



## Құрметті студент!

2017 жылы «Қызмет көрсету - 2» бағытындағы мамандықтар тобының бітіруші курс студенттеріне Оқу жетістіктерін сырттай бағалау 4 пән бойынша өткізіледі.

Жауап парақшасын өз мамандығыңыздың пәндері бойынша кестеде көрсетілген орын тәртібімен толтырыңыз.

Мамандық шифры	Мамандықтың атауы	Жауап парағының 6-9 секторларындағы пәндер реті
5B091200	«Мейрамхана ісі және мейманхана бизнесі»	1. Мейрамхана ісі және қонақ үй шаруашылығы 2. Мейрамханалық және қонақ үй бизнесіндегі кәсіпкерлік қызмет негіздері 3. Қызмет көрсету сферасындағы маркетингтік зерттеу 4. Мейрамхана ісі және қонақ үй бизнесіндегі менеджмент

1. Сұрақ кітапшасындағы тестер келесі пәндерден тұрады:
  1. Мейрамхана ісі және қонақ үй шаруашылығы
  2. Мейрамханалық және қонақ үй бизнесіндегі кәсіпкерлік қызмет негіздері
  3. Қызмет көрсету сферасындағы маркетингтік зерттеу
  4. Мейрамхана ісі және қонақ үй бизнесіндегі менеджмент
2. Тестілеу уақыты – 180 минут.  
Тестіленуші үшін тапсырма саны - 100 тест тапсырмалары.
3. Таңдаған жауапты жауап парағындағы пәнге сәйкес сектордың тиісті дөңгелекшесін толық бояу арқылы белгілеу керек.
4. Есептеу жұмыстары үшін сұрақ кітапшасының бос орындарын пайдалануға болады.

5. Жауап парағында көрсетілген секторларды мұқият толтыру керек.

6. Тест аяқталғаннан кейін сұрақ кітапшасы мен жауап парағын аудитория кезекшісіне өткізу қажет.

7. - Сұрақ кітапшасын ауыстыруға;

- Сұрақ кітапшасын аудиториядан шығаруға;

- Анықтама материалдарын, калькуляторды, сөздікті, ұялы телефонды қолдануға

**қатаң тиым салынады!**

8. Студент тест тапсырмаларында берілген жауап нұсқаларынан болжалған дұрыс жауаптың барлығын белгілеп, толық жауап беруі керек. Толық жауапты таңдаған жағдайда студент ең жоғары 2 балл жинайды. Жіберілген қате үшін 1 балл кемітіледі. Студент дұрыс емес жауапты таңдаса немесе дұрыс жауапты таңдамаса қателік болып есептеледі.

**Мейрамхана ісі және қонақ үй шаруашылығы**

1. Мейманхананың негізгі орындайтын функциясы:

- A) Орналастыру
- B) Қоғаммен байланыс орнату
- C) Жарнама қызметі
- D) Тасымалдау
- E) Көрмелер ұйымдастыру
- F) Кеңес беру

2. Жылы түрде өңдеуге алдын-ала дайындалған шикі азық-түліктер:

- A) Ет және балық шикізаты
- B) Физикалық шикізаты
- C) Генетикалық түрлендірілген шикізаты
- D) Генетика-инженерлық шикізаты
- E) Микробиологиялық шикізаты

3. Мейрамханада қызмет көрсету типтері:

- A) Италияндық
- B) Канадалық
- C) Австриялық
- D) Жапондық
- E) Америкалық
- F) Француздық
- G) Ағылшын

4. Мейрамханалардың орналасу жеріне байланысты бөлінуі:

- A) Жоғары
- B) Қалалық
- C) Бюджеттік
- D) Вокзалдық
- E) Транспортта

5. Мейрамханада табиғи жарық жүйесі ұйымдастырылады:

- A) қалыпты
- B) жоғарыдан
- C) маусымдық
- D) уақытша
- E) төменнен
- F) бүйірден
- G) аралас

6. Орналасуына байланысты жіктелген мейманхана ғимаратының түрлері:

- A) жыл бойғы
- B) жұлдызды
- C) көп қабатты
- D) жол бойындағы
- E) жергілікті
- F) мемлекеттік жол торабында

7. Мейманхананың қоғамдық тамақтандыру блогында:

- A) Бар
- B) Мейрамхана
- C) Фуршет
- D) Кейтеринг
- E) Банкет залы
- F) Номерге тағам жеткізу

8. Мейманхананың қабылдау орын-жай тобында:

