

# 臺灣菸酒股份有限公司

## 113 年從業職員及從業評價職位人員甄試 試題



甄試職別：從業評價職位人員

甄試類別：B01 訪銷推廣（北一區）  
B02 訪銷推廣（北二區）  
B03 訪銷推廣（中區）  
B04 訪銷推廣（南一區）  
B05 訪銷推廣（東區）  
B06 展售推廣（北一區）  
B07 展售推廣（北二區）  
B08 展售推廣（中區）  
B09 展售推廣（南一區）

測驗科目：專業科目 1

- 0014 【企業管理概要】

### — 作答注意事項 —

- ① 應考人須按編定座位入座，作答前應先自行檢查答案卡(卷)、入場通知書編號、座位標籤、應試科目是否相符，如有不同應立即請監試人員處理。使用非本人答案卡(卷)作答者，該節不予計分。
- ② 答案卡(卷)須保持清潔完整，請勿折疊、破壞或塗改入場通知書編號及條碼，亦不得書寫應考人姓名、入場通知書編號或與答案無關之任何文字或符號。
- ③ 本試題本為雙面印刷，答案卡(卷)每人一張，不得要求增補。未依規定劃記答案卡(卷)或書寫不清、污損、超出欄位外等，致讀卡機器無法正確判讀時，由應考人自行負責，不得提出異議。
- ④ 選擇題限用 2B 鉛筆劃記。請按試題之題號，依序在答案卡上同題號之劃記答案處作答，並完全塗滿方格，不塗出方格外。未劃記者，不予計分。如答案要更改時，請用橡皮擦擦拭乾淨，再行作答，切不可留有黑色殘跡，或將答案卡污損，也切勿使用修正帶(液)。
- ⑤ 非選擇題：限用藍、黑色鋼筆或原子筆、修正帶(液)等文具作答。
- ⑥ 測驗期間嚴禁使用行動電話或其他具可傳輸、掃描、交換或儲存資料功能之電子通訊器材或穿戴式裝置(包括但不限於：微型耳機、智慧型手錶、智慧型手環、智慧型眼鏡、電子字典、個人數位助理機、呼叫器等)，請關機並取消鬧鈴及整點報時裝置後，妥為收納不得使用，違者扣該節成績 20 分，續犯者該節不予計分。
- ⑦ 請務必將鐘錶之鬧鈴及整點報時功能關閉，若測驗中聲響經監試人員制止而再犯者，扣該節成績 10 分；該鐘錶並由監試人員保管至該節測驗結束後歸還。
- ⑧ 本項測驗僅得使用簡易型電子計算器（不具任何財務函數、工程函數、儲存程式、文數字編輯、內建程式、外接插卡、攝(錄)影音、資料傳輸、通訊或類似功能），且不得發出聲響。
- ⑨ 測驗結束鈴(鐘)響前不得離場，測驗期間擅自離場者，該節以零分計。測驗結束鈴(鐘)響前不得繳卷。測驗結束鈴(鐘)響即須停筆。測驗結束鈴(鐘)響後，若未繳交答案卡(卷)者，該節以零分計。繳卷時，應經監試人員驗收後始得離場。
- ⑩ 應考人於測驗當日每節測驗時間結束後，得向試場監試人員索取考畢之試題。

考生於應試期間應遵守簡章所載試場規則。違反規定者，經提報本考試甄試委員會予以試場規則之條文規定議處。

# 臺灣菸酒股份有限公司 113 年從業職員及從業評價職位人員甄試試題

甄試職別：從業評價職位人員

甄試類別：B01 訪銷推廣（北一區）、B02 訪銷推廣（北二區）、  
B03 訪銷推廣（中區）、B04 訪銷推廣（南一區）、  
B05 訪銷推廣（東區）、  
B06 展售推廣（北一區）、B07 展售推廣（北二區）、  
B08 展售推廣（中區）、B09 展售推廣（南一區）

專業科目 1：0014【企業管理概要】

\*入場通知書編號：\_\_\_\_\_

注意： ① 本試題為雙面印刷，不含封面共計 2 頁，測驗題型為四選一單選選擇題，共計 50 題，每題 2 分，總計 100 分。  
② 四選一單選選擇題限以 2B 鉛筆於答案卡上作答，請選出一個正確或最適當答案，答錯不倒扣；以複選作答或未作答者，該題不予計分。  
③ 請勿於答案卡(卷)上書寫應考人姓名、入場通知書編號或與答案無關之任何文字或符號。  
④ 答案卡(卷)務必繳回，未繳回者該節以零分計算。

