

台 中 學 儒 助 您 金 榜 題 名

108 年特種考試交通事業鐵路人員試題

考試別：鐵路人員考試 等別：員級考試

類科：運輸營業 科目：企業管理概要

一、組織在對顧客提出產品、定價、推廣及通路之前，應先進行 STP 程序。請說明：

(一) STP 程序的內涵。(10 分)

(二)組織可採用那些變數來進行消費者的市場區隔？(15 分)

【擬答】：

(一) STP 行銷：又稱目標行銷，先作市場區隔，再從中選擇一個或數個區隔市場做為目標市場，決定產品定位，配合研擬合適的行銷組合策略，以滿足目標市場顧客需求。

1. 市場區隔：將市場切割成數個子集合，且每一個集合內的消費者具有相同的需求、偏好或行為模式，各集合之間具有差異性。
2. 選擇目標市場：針對市場區隔選出幾個較有吸引力的目標市場，選擇目標市場必須要考量幾個因素：市場區隔的吸引力及公司所具備的資源、產品及市場的差異性。
3. 定位：為自己的品牌或產品設計一組跟競爭者有意義的差異，試圖在消費者心中佔有一席之地。

(二)市場區隔變數說明如下：

1. 地理：包含區域、人口密度、都市大小、氣候、地形等。
2. 人口統計：包含年齡、性別、所得、職業、教育程度、宗教、家庭生命週期、種族等。
企業喜歡用人口統計變數作為區隔市場準則，原因如下：消費者的慾望、偏好通常皆與人口統計變數有很大關係，人口統計變數是最普遍的區隔消費者群體的基礎，此外，人口統計變數較其他特徵容易使用、容易衡量。
3. 心理：心理變數主要包括生活型態、價值觀及人格。

- (1)生活型態：係指一個人生活在世上的形態，會表現在一個人的活動（Activity）、興趣（Interest）與意見（Opinion），等構面，譬如旅行社推出的日本 3 天 2 夜採購行、南美洲 7 天 6 夜冒險之旅等。
- (2)價值觀：係指個人固守的信念，個體依此來決定行為對錯，例如有消費者認為產品一定要買全新的、有消費者認為只要能用就好，行銷人員因此將產品銷售管道分成專櫃或者線上拍賣。
4. 個人行為：行為是針對比較外顯性的特質，例如使用產品的利益、時機（場合）、使用率、使用者狀態、忠誠度、購買準備階段、態度等。

- (1)使用產品的利益：係指消費者為什麼要買這個產品，目的為何，例如消費者買化妝品就是希望皮膚吹彈可破，消費者買養生產品就是希望可以常保健康，消費者買手機就是希望可以隨時與外界聯絡等。
- (2)時機：是指消費者生活中某個日期、某星期、某月、某年、或某個時段。可根據產生需要、購買產品或使用產品的不同時機，將購買者區隔。如：端午節、母親節、情人節以送禮時機為區隔。
- (3)使用率：廠商會根據消費者的購買及使用頻率來劃分，例如電信業會針對重度使用者推出網內互打免費或者吃到飽方案。因為根據 80/20 法則，20%的重度使用者佔公司營收 80%，除了維持重度使用者的使用率，還需要提昇輕度及中度使用者使用率，設法讓他們變成重度使用者。
- (4)使用者狀態：每個產品都有非使用者、曾經使用者、潛在使用者、首次使用者及定期使用者。如準媽媽為尿布的潛在使用者，未來會變成定期使用者。
- (5)忠誠度：是指購買者對某一特定品牌所具有的執著與堅持的程度。如航空公司飛航里程累積計畫，便是針對忠誠度高的消費者設計的激勵計畫。
- (6)購買準備階段（反應層級）：又可稱為準備層級，分成知曉（知道該產品存在於市場上）、瞭解（蒐集該產品相關資訊）、喜歡（對該產品產生喜愛的感覺）、偏好（即使與其他品牌相比較，仍然偏好該產品）、信服（確信購買該產品是對的）、購買（實際購買該產品）等階段，有些消費者處於知曉階段、有些消費者處於喜歡階段，則行銷人員對於不同階段的消費者所採行的行銷策略也不同。

