

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт управления бизнес процессами и экономики  
Кафедра «Маркетинг»

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
\_\_\_\_\_ И.В. Филимонок  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2019 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль подготовки 38.03.02.04 «Маркетинг»

**Совершенствование рекламного менеджмента на базе новых  
коммуникационных технологий (на примере ООО «ЛДЦ ФСК»)**

Руководитель	_____	Юшкова Л.В.
Выпускник	_____	Бордушко А.А.
Нормоконтролер	_____	Рыжкова О.В.

Красноярск 2019

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1. Исследование рынка медицинских услуг г. Красноярск.....	6
1.1. Факторы формирования рынка медицинских услуг г. Красноярск....	6
1.2. Оценка конкурентной среды на рынке медицинских услуг и тенденции развития рынка в г. Красноярске.....	16
1.3. Сравнительный анализ используемых коммуникационных технологий на рынке медицинских услуг.....	22
2. Выявление сильных и слабых сторон рекламного менеджмента ООО «ЛДЦ ФСК».....	27
2.1. Позиционирование ООО «ЛДЦ ФСК».....	27
2.2. Анализ комплекса маркетинга ООО «ЛДЦ ФСК».....	37
2.3. Направление и оценка коммуникационной политики ООО «ЛДЦ ФСК».....	40
3. Совершенствование рекламного менеджмента ООО «ЛДЦ ФСК».....	45
3.1 Обоснование выбора новых коммуникационных технологий для совершенствования рекламного менеджмента.....	45
3.2 Программа мероприятий по совершенствованию рекламного менеджмента.....	49
3.3 Экономическое обоснование выбранных мероприятий по совершенствованию рекламного менеджмента.....	52
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	57
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	59
ТАБЛИЦА А.1.....	68
ПРИЛОЖЕНИЕ 1.....	72

## ВВЕДЕНИЕ

Сегодня сложно представить современный мир без использования новых коммуникационных технологий. Обычно этим термином обозначают технологии, позволяющие использовать интернет для коммуникации, однако в более широком понимании коммуникационные технологии – это совокупность приёмов, процедур средств и методов, которые используются в процессе коммуникационного воздействия субъектом коммуникации с целью достижения поставленных целей и задач.

В сфере здравоохранения множество развитых стран уже активно применяет многие информационно-коммуникационные системы в регулярной практике. Среди них наблюдение и контроль в реальном времени, возможность проведения телеконсультаций для пациентов, использования систем, позволяющих дистанционно фиксировать и транслировать физиологические параметры.

Благодаря новым коммуникационным технологиям повышается доступность медицинских услуг населению в географически удалённых районах, людям с ограниченными возможностями. Также всё чаще при оказании помощи в чрезвычайных ситуациях пользуются консультационной поддержкой со стороны высококвалифицированных специалистов.

Кроме того, при хронических заболеваниях очень важно активное участие, грамотность и осведомлённость пациентов в деле самоконтроля собственного здоровья. При этом за принятые решения идёт совместная ответственность больного и врача. В ряде научных исследований показано, что низкая грамотность населения в вопросах здоровья ассоциируется с неравным доступом к медицинскому обслуживанию, что приводит к увеличению частоты госпитализаций, смертности, ухудшению качества жизни.

Целью написания бакалаврской работы является совершенствование рекламного менеджмента на базе новых коммуникационных технологий для ООО «ЛДЦ ФСК».

Исходя из цели были поставлены следующие задачи:

- Определить факторы формирования рынка медицинских услуг в России;
- Оценить конкурентную среду и тенденции развития рынка медицинских услуг г. Красноярска;
- Сравнить используемые на рынке медицинских услуг коммуникационные технологии;
- Определить позиционирование ООО «ЛДЦ ФСК»;
- Проанализировать комплекс маркетинга ООО «ЛДЦ ФСК»;
- Выявить направление и оценить коммуникационную политику ООО «ЛДЦ ФСК»;
- Выбрать и обосновать выбор новых коммуникационных технологий для совершенствования рекламного менеджмента на ООО «ЛДЦ ФСК»;
- Предложить программу мероприятий по совершенствованию рекламного менеджмента на ООО «ЛДЦ ФСК»;
- Экономически обосновать предложенные мероприятия.

Предметом бакалаврской работы является ООО «ЛДЦ ФСК». Объектом бакалаврской работы являются новые коммуникационные технологии.

В первой главе выявлены факторы формирования рынка медицинских услуг, рассмотрено, какие из них оказывают наибольшее влияние. Оценены тенденции развития рынка медицинских услуг в России. Предоставлена информация о красноярских компаниях-конкурентах, используемых ими коммуникационных технологиях.

Во второй главе предоставлена информация об ООО «ЛДЦ ФСК», определено позиционирование. Проанализирован комплекс маркетинга в организации. Выявлено направление коммуникационной политики организации и дана оценка.

В третьей главе выбраны новые коммуникационные технологии для дальнейшего использования, обоснован их выбор. Предложена программа

мероприятий по совершенствованию рекламного менеджмента на базе предложенных технологий, а также экономически обоснованы предложенные мероприятия.

Бакалаврская работа общим объёмом 76 страниц состоит из трёх глав, введения, заключения; включает 20 таблиц, 22 рисунка, 2 приложения; список использованных источников включает 126 наименований.

# **1 Исследование рынка медицинских услуг г. Красноярск**

## **1.1 Факторы формирования рынка медицинских услуг г. Красноярск**

В целом понятие платных медицинских услуг включает в себя множество различных видов деятельности. В данной работе рассматриваются организации г. Красноярск, осуществляющие следующие виды деятельности по ОКУН:

1. 081200 Услуги, оказываемые в поликлиниках (поликлинических отделениях):

- 081201 Постановка диагноза
- 081202 Проведение диагностических процедур
- 081203 Консультации и лечение врачами-специалистами и хирургами-специалистами
- 081204 Услуги по профилактике болезней (медицинские осмотры, профилактические прививки и т.д.)
- 081205 Процедуры, выполняемые врачами
- 081206 Услуги, оказываемые средними медицинскими работниками
- 081207 Услуги, оказываемые беременным женщинам и новорожденным

2. 081400 Услуги, оказываемые стоматологическими подразделениями:

- 081401 Консультативный прием врачами-специалистами
- 081402 Услуги по профилактике болезней
- 081403 Лечение зубов
- 081404 Лечение болезней полости рта
- 081405 Зубопротезирование
- 081406 Ортодонтия

3. 081500 Услуги, оказываемые косметологическими подразделениями:

- 081501 Услуги косметические

- 081502 Процедуры врачебные
- 081503 Электрохирургия
- 081504 Пластическая хирургия

Система здравоохранения носит такой характер, что потребитель медицинских услуг осведомлен о медицинских услугах, которые он покупает, меньше, чем о любых других приобретаемых услугах. В большинстве случаев всё в значительной мере происходит под контролем врача и решение о выборе конкретной медицинской помощи (диагностика, лечение, приём лекарств, госпитализация и т.д.) принимается ими.

Хотя потребитель может принимать участие в регулировании рынка, но его участие гораздо более ограничено, чем в практически любой другой области финансово-хозяйственной деятельности.

Любая организация выполняет свою деятельность, находясь под влиянием сил окружающей среды. Среди них есть те, что поддаются влиянию и те, которые организация контролировать не в силах.

Одним из инструментов оценки рыночной среды является PEST-анализ. PEST-анализ – (макроэкономическая) модель оценки внешней среды для расчета фактора успешного влияния компании. PEST-анализ – это маркетинговый инструмент, предназначенный для выявления аспектов внешней среды (политических, экономических, социальных и технологических), которые влияют на бизнес компании.

PEST-анализ основан на составлении перечня возможных воздействий по следующим направлениям:

- P – политико-правовые факторы (возможности и угрозы для деятельности организации, которые создаёт политическая ситуация и её динамика);
- E – экономические факторы (влияние экономической ситуации на перспективы развития организации);
- S – социально-культурные факторы (особенности социального, демографического, культурного свойств);

– Т – научно-технические факторы (темпы научно-технического прогресса в отрасли, степень его влияния)[93].

Проведем PEST-анализ для рынка медицинских услуг в таблице 1.

Таблица 1 – PEST-анализ рынка медицинских услуг в России

Политико-правовые факторы	Экономические факторы
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Государственное регулирование частных медицинских учреждений.</li> <li>– Налоговое законодательство.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Уровень инфляции.</li> <li>– Доходы населения.</li> <li>– Инвестиционный климат в отрасли.</li> <li>– Стоимость страхования.</li> <li>– Импортные ресурсы, возможность и условия их получения.</li> <li>– Возможности и условия кредитования.</li> </ul>
Социально-культурные факторы	Научно-технические факторы
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Демографические изменения.</li> <li>– Уровень жизни.</li> <li>– Уровень физического здоровья.</li> <li>– Заболеваемость, смертность.</li> <li>– Число больничных коек.</li> <li>– Рынок труда, обеспеченность персоналом организаций врачами и средним мед. персоналом.</li> <li>– Изменения в базовых ценностях.</li> <li>– Тенденции образа жизни.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Обеспеченность необходимым оборудованием.</li> <li>– Информация и коммуникации, влияние интернета.</li> <li>– Потенциал инноваций.</li> </ul>

1. Среди политико-правовых факторов особенно значимы влияния следующих:

- Государственное регулирование частных медицинских учреждений.
- Налоговое законодательство (для частных медицинских учреждений предусмотрены льготы при налогообложении услуг, в частности, освобождение медицинских услуг от обложения НДС).

