|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Вид** | **Код** | **Текст названия вопроса, вариантов ответов** |
|  |  |  |
| **В** | **001** | ***Благодаря взаимодействию каких составляющих взаимодействует рынок медицинских услуг:*** |
| О | А | Всех нижеперечисленных; |
| О | Б | Спрос и предложение; |
| О | В | Цена и конкуренция; |
|  |  |  |
| **В** | **002** | ***К задачам нерегулярного спроса относят:*** |
| О | А | Изыскать способы сгладить колебания в распределении спроса по времени с помощью гибких цен, мер стимулирования и прочих приемов побуждения; |
| О | Б | Оценить величину потенциального рынка и создать эффективные товары и услуги, способные удовлетворить спрос, развить потребность в данных услугах; |
| О | В | Поддерживать существующий уровень спроса и интенсивность производства медицинских услуг; |
| О | Г | Отыскать способы увязки присущих товару/услуге выгод с естественными потребностями и интересами человека; |
|  |  |  |
| **В** | **003** | ***Задачей нерационального спроса является:*** |
| О | А | Убедить приверженцев чего-либо отказаться от привычек, распространяя устрашающие сведения, резко поднимая цены, ограничивая доступность товара или услуги; |
| О | Б | Изыскать способы сгладить колебания в распределении спроса по времени с помощью гибких цен, мер стимулирования и прочих приемов побуждения; |
| О | В | Отыскать способы увязки присущих товару/услуге выгод с естественными потребностями и интересами человека; |
| О | Г | Поддерживать существующий уровень спроса и интенсивность производства медицинских услуг; |
|  |  |  |
| **В** | **004** | ***Для чрезмерного спроса, характерно:*** |
| О | А | Изыскание способов временного или постоянного снижения спроса; |
| О | Б | Изыскать способы сгладить колебания в распределении спроса по времени с помощью гибких цен, мер стимулирования и прочих приемов побуждения; |
| О | В | Оценить величину потенциального рынка и создать эффективные товары и услуги, способные удовлетворить спрос, развить потребность в данных услугах; |
| О | Г | Проанализировать, почему рынок испытывает неприязнь к услуге, создать программу, которая стимулировала бы потребителя к ее использованию; |
|  |  |  |
| **В** | **005** | ***Задачей скрытого спроса является:*** |
| О | А | Оценить величину потенциального рынка и создать эффективные товары и услуги, способные удовлетворить спрос, развить потребность в данных услугах; |
| О | Б | Отыскать способы увязки присущих товару/услуге выгод с естественными потребностями и интересами человека; |
| О | В | Поддерживать существующий уровень спроса и интенсивность производства медицинских услуг; |
| О | Г | Нет правильного ответа; |
|  |  |  |
| **В** | **006** | ***Отсутствие спроса возникает:*** |
| О | А | Когда целевые потребители не заинтересованы в товарах и услугах или безразличны к ним; |
| О | Б | Когда многие потребители могут испытывать сильную потребность, удовлетворить которую не в состоянии |
| О | В | Когда медицинские услуги не дают пациентам сиюминутной выгоды; |
| О | Г | Когда организация удовлетворена своим торговым оборотом; |
|  |  |  |
| **В** | **007** | ***При полноценном спросе, задачей маркетинга является:*** |
| О | А | Поддерживать существующий уровень спроса и интенсивность производства медицинских услуг; |
| О | Б | Оценить величину потенциального рынка и создать эффективные товары и услуги, способные удовлетворить спрос, развить потребность в данных услугах; |
| О | В | Убедить приверженцев чего-либо отказаться от привычек, распространяя устрашающие сведения, резко поднимая цены, ограничивая доступность товара или услуги; |
| О | Г | все ответы верны; |
|  |  |  |
| **В** | **008** | ***Конъюнктура рынка – это:*** |
| О | А | Все ответы верны; |
| О | Б | Совокупность условий определяющих рыночную ситуацию; |
| О | В | Результат взаимодействия различных факторов, определяющих в каждый данный момент времени положение фирмы на рынке; |
| О | Г | Состояние экономики на данный момент времени, определяемое изменениями различных экономических показателей; |
|  |  |  |
| **В** | **009** | ***Спрос, который невозможно удовлетворить с помощью имеющихся на рынке медицинских товаров и услуг называется*** |
| О | А | Скрытый; |
| О | Б | Отрицательный; |
| О | В | Нерегулярный; |
|  |  |  |
| **В** | **010** | ***Эластичным спросом на медицинские услуги считается спрос, который:*** |
| О | А | При снижении цены значительно увеличивается; |
| О | Б | При снижении цены спрос и объемы продаж растут одинаковыми темпами; |
| О | В | При снижении цены темп роста спроса меньше темпов снижения цены; |
|  |  |  |
