

საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი
ბიზმნესინჟინერინგის ფაკულტეტის
ბიზნესის ადმინისტრირების დეპარტამენტი

საგამოცდო ტესტები საგანში - „სასტუმრო მომსახურების მართვა“
მაგისტრატურაში ჩასაბარებლად

ტესტები შედგენილია შემდეგი წიგნებისა და სახელმძღვანელოების მიხედვით:

- მ. მეტრეველი, „ტურიზმისა და სტუმარმასპინძლობის საფუძვლები“, თბ., 2011
- ე. ბარათაშვილი ლ. თაკვალანაძე, „მენეჯმენტის საფუძვლები“, თბ., 2010
- ნ. თოდუა, დ. მღებრიშვილი, „მარკეტინგის საფუძვლები“, თბ., 2009

ტურიზმი

1. პირველი იდეა „საქმიანი ადამიანების სადილის“ შესახებ კუთვნი:

- ა) თომას კუკს;
- ბ) ვლადიმერ რაიცს;
- გ) სეკმი ალაკამას;
- დ) არც ერთს.

2. რომელ წელს და სად აშენდა პირველი სასტუმრო ევროპაში?

- ა) საფრანგეთში, ქ. ნანტში 1788 წელს;
- ბ) ინგლისში, ქ. ლივერპულში 1650 წელს;
- გ) იტალია, ქ. მილანში 1791 წელს;
- დ) ესპანეთი, ქ. სალამანკაში 1779 წელს.

3. ტურიზმის „განმაპირობებელი“ ფაქტორებია:

- ა) დრო, გადაადგილების შეზღუდვა, ინფრასტრუქტურა;
- ბ) დრო, თანხები, მოტივაცია, გადაადგილების თავისუფლება, ინფრასტრუქტურა;
- გ) მხოლოდ კვების ობიექტები;
- დ) მხოლოდ სატრანსპორტო საშუალებები.

4. ტურისტული პროდუქტი არის:

- ა) ტურისტული მომსახურება, რომელიც უზრუნველყოფს ტურისტული ინფორმაციის მოხმარებასა და მოგზაურობის დროს ტურისტის მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილებას.
- ბ) ტურისტული საქონლის მოხმარება;
- გ) ტურისტული საქონლის წარმოება;
- დ) ტურისტული მომსახურების კომპლექსი, რომელიც უზრუნველყოფს ტურისტული მოგზაურობის დროს ტურისტის მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილებას.

5. რა არის ტურიზმის ინდუსტრია?

- ა) ყველა იმ საწარმოთა და ორგანიზაციათა ერთობლიობა, რომელთა საქმიანობაც ემსახურება ტურისტთა მოთხოვნილებების გამოვლენას;

- ბ) ყველა იმ საწარმოთა და ორგანიზაციათა ერთობლიობა, რომელთა საქმიანობაც ემსახურება ტურისტთა უფლებების დაცვას;
- გ) ყველა იმ საწარმოთა და ორგანიზაციათა ერთობლიობა, რომელთა საქმიანობაც ემსახურება ტურისტის მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილებას.
- დ) ყველა იმ საწარმოთა და ორგანიზაციათა ერთობლიობა, რომელთა საქმიანობაც ემსახურება ტურისტთა უსაფრთხოების დაცვას.

6. ტურისტული მომსახურების ხარისხი არის:

- ა) კვების დონის შესაბამისობა ტურისტთა მოლოდინთან;
- ბ) განთავსების დონის შესაბამისობა ტურისტთა მოლოდინთან;
- გ) მომსახურების დონის შესაბამისობა ტურისტთა მოლოდინთან;
- დ) ტრანსპორტირების დონის შესაბამისობა ტურისტთა მოლოდინთან;

7. „ტრანსფერი“ არის:

- ა) ტურისტის ორგანიზებული გადაყვანა ტრანსპორტითა ეროპორტიდან ან რკინიგზის სადგურიდან სასტუმროში, ან პირიქით;
- ბ) ტურისტის შიდა სატრანსპორტო გადაყვანები;
- გ) ტურისტის საექსკურსიო მომსახურება;
- დ) ტურისტის საბანკო მომსახურება.

8. რაწარმოადგენს ეკოლოგიური ტურიზმის ერთ-ერთ მიზან?

- ა) ეროვნული კერძების დაგემოვნება;
- ბ) გარემოს და ბინძურების შემცირება;
- გ) გარემოს და ბინძურების ზრდა;
- დ) ქვეყნის პოლიტიკური და ეკონომიკური მდგომარეობის შესწავლა;

9. „თაიმშერი“ არის:

- ა) ინდივიდუალური მომსახურება და ტურისტულ ბიზნესში ნიშნავს უძრავი ქონების ერთობლივ ფლობას;
- ბ) საკლუბო მომსახურება და ტურისტულ ბიზნესში ნიშნავს უძრავი ქონების ინდივიდუალურ ფლობას;
- გ) საკლუბო მომსახურება და ტურისტულ ბიზნესში ნიშნავს უძრავი ქონების ერთობლივ ფლობას;
- დ) არც ერთი პასუხი არ არის სწორი.

10. რა არის „ინსენტეივ ტური“?

- ა) სოციალურად დაუცველი ფენისთვის მოწყობილი ტური;
- ბ) ტურისტული კომპანიისთვის მოწყობილი საინფორმაციო ტური;
- გ) სკოლის მოსწავლეთათვის მოწყობილი შემეცნებითი ტური;
- დ) ორგანიზაციის თანამშრომლებისთვის მოწყობილი წამახალისებელი ტური.