Деятельность частных клиник на территории РФ регулируется:

- Гражданским кодексом РФ,
- Федеральным Законом РФ «Об обществах с ограниченной ответственностью»,
- Постановлением Правительства РФ от 16.04.2012 N 291 (ред. от 08.12.2016) «О лицензировании медицинской деятельности»...

2. Среди экономических факторов стоит выделить следующие:



- Общая экономическая ситуация.
- Уровень инфляции.
- Получение импортных ресурсов.
- Возможности и условия кредитования.

3. Среди социально-культурных факторов, необходимо выделить такие, как:

- Уровень жизни.
- Уровень физического здоровья.
- Демографические процессы.
- Рынок труда.

4. Технологические факторы, наиболее значимые для деятельности медицинской организации:

- Новые технологии.
- Современное оборудование.

Рассмотрим некоторые из показателей более подробно, в числовом виде.

Таблица 2 – Компоненты изменения общей численности населения Красноярского края[125]

	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
численность населения на 1 января, человек	2852810	2858773	2866490	2875301	2876497
общий прирост, человек	5963	7717	8811	1196	-2471
естественный прирост, человек	5028	4964	3983	267	-2193
миграционный прирост, человек	935	2753	4828	929	-278
численность населения на 31 декабря, человек	2858773	2866490	2875301	2876497	2874026

Таблица 3 – Показатели естественного движения населения в Красноярском крае

Показатель	Январь-апрель						Справочно на 1000 человек населения за 2018 г. в целом
	Всего				На 1000 человек населения		
	2019 г.	2018 г.	прирост, снижение (-)	2019 г. в % к 2018 г.	2019 г.	2018 г.	
Родившиеся, человек	10067	10729	-662	93,8	10,7	11,3	11,7
Умершие, человек	12381	12171	210	101,7	13,1	12,9	12,4
в том числе дети в возрасте до 1 года	73	61	12	119,7	6,7	5,2	5,5
Естественные прирост, убыль (-), человек	-2314	-1442	x	x	-2,4	-1,6	-0,7

Таблица 4 – Распределение умерших по причинам смерти в Красноярском крае

Показатель	Январь-апрель							Справочно на 100000 человек населения за 2018 г. в целом
	человек			2019 г. в % ко всем умершим	на 100000 человек населения		2019 г. в % к 2018 г.	
	2019 г.	2018 г.	Прирост, снижение (-)		2019 г.	2018 г.		
Всего	12381	12171	210	100	1310,8	1287,3	101,8	1242,3
в том числе от: болезней систем кровообращения	6466	4627	1839	52,2	684,6	489,4	139,9	587,6
внешних причин смерти	996	988	8	8,0	105,5	104,5	101,0	133,5
новообразований органов пищеварения	2194	1984	210	17,7	232,3	209,8	110,7	236,4
болезней органов дыхания	747	428	319	6,0	79,1	45,3	174,6	66,3
некоторых инфекционных и паразитарных болезней	326	281	45	2,6	34,5	29,7	116,2	36,6
в том числе от туберкулёза всех форм	97	75	22	0,8	10,3	7,9	130,4	12,0

В большинстве случаев смерть наступает по причине болезней систем

кровообращения, за январь-апрель 2019 г. по этой причине умерло более половины от всего числа умерших за тот же период. Также немало случаев смерти от болезней органов пищеварения.

Таблица 5 – Распределение населения Красноярского края по величине среднедушевых денежных доходов[125]

Средне-душевой денежный доход в месяц, руб.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
до 7000,0	9,8%	7,1%	6,5%	5,9%	5,2%
от 7000,1 до 10000,0	10,7%	9,1%	8,7%	8,3%	7,9%
от 10000,1 до 14000,0	14,7%	13,6%	13,2%	13,1%	12,8%
от 14000,1 до 19000,0	15,8%	15,6%	15,3%	15,6%	15,5%
от 19000,1 до 27000,0	17,8%	18,7%	18,8%	19,2%	19,5%
от 27000,1 до 45000,0	19,0%	21,3%	21,9%	22,5%	23,1%
от 45000,1 до 60000,0	6,1%	7,2%	7,5%	7,6%	7,9%
свыше 60000,0	6,1%	7,4%	8,1%	7,8%	8,1%

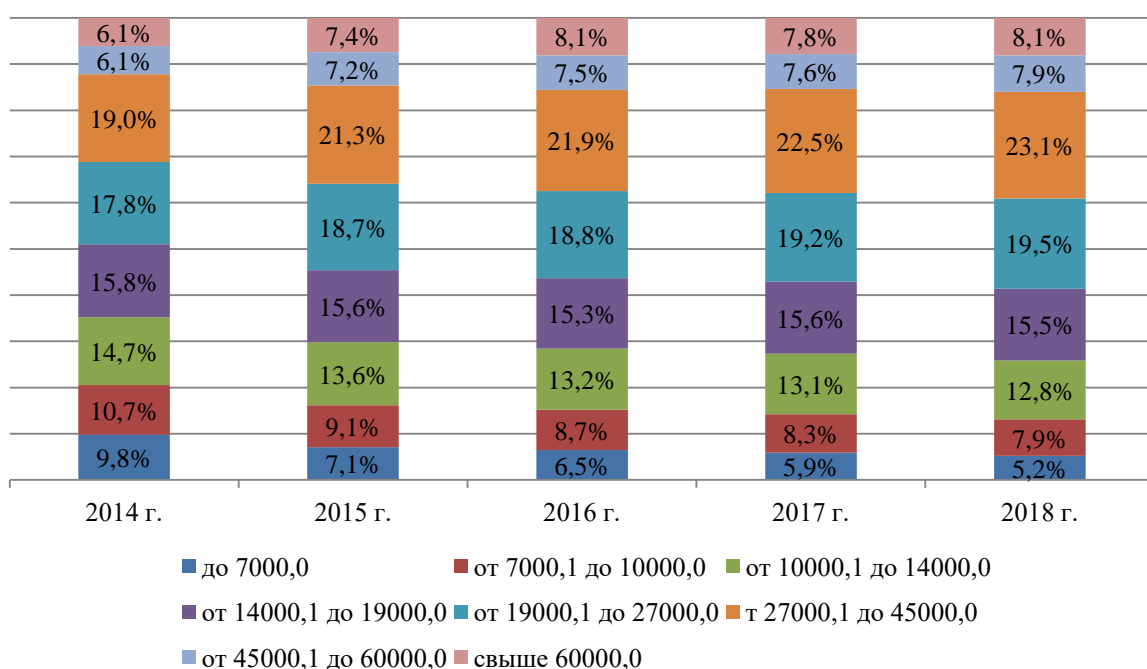


Рисунок 1 – Распределение населения Красноярского края по величине среднедушевых денежных доходов[125]

По предоставленным данным можно сделать вывод о постепенном росте доходов у населения.

Таблица 6 – Численность больничных коек Красноярского края[125]

Число больничных коек	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
всего, единиц	25595	24570	24196	23594	23272
на 10000 населения	89,5	85,7	84,2	82,0	81,0

Таблица 7 – Численность врачей Красноярского края[125]

Численность врачей, человек	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
всего, единиц	14310	13644	13735	14137	14318
на 10000 населения	50,1	47,6	47,8	49,1	49,8

Таблица 8 – Численность среднего медицинского персонала Красноярского края[125]

Численность среднего медицинского персонала, человек	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
всего, единиц	34160	34023	33971	33678	33953
на 10000 населения	119,5	118,7	118,1	117,1	118,1

Из приведённых данных можно сделать вывод, что ситуация с обеспечением населения койками, врачами и средним медицинским персоналом в Красноярском крае стабильна.

Таблица 9 – Динамика впервые выявленной заболеваемости населения Красноярского края, Российской Федерации, случаев на 1000 населения, %[125]

Наименование класса болезни, территории	Год					Среднегодовой темп прироста (▲), снижения (▼), %
	2014	2015	2016	2017	2018	
<b>Зарегистрировано заболеваний – всего</b>						
Российская Федерация	787,1	778,2	785,3			▼0,5
Красноярский край	805,7	785,9	784,3	799,5	796,6	▼1,4
<b>Некоторые инфекционные и паразитарные болезни</b>						
Российская Федерация	30,8	28,1	27,9			▼3,7
Красноярский край	34,9	30,8	30,2	29,3	28,3	▼4,7
<b>Новообразования</b>						
Российская Федерация	11,6	11,4	11,4			▼0,3
Красноярский край	16,2	16,7	15,9	17,2	17,6	▲1,8
<b>Болезни крови, кроветворных органов и отдельные нарушения, вовлекающие иммунный механизм</b>						
Российская Федерация	4,7	4,7	4,7			↔
Красноярский край	3,9	3,8	3,9	3,7	3,6	▼0,9
<b>Болезни эндокринной системы, расстройства питания и нарушения обмена веществ</b>						
Российская Федерация	11,2	13,3	13,9			▲8,3
Красноярский край	11,7	13,4	13,8	13,0	13,2	▲4,6
<b>Болезни нервной системы</b>						
Российская Федерация	16,2	15,4	15,2			▼2,1
Красноярский край	19,1	16,9	17,9	18,4	18,4	▼0,2
<b>Болезни глаза и его придаточного аппарата</b>						
Российская Федерация	34,7	33,7	32,6			▼1,9
Красноярский край	43,6	41,5	41,1	41,7	41,1	▼2,8
<b>Болезни уха и сосцевидного отростка</b>						
Российская Федерация	27,7	26,6	26,3			▼1,9
Красноярский край	29,9	27,7	27,4	29,0	28,9	▼3,4
<b>Болезни системы кровообращения</b>						
Российская Федерация	28,8	31,2	31,7			▲4,0
Красноярский край	32,9	33,9	36,6	34,2	34,2	▲2,1

