

113 學年度四技二專第四次聯合模擬考試

餐旅群 專業科目(一) 詳解

113-4-17-4

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
D	A	B	B	C	A	D	D	C	A	B	A	D	C	B	C	A	D	B	B	C	B	C	B	D
26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
D	C	A	B	C	B	A	D	A	A	C	B	D	C	A	B	D	C	D	A	B	C	D	A	C

- (A) Alternative Tourism 替選觀光
(B) Rural Tourism 鄉村觀光
(C) Medical Tourism 醫療觀光
(D) Eco Tourism 生態觀光
- 參山國家風景區包含(獅頭山、梨山、八卦山等 3 處風景區)
- (A) Inseparability 不可分割性
(B) Variability 多變性(容易受外在因素影響。例如：地震)
(C) Heterogeneity 異質性
(D) Intangibility 無形性
- (A) 進入組織階段(18~25 歲進入期望的組織及團體工作)
(B) 早期生涯階段(25~40 歲開始承接公司指派責任)
(C) 中期生涯階段(40~55 歲轉為幕後人員或培訓主管，經驗傳承為主要職責)
(D) 晚期生涯階段(55 歲~退休，成為資深顧問及準備退休生活)
- (A) General Summary 工作摘要(描述一般工作內容敘述簡短)
(B) Job Description 工作說明書(包含工作認定/工作摘要/工作關係、責任、職務)
(C) Job Specification 工作規範(詳述工作者的資格與條件)
(D) Job Identification 工作認定(工作職稱、身分、工作代號)
- (A) KQ 知識商數(取得知識蒐集知識能力)
(B) AQ 逆境商數(抗壓能力)
(C) LQ 學習商數(積極於外界環境中獲得認知，或通過邏輯思考獲得經驗及智能)
(D) CQ 創意商數(以新眼光及方式面對生活中事物)
- Non-stop Service 全年無休/Long Opening Hours 有休息時間(大部分餐廳採用)
Facilitating Goods 促成商品(餐廳主要賣的商品)/Explicit Service 外顯服務(食物色香味，環境清潔，氣氛)/Implicit Service 內隱服務(顧客內心感受)/Supporting Facilities 支援服務(店內裝潢、烹調設備、布巾)
-  供應優良的雞尾酒類
- Russian Borscht 羅宋湯—俄
Schweinshaxe 德國豬腳—德
Yorkshire Pudding 約克夏布丁—英
Tiramisu 提拉米蘇—義
- (A) Upscale Restaurants 又稱 Gourmet 或 Fine Dining 美食餐廳/高檔餐廳
(B) Theme Restaurants 又稱 Specialty Restaurant 特色餐廳/主題餐廳
(C) Community Restaurants 又稱 Family Restaurant 家庭餐廳
(D) Filling Station 大眾餐廳
- (A) Administrating Department 後場管制部(負責食品飲料的管理控制/成本分析/計算報表)
(B) Steward Department 後場餐務部
(C) Dining Department 前場餐廳部(負責食物與飲料銷售及餐廳營業區的布置管理與清潔)
(D) Kitchen Department 後場廚房部(負責食物及點心烹調)
- (A) Unity of Command 統一指揮(員工僅接受 1 個上級指揮)
(B) Span of Control 管理幅度(1 個主管有效監督指揮 5~8 人，不可超過 12 人)
(C) Departmentalization 組織部門化(將公司所職掌分屬各部門，每個部門都有專屬工作)
(D) Job Assignments 工作分配(依員工特質能力分工工作)
- (A) Standard Recipe 標準食譜(以書面格式化紀錄菜餚生產製備過程及方法)
(B) Standard Portion 標準分量(提供給客人的每道菜餚為固定大小規格及數量)
(C) Standard Yield 標準得利(採購食材須考量其耗損率)
(D) Standard Purchasing 標準採購(確保品質穩定，餐廳廚房均有一套標準化採購作業程序)
- 毛利率 = $\frac{(\text{產品售價} - \text{產品原料成本})}{\text{產品售價}} \times 100\%$
毛利 = (產品售價 - 產品原料成本)
= (2,900 + 290) - 550 = 2,640
毛利率 = $\frac{2,640}{3,190} \times 100\% = 82.75\%$
銷售額包括營業人在貨物或勞務之價額外收取之一切費用，服務費應列入銷售額課稅。(財政部賦稅署 75.4.10 台稅二發第 7523166 號函)110 年發布消息。因此產品售價須包含服務費 10%一併計算
- (A) English Service 英式服勤—服務員持銀盤向客人分菜
(B) Guéridon Service 旁桌服務—使用服務推車或服務桌現場烹調或切割

