工，街道办事处对超市给予一定的租金优惠，年租金为150000元。

5.2预计前期费用

前期费用约6.1万元，其中：l店面装修约2.1万元。包含：门头招牌500元，室内照明设备5000元，普通3p柜式空调一个6000元，普通冰柜、冰箱各一个5000元，货架3000元，其他投入1500元。l首次进货费用，约4万元。

5.3费用来源

由于超市创立者为在校学生，无固定资金收入，因此前期费用的解决可同时实施两种方案：l家庭资助。本部分约三万元;l前期部分投资的费用可与债权人商议，先支付一部分费用，待超市步入正轨再另行支付剩余部分。

5.4日常费用

年日常总费用约1680000元,其中：l进货费用。每天卖出货物成本约7000元，年费用约1470000元(每年按七个月计，以下不再进行说明)。l配备工作人员工资。考虑到各种情况，超市的人员配备如下：长期收银员两名，采购员两名，理货员一名，送货员五名，忙时雇用在校学生为临时工。其中长期工作人员基本月工资为2024元，临时工工资为7元/小时。加上员工的各种奖金及福利，每年所需总数约为150000元。l水电费。每月所需费用约为3000元，年费用约21000元。l其他费用。年所需约9000元。

5.5收益

经市场调查及综合估算，超市日营业额约为10000元，除去商品成本后的利润约为2024元。加上节日及促销等活动的收益，每年营业额约2100000元，利润收益约450000元。再除去包括工作人员的工资等开销，每年的纯利润约为250000元。

6.推销战略、产品方案

6.1经营定位

根据超市所在位置及潜在消费客户的特殊性，经过特定的综合评估，确定“校园超市”的经营商品以食品、日化用品及小饰品为主，所占比例大致分别为40%、40%、20%。

6.2推销手段

l超市开业期间的销售是极其重要的。一般来说，开业期间的营业额为日常营业额的3倍左右。同时，此时也是超市在消费者心中留下深刻印象的重要时机，对于超市日后的营业至关重要。因此，超市开业的前两个周可给予顾客八折的优惠，以此吸引顾客，扩大客源。l在节日期间，比如圣诞、元旦、春节期间促销人员可分发宣传单、小礼物，以拉近与顾客的距离。而在渠道促销活动中，我们可以写上“×节促销仅还剩几日”等字样，或加大批量折扣。这往往决定了假日促销成功与否。l新产品上市时可采取优惠几日的促销手段。

6.3推销战略

l充分利用超市与顾客之间，超市与超市之间的特点、环境和规模，同中有异。在促销媒介选择上，必须量化、细化、合理化。譬如，选定赠券这种促销工具时，必须对周围的顾客有一定的估量。除了考虑发放多少之外，还应注意顾客能否有效利用。借助广告促销的手段来实现销售量的增加。还应注意促销演示等，以小成本实现大利润，这些都应量化、细化、合理化。l促销时机的选择是成功的开始，促销的时候要注意时间的长短。过长或者过短都会制约假日促销的顺利开展。一般以1周为宜，前2天为推动期，中间3天为高潮期，最后2天为调整期，以保障促销的顺利的完成。l另外值得注意的是，假日促销的对象多种多样，要根据各假日的性质采取相应的方式。因此，正确选择促销对象和方式是开展假日促销首要考虑的因素。我们应多考虑促销方式和效应，以实现销售的利润最大化。

6.4特色商品的展示

作为一个普通的超市，面临同业的竞争压力，要有一定时期或固定时期的销售新产品。我们可以跨区域购置一些异地的特色产品，这既吸引了消费者的眼球，又为超市销售业绩的增加提供了可能。既迎合了消费者的胃口，又增加了超市的竞争力，是一石二鸟之计。跨区域购置，需要超市有选择的购置。比如，可以购买新疆的特色大枣，桂林的糕点，诸如此类。我们走差别化战略，提供与众不同的产品和服务，满足顾客特殊的需求，形成竞争优势的战略。所谓差别化战略就是使企业在行业中别具一格，具有独特性，并且利用有意识形成的差别化，建立起差别竞争优势，以形成对“入侵者”的行业壁垒，并利用差别化带来的较高的边际利润补偿因追求差别化而增加的成本。企业形成这种战略主要是依靠产品和服务的特色。

6.5建立良好的反映机制

顾客的意愿是建立良好的反映机制的前提。建立健全的的反映机制，全面、准确、及时地搜集、分析、研究、处理消费者的意见愿望、思想动态、心理情绪以及带倾向性的社会动态具有重要意义。因此，我们要以讲究时效、真实准确、注重质量、关注消费者为原则，以“顾客就是上帝”为经营理念，注重顾客的感受，及时高效的处理消费者的问题，不断推进和谐超市的进程。

7.人力资源及财务管理

7.1人力资源管理

所谓人力资源就是对人力资源进行有效开发、合理配置、充分利用和科学管理的制度、法令、程序和方法的总和。它贯穿于人力资源的整个运动过程，包括人力资源的预测与规划，工作分析与设计，人力资源的维护与成本核算，人员的甄选录用、合理配置和使用，还包括对人员的智力开发、教育培训、调动人的工作积极性、提高人的科学文化素质和思想道德觉悟，等等。

我超市雇佣两个长期收银员，两个采购员一个理货员以及五个送货员，这些长期员工来自当地下岗员工，我超市为其提供岗位来谋生，使其再就业，有稳定的工作，稳定的收入，充分实现了与当地居民的和谐相处。另外，在忙时雇用在校学生不仅可以为部分学生提供兼职机会，也可以在一定程度上节约成本。

岗位责任制的明确可以使本超市运行高效且有序。我们根据各个工作岗位的工作性质和业务特点，明确规定其职责、权限，并按照规定的标准进行考核及奖惩。实行岗位责任制，有助于工作的科学化。建立和健全岗位责任制，必须明确任务和人员编制，然后才有可能以任务定岗位，以岗位定人员，责任落实到人，各尽其职，达到事事有人负责的目标，改变以往有人没事干，有事又没人干的局面。而实施岗位责任制必须强调以下几个原则：⑴才能与岗位相统一的原则。根据办公室人员的不同才能及特长，分配与之相适应的岗位。⑵职责与权利相统一的原则。职、责、权、利四项是每个工作岗位不可或缺的因素。⑶考核与奖惩相一致的原则。考核必须作为奖惩的基本依据，这样才能使两者相一致，论功行赏，依过处罚，岗位责任制就能起到鼓励先进，激励后进，提高工作效率的作用。这样才能真正发挥作用。

7.2财务管理

合理的财务管理目标是十分必要的。它有着导向作用、激励作用、凝聚作用和考核作用。本超市规定每天定时清点收入，定期清点货物，由理货人员负责并统计分析。统计为本期和上期相比，同行业相比，供应量与市场需求相比，必需品与特色产品相比，并从类别、品种、数量、价格等多方面相比，从而把握需求与供给的关系，做到数据准确，从而分析预测准确。

8.其他

l在所有以上的工作进行之前，首先要申请注册商标等一系列的生产经营许可，使我们的“校园情满超市”符合一切国家相关法律的规定;l本超市的运营不以营利为最终目的;l实际运营中的资金支出及收益会有一定的误差。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！