11. ტურისტის მოგზაურობის მიზნებია:

- ა) ახალი კულტურის, ცხოვრების წესის, ეროვნული კერძებისა და ა.შ. გაცნობა;
- ბ) ახალი ბიზნესსაქმიანობის წამოწყება;
- გ) ეკონომიკური შემოსავლის მიღება;
- დ) პროფესიის შეცვლა.

12. მასლოუ გამოყოფდა ადამიანის მოთხოვნილებათა:

- ა) 1 კლასს;
- ბ) 3 კლასს;
- გ) 4 კლასს;
- დ) 5 კლასს.

13. ინდივიდისთვის გარეგანი მოტივაციის ფაქტორები წარმოიშობა:

- ა) ბუნებრივი გარემოდან;
- ბ) სოციალურ-კულტურული გარემოდან;
- გ) საკუთარი მოთხოვნილებებიდან;
- დ) საკუთარი ინტელექტის დონიდან;

14. სასტუმრო არის:

- ა) განთავსების კოლექტიური საშუალება;
- ბ) განთავსების ინდივიდუალური საშუალება;
- გ) განთავსების ჯგუფური საშუალება;
- დ) არც ერთი პასუხი არ არის სწორი.

15. კემპინგი არის:

- ა) მცურავი სასტუმრო წყალზე;
- ბ) ავტო, მოტო, ველო ტურისტებისათვის განკუთვნილი განთავსების საშუალება;
- გ) მოძრავი სასტუმრო, რომელიც შედგება ვაგონებში მოწყობილი ნომრებისაგან;
- დ) გემი, რომელიც გამოიყენება სასტუმროდ.

16. სასტუმროთა რომელ ტიპს განეკუთვნება „ჰოსტელი“?

- ა) მცირე ზომის სასტუმროს წყალზე;
- ბ) კურორტზე განთავსებულ სასტუმროს;
- გ) ხუთვარსკვლავიან სასტუმროთა ტიპს;
- დ) ახალგაზრდული ტიპის სასტუმროს მინიმალური კომფორტით.

17. სასტუმროში მიღებისა და განთავსების სამსახურს ევალება:

- ა) სასტუმროში კვების მომსახურების უზრუნველყოფა;
- ბ) სასტუმროს ნომრების სანიტარულ-ჰიგიენური მდგომარეობის უზრუნველყოფა;
- გ) სასტუმროში უსაფრთხოების უზრუნველყოფა;
- დ) სასტუმროს კლიენტთა რეგისტრაციისა და ნომრებში განთავსების უზრუნველყოფა;

18. სასტუმროს მართვის სტრუქტურა შედგება:

- ა) მიღებისა და განთავსების, კვების, უსაფრთხოების, ნომრის ფონდის ექსპლუატაციის, მარკეტინგისა და საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურისაგან;
- ბ) მიღებისა და განთავსების, კვების, უსაფრთხოების, საექსკურსიო-სამუზეუმო, სადაზღვევო სამსახურისაგან;
- გ) მიღებისა და განთავსების, კვების, უსაფრთხოების, ჯანმრთელობის დაცვის, მარკეტინგისა და საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურისაგან;

დ) მიღებისა და განთავსების, კვების, კულტურის, ნომრის ფონდის ექსპლუატაციის, მარკეტინგისა და საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურისაგან.

19. მსოფლიოში არსებობს სასტუმროთა კლასიფიკაციის:

- ა) 30-ზე მეტი სისტემა;
- ბ) 35-ზე მეტი სისტემა;
- გ) 40-ზე მეტი სისტემა;
- დ) 45-ზე მეტი სისტემა.

20. სასტუმროების კლასიფიკაციის ეროვნულ სისტემას საფუძვლად უდევს:

- ა) ფრანგული ეროვნული სისტემა, გერმანული ეროვნული სისტემა;
- ბ) ფრანგული ეროვნული სისტემა, ინდური ეროვნული სისტემა;
- გ) ამერიკული ეროვნული სისტემა, ინდური ეროვნული სისტემა;
- დ) ფრანგული ეროვნული სისტემა, ბრიტანული ეროვნული სისტემა;

21. სასტუმროს ეფექტიანობის მაჩვენებელს წარმოადგენს:

- ა) სასტუმროს ადგილმდებარეობა;
- ბ) სასტუმროს დიზანი;
- გ) სასტუმროს დატვირთვა;
- დ) სასტუმროს სტუმართა სოციალური მდგომარეობა.

22. სასტუმროების კლასიფიკაციის ფრანგული სისტემა გულისხმობს:

- ა) 5 ვარსკვლავს;
- ბ) 8 ვარსკვლავს;
- ბ) 10 ვარსკვლავს;
- გ) არც ერთი პასუხი სწორი არ არის.

23. ფრანგული ეროვნული სისტემით, სამვარსკვლავიან სასტუმროს უნდა ჰქონდეს:

- ა) არანაკლებ 5 ნომრისა;
- ბ) არანაკლებ 7 ნომრისა;
- გ) არანაკლებ 10 ნომრისა;
- დ) არანაკლებ 12 ნომრისა.

24. სასტუმროს გენერალურის მენეჯერის ფუნქციებში შედის:

- ა) სასტუმროს მართვის სტრატეგიის შემუშავება და მისი განხორციელება;
- ბ) ანგარიშის გაკეთება დირექტორთა საბჭოსთან;
- გ) ქვედანაყოფების მუშაობის კოორდინაცია;
- დ) ყველა პასუხი სწორია.