Окончание таблицы 9

Болезни органов дыхания						
Российская Федерация	333,4	337,9	351,6			▲1,2
Красноярский край	286,1	276,5	289,8	296,3	297,3	▼1,1
Болезни органов пищеварения						
Российская Федерация	36,6	35,3	35,6			▲0,5
Красноярский край	38,7	37,1	38,8	37,6	37,5	▲1,7
Болезни кожи и подкожной клетчатки						
Российская Федерация	46,3	44,0	42,6			▼3,0
Красноярский край	41,5	40,8	38,2	35,2	33,5	▼3,0
Болезни костно-мышечной системы и соединительной ткани						
Российская Федерация	31,8	30,1	29,5			▼3,0
Красноярский край	41,7	41,1	42,1	42,0	41,9	▼0,6
Болезни мочеполовой системы						
Российская Федерация	49,0	46,4	45,6			▼2,3
Красноярский край	54,6	58,5	54,6	56,8	57,0	▼0,2
Врожденные аномалии (пороки развития)						
Российская Федерация	2,1	2,0	2,1			▼0,5
Красноярский край	1,8	2,1	1,7			▼0,5
Травмы, отравления и некоторые другие последствия воздействия внешних причин						
Российская Федерация	90,2	90,4	89,1			▼1,3
Красноярский край	109,6	108,0	101,2	107,1	106,8	▼2,1

По предоставленным данным видно, что основные заболевания приходится на органы дыхания, также высоки показатели травм, отравлений и иных внешних воздействий.

Таблица 10 – Показатели впервые выявленной заболеваемости населения Красноярского края злокачественными новообразованиями, случаев на 100 тыс. человек[125]

Наименование локализации злокачественного новообразования	Темп роста, снижения в среднем в год, %	2017 г.		2018 г.	
		Показатель	Δ	Показатель	Δ
Всего заболеваний	▲ 3,04	385,6	7,18	395,3	7,27
губы	▼ 1,89	1,8	0,49	1,7	0,48
полости рта и глотки	▲ 5,03	11,03	1,22	11,4	1,24
пищевода	▲ 2,71	4,98	0,82	5,09	0,83
желудка	▼ 1,97	21,3	1,69	20,83	1,67
ободочной кишки	▲ 3,28	22,37	,73	22,97	1,76
прямой кишки, ректосигмоидного соединения, ануса	▲ 2,42	16,99	1,51	17,34	1,53
гортани	▲ 2,39	5,20	0,84	5,31	0,84
трахеи, бронхов, лёгкого	▼ 0,34	40,31	2,33	0,17	2,32
костей и мягких тканей	▼ 1,47	3,62	0,7	3,67	0,7
меланомы кожи	▲ 3,73	5,49	0,86	5,65	0,87
другие новообразования кожи	▲ 6,36	43,57	2,42	45,49	2,47
молочной железы	▲ 3,42	45,28	2,47	46,54	2,50
шейки матки	▲ 4,01	14,20	1,38	14,65	1,40
тела матки	▲ 3,63	14,57	1,4	14,99	1,42
яичника	▲ 1,25	9,0	1,1	9,11	1,11
предстательной железы	▲ 14,9	31,63	2,06	33,84	2,13
мочевого пузыря	▲ 4,53	11,56	1,25	11,96	1,27
щитовидной железы	▲ 5,54	7,44	1,0	7,74	1,02
злокачественные лимфомы	▲ 2,49	10,28	1,18	10,5	1,19
лейкемии	▼ 2,07	6,42	0,93	6,27	0,92

По данным Федерального информационного фонда 2016 года Красноярский край вошел в число субъектов-территорий «риска» с превышением средних по Российской Федерации показателей заболеваемости населения злокачественными новообразованиями органов дыхания (в 1,02...1,1 раза).

В Красноярском крае по данным 2016 года к территориям «риска» с достоверным превышением в 1,4...2,5 раза среднекраевого уровня заболеваемости злокачественными новообразованиями органов дыхания (40,7

случаев на 100 тыс. населения) относятся 5 территорий: г. Ачинск (город + село), г. Минусинск (город + село), г. Лесосибирск, Ирбейский, Мотыгинский районы.

На основании представленных данных можно сделать вывод о том, что медицинский рынок не стоит на месте. Использование информационных технологий поможет усовершенствовать работу в системе здравоохранения, что положительно скажется на показателях успешного лечения населения и продолжительности и качества жизни больных.

## **1.2 Оценка конкурентной среды на рынке медицинских услуг и тенденции развития рынка в г. Красноярске**

Так как ситуация на рынке медицинских услуг в целом отражает ситуацию на рынке в городе Красноярске, то сначала рассмотрим рынок всей России.

В прошлом году оборот медицинского рынка в России вырос по сравнению с 2017 годом на 11,6% и составил 3063,3 млрд. руб. Главным фактором роста стало не количество приёмов пациентов, а увеличение средней цены приема на 9,8%. Динамика роста рынка представлена на рисунке 2.

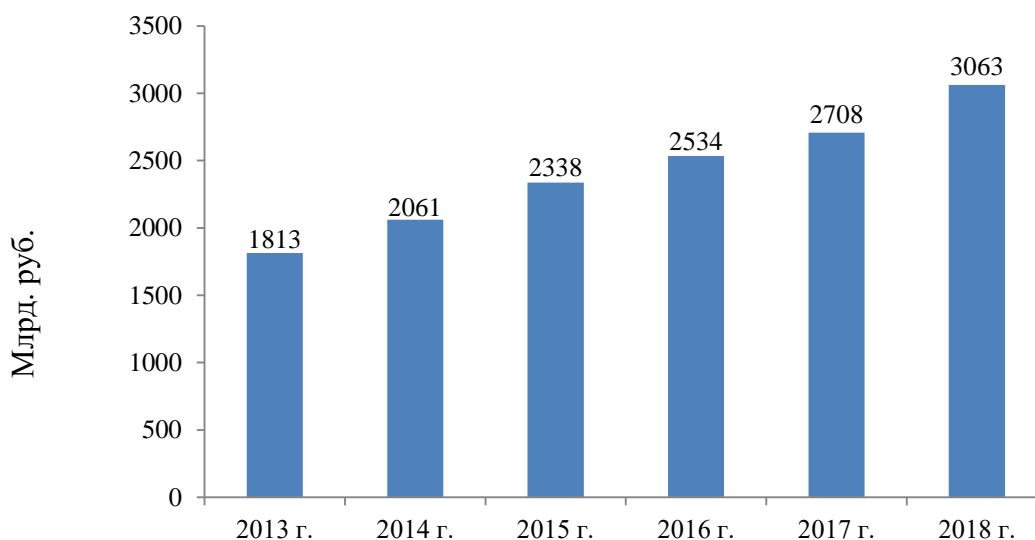


Рисунок 2 – Динамика рынка медицинских услуг в России 2013-2018 гг.[126]



Что касается платных медицинских услуг, то сектор коммерческой медицины вырос на 10,8%, до 655 млрд. руб.

На рисунке 3 представлена динамика роста рынка коммерческих услуг в период 2013-2018 гг.

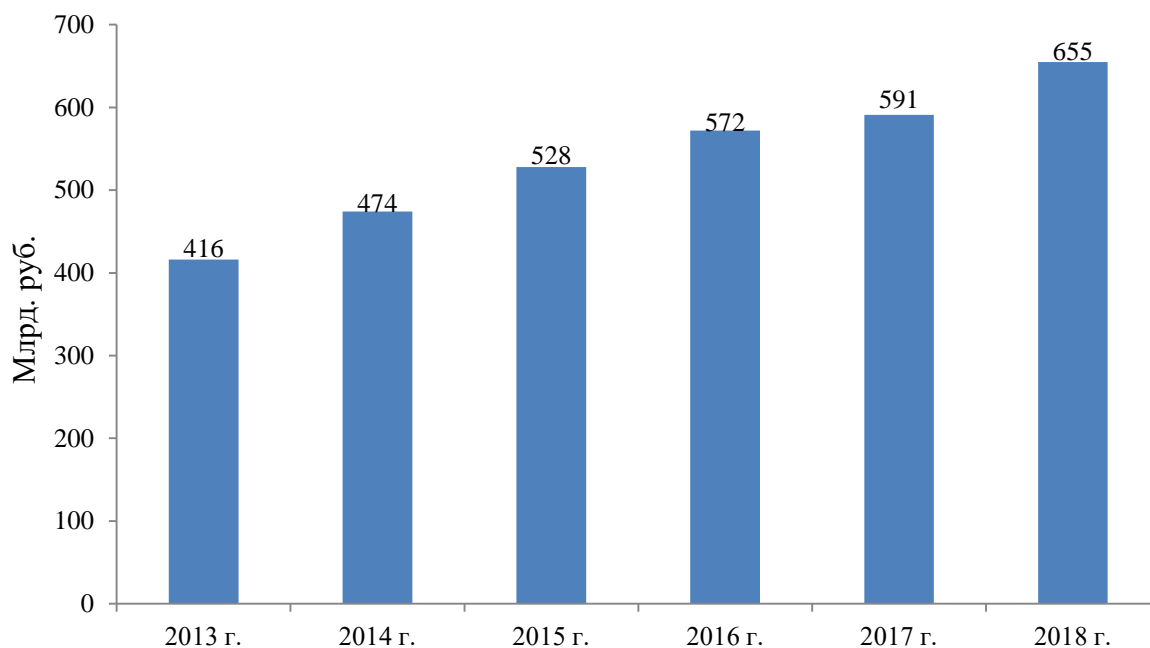


Рисунок 3 – Динамика рынка платных медицинских услуг в России с 2013 по 2018 гг.[126]

