

國立金門技術學院

97 學年度第 2 學期四技日間部招收轉學生

觀光管理系三年級考試試題

觀光行銷學

單一選擇題 * 每題 2.5 分，總分 100 分，選擇題答錯不倒扣 *

1. 下列何者不屬於服務業產品的特性？

- (A) 不可分割性 (B) 同質性 (C) 易逝性 (D) 無形性

2. 根據馬斯洛的需求理論 (Maslow's Hierarchy of Needs)，人類需求的最高層次為：

- (A) 安全的需求 (B) 自我實現的需求
(C) 團體認同感的需求 (D) 受人尊敬的需求

3. 行銷管理中的「4P」是指：

- (A) 產品 (Product)、價格 (Price)、配銷通路 (Place)、員工 (People)
(B) 產品 (Product)、價格 (Price)、配銷通路 (Place)、促銷推廣 (Promotion)
(C) 配銷通路 (Place)、促銷推廣 (Promotion)、公共關係 (Public Relation)、員工 (People)
(D) 配銷通路 (Place)、促銷推廣 (Promotion)、公共關係 (Public Relation)、產品 (Product)

4. 現今之服務業無疑為一行銷之戰。「使產品或服務符合廣大市場中一個或更多的區隔市場，以建立有意義的競爭情勢的藝術及科學」為下列何者的定義？

- (A) 市場定位 (B) 市場調查 (C) 策略管理 (D) 配銷通路

- 5.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
- 6.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
- 7.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
- 8.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
- 9.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
- 10.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
- 11.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
- 12.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

13. 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

14. 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

15. 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

16. 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

17. 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)

judgment)

(D) 嗜好(habits)、知識與判斷(knowledge and judgment)、技巧(skills)

18.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

19.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

20.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)

21.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

22.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

23.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

24.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

25.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)

26.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

27.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

28.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

29.下列何者不是巴洛斯瑞緬(Parasuraman)、載斯摩爾(Zeithaml)、貝里 (Berry) 等學者對服務品質的定義？

- (A) 「服務缺口四」減「服務缺口一」 (B) 「知覺的服務」減「顧客的期望」
(C) 「服務缺口一」至「服務缺口四」的總和 (D) 「服務缺口五」

- 30.針對服務品質進行顧客期望的研究，可以改善下列何種服務缺口？
- (A) 服務缺口一 (B) 服務缺口二 (C) 服務缺口三 (D) 服務缺口四
- 31.在服務品質 (SERVQUAL) 量表的構面中，有關「員工有足夠的知識以回應顧客的問題」項目，屬於下列何種構面？
- (A) 反應性 (B) 可靠性 (C) 保證性 (D) 關懷性
- 32.學者Bitner, Booms, and Mohr (1994)研究顧客抱怨處理發現，「有時候造成服務失誤未必全是員工的錯」，導致此種服務失誤的類型為下列何者？
- (A)問題顧客行爲 (B) 預期外的員工行爲
- (C)員工對服務傳遞失敗的回應 (D)員工對顧客特殊需要與請求的回應
- 33.學者Booms and Bitner (1981) 將傳統行銷組合 (產品、價格、通路、促銷4 P)，再加上3 P，稱為服務行銷組合7 P，以彌補傳統行銷組合之不足，下列何者不屬於服務行銷組合？
- (A) 實體證據 (physical evidence) (B) 服務績效 (performance)
- (C) 服務參與者 (participants) (D) 服務過程 (process)
- 34.顧客滿意定律「 $S = P - E$ 」，E指的是：(A) Empathy (B) Equality (C) Expectation (D) Expression
- 35.經理人對於每一種情境可洞察出最適當反應方式的技能，是指下列何種管理技能？(A)概念性技能(B)人際性技能 (C) 溝通技能(D) 診斷技能
- 36.下列何種作法最有可能創造顧客忠誠度？ (A) 超越顧客的期望 (B) 延長營業時間 (C) 提供特價或折扣(D) 讓顧客自行作決定
- 37.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
- 38.有關服務應有的認知，下列何者不屬於達到完美無缺的顧客經驗之要素 (Components of the Guest Experience) ？
- (A) 服務產品 (B) 服務場所 (C) 服務傳遞系統 (D) 消費者保護法
- 39.有關滿足顧客期望的情境分析，客人質問旅館大廳接待人員：「為何隱瞞停

車場有車位，卻不讓客人停車？請負責人員前來說明。」下列何項行為表現是旅館負責人向顧客說明時適當的態度？

- (A) 「停車場真的客滿，實在抱歉。」
- (B) 「剛才引導人員之失誤，實在抱歉。」
- (C) 「旅館的政策，無能為力，非常抱歉。」
- (D) 「造成您的困擾，非常抱歉，馬上為您解決停車問題。」

40.有關影響顧客滿意度的商品、服務及企業形象之構成要素中，下列何者屬於服務之要素？

- (A) 社會貢獻
- (B) 色彩
- (C) 氣氛
- (D) 公平競爭



NATIONAL KINMEN INSTITUTE OF TECHNOLOGY
國立金門技術學院
歷屆試題