

Словообразование. Приемы словообразования активно используются в рекламе для привлечения внимания потребителей. Они, как правило, приносят оригинальность и юмор в рекламу и способствуют хорошему запоминанию. Самыми распространенными приемами словообразования в тексте рекламы являются: каламбурное столкновение близких по звучанию основ, выявление внутренней формы слов; внедрение названия рекламируемого продукта непосредственно в сам слоган; непосредственно образование новых слов для обозначения товара; сокращения и аббревиатуры.

Технология вербальной рекламы приоткрывает возможности работы с рекламоносителем по имени «молва» – самым желанным и самым трудным. Технологии, основанные на принципах психолингвистики и психосемантики, уже много лет используются в СМИ. Их несомненным преимуществом является незаметность взгляду непрофессионала.

<http://edoc.bseu.by>

А. А. Лаппалайнен

Научный руководитель – Е. Н. Бедретдинова, БФ БГЭУ (Бобруйск)

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ (на примере ЧП «Санаторий имени Ленина»)

Маркетинг в здравоохранении – это система принципов, методов и мер, базирующихся на комплексном изучении спроса потребителя и целенаправленном формировании предложений медицинских услуг производителем.

Санаторно-курортный маркетинг представляет собой концепцию управления санаторно-курортной организацией, предполагающей всестороннее изучение потребностей клиентов в курортном лечении и отдыхе для наиболее полного их удовлетворения путем комплексных усилий по производству, реализации и продвижению санаторно-курортного продукта на конкурентном рынке с целью получения прибыли и достижения других целей организацией.

ЧП «Санаторий имени Ленина» предлагает широкий спектр медицинских услуг:

- **лечебные:** ванны, подводный душ-массаж с аэромассажем, физиотерапия 20 видов, грязелечение (сапропели), кишечные процедуры, ручной массаж, антицеллюлитный массаж, инфракрасная сауна, сухая углекислая ванна, механический массаж на кушетке с элементами мануальной терапии, аквааэробика, ингаляции, спелеотерапия, ароматерапия, лечение венозных и лимфатических заболеваний, гирудотерапия, рефлексотерапия, фитосвечи, комплексное лечение бесплодия, сколиоза позвоночника, ночного энуреза, программы по коррекции веса и омоложению кожи лица и шеи, стоун-терапия, криогенная процедура для ног, лечебные и косметические обертывания (13 видов), СПА-капсула;

- **диагностические:** УЗИ щитовидной железы, органов брюшной полости, почек, органов малого таза, молочной железы, предстательной железы, сердца, коленных суставов. Лабораторные исследования; исследования центрального и периферического кровообращения (РЭГ, ЦГД, РВГ); ЭКГ;

• **стомалогические:** (установка «Айдек» (США)): пломбирование зубов фотополимерными и стеклоиномерными цементами, лечение кариеса, покрытие зубов фторлаком, снятие твердых зубных отложений с помощью ультразвука;

• **косметические:** пилинг, маски, депиляция, коррекция бровей и ресниц, их окраска, массаж лица и зоны декольте.

Медицинские услуги по путевкам на стандартное санаторно-курортное лечение включают: врачебные консультации и наблюдения, сестринское обслуживание, набор и объем медицинских процедур и лечебных методов, определяемых врачом санатория в зависимости от данных санаторно-курортной карты, с учетом состояния пациента и от установленного санаторием графика работы медицинских кабинетов и отпуска процедур.

Для того, чтобы удовлетворять потребности клиентов, необходимо периодически проводить маркетинговые исследования предпочтений как отдыхающих, так и населения города или области, на территории которой находится санаторно-курортное учреждение, с целью наиболее полного удовлетворения потребностей и как следствие расширения своей деятельности.

Суперсовременные или сверхмощные средства хороши тогда, когда использование прочих малорезультативно. Применение же новаций при наличии обычных средств оправдано лишь соответствующими медицинскими показаниями либо направленностью волеизъявления клиента. Внедрение более совершенных средств диагностики, лечения и профилактики обусловлена не административным принуждением, а экономическими стимулами в условиях конкуренции. Главная цель санаторно-курортного маркетинга – достичь соответствия между возможностями (предложением) рекреационной организации и потребностями (спросом) клиентов для достижения основной цели санаторно-курортной организации – получения прибыли.

К. В. Мосина

Научный руководитель – Е. Н. Бедретдинова, БФ БГЭУ (Бобруйск)

ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ СОВРЕМЕННОГО ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Ценовая политика является одной из главных составляющих системы управления доходами любого современного предприятия. Цена – единственный элемент традиционного маркетинга, обеспечивающий продавцу реальный доход.

ОАО «Бобруйксельмаш» специализируется на выпуске комплекса машин для кормопроизводства, обработки почвы, транспортировки строительных и сельскохозяйственных грузов. Всего изготавливается более 30 наименования машин и агрегатов, используемых в сельскохозяйственном производстве. В настоящее время основной объем производимой техники поставляется в Республику Беларусь и Российскую Федерацию, однако в