



注意：考試開始鈴(鐘)響前，不可以翻閱試題本

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

餐 旅 類

專業科目(二)：服務管理

【注 意 事 項】

1. 請核對考試科目與報考群(類)別是否相符。
2. 請檢查答案卡(卷)、座位及准考證三者之號碼是否完全相同，如有不符，請監試人員查明處理。
3. 本試卷共 40 題，每題 2.5 分，共 100 分，答對給分，答錯不倒扣。
4. 本試卷均為單一選擇題，每題都有 (A)、(B)、(C)、(D) 四個選項，請選一個最適當答案，在答案卡同一題號對應方格內，用 2B 鉛筆塗滿方格，但不超出格外。
5. 本試卷空白處或背面，可做草稿使用。
6. 請在下欄方格內，填妥准考證號碼；考完後將「答案卡(卷)」及「試題本」一併繳回。

准考證號碼：□□□□□□□□

考試開始鈴(鐘)響時，請先填寫准考證號碼，再翻閱試題本作答。

1. 「沒有滿意的員工，就沒有滿意的顧客」，這是在強調下列何者的重要性？
(A) 工作內容設計 (B) 產品利潤 (C) 顧客再購意願 (D) 食材成本控制
2. 下列何者不屬於戴明循環(Deming Cycle)？
(A) 計劃(Plan) (B) 決定(Decide)
(C) 檢核(Check) (D) 行動(Act)
3. 管理者可使用下列何種方法來防止員工失誤？
(A) Poke-Yoke (B) Taguchi
(C) Delphi method (D) Just-in-time , JIT
4. 根據全面品質模式進行服務品質調整，應以下列何者為導向？
(A) 流程 (B) 經營 (C) 顧客 (D) 員工
5. 服務產業發展出收益管理來創造最大獲益，是基於下列何種服務特性？
(A) 異質性(Heterogeneity) (B) 無形性(Intangibility)
(C) 不可分割性(Inseparability) (D) 易逝性(Perishability)
6. 服務傳遞過程有所謂的「黃金十五秒」指的是：
(A) 員工與管理者的接觸時刻 (B) 給予顧客瞬間真實感受的關鍵時刻
(C) 十五秒內要完成服務補救 (D) 服務結束前十五秒
7. 下列何者不屬於服務利潤鏈(Service profit chain)的一環？
(A) 組織 (B) 員工 (C) 顧客 (D) 競爭者
8. 服務藍圖裡，以一條線來區分顧客可以看到與無法看到的活動，此線稱為：
(A) 內外線 (B) 可見線 (C) 互動線 (D) 服務線
9. 餐廳點菜時所採用的 POS 系統，英文全名為：
(A) Point of Sale (B) Point of System
(C) Process of System (D) Process of Sale
10. 絕佳的服務品質指的是下列哪一項？
(A) 顧客體驗認知大於顧客預期期望 (B) 顧客體驗認知小於顧客預期期望
(C) 顧客體驗認知等於顧客預期期望 (D) 顧客體驗認知與顧客預期期望無關
11. 下列何者為星級旅館評鑑之「服務品質」評鑑階段的評核方式？
(A) 由環評單位來評核
(B) 通知受評旅館評鑑實施日期，並安排評鑑委員前往評核
(C) 以不預警留宿受評旅館之方式評核
(D) 以書面審查資料及顧客滿意度問卷評核
12. 下列何者不屬於 EKB 消費行為決策模式？
(A) 問題察覺 (B) 資訊蒐集 (C) 方案評估 (D) 教育訓練
13. 下列哪一個項目屬於旅館的核心服務？
(A) 床 (B) 健身中心 (C) 游泳池 (D) 會議室

14. 公司品質績效的衡量，可透過與同產業裡知名頂級企業的績效做比較，此過程稱為：
- (A) 規劃 (Plan)
(B) 因果分析 (Cause-and-effect analysis)
(C) 標竿 (Benchmarking)
(D) 看板管理 (Kanban)
15. 有關服務的本質，下列敘述何者錯誤？
- (A) 服務有部份或全部是無形的
(B) 服務品質和價值之優劣是由經營者決定的
(C) 服務是在消費當下或期間所產生或傳遞的
(D) 服務通常需要服務提供者和顧客之間的互動
16. 下列何者不是追蹤顧客滿意度的有效方式？
- (A) 進行顧客滿意度調查
(B) 進行降價促銷活動
(C) 進行顧客流失分析
(D) 建立申訴與建議管道
17. 社會名流選擇在五星級旅館舉辦婚宴，以符合其身分名望，此種行為主要是為了降低下列何種知覺風險？
- (A) 社會風險
(B) 財務風險
(C) 時間風險
(D) 身體風險
18. 服務人員熟悉旅館內各項設施且能即時提供詳盡資訊給客人，是屬於 SERVQUAL 量表的哪一個構面？
- (A) 有形性 (Tangibility)
(B) 關懷性 (Empathy)
(C) 僵固性 (Rigidity)
(D) 反應性 (Responsiveness)
19. 下列何者所提供的服務，屬於高顧客接觸程度及高客製化服務？
- (A) Fine dining restaurant
(B) Fast food restaurant
(C) Military foodservice
(D) Campus cafeteria
20. 下列何者不是形成內部服務品質的要素？
- (A) 員工甄選
(B) 工作場所
(C) 獲利能力
(D) 員工獎賞
21. 旅館服務人員以客人名字親切招呼，並熟記房客的個別需求，此有助於吸引下列哪一類型的顧客？
- (A) 個人化顧客
(B) 道德型顧客
(C) 精打細算型顧客
(D) 便利型顧客
22. 顧客點了一杯去冰飲料，結果服務人員卻送來含有冰塊的飲品，顧客抱怨並要求更換，是屬於：
- (A) 預期公平
(B) 程序公平
(C) 互動公平
(D) 結果公平
23. 下列何者不是交通部觀光局之星級旅館評鑑的評鑑項目？
- (A) 經營管理狀況
(B) 公共形象
(C) 服務品質
(D) 建築設備

