

ОРД-УП.ЭК.ФАРМ-22

ОРД-УП.ЭК.ФАРМ-23

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Северо-Осетинская государственная медицинская
академия» Министерства здравоохранения Российской Федерации**

кафедра _____ фармации _____

УТВЕРЖДЕНО

**протоколом заседания Центрального
координационного учебно - методического
совета от «14» марта 2023 г. № 4**

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по дисциплине «Экономические основы фармацевтической деятельности»

основной профессиональной образовательной программы высшего образования –
программы специалитета по специальности 33.08.02 Управление и экономика
фармации, утвержденной 13.04.2023 г.

Для ординаторов _____ 1 года обучения _____

по специальности 33.08.02 Управление и экономика фармации

Рассмотрено и одобрено на заседании кафедры

от «08» февраля 2023 г. (протокол № 7)

Заведующая кафедрой фармации

к.фарм.н. _____ Ф.Н. Бидарова

Владикавказ 2023г.

СТРУКТУРА ОМ

1. Титульный лист
2. Структура ОМ
3. Рецензия на ОМ
4. Паспорт оценочных материалов
5. Комплект оценочных материалов:
 - вопросы к зачету,
 - билеты к зачету,
 - эталоны тестовых заданий,
 - ситуационные задачи.

Паспорт оценочных материалов по дисциплине

«Экономические основы фармацевтической деятельности»

№п/п	Наименование контролируемого раздела дисциплины	Код формируемой компетенции	Наименование оценочного материала
1	2	3	4
Вид контроля	Промежуточный		
1.	Общие и частные принципы фармацевтической экономики.	ПК-4	вопросы к зачету, билеты к зачету, эталоны тестовых заданий, ситуационные задачи.
2.	Фармацевтический рынок. Действие основных экономических законов на фармацевтическом рынке.	ПК-4	вопросы к зачету, билеты к зачету, эталоны тестовых заданий, ситуационные задачи.
3.	Основы ценообразования на фармацевтическом рынке. Виды ресурсов аптечной организации.	ПК-4	вопросы к зачету, билеты к зачету, эталоны тестовых заданий, ситуационные задачи.
4.	Основные экономические показатели торговой и хозяйственно-финансовой деятельности фармацевтической организации.	ПК-4	вопросы к зачету, билеты к зачету, эталоны тестовых заданий, ситуационные задачи.

Вопросы к зачету

1. Дайте характеристику понятия «рынок».
2. Дайте характеристику понятия «фармацевтический рынок».
3. Отраслевые особенности фармацевтического рынка.
4. Закон спроса. Эластичность спроса.
5. Закон предложения. Эластичность предложения.
6. Дайте определение понятия цены.
7. Характеристика видов цен. Классификация цен.
8. Понятие основных фондов.
9. Понятие и структура товарооборота фармацевтической торговой организации.
10. Розничный товароборот аптечной организации. Составные элементы.

1. Рынок — это система экономических отношений между продавцом и покупателем, которая позволяет совершать обмен необходимыми ресурсами. Понятие рынка неразрывно связано с товарами, так как продукт — это главная его единица. Благодаря разделению труда людям приходится обмениваться продукцией друг с другом, ведь рынок — это то, что возникает из-за ограниченности человеческих ресурсов.

2. Фармацевтический рынок - это совокупность экономических отношений, возникающих между его субъектами по поводу купли-продажи и назначения-потребления лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента. Основными экономическими законами фармацевтического рынка являются объективные экономические законы:

закон спроса (повышение рыночной цены при прочих равных условиях уменьшает объем спроса и наоборот);

закон предложения (повышение рыночной цены при прочих равных условиях увеличивает объем предложения и наоборот);

закон стоимости.

3. Фармацевтический рынок- это совокупность экономических отношений, возникающих между его субъектами по поводу купли-продажи и назначения-потребления ЛС и других товаров аптечного ассортимента.

Основными экономическими законами фармацевтического рынка являются объективные экономические законы:

- закон спроса (повышение рыночной цены при прочих равных условиях уменьшает объем спроса и наоборот);

- закон предложения (повышение рыночной цены при прочих равных условиях увеличивает объем предложения и наоборот);

- закон стоимости.

