

The Key Factors Of Successful Franchise Chain- Store A Case Study In Mobile Selling

梁海、劉原超；唐啟發

E-mail: 9416083@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

The global economy is not prosperous in the recent years, and so is the economy in Taiwan. While this time when every industry is in a bad situation, and the employment rate remains always high; however, the industry in mobile sale grows positively, and it is not affected by this bad economic condition. The franchising business is starting to grow, and even a small franchise dining car has its own affection on bringing great profit. According to the report from the Department of Taiwanese Economy: the average daily profit for small dining cars in traditional markets is around \$NT 5000, and those on the streets is around \$NT 4000. The profit combined the previous two is even more than the total profit of TSMC, the leading company for IC technology, and it is also approaching to the profit of the leading service company-Cathy Life. The street vendors have now become an important leading industry in Taiwan. Below is the conclusion from my study : The successful key factors for Chain Franchising are: 1. Quality : this is the basic factor for a sustainable operation for an enterprise. 2. Characteristic : a strong image of characteristic can make a longer product life cycle and less product substitution. 3 . Brand image : the key factor to attract customers and to remain loyal clients. 4. Interaction with franchisee: franchisers and franchisee should interact and communicate with each other in order to have a longer lasting relationship. 5. Innovation : to keep on innovation in order to gain competitive advantages.

Keywords : Franchise Chain-Store ; Mobile Selling ; Franchise dining car ; The Key Of Successful Franchise

Table of Contents

封面內頁 簽名頁 授權書 iii 中文摘要 iv 英文摘要 vii 誌謝 viii 目錄 ix 圖目錄 xiii 表目錄 xiv 第一章 緒論 1 1.1 研究動機 2 1.2 研究目的 3 1.2 研究範圍 4 1.4 研究限制 5 1.5 研究流程 6 第二章 文獻探討 7 2.1 連鎖、加盟的定義與歷史 7 2.1.1 連鎖、加盟的定義 7 2.1.2 連鎖、加盟的歷史 15 2.1.3 連鎖、加盟的特色 20 2.2 連鎖、加盟之經營型態 21 2.2.1 連鎖、加盟之經營型態 21 2.3 移動式販賣的演進與發展 29 2.3.1 何謂移動式販賣 29 2.3.2 移動式販賣的歷史 29 2.3.3 台灣移動式販賣加盟連鎖店 29 2.4 加盟辦法與加盟契約 35 2.4.1 何謂加盟辦法 35 2.4.2 何謂連鎖加盟契約 36 2.5 關鍵成功因素之定義與來源 40 2.5.1 關鍵成功因素之定義 40 2.5.2 關鍵成功因素之來源 44 2.5.3 關鍵成功因素之特性 45 2.5.4 關鍵成功因素之功能 46 2.5.5 連鎖加盟關鍵成功因素之構面 46 2.5.6 關鍵成功因素之功能尋找 59 第三章 研究設計 66 3.1 研究架構 66 3.2 研究方法 66 3.2.1 屬質研究與屬量研究 66 3.2.2 探索性研究 68 3.2.3 資料蒐集 70 3.3 觀念性定義 70 3.4 操作性定義 71 第四章 分析與研討 73 4.1 移動式販賣總部簡介 73 4.1.1 豪俐鐵板沙威瑪 73 4.1.2 炸雞大師 74 4.1.3 豪大雞排 75 4.1.4 紅桂香腸 77 4.1.5 阿媽的酸梅湯 79 4.2 移動式販賣加盟總部基本資料簡介 80 4.2.1 豪俐鐵板燒 80 4.2.2 炸雞大師 81 4.2.3 豪大炸雞排 82 4.2.4 紅桂香腸 83 4.2.5 阿媽的酸梅湯 84 4.3 成功關鍵因素之分析 85 4.3.1 加盟總部訪談 85 4.3.2 加盟主訪談 87 4.4 成功關鍵因素之彙總 89 4.4.1 加盟總部訪談彙總 89 4.5 無母數檢定 91 4.5.1 Friedman 檢定:加盟總部 91 4.5.2 Friedman檢定:加盟主 92 4.5.3 Friedman檢定:加盟總部與加盟主 93 第五章 結論及建議 95 5.1 研究結論 95 參考文獻 98 附錄一 加盟總部訪談資料 106 附錄二 加盟主訪談資料 108 附錄三 北市攤販管理草案10/10 110 附錄四 臺灣省攤販管理規則 111