Однако из-за недостаточности финансирования данной отрасли и низкой эффективности освоения государственных средств государственный сектор по-прежнему не способен удовлетворять растущий из-за естественного старения населения спрос. Поэтому существует вероятность, что рынок платной медицины продолжит расти, несмотря на слабые перспективы роста экономики, а также платёжеспособного роста населения.

Последние несколько лет доля частных клиник в структуре рынка платного медицинского обслуживания динамично увеличивалась и в 2017 году достигла 32%. Сегодня более половины работающих на российском рынке частных сетевых клиник — многопрофильные, они создаются как аналог традиционной поликлиники с набором услуг всех основных врачебных

специализаций [109].

Что касается структуры рынка платных медицинских услуг, то лидирующую позицию в нём последние несколько лет занимает стоматология. На рисунке 4 приведена структура платных медицинских услуг в 2018 году.

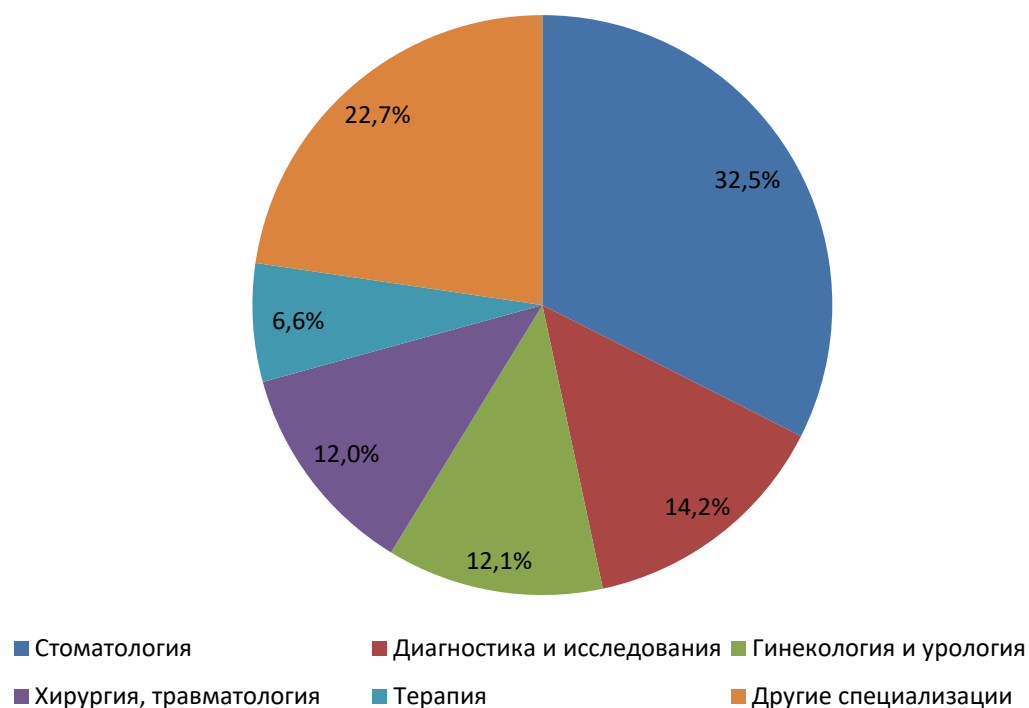


Рисунок 4 – Структура платных медицинских услуг в России в 2018 г.[126]

Как мы видим, большую часть в структуре рынка платных медицинских услуг действительно занимает стоматология – на неё приходится 32,5% от всего рынка частной медицины. На втором месте диагностика и исследования – 14,2%. Почти равные доли занимают гинекология, урология (12,1%) и хирургия, травматология (12,0%). На последнем месте терапия с 6,6%. Остальные специализации занимают в общей сложности 22,7% от рынка.

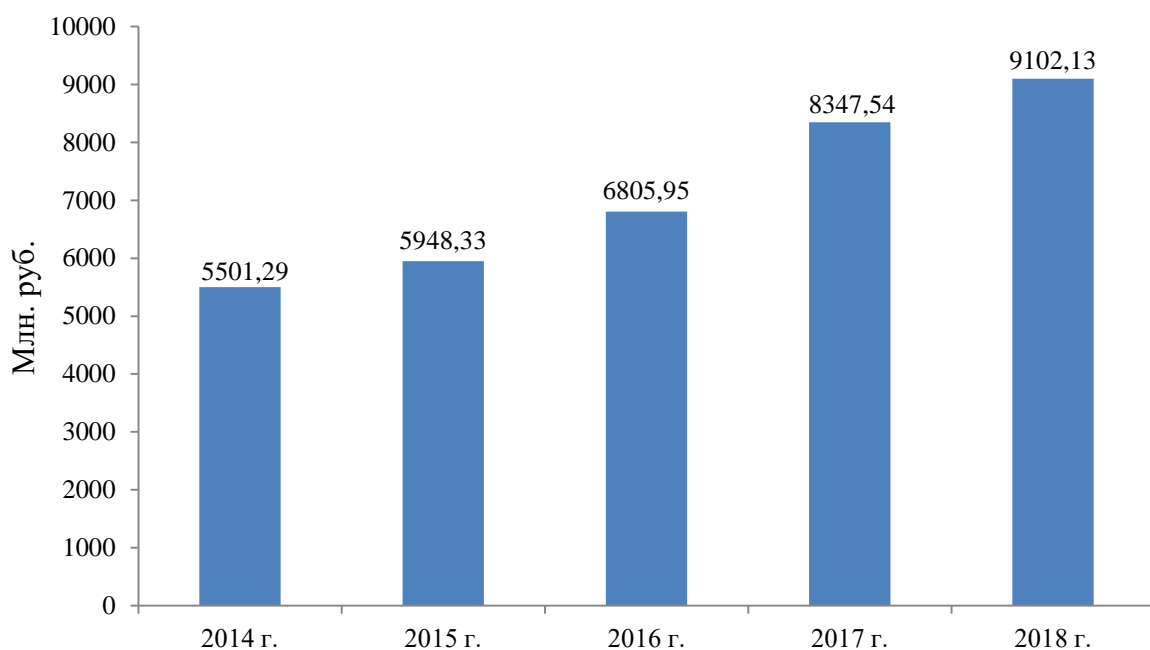


Рисунок 5 – Выручка красноярских частных медицинских компаний за 2014-2018 гг.[125]

Конкуренция между частными медицинскими организациями представляет собой важнейший рычаг повышения эффективности экономической деятельности. Для оценки факторов конкурентоспособности и выявления конкурентных преимуществ важно проводить анализ между действующими на рынке компаниями-конкурентами, обозначая существенные обстоятельства, определяющие соперничество в отрасли, такие как репутация; ассортимент услуг; техническое оснащение; концентрация компаний; местонахождение; качество услуг; уровень сервиса; ценовая политика и т. п.

В настоящее время рынок медицинских услуг Красноярска насыщен конкурентами, но у ООО «ЛДЦ ФСК» есть возможности для сохранения своей доли на рынке при сохранении достигнутого уровня качества и более гибкой и агрессивной политике общества, а также единой ценовой политики. ООО «ЛДЦ ФСК» имеет возможность дополнительно выделиться на фоне конкурентов. Это осуществимо при грамотном использовании инструментов маркетинга.

Сначала стоит определить позицию медицинского центра «Медюнион»

на рынке платных медицинских услуг г. Красноярска по отношению к другим организациям. Для этого проведём анализ прибыльности частных медицинских организаций г. Красноярска. На данный момент в открытом доступе находится бухгалтерская отчётность за 2017 г., чем мы и воспользуемся. В анализ не будут включаться организации с отрицательной прибылью (то есть убытком). Результат анализа представлен в таблице 11.