4. Закон спроса утверждение о том, что объем спроса уменьшается при увеличении цены товара, то есть между величиной спроса и ценой существует обратная зависимость^[1]. Закон спроса выполняется при прочих равных условиях, то есть при постоянном доходе, неизменных предпочтениях потребителя и неизменных ожиданиях относительно будущих цен.

Эластичность спроса определяет, насколько процентное изменение в цене товара приводит к процентному изменению его спроса: если реакция на изменение цены сильна (то есть процентное изменение спроса больше процентного изменения цены), то спрос считается эластичным.

5. Закон предложения — при прочих неизменных факторах величина (объём) предложения увеличивается по мере увеличения цены на товар.

Рост величины предложения на товар при увеличении его цены обусловлен в общем случае тем обстоятельством, что при неизменных издержках на единицу товара с увеличением цены растёт прибыль и производителю (продавцу) становится выгодным продать больше товара.

Неценовые факторы, влияющие на предложение:

1. Наличие товаров-заменителей.
2. Наличие товаров-комплементов (дополняющих).
3. Уровень технологий.
4. Объём и доступность ресурсов.
5. Налоги и дотации.

6. Природные условия.
7. Ожидания (инфляционные, социально-политические).
8. Размеры рынка.

Эластичность предложения — показатель, воспроизводящий изменения совокупного предложения, которые происходят в связи с ростом цен. В случае, когда увеличение предложения превосходит рост цен, последнее характеризуется как эластичное (эластичность предложения больше единицы — $E > 1$). Если прирост предложения равен приросту цен, предложение называется единичным, а показатель эластичности равен единице ($E = 1$). Когда прирост предложения меньше прироста цен, формируется так называемое неэластичное предложение (эластичность предложения меньше единицы — $E < 1$). Таким образом, эластичность предложения характеризует чувствительность (реакцию) предложения товаров на изменения их цен.

Эластичность предложения вычисляется через коэффициент эластичности предложения по формуле:

$$K_m = G/F$$

- K_{mm} — коэффициент эластичности предложения
- G — процент изменения количества предлагаемого товара
- F — процент изменения цены

Эластичность предложения зависит от таких факторов, как особенность производственного процесса, время изготовления продукта и способность его к длительному хранению. Особенности производственного процесса позволяют производителю расширить производство товара при повышении цены, а при понижении его цены переходить на выпуск другой продукции. Предложение такого товара является эластичным.

Эластичность предложения зависит и от часового фактора, когда производитель не в состоянии быстро реагировать на изменения цены, поскольку для дополнительного производства товара требуется значительное время. Например, увеличить производство автомобилей за неделю практически невозможно, хотя цена на них может возрасти многократно. В таких случаях предложение является не эластичным. Для товара, который не может сохраняться длительное время (например, продукты, которые быстро портятся), эластичность предложения будет низкой.

Многие экономисты выделяют следующие факторы, изменяющие предложение:

- **Изменения в себестоимости производства** за счёт цен на ресурсы, изменения налогов и дотаций, достижений науки и техники, новых технологий. Снижение себестоимости позволяет производителю доставить на рынок больше товаров. Рост себестоимости приводит к противоположному результату — предложение снижается.
 - **Изменения цен на другие товары**, в частности на товары-субституты.
 - **Индивидуальные вкусы потребителей.**
 - **Перспективные ожидания производителей.** При прогнозах относительно роста цен в будущем производители могут сократить предложение, чтобы вскоре продать товар по более высокой цене, и наоборот, ожидание падения цен заставляет производителей избавиться от товара как можно скорее, чтобы не получить убытков в будущем.
- **Количество товаропроизводителей** непосредственно влияет на предложение, так как чем больше поставщиков товаров, тем выше предложение и наоборот, при уменьшении числа производителей резко сокращается предложение.

6. Цена — это деньги, которые продавец планирует получить за товар, работу или услугу.

