

присутності у соціальних медіа та спрогнозувати потенціальний ефект від впровадження цієї самої стратегії. Це все будуть пусті слова без наявності SMM-стратегії, яка дозволить компанії покроково прописати план дій для досягнення поставлених перед фірмою задач.

Для написання SMM-стратегії необхідно:

- оцінити реальний стан бренду у соціальних медіа за допомогою ряду критеріїв, наприклад, актуальність та якість запропонованого товару;

- провести конкурентний аналіз та виділити свою УТП (унікальну торгову пропозицію), це те, що буде вас вигідно виділяти серед конкурентів та клієнт зупинить свій вибір саме на вашій продукції;

- скласти портрет покупця, а саме виділити стать, вік, інтереси, місце проживання, сімейний стан – усі ті критерії котрі можуть впливати на смакові потреби споживача;

- виділити формат дій у соціальних медіа.

У якості висновку можна сказати, що сьогодення диктує нам нові правила життя, збільшення відсотку електронної комерції полегшує та покращує наше життя зекономленим часом та іншими ресурсами. Збільшення робочих місць завдяки освоєнню нової сфери електронної комерції, у майбутньому, чудово відобразиться на покращенні стану економіки усієї країни. Увесь світ стає більш механізованим та перехід на автоматизацію неминучий у всьому світі найближчі 10-30 років.

#### **Список використаних джерел:**

1. Армстронг Г., Котлер Ф. Маркетинг : навчальний посібник. Москва, 2001. – 608 с.
2. Белов А. Проблемы маркетингового консультирования промышленных предприятий [Електронний ресурс] / Портал промислового маркетинга. URL: [prommarketportal.ru/inСex.php?option=com\\_content&task=view&iC=20&ItemC=41](http://prommarketportal.ru/inСex.php?option=com_content&task=view&iC=20&ItemC=41).
3. Брендинг на споживчих і промислових ринках [Електронний ресурс] / URL: [management.com.ua/marketing/mark002.html](http://management.com.ua/marketing/mark002.html).
4. Бурбело Н О. Промисловий маркетинг : конспект лекцій [Електронний ресурс] / URL: [twirpx.com/file/720269/](http://twirpx.com/file/720269/).

**Пугач Д. В.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### **ХАРАКТЕРИСТИКА РИНКУ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я**

Формування системи задоволення певного спектру потреб виникає з наявності важливих факторів внутрішнього стану людини та її оточуючого світу.

Акцентуються 3 категорії (складні комплекси) ключових потреб особи, а також її необхідність в отриманні товарів і послуг:

- потреби життєдіяльності;

- необхідність залишатися здоровим із збереженням здатності працювати, створює прагнення поліпшення самопочуття в разі швидкоплинної втрати працездатності, а також прагнення зберегти часткову працездатність при інвалідності;

- необхідність високої межі волі життєдіяльності (соціальної, психосоматичної та фізичної), якщо необхідність проявляється спрагою здобуття найвищого рівня «якості життя» [1].

Ринок охорони здоров'я передбачає собою комплекс існуючих а також можливих продуктів і послуг, націлених на захист та поліпшення самопочуття і повинен бути контрольованим у взаємозв'язку з потребами дотримуючись основних принципів захисту здоров'я людей. Уряд застосовує різноманітні економічні важелі впливу, а також управлінські способи регулювання сфери послуг охорони здоров'я наряду з методами прогнозу і планування.

У медицині, як у інших сферах, термін «ринок» застосовується з метою встановлення категорії покупців, пов'язаних згідно єдиного показника та поділених на низку дотичних сегментів ринку, найбільшими з котрих є: медичні послуги, продаж лікарських препаратів, витратні матеріали та послуги санітарної й особистої гігієни, методи нетрадиційного лікування, техніка медичного застосування, медичних технологій, страхування життя та здоров'я, наукові дослідження, ринок праці та освіти у сфері медицини.

Якщо проводити паралелі поміж поняттями менеджменту охорони здоров'я України, то варто виділити такі поняття як надання медичної послуги, що є ключовим елементом ринку, та медичну допомогу, як приклад неринкових взаємин між пацієнтом та медичним фахівцем.

Кожен громадянин України має право на отримання безоплатної медичної допомоги в системі державних закладів охорони здоров'я відповідно до конституції країни. Згідно до законів України, в закладах охорони здоров'я приватної форми власності невідкладну медичну допомогу надають безкоштовно, що таким чином зумовлює особливості праці медичного фахівця, де збереження життя пацієнта, етична точка зору щодо діяльності і гуманітарна мета значно перевищують фінансову раціональність та ефективність медичної роботи [2]. Проте в сучасному світі медичні послуги скеровані на вирішення попиту на підвищення рівня та якості життя, відповідаючи високоекономічній швидкості зростання та розвитку медичних систем.

Розуміючись на принципах ринку охорони здоров'я України, ми не можемо відкинути не менш значущий аспект, що є рівність та доступність в отриманні

медичної допомоги, таким чином підвищуючи значення регулювання ринку медичних послуг на державному рівні. Варто відмітити наступний факт: ціна не може піднятися вище показників попиту і не повинна знижатися нижче собі вартості пропозиції, що теоретично може призвести до неможливості оплати медичних послуг зі сторони пацієнта чи фінансової кризи з боку медичного фахівця.

Таким чином головною функцією держави в даній галузі стає регулювання та контроль контрастних цін на медичні послуги, що базуються перш за все на їх якості, бюджету на субсидування медичної допомоги, вирішення негативних ринкових результатів, насамперед в приватній сфері охорони здоров'я.

У галузі охорони здоров'я уряд в силах виступати в якості як господарюючої особи, так і застосовувати муніципальне майно з метою реалізації гарантії безоплатної медичної допомоги громадськості. Він встановлює розмір фінансування, що відповідає запитам, розмірам та устрою медичної допомоги; здатен втілювати проекти урядового замовлення, а також поодинокі проекти медичної ургентної допомоги громадськості, але крім того реалізовувати спостереження продуктивності муніципальних проектів охорони здоров'я.

Складна система економічних взаємин, що формує ринок охорони здоров'я, товаром котрого виступає медична або оздоровча послуга охоплює велику низку діагностики та лікування захворювань численних медико-діагностичних груп, що розмежовуються за наступними класами направлення: послуги із збереження життя та медичні послуги, що надаються з метою відновлення здоров'я при його тимчасовій втраті. Україна має великий потенціал санаторних та медичних ресурсів, конкурентними перевагами яких є цінові параметри, що надають значний шанс стати одним із світових лідерів з медичного в'їзного туризму.

#### **Список використаних джерел:**

1. Решетнікова А. В. Економіка охорони здоров'я. Мінськ: ГЕОТАР-Медіа. 2015. С. 43.
2. Наказ МОЗ України від 31.10.2013 № 810А «Про організацію роботи незалежної системи оцінки якості державних (муніципальних) установ, що надають послуги в сфері охорони здоров'я».
3. Grynko T., Shevchenko T., Pavlov R., Shevchenko V., Pawliszczy D. (2020) The impact of collaboration strategy in the field of innovation on the effectiveness of organizational structure of healthcare institutions. *Business Perspectives*. Issue 1. Volume 4. pp. 37-51.