



Құрметті студент!

2018 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. Шырын картасында көрсетіледі:

- A) өндірушілер тізімі
- B) саны
- C) бөтелке құны
- D) сақтау мерзімі
- E) сусындар тізімі
- F) порция құны

2. Орналастыру құралдары қызметтерін орындаушылар:

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

3. Тамақтандыру кәсіпорындары сауда-өндірістік қызметінің сипаты бойынша бөлінеді:

- A) Бар
- B) Экономдық
- C) Люкс
- D) Жоғары
- E) Бірінші
- F) Кафе
- G) Мейрамхана

4. Қонақ үйлер нөмірлер қорына қарай ерекшеленеді:

- A) Ұсақ
- B) Өте ұсақ
- C) Тармақталған
- D) Қатты үлкен емес
- E) Әртүрлі
- F) Орташадан жоғары

5. Қонақ үйде қонақтарға тамақтану ұсынылады:

- A) Өз-өзіне қызмет көрсету арқылы
- B) All inclusive
- C) Холлда
- D) Нөмірде
- E) З (BB)
- F) П (FB)

6. Тұтыну көз-қарасы бойынша қызмет сапасы:

- A) Нәтижелік
- B) Талап етілетін
- C) Қалаулы
- D) Алдын-алынған
- E) Кепілденген
- F) Маманданған

7. Мейманхана орын-жайлары байланысындағы ағым түрлері:

- A) кіру ағымдары
- B) айналма ағымдар
- C) аралас ағымдар
- D) ішкі ағымдар
- E) сыртқы ағымдар

8. Қабылдау-вестюбильды тобына кіреді:

- A) Демалыс зонасы
- B) Жапқыш-жабдық
- C) Қоймалар бөлмесі
- D) Ресепшн
- E) Жабдықтау бөлімшесі
- F) Негізгі кіру есігі

9. Мейрамханадағы ыстық цехта жүзеге асырылады:

- A) Салқын тіскебасар дайындайды
- B) Етті ерітеді, кеседі және тұздайды
- C) Бутербродтар дайындайды және өткізеді
- D) Жартылай фабрикаттар мен азық-түліктерді жылумен өңдейді
- E) Бірінші және екінші тағамдарды дайындайды
- F) Құс етін қауырсыннан тазартады
- G) Суық тағамға азық-түліктерді дайындайды

10. Кондитерлік цехтің орындайтын жұмыстары:

- A) Кондитерлік бұйымдарды дайындау
- B) Ұннан өнімдер жасау
- C) Салқын тағамдарды дайындау
- D) Ыстық тағамдарды дайындау
- E) Өнімдерді безендіру

11. Қойма бөлмесін ұстау шарттары:

- A) Шоғырландыру үйлесімі
- B) Жарық түсу дәрежесі
- C) Жұмыстың параллельділігі
- D) Судың химиялық құрамы
- E) Тұрақты температура

12. Мейрамхана интерьері стилінің тұтастығына қол жеткізетін:

- A) Персонал саны
- B) Декоративті элементтер
- C) Баға мен сұраныстың ара-қатынасы
- D) Көлемді-кеңістік шешімдер
- E) Түстер композициясы мен жарықтандыру әдістері

13. Әуежай, теміржол, теңіз вокзалдарында орналасады:

- A) тіскебасар
- B) диско-бар
- C) варетье-бар
- D) бірінші класты мейрамхана
- E) люкс класты мейрамхана
- F) түнгі бар

14. Ыдысты жуу процесінің операциялары:

- A) Қайнату, пісіру
- B) Өнімді жібіту, еріту
- C) Сұрыптау, жылыту
- D) Ыстық ауамен өңдеу
- E) Жуу, шаю
- F) Кесу, безендіру

15. Ыдысты машинада жуу процесінің бөлімдері:

- A) шаю
- B) тазалау және кептіру
- C) жуу және дезинфекциялау
- D) іріктеу және реттеу
- E) тағам қалдықтарынан тазалау
- F) жуу және майсыздандыру
- G) түгендеу

16. Хрустальдан жасалған ыдыстардың қолданылуы:

- A) Барлық қоғамдық тамақтандыру орындарында
- B) II категориялы мейрамханаларда
- C) Шарап-арақ бұйымдарын және түрлі сусындарды ұсынуда
- D) Тек барларда ұсынылады
- E) I категориялы мейрамханаларда

17. Мейрамхана мен мейманхананы ыстық сумен жабдықтау жүйесінің түрлері:

- A) Мемлекеттік
- B) Коммуналды
- C) Жабдықтаушылармен жеткізу
- D) Жеке меншік
- E) Аралас

