

咖啡連鎖店，加盟連鎖總部連鎖力之調查

王琰玉、劉原超

E-mail: 9808181@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

Franchising has seen more than 10 years of high growth and is reaching maturity facing conditions of full competition within the economy. During the last few years of economic ups and downs, coffee chain stores emerged in the marketplace. Many world known groups such as "starbuck" "spinelli" and "coffee bean & tea leaf" joined the competitors developed their stores quickly with their strong financial background and support. How do you evaluate these chain stores and which one is worthy of joining? What are the factors that affect the economic success of these organizations? In this study, we will discuss the following issues when answering these vital questions: (1) The Scale of Operations of the Chain Store: Regular Chain & Franchise Chain (2) Operating Efficiency: Return of Investment, Products & Square Efficiency. (3) Globalization (4) Company Capitalization (5) Franchise Conditions and Contracts. (6) Internal Organization: Such as Human Resource, Information systems, Delivery Centers, Imaginations and Innovation, Financial Support and Standard operating procedures.

Keywords : Chain Store, Franchise Chain, Coffee Chain Stores, Chain-Store Power, Franchise Conditions and Contracts

Table of Contents

目錄封面內頁簽名頁授權書	iii
中文摘要	vi
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	1.1
1.2 研究目的	3
1.3 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
2.2 連鎖、加盟之經營型態	23
2.2.1 連鎖、加盟之經營型態	23
2.2.2 連鎖、加盟的優缺點	27
2.4 連鎖咖啡店經營型態分類	32
2.4.1 以沖煮方式分類	33
2.4.2 依咖啡店經營風格分類	34
2.5 連鎖力	35
2.6 加盟辦法與加盟契約	63
2.6.1 何謂加盟辦法	63
2.6.2 何謂連鎖加盟契約	64
第三章 研究設計	68
3.1 研究架構	68
3.2 研究方法	69
3.2.1 屬質研究與屬量研究	69
3.2.2 探索性研究	70
3.2.3 資料蒐集	73
3.3 觀念性定義	73
3.4 操作性定義	74
第四章 分析與研討	76
4.1 連鎖咖啡店總部簡介	76
4.1.1 KOHIKAN 珈琲館 客喜康企業股份有限公司	76
4.1.2 真鍋珈琲館 正鍋股份有限公司	77
4.1.3 IS COFFEE伊是咖啡 太平洋頂好食品股份有限公司	78
4.1.4 丹堤咖啡 丹堤咖啡食品股份有限公司	79
4.1.5 西雅圖極品 台灣西雅圖極品咖啡股份有限公司	80
4.1.6 羅多倫咖啡專賣店 禾榮產業 台灣羅多倫咖啡總代理	82
4.2 連鎖咖啡店基本資料簡介	84
4.3 連鎖咖啡店產品簡介	85
4.4 連鎖咖啡店加盟條件分析	98
4.5 連鎖咖啡店整體綜合評價	101
4.6 連鎖咖啡店影響連鎖力之因素比較	102
4.6.1 KOHIKAN 珈琲館	102
4.6.2 真鍋珈琲館	103
4.6.3 IS COFFEE伊是咖啡	104
4.6.4 西雅圖極品	105
4.6.5 丹堤咖啡	106
4.6.6 羅多倫咖啡專賣店	107
4.7 影響連鎖力因素之比較	108
4.7.1 店數之比較	108
4.7.2 經營效率之比較	109
4.7.3 國際關係之比較	110
4.7.4 集團財力之比較	111
4.7.5 發展力之比較	112
第五章 結論及建議	113
5.1 研究結論	113
5.1.1 人才力	113
5.1.2 系統力	113
5.1.3 後勤力	113
5.1.5 研發力	114
5.1.6 教育訓練	114
5.1.7 財務協助	115
5.1.8 手冊化程度	115
5.2 研究建議	115
5.2.1 人才力	115
5.2.2 系統力	115
5.2.3 後勤力	116
5.2.4 形象力	116
5.2.5 研發力	116
5.2.6 教育訓練	116
5.2.7 財務協助	117
5.3 後續研究建議	117
參考文獻	118
附錄一	127

