

建立連鎖加盟機制之研究-以有機食品專賣店為例

于建華、劉原超；郝傑民

E-mail: 9206839@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

This change happened because population increased rapidly after the 2nd world war. Every country devoted to herself increase agriculture products, high synthetic technology products, and chemistry fertilizers. With regard to pesticide, it draws concerns about toxic gas which is harmful to our health. People used a lot of fertilizer and pesticide in many countries to increase production in a period of time. Its effect was amazing. This way brought about " green revolution ". For several decades, behind " the green " , it has hidden black environmental ecology crisis which is on the brink of explosion. Nowadays, people are concerned about the food they eat. Relatively, the needs for no pesticide, high nutritious organic food store increase. 21st century is the time that cooperation replaces competition. The goal of this study is to explore the workable way — chained organic food store. Is it the better management with organic concept? We interviewed some special organic chained storekeepers, and discussed some problems as below: 1.If we systematize special organic food store as chained store, can it be workable effectively? 2.After executing the management of chained store, can we increase the performance of special organic food store? 3.Can we surely keep the concept of special organic food store? We arrived at some conclusions after this study: 1.People who work in special organic food store have higher idea, education, and experiences. They have strong cooperation to be involved in the suitable chained store management. In general, they work well. 2.After executing the management of chained store, we can increase the performance of special organic food store. 3.Executing the management of chained store doesn ' t affect the persistent concept of special organic food store.

Keywords : 有機食品

Table of Contents

目錄封面內頁 簽名頁 授權書 iii	中文摘要 iv	Abstract vi	誌謝 viii	目錄 ix	圖目錄 xi	表目錄 xii	附錄表目錄 xiii					
第一章 緒論 1	1.1. 研究背景與動機 1	1.2. 研究目的 2	1.3. 研究範圍 3	1.4. 研究流程 4	第二章 文獻探討 6	2.1. 連鎖加盟的定義 6	2.2. 連鎖加盟的類型 9	2.3. 連鎖加盟的機制 20	2.4. 連鎖加盟的成功要素 30	2.5. 有機農產品的定義 33	2.6. 生機飲食的定義 34	2.7. 有機食品的定義 38
第三章 研究方法 42	第四章 個案介紹 48	第五章 個案分析與命題發展 81	第六章 結論與建議 87	參考文獻 90	壹、經營目標及策略 97	壹、經營目標及策略 98	圖目錄 圖1- 1 研究流程 5	圖2- 1 垂直行銷體系(VMS)系統圖 12	圖2- 2 加盟體系關係圖 30	圖3- 1 研究架構 46	圖4- 1 連鎖加盟專案訂、出貨作業流程 62	圖4- 2 有機店創業輔導作業流程 68
表目錄 表2- 1 McCammon之連鎖經營型態分類表 10	表2- 2 連鎖型態之比較(一) 16	表2- 3 連鎖店型態之比較(二) 17	表2- 4 選擇連鎖經營型態之分析構面 23	表2- 5 連鎖加盟各型態控制力機制比較表 24	表4- 1 有機園公司SWOT分析表 58	表4- 2 店舖開辦明細表(以25坪計) 60	表4- 3 綠色小鎮有機連鎖事業推廣中心 直營/加盟 聯絡資料 66	表4- 4 計劃目標 74	表4- 5 開店各項基本費用預估表: 76	表4- 6 中央處理場設立費用預估表 77	表5- 1 個案公司綜合分析表 81	