- A) Жүргізуші
- B) Портъе
- C) Номер тазалаушы
- D) Кастелянша
- E) Есепші

9. Мейрамхананың ыстық цехына қатысты:

- A) әзірленген азық-түліктер туралады
- B) бірінші тағамдар дайындалады
- C) жартылай фабрикаттар дайындалады
- D) суық тағам мен тіскебасарлар безендіріледі
- E) екінші тағамдар дайындалады
- F) түрлі өнімдер жылумен өңделеді

10. Өнімнің өңделуіне қарай цех түрлері:

- A) даярлау
- B) бөлшектеу
- C) жылыту
- D) мамандандырылмаған
- E) мамандандырылған

11. Қоймалық орын-жай орналасуы мүмкін:

- A) цокольді қабатта
- B) кіре беріс есікпен іргелес
- C) вестибюльмен іргелес
- D) негізгі залмен іргелес
- E) екінші қабатта
- F) аванзалмен іргелес

12. Орналастыру құралдары қызметтерін орындаушылар:

- A) Мемлекеттік органдар
- B) Клиенттер
- C) Бірлескен ұйымдар
- D) Туристер
- E) Жеке кәсіпкерлер
- F) Қонақтар
- G) Ұйымдар

13. Банкетті барға тән:

- A) мейрамхананың жұмыс уақытымен сәйкес жұмыс істейді
- B) қабылдау және орналастыру қызметі тұрақ үстелі жанында орналасады
- C) әдетте, тәулік бойы жұмыс істейді
- D) банкеттерді өткізу кезінде ұйымдастырылады
- E) сусындармен уақытша қойылған бірнеше үстелше

14. Ыдыс пен жабдықтарды тапсыру кезінде жасалған акт байланысты болуы мүмкін:

- A) қолданылу жағдайына
- B) тіркелу жағдайына
- C) жуылу жағдайына
- D) бүліну жағдайына
- E) сыну жағдайына

15. Даяшылар қызмет көрсететін мейрамханада ыдыс пен жабдықтар үшін жауапкершілік артылады:

- A) сервистік бөлім қызметкеріне
- B) бухгалтерге
- C) кәсіпорын директорының орынбасарына
- D) кассирге
- E) сомельеге
- F) даяшылар бригадиріне

16. Бірінші тағамды ұсынуда фарфорлы-фаянсты ыдыс түрлері қолданылады:

- A) тіскебасар тәрелкелер
- B) квадратты салатниктер
- C) сорпалық шәшкелер
- D) асханалық терең тәрелкелер
- E) қақпақтары бар мискалар

17. Орталықтандырылған ыстық сумен жабдықтау жүйесінің жіктемесі:

- A) Меншік формасы бойынша – мемлекеттік, жеке және аралас меншік
- B) Ғимарат бойынша – көп қабатты, орташа қабатты және үй-жайлар
- C) Тұтыну әдісі бойынша – жыл бойы, мерзімді және уақытша
- D) Тұтынушылардың типі бойынша – қымбат, орташа және арзан
- E) Құны бойынша – ақылы, тегін және аралас
- F) Циркуляция тәсілі бойынша – табиғи, мәжбүрлі және аралас
- G) Тұтынушыларға суды жіберу тәсілі бойынша – ашық және жабық

18. Даяшының міндеттері:

- A) аспазшылардың жұмысын бақылау
- B) клиентпен тапсырыс үшін есеп айырысу
- C) қауіпсіздік техникасын түсіндіру
- D) тағамдарды әзірлеу
- E) ыдыстар мен аспаптарды қою
- F) есіктен келушілерді қарсы алу
- G) тапсырыс берілген тағамдар мен сусындарды әкелу

19. Мейрамхана интерьеріндегі жарықтандыру түрі:

- A) аймақтық
- B) жергілікті
- C) ілмелі
- D) бекітпелі
- E) аралас
- F) жеке
- G) зоналық

20. Күштік құрал-жабдықтардың (лифт, компрессор және т.б.) қолданылуын сипаттайды:

- A) қуаттылығы
- B) жылдамдығы
- C) сапасы
- D) электрэнергиясын өндіруі
- E) жұмыс уақыты

21. Фронт-офис құрамына кіретін бөлімдер:

- A) кассалы-есептеу
- B) нөмірлерде қызмет көрсету
- C) қол жүгін жеткізу қызметі
- D) жиыстыру қызметі
- E) техникалық қызмет
- F) кадрлық қызмет
- G) PR-қызметі

22. Мейманхананың әкімшілік қызметі:

- A) Маркетингтік жоспарларды әзірлейді
- B) Қаржылық және кадрлық қамсыздандыру мәселелерін шешеді
- C) Брондау арқылы номер қорының толтырылымын қамтамасыз етеді
- D) Қонақтардың тамақтануын қамтамасыз етеді
- E) Мейманхана кешенінің барлық қызметтерін басқаруды ұйымдастырады
- F) Номерлердің тазалығын қамтамасыз етеді
- G) Мейманхана қызметін сатуды ұйымдастырады

23. Аға жиыстырушының міндеті:

- A) түрлі дизайнерлік шешімдерді қабылдау
- B) жылыту, ауа алмастыру жүйесін қадағалау
- C) халықаралық сөйлесулерді есепке алу
- D) ауысым кезінде болған жағдайларды тіркеу
- E) клиенттер туралы ақпараттарды толықтыру
- F) келушіні есік алдынан қарсы алу

24. Мейрамханадағы аға стюард міндеттері:

- A) тапсырыс бойынша тағам мен сусынды әкеледі
- B) тапсырысқа сәйкес тауарларды қабылдайды
- C) қонақтарды орналастырады және мәзірмен таныстырады
- D) кезекшілік кестесі және ауысымды ұйымдастырады
- E) жұмысқа шығуды тіркейді
- F) тауарлардың қозғалысын қадағалайды

25. Мейрамхана даяшысы білуі тиіс ереже:

- A) сусынды клиенттің сол жағынан таянып ұсыну
- B) сусынды клиенттің оң жағынан таянып ұсыну
- C) тағамды клиенттің сол жағынан таянып ұсыну
- D) бокалды жоғары жағынан ұстау
- E) тағамды клиенттің оң жағынан таянып ұсыну
- F) бас бармақты тәрелкенің ішкі жағына тіреу

**Мейрамхана ісі және қонақ үй шаруашылығы  
ПӘНІ БОЙЫНША  
СЫНАҚ АЯҚТАЛДЫ**



## Мейрамханалық және қонақ үй бизнесіндегі кәсіпкерлік қызмет негіздері

1. Ортақ кәсіпкерлік нысандары болып табылады:

- A) Отбасылық кәсіпкерлік
- B) Жеке тұлғалық кәсіпкерлік
- C) Объективтік кәсіпкерлік
- D) Жеке кәсіпкерлік
- E) Субъективтік кәсіпкерлік

2. Кәсіпкерліктің ұйымдық-құқықтық нысаны:

- A) Акционерлік қоғам
- B) Консорциум
- C) Картель
- D) Концерн
- E) Қаржы және өнеркәсіп тобы
- F) Холдинг

3. Бизнес-инкубаторлардың қызметтері:

- A) Лизингтік
- B) Инжиниринг
- C) Маркетинг
- D) Телематика
- E) Оқыту

4. Жекешелендіру:

- A) Меншік қатынастарын реформалау
- B) Мемлекеттік меншіктерді меншіктің басқа нысандарына айналдыру
- C) Бірлестіктерді сату
- D) Шаруашылық жүргізу құқығы
- E) Шаруашылық субъектілерді анықтау
- F) Жеке кәсіпорындар құқығы
- G) Бәсекелестікті жандыру үшін жүргізіледі

5. Бақылау құрылымы:

- A) Өкімгершілік
- B) Субсидияланатын
- C) Жеңілдікпен
- D) Орталықсыздандырылған
- E) Монетарлық
- F) Орталықтандырылған

6. Материалдық актив:

- A) Жабдықтау
- B) Ноу-хау
- C) Патенттер
- D) Шикізат
- E) Тауар белгісі
- F) Фирманың беделі

7. Бағаны анықтаудың құрамдас бөліктері:

- A) өнімді өндіруге кеткен жұмыс уақыты
- B) жылдар
- C) қызметтер саны
- D) номерлер саны
- E) тауар, ақша

8. Тауар алмасу саласындағы әріптестік байланыстардың негізгі формалары:

- A) спот
- B) карама-қарсы тауарды қою
- C) өндірістік кооперация
- D) коммерциялық триангуляция
- E) бартер

9. Нарықтық экономикаға сай емес:

- A) Өндірістегі әкімшілік бақылау
- B) Тұтынудағы әкімшілік бақылау
- C) Ұжымдық меншік
- D) Нарықтық баға құру
- E) Бәсеке
- F) Жеке меншік

10. Басқару аппаратындағы басшылар:

- A) аула тазалаушы
- B) әкім
- C) бас директор
- D) қызметкер
- E) бухгалтер

11. Тәуекелді төмендету әдісі:

- A) Лимиттеу
- B) Сақтандыру
- C) Лизинг
- D) Контроллинг
- E) Аутсорсинг

12. Үлгі (тип) бойынша инвестициялық бизнес-жоспар:
- A) Техникалық
  - B) Ұйымдастырушылық
  - C) Моножоба
  - D) Әлеуметтік
  - E) Ғылыми-зерттеулік
  - F) Оқу-сауықтандыру
  - G) Инновациялық
13. Қатардағы инвестициялық бизнес-жоспар:
- A) Оқу-сауықтандыру
  - B) Мультижоба
  - C) Ғылыми-зерттеулік
  - D) Мегажоба
  - E) Техникалық
  - F) Ұйымдастырушылық
  - G) Моножоба
14. Заңнама жүйесіне жатады:
- A) Адами капитал
  - B) Франшизалар
  - C) Айналымды капитал
  - D) Кедендік жүйе
  - E) Нарық
  - F) Бәсекелік күрес
15. Инновация:
- A) Банктің кәсіпорынға несие түрінде беретін ақшалай қаражаты
  - B) Инновациялық қызметті жүзеге асыратын заңды тұлғалар
  - C) Кәсіпкердің зиян шегу ықтималдылығы
  - D) Жаңа тәжірибелік құралдарды құру
  - E) Ғылыми идеялардың жүзеге асырылатын уақыты
  - F) Белгілі бір уақытта іске асырылатын іс-шаралар кешені
16. «Төмен бағалар» стратегиясының сипаттамасы:
- A) Өткір бәсекелестік болмаған кезде пайдаланылады
  - B) Бір өнімге (қызметке) бірнеше бағаларды пайдалану
  - C) Нарық үлесін ұлғайту
  - D) Нарықтағы бағалардан төмен баға орнату
  - E) Сөзсіз пайда табу
  - F) Белгілі бір топ тұтынушыларға жеңілдіктер ұсыну
  - G) Нарыққа ену

17. Маркетингтің мақсаттары:

- A) келісімшартты өзгерту
- B) жұмыскерлерді салыстыру
- C) саяси жағдайды жақсарту
- D) пайданы өсіру
- E) өткізу бойынша мақсаттар
- F) делдалдар жүйесін кеңейту

18. Жабдықтардың пайдалану уақытын арттыру негізгі бағыттары:

- A) Күндізгі босқа тұруын азайту
- B) Кезектік коэффициентті арттыру
- C) Жұмыс уақытында біркелкі жүйелеу
- D) Олардың құнын дайын өнімнің құнына ауысуы
- E) Өтемпұл аударымдарының жоғары үлесі
- F) Тұтыну құнын анықтауының қиындығы
- G) Ішкі кезектегі босқа тұруын жою

19. Негізгі қорлардың пайдалану тиімділігін анықтау көрсеткіші:

- A) Қор қайтарымы
- B) Біршамалық босату
- C) Жүктеме коэффициенті
- D) Әбден босату
- E) Қор сыйымдылығы
- F) Қормен жарақтандырылу

20. Кәсіпкерлік қызметті ішкі қаржыландыру көздері:

- A) Инвесторлардың салымдары
- B) Бағалық қағаздар шығарудан түскен қаражаттар
- C) Бюджет қаражаттары
- D) Бөлінбеген пайда
- E) Үстеме капитал
- F) Резервтік капитал

21. Кәсіпкерлік қызметті сыртқы қаржыландыру көздері:

- A) Бөлінбеген пайда
- B) Бағалық қағаздар шығарудан түскен қаражаттар
- C) Жарғылық капитал
- D) Бюджет қаражаттары
- E) Банк несиелері

22. Курорттық қонақ үйлер түрі:

- A) Балшықпен емдеу
- B) Климаттық
- C) Бальнеологиялық
- D) Мамандырылған
- E) Туристік және спорттық

23. Бейматериалдық активтердің қозғалысын басқару нысаны:

- A) Бенчмаркинг
- B) Коучинг
- C) Эккаунтинг
- D) Консалтинг
- E) Франчайзинг
- F) Форфейтинг
- G) Факторинг

24. Мейрамхана және қонақ үй кәсіпорынның тиімділігін талдаудың негізгі міндеттері:

- A) Шаруашылық жағдайды бағалау
- B) Банкроттықтан кету
- C) Өндірістік қызмет көрсету көлемін ұлғайту
- D) Қол жеткізген жағдайға әсер тигізген факторларды анықтау
- E) Шығыстарды азайту
- F) Бәсекелестерге қарсы күресте көшбасшылық
- G) Экономикалық өсімінің әлеуеті