- (C) French Service 法式服勤—服務員持銀菜盤向客人獻菜，由客人自行夾取
(D) American Service 美式服勤—食物在廚房中分裝完畢，由服務員端盤上桌
16. (C) 食品中心溫度超過 70°C，細菌才容易被消滅
17. (A) BOT(Build-operate-transfer)興建—營運—移轉
(B) ROT(Reconstruction-Operation-Transfer)擴建、整建—營運—移轉
(C) BTO(Build-Transfer-Operate)興建—移轉—營運
(D) OT(Operate-Transfer)營運—移轉
18. (A) Core Products 核心商品(滿足旅客購買動機需求的產品—乾淨舒適安全的客房設備設施及使用權)
(B) Formal Products 正式商品(提供旅客具功能需求的基本產品—客房或餐飲)
(C) Augmented Products 附屬產品(促進性服務—如停車服務/洗衣服務/管家服務)
(D) Extend Products 延伸商品(結合核心產品與附屬產品的服務方式，如迎賓水果或伴手禮)
19. (A) 大型旅館 600 間以上
(B) 中型旅館 200~600 間
(C) 小型旅館 200 間以下
(D) 微型旅館(無此類型)
20. (A) AP 美式(住宿 + 美式早餐 + 午餐 + 晚餐)
(B) MAP 修正美式(住宿 + 美式早餐 + 晚餐)
(C) BP 百慕達(住宿 + 美式早餐)
(D) CP 歐陸式(住宿 + 歐陸式早餐)
21. (A) Boutique 精品旅館(建築外觀及內部陳設講究精品等級，且多採管家式服務)
(B) Villa 渡假村(通常為獨棟別墅型態，有獨立休憩空間，不受其他遊客干擾)
(C) Resort Hotel 休閒度假旅館(提供旅客休閒度假為目的)
(D) Yachtel 遊艇旅館(以遊艇為住宿設備的旅館)
22. 日間櫃檯接待員 Front Office Clerk 工作內容
Check in(遷入手續)、Room key 發放/寄放、未到達旅客名單及候補名單調整、Room Change 處理換房、備註 Rollaway 加床服務需求，與相關單位接洽處理、郵件及留言服務
(A) End of Day(統一關帳清機—夜間出納員)、Foreign Exchange(兌換外幣—櫃台出納員)
(B) Rollaway 加床服務、Room Change 處理換房
(C) 製作 GTD-Guaranteed Reservation 保證訂房—訂房人員、詢問 No Show 旅客原因—訂房人員
(D) 製作 Cancellation List 取消旅客報表—夜間櫃檯接待員、計算 Occupancy Rate 當日住房率—夜間櫃檯接待員
23. 住房率 = $\frac{\text{當日出租客房總數}}{(\text{客房總數} - \text{故障房數})} \times 100\%$

$$= \frac{150}{(310 - 10)} \times 100\% = 50\%$$
24. standard rate 及 rack rate 都稱為標準價格/公告價。Comp.(免費招待)也就是提供免費住宿，通常針對 VIP 或特定對象。一般飯店遷出時間訂在 12 點，延遲退房(12:00~15:00 加收 $\frac{1}{3}$ 房租，15:00~18:00 加收 $\frac{1}{2}$ 房租)。所以第一組房費(單人房 3,600 元/晚 $\times \frac{1}{3} = 1,200$ 元) 3,600 + 1,200 = 4,800 元，第二組房費(雙人房 4,500 元/晚 $\times \frac{1}{2} = 2,250$ 元) 0 + 2,250 = 2,250 元。(兩組共收 4,800 + 2,250 = 7,050 元)
25. 「個別旅客訂房定型化契約」規定
旅客於預定住宿日第 14 天前取消，得請求業者退還 100%已付訂金
旅客於預定住宿日第 10~13 天前取消，得請求業者退還 70%已付訂金
旅客於預定住宿日第 7~9 天前取消，得請求業者退還 50%已付訂金
旅客於預定住宿日第 4~6 天前取消，得請求業者退還 40%已付訂金
旅客於預定住宿日第 2~3 天前取消，得請求業者退還 30%已付訂金
旅客於預定住宿日第 1 天前取消，得請求業者退還 20%已付訂金
旅客於預定住宿日當天取消，得請求業者退還 0%已付訂金
旅客取消前離入住日還有 17 日，故業者須退還 100%訂金(所以旅客匯款給飯店的 1,000 元訂金，飯店需全部退還)
26. Perishability 易逝性/容易腐蝕性/不可儲存性
(A) Early Bird(早鳥優惠)
(B) Overbooking(超額訂房)
(C) Promotion(促銷)
(D) Shift Work(輪班制)是針對旅宿業無歇性，為了減輕員工體力負擔，所設立機制
27. 綜合旅行社並加入 TQAA 公益法人團體，履約險總公司 10,000 萬(分公司 800 萬)，總計 10,000 + 2,400 = 12,400 萬
(A) 責任險
(B) 旅遊平安保險/旅客自行投保
(D) 旅遊不便險/旅客自行投保
28. (A) Consortium(同業聯合出團)也稱為 PAK
(B) Direct Sale(直售業務)多以訂製式遊程為主，一站式作業模式，直接面對消費者提供服務為特點
(C) Tour Wholesale(海外旅遊躉售業)為綜合旅行社主要經營項目，主要將套裝旅遊產品委由相關代理商(甲/乙種)代為行銷，再出售給消費者
(D) Broker(靠行)由個人或特定經營團隊，依附於各類型旅行業中，但財務管理和業務經營各自獨立
29. 第十三條(旅客任意解除契約)甲方於旅遊活動開始前解除契約者，應依乙方提供之收據，繳交行政規費(代辦護照及簽證)，並應賠償乙方之損失。四、旅遊開始前第二日至第二十日以內解除契約者，賠償旅遊費用百分之三十。護照並未含在團費內故賠償費用 32,000 元 $\times 30\% = 9,600$ 元
30. (A) 前置作業(擬定年度出團計畫/選擇海外代理商)
(B) 參團作業(旅客收件作業/旅客資料建檔)