REFERENCES

- 一、中文部分 1.李淨錦「台灣連鎖加盟發展策略」台灣連鎖加盟特輯，中華民國加盟促進協會，2001年。
- 2.袁世民「台灣連鎖店經營型態選擇因素之研究」，高雄第一科技大學行銷與流通管理學系碩士論文，2000年。
- 3.嚴盛豪，「連鎖經營控制之研究---系統分析方法之應用」，國立政治大學企業管理研究所碩士論文，1984年。
- 4.戴照煜，「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。
- 5.王國安，「兒童教育連鎖產業拓展中國大陸市場相關因應策略之研究---通路與組織發展計畫」，大葉大學事經所碩士論文，2002年。
- 6.吳思華，「產業政策與企業策略」，中華經濟企業研究所，1998年。
- 7.中華民國連鎖店協會:"94連鎖店年鑑，台北:連鎖店協會，1995年。
- 8.李仁芳，「7-ELEVEN統一超商縱橫台灣---厚基組織論」，遠流出版社，1995年。
- 9.林娟娟，「影響連鎖經營型態之因素---我國零售業之實證研究」，國立中興大學企業管理研究所碩士論文，1990年。
- 10.吳彥毅，「連鎖經營發展歷程之研究」，東吳大學企管所，1998年。
- 11.曹錫智，「本土連鎖加盟業組織控制之研究」，大葉大學事經所碩士論文，2001年。
- 12.林連宗，「連鎖經營與影響顧客消費相關因素之調查研究」大葉大學事經所碩士論文，2002年。
- 13.鄭慧文，醫藥新聞，第2528期，1996年。
- 14.QUINN,JAMES B.著BARUCH,JORDAN J.著 洪明洲譯，城邦文化事業股份有限公司，2000年。
- 15.王又鵬，「影響連鎖化經營績效之因素」，國立政治大學企業管理研究所為出版之碩士論文，1985年。
- 16.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為出版之碩士論文，1991年。
- 17.李奇勳，「連鎖化便利商店消費者商弟案印象之研究」，國立成功大學工業管理研究所為出版之碩士論文，1985年。
- 18.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。19.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。20.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為出版之碩士論文。21.周文賢、郭柏晴，「連鎖體系規劃與管理」，第一版，華泰書局，1996年。22.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。23.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，第一卷第2期（夏季號），2000年，頁125-138。24.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。25.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為出版之碩士論文，1997年。26.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為出版之碩士論文，1994年。27.賴山水，「何為連鎖加盟」，台灣加盟總部指南，1999年。28.蔡碧如，「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為出版之碩士論文，1989年。29.楊錦洲，顧客服務創新價值 財團法人中衛發展中心，2001年。30.歐陽英，「生機飲食對症調養」，時報文化出版，2000年。31.歐陽英，「生機食療實務大全」，躍昇文化出版，1998年。32.歐陽英、于美人「生機飲食樣樣通」，時報文化出版，2001年。33.歐陽英，「生機飲食50問」，天下文化出版，2001年。34.郝龍斌，「健康飲食GO！GO！GO！」，天下文化出版，1998年。35.張明彰，「零污染有機生活」，元氣齋出版，1996年。36.李秋涼，「養生菜譜」，聯經出版，1999年。37.姜淑惠，「這樣生活最健康」，園神出版，1999年。38.姜淑惠，「這樣吃最健康」，園神出版，2000年。39.雷久南，「身心靈整體健康」，琉璃光出版，1994年。40.雷久南，「大自然健康飲食」，琉璃光出版，1995年。41.雷久南，「身心靈整體健康100問」，琉璃光出版，1996年。張國蓉、涂世玲譯，「新世紀飲食」，琉璃光出版，1994年，二、英文部分

1. Abell, Mark, "The Franchise Option: A Legal Guide", Waterloo.
2. Carman, James M. & P. Kenneth, "VHL. Phillis and Duncanis Marketing: Principles and Methods", 7th Ed., Richard D. Irwin Inc., 1973.
3. Brickley, James A., and Dark, Frederick H., "The Choice of Organizational Form: The case of Franchising", *Journal of Financial Economics*, Vol. 1.18, No. 2, 1987, p. 401-420.
4. Bradach, Jeffrey L., "Franchise Organizations", Boston, Mass.: Harvard Business School Press, 1998.
5. Carney, M. & Gedajlovic, E., "Vertical Intergration in Franchise Systems: Agency Theory and Resource Explanations", *Strategic Management Journal*, Vol. 1.1, Dec., 1986, p. 347-359.
6. Caves, Richards E. & Murphy, William F., "Franchising Firms, Markets, and Intangible Assets", *Southern Economic Journal*, Vol. 1.42, 1976, p. 572-586.
7. "Competition Policy and Vertical Restraint: Franchising Agreement", Paris: OECD, 1993.
8. Dennis L. Foster, "The Encyclopedia of Franchises and Franchising", Facts on File.
9. Dow Jones-Irvin. "The Source Book of Franchise Opportunities".
10. Justice R. & Judd R., *Franchising*, South-Western Publishing Co., 1989.
11. El-Ansary, I. Adel, and Louis W. Stern (1988), *Marketing Channels*, 3th ed., New Jersey Prentice-Hall Inc.
12. Felstend, Alan, "The Corporate Paradox: Power and Control in The Business Franchise".
13. Hunt, Shelby D., "The Trend Toward Company-Operated Units in Franchise Chains", *Journal of Retailing*, Vol. 49, No. 2, 1973, p. 3-12.
14. Hunt, Shelby D., "Franchising: Promise, Problem, prospects", *Journal of Retailing*, Vol. 53, No. 3, 1973, p. 71-84.
15. Hoffman R. C. & J. F. Preble "Franchising: A strategy for rapid growth", *Long Range Planning*, Vol. 1.24, 1991.
16. Justis and Judd, "Master Franchising: A New Look", *Journal of Small Business Management*, Jul., 1986, p. 16-21.
17. Lucy Heckman, "Franchising in Business: A Guide to Information sources", Garland Pub.
18. Martin, Robert E., "Franchising and Risk Management", *American Economic Review*, Vol. 78, No. 5, 1988, p. 954-968.
19. Mathewson, G. F., & Winter, R. A., "The Economics of Franchise Contracts", *Journal of Law and Economic*, Vol. 28, 1985, p. 503-526.
20. McCammon, Bery C. jr. (1970), "Perspectives for Distribution".
21. Programming", in Louis P. Mucklin eds, *Vertical Marketing System*, p. 43.
22. Mendelsohn, M., "The guide to Franchising", 4th Ed., Pergamon Press, 1985.
23. Mohr, Jakki & John R. Nevin (1990), "Communication Strategies in Marketing Channels: A Theoretical Perspective", *Journal of Marketing*, October, pp. 36-41.
24. Shivell, Kirk, "Running a Successful Franchise", New York: McGraw-Hill, 1993.
25. Vaughn, Charles L., "Franchising", 2nd & Revised Ed., Lexington Books, 1979.