Таблица 11 – Анализ прибыльности медицинских организаций на рынке платных медицинских услуг г. Красноярска

Организация	Прибыль, тыс. руб. (2017 г.)	Доля	Доля накопительным итогом	Группа
Красноярский центр репродуктивной медицины «Мать и дитя»	107302	35,634%	35,634%	A
Центр квантовой медицины №1	85529	28,403%	64,037%	A
Международный медицинский центр Медикал Он Груп-Красноярск	16871	5,603%	69,640%	A
Медицинский центр «Здоровый край»	15636	5,193%	74,833%	A
Глазной центр коррекции зрения «Клиника лазерной микрохирургии глаза»	13512	4,487%	79,320%	A
<b>Медицинский центр «Медюнион»</b>	<b>10315</b>	<b>3,426%</b>	<b>82,746%</b>	<b>B</b>
Медицинский центр «Три сердца»	9440	3,135%	85,880%	B
Клиника в Северном	8960	2,976%	88,856%	B
Медицинский центр «Он-Лайн Клиник»	7623	2,532%	91,388%	B
Клиника «Добрый Доктор»	7233	2,402%	93,790%	B
Семейная клиника «Арника»	5912	1,963%	95,753%	C
Клиника восстановительной терапии «Бионика»	3110	1,033%	96,786%	C
Многопрофильная семейная поликлиника европейского уровня «Сантем»	2754	0,915%	97,700%	C
Клиника ИПМ	2055	0,682%	98,383%	C
Клиника на Киренского	1013	0,336%	98,719%	C
Семейная клиника «Здоровые дети»	995	0,330%	99,050%	C
Медицинский центр «Надежда»	712	0,236%	99,286%	C
Медицинский центр «ЛабиринтМед»	613	0,204%	99,490%	C

## Окончание таблицы 11

Лечебно-диагностический центр «УЗИ Студия»	393	0,131%	99,620%	С
Медицинский центр «Медистар»	374	0,124%	99,744%	С
Клиника «Face & Body»	340	0,113%	99,857%	С
Многопрофильный медицинский центр «Оптимус»	204	0,068%	99,925%	С
Семейная клиника Аксон+	173	0,057%	99,982%	С
Детский медицинский центр САЛЮС	29	0,010%	99,992%	С
Семейный медицинский центр «Сибклиник»	14	0,005%	99,997%	С
Медицинский центр ТТВ	10	0,003%	100,000%	С
<b>Всего</b>	<b>301122</b>	<b>100,000%</b>		

По результатам проведённого анализа можно сделать вывод, что основная прибыль рынка платных медицинских услуг, а именно 80% от рынка, сосредоточена в руках таких организаций, как «Мать и дитя», Центр квантовой медицины №1, Медикал Он Груп-Красноярск, «Здоровый край» и «Клиника лазерной микрохирургии глаза» – они относятся к категории А. Рассматриваемый в данной работе мед. центр «Медюнион» относится к категории В (15% от рынка) вместе с такими организациями как «Три сердца», Клиника в Северном, «Он-Лайн Клиник» и «Добрый Доктор». Остальные организации относятся к категории С, их прибыль занимает 5% от рынка.

Теперь более подробно рассмотрим организации, которые представляют наибольшую конкуренцию медицинскому центру «Медюнион», то есть организации, относящиеся к категориям А и В. Анализ приведён в таблице А.1.

Согласно нему можно сделать вывод, что «Медюнион» имеет достаточно широкий спектр предоставляемых услуг наравне с другими центрами и схожие цены. Поэтому медицинский центр «Медюнион» вполне может конкурировать с ведущими игроками рынка платных медицинских услуг города Красноярска.

### **1.3 Сравнительный анализ используемых коммуникационных технологий на рынке медицинских услуг**

Одним из драйверов роста рынка медицинских услуг в ближайшие годы может стать телемедицина – то есть получение существенной части медицинских консультаций через интернет или мобильную связь. Это не отдельное направление в медицине, а лишь вспомогательный инструмент, прежде всего для контроля хода лечения, первичной диагностики несложных заболеваний и профилактики[23].

В России телемедицина имеет огромный потенциал ввиду обширной территории, слабо развитой дорожной сетью и в частности низкой оснащённостью «государственной» медицины. Скорее всего, в ближайшие годы из-за низкой начальной базы новый сегмент рынка будет расти опережающими мир темпами, но это явление будет временным.

Вне крупных населенных пунктов уровень современных IT-технологий низок, что ограничит развитие телемедицины, так как это сделает невозможным полноценное общение доктора и пациента. Второй момент – это слабый уровень компьютерных знаний, прежде всего у пожилого населения и врачей, а также наличие большой доли скептицизма у потенциальных пациентов. Наконец, есть такие правовые аспекты, как ответственность врачей за неправильные «теледиагнозы» и защищенность баз данных.

Впрочем, успешные проекты по развитию телемедицины уже есть. Прежде всего, стоит отметить сервис «Яндекс-Здоровье», с помощью которого с врачами можно проконсультироваться в любое время суток без записи и очередей. Причем Яндекс обещает, что отбирает для консультаций ведущих врачей и вернет деньги, если консультация не понравилась.

30% участников исследования рынка коммерческой медицины в России, проведенного в 2017 г. указали на растущее проникновение в сферу медицинских услуг современных интернет-технологий и их влияние на поведение потребителей. В частности, они отмечали:

- повышение эрудированности пациентов за счет использования данных в сети Интернет для самолечения и диагностики;
- расширение опыта потребления медицинских услуг;
- распространение электронных устройств для мониторинга здоровья (фитнес-браслеты, «умные» часы и др.) и желание пациентов интегрировать самостоятельный контроль за здоровьем с услугами, предоставляемыми медицинской организацией.

Почти все клиники, участвовавшие в опросе, отметили наличие системы онлайн-записи на прием к врачу. Более 45% МО создали на сайте персональный личный кабинет для пациентов, еще 19% опрошенных намерены предложить данную услугу в ближайшее время.

При этом в отдельных случаях планируется совместить разработку личного кабинета с мобильным приложением.

Мобильное приложение на данный момент используется в 37% медицинских организаций, однако многие участники исследования говорили о его запуске до конца 2017 года.

Также высказывалось мнение о том, что мобильное приложение будет актуально для клиник в случае внедрения телемедицины.

В качестве наиболее популярных способов коммуникации с пациентами медицинские организации указали телефонную связь (100% респондентов), СМС-информирование, посредством которого осуществляется подтверждение записи на прием или информационная рассылка (67%), а также электронную почту (63%). В то же время некоторые участники исследования отметили, что для последних двух каналов коммуникации требуется письменное согласие пациентов, что иногда ограничивает их использование.

На рисунке 6 показано соотношение используемых сервисов и технологий дистанционной коммуникации с пациентами.

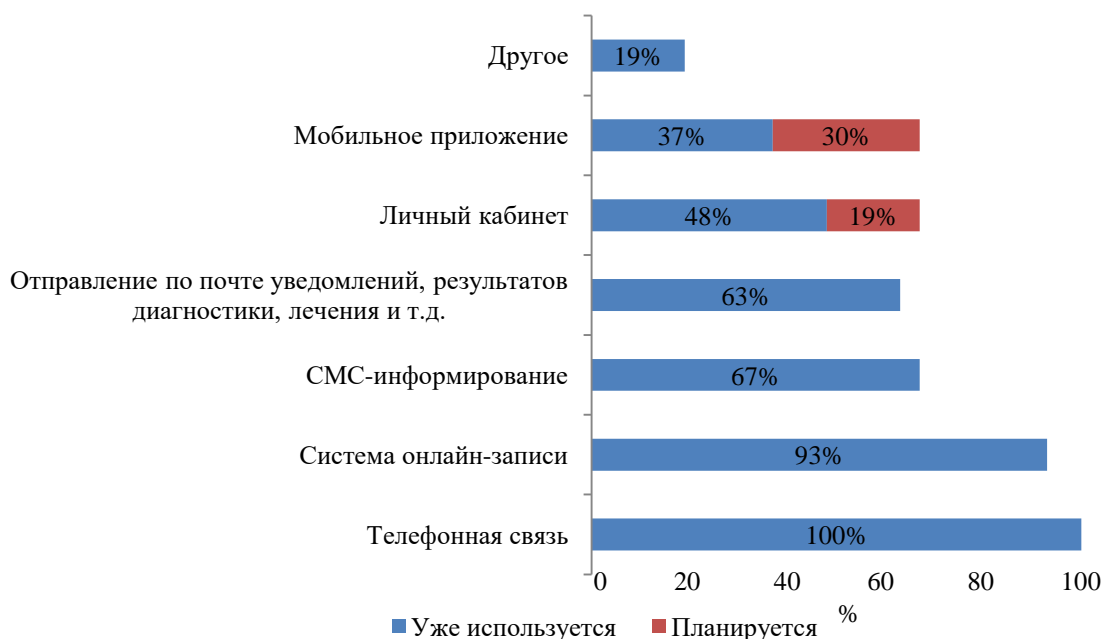


Рисунок 6 – Используемые сервисы и технологии дистанционной коммуникации с пациентами

Таким образом, клиники идут по пути внедрения информационных технологий, обеспечивающих максимальное удобство, высокий уровень обслуживания и прозрачность информации для пациентов. Также перспективными с точки зрения развития были названы программы для поиска оптимального решения, которые будут помогать пациентам выбрать, где, по какой цене и у какого врача получать ту или иную медицинскую услугу. Впрочем, уже сейчас существует немало подобных сайтов, помогающих найти нужные организации, их местонахождение, предоставляемый перечень услуг, цены, а также предоставляющий оценку других потребителей и их отзывы. На данный момент самым известным из таких сайтов является Фламп.

