

l'importance d'une compréhension fine de l'impact des couleurs pour renforcer l'engagement et l'interaction avec la marque.

Le message publicitaire comporte des caractéristiques multiples: il est porteur de significations et donc de complexité, il surprend et peut modifier l'image qu'a le consommateur du produit.

En conclusion il faudrait constater que les visuels jouent un rôle essentiel dans le marketing par e-mail en rendant les messages plus attrayants et en augmentant les taux d'ouverture. Des images ou vidéos bien choisies facilitent la transmission du message et renforcent l'engagement des destinataires. Les recherches suggèrent que la créativité publicitaire est un concept multidimensionnel, intégrant une dimension cognitive avec un message potentiellement complexe et à plusieurs niveaux de compréhension, ainsi qu'un aspect périphérique lié à une esthétique élaborée. En outre, la créativité semble susciter des réponses émotionnelles intenses. Cependant, plusieurs questions demeurent quant à la mesure fiable et valide de la créativité perçue en publicité. Sans une telle mesure, son influence exacte sur la persuasion reste difficile à évaluer.

РУССКИЙ ЯЗЫК КАК ИНОСТРАННЫЙ

Али Висам Хаффаф

Ali Visam Haffaf

ГрГМУ (Гродно)

Научный руководитель Н.А. Мишонкова

ТОРГОВЛЯ В МЕДИЦИНЕ: ЭКОНОМИЧЕСКОЕ И СОЦИАЛЬНОЕ ВЛИЯНИЕ НА ОБЩЕСТВО

Trade in medicine: economic and social impact on society

Торговля в медицине занимает важное место в мировой экономике, охватывая широкий спектр медицинских продуктов и услуг, включая продажу лекарств, медицинского оборудования и оказание медицинских услуг. Цель исследования: анализ состояния современного рынка медицинских услуг в мире с учетом новых научных, экономических и социальных реалий. Торговля в медицине оказывает значительное влияние на развитие здравоохранения в мире, предлагая новые методы лечения, улучшая доступ к медицинской помощи и борьбу с глобальными вызовами в области здоровья [1].

Медицинская торговля – это одна из наиболее быстрорастущих отраслей мировой торговли, а ее объем оценивается в миллиарды долларов ежегодно. Эта сфера экономики подвержена влиянию множества факторов, таких как экономика, демография и государственная политика, которые регулируют спрос и предложение медицинских товаров и услуг [1]. Производство и продажа лекарств являются основой медицинской торговли. Большие фармацевтические компании играют важную роль в разработке и распространении лекарственных средств, однако высокие цены на некоторые препараты создают барьеры для их доступности. При этом, доступные по цене дженерики (Generic Drugs) способствуют улучшению доступа к лекарствам, что позволяет предоставить помощь более широким слоям общества [2].

Медицинский туризм также является важной частью международной медицинской торговли. Пациенты из стран с высокими ценами на медицинские услуги часто выбирают лечение за рубежом, где оно доступнее и по стоимости, и по качеству. Однако этот тип туризма порождает вопросы о стандартах качества и безопасности лечения за границей, требуя гармонизации международных стандартов в здравоохранении [2]. Этика и право играют важную роль в регулировании медицинской торговли, особенно когда речь идет о доступности и стоимости препаратов, а также об испытаниях новых лекарств. Международные организации, такие как ВОЗ, вводят строгие регуляции, чтобы предотвратить ценовые манипуляции и монополизацию лекарств.

Развитие медицинских технологий, таких как искусственный интеллект и 3D-печать, способствует росту качества и доступности медицинской помощи. Эти инновации позволяют улучшить диагностику, снизить затраты на производство и предоставить пациентам новые виды лечения [3].

Медицинская торговля существенно влияет на качество медицинской помощи, способствуя повышению осведомленности о здоровье и улучшению доступности медицинских услуг, но высокая стоимость лечения может ограничивать доступ к нему для определенных слоев общества, что требует дополнительных мер поддержки и финансирования со стороны государства и международных организаций.

Вывод. Торговля в медицине – это сложная и многогранная сфера, объединяющая инновации, экономику и вопросы социальной ответственности. Будущее данной отрасли зависит от сотрудничества между государством, бизнесом и международными организациями для достижения баланса между прибылью и доступностью медицинской помощи.

Источники

1. Эволюция интернет-технологий в системе здравоохранения / Г.С. Лебедев, И.А. Шадеркин, И.В. Фомина, А.А. Лисненко [и др.] // Журнал телемедицины и электронного здравоохранения. – 2017. – № 2 (4). – С. 63–78.

2. Основные направления развития интернет технологий в здравоохранении (систематический обзор) / Г.С. Лебедев, И.В. Фомина, И.А. Шадеркин, А.А. Лисненко [и др.] // Социальные аспекты здоровья населения. – 2017. – Т. 57, № 5. – С. 1–10.

3. Герасимов, П.А. Специфика международного рынка медицинских услуг в условиях глобализации / П.А. Герасимов // Российское предпринимательство. – 2013. – № 20 (242). – С. 144–151.

Баяраа Цэнгуун

Bayaraa Tsenguun

БГЭУ / ИрНИТУ (Минск)

Научный руководитель И.И. Лапуцкая

НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ОТДЫХА МОНГОЛОВ

National characteristics of Mongols' recreation

В 2024 г. Монголия вошла в десятку лучших направлений для путешествий по версии путеводителя Lonely Planet. Сегодня Монголия – страна с богатым культурным наследием и уникальными традициями и обычаями – интересна не только для иностранных туристов. Сами монголы часто предпочитают отдых в родной стране зарубежному путешествию.

Цель работы – показать национальные особенности отдыха монголов.

Отдых – важная часть жизни каждого человека. Это возможность восстановить затраченную энергию и набраться сил. Согласно статье 79 Закона Монголии о труде, работник ежегодно имеет право на очередной отпуск сроком не менее 15 рабочих дней. Некоторые граждане могут отдыхать дольше (например, люди, с ограниченными возможностями или имеющие тяжелые условия труда или большой стаж работы). Свой очередной отпуск монголы могут использовать целиком или разбивать на части.

Что же такое отдых для монгола? Чаще всего это путешествие. 44 % монгольских туристов едут за границу именно в отпуск. Как правило, монголы редко обращаются в турфирмы (13 %) и предпочитают сами организовывать свое путешествие, преимущественно в соседние страны – Китай (76 %) и Россию (13 %). Реже едут в Южную Корею (3 %), Европу (2 %), США и Канаду (1 %), Японию (1 %) и др. Такой отпуск длится обычно не менее 30 дней [1].

Многие жители страны вечно синего неба зарубежному путешествию предпочитают провести отпуск на родине. Лучшее время для отдыха с мая по октябрь (пик сезона – с июня до конца августа).

Отпуск монголов имеет свои национальные особенности. Это обусловлено историческим фактором. Монголы – кочевой народ. Сейчас, как и 3000 лет назад,