

參考文獻

一、中文部分

- 「上海佛學書局概況」, 佛學半月刊, 第 73 期, 1934 年 2 月, p.15。
- 尤淑雅譯 (1999), 21 世紀宗教, 初版, 台北: 貓頭鷹, p.72, 譯自 Mary Pat Fisher。
- 方世榮 (1996), 行銷學, 台北: 三民, pp.356, 370-374。
- 方世榮譯 (1999), 行銷學原理, 三版, 台北: 東華, pp.403-447, 譯自 Kotler & Armstrong。
- 王祿旺 (2000), 「佛光山宗教行銷之策略研究」, 宗教與非營利事業, 嘉義: 南華大學宗教文化研究中心, 2000 年 4 月, pp.49-63。
- 王耀先 (1996), 出版社的經營管理, 瀋陽: 遼寧教育, pp.136-161。
- 司徒達賢 (1999), 非營利組織的經營管理, 台北: 天下文化。
- 朱泐源主編 (1999), 撰寫博碩士論文實戰手冊, 台北: 正中。
- 朱其昌發行 (2000), 世界佛教通訊名錄, 第 15 版, 台北: 法輪, pp.330-411。
- 江秋滿 (1996), 「連鎖通路權力互動之研究: 以圖書出版品為例」〔摘要〕, 國立台灣大學商學研究所未出版碩士論文。2001 年 2 月 3 日, 取自全國博碩士論文資訊網: <http://datas.ncl.edu.tw/theabs/00/> (系統編號: 84NTU00318040)
- 江燦騰 (1997), 台灣當代佛教, 台北: 南天, pp.183-187。
- 行政院新聞局 (2001), 中華民國九十年出版年鑑, 台北: 行政院新聞局。
- 余佩珊譯 (1994), 非營利機構的經營之道, 台北: 遠流, p.75, 譯自 Peter Drucker。
- 余朝權 (1991), 現代行銷管理, 台北: 五南, p.798。
- 吳芝儀與李奉儒譯 (1995), 質的評鑑與研究, 台北: 桂冠, pp.227-230, 譯自 Michael Quinn Patton。

- 李世明 (1995), 「製造廠商通路結構選擇因素」, 國立中興大學企業管理研究所未出版碩士論文, p.10。
- 李曉雯等編 (1997), 全球佛教通訊指南, 台南: 和裕, pp.558-570。
- 辛廣偉 (2000), 台灣出版史, 石家莊: 河北教育, p.371。
- 阮貴良 (2000), 「佛陀教育基金會佛書出版概況: 回顧與展望」。2000年11月3日, 取自: <http://www.gaya.org.tw/journal/m21-22/21-main1-3.htm>
- 周文賢與吳金潮 (1996), 碩士論文撰寫方法, 台北: 華泰。
- 周雅燕 (1996), 「影響行銷通路網路運作因素之探討: 以汽車經銷商為實證研究」, 國立雲林技術學院管理技術研究所未出版碩士論文, pp.61-66。
- 林宏偉 (1886), 「出版業配銷通路之研究」〔摘要〕, 中國文化大學企業管理研究所未出版碩士論文。2001年2月3日, 取自全國博碩士論文資訊網: <http://datas.ncl.edu.tw/theabs/00/>(系統編號: 74PCCU2121025)
- 林培齡 (1994), 「我佛慈悲: 淺談佛書的書版概況」, 出版流通, 第32期, 1994年8月, pp.3-4。
- 邱敏捷 (1999), 「印順導師佛教著作及其對台灣佛教出版界之影響」。2000年11月3日, 取自: <http://www.gaya.org.tw/journal/m20/20-main1.htm>
- 姚麗香 (1988), 「台灣地區光復後佛教變遷初探」, 輔仁學院-法管學院之部, 第20期, 1988年, pp.229-249。
- 姚麗香 (1990), 「台灣地區光復後佛教出版刊物的內容分析: 佛教文化思想變遷初探」, 東方宗教研究, 新1期, 1990年10月, pp.293-311。
- 胡幼慧 (1996), 質性研究: 理論、方法及本土女性研究實例, 台北: 巨流, p.148。
- 胡同來 (1997) 「行銷通路特性、溝通流程與通路績效之研究: 資訊業個人電腦行銷通路實證」, 國立台灣大學商學研究所未出版博士論文, pp.9-18。
- 桂台華 (1999), 「出版人的迷思」, 出版界, 第36期, 1999年1月,

