

第參章 研究方法

第一節 個案選取

本次研究用個案研究法進行研究，因著重於代工與品牌同時經營的議題，故個案選取對象必須有代工及品牌同時經營之企業。此次個案研究選取友訊科技、明泰科技及訊連科技三家企業作為個案研究與深入訪談的對象，其主要原因如下：

1. 友訊科技與明泰科技均為網通產業之極具規模（年營業額均超過 200 億台幣）並在台上市的企業。同時友訊科技自創品牌 D-Link，為世界網路產品領導品牌之一，其在 2003 年分割代工部門成立明泰科技一舉，為台灣高科技產業少數分割品牌及代工的成功案例，值得深入研究。
2. 訊連科技為台灣少數幾家在台上市的軟體公司，銷售範圍遍佈全球，並為 Microsoft 在台灣首家的 Global Partner。其近幾年的快速成長，推翻外界對台灣僅有硬體製造的印象。其代工與品牌市場共同經營的模式，與一般硬體產業相當不同，值得深入研究探討。
3. 筆者個人在網通界任職四年的工作經驗，對於網通產業有相當的瞭解與個人看法。又先生因職業關係對於軟體產業相當瞭解，所建立的人際關係網絡上有助於訪談到個案企業的創始元老，並且也較容易取得研究相關的資訊。

第二節 資料收集

本研究資料蒐集的來源與方式如下：

- 一、 企業網站公布之經營狀況、企業內部刊物等。
- 二、 企業所發佈之年報、公開說明書、財報及股東會資料。
- 三、 與企業相關之研究論文、剪報及媒體文章。
- 四、 企業訪談

企業名稱	訪談對象	個案服務之職稱	訪談地點與日期	訪談時間
友訊科技 明泰科技	T 先生	明泰科技 執行長 於友訊創立第二年加入，為創始元老之一	友訊科技 台北內湖總部 (June.4, 2009)	2.5hrs
訊連科技	曾維新 先生	訊連科技 資深副總 訊連創立時便加入 為創始元老之一	訊連科技 台北新店總部 (May, 20, 2009)	1.2hr