

Apply Analytic Network Process to The Alternative Selection of The Channel Patterns with The Enterprise of E-convenience

詹宏霖、宋明弘；徐茂陽

E-mail: 9315385@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

Up to April 2003, there are more than seventy hundreds convenience stores in Taiwan. Most of them are convenience chain stores, it reminds that the demand is increasing day by day. In this study, we reviewed the literatures about the types of co-ordinate, the strategies of management, and the channel patterns. Take the chained enterprises of convenience chain stores as a sample, we collected raw data by both printed and questionnaire, and analyzed them with the ANP method to obtain the most suitable channel patterns for the enterprise of convenience chain stores. The main contributions in the study are described as following : 1. Applying Analytic Network Process (ANP) is able to the selection of the most suitable channel patterns with the enterprise of e-convenience chain stores, and the research results are conformed with the development of the trend. 2. The on-line questionnaire of ANP could transfer quality to quantity information, and help decision making quickly and error-free .

Keywords : the types of co-ordinate ; the strategies of management ; the channel patterns ; Analytic Network Process

Table of Contents

目錄 封面內頁 簽名頁 授權書 iii 中文摘要 iv ABSTRACT v 誌謝 vi 目錄 vii 圖目錄 ix 表目錄 x 第一章 緒論 1 1.1 研究背景 1 1.2 研究動機 6 1.3 研究目的 6 1.4 研究對象與範圍 7 1.5 研究架構與流程 7 1.6 論文架構 9 第二章 文獻探討 10 2.1 連鎖企業之意義 10 2.2 流通業之通路型態 12 2.3 連鎖企業之經營策略 15 2.4 便利商店之演進歷史 18 2.5 網路分析程序(ANP) 20 第三章 研究方法 23 3.1 網路分析程序 23 3.2 問卷調查 27 3.3 線上問卷系統 29 第四章 系統實作與研究結果 30 4.1 線上問卷系統 30 4.2 研究結果 31 第五章 結論與建議 36 5.1 結論 36 5.2 研究貢獻 37 5.3 後續研究建議與方向 37 參考文獻 39 附錄一 台灣電子化便利商店連鎖企業通路型態 之研究問卷 43

REFERENCES

- 參考文獻 一、中文部分 【1】司徒達賢，「策略管理」，台北：遠流出版社，民84年。【2】台灣連鎖暨加盟協會，連鎖店2003年鑑『連鎖產業電子商務調查分析』。【3】米切爾·哈默，改造企業：再生策略的藍本，台北：牛頓出版股份有限公司，83年。【4】吳思華，「策略九說」，二版，台北：臉譜文化事業股份有限公司，89年。【6】周大傑，「台灣便利商店委託加盟經營單店與複數店比較之研究」，國立交通大學管理科學學程碩士班，民89年。【7】許淑瑜，「企業資源規劃（ERP）系統評選之研究應用分析網路程序法（ANP）」，淡江大學資訊管理學系，民90年。【8】連鎖店 - 經營管理實務，經濟部商業司，民國85年。【9】陳道陞，「台灣傳統企業引入電子商務之可行性研究-以國產汽車為例」，國立政治大學資訊管理學系，民89年。【10】勞泰生，策略管理學，二版，台北：華泰，民82年。【11】黃宏義譯、大前研一，「策略家的智慧」，台北：長河出版社，74年。【12】黃俊英，「企業研究方法」，台北：東華書局，民83年。【13】劉富善，「青年商店現階段經營績效報告」，台北：行政院農業發展委員會，民69年。【14】潘振雄等人編著，管理學理論與實務，台北：高立圖書，民88年，初版。【15】賴山水，連鎖加盟事業，台北：啟現發行公司，民國83年。二、英文部分 【16】Agarwal, A. and R., Shankar., " Analyzing Alternatives for Improvement in Supply Chain Performance " , Work Study. London, Vol. 51, Iss.1, pp.32-37, 2002. 【17】Ansoff, H.L., " Corporate Strategy " , McGraw-Hill, 1965. 【18】Ashayeri, J., et al, " Global business process re-engineering: a system dynamics-based approach " , International Journal of Operations & Production, Vol. 18, Iss.9/10, pp.817, 1998. 【19】Bagozzi, R.P., et al, " Marketing Management " , NJ: Prentice — Hall International, Inc, 1998. 【20】EI-Ansary, A.I. and Stern L.W., Market Channels, 3rd ed., N.J. : Prentice Hall Inc., pp.319-357, p.546, 1988. 【21】Ertugrul Karsak, E., et al., " Product planning in quality function deployment using a combined analytic network process and goal programming approach " , Computers & Industrial Engineering, Vol. 44, pp.171-190, 2002. 【22】Henderson. J.C. and Venkatraman, N., " Strategic Alignment: A Model for Organizational Transformation via Information Technology " , Oxford University, 1994. 【23】Heskett, J.L. , et al, " Service Breakthrough: Changing the Rules of the Game " , The Free Press, New York, NY, 1990. 【24】Heskett, J.L., " Lessons in the service sector " , Harvard Business Review, Vol. 65 No. 2, pp. 118-26, 1987. 【25】Hill, W.L., et al, " Strategic Management Theory " , Houghton Mifflin Company, 1998. 【26】Kotler, P., " Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control " , 7th ed., Englewood Cliffs, NJ: Prentice — Hall International, Inc, 1991. 【27】Lee. J.W and Kim, S.H., " Using analytic network process and goal programming for interdependent information system project selection " , Computers & Operations Research, Vol. 27, pp.367-382, 2000. 【28】Meade. L.M and Presley, A., " R&D Project Selection Using the Analytic

Network Process ” , IEEE Transactions on Engineering Management, Vol. 49, NO. 1, pp.59-66, 2002. 【29】 Michael Porter, “ How Competitive Forces Shape Strategy ” , Harvard Business Review, pp137-145, 1979. 【30】 Partovi, F.Y., “ An analytic model to quantify strategic service vision ” , International Journal of Service Industry Management. Bradford, Vol. 12, Iss.5, pp.476-499, 2001. 【31】 Saaty, T.L., “ Priority setting in complex problems. ” IEEE Transactions on Engineering Management, Vol. 30, pp.140-155, 1983. 【32】 Saaty, T.L., “ The Analytic Hierarchy Process. ” McGraw-Hill, New York, 1980. 【33】 Saaty, T.L., “ The Analytic Network Process. ” RWS Publications, Expert Choice, Inc. 1996. 【34】 Saaty, T.L., “ Fundamentals Of The Analytic Network Process ” , ISAHP 1999, Kobe, Japan, August 12-14, 1999. 三、網頁部分 【35】統一超商股份有限公司 , <http://www.7-11.com.tw> 【36】全家便利商店股份有限公司 , <http://www.family.com.tw> 【37】萊爾富國際股份有限公司 , <http://www.hilife.com.tw> 【38】福客多商店股份有限公司 , <http://www.nikomart.com.tw> 【39】富群超商股份有限公司 , <http://www.okcvs.com.tw> 【40】經濟部工商業生產統計 , <http://www.moea.gov.tw/statistics/> 【41】行政院經濟部商業司 , 網址 <http://dir.tier.org.tw/>