- (C) 團控作業(辦理旅客證件作業/管制機位數量/開票作業)
(D) 出團作業(辦理行前說明會/簽訂旅遊契約書/收取旅遊費用)
31. (2024 年考程 114 年 3 月辦理第一階段筆試)小全到 2024 年 3 月共累積 14 個月，未滿 2 年故不符合專用制資格。外語領隊筆試外國語(英語、日語、韓語等 3 種語言)(法語、德語、西班牙語等 3 種語言以語言檢定結果認證)。通用制無須透過任職之旅行社推薦，僅需符合高中職或國外相當學制以上畢業即可
32. 小全畢業於某高職觀光科，擔任職務為業務員符合旅行業專任國際領隊一職(高中職畢)8 年資格，又符合觀光科系畢業可減少一年，故只要 7 年即可受訓
33. Low-cost Carrier 簡稱 LCC，英文亦稱 Low-cost Airline、No-frills Airline 或 Budget Airline 的商業模式為：透過高營運效率，或藉由精省行銷、行政等花費，簡化機內服務等方式，從而為旅客減少不必要的成本
(A) Hong Kong Express(UO)香港快運航空—香港唯一一家廉航
(B) Air Asia(AK)全亞洲航空—亞洲第一家也是亞洲最大廉價航空公司
(C) Scoot(TR)酷航——一間新加坡的低成本航空公司
(D) Emirates(EK)阿聯酋航空—為中東地區最大的航空公司(不是廉價航空)
34. TPE/ICN/CBR/GUM 都屬於 TC3
35. 法務部《洗錢防制法》新法施行後，應向海關申報的物品規定(「各項」物品限量係「每位」旅客「各別計算」且「無年齡限制」)
新臺幣：出境旅客攜帶新臺幣以 10 萬元為限。如所帶之新臺幣超過限額時，應主動向海關申報，惟超過限額部分，雖經申報仍不准攜出。未申報者，其超過新臺幣 10 萬元部分沒入之；申報不實者，其超過申報部分沒入之
外幣：旅客攜帶外幣出境超過等值美幣 1 萬元者，應向海關申報。未申報者，其超過等值美幣 1 萬元部分沒入之；申報不實者，其超過申報部分沒入之
36. (C) 每一事故財產損失：新臺幣 200 萬元
37. (A) Meeting 小型會議
(B) Incentive 獎勵旅遊
(C) Convention 大型會議(參加人數至少需 50 人以上、若是國際會議至少需要 100 人以上，且必須來自三個不國家或地區，不包含主辦方)
(D) Exhibition 會展
38. (A) 培訓會議(對特定的人員進行有關專業知識與技能提升的訓練)
(B) 文化交流會議(各種民間與政府組織進行跨區域性的文化學習交流)
(C) 商務型會議(企業為瞭解決某些問題或為達成某些目標而彙集在一起進行研討、交流的活動)
(D) 展銷會議(展銷會議期間辦理招待會/報告會/簽字儀式等活動，另外非會議期間會安排娛樂性活動)
39. 泰國在 2024 年 9 月泰國總理有下令草擬法案推動賭場合法化，到截至目前為止還是未通過
亞洲設有合法賭場的國家(新加坡/馬來西亞/澳門/南韓/緬甸/越南/菲律賓)
40. H 大類共分：陸上運輸業、水上運輸業、航空運輸業、運輸輔助業、倉儲業、郵政及遞送服務業。圖書館、游泳池、超市、展場等業者提供整套投幣式或電子支付之置物櫃設備租賃歸入 7719 細類「其他機械設備租賃業」