pp.27-28。

高希均與林祖嘉 (1998), 經濟學的世界：中篇 (1997 年最新修訂版)
個體經濟理論導引，台北：天下文化，p. 27。

張元隆 (2000), 「法鼓文化出版發展概況」, 2000 年 11 月 3 日，取自：
<http://www.gaya.org.tw/journal/m21-22/21-main1-2.htm>

張逸民 (1982), 行銷策略：觀念與決策，台北：輔仁大學管理學院，
p.307。

張德發 (1997), 「個人電腦行銷通路結構與通路績效之研究」, 國立中
興大學企業管理研究所未出版碩士論文，pp.22, 30-32, 55。

張瀚菁 (1994), 「開卷有益：佛教類書籍的店銷市場」, 出版流通，第
32 期，1994 年 8 月，pp.5-6。

莊耀輝 (1996), 「圖書館如何幫助讀者尋回自己」, 圖書館管理學報，
第 2 期，1996 年 6 月，pp.1-16。

莊耀輝 (2000), 「台灣佛教出版現況研究」, 第一屆非營利組織管理研
討會論文集, 嘉義: 南華大學/ 中正大學編印，2000 年 3 月，pp.(14)1-14

莊耀輝 (2000), 「西方佛教出版：由阿諾德到索甲仁波切」, 2000 年 11
月 3 日，取自：<http://www.gaya.org.tw/journal/m21-22/21-main2-3.htm>

郭忠生 (2000), 「佛教出版概況之省思：以印經會、佛教教科書為例」。
2000 年 11 月 3 日，取自：<http://www.gaya.org.tw/journal/m21-22/21-main3-1.htm>

陳玉女 (2001), 「試析台港地區二十世紀後半期之佛教研究動向」, 2001
年 11 月 3 日，取自：<http://www.gaya.org.tw/journal/m27/27-main2.htm>

陳定國 (1982), 行銷管理導論，台北：五南。

陳定國 (1993), 企業管理，台北：三民。

陳曼玲 (1993), 「都市地區佛教團體活動多元化及選擇性提供模式之探
索性分析：以台北市為例」, 國立政治大學社會學研究所未出版碩士
論文，pp.76, 79-104。

陳斌 (1999), 「連鎖書店產業分析與金石堂的競爭策略」, 出版人的對

- 話：關於兩岸出版發行的論述，台北：天下文化策劃編輯，1999年，pp.319-337。
- 陳學怡（1991），「新企業建立配銷通路之研究」，中國文化大學企業管理研究所未出版碩士論文，pp.33-37。
- 彭松建與趙學范譯（1995），圖書出版的藝術與實務，台北：周知文化，pp.127-151，譯自 Datus C. Smith, JR。
- 曾? 賢（1996），「台灣地區佛教圖書出版相關資訊」，2000年11月3日，取自：<http://www.gaya.org.tw/journal/m6/6-mag2.htm>
- 曾? 賢（2000），「十年來台灣地區佛教圖書出版資訊的觀察研究報告：以 ISBN/CIP 資料庫為例」，2000年11月3日，取自：<http://www.gaya.org.tw/journal/m21-22/21-main2-1.htm>
- 項慧齡譯（2001），當和尚遇到鑽石：一個佛學博士如何在商場上實踐佛法，台北：橡樹林，p.7，譯自 Michael Roach。
- 黃俊英（2001），行銷學的世界，台北：天下文化，pp.29-35,255-277。
- 黃聖志（1994），「出版社行銷通路之研究」〔摘要〕，中國文化大學經濟學研究所未出版碩士論文。2001年2月3日，取自全國博碩士論文資訊網：<http://datas.ncl.edu.tw/theabs/00/>（系統編號：82PCCU0389009）
- 黃營杉等（1991），企業政策，台北：國立空中大學，pp.221-222。
- 楊金都（2001），「從行銷通路看台灣童書出版之發展」〔摘要〕，國立政治大學經營管理碩士學程未出版碩士論文。2002年1月1日，取自全國博碩士論文資訊網：<http://datas.ncl.edu.tw/theabs/00/>（系統編號：89NCCU1457013）
- 廖又生（1996），「如何寫好一篇論文」，Best Students，第21期，1996年12月，pp.82-83。
- 熊傳慧（1994），「結緣的善：談由藝術的觀點看佛書未來走向」，出版流通，第32期，1994年8月，pp.7-8。
- 齊若蘭譯（1998），編輯人的世界，初版，台北：天下文化，pp.335-344，譯自 Gerald Gross。
- 劉佩貞（1999），「願解如來真實義：訪圓明出版社總編輯吳明興先生」，