25. სასტუმროში ნახევარ პანსიონი ნიშნავს:

- ა) ორჯერად კვებას;
- ბ) სამჯერად კვებას;
- გ) ოთხჯერად კვებას;
- დ) ერთჯერად კვებას.

26. „ა-ლა კარტი“ ნიშნავს მომსახურების სახეობას:

- ა) სასტუმროს ბარში;
- ბ) სასტუმროს ნომერში;
- გ) სასტუმროს რესტორანში;
- დ) არც ერთი პასუხი არ არის სწორი.

27.ატრაქცია არის :

- ა) ტურისტული სანახაობა რელიგიური ობიექტებით;
- ბ) ტურისტული სანახაობა საჩვენებელი და გასართობი ობიექტებით;
- გ) ტურისტული სანახაობა საგანმანათლებლო ობიექტებით;
- დ) ტურისტული სანახაობა სამედიცინო-გამაჯანსაღებელი ობიექტებით;

28. იუნესკოს მსოფლიო მნიშვნელობის ძეგლთა დაცვის სიაში შესულია:

- ა) 3 ქართული ისტორიული ძეგლი;
- ბ) 5 ქართული ისტორიული ძეგლი;
- გ) 7 ქართული ისტორიული ძეგლი;
- დ) 10 ქართული ისტორიული ძეგლი.

29.ანიმაცია არის:

- ა) ტურისტთა კვების ორგანიზება;
- ბ) ტურისტთა განთავსების ორგანიზება;
- გ) ტურისტთა გართობის ორგანიზება;
- დ) ტურისტთა ტრანსპორტირების ორგანიზება;

30.ანიმაციური პროგრამები შეიძლება იყოს :

- ა) სპორტული;
- ბ) რეკრეაციული;
- გ) სიტუაციური;
- დ) ყველა პასუხი სწორია.

31. ტუროპერატორი არის:

- ა) ტურისტული პროდუქტის მხოლოდ მწარმოებელი კომპანია;
- ბ) ტურისტული პროდუქტის მხოლოდ რეალიზატორი კომპანია;
- გ) ტურისტული პროდუქტის მწარმოებელი და რეალიზატორი კომპანია;
- დ) არც ერთი პასუხი არ არის სწორი.

32. ტუროპერატორები შეიძლება იყოს:

- ა) მასობრივი ბაზრის ტუროპერატორები ან სპეციალიზებული ტუროპერატორები;
- ბ) ინიციაციური ტუროპერატორები;
- გ) რეცეფციული ტუროპერატორები;
- დ) ყველა პასუხი სწორია.

33. ინიციაციური ტუროპერატორები ტურისტებს:

- ა) ემსახურებიან ქვეყნის ტერიტორიაზე მოზაურობისას;

- ბ) ემსახურებიან სხვა ქვეყანაში მოგზაურობისთვის;
- გ) ემსახურებიან რესტორანში;
- დ) ემსახურებიან სასტუმროში.

34. რეკლამა არის:

- ა) მიზნობრივი აუდიტორიისთვის პროდუქტისა და მომსახურების მიყიდვა;
- ბ) მიზნობრივი აუდიტორიისთვის პროდუქტისა და მომსახურების წარდგენა და გასაღების სტიმულირება;
- გ) მიზნობრივი აუდიტორიისთვის პროდუქტისა და მომსახურების წარმოება;
- დ) მიზნობრივი აუდიტორიისთვის პროდუქტისა და მომსახურების მწარმოებლის გაცნობა;

35. დღეში ერთი მომხმარებლის ხედვის არეში ხვდება საშუალოდ:

- ა) 100-მდე რეკლამა;
- ბ) 200-მდე რეკლამა;
- გ) 300-მდე რეკლამა;
- დ) 500-მდე რეკლამა.

36. ტურისტული რეკლამის მიზნებია:

- ა) ინფორმირება;
- ბ) დარწმუნება;
- გ) ზემოქმედება მეხსიერებაზე;
- დ) სამივე ერთად.

37. ტურპროდუქტისარასარეკლამო წინ წაწევის მეთოდია:

- ა) პირადი (პერსონალური) გაყიდვები, განხორციელებული აგენტის მეშვეობით;
- ბ) პირდაპირი ინფორმაციის დაგზავნა და სხვადასხვა მონაცემების ბაზებთან მუშაობა;
- გ) პირდაპირი მარკეტინგი;
- დ) სამივე პასუხი სწორია.

38. ტურიზმის მიზნებისთვის ავტომატიზებული სისტემების გამოყენება დაიწყო:

- ა) 1990 წელს;
- ბ) 1995 წელს;
- გ) 1999 წელს;
- დ) 2000 წელს.

39. „დეზინტერმედიაცია“ ეწოდება:

- ა) ტურპროდუქტის რეალიზაციის ჯაჭვში შუამავლების მოხვედრის პროცესს;
- ბ) ტურპროდუქტის რეალიზაციის ჯაჭვიდან შუამავლების ამოვარდნის პროცესს;
- გ) ტურპროდუქტის რეალიზაციის ჯაჭვში შუამავლების პოზიციების გამყარების პროცესს;
- დ) ტურპროდუქტის რეალიზაციის ჯაჭვში შუამავლების ცვლილების პროცესს;

40. ძირითადი სფერო, სადაც ინტერნეტი გავლენას ახდენს თანამშრომლობაზე არის:

- ა) პროდუქტის დამუშავება;
- ბ) შესყიდვა;

- გ) ერთობლივი ვაჭრობა;
- დ) სამივე ერთად.

