

國立高雄第一科技大學 107 學年度 碩士班 招生考試 試題紙

系 所 別：行銷與流通管理系連鎖加盟管理碩士班

組 別：不分組

考科代碼：2361

考 科：管理學

注意事項：

- 1、各考科一律可使用本校提供之電子計算器，考生不得使用自備計算器，違者該科不予計分。
- 2、請於答案卷上規定之範圍作答，違者該題不予計分。

一、 解釋名詞(30%，各 10 分)

- a. Emotional Labor
- b. New Retail
- c. Augmented Reality

二、 問答題 (70%)

請閱讀以下資料並回答問題：

Alphabet (Google 母公司), Amazon, Apple, Facebook and Microsoft 是世界上五大最有價值的上市公司。他們的利潤飆升：在 2017 年第一季的利潤總額超過 250 億美元，亞馬遜佔據了在美國所有線上消費金額的一半。Google 和 Facebook 幾乎佔去年美國數位廣告的所有收入增長。AAAFM 這五個組織所掌握的資源是數據(data)這項新的商品(commodity)，不斷創新，看起來勢不可擋。情形就如同約一世紀前黑金(石油 oil)的出現一樣，快速成長，利潤龐大，而政府往往會出手干預，祭出反壟斷(antitrust)，控制此項資源的流向。Smartphone 和 Internet 使數據(data)豐富，無處不在，價值更大。無論你要跑步，看電視，甚至只是坐在交通中，幾乎所有的活動都為數據醞釀廠創造了一個數字化的追蹤原料。此外，人工智慧 (AI) 技術，如機器學習(machine learning)，可從數據中提取更多的價值。演算法(algorithms)可以預測客戶何時準備購買，噴氣發動機需要維修，或者患有疾病的風險。像 GE 和西門子這樣的工業巨頭也將自己視為是數據公司(data firms)。這種豐富的數據改變了競爭的本質。技術巨頭一直受益於網絡效應(network effects)。例如，Facebook 註冊用戶越多，註冊越有吸引力就越有吸引力。數據有額外的網絡效應。通過收集更多的數據，企業有更多的空間來改善產品，吸引更多的用戶，產生更多的數據等(Economist May 6th, 2017)。

在共享經濟中，企業也能夠憑藉創新與管理能力等，迅速竄出。Airbnb 和 Uber-America 兩家最有價值尚未公開發行的“獨角獸”(unicorn)企業。它們擁有的是創新的平台，並不需要真正擁有房間和汽車，就能夠經營旅宿業與租車業。Uber 估值近 700 億美元; Airbnb 位居第二，價值約 300 億美元。兩家公司經常在同一時間籌集資金，然而隨著 Uber 面臨一系列的挫折，包

括竊取智財權的指控，高階管理者的離職和消費者抵制，似乎可能會被 Airbnb 超越(Economist May 27th, 2017)。

1. AAAFM 這類的巨型數據企業是否應該要限制其成長？有何利弊？(20%)
2. 共享經濟中的創新有什麼特色？從 Christensen 教授知名的破壞性創新(disruptive innovation)理論來看，Uber 和 Airbnb 是否為破壞性創新？為什麼是？為什麼不是？(25%)
3. 組織應該如何管理創新？大型組織和小型組織在做法上是否會明顯不同？(25%)