Исходя из этого, можно сделать вывод, что наличие сайта является сегодня достаточно важным показателем, как и наличие страниц в социальных сетях. Это позволяет организации взаимодействовать с потребителем, отслеживать реакции на те или иные действия, участвовать в выборе потребителя.

Сегодня почти любая организация имеет свой сайт. Кроме того,



существует немало сервисов для создания сайта, которые имеют готовые шаблоны, что позволяет создать свой сайт даже тем, кто не разбирается в программировании. Среди таких сервисов существуют и те, что предоставляют большую часть своего функционала бесплатно.

Рассмотрим наличие официальных сайтов и страниц в социальных сетях у коммерческих медицинских организаций города Красноярск в таблице 10.

Таблица 12 – Наличие официальных сайтов и страниц в социальных сетях у медицинских центров г. Красноярск[66]

Организация	Официальный сайт	Страница в социальных сетях		
		ВКонтакте	Instagram	Facebook
<b>Медицинский центр «Медюнион»</b>	<b>medyunion.ru</b>			
Клиника в Северном	clinsev.ru			
Семейная клиника «Арника»	arnika24.ru			
Клиника «Добрый Доктор»	gooddoctor.ru			
Клиника «Face & Body»	facebody.ru			
Многопрофильная семейная поликлиника европейского уровня «Сантем»	santem24.com			
Глазной центр коррекции зрения «Клиника лазерной микрохирургии глаза»	glazalazer.ru			
Клиника «Элайф»	alifeclinic.ru			
Клиника восстановительной терапии «Бионика»	krasbionika.ru			
Клиника на Киренского	клиника-детства.рф			
Центр эстетической медицины «Реновацио»	renovacio-med.ru			
Многопрофильный медицинский центр «Оптимус»	optimus-kr.ru			
Медицинский центр «НовоМед»	novomedkrsk.ru			
Медицинский центр «Натали»	natali-byuti-krasnoyarsk.ru			
Лечебно-диагностический центр «УЗИ Студия»	узистудия24.рф			
Медицинский центр «Надежда»	med-nad.ru			
Семейный медицинский центр «Сибклиник»	sibclinic.ru			
Клиника ИПМ	ipm-krsk.ru			
Медицинский центр «Три сердца»	3serdca.ru			
Клиника ИПМ для детей	ipm-kids.ru			
Медико-гинекологический центр «Лад»	mgc-lad.ru			

## Окончание таблицы 12

Красноярский краевой клинический центр охраны материнства и детства	pericentr.ru			
Медицинский центр «Медистар»	medistar24.ru			
Региональный лабораторно-диагностический центр ИХМИ	ihmi.ru, citilab.ru			
Центр квантовой медицины №1	centrkvant.ru			
Многопрофильный медицинский центр ПРИМУЛА	primula.su			
Медицинский центр «Он-Лайн Клиник»	onlineclinic.su			
Медицинский центр ТТВ	uzisosudov124.ru			
Семейная клиника Аксон+	axonplus.ru			
Семейная клиника «Здоровые дети»	здоровыедети124.pф			
Профессорская клиника КрасГМУ им. профессора В.Ф. Войно-Ясенецкого	p-clinic.ru			
Медицинский центр «Здоровый край»	pvsmed24.ru			
Международный медицинский центр Медикал Он Групп-Красноярск	medongroup-krsk.ru			
Медицинский центр «Инео»	ineo24.ru			
Смарт Клиника	smartclinic.su			
Детский медицинский центр САЛЮС	salusmed24.ru			
Медицинский центр «ЛабиринтМед»	лабиринтмед.pф			
Красноярский центр репродуктивной медицины «Мать и дитя»	krasnoyarsk.mamadeti.ru			

Как мы видим, сегодня каждая частная медицинская организация имеет свой официальный сайт.

Среди социальных сетей наиболее часто используются ВКонтакте и Instagram, гораздо реже – Facebook. Это неудивительно, так как ВКонтакте является одной из самых популярных социальных сетей в России – уровень её проникновения более 60%, в то время как уровень проникновения Facebookа около 35%. Instagram же хоть и является ещё менее популярной социальной сетью (всего около 6% проникновения), тем не менее, является абсолютным лидером по вовлечённости.

## **2 Выявление сильных и слабых сторон рекламного менеджмента ООО «ЛДЦ ФСК»**

### **2.1 Позиционирование ООО «ЛДЦ ФСК»**

### **2.2 Анализ комплекса маркетинга ООО «ЛДЦ ФСК»**

### **2.3 Направление и оценка коммуникационной политики ООО «ЛДЦ ФСК»**

[изъято 18 страниц]

На основе данных опроса целевой аудитории и данных, предоставленных компанией выполнено:

позиционирование компании на рынке медицинских услуг

анализ комплекса маркетинга компании, включающий анализ ассортимента, микросреды и коммуникационной политики

оценка маркетинговых коммуникаций компании, в т.ч. в Интернете

### **3 Совершенствование рекламного менеджмента ООО «ЛДЦ ФСК»**

**3.1 Обоснование выбора новых коммуникационных технологий для совершенствования рекламного менеджмента ООО «ЛДЦ ФСК»**

**3.2 Программа мероприятий по совершенствованию рекламного менеджмента**

**3.3 Экономическое обоснование выбранных мероприятий по совершенствованию рекламного менеджмента**

[изъято 14 страниц]

Разработаны предложения:

по обоснованию каналов и технологий коммуникации компании в Интернете и социальных сетях

по реализации мероприятий продвижения комплекса услуг компании с формированием контент-плана

Выполнено экономическое обоснование предлагаемых мероприятий. Рассчитаны показатели ROI, CBA и др.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, сегодня использование новых коммуникационных технологий для продвижения играет важную роль и показывает себя достаточно эффективным.

В первой главе было проведено исследование факторов, формирующих рынок платных медицинских услуг. Наиболее значимыми из них стали такие, как:

- Государственное регулирование частных медицинских учреждений.
- Налоговое законодательство.
- Программы поддержки малого бизнеса.
- Общая экономическая ситуация.
- Уровень инфляции.
- Получение импортных ресурсов.
- Возможности и условия кредитования.
- Уровень жизни.
- Уровень физического здоровья.
- Базовые ценности в обществе.
- Демографические процессы.
- Рынок труда.
- Новые технологии.
- Современное оборудование.

Была проведена оценка тенденций развития рынка медицинских услуг в России. Сектор коммерческой медицины вырос на 10,8%, до 655 млрд. руб.

Были рассмотрены используемые сервисы и технологии дистанционной коммуникации с пациентами. Абсолютное большинство (100%) использует телефонную связь, 93% используют онлайн-записи.

Во второй главе была предоставлена информация об ООО «ЛДЦ ФСК», определено позиционирование. По результатам анкетирования было выявлено,

что основными клиентами медицинского центра «Медюнион» являются женщины 26-35 лет со средним доходом в семье 20000-30000 руб. на одного человека, а также, что большинство посетителей, так или иначе, довольны работой центра. Был проанализирован комплекс маркетинга в организации и выявлено направление коммуникационной политики организации.

В третьей главе были выбраны новые коммуникационные технологии для дальнейшего использования, обоснован их выбор. Предложена программа мероприятий по совершенствованию рекламного менеджмента на базе предложенных технологий, включающая контент-план. Предложенные мероприятия были экономически обоснованы.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Bernd, H. Schmitt Experiential Marketing / Bernd H. Schmitt. - М.: Книга по Требованию, 2016. - 304 с.
2. Bill, Dodds Managing Customer Value / Bill Dodds. - М.: Книга по Требованию, 2019. - 356 с.
3. James, B. Twitchell Branded Nation / James B. Twitchell. - М.: Книга по Требованию, 2019. - 336 с.
4. James, G. March Primer on Decision Making / James G. March. - М.: Книга по Требованию, 2019. - 312 с.
5. James, T. Jr. Ziegenfuss Customer Friendly / James T. Jr. Ziegenfuss. - М.: Книга по Требованию, 2018. - 248 с.
6. JC, Quintana Speaking Frankly About Customer Relationship Management / JC Quintana. - М.: Книга по Требованию, 2018. - 256 с.
7. Jesse, Erickson Jesse Erickson's Guide to Marketing Your Business Online / Jesse Erickson. - М.: Книга по Требованию, 2016. - 593 с.
8. Lauren, L Darr 30 Days of Marketing Tips / Lauren L Darr. - М.: Книга по Требованию, 2019. - 845 с.
9. Wallace, D Wattles Science of Getting Rich - Network Marketing Edition / Wallace D Wattles. - М.: Книга по Требованию, 2018. - 114 с.
10. Алдер, Гарри Маркетинг будущего: диалог сознаний. Общение с потребителями в XXI веке / Гарри Алдер. - М.: ФАИР-Пресс, 2015. - 448 с.
11. Алексунин, В. А. Маркетинговые коммуникации. Практикум / В.А. Алексунин, Е.В. Дубаневич, Е.Н. Скляр. - Москва: Мир, 2018. - 196 с.
12. Альберт, М. Основы менеджмента / М. Альберт. - М.: Диалектика / Вильямс, 2016. - 320 с.
13. Анохина, Н. Н. Прикладной маркетинг / Н.Н. Анохина, Г.А. Щербич. - М.: Издательство Гревцова, 2018. - 224 с.
14. Арутюнова, Д. В. Стратегический менеджмент. Учебное пособие. / Д.

