

Investigation and Analysis of Key Success Factors for Franchise Chain Stores : An Example of Chain Bookstore

林育正、陳欽雨；謝雅惠

E-mail: 9121440@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

The purpose of this study is to explore the chain bookstore 's key success factors. The study first reviewed the literature, and then designed a questionnaire to conduct a survey on eleven franchise chain bookstore systems. A canonical correlation analysis was used to select the significant indices which could be considered as key success factors. They may affect chain bookstore 's managing performance. Moreover, the method of linear discriminant analysis was adopted to server as a tool for distinguishing the total sales of sales and the number of visiting customers, for the franchisors of the chain bookstores. Some important findings were obtained after completing this study : 1. The important factors that influence the chain bookstore 's managing performance are shop design, customer service, and franchise management. 2. The direct-owned and franchise chain bookstores are distinguish by the factor of franchise management. 3. A good location of store can promote the number of visiting customers. 4. The results also showed that the key success factors, shop design, customer service, and merchandise management, can significantly promote the amount of sales.

Keywords : key success factors ; chain bookstore ; performance

Table of Contents

封面內頁 簽名頁 授權書 iii 中文摘要 iv 英文摘要 v 誌謝 vi 目錄 viii 圖目錄 x 表目錄 xi 第壹章 前言 1 第一節 研究背景 1 第二節 研究動機 3 第三節 研究目的 4 第四節 研究流程 4 第貳章 文獻探討 7 第一節 連鎖書局的型態與沿革 7 第二節 關鍵成功因素相關理論之探討 12 第三節 連鎖體系的定義及相關理論 33 第四節 影響連鎖經營績效因素之探討 40 第參章 研究方法 47 第一節 研究設計 47 第二節 研究架構 50 第三節 研究變數及操作性定義 52 第四節 各構面之因素分析 56 第肆章 分析結果與討論 64 第一節 基本資料分析 64 第二節 連鎖書局經營關鍵成功因素 69 第三節 研究實證分析 73 第伍章 結論與建議 86 第一節 影響連鎖書局經營之關鍵因素 86 第二節 研究貢獻 87 第三節 研究建議 88 第四節 研究限制 90 參考文獻 92 附錄 問卷 103

REFERENCES

- 1.大前研一著，黃宏義譯，「策略家的智慧」，台北:長河出版社，1985年。
- 2.王又鵬，「影響連鎖化商店經營績效之因素」，國立政治大學企業管理研究所未出版之碩士論文，1985年。
- 3.王茂晃，「連鎖書局消費者購買行為之研究 - 以台北市兩大連鎖書局為例」，國立東華大學企業管理研究所未出版之碩士論文，2000年。
- 4.王槐平，「CVS業界的成長與課題」，流通世界雜誌，第22期，1992年，頁49-53。
- 5.李仰哲，「連鎖便利商店店址選擇之研究」，成功大學企業管理研究所未出版之碩士論文，1991年。
- 6.李吉仁，「ODM的成因與策略運作—水平式產業下的策略聯盟型態」，中山管理評論，第5卷第3期，1997年，頁553-572。
- 7.李奇勳，「連鎖化便利商店消費者商店印象之研究」，國立成功大學工業管理研究所未出版之碩士論文，1985年。
- 8.李淨錦，「2001台灣連鎖加盟特輯」，中華民國加盟促進協會，2001年。
- 9.江淑娟，「通路伙伴關係整合模型之研究—以中小企業為實證」，國立雲林科技大學企業管理研究所，1999年。
- 10.何亞蘋，「連鎖經營體系管理控制與協調機制之研究—以咖啡連鎖店為例」，私立中國文化大學國際企業管理研究所，2000年。
- 11.吳明隆，「SPSS統計應用實務」，台北:松崗電腦圖書公司，1999年。
- 12.吳思華，「產業政策與企業策略」，中華經濟企業研究所，1988年。
- 13.邱慶德，「企業經營策略、組織結構與績效關係之研究」，私立淡江大學管理科學研究所未出版之碩士論文，1992年。
- 14.孟德芸，「企業關鍵因素之研究 - 以個人電腦產業為證」，中興大學企業管理研究所未出版之碩士論文，1988年。
- 15.林宜甄，「大學生選擇書店因素之探討」，國立東華大學企業管理研究所未出版之碩士論文，2000年。
- 16.林振順，「連鎖店主持人特質、策略選擇、績效關係之研究」，台灣大學商學研究所未出版之碩士論文，1990年。
- 17.林展榮，「企業文化與經營策略之配適與經營績效關係之研究」，私立淡江大學管理科學研究所未出版之碩士論文，1997年。
- 18.周文賢、郭柏晴，「連鎖體系規劃與管理」，第一版，華泰書局，1996年。
- 19.徐作聖，「科技產業之競爭優勢與經營策略」，宏碁電腦教育訓練中心，1996年。
- 20.桂世平，「開店加盟當老闆Must Buy」，財經傳訊，2001年。
- 21.連華錦，「探討領導型態、工作特性對連鎖店經營之相對效率影響 - 以T公司汽車銷售營業所為例」，國立中央大學企管所未出版之碩士論文，1999年。
- 22.游仕民，「台灣地區家用電器業策略市場規劃之研究」，國立中正大學企業管理研究所未出版之碩士論文，1998年。
- 23.張明雄，「競爭策略、技術策略配合與經營績效之關係—以石化業為例」，國立中央大學企業管理研究所未出版之碩士論文，1995年。
- 24.張苙雲，「組織社會學」，台北:三民書局，1990年。
- 25.陳士伯，「經營超級市場之成功行銷關鍵因素及其行銷策略之探討 - 青年商店之實證研究」，私立文化大學實業計劃研究所農學組未出版之碩士論文

