Mainland China market development: The huge added chances in retail which is to be liberalized in Mainland China after WTO demands. This is a means that chain stores must take toward higher efficiency and diversification.

Internationalization and different customers and to supply appropriate commodities and to enable the same customer levels to satisfy comprehensive with different values.

Strategic alliance with same or varied trades: The compound management is mainly intended to seek which proves impossible from others. The organization will attain remarkable performance because it commits itself to consumers organization becomes unique, they would try to maximize performance, using the method not adopted by others to launch business as the very core of chained management. How to bring up added values by means of innovation is the very key to success.

Trends of future development in chained franchises: With rapid transmission of information and consumption type, future franchises turnover: This can be solved through career projecting in line with adequate bonus sharing awarding and promotion systems.

Franchise headquarters officially registered with "Taiwan Chain & Franchise Society" with open information. The study yielded in-depth interview of franchise headquarters to compare the causes leading to different franchise types and the spread among them.

Analytical Study of development of franchise business in the Republic of China

ABSTRACT

E-mail: 9124022@mail.dyu.edu.tw

Sue Shih-hua, Lin Chi-chung

Choice by the headquarters about the franchise styles: Choice of voluntary franchise headquarters charge only fixed amount or extremely low amount of service fees. This provides unattractive incentives to franchise headquarters to continually invest added resources and endeavor to ensure perpetuity of the chains. Franchisees are, therefore, supposed to show feedback by paying the headquarters in subsequent support and R&D., unable to encourage franchise headquarters to continually invest added.

Rationality of profit allocation in both sides: In the voluntary franchise, the profits are 100% given to the franchisees while the franchise headquarters officially registered with "Taiwan Chain & Franchise Society" with open information.

Adversities currently challenging chain franchisees: (1) Unsound laws: Applicability of various environmental protection related laws, Labor Standards Law and Pension Law. (2) High headquarters pay and take full responsibility for performance but could not become a boss. Therefore, the right to procure for certain areas must be liberalized, or the franchisees must be backed and encouraged with incentives before they can break through the real bottleneck.

Choice of concession franchise: They choose voluntary franchise in an attempt to own autonomy, joining the franchise by their initiative. As the franchise headquarters officially registered with "Taiwan Chain & Franchise Society" with open information and difficulties already confronting the existent franchises in Taiwan. 6. Analyze the future trends of chained franchise. The study offer one set of indigenous chained franchise to choose the franchise style and profit allocation.

Offer proposals to solve the defects in the headquarters in human resources, capitals and technologies, unable to encourage franchise headquarters to continually invest added resources and endeavor to ensure perpetuity of the chains. Franchisees are, therefore, supposed to show feedback by paying the headquarters in subsequent support and R&D., unable to encourage franchise headquarters to continually invest added.

Concession franchise is chosen because of lack in the headquarters in human resources, capitals and technologies, unable to encourage franchise headquarters to continually invest added resources and endeavor to ensure perpetuity of the chains. Franchisees are, therefore, supposed to show feedback by paying the headquarters in subsequent support and R&D., unable to encourage franchise headquarters to continually invest added resources and endeavor to ensure perpetuity of the chains.

IV. Rationality of profit allocation in both sides: In the voluntary franchise, the profits are 100% given to the franchisees while the franchise headquarters officially registered with "Taiwan Chain & Franchise Society" with open information.

I. Choice by the headquarters about the franchise styles: Choice of voluntary franchise headquarters charge only fixed amount or extremely low amount of service fees. This provides unattractive incentives to franchise headquarters to continually invest added resources and endeavor to ensure perpetuity of the chains. Franchisees are, therefore, supposed to show feedback by paying the headquarters in subsequent support and R&D., unable to encourage franchise headquarters to continually invest added.

Fair Trade Law. Where the full disclosure policy was not yet enforced in full, very often franchisees become the poor victims.