- 【C】菸酒零售是屬於哪一級產業？  
(A) 第一級產業 (B) 第二級產業 (C) 第三級產業 (D) 第四級產業
- 【D】人才的招募、甄選和訓練活動，通常被歸屬於哪項企業功能？  
(A) 生產與作業管理 (B) 行銷管理 (C) 財務管理 (D) 人力資源管理
- 【B】發現並塑造客戶需求、擬訂推廣方案、進行客戶服務等活動是屬於下列何者企業功能的範疇？  
(A) 生產與作業管理 (B) 行銷管理 (C) 財務管理 (D) 人力資源管理
- 【D】依據「價值鏈」模型，下列何者屬於公司創造價值時的支持活動？  
(A) 生產 (B) 行銷與銷售 (C) 顧客服務 (D) 公司基礎架構
- 【A】強調生產動作以及工人選擇必須符合科學化原則的管理學派是哪個？  
(A) 科學管理學派 (B) 一般行政學派 (C) 管理科學學派 (D) 行為學派
- 【B】強調重視結果而非過程，以及認為管理決策應該考量所處情境的管理學派是下列哪個學派的主要論點？  
(A) 科學管理學派 (B) 權變學派 (C) 管理科學學派 (D) 系統學派
- 【B】下列何者不是構成組織的要項？  
(A) 兩人以上所組成 (B) 有穩定的未來 (C) 有共同的目標 (D) 經過設計的結構
- 【C】下列何者不是管理者進行管理活動時所要追求的目標？  
(A) 效率 (B) 效果 (C) 個人好惡 (D) 為公司創造價值
- 【D】所謂「do the thing right」是指管理者應該追求：  
(A) 成就感 (B) 效果 (C) 正確的結果 (D) 效率
- 【D】管理者需要的職能包括：  
(A) 技術能力 (B) 人際能力 (C) 概念化能力 (D) 以上皆是
- 【A】對基層管理者而言，下列哪些職能所佔的比重最大？  
(A) 專業能力 (B) 人際能力 (C) 概念能力 (D) 都一樣大
- 【C】企業經營時必須考量外部環境，在做競爭力分析時，其分析因素不包括：  
(A) 競爭者 (B) 顧客 (C) 國家政策 (D) 供應商
- 【D】下列何者為中小企業的特質？  
(A) 資源有限 (B) 高經營風險 (C) 應變彈性 (D) 以上皆是
- 【B】請問下列何者不屬於管理程序？  
(A) 規劃 (B) 營運 (C) 組織 (D) 領導
- 【A】下列何者不屬於購買二手車時發生的交易成本？  
(A) 原料成本 (B) 議價成本 (C) 搜尋成本 (D) 測試成本
- 【B 或 C】請問下列何者不是平衡計分卡的評估內容？  
(A) 財務 (B) 顧客願意 (C) 執行 (D) 內部流程
- 【D】請問下列何者屬於組織的利害關係人(stakeholder)？  
(A) 員工 (B) 股東 (C) 競爭者 (D) 以上皆是
- 【C】下列哪項要求不是有效市場區隔的要件？  
(A) 足量性 (B) 可衡量性 (C) 無差異化 (D) 可接近性
- 【A】下列哪項不是競爭策略？  
(A) 購併 (B) 成本領導 (C) 差異化 (D) 焦點或聚焦
- 【D】下列哪項不屬於功能層級策略？  
(A) 提高效率 (B) 創新 (C) 增進顧客回應 (D) 差異化
- 【A】下列何者不是規劃的重要性？  
(A) 設立一個不可變更的目標 (B) 提供一個大家努力的方向  
(C) 預先設想以降低不確定性 (D) 作為事前控的參考
- 【C】依生產、人事、業務、財務等單位為部門的組織設計方式，稱為：  
(A) 事業別組織 (B) 任務性編組 (C) 功能別組織 (D) 產品別組織
- 【D】從採購一直到將成品送達終端顧客手中的一連串交易夥伴之間所有的商業活動，在作業管理活動中被稱為：  
(A) 產銷管理 (B) 價值管理 (C) 組織間管理 (D) 供應鏈管理