REFERENCES

一、中文部分 1.林振順，「連鎖店主持人特質、策略選擇、績效關係之研究 以餐飲業為例」，國立台灣大學商學研究所碩士論文，民國78年。 2.林娟娟，「影響連鎖經營型態之因素 我國零售業之實證研究」，國立中興大學企業研究所碩士論文，民國78年。 3.陳憲志，「影響連鎖體系經營策略選擇因素之實證」，國立台灣大學商學研究所碩士論文，民國81年。 4.廖國興，「連鎖加盟便利商店直營或加盟型態與經營績效關係之研究」，輔仁大學管理科學研究所碩士論文，民國84年。 5.林群盛，「連鎖經營產業之營運性關鍵成功因素暨競爭優勢分析 台灣連鎖餐飲業之實證」，國立台灣大學商學研究所碩士論文，民國85年。 6.陳建亨，「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學系碩士論文，民國86年。 7.林益山，「直營與加盟連鎖體系之連鎖立研究」，銘傳大學管理科學研究所碩士論文，民國86年。 8.吳致平，「影響服務業連鎖潛力之重要因素探討」，國立東華大學企業管理學系碩士論文，民國86年。 9.黃有金，「連鎖經營體系教育訓練之研究 以便利商店為例」，輔仁大學管理學研究所碩士論文，民國86年。 10.連華錦，「探討領導型態、工作滿足與工作特性的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」，國立中央大學企業管理學系碩士論文，民國87年。 11.謝志明，「台灣連鎖企業規劃之研究」，淡江大學管理科學系碩士論文，民國87年。 12.鄧振邦，「連鎖西餐業服務傳送系統之關鍵成功因素研究」，私立中國文化大學觀光事業研究所碩士論文，民國87年。 13.林仁益，「連鎖餐飲業生產力衡量與評估之

