

台灣區域網路產業供應商轉型實務研究— 以友訊科技公司為例

張玲玲¹ 權福生² 楊千³

¹大葉大學會計資訊系

彰化縣大村鄉山腳路 112 號

²友訊科技股份有限公司

新竹科學工業園區力行七路 8 號

³國立交通大學經營管理研究所

新竹市大學路 1001 號

摘要

本研究旨在探討個案公司由區域網路產業轉型到廣域網路，無線網路、寬頻網路、家用網路等不同區隔市場的轉型策略。

本研究的整體架構是分析個案公司的原先經營策略與關鍵成功因素，再分析產業環境的變化，對個案公司的影響，造成個案公司業績的衰退。為因應產業環境變化，個案公司於是轉型到不同的區隔市場，擴充產品線，延長企業之生命週期。

研究資料結果與深度訪談個案公司高階主管，得出下列幾項結論：

1. 產品定位清楚，形成差異化，企業才能生存。
2. 企業進入成熟期，應創新產品延長企業生命。
3. 轉型策略應擴充產品線，符合客戶完整需求。
4. 經營策略應符合產業分工，擴充大陸為 Home Market（市場腹地）。
5. 企業變革應得到管理階層的支持。
6. 新產品的研發，應成立新部門執行。
7. 組織建構新的經營方向，指出明確轉型方向。

關鍵詞：變革策略，產品增值