

T003E23-1\_《企業管理》\_修訂表

【二十一版 2023/06/22】

頁數	修訂處	原文	修正	備註
63	一、產品的五個層次圖說	<p>●潛在產品 (Potential Product) 潛在產品是延伸產品的一種，為該產品最終所有可能的增加和改變，唯目前仍無法看出其價值者；潛在產品即未來可能出現的新產品。</p> <p>●延伸產品 (Augmented Product) 指消費者購買產品時，其可與競爭者之產品區隔的額外服務與利益。如保固、免費安裝、免費送貨到府等。此層面在已開發國家往往為產品競爭之焦點。</p> <p>●期望產品 (Expected Product) 期望產品為消費者對該商品或服務的期望。舉例來說，名牌的手錶要會「走」。這種基本的期望，就是期望產品的一部分。更深入一點當然包括賣名牌錶的人員態度應該要親切與專業。</p> <p>●一般 (或稱有形、實體、基本) 產品 (Tangible Product) 指表面上看得到的產品，以買名牌錶的例子來說就是手錶本身；可以說是核心產品得以實現的形式。通常也包括品牌、包裝、款式等等。</p> <p>●核心產品 (Core Product) 消費者真正想要購買的服務或利益。舉例來說如果一個人去買一隻名牌的手錶，他真正想要的是哪種虛榮感。</p>	<p>●潛在產品 (Potential Product) 潛在產品是延伸產品的一種，為該產品最終所有可能的增加和改變，唯目前仍無法看出其價值者；潛在產品即未來可能出現的新產品。</p> <p>●延伸產品 (Augmented Product) 指消費者購買產品時，其可與競爭者之產品區隔的額外服務與利益。如保固、免費安裝、免費送貨到府等。此層面在已開發國家往往為產品競爭之焦點。</p> <p>●期望產品 (Expected Product) 期望產品為消費者對該商品或服務的期望。舉例來說，名牌的手錶要會「走」。這種基本的期望，就是期望產品的一部分。更深入一點當然包括賣名牌錶的人員態度應該要親切與專業。</p> <p>●一般 (或稱有形、實體、基本) 產品 (Tangible Product) 指表面上看得到的產品，以買名牌錶的例子來說就是手錶本身；可以說是核心產品得以實現的形式。通常也包括品牌、包裝、款式等等。</p> <p>●核心產品 (Core Product) 消費者真正想要購買的服務或利益。舉例來說如果一個人去買一隻名牌的手錶，他真正想要的是哪種虛榮感。</p>	修改圖片顯示
109	二、戴明 14 原則	<p>(二)面對新的經濟時代，採新的管理哲學，覺悟變的時代隨時接受各種不同的挑戰。</p> <p>(三)建立品質管理從基線開始、停止，事後依賴大量的檢測方式。</p>	<p>(二)面對變動的時代，要適時採用嶄新的管理哲學。做好隨時接受各種挑戰的準備。</p> <p>(三)改善品質應從基本的流程開始，不應利用事後檢測的方式來提昇品質。</p>	
214	三、財務分析的工具(一)	4.應收帳款週轉率 (Receivable turnover rate)	4.應收帳款週轉率 (Receivable Turnover Ratio)	
215	三、財務分析的工具(二)	1.負債比率(liability rate)	1.負債比率(Debt Ratio)	
217	三、財務分析的工具(五)	1.總資產週轉率(Total Assets Turnover Rate)	1.總資產週轉率(Total Asset Turnover Ratio)	
303	(一)功能導向(功能別組織)缺點	2.固定資產週轉率(Fixed Assets Turnover Rate)	2.固定資產週轉率(Fixed Asset Turnover Ratio)	
305	(三)顧客導向組織圖	<p>(三) 顧客導向組織 <b>常考</b>★</p> <p>基本概念 此種部門劃分方式與產品別、行銷通路別部門劃分方式同屬較具行銷導向之部門劃分方式。其係將為某一顧客群服務之一切業務工作，都歸屬於同一部門。適合產品線不多，業務屬單純，顧客群可明顯區分，且顧客群間需求有差異之中型企業。</p>	<p>(三) 顧客導向組織 <b>常考</b>★</p> <p>基本概念 此種部門劃分方式與產品別、行銷通路別部門劃分方式同屬較具行銷導向之部門劃分方式。其係將為某一顧客群服務之一切業務工作，都歸屬於同一部門。適合產品線不多，業務屬單純，顧客群可明顯區分，且顧客群間需求有差異之中型企業。</p>	誤植

	<p>(三)顧客導向 組織 基本概念</p>	<p>此種部門劃分方式與產品別、行銷通路別部門劃分方式同屬較具行銷導向之部門劃分方式。其係將為某一顧客群服務之一切業務工作，都歸屬於同一部門。適合產品線不多，業務屬單純，顧客群可明顯區分，且顧客群間需求有差異之中型企業。</p>	<p>此種部門劃分方式與產品別、行銷通路別部門劃分方式同屬較具行銷導向之部門劃分方式。其係將為某一顧客群服務之一切業務工作，都歸屬於同一部門。適合產品線不多，業務屬性單純，顧客群可明顯區分，且顧客群間需求有差異之中型企業。</p>	

(更新日期：2023-12-25)

3people

三民補習班

更新紀錄

2023/11/27

新增第 303、305 頁勘誤。

2023/11/29

新增第 63、109 頁勘誤。

2023/12/05

新增第 214、215、217 頁勘誤。



3people

三民補習班