41. 嬰兒票(IN)價格為全票 $\frac{1}{10}$ ；領隊優惠票(CG)團體人數為 16 有免 1，即 Free of Charge；代理商優待票(AD)又稱 Quarter Fare 可購得全票 $\frac{1}{4}$ 折扣；老人優待票(OD)僅限用於國內線，65 歲以上可購得全票 $\frac{1}{2}$ 折扣；學生票(ST/SD)凡持有 ISIC 卡(國際學生證)，享有較多行李托運公斤數優惠；航空公司員工票(ID)，ID 後面加數字是運費的折扣，所以 ID90 意思是折扣 90%，航空公司員工僅需付 10%；團體票(GV)又稱計畫旅行票，有最低人數限制，所有人須同進同出，有不可退票/不可轉讓/不可更改回程等限制，GV20 意思是最低開票人數須達 20 人
42. 85 年臺北→97 年高雄→106 年桃園→107 年新北→110 年臺中
43. 安全需求(人身安全、生活穩定、舒適便利的硬體設施)/社交需求(對於友情、愛情及隸屬關係的需求-藉由贈送紀念品拉近與人的距離)/尊重需求(除了自我價值的個人感覺，也包括他人對自己的認可與尊重)/自我實現(發揮潛力、實現更高成就感)
44. (A) 蒐集資料(消費者確認需求後，引發購買動機開始蒐集相關資訊)
(B) 問題認知(消費者意識到自己有某種需求)
(C) 購買決策(消費者對於商品訊息進行比較和評估後，已形成購買意願，但此階段容易受他人態度及意外狀況影響)
(D) 方案評估(消費者得到訊息可能是重複甚至是互相矛盾的，因此還有進行分析與評估)—小安目前有兩個選擇，但他還在評估當中
45. (A) 可衡量性(需具有共同特徵或具體數據，足以辨識及衡量市場規模大小及歸屬。例如：性別、人口數、所得、職業)—因南北飲食習慣不同口味鹹甜差異，而造成店家展店考量因素
(B) 可接近性(行銷人員或行銷活動所能接近的市場，便於廣告或提供產品資訊給市場內的消費者)
(C) 足量性(區隔後的市場必須擁有一定的銷售量，並且能讓企業有利可圖或具利潤開發潛力)
(D) 可執行性(區隔後市場必須有能意予以有效執行行銷策略，執行力則與企業資源及能力有關)
46. (A) 產品導向(以產品為中心)
(B) 社會行銷導向(以社會長遠利益為中心)
(C) 銷售導向(以銷售為中心)
(D) 行銷導向(以消費者為中心)
47. (A) Prestige Pricing 聲望定價(利用高價位定價策略，滿足消費者認為貴就是好的想法)
(B) Bundle Pricing 配套式定價(將幾種產品組合起來，再搭配較低的價格出售)

- (C) Complementary Pricing 互補式定價(主商品低價，在副產品高價，賺取利潤)
- (D) Odd Pricing 奇數定價(以某些奇數作為售價尾數，營造較便宜的情境)
48. (A) Direct Marketing 直效行銷(針對個別消費者，採非面對面的方式進行相互溝通，如電話行銷、Mail)
- (B) Media Placement Marketing 置入性行銷(將產品置入影視節目或是生活情境中，增加產品在市場曝光度)
- (C) Internet Marketing 網路行銷(運用網際網路所架設網站或透過部落格、臉書傳遞產品訊息)
- (D) Hunger Marketing 飢餓行銷(透過限時、限量或供不應求的行銷手法，營造物以稀為貴的形象)
49. (A) 夜市所有的攤販幾乎都販售相同的商品，且有些攤販餐車就像連鎖店一樣經營，無法創造出在地特色，同質性太高
50. 觀光餐旅業未來趨勢：(1) 注重品質、安全、衛生、養生等多功能享受，(2) 重視國際認證或服務認證，(3) 重視綠色環保與食品安全議題，(4) 主題餐廳興起、創新品牌特色，(5) 異國風興起。(C) 一次性免洗碗筷不符合環保議題