18. Пайда болу және ластану сипатына қарай канализация жіктеледі:

- A) жауынды
- B) өндірістік
- C) дара
- D) кешенді
- E) жиналмалы
- F) ішкі
- G) тұрмыстық

19. Мейманхананың телевизиялық жүйесінің арналуы бойынша жіктелуінде қарастырылмайды:

- A) бақылау жүйесі
- B) тізімге алу жүйесі
- C) ақпараттандыру жүйесі
- D) іздеу салу жүйесі
- E) өткізу жүйесі

20. Мейрамхана интерьеріндегі жарық:

- A) қабырғалардың құрылымын айқындайды
- B) жөндеу кемшіліктерін жасырады
- C) кеңістіктің жоғалу сезімін тудырады
- D) залдың гигиеналық жағдайына көз жеткізеді
- E) кеңістікті «кішірейте» немесе «кеңейте» алады

21. Фронт-офис құрамына кіретін бөлімдер:

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

22. Мейманхананың коммерциялық қызметі:

- A) Маркетингтік қызметпен айналысады
- B) Брондау арқылы номер қорының толтырылымын қамтамасыз етеді
- C) Номерлердің тазалығын қамтамасыз етеді
- D) Жедел және стратегиялық жоспарлау мәселелерімен айналысады
- E) Қосымша қызметтерді ұйымдастырады
- F) Персонал үшін қажетті еңбек жағдайларын жасайды және қолдайды
- G) Қаржылық және кадрлық қамсыздандыру мәселелерін шешеді

23. Сапасыз және уақытынан кешіктіріп ұсынылған қызмет кезінде қонақ құқылы:

- A) Белгілі мерзімде келеңсіздіктерді жоюды талап етуге
- B) Тұру және қызмет көрсету келісім-шартын бұзуға
- C) Номерді пайдалану ережесін өздігімен орнатуға
- D) Мейманхананың ішкі тәртібін өздігімен орнатуға
- E) Қателік жіберген қызметкерді жұмыстан босатуға
- F) Ескертусіз мейманханадан кетіп қалуға
- G) Мейманхананың құжаттарын тексеруге

24. Мейрамханадағы аға стюард міндеттері:

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

25. Мейрамхананың тағамды ұсыну мен әзірлеуге қатысатын персоналына қойылатын санитария және гигиена ережелері:

- A) Даяшылардың шашы ұқыпты жиналу керек
- B) Қанық макияж және ащы иіс су
- C) Ас әзірлейтін персоналдың тырнақтарында қанық маникюр
- D) Жұмыс басталар алдында душ қабылдау және күнделікті қырыну керек
- E) Даяшылардың қолдарында ірі зергерлік бұйымдар болу керек
- F) Қонақтармен байланысқа түскен формалық киіммен басқа жұмыстарды орындау

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

Мейрамханалық және қонақ үй бизнесіндегі кәсіпкерлік қызмет негіздері

1. Қонақ үй кәсіпорынының іскерлік абыройы анықталады:

- A) кәсіпорынның тұрақты бейнесінен
- B) паблик рилейшнз (PR)
- C) өндірістің этикасы мен эстетикасынан
- D) қызмет көрсету мәдениетінен
- E) қонақ үй кәсіпорынының визуалды бейнесінен

2. Қонақ үйлердің қызмет көрсету дәрежесіне сәйкес бөлінуі:

- A) Үлкен қонақ үйлер
- B) Қыстық қонақ үйлер.
- C) 3- жұлдызды қонақ үйлер.
- D) Жекеменшік қонақ үйлер
- E) Кіші қонақүйлер

3. ҚР-ның 2006ж № 124 - III 31 қаңтарындағы - "жеке кәсіпкерлік туралы" заңына сәйкес жеке кәсіпкерліктің анықтамасы:

- A) Тапшы тауар өндірісіне шектелген қызметі
- B) Субъектінің табыс алуға бағытталған бастамашыл қызметі
- C) Өндіріс факторын тиімді қисындастыруының үдерісі
- D) Кәсіпкерлердің атынан, оның тәуекелділігі мен мүліктік жауапкершілік қызметі
- E) Жеке кәсіпкерліктің маңызды субъектіге негізделген қызметі

4. ҚР-ның Азаматтық кодексінде (жалпы бөлімі) кәсіпкерлік қызметтің кешенінің мәні келесідей бейнемен анықталады:

- A) Кәсіпкерлердің атынан, оның тәуекелділігі мен мүліктік жауапкершілік қызметі
- B) Тапшы тауар өндірісіне шектелген қызметі
- C) Тәуелсіз меншік жолымен тауарға деген сұранысты қанағаттандыру арқылы (жұмыс, қызмет) таза табыс алудағы азамат және заңды жеке тұлғаның бастамашыл қызметі
- D) Ең жақсы нәтиже табысы үшін ресурстарды тиімді игеру
- E) Негізгі жекеменшікте (жеке кәсіпкерлік) және мемлекеттік кәсіпорынның (мемлекеттік кәсіпкерлік) шаруашылық жүргізу құқығындағы құзырлы қызметі

5. Меншік иесінің құқығы:

- A) қабылдау
- B) иелену
- C) тану
- D) анықтау
- E) бөлу
- F) жүзеге асыру

6. Мейрамхананың өзіндік ішкі командасы:

- A) Делдал
- B) Тұтынушы
- C) Салық төлеуші
- D) Даяшы
- E) Менеджерлер
- F) Бақылаушы

7. Даяшылар келесі жағдайларда менеджерлерді ескерту қажет:

- A) Банкрот кезінде
- B) Жанжал кезінде
- C) Жөндеу кезінде
- D) Дау кезінде
- E) Бақылау кезінде
- F) Салық төлеу кезінде

8. Бақылау құрылымы:

- A) Орталықтандырылған
- B) Жеңілдікпен
- C) Ұйымдық
- D) Орталықсыздандырылған
- E) Өкімгершілік

9. Басқару үрдісі келесі функциялардан тұрады:

- A) Диспетчерлеуден
- B) Нормалаудан
- C) Ресурспен қамтамасыздандырудан
- D) Мотивациядан
- E) Жоспарлаудан

10. Келісімді еңбекақы жүйесінің түрі:

- A) Сыйақылы
- B) Қаржылық
- C) Тарифті
- D) Оперативтік
- E) Аккордты
- F) Нормативтік

11. Кәсіпорындағы ұзақ мерзімді жобалау объектілері:

- A) Несиелік жоспар
- B) Дайын өнім қорын жылжыту жоспары
- C) Капиталдық салымдар
- D) Кәсіпорынның ұйымдық құрылымы
- E) Жұмыс істеу жоспары
- F) Тауар айналымы

12. Кәсіпорынның стратегиялық мақсаттарына жатады:

- A) Несие төлеу қабілеттілігінің артуы
- B) Қызметтің рентабелділігінің өсуі
- C) Тауар сапасы бойынша бәсекелестерден озу
- D) Инвестицияларға пайданың өсуі
- E) Бәсекеге қабілетті артықшылықты иемдену
- F) Шығындарды кеміту

13. Бизнес-жоспарлаудың түрлері:

- A) Техникалық
- B) Моножоба
- C) Экономикалық
- D) Мегажоба
- E) Әлеуметтік

14. Екінші толқындағы кәсіпкерлік қағидасының және кәсіпкерлік қызметтің дамуында келесі аспектілері жатады

- A) Кәсіпкерлер әлеуметтік-экономикалық жаңашылдық
- B) Кәсіпкер – өзіне жұмыс құратын адам
- C) Кәсіпкерлік қызметтегі тәуекелдік шешім
- D) Кәсіпкерлік толассыз ізденіс үдерісі арқылы қажеттіліктің өзгерісімен соңғы тұтынушының сұраныстарын қарастырады
- E) Кәсіпкердің жұмысының белгісіз шарттары
- F) Кәсіпкердің жеке мінездемелерінде айрықша көзқарастар

15. Бірінші толқындағы кәсіпкерлік қағидасының және кәсіпкерлік қызметтің дамуында келесі аспектілері жатады

- A) Бизнес үшін мүмкіндіктерді іздестіру
- B) Кәсіпкерлік қызметтегі тәуекелдік шешім
- C) Кәсіпкердің жеке мінездемелерінде айрықша көзқарастар
- D) Кәсіпкердің жұмысының белгісіз шарттары
- E) Кәсіпкерлік толассыз ізденіс үдерісі арқылы қажеттіліктің өзгерісімен соңғы тұтынушының сұраныстарын қарастырады

16. Кәсіпкерлік қызмет түріне және мақсатына байланысты болуы мүмкін:

- A) Қаржылық
- B) Коммерциялық
- C) Мемлекеттік
- D) Жеке
- E) Өндірістік
- F) Ұлттық
- G) Заңдық

17. Консалтингтік кәсіпкерлікке жатады:

- A) Ақпараттық қызмет
- B) Маркетинг
- C) Ақпараттық технология
- D) Аукциондық сауда
- E) Персоналды басқару
- F) Сақтандыру қызметі
- G) Транспорттық операциялардың жүргізілуі

18. Қаржылық кәсіпкерлікке жатады:

- A) Фондылық биржалар
- B) Транспорттық операциялардың жүргізілуі
- C) Лизингтік қызмет
- D) Сақтандыру қызмет
- E) Ақпараттық қызмет
- F) Саудалық – делдалдық қызмет
- G) Аукциондық сауда

19. Жабдықтардың пайдалану уақытын арттыру негізгі бағыттары:

- A) Күндізгі босқа тұруын азайту
- B) Олардың құнын дайын өнімнің құнына ауысуы
- C) Жұмыс уақытында біркелкі жүйелеу
- D) Өнімнің кең ауқымды шығаруымен байланысты
- E) Ішкі кезектегі босқа тұруын жою
- F) Кезектік коэффициентті арттыру

20. Айналым капиталын басқару құрылымы:

- A) Жеткізушілерді іздеу
- B) Ақшалай қаражаттарды басқару
- C) Көлікті басқару
- D) Өтемпұл мөлшерін есептеу
- E) Тапсырыс берушілермен есеп айырысуды басқару
- F) Дебиторлық берешекті есептеу
- G) Қойма қалдықтарын басқару

21. Айналым капиталдағы оңтайлы қажеттілікті анықтау әдісі:

- A) Тікелей есептік әдіс
- B) Талдамалық
- C) Пропорционалдық
- D) Теңгерімдік
- E) Дельфи әдісі
- F) Коэффициенттік
- G) Сарапшылық

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

- A) Өндірістік қызмет көрсету көлемін ұлғайту
- B) Басқару шешімдерін негіздеу
- C) Шығыстарды азайту
- D) Экономикалық өсімінің әлеуеті
- E) Шаруашылық жағдайды бағалау
- F) Қол жеткізген жағдайға әсер тигізген факторларды анықтау

23. Ұйымның қызмет көрсету саласының тиімділігін бағалау әдісі:

- A) Сап түзеу
- B) Экстраполяция
- C) Сараптама
- D) Mystery Shopping
- E) Кемімелдік талдау
- F) Абсолюттік айырымдар
- G) Қарым-қатынастар әдісі

24. Сұраныс және өткізу нарықтарын зерттейтін бөлімшелердің функциялары:

- A) Шығарылатын өнімнің фирмалық қызмет көрсету
- B) Тұтынушылық тауарлардың қасиеттерін және оларға тұтынушылар мен қойылатын талаптарды зерттеу
- C) Нарық конъюктурасына болжауларды әзірлеу
- D) Дайын өнімдерді жеткізу үшін келісім шарттарды дайындау
- E) Тұтынушылар сұранысын құрылымы мен динамикасын анықтайтын факторларды зерттеу
- F) Тиімді жарнама бағыттарын анықтау
- G) Қаржылық қызметтер нарығы

25. Басқарушылық шешімдердің тиімділігін өлшеу әдісі:

- A) Инновациялық жобаларды бағалау
- B) Кластерлік талдау
- C) Қоржынды талдау
- D) Бәсекеге қабілетті тұрақтылықты ескере отырып
- E) Дельфи
- F) GAP-талдау
- G) PEST-талдау

**Мейрамханалық және қонақ үй бизнесіндегі
кәсіпкерлік қызмет негіздері
ПӘНІ БОЙЫНША СЫНАҚ АЯҚТАЛДЫ**

Қызмет көрсету сферасындағы маркетингтік зерттеу

1. Қызмет сферасында маркетингтік зерттеулер жүргізуде басшылыққа алатын негізгі қағидалар:

- A) Әділеттілік
- B) Тұрақтылық
- C) Объективтілік
- D) Ұқыптылық
- E) Ғылымилық

2. Қызмет сферасындағы маркетингтік зерттеулер:

- A) Тиімділікті бағалау
- B) Басқару шешімдерін қабылдау
- C) Ақпаратты талдау
- D) Болжам жасау
- E) Стратегия әзірлеу
- F) Маркетингтік жоспар дайындау

3. Қызмет көрсету саласындағы кәсіпорындардың ішкі ортасын зерттеу объектілері:

- A) тұтынушылар
- B) қаржы
- C) ұйымдық құрылым
- D) бәсекелестер
- E) жабдықтаушылар

4. Нарықтың фирмалық құрылымын зерттеудің міндеті, объектісі және нәтижелері:

- A) Міндеті – делдалдар туралы мәліметтерді алу мүмкіндігі
- B) Нәтижесі – тұтынушылардың мінез-құлқын моделдеу
- C) Объектісі – делдалдар
- D) Міндеті – нарық туралы ақпарат алу
- E) Міндеті – тұтынушылар туралы мәлімет алу
- F) Объектісі – нарықтық орта

5. Бұрын жүргізілген маркетингтік зерттеулердің есептемелерінің негізгі қолданылу бағыттары:

- A) Қызмет көрсету деңгейін бағалау
- B) Қызмет етуші субъектінің зерттеушілік жұмысының ретроспективті талдауы
- C) Нарықтың ретроспективті анализі
- D) Шығындар анализі
- E) Нарықтың конъюнктурасын және маркетингтік ортасын талдау
- F) Қабылданған маркетингтік шешімдерді бағалау

6. Ресми қайнар көздерден алынған мәліметтердің артықшылықтары:

- A) Ақпаратты жіберу тез
- B) Эксклюзивті ақпаратты жинау мүмкіндігі
- C) Нақтылығы жоғары
- D) Үнемділігі жоғары
- E) Ақпарат актуалды және жаңа

7. Қызмет аясындағы маркетингтік зерттеу мақсаттарының негізгі типтері:

- A) Даладық
- B) Алдын-ала
- C) Сипаттаушы
- D) Панельді
- E) Іздеу
- F) Кабинеттік
- G) Аналитикалық

8. Дескриптивті зерттеудің түрлері:

- A) контент талдау
- B) кросс-секционды зерттеу
- C) мәселені анықтау зерттеулері
- D) іздеу зерттеулері
- E) панель

9. Зерттеу мақсатын құрастырудың сипатталуы:

- A) Мәселені дұрыс анықтау
- B) Анық тұжырымдама жасау
- C) Зерттеудің мақсатын анықтау үшін іздеу сұрақтарын қолдану
- D) Бағалау әдістерін алдын ала қарастыру
- E) Дәл болжамдар жасау
- F) Зерттеу объектісін нақты анықтау

10. Қызмет көрсету саласындағы маркетингтік мәселені анықтау қамтиды:
- A) Мәселені шешу
 - B) Мәселелерді талдау
 - C) Басқару мәселесінің маркетингтік зерттеудің мәселесіне өзгеруі
 - D) Симптомын анықтау
 - E) Маркетингтік мәселенің аудитін жүргізу
11. Іріктемені жоспарлау үрдісінде қабылданатын шешімдер:
- A) Репрезентативтілігіне қатысты
 - B) Көлеміне байланысты
 - C) Бірлігіне байланысты
 - D) Шеңберіне байланысты
 - E) Үрдісі туралы
12. Шаруашылық субъектісінің ішіндегі маркетинг бөлімінің маркетингтік зерттеу жүргізуі кезінде көрсетілетін қызметтер:
- A) Қаржылық талдау жүргізу
 - B) Бәсекелестердің мықты және әлсіз жақтарын анықтау
 - C) Кәсіпорынның ұйымдық құрылымын талдау
 - D) Өнім, марка, нарық сегменті бойынша зерттеу жүргізуші маманды белгілеу
 - E) Кәсіпорынның әлеуетті мүмкіндіктерін анықтау
13. Дәстүрлі талдау нәтижелердің ақиқаттығын жоғарылатуға бағытталған сыртқы талдаудың мақсаты:
- A) Құжаттың тұрақтылығы мен шынайылығын анықтау
 - B) Құжат түрін, оның формасын, мерзімін және пайда болу орнын анықтау
 - C) Құжаттың мазмұнындағы ерекшеліктерді анықтау
 - D) Құжаттардың құрылымын талдау
 - E) Құжат мазмұнын толық ашу
 - F) Құжаттардың ішкі логикасын тексеру
 - G) Құжаттағы автордың көзқарасын түсіндіру
14. Бақылау жүргізудің далалық кезеңінде жүзеге асатын шаралар:
- A) Бақылаушылар жұмысын қадағалау
 - B) Мақсатты анықтау, міндет қою
 - C) Бақылау нәтижелерін өңдеу
 - D) Бөлімдер бойынша бақылау туралы есеп беруді дайындау
 - E) Ақпараттарды талдау, өзіндік жазбалар мен бақылаушының түсіндіруі
 - F) Бақылау жүргізу орны мен уақытын таңдау