二、工作設計(Job design)可以激勵員工增加工作動力是工作績效。一般而言常採用工作擴大化(Job enlargement)及工作豐富化(Job enrichment)的方式。請說明：

(一)工作擴大化的涵義並舉出實務例子。(12 分)

(二)工作豐富化的涵義並舉出實務例子。(13 分)

【擬答】：

(一)工作設計：

係指將任務整合成完整的工作，以及該如何執行這些任務的過程。簡言之，工作設計主要目的就在於管理者如何設計工作，可以讓員工感到對工作有滿足感、責任感，成就感，降低人員流動率。

(二)工作擴大化：

係指工作內容水平方向擴大，增加員工工作的範圍，增加工作種類的數目，透過增加作業範圍，或作業中所需不同任務的數量，以及這些任務重複的頻率來擴展作業的水平擴展，例如櫃檯人員除了接待外賓，還可以統計客數流量、代客叫車等等，藉此降低作一樣工作的疲乏感，增加員工工作的多樣性。

(三)工作豐富化：

藉由給予部屬更多責任、更多權力，讓他對於工作的掌握度越來越高，提升自主性並提升員工參與管理之機會，透過賦與規劃及評估的責任、垂直擴展工作內容的方式，讓員工在工作過程中感覺工作是重要且有意義的，又稱為垂直工作擴展，例如讓部屬自己安排工作排程、自己決定工作進度、以及如何呈現自己工作績效的方式達成。

	工作擴大化	工作豐富化
擴展工作方向	水平	垂直
目的	降低做一樣工作的疲乏感，增加員工工作的多樣性	提昇自主性與責任感
激勵效果	工作豐富化大於工作擴大化	

三、企業利潤來自提供的產品與服務，請說明：

(一)服務(service)的特性。(10 分)

(二)一般而言，消費性產品可以區分為那些類別？並請分別舉例說明。(15 分)

【擬答】：

(一)服務：美國行銷協會（AMA）定義服務為「用以直接銷售或配合貨品銷售所提供的各種活動、利益與滿足」。簡單講，服務就是組織所提供出來給顧客的任何無形行動或績效。服務的特性分別為：

1. 無形性（Intangibility）：服務本身是看不到、接觸不到的，無法像一般商品可以具體呈現在眼前，使得消費者相對有形產品會有更大的知覺風險，對於服務的購買會抱持懷疑的態度。
2. 不可分割性（Inseparability）：服務的生產、消費必須同時進行，有形的產品可以廠商生產完之後運送到其他地方，讓消費者購買，然而服務一生產，一定伴隨著消費，例如心理諮商服務，當心理師正在提供關於消費者的諮商服務時（生產），消費者也正在接收他提供的訊息（消費）。
3. 易逝性（perishability）：服務無法貯存，不像有形產品會有所謂的庫存，由於服務生產與消費同時進行，所以當廠商生產的時候服務也正在消費，而當廠商停止生產，服務也不能繼續消費，簡單講，就是當廠商生產服務的時候，服務就會被消費且無法存起來，而且今天生產的服務不會有存貨放到明天再賣。也因為如此，會造成供給與需求的失衡
4. 變動性（Variability）：服務水準會因為提供者本身或其他情境受到影響。

(二)消費性產品類型說明如下：

1. 便利品：係指消費者經常購買，在選擇要買哪個品牌所花的時間較短，也比較不會花太多心力去比較品牌之間的差異，通常購買都是立即性的，而且大部分的便利品都是單價較低的產品。
便利品還可以細分成日常購買品、衝動購買品及緊急購買品。
 - (1)日常購買品：是指消費者會定期購買的產品，例如柴、米、油、鹽、醬、醋、茶。主要都是生活用品為主。
 - (2)衝動購買品：指消費者事先沒有計畫，到了現場才想要買的產品，例如糖果及週刊，由於行銷人員瞭解這些產品都是衝動品，所以通常會放在櫃台結帳區附近，讓消費者產生一種「順便帶一點」的感覺。
 - (3)緊急購買品：是指消費者在緊急的狀況下必須要購買的東西，例如考場附近通常會有賣 2B 鉛筆、橡皮擦的小販。常下雨的時候路上會出現專門賣雨傘的商販。或者在公共廁所附近會有賣衛生紙的自動販賣機。
2. 選購品：消費者在購買選購品會比較各品牌的差異，像是價格、品質、設計、種類等，單價通常相較於便利品要來得高，而且也不會像便利品一樣幾乎每個通路都會賣，也因為如此，消費者所感受到的風險會比便利品要來得高，所以購買前都會詳細的比較各方案。
3. 特殊品：指該產品有某種獨特特性或品牌魅力，讓消費者願意費心購買，甚至指名購買且幾乎沒有其他產品或品牌可以代替，所以消費者幾乎也不會再做比較，由於消費者願意多花時間及精力購買，因此特殊品的銷售點比較少，且單價通常也很高，例如 Vertu 的精品手機、LV 的包包、PRADA 的高跟鞋、Apple 的手機等等。
4. 非搜尋品：又稱忽略品，消費者不知道該商品存在於市場上，或者即使知道也不會主動購買。例如壽險保單、紙箱、百科全書、棺材、鐵鎚等。由於非搜尋品本身無法激起消費者的興趣，所以行銷人員必須要透過刺激性的行銷方式，引起他們的注意。

