

題目一

答：由於服務業所提供的產品包括有形的實體產品與無形的服務要素，由此構成「服務包」(Service package) 的概念。

(一) 其與傳統製造業相比，有下列較為獨特的性質：

1. 無形的
2. 易逝的
3. 異質性
4. 與消費同時發生
5. 偏重無形的服務
6. 包括前場與後場
7. 無法透過同一廠址的產量增加，達到規模經濟

(二) 服務業與製造業差異處如下：



題目二

答：

(一) 一個好的銷售預測應能符合下列幾個條件：

1. 預測需以實體單位來表示。
2. 應針對產品線中的每一個識別產品做預測。
3. 應能顯示出需求變動的情況。
4. 預測時應考慮各種行動所需的前置時間。

(二) 在預測的程序上，通常可包括五個步驟：

1. 決定預測的目的及預測的時間。
2. 確定預測所需涵蓋的時間幅度，間幅度一定要適宜。
3. 選擇預測技術。
4. 蒐集、分析資料，並準備預測。
5. 預測的的評估與控制。

題目三

答：

- (一)產品生命週期包含導入期、成長期、成熟期、衰退期，此即所謂的產品生命週期。
(二)各階段特性如下：

特徵	導入期	成長期	成熟期	衰退期
銷售額	低	快速上升	達到頂峰	衰退
成本	每顧客成本高	每顧客成本中等	每顧客成本低	每顧客成本低
利潤	負	獲利上升	高獲利	獲利衰退
顧客	創新者	早期採用者	中期多數者	延遲購買者
競爭者	少	數目成長	數目穩定但開始下降	數目下降

1. 導入期：服務的品質已達到穩定，或比競爭對手快速進入市場而取得優勢何者重要。
2. 成長期：獲得準確的需求成長率預測及成長持續時間，並保證產能增加與需求增加相符。
3. 成熟期：準確地預測在市場飽和前的成熟期有多長與何時開始進入衰退期是重要的。
4. 衰退期：須決定是否停止產品或服務供給，考慮對現存產品或服務開發新用途或新使用者。

題目四

答：

- (一)調整產能平衡前提要件為基於設備無法變動下，所進行供給（生產規劃）與需求管理（行銷規劃）配合調整。
- (二) 調整策略主要包括：調整需求變數策略與調整供給變數策略。
1. 調整需求變數策略：
 - (1) 定價
 - (2) 廣告及促銷活動
 - (3) 通路或配銷
 - (4) 延遲交貨或預先訂購
 - (5) 創造新需求
 2. 調整供給變數策略
 - (1) 平穩策略（Level）：訂定一固定的生產水準，不隨需求變化而調整生產計畫，是屬於平穩生產策略，藉由存貨水準高低影響成本及顧客滿意度，是屬於平穩存貨策略
 - (2) 追逐市場需求策略：此種方法除了可避免大幅度的調整產能與人工的使用外，亦可避免庫存成本或短缺成本過高。
 - (3) 混合生產策略：此種方法除了可避免大幅度的調整產能與人工的使用外，亦可避免庫存成本或短缺成本過高。