

Management For Supermarket-Franchise Industry - A Case study of Taipei City

洪崇昶、邴傑民

E-mail: 9220877@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

Taiwan Supermarket-Franchise industry have created their own operating know-how but has yet be completed and executed entirely. In fact, Supermarket-franchise industry are management-based, thus how to operate know-how-management continually is one of the important key factor for growth. According literature review , this study uses method of case study to investigate selected companies and to find method of knowledge-management they executed and conclude a model for continually operating knowledge of supermarket franchise industry. The major findings of this study are summarized as following: Selected companies are very much emphasize on management capabilities e.g. management for supermarket franchise system and its headquarter; customer response and competitor reaction are urging companies to aggressively renewing its operating, mean while top management also show strong intention to do it continually and arrange a department this activity. This study also find that the selected companies have which specially project structures to solve the problem they face, thus can let the management know-how to overcome it and share personal management aggressively. Top management is concerned with employee 's growth and intent to improve also urge management knowledge-building. In fact, selected companies are not step by step in renewing operating-analysis, according above findings.

Keywords : Management ; Supermarket-Franchise ; Management Know-How

Table of Contents

第壹章 緒論 第一節 研究背景-----	1	第二節 研究目的-----	7
第三節 論文結構-----	8	第貳章 文獻探討 第一節 超級市定義與綜合零售業定義-----	9
第二節 經營管理分析理論概念-----	33	第三節 「超級市場」相關研究資料-----	39
第四節 研究範圍與對象-----	46	第參章 研究方法 第一節 研究架構-----	47
第二節 研究方法設計-----	53	第肆章 個案研究 第一節 個案公司簡介-----	58
第二節 實證資料分析-----	62	第伍章 研究發現 第一節 研究發現1-----	85
第二節 研究發現2-----	86	第三節 研究發現3-----	87
第四節 研究發現4-----	89	第五節 研究發現5-----	90
第六節 研究發現6-----	92	第七節 研究發現7-----	92
第八節 研究發現8-----	94	第九節 研究發現9-----	96
第陸章 研究結論與建議 第一節 研究結論-----	98	第二節 研究建議-----	104
第三節 後續研究建議-----	108	參考文獻 一、中文部分-----	109
二、英文部分-----	113	附錄 附錄：個案研究深入訪談-----	114
圖目錄 圖一 經營的展開-----	34	圖二 經營分析體系-----	35
圖三 研究架構-----	49	圖四 Huberman and Miles資料分析的互動模式-----	52
圖五 研究流程圖-----	54	圖六 個案研究設計的基本型態-----	56
圖七 Yin的個案研究方法-----	57	圖八 物流管理程序之相關活動及關聯性-----	74
圖九 促銷策略目標-----	76	圖十 零售通路定位圖-----	86
表目錄 表一 台灣地區早期設立之超級市場名錄(民國58-67年1月)-----	5	表二 台灣地區國民生產毛額一覽表-----	6
表三 都市地區與鄉鎮地區超市家數一覽表-----	6	表四 現今台灣地區主要連鎖超市一覽表-----	15
表五 一般超市平均營業構成一覽表-----	23	表六 台灣地區超市聯盟一覽表-----	24
表七 台灣地區單獨店超市家數統計表-----	24	表八 八十九年台灣地區連鎖超市基本資料-----	25
表九 臺北市傳統零售市場一覽表-----	29	表十 深度訪談之訪問對象-----	51
表十一 資產負債表-----	82	表十二 損益表-----	83
表十三 A、B、C、D、E五家超市績效評估內容比較表-----	84	表十四 超市業者經營上最急須解決之問題調查-----	96
表十五 個案訪談內容比較表-----	100	表十六 營業損益參考標準-----	103