24. 【B】下列何者不是一個良好的目標所應具備的特性？  
(A) 明確性 (B) 不可替代性 (C) 可衡量性 (D) 具挑戰性
25. 【A】人員甄選的目的是：  
(A) 挑出最適當的人才 (B) 吸引最多的人員應徵  
(C) 向應徵者呈現公司最美好的一面 (D) 避免人才流失
26. 【C】下列何者不是近來重視的企業 ESG 應該關注的內涵？  
(A) 環境 (B) 社會 (C) 政府 (D) 公司治理
27. 【C】下列何者工具能夠幫助我們看出關鍵少數要項（也就是所謂的 80/20 法則）？  
(A) 甘特圖 (B) 魚骨圖 (C) 柏拉圖 (D) 心智圖
28. 【B】請問烈酒和香煙兩者之間較有可能是屬於何種商品關係？  
(A) 替代品 (B) 互補品 (C) 競爭品 (D) 獨立品
29. 【A】經常用於排程規劃與控制所使用的工具為：  
(A) 甘特圖 (B) 魚骨圖 (C) 柏拉圖 (D) 心智圖
30. 【C】百貨公司推出週年慶活動，此為行銷組合中的：  
(A) 降價 (B) 出清存貨 (C) 促銷 (D) 折讓
31. 【C】營業利益等於營業收入減去下列哪一項？  
(A) 營業成本 (B) 營業費用 (C) 營業成本與營業費用之和 (D) 業外收支
32. 【D】資產減去負債等於：  
(A) 現金 (B) 損益 (C) 營收 (D) 股東權益
33. 【C】下列何者屬於公司的資產？  
(A) 銀行貸款 (B) 應付帳款 (C) 應收帳款 (D) 保留盈餘
34. 【D】下列何者不是管理者的權力來源？  
(A) 專家權 (B) 合法權 (C) 強制權 (D) 關係權
35. 【C】下列何者不屬於行銷組合的範疇？  
(A) 產品 (B) 訂價 (C) 定位 (D) 促銷
36. 【B】下列何項不包含在品管專家戴明提出的管理循環( Deming circle)之中：  
(A) 計劃 (B) 組織 (C) 執行 (D) 檢核
37. 【B】下列何者不屬於馬斯洛(Maslow)所提出的需求層級理論的內涵？  
(A) 生理 (B) 心理 (C) 社會 (D) 自我實現
38. 【C】企業購買同質性的公司以擴大規模與市佔率，同時也可以降低生產成本。這樣的策略稱為：  
(A) 投資組合策略 (B) 競爭策略 (C) 水平整合策略 (D) 垂直整合策略
39. 【B】下列何者工具有助於我們在分析問題時找出造成問題的關鍵因子？  
(A) 甘特圖 (B) 魚骨圖 (C) 柏拉圖 (D) 心智圖
40. 【A】下列何者不屬於一般行銷組合(marketing mix)之列？  
(A) 定位 (B) 定價 (C) 促銷 (D) 通路
41. 【A】下列何者不是大量生產的優點？  
(A) 降低庫存壓力 (B) 降低成本 (C) 提高生產效率 (D) 產品標準化與規格化
42. 【A】以下何者不是主張管理在本質上是可以將問題透過數學模型來建構並求得最佳解的管理學？  
(A) 科學管理學派 (B) 管理科學學派 (C) 計量學派 (D) 作業研究學派
43. 【B】管理者追求公司(或部門)的目標達成與資源使用兩者間的比值最大化，是管理者的哪一項重要績效目標？  
(A) 效果 (B) 效率 (C) 使命必達 (D) 當責
44. 【D】進行策略擬訂時，管理者經常會先進行 PEST 分析，這裡所謂的 E 是指：  
(A) 環境影響評估 (B) 自然環境分析 (C) 競爭環境分析 (D) 經濟環境分析
45. 【A】臺灣菸酒公司下設流通事業部、酒事業部、啤酒事業部等部門，這樣的組織設計偏向於：  
(A) 事業別組織 (B) 矩陣型組織 (C) 地區別組織 (D) 功能別組織
46. 【C】企業針對整個供應鏈資源進行管理的思想和系統稱為：  
(A) CAD/CAM (B) MRPII (C) ERP (D) ISO9000
47. 【D】石油開採通常是屬於下列哪種生產類型：  
(A) 批量生產 (B) 客製化生產 (C) 精實生產 (D) 連續型生產
48. 【A】一人以上股東所組織，就其出資額為限，對公司負其責任之法人組織，稱為  
(A) 有限公司 (B) 獨資 (C) 合夥 (D) 上市公司
49. 【A】下列何種人員甄選面談較具信效度？  
(A) 結構式面談 (B) 非結構式面談 (C) 隨機式面談 (D) 多人搶答式面談
50. 【D】抱持 X 理論的管理者相信：  
(A) 員工是追求自我實現的 (B) 員工具有很強的自制能力  
(C) 會傾向賦予員工更大的決策權 (D) 組織應該訂定明確且嚴格的管理制度

試題完