15. Бақылауда сенімділікті бағалау үшін қолданылатын коэффициенттер:
- A) Беріктілігі
 - B) Мұқияттылығы
 - C) Сауаттылығы
 - D) Шынайылығы
 - E) Әділеттілігі
 - F) Кешенділігі
 - G) Сенімділігі
16. Зерттеу пәні бойынша эксперименттің түрлері:
- A) Имитациялық
 - B) Өнімдік тест
 - C) Жарнамалық тест
 - D) Зертханалық
 - E) Далалық
17. Сауалнама арқылы ақпарат жинаудың сипаттамалары:
- A) Бірінші ретгі ақпаратты алудың ең көп тараған әдісі
 - B) Ақпарат жинауға көп қаражат жұмсалмайды
 - C) Жиналған ақпаратты талдау жеңіл болады
 - D) Ақпарат жылдам жиналады
 - E) Сауалнаманы құрастыру үрдісі оңай
 - F) Сауалнаманы алдын ала тестілеу қажет емес
18. Сұрақтың құрылымын таңдау барысында ескеру көзделеді:
- A) Сұрақтардың жауабы бесеуден көп болуы қажет
 - B) Көп нұсқалы сұрақтарда жауап барлық мүмкін болатын нұсқалардан тұруы тиіс
 - C) Сұрақтар неғұрлым ұзақ болуы керек
 - D) Сұрақтар респондентті жауап беруге ынталандыруы керек
 - E) Барлық сұрақтар бір типтес болуы тиіс
 - F) Жабық сұрақтарды қолданбауға тырысу керек
 - G) Ашық сұрақтар іздеу зерттеулері кезінде маңызды
19. Ықтимал (кездейсоқ) іріктеменің сипаттамасы:
- A) Статистикалық есептеулерге негізделген іріктеме
 - B) Элементтің іріктемеге кіру ықтималдығын есептеу мүмкіндігі болады
 - C) Бас жиынтықтың әрбір элементінің іріктемеге кіру мүмкіндігі бірдей
 - D) Іріктеменің бірлігі әрқелкі сипаттамаларға ие болуы керек
 - E) Іріктеме процедурасы жеңіл болады
 - F) Іріктеменің шеңбері тар болады
 - G) Іріктемеге бас жиынтықтың кез келген элементі кірмейді

20. Детерминделген үстіртін іріктеменің басқа атаулары:

- A) Жедел
- B) Қатаң
- C) Зерттеуші пікірі негізінде
- D) Қайталап
- E) Көзқарас бойынша
- F) Еркін
- G) Тапсырыс беруші пікірі негізінде

21. Фокус-топтар қолданылады:

- A) Байланыс аудиторияларының көзқарасын білуде
- B) Делдалдардың баға саясатын зерттеуде
- C) Нарық сыйымдылығын есептеуде
- D) Жабдықтаушылардың мүмкіндіктерін бағалауда
- E) Бәсекелестердің маркетингтік саясатын анықтауда
- F) Жаңа өнімдер жайлы әсерлерді анықтауда
- G) Тауар бағасына деген қарым-қатынасты анықтауда

22. Проекциялық әдістерді маркетингте қолдану сипаттамалары:

- A) Тұтынушының темпераментін бағалау
- B) Тұтынушыға әсер ететін сыртқы күштерді бағалау
- C) Тұтынушыны типтерге бөлу немесе сегменттеу жүргізу
- D) Адам психикасының санасыз қабатын табу
- E) Тұтынушының шынайы мінез - құлқын анықтау
- F) Тұтынушының импульсивті сатып алуларын бағалау
- G) Тұтынушының санасында белгілі бір тауар маркасын жайғастыру

23. Фокус-топтың артықшылықтарының бірі – синергизмнің сипатталуы:

- A) Фокус-топ құрамы біртекті болып жинақталады
- B) Бір қатысушының пікірі басқа респонденттерде тізбектік реакция тудырады
- C) Ақпаратты жинауда ұқыптылық, әрі мұқияттылық сақталады
- D) Жеке сұрау нәтижесінде туындауы мүмкін емес идеяларды тудырады
- E) Фокус-топтық қарым-қатынас пәнді тереңірек зерттеуге мүмкіндік береді
- F) Респонденттерден әр түрлі ақпарат алуға мүмкіндік береді

24. Қызмет аясында маркетингтік зерттеу жүргізуде респонденттер қатарында болатындар:

- A) Талап етілетін мәліметтерді беретін ақпарат берушілер
- B) Агенттер мен брокерлер
- C) Делдалдар, сатушылар
- D) тәуелді және тәуелсіз делдалдар
- E) Тұтынушылар, мамандар, эксперттер
- F) Маркетингтік зерттеу жүргізу барысында сұралатын адамдар