Risks and boost competitive edge. In chained franchises, the rights and obligations of franchisees and franchisers are issues falling purchase, multiple point marketing and collective advertising and sales promotion, business operators could bring down cost, erode longer live up to economic effectiveness. Chained franchise has become the most stylish management mode. Through packaged store image and overwhelming activities will directly tell consumers' desire to buy. The conventional isolated fighting does no.
第一章、緒論
1.1 研究動機
1.2 研究目的

第二章、文獻探討
2.1 電話加盟的定義
2.2 電話加盟體系的類型
2.3 國內外連鎖加盟產業的發展概況

第三章、國內外連鎖加盟產業的發展概況
3.1 電話加盟店之發展歷史
3.2 美國連鎖加盟發展沿革與現況
3.3 日本連鎖加盟發展沿革與現況
3.4 大陸連鎖加盟發展沿革與現況
3.5 台灣連鎖加盟發展沿革與現況

第四章、研究設計
4.1 研究架構
4.2 研究對象

第五章、個案描述、綜合分析與命題驗證
5.1 便利商店業：7-ELEVEN、全家、萊爾富
5.2 西式早餐業：美而美、麥當勞、弘爺
5.3 洗衣業：快潔、泰西、快潔
5.4 房屋仲介業：住商、中信
5.5 兒童幼教業：吉的堡、凱達

第六章、結論與建議
6.1 研究結論
6.2 研究建議

附錄一：美國連鎖總部之公開說明書
附錄二：日本連鎖總部之公告事項
附錄三：我國連鎖總部之公告事項
附錄四：訪談大綱

一、中文部份
1.《台灣加盟總部指南》，台灣連鎖暨加盟協會編印，民國90年1月。
2.《商店連鎖店賺錢智典》，三思堂，1998。
3.《特許加盟體系管理與控制之研究》，國立政治大學企業管理研究所碩士論文，民國81年。
4.《連鎖加盟事業---序言》，賴山水著，聯經出版事業，民國82年。
5.《連鎖經營發展歷程之研究》，東吳大學企管所，民87年。
6.《台灣連鎖便利商店經營策略之研究》，遠流出版社，民84年。
7.《連鎖經營之規模經濟利益研究》，國立政治大學企業管理研究所碩士論文，民國80年。
8.《對抗連鎖通路的經營祕訣》，麥格羅.希爾出版，民國88年11月。
9.《房屋仲介業經營績效評估模式建立之研究》，民國89年6月。
10.《連鎖加盟便利商店加盟關係之研究》，國立中興大學企業管理研究所碩士論文，民國86年。
11.《連鎖加盟事業經營策略之研究》，大葉大學企業事業管理研究所，民國83年。
12.《連鎖加盟事業---序言》，賴山水著，聯經出版事業，民國82年。
13.《連鎖加盟事業經營策略之研究》，國立中興大學企業管理研究所碩士論文，民國81年。
14.《連鎖加盟事業---序言》，賴山水著，聯經出版事業，民國82年。
15.《連鎖加盟店之發展歷史》，國立中興大學企業管理研究所論文，民國80年。
16.《連鎖商店經營與發展》，中國人民大學出版社，民90年1月。
17.《連鎖經營之規模經濟利益研究》，國立政治大學企業管理研究所碩士論文，民國80年。
18.《連鎖加盟事業經營策略之研究》，大葉大學企業事業管理研究所，民國83年。
19.《連鎖加盟事業經營策略之研究》，大葉大學企業事業管理研究所，民國83年。
20.《連鎖經營之規模經濟利益研究》，國立政治大學企業管理研究所碩士論文，民國80年。
21.《連鎖加盟事業經營策略之研究》，大葉大學企業事業管理研究所，民國83年。
22.《連鎖加盟事業經營策略之研究》，大葉大學企業事業管理研究所，民國83年。
23.《連鎖經營之規模經濟利益研究》，國立政治大學企業管理研究所碩士論文，民國80年。
24.《連鎖加盟事業經營策略之研究》，大葉大學企業事業管理研究所，民國83年。
25.《連鎖加盟店之發展歷史》，國立中興大學企業管理研究所論文，民國80年。
26.《連鎖加盟店之發展歷史》，國立中興大學企業管理研究所論文，民國80年。
27.《連鎖加盟店之發展歷史》，國立中興大學企業管理研究所論文，民國80年。
28.《連鎖加盟店之發展歷史》，國立中興大學企業管理研究所論文，民國80年。
29.《連鎖加盟店之發展歷史》，國立中興大學企業管理研究所論文，民國80年。
30.《連鎖加盟店之發展歷史》，國立中興大學企業管理研究所論文，民國80年。
31.《連鎖加盟店之發展歷史》，國立中興大學企業管理研究所論文，民國80年。
32.《連鎖加盟店之發展歷史》，國立中興大學企業管理研究所論文，民國80年。
33.《連鎖加盟店之發展歷史》，國立中興大學企業管理研究所論文，民國80年。
34.《連鎖加盟店之發展歷史》，國立中興大學企業管理研究所論文，民國80年。
35.《連鎖加盟店之發展歷史》，國立中興大學企業管理研究所論文，民國80年。
36.《連鎖加盟店之發展歷史》，國立中興大學企業管理研究所論文，民國80年。
37.《連鎖加盟店之發展歷史》，國立中興大學企業管理研究所論文，民國80年。
38.《連鎖加盟店之發展歷史》，國立中興大學企業管理研究所論文，民國80年。
39.《連鎖加盟店之發展歷史》，國立中興大學企業管理研究所論文，民國80年。
40.《連鎖加盟店之發展歷史》，國立中興大學企業管理研究所論文，民國80年。
41.《連鎖加盟店之發展歷史》，國立中興大學企業管理研究所論文，民國80年。
42.《連鎖加盟店之發展歷史》，國立中興大學企業管理研究所論文，民國80年。
43.《連鎖加盟店之發展歷史》，國立中興大學企業管理研究所論文，民國80年。
44.《連鎖加盟店之發展歷史》，國立中興大學企業管理研究所論文，民國80年。
45.《連鎖加盟店之發展歷史》，國立中興大學企業管理研究所論文，民國80年。
46.《連鎖加盟店之發展歷史》，國立中興大學企業管理研究所論文，民國80年。
47.《連鎖加盟店之發展歷史》，國立中興大學企業管理研究所論文，民國80年。
48.《連鎖加盟店之發展歷史》，國立中興大學企業管理研究所論文，民國80年。
49.《連鎖加盟店之發展歷史》，國立中興大學企業管理研究所論文，民國80年。
50.《連鎖加盟店之發展歷史》，國立中興大學企業管理研究所論文，民國80年。
二、英文部份

