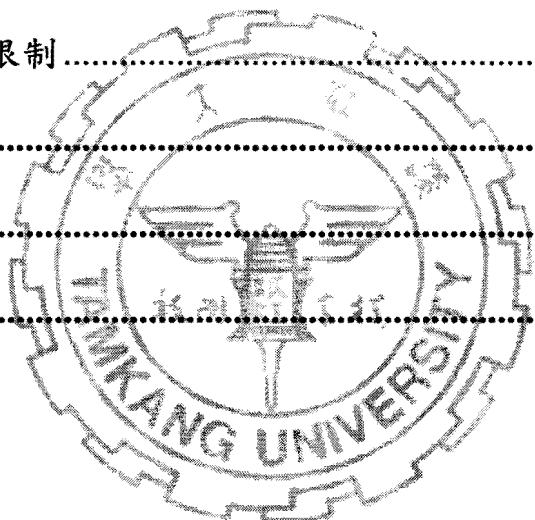


目錄

總錄	I
表目錄	III
圖目錄	IV
第一章 緒論	1
第一節 研究背景及動機	1
第二節 研究問題與目的	7
第三節 研究對象及範圍	8
第四節 研究流程	9
第二章 文獻探討	12
第一節 台灣茶飲連鎖產業導論	12
第二節 加盟條件	16
第三節 品牌資產	23
第四節 夥伴關係	29
第五節 代理商績效	46
第三章 研究設計與實施	52
第一節 研究架構	52
第二節 研究方法	54
第三節 資料收集與分析方法	64
第四節 六角國際企業及日出茶太品牌介紹	67
第四章 個案探討及命題推論	80
第一節 代理商加盟「日出茶太」條件之探討	80

第二節 「日出茶太」品牌資產之探討.....	83
第三節 六角國際與其授權「日出茶太」代理商之間夥伴關係探討.....	86
第四節 「日出茶太」代理商績效之探討.....	90
第五節 各觀察變項關係之探討及命題建立.....	92
第五章 結論、討論與建議.....	97
第一節 研究結論與討論.....	97
第二節 管理意涵.....	101
第三節 後續研究建議.....	103
第四節 研究限制.....	103
參考文獻.....	105
附錄一.....	117
附錄二.....	127



表目錄

表 1-1 2005 年至 2010 年台灣連鎖加盟業之產值及成長率	2
表 1-2 2001 年至 2010 年台灣連鎖產業產值	3
表 1-3 本研究之研究範圍.....	8
表 2-1 加盟研究相關理論觀點	22
表 2-2 品牌資產定義整理.....	24
表 2-2 品牌資產定義整理（續）	25
表 2-3 夥伴關係之定義.....	32
表 2-3 夥伴關係之定義（續）.....	33
表 2-4 評估及選擇供應商之要素	48
表 2-5 夥伴關係之績效衡量指標	49
表 2-6 夥伴關係緊密程度衡量指標	50
表 2-7 夥伴關係整合衡量構面及衡量因子	51
表 3-1 不同研究方法的適用條件	55
表 3-2 適用於四種研究品質指標檢驗的各種研究策略	59
表 3-2 適用於四種研究品質指標檢驗的各種研究策略（續）	60
表 3-3 研究設計效度之做法	61
表 3-4 六角國際企業最重要核心經營層	75
表 4-1 六角國際之加盟及代理條件	82

圖目錄

圖 1-1 引進代理商之加盟體系結構圖	5
圖 1-2 本研究之研究流程.....	11
圖 2-1 茶飲業供應商的國內基本物流流程	14
圖 2-2 茶飲業供應商的國外基本物流流程	14
圖 2-3 品牌權益價值模式.....	28
圖 2-4 夥伴關係.....	35
圖 2-5 成員依存度鏈結型式	36
圖 2-6 所有權持有率程度型式.....	37
圖 2-7 夥伴關係型式.....	38
圖 2-8 組織間夥伴關係類型	39
圖 2-9 特殊性投資型式	40
圖 2-10 關係發展階段之關鍵變數	47
圖 3-1 本研究架構.....	53
圖 3-2 個案研究設計的類型	58
圖 4-1 六角國際企業組織圖	74