25. Өнімді тарату үрдісін басқаруға аудит жүргізу мақсатында жүргізілетін панельдік зерттеудің нәтижелері:

- A) Негізгі өндірушілердің нарықтағы үлесі
- B) Бизнесті дамыту перспективаларын анықтау
- C) Сауда делдалдары туралы ақпарат
- D) Өткізу көрсеткіштері
- E) Тауарлар мен қызметтерді тұтыну
- F) Қалаулы бағалар, орама және өнім түрлері

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

Мейрамхана ісі және қонақ үй бизнесіндегі менеджмент

1. Қонақ үй және мейрамхана менеджментінің негізгі функциялары:

- A) бақылау
- B) талқылау
- C) тыңдау
- D) нұсқау беру
- E) жоспарлау
- F) тапсырма алу
- G) ұйымдастыру

2. Жүйе ретінде менеджменттің функционалды типтеріне жатпайды:

- A) инновациялық менеджмент
- B) сапа менеджменті
- C) экономикалық менеджмент
- D) өндірістік менеджмент
- E) экологиялық менеджмент
- F) қаржылық менеджмент
- G) маркетинг менеджменті

3. Қонақ үйлер жүйелеріне қосыла алатын негізгі қағидалар:

- A) Қонақ үйлік компанияның кәсіпорындарын салу және сатып алу
- B) Қонақ үй персоналының біліктілігі талапқа сай
- C) Қонақ үйлердің мақсатты аудиториясы және көрсетілетін қызметтердің сапасы бірегей
- D) Қонақ үйлер бір территорияда, бір-бірінен алыс емес жерде орналасса
- E) Қонақ үй иелерінің бірігуге деген ықыластары нәтижесінде

4. Қазіргі уақыттағы қонақ үйлер мен мейрамханалардың бейнесі ретіндегі ежелгі кезеңдегі алғашқы қонақ үйлер:

- A) Таверна
- B) Ботель
- C) Қонатын жай
- D) Хостелл
- E) Флотель
- F) Мотель
- G) Жалға берілетін қоныс

5. Тамақтандыру кәсіпорындарындағы қызмет көрсету түрлері:

- A) Қызмет көрсетілмейтін түрі
- B) Ашық ас үй
- C) Даяшының ішінара қызмет көрсетуімен
- D) Даяшының толық қызмет көрсетуімен
- E) Аралас
- F) Өз-өзіне қызмет көрсету

6. Тамақтандыру кәсіпорындарының қызмет көрсету деңгейіне байланысты түрлері:

- A) Өте жоғары сапада қызмет көрсететін
- B) Бірінші санатты
- C) Үшінші санатты
- D) Жоғары санатты
- E) Люкс санатты

7. Мейрамханада қолданылатын қызмет көрсету кезеңдері:

- A) Тағамды ұсыну, қызмет көрсету және есептесу
- B) Такси шақырту
- C) Қонақты қабылдау және жайғастыру
- D) Мәзірдегі асты таңдау
- E) Тағамды өзімен алып кету үшін орап-буу
- F) Қонақпен есеп айырысу

8. Мейрамхананың даярлау цехында механикалық өңдеуден өтеді:

- A) тауар
- B) ет
- C) көкөніс
- D) ботқа
- E) өсімдік
- F) жабдықтар
- G) сорпа

9. Қонақ үй қызметіне тән:

- A) сақтауға мүмкін еместігі
- B) сақтау мүмкіндігі
- C) сезілу қабілеті
- D) ажыратылмастығы
- E) төменгі шығын

10. Нақты тұжырымдама негізінде ұйымдастырылған мейрамхананың мінездемесі:

- A) Айқын идеясы бар
- B) Нақты өзіндік ерекшелікке ие
- C) Қызметтің кең сұрыптамасы
- D) Сауатты менеджерлер құрамы басшылық етеді
- E) Кәсіби бас аспазшысы бар
- F) Білікті қызметкерлер тобы бар

11. Қонақжайлық саласының қызметкерлерге деген сапалық қажеттілігі келесі критерийлер арқылы анықталады:

- A) Біліктілік талаптарының деңгейі бойынша
- B) Жұмыс тәжірибесі бойынша
- C) Тағылымдама түрі бойынша
- D) Білім деңгейі бойынша
- E) Жалақы деңгейі бойынша
- F) Қайта дайындау деңгейі бойынша

12. «Персоналды жинақтау» түсінігіне қатысты:

- A) лауазымдар
- B) ағым
- C) еңбекақы
- D) миссия
- E) резерв
- F) үміткерлер

13. Қонақ үйдің ұйымдастырушылық құрылымын қалыптастыруға әсер ететін факторлар:

- A) Қонақтардың ерекшелігі
- B) Персонал саны
- C) Қызмет көрсету формалары
- D) Қонақ үйдің тағайындалуы
- E) Орналасқан жері

14. Уәждемелік бағдарламалар ерекшелігі қонақ үй бизнесіндегі факторларға байланысты:

- A) Білім түріне
- B) Еңбек қауіпсіздігіне
- C) Еңбек нарығының конъюктурасына
- D) Қызметкерлердің жас ерекшелігіне
- E) Жағдайы мен беделіне

15. Нақты басшыны сипаттайтын басқару стилінің көрсеткіштері:

- A) Кәсіпорынның ұйымдастырушылық құрылымы
- B) Қолданылатын билік типі
- C) Үлгіландыру мен уәждемелеу типі
- D) Қабылданған стандарттар
- E) Өкілеттіктерді табыстау деңгейі
- F) Қонақ үй жүйесіне тиесілігі
- G) Адами қарым-қатынас жайлы қамқорлық және мәселені орындау

16. Басшылықтың директивті актілерінде көрініс табатын басқарудың реттеуші тәсілдері:

- A) Қаулы
- B) Бұйрық
- C) Хабарлама
- D) Жобалар
- E) Нұсқаулық
- F) Өкім

17. Қонақ үй жүйелерінің артықшылықтары:

- A) Маркетингтік зерттеу мен жарнамаға кететін ортақ шығын
- B) Жалпы персонал штаты
- C) Қызметкерлер біліміне қойылатын жалпы талап
- D) Бірыңғай менеджмент
- E) Қызмет көрсету стандарты мен персоналды басқарудың бірыңғайлығы

18. Қонақ үй жүйелерінің нәтижеге жету себептері:

- A) Интерьердің заманауи дизайны
- B) Өнім сапасындағы тұрақтылық
- C) Бағаның қолжетімдігі
- D) Персоналдың ерекше іріктелуі
- E) Инновациялық менеджмент
- F) Инновациялық технологияның енгізілуі
- G) Жоғары деңгейдегі маркетинг

19. Тұтынушы қызмет сапасын оны құраушылардың бірлігі ретінде қабылдайды:

- A) Базалық сапа
- B) Бәсекелестік сапа
- C) Үлгімалды сапа
- D) Потенциалды сапа
- E) Үлгіласты сапа
- F) Салыстырмалы сапа

20. Жалпы сапаны басқарудың негізгі элементтері:

- A) Бөлімдер арасында өзара көмекті ынталандыру
- B) Қоластындағыларға жұмыста жәрдем беру
- C) Үдерістерге назар салу және шешімдерді нақты деректерге негіздеу
- D) Жұмысқа барлығын еліктіру, тұтынушыға ерекше көңіл аудару
- E) Қызметкерлердің жазалау шарасынан қорқыныш сезімін жою

21. Іскерлік беделді бағалаудың сандық әдістері:

- A) рейтингтік бағалау
- B) экспертті әдіс
- C) шамадан тыс пайда әдісі
- D) статистикалық әдіс
- E) қызметті өткізу көлемінің көрсеткіші негізіндегі әдіс

22. Іскерлік бедел құнын анықтаудағы әдістер:

- A) корреляциялық әдіс
- B) шектелген пайда әдісі
- C) қызметті өткізу көлемінің көрсеткіші негізіндегі әдіс
- D) шектелген ресурс әдісі
- E) статистикалық әдіс
- F) экономикалы-математикалық әдіс

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

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

24. Басқару нәтижелілігін сипаттайтын маңызды көрсеткіштер:

- A) Бірнеше маман сапаны жақсарту жүйесіне қатыстырылған
- B) Бекітілген мәселелерді ғана шешу
- C) Жұмысшы өзінің міндеттерін дұрыс түсінеді, ынталы және жұмысты орындауға дайын
- D) Технологияның шектеулі санын қолдану
- E) Персоналды жаңартпау
- F) Персоналдың аса күш салуын қажет етпейді, үлкен инвестицияларды талап етеді

25. Басқару шешімдерінің тиімді орындалуына ықпал ете алады:
- A) Функция аралық топтарды қолдану
 - B) Тиімділік және шынайылық
 - C) Тікелей көлденең байланысы қолдану
 - D) Алғашқы идеяның көрініс табу тереңдігі
 - E) Үлгі икемділігі
 - F) Иерархияны сақтау және басшылықтың орталықтануы
 - G) Үнемділік және шынайылық

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