

журналів, час телебачення та мовлення, розміщення публікацій карт, встановлення дошок оголошень тощо); 3) витрати на рекламу засобів масової інформації (відеокліпи, плакати, витрати на дошці оголошень); 4) плата за рекламні агентства; 5) інші витрати на рекламу.

- метод конкурентного паритету. Цей метод включає масштаб рекламних бюджетів на рівні витрат конкурентів.

- рекламні бюджети ґрунтуються на емпіричних методах, в яких витрати на рекламу визначаються експериментально шляхом проведення ряду тестів на різних ринках у різних рекламних бюджетах.

- метод Дорфмана-Стеймана. Цей метод базується на трьох показниках: 1) загальний обсяг продажів компанії; 2) еластичність попиту на ціну; 3) гнучкість реклами.

- розробити свій рекламний бюджет на основі цілей і завдань кампанії. Використовувати цей метод, щоб проаналізувати поточну ситуацію, встановити цілі, визначити кожну дію у кампанії для просування продукту та визначити витрати на його впровадження. Потім сумуються всі витрати на кожну операцію разом і обчислюється приблизний бюджет для рекламного бюджету.

Однак компанії не слід покладатися лише на один спосіб, а краще використовувати їх у комбінаціях. При цьому рівень рекламних витрат повинен залежати від фінансових можливостей компанії, міри жорсткості конкурентної боротьби на конкретному товарному ринку, рівня його насиченості конкурентоздатними товарами, особливостей товару (передусім, частоти попиту, міри складності асортименту, рівня цін на нього), специфіки сегмента ринку, що обслуговується. [5]

1. Ансофф И. *Стратегическое управление*. М.: Экономика. — 1989.

2. Батра Р., Майерс Дж., Аакер Д. *Рекламный менеджмент*. — М.; СПб.; К., 1999.-220 с.

3. Білоус О., Клименко К. *Проблеми міжнародного спільного підприємництва// Економіка України*. — 1992.- №10.

4. Лукьянець Т. І. *Рекламний менеджмент*. — К.: Вид-во КНЕУ, 1999.

5. *Международный кодекс рекламной практики: Пер. Н.В. Гениной, В.Е. Димидова*. -К.: Укрреклама, 1995.

6. *Музыкант В. Л. Теория и практика современной рекламы*. — М.: Евразийский регион, 1998. — 243 с.

7. *Обрытько Б. А. Рекламный менеджмент*. — К. 2000. — 115с.

Янковий О.І.

студ. групи ОП-21

Науковий керівник – к.е.н., доц. каф. ММП Л.П.Сай

ХАРАКТЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОГО МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ

Медичний туризм є зростаючим сегментом міжнародного ринку послуг, який характеризується значними прибутками.

Ринок медичного туризму – це система економічних відносин з приводу купівлі - продажу медичних і оздоровчих послуг та організації подорожей з метою їх отримання. Товаром на цьому ринку виступає медична, оздоровча послуга. Покупцями є безпосередньо споживачі послуг, або їх законні представники; непрямі клієнти. Продавцями виступають безпосередньо виробники цих послуг.

Стрімкий розвиток медичного туризму обумовлений кількома причинами: зростання вартості лікування в країнах з розвинутою економікою; поява нового кола споживачів медичних послуг, які хочуть поєднати якісне лікування за низькими цінами, і окрім того, ще й отримати яскраві враження від подорожей в інші країни; неможливість своєчасного отримання необхідної медичної допомоги на батьківщині; відсутність в деяких країнах світу якісної медичної допомоги та відповідних технологій для лікування та діагностики.

Задля того, аби розвинути медичний туризм, уряди деяких країн розробляють системи охорони здоров'я, в структуру яких входять лікувально-профілактичні заклади, туристичні агентства та страхові компанії, орієнтовані на медичний туризм. Існують національні програми, спрямовані на популяризацію країни в сфері медичного туризму [4].

Чинники, які впливають на вибір країни медичними туристами для отримання медичних послуг [2]: рівень розвитку медицини, медичних технологій, тощо; вартість діагностики та лікування; розвиток транспортного та готельного секторів; законодавча база; популярність держави; розташування країни на мапі світу

Медичні процедури, починаючи від косметичної хірургії, стоматологічної роботи, до ортопедичної хірургії, високої якості і за доступні ціни сьогодні можуть забезпечити в багатьох країнах. За інформацією Healthy Travel Media, "Patients Beyond Borders", є 10 найбільших туристичних, медичних країн у світі [1]. Одна з них – це Ізраїль.

Ізраїль є популярним місцем для медичного туризму. Більшість туристів прибувають з Європи, особливо колишнього Радянського Союзу, а також Сполучених Штатів, Австралії, Кіпру та Південної Африки, для проведення різних хірургічних процедур та терапії, включаючи трансплантацію кісткового мозку, хірургічну операцію та катетеризацію, ракові та неврологічні процедури, ортопедичні процедури, реабілітацію автомобільних аварій. Популярність Ізраїлю як місця для медичного туризму обумовлена статусом розвинутої країни з високоякісною медичною допомогою та водночас він має менші медичні витрати, ніж в багатьох інших розвинутих країнах. Також, він приваблює туристів і ціновим фактором, адже вартість ортопедичної процедури є вдвічі меншою, ніж, наприклад, аналогічної в США. Доходи від медичного туризму оцінювалися приблизно в 140

мільйонів доларів у 2012 році. Медичні туристи в Ізраїлі користуються як державними, так і приватними лікарнями, і всі основні ізраїльські лікарні пропонують туристичні пакети для здоров'я, які, як правило, коштують набагато менше, ніж аналогічні, у всіх інших країнах з аналогічним рівнем охорони здоров'я [3].

Отже, можна зробити висновок, що медичний туризм у всьому світі – це популярна діяльність, яка приносить колосальні прибутки країнам. Основними факторами цієї діяльності – є співвідношення ціни і якості медичних послуг, та досвіду персоналу. Міжнародний медичний туризм популярний у всьому світі. Деякі країни не можуть запропонувати своїм громадянам медичне лікування, таке як, наприклад, у Ізраїлі, проте можуть покращувати рівень медичного обслуговування і удосконалювати законодавство для розвитку медичного туризму[1].

1. *Топ-10 медичних туристичних напрямків у світі [Електронне джерело]. Режим доступу: <https://www.medicaltourismmag.com/top-10-medical-tourism-destinations-world/>*

2. *Медичні та правові аспекти розвитку репродуктивної медицини в Україні під призмою медичного туризму. Редакторська стаття// Репродуктивна ендокринологія. - 2013. - №5(13). - С. 118-12*

3. *Medical tourism in Israel [Електронне джерело]. Режим доступу: https://en.wikipedia.org/wiki/Medical_tourism_in_Israel*

4. *Ratner C. Who owns “medical tourism? Reaction to the MTA v IMTA legal action /Caroline Ratner //International Medical Travel Journal .-2009 <http://www.imtj.com/articles/2009/mta-v-imta-legal-action-30018/>*