

 九 十 二 學 年 度 技 術 校 院 二 年 制
統 一 入 學 測 驗 試 題

准考證號碼：

(請考生自行填寫)

專業科目(二)

餐 旅 類

服務管理

【注 意 事 項】

1. 請先核對考試科目與報考類別是否相符。
2. 本試題共 50 題，每題 2 分，共 100 分，請依題號順序作答。
3. 本試題均為單一選擇題，每題都有 (A)、(B)、(C)、(D) 四個選項，請選出一個最適當的答案，然後在答案卡上同一題號相對位置方格內，用 2B 鉛筆全部塗黑。答錯不倒扣。
4. 請在試題首頁准考證號碼之方格內，填上自己的准考證號碼，考完後將「答案卡」及「試題」一併繳回。

1. 巴洛斯瑞緬 (Parasuraman)、載斯摩爾 (Zeithaml)、貝里 (Berry) 等人 (簡稱 P. Z. B.) 所謂的服務品質，是指：
 - (A) 顧客期望與企業廣告內容間的差距
 - (B) 顧客期望與顧客感受到的服務表現間的差距
 - (C) 顧客期望與過去經驗間的差距
 - (D) 顧客期望與企業員工期望間的差距
2. 有關服務業與製造業的比較，下列何者正確？
 - (A) 服務業的商品其品質一致性較高
 - (B) 製造業的生產較難有規模經濟性
 - (C) 製造業強調顧客的參與
 - (D) 服務業強調生產與消費的同時性
3. 有關服務行銷特性中「不可分割性」(inseparability) 的敘述，下列何者正確？
 - (A) 因為服務無法觸摸，所以無法分割
 - (B) 顧客也是產品的一部分
 - (C) 服務需求的季節性無法明顯的被分割
 - (D) 因服務生很難將私人情緒與工作切割，所以勢必影響服務品質
4. 當顧客因長時間等待而感到不耐時，不宜運用下列那一種方法？
 - (A) 告知預估將等待的時間
 - (B) 在等待時提供其他額外的服務
 - (C) 對於抱怨的顧客先行提供服務
 - (D) 告知等待的原因
5. 下列有關服務業產品特性的敘述，何者最為正確？
 - (A) 無形、無法儲存、不易標準化
 - (B) 無形、可標準化、無法儲存
 - (C) 親切、微笑、健康
 - (D) 親切、溫暖、熱情
6. 下列那一種產業所提供的服務，「顧客化」(customization) 的程度最高？
 - (A) 速食餐飲
 - (B) 國際觀光旅館
 - (C) 家庭餐廳
 - (D) 一般觀光旅館
7. 以下那一項是與顧客建立良好關係的基礎？
 - (A) 豐富的知識
 - (B) 良好的態度
 - (C) 對公司的產品有充分的了解
 - (D) 了解公司的獎懲制度
8. 由 P. Z. B. 所提出的「服務品質量表」(SERVQUAL) 中的有形性 (tangibles) 構面是指：
 - (A) 服務的速度
 - (B) 服務人員的表情可看得見
 - (C) 由顧客帶回家儲存享用的服務
 - (D) 服務的設施
9. “我們是服務淑女與紳士的淑女與紳士”(We are ladies and gentlemen serving ladies and gentlemen.)。最先提倡這種服務理念的旅館，是那一家？
 - (A) 麗池 (Ritz-Carlton)
 - (B) 希爾頓 (Hilton)
 - (C) 凱悅 (Hyatt)
 - (D) 六福皇宮 (Westin)

