

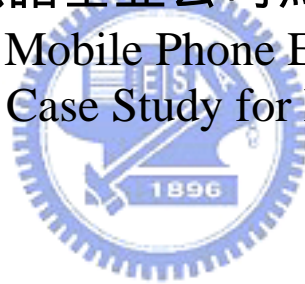
# 國立交通大學

管理科學系 碩士班

碩士論文

行動電話設備供應商之策略研究  
-以諾基亞公司為例

Strategy Study for Mobile Phone Equipment Provider  
-The Case Study for Nokia



研究生：林光宏

指導教授：李經遠 教授

中華民國九十三年六月

行動電話設備供應商之策略研究  
-以諾基亞公司為例

Strategy Study for Mobile Phone Equipment Provider  
-The Case Study for Nokia

指導教授: 李經遠

Advisor: Lee, Gin-Yuan

研究生: 林光宏

Student: Lin, Guong-Hung



Submitted to Department of Management Science  
College of Management Science  
National Chiao-Tung University  
In Partial Fulfillment of the Requirements  
For the Degree of  
Program Master in Management Science

June 2004

Hsin-Chu, Taiwan, Republic of China

中華民國九十三年六月



# 國立交通大學


## 論文口試委員會審定書

本校 管理科學系 碩士班 林光宏 君

所提論文：行動電話設備供應商之策略研究-以諾基亞公司為例

合於碩士資格水準、業經本委員會評審認可。

口試委員：



\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

指導教授：

\_\_\_\_\_

系主任：

中華民國九十三年六月三十日

# 行動電話設備供應商之策略研究 -以諾基亞公司為例

學生: 林光宏

指導教授: 李經遠

國立交通大學 管理科學系 碩士班

## 摘要

本研究在探討行動電話設備供應商的競爭策略。本研究採個案研究法，藉由單一個案細部性分析來進行研究。旨在應用企業資源及能耐分析與五力分析來探討行動電話設備供應商之營運策略。個案之選擇以跨國行動電話設備供應商諾基亞為研究個案，在研究屬性上為應用性的研究。

研究結果顯示諾基亞以創新導向的經濟基礎邁向行動資訊社會，透過策略聯盟、開放技術規格標準使之同質化、齊一化，進而減弱競爭者的創新力量；全力經營品牌行銷與設計等，專注於顧客承諾流程，創造新的競爭差異化基礎，抓住市場與顧客心理。諾基亞是透過先佔者策略(preemptive strategy)創造先發者優勢，並且能夠正確掌握新產品發展時間、快速反應而廣泛學習的公司。

Strategy Study for Mobile Phone Equipment Provider  
–The Case Study for Nokia

Student: Lin, Guong-Hung

Advisors: Dr. Lee, Gin-Yuan

Department of Management Science, College of Management Science  
National Chiao Tung University

Abstract

This research looks into the competition strategy of mobile phone equipment providers. This research adopts the case study method, using one case minute part analysis to carry on the research. The aim is by analyzing with five powers of competitions and the resources and capabilities of enterprise to inquire into the operation strategy of the mobile phone equipment provider. The selected case is Nokia, the multinational mobile phone equipment provider. The attributes of this research are applied.

The study results manifested Nokia heading to the information society with innovation-oriented economics, using strategic alliances, opening technique specification standard, made it of a kind and uniform with competitors, then cut down the creative strength of competitors; focused on marketing brand and designing with all strengths, devoted to customers commitment process, created the new competitive difference, grasped the market and mental state of customers. Nokia is a corporation using the preemptive strategy to deliver an advantage, holding the new product evolution time exactly and prompt response and also extensive learning.

## 誌謝

本研究論文能如期完成，首先要感謝恩師 李經遠博士在論文寫作期間持續的指導與糾正，不論從題目的擬定、觀念的釐清，學術現狀及理論的剖析、架構的訂定、迄至論文的定稿，均不厭其煩、反覆探索、逐字斧正，方能使論文更於完備。

沈華榮老師、姜齊老師及林富松老師在書面審查時提供寶貴意見；王克陸教授、陳振遠教授與周賓凰教授於口試期間提出的寶貴意見，使得初稿中的謬誤與疏漏得以修正，也使本論文得以更周延、更嚴謹。修業期間所上各位老師的教誨，使得學生的學識有所增進，亦是完成論文的一大助力。在此致上衷心的感謝。

其次要感謝曾經就職的事業單位，朗訊科技台灣分公司與諾基亞台灣分公司，各級主管的協助與建議，資料的提供；學長的經驗分享，在此衷心的感謝。

感謝家人的關心與支持，尤其是內人辛勤於家務之餘，幫助論文中文字打字與對愛女無微不至的照顧，使我於工作及學業兩難間，可以無後顧之憂。最後感謝生我、養我、育我的父母，謹以此論文獻給他們，表以謝意，並永誌難忘。



林光宏 謹誌  
2004/06/30