В. Арутюнова. – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010. – 122 с.

15. Барышев, А. Ф. Маркетинг. Учебник / А.Ф. Барышев. - М.: Academia, 2018. - 208 с.

16. Басовский, Л. Е. Маркетинг. Учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 304 с.

17. Басовсий, Л. Е. Менеджмент / Л.Е. Басовсий. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 216 с.

18. Белявский, О.В. Эффективная работа в сети Интернет / О.В. Белявский, О.Л. Капилевич. - М.: Триумф, 2014. - 176 с.

19. Божук, С.Г. Маркетинг / С.Г. Божук. - М.: Питер, 2018. - 524 с.

20. Бровко, Сергей Корпоративные коммуникации в социуме: понятия, структура, примеры / Сергей Бровко. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2013. - 268 с.

21. Бронникова, Т. С. Маркетинг. Теория, методика, практика / Т.С. Бронникова. - М.: КноРус, 2017. - 208 с.

22. Букин, С. О. Основы маркетинга в вопросах и ответах / С.О. Букин. - М.: Феникс, 2017. - 160 с.

23. Вершигора, Е. Е. Менеджмент / Е.Е. Вершигора. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 288 с.

24. Веснин, В. Р. Менеджмент / В.Р. Веснин. - М.: Проспект, 2019. - 624 с.

25. Веснин, В. Р. Основы управления. Учебник / В.Р. Веснин. - М.: Проспект, 2016. - 270 с.

26. Галицкая, Е. Г. Маркетинговые исследования / Е.Г. Галицкая, Е.Б. Галицкий. - М.: Юрайт, 2015. - 544 с.

27. Гембл Маркетинг взаимоотношений с потребителями / Гембл и др. - М.: ФАИР-Пресс, 2018. - 512 с.

28. Герасимов, Б. И. Маркетинговые исследования рынка. Учебное пособие / Б.И. Герасимов, Н.Н. Мозгов. - М.: Форум, Инфра-М, 2014. - 336 с.

29. Герасимов, Б.И. Маркетинг / Б.И. Герасимов. - М.: Форум, 2018. - 535 с.



30. Глубокий, С.В. Маркетинг / С.В. Глубокий. - М.: Попурри, 2017. - 538 с.
31. Голубков, Е.П. Основы маркетинга / Е.П. Голубков. - М.: Финпресс; Издание 2-е, перераб. и доп., 2016. - 688 с.
32. Григорьев, М. Н. Маркетинг. Учебник / М.Н. Григорьев. - М.: Юрайт, 2015. - 560 с.
33. Гусаров, Ю. В. Теория менеджмента / Ю.В. Гусаров, Л.Ф. Гусарова. - М.: Дрофа, 2018. - 272 с.
34. Гусев, В.С. Internet: учеба, работа, полезные ресурсы / В.С. Гусев. - М.: Диалектика, 2017. - 254 с.
35. Данько, Т. П. Управление маркетингом. Учебник и практикум / Т.П. Данько. - М.: Юрайт, 2016. - 522 с.
36. Деревяго, И. П. Менеджмент / И.П. Деревяго. - М.: ТетраСистемс, 2019. - 128 с
37. Дробышева, Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент. Учебное пособие / Л.А. Дробышева. - М.: Дашков и Ко, 2016. - 152 с.
38. Дурович, А. П. Маркетинг. Курс интенсивной подготовки / А.П. Дурович. - М.: Современная школа, 2018. - 256 с.
39. Егоршин, А. П. Маркетинг организации. Учебник / А.П. Егоршин. - М.: Питер, 2015. - 384 с.
40. Егоршин, А. П. Основы менеджмента / А.П. Егоршин. - М.: НИМБ, 2017. - 320 с.
41. Еремин, В. Н. Маркетинг. Основы и маркетинг информации / В.Н. Еремин. - Москва: Огни, 2018. - 654 с.
42. Ефимова, С. А. Стратегический менеджмент. Краткий курс / С.А. Ефимова. - М.: Окей-книга, 2018. - 112 с.
43. Завьялов, П. С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах. Учебное пособие / П.С. Завьялов. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 496 с.
44. Заложнев, А. Ю. Информационные технологии маркетинга. Управление взаимоотношениями с клиентами / А.Ю. Заложнев, Е.Л. Шуремов.

- М.: Бухгалтерия и Банки, 2019. - 152 с.

45. Инькова, Н. А. Современные интернет-технологии в коммерческой деятельности / Н.А. Инькова. - М.: Омега-Л, 2017. - 192 с.

46. Кеворков, В. В. Практикум по маркетингу / В.В. Кеворков, Д.В. Кеворков. - М.: КноРус, 2019. - 568 с.

47. Ким, С. А. Маркетинг: моногр. / С.А. Ким. - М.: Дашков и Ко, 2016. - 260 с.

48. Кнышова, Е. Н. Менеджмент / Е.Н. Кнышова. - М.: Форум, Инфра-М, 2016. - 304 с.

49. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций. Учебник и практикум / В.А. Коноваленко, М.Ю. Коноваленко, Н.Г. Швед. - М.: Юрайт, 2015. - 488 с.

50. Косьмин, А. Д. Менеджмент / А.Д. Косьмин, Н.В. Свинтицкий, Е.А. Косьмина. - М.: Academia, 2016. - 208 с.

51. Котерова, Н. П. Основы маркетинга / Н.П. Котерова. - М.: Академия, 2018. - 144 с.

52. Котлер, Филип Основы маркетинга / Филип Котлер и др. - М.: Вильямс, 2016. - 752 с.

53. Кузьмина, О. Г. Социологическое обеспечение рекламы и маркетинга. Учебное пособие / О.Г. Кузьмина. - М.: Дашков и Ко, Наука-Спектр, 2015. - 188 с.

54. Лашкова, Е. Г. Организация и проведение коммуникационных кампаний. Учебник / Е.Г. Лашкова, А.И. Куценко. - М.: Academia, 2014. - 272 с.

55. Мазилкина, Е.И. Маркетинговые коммуникации / Е.И. Мазилкина. - М.: Дашков и Ко, 2014. - 263 с.

56. Малахова, Н. Г. Маркетинг в здравоохранении / Н. Г. Малахова. Ростов н/Д: Феникс, 2010. — 222 с.

57. Макарова, Н. Н. Основные факторы, влияющие на развитие рынка платных медицинских услуг в России / Н. Н. Макарова // известия тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. – 2013.

– №2-1. – С. 75-80.

58. Маркетинг. Краткий курс. - М.: Окей-книга, 2015. - 128 с.
59. Маркетинг. Теория и практика. - М.: Юрайт, 2017. - 408 с.
60. Маркетинг. Теория и практика. Учебное пособие. - М.: Юрайт, 2017. - 416 с.
61. Маркетинговые исследования. Учебник. - М.: Юрайт, 2016. - 315 с.
62. Маркетинговые коммуникации. Учебник. - М.: Юрайт, 2016. - 458 с.
63. Менеджмент. - М.: КноРус, 2016. - 472 с.
64. Менеджмент. Практикум. Учебное пособие. - М.: Юрайт, 2016. - 248 с.
65. Менеджмент. Теория. Учебник для бакалавров / Л.С. Леонтьева и др. - М.: Тон-Юрайт, 2017. - 288 с.
66. Менеджмент. Учебник. - М.: Юрайт, 2019. - 400 с.
67. Менеджмент. Учебник и практикум. - М.: Юрайт, 2018. - 396 с.
68. Маслова, Т. Д. Маркетинг / Т.Д. Маслова, С.Г. Божук, Л.Н. Ковалик. - М.: Питер, 2015. - 384 с.
69. Михалева, Е. П. Маркетинг. Учебное пособие / Е.П. Михалева. - М.: Юрайт, 2014. - 214 с.
70. Михненко, П. А. Общий менеджмент / П.А. Михненко. - М.: Синергия, 2016. - 112 с.
71. Мурахтанова, Н. М. Маркетинг. Учебное пособие / Н.М. Мурахтанова, Е.И. Еремина. - М.: Academia, 2017. - 208 с.
72. Новаторов, В. Е. Культура маркетинга / В.Е. Новаторов. - М.: Форум, 2019. - 224 с.
73. Ноздрева, Р. Б. Маркетинг. Учебник / Р.Б. Ноздрева. - М.: Аспект пресс, 2016. - 448 с.
74. Нуралиев, С. У. Маркетинг / С.У. Нуралиев, Д.С. Нуралиева. - М.: Дашков и Ко, 2016. - 364 с.
75. Окорокова, Л. Г. Практический маркетинг. Ситуационные задачи, деловые игры, тесты. Учебное пособие / Л.Г. Окорокова. - М.: Инкор, 2018. - 124 с.