REFERENCES

- 中文部分
1. 王秀瑩，「咖啡連鎖店市場區隔集其消費者行為之研究」，國立東華大學企業管理學系碩士論文，民國89年。
 2. 江紋彬，「製造業與服務業教育訓練人員專業能力內涵及培訓策略之研究」，國立彰化師範大學工業教育學系碩士論文，民國90年。
 3. 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。
 4. 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。
 5. 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。
 6. 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。
 7. 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。
 8. 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。
 9. 林益山，「直營與加盟連鎖體系之連鎖力研究」，銘傳大學管理科學研究所碩士論文，民國86年。
 10. 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。
 11. 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。
 12. 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。
 13. 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。
 14. 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。15. 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。16. 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。17. 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。18. 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。19. 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。20. 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。21. 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。22. 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。23. 陳璋玲，「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。24. 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。25. 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」，淡江大學管理科學系碩士論文，民國89年。26. 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。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. 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。30. 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。31. 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」，淡江大學管理科學系碩士論文，民國89年。32. 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」，33. 國立政治大學企業管理研究所碩士論文，民國79年。34. 鄭秀香，「北市咖啡連鎖店顧客滿意度」，私立中國文化大學生活應用科學研究所碩士論文，民國90年。35. 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。36. 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。37. 蔡文芳，「跨國娛樂資本的空間產生 以台北星巴克為例」，國立台灣師範大學地理研究所碩士論文，民國89年。38. 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。39. 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。40. 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。41. 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。42. 李幸模，「連鎖加盟店 Q & A」，商周出版，2002年3月二版。43. 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。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. 林正修、楊成宇，「連鎖店的經營致富寶典」，出版，民國90年。46. 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。47. 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。48. 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。49. 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1999年。50. 榮泰生，「企業研究方法」，五南圖書出版公司，民國86年。51. 黃俊英，「企業研究方法」，台灣東華書局出版，民國83年。52. 郭崑謨主編，「中國管理科學大辭典」，大中國圖書，民國74年。53. 柯木興，「咖啡物語」，中原文化出版社，民國87年。54. 毛永年，「愛上咖啡」，商智文化出版社，民國87年。55. 張瓊月、蔡名雄編，「老饕喝咖啡必備手冊」，上旗文化事業，民國90年。56. 王松谷，「喜歡喝咖啡」，膳房文化事業有限公司，民國90年。57. 「1998台灣加盟總部指南」，中華民國連鎖店協會編印，民國88年。58. 「2000台灣加盟總部指南」，中華民國連鎖店協會編印，民國90年。59. 「連鎖店經營管理實務」，經濟部商業司編訂，民國87年。60. 「連鎖店經營管理實務」，經濟部商業司編訂，民國89年。61. 「中華民國經濟年鑑」，經濟日報社編訂，民國90年。62. 「創業搶鮮誌」，2000年3月、2002年4月、2002年5月。63. 「流通世界」，1998年2月、1999年1月、1999年9月、千禧專刊。64. 「連鎖店情報」，1999年9月、2000年4月。65. 「突破雜誌」，203期。66. www.barista.com.tw，西雅圖極品咖啡網站。67. www.doutor.com.tw，羅多倫咖啡網站。68. www.kohikan.com.tw，客喜康咖啡網站。69. www.dante.com.tw，丹堤咖啡網站。70. www.cafe2000.com.tw，真鍋咖啡網站。71. www.iscoffee.com.tw，伊是咖啡網站。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. Cumming, T, " Transorganizational development " , Research in Organizational Behavior, 1984 7. Daft, Richard A., " Organization Theory and Design " ,1999 8. El-Ansary,Adel I. And Stern,Louis W., " Power Measurement in the Distribution Channel " ,Journal of Marketing Research,Vol.47, February 1972 9. Etgar,M., " Channel Domination and Countervailing Power in Distribution Channels, " Journal of Marketing Research,Vol.13 1976, 10. Erwin J. Keup, " Franchise bible:how to buy a franchise or franchise your own business " ,4th ed. The Oasis Press, 2000 11. Frazier, Gray, " Interorganizational Exchange Behavior in Marketing Channels:A Broadened Perspective " ,Journal of Marketing, Vol.47,Fall, 1983 12. Hair . Bush . Ortinau, " Marketing Research Within a Changing Information Environment " , second edition,2002. . 13. Heide, B. and George ,J., " Do Norms Matter in Marketing Relationships? " Journal of Marketing, Vol.56, 1992, 14. Hunt, Shelly D. and John R.Nevin, " Power in a channel of Distribution :Sources and Consequences " ,Joernal of Marketing Research,Vol.XI,May 1974, 15. Ilan Alon ; " The use of franchising by U.S.-based retailers " ; Journal of Small Business Management ; Mil waukee ; Arp.2001. 16. John F. Love, " McDonald ' s behind the arches " ,1995. 17. Justice R. & Judd R.,Franchising,South-Western Publishing Co.,1989. 18. Lush,F. and Brown, R., " A Modified Model of Power in the Marketing Channel, " Journal of Marketing Research, 1982 19. Martin, Robert E., " Franchising

and Risk Management ” , American Economics Review ” , Vol.78,No.5,1988, 20. McCammon, Bery C.jr., ” Perspectives for Distribution Programming ” ,in Louis P. Mucklin eds, Vertical Marketing System,p.43, 1970 21. Mentzer,T. ” Managing Channel Relation in the 21st Center, ” Journal of Business Logistics,Vol.14,No1,1993,. 22. Merle Crawford & C. Anthony Di Benedetto, ” New Products Management ” ,6th ed.,2000 . 23. Mohr,Jakki & John R.Nevin, ” Communication Strategies in Marketing Channels:A Theoretical Perspective ” ,Journal of Marketing,October, 1990 24. Oxenfeldt, A.R., and Kelly, A.O., “ Will Successful Franchise Systems Ultimately Become Wholly-Owned Chains? ” , Journal of Retailing, Vol.44,1969 25. Phillips Kotler, Marketing Management Analysis, Planning, Implementation & Control, 6th ed.,1988. 26. Rubin, P.H., ” The theory of the Firm and the Structure of the Franchise Contract ” , Journal of Law and Economic, Vol.21,1978 27. Schul, Patrick L., William M., and Little, Taylor L., ” The Impact of Channel Leadership Behavior on Intrachannel Conflict ” , Journal of Marketing, Vol.13,Summer 1985 28. Stern, W. and El-Ansary, A. “ Power Measurement in the Distribution Channel, ” Journal of Marketing Research,Vol.9.1972