

不同的經營形態和組織距離對夥伴關係績效的影響:以連鎖咖啡業為例

韓佳彥、曾清枝

E-mail: 9607673@mail.dyu.edu.tw

摘要

在政府積極輔導下，台灣的連鎖加盟業蓬勃發展，在各種業種、業態都形成一股熱潮，在面對市場競爭激烈，如何利用良好的夥伴關係來建立在市場中的地位是個很值得研究的主题。近年來，許多夥伴關係的相關研究，大多在探討供應鏈部分，少有研究著眼於連鎖加盟業之間的關係；其中，「組織距離」會影響兩個組織之間的緊密程度，進而影響夥伴關係績效，因此本研究欲瞭解夥伴關係在連鎖咖啡業中，不同的經營形態如直營店與加盟店是否會因為經營形態的不同而影響夥伴關係的組織距離，是否也會產生不同的夥伴關係合作績效。研究結果充分表現出連鎖咖啡業之不同經營形態對於組織距離與夥伴關係績效皆有顯著性的影響。因此，連鎖加盟總公司欲使雙方的績效提升，應在企業文化、策略視域以及管理系統這三方面分別加強，進而才能使雙方的組織距離更為緊密。

關鍵詞：組織距離；夥伴關係；連鎖加盟

目錄

內容目錄 中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭		v 內容目錄	
vi 表目錄		viii 圖目錄	
x 第一章 緒論	1	第一節 研究背景與動機	1
1 第二節 研究目的	3	第三節 研究流程	3
4 第二章 文獻探討	5	第一節 連鎖加盟業	5
5 第二節 夥伴關係	14	第三節 夥伴關係績效	14
21 第三章 研究方法	25	第一節 研究架構	25
25 第二節 研究假設	26	第三節 研究變數之定義與衡量	26
26 第三節 研究範圍與問卷設計	28	第四節 分析工具	29
29 第四章 資料分析與結果	32	第一節 樣本資料分析	32
32 第二節 問卷之信度與效度分析	33	32 第三節 經營形態與組織距離之關係	37
37 第四節 組織距離與夥伴關係績效之關係	40	43 第五節 經營形態與夥伴關係績效之關係	43
46 第五章 結論與建議	47	47 第一節 結論	47
47 第二節 管理意涵	48	48 第三節 研究限制	48
49 第四節 未來研究方向	50	50 參考文獻	50
52 附錄 研究問卷	61		

參考文獻

- 一、中文部份 丁學勤，陳正男，吳萬益(2004)，總部特質、溝通、投機行為、資產專屬性對加盟關係的影響，行銷評論，1(2)，1-30。
- 丁馥萱(2001)，電子市集夥伴關係影響因素之探討，國立中山大學未出版之碩士論文，11-19。
- 方世榮，張嘉雯，黃識銘(2003)，夥伴關係長期導向之前置因素的探討 - 中小企業特質的干擾作用，台灣管理學刊，3(1)。
- 吳思華(2000)，策略九說，台北:臉譜。
- 李孟熹(1998)，連鎖店管理-實務操演手冊，台北:科技出版。
- 周文賢，郭柏晴(1994)，連鎖體系規劃與管理，台北:華泰文化事業有限公司。
- 林文寶(2001)，環境不確定性、企業文化差異、策略聯盟類型與策略聯盟績效關係之研究，商管科技季刊，2(2)，157-179。
- 林妙雀(2005)，專屬資源、連鎖經營控制、行銷策略組合對企業競爭力影響之研究 - 以台灣地區連鎖咖啡店加以實證，朝陽商管評論，4(2)，1-40。
- 林娟娟(1990)，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未出版之碩士論文。
- 洪雅齡(2006)，臺灣連鎖店年鑑，台北:臺灣連鎖暨加盟協會。
- 徐茂陽，吳勇慶，李慶堂(2005)，台灣連鎖咖啡業態經營管理與建構價值鏈之研究，零售市場，446。
- 高瑞瑤(2001)，連鎖加盟體系創業導向與經營績效關係之研究，私立東吳大學企業管理系未出版之碩士論文。
- 張家笙(1996)，影響零售商店選擇經營型態之探討，私立東海大學管理研究所未出版之碩士論文。
- 曹為忠(2003)，信任的決定因素及其對聯盟績效與未來合作意願之影響-中小企業策略聯盟之實證分析，企業管理學報，58，105-132。
- 梁海(2003)，連鎖加盟關鍵成功因素之研究 - 以移動式販賣為例，私立大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文。
- 陳正男，李勝祥(1997)，聯盟伙伴認知與動機對績效與未來承諾之影響，