25. Стратегиялық контроллингтің құралы:

- A) PEST-талдау
- B) SWOT-талдау
- C) Кластерлік талдау
- D) Дельфи
- E) Өрмекшінің өрмегі әдісі
- F) GAP-талдау
- G) Индекстік әдіс

**Мейрамханалық және қонақ үй бизнесіндегі кәсіпкерлік қызмет  
негіздері**

**ПӘНІ БОЙЫНША  
СЫНАҚ АЯҚТАЛДЫ**

**Қызмет көрсету сферасындағы маркетингтік зерттеу**

1. Қызмет сферасындағы маркетингтік зерттеулердің міндеті:

- A) Компанияны объективті ақпараттармен қамтамасыз ету
- B) Екінші ретті ақпарат жинау
- C) Маркетингтік қызметті қадағалау
- D) Мақсатты нарық сегментін таңдау
- E) Нарық үлесін жоғарылату
- F) Бәсекелестік артықшылықтарға қол жеткізу

2. Маркетингтік зерттеу мәселесін түсінуге көмектесетін ақпараттарды жинауға және туындаған идеяны генерациялауға бағытталған зерттеу түрі:

- A) қайталанатын
- B) сыртқы
- C) ішкі
- D) барлау
- E) сипаттау
- F) қорытынды
- G) мәселені анықтау

3. Дескриптивті зерттеудің түрлері:

- A) іздер зерттеуі
- B) барлау зерттеулері
- C) іздеу зерттеулері
- D) панель
- E) кросс-секционды зерттеу

4. Ықтимал іріктемелер:

- A) жүйелі іріктеме
- B) квоталық
- C) «қар үйіндісі»
- D) репрезентативті емес
- E) аққала әдісі
- F) қарапайым кездейсоқ іріктеме

5. Сарапшылық бағалау әдістері:

- A) экономика-статистикалық әдістер
- B) имитациялық моделдер
- C) желілік моделдер
- D) ми шабуылы әдісі
- E) морфологиялық талдау әдісі

6. Н.Н. Богомоллова бөлген фокус-топтардың типі:

- A) қайталанатын фокус-топ
- B) диадикалық топ
- C) стандартты фокус-топтар
- D) пир-топтар
- E) десанттық топтар

7. Кабинеттік зерттеулердің қолданылу мақсаттары:

- A) Далалық зерттеуді дайындауда
- B) Эксперимент ұйымдастыруда
- C) Бақылау жүргізуде
- D) Қажет статистикалық мәліметтер жинауда
- E) Жұмыс болжамын қалыптастыруда

8. Панель мүшелерінен ақпарат алу әдістері бойынша панелдің жіктелуі:

- A) респонденттерге пікір сұрау парақтарын басқа біреудің толтырып беруі
- B) сұхбат алушы қатысушылардың пікірін сұрап арнайы құралмен жазып отырады
- C) респонденттердің сұрау парақтарын, күнделіктерді өз бетінше толтыруы
- D) қатысушылардан ақпаратты сұхбат алушы сұрап тіркейді
- E) пікір сұралушылардың жауапты электрондық поштамен жіберуі
- F) респонденттердің жауапты кезең сайын поштамен жіберуі
- G) күнделіктерді тек сұхбат алушы ғана толтырады

9. Қызмет көрсету саласындағы кәсіпорындарға маркетингтік зерттеу жүргізу бағыты бойынша жіктеледі:

- A) эксперименттік
- B) бірінші ретгі
- C) далалық
- D) кабинеттік
- E) ішкі
- F) маркетингтік макроортаны зерттеу
- G) сыртқы

10. Қызмет көрсету саласындағы маркетингтік зерттеу әдістемесінің мақсаты:

- A) Маркетингтік зерттеудің жоспарын жасау
- B) Тұжырымдама құру және негізгі айнымалыларды бөлу
- C) Жұмыс болжамын дайындау
- D) Зерттеу объектісі мен пәнін анықтау
- E) Маркетингтік зерттеу типін таңдау

11. Қызмет аясындағы мәселені анықтайтын іс-әрекеттер:

- A) Маркетингтік функциялардың орындалуын бақылау
- B) Альтернативті іс-әрекеттер тізімін анықтау
- C) Бәсекелестердің іс-әрекеттері
- D) Эксперттық бағалау
- E) Көзделген мақсатқа жету ықтималдығы
- F) Мәселелерді анықтау

12. Маркетингтік зерттеудің сыртқы субъектілері қатарына кіреді:

- A) Ғылыми орталықтар
- B) Коммерциялық емес ұйымдар
- C) Жарнама агенттіктері
- D) Шағын, орта, ірі маркетингтік агенттіктер
- E) Бөлшек сауда орындары
- F) Мемлекеттік мекемелер
- G) Қаржы ұйымдары

13. Маркетингтік зерттеулерді жүргізу кезінде, «Зерттеу қанша адамды камтиды», -деген іріктемені жүргізу кезеңі:

- A) кездейсоқ құрамы
- B) іріктеменің пішіні
- C) іріктеме жоспары
- D) іріктеменің жылжымауы
- E) іріктеме барысы

14. Нәтижелі бақылау жүргізу үшін орындалуы керек шарттар:

- A) Бақыланатын құбылыстар қолжетімді болуы, көпшілік алдында жүргізілуі
- B) Бақылау жүргізу үшін бас жиынтықтың көлемі үлкен болуы
- C) Бақылау жүргізу үшін бақыланушыларды кездейсоқ таңдау
- D) Бақылау объектісі ретінде тек сауда орындарын алу
- E) Бақыланатын құбылыстар жиі қайталануы
- F) Бақылау жүргізу үшін техникалық құралдарды қолдануға болмайды

15. Бақылау әдісінің қолдану жағдайлары қолданылады:

- A) Аналитикалық моделдерді тұрғызу үшін
- B) Басқа да әдістер арқылы алынған мәліметтерді тексеру және растауда
- C) Объект, пән, мәселе, жұмыс болжамы туралы алдын ала түсінік алу үшін
- D) Маркетингтік зерттеу жүргізудің жоспарын әзірлеу үшін
- E) Зерттеудің мақсаты мен міндеттерін дұрыс анықтау үшін
- F) Зерттеу тұжырымдамасын жасау үшін
- G) Зерттеу мәселесін анықтау мақсатында



16. Эксперименттің негізгі компоненттеріне жататындар:

- A) Техникалық құралдар
- B) Графикалық үлгілер
- C) Бірнеше фактор
- D) Тәуелсіз айнымалы
- E) Өзгерістермен байланысты нәтижелер
- F) Тәуелді айнымалы
- G) Пікір сұрау парақтары

17. Аудиториямен байланысу тәсіліне сәйкес пікір сұрау жүргізудің жіктелуі:

- A) Жеке пікір сұрау
- B) Топтасып пікір сұрау
- C) Телефон арқылы дәстүрлі пікір сұрау
- D) Телефон арқылы пікір сұрау
- E) Сауда жасау кезінде пікір сұрау
- F) Пошталық панель

18. Пікір сұрау жүргізуде респонденттен ақпарат жинау тәсілдері

- A) Респондент өзі сауалнаманы толтырады
- B) Сұхбат алушы респонденттің жұмыс орнына келеді
- C) Респондент қалаған уақытында сұхбат алушыға өзі келеді
- D) Респонденттен сұхбат алушының ақпараты алуы және тіркеуі
- E) Респонденттер өзара әрекеттеседі
- F) Сұхбат алушы респондентке келеді

19. Маркетингтік іс-әрекет қағидалары:

- A) сатылатын тауарды – өндіру
- B) тұтынушыларды, олардың талғамдары мен сұраныстарын жан-жақты зерттеу
- C) тұтынушы сұранысына сәйкес тауарларды шығару
- D) тұтынушылардың талғамдары мен сұраныстарын жан-жақты зерттеу
- E) өндірілген тауарды өткізу емес, сатылатын тауарды – өндіру
- F) тауарларды өндіру, оларды өткізу

20. Маркетингтік зерттеуде қолданылатын көрсеткіштер жүйесі:

- A) Тиімді жарнамалық компаниямен байланыс орнату
- B) Көшбасшыларды зерттеу
- C) Өткізу арналарын кеңейту
- D) Компанияның нарықтағы бәсекеге қабілеттілігі мен мүмкіндіктерін талдау
- E) Нарық жағдайын талдау мен нарықтағы сауда субъектілерін анықтау

21. Қызмет аясындағы бағаны зерттеу объектісі:

- A) Техника-экономикалық және тұтынушылық параметрлерді салыстыру
- B) Нарықты дамыту тенденциялары
- C) Өнім сапасын тексеру
- D) Тұтыну көлемін ұлғайту
- E) Нарық сыйымдылығын есептеу

22. Қызмет аясындағы бірінші ретгі ақпаратты жинау әдістері:

- A) Сынақтан өткізу әдісі
- B) Эксперимент
- C) Жеке іскерлік байланыс орнату әдісі
- D) Далалық зерттеу әдісі
- E) Кабинеттік зерттеулер
- F) Пікір сұрау
- G) Бақылау

23. Маркетингтік ақпарат жүйесі (МАЖ) - дегеніміз бұл тиімді маркетингтік шешімдерді қабылдау мақсатында қолданылатын ақпараттарды:

- A) Нақты мақсатын анықтау
- B) Жоспарлы түрде уақытында талдау мен бағалау
- C) Салыстырмалы түрде өлшеу
- D) Жаңа технологияларды қолдану
- E) Топтастыру әдістері мен тәсілдерінің жиынтығы
- F) Мақсатты нарықты талдау
- G) Жоспарлы түрде уақытында жинау мен өңдеу

24. Іздер анализі шет ел тәжірибесіндегі маркетингтік зерттеулерде қолданылатын жағдайлар:

- A) Журнал беттеріндегі саусақ таңбаларының санын санау
- B) Тұрақтардағы автомобильдердің шығарылған жылы мен күйін анықтау
- C) Эксперимент жүргізу кезінде
- D) Бақылау жүргізуде
- E) Панелдік зерттеулер жүргізуде
- F) Оралған тауарларды тұтыну көлемін бағалау үшін қоқыс жәшіктерінің ішіндегіні зерттеу

25. Дескриптивті талдау кезінде есептелетін көрсеткіштер:

- A) Орташа шаршылық ауытқу
- B) Автономия коэффициенті
- C) Сэн
- D) Абсолютті коэффициент
- E) Орташа шама
- F) Өтімділік коэффициенті

**Қызмет көрсету сферасындағы маркетингтік зерттеу  
ПӘНІ БОЙЫНША  
СЫНАҚ АЯҚТАЛДЫ**

**Мейрамхана ісі және қонақ үй бизнесіндегі менеджмент**

1. Жүйе ретінде менеджменттің функционалды типтеріне жатпайды:

- A) өндірістік менеджмент
- B) қаржылық менеджмент
- C) табиғи менеджмент
- D) маркетинг менеджменті
- E) инновациялық менеджмент

2. Сыйымдылығына байланысты қонақ үй түрі:

- A) кіші
- B) аз орынды
- C) сыйымсыз
- D) сыйымды
- E) категориялы
- F) көп орынды

3. Бар түрі:

- A) кешкі бар
- B) түнгі бар
- C) спа-бар
- D) тез қызметті бар
- E) лобби-бар
- F) таңғы бар
- G) диско-бар

4. Мейрамхана цехтарында:

- A) дайын өнім шығарылады
- B) жартылай фабрикат дайындалады
- C) өнім айырбасталады
- D) жабдықтар шығарылады
- E) шикізат өңделеді

5. Даярлау цехының жұмыс тәртібіне әсер етеді:

- A) кәсіпорынның орналасуы
- B) өндіріс көлемі
- C) ынталандыру тәсілі
- D) техникалық жарақталуы
- E) бәсекелестер
- F) кәсіпорын типі
- G) жартылай фабрикаттарды өткізу тәсілі

6. Тамақтандыру кәсіпорындары қызметіне тән:

- A) алкогольсіз сусындарды сату
- B) азық-түлік емес өнімдерді сату
- C) кулинарлы өнімді сауда залдарында сату
- D) алкогольсіз сусындарды тұтыну
- E) кулинарлы өнімді өндіру
- F) азық-түлік емес өнімді өндіру
- G) азық-түлік өнімдерін сату

7. Қонақ үйдегі тұрмыстық қызмет:

- A) бар қызметі
- B) жедел кір жуу
- C) билеттерді сату
- D) киім үтіктеу
- E) гүлді жеткізу
- F) такси шақыру
- G) баспа өнімдерін сату

8. Лауазымды орынға үміткермен әңгімелесу (немесе интервью) процесінің бөлімдері:

- A) дайындықты
- B) қорытынды
- C) соңғы
- D) қоштасу
- E) қосымша
- F) сараптау
- G) негізгі

9. Қонақ үй мен мейрамхана кәсіпорынының менеджментінде ситуациялық келісті қолданудың негізгі қағидалары:

- A) өндірісті қайта жандандыру
- B) жағдайды босату
- C) ішкі жүйелерді қарастыру
- D) басқару әдісін тиімді қолдану
- E) ықтималды салдарды болжау
- F) жағдайды дұрыс бағалау