24. 關於服務業與製造業的比較，下列何者不正確？
(A) 服務業以人為本，製造業以物為本
(B) 服務業的生產與消費是同時發生，製造業先進行生產再消費
(C) 服務業顧客參與生產程度較低，製造業顧客參與生產程度較高
(D) 服務業的產品一致性較難維持，製造業的產品一致性較高
25. 「沙拉盤收走 5 分鐘內，主菜就必須上桌」，是屬於餐廳的：
(A) 服務補救 (B) 服務標準 (C) 服務失誤 (D) 服務接觸
26. 依據國際標準組織(International Standards Organization , ISO)的定義，ISO 9000 為一系列品質標準的認定，下列何者不是企業達到 ISO 9000 必須實施的要素？
(A) Planning (B) Control
(C) Documentation (D) Competency
27. 下列何者不屬於「想在客人之前」(One step ahead)的服務？
(A) 看見客人有未吃完的餐食，主動提供打包餐盒
(B) 若客人只點一份甜點，主動提供多支湯匙，以便同桌其他客人可以分享
(C) 看見帶有幼童前來用餐的客人，在客人就座前即已為幼童準備好高腳椅
(D) 顧客點餐時，回答客人所詢問的問題
28. 下列何者不是餐旅服務業的特性之一？
(A) 勞力密集 (B) 有顧客的參與
(C) 沒有尖峰和離峰的差別 (D) 服務品質不容易控制
29. 在高客製化服務中，下列何者不是管理者主要的挑戰？
(A) 顧客涉入過程 (B) 品質管理 (C) 成本管控 (D) 達到產品一致
30. 下列哪一項屬於客觀的顧客抱怨？
(A) 服務態度 (B) 帳單錯誤 (C) 餐點品質 (D) 用餐環境
31. 在品質管理中，六標準差(Six Sigma)主要管理重點為下列哪一項？
(A) 人員 (B) 財務 (C) 流程 (D) 設備
32. 倒金字塔組織中，中高階主管適用哪一類管理模式？
(A) 權威式管理 (B) 放任式管理 (C) 協助式管理 (D) 集中式管理
33. 房客收到由旅館總經理親筆簽名的 Welcome letter，是屬於關係銷售行為的何種內涵？
(A) 相互揭露實話 (B) 主動表達合作意圖
(C) 強化接觸強度 (D) 獎賞關係
34. 下列何者為「服務容忍區間」的定義？
(A) 希望服務水準與最高可接受的服務水準的差距
(B) 理想服務水準與最低可接受的服務水準的差距
(C) 希望服務水準與最低可接受的服務水準的差距
(D) 理想服務水準與最高可接受的服務水準的差距

35. 「服務無法儲存」的服務特性在行銷與管理上的意義是：
(A) 甄選與訓練員工，以穩定服務品質 (B) 調整價格與服務，縮短供需差距
(C) 設法將服務具體化、有形化 (D) 服務標準化
36. 旅館總經理每週邀請旅館房客共同享用下午茶，以增加與房客互動的機會，是為了要消除 P.Z.B. (Parasuraman , Zeithaml , and Berry) 服務品質觀念模型中哪一種服務缺口的策略方案？
(A) 缺口一 (B) 缺口二 (C) 缺口三 (D) 缺口四
37. 餐廳將菜單附上餐點的照片，供顧客作為參考，這是哪一種降低知覺風險的方法？
(A) 序位化 (B) 實象具體化 (C) 口碑化 (D) 訊息傳遞數量
38. 近年來，航空、旅館業所盛行的客容量管理概念，讓企業可以預測顧客需求，並進而依據不同準則，向不同顧客收取不同費用，以提高客容量。此種波動價位觀念稱之為：
(A) Procedure Management (B) Sanitation Management
(C) Security Management (D) Yield Management
39. 綠色環保旅館概念的風行是屬於哪一類管理觀念？
(A) 生產觀念 (B) 產品觀念 (C) 銷售觀念 (D) 社會行銷觀念
40. 處理顧客消費後產生抱怨的相關費用，屬於下列哪一項成本？
(A) 內部失敗成本 (B) 外部失敗成本 (C) 預防成本 (D) 鑑定成本

【以下空白】

試題

公告 試題

公告 試題

公告 試題