, 1985年。26.陳正昌、程炳林,「SPSS、SAS、BMDP統計軟體在多變量統計上的應用」,台北:五南出版社,1998年。27.陳弘元,「連鎖加盟店的未來發展趨勢」,流通世界雜誌,第54期,1995年,頁38-40。28.陳宏煜,「青年商店之經營績效與連鎖經營之研究」,國立政治大學企業管理研究所未出版之碩士論文,1981年。29.陳明璋,「組織效能研究途徑及其衡量」,中國行政,第29卷第8期,1979年,頁58。30.陳倩婷,「連鎖書店經營策略之研究」,國立中興大學企業管理研究所未出版之碩士論文,1992年。31.陳振燧、林婉玲,「連鎖書店領導品牌-金石堂行銷策略之探討」,華人企業論壇,第1卷第2期(夏季號),2000年,頁125-138。32.黃惠煥,「如何規劃連鎖加盟系統(上)」,流通世界雜誌,第57期,1995年,頁33-37。33.黃憲珍,「便利商店克拉瑪對克拉瑪」,流通世界雜誌,第16期,1991年。34.黃營杉,「企業政策」,第4版,台北:國立空大,1993年。35.曾國禎,「企業競爭策略與績效關係之研究」,國立成功大學工業管理研究所未出版之碩士論文,1987年。36.楊國樞、文崇一、吳聰賢、李亦園,「社會及行為科學研究法上冊」,第13版,東華書局,1993年。37.經濟部商業司編製,「便利商店經營管理技術實務手冊」,台北:編製者發行,1994年。38.經濟部商業司編印,「商業資訊管理參考系列叢書--書店篇」,1996年。39.趙藹祥,「連鎖書店的經營策略之研究-以金石堂和誠品書店實案分析」,私立南華大學出版學研究所未出版之碩士論文,2000年。40.廖國興,「連鎖便利商店產業直營或加盟型態與經營績效關係之研究」,私立輔仁大學管理學研究所未出版之碩士論文,1995年。41.廖誠昌,「流通業連鎖加盟體系合作關係之研究---連鎖便利商店之實證」,高雄工學院管理科學研究所未出版之碩士論文,1997年。42.鄭清祥,「企業文化類型、企業策略與財務績效之關係研究-台灣製造業實證研究」,中山大學企業管理研究所未出版之碩士論文,1991年。43.劉大偉,「連鎖商店之商店評估與店址選擇策略--台灣速食餐飲產業之實證研究」,國立中山大學企業管理研究所未出版之碩士論文,1994年。44.劉育青,「影響策略、關係規範與績效關係之研究—以連鎖便利商店為例」,私立大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文,2001年。45.劉豫忠,「影響連鎖便利商店經營績效因素之研究-以統一麵包加盟店為例」,私立東海大學食品科學研究所未出版之碩士論文,1995年。46.賴山水,「何謂連鎖加盟」,台灣加盟總部指南,1999年。47.蔡忠林,「零售商店經營績效評估模型建構之研究」,私立大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文,2000年。48.蔡璧如,「影響連鎖店經營績效因素之研究-以三商百貨為例」,私立大同工學院事業經營研究所未出版之碩士論文,1989年。49.蔣大成,「商店業者實施優良商店作業規範(GSP)品質保證系統及其營運績效之研究」,長榮管理學院經營管理研究所未出版之碩士論文,1999年。50.戴照煜,「加入特約經營的利與弊」,突破雜誌,第37卷第2期,1988年,頁29-34。51.嚴盛豪,「連鎖經營控制之研究—系統分析方法之研究」,國立政治大學企業管理研究所未出版之碩士論文,1984年。1.Aaker, D. A. (1995), Strategic Market Management, N.Y.: John Wiley and Sons, inc. 2. Andrews, K.R. (1971), The Concept of Corporate, Homewood, Ill.: Dow Jones Irwin. 3. Atchison, T. J., and W. W. Hill (1978), Management Today, New York: Harcourt Brace Jovanovich Inc. 4. Belsley, D. A., E. Kuh, and R. E. Welsch (1980), Regression Diagnostics: Identifying Data and Sources of Collinearity, New York: John Wiley. 5. Bensaou, M., and N. Venkatraman (1995), "Configurations of interorganizational relationships: A comparison between U.S. and Japanese auto makers." Management Science, Vol. 41, No. 9, pp.1471-1492. 6. Boynton, A. C., and R. W. Zmud (1984), "An Assessment of Critical Success Factor." Sloan Management Review, Vol. 27, pp. 17-27. 7. Carman, J. M. (1973), Philips and Duncan's Marketing: Principles and Methods, 7th ed., Richard D. Irwin Inc. 8. Cameron, K. (1978) "Measuring organizational effectiveness in institutions of higher education." Administrative Science Quarterly, Vol. 23, No. 7, pp. 604-629. 9. Campbell, J. P. (1977), On the nature of organizational effectiveness, San Francisco: Jossey-Bass. 10. Chester, C. B., and J. B. Michael (1999), "An Examination of Service-Related Antecedents to Retail Store Performance." Journal of Organization Behavior, Vol. 20, No. 6, pp. 943-962. 