- 萬行，第 169 期，1999 年 2 月，pp.23-26。
- 歐明慧等（1994），「書海中的般若舟 - - 佛學出版社面面觀（一）」，人生，第 121 期，1994 年 3 月，pp.14-24。
- 歐明慧等（1994），「書海中的般若舟 - - 佛學出版社面面觀（二）」，人生，第 122 期，1994 年 10 月，pp. 18-28。
- 蔡秀鸞（2000），「在日台商行銷通路之探索性研究」，國立台灣大學商學研究所未出版碩士論文，pp.11-19。
- 蔡勝華（1889），「圖書出版業通路勁能滿意水準之研究」〔摘要〕，國立政治大學企業管理研究所未出版碩士論文。2002 年 1 月 1 日，取自全國博碩士論文資訊網：<http://datas.ncl.edu.tw/theabs/00/>（系統編號：77NCCU2121035）
- 蕭振士（2000），閱讀佛教，台北：松喬，pp.41-42。
- 謝佳穎（1996），「3C 產品通路選擇策略及個案研究」，國立台灣大學商學研究所未出版碩士論文。
- 謝宜芳（2002），「通路結構設計決策與通路績效關係之研究--以資料倉儲軟體市場為例」〔摘要〕，國立台北大學企業管理學系未出版碩士論文。2002 年 2 月 3 日，取自全國博碩士論文資訊網：<http://datas.ncl.edu.tw/theabs/00/>（系統編號：90NTPU0121002）
- 謝益銘（1992），「途徑目標領導與通路內衝突、績效之關係研究--連鎖加盟便利商店之實證」，國立中興大學企業管理學系未出版碩士論文。
- 鍾仁宏（1998），「國際行銷通路研究：以高科技產業為例」，國立政治大學企業管理系未出版碩士論文，pp.15-19。
- 鍾獻文譯（1995），美國雜誌 100 年：建立永續的雜誌王朝，初版，台北：三思堂，pp.113-121，譯自金平聖之助。
- 藍吉富（1982），「近三十年來台灣的佛書出版概況」，內明，第 118 期，1982 年 1 月，pp.11-17。
- 藍吉富（1996），「近五十年來台灣刊行的佛學工具書」，普門，第 204 期，1996 年 9 月，pp.146-148。
- 藍吉富（1999），「台灣佛教之歷史發展的宏觀式考察」，中華佛學學報，第 12 期，1999 年 7 月，pp.237-248。