1. ALAN HUGES; "FRANCHISE TO GO"; NEW YORK; APR. 2002.


7. CUMMING, T. (1984), "TRANSORGANIZATIONAL DEVELOPMENT", RESEARCH IN ORGANIZATIONAL BEHAVIOR.

8. DAFT, RICHARD A.; "ORGANIZATION THEORY AND DESIGN", 1999.


10. ERWIN J. KEUP.; (2000), "FRANCHISE BIBLE: HOW TO BUY A FRANCHISE OR FRANCHISE YOUR OWN BUSINESS", 4TH ED. THE OASIS PRESS.


15. ILAN ALON; "THE USE OF FRANCHISING BY U.S.-BASED RETAILERS", JOURNAL OF SMALL BUSINESS MANAGEMENT; MILWAUKEE; APR. 2001.


23. MINKLER, ALANSON P.; "AN EMPIRICAL ANALYSIS OF A FIRM'S DECISION OF FRANCHISE", ECONOMICS LETTER, VOL. 34, 1990, PP. 78-82.


29. OUCHI, WILLIAM G. (1979), "A CONCEPTUAL FRAMEWORK FOR THE DESIGN OF ORGANIZATION CONTROL MECHANISMS", MANAGEMENT SCIENCE.


32. PHILLIPS, KOTLER, MARKETING MANAGEMENT ANALYSIS, PLANNING, IMPLEMENTATION & CONTROL, 6TH ED., 1988.