11. Crag, J. C., and R.M. Grant (1993), Strategic Management, McGRAW-HIKK Book Co. 12. Dhruv, G., L. Michael, M. Anuj, and S. Arun (1999), "Planning Merchandising Decisions to Account for Regional and Production Assortment Differences." Journal of Retailing, Vol. 75, No. 3, pp. 405-424. 13. Donney, Patricia M., and Joseph P. Cannon (1997), "An Examination of the Nature of Trust in Buyer-Seller Relationships." Journal of Marketing, Vol. 61(Apr), pp. 35-51. 14. Duncan, Robert B. (1972), "Characteristics of Environmental Uncertainty." Administrative Science Quarterly, 17. 15. El-Ansary, I. Adel, and Louis W. Stern (1988), Marketing Channels, 3th ed., New Jersey Prentice-Hall Inc. 16. El-Ansary and L.W. Stern (1992), Marketing Channels, 4th ed., New Jersey Prentice-Hall Inc. 17. Etzioni, A. (1960), "Organizational Control Structure." Handbook of Organizations, In J. G. March (Ed.), Chicago: Rand McNally, pp. 650-677. 18. Ferguson, C. R. and R. Dickinson (1982), "Critical Success Factor or Directors in the Eighties." Business Horizons, May-June, pp.14-18. 19. Ford, J. D., and D. A. Schellenberg (1982), "Conceptual issues of linkage in assessment of organization performance." Academy of Management Reviews, Vol. 7, No.1, pp. 49-58. 20. Grant Robert M. (1995) Contemporary Strategy Analysis: Concepts, Techniques, Applications, 2nd ed., Blackwell Ltd. 21. Hair, J. F. Jr., R. E. Anderson, R. L. Tatham, and W. C. Black (1995), Multivariate Data Analysis with Readings, 4th ed., N J: Prentice Hall. 22. Hair, J. F. Jr., R. E. Anderson, R. L. Tatham, and W. C. Black (1998), Multivariate Data Analysis, 5th ed., N J: Prentice Hall. 23. Hise, R. T., and M. Gable (1983), "Factor affecting the performance of individual chain store units: An empirical analysis." Journal of Retailing, Vol. 59, No. 2, pp. 22-39. 24. Hofer, Charles W., and Dan Schendel (1978), Strategic Formulation: Analytical Concepts, St. Paul: West Publishing Co. 25. Hofer, Charles W., and Dan Schendel (1987), Strategic Formulation: Issue and Concepts, 2nd ed., St. Paul, MN: West Publishing Co. 26. Kaiser, H.F. (1974) "An index of factorial simplicity." Psychometrika, Vol. 39, pp. 31-36. 27. Kalwani U. Manohar, and Narakesari Narayandas (1995), "Long-term manufacture-supplier relationship: Do they pay off for supplier firms." Journal of Marketing, Vol. 59, pp. 1-16. 28. Kaplan, R. S., and D. P. Norton (1992), "The Balance Scoreboard-Measures That Drive Performance." Harvard Business Review, Vol. 70 (1), pp. 71-79. 29. Kolter, P. (1997), Marketing Management, 9th ed., N.J.: Prentice-Hall. 30. Kumar Nirmalya, Louis Stern, and Ravi Achro (1992), "Assessing Reseller Performance From the Perspective of the Supplier." Journal of Marketing Research, Vol. 15, pp. 223-238. 31. Kumar, N.K., Scheer, L.K., and Steenkamp, J.E.M. (1998), "Interdependence, Punitive Capability, and the reciprocation of Punitive Actions in Channel Relationship" Journal of Marketing Research, Vol. 35 (May), pp. 225-235. 32. Leidecker, Joel K., and Albert V. Bruno (1984),