10. Римдік тұрақтану ауласының орналасуы:

- A) 50 миль (80км) қашықтықта
- B) сауда орталықтарында
- C) тек қалаларда
- D) су бойында
- E) қала мен шағын ауылдарда
- F) жол бойында

11. Ортағасырда (б.з.V - XVғғ.) қонақжайлылық кәсіпорындардың дамуына әсер еткен:

- A) діни дәстүрлер
- B) мемлекеттер арасындағы келісімдер
- C) өнердің дамуы
- D) тамақтану салты
- E) жерді жаулау соғыстары

12. Персоналды аттестациялау кезеңі:

- A) аттестацияны өткізу
- B) негізгі
- C) болжамды
- D) дайындықты
- E) қосымша
- F) ілеспе

13. Қонақжайлылық кәсіпорынын басқаруда қолданылатын ұйымдық құрылым:

- A) жоспарлы
- B) нақты
- C) сызықтық
- D) сызықтық-функционалды
- E) функционалды

14. Нәтижеге қол жеткізу мотивациясының типтері:

- A) пассивті мотивация
- B) құралды мотивация
- C) люмпенизирленген мотивация
- D) патриоттық мотивация
- E) көкжиекті мотивация
- F) салғырт мотивация
- G) шекаралық мотивация

15. Басқару әдісінде сипатталады:

- A) ұйымдастыру формасы
- B) күрделілігі
- C) тереңдігі
- D) мазмұны
- E) қарапайымдылығы
- F) қабаттылығы

16. «Әдіс» грек сөзінің аудармасында:

- A) қажеттілік
- B) тактика
- C) стратегия
- D) мақсат
- E) қол жеткізу
- F) тәсілі

17. «Франчайзинг» түсінігімен қамтылады:

- A) номенклатура
- B) технология
- C) бәсеке
- D) ассортимент
- E) пікірлер

18. Франчайзи - бұл:

- A) стандарт
- B) келісім-шарт
- C) төлем түрі
- D) франшиза алушысы
- E) франшиза ұстаушысы
- F) пайдаланушы

19. Мейрамхана өнімінің сапа көрсеткіші алғашында көрсетіледі:

- A) стандарттарда
- B) техникалық талап-шарттарда
- C) жарнамада
- D) нормативті құжаттарда
- E) келісім-шартта

20. Стандарттаудың аймақтық ұйымдары:

- A) Стандарттау бойынша Еуропалық комитет (CEN)
- B) Халықаралық электротехникалық комиссия (IEC)
- C) Стандарттау бойынша халықаралық ұйым (ISO)
- D) Телекоммуникация бойынша Халықаралық Одақ (ITU)
- E) Телекоммуникация облысындағы стандарттаудың Еуропалық институты (ETSI)

21. Іскерлік бедел құнын анықтаудағы келістер:

- A) шектелген пайда әдісі
- B) статистикалық әдіс
- C) корреляциялық әдіс
- D) экономикалы-математикалық әдіс
- E) шамадан тыс пайда әдісі
- F) шектелген ресурс әдісі

22. Іскерлік беделді бағалаудың сандық әдістері:

- A) корреляциялық әдіс
- B) статистикалық әдіс
- C) социологиялық сауалнама әдісі
- D) шамадан тыс ресурстар әдісі
- E) шамадан тыс пайда әдісі

23. Корпоративті мәдениет тұрғысынан жоғарғы басшылықтың келушілерге, акционерлер мен өз қызметкерлеріне деген қатынасын білдіреді:

- A) іс-шара
- B) мақсат
- C) рейтинг
- D) имиджі
- E) тауар
- F) міндет
- G) құжат

24. Менеджмент тиімділігін анықтауда қарастырылатын қонақ үйдің ұйымдастырушылық-техникалық әлеуетінің көрсеткіштері:

- A) жылдық инновациялық шығындар
- B) арнайы білімді қызметкерлер үлесі
- C) нөмір қорының құрамы
- D) қызмет рентабельділігі
- E) басқарма мен бағыныштылардың салыстырмалы үлесі
- F) қызметтер ассортименті
- G) қызметкерлердің орташа еңбек ақы көлемі



25. Менеджмент тиімділігін бағалауда қолданылатын түсініктер:

- A) нәтижелік
- B) шыдамдылық
- C) ұйымшылдық
- D) адамгершілік
- E) бірлесу
- F) қолтықтасу

**Мейрамхана ісі және қонақ үй бизнесіндегі менеджмент  
ПӘНІ БОЙЫНША  
СЫНАҚ АЯҚТАЛДЫ**