研究」，大葉大學工業工程研究所碩士論文，民國88年。14.陳貴芬，「西式漢堡速食連鎖店食品品質顧客滿意度之調查研究」，私立中國文化大學生活應用科學研究所碩士論文，民國88年。15.許玉玲，「台灣西式速食連鎖加盟體系全球供應鏈管理功能模式之探討」，國立台北科技大學商業自動化管理研究所碩士論文，民國88年。16.盧均豪，「加盟辦法制定對加盟選擇影響之研究」，實踐大學企業管理研究所碩士論文，民國88年。17.陳瑋玲，「經營知識跨國移轉與吸收 美日在台咖啡連鎖店之個案研究」，國立交通大學企業管理學系碩士論文，民國88年。18.黃子維，「影響餐飲業連鎖經營重要因素之探討」，國立東華大學企業管理學系碩士論文，民國88年。19.李偉誠，「便利商店加盟考量因素之探討」，國立台北大學企業管理學系碩士論文，民國88年。20.劉緯武，「西式炸雞速食連鎖店食品品質顧客滿意度之調查研究」，私立中國文化大學生活應用科學研究所碩士論文，民國88年。21.黃富國，「加盟連鎖體系中個人加盟動機對合作關係影響之研究」，淡江大學管理科學學系碩士論文，民國89年。22.林錫攸，「企業製造部門核心能力之研究」，國立彰化師範大學工業教育學系碩士論文，民國89年。23.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」，國立交通大學企業管理學系碩士論文，民國89年。24.邵泓嘉，「市場知識管理與創新對組織績效影響之研究 以連鎖零售業為例」，高雄第一科技大學行銷與流通管理系碩士論文，民國89年。25.袁世民，「台灣連鎖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系碩士論文，民國89年。26.陳慶得，「連鎖式經營關鍵成功因素之探討 以美語補習業為例」，淡江大學管理科學學系碩士論文，民國89年。27.陳位存，「台灣地區連鎖藥局經營策略之研究」，淡江大學國際貿易學系碩士論文，民國89年。28.曹錫智，「本土連鎖加盟業組織控制之研究」，大葉大學事業經營研究所碩士論文，民國89年。29.顏雅雯，「連鎖書店商圈經營與競爭態勢之研究」，輔仁大學管理學研究所碩士論文，民國89年。30.陳崇國，「國外品牌連鎖加盟業在國內組織控制之研究」，大葉大學工業工程研究所碩士論文，民國90年。31.何亞蘋，「連鎖經營體系管理控制與協調機制之研究」，私立中國文化大學國際企業管理碩士論文，民國90年。32.林俊雄，「台灣地區連鎖加盟事業經營管理者逆境回應與工作滿足、組織承諾相關之研究」，大葉大學事業經營研究所碩士論文，民國90年。33.高瑞瑤，「連鎖加盟體系創業導向與經營績效關係之研究」，東吳大學商學院企業管理學系碩士論文，民國90年。34.林家永，「用實質選擇權方法評價連鎖加盟契約 以投資者觀點」，國立中山大學財務管理研究所碩士論文，民國91年。35.蘇淑華，「連鎖經營產業之營運性關鍵成功因素暨競爭優勢分析 台灣連鎖餐飲業之實證」，大葉大學事業經營研究所碩士論文，民國91年。36.王琰玉，「咖啡連鎖店，加盟連鎖總部連鎖力之調查(2002)」，大葉大學事業經營研究所碩士論文，民國91年。37.程淑莞，「產業特質、消費者行為、公司條件和先進者優勢關係之研究:以台灣飲料業、便利商店和國際觀光旅館業為例」，38.田墨忠，「國防部福利總處人力評估及經營管理之研究」，專題研究，民國91年4月。39.郭崑謨主編，「中國管理科學大辭典」，大中國圖書，民國74年。40.劉平文，「經營分析與企業診斷」，華泰文化事業公司，民國82年8月。41.黃俊英，「企業研究方法」，台灣東華書局出版，民國83年。42.周文賢、郭柏晴，「連鎖體系規劃與管理」，華泰文化事業公司，民國85年5月。43.蔡泰生，「企業研究方法」，五南圖書出版公司，民國86年。44.李孟熹修編，「連鎖店管理 實務操演手冊」，科技圖書股份有限公司，民國87年。45.林子銘主編，「研究生論文成功指引《學術生涯的規劃管理》」，華泰文化事業公司，民國88年11月。46.李孟熹修編，「連鎖店發展、加盟必備實戰技術」，群泰企管叢書，民國88年。47.林正修、徐村和，「商店經營管理與成功個案典範」，漢湘文化事業，民國88年。48.林正修、楊咸宇，「連鎖店的經營致富寶典」，出版，民國90年。49.周文賢、姜昱伊，「連鎖體系商品規劃與管理」，華泰文化事業公司，民國90年8月。50.潘振雄、劉文祺、龐淑芬、龐俊良「管理學理論與實務」，高立圖書有限公司，民國90年1月。51.李幸模，「連鎖加盟店 Q & A」，商周出版，民國91年3月二版。52.吳玠儒，「台灣加盟連鎖體系介紹」，聯經出版事業股份有限公司，民國91年12月。53.劉原超、王國安、王方華、李培芬，「連鎖時代開店創業第一本書」，商周出版，民國92年3月。54.「1998台灣加盟總部指南」，中華民國連鎖店協會編印，民國88年。55.「2000台灣加盟總部指南」，中華民國連鎖店協會編印，民國89年。56.「2001台灣加盟總部指南」，中華民國連鎖店協會編印，民國90年。57.「2003台灣加盟總部指南」，中華民國連鎖店協會編印，民國92年。58.「連鎖店經營管理實務」，經濟部商業司編訂，民國87年。59.「連鎖店經營管理實務」，經濟部商業司編訂，民國89年。60.「中華民國經濟年鑑」，經濟日報社編訂，民國90年。61.「攤販管理之研究」，經濟部八十一年度研究發展報告，民國81年7月。62.「中華民國台灣區攤販經營概況調查報告」，經濟部，民國87年。63.「台北市攤販集中區經營現況調查報告」，台北市，民國89年3月。64.「高雄市攤販集中區經營現況調查報告」，高雄市，民國89年3月。65.「創業搶鮮誌」，2000年3月、2002年4月、2002年5月、2003年4月。66.「流通世界」，1998年2月、1999年1月、1999年9月、千禧專刊。67.「連鎖店情報」，1999年9月、2000年4月。68.www.ican168.com.tw，阿甘創業加盟網站。69.www.franchise.org.tw，台灣加盟促進協會網站。70.www.tefa.org.tw，台灣連鎖暨加盟協會網站。71.www.careernet.org.tw，Careernet創業資訊網站。72.www.nasme.org.tw，中華民國中小企業協會網站。二、英文部分 1.Huges, Alan, " Franchise to go " ; New York ; Apr.2002. 2.Afuah, Allan, " Innovation Management " ,1998. 3.Anderson,J. and James,A., " A Model of Distributor Firm and Manufacturer Firm Working Partnerships " , Vol.54,1990. 4.Carney M.& Gedajlovic E, " Vertical integration in franchise system:agency theory and resource explanations " ,Journal of Strategic Management,Vol.12,1991. 5.Charles W. L. Hill & Gareth R. Jones, " Strategic Management Theory " ,5th ed.,2001. 6.Daft, Richard A., " Organization Theory and Design " ,1999 7.Erwin J. Keup, " Franchise bible:how to buy a franchise or franchise your own business " ,4th ed. The Oasis Press, 2000 8.Hair . Bush . Ortinau, " Marketing Research Within a Changing Information Environment " , second edition,2002. . 9.Heide, B. and George ,J., " Do Norms Matter in Marketing Relationships? " Journal of Marketing, Vol.56, 1992, 10.Hunt, Shelly D. and John R.Nevin, " Power in a channel of Distribution :Sources and Consequences " ,Joernal of Marketing Research,Vol.XI,May 1974, 11.John F. Love, " McDonald ' s behind the arches " ,1995. 12.Justice R. & Judd R.,Franchising,South-Western Publishing Co.,1989. 13.Lush,F. and Brown, R., " A Modified Model of Power in the Marketing Channel " , Journal of Marketing Research, 1982 14.Martin, Robert E. , " Franchising and Risk Management " , American Economics Review " , Vol.78,No.5,1988, 15.Mentzer,T. " Managng Channel Relation in the 21st Center " , Journal of Business Logistics,Vol.14,No1,1993,. 16.Schul, Patrick L., William M., and Little, Taylor L. , "The Impact of Channel Leadership Behavior on Intrachannel Conflict " , Journal of Marketing,