| **В** | **011** | ***Неэластичным спросом на медицинские услуги считается спрос, который:*** |
| О | А | При снижении цены темп роста спроса меньше темпов снижения цены |
| О | Б | При снижении цены значительно увеличивается |
| О | В | При снижении цены спрос и объемы продаж растут одинаковыми темпами |
|  |  |  |
| **В** | **012** | ***.К недостаткам конкуренции в сфере здравоохранения относится:*** |
| О | А | Создание избыточных мощностей и дублирование услуг; |
| О | А | Внедрение конкурентных рыночных механизмов в отдельных сферах |
| О | Б | Выбор пациента между частной и государственной медициной; |
| **В** | **013** | ***К неценовым факторам спроса на медицинские услуги относятся:*** |
| О | А | Доходы населения; |
| О | А | Объем рынка; |
| О | Б | Валютный курс; |
|  |  |  |
| **В** | **014** | ***Ценовая эластичность спроса– это:*** |
| О | А | Отношение процента изменения объема спроса к проценту изменения цены; |
| О | Б | Отношение процента изменения объема спроса к проценту изменения дохода; |
| О | В | Отношение процента изменения объема предложения к проценту изменения цены; |
|  |  |  |
| **В** | **015** | ***Спрос единичной эластичности на медицинские услуги считается спрос, который:*** |
| О | А | При снижении цены спрос и объемы продаж растут одинаковыми темпами; |
| О | Б | При снижении цены темп роста спроса меньше темпов снижения цены |
| О | В | При снижении цены значительно увеличивается; |
|  |  |  |
| **В** | **016** | ***К достоинствам конкуренции в системе здравоохранения относятся:*** |
| О | А | Создание стимулов, побуждающих поставщиков медицинских услуг к разработке инновационных решений; |
| О | А | Повышение производительности в области охраны здоровья населения; |
| О | Б | Создание избыточных мощностей; |
|  |  |  |
| **В** | **017** | ***Гипотеза – это:*** |
| О | А | Научное предположение, выдвигаемое для объяснения каких-либо явлений; |
| О | Б | Комплекс аргументированных предположений (выраженных в качественной и количественной формах) относительно будущих параметров системы; |
| О | В | Экономический метод управления, представляет собой процесс проектирования, желаемого будущего, а также эффективных путей его достижения; |
|  |  |  |
| **В** | **018** | ***Спрос на медицинскую услугу – это:*** |
| О | А | Потребность, подкрепленная покупательской способностью; |
| О | Б | Внешнее проявление потребности; |
| О | Г | Осознанная необходимость в оказании медицинской услуги; |
|  |  |  |
| **В** | **019** | **Закон спроса гласит:** |
| О | А | При прочих равных условиях спрос изменяется в обратной зависимости от цены; |
| О | Б | При прочих равных условиях предложение изменяется в прямой зависимости от изменения цен; |
| О | В | При прочих равных условиях спрос изменяется в прямой зависимости от цены; |
| О | Г | При прочих равных условиях предложение изменяется в обратной зависимости от изменения цен; |
|  |  |  |
| **В** | **020** | ***Выберите два фундаментальных закона ценообразования:*** |
| О | А | Повышение спроса при неизменном предложении или сокращение предложения при неизменном спросе ведет к возрастанию цены, и наоборот |
| О | А | Цена стремится к такому уровню, при котором спрос равен предложению; |
| О | Б | Предложение всегда превышает спрос; |
| О | В | Спрос всегда превышает предложение; |
|  |  |  |
| **В** | **021** | ***Уменьшение предложения на рынке медицинских услуг, вследствие повышения налогов приводит к:*** |
| О | А | Повышению цен на рынке медицинских услуг; |
| О | Б | Сокращению спроса со стороны потребителей медицинских услуг; |
| О | В | Падению цен на рынке медицинских услуг; |
| О | Г | Верно все вышеперечисленное; |
|  |  |  |
| **В** | **022** | ***Какая из перечисленных ниже предпосылок возникновения и функционирования рынка услуг здравоохранения закладывает основы для формирования конкурентной среды:*** |
| О | А | Наличие и многообразие форм собственности и видов хозяйствования; |
| О | Б | Наличие у каждого участника конкуренции полного объема рыночной информации; |
| О | В | Свободный доступ к рыночной информации; |
| О | Г | Возможность управления рыночными процессами; |
|  |  |  |
| **В** | **023** | ***Закон предложения гласит:*** |
| О | А | При прочих равных условиях предложение изменяется в прямой зависимости от изменения цен; |
| О | Б | При прочих равных условиях спрос изменяется в обратной зависимости от цены; |
| О | В | При прочих равных условиях спрос изменяется в прямой зависимости от цены; |
| О | Г | При прочих равных условиях предложение изменяется в обратной зависимости от изменения цен; |
|  |  |  |
| **В** | **024** |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |