

**МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ЕКОНОМІКИ ФАРМАЦІЇ З
ПІСЛЯДИПЛОМНОЮ ПІДГОТОВКОЮ**

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

**для самостійної підготовки студентів
фармацевтичного факультету
до ліцензійного тестового іспиту**

**Крок – 2. ФАРМАЦІЯ
Фармацевтичний менеджмент та
маркетинг**

ОДЕСА 2024

УДК 615.1(075.8)

Рекомендовано та затверджено Цикловою методичною комісією по фармації
(Протокол № 1 від 14.11.24 року)

Рекомендовано до видання Вченою радою фармацевтичного факультету
Одеського національного медичного університету
(Протокол №4 від 12.12.2024 року)

Автори:

- проф., д. фарм. н. Ліана УНГУРЯН
- доцент, к. фарм. н. Оксана БСЛЯЄВА
- ст. викладач Ірина ЯЦУК
- ст. викладач Оксана СТЕПАНОВА
- ст. викладач Христина ВОЛОЩУК

Рецензенти:

ГАЛА Л. О., доктор фармацевтичних наук, професор кафедри організації та економіки фармації, доцент НМУ імені О.О. Богомольця

ФІЗОР Н.С., кандидат фармацевтичних наук, доцент кафедри фармацевтичної хімії та технології ліків, доцент Одеського національного медичного університету

Навчальний посібник для для самостійної підготовки студентів фармацевтичного факультету денної та заочної форми навчання до ліцензійного тестового іспиту КРОК – 2. Фармацевтичний менеджмент та маркетинг / Унгурян Л.М., Беляєва О.І., Яцук І.С та інш
Одеса: Одес.нац. мед. ун-т. 2024. 40 с.

В навчальному посібнику кожне з пронумерованих запитань або незавершених тверджень в кожному розділі супроводжується однією правильною відповіддю або завершенням твердження. Правильна відповідь А*. До правильних відповідей підібрані пояснення

Посібник містить структуровані за темами дисциплін тестові питання (бази 2007-2024 рр.) з поясненням із буклетів «Крок 2. Фармація» ДО «Центр тестування професійної компетентності фахівців з вищою освітою напрямів підготовки «Медицина» і «Фармація» при МОЗ України», для самостійної підготовки до ліцензійного інтегрованого іспиту «КРОК 2. Фармацевтичний менеджмент та маркетинг» та використання в навчальному процесі.

Для студентів денного та заочного відділень фармацевтичного факультету університету.

РОЗДІЛ. ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ

Тема 1. Організація як об'єкт управління

1	Керівник аптеки є харизматичною особистістю, його енергійність, зовнішність, освіченість та манера поведінки приваблюють підлеглих . Визначте форму влади, яка при цьому використовується:	A *Влада прикладу (еталонна) B Традиційна влада C Влада винагороди D Влада примушування або страху E -	Вплив через харизму - силу особистих якостей або здібностей лідера. Виконавець ототожнює себе з керівником або відчуває до нього сильну симпатію і сліпо вірить в його здібності.
2	На зборах завідувачів аптек, що відбулися в ЦРА №8 обговорювались нові правила відпуску деяких лікарських препаратів. Комунікації між відділами і підрозділами організації - це:	A *Внутрішні горизонтальні організаційні комунікації B Зовнішні організаційні комунікації C Неформальні організаційні комунікації D Внутрішні вертикальні організаційні комунікації E Міжрівневі комунікації	Комунікації між завідувачами проходять на одному рівні управління, тобто це горизонтальні комунікації.
3	Керівник аптечного підприємства хоче поліпшити роботу. Процес спонукання себе та інших до діяльності для досягнення особистих цілей або цілей організації називається:	A *Мотивація B Організація C Планування D Прогнозування E Контроль	Мотивація - це процес спонукання себе та інших до діяльності для досягнення особистих цілей або цілей організації.
4	Аналіз внутрішнього середовища фармацевтичного підприємства виявив такі риси організації: динамічність, гнучкість організаційної структури управління, самоконтроль, демократизацію комунікацій . До якого типу організацій за характером адаптації до змін належить це підприємство?	A *Органістичні B Механістичні C Комбіновані D Неформальні E -	Органістичні організації – організації, в основу діяльності яких покладено органічний підхід, без жорсткого дотримання формальних правил та процедур, із децентралізацією влади, перевагою горизонтальних зв'язків в організаційній структурі.
5	До якої змінної внутрішнього середовища аптеки "Провізор" відносять спосіб перетворення вхідних матеріалів (лікарські засоби у вигляді "ангро") у кінцевий продукт (готові лікарські форми)?	A *Технології B Цілі C Завдання D Структура E Люди	При впровадженні належної практики дистрибуції (GDP) фармацевтичною фірмою в першу чергу цей процес позначиться на внутрішній змінній - технології, далі на структурі та інших внутрішніх факторах.
6	Під час відпуску безрецептурного препарату стало зрозуміло, що хворий не сприймає словесну інформацію провізора аптеки . Як називаються комунікаційні перепони, при яких слова або символи можуть мати різне значення для відправника та отримувача інформації?	A *Семантичні бар'єри B Зневажання фактами C Невербальні перепони D Нерозуміння важливості повідомлення E Стереотипи мислення	Семантика вивчає спосіб використання слів і значення, що передаються словами. Причини поганих комунікацій, обумовлених семантикою, полягають в тому, що слова і вербальні символи можуть мати різне значення для різних людей.
7	Який стиль керівництва характеризується особливою Поступливістю керівника, який надає підлеглому ініціативу у формуванні цілі та готовий прийняти її без заперечень?	A *Ліберальний стиль B Демократичний стиль C Бюрократичний стиль D Колегіальний стиль E Комбінований стиль	Ліберальний стиль (стиль невтручання) керівництва відрізняється безініціативністю, небажанням брати на себе відповідальність за рішення і їх наслідки.
8	Правління ВАТ "Борщагівський хіміко-фармацевтичний завод" розробляє довготривалі та перспективні плани, встановлює стратегічні цілі підприємства . Представником	A *Інституційний рівень B Управлінський рівень C Технічний рівень D Товарний рівень E Збутовий рівень	Керівники на інституціональному рівні зайняті в основному розробкою довгострокових планів, формулюванням цілей, управлінням відносинами між організацією і зовнішнім середовищем, суспільством, в якому існує і функціонує організація

	якого рівня управління в ієрархії менеджменту є голова правління?		
9	В процесі еволюції фармацевтична організація формує свою культуру . Культура фармацевтичної організації ґрунтується на:	<p>A *Цінностях, традиціях, нормах поведінки, властивих членам організації</p> <p>B Чинному законодавстві</p> <p>C Належних фармацевтичних практиках</p> <p>D Особливостях виробництва</p> <p>E Ліцензійних умовах</p>	Культура фармацевтичної організації ґрунтується на цінностях, традиціях, нормах поведінки, властивих членам організації
10	На підставі дослідження ринку керівник фармацевтичного підприємства разом з групою маркетингологів приймають рішення розробити заходи з підвищення конкурентоспроможності ЛЗ фірми. Таке рішення називається:	<p>A *Колегіальним</p> <p>B Одноосібним</p> <p>C -</p> <p>D Інтуїтивним</p> <p>E Особистим</p>	Управління виконавчого органу, при якому прийняття колегіального рішення щодо виконання поставлених завдань, усунення будь-якої проблеми, з організації роботи та інших питань здійснюється на нараді групою посадових або уповноважених осіб.
11	Листок-вкладка до препарату повинен містити коротку характеристику ЛЗ і обов'язкову дату останнього перегляду інформації . Така інформація, згідно з вимогами законодавства ВООЗ, відноситься до такого рівня:	<p>A *Споживацький</p> <p>B Фармакокінетичний</p> <p>C Фармакологічний</p> <p>D Фармакоекономічний</p> <p>E Фармакодинамічний</p>	Споживацька інформація - призначена для споживачів. Містить відомості про переваги товару, найбільш привабливих властивостей.
12	Сукупність організаційних, розпорядчих, дисциплінарних способів впливу керівника на виконавців відноситься до таких методів менеджменту:	<p>A *Адміністративні</p> <p>B Технологічні</p> <p>C Соціально-психологічні</p> <p>D Економічні</p> <p>E Галузеві</p>	До адміністративних методів управління належить сукупність організаційних, розпорядчих, дисциплінарних способів впливу керівника на виконавців.
13	Процес стратегічного планування фармацевтичних підприємств складається з послідовних етапів. Який етап процесу стратегічного планування є першочерговим ?	<p>A *Визначення місії і візії</p> <p>B Вибір стратегії</p> <p>C Встановлення цілей</p> <p>D Аналіз внутрішніх сильних і слабких сторін організації</p> <p>E Оцінка й аналіз зовнішнього середовища</p>	Стратегічне планування - це складний послідовний процес, який передбачає наступні етапи: 1) визначення місії організації; 2) визначення цілей; 3) діагностика процесу, оцінка та аналіз зовнішнього середовища; 4) управлінське дослідження сильних і слабких сторін, формування або оптимізація структури організації; 5) аналіз стратегічних альтернатив; 6) вибір стратегії; 7) реалізація стратегії; 8) оцінка стратегічного плану або зіставлення досягнутих результатів з місією організації.
14	Директора фармацевтичної фірми "Helychrisum" колеги вважають гарним організатором, достатньо жорстким та вимогливим до підлеглих . За останні роки підприємство різко нарощує обсяги виробництва продукції, а керівник особисто формулює задачі та контролює результати діяльності окремих підрозділів. Який стиль керівництва притаманний директору?	<p>A *Директивний</p> <p>B Дистанційний</p> <p>C Ліберальний</p> <p>D Делегуєчий</p> <p>E Анархічний</p>	Директивний (автократичний) стиль керівництва відрізняється централізацією влади, схильністю до єдиноначальності, перевагою, покаранням, жорсткого тону, офіційним характером відносин з підлеглими.
15	Фармацевтична організація здійснює свою діяльність в умовах	A *Закони і державні органи	До факторів зовнішнього середовища прямого впливу на організацію відносяться

	складного зовнішнього середовища. Який з факторів безпосередньо впливає на роботу організації?	В Політичні фактори С Стан економіки D Міжнародні події E Соціокультурні фактори	споживачі, постачальники, закони і державні органи, конкуренти. До факторів непрямого впливу відносять політичні чинники, стан економіки, науково-технічний прогрес, соціокультурні фактори та міжнародні події.
16	На фармацевтичній фірмі застосовують підхід до управління, який розглядає організацію як відкриту систему, що складається з декількох взаємозв'язаних підсистем. Вкажіть цей підхід:	A *Системний B Ситуаційний C Процесний D Структурний E Технологічний	Системний підхід розглядає організацію як відкриту систему, що складається з декількох взаємопов'язаних систем. Відповідно до даного підходу ефективність організації залежить від того, як і які змінні внутрішнього і зовнішнього середовища впливають на функцію управління і результат діяльності організації.
17	Вкажіть, який з перерахованих нижче каналів комунікації належить до неособистих і використовується медичним представником при зборі інформації про лікарський засіб?	A *Кореспонденція B Конференції, семінари C Спеціалізовані медичні виставки D Освітні проекти E Персональний продаж	Кореспонденція або службова переписка. Це узагальнена назва для різних за змістом документів - службовий лист, телеграма, факс, електронні повідомлення
18	Процес вироблення управлінського рішення здійснюється поетапно. Що з даних тверджень належить до одного з етапів процесу вироблення управлінського рішення?	A *Виявлення та оцінка альтернатив розв'язання проблеми B Управління неформальною групою C Контролювання та регулювання D Застосування теорії очікувань E Делегування повноважень	Процес прийняття управлінського рішення складається з наступних етапів: діагностика проблеми; формулювання обмежень і критеріїв для прийняття рішення; виявлення альтернатив, тобто оцінюють наявні потенційні можливості для вирішення проблеми, терміни і альтернативні варіанти рішень; оцінка альтернатив - обговорення можливості та обґрунтованості рішення; остаточний вибір.
19	Менеджер відділу збуту фармацевтичної фірми отримав завдання у десятиденний термін провести контроль виконання збутової програми. Працівник виконав завдання за 5 днів та сподівається отримати винагороду у вигляді премії. Яка теорія мотивації ґрунтується на очікуванні певної події?	A *Теорія очікувань В.Врума B Ієрархія потреб А.Маслоу C Двофакторна теорія Ф.Герцберга D Теорія потреб Мак-Клелланда E Теорія "X" та "Y" Д.Мак-Грегора	Теорія очікування Врума базується на припущенні того, що людина направляє свої зусилля на досягнення якої-небудь мети тільки тоді, коли буде впевнений в задоволенні за цей рахунок своїх потреб або досягнення своєї мети. Відповідно до цієї теорії для ефективної мотивації важливі три взаємозв'язку: витрати праці - результати, результати - винагорода, винагорода - задоволеність винагородою.
20	Завідувач аптеки проектує організаційну структуру аптеки та розробляє функціонально-посадові інструкції працівників. Дані заходи відповідають таким методам управління:	A *Організаційні B Економічні C Правові D Методи моделювання E Соціально-психологічні	Організаційні методи управління базуються на мотивах примусового характеру, їхнє існування й практичне застосування зумовлене заінтересованістю людей у спільній організації праці. Організаційні методи управління — це комплекс способів і прийомів впливу на працівників, що ґрунтуються на використанні організаційних відносин та адміністративній владі керівництва. Усі організаційні методи управління поділяють на регламентні й розпорядчі.
21	Провізор звернувся до завідувача аптеки з пропозицією щодо запровадження додаткової послуги – вимірювання артеріального тиску. Визначте вид комунікацій:	A *Вертикальні за висхідною B Вертикальні за низхідною C Зовнішні D Однорівневі E Горизонтальні	Завідувач аптеки і провізор знаходяться на різних рівнях управління, тобто це вертикальні комунікації по висхідній з рівня підлеглого співробітника на інституційний рівень.
22	Менеджер оптової фармацевтичної фірми відповідає за доведення завдань безпосередньо до виконавців та контролює їх виконання. Якому	A *Технічний B Управлінський C Інституційний D Вищої ланки E Середньої ланки	Рівень управління відповідає функції, виконуваної керівником. Організаційний рівень, що знаходиться безпосередньо над виконавцем щоденних операцій, які забезпечують ефективне виробництво продукції і надання послуг, називається

	рівню управління відповідають такі дії?		технічним, а керівники - управлінцями низової ланки або операційними. Вони здійснюють контроль за виконанням виробничих завдань, що відповідають за виконання виділених ресурсів (сировини, устаткування).
23	Файоль сформулював принципи менеджменту. Якому принципу менеджменту відповідає така характеристика: "Формування духу однієї команди сприяє гармонії єдності організації" .	A *Корпоративність B Дисципліна C Єдиновладдя D Порядок E Справедливість	Файоль визначив корпоративність як єдність усіх працівників в досягненні мети.
24	Одним з важливих кроків у розвитку управлінської думки був розподіл усього процесу управління на основні функції: планування, організація, мотивація і контроль . Хто був засновником цієї теорії?	A *А. Файоль B Д. Вартон C Ф. Тейлор D Е. Мейо E М. Фолет	Анрі Файоль (фр. Henri Fayol 29 липня 1841 - 19 листопада 1925) - французький гірський інженер, теоретик і практик менеджменту, засновник адміністративної (класичної) школи управління.
25	На фармацевтичному підприємстві склалася ситуація, коли працівники виконують значний обсяг роботи за низьку заробітну плату через погрози керівництва щодо звільнення. Вкажіть форму влади, яку застосовує керівництво:	A *Влада, заснована на примушуванні або страху B Еталонна влада C Інформаційна влада D Експертна влада E Влада винагороди	Влада примусу. В її основі лежать побоювання підлеглих, різні за походженням (страх втратити роботу, потрапити у "чорний список", бути покараним). Керівник намагається подавляти, знешкоджувати тих співробітників, які від нього залежать, але в майбутньому можуть набирати вагомості й статусу, тим самим послаблюючи його позицію.
26	Завідувач-провізор у процесі ухвалення управлінського рішення з удосконалення господарсько-фінансового положення центральної районної аптеки зібрав релевантну інформацію й установив симптоми утруднень - високі витрати і низька рентабельність. Дана дія характеризує такий етап розробки раціонального управлінського рішення:	A *Діагностика проблеми B Визначення альтернатив C Оцінка альтернатив D Вибір альтернатив E Формулювання обмежень прийняття рішень	Передумовою підготовки та прийняття рішення завжди є певна проблема, тобто невідповідність між фактичним і бажаним станом діяльності організації. При діагностику проблеми усвідомлюються і встановлюються симптоми ускладнень, причини їх виникнення. Тому на першому етапі керівник визначає, чи дійсно насправді проблема назріла настільки, що слід вживати заходів для її вирішення.
27	Процес вироблення управлінського рішення здійснюється поетапно. Що з даних тверджень відноситься до одного з етапів процесу вироблення управлінського рішення?	A *Виявлення та оцінка альтернатив розв'язання проблеми B Управління неформальною групою C Контролювання та регулювання D Застосування теорії очікувань E Делегування повноважень	Процес прийняття управлінського рішення складається з наступних етапів: діагностика проблеми; формулювання обмежень і критеріїв для прийняття рішення; виявлення альтернатив, тобто оцінюються наявні потенційні можливості для вирішення проблеми, терміни і альтернативні варіанти рішень; оцінка альтернатив - обговорення можливості та обґрунтованості рішення; остаточний вибір.
28	Об'єктивність процесів управління вимагає поділу управлінської праці на фармацевтичному підприємстві. Що утворюється в результаті вертикального поділу праці ?	A *Технічний, управлінський та інституційний рівні управління B Виробничі підрозділи C Управлінські служби D Неформальні групи E Схематичне зображення організації	Вертикальний розподіл праці використовується для диференціації управлінської роботи по Координації управлінської діяльності організації. Такий поділ праці управління утворює зазначені рівні управління.
29	На цей час у теорії менеджменту виділяють чотири найважливіші підходи до управління. Вкажіть підхід, який НЕ	A *Структурний B Процесний C Системний D Ситуаційний	Існує 4 підходи до управління: підхід з позиції виділення різних шкіл, процесний, системний, ситуаційний.

	ВИКОРИСТОВУЄТЬСЯ у теорії менеджменту?	Е Підхід з позицій виділення різних шкіл	
30	В аптеці існують керівники вищої, середньої та низової ланки . В даному випадку рівні управління утворюються за рахунок:	А *Вертикального розподілу праці В Горизонтального розподілу праці С Вертикально-горизонтального Розподілу праці D Діагонального розподілу праці Е Шахового розподілу праці	Вертикальний принцип поділу праці - це створення ієрархії рівнів управління, щоб скоорді-лося раніше управлінську роботу для досягнення цілей організації.
31	Фармацевтична фірма орієнтується у своїй діяльності на реалізацію різноманітного асортименту продукції, різні групи споживачів і регіони . Який тип організаційної структури характерний для даної фірми?	А *Дивізіональний В Бюрократичний С Функціональний D Централізований Е Децентралізований	Основними типами дивізіональної структури є структури, орієнтовані на різні види продукції, на різні групи споживачів, на різні регіони. Вибір на користь того чи іншого типу визначається важливістю конкретного показника в стратегічних планах організації.
32	Облік кадрів на фармацевтичних підприємствах засновується на веденні трудових книжок, особистих справ співробітників, облікових карточок Т-2. Оберіть показник, який НЕ МОЖЛИВО визначити за результатами обліку :	А *Кон'юнктура ринку праці В Середньосписковий склад С Середньоспискова чисельність D Категорії персоналу Е Дані про рух кадрів	Кон'юнктура ринку — це співвідношення попиту і пропозиції праці на даний період, яке визначає ставки заробітної плати на конкретні види праці та рівень зайнятості населення.
33	Керівництво оптової фармацевтичної фірми приділяє увагу культурним і соціально-побутовим потребам співробітників . Ці заходи відносяться до таких методів управління як:	А *Соціально-психологічний В Економічний С Організаційний D Правовий Е Метод моделювання	До соціально-психологічним методам управління відносяться: формування трудових колективів з урахуванням соціально-психологічних характеристик; встановлення розвитку соціальних норм поведінки; введення системи соціального регулювання і стимулювання; задоволення культурних соціально-побутових потреб.
34	Завідувач аптекою має значний практичний досвід та набуті знання. Використання керівником його знань в якості основного інструменту впливу на підлеглих , називається:	А *Експертна влада В Еталонна влада С Законна влада D Харизматична влада Е Влада переконання	При експертної влади керівник володіє настільки широкими знаннями і досвідом, що його вказівки є незаперечними для виконання.
35	Класична (адміністративна) школа управління була заснована Анрі Файолем , який першим сформулював наступні універсальні управлінські функції :	А *Планування, організація, мотивація і контроль В Кадри, технологія, структура С Розподіл праці і доходів D Мета завдання, технологія Е-	Метою даної школи було створення універсальних принципів управління. Ці принципи стосувалися двох основних напрямків: розробки раціональної системи управління організацією та побудови структури організації, а також управління працівниками.
36	З точки зору теорії менеджменту до організації як до суб'єкта управління висувається ряд вимог. Обов'язковою вимогою до поняття "організація" являється наявність не менш як:	А *2 чоловік, які вважають себе частиною цієї групи В 0 чоловік, які вважають себе частиною цієї групи С 3 чоловік, які вважають себе частиною цієї групи D 5 чоловік, які вважають себе частиною цієї групи Е 7 чоловік, які вважають себе частиною цієї групи	З точки зору менеджменту до організації як до об'єкта управління висувається 3 обов'язкові вимоги: 1) наявність хоча б 2 осіб, які вважаю себе частиною цієї групи; 2) наявність хоча б однієї спільної мети; №) наявність членів групи, які свідомо працюють разом для досягнення значущої для всіх мети
37	В акціонерному товаристві з виробництва і реалізації лікарських препаратів створена структура для роботи з різними	А *Дивізіональна В Лінійно-функціональна С Департаменталізація D Матрична	Основними типами дивізіональної структури є структури, орієнтовані на різні види продукції, на різні групи споживачів, на різні регіони. Вибір на користь того чи іншого

	організаціями-споживачами. Дана організаційна структура є:	Е Бюрократична	типу визначається важливістю конкретного показника в стратегічних планах організації.
38	На фармацевтичному підприємстві комплексно використовують технічні і технологічні засоби використання інформації з метою підвищення ефективності управління виробничою, адміністративною діяльністю організації , підвищенню продуктивності праці, удосконалення методів планування і регулювання процесами управління . Усе це здійснюється з застосуванням:	А *Автоматизованої системи управління В Автоматизованого робочого місця С Автоматизованої навчально-контролюючої системи D Інформаційно-управлінської системи Е А втоматизованої інформаційно-пошукової системи	Вищою формою комплексного використання технічних і технологічних засобів інформації з целью підвищення ефективності управління ви-вальних. Адміністративною діяльністю організації, зростання продуктивності праці, совершенствования методів планування і регулювання процесів управління являються автоматизовані системи управління (АСУ). АСУ можуть характеризуватися як сукупність взаємопов'язаних економіко-математичних методів і засобів наукового управління різними сферами людської діяльності
39	В управлінні фармацевтичною фірмою використовуються американський та японський підходи. Виберіть характерну ознаку американської моделі управління :	А *Швидка оцінка і просування на посаді В Групові форми контролю С Колективна відповідальність D Повільне просування на посаді Е Підвищена увага до "людського фактора"	Характерними ознаками американської моделі управління є: краткосроч-ва зайнятість; швидка оцінка і просування по посаді; орієнтація процесу відбору керівників на професійні навички та ініціативу; індивідуальний процес прийняття рішення; індивідуальна відповідальність і т.д.
40	На оптовій фармацевтичній фірмі "Медфарм" впроваджена система стимулювання праці менеджера, що реалізується нарахуванням бонусів за високі показники збуту з наступним матеріальним заохоченням. Таким чином, керівництво фірми виконує функцію управління:	А *Мотивація В Організація С Контроль D Делегування Е Планування	Мотивація - це процес спонукання себе та інших до діяльності для досягнення особистих цілей або цілей організації.
41	Завідувачем аптеки до провізора висувуються суперечливі вимоги щодо його роботи, в результаті чого у працівника виникли емоційне перевантаження, невпевненість у собі та стрес. Який конфлікт виник при цьому?	А *Внутрішньоособистісний В Міжгруповий С Між особою і групою D Міжорганізаційний Е -	Внутрішньоособистісний конфлікт – це конфлікт всередині психологічного світу особистості, який представляє собою зіткнення її протилежно спрямованих мотивів (потреб, інтересів, цінностей, цілей, ідеалів).
42	Завідувач аптеки гнучко використовує систему методів управління аптечним підприємством. Який з вказаних заходів відповідає сутності методів організаційного впливу ?	А *Чіткий розподіл завдань між виконавцями В Матеріальні стимули (доплати, надбавки, премії) С Задоволення культурних та соціально-побутових потреб працівників D Підвищення по службі	Організаційно-адміністративні методи безпосередньо впливають на керований об'єкт через накази, розпорядження, оперативні вказівки, що віддаються письмово або усно, через контроль за їх виконанням, систему адміністративних засобів підтримки трудової дисципліни і т.д. Вони покликані забезпечувати організаційну чіткість і дисципліну праці, підвищувати ефективність функціонування всієї системи за рахунок кращої організації управління. Організаційно-адміністративні методи, використовувані на рівні організації, сприяють досягненню цілей підприємства
43	Службою маркетингу здійснено перевірку результатів роботи фармацевтичної фірми на підставі вивчення даних реалізації середньострокових планів , розвитку ринкових сегментів, контролю бюджету та фінансового аналізу. Даний рівень маркетингового контролю є:	А *Контроль тактичного планування В Контроль глобальних цілей та стратегій фірм С Контроль планових гіпотез та прогнозів D Контроль стратегічного планування Е Контроль оперативного планування	Тактичний контроль забезпечує систематичні спостереження за виконанням поточних завдань, програм, планів.

44	У процесі управління організацією слід враховувати вплив зовнішнього середовища. Який фактор зовнішнього середовища є фактором непрямого впливу на організацію?	A *Стан економіки B Споживачі C Конкуренти D Законодавство та державні органи E Постачальники	До факторів зовнішнього середовища прямого впливу на організацію відносяться споживачі, постачальники, закони і державні органи, конкуренти. До факторів непрямого впливу відносять політичні чинники, стан економіки, науково-технічний прогрес, соціокультурні фактори та міжнародні події.
45	В організації певним чином розподіляється праця. Як називається розподіл праці, що передбачає створення рівнів управління та ієрархії підлеглості ?	A *Вертикальний розподіл праці B Горизонтальний розподіл праці C Вертикально-горизонтальний розподіл праці D Діагональний розподіл праці E -	Вертикальний принцип поділу праці - це створення ієрархії рівнів управління, щоб скоорди-лося раніше управлінську роботу для досягнення цілей організації.
46	До якого фактору зовнішнього впливу на організацію належить культура харчування споживачів, традиції національної кухні, відношення до самолікування у суспільстві, традиції народної медицини ?	A *Соціокультурні B Споживачі C Технології D Економічні фактори E Політичні фактори	До соціокультурних факторів зовнішнього впливу на організацію відносяться життєві цінності, звички, стиль життя, ставлення до самолікування, традиції народної медицини.
47	Ефективність діяльності фармацевтичної фірми поступово поліпшилась завдяки позитивним змінам в зовнішньому середовищі . Вкажіть фактор, що вплинув на організацію:	A *Стан економіки B Кадри C Технологія D Мета E Структура	До факторів непрямого впливу на діяльність організації відносять політичні, соціокультурні фактори, науково-технічний прогрес, стан економіки і міжнародні події.
48	У провізора аптеки виник ролевий конфлікт, пов'язаний з перевантаженнями на роботі і сімейними проблемами . Який вид конфлікту зумовлений тим, що до людини висуваються суперечливі вимоги відносно її роботи та її наслідків ?	A *Внутрішньоособистісний B Міжособистістю і групою C Міжвідділами аптеки D Міжгруповий E Міжорганізаціями	Внутрішньоособистісний конфлікт – це конфлікт всередині психологічного світу особистості, який представляє собою зіткнення її протилежно спрямованих мотивів (потреб, інтересів, цінностей, цілей, ідеалів).
49	Завідувач аптекою "Екофарм" частину своїх повноважень передав своєму заступнику. Процес передачі повноважень підлеглим керівниками на виконання спеціальних завдань - це:	A *Делегування повноважень B Зняття повноважень C Звуження повноважень D Ліквідація повноважень E -	Делегування повноважень — це процес передавання керівником частини будь-якої своєї роботи та повноважень, необхідних для її виконання, підлеглому, який приймає на себе відповідальність за її виконання. За допомогою делегування повноважень встановлюються формальні відносини та посадові зв'язки працівників в організації. Саме вони слугують основою для упорядкування спільної діяльності підрозділів і забезпечують можливості координувати роботу організації.
50	Новостворена ринкова структура, при якій орган управління – збори власників, пайовий внесок може бути як фінансовий, так і матеріальний, а відповідальність здійснюється в межах вкладеного внеску , має назву:	A *Товариство з обмеженою відповідальністю B Командитне товариство C Товариство з необмеженою відповідальністю D Акціонерне товариство закритого типу E Акціонерне товариство відкритого типу	Товариством з обмеженою відповідальністю є товариство, яке засновано одним або декількома особами, статутний капітал відповідно раз еделен на частини, розмір яких встановлений в статуті.
51	Замовлена підприємством перевірка обліку первинних документів та іншої інформації	A *Аудит B Фінансовий аналіз C Експертиза	Аудит - це перевірка бухгалтерської звітності, обліку, первинних документів та іншої інформації щодо фінансово-

	про фінансово- господарську діяльність суб'єктів господарювання з метою визначення достовірності їх звітності, обліку, повноти називається:	D Інспектування E Бухгалтерський облік	господарської діяльності суб'єктів господарювання з метою визначення достовірності їх звітності, обліку, його повноти відповідності законодавству та встановленим нормативам.
52	Молодий фахівець після закінчення ВНЗ влаштувався на роботу в аптеку. Через чотири місяці роботи він забажав піти у відпустку. Якої тривалості відпустку йому можна надати?	A *Пропорційно до відпрацьованого часу B 1 тиждень C 10 днів D 14 днів E 24 дні	Щорічні основна та відпустки повної і в перший рік роботи надаються працівникам по закінченню шести місяців безперервної роботи на даному підприємстві, в організації. У разі надання зазначених відпусток до закінчення терміну безперервної роботи їх термін визначається пропорційно відпрацьованому часу, крім визначених законом.
53	Виробнича фармацевтична фірма випускає спеціальні харчові добавки на рослинній основі. Визначте вид підприємницької діяльності :	A *Виробнича B Комерційна C Фінансова D Консалтингова E Фінансово-кредитна	Виробниче підприємництво - найважливіший, провідний вид підприємницької діяльності, спрямований на виробництво продукції, послуг, інформації тощо, які підлягають реалізації споживачам. Ця діяльність здійснюється підприємствами, що виготовляють різноманітну продукцію, виконують будівельні, ремонтні й інші роботи, надають побутові, консультативні, інформаційні та інші послуги, створюють духовні блага.
54	Фармацевтичне підприємство планує збут власної продукції в іншій країні шляхом передачі її у власність закордонного посередника. Визначте форму виходу підприємства на закордонний ринок:	A *Експорт B Спільне підприємництво C Прямі інвестиції D Ліцензування E Франчайзинг	Експорт — вивіз із митної території країни за кордон товарів і послуг без зобов'язання їхнього зворотного повернення.
55	Фармацевтичні працівники вирішили організувати господарське товариство. Вкажіть, в чому суть товариства з обмеженою відповідальністю?	A *Товариство, учасники якого несуть відповідальність по зобов'язанням (боргам) в межах своїх вкладів B Товариство, учасники якого несуть відповідальність в межах своїх вкладів, а при недостатності коштів власним майном C Товариство, учасники якого несуть додаткову солідарну відповідальність по зобов'язаннях суспільства усім своїм майном D Товариство, учасник якого несе додаткову солідарну відповідальність всім майном, а вкладник - тільки в межах вкладу E Товариство, учасники якого несуть повну відповідальність	Товариством з обмеженою відповідальністю є товариство, засноване одним або кількома особами, статутний капітал відповідно раз еделен на частини, розмір яких встановлений в статуті. Товариство, учасники якого несуть відповідальність по зобов'язанням (боргам) в межах своїх вкладів
56	Регулювання виробничих, трудових і соціально-економічних стосунків в аптечному підприємстві між керівником і трудовим колективом здійснюється на основі:	A *Колективного договору B Трудового договору C Корпоративного кодексу D Контракту E Акту робіт	Згідно ст. 10 КЗпП України колективний договір укладається на основі чинного законодавства, прийнятих сторонами зобов'язань з метою регулювання виробничих, трудових і соціально-економічних відносин і узгодження інтересів трудящих, власників та уповноважених ними органів.

57	Провізор влаштовується на гуртове фармацевтичне підприємство на посаду завідуючого аптечного складу . Який термін випробування не вимагає узгодження з комітетом профспілки при прийомі на роботу?	A *До трьох місяців B До двох місяців C До одного місяця D До чотирьох місяців E До шести місяців	Відповідно до ст. 26 1 КЗпП не встановлено такі терміни випробування: • для робітників - не більше одного місяця; • для фахівців і службовців - не більше трьох місяців, а в окремих випадках - за згодою профспілкового комітету - не більше шести місяців. Таким чином, випробувальний термін при прийомі на роботу провізора, який відноситься до категорії фахівців, без узгодження з профспілковим комітетом не може перевищує трьох місяців
58	Якому поняттю відповідає це визначення: "... - це співвідношення результату і мети або результату і витрат на його досягнення"?	A *Ефективність B Продуктивність C Ділова активність D Гнучкість E Результативність управління	Ефективність управління - це результат функціонування системи і процесу управління у вигляді взаємодії управляємої і управляючої системи. Вона показує в якій мірі управляючий орган реалізує цілі, досягає запланованих результатів. Ефективність управління проявляється в ефективності виробництва і складає її частину.
59	На новоствореному фармацевтичному підприємстві "Авіценна" передбачено цілодобовий режим роботи. Яку категорію працівників ЗАБОРОНЕНО залучати до роботи у нічний час ?	A *Осіб, молодше 18 років (неповнолітніх) B - C Осіб, молодше 30 років D Осіб пенсійного віку	Забороняється залучення до роботи в нічний час: 1) вагітних жінок, а також жінок, які мають дітей віком до трьох років (стаття 176); 2) осіб, молодших вісімнадцяти років (стаття 192); 3) інших категорій працівників, передбачених законодавством.
60	При укладанні трудової угоди встановлено випробування з метою перевірки відповідності працівника дорученій йому роботі. Випробування НЕ ВСТАНОВЛЮЄТЬСЯ при прийманні на роботу осіб, котрі НЕ ДОСЯГЛИ:	A *18 років B 20 років C 22 років D 19 років E 21 року	Випробування (випробувальний термін) згідно зі ст. 26 КЗпП України не встановлюється при прийомі на роботу осіб, яким не виповнилося 18 років.
61	Під час затвердження внутрішнього трудового розпорядку на початковому етапі створення аптечного підприємства стоїть питання про тривалість перерви, що надається робітникам протягом робочого дня. Якою має бути тривалість перерви згідно КЗпП України ?	A *Не більше 2 годин B Не більше 1 години C Не менше 3 годин D 2,5 години E -	Згідно ст. 48 КЗпП України працівникам надається перерва для відпочинку і прийняття їжі продовжительність не більше двох годин.
62	На лікарські засоби, які виробляються в аптеці серійно та підлягають реалізації , повинен бути розроблений внутрішній документ суб'єкта господарювання, а саме:	A *Технологічна інструкція B Сертифікат якості C Аналіз лікарської форми засіб D Реєстр на лікарський засіб E Нормативна документація	Технологічна інструкція — внутрішній документ суб'єкта господарювання, що належить до категорії виробничих інструкцій, у якому визначено технологічні методи, технічні засоби, норми та нормативи виробництва лікарського засобу, методи контролю, і встановлює якісні та кількісні показники лікарського засобу, їх допустимі межі, вимоги до його упаковки, маркування, умов зберігання, терміну придатності.
63	Вкажіть основні професійні вимоги до менеджера :	A *Комунікативність B Дезорієнтаційність C Консервативність D Ліберальність E Стандартність мислення	Комунікативність — сукупність істотних, відносно стійких властивостей особистості, що сприяють успішному прийому, розумінню, засвоєнню, використанню й передаванню інформації.
64	Залежно від форми власності розрізняють організації, які діють на основі приватної власності	A *Приватна B Державна C Комунальна	Приватне підприємство - підприємство, що діє на основі приватної власності одного або кількох громадян, іноземців, осіб без

	громадян чи суб'єкта господарювання. Вкажіть вид організації:	D Колективна E Змішаної форми власності	громадянства та його (їх) праці чи з використанням найманої праці. Приватним є також підприємство, що діє на основі приватної власності суб'єкта господарювання - юридичної особи
65	Документ, що містить низку узгоджених заходів і дій, спрямованих на отримання максимального прибутку внаслідок реалізації підприємницького проекту, що подається до банку для отримання кредиту , називають:	A *Бізнес-план B Бухгалтерський баланс C Блок-схема D Маркетинговий план E Моделювання	Бізнес-план - це певна модель діяльності підприємства, яке використовує всі напрацювання традиційного планування з урахуванням специфіки, виду діяльності та розміру самого підприємства щодо категорій ринкової економіки (ринок, збут, конкуренти) є визначальними для його складу, структури та обсягу
66	Для працівників віком від 16 до 18 років встановлюють скорочену тривалість робочого тижня , яка складає:	A *36 годин B 24 години C 18 годин D 12 годин E 40 годин	Згідно ст. 51 п.1. КЗпП України для працівників у віці від 16 до 18 років тривалість робочого часу - 36 годин на тиждень.
67	Три засновники створюють господарське товариство з гуртової реалізації лікарських засобів та виробів медичного призначення. Яким буде це товариство?	A *Корпоративне B Унітарне C Державне D Комунальне E Індивідуальне	За способом утворення та формування статутного фонду підприємства бувають: унітарні (один засновник), корпоративні (два і більше засновників), господарські товариства і кооперативні підприємства.
68	Провізор-інтерн після закінчення вузу влаштувався на роботу в аптеку. Впродовж якого часу йому повинні оформити трудову книжку ?	A *П'ять днів B Тиждень C Один день D Один місяць E Шістьмісяців	При прийомі на роботу трудова книжка повинна бути оформлена протягом 5 днів (ст. 48 КЗпП)
69	Підприємницька діяльність без державної реєстрації є незаконною. Ким здійснюється реєстрація підприємництва ?	A *Виконавчий комітет міської (районної) ради народних депутатів B Державна податкова інспекція C Державна служба лікарських засобів і виробів медичного призначення D Органи статистики E Банк	Згідно ст. 5 п. 1 Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб - підприємців» Державна реєстрація юридичних осіб та фізичних осіб - підприємців проводиться державним реєстратором за місцезнаходженням юридичної особи або за місцем проживання фізичної особи - підприємця. Державний реєстратор - посадова особа центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику в сфері державної реєстрації юридичних осіб та фізичних осіб - підприємців, яка відповідно до цього Закону від імені держави здійснює державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб - підприємців;
70	Вкажіть назву розділу бізнес-плану, в якому викладено програму заходів, які сприятимуть збуту лікарських засобів :	A *План маркетингу B Виробничий план C Резюме D Фінансовий план E Вступ	План маркетингу необхідний, щоб потенційні клієнти перетворилися в реальних. Цей план повинен показати, чому клієнти будуть купувати продукцію, що випускається або користуватися послугами. План маркетингу містить: ціноутворення, схему розповсюдження товарів, рекламу, методи стимулювання продажів, організацію післяпродажного супроводу, формування іміджу
71	Відповідно до чинного законодавства, на підставі медичного висновку вагітним жінкам надається допологова відпустка, яка починається за таку кількість календарних днів до пологів:	A *70 B 50 C 40 D 30 E 80	Тривалість допологової відпустки становить 70 днів (КЗпП України).

72	Як називається форма власності, при якій аптека заснована на власності відповідної територіальної громади?	A *Комунальна B Приватна C Державна D Колективна E Колективно-приватна	Під комунальною власністю розуміють власність територіальних громад на належне їм майно, що використовується для спільних потреб громади і керується відповідними органами місцевого самоврядування.
73	Для провадження діяльності з оптової торгівлі лікарськими засобами отримано дозвільний документ державного зразка, який засвідчує право суб'єкта господарювання на здійснення зазначеного в ньому виду діяльності. Цей документ має назву:	A *Ліцензія B Статут C Торговий патент D Установчий договір E -	Ліцензія - дозвільний документ державного зразка, який засвідчує право суб'єкта господарювання на здійснення зазначеного в ньому виду діяльності.
74	Провізору було видано заробітну платню в підвищеному розмірі з урахуванням роботи в нічний час. За роботу в який саме час була здійснена доплата?	A *З 22.00 до 6.00 B З 23.00 до 7.00 C З 24.00 до 8.00 D З 20.00 до 9.00 E З 21.00 до 9.00	Нічним часом роботи вважається час з 22 години до 6 години (ст. 54 КЗпП).
75	При організації акціонерного товариства між засновниками виникла дискусія стосовно матеріальної відповідальності. Яка матеріальна відповідальність у членів акціонерного товариства?	A *В межах належних їм акцій B У межах подвійної суми вкладів C Внесками до статутного фонду і належним їм майном D У межах вкладів E Необмежена і солідарна	Згідно ст. 80 п.2 Господарського кодексу України та ст.3 п.1 закону України «Про акціонерш товариства» акціонери несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю товариства, в, не більше вартості приналежних їм акцій.
76	Всі працівники мають право на щорічну професійну відпустку. Яка тривалість додаткової відпустки встановлена для аптечних працівників з ненормованим робочим днем?	A *Сім календарних днів B Не надається C Десять календарних днів D Двадцять календарних днів E Тридцять календарних днів	Згідно зі статтею 8 Закону № 504 щорічна додаткова відпустка за особливий характер праці надається окремим категоріям працівників, робота яких пов'язана з підвищеним нервово-емоційним та інтелектуальним навантаженням або виконується в особливих природних географічних і геологічних умовах та умовах підвищеного ризику для здоров'я за Щорічна додаткова відпустка за особливий характер праці надається також працівникам з ненормованим робочим днем згідно із списками посад, робіт та професій, визначених колективним договором і триває сім календарних днів.
77	Українська фармацевтична фірма організувала за кордоном дочірнє підприємство. До якої форми організації міжнародного маркетингу це відноситься:	A *Пряме володіння B Прямий експорт C Ліцензування D Виробництво лікарських засобів за контрактом E Сумісне підприємство	Власні зарубіжні фірми створюються за кордоном у вигляді дочірньої компанії, асоційованої (змішаної) компанії, філії (відділення), спільного підприємства. - Дочірня компанія (subsidiary) - реєструється як самостійна компанія і має статус юридичної особи з власним балансом. Контролює її материнська компанія, яка володіє частиною акцій або всім капіталом.
78	Колективний договір укладається профспілковим комітетом відімені трудового колективу підприємства з власником. Форма укладання колективного договору - письмова. Яка стаття КЗПП регламентує термін дії колективного договору?	A *17 B 36 C 38 D 40 E 41	Строк дії колективного договору законодавством не регламентується. Сторони колективного договору вправі установити його на свій розсуд. У практичному плані недоцільно встановлювати строк чинності колективного договору тривалістю менше одного року, оскільки погодження його умов може виявитися досить складним, тривалим. Занадто тривалий строк також є неприйнятним, оскільки є багато питань, що в обов'язковому порядку повинні регулюватися колективним договором (вони

			передбачені, наприклад, ст. 15 Закону "Про оплату праці").
79	Відпустки для працівників аптек поділяють на щорічні, додаткові, творчі, соціальні та відпустки без збереження заробітної плати. Вкажіть загальну тривалість основної та додаткової відпусток:	A *59 календарних днів B 60 календарних днів C 90 календарних днів D 70 календарних днів E 65 календарних днів	Відповідно до ст. 10 Закону України „Про відпустки” щорічна додаткова відпустка, передбачена статтею 7 та пунктами 1 і 2 частини першої статті 8 зазначеного Закону, надається понад щорічну основну відпустку за однією підставою, обраною працівником. Порядок надання додаткової відпустки з кількох підстав встановлює Кабінет Міністрів України. Щорічні додаткові відпустки за бажанням працівника можуть надаватись одночасно з щорічною основною відпусткою або окремо від неї. Загальна тривалість щорічних основної та додаткових відпусток не може перевищувати 59 календарних днів
80	Оптово-посередницька фірма, яка співпрацює з закордонними партнерами, з метою досягнення комерційного успіху, проводить ряд заходів, що сприяють формуванню власного позитивного іміджу. Який вид професійної етики використовує фірма?	A *Етика бізнесу B Фармацевтична етика C Фармацевтична деонтологія D Етика керівника E Етика підлеглого	Етика бізнесу як один з видів професійної етики - це система норм поведінки в сфері предпринимательства. Саме дотримання етики бізнесу робить його найбільш ефективним і прибутковим.
81	Провізор аптечного підприємства звільнився за власним бажанням і приступив до роботи менеджером оптової фармацевтичної фірми. До якого виду відноситься такий рух кадрів?	A *Плинність кадрів B Ротація кадрів C Підвищення на посаді D Вербування кадрів E Підвищення кваліфікації	Рух кадрів, в результаті якого провізор аптечного підприємства звільнився за власним бажанням і влаштувався на посаду медичного представника фармацевтичної компанії, плинність кадрів.
82	Чи встановлюється випробувальний термін при прийнятті на роботу осіб, що не досягли 18 років?	A *Не встановлюється B Встановлюється тільки згоди роботодавця C Встановлюється терміном 1 місяць D Встановлюється терміном 1 рік E Встановлюється терміном 6 місяців	Відповідно до ст. 26 КЗпП України випробувальний термін не встановлюється для таких категорій працівників: • осіб, які не досягли 18 років; • молодих робітників після закінчення професійних навчально-виховних установ; молодих спеціалістів після закінчення вищих навчальних закладів; • осіб, звільнених в запас з військової або альтернативної служби;
83	Під час реєстрації суб'єкта господарювання до органів реєстрації необхідно надати установчі документи. До установчих документів суб'єкта господарювання відносяться:	A *Рішення про утворення, установчий договір, статут B Трудовий договір C Колективний договір D Договір купівлі-продажу E Договір міни	До установчих документів належать; установчий акт, статут, установчий договір, положення.
84	Провізор за власним бажанням хоче розірвати безстрокову угоду за причиною переведення чоловіка в іншу місцевість. У якому вигляді і у який термін він має попередити завідувача аптеки?	A *У письмовому вигляді за два тижні B У письмовому вигляді за один тиждень C У письмовому вигляді за один місяць D У письмовому вигляді за п'ять днів E У письмовому вигляді за два дні	Працівник має право розірвати трудовий договір, укладений на невизначений строк, попередивши про це власника або уповноважений ним орган письмово за два тижні. У разі, коли заява працівника про звільнення з роботи за власним бажанням зумовлена неможливістю продовжувати роботу власник або уповноважений ним орган повинен розірвати трудовий договір у строк, про який просить працівник, (ст. 38 КЗпП України)
85	Система принципів, методів розробки і реалізації	A *Фінансовий менеджмент	Фінансовий менеджмент - форма управління процесами фінансування діяльності

	управлінських рішень, пов'язаних з формуванням, розподілом, використанням фінансових ресурсів підприємства і організацією обігу грошового ресурсу , називається :	В Інвестиційний менеджмент С Маркетинговий менеджмент D Іноваційний менеджмент E Операційний менеджмент	підприємства за допомогою методів і важелів фінансового механізму або мистецтво управління фінансовою діяльністю
86	Загроза виникає при будь-яких формах діяльності, пов'язаних з виробництвом продукції, товарів, послуг, їх реалізацією, товарно-грошовими та фінансовими операціями, комерцією, здійсненням соціально-економічних і науково-технічних проектів . Як визначити таке поняття?	A *Підприємницький ризик B Матеріальний збиток C Трудовий збиток D Втрата часу E Фінансові збитки	Підприємницький ризик це загроза виникає при будь-яких формах діяльності, пов'язаних з виробництвом продукції, товарів, послуг, їх реалізацією, товарно-грошовими та фінансовими операціями, комерцією, здійсненням соціально-економічних і науково-технічних проектів.
87	Між провізором і завідуючим аптекою виникла трудова суперечка щодо перенесення строку відпустки. Провізор звернувся в комісію з трудових суперечок. Впродовж якого часу комісія має розглянути питання від дня подання заяви?	A *10 днів B 5 днів C 3 дні D 1 тиждень E 1 місяць	Індивідуальний трудовий спір відповідно до ст. 226 КЗпП України повинен бути розглянутий у десятиденний строк з дня подачі заяви
88	Добре відоме велике підприємство на ліцензійній основі надає право використовувати свій товарний знак і відповідну технологію невеликому самостійному підприємству , яке використовує авторитет і довіру споживачів відомої марки. Як називається зазначена концепція?	A *Франчайзинг B Мерчандайзинг C Використання марки дилера D Використання товарного знаку E Використання марки виробника	Відповідно до загальноприйнятої термінології і Господарським кодексом України передача прав використання своєї торгової марки і відповідної технології невеликому самостійно-тільки підприємству, яке використовує авторитет і довіру споживачів відомої марки, є франчайзингом
89	Засновники бажають відкрити аптеку з роздрібною реалізацією лікарських засобів . Який спосіб здійснення підприємницької діяльності передбачено у цьому випадку?	A *Дозвільний B Нормативний C Вільний D Обмежений E Явочно-нормативний	Законодавство передбачає два способи здійснення підприємницької діяльності: дозвільний і явочно-нормативний. При дозвільному способі необхідно отримати дозвіл (ліцензію), що видається уповноваженим органом. При нормативно-явочному способі ніякого спеціального дозволу для здійснення зазначеної діяльності не потрібно, оскільки всі відповідні йому умови сформульовані в законі
90	При влаштуванні на роботу на конкретну посаду молодого фахівця ознайомлюють з його правами та обов'язками. Яким документом регулюються права і обов'язки аптечних працівників?	A *Посадова інструкція B Внутрішній трудовий розпорядок C Кодекс законів про працю D Всі відповіді вірні E Вірної відповіді немає	Посадова інструкція — документ, що визначає організаційно-правове становище працівника в структурному підрозділі, що забезпечує умови для його ефективної праці. Посадова інструкція — це обов'язковий кадровий документ.
91	Фармацевтичне підприємство з метою планування своєї діяльності аналізує витрати, визначає джерела їхнього покриття, розробляє план забезпечення прибутковості та ліквідності . За яким напрямком (розділом) бізнес-плану проводиться збір і аналіз відповідної інформації?	A *Фінансовий план B План маркетингу C План виробництва продукції (виконання робіт, послуг) D Резюме бізнес-плану E	Мета фінансового плану - показати основні пункти з маси фінансових даних. Тут даються нормативи для фінансово-економічних розрахунків, наводяться прямі (змінні) і постійні витрати на виробництво продукції, калькуляція собівартості продукції, кошторис витрат на реалізацію проекту, потреба і джерела фінансування, розраховується таблиця витрат і доходів, потік реальних грошей (потік готівки), прогнозний баланс.

92	Одним із видів соціального страхування є допомога з тимчасової непрацездатності працівникам у зв'язку з доглядом за хворою дитиною. Який граничний вік дитини для отримання вказаної соціальної допомоги?	A *14 років B 15 років C 16 років D 10 років E 12 років	Допомога у зв'язку з тимчасовою непрацездатністю по догляду за хворою дитиною віком до 14 років виплачується застрахованій особі з першого дня за період, протягом якого дитина за вис-новком лікаря потребує догляду, але не більш як за 14 кален-дарних днів. В такому ж порядку надається допомога особам, які працюють на сезонних і тимчасових роботах.
93	В ринковій економіці важливу роль грає ділова людина, яка починає певну справу, створює підприємство, виступає в ролі власника, бере на себе ризик, використовуючи свої або позикові фінансові кошти . Визначте її назву:	A *Підприємець B Менеджер C Акціонер D Маркетолог E -	Підприємець - керівник, що володіє ініціативністю, здатністю до ризику, відповідальністю і самопожертвою в інтересах справи, орієнтацією на ефективність і якість, цілеспрямованістю, інформованістю.
94	У зв'язку з відкриттям регіональних підрозділів фармацевтична компанія здійснює набір медичних представників. Який з перелічених етапів відбору персоналу є, як правило, завершальним?	A *Цільова співбесіда B Телефонне інтерв'ю C Ознайомлювальна співбесіда D Надання резюме E Заповнення анкети	Цільова співбесіда є завершальним етапом відбору персоналу.
95	Фармацевтична фірма, що випускала ЛЗ у вигляді крапель для носа у флаконах, освоїла випуск цього ЛЗ у вигляді спрею . На якій концепції маркетингу фірма буде взаємовідносини зі споживачами?	A *Удосконалення лікарського засобу B Удосконалення системи збуту C Соціальноетичного маркетингу D Інтенсифікації комерційних зусиль E Удосконалення виробництва	Концепція вдосконалення товару – передбачає, що покуп. надають перевагу продуктам високої якості надійних і експлуатаційних хар-к. П-во повинно сконцентрувати зусилля на постійному покращенні якості товару.
96	При аналізі обсягів реалізації лі-карського препарату встановлено, що препарат випускається великими партіями, обсяги продажів зростають, але темпи росту уповільнюються, зростає кількість конкурентів . На якому етапі життєвого циклу перебуває лікарський препарат?	A *Зрілість B Впровадження C Зростання D Спад E Розробка	Стадія зрілості найбільш тривала в ЖТЦ і пов'язана з певним надлишком виробничих можностей і застосуванням стабільних, відпрацьованих технологій. Товар випускається великими партіями .Маркетингова мета на цьому етапі: максимізація прибутку і стабілізація частки ринку
97	Фармацевтичне підприємство планує запропонувати традиційні ЛЗ на нових ринках . Якою маркетинговою можливістю, згідно з матрицею Ансоффа , воно при цьому скористається?	A *Розширення меж ринку (розвитку ринку) B Більш глибоке проникнення на ринок C Розвиток лікарських засобів D Диверсифікація E Консолідація	Вихід підприємства на нові ринки з традиційними лікарськими засобами передбачає розширеннями меж ринку. Згідно матриці Ансоффа це відповідає стратегії розвитку ринку, яка забезпечує збільшення обсягів збуту в результаті виходу на новий для підприємства ринок з наявним товаром.
98	Відділом маркетингу фірми-виробника встановлено різке зниження рівня продажів лікарських засобів за певний період часу. Вкажіть вид маркетингу та завдання щодо управління маркетингом:	A *Ремаркетинг, підвищення попиту B Синхромаркетинг, вирівнювання попиту C Конверсійний маркетинг, формування попиту D Демаркетинг, зниження попиту E Протидіючий маркетинг, зниження попиту	Ремаркетинг - необхідний в ситуації зниження попиту, характерного для всіх видів товарів і будь-якого періоду часу в залежності від фази життєвого циклу товарів. Метою його є забезпечення товару ринкової новизни або переорієнтації підприємства на нові ринки.
99	Фармацевтична фірма виробляє лікарські препарати, знає своїх споживачів і має можливості	A *Ринкова ніша B Ринок споживача C Ринкове вікно	Ринкова ніша - сегмент ринку, для якого найбільш оптимальний і відповідними є товари даної фірми і її можливості поставки

	постачання. Для якого типу сегменту характерна дана ситуація?	D Товарний ринок E Потенційний ринок	
100	Оптова фармацевтична фірма впроваджує у свою діяльність належну практику дистрибуції (GDP). Якого чинника внутрішнього середовища фірми у першу чергу стосується цей процес?	A *Технологія B Структура C Ціль D Завдання E Люди	При впровадженні належної практики дистрибуції (GDP) фармацевтичною фірмою в першу чергу цей процес позначиться на внутрішній змінній - технології, далі на структурі та інших внутрішніх факторах.
101	Фармацевтична фірма провела дослідження ринку і встановила, що таблетованому препарату "Анальгін" надають перевагу люди пенсійного віку. За яким принципом здійснено сегментацію ринку?	A *Соціально-демографічний B Психографічний C Поведінковий D Економічний E Географічний	Сегментація по соціально-демографічними характеристиками враховує приналежність споживачів до певного соціального класу, професій, Рівень освіти Поряд з розподілом споживачів за статтю, віком, сімейним станом, розміри в життєвому циклі сім'ї, а по релігійної, національної та расової приналежності. Належність до певного соціального класу зобов'язує людину виконувати в суспільстві певну роль, яка безумовно впливає на купівельну поведінку. Зазначені критерії відповідають соціально демографічним принципам сегментації.
102	В основі концепції соціально-етичного маркетингу лежить збалансування трьох факторів. Який з перерахованих факторів НЕ ВІДНОСИТЬСЯ до вказаних?	A *Матеріально-технічна база B Покупці (задоволення потреб) C Підприємство (прибуток) D Суспільство (благополуччя людей) E -	Мета концепції соціально-етичного маркетингу - забезпечення тривалого благополуччя і самого підприємства, і суспільства в цілому. В основі концепції соціально-етичного маркетингу лежить збалансування факторів: задоволення потреб покупців, прибуток підприємства та інтереси суспільства.
103	За ініціативою фірми-виробника вносяться зміни до анотації препарату з метою обмеження його використання. Який вид маркетингу використовує фірма у даному випадку?	A *Протидіючий B Конверсійний C Ремаркетинг D Синхромаркетинг E Стимулюючий	Протидіючий маркетинг-реалізується з метою забезпечення добробуту споживача чи суспільства в цілому, коли попит на окремі товари може вважатися ірраціональним.
104	Менеджер фармацевтичної фірми звернув увагу співробітників на характеристики товарів. Однією з характеристик товару у реальному виконанні є:	A *Зовнішнє оформлення B Гарантії C Доставка D Надання кредиту E Післяпродажне обслуговування	Товар в реальному виконанні, марка, зовнішнє оформлення, дизайн, якість, стиль, упаковка.
105	Вивчення стану стратегічних господарських одиниць (лікарських засобів) фармацевтичної фірми, яке передбачає врахування їх ринкової частки та темпів зростання ринку, проводиться за допомогою:	A *Матриці Бостон консалтинг груп B Матриці Ансоффа C Загальної конкурентної матриці Портера D VEN-аналізу E XYZ-аналізу	Бостонської Консалтингової групи розглядає групи товарів в залежності від темпів зростання ринкового попиту на них, співвідношення частки ринку товарів однієї фірми у відповідній частині основної продукції у виробництві товарів, прибутку тощо. У відповідності з цим виділяються 4 групи товарів (Зірки, Важкі діти, дійних корів, Собаки,) і відповідні маркетингові стратегії.
106	Швидке нарощування обсягів збуту і визнання покупцями лікарського засобу відбувається на такому етапі його життєвого циклу:	A *Зростання B Впровадження на ринок C Зрілості D Спаду E Насичення	Етап зростання характеризується швидким розвитком продажів. Якщо товар виявився успішним і перейшов у фазу зростання, у виробника починають знижуватися витрати на виробництво товару в зв'язку з ростом обсягу випуску і реалізації ціни. Ціни можуть знижуватися, що може дозволити підприємству поступово охопити весь потенційний ринок.

			Маркетингові витрати продовжують залишатися високими. На даному етапі у підприємства, як правило, з'являються конкуренти.
107	Фармацевтичне підприємство сформувало цілісний набір ознак, який містить торговельну марку, раціональне і емоційне сприйняття споживачем фірмового стилю товарів робника, товарної марки і самого товару, а також заходів по його просуванню на ринку. Яке поняття відповідає даному описанню?	A *Бренд B Упаковка C Етикетка D Маркування E Штрих-код	Бренд-це цілісний набір який містить товарів марку, раціональне і емоційне сприйняття споживачем фірмового стилю товаровиробника товарної марки і самого товару а також заходів по його просуванню на ринку. Бренд описують як совокупність, що складається з продукту, який задовольняє функціональні потреби споживачів і додаткові цінності, яка спонукають споживачів відчувати задоволення.
108	Організація активно розвивається, але витрати перевищують доходи. Вкажіть етап життєвого циклу організації:	A *Юність B Смерть C Народження D Старіння E Рання зрілість	«Юність». Це період переходу від комплексного менеджменту, здійснюваного невеликою командою однодумців, до диференційованого менеджменту з використанням простих форм фінансування, планування і прогнозування. Головна мета організації в цей період - забезпечення прискореного зростання і, як правило, повне захоплення своєї частини ринку. Інтуїтивна оцінка ризику керівництвом організації вже недостатня. Вона потребує фахівців з вузькоспеціалізованими знаннями.
109	Який з видів товарного запасу є призначеним для запобігання та ліквідації медико-санітарних наслідків надзвичайних ситуацій природного чи техногенного характеру?	A *Стратегічний B Мертвий C Циклічний D Буферний E Сезонний	Стратегічний товарний запас є призначеним для запобігання та ліквідації медико-санітарнихнаслідків надзвичайних ситуацій природного чи техногенного характеру.
110	Лікарський препарат, термін дієвості патентного захисту якого на активну речовину закінчився, має назву:	A *Генеричний B Оригінальний C Незареєстрований D Забракований E Безрецептурний	Препарат-генерик - це ЛП, на який закінчився термін дії патентного захисту, і тому він не є виключною власністю фармацевтичної компанії, яка його розробила або володіла першою ліцензією на його продаж. Активна речовина препарату ідентично що входить до складу оригінального. Такий ЛП може виробляти будь-яка фармацевтична компанія за умови дотримання вимог виробництва в даній країні.
111	Підприємство розширює асортимент продукції за рахунок впровадження у виробництво лікарського засобу, на який закінчився терміндії патенту. Такий лікарський засіб називається:	A *Генеричний B Оригінальний C Брендвий D Фальсифікований E Патентований	Препарат-генерик - це ЛП, на який закінчився термін дії патентного захисту, і тому він не є виключною власністю фармацевтичної компанії, яка його розробила або володіла першою ліцензією на його продаж. Активна речовина препарату ідентично що входить до складу оригінального. Такий ЛП може виробляти будь-яка фармацевтична компанія за умови дотримання вимог виробництва в даній країні.
112	У своїй роботі фармацевтичне підприємство застосовує вид маркетингу, спрямований на зменшення попиту на лікарські засоби, оскільки він не може бути задоволений через недостатній рівень виробничих потужностей, обмеженість	A *Демаркетинг B Конверсійний C Ремаркетинг D Протидіючий E Стимулю*чий	Демаркетинг - вид маркетингу, спрямований на зменшення попиту на товари і послуги, що не може бути задоволений через недостатній рівень виробничих потужностей, обмеженість товарних ресурсів і сировини. В основному демаркетинг використовується, по престижних, найпопулярніших товарів або в період розвитку виробництва особливо нових товарів, моделей і т.д. Для зменшення

	сировини. Який вид маркетингу застосовує підприємство?		попиту можуть застосовувати такі засоби, як підвищення ціни на товар, відмова від реклами і стимулювання продажів.
113	З метою зменшення підприємницьких ризиків керівництво фармацевтичної фірми розширює свою діяльність шляхом проникнення у нові сфери (відкриття спортивно-оздоровчого центру) . Як називається цей процес?	A *Диверсифікація B Інтенсифікація C Конгломерація D Модернізація E Інтеграція	Згідно матриці Ансоффа, якщо фірма планує розробку нових товарів для нових ринків, то вона може скористатися стратегією диверсифікації.
114	Для аналізу товарного асортименту фармацевтична фірма використала матрицю Бостон Консалтинг Груп. В результаті встановлено, що ринок інтенсивно зростає, а один з препаратів фірми охоплює значну частку цього ринку . Вкажіть, до якої групи товарів (стратегічних господарських одиниць) належить даний лікарський препарат:	A *Зірки B Дійні корови C Важкі діти D Собаки E -	«Зірки» - Високе зростання обсягу продажів і висока частка ринку. Частку ринку необхідно зберігати і збільшувати. «Зірки» приносять дуже великий дохід. Але, незважаючи на привабливість даного товару, його чистий грошовий потік достатньо низький, так як вимагає істотних інвестицій для забезпечення високого темпу зростання.
115	При розробленні нового лікарського засобу фірма-виробник може орієнтуватися на різні стратегії використання товарних марок. Яку назву має стратегія, при якій фірма використовує одну назву для всіх своїх препаратів?	A *Групових марок B Індивідуальних марок C Марок для окремих препаратів D Поєднання фірмового імені з індивідуальною маркою препарату E Багатомарочного підходу	Групові марки-використання фірмою однієї назви для всіх своїх продуктів
116	Фармацевтична фірма планує запропонувати нові лікарські засоби на існуючому ринку . Якою маркетинговою можливістю скористається фірма?	A *Розширення асортименту лікарських засобів B Більш глибоке проникнення на ринок C Розширення меж ринку D Диверсифікація виробництва E Інтеграція виробництва	Стратегія розвитку товару (новий товар - існуючий ринок) Пропозиція на існуючому ринку нових товарів - стратегія розвитку товару. В рамках цієї стратегії можливо виведення на ринок принципово нових продуктів, удосконалення старих, розширення
117	Для аналізу маркетингових можливостей і прогнозування свого місця на ринку фармацевтична фірма може скористатися матрицею, при якій фірма може шукати нові ринки (географічні) чи виявляти нові сфери застосування традиційного ЛЗ . Таке призначення фармацевтичною фірмою власного місця на ринку здійснюється за допомогою:	A *Матриці Ансоффа B Матриці Бостон консалтинг груп C Матриці Портера D Матриці конкурентних переваг E Моделі конкретних сил	Матриця Ансоффа у фармацевтичній діяльності використовується для аналізу маркетингових можливостей і прогнозування свого місця на ринку фармацевтична фірма може скористатися матрицею при якій фірма може шукати нове ринку (географічні) або виявляти нові сфери застосування традиційного лікарського засобу.
118	До завідувача аптеки звернувся провізор з проханням підвищити заробітну плату. Завідувач відмовляє . Визначте тип конфлікту:	A *Міжособистісний B Внутрішньоособистісний C Дисфункціональний D Міжгруповий E Міжособистістю і групою	Міжособистісний конфлікт - це самий распространенний тип конфліктів. У основі його лежать відмінності між особистими цілями і інтересами
119	Відділ маркетингу фармацевтичного підприємства "Беладона" розподілив весь товарний асортимент в залежності від темпів росту ринкового попиту на окремі товари та	A *Бостонської консалтингової групи B Портера C Тейлора D Маслоу E Герцберга	Бостонської Консалтингової групи розглядає групи товарів в залежності від темпів росту ринкового попиту на них, співвідношення частки ринку товарів оприділеної фірми у відповідній частині основної продукції у виробництві товарів,

	відносно частки ринку фірми на чотири групи: "Зірки", "Важкі діти", "Дійні корови", "Собаки". Відділ маркетингу використав матрицю:		прибутку тощо. У відповідності з цим виділяються 4 групи товарів (Зірки, Важкі діти, дійних корів, Собаки,) і відповідні маркетингові стратегії.
120	Фармацевтична фірма провела сегментування регіонального ринку протигістамінних препаратів за віковою ознакою. Вона встановила, що лікарські засоби для дітей відсутні . Фірма буде розглядати даний сегмент як:	<p>A *Ринкову нішу</p> <p>B Сегмент, не привабливий для фірми</p> <p>C Ринкову частку</p> <p>D Сегмент, що вимагає подальших досліджень</p> <p>E Ринкові двері</p>	Ринкова ніша - сегмент ринку, для якого найбільш оптимальний і відповідними є товари даної фірми і її можливості поставки
121	У складі якого з наведених напрямків комплексного дослідження ринку вивчається співвідношення між попитом, пропозицією та рівнем цін?	<p>A *Вивчення економічної кон'юнктури</p> <p>B Вивчення вимог ринку та товару</p> <p>C Аналіз ринкової сегментації</p> <p>D Вивчення фірмової структури ринку</p> <p>E Аналіз соціально-психологічних особливостей покупців</p>	Економічна кон'юнктура характеризує стан усього ринкового процесу на будь-який період. Дослідження економічної кон'юнктури передбачає аналіз попиту і пропозиції, динаміку цін і ін.
122	Підприємство фармацевтичного профілю, що досягло високих показників обсягів збуту власної продукції і визнання покупців, дістане максимальний прибуток на наступному етапі життєвого циклу товару:	<p>A *Зрілість</p> <p>B Впровадження на ринок</p> <p>C Ріст</p> <p>D Спад</p> <p>E Розробка</p>	Стадія зрілості найбільш тривала в ЖЦТ і пов'язана з певним надлишком виробничих можностей і застосуванням стабільних, відпрацьованих технологій. Товар випускається великими партіями. Маркетингова мета на цьому етапі: максимізація прибутку і стабілізація частки ринку
123	При дослідженні регіонального ринку антигістамінних препаратів, відділ маркетингу фармацевтичного підприємства встановив, що пропозиція перевищує попит . Якому виду ринку відповідає ця ситуація?	<p>A *Ринок покупця</p> <p>B Ринок продавця</p> <p>C Закордонний ринок</p> <p>D Результативність управління</p> <p>E Місцевий</p>	Ринок покупця характеризується перевищенням пропозиції над попитом. У такій ситуації Покупець має вибір ($s \geq d$). Ринок покупця характеризується більш сильної позиції покупця в порівнянні з продавцем.
124	Вкажіть, що з перерахованого НЕ відноситься до суб'єктів фармацевтичного ринку :	<p>A *Товар</p> <p>B Відвідувачі аптеки</p> <p>C Дошкільні установи</p> <p>D Гуртові фірми</p> <p>E Маркетингові компанії</p>	Товар - елемент комплексу маркетингу, який підприємство використовує для впливу на цільовий ринок. Решта запропонованих варіанти відповідей є суб'єктами фармацевтичного маркетингу: <ul style="list-style-type: none"> • Кінцеві споживачі (відвідувачі аптеки); • Організації-споживачі (дошкільні установи); • Оптова торгівля (оптові фірми); • Спеціалізовані компанії і служби (маркетингові компанії).
125	Вкажіть, що утворює взаємозв'язок попиту, пропозиції і ціни :	<p>A *Ринковий механізм</p> <p>B Структура ринку</p> <p>C Сфера ринку</p> <p>D Сфера виробництва</p> <p>E Сфера споживання</p>	Взаємозв'язок попиту, пропозиції та ціни утворює ринковий механізм.
126	Економічна ситуація на ринку нестероїдних протизапальних лікарських засобів на основі диклофенаку натрію характеризується заторговуванням і зниженням цін . Такий вид кон'юнктури носить назву:	<p>A *Спадна</p> <p>B Стандартна</p> <p>C Зростаюча</p> <p>D Висока</p> <p>E Підвищена</p>	Кон'юнктура ринку характеризує ситуацію на ринку в співвідношенні між попитом і пропозицією, рівнем цін, товарними запасами, об'ємом замовлень по галузі і іншими економічними показниками. Види товарної кон'юнктури : - Зростаюча кон'юнктура спостерігається в умовах продуктового дефіциту; - Висока кон'юнктура характеризується відносною стійкістю високих цін і невеликою

			активністю споживачів і постачальників; - Спадаюча (що убуває) кон'юнктура спостерігається в умовах затоварювання ринку; - Низька кон'юнктура характеризується стабільно низьким цінам і пасивністю суб'єктів ринку.
127	Для визначення свого місця на ринку і прогнозування ринкової діяльності фармацевтична фірма повинна аналізувати і оцінювати свій власний потенціал. Який вид дослідження дозволяє провести систематизацію отриманих результатів?	A *SWOT- аналіз B ABC - аналіз C Матриця Портера D «Бостон консалтинг груп» E Матриця Ансоффа	Метод, що дозволяє провести порівняльні дослідження внутрішнього середовища підприємства і його зовнішніх умов називається SWOT, - аналіз (аббревіатура від англійських слів: strength - сильні сторони, weakness - слабкі сторони, opportunities - можливості, treats - небезпеки, загрози). Сильні сторони підприємства включають достоїнства і переваги над конкурентами. Слабкі сторони - недоліки в роботі підприємства, що підлягають усуненню для досягнення конкурентних переваг. Можливості підприємства формуються під впливом позитивних тенденцій і явищ зовнішнього середовища, можуть сприяти збільшенню об'єму продажів і прибутку. Загрози - негативні чинники або тенденції зовнішнього середовища, що спричиняють за собою зниження показників роботи підприємства, якщо не будуть вжиті відповідні заходи.
128	На фармацевтичному ринку склалася ситуація, коли існує тільки одна фірма, що продає певний товар. Назвіть вид конкурентної структури ринку:	A *Ринок чистої монополії B Ринок чистої вільної конкуренції C Ринок монополістичної конкуренції D Олігополістичний ринок E Ринок чистої монополії та олігополістичний ринок	Ринок чистої монополії це - ринок, де господарює один продавець. На даному ринку продавець-монополіст володіє порівняно великий вільної при встановленні цін, проте оптимальний рівень ціни визначається, виходячи з попиту на свою продукцію. З цього цінові стратегії стоять за принципом цінової дискримінації, тобто проведення цінової політики, спрямованої на обмеження доступу на ринок інших продавців або покупцям.
129	Фармацевтичне підприємство, враховуючи, що охорона здоров'я надає першочергового значення якості лікарських засобів, спрямувало свої зусилля на покращення якісних характеристик препарату. Яку концепцію управління маркетингом використовує фірма?	A *Удосконалення товару B Удосконалення виробництва C Сучасний маркетинг D Всі відповіді вірні E Правильної відповіді немає	Концепція вдосконалення товару – передбачає, що покуп. надають перевагу продуктам високої якості надійних і експлуатаційних хар-к. П-во повинно сконцент-рувати зусилля на постійному покращенні якості товару.
130	Ринок характеризується такими умовами: наявність великої кількості продавців та покупців, які не впливають на рівень поточних цін; наявність однорідних та взаємозамінних конкуруючих товарів; відсутність цінових обмежень. Вкажіть тип ринку:	A *Ринок чистої конкуренції B Ринок монополістичної конкуренції C Олігополістичний ринок D Ринок чистої монополії E -	Характеризується наявністю великої кількості продавців і покупців, жоден з яких не впливає на рівень поточних цін, наявність однорідних і конкуруючих товарів, дуже маленькою часткою ринку індивідуальних продавців, відсутністю цінових обмежень.
131	Товарний асортимент - це сукупність асортиментних груп товарів, що їх пропонує підприємство. Показник, який відображає кількість позицій у кожній асортиментній групі, називається:	A *Глибина товарного асортименту B Ширина товарного асортименту C Насиченість товарного асортименту D Асортимент товару	Глибина асортименту - загальна кількість товарних позицій (різновидів конкретного виду виробу) всередині кожної товарної категорії в асортименті аптеки.

		Е Зіставленість товарного асортименту	
132	Вітчизняне фармацевтичне підприємство впроваджує на ринок генеричний лікарський препарат за ціною значно нижчою, ніж ціна зарубіжних аналогів. Яку стратегію ціноутворення використовує вітчизняний виробник?	А *Глибокого проникнення на ринок В "Зняття вершків". С Слідування за лідером D Тендерного ціноутворення	Глибокого проникнення на ринок Стратегія глибокого проникнення на ринок (концентрація) - загальна маркетингова стратегія; полягає в знаходженні фірмою шляхів збільшення збуту своїх товарів, що випускаються на вже освоєних ринках
133	Який із препаратів-аналогів є найбільш конкурентоспроможним , якщо у результаті визначення їх коефіцієнтів конкурентоспроможності отримані такі результати:	А *2,0 В 1,15 С 1,7 D 0,73 Е 0,53	Найбільш конкурентоспроможний є лікарський препарат, у котрого коефіцієнт конкурентоздатності більше 1. Згідно з рядом коефіцієнти конкурентоспроможності виділяється лікарський препарат, який має найбільший показник.
134	На фармацевтичний ринок України надійшов новий лікарський засіб. Відомо, що торгівля ним збиткова: низький об'єм продажів, великі маркетингові витрати. У якій фазі життєвого циклу знаходиться даний лікарський засіб?	А *Впровадження В Ріст С Зрілість D Насичення Е Спад	Етап виведення товару на ринок Характеризується дуже високим ступенем невизначеності результатів, оскільки заздалегідь важко визначити чи буде мати успіх новий товар. Маркетингові зусилля підприємства спрямовані на інформування споживачів і посередників про новий товар. На цій стадії у підприємства високі витрати на маркетинг, витрати виробництва так само високі в зв'язку з малим обсягом випуску. Прибутки на даному етапі немає.
135	Існують різні організаційні структури управління маркетингом. Яка організаційна структура управління маркетингом оптимальна для фармацевтичного підприємства, що орієнтується на різні ринкові сегменти, споживачі котрих суттєво відрізняються купівельною поведінкою?	А *Сегментна В Функціональна С Продуктова D Регіональна Е Змішана	Під сегментацією розуміється підрозділ покупців, де б вони не знаходилися, на певні групи (сегменти), що характеризуються спільністю основних характеристик та основних вимог до товару, а також в загальному єдиною мотивацією покупок даного товар
136	При вивченні попиту на лікарські засоби і товари медичного призначення розрізняють декілька його видів. Якому виду попиту відповідає ситуація, коли бажання споживачів неможливо задовольнити за допомогою товарів і послуг, наявних на ринку?	А *Прихований В Позитивний С Негативний D Надлишковий Е Нераціональний	Розрізняють декілька видів попиту негативний, відсутній, прихований, знижується, нерегулярний, повноцінний, надмірний, нераціонально. Прихований попит відображає ситуацію, коли є запити і бажання споживачів, які неможливо задовольнити за допомогою товарів або послуг, представлених на ринку. Завдання маркетингу визначити величину потенційного ринку і створити ефективні товари і послуги, здатні задовольнити прихований попит.
137	Фармацевтичною фірмою проведений поділ споживачів на групи в залежності від статі, віку і розміру сім'ї. Який принцип сегментування ринку лікарських засобів полягає в основі такого поділу?	А *Демографічний В Географічний С Соціально-економічний D Поведінковий Е -	Демографічний принцип передбачає поділ споживачів за статтю, віком, сімейним станом, розміром і життєвого циклу сім'ї, по релігійної, національної та расової приналежності.
138	Фармацевтичне підприємство планує вихід на ринок нового лікарського засобу. Основною метою при ціноутворенні фірма	А *"Зняття вершків" В Проникнення С Наслідування лідера D Диференціації цін	Така стратегія може використовуватися для інноваційних товарів.

	визначає формування іміджу та швидке отримання прибутку . Яку стратегію ціноутворення використовує фірма?	Е -	
139	Фармацевтична фірма "Белладонна" використовує послуги посередника, що працює з фірмою за певною угодою і здійснює операції за її рахунок, при цьому йому надано виняткове право збуту товарів фірми в окремих регіонах . Цей посередник:	А *Оптовий агент В Консигнатор С Комісіонер D Брокер E Дилер	Оптовий агент - посередник, який працює з фірмою виробником по певній угоді і здійснює операції за її рахунок і від її імені при цьому йому може бути надана виключне право збуту товарів фірми в окремих регіонах
140	Вкажіть засоби стимулювання збуту , які можуть використовуватись в аптеках для споживачів:	А *Знижки В Моральні стимули С Премії, подяки D Конкурси для фахівців E -	Стимулювання збуту в формі різних знижок з ціни є найбільш поширеним засобом. У світовій практиці їх налічується близько 20 видів.
141	Спеціалісти відділу маркетингу фармацевтичного підприємства "Луга-фарм" на графіку відобразили валові витрати та валовий дохід при різних рівнях обсягів продажів лікарського засобу. В даному випадку використаний такий метод ціноутворення:	А *Беззбитковості В Конкурентних цін С З орієнтацією на попит D Націнок E Тендерного ціноутворення	Метод базується на обліку витрат, враховує залежність попиту від рівня ціни. Дає можливість розрахувати і отримати бажаний прибуток, реалізуючи товар за певною ціною і в певному обсязі.
142	Завдання фармацевтичної логістики передбачають рекламу ЛЗ, пошук споживачів, укладання договорів, сервісне обслуговування, транспортування . Визначте вид логістики:	А *Збутова В Кадрова С Інформаційна D Виробнича E Закупівельна	Збутова логістика - забезпечення фізичного просування продукції до споживача. Головне в збутовій логістики - поліпшення процесу фізичного розподілу товарів від виробника до споживача у відповідності з його інтересами і вимогами. Функції збутової логістики полягають у наступному: планування, організація і управління транспортуванням товарів; управління товарними запасами; отримання замовлень на поставку продукції і їх ефективна обробка; комплектація та упакування товарів; організація відвантаження; управління доставкою і контроль над виконанням транспортних операцій в логістичних ланцюгах; планування, організація і управління логістичним сервісом.
143	Підприємство-виробник планує продавати новий лікарський засіб через оптові фармацевтичні фірми . Який вид каналу розподілу планується використати?	А *Дворівневий В Однорівневий С Прямого маркетингу D Трирівневий E -	Канал збуту який включає виробника, оптові фарм фірми і аптеки є дворівневим каналом
144	Попит на лікарські засоби залежить від багатьох факторів. Який з факторів НЕ ВПЛИВАЄ на еластичність попиту?	А *Обсяг збуту лікарських засобів В Взаємозамінність препарату С Важливість ліків для споживача D Питома вага препарату в доході споживача E *Період для прийняття рішення стосовно придбання препарату	На цінову еластичність попиту на лікарські засоби впливають такі чинники: 1. Наявність на ринку лікарських препаратів, аналогів, можливість взаємозаміни. 2. Важливість ЛП для споживача 3. Питомих вага витрат на лікарський засіб в доході споживача 4. Фактор часу-чим довше препаратів присутній на ринку, то еластичнішою на нього попит. Об'єм збуту ЛП не впливає на еластичність.
145	Аптека проводить оптові закупівлі засобів санітарії та гігієни. Посередник працює за угодою з виробником і проводить операції	А *Оптовий агент В Консигнатор С Комісіонер D Брокер	Оптовий агент - посередник, який працює з фірмою виробником по певній угоді і здійснює операції за її рахунок і від її імені при цьому йому може бути надана виключне

	за його рахунок. Посереднику може бути надане виключне право збуту товарів фірми у певних районах . Назвіть цього посередника:	Е Дилер	право збуту товарів фірми в окремих регіонах
146	З метою охоплення широкого ринку збуту, отримання високих прибутків через масову реалізацію і зручність місця придбання ліків для споживача, фармацевтичний виробник співпрацює з численними посередниками. Якому виду розподілу це притаманно?	А *Інтенсивний В Ексклюзивний С Ешелонований D Комбінований E Селективний	Інтенсивний розподіл передбачає залучення великої кількості оптових і роздрібних торговців. Мета фірми виробника при цьому полягає в широкому охопленні збуту ринку і отримання високих доходів за рахунок швидкої реалізації товарів
147	Підприємство-виробник планує реалізувати новий лікарський засіб через фірмові аптеки . Яка стратегія розподілу лікарських засобів буде задіяна?	А *Пряма В Ешелована С Гнучка D Горизонтальної інтеграції E Вертикальної інтеграції	Пряма стратегія розподілу, прямий збут передбачають розподіл продукції на пряму, без участі посередників. Проста система збуту передбачає наявність в збутового ланцюга як правило, двох ланок: виробника і споживача, тобто фактична відсутність спеціальних збутових організацій.
148	Фармацевтичний виробник здійснює добір посередників для доведення своїх лікарських засобів до споживача. Що розуміють під кількістю посередників, через яких лікарські засоби проходять на шляху від виробника до споживача?	А *Довжина каналу розподілу В Комбінований розподіл С Структура каналу розподілу D Ширина каналу розподілу E Ешелонований розподіл	Довжина каналу визначається кількістю незалежних посередників (або рівнів розподілу), послідовно здійснюють просування товарів.
149	Фармацевтична фірма "Фармасвіт" запатентувала і виробляє новий препарат гіпоглікемічної дії. Збут товару фірма проводить безпосередньо через власні відділи збуту, збутові філіали, мережу фірмових аптек . Канал якого рівня характеризує збутову політику даної фармацевтичної фірми?	А *Нульовий В Однорівневий С Дворівневий D Трирівневий E Чотирирівневий	Канал нульового рівня або канал прямого маркетингу, є найкоротшим. такий канал не містить посередників, а складається тільки з виробника і споживача, якому він безпосередньо продає товар.
150	Діяльність фірми з планування, організації і контролю за фізичним переміщенням матеріалів і готових виробів від місця їх виробництва до місця їх використання з метою задоволення потреб споживачів і з вигодою для себе, це:	А *Збут В Пропозиція С Попит D Реклама E Менеджмент	Збут - це діяльність фірми з планування, організації та контролю за фізичним переміщенням матеріалів і готових виробів від місця їх виробництва до місця використання з метою задоволення потреб споживачів і отримання фірмою прибутку. Збут здійснюється в рамках збутової політики (політики розподілу).
151	Рішення що приймаються у сфері ціноутворення на лікарські засоби, перебувають під впливом внутрішніх і зовнішніх чинників. До зовнішніх чинників відносяться:	А *Споживачі В Етапи життєвого циклу товару С Витрати D Маркетингова стратегія E Мета маркетингу	Фактори зовнішнього середовища, що впливають на процес ціноутворення на підприємстві, можна представити у вигляді чотирьох основних груп: споживачі, ринкове середовище, учасники каналів руху товару, держава.
152	Найнижча (мінімальна) ціна товару фармацевтичної фірми, як правило залежить від :	А *Собівартості виробу В Долі, яку займає фірма на ринку С Від мети фірми на ринку D Рівня конкуренції на регіональному ринку E Кількості посередників	Мінімально можлива ціна визначається собівартістю продукції, максимальна- наявністю якихось унікальних достоїнств.
153	Споживачі товарів істотно впливають на ухвалення рішень відносно цін. Яка категорія	А *Економні покупці В Персоніфіковані покупатці	При здійсненні покупки економні покупці виявляють особливий інтерес до ціни, якості та асортименту товарів

	покупців за ціносприйняттям і орієнтацією в купівлі товарів виявляє особливу цікавість до ціни, якості і асортименту товару	С Апатичні покупці D Етичні покупці E -	
154	Для товару який пропонує фірма немає заміників і він знаходиться поза конкуренцією . Залежність попиту від ціни в даному випадку буде:	A *Нееластичною B Унітарною C Перехресною D Абсолютно еластичною E Еластичною	Платоспроможна потреба покупців нечутлива до змін цін, оскільки не існує заміників товару, відповідно попит є нееластичним
155	Іноземний виробник товару встановив ціну нижче собівартості з метою усунення конкурентів . Як називається така практика встановлення цін?	A *Демпінгових цін B Вільних цін C Дискримінаційних цін D Диференційованих цін E Немає правильної відповіді	Демпінг вивезення товару з однієї країни в іншу з більш низьких цінах, ніж усередині країни або на світовому ринку
156	Українське державне виробниче підприємство Ізотоп - єдиний дистриб'ютор радіофармацевтичних ЛЗ. Для цих ЛЗ характерний наступний тип розподілу :	A *Ексклюзивний B Інтенсивний C Масовий D Вибірковий E Селективний	Розподіл на правах винятковості, або ексклюзивний розподіл - коли обмеженому оптовому і роздрібному торговцям надається виключне право реалізації товарів фірми в межах збутових територій.
157	Фармацевтична фірма "Фітопром" з метою збереження повного контролю за здійсненням торгових операцій на регіональному ринку свою збутову політику буде без застосування посередницької ланки . Метод збуту, що виключає послуги посередників, називається:	A *Прямий B Непрямий C Змішаний D Комбінований E Опосередкований	Прямий, або безпосередній метод збуту коли виробник продукції не вдається до послуг посередників і передає товар прямо споживачам. прями метод збуту використовується виробниками, які ходять контролювати всю свою маркетингову програму. Прагнуть до тісного контакту зі споживачами і мають обмежені цільові ринки.
158	Через який відділ аптечного складу здійснюється реалізація лікарських засобів і виробів медичного призначення аптекам, лікувально - профілактичним установам і іншим організаціям :	A *Експедиції B Приймальний C Оперативний D Постачання і торгівлі E Маркетингу	Реалізація лікарських засобів і виробів медичного призначення аптекам, лікувально-профілактичним установам та іншим організаціям здійснюється на замовлення через відділ експедиції. У функції цього відділу входить упаковки товарів, які надійшли з оперативних відділів, розподіл їх між одержувачами, оформлення транспортних документів, а також передачі товарів покупцям в разі самовивозу.
159	Фармацевтична фірма "Пфайзер" намагається запропонувати ринку найкращий якісний товар за високою ціною, яка має покрити видатки на науково-дослідницькі розробки і виробництво високоякісної продукції . Незважаючи на високу ціну, товар знаходить своїх покупців. Які цілі ціноутворення ставить фірма?	A *Завоювання лідерства за якістю продукції B Забезпечення виживаності фірми C Збереження існуючого положення D Збільшення частки ринку E Збільшення асортименту фірми	Фірма може поставити собі за мету домогтися що б її товар був самим високоякісним з усіх пропонованих на ринку. Зазвичай це вимагає встановлення на нього високої ціни, щоб покрити витрати на досягнення високої якості і проведення дорогих НДДКР. Така стратегія називається - Завоювання лідерства за якістю продукції
160	Маркетологу оптово-роздрібною фармацевтичної фірми необхідно визначити, яким чином зміниться обсяг попиту при зростанні ціни на 10% , якщо відомо, що коефіцієнт еластичності дорівнює 1?	A *Знизиться на 10% B Зросте на 10% C Знизиться на 1% D Зросте на 1% E Не зміниться	Еластичність попиту за ціною показує, на скільки відсотків зміниться величина попиту при зміні на 1%, тому збільшення ціни на 10% викличе зниження обсягу попиту на 10%.
161	Фармацевтична фірма планує випуск нової лікарської речовини. Який метод ціноутворення дозволить визначити мінімально допустиму ціну і об'єм виробництва, необхідний для отримання прибутку?	A *Метод беззбитковості B Метод запечатаного конверту C Витратний метод D Визначення ціни з орієнтацією на попит	Метод базується на обліку витрат, враховує залежність попиту від рівня ціни. Дає можливість розрахувати і отримати бажаний прибуток, реалізуючи товар за певною ціною і в певному обсязі.

		Е Визначення ціни з орієнтацією на конкурентів	
162	Фармацевтичне підприємство знизило ціну на лікарський препарат в умовах загострення конкуренції та зниження попиту на ЛЗ . Яку мету ціноутворення має дане підприємство?	А *Забезпечення виживання підприємства В Максимізація прибутку С Формування іміджу як виробника високоякісних ЛЗ D Завоювання лідерства за якістю Е -	Таку мету фірма вибирає у випадках: коли на ринку спостерігається жорстка конкуренція, ціновий попит на товари еластичний, потреби покупців змінюються, фірма прагне досягти максимального зростання обсягу збуту і збільшення сукупного прибутку шляхом зниження доходу з одиниці товару, фірма передбачає, що збільшення обсягу реалізації скоротить відносні витрати виробництва і збуту, низькі ціни лякають конкурентів.
163	Паблік рилейшнз є важливим елементом комплексу маркетингових комунікацій фармацевтичних підприємств. До засобів паблік рилейшнз належить:	А *Участь у роботі конференцій В Преміальні продажі С Знижки D Розміщення рекламних матеріалів в аптеці Е Розміщення ЛЗ у вітринах і на полицях	Паблік рилейшнз - це система зв'язків з громадськістю, що передбачає планомірно здійснювані зовнішні і внутрішні комунікації між організацією та її громадськістю з метою поліпшення взаємин і досягнення між ними взаєморозуміння.
164	Компанія Санofi як Національний спонсор Всесвітнього дня боротьби з діабетом надала підтримку в поширенні матеріалів про організацію правильного харчування людей з діабетом. Така діяльність називається:	А *Паблік рилейшнз В Добродійність С Реклама фірми D Лобювання інтересів фірми Е Консолідація	Паблік рилейшнз-це планові довгострокові зусилля, спрямовані на створення і підтримку відкритих відносин і взаєморозуміння між організацією і громадськістю. Паблік рилейшнз - презентація, прес-конференція.
165	В рекламному ролику, який демонструють по телебаченню, показано, як препарат проти застуди ефективно виліковує парубка, і той з радістю іде на довгоочікуване побачення . Вкажіть, на які мотиви покупки розрахований даний рекламний ролик:	А *Емоційні В Раціональні С Етичні D Економічні Е Моральні	До емоційних мотивів відносять пробудження почуття провини, страху, гордості, радості та ін.
166	Співробітник фармацевтичної фірми отримав завдання провести маркетингові дослідження по вивченню регіонального ринку анти аритмічних засобів. Якому етапу досліджень він віддає перевагу в першу чергу?	А *Збір і аналіз вторинної інформації В Збір первинної інформації С Аналіз даних первинної інформації D Підготовказвіту Е Подання звіту	Збір і аналіз вторинної інформації Після визначення проблеми і цілей маркетингового дослідження необхідно зібрати і проаналізувати дані про зовнішнє середовище. З великою конкретизацією інформацією спочатку слід збирати вторинну інформацію. Особиста інформація це дані з так званих вторинних джерел щодо одного з елементів ринку, наприклад споживачів.
167	Фармацевтична оптова фірма для стимулювання збуту товару надає своїм клієнтам знижку на основі соціальної домовленості і за умови їх постійності як клієнтів . Визначте вид знижки:	А *Бонусна В Дилерська С Сезонна D Знижки за кількість товару, який купують Е -	Бонусні знижки - знижки, які надаються постійним покупцям за певний обсяг покупок протягом певного часу, зазвичай року. При цьому встановлюється певна шкала знижок.
168	Провізор відділу маркетингу фармацевтичного виробника планує комунікаційну політику підприємства. Яка складова систем маркетингових комунікацій має найвищу вартість на один контакт?	А *Персональний продаж В "Паблік рилейшнз" С Реклама на телебаченні D Реклама в періодичних виданнях Е Стимулювання збуту	Персональний продаж-процес створення продавцем сприятливих умов для здійснення покупки потенційним покупцем. Перевагою такої форми просування товару є прямі контакти продавців з кінцевими споживачами, індивідуальна робота з ними, що стимулює збут продукції з урахуванням індивідуальних особливостей споживачів.