REFERENCES

- 中文部分 1. 王志明(1988), 頭份—竹南商業活動之比較研究, 師大地研所 2. 林建福(2002), 台灣地區連鎖超市業經營策略之個案研究, 政大企研所 3. 李志豪(1993), 超市31進電子資料交換的重要因素, 政大企研所 4. 李培基(1975), 台北市超市及市場區隔之研究, 政大企研所 5. 李常生(1997) 商圈總覽 - 中華徵信所 6. 高樹仁(1987), 台北市東區中心商業區之研究, 台大地研所 7. 宇角英樹(1999) 經營分析:小知堂文化 8. 許文富(1989), 超市生鮮蔬菜定價方法對營銷之影響-台北為例 9. 許麗珠(1975), 超市經營管理之研究, 成大工管所 10. 許中南譯(經營管理策略1993) 經營管理學 - 維德文化事業(有) 11. 陳乃真(1993), 零售業物流型態決策之研究-超市為例, 淡江大學研究所 12. 陳志明(1988), 超市服務品質之實証研究, 政大企研所 13. 陳聖文(1998), 台中地區台中港沿線商街階層關係研究, 逢甲 土管所 14. 陳貞樺(1999), 台灣百貨公司經營型態和空間區位研究, 師大地研所 15. 陳隆麒 博士(2000) 當代財務管理:華泰書局 16. 張承、陳弘著(1996), 管理學 - 鼎茂圖書出版(有) 17. 胡金印(1979), 中和、永和地區商業之空間結構, 師大地研所 18. 田志龍(1996) 行銷研究 - 五南圖書出版公司 19. 周桂珠(1993), 台北市超市之經營績效分析, 中興農經所 20. 周泰華, 杜富燕合著(1991):零售管理 華泰書局 21. 黃俊英(1992) 行銷研究概論 - 華泰文化書局 22. 徐昌春(1980), 新竹市之商業空間結構, 師大地研所 23. 徐建華(1992) 經營企劃和超市營業提案實務 - 清華管科圖書中心 24. 張日高(1988), 台北市超市發展及其消費者特徵之研究, 台大農經所 25. 莊武釗(1985), 台北市商業區商業活動特性之研究, 中興都研所 26. 張仁鍵(1999), 小生鮮超市經營策略之研究 27. 曾次青、段華昭、董基墉譯(1998) 超市經營管理 - 海角企業有限公司出版 28. 趙秋桐(1977), 台灣台北市超市果菜消費行為之研究, 政大企研所 29. 葉澤民(1977), 台北市超市位置選擇之研究, 台大農經所 30. 蔡文彩(1985), 台北市地區夜市之研究, 師大地研所 31. 劉至原(1996), 台灣連鎖超市區位選擇因素之研究, 台大商學研究所 32. 劉大偉(1994), 碩士論文題目:連鎖商店之商圈評估與店址選擇策略 - 台灣速食餐飲產業之實証研究, 中山大學企業管理研究所 33. 廖勝三(1978), 台灣地區超級市場及便利商店經營之研究, 成大企研所 34. 盧超英(1997), 台北市連鎖超市區位研究, 台灣師範地理研究所 35. 蘇麗文(1989), 台灣生鮮超市發展影響因素之研究, 中興農經所 36. 蕭莉婷(2000), 雲林地區中地地區的結構, 師大地理研究所 37. 2001年超市/量販店年鑑 38. 零售市場半月刊/395期2002.9.25 39. 零售市場半月刊394期2002.9.10 40. 經濟司商業司超級市場經營管理實務(1990) 41. 中華民國超級市場協會(超市經管人員講習班教材1994) 42. 超級市場經營管理理論與實務(1998) 43. 超市贏的經營策略講習會議義(1999) 44. 松青超市教育訓練教材(1997) 英文部分 1. Huberman, A. Muberman and Matthew B. Miles(1994), " Data Management and Analysis Methods " 2. Yin,R.K.(1984) " Case Study Research:Design and Methods " 3. Othman, Khaeiba (1990) " Patterns of Supermarket " 4. Jones, Ken& Simmons, Jim (1990) " The Retail Environment " 5. Levy & Waits (2000) " Retailing Management " 6. Rogers, Dannid (1992) " A Review of Sales Forecasting " 7. Phillips Kotlen, (1988) " Marketing Management Analysis ,Planning Implementation & Control " 8. Brickley, James A. and Dark, Fuderick (1987) " The Choice of Organization Form:The Case of Franchising " 9. Barry Berman, Joel R.Evans(1982) " Retail Management:A Strategic Approach " 10. Bruce W.Marcus,(1975) " Modern Marketing " 11 . Engel,J.F.,(1993) " Consumer Behavior " 12. Peter, J.P. & Olson ,J.C.,(1990) " Consumer Behavior and Marketing Strategy " 13. Philip Kotler, (2000) " Marketing Management " 14. Sinha , I. & Batra, R.(1999) " The effect of comsumer price consciousness on private label purchase " 15. Sivakumar K.(1995) " Quality-tier competition and optimal pricing " 16. Stern, L.W.& El-Ansary A.I.(1992) " Marketing Channels "