76. Основы маркетинга / В.М. Власова и др. - М.: ГУАП, 2017. - 212 с.
77. Основы менеджмента / Под редакцией А.И. Афоничкина. - М.: Питер, 2018. - 528 с.
78. Основы экономики. - М.: МАКС Пресс, 2018. - 356 с.
79. Панкратов, Ф.Г; Баженов Ю.К. Основы рекламы / Ф.Г; Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - М.: Дашков и К; Издание 8-е, перераб. и доп., 2018. - 526 с.
80. Панкрухин, А. П. Маркетинг / А.П. Панкрухин. - М.: Омега-Л, 2019. - 656 с.
81. Пономарева, А. М. Коммуникационный маркетинг. Креативные средства и инструменты. Учебное пособие / А.М. Пономарева. - М.: РИОР, Инфра-М, 2016. - 248 с.
82. Рева, В.Е. Управление репутацией / В.Е. Рева. - М.: Дашков и Ко, 2018. - 717 с.
83. Руденко, А. М. Менеджмент / А.М. Руденко, И.В. Савон, С.И. Самыгин. - М.: Феникс, 2016. - 128 с.
84. Саида, Казбековна Хамирзова Основы маркетинга. Практикум / Саида Казбековна Хамирзова. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2014. - 276 с.
85. Секерин, В. Д. Основы маркетинга / В.Д. Секерин. - М.: КноРус, 2016. - 232 с.
86. Синяева, И. М. Маркетинговые коммуникации / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев. - М.: Дашков и Ко, 2015. - 324 с.
87. Сафронова, Н.Б. Маркетинговые исследования: Учебное пособие / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. – М.: Дашков и К, 2013. – 296 с.
88. Сергеев, А. М. Теория менеджмента / А.М. Сергеев, И.А. Иванова. - М.: Academia, 2019. - 320 с.
89. Сеницына, О. Н. Маркетинг. Учебное пособие (+ электронный учебник) / О.Н. Сеницына. - М.: КноРус, 2015. - 216 с.
90. Смирнов А. В. Коммуникационная политика предприятия / Смирнов А.В. – М.: Lennex Corp, — Подготовка макета: Издательство Нобель Пресс,

2013. – 99 с.

91. Стратегический менеджмент. - М.: Питер, 2018. - 400 с.

92. Сухов, В. Д. Основы маркетинга / В.Д. Сухов, С.В. Сухов. - М.: Academia, 2016. - 224 с.

93. Титова, Н. А. Разработка стратегических альтернатив развития предприятий розничной торговли в конкурентной среде с использованием PEST-анализа / Н.А. Титова. - М.: Синергия, 2017. - 714 с.

94. Украинцева, А. А. Маркетинг в вопросах и ответах / А.А. Украинцева. - М.: ТК Велби, Проспект, 2017. - 248 с.

95. Хохлова, Т. П. Теория менеджмента. История управленческой мысли / Т.П. Хохлова. - М.: Инфра-М, Магистр, 2015. - 384 с.

96. Ходяченко, В. Б. Маркетинг / В.Б. Ходяченко. - Москва: РГГУ, 2019. - 266 с.

97. Хруцкий, В. Е. Современный маркетинг / В.Е. Хруцкий, И.В. Корнеева, Е.Э. Автухова. - М.: Финансы и статистика, 2017. - 256 с.

98. Цахаев, Р. К. Маркетинг / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева. - М.: Дашков и Ко, 2018. - 552 с.

99. Черченко, Н. В. Основы маркетинга / Н.В. Черченко. - М.: ТетраСистемс, 2018. - 392 с.

100. Чувакова, С.Г. Стратегический маркетинг / С.Г. Чувакова. - М.: Дашков и Ко, 2017. - 626 с.

101. Шарипов, Ф. В. Психологические основы менеджмента / Ф.В. Шарипов. - М.: Владос, 2019. - 389 с.

102. Advertology Наука о рекламе [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.advertology.ru/>

103. Cossa.ru – маркетинг в социальных медиа, digital-маркетинг, интегрированные маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.cossa.ru/>

104. Блог Netpeak [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://netpeak.net/ru/blog/>

105. Блог о маркетинге в соц. сетях [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://smmplanner.com/blog/>
106. Блог об интернет-маркетинге [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://blog.ingate.ru/>
107. Блог об интернет-маркетинге и воронках продаж [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://texterra.ru/blog/>
108. Государственный доклад «О состоянии санитарноэпидемиологического благополучия населения в Красноярском крае»
109. ЗДРАВООХРАНЕНИЕ. Тематическое приложение к ежедневной деловой газете РБК Пятница, 28 сентября 2018 | № 167 (2891)
110. Идеономика [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ideanomics.ru/>
111. Издательский дом «Гребенников» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.grebennikov.ru/>
112. Исследование рынка коммерческой медицины в России за 2016 год – первую половину 2017 года
113. Информационно-коммуникационные технологии в медицине: современные тренды [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=24473>
114. Как информационные технологии применяются в медицине [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.inf74.ru/people/it-tehnologii-na-sluzhbe-cheloveka/kak-informatsionnyie-tehnologii-primenyayutsya-v-meditsine/>
115. Каталог организаций России [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.list-org.com/>
116. Компании Красноярского края [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.spark-interfax.ru/ru/statistics/region/04000000000>
117. «Медюнион». Официальный сайт [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://medyunion.ru/>
118. Новости маркетинга, рекламы, креатива и бренда [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://willad.ru/>

119. Новости рекламы и маркетинга [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://adindex.ru/>

120. Особенности рыночных механизмов в здравоохранении [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.ekonomika-st.ru/ekonomika/ekonomika-zdrav/ekonomika-zdrav-3.html>

121. Отзывы о компаниях вашего города (Красноярск) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://krasnoyarsk.flamp.ru/>

122. Рынок медицинских услуг быстро растёт. Финансовая газета [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://fingazeta.ru/business/zdorove\\_krasota/455044/](https://fingazeta.ru/business/zdorove_krasota/455044/)

123. Социальные сети в 2018 году: Глобальное исследование [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.web-canape.ru/business/socialnye-seti-v-2018-godu-globalnoe-issledovanie/>

124. Учебка «ЛидМашины» — блог практикующих интернет-маркетологов [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://leadmachine.ru/blog/>

125. Федеральная служба государственной статистики по Красноярскому краю, Республике Хакасия и Республике Тыва [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://krasstat.gks.ru/>

126. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.gks.ru>

Таблица А.1

Организация	Местонахождение	Предоставляемые услуги	Диапазоны цен, руб.
Красноярский центр репродуктивной медицины «Мать и дитя»	ул. Коломенская, д. 26, корп. №1 ул. Взлетная, д. 1, пом. 138	Анестезиологическое пособие (1 наим.) Генетические исследования (44 наим.) Гинекология (15 наим.) Консультации специалистов (взрослые) (32 наим.) Лабораторные исследования (49 наим.) Общие медицинские услуги (10 наим.) Отделение эко (67 наим.) Программы (7 наим.) Прочие услуги (3 наим.) Терапевтические исследования (1 наим.) Ультразвуковые исследования взрослых (24 наим.) Ультразвуковые исследования детей (15 наим.) Урология (8 наим.) Всего 276 наименований	3500 990-80000 900-14000 700-2500 205-2800 250-1700 18-150000 7425-258685 350-7200 350 600-2500 500-3000 350-8500
Центр квантовой медицины №1	ул. Калинина, д. 41	Кабинет врача терапевта (2 наим.) Кабинет врача дерматовенеролога (2 наим.) Кабинет врача гинеколога (5 наим.) Кабинет врача невролога (5 наим.) Кабинет врача онколога (2 наим.) Кабинет врача оториноларинголога (3 наим.) Кабинет врача офтальмолога (5 наим.) Кабинет врача психиатра (2 наим.) Кабинет врача психиатра-нарколога (2 наим.) Кабинет ультразвуковой диагностики (10 наим.) Кабинет врача уролога (4 наим.) Кабинет врача хирурга (14 наим.) Кабинет медицинского массажа (2 наим.) Кабинет физиотерапии (12 наим.) Процедурный кабинет (4 наим.) Кабинет функциональной диагностики (10 наим.) Рентгенологический кабинет (3 наим.) Всего 87 наименований	400-500 400-500 250-500 50-500 400-500 400-500 200-500 400-500 400-500 250-1000 400-1000 250-7000 700-1200 200-1000 200-500 500-1500 250-600
Международный медицинский центр Медикал Он Групп-Красноярск	ул. Красной Армии, 121	Амбулаторная хирургия (78 наим.) Анализы (68 наим.) Гастроэнтерология (3 наим.) Генетика (18 наим.)	300-30000 40-21000 1000-1800 1990-34990



		Гинекология (131 наим.) Дерматология (30 наим.) ЗППП (6 наим.) Кардиология (3 наим.) Косметология (84 наим.) Проктология (55 наим.) Процедурный кабинет (3 наим.) Терапия (4 наим.) УЗИ (87 наим.) Урология (58 наим.) Физиотерапия (11 наим.) Эндокринология (5 наим.) Всего 644 наименований	200-18200 150-9600 1000-1600 1000-1600 120-50000 500-34800 510-780 1000-1600 500-6500 250-18000 200-2000 1000-4500
Медицинский центр «Здоровый край»	ул. Тельмана, д. 28	Кабинет врача терапевта (13 наим.) Кабинет врача дерматовенеролога (3 наим.) Кабинет врача гинеколога (4 наим.) Кабинет врача невролога (5 наим.) Кабинет врача онколога (2 наим.) Кабинет врача оториноларинголога (3 наим.) Кабинет врача офтальмолога (7 наим.) Кабинет врача психиатра (2 наим.) Кабинет врача психиатра-нарколога (4 наим.) Кабинет ультразвуковой диагностики (7 наим.) Кабинет врача уролога