

# 107 學年度 國立虎尾科技大學 四技甄試入學

## 企業管理系術科實作考試注意事項

一、術科考試日期與時間：107 年 6 月 23 日(星期 六)

二、術科考試時間：

項目	甲組 (商管群)	乙組 (外語群)
報到時間	10:20	10:20
入場時間	10:50	10:50
開始考試(停止入場)	11:00	11:00
停止考試 (試題說明:5分鐘、試題 實作：30 分)	<u>11:35</u>	<u>11:35</u>

三、集合地點：本校管理學院大樓地下室

四、考試地點：本校管理學院大樓 CMAB102、CMAB106、CMAB107

五、考試說明：

(一)題目範圍：企業個案分析

(二)考試時禁止攜帶手機、任何會發出聲響、或可拍照之設備，違者予以扣減分數。

(三)停止考試後，不可立即離開試場，先由考場監考老師與助教進行收回題目與實作成品，再由監考老師統一宣布離場。

(四)應試時請務必攜帶身分證件放置於桌面以利檢核身分，並請注意個人儀容。

(五)務必使用黑色或藍色墨水的筆書寫(建議使用筆尖較粗約0.5~0.7mm之原子筆或鋼筆或中性筆)，不得使用鉛筆，可以使用修正液或修正帶。

(六)考生若逾時未報到以致無法參與實作考試，本系將不予補辦實作考試，且實作考試將以零分計算。

六、考生注意事項及術科實作時間表，可上本系網站(如下)查詢。

<http://nfuba.nfu.edu.tw/bin/home.php>

## 七、實作範例(僅供參考)

### 1. 範例一：

Pizza Hut claims to have the largest fast-food customer data warehouse in the world, with 40 million U.S. households or between 40 and 50 percent of the U.S. market. The millions of customer records are gleaned from point-of-sale transactions at its restaurants. Pizza Hut can slice and dice data by favorite toppings, date of last order, or by whether you order a salad with your pepperoni pizza. Using its Teradata Warehouse Miner, Pizza Hut has not only been able to purge expensive duplicates from its direct-mail campaigns, but can also target its marketing to find the best coupon offers for each household and predict the success of campaigns.

Q: How can companies apply the data to management? Please answer the question in Chinese.

### 2. 範例二：

星巴克的成長，是商業界的一則傳奇。在 1980 年代，當這家公司只有少數幾家店面時，公司的行銷主管霍華·蕭茲(Howard Schultz)從義大利旅遊回來，深深著迷於當地咖啡館的消費經驗。不久之後，蕭茲買下星巴克公司並擔任執行長，並說服股東嘗試採用義大利咖啡館的經營形式，很快地，星巴克體驗於焉誕生。他所採用的策略，是在精心裝潢的雅緻咖啡館中，銷售自家生產的頂級烘焙咖啡豆，以及現煮的義式濃縮咖啡飲品，並搭配各式糕點、咖啡相關商品，以及其他周邊產品。這個想法是把購買及飲用咖啡的行動，轉換為一種社交體驗，讓咖啡館成為人們相約談天、放鬆、閱讀的「第三場所」(家庭和工作以外的社交場所)。星巴克特別重視提供最佳的顧客服務，為了激勵員工，高階主管投入大量精力在員工招募與訓練計畫上，並提供有競爭力的薪資政策，讓全職和兼職員工都可享有股票選擇權和醫療福利。

這項方程式是星巴克競爭優勢的基礎。在美國，星巴克只用了不到十年的時間，就從沒沒無聞變成了全國最知名的品牌之一。1995 年至 2005 年間，星巴克在美國的分店數以 27% 的年增率成長，開設了將近 12,000 家店面，並積極拓展國際市場。蕭茲在 2000 年卸任執行長，但仍繼續擔任董事長一職。

到了 2008 年，星巴克遭遇強烈的競爭，競爭者從小型精品咖啡館到連鎖咖啡店，如 Tully's 咖啡、Peet's 咖啡，甚至是麥當勞，都開始侵蝕星巴克的競爭優勢。儘管星巴克以極快的速度拓展分店，但單店銷售量卻開始下滑。2008 年的獲利能力，以資本報酬率計算，由將近 21% 暴跌到僅剩 8.6%，股價也隨之一落千丈。

這時，蕭茲開除了執行長，自己重新回任執行長的職務。他的策略是讓星巴克重回初衷，再次強調以美好的顧客體驗創造價值，並以最有效率的方式執行。他首先讓所有店面停業一天，重新訓練員工烹調咖啡的手藝，並進行一連串改革，

包括重新裝潢多家店面，展現當代氛圍；停止販售早餐三明治，因為蕭茲認為，三明治的氣味會影響顧客對於頂級咖啡館的體驗；分次研磨咖啡，使店裡充滿現煮咖啡的香氣；讓店長自由決定店內擺放的藝術品類型；星巴克也戲劇性地採行公平交易政策，向支持環境友善政策的咖啡豆生產者採購，並廣為對顧客宣傳。

為了減少成本，蕭茲宣布關閉美國境內 600 家營業狀況不佳的店面，並以可能關閉作為威脅，重新談判較低的租金，還減少糕點的供應商家數，並爭取數量上的折扣。他成立專案團隊負責提高員工的生產率與效率。此團隊發現，藉由簡單的改變，例如將顧客常點的糖漿口味放在較接近製作飲料的位置，可以節省好幾秒的時間，讓員工有更多時間與顧客互動，而較快的顧客服務也帶來較高的顧客滿意度。

策略執行的成果令人印象深刻，一度面臨過氣的老品牌重新振作，2008 年至 2012 年間，即便在經濟低迷時期，星巴克的收入從 104 億美元成長至 133 億美元，2010 年的投入資本報酬率從 8.6%急遽攀升至亮眼的 26.13%。

資料來源：J. Jargon, “Latest Starbucks Buzzword : Lean Japanese Techniques ,” *Wall Street Journal* , August 4, 2009, p. A1; J. Adamy, “Starbucks Moves to Cut Costs,

問題：星巴克為客戶創造出何種價值？公司如何創造該價值？

#### 八、聯絡方式：

聯絡人：企業管理系李小姐

電話：05-6315771-3

傳真：05- 6313842

E-Mail：ba@nfu.edu.tw