- 藍吉富 (2000), 「當代台灣的佛教出版趨勢：兼論其在文化史的意義」。
2000年11月3日, 取自：<http://www.gaya.org.tw/journal/m21-22/21-main3-3.htm>
- 魏啟林 (1993), 策略行銷, 台北：時報文化。
- 懷一 (1993), 「台灣佛教的發展與出版業的角色」, 菩提樹, 第493期, 1993年12月, pp.30-32。
- 羅紫初 (1995), 圖書發行教程, 瀋陽：遼寧教育, pp.182-206。
- 釋印光, 「印造經像文」, 卷4, 印光法師文鈔, pp.821-837。(1986, 增訂印光大師全集, 第1冊, 二版, 台北：佛教)
- 釋自正 (2000), 「從圖書館管理角度談台灣地區佛教出版」, 2000年11月3日, 取自：<http://www.gaya.org.tw/journal/m21-22/21-main2-2.htm>
- 釋舜融 (1999), 「佛教藏經出版總匯：新文豐出版公司」, 2000年11月3日, 取自：<http://www.gaya.org.tw/journal/m20/20-publish.htm>
- 釋聖巖 (1989), 明日的佛教, 二版, 台北：東初, p.75。
- 釋聖巖譯 (1993), 中國佛教史概說, 台北：商務, pp.199-207, 譯自野上俊靜。
- 釋滿觀 (2000), 「佛光文化出版發展概況」, 2000年11月3日, 取自：<http://www.gaya.org.tw/journal/m21-22/21-main1-1.htm>
- 闕正宗 (1996), 「五十年來佛教刊物面面觀 (上)」, 普門, 第199期, 1996年7月, pp.132-135。
- 闕正宗 (1999), 「由刻經到佛書流通」, 普門, 第233期, 1999年2月, pp.22-32。
- 闕正宗 (1999), 台灣佛教一百年, 台北：東大, pp.209-220。
- 闕正宗 (2000), 「關於台灣佛教寺院調查之出版概論」, 2000年11月3日, 取自：<http://www.gaya.org.tw/journal/m21-22/21-main3-2.htm>

二、英文部分

- Bowersox, D. J., M. B. Cooper, D. M. Lambert, and D. A. Taylor (1980), Management in Marketing Channels, N.Y.: McGraw-Hill, pp.192-196.
- Bowersox, D.J. and M.B. Cooper (1992), Strategic Marketing Channel Management, N.Y.: McGraw-Hill.
- Bucklin, L.P. (1966), A theory of distribution channel structure, Berkeley: University of California, Institute of Business and Economic Research, p.5
- Cravens, D.W., etc. (1980), Marketing Decision Making-Concepts and Strategy, rev ed., Home Wood, Illinois: Richard D. Irwin, p.277.
- Forsyth, P. (1997), Marketing in publishing, London: Routledge, pp.124-135.
- Guirdham, M. (1972), Marketing: the management of Distribution Channels, Oxford: Pergamon, p.106.
- Hardy, K. G. and A. J. Magrath (1987), “Selecting Sales and Distribution Channels”, Industrial Marketing Management, Vol.20, 1987, pp.273-278.
- Jain, S.C. (1990), Marketing Planning and Strategy, 3rd ed., Cincinnati, Ohio: South-Western, p.521.
- Robicheaux, R. A. and A. I. El-Ansary (1976) , “ A General Model for Understanding Channel Member Behavior,” Journal of Retailing, Winter 1976, Vol.52, pp.13-30.
- Rosenbloom, B. and R. Anderson (1985), “Channel management and sales management: Some key interfaces”, Journal of Academy of Science, Vol.13, Summer 1985, pp.97-106.
- Ruekert, R. W., O. C. Walker, and K. J. Roering (1985), “The Organization of marketing Activities: A contingency Theory of Structure and Performance”, Journal of Marketing, 1985, Vol.49, pp.13-25.
- Steers, R. M. (1975), “Problem in the measurement of organizational effectiveness”, Administrative Science Quarterly, Vol.20, Dec. 1975,

pp.549-550.

Steers, R. M. (1977) , Organizational Effectiveness: A Behavioral View, California: Goodyear, p.1.

Stern, L. W. (1971), “Channel Control and Interorganization Management, ” in Moller, W. G. and D. L. Wilemon ed., Marketing Channels: A systems Viewpoint, Homewood, ILLinois: Richard D. Irwin, pp.309-401.

Stern, L. W., A. I. El-Ansary, and A. T. Coughlan (1996), Marketing Channels, 5th ed., Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, p.1.

Stern, L.W. and A. I. El-Ansary (1988), Marketing Channels, Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, pp.477-518.