

德明財經科技大學 104 學年度碩士班考試暨碩士在職專班甄試招生

【管理個案分析】試題

本題目適用系所別：流通管理系碩士班

請填准考證號碼

--	--	--	--	--	--	--

注意事項：

1. 考試時間為 80 分鐘。
2. 均為申論題，第 1 題 50 分，第 2 題 20 分，第 3 題 30 分，滿分為 100 分。
3. 本試題為單面印製，交卷時必須將答案紙與整份試題一起交回。

【注意：請儘量以精簡、條理的方式進行說明與論述】

1. 美廉社連鎖折扣店（英語：Simple Mart）是三商行經營的台灣零售商，成立於 2006 年。三商行成立美廉社的宗旨是希望它能成為省錢、省時的鄰里幫手，並將『顧客的倉庫，就在美廉社』此一購物新觀念，傳遞給廣大消費者，更藉由開發自有品牌與獨家進口商品，建立低價格高品質的商品形象，期許成為『鄰里輕鬆購物首選的幸福企業』。

美廉社有別於四大超商 24 小時營業，營業時間統一為 07:00~24:00，完全搭配社區的生活作息。商品陳列則採用類似量販店的大型貨架式，但以小店面的經營方式深入各地住宅區，賣場的最小營業空間大多 50 坪左右；美廉社聚焦在商品價格，而不注重店面裝潢，只有簡單的貨架及空調、燈光照明。此外，同全聯福利中心一樣，貨品上架，不跟供貨商收取上架費；一般的便利商店，則會向供貨商收取上架費。

打著平價策略，美廉社在市場上悄悄崛起，過去一年內它快速展店了 50 家，年營業額將近 30 億；近年更有著 8 倍快速成長，來勢洶洶地挑戰同樣以低價促銷的全聯社。若將價格比一比，米價市價 160 元的三好米，美廉社賣 147，全聯社賣 160 元左右；克寧奶粉美廉社賣 179，全聯賣 175；阿 Q 桶麵美廉社賣 24 元，全聯社賣 25 元；雙方較勁意味濃。至 2015 年 3 月，美廉社分店數目前為 406 家，多集中在台北市、新北市、桃園市、台南市、高雄市等五都，此外新竹、苗栗、嘉義縣市也積極再拓展，最南則至屏東縣。

- (1) 美廉社成立僅僅九年，卻在激烈競爭的連鎖零售商中快速崛起，請比較其在市場中的定位與便利超商、中小型超市及量販店有何異同？(15 分)
 - (2) 請試就「創新」的思考角度，來分析其快速崛起的策略為何？哪些策略較有競爭力並敘述其原因。(15 分)
 - (3) 面對目前連鎖零售商山頭林立的情勢，請以美廉社為例，為其做一個 SWOT 分析，並以分析為基礎來為它發展幾項可行的方案（目前沒有實施的）。(20 分)
2. 物聯網相關概念產品大夯，市場一片叫好聲，預估未來推出就會大熱賣。請您從不同角度切入找出此相關產品未來成功的十項必要條件並說明理由。(20 分)
3. 在不考慮所需資源多寡的前提下，請從下列八個項目中，指出並分析您認為今年最適合開創的新事業項目以及最不適合的新事業項目。(30 分)
 - (1) 環保諮詢服務
 - (2) 行動裝置應用程式設計
 - (3) 手工藝品、玩具、遊戲等娛樂用品的商店
 - (4) 麵包甜點店
 - (5) 拋棄式醫療用品製造
 - (6) 家教
 - (7) 物流服務
 - (8) 老人照護