

大葉大學 96 學年度 研究所碩士在職專班 招生考試試題紙

系所別	組別	考試科目 (中文名稱)	考試日期	節次	備註
經管學院(五系所) <i>經、人、國、休、運</i>	甲組	管理學(含個案分析)	4月15日	第一節	共乙頁

註：考生可否攜帶計算機或其他資料作答，請在備註欄註明（如未註明，一律不准攜帶） 08-30 10:00

管理學院事業經營研究所、國際企業管理學系、人力資源暨公共關係學系、
休閒事業管理學系、運動事業管理學系等碩士在職專班入學考試

答題之內容切勿涉及考生之姓名、單位、職稱等相關內容，如違反者本科考試分數以零分計算。

- 一、管理理論演進之觀點眾多，管理者學習管理理論之理由何在？20%
- 二、改變員工的行為是管理者的重要工作，如何透過激勵來增強員工行為？20%
- 三、近年企業海外投資興起，企業海外國際化發展之理由何在？20%
- 四、管理個案分析：Wii v.s. PS3

自從索尼(SONY)在 1994 年推出家用遊樂器 PS 後，任天堂在日本家用遊樂機市場即開始陷入苦戰；而 2002 年微軟的 XBOX 也加入戰局。一時之間，任天堂從第一名跌落至第三。在全球市值達 300 億美元的遊戲機市場上，呈現了由索尼、任天堂和微軟三雄鼎立的競爭格局，其中，微軟 2005 年第四季推出 XBOX 360，而索尼 2006 年 11 月推出售價高達約 534 美元的 PS3 先在日本發售 10 萬台外，微軟也決定於日本推出低價版的 Xbox 360，售價僅約 253 美元，約貴於同日發售的 Wii 一點，並搭配 2 款軟體遊戲促銷，可說是右打 PS3、左打 Wii。

任天堂 Wii 的策略很清楚，就是挑選與 PS3 北美上市接近之日期，並搭配 Wii Sports 運動遊戲，這將使得消費者觀望態度將因此減少，可望進一步刺激銷售，且遊戲軟體之定價也較便宜，每款為 50 美元，較其他對手少了約 10 美元。Wii 上市時有 16 款遊戲軟體同步推出且將會增加到 27 款，包括歷久不衰、極為暢銷的薩爾達 (Zelda) 系列新作。Wii 上市後銷售直線飆升，根據高盛分析師表示，索尼為了拉抬 PS3 的買氣，可能會大幅調降產品售價約一百美元，同時可能在今夏推出 PlayStation Portable (PSP) 的新產品。但不論是在日本還是美國，PS3 的銷售都落後給 Wii，在日本的差距是三比一，在美國的差距也有二比一。由於消費者抱怨售價太高，索尼就調降 PS3 的 20GB 機型售價，降幅達兩成，日本零售價改為 425 美元。索尼針對電玩產品從未實施折扣優惠。

對於不玩遊戲機的消費者來說，有一部分人認為浪費時間，一部分人認為玩一下就「Game Over」因此產生不好玩的心態，一部分認為是小孩子的遊戲，一部分認為是屬於男人的東西，甚至一部份人認為太昂貴了。根據統計，由於任天堂先前推出的掌上型遊樂器 Nintendo DS、Nintendo DS Lite 成功打入銀髮族、女性等新的客群，在市場上熱賣，2006 年 1~6 月日本遊樂器市場中，掌上型遊樂器的銷售額首度凌駕家用遊樂機之上。長久以來，銀髮族、女性是最難打進的客群，因此隨著任天堂要推出 Wii，是否真能達到「全家一起打電動」的目標。對任天堂而言，這場次世代遊樂器之爭並非與索尼、微軟之間的競爭，而是任天堂與自我的競爭，如何能讓一些對遊戲不感興趣的族群愛上電玩，喚起更多人加入遊戲市場。

問題：如果你是索尼公司 PS3 市場經理，請你針對目前任天堂 Wii 來勢洶洶之情況提出競爭分析，並建議你認為最可行的市場競爭策略與實施計畫？40%