四、作業管理(operation management)包括作業規劃、作業排程及作業控制三部分。請問：

(一)作業規劃(operation planning)包括那些規劃？(15 分)

(二)請說明並繪製如何利用甘特圖(Gantt chart)作為作業排程(operation schedule)的工具 (10 分)

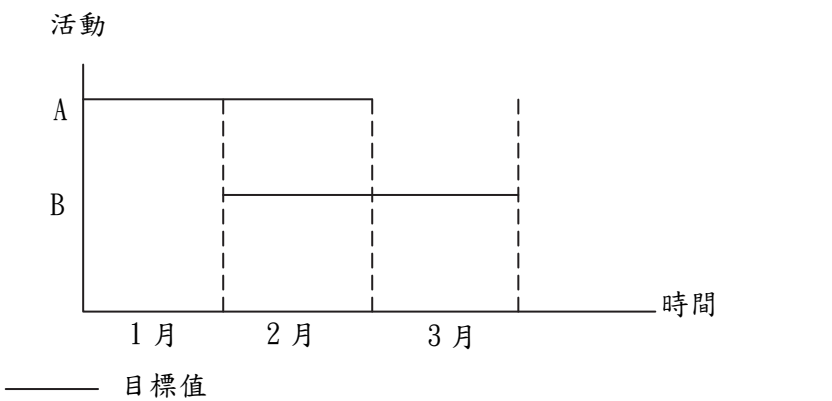
【擬答】：

(一)作業規劃包含

1. 產能規劃：是企業必須評估未來的顧客需求，並且隨著需求的增加而擴充產能，不過產能的擴充有一定的成本，因此必須權衡產能擴充所產生的成本，與因為產能不足所失掉的市場占有率。
2. 廠址規劃：必須考量生產地點是否接近市場與原物料的供應地、勞工的供應是否充足、能源與運輸成本的高低、產地的稅率與法令規範以及社區的生活概況。
3. 廠房佈置規劃：是指針對工廠內的機器設備與生產線的安排。廠房佈置會決定企業是否能夠有效能和有效率地生產。
4. 品質規劃：是指對於產品設定其所應該達成的品質水準。
5. 方法規劃：是指仔細地檢討生產製程的每一項生產步驟，並且找到最佳的執行方法，其主要目的是在減少廢料和提高效率。

(二)甘特圖

橫軸為時間（time），縱軸為活動（Activity），其功用在於作為規劃和控制以及專案管理的工具，可由圖中看出各活動執行進度以及完成情形。



台中 學儒	109鐵路特考精準解題	台中 學儒	6/30前憑准考證最高享萬元優惠	台中 學儒	109鐵路特考特別推薦	台中 學儒	108鐵路營運人員
6/23 (日)午2:00 鐵路運輸學		6/23 (日)午4:00 國文		佐級 年度班 22800元起		招考1035名 國英考1-2科 全部皆為選擇題 運務/事務/電務 強勢開課 每堂600元起	
另有線上完整解答，請掃手冊QR code		109國營事業 20800元起 109初等考 27000元 108國營事業考取班 36800元起		員級 年度班 33800元		憑舊生、他班生證報名最高折3000元	
		憑舊生、他班生報名最高折3000元				課程速洽台中學儒服務處	