

參考文獻

一、中文部份

大前研一(1982)，策略家的智慧，台北：長河。

王平原譯，Andrew S. Grove原著(1996)，10 倍速時代，台北：大塊。

司徒達賢(2001)，策略管理新論—觀念架構與分析方法，台北：智勝文化。

林能白(1992)，資訊與電子業之製造改進策略，管理科學學報，第九卷第二期，pp.179-204。

林耿弘(1999)，臺灣傳統EMS Provider的策略性重定位—以華泰電子EMS S.B.U.為例，中山大學企業管理研究所碩士論文。

朱博湧(1999)，策略外包的決策意涵，台北：遠見雜誌，第 162 期。

李明軒，邱如美合譯，Michael E. Porter原著(1985)，競爭優勢，台北：天下。

李田樹，李芳齡譯，Gary Hamel原著(2000)，啟動革命，台北：遠見。

吳思華(1998)，策略九說:策略思考的本質，台北：臉譜。

吳思華(1984)，產業特質與企業經營策略關係之研究，政治大學商學系博士論文。

吳青松(1993)，台灣資訊電子業關鍵成功因素之探討，管理科學學報，第十卷第一期。

周旭華譯，Michael E. Porter原著(1980)，競爭策略—產業環境及競爭者分析，台北：遠見。

拓璞產業研究所(2003)，詭譎多變的消費性電子產品，台北：拓璞科技，2003 年 12 月。

柯維華(2002)，由三大產業革命與 3C 產品進化深論資訊家電產業何時興起?，台北：拓璞產業研究所。

柯維華(2003)，消費性電子產品之階段演變與帶動經濟起飛之疑惑?，台北：拓璞產業研究所。

約翰·黑格爾三世(John Hagel III) (2002)，槓桿式成長—擴大銷售額，卻不犧牲利潤，台北：哈佛商業評論，中文版，2002 年 11 月。

- 徐作聖(1999), 策略致勝, 台北: 遠流。
- 高登第譯, Philip Kotler原著(1999), 科特勒談行銷, 台北: 遠流。
- 黃俊英(1999), 企業研究方法(二版), 台北: 東華。
- 陳信宏(2004), 台灣不能自外於跨國企業研發中心移向東亞的浪潮, 台北: 資策會。
- 陳清文(2002), 全球資訊產業大未來變革探索, 台北: 拓璞產業研究所。
- 陳振祥(1997), ODM策略之理論架構與實證, 台灣大學商學研究所博士論文。
- 陳振祥、李吉仁(1997), ODM的成因與策略運作—水平式產業下的策略聯盟型態, 中山管理評論, 第五卷第三期, pp.553-572。
- 陳嵩、陳光偉(2001), 製造能力與業務型態之配適分析—台灣資訊硬體製造業之實證, 商管科技季刊, 第二卷第三期, pp.259-278。
- 陳曉屏(2002), 企業電子化下協同做作業發展之研究, 政治大學商學院碩士論文。
- 陳隆麒(1999), 當代財務管理, 台北: 華泰。
- 陳隆麒等譯, F. Peter Boer原著(1999), 科技評價—研發與財務的對話, 台北: 華泰。
- 湯明哲、李吉仁(1999), 外包與專業製造廠商雙贏的策略, 台北: 遠見雜誌, 第 162 期。
- 曾洧菁譯, Chris Zook原著(2004), 跨越擴張風險, 台北: 商智。
- 資策會(2003), 我國資訊硬體產業之全球競爭分析及發展課題與策略建議, 台北: 經濟部技術處。
- 資策會(2004), 我國資訊領域規劃報告, 台北: 經濟部技術處。
- 楊錦洲(2004), 策略創造優勢, 台北: 中國生產力中心。
- 廖苓卉(1999), 專業電子製造廠商營運模式之研究—EMS與ODM廠商之比較, 台灣大學國際企業研究所碩士論文。
- 趙郁文(1998), 跨國委託製造對台灣資訊電子廠商營運能力之提升效果, 中山管理評論, 第六卷第四期, pp.1113~1136。

黎克特等著(2004)，企業全面品德管理—看見亞洲新利基，台北：天下遠見。

蘇昭月譯，David C. Moschella原著(1997)，權力狂潮，台北：麥格羅·希爾。

顧淑馨譯，Gary Hamel and C.K. Prahalad原著(1994)，競爭大未來，台北：智庫。

二、英文部份

Aaker, David A. (1998), Strategic Market Management, 5th Edition, New York: John Wiley & Sons.

Aaker, David A. (1998), Managing Assets and Skills: The Key to a Sustainable Competitive Advantage, California Management Review, Winter, pp.91-106.

Chandler, A.D. (1962), Strategy and Structure, Cambridge: M.I.T. Press.

Hayes, R. H. & Pisano, G. P. (1994), Beyond World-Class: The New Manufacturing Strategy., Harvard Business Review, Vol.72, No.1, pp.77-84.

Hayes, R. H. & Wheelwright, S. C. (1984), Restoring Our Competitive Edge: Competing through manufacturing, New York: John Wiley and Sons.

Hoskisson, E. Robert, Hitt, A. Michael and Ireland, R. Duane (2004), Competing for Advantage, Mason, Ohio: South-Western.

Kochan, T. A. & Schmalensee, R. L. (2003), Management: Inventing and Delivering Its Future, The MIT Press.

Leong, G. K., Snyder, D. L. and Ward, P. T. (1990), Research in the Process and Content of Manufacturing Strategy, OMEGA, Vol. 18, No. 2, pp. 109-122.

McNichols, T.J. (1980), Policy Making and Executive Action, 4th Edition, New York: McGraw-Hill.

Quinn, James Brian (1999), Strategic Outsourcing: Leveraging Knowledge Capabilities, Sloan management Review, pp.9-21.

Song, X. M. Thieme, R. J. and Xie, J. (1998), The Impact of Cross-Functional Joint Involvement Across Product Development Stages:

An Exploratory Study., Journal of Product Innovation Management, Vol.15, pp.289-303.

Tuck, John (2004), Manufacturing Market Insider, Burlington: JBT Communications, Vol. 14, No. 1-10.

Ulrich D. (1990), Organizational Capability: Competing from the Inside Out, New York: Wiley.