Για το ΣΑΕΚ Θεσσαλονίκης 20.01.2025

Ειδικότητα: Στέλεχος Διοίκησης και Οικονομίας στον τομέα της Υγείας

Μάθημα: Μάρκετινγκ Υπηρεσιών Υγείας

Καθηγήτρια: Δήμητρα Κωντάνα

**40 Ερωτήσεις για το Μάρκετινγκ Υπηρεσιών Υγείας με τις Απαντήσ**

**1. Τι είναι το μάρκετινγκ;**

a) Μια διαδικασία προώθησης προϊόντων.  
b) Μια κοινωνική διαδικασία ανταλλαγής προϊόντων και αξιών.  
c) Η λήψη αποφάσεων για προϊόντα.  
d) Η δημιουργία προϊόντων μόνο για καταναλωτές.

**Σωστή απάντηση**: b

**2. Γιατί είναι απαραίτητη η έρευνα μάρκετινγκ;**

a) Για τη δημιουργία νέων προϊόντων.  
b) Για τη βελτίωση της διοίκησης.  
c) Για τη λήψη καλύτερων αποφάσεων.  
d) Για την αύξηση των πωλήσεων.

**Σωστή απάντηση**: c

**3. Ποιο από τα παρακάτω ΔΕΝ είναι στοιχείο του μείγματος μάρκετινγκ;**

a) Προϊόν  
b) Τιμή  
c) Διανομή  
d) Προσωπικό

**Σωστή απάντηση**: d

**4. Ποιος είναι ο κύριος λόγος τμηματοποίησης της αγοράς;**

a) Η μείωση κόστους παραγωγής.  
b) Η κατανόηση της αγοράς-στόχου.  
c) Η βελτίωση των υπηρεσιών.  
d) Η αύξηση των πωλήσεων.

**Σωστή απάντηση**: b

**5. Σύμφωνα με τον Maslow, ποια είναι η πρώτη κατηγορία αναγκών;**

a) Κοινωνικές ανάγκες  
b) Φυσιολογικές ανάγκες  
c) Ανάγκες εκτίμησης  
d) Ανάγκες ολοκλήρωσης

**Σωστή απάντηση**: b

**6. Ποια είναι μία από τις μεταβλητές του μακροπεριβάλλοντος της επιχείρησης;**

a) Τεχνολογικές  
b) Εμπορικές  
c) Ιδεολογικές  
d) Επιχειρησιακές

**Σωστή απάντηση**: a

**7. Τι περιλαμβάνει η δειγματοληψία;**

a) Καταγραφή ολόκληρου πληθυσμού.  
b) Στοιχεία από αντιπροσωπευτικό δείγμα.  
c) Καταχώρηση πληροφοριών σε βιβλία.  
d) Συλλογή μόνο οικονομικών στοιχείων.

**Σωστή απάντηση**: b

**8. Ποιο είναι το πρώτο στάδιο ανάπτυξης ενός νέου προϊόντος;**

a) Έλεγχος στην αγορά  
b) Οικονομική ανάλυση  
c) Δημιουργία ιδεών  
d) Προώθηση του προϊόντος

**Σωστή απάντηση**: c

**9. Ποιο χαρακτηριστικό είναι απαραίτητο για ένα καλό σήμα;**

a) Μεγάλο μήκος  
b) Δυσκολία στην αναγνώριση  
c) Ευκολία κατοχύρωσης  
d) Σύντομο και απλό

**Σωστή απάντηση**: d

**10. Τι εξετάζει η P.E.S.T. ανάλυση;**

a) Το εσωτερικό περιβάλλον.  
b) Πολιτικές, οικονομικές, κοινωνικές, τεχνολογικές παραμέτρους.  
c) Ανθρώπινο δυναμικό και προϊόντα.  
d) Στατιστικά δεδομένα αγοράς.

**Σωστή απάντηση**: b

**11. Ποια είναι η διαφορά μεταξύ οράματος και αποστολής;**

a) Το όραμα εστιάζει στο μέλλον, η αποστολή στους σκοπούς.  
b) Η αποστολή εστιάζει στο μέλλον, το όραμα στους σκοπούς.  
c) Δεν έχουν διαφορές.  
d) Το όραμα είναι πιο λεπτομερές.

**Σωστή απάντηση**: a

**12. Τι ΔΕΝ είναι παράμετρος της ανάλυσης S.W.O.T.;**

a) Δυνατά σημεία  
b) Ευκαιρίες  
c) Τιμή προϊόντος  
d) Απειλές

**Σωστή απάντηση**: c

**13. Ποιο είναι το κύριο χαρακτηριστικό της βιομηχανίας υγείας;**

a) Η μεγιστοποίηση κέρδους.  
b) Η παροχή ποιοτικών υπηρεσιών υγείας.  
c) Η εξάρτηση από τεχνολογίες.  
d) Η αποκλειστική δράση του κράτους.

**Σωστή απάντηση**: b

**14. Τι περιλαμβάνει η προκλητή ζήτηση;**

a) Υπηρεσίες που απαιτούνται από ανάγκη.  
b) Υπηρεσίες που δεν χρειάζονται πραγματικά.  
c) Υπηρεσίες μόνο από δημόσιους φορείς.  
d) Υπηρεσίες περιορισμένου κόστους.

**Σωστή απάντηση**: b

**15. Ποια είναι η πρώτη φάση του κύκλου ζωής προϊόντος;**

a) Ανάπτυξη πωλήσεων  
b) Κορεσμός  
c) Εισαγωγή στην αγορά  
d) Παραγωγή

**Σωστή απάντηση**: c

**16. Τι χαρακτηρίζει την αγορά υπηρεσιών υγείας;**

a) Η προβλεψιμότητα ζήτησης.  
b) Η υγεία ως κοινωνικό αγαθό.  
c) Η περιορισμένη παρέμβαση του κράτους.  
d) Η απουσία εξωτερικών παραγόντων.

**Σωστή απάντηση**: b

**17. Τι είναι οι παράμετροι της S.W.O.T. ανάλυσης;**

a) Δεδομένα εξωτερικού περιβάλλοντος.  
b) Ιδιότητες προϊόντων.  
c) Δυνατά σημεία, αδυναμίες, ευκαιρίες, απειλές.  
d) Στρατηγικές πωλήσεων.

**Σωστή απάντηση**: c

**18. Ποιο στοιχείο ΔΕΝ περιλαμβάνεται στα 7P του μάρκετινγκ υπηρεσιών;**

a) Τοποθεσία  
b) Διαδικασία  
c) Εξοπλισμός  
d) Φυσικά στοιχεία

**Σωστή απάντηση**: c

**19. Τι περιλαμβάνουν οι κοινωνικοοικονομικοί παράγοντες υγείας;**

a) Τη μόρφωση και την εργασία.  
b) Τις διατροφικές συνήθειες.  
c) Το περιβάλλον.  
d) Την πολιτική σταθερότητα.

**Σωστή απάντηση**: a

**20. Ποια είναι μία από τις μορφές σπατάλης σε σύστημα υγείας;**

a) Υπερβολική αγορά προϊόντων.  
b) Μείωση κόστους φαρμάκων.  
c) Περιορισμένη χρηματοδότηση.  
d) Έλλειψη προσωπικού.

**Σωστή απάντηση**: a

**21. Ποιο από τα παρακάτω ισχύει για την τιμή (Price) στο μάρκετινγκ;**

a) Είναι ανεξάρτητη από τον ανταγωνισμό.  
b) Δεν επηρεάζει την επιλογή του καταναλωτή.  
c) Είναι εργαλείο σύγκρισης προϊόντων.  
d) Καθορίζεται πάντα από τους πελάτες.

**Σωστή απάντηση**: c

**22. Ποια είναι η χρησιμότητα της ανάλυσης S.W.O.T.;**

a) Εξετάζει μόνο τις εξωτερικές ευκαιρίες.  
b) Παρέχει πληροφορίες για στρατηγικές αποφάσεις.  
c) Εστιάζει στη μείωση κόστους.  
d) Χρησιμοποιείται μόνο από μεγάλες επιχειρήσεις.

**Σωστή απάντηση**: b

**23. Τι εννοούμε με «φυσικά στοιχεία» στα 7P;**

a) Τον χώρο όπου παρέχεται η υπηρεσία.  
b) Την οικονομική ανάλυση.  
c) Τα στατιστικά δεδομένα.  
d) Τα υλικά αγαθά.

**Σωστή απάντηση**: a

**24. Τι σημαίνει η ασύμμετρη πληροφόρηση στις υπηρεσίες υγείας;**

a) Ο γιατρός έχει πλήρη πληροφόρηση.  
b) Ο ασθενής κατανοεί πλήρως τις υπηρεσίες που λαμβάνει.  
c) Ο ασθενής βασίζεται στις οδηγίες του γιατρού.  
d) Ο ασθενής λαμβάνει μόνο έμμεση πληροφόρηση.

**Σωστή απάντηση**: c

**25. Ποιος είναι ο στόχος των υπηρεσιών υγείας;**

a) Η παροχή ποιοτικών υπηρεσιών.  
b) Η μείωση κόστους υπηρεσιών.  
c) Η αύξηση του κρατικού ελέγχου.  
d) Η δημιουργία εσόδων.

**Σωστή απάντηση**: a

**26. Ποια είναι η κύρια διαφορά μεταξύ προϊόντων και υπηρεσιών;**

a) Τα προϊόντα είναι απτά, ενώ οι υπηρεσίες άυλες.  
b) Τα προϊόντα έχουν υψηλότερη τιμή.  
c) Οι υπηρεσίες δεν έχουν κύκλο ζωής.  
d) Οι υπηρεσίες δεν μπορούν να προωθηθούν.

**Σωστή απάντηση**: a

**27. Ποιος είναι ένας από τους στόχους της τμηματοποίησης της αγοράς;**

a) Η δημιουργία ευκαιριών για συνεργασίες.  
b) Η αύξηση των προμηθευτών.  
c) Η ανάπτυξη στοχευμένων στρατηγικών μάρκετινγκ.  
d) Η μείωση του προσωπικού.

**Σωστή απάντηση**: c

**28. Ποια από τα παρακάτω δεν είναι κατηγορία αναγκών κατά τον Maslow;**

a) Φυσιολογικές ανάγκες  
b) Ανάγκες ασφάλειας  
c) Ανάγκες για τεχνολογία  
d) Κοινωνικές ανάγκες

**Σωστή απάντηση**: c

**29. Τι είναι η απογραφή στη συλλογή στατιστικών στοιχείων;**

a) Συλλογή στοιχείων για συγκεκριμένο δείγμα.  
b) Συλλογή στοιχείων για ολόκληρο τον πληθυσμό.  
c) Εστίαση σε συγκεκριμένες ανάγκες.  
d) Μια μέθοδος γρήγορης λήψης στοιχείων.

**Σωστή απάντηση**: b

**30. Ποια φάση του κύκλου ζωής του προϊόντος χαρακτηρίζεται από κορεσμό;**

a) Εισαγωγή στην αγορά  
b) Ανάπτυξη πωλήσεων  
c) Ωρίμανση  
d) Μείωση πωλήσεων

**Σωστή απάντηση**: c

**31. Ποια είναι μία από τις βασικές αρχές του μάρκετινγκ υπηρεσιών;**

a) Η προσφορά είναι πάντα σταθερή.  
b) Οι υπηρεσίες παρέχονται από ανθρώπους.  
c) Οι υπηρεσίες δεν χρειάζονται προώθηση.  
d) Η τιμή των υπηρεσιών καθορίζεται αποκλειστικά από την αγορά.

**Σωστή απάντηση**: b

**32. Ποιο είναι ένα πλεονέκτημα της ανάλυσης S.W.O.T.;**

a) Δίνει σαφείς απαντήσεις για περίπλοκα προβλήματα.  
b) Μπορεί να χρησιμοποιηθεί εύκολα και γρήγορα.  
c) Εστιάζει μόνο σε οικονομικά δεδομένα.  
d) Είναι πάντα ακριβής.

**Σωστή απάντηση**: b

**33. Ποιος είναι ένας από τους στόχους της ανάλυσης P.E.S.T.;**

a) Η αξιολόγηση εξωτερικών παραγόντων.  
b) Η εκτίμηση εσωτερικών δυνάμεων.  
c) Η μελέτη της τιμής προϊόντος.  
d) Η πρόβλεψη της ζήτησης.

**Σωστή απάντηση**: a

**34. Ποια είναι μια βασική διαφορά της αγοράς υπηρεσιών υγείας από άλλες αγορές;**

a) Η προσφορά είναι πάντα μεγαλύτερη από τη ζήτηση.  
b) Οι υπηρεσίες υγείας παρέχονται ισότιμα.  
c) Δεν υπάρχει κρατική παρέμβαση.  
d) Οι υπηρεσίες υγείας είναι εμπορεύσιμες.

**Σωστή απάντηση**: b

**35. Τι εννοούμε με «φυσικά στοιχεία» στο μάρκετινγκ υπηρεσιών;**

a) Τα σημεία πώλησης.  
b) Τα απτά χαρακτηριστικά της υπηρεσίας.  
c) Τα στατιστικά δεδομένα.  
d) Τις τιμές των υπηρεσιών.

**Σωστή απάντηση**: b

**36. Ποιος είναι ο στόχος της προώθησης στο μάρκετινγκ;**

a) Η αύξηση του κόστους διαφήμισης.  
b) Η ενημέρωση και η πειθώ των καταναλωτών.  
c) Η μείωση της ανάγκης για διαφήμιση.  
d) Η προσαρμογή προϊόντων στις τιμές της αγοράς.

**Σωστή απάντηση**: b

**37. Ποια από τις παρακάτω είναι παράμετρος του τεχνολογικού περιβάλλοντος (P.E.S.T.);**

a) Η νομοθεσία για την ασφάλεια προϊόντων.  
b) Οι εξελίξεις σε νέες τεχνολογίες.  
c) Οι δημογραφικές αλλαγές.  
d) Οι αλλαγές στις πολιτικές κυβερνήσεις.

**Σωστή απάντηση**: b

**38. Ποια είναι η χρησιμότητα της ανάλυσης S.W.O.T. σε μια επιχείρηση;**

a) Βοηθά στη μείωση της ζήτησης.  
b) Εντοπίζει αδυναμίες και απειλές.  
c) Βοηθά στην απόκτηση νέων εργαζομένων.  
d) Εστιάζει μόνο στην ανάλυση των τιμών.

**Σωστή απάντηση**: b

**39. Τι είναι η συνεχής εγγραφή πληθυσμού στη στατιστική;**

a) Η καταγραφή μόνο των νέων γεννήσεων.  
b) Η συνεχής καταγραφή πληροφοριών.  
c) Η συλλογή δεδομένων κάθε πέντε χρόνια.  
d) Η δειγματοληψία σε συγκεκριμένες περιοχές.

**Σωστή απάντηση**: b

**40. Ποια είναι τα χαρακτηριστικά ενός αποτελεσματικού μάρκετινγκ;**

a) Η γενική στόχευση όλων των καταναλωτών.  
b) Η στοχευμένη στρατηγική για συγκεκριμένο κοινό.  
c) Η εξάρτηση αποκλειστικά από τις τεχνολογίες.  
d) Η περιορισμένη έρευνα αγοράς.

**Σωστή απάντηση**: b