台大管理論叢, 8(2)。陳建南(2003), 電子商務、夥伴關係、供應鏈管理與競爭優勢關係之研究-以台灣高科技產業為例, 私立長榮大學經營管理研究所未出版之碩士論文。陳律睿(2003), 中小企業聯盟關係與聯盟績效影響因素之研究, 私立銘傳大學國際企業管理系未出版之碩士論文。陳順宇(2000), 多變量分析(2版), 台北:華泰書局。彭建文(2003), 不動產仲介業經營型態對經營績效之影響, 台灣土地研究, 6(2), 61-78。楊世瑩(2006), SPSS統計分析實務, 台北:旗標出版股份有限公司。楊明璧, 黃銘章, 莊建峰(2003), 夥伴關係緊密程度與夥伴關係績效之相關性分析-以台灣電子產業為例, 企業管理學報, 65, 61-100。經濟日報社(2001), 中華民國經濟年鑑, 台北:著者發行。經濟部商業司(2000), 連鎖店經營管理實務, 台北:著者發行。葉桂珍, 林啟煌(2005), 產業供應鏈跨組織夥伴化績效與夥伴團隊協調模式之探討, 管理學報, 22(6), 761-781。詹雪蘭, 李文瑞(2004), 溝通對策略聯盟績效與夥伴間長期合作意願影響之研究, 企業管理學報, 60, 61-84。熊欣華, 于卓民, 司徒達賢(2004), 策略聯盟夥伴之合作信心建立-台灣資訊電子業之實證分析, 管理學報, 21(4), 477-497。劉耀日(2004), 夥伴關係之溝通行為、夥伴協調對夥伴績效之探討 以協同商務廠商為例, 私立銘傳大學管理科學研究所未出版之碩士論文。蔡坤宏, 謝昇紘(2005), 「信任-關係承諾」理論之實證研究-以海運承攬運送業為例, 行銷評論, 2(3), 277-312。謝安田(1983), 企業研究方法論, 台北:著者發行。二、英文部分 Anderson, E., & Weitz, B. (1992). The use of pledges to build and sustain commitment in distribution channels. *Journal of Marketing Research*, 29(1), 18-34. Anderson, J. C., & Narus, J. A. (1990, Jan.). A model of distributor firm and manufacturer firm working partnerships. *Journal of Marketing*, 54(1), 42-58. Black, C., Akintoye, A., & Fitzgerald, E. (2000). An analysis of success factors and benefits of partnering in construction. *International Journal of Project Management*, 18, 423-434. Bucklin, L. P., & Sengupta, S. (1993, Apr.). Organizing successful co-marketing alliances. *Journal of Marketing*, 57(2), 32-46. Caloghirou, Y., Hondroyannis, G., & Vonortas, N.S. (2003). The performance of research partnerships. *Managerial and decision economics*, 24, 85-99. Carman, J. M., & Kenneth, P. (1973). VHL. phillis and duncanis marrketing: principles and methods. (7th ed.). Richard D. Irwin Inc. Chakravarthy, B. S. (1986). Measuring strategic performance. *Strategic Management Journal*, 7, 19-21. Cowan, C., Gray, C. F., & Larson, E. W. (1992, December). Project partnering. *Journal of Project Management*, 23(4), 5-11. Doney, M. P., & Canon, J. P. (1997, April). An examination of the nature of trust in buyer-seller relationships. *Journal of Marketing*, 61(2), 35-51. Dyer, J. H., & Chu, W. (2000). The determinants of trust in supplier-automaker relationships in the U.S., Japan, and Korea. *Journal of International Business Studies*, 31(2), 259-285. Ebert, R. J., & Griffin, R. W. (2000). *Business essentials*. New Jersey:Prentice-Hall. El-Ansary, A. I., & Stern, L. W. (1972). Power measurement in the distribution channel. *Journal of Marketing Research*, 9(1), 47-52. Ford, D. (1984). Buyer/seller relationships in international industrial markets. *Industrial Marketing Management*, 13(2), 101-113. Frederick, E., & Webster, J. (1992). The changing role of marketing in the corporation. *Journal of Marketing*, 56(4), 1-12. Geringer, J. M., & Hebert, L. (1991). Measuring performance of international joint ventures. *Journal of International Business Studies*, 22(2), 249-263. Hunt, M. (1972). Competition in the major home appliance industry, 1960-1970. Ph.D. Dissertation, Harvard University. Jap, S. D. (1999). Pie-expansion efforts: collaboration process in buyer-supplier relationships. *Journal of Marketing Research*, 36, 461-475. Kotler, P. (1991). *Marketing management: Analysis, planning, implementation, and control*. (7th ed.). New Jersey: Prentice-Hall. Lambert, D. M., Emmelhainz, M. A., & Gardner, J. T. (1996). Developing and implementing supply chain partnerships. *The International Journal of Logistics Management*, 2, 1-17. Maloni, M. J., & Benton, W. C. (1997). Supply chain partnerships: opportunities for operations research. *European Journal of Operational Research*, 101(3), 419-429. Mohr, J., & Spekman, R. (1994). Characteristics of partnership success: partnership attributes, communication behavior, and conflict resolution techniques. *Strategic Management Journal*, 15(2), 135-152. Mohr, J. J., Fisher, R. J., & Nevin, J. R. (1996). Collaborative communication in interfirm relationships: Moderating effects of integration and control. *Journal of Marketing*, 60, 103-115. Morgan, R.H., & Hunt, S.D. (1994, July). The commitment- trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20-38. Naoum, S. (2003). An overview into the concept of partnering. *International Journal of Project Management*, 21, 71-76. National Economic Development Council (1991), *Partnering-contract without conflict*. London: NEDO, HMSO. Nunally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. (2nd ed.). New York: McGraw-Hill. Rackham, N., Friedman, L., & Ruff, R. (1995). *Getting partnering right: How market leaders are creating long-term competitive advantage*. New York: McGraw-Hill. Rigby, D. K., & Buchanan, W. T. (1994, Winter). Putting more strategy into strategic alliances. *Directors & Boards*, 18(2), 14-19. Saunders, M. (1994). In: *Strategic purchasing and supply chain management*. London: Pitman, 215-239. Smith, J. B., & Barclay, D. W. (1997). The effects of organizational differences and trust on the effectiveness of selling partner relationships. *Journal of Marketing*, 61(1), 3-21. Wong, P. S., & Cheung, S. (2004). Trust in construction partnering: view from parties of the partnering dance. *International Journal of Project Management*, 22, 437-446.