" Identifying and Using Critical Success Factors. " Long Range Planning, Vol.17, pp.23-32. 33.Lumpkin, G. T. and Gregory G. Dess (1996), " Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. " Academy of Management, Vol. 21, Jan., pp.135-172. 34.Lusch, R.F. and Brown, J.R.(1996), " Interdependence, Contracting, and Relational Behavior in Marketing Channels. " Journal of Marketing ,Vol.60 (October) , pp.19-38. 35.Mohr, Jakki and Robert Spekman (1994), " Characteristics of Partner Success Partnership Attributes, Communication Behavior and Conflict Resolution Techniques. " Strategic Management Journal, Vol.15(2), pp.135-152. 36.Neely, A., M. Geogory, and K. Platts (1995), "Performance Measurement System Design." International Journal of Operations and Production Management , Vol. 15, No. 4, pp. 80-116. 37.Porter, Michael E. (1980), " Industry Structure and Competitive Strategy: Keys to Profitability. " Financial Analysis Journal, July – August, pp.20-41. 38.Porter, M.E.(1985), Competitive Advantage:Creating and Sustaining Superior Performance, N.Y.: The Free Press. 39.Rockart, John F. (1979), " Chief Executives Define Their Own Data Needs. " Harvard Business Review,Vol. March-April, pp.81-93. 40.Saaty, Thomas L. (1980), Analytic Hierarchy Process 9th, New York; Mc Graw-Hill. 41.Stank, T. P., and C.W. Lackey(1997), "Enhancing Performance Through Logistical Capabilities In Mexican Maquiladora Firms." Journal of Business Logistics, Vol. 18, No. 1, pp. 91-123. 42.Siguaw, Simpson and Baker(1998), " Effectsof Supplier Market Orientation on Distributor Market Orientation and the Channel Relationship:The Distributor Perspsctive " Journal Of Marketing , Vol. 62(July), pp. 99-111. 43.SPSS Inc.(1998),SPSS BASE 8.0-Applications Guide, Chicago : SPSS Inc. 44.Thomas, R. R., R. S. Barr, W. L. Cron, and Slocum Jr., J. W. (1998), "A Process for Evaluating Retail Store Efficiency: A Restricted DEA Approach." International Journal of Research in Marketing, No. 15, pp. 487-503. 45.Thorndike, R. L.(1949), Personal selection: Test and measurement Tech-nique ,New York: John Wiley and Sons Inc. 46.Yuchtman, E., and S. E. Seashore (1967), " A system resource approach to organizational effectiveness. " American Sociological Review, Vol.32, No.2, pp. 91-903. 47.Vickery, Shawneek,(1991), " A Theory of Performance Competence Revisited " Decision Science, Vol.3, pp.635-643. 48.Willard, G., and C. Y. Woo(1983), " Performance representation in business police research: Discussion and recommendation. " Paper presented at The 43rd Annual National Meetings of The Academy of Management, Dallas. 49.Wilson,David T(1995), "An Integrated Model of Buyer-Seller Relationships."Journal of the Academy of Marketing Science, Vol.23, No. 4, pp. 335-345.