169	Короточасні спонукальні заходи заохочення посередників і споживачів до купівлі ліків (знижки, товарні кредити, підтримка постійних покупців, тощо) має назву:	<ul style="list-style-type: none"> A *Стимулювання збуту лікарських засобів B Лобіювання C Реклама D Персональний продаж E Паблі сіті 	Стимулювання збуту - це захід, що використовуються для заохочення споживача, посередника і продавця для короткострокового збільшення збуту і зростання кількості покупців.
170	Для стимулювання збуту і формування попиту на виробі медичного призначення фармацевтична фірма "Медтехніка" використала різні матеріали. Одним із заходів, що проводилися фірмою, було розповсюдження поштою листівок, буклетів, каталогів, фірмових видань . Назвіть засіб розповсюдження рекламної інформації, який використала фірма?	<ul style="list-style-type: none"> A *Пряма адресна реклама B Зовнішня реклама C Реклама у пресі D Реклама на телебаченні E Сувенірна реклама 	Пряма адресна реклама - це листівки, буклети, каталоги, фірмові виробы, які доставляють кур'єром або надсилають поштою по спеціально складеним списком.
171	Фармацевтична компанія "Astra Zeneca" в рамках благодійного проекту "Скажемо разом НІ астмі!" відкриває в дитячих лікарнях ігрові кімнати, успішно реалізує програму боротьби з тютюнопалінням серед молоді, розробляє методичні посібники для школярів зі здорового способу життя. Діяльність компанії, спрямована на встановлення доброзичливих стосунків з громадськістю . Така система заходів компанії має назву:	<ul style="list-style-type: none"> A *Паблік рілейшнз B Реклама C Прямий продаж D Брендинг E Мерчандайзинг 	Паблік рілейшнз-це планові довгострокові зусилля, спрямовані на створення і підтримку відкритих відносин і взаєморозуміння між організацією і громадськістю.
172	Яка складова системи маркетингових комунікацій спрямовує свою діяльність на формування позитивного іміджу фірми?	<ul style="list-style-type: none"> A *Паблік рілейшнз" B Реклама C Персональний продаж D Збутова логістика E Мерчандайзинг 	Паблік рілейшнз-це планові довгострокові зусилля, спрямовані на створення і підтримку відкритих відносин і взаєморозуміння між організацією і громадськістю.
173	Фармацевтична фірма при розробці рекламної стратегії просування без рецептурних ліків передбачає визначення цільової аудиторії. При цьому найвищу вибірковість аудиторії споживачів зумовлює такий вид реклами:	<ul style="list-style-type: none"> A *На місці продажу B На радіо C На транспорті D У друкованих виданнях E На телебаченні 	Реклама на місці продажу (в тому числі мерчандайзинг), забезпечує максимальну вибірковість аудиторії споживачів, так як сприяє збільшенню спонтанних покупок під впливом стимулюючих елементів, що включають привлекательність, заострення уваги, зацікавленість, мотивацію покупки, виявлення бажання діяти.
174	Фармацевтична фірма "Адоніс" для просування нової продукції користується рекламою, яка повідомляє покупцям про товар, підкреслює характерні його переваги, характерні властивості та характеристики . Що це за вид реклами?	<ul style="list-style-type: none"> A *Інформаційна B Агресивна C Підтримуюча D Непряма E Пряма 	На етапі виведення нового ЛП на ринок для формування попиту необхідно проінформувати покупців про новий товар, його переваги і характерні властивості. Це забезпечує саме інформаційна реклама.
175	Фармацевтична фірма активно рекламує препарат безрецептурного відпуску в засобах масової інформації : на телебаченні, на радіо та ін. Використовується також реклама в газетах, на місці продажу, сувенірна . Яку стратегію використовує в даному випадку фірма?	<ul style="list-style-type: none"> A *Стратегія приваблювання B Стратегія прощтовхування C Стратегія недиференційованого маркетингу D Стратегія диференційованого маркетингу 	Стратегія залучення споживачів до товару передбачає великі витрати на рекламу і стимулювання споживачів з метою формування попиту з їх боку.

		Е Концентрований маркетинг	
176	Встановіть тип маркетингового контролю, якщо відповідальними за його впровадження є вище керівництво і ревізор по маркетингу , а як метод контролю використовується ревізія маркетингу:	А *Стратегічний контроль В Контроль прибутковості С Контроль за реалізацією D Контроль рентабельності Е -	Відповідальними за впровадження стратегічного контролю є вище керівництво і ревізор з маркетингу, а в якості методу контролю використовується ревізія маркетингу.
177	В аптечній мережі регулярно перевіряється робота провізорів та фармацевтів щодо дотримання стандартів обслуговування та обговорюються проблеми, які виникають під час роботи . Якому виду контролю відповідає така діяльність?	А *Поточний В Попередній С Завершальний D Фінансовий Е -	Поточний контроль здійснюється в ході проведення робіт на основі зворотного зв'язку. Контроль за допомогою систем зворотного зв'язку дозволяє організації виявляти відхилення при виконанні поставлених завдань і ефективно скорегувати свої дії.
178	Фармацевтичне підприємствоздійснює маркетинговий аудит. Який фактор вивчається при аудиті макросередовища підприємства ?	А *Стан економіки в країні В Переваги споживачів С Ціниконкурентів D Пропозиції постачальників Е -	До факторів зовнішнього макросередовища відносяться економічні, соціально-демографічні, екологічні, технологічні і політико-правові чинники.
179	На фармацевтичному підприємстві "Вірго" контролюється надходження ЛЗ за кількістю і якістю . Визначте вид контролю:	А *Попередній В Поточний С Заклучний D Стандартний Е Ефективний	В організації попередній контроль використовується в 3-х ключових випадках: у ставленні до людських, матеріальних і фінансових ресурсів. У сфері матеріальних ресурсів - контроль сировини, матеріалів, виготовлених в аптеках концентратів і внутрішньоаптечних заготовок, під час приймання товару за кількістю та якістю.
180	Маркетолог-фахівець проводить дослідження фармацевтичного ринку. Користуючись даними періодичної літератури він розраховує можливу ємність ринку, визначає рівень захворюваності і можливий попит на препарат з огляду на статистичні довідки . Який вид маркетингових досліджень використовує маркетолог?	А *Кабінетні В Польові С Спостереження D Панельні Е Опитування	Маркетингові дослідження діляться на кабінетні та польові. Кабінетні дослідження - це обробка вже існуючої вторинної інформації. Кабінетні дослідження -це робота з офіційними джерелами інформації звітами підприємства, довідниками, статтями в ЗМІ, статичний статистичної звітності та ін. Яким дослідження можна віднести: аналіз потенціалу підприємства, аналіз мікро і макросередовища організації.
181	Вкажіть тип методу спостереження при зборі первинної інформації, коли дослідник поводить як активний учасник подій ?	А *Активне спостереження В Природне спостереження С Лабораторне спостереження D Відкрите спостереження Е Приховане спостереження	Спостереження – метод психологічного дослідження, який полягає у спостереженні за об'єктом дослідження, реєстрації та поясненні психологічних фактів. Метод спостережень характеризується безпосереднім сприйняттям явищ і процесів у їхній цілісності і динаміці. Активне спостереження Різновид методу спостереження, коли спостерігач активно бере участь у діяльності досліджуваної групи, одночасно реєструючи подробиці поведінки її членів (див. Природне спостереження).
182	Фахівцями відділу маркетингу фармацевтичної фірми, що впроваджує на ринок новий антидіабетичний препарат, було проведене анкетування 230 лікарів-ендокринологів . Який	А *Опитування В Спостереження С Експеримент D Панель Е Тестування	Опитування - це з'ясування поглядів, позицій людей або отримання від них довідки про будь-якому питання на підставі відповідей на заздалегідь підготовлені питання. Це найбільш поширений і найважливіша форма збору даних у маркетингу. Майже в 90% досліджень використовується цей метод.

	метод маркетингових досліджень використаний?		Опитування може проводитися в усній або письмовій формі.
183	Для проведення маркетингових досліджень по вивченню ринку споживачів препаратів жовчогінної дії регіону, що вивчається, фірма визначила проблему і сформулювала цілі дослідження . До якого етапу досліджень їй необхідно приступити у подальшому ?	A *Збір і аналіз вторинної інформації B Розробка плану збору первинної інформації C Збір первинної інформації D Аналіз первинної інформації E Складання звіту	Після визначення проблеми і цілей маркетингового дослідження необхідно зібрати і проаналізувати дані про зовнішнє середовище. З великою конкретизацією інформацією спочатку слід збирати вторинну інформацію. Особиста інформація це дані з так званих вторинних джерел щодо одного з елементів ринку, наприклад споживачів.
184	Проведення маркетингових досліджень за окремими фармацевтичними групами передбачає збір і аналіз первинної інформації . Це наступний вид маркетингових досліджень:	A *"Польові" дослідження B "Кабінетні" дослідження C Дослідження ринку лікарських засобів D Дослідження споживачів лікарських засобів E Дослідження збутової мережі фармацевтичного ринку	Польові дослідження це збір і обробка первинної інформації спеціально для конкретного маркетингового аналізу. В якості методів отримання інформації в польових маркетингових дослідженнях найчастіше використовуються, опитування, панель, спостереження, експеримент і експертні оцінки.
185	На телебаченні періодично здійснюється популяризація серед молоді механічних контрацептивів (без вказівок на конкретні товарні марки). Різновидом якої складової маркетингової комунікації є ці заходи?	A *Пабліситі B Реклама C Персональний продаж D Стимулювання збуту E Спонсорство	Пабліситі (англ. publicity) — це продуманий спосіб керування громадським сприйняттям певного суб'єкта комунікацій шляхом спрямування інформації від медіа до широкої громадськості.
186	Спеціалісти з маркетингу при вивченні фармацевтичного ринку використовують "кабінетні" та "польові" методи дослідження. Які "кабінетні" методи дослідження ринку можуть використовуватися спеціалістами з маркетингу?	A *Аналіз звітів попередніх досліджень B Вибіркове спостереження C Суцільне спостереження D Телефонне опитування E Проведення експериментальної реалізації препарату	Маркетингові дослідження діляться на кабінетні та польові. Кабінетні дослідження - це обробка вже існуючої вторинної інформації. Кабінетні дослідження -це робота з офіційними джерелами інформації звітами підприємства, довідниками, статтями в ЗМІ, статичний статистичної звітності та ін. Яким дослідження можна віднести: аналіз потенціалу підприємства, аналіз мікро і макросередовища організації.
187	Іноземний інвестор хоче створити в Україні разом з вітчизняною фармацевтичною фірмою підприємство з іноземними інвестиціями . Мінімальна іноземна інвестиція повинна становити не менше ніж:	A *10% B 5% C 25% D 50% E 75%	Підприємство з іноземними інвестиціями (ПІІ) — підприємство (організація) будь-якої організаційно-правової форми, створене відповідно до законодавства України, іноземна інвестиція в статутному фонді якого, за його наявності, становить щонайменш 10%.
188	При розробці нового лікарського препарату фахівці відділу маркетингу фармацевтичної фірми провели одноразове дослідження, у ході якого з'ясували ставлення лікарів до наявних на ринку препаратів . Який метод маркетингових досліджень використаний?	A *Опитування B Експеримент C Спостереження D Тестування E Панель	Опитування – це метод дослідження, використовуваний для отримання інформації в усній чи письмовій формі від великої кількості респондентів
189	Фармацевтична компанія використовує різні види реклами. Для якого засобу розповсюдження реклами характерна відсутність вибіркової аудиторії ?	A *Зовнішня реклама B - C Сувенірна реклама D Реклама для спеціалістів E Поштові листівки, буклети	Зовнішня реклама — реклама, розміщена на вулицях (щити, перетяжки тощо), на фасаді будівлі фірми-рекламодавця (вітрина тощо), а також на транспорті.
190	Маркетингова служба підприємства за результатами проведеного аналізу можливостей	A *Мінімальним B Довгостроковим C Максимальним	В умовах складної ринкової ситуації фармацевтичним підприємствам доцільно вибрати мінімальний план маркетингу,

	ринку встановила явне ускладнення ринкової ситуації для фірми. Яким має бути план маркетингу за таких умов?	D Оптимальним E Стратегічним	застосування якого дозволяє ефективно використати наявні ресурси, зберегти ринкові позиції і понизити міру ризику.
191	Фармацевтичне підприємство орієнтується на різні ринкові сегменти, споживачі яких істотно відрізняються купівельною поведінкою. Яка організаційна структура управління маркетингом є для нього оптимальною?	A *Сегментна організація маркетингу B Функціональна організація маркетингу C Регіональна організація маркетингу D Продуктова організація маркетингу E Продуктово-сегментна організація маркетингу	Сегментна структура організації відділу маркетингу (спрямована на покупця) найбільш підходить для підприємств, працюючих на різних сегментах ринку, з різними групами покупців. При цьому маркетинг-керівник відповідає за маркетинговою діяльність по кожному сегменту, а підлеглі йому маркетологи відділу маркетингу відповідають за конкретні спрямовані роботи з цією групою споживачів.
192	Фармацевтична фірма вимушена відновлювати імідж внаслідок розповсюдження фірмою-конкурентом негативної інформації. Які засоби маркетингових комунікацій повинна використовувати фірма?	A **Паблік релейшенз" B Стимулювання збуту C Реклама D Проведення презентацій E Мерчандайзинг	Паблік релейшенз-це планові довгострокові зусилля, спрямовані на створення і підтримку відкритих відносин і взаєморозуміння між організацією і громадськістю.
193	Аптека "Доброго дня" з метою збільшення обсягів продажу препаратів запровадила систему знижок , за якою при купівлі лікарських засобів на суму 100 грн., споживачі отримують знижку 2%. Які маркетингові комунікації застосувала аптека?	A *Стимулювання збуту, спрямоване на споживачів B Стимулювання збуту, спрямоване на фармацевтичних посередників C Персональні продажі D "Паблік релейшенз", спонсорство E Стимулювання збуту, спрямоване на власний збутовий персонал	При стимулюванні споживачів, найбільше значення має збільшення кількості покупців, збільшення кількості товарів, придбаних одним і тим же покупцем. До засобів стимулювання збуту для покупців відносяться: • Фінансові; • Кредит; • Роздача або розсилка безкоштовних зразків товару (семплінг); • Преміальні продажі, купони; • Конкурси та лотереї серед покупців; • Використання упаковки; • Кампанії розширеної розпродажі товарів; • Сервісна політика
194	Офіційний документ, який складається в установленому порядку за наслідками проведення аудиту і містить висновок стосовно достовірності звітності, повноти фінансової звітності, називається:	A *Аудиторський висновок B Звіт про фінансові результати C Бухгалтерський баланс D Звіт про грошові кошти E Звіт про власний капітал	Офіційний документ, який складається в установленому порядку за наслідками проведення аудиту і містить висновок стосовно достовірності звітності, повноти фінансової звітності, називається аудиторським висновком.
195	В аптеках мережі "Світанок" змінено викладку лікарських засобів у вітринах і полицях для вивчення впливу заходів з мерчандайзингу на зміну обсягів збуту лікарських препаратів. Який метод маркетингових досліджень використаний?	A *Експеримент B Панель C Опитування D Спостереження E -	Експеримент це метод маркетингових досліджень ринку - це дослідження, в ході якого має бути встановлено, як зміна однієї або декількох незалежних змін вплив на одну або кілька залежних змінних.
196	Провізор здійснює дослідження фармацевтичного ринку, використовуючи наукову періодичну літературу та статистичні дані. Який вид маркетингових досліджень при цьому здійснюється?	A *Кабінетні дослідження B Панельні дослідження C Опитування D Спостереження E Польові дослідження	Кабінетні дослідження – використовуються офіційні друковані джерела інформації. Кабінетні дослідження дають загальне уявлення про стан економіки, кон'юнктуру ринку, тенденції й розвиток ринків тощо. Кабінетні дослідження досить дешеві.
197	Відома фармацевтична фірма на ліцензійній основі передає право використовувати свій товарний	A *Франчайзинг B Мерчандайзинг C Сертифікація D Комплектування	Відповідно до загальноприйнятої термінології і Господарським кодексом України передача прав використання своєї торгової марки і відповідної технології

	знак невеликому підприємству. Яку назву має ця дія?	Е Експеримент	невеликому самостійному підприємству, яке використовує авторитет і довіру споживачів відомої марки, є франчайзингом
198	Для проведення податкової перевірки торгівельно-господарської діяльності аптеки необхідно надати дозвільний документ на право роздрібною реалізації медикаментів. Назвіть даний документ:	A *Ліцензія B Сертифікатакредитації C Патент D Паспорт аптеки E Пільговий патент	Ліцензія - дозвільний документ державного зразка, який засвідчує право суб'єкта господарювання на здійснення зазначеного в ньому виду діяльності
199	Українська фармацевтична фірма організувала за кордоном дочірнє підприємство. До якої форми організації міжнародного маркетингу це відноситься:	A *Пряме володіння B Прямий експорт C Ліцензування D Виробництво лікарських засобів за контрактом E Сумісне підприємництво	Власні зарубіжні фірми створюються за кордоном у вигляді дочірньої компанії, асоційованої (змішаної) компанії, філії (відділення), спільного підприємства. Дочірня компанія (subsidiary) - реєструється як самостійна компанія і має статус юридичної особи з власним балансом. Контролює її материнська компанія, яка володіє частиною акцій або всім капіталом.
200	Відділом маркетингу фармацевтичної фірми встановлено, що під час незначного підвищення ціни на лікарський засіб попит на нього значно знизився. Визначте вид попиту:	A. *Еластичний B. Раціональний C. Унітарний D. Нееластичний E. Нераціональний	При еластичному виду попиту процентна зміна його обсягу перевищує зниження рівня цін. Зумовлено наявністю аналогів на даний лікарський засіб. Наприклад, на Парацетамол виробника X зросла ціна, тому попит на нього знизиться, оскільки є на ринку аналоги Парацетамолу інших виробників.
201	Директор фармацевтичної фірми Фітофарм, що останнім часом вимушена зменшувати обсяги виробництва та скорочувати товарний асортимент, не лише не виявляє організаторських здібностей, але майже не цікавиться і практично не регулює діяльність підприємства. Визначте стиль керівництва, притаманний директорові підприємства.	A. *Ліберальний B. Авторитарний C. Директивний D. Авторитарний E. Демократичний	Ліберальний стиль керівництва – «управління без керівника» - Він характеризується невтручанням у справи підлеглих, безініціативністю, очікуванням вказівок згори або від самих співробітників, боязню прийняття самостійних рішень, перекладанням справ на підлеглих.
202	На фармацевтичному підприємстві сформувалася група прихильників велоспорту. Така група називається:	A. *Неформальною B. Виробничою C. Комітетом D. Формальною E. Господарською	Неформальна група – це група, яка створюється на підприємстві за інтересами (велоспорт, нумізмати, філателісти і т.д)
203	Фармацевтична компанія "Dr. Ram" організовує науково-практичні конференції за участю лікарів та фармацевтичних працівників. Який елемент маркетингових комунікацій використовує ця фармацевтична фірма?	A. *Паблік рілейшнз B. Мерчандайзинг C. Стимулювання збуту D. Персональний продаж E. Прямий маркетинг	Паблік рілейшнз – це елемент СМК, який впливає на суспільну думку через засоби масової інформації. До основних видів товарної пропаганди ЛП належать: статті у галузевій пресі; організація семінарів і засідань спеціалістів; участь у семінарах, засіданнях і конференціях, тренінгах.
204	З метою консолідації сил зі створення та виробництва нового лікарського засобу відбулося тимчасове об'єднання науково-виробничої фармацевтичної фірми "Астерія" та банківської установи "Енерго". Визначте вид такого господарського об'єднання:	A. *Консорціум B. Корпорація C. Холдинг D. Асоціація E. Концерн	Консорціум – це форма тимчасового добровільного об'єднання підприємств, організацій з метою досягнення цілей їх комерційної, наукової або творчої діяльності.
205	Шлях від виробника до кінцевого споживача лікарський засіб проходить за схемою: виробник — > гуртова фірма —> аптека —>	A. *Дворівневий канал B. Однорівневий канал C. Чотирирівневий канал D. Канал нульового рівня	Рівень каналу збуту – це кількість посередників, які знаходяться між виробником та кінцевим споживачем

	кінцевий споживач. Визначте рівень		
206	Фармацевтична компанія "Бон-фарм" завдяки постійній фінансовій підтримці міжнародних спортивних ігор стала добре відомою в Україні та в країнах близького зарубіжжя. Який напрям діяльності описує ця ситуація?	A. *Спонсорство B. Лобювання C. Паблісіті D. Прямий маркетинг E. Пропаганда продукції	Спонсорство – добровільна матеріальна, фінансова, організаційна та інша підтримка фізичними та юридичними особами будь-якої діяльності з метою популяризації виключно свого імені, найменування, свого знака для товарів і послуг.
207	Сукупність властивостей, які надають лікарським засобам здатність задовольняти згідно з їх призначенням потреби споживачів, називається?	A. *Якість лікарського засобу B. Зовнішній вигляд C. Фармакологічна дія D. Товарний вигляд E. Маркування лікарських засобів	Якість ліків — це сукупність властивостей, які надають їм здатність задовольняти споживачів відповідно до свого призначення і відповідають вимогам, що встановлені законодавством.
208	Фармацевтичне підприємство "Фармастар" розробляє нові лікарські форми для своїх лікарських засобів. Який це напрям розвитку маркетингової товарної політики?	A. *Модифікація товару B. Диверсифікація C. Скорочення D. Диференціація E. Модернізація	Модифікація – продукція, яка є однорідною з вихідною (типовою), отриманою зміною попереднього виробу, але з іншою сферою застосування. Вони мають однорідні ознаки, але з деякими відмінностями в характеристиках відповідно до потреб певних сегментів ринку і кінцевих споживачів.
209	Провізор аптеки має II кваліфікаційну категорію. Яке навчання треба пройти провізору для отримання I кваліфікаційної категорії?	A. *Предатестаційний цикл B. Інтернатура C. Стажування D. Спеціалізація E. ----	Предатестаційний цикл дає можливість провести іспит для фармацевтів (провізорів) та присвоїти певну категорію
210	Фармацевтична фірма-виробник за даними екологічного рейтингу посідає провідне місце серед найбільш "зелених" підприємств регіону. На якій концепції маркетингу фірма будує свої відносини із споживачами?	A. *Соціально-етичний маркетинг B. Удосконалення виробництва C. Удосконалення лікарського засобу D. Інтегрований маркетинг E. Інтенсифікація комерційних зусиль	Соціально-етичний маркетинг визначають як процес з метою виявлення та задоволення всіх потреб споживачів у контексті суспільних потреб в цілому.
211	Паблік рилейшнз є важливим елементом комплексу маркетингових комунікацій фармацевтичних підприємств. До засобів паблік рилейшнз належить	A. *Участь у роботі конференцій B. Знижки C. Преміальні продажі D. Розміщення ЛЗ у вітринах і на полицях E. Розміщення рекламних матеріалів	Засоби паблік рилейшнз – паблісіті (напр. участь у роботі конференцій) та спонсорство (система взаємовигідних договірних відносин)
212	На фармацевтичний ринок України надійшов новий лікарський засіб, який характеризується низьким обсягом продажів, незначним прибутком, великими маркетинговими витратами на рекламу. У якій фазі життєвого циклу перебуває цей лікарський засіб?	A. *Впровадження на ринок B. Насичення C. Зростання D. Зрілість E. Спад	Тільки на даному етапі ЖЦТ можливий такий дисонанс. Маючи НЕвеликі прибутки та продажі – фірма витрачає великі кошти для просування. Адже саме якісна реалізація цих дій на етапі ВПРОВАДЖЕННЯ на ринок – забезпечить великі продажі та ріст прибутку на наступних стадіях ЖЦТ та забезпечить упізнаність даного препарату.
213	Керівництво фармацевтичного підприємства проводить внутрішній аудит щодо отримання вимог Належної виробничої практики. Яку функцію менеджменту використовує керівництво?	A. *Контролювання B. Регулювання C. Мотивування D. Організація E. Планування	Внутрішній аудит – одна із форм контролю, яка дозволяє перевірити відповідність вимогам.

214	З оптової фармацевтичної фірми "Схід-Фармація" протягом останнього року за власним бажанням звільнилось 10% співробітників, які влаштувались на роботу до фірми-конкурента "Схід-оптима". Індивідуальне переміщення працівників з фірми "Схід-Фармація" до фірми "Схід-оптима" є:	<ul style="list-style-type: none"> A. *Плинністю кадрів B. Мотивуванням кадрів C. Ротацією кадрів D. Атестацією кадрів E. Динамікою кадрів 	Плинність кадрів – це процес, коли співробітники звільняються з однієї фірми та влаштовуються на роботу в іншу фірму.
215	На підставі дослідження ринку керівник фармацевтичного підприємства разом із групою маркетингологів ухвалює рішення розробити заходи з підвищення конкурентоспроможності ЛЗ фірми. Таке рішення називається:	<ul style="list-style-type: none"> A. *Колегіальним B. Особистим C. Інтуїтивним D. Одноосібним E. ----- 	Колегіальне управлінське рішення – вид рішення, яке приймається керівником разом групою відповідальних експертів в цьому питанні.
216	Для виходу фармацевтичного підприємства на зарубіжний ринок аналізувалися традиції та звички, релігійна належність, цінності та рівень освіти місцевого населення. Які чинники середовища міжнародного маркетингу вивчалися?	<ul style="list-style-type: none"> A. *Соціокультурні B. Економічні C. Політичні D. Технологічні E. Правові 	Соціокультурні фактори – це сукупність причин, що обумовлюють формування унікальних соціокультурних рис населення певної території та рушійні сили соціокультурних процесів.
217	Завідувач аптекою Екофарм частину своїх повноважень передав своєму заступнику. Процес передавання повноважень керівника підлеглим для виконання спеціальних завдань - це:	<ul style="list-style-type: none"> A. *Делегування повноважень B. Ліквідація повноважень C. Зняття повноважень D. Звуження повноважень E. ----- 	Делегування повноважень — це процес передавання керівником частини будь-якої своєї роботи та повноважень, необхідних для її виконання, підлеглому, який приймає на себе відповідальність за її виконання.
218	Власник аптеки започатковує підприємницьку діяльність із роздрібною торгівлю ЛЗ. Який документ дозволяє здійснювати торговельну діяльність за готівкові кошти в аптеці?	<ul style="list-style-type: none"> A. *Торговий патент B. – C. Сертифікат якості D. Свідоцтво про державну реєстрацію E. Ліцензія на виробництво ЛЗ 	Торговий патент — державне свідоцтво, яке засвідчує право суб'єкта підприємницької діяльності чи його структурного (відокремленого) підрозділу провадити такі види підприємницької діяльності: торговельна діяльність (за готівкові кошти, а також з використанням інших форм розрахунків та кредитних карток);
219	Фармацевтична фірма, бажаючи провести свої ринкові позиції в умовах конкурентного середовища, вирішує використовувати товарні знаки. Для чого призначений товарний знак?	<ul style="list-style-type: none"> A. *Диференціювання та захисту лікарських засобів власного виробництва на фірмі; B. Проведення маркетингових досліджень C. Сегментування ринку D. Визначення потреби в лікарських засобах E. Вивчення кількісних характеристик ринку 	Серед головних функцій товарного знака можна виділити: виділення товару або послуги серед товарів або послуг тієї ж категорії; надання інформації про походження товарів або послуг; надання інформації про якість товарів або послуг; підвищення впізнаваності товарів або послуг за допомогою рекламування.
220	Графік залежності ціна-попит представлений горизонтальною лінією. Вкажіть вид попиту у цьому разі.	<ul style="list-style-type: none"> A. *Абсолютно еластичний B. Нееластичний C. Абсолютно нееластичний D. Еластичний E. Унітарний 	Абсолютно еластичний попит має місце, коли , і означає, що споживачі купують товар у необмеженій кількості, але лише за однією ціною.
221	Медичний працівник направляє зусилля на виконання поставлених завдань, оскільки він переконаний в отриманні солідної винагороди у разі	<ul style="list-style-type: none"> A. *Теорія очікування В. Врума B. Теорія К. Альдерфера C. Ієрархія потреб Маслоу D. Двофакторна теорія Ф. Герцберга 	Теорія очікування Врума базується на припущенні того, що людина направляє свої зусилля на досягнення якої-небудь мети тільки тоді, коли буде впевнений в задоволенні за цей рахунок своїх потреб або досягнення своєї мети.

	виконання плану. Яка теорія мотивації пояснює таку поведінку?	Е. Теорія морального стимулювання	
222	Вкажіть фінансовий показник діяльності аптеки, величина якого визначає обсяг реалізації товару, при якому сукупний дохід дорівнює сукупним витратам	А. *Точка беззбитковості В. Прибуток С. Товарообіг D. Рівень торгових накладень E. рентабельність	Точка беззбитковості (Break-Even Point) — обсяг або рівень операцій, при якому сукупний дохід дорівнює сукупним витратам, тобто це точка нульового прибутку або нульових збитків. Точка беззбитковості є одним з показників, застосовуваних для оцінки ефективності інвестиційних проєктів.
223	Провізор аптеки через невдоволеність умовами праці звільнився за власним бажанням і влаштувався на посаду медичного працівника фармацевтичної компанії. Якому поняттю такий рух трудових ресурсів?	А. *Плинність кадрів В. Підвищення на посаді С. Вербування кадрів D. Ротація кадрів E. Переведення працівника	Плинність кадрів – це процес, коли співробітники звільняються з однієї фірми та влаштовуються на роботу в іншу фірму.
224	Аптечна мережа існує на фармацевтичному ринку більше 20 років. У складних ринкових умовах керівництво компанії активно використовує елементи антикризового менеджменту, диверсифікації та залучення інвестицій . Вкажіть складову успішної діяльності фармацевтичної організації, яку забезпечує компанія?	А. *Вживання В. Практична реалізація управлінських рішень С. Результативність D. Продуктивність E. Ефективність	Вживання – це одна із складових успішного управління, яка забезпечує процес збереження фірми на існуючому фармацевтичному ринку в кризових ситуаціях.
225	Правління хіміко-фармацевтичного заводу розробляє довготривалі та перспективні плани, встановлює стратегічні цілі підприємства . Представником якого рівня управління в ієрархії менеджменту є голова правління?	А. *Інституційного В. Технічного С. Збутового D. Товарного E. Управлінського	Інституційний рівень – це рівень управління, на якому зосереджуються керівники вищої ланки та є відповідальними за провадження стратегічного та загального керівництва, створюють політику підприємства.
226	Фармацевтична оптова фірма для стимулювання збуту товару надає своїм клієнтам знижку на основі соціальної домовленості та за умови їх постійності як клієнтів . Як називається такий вид знижки?	А. *Бонусна В. За кількість товару С. Дилерська D. Сезонна E. -	ЗНИЖКА БОНУСНА: знижки, надані постійним покупцям, якщо вони за певний період набувають обумовлену кількість товарів (на обумовлену суму)
227	Під час вивчення попиту на вакцини проти грипу встановлено, що вони надходять до аптечного складу в недостатній кількості та нерівномірно . Визначте вид попиту.	А. *Незадоволений В. Задоволений С. Нераціональний D. Негативний E. Прихований	Попит незадоволений — нереалізована частина реального попиту через брак потрібних товарів чи невідповідність їхньої якості вимогам покупців.
228	Вивчення стану стратегічних господарських одиниць (лікарських засобів) фармацевтичної фірми, яке передбачає врахування їх ринкової частки та темпів зростання ринку , проводиться за допомогою:	А. *Матриці БКГ В. XYZ - аналізу С. VEN – аналізу D. Загальної конкурентної матриці Портера E. Матриці Ансоффа	Матриця БКГ (Бостон Консалтинг Груп) дозволяє класифікувати товар за темпами зростання та їх часткою на ринку. («Зірки», «Дійні корови», «Собаки», «Важкі діти»)
229	Представництво іноземної фармацевтичної фірми організувало для працівників аптек тренінг . Який елемент маркетингових комунікацій використала фірма?	А. *ПаблікРілейшнз В. Персональний продаж С. – D. Франчайзинг E. Прямий маркетинг	Паблік рілейшнз – це елемент СМК, який впливає на суспільну думку через засоби масової інформації. До основних видів товарної пропаганди ЛП належать: статті у галузевій пресі; організація семінарів і засідань спеціалістів; участь у семінарах, засіданнях і конференціях, тренінгах.

230	Іноземний інвестор хоче створити в Україні разом із вітчизняною фармацевтичною фірмою підприємство з іноземними інвестиціями . Яку частку в статутному капіталі повинна становити мінімальна іноземна інвестиція?	A. *Не менше 10% B. Не менше 5% C. Не менше 25% D. Не менше 50% E. Не менше 75%	Частка іноземної інвестиції в статутному капіталі має становити не менш ніж 10%
231	Керівник аптечного закладу в управлінні використовує планування, матеріальне стимулювання, розподіл прибутку, ціноутворення, здійснення матеріальних санкцій, розподіл капітальних вкладень . До якої групи методів управління відносяться ці способи та засоби?	A. *Економічні B. Непрямого впливу C. Організаційні D. Соціально-психологічні E. Правові	Економічні методи менеджменту – це сукупність прийомів, способів, що забезпечують використання об'єктивних економічних законів і інтересів у діяльності організації на основі товарно-грошових відносин з метою досягнення її цілей
232	У аптечних працівників встановлено скорочену тривалість робочого часу . Яка тривалість робочого тижня у провізора-аналітика ?	A. *36 год B. год C. год D. год E. 24 год	Скорочена тривалість робочого часу для працівників, зайнятих на роботах з шкідливими умовами праці становить не більше 36 годин на тиждень.
233	Оптова фармацевтична фірма знала підприємницьких збитків через заборгованість аптечної мережі. Вкажіть вид підприємницьких збитків.	A. *Фінансові B. Спеціальні C. Матеріальні D. Виробничі E. Трудові	Фінансові збитки — це втрати активів або грошей, обумовлені чиймись протиправними діями.
234	Фармацевтична фірма виробляє лікарські препарати, знає своїх споживачів і має можливості постачання . До якого сегменту ринку характерна ця ситуація?	A. *Ринкова ніша B. Ринок споживача C. Ринкове вікно D. Потенційний ринок E. Товарний ринок	Ринкова ніша - це частина сегменту ринку, яка складається з невеликої групи (або людей, або компаній), яка має певні загальні характеристики та потреби.
235	Рекламну діяльність в галузі фармації контролює та регламентує держава, зокрема Закон України «Про рекламу». Які відомості НЕ заборонено розміщувати в рекламі про лікарські засоби ?	A. *Інформацію щодо використання або застосування безрецептурних ЛЗ; B. Відомості про те, що ЛЗ є продуктом харчування, косметичним чи іншим продуктом для вживання C. Відомості, які можуть справити враження, що за умови вживання ЛЗ медична консультація з фахівцем не є необхідною D. Інформацію про те, що косметичні засоби, харчові продукти вітамінні чи інші харчові домішки мають лікувальні властивості E. Інформацію про те, що лікувальний ефект від приймання ЛЗ є абсолютно гарантований	Інформація щодо використання або застосування безрецептурних ЛЗ є дозволеною для рекламування безрецептурних ЛЗ.
236	Лікувальний заклад закуповує лікарські препарати протиупухлинної дії безпосередньо у вітчизняного виробника . Вкажіть рівень каналу збуту, який використовується у цьому разі.	A. *Канал 0 рівня B. Дворівневий канал C. Чотирирівневий канал D. Однорівневий канал E. Трирівневий канал	Канал 0 рівня (Прямий канал) – це канал збуту, який характеризується відсутністю посередників. Товар БЕЗПОСЕРЕДНЬО потрапляє до кінцевого споживача.
237	Менеджер оптової фармацевтичної фірми відповідає за доведення	A. *Технічному B. Управлінському	Технічний рівень – рівень управління, на якому зосереджуються керівники низової

	завдань безпосередньо до виконавців та контролює їх виконання. Якому рівню управління відповідають такі дії?	C. Вищої ланки D. Інституційному E. Середньої ланки	ланки управління та відповідають за донесення поставлених завдань до безпосередніх виконавців, а також контролюють їх виконання.
238	Фармацевтичне підприємство розробляє нові лікарські форми для своїх лікарських засобів. Який це напрям розвитку маркетингової товарної політики?	A. *Модифікація товару B. Диверсифікація C. Скорочення виробництва D. Модернізація E. Диференціація	Модифікація – продукція, яка є однорідною з вихідною (типовою), отриманою зміною попереднього виробу, але з іншою сферою застосування. Вони мають однорідні ознаки, але з деякими відмінностями в характеристиках відповідно до потреб певних сегментів ринку і кінцевих споживачів.
239	Оптово-роздрібна фірма здійснює реалізацію лікарських засобів та виробів медичного призначення оптовим фірмам, аптекам та населенню. Визначте вид підприємницької діяльності.	A. *Комерційна B. Інвестиційна C. Виробнича D. Фінансова E. Фінансово-кредитна	ДІЯЛЬНІСТЬ КОМЕРЦІЙНА (лат. commercium — торгівля) — суспільно необхідна діяльність юридичних і фізичних осіб на ринку товарів і послуг зі здійснення операцій купівлі-продажу товарів, у т. ч. фармацевтичних та ін.
240	Результати фінансово-господарської діяльності аптеки за минулий квартал показали, що відділ безрецептурного відпуску не виконав запланованих показників. Яку функцію менеджменту необхідно використати для виправлення ситуації?	A. *Регулювання B. Мотивування C. Контролювання D. Управління E. Планування	Саме функція РЕГУЛЮВАННЯ в даному випадку дозволить зрозуміти причини невиконання, щоб в майбутньому здійснити вже планування з урахуванням раніше допущених помилок.
241	Спеціалісти відділу маркетингу фармацевтичного підприємства провели порівняльні дослідження внутрішнього середовища і зовнішніх умов, проаналізували сильні та слабкі сторони, можливості та загрози. Який спосіб аналізу вони використали?	A. *SWOT-аналіз B. Матрицю БКТ C. PEST-аналіз D. ABC -аналіз E. VEN-аналіз	SWOT-аналіз полягає в розділенні чинників і явищ на чотири категорії: сильних (Strengths) і слабких (Weaknesses) сторін проєкту, можливостей (Opportunities), що відкриваються при його реалізації, та загроз (Threats), пов'язаних з його здійсненням.
242	Відділ маркетингу фармацевтичної фабрики встановив, що на ліки від застуди спостерігається сезонне коливання попиту. Вкажіть цей тип попиту.	A. *Нерегулярний B. Негативний C. Відсутній D. Латентний E. Ірраціональний	Попит нерегулярний — стан ринку, за якого потреба в даному товарі чи послугі різко міняється протягом року, сезону, доби.
243	Акціонерне товариство включає два вітчизняні та іноземне фармацевтичні підприємства, розгалужену оптову та роздрібну мережі. Вкажіть тип маркетингової фармацевтичної системи.	A. *Вертикальна B. Лінійна C. Матрична D. Горизонтальна E. Штабна	Вертикальні маркетингові системи складаються з виробника, оптових фірм та аптек, котрі співпрацюють для як єдина система.
244	Відділ маркетингу фармацевтичного підприємства розподілив споживачів на групи відповідно до певних критеріїв та ознак. Який метод маркетингу було застосовано в цьому разі?	A. *Сегментування ринку B. Диверсифікацію C. Позиціонування D. Експертну оцінку ринку E. Визначення частки ринку	Сегментування ринку — один з методів маркетингу, що полягає у розподілі потенційних споживачів на групи на основі відмінностей у їх потребах, характеристиках та поведінці.
245	На яку модель організації маркетингу орієнтується фармацевтична фірма, яка виробляє невеликий асортимент ліків, призначених для одного ринку, формує групи маркетологів та виділяє управлінців за функціями маркетингу?	A. *Функціональну B. Комбіновану (матричну) C. Регіональну D. Товарну E. Сегментну	Функціональна структура служби маркетингу – передбачає розподіл обов'язків між відділами щодо виконання певних маркетингових функцій (планування продукції, маркетингові дослідження, реклама, збут, сервіс).
246	У фармацевтичній фірмі визначили кращих співробітників місяця та	A. *Мотивація B. Планування C. Регулювання	Мотивація – це загальна функція маркетингу, яка реалізує процес спонукування себе та

	нагородили їх дипломами і цінними подарунками. Яка функція управління використовується у цьому разі?	D. Контроль E. Організація	інших до діяльності для досягнення особистих цілей або цілей організації.
247	Завідувач аптеки розробив графік роботи персоналу на наступний місяць. Вкажіть вид планування, що спрямований на формування вузьких, деталізованих, короткотермінових планів.	A. *Оперативне B. Індивідуальне C. Стратегічне D. Фінансове E. Бізнес	Оперативне планування – це детальне розроблення планів підприємства для його підрозділів на короткий проміжок часу (декаду, добу, зміну).
248	Уповноважена особа здійснює вхідний контроль якості лікарських засобів в аптеці. Вкажіть цей вид контролю.	A. *Попередній B. Організаційний C. Стратегічний D. Поточний E. Завершальний	Попередній контроль – процес перевірки готовності до виконання робіт, проводиться до їхнього початку. Тобто, ПЕРЕД тим, як ЛЗ потраплять в торговий зал – уповноважена особа має ПОПЕРЕДНЬО провести візуальний огляд цих ЛЗ.
249	Вкажіть фактори прямого впливу зовнішнього середовища на діяльність підприємства.	A. *Споживачі й конкуренти B. Науково-технічний прогрес C. Стан економіки D. Політичні зміни E. Соціокультурні чинники	Споживачі та конкуренти БЕЗПОСЕРЕДНЬО впливають на організацію та залежать від цієї дії.
250	Завідувач аптеки використовує прийоми впливу, що враховують майнові та фінансові інтереси працівників. Які методи менеджменту використовує завідувач?	A. *Економічні B. Соціально-психологічні C. Суспільно-політичні D. Адміністративні E. Технологічні	Економічні методи менеджменту – це сукупність прийомів, способів, що забезпечують використання об'єктивних економічних законів і інтересів у діяльності організації на основі товарно-грошових відносин з метою досягнення її цілей
251	У відділі маркетингу виник конфлікт між двома менеджерами стосовно розподілу їх функціональних обов'язків. Начальник відділу маркетингу знайшов компромісне рішення, яке влаштувало обох працівників. Яким цей конфлікт є за результатом?	A. *Функціональним B. Безрезультатним C. Дисфункціональним D. Оптимальним E. Інтегральним	Функціональний вид конфлікту – це вид конфлікту, вирішення якого покращує діяльність компанії.
252	Менеджери оптової фармацевтичної фірми приймають рішення щодо вибору постачальників та закупівель лікарських засобів із мінімальними затратами. Який вид логістики застосовується у цьому разі?	A. *Закупівельна B. Кадрова C. Інформаційна D. Виробнича E. Збутова	Закупівельна логістика – це управління матеріальними потоками в процесі забезпечення підприємства матеріальними ресурсами.
253	Вкажіть вид відповідальності фармацевтичних організацій, що передбачає певний рівень добровільного відгуку на соціальні проблеми суспільства з боку організації.	A. *Соціальна B. Юридична C. Адміністративна D. Кримінальна E. Дисциплінарна	Соціальна відповідальність – це соціальне явище, що являє собою добровільне та свідоме виконання, використання і дотримання суб'єктами суспільних відносин, приписів, соціальних норм.
254	У фармацевтичній компанії робочі групи підпорядковані як керівнику проекту, так і керівнику функціонального підрозділу. Визначте тип організаційної структури управління.	A. *Адаптивна (матрична) B. Продуктова C. Функціональна D. Лінійна E. Лінійно-функціональна	У матричній структурі управління члени проектної групи підпорядковані як керівнику проекту, так і керівнику тих функціональних відділів, де вони працюють постійно.
255	Виробник лікарських засобів під час формування системи розподілу продукції орієнтується на максимальне залучення мережі оптових та роздрібних	A. *Інтенсивний B. Ексклюзивний C. Прямий D. Селективний E. Змішаний	Інтенсивний збут – передбачає розміщення товарів на всіх торговельних підприємствах, де це тільки можливо.

	посередників. Який вид збуту вибирає виробник?		
256	Як називається сукупність вимог на товар з боку споживачів, яка підкріплена купівельною спроможністю?	<p>A. *Попит</p> <p>B. Збут</p> <p>C. Маркетинг</p> <p>D. Пропозиція</p> <p>E. Реклама</p>	Попит — кількість товару, яку споживачі бажають і можуть придбати за різними цінами протягом певного періоду часу.
257	Фармацевтичні працівники вирішили організувати господарське товариство. Що лежить в основі поняття «товариство з обмеженою відповідальністю»?	<p>A. *Товариство, учасники якого несуть відповідальність за борги у межах своїх внесків</p> <p>B. Товариство, учасники якого несуть відповідальність у межах своїх внесків, а при недостатності цих сум — належним їм майном в однаковому для всіх учасників</p> <p>C. Товариство, учасники якого несуть додаткову солідарну відповідальність за зобов'язання товариства усім своїм майном</p> <p>D. Товариство, учасники якого несуть додаткову солідарну відповідальність усім своїм майном, а вкладники — лише у межах вкладу</p> <p>E. Товариство, учасники якого несуть повну відповідальність</p>	Згідно ст. 80 п.3 Господарського кодексу України, товариством з обмеженою відповідальністю є госпо-дарське товариство, що має статутний капітал, поділений на частки, розмір яких визначається установчими документами, і несе відповідальність за своїми зобов'язаннями тільки своїм майном. Учасники товариства, які повністю сплатили свої вклади, несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю товариства, у межах своїх вкладів.
258	Що таке мотив у контексті функцій менеджменту?	<p>A. *Усвідомлене спонукання до певних дій</p> <p>B. Те, що людина вважає цінним для себе</p> <p>C. Відчуття певного дискомфорту, нестачі чогось</p> <p>D. Психологічні якості людей, які дають можливість засвоювати певні знання</p> <p>E. Кінцевий результат, на досягнення якого спрямовані зусилля</p>	Важливим компонентом трудової діяльності людини є мотив. Мотив — це спонукання людини до активності, пов'язане із намаганням задовольнити певні потреби. Мотив виступає як причина постановки цілей.
259	Завідувач аптекою передав свої повноваження щодо формування асортименту, визначення обсягів, номенклатури, термінів закупівлі лікарських засобів та виробів медичного призначення заступнику. Як називається ця дія в теорії менеджменту?	<p>A. *Делегування</p> <p>B. Планування</p> <p>C. Контроль</p> <p>D. Організація</p> <p>E. Мотивація</p>	Делегування повноважень — сукупність методів, що дозволяють керівникові перекласти виконання частини своїх функцій на інших працівників.
260	Директор фармацевтичної фірми з метою зниження підприємницького ризику вирішив вилучити частину прибутку та вкласти гроші в ресторанний бізнес. Як називається розподіл зусиль та капіталовкладень між різними видами діяльності, результати яких безпосередньо не пов'язані?	<p>A. *Диверсифікація</p> <p>B. Страхування</p> <p>C. Банкрутство</p> <p>D. Ліквідація</p> <p>E. Індексация</p>	Способами зниження підприємницького ризику є диверсифікація, купівля страховки, хеджування й отримання більше інформації про вибір і результати. Диверсифікація — це розподіл зусиль і капіталовкладень між різноманітними видами діяльності, що не належать до основного виробництва, результати яких безпосередньо не зв'язані.

261	Аптека з метою збільшення обсягів продажу препаратів запровадила систему знижок , за якою при купівлі лікарських засобів на суму 100 грн споживачі отримують знижку 2% . Які маркетингові комунікації застосувала аптека?	<p>A. *Стимулювання збуту, спрямоване на споживачів</p> <p>B. Стимулювання збуту, спрямоване на фармацевтичних посередників</p> <p>C. Персональні продажі</p> <p>D. Спонсорство</p> <p>E. Стимулювання збуту, спрямоване на власний збутовий персонал</p>	<p>Заходи зі стимулювання збуту здійснюються по відношенню до трьох учасників ринку: споживачів, посередників і продавців (власного торгового персоналу) для короткострокового збільшення збуту. До засобів стимулювання збуту для покупців належать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> фінансові; <input type="checkbox"/> кредит; <input type="checkbox"/> роздавання або розсилання безплатних зразків товару (семплінг); <input type="checkbox"/> преміальні продажі, купони; <input type="checkbox"/> конкурси та лотереї серед покупців; <input type="checkbox"/> використання упаковки; <input type="checkbox"/> кампанії розширеного розпродажу товарів; <input type="checkbox"/> сервісна політика.
262	Фармацевтичне підприємство планує збут власної продукції в іншій країні шляхом передачі її у власність закордонного посередника . Як називається форма виходу підприємства на закордонний ринок?	<p>A. *Експорт</p> <p>B. Прямі інвестиції</p> <p>C. Спільне підприємництво</p> <p>D. Ліцензування</p> <p>E. Франчайзинг</p>	Експорт — діяльність, яка пов'язана зі збутом продукції в іншій країні шляхом передачі її у власність закордонного посередника
263	Фармацевтичне підприємство проводить вивчення стану своїх стратегічних господарських одиниць (лікарських засобів) за допомогою матриці Бостонської консультативної групи. На аналізі чого ґрунтується матриця БКГ ?	<p>A. *Частки ринку і темпів росту ринку</p> <p>B. Привабливості галузі</p> <p>C. Сегментів ринку</p> <p>D. Інтенсивності конкуренції</p> <p>E. Можливостей для ведення бізнесу</p>	Матриця «Бостон консалтинг груп» (БКГ) розглядає групи товарів залежно від темпів зростання ринку і відносної частки ринку.
264	У фармацевтичній компанії існує декілька формальних і неформальних груп. Яка характерна риса формальних груп?	<p>A. *Створюються для здійснення виробничого процесу</p> <p>B. Виникають спонтанно</p> <p>C. Чинять опір змінам в організації</p> <p>D. Виникають у результаті зацікавленості, симпатії</p> <p>E. Лідер групи отримує повноваження від групи</p>	Формальні групи створюються з волі керівника для здійснення виробничого процесу і досягнення мети організації. В організації існують три основні типи формальних груп: виробничі (робочі) групи, група керівника, комітети.
265	Фармацевтичне підприємство у своїй роботі посідає забезпечення власної прибутковості із задоволенням потреб споживачів та підвищенням життєвого рівня суспільства . Яку концепцію управління маркетинговою діяльністю обрала фірма?	<p>A. *Соціально-етичного маркетингу</p> <p>B. Удосконалення товару</p> <p>C. Інтенсифікації комерційних зусиль</p> <p>D. Маркетингу</p> <p>E. Удосконалення виробництва</p>	В основі концепції соціально-етичного маркетингу лежить збалансування трьох чинників: задоволення потреб покупців, прибуток підприємства і інтереси суспільства.
266	Маркетолог фармацевтичного підприємства для аналізу ринку використовує первинну та вторинну маркетингову інформацію. Яка інформація називається первинною ?	<p>A. *Зібрана вперше для конкретної мети</p> <p>B. Опублікована у статистичних довідниках</p> <p>C. Отримана з публікацій у наукових виданнях</p> <p>D. Опублікована у річному звіті компанії</p> <p>E. Опублікована в засобах масової інформації</p>	Первинна маркетингова інформація — це дані, одержувані в результаті спеціально проведених для вирішення конкретної маркетингової проблеми польових досліджень.
267	Під час виставки відвідувачам безкоштовно роздавалися календарі, блокноти, ділові подарунки з логотипом фармацевтичної компанії . Як називається такий вид реклами?	<p>A. *Сувенірна</p> <p>B. Друкована</p> <p>C. Реклама на місці продажу</p> <p>D. Зовнішня</p> <p>E. Кінореклама</p>	Сувенірна реклама — це різні вироби з наддруком (ручки, папки, брелоки, блокноти тощо), які нагадують можливим споживачам про фармацевтичну фірму або лікарський препарат.

268	Який обов'язковий складник реклами лікарських засобів для кінцевих споживачів згідно із законом України «Про рекламу» ?	<p>A. *Попередження, що самолікування може бути шкідливим для здоров'я</p> <p>B. Порівняння з іншими лікарськими засобами</p> <p>C. Посилання на лікарський засіб як найбільш ефективний</p> <p>D. Посилання на випадки вдалого застосування ліків</p> <p>E. Розміщення і згадка імен популярних людей, героїв кіно-, теле- та анімаційних фільмів, авторитетних організацій</p>	<p>Відповідно до Закону України «Про рекламу», «Реклама лікарських засобів... повинна містити: ... текст попередження такого змісту: «Самолікування може бути шкідливим для вашого здоров'я», що займає не менше 15 відсотків площі (тривалості) всієї реклами».</p> <p>Згідно з п. 6, у рекламі ЛЗ заборонено порівняння з іншими ЛЗ, посилання на ЛЗ як найбільш ефективний та посилання на випадки вдалого застосування ліків.</p>
269	Керівництво фармацевтичної компанії використовує двофакторну теорію мотивації Ф. Герцберга . Що лежить в основі цієї теорії?	<p>A. *Гігієнічні та мотиваційні фактори</p> <p>B. Потреба безпеки</p> <p>C. Потреби влади, успіху, причетності</p> <p>D. Потреба захищеності</p> <p>E. Потреби існування, в'язку, зростання</p>	<p>Змістовна теорія мотивації Ф. Герцберга виділяє дві групи факторів: гігієнічні й мотиваційні.</p> <p>До гігієнічних факторів належать: умови й організація праці, заробітна плата, політика адміністрації. До мотиваційних факторів належать: успіх, просування по службі, визнання заслуг, висока відповідальність, можливості творчості і росту.</p> <p>Гігієнічні фактори (нижній порядок) не дають з'явитись незадоволенню роботою. Мотиваційні фактори (вищий порядок) впливають на роботу.</p>
270	За ініціативи та підтримки фірми-виробника в аптеці відвідувачам роздавалися безкоштовні зразки пластирів. Якому елементу комплексу маркетингових комунікацій відповідають такі заходи?	<p>A. *Стимулюванню збуту, семплінгу</p> <p>B. Паблік рилейшнз</p> <p>C. Лобіюванню</p> <p>D. Персональному продажу</p> <p>E. Рекламі</p>	<p>В аптеці здійснено стимулювання збуту у формі семплінгу — надання безплатних зразків товару</p>
271	Фармацевтичне підприємство виробляє лікарські засоби, спеціальні харчові добавки та лікувальну косметику. Як називається такий вид підприємницької діяльності?	<p>A. *Виробнича</p> <p>B. Комерційна</p> <p>C. Фінансова</p> <p>D. Фінансово-кредитна</p> <p>E. —</p>	<p>Основою такої діяльності є процеси виробництва продукції, у т.ч. лікарських засобів, а торгова, фінансова або фінансово-кредитна діяльності є допоміжними і відіграють другорядну роль.</p>
272	Яка принципова відмінність японської моделі менеджменту?	<p>A. *Колективізм</p> <p>B. Індивідуалізм</p> <p>C. Суворо формалізована система управління</p> <p>D. Жорстка процедура контролю</p> <p>E. Спрямованість на індивідуальний результат</p>	<p>Для японської моделі управління характерний стиль керівництва, орієнтований на групу, групові форми контролю, колективна відповідальність.</p>
273	Фармацевтичне підприємство забезпечує своїх працівників безкоштовними обідами. Які потреби працівників за теорією мотивації А. Маслоу підприємство намагається задовольнити?	<p>A. *Фізіологічні</p> <p>B. Безпеки та захищеності</p> <p>C. Причетності до подій</p> <p>D. У повазі</p> <p>E. У самореалізації</p>	<p>Змістовна теорія мотивації «Ієрархія потреб А. Маслоу» містить такі групи потреб:</p> <ul style="list-style-type: none"> - первинні потреби: фізіологічні, безпеки і захищеності; - вторинні потреби: соціальні, поваги і самовираження. <p>До первинних потреб людини, згідно з ієрархією потреб А. Маслоу, належать фізіологічні потреби (потреби у їжі, воді, відпочинку тощо), а також потреби безпеки і захищеності (самозбереження).</p>
274	З нагоди Дня фармацевтичного працівника України кращих фахівців аптеки нагородили грамотами . Який вид методів	<p>A. *Соціально-психологічні</p> <p>B. Технологічні</p> <p>C. Економічні</p> <p>D. Адміністративні</p> <p>E.—</p>	<p>Колективна діяльність членів суспільства задовольняє не тільки матеріальні потреби, але і потреби їх духовного розвитку, суспільного визнання результатів роботи, таланту, здібностей тощо. У структурі</p>

	менеджменту використано в цьому разі?		духовних стимулів особливе місце належить моральним. Вирішення завдань морального стимулювання передбачає пошук таких форм, що сприяють розвитку і виявленню моральних мотивів, перетворюють їх на чинник активізації та підвищення якості управління. Моральна зацікавленість працівників у результатах своєї роботи є основою соціально-психологічних методів управління
275	Фармацевтична компанія організовує науково-практичні конференції за участю лікарів та фармацевтичних працівників. Який елемент маркетингових комунікацій використовує ця фармацевтична фірма?	A. *Паблік рилейшнз B. Стимулювання збуту C. Персональний продаж D. Мерчандайзинг E. Прямий маркетинг	До засобів PR належать: науково-практичні конференції, прес-конференції, брифінги, інтерв'ю керівників і представників організації в ЗМІ, освітні програми для фахівців, спонсорство, видання щорічних звітів підприємств про їх діяльність, видання корпоративних журналів, проспектів; контакти з органами державного управління; розміщення web-сторінок в Інтернеті; презентації, дні відкритих дверей, фотовиставки, участь у регіональних програмах та ін