41. „ტურიზმის ქარტია და ტურისტის კოდექსი“ მიღებულ იქნა:

- ა) 1980 წელს;
- ბ) 1981 წელს;
- გ) 1983 წელს;
- დ) 1985 წელს

42. „ტურიზმის გლობალური ეთიკის კოდექსი“ მიღებულ იქნა:

- ა) 1990 წელს;
- ბ) 1995 წელს;
- გ) 1999 წელს;
- დ) 2005 წელს.

43. „საქართველოს კანონი ტურიზმისა და კურორტების შესახებ“ მიღებულ იქნა:

- ა) 1992 წელს;
- ბ) 1995 წელს;
- გ) 1996 წელს;
- დ) 1997 წელს.

44. ტურისტული ბაზარი არის გარემო, სადაც:

- ა) მხოლოდ ტურისტული პროდუქტის მყიდველები იკრიბებიან ტურისტული პროდუქტის შექმნის მიზნით;
- ბ) მხოლოდ ტურისტული პროდუქტის გამყიდველები იკრიბებიან ტურისტული პროდუქტის გაყიდვის მიზნით;
- გ) ტურისტული პროდუქტის მყიდველები და გამყიდველები იკრიბებიან თანხისა და ტურისტული პროდუქტის გაცვლის მიზნით;
- დ) ტურისტული პროდუქტის მყიდველები იკრიბებიან თანხის გაცვლის მიზნით;

45. რომელი მიმართულებით განიხილება ტურიზმისა და გარემოს ურთიერთობა?

- ა) ტურისტი - გარემოსთან ურთიერთკავშირში;
- ბ) ტურისტი - მასპინძელთან ურთიერთკავშირში;
- გ) მასპინძელი - გარემოსთან ურთიერთკავშირში;
- დ) სამივე მიმართულებით;

46. „გამტარუნარიანობა“ - დაცული ტერიტორიების გამოყენების ის მაჩვენებელია, რომელიც ბუნებრივ რესურსებზე:

- ა) მინიმალური ზემოქმედების პირობებში უზრუნველყოფს ვიზიტორთა დაკმაყოფილების მაღალ დონეს;
- ბ) მაქსიმალური ზემოქმედების პირობებში უზრუნველყოფს ვიზიტორთა დაკმაყოფილების მაღალ დონეს;
- გ) საშუალო ზემოქმედების პირობებში უზრუნველყოფს ვიზიტორთა დაკმაყოფილების მაღალ დონეს;
- დ) არ უზრუნველყოფს ვიზიტორთა დაკმაყოფილების არც ერთ დონეს.

47. გაერთიანებული ერების მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის აბრევიატურაა:

- ა) WTTC;
- ბ) UNESCO;
- გ) UNWTO;
- დ) GIZ.

48. საერთაშორისო ტურისტულ ორგანიზაციებს წარმოადგენს:

- ა) ზოგადი ხასიათის მსოფლიო ორგანიზაციები;
- ბ) დარგობრივი ხასიათის მსოფლიო ორგანიზაციები;
- გ) სპეციალიზებული ორგანიზაციები;
- დ) ყველა პასუხი სწორია.

49. საქართველოში არის:

- ა) 102 კურორტი და 182 საკურორტო ადგილი;
- ბ) 110 კურორტი და 180 საკურორტო ადგილი;
- გ) 112 კურორტი და 112 საკურორტო ადგილი;
- დ) 115 კურორტი და 200 საკურორტო ადგილი;

50. 1990 წლამდე საქართველო მასპინძლობდა:

- ა) 2 მლნ-მდე ტურისტს;
- ბ) 3 მლნ-მდე ტურისტს;
- გ) 4 მლნ-მდე ტურისტს;
- დ) 5 მლნ-მდე ტურისტს;

მენეჯმენტი

51. რამდენი ეტაპისაგან შედგება ნებისმიერი მატერიალურის სისტემის სასიცოცხლო ციკლი?

- ა) 6;
- ბ) 7;
- გ) 8;
- დ) 9.

52. რომელი არ შეეძინება კონომიკური ინტერესების სტრუქტურაში?

- ა) საერთოსახელმწიფოებრივი ინტერესები;
- ბ) ჯგუფური და საწარმოს ინტერესები;
- გ) პირადი ინტერესები;
- დ) კლანური ინტერესები.

53. რა არის რელაქსაცია?

- ა) ნერვული და ძაბულობის უმაღლეს დონემდე აყვანა;
- ბ) ნერვული და ძაბულობის საშუალო დონემდე აყვანა;
- გ) ნერვული და ძაბულობის დაბალ დონემდე აყვანა;
- დ) ნერვული და ძაბულობის მოხსნა.

54. რისგანყალიბდება მიზნისპრიორიტეტისპრინციპი?

- ა) მიზანი-ფუნქცია-ამოცანა;
- ბ) მიზანი-ამოცანა-ფუნქცია;
- გ) ამოცანა-მიზანი-ფუნქცია;
- დ) ამოცანა-ფუნქცია-მიზანი.

55. რასნიშნავს ტერმინი „ფუნქცია“?

- ა) ახსნას, განმარტებას;
- ბ) დაქვემდებარებას;
- გ) საქმიანობას, მოვალეობას;
- დ) გაგებას, დაზუსტებას.

56. რამდენისუბიექტისაგანშედგებაა. მასლოუსიერარქიულიპირამიდა?

- ა) 4;
- ბ) 5;
- გ) 6;
- დ) 7.

57. რასმოიგავსადმინისტრაციულიხასიათისსაქმიანობა?

- ა) შრომისანაზღაურება;
- ბ) შრომითიპროცესისრიტმულობისდაცვა;
- გ) ენერგიითუზრუნველყოფა;
- დ) სამუშაოთაგანაწილება.

58. როგორგანიხილებასაწარმო?

- ა) ტექნიკურისისტემა;
- ბ) ეკონომიკურისისტემა;
- გ) სოციალურისისტემა;
- დ) ყველაზემოაღნიშნულისერთობლიობა.

59. რასუთმობენმეტყურადღებასმსხვილიდასაშუალოფირმებისმაღალიდონის მმართველები?

- ა) სტრატეგიულდაგეგმვას;
- ბ) ტაქტიკურდაგეგმვას;
- გ) ოპერატიულდაგეგმვას;
- დ) მიმდინარედაგეგმვას.

60. როგორიამართვისბიუროკრატიულიტიპისსტრუქტურა?

- ა) ერთდონიანი;
- ბ) ჰორიზონტალურიწრფივი (ხაზობრივია);
- გ) იერარქიული;
- დ) ერთგვაროვანი.

61. რასნიშნავს ფლებამოსილების დელეგირება?

- ა) რესურსების განაწილებას;
- ბ) პასუხისმგებლობის განაწილებას;
- გ) ფუნქციების განაწილებას;
- დ) პროდუქციის განაწილებას.

62. რას მიეკუთვნება ორგანიზაციის იმიჯი?

- ა) ეკონომიკურ ფაქტორებს;
- ბ) ტექნოლოგიურ ფაქტორებს;
- გ) ბუნებრივ ფაქტორებს;
- დ) სოციალურ-ფსიქოლოგიურ ფაქტორებს.

63. რა არის კომუნიკაცია?

- ა) საქონლის გაცვლის პროცესი;
- ბ) ინფორმაციის გაცვლის პროცესი;
- გ) გამოცდილების გაცვლის პროცესი;
- დ) ტექნოლოგიის გაცვლის პროცესი.

64. რა არის ინფორმაცია?

- ა) სუბიექტსა და ობიექტს შორის კავშირის ფორმა;
- ბ) ადამიანებს შორის შეტყობინებების გაცვლა;
- გ) მენეჯმენტის უზრუნველყოფა შეტყობინებებით;
- დ) სარწმუნო და ოპერატიული ინაჰაღებების ერთიანობა.

65. რა უზრუნველყოფს საწარმოს აქმიანობის სტაბილურობას?

- ა) საწარმოს პერსონალის შემცირება;
- ბ) პროდუქციაზე ფასების მომატება;
- გ) კორპორაციებში გაერთიანება;
- დ) საწარმოს მარაგის წინასწარ შექმნა.

66. რამდენი ფაზისგან შედგება მენეჯმენტის ციკლი?

- ა) ერთი;
- ბ) ორი;
- გ) სამი;
- დ) ოთხი.

67. საიდან იწყება ხარისხის კონტროლი?

- ა) პროდუქტის რეალიზაციის მომენტიდან;
- ბ) პროდუქტის შემუშავების მომენტიდან;
- გ) პროდუქტის მოხმარების მომენტიდან;
- დ) რესურსის შემენის მომენტიდან.

68. რომელინიშან-თვისება ახასიათებს ადმინისტრირებას?

- ა) მკაცრი იერარქია;

- ბ) მართვის ფუნქციონალურის სისტემების უპირატესი გამოყენება;
- გ) მმართველობითი გადაწყვეტილებების მიღების ადაფიქსაციის ფორმალიზებული წესი;
- დ) ყველა პასუხის წორია.

69. ბიზნეს-გეგმარის:

- ა) აუცილებლად შესასრულებელი;
- ბ) პროგნოზული;
- გ) საორიენტაციო ხასიათის;
- დ) ბიზნესის კონცეფცია.

70. რომელი არ მიეკუთვნება მენეჯმენტის ელემენტს?

- ა) მენეჯმენტის თეორია;
- ბ) მენეჯმენტის მეთოდები;
- გ) მენეჯმენტის ორგანიზაცია;
- ე) მენეჯმენტის კანონები.

71. დაგეგმვა, როგორც ფუნქცია, მოიცავს:

- ა) წარმოების განვითარების განსაზღვრას;
- ბ) დასმული მიზნების ადაამოცანების გზებს ადამეთოდებს;
- გ) მოსალოდნელი შედეგების წინასწარ განჭვრეტას;
- დ) ყველა პასუხის წორია.

72. რა არის მენეჯმენტი?

- ა) მართვის ძირითადი პრინციპი;
- ბ) მართვის თეორია და პრაქტიკა;
- გ) მხოლოდ მართვის თეორია;
- დ) მხოლოდ მართვის პრაქტიკა.

73. ვინ შემოიღო პირველი დკონცეფცია "მართვის პრინციპები"?

- ა) ა. მასლოუმი;
- ბ) ა. ფაილიმი;
- გ) პ. გეტომ;
- დ) ფ. ტელიორმა.

74. რა არის მართვის პროცესი?

- ა) მენეჯერის თანმიმდევრული საქმიანობა;
- ბ) უწყვეტი, ურთიერთდაკავშირებული ფუნქციების ერთობლიობა;
- გ) პრინციპების ადამართვის მეთოდების ერთობლიობა;
- დ) ყველა ერთად.

75. მართვის რა ფუნქცია უზრუნველყოფს ურთიერთშეთანხმებულ მოქმედებას?

- ა) სეგმენტიზაცია;
- ბ) დისოციაცია;
- გ) ასოციაცია;

დ) კოორდინაცია.

76. რა არის ძირითადი დამახასიათებელი თვისება იმ კომპანიისა, რომელსაც მართვის ორგანული ტიპი გააჩნია?

- ა) მოუქნელობა;
- ბ) მცირე ზომა;
- გ) მოქნილობა;
- დ) არცერთი პასუხის წორი არ არის.

77. ვინ არის მოტივაციის თეორიის ავტორები?

- ა) ა. მასლოუ;
- ბ) ფ. ჰერცბერგი;
- გ) დ. მაკლელანდი;
- დ) სამივე.

78. რა არის საკომუნიკაციო ქსელი?

- ა) პროფესიული კავშირი;
- ბ) კომუნიკაციის პროცესის მონაწილეთა კავშირი;
- გ) კომუნიკაციის პროცესის არამონაწილეთა კავშირი;
- დ) არცერთი პასუხის წორი არ არის.

79. რა არ მიეკუთვნება კომუნიკაციის პროცესის ძირითად ელემენტებს?

- ა) საუბარი;
- ბ) მოსმენა;
- გ) ფუნქცია;
- დ) არცერთი პასუხი არ არის წორი.

80. კონტროლი ეფექტურია მაშინ, როდესაც:

- ა) კონტროლის შედეგად ემატება მასზე გაწეულ ხარჯებს;
- ბ) კონტროლის შედეგინაკლებია მასზე გაწეულ ხარჯებზე;
- გ) კონტროლის შედეგი ტოლია მასზე გაწეულ ხარჯების;
- დ) არცერთი პასუხი არ არის წორი.

81. ინფორმაციის წყარო შეიძლება იყოს:

- ა) ინდივიდი;
- ბ) სხვადასხვა პირთა ჯგუფი;
- გ) ორგანიზაცია;
- დ) ყველა პასუხის წორია.

82. მართვითი გადაწყვეტილებების მიღებისას საუკეთესო ეფექტს იძლევა:

- ა) გამოცდილების ადაცოდნის კომბინაცია;
- ბ) თანამედროვე ტექნოლოგიების გამოყენება;
- გ) მენეჯერის ინტუიცია;
- დ) ყველა პასუხის წორია.

83. გადაწყვეტილებებს, რომელიც განსაზღვრავს ორგანიზაციის ასპექტებს ეწოდება:

- ა) პრიორიტეტული;
- ბ) კონცეპტუალური;
- გ) ავტორიტეტული;
- დ) ფუნდამენტური.

84. რას არ მოიცავს თვითკონტროლის პრინციპი?

- ა) სამართავი სისტემის მდგომარეობისა და ფუნქციონირების სტანდარტების დადგენას;
- ბ) მმართველი სისტემის მიმდინარე მდგომარეობისა და მასში მიმდინარე პროცესების შეფასებას შესაძლო გადახრების გამოვლენის მიზნით;
- გ) გამოვლენილი გადახრების დაძლევის, ანუ მმართველი სისტემის მოყვანა ისეთ მდგომარეობაში, რომელიც შეესაბამება დადგენილ სტანდარტებს;
- დ) გადახრებთან დაკავშირებით დამნაშავეს გამოვლენას და დასჯას.

85. მენეჯერის შემსრულებელზე მიზანმიმართული ზემოქმედების ხერხებისა და საშუალებების ერთობლიობა, არის:

- ა) ფუნქციები;
- ბ) მეთოდები;
- გ) დაგეგმვა;
- დ) ყველა პასუხი სწორია.

მარკეტინგი

86. XXI საუკუნეში მარკეტინგის თეორია მარკეტინგს განიხილავს როგორც:

- ა) სასაქონლო კონცეფციას;
- ბ) მმართველობით კონცეფციას;
- გ) ფუნქციურ კონცეფციას;
- დ) აღწერილობით კონცეფციას.

87. წარმოების სრულყოფის კონცეფციის გამოყენებისას ძალიან მცირე მიმართულია :

- ა) მომხმარებელთა შესწავლაზე;
- ბ) ბაზრის პროგნოზირებაზე;
- გ) წარმოების სრულყოფა და გასაღების სისტემის ეფექტიანობის ამაღლებაზე;
- დ) კონკურენტების შესწავლაზე.

88. რომელმა მარკეტინგულმა კონცეფციამ დააკავშირა ერთმანეთთან საწარმოს, მომხმარებლების და საზოგადოების ინტერესები?

- ა) სოციალურ-ეთიკურმა მარკეტინგის კონცეფციამ;
- ბ) საქონლის სრულყოფის კონცეპციამ;
- გ) უშუალოდ მარკეტინგის კონცეფციამ;
- დ) წარმოების სრულყოფის კონცეფციამ.

89. მარკეტინგის ძირითად სახეს წარმოადგენს:

- ა) პროდუქტზე ან მომსახურებაზე ორიენტირებული მარკეტინგი,
- ბ) მიმწოდებელზე ორიენტირებული მარკეტინგი
- გ) საკონტაქტო აუდიტორიაზე ორიენტირებული მარკეტინგი
- დ) შუამავლებზე ორიენტირებული მარკეტინგი

90. მომსახურების მარკეტინგის ცალკე გამოყოფა განაპირობა:

- ა) წყაროდან გამოყოფის შესაძლებლობამ;
- ბ) ხარისხის მდგრადობამ;
- გ) არახელშესახებობამ;
- დ) საკუთრების უფლებამ.

91. მარკეტინგის მართვის პროცესის ძირითად ეტაპებს არ მიეკუთვნება:

- ა) მარკეტინგის კომპლექსის დამუშავება;
- ბ) შუამავლების მოთხოვნილებების გათვალისწინება;
- გ) საბაზრო შესაძლებლობების ანალიზი;
- დ) მიზნობრივი ბაზრების შერჩევა.

92. ბაზრის სეგმენტაციაში იგულისხმება:

- ა) მომხმარებელთა ჯგუფებად დაყოფა ერთგვაროვანი ნიშნების მიხედვით;
- ბ) საწარმოთა ჯგუფებად დაყოფა არაერთგვაროვანი ნიშნების მიხედვით;
- გ) მომხმარებელთა ჯგუფებად დაყოფა არაერთგვაროვანი ნიშნების მიხედვით;
- დ) საქონლის ან მომსახურების დაყოფა ერთგვაროვანი ნიშნების მიხედვით.

93. მარკეტინგის კომპლექსში 4P არ შედის:

- ა) ფასების პოლიტიკა;
- ბ) გასაღების პოლიტიკა;
- გ) კონტოლის პოლიტიკა;
- დ) სასაქონლო პოლიტიკა;

94. მარკეტინგული სამსახურები ძირითადად იქმნება:

- ა) სასაქონლო პრინციპის მიხედვით;
- ბ) ფუნქციური პრინციპის მიხედვით;
- გ) გეოგრაფიული პრინციპის მიხედვით;
- დ) საბაზრო პრინციპის მიხედვით.

95. ბიზნეს გეგმის სტრუქტურაში ცალკე ქვედანაყოფად არ გამოყოფენ:

- ა) მენეჯმენტის გეგმას;
- ბ) საფინანსო გეგმას;
- გ) საწარმოო გეგმას;
- დ) მარკეტინგის გეგმას.

96. მარკეტინგის გეგმა უნდა მოიცავდეს:

- ა) ბაზრის მიმდინარე მდგომარეობას;
- ბ) SWOT ანალიზს;

- გ) მარკეტინგის სტრატეგიას;
- დ) სამივე პასუხი სწორია.

97. სტრატეგიულ კონტროლს უწოდებენ:

- ა) მარკეტინგის პრინციპებს;
- ბ) მარკეტინგის კომლექსს;
- გ) მარკეტინგის მენეჯმენტს;
- დ) მარკეტინგის აუდიტს.

98. მარკეტინგული გარემოს რევიზია ითვალისწინებს:

- ა) დემოგრაფიულ ფაქტორებს;
- ბ) ფირმის საქმიანობის პროგრამას;
- გ) ფუნქციურ ეფექტიანობას;
- დ) მომგებიანობის ანალიზს.

99. მარკეტინგის ფუნქციური შემადგენლობის რევიზია მოიცავს:

- ა) საქონელს და ფასს;
- ბ) მარკეტინგის დაგეგმვის და კონტროლის სისტემას;
- გ) ფორმალურ სტრუქტურას და ეფექტიანობას;
- დ) ეკონომიკურ და ბუნებრივ ფაქტორებს.

100. მარკეტინგის მიკროგარემოში შედიან:

- ა) მომხმარებლები;
- ბ) კონკურენტები;
- გ) შუამავლები;
- დ) სამივე პასუხი სწორია.

101. მარკეტინგის მაკროგარემო ყალიბდება საწარმოსგან შემდგევი დამოუკიდებელი ფაქტორებისგან:

- ა) დემოგრაფიული, პოლიტიკური, ეკონომიკური;
- ბ) დემოგრაფიული, ფსიქოლოგიური, ეკონომიკური;
- გ) პოლიტიკური, სამართლებრივი, კვლევითი,
- დ) დემოგრაფიული, ბუნებრივი, საფინანსო.

102. რომელი მაჩვენებლებით ფასდება მომწოდებლების საქმიანობა ?

- ა) მოწოდებული საქონლის ხარისხის შესაბამისობით დადგენილ სტანდარტებთან;
- ბ) ხელშეკრულებით შეთანხმებული ფასების დაცვით;
- გ) ხელშეკრულებით გათვალისწინებული ვადების დაცვით;
- დ) ყველა პასუხი სწორია;

103. საქართველოში ბიზნესის მარეგულირებელი კანონია:

- ა) საქართველოს კანონი მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ;
- ბ) საქართველოს ორგანული კანონის საქართველოს შრომის კოდექსი;
- გ) საქართველოს კანონი ტურიზმისა და კურორტების შესახებ;
- დ) საქართველოს კანონი უმაღლესი განათლების შესახებ.

104. მარკეტინგულ ეთიკაში იგულისხმება მარკეტოლოგების და ბიზნესში დასაქმებული ყველა ადამიანის:

- ა) ქცევის სტანდარტები, მორალური ფასეულობები;
- ბ) მორალური ფასეულობები და მოთხოვნილებები;
- გ) ქცევის სტანდარტები და შემოსავალი;
- დ) ცხოვრების წესი.

105. მარკეტინგის ამერიკელი სპეციალისტები-ლ. ბუნი და დ. კურცი მარკეტინგის ეთიკურ საკითხებს განიხილავენ:

- ა) მარკეტინგის სახეების ჭრილში;
- ბ) მარკეტინგის კომპლექსის ელემენტების ჭრილში;
- გ) მარკეტინგის სისტემების ჭრილში;
- დ) მარკეტინგის კონცეფციების ჭრილში.

106. სოციალური პასუხისმგებლობის დონეებია:

- ა) ეკონომიკური, სამართლებრივი, ეთიკური, კულტურული;
- ბ) პოლიტიკური, სამართლებრივი, ეთიკური, ფილანტროპული;
- გ) ეკონომიკური, სამართლებრივი, ეთიკური, ფილანტროპული;
- დ) ეკონომიკური, სამართლებრივი, ფინანსური, ფილანტროპული.

107. მარკეტინგულ ინფორმაციაში არ იგულისხმება:

- ა) მონაცემები საქონელზე, მოთხოვნასა და მიწოდებაზე;
- ბ) მონაცემები მომხმარებელთა ინტერესებზე;
- გ) მონაცემები ბაზარსა და ფასებზე;
- დ) ყველა პასუხი სწორია.

108. პანელური მარკეტინგული კვლევა გულისხმობს:

- ა) პერიოდულ კვლევას;
- ბ) მეორად ინფორმაციაზე დამყარებულ კვლევას;
- გ) განსხვავებულ პრობლემათა ერთდროულ კვლევას;
- დ) პირველად მარკეტინგულ ინფორმაციაზე დამყარებულ კვლევას.

109. პირველადი ინფორმაციის შეგროვების მეთოდი არ არის:

- ა) გამოკითხვა;
- ბ) დისკუსია;
- გ) დაკვირვება;
- დ) ექსპერიმენტი.

110. მარკეტინგული კვლევის ზოგადი მეთოდია:

- ა) ინდუქცია;
- ბ) საბალანსო მეთოდი;
- გ) დინამიკური მწკრივების აგება;
- დ) საინდექსო მეთოდი.

111. მარკეტინგული კვლევის კონკრეტული მეთოდია:

- ა) დედუქცია;
- ბ) დაჯგუფება;
- გ) ანალიზი;
- დ) სინთეზი.

112. მომხმარებელთა ტიპოლოგია დგინდება შემდეგი ნიშნების მიხედვით:

- ა) ეკონომიკური, სოციალური, დემოგრაფიული;
- ბ) პოლიტიკური, სოციალური, დემოგრაფიული;
- გ) ეკონომიკური, კულტურული, დემოგრაფიული;
- დ) ეკონომიკური, ფიზიოლოგიური, დემოგრაფიული.

113. ბაზარზე საწარმოს შენარჩუნება და განმტკიცება უშუალოდ უკავშირდება:

- ა) საქონლის ფასის ზრდას;
- ბ) სასაქონლო ასორტიმენტის განახლება-განვითარებას;
- გ) საქონლის რაოდენობის ზრდას;
- დ) პარტნიორთა დამოკიდებულებას;

114. ფასწარმოქმნის მეთოდები დაფუძნებულია:

- ა) საქონლისა და მომსახურების თვითღირებულებაზე;
- ბ) მომხმარებელთა რაოდენობაზე;
- გ) გეოგრაფიულ არეალზე;
- დ) სასაქონლო ასორტიმენტზე.

115. მომსახურების მარკეტინგის პროცესის დიფერენცირება შესაძლებელია:

- ა) პერსონალის მიხედვით;
- ბ) ფიზიკური გარემოს მიხედვით;
- გ) მომსახურების პროცესის მიხედვით;
- დ) ყველა პასუხი სწორია.

116. საერთაშორისო მარკეტინგში მიღებულ ძირითად გადაწყვეტილებებში არ შედის:

- ა) საერთაშორისო ბაზრებზე გასვლის მიზანშეწონილობის დადგენა;
- ბ) საერთაშორისო მარკეტინგული გარემოს ანალიზი;
- გ) საერთაშორისო მარკეტინგული კომპლექსის სტრუქტურის დადგენა;
- დ) საერთაშორისო კრედიტის მიღების შესაძლებლობების განსაზღვრა.

117. საერთაშორისო დონეზე მოქმედ ძალებსა და ფაქტორებს მიეკუთვნება:

- ა) ეკონომიკური გარემო, კულტურული გარემო;
- ბ) პოლიტიკურ-სამართლებრივი გარემო;
- გ) საინფორმაციო-ტექნოლოგიური გარემო;
- დ) ყველა პასუხი სწორია.

118. საერთაშორისო ბაზრებზე გასვლის სტრატეგიებს მიეკუთვნება:

- ა) იმპორტული და ექსპორტული ოპერაციების განხორციელება;
- ბ) საკონტრაქტო შეთანხმების დადება;
- გ) საერთაშორისო პირდაპირი ინვესტიციები;
- დ) ყველა პასუხი სწორია.

119. საკონტრაქტო შეთანხმების ფორმებში არ შედის:

- ა) პირდაპირი ინვესტიციები;
- ბ) სუბსანარდო შეთანხმება;
- გ) ლიცენზირება;
- დ) ფრენშიაიზინგი.

120. საერთაშორისო მარკეტინგის ძირითადი ელემენტია:

- ა) სტანდარტიზაცია;
- ბ) სერტიფიკაცია;
- გ) ლიცენზირება;
- დ) ინვესტირება.