Цена состоит из себестоимости и наценки продавца. Себестоимость — это выраженные

в деньгах затраты на производство товара, оказание услуги или выполнение работы. Вот что в них учитывают:

Как считать себестоимость

- производство: например, сырье, воду и электричество;
- аренду помещений;
- амортизацию оборудования и помещений;
- зарплату сотрудников и отчисления на социальные нужды;
- маркетинг, расходы на продвижение;
- транспортировку товаров;
- налоги.

7. Первым и важнейшим признаком классификации цен является их дифференциация в соответствии с обслуживаемой сферой товарного обращения. В зависимости от этого признака цены подразделяются на следующие основные виды.

Оптовая цена предприятия (отпускная цена) — цена изготовителя продукции, по которой предприятие реализует произведенную продукцию оптово-сбытовым организациям или другим предприятиям.

Реализуя свою продукцию по оптовым ценам, предприятие или фирма должны возместить свои издержки производства и реализации и получить такой размер прибыли, который бы позволил им выжить в условиях рынка.

Прибыль является важнейшим элементом цены. Получение прибыли — главный побудительный мотив любой формы предпринимательства. В условиях рыночной экономики и конкуренции существует объективная тенденция к получению максимальной прибыли.

Розничная цена — цена, по которой товар реализуется в розничной торговой сети населению, предприятиям и организациям, она является конечной; по этой цене товар выбывает из сферы обращения и потребляется в домашнем хозяйстве или в производстве. Состав розничной цены характеризуется следующими экономическими элементами, ее образующими: оптовой ценой промышленности, НДС и торговой надбавкой или торговой скидкой, а также налогом с продаж. Торговая надбавка состоит из издержек торговых организаций и их прибыли для продолжения их деятельности.

Закупочная цена — это оптовая цена, по которой реализуется сельскохозяйственная продукция сельскохозяйственными предприятиями, фермерами и населением.

По своему составу закупочная цена состоит:

- 1) из себестоимости;
- 2) размера прибыли, необходимого для продолжения осуществления хозяйственной деятельности в условиях рыночных отношений на основе не только простого, но и расширенного воспроизводства;
- 3) НДС.

Важнейшим для развития сельского хозяйства является вопрос обеспечения ценового паритета в обмене продукцией между промышленностью и сельским хозяйством, эквивалентности этого обмена, недопущения ценового противостояния между городом и селом. Этот паритет должен обеспечить через цены взаимовыгодный обмен продукцией между промышленностью и сельским хозяйством без потерь как для сельского хозяйства, так и для промышленности.

8. **Основные фонды** — это произведенные активы, используемые неоднократно или постоянно в течение длительного периода (не менее одного года).

К основным фондам относятся здания, сооружения, машины и оборудование (рабочие и силовые машины и оборудование, измерительные и регулирующие приборы и устройства, вычислительная техника и т.д.), транспортные средства, рабочий и продуктивный скот, многолетние насаждения и другие виды основных фондов.

Наличие основных фондов и их структура учитываются по полной учетной стоимости.

Полная учетная стоимость равна сумме учитываемых в бухгалтерских балансах организаций остаточной балансовой стоимости основных фондов и величины накопленного износа. Эта стоимость отражает наличие основных фондов без учета постепенной утраты их потребительских свойств в процессе эксплуатации.

Остаточная балансовая стоимость основных фондов, учитываемая в бухгалтерских балансах организаций, отражает постепенную утрату их потребительских свойств в размере накопленного износа.

Учетный износ основных фондов – это частичная или полная утрата основными фондами потребительских свойств и стоимости в процессе эксплуатации, под воздействием сил природы и вследствие технического прогресса. Нормы и методы начисления износа определяются порядком бухгалтерского, налогового и статистического учета.

Степень износа основных фондов - отношение суммы износа основных фондов, накопленного за все время их эксплуатации к стоимости основных фондов на конец года.

Коэффициент обновления основных фондов – отношение стоимости основных фондов, введенных в действие в течение года, к их наличию на конец года по полной учетной стоимости, в процентах. В период высоких темпов инфляции расчет ведется в сопоставимых ценах. Показатель отражает удельный вес вновь введенных за год основных фондов в общем объеме этих фондов.

Коэффициент ликвидации (выбытия) основных – отношение ликвидированных за год основных фондов к их наличию на начало года по полной учетной стоимости, в процентах. В период высоких темпов инфляции расчет ведется в сопоставимых ценах. Данный показатель, наряду с коэффициентом обновления, характеризует интенсивность процесса обновления основных фондов.

9. Товарооборот - процесс обращения товаров, начиная от их поступления и заканчивая продажей, который измеряется в абсолютных показателях:

сумме в рублях. Факторы влияния на уровень продаж

Факторы, влияющие на товарооборот аптеки, при их классификации можно разделить на две группы — факторы внешней среды и факторы внутренней.

Факторы внешней среды включают:

общее количество аптек в городе и конкретном районе;

количество медицинских учреждений и врачей, которые выписывают рецепты на лекарства;

количество жителей города и конкретного района;

характеристики потенциальных покупателей и так далее.

Факторы внутренней среды включают:

-объем товаров;

-номенклатура аптечной организации;

-число работников первого стола;

-методики продаж, которые используют сотрудники аптеки;

-уровень цен;

-интенсивность и эластичность спроса и так далее.

Анализ структуры товарооборота состоит из нескольких основных этапов:

1. Оценка динамики объема товарооборота;

2. Анализ уровня выполнения поставленного плана;

3. Изучение факторов, которые влияют на уровень выполнения плана и его динамику;

4. Определение резервов для повышения объема и качества товарооборота.

10. Розничный товароборот - продажа товаров населению для личного использования. Она включает реализацию товара для организаций, например детских садов или санаториев, для последующего потребления лекарств отдельными лицами. Продажа такого типа проводится за наличный или безналичный расчёт.

Розничный анализ нужен для того, чтобы:

- сформировать ассортиментную матрицу аптеки;
- подготовиться к сезонным колебаниям спроса;
- сформировать систему оценки персонала;
- понять силу влияния на ваш бизнес ближайших аптек-конкурентов.

То есть розничный анализ позволяет выявить сильные и слабые стороны аптеки, успешно конкурировать с соседями и бороться за покупателя.

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Северо-Осетинская государственная медицинская академия»
Министерства здравоохранения Российской Федерации**

Специальность 33.08.02 Управление и экономика фармации

Год обучения– 1 год обучения

Дисциплина «Экономические основы фармацевтической деятельности»

Кафедра фармации

Билет к зачету № 1

1. Характеристика видов цен.Классификация цен.
2. Розничный товароборот аптечной организации. Составные элементы.

Зав. кафедрой фармации, к.фарм.н.

Ф.Н. Бидарова

Дата утверждения на ЦКУМС

«___» _____ 20__ г. Пр. №___

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Северо-Осетинская государственная медицинская академия»
Министерства здравоохранения Российской Федерации**

Специальность 33.08.02 Управление и экономика фармации

Год обучения– 1 год обучения

Дисциплина «Экономические основы фармацевтической деятельности»

Кафедра фармации

Билет к зачету № 2

1. Закон спроса. Эластичность спроса.
2. Понятие и структура товарооборота фармацевтической торговой организации.

Зав. кафедрой фармации, к.фарм.н.

Ф.Н. Бидарова

Дата утверждения на ЦКУМС

«___» _____ 20__ г. Пр. №___

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Северо-Осетинская государственная медицинская академия»
Министерства здравоохранения Российской Федерации**

Специальность 33.08.02 Управление и экономика фармации

Год обучения– 1 год обучения

Дисциплина «Экономические основы фармацевтической деятельности»

Кафедра фармации

Билет к зачету № 3

1. Отраслевые особенности фармацевтического рынка.
2. Дайте определение понятия цены.

Зав. кафедрой фармации, к.фарм.н.

Ф.Н. Бидарова

Дата утверждения на ЦКУМС

«___» _____ 20__ г. Пр. №___

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Северо-Осетинская государственная медицинская академия»
Министерства здравоохранения Российской Федерации**

Специальность 33.08.02 Управление и экономика фармации

Год обучения– 1 год обучения

Дисциплина «Экономические основы фармацевтической деятельности»

Кафедра фармации

Билет к зачету № 4

1. Дайте характеристику понятия «фармацевтический рынок».
2. Понятие основных фондов.

Зав. кафедрой фармации, к.фарм.н.

Ф.Н. Бидарова

Дата утверждения на ЦКУМС

«___» _____ 20__ г. Пр. №___

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Северо-Осетинская государственная медицинская академия»
Министерства здравоохранения Российской Федерации**

Специальность 33.08.02 Управление и экономика фармации

Год обучения– 1 год обучения

Дисциплина «Экономические основы фармацевтической деятельности»

Кафедра фармации

Билет к зачету № 5

1. Дайте характеристику понятия «рынок».
2. Закон предложения. Эластичность предложения.

Зав. кафедрой фармации, к.фарм.н.

Ф.Н. Бидарова

Дата утверждения на ЦКУМС

«___» _____ 20__ г. Пр. №___

Ситуационные задачи

Ситуационная задача № 1

Посетитель аптеки на следующий день после покупки тонометра потребовал его обмена на тонометр другой марки, ссылаясь на ФЗ «О защите прав потребителей». Провизор попросил посетителя предъявить кассовый чек, проверил комплектность и исправность тонометра и обменял его. Какие нарушения были в действиях провизора.

Ответ:

Постановление Правительства РФ от 31.12.2020 № 2463 относит их к группе товаров для профилактики и лечения в домашних условиях, не подлежащих возврату (обмену) при условии, что они НАДЛЕЖАЩЕГО качества.

Ситуационная задача № 2

Заведующий аптекой решил организовать фитобар по производству чаев, причем он считает, что не потребуются дополнительные площади и оборудование. Будет ли в бизнес-плане аптеки включен раздел «Производственный план»?

Ответ: Да, необходимо указать оборудование, производственные возможности, объём производства, поставщиков сырья, порядок утилизации отходов.

Ситуационная задача № 3

Учредителями ООО являются физические лица. Они на собственные средства закупили оборудование и товары, заключили договор на аренду помещения с ЖЭУ. Что будет записано в «Юридическом плане этой аптеки»?

Ответ: Форма собственности частная, организационно-правовая форма - ООО.

Ситуационная задача № 4

В разделе бизнес-плана «Стратегия финансирования» написано, что аптека получила кредит на 200 тыс. рублей на 3 месяца в сбербанке на год по 40% годовых. Вся ли информация о привлечении средств указана в разделе?

Ответ: Необходимо указать сроки возврата кредита.

Ситуационная задача № 5

В территориальный орган Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения и социального развития по субъекту РФ поступило заявление о предоставлении лицензии на

осуществление фармацевтической деятельности (розничная и оптовая торговля ЛС). Соискатель лицензии представил пакет документов: заявление; копии учредительных документов; копия свидетельства о государственной регистрации; документ, подтверждающий уплату лицензионного сбора; сведения о квалификации работников. Какое решение примет лицензирующий орган? Ответ необходимо обосновать.

Ответ:

Выдачу лицензии на осуществление фармацевтической деятельности (оптовая торговля ЛС) осуществляет ФС по надзору в сфере здравоохранения.

Эталоны тестовых заданий по дисциплине «Экономические основы фармацевтической деятельности».

1. Экономика – это ...

- а) совокупность производственных отношений определенной общественно-экономической формации;
- б) народное хозяйство данной страны или его часть;
- в) наука эффективного использования ограниченных ресурсов и управления ими с целью максимального удовлетворения материальных потребностей человека**

2. Фармацевтическая экономика - это:

- а) совокупность производственных отношений определенной общественно-экономической формации;
- б) народное хозяйство данной страны или его часть;
- в) совокупность отраслей, занятых производством, распределением и обменом лекарственных средств, изделий медицинского назначения и услуг, необходимых для поддержания общественного здоровья.**

3. Рынок – это...

- а) обмен, организованный по законам товарного производства и обращения, совокупность отношений товарного обмена;**
- б) механизм взаимодействия покупателей и продавцов;
- в) сфера обмена внутри страны или между странами, связывающая между собой потребителей и производителей продукции;
- г) совокупность отношений товарного обмена.

4. РЫНОК – ЭТО

- 1) система отношений между экономическими субъектами по поводу купли-продажи (обмена) товаров, услуг**
- 2) передача информации рыночным субъектам о количестве, ассортименте благ
- 3) очищение общественного производства от неэффективных хозяйственных единиц
- 4) комплекс институтов, выполняющих роль посредников и берущих на себя решение вспомогательных задач товарно-денежного кругооборота между рыночными субъектами

3. Фармацевтическая экономика - это:

- а) совокупность производственных отношений определенной общественно-экономической формации;
- б) народное хозяйство данной страны или его часть;
- в) совокупность отраслей, занятых производством, распределением и обменом лекарственных средств, изделий медицинского назначения и услуг, необходимых для поддержания общественного здоровья.**

4. Подберитесоответствия:

- 1. В микроэкономике а) исследуется экономика страны в целом.
- 2. В макроэкономике б) изучаются проблемы, касающиеся преимущественно первичных единиц - предприятий, фирм, отдельных отраслей и рынков.

А – 2

Б - 1

5. ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ РЫНОК – ЭТО

- 1) механизм, сводящий вместе продавцов и покупателей
- 2) **это часть рынка потребительских товаров и услуг, анализ которого осуществляется с использованием системного, маркетингового и институционального подходов**
- 3) обмен с помощью денег (товар – деньги – товар)
- 4) организации-потребители, приобретающие товары для дальнейшего использования в рамках организации или перепродажи другим потребителям

6. СУБЪЕКТЫ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА – ЭТО

- 1) **это участники рынка, активные по отношению к объектам, на которые они воздействуют**
- 2) факторы глобального, федерального и регионального воздействия
- 3) совокупность существующих и потенциальных потребителей фармацевтической продукции и совокупность товаров и услуг, удовлетворяющих потребности в фармацевтической помощи
- 4) окружающая среда фармацевтической отрасли
- 5) организации-потребители, приобретающие товары для дальнейшего использования в рамках организации или перепродажи другим потребителям

7. КОНЕЧНЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ – ЭТО

- 1) медицинские работники, назначающие лекарственный препарат (лечение в стационаре клинике, санатории) или выписывающие рецепт на него (амбулаторное лечение)
- 3) **пациент, семья, приобретающие товары аптечного ассортимента для личного или семейного использования**
- 2) организации-потребители, приобретающие товары для дальнейшего использования в рамках организации или перепродажи другим потребителям
- 4) это участники рынка, активные по отношению к объектам, на которые они воздействуют

8. ОБЪЕКТЫ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА – ЭТО

- 1) фармацевтические товары и услуги
- 2) парафармацевтические товары
- 3) организации-потребители, приобретающие товары для дальнейшего использования в рамках организации или перепродажи другим потребителям
- 4) вкусы и предпочтения потребителей
- 5) платежеспособная потребность
- 6) **все верно, кроме 3**

9. ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНОК СОСТОИТ ИЗ СЕГМЕНТОВ

- 1) **госпитального**
- 2) **коммерческого**
- 3) **ОНЛС (ДЛО)**
- 4) производственного

10. К РЫНОЧНЫМ МЕХАНИЗМАМ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СУБЪЕКТОВ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА ОТНОСЯТ

- 1) обмен
- 2) конкуренцию

- 3) партнерство
- 4) контракт
- 5) легализм
- 6) все верно**

11. ПОЛЕЗНОСТЬ ТОВАРА (УСЛУГИ) ВЫРАЖАЕТСЯ

- 1) состоянием удовлетворенности человека
- 2) способностью товаров (услуг) удовлетворять определенные потребности людей**
- 3) установлением баланса интересов продавцов и покупателей на рынке
- 4) спросом
- 5) предложением

12. ПРОЦЕСС ПРЕОБРАЗОВАНИЯ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА В ГОТОВУЮ ПРОДУКЦИЮ – ЭТО

- 1) производственная функция
- 2) процесс производства**
- 3) предельная производительность продукта
- 4) предельная норма замещения
- 5) нет правильного ответа

13. РЫНОК ТОВАРОВ И УСЛУГ НАХОДЯТСЯ В СОСТОЯНИИ РАВНОВЕСИЯ, ЕСЛИ

- 1) спрос превышает предложение
- 2) спрос равен предложению**
- 3) предложение превышает спрос
- 4) цена равна издержкам плюс прибыль
- 5) уровень технологии меняется постоянно

14. СТЕПЕНЬ РЕАКЦИИ ОБЪЕМА СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА ИЗМЕНЕНИЕ ФАКТОРОВ – ЭТО

- 1) эластичность спроса и предложения**
- 2) конкуренция
- 3) производительность
- 4) равновесие спроса и предложения
- 5) нет правильного ответа

15. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ – ЭТО

- 1) установление баланса интересов продавцов и покупателей на рынке**
- 2) конкуренция
- 3) выявление излишков предложения
- 4) равновесие
- 5) изменение численности и возраста потребителей

16. СПРОС – ЭТО

- 1) количество товаров и услуг, которое готов предоставить продавец покупателям
- 2) количество товаров и услуг, которое готов купить потребитель**
- 3) количество товаров и услуг, которое готов предоставить производитель
- 4) разность между совокупной выручкой и совокупными издержками за определенный период времени

17. ПРЕДЛОЖЕНИЕ – ЭТО

- 1) количество товаров и услуг, которое готов предоставить продавец покупателям**
- 2) количество товаров и услуг, которое готов купить потребитель

- 3) планы и намерения покупателя относительно покупки товара
- 4) сумма денежных поступлений, получаемых фирмой от продажи определенного количества блага

18. ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА ПО ДОХОДУ – ЭТО

- 1) реакция одной переменной на изменение другой, выраженная как отношение процентных изменений
- 2) реакция спроса на изменение цены
- 3) **процентное изменение величины спроса, вызванное увеличением дохода**
- 4) процентное изменение величины предложения товаров, обусловленное 1%-ным изменением его цены
- 5) нет правильного ответа

19. ЦЕНОВАЯ ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА – ЭТО

- 1) реакция одной переменной на изменение другой, выраженная как отношение процентных изменений
- 2) реакция спроса на изменение цены
- 3) процентное изменение величины спроса, вызванное увеличением дохода
- 4) процентное изменение величины предложения товаров, обусловленное 1%-ным изменением его цены
- 5) **нет правильного ответа**

20. ВЕЛИЧИНА СПРОСА – ЭТО

- 1) количество предлагаемого на рынке товара при данном уровне цен
- 2) **количество товара, которое покупатели (потребители) желают, готовы и имеют денежную возможность приобрести за определенный период по определенным ценам**
- 3) денежное выражение стоимости (ценности) товара или услуги
- 4) максимальная цена, по которой потребитель еще согласен приобретать товары в аптечных организациях
- 5) минимальная цена, по которой производители и продавцы еще готовы отпускать ЛС и другие товары аптечного ассортимента

21. ВЕЛИЧИНА ПРЕДЛОЖЕНИЯ – ЭТО

- 1) минимальная цена, по которой производители и продавцы еще готовы отпускать ЛС и другие товары аптечного ассортимента
- 2) денежное выражение стоимости (ценности) товара или услуги
- 3) количество товара, которое покупатели (потребители) желают, готовы и имеют денежную возможность приобрести за определенный период по определенным ценам
- 4) **количество предлагаемого на рынке товара при данном уровне цен**
- 5) максимальная цена, по которой потребитель еще согласен приобретать товары в аптечных организациях

22. СТЕПЕНЬ ИЗМЕНЕНИЯ СПРОСА В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ИЗМЕНЕНИЯ ЦЕН НА ДРУГИЕ ТОВАРЫ (ЗАМЕНИТЕЛИ) НАЗЫВАЕТСЯ

- 1) ценовой эластичностью спроса
- 2) эластичностью спроса по доходу
- 3) эластичностью спроса
- 4) **перекрестной эластичностью спроса**
- 5) нет правильного ответа

23. При определении потребности в лекарственных препаратах они классифицируются на:

- А) безрецептурные;
- Б) жизненно необходимые;
- В) специфического действия;**
- Г) широкого спектра действия;
- Д) нормируемые различными регламентами.**