10. 根據薛緬納爾 (Schmenner, 1992) 的服務定位模型，自助餐廳屬於下列那一類型？
- (A) 接觸服務的顧客化程度高，勞力密集度低
 - (B) 接觸服務的顧客化程度高，勞力密集度高
 - (C) 接觸服務的顧客化程度低，勞力密集度低
 - (D) 接觸服務的顧客化程度低，勞力密集度高
11. 置於餐桌上的顧客意見調查表 (customer comment card) 不具下列那一項特點？
- (A) 成本較低
 - (B) 可深入了解顧客感受
 - (C) 可立即分析顧客反應
 - (D) 回收率較低
12. 下列那一項為 P. Z. B.等學者所提出之服務品質觀念性模型之缺口二 (gap II)？
- (A) 顧客期望與實際感受之差異
 - (B) 外部溝通與顧客期望之差異
 - (C) 顧客期望與管理者對顧客期望之差異
 - (D) 管理者對顧客期望認知與服務品質規範之差異
13. 下列那一項不符合員工授權 (empowerment) 的精神？
- (A) 由不同部門員工共同解決公司的問題
 - (B) 對於勇於負責、主動服務的員工給予獎勵
 - (C) 減少員工間溝通的頻率
 - (D) 賦予員工較大的權利來決定如何解決顧客的問題
14. 下列影響服務人員表現的因素，何者最具關鍵？
- (A) 技巧 (skills)、知識與判斷 (knowledge and judgment)、態度與動機 (attitude and motivation)
 - (B) 嗜好 (habits)、知識與判斷 (knowledge and judgment)、態度與動機 (attitude and motivation)
 - (C) 宗教信仰 (religious beliefs)、技巧 (skills)、知識與判斷 (knowledge and judgment)
 - (D) 嗜好 (habits)、知識與判斷 (knowledge and judgment)、技巧 (skills)
15. 影響 P. Z. B. 所提出之服務品質觀念性模型中之品質缺口一 (gap I) 的因素為：
- (A) 團隊合作
 - (B) 水平溝通
 - (C) 行銷研究
 - (D) 對服務品質要求可行性的認知
16. 馬丁 (Martin) 所謂的「友善動物園」(Friendly Zoo) 是指該企業的：
- (A) 服務態度及技術均不良
 - (B) 服務態度及技術均佳
 - (C) 服務態度佳但技術不良
 - (D) 服務態度不良但技術佳
17. 當服務人員看到顧客帶了小朋友到餐廳用餐，立即主動提供兒童使用之餐椅。此種行為屬於服務品質的那一個構面？
- (A) 可靠性 (reliability)
 - (B) 確定性 (assurance)
 - (C) 關懷性 (empathy)
 - (D) 有形性 (tangibles)

18. 內部行銷 (internal marketing) 是指：
- (A) 在餐廳內直接對顧客促銷產品 (B) 把工作人員當作顧客的一種哲學
(C) 把行銷部門的方案先在企業內部推動 (D) 在企業內部對員工進行產品促銷
19. 以下那一項不是壓力管理的基本技巧？
- (A) 放棄決策權力 (B) 維持或改善身體的健康狀況
(C) 尋求外界的幫助及諮商 (D) 使用放鬆精神的技巧
20. 造成 P. Z. B. 服務品質觀念模型中缺口三 (gap III, 服務品質規格與服務傳遞間的差距) 的原因是：
- (A) 工作內容沒有標準化 (B) 公司目標設定錯誤
(C) 過度承諾消費者 (D) 服務人員角色混淆與衝突
21. 提供安全的住宿場所是旅館的：
- (A) 附帶性服務 (B) 主要服務 (C) 應變性的服務 (D) 潛在性的服務
22. 建構服務策略的三大要素為：
- (A) 行銷研究、企業遠景及組織內所認同的價值觀
(B) 行銷研究、標準作業流程及企業遠景
(C) 行銷研究、財務管理及確認目標市場需求
(D) 行銷研究、人力資源管理及財務管理
23. 對企業而言，常客可以帶來那一項利益？
- (A) 與員工熟悉，較少抱怨 (B) 會購買較高價值之產品
(C) 了解服務內容，在應對上比較省事 (D) 對於服務速度的要求較低
24. 定義品質為「合用性」(fitness for use) 的品管大師為：
- (A) 費京堡 (Felgenbum) (B) 石川馨
(C) 戴明 (Deming) (D) 朱蘭 (Juran)
25. 服務可以為企業創造競爭優勢的原因是：
- (A) 服務業所需的投資較少 (B) 高品質的服務不易模仿
(C) 服務作業規範可以經常依狀況改變 (D) 服務人員可藉由訓練快速提高素質
26. 增加某項服務可提高顧客滿意，而無此項服務卻又不影響顧客對整體服務的評價，此項服務可歸類為：
- (A) 滿意因素 (satisfiers) (B) 不滿意因素 (dissatisfiers)
(C) 關鍵因素 (criticals) (D) 中立因素 (neutrals)

27. 有效執行內部服務 (internal service) 的四項基本原則為：
- (A) 顧客導向、系統導向、建構衡量回饋系統、持續改善
 - (B) 團隊合作、關懷、親切、高效率
 - (C) 顧客導向、系統導向、團隊合作、高效率
 - (D) 工作滿意調整、員工家庭訪談、員工子女輔導、員工進修安排
28. 下列敘述，何者正確？
- (A) 生產概念 (manufacturing concept) 認為，產品的銷售量必須透過努力促銷來達成
 - (B) 銷售概念 (selling concept) 認為，消費者喜歡購買價廉物美的東西
 - (C) 行銷概念 (marketing concept) 認為，消費者會購買品質最優良、性能最好、特點最多的產品
 - (D) 社會行銷概念 (societal marketing concept) 認為，在滿足顧客與賺取利潤的同時，一個企業應該維護整體社會以及自然環境的長遠利益
29. 下述旅遊服務業定義，何者正確？
- (A) 個人或公司行號，接受三個或三個以上的「團體」委託，去從事旅遊銷售業務，以及提供相關服務
 - (B) 個人或公司行號，接受一個或一個以上的「法人」委託，去從事旅遊銷售業務，以及提供相關服務
 - (C) 個人或公司行號，接受三個或三個以上的「自然人」委託，去從事旅遊銷售業務，以及提供相關服務
 - (D) 個人或公司行號，接受一個或一個以上的「自然人」委託，去從事旅遊銷售業務，以及提供相關服務
30. 根據 Engel, Blackwell 與 Miniard (1990) 所提出的消費者行為模式的決策過程，下列過程，何者正確？
- (A) 問題認知→方案評估→資訊蒐集→購買決策→購後行為
 - (B) 問題認知→資訊蒐集→方案評估→購買決策→購後行為
 - (C) 資訊蒐集→問題認知→方案評估→購買決策→購後行為
 - (D) 資訊蒐集→方案評估→問題認知→購買決策→購後行為
31. 以下那一項方法無法改進公司與消費者間的溝通方式？
- (A) 強調公司的既定政策 (emphasize company's policies)
 - (B) 計畫如何溝通 (plan the communication)
 - (C) 製造氣氛 (set the climate)
 - (D) 鼓勵消費者提供回饋意見 (encourage feedback)

32. 以下那一項不是一個成功的服務企業所必須具備的特質？
- (A) 賦予員工適當的授權
(B) 使前線的員工受到尊重
(C) 盡量使用高科技來取代人與人之間的接觸
(D) 提供員工良好的教育與訓練
33. 所謂服務的「關鍵時刻」(moment of truth) 主要是用來強調：
- (A) 服務接觸的重要性
(B) 抱怨處理的重要性
(C) 電話訂位的重要性
(D) 告別服務的重要性
34. 對顧客而言，購買無形服務比購買有形貨品具有較大的風險，主要是因為：
- (A) 服務本身不易儲存
(B) 服務品質較易直接衡量
(C) 服務較難在購買前事先判斷其品質
(D) 服務發生問題可當場改善
35. 有關餐旅服務業的特性，下列何者正確？
- (A) 顧客需求沒有明顯的離峰與尖峰
(B) 服務品質容易掌控
(C) 服務產品的規模經濟性高
(D) 旅館業常用營收管理的技巧
36. 企業推動「服務保證」(service guarantee) 不具有下列那一項效益？
- (A) 使消費者感受到企業對於服務品質的重視
(B) 鼓勵消費者表達出不滿意
(C) 可促使企業快速改善服務流程
(D) 可以減少員工訓練需求
37. 下列那一種服務品質的評量方式，具有實際體驗與調查回饋之間隔時間過長的缺點？
- (A) 電話訪談
(B) 秘密顧客
(C) 郵寄問卷
(D) 管理人員現場觀察
38. 有關服務管理系統的敘述，下列何者正確？
- (A) 市場區隔屬於內部適應活動
(B) 服務提供系統屬於外部適應活動
(C) 服務形象不是五項要素之一
(D) 組織的理念、文化與組織內、外部適應活動有關
39. 以下那一項是人與人之間溝通的主要目的？
- (A) 提供資訊
(B) 猜測
(C) 譴責
(D) 自我探索
40. 下列何者屬於「應變性的服務」？
- (A) 飯店火災的處理
(B) 旅館住宿晨間喚醒服務
(C) 航空公司所提供高速、安全的空間移動
(D) 餐廳服務生解釋菜色內容

41. 根據 P. Z. B. 服務品質觀念模型，以下那一項不是影響消費者服務期望 (expected service) 的因素？
(A) 口碑 (B) 個人需求 (C) 公司的規定 (D) 過去的經驗
42. 下列那一種方法可用來檢驗服務作業流程？
(A) 服務技術圖 (service technology plan)
(B) 服務藍圖 (service blueprint)
(C) 服務簡圖 (easy service chart)
(D) 服務作業圖 (service operational procedure)
43. 下列敘述，何者錯誤？
(A) 核心服務是指顧客主要是爲了利用這些內容而付錢的服務
(B) 競爭激烈的服務業常拼命擴充附帶服務並以此爲賣點
(C) 主要服務與附帶服務不是「常態性的業務服務」
(D) 核心服務的屬性中，只要有一項做得不好，顧客就會對整體服務感到不滿
44. 迪爾 (T. Deal) 和甘迺迪 (A. Kennedy) 合著『塑造企業文化』一書。下列何者是該書所提的企業文化的五大要素？
(A) 企業環境、儀式典禮、人際網絡、英雄人物、價值觀
(B) 企業環境、儀式典禮、人際網絡、英雄人物、組織架構
(C) 儀式典禮、人際網絡、英雄人物、組織架構、獎懲制度
(D) 企業環境、儀式典禮、人際網絡、基層員工、價值觀
45. 以下那一項是處理顧客抱怨可使用的工具與技巧？
(A) 不讓他們發洩怨氣 (B) 讓消費者專注於無法改變的事實
(C) 提供補償性的措施 (D) 強調一切的程序都是依公司的規定
46. 企業服務文化建構的主要推動者，應爲：
(A) 顧客 (B) 領班 (C) 基層員工 (D) 高階主管
47. 服務管理系統中的要素「組織的理念與文化」，指的是：
(A) 以人、物、技術等爲媒介去提供服務的一個組織結構
(B) 引導、統制整個服務生產活動的各項原理、價值觀
(C) 顧客、外部關係者及從業人員等對服務之企業及服務本身所抱持的印象觀念
(D) 特定形態的顧客群體
48. 薛也落 (Szhein) 所提出的三層次組織文化架構爲：
(A) 人造物、採用的價值觀、基本假設 (B) 基層員工、中階幹部、管理人員
(C) 外表、態度、內涵 (D) 文化策略、文化目標、文化規範

【背面尚有試題】

49. Bitner, Booms 與 Tetreault (1990) 等學者將餐廳服務失誤的類型分為那三大類？
- (A) 服務系統失誤、未能回應消費者的要求、員工個人行為所造成的不滿
 - (B) 服務系統失誤、未能回應消費者的要求、公司的經營策略不當
 - (C) 未能回應消費者的要求、員工個人行為所造成的不滿、公司的採購系統疏失
 - (D) 公司的採購系統疏失、公司的經營策略不當、公司的廣告宣傳不實
50. 以下那一項是 Day 以及 London (1977) 認為會影響不滿意消費者抱怨行為的主要原因？
- (A) 消費者獲得補償的價值
 - (B) 是否會讓員工受到懲罰
 - (C) 是否會影響消費者個人的名望
 - (D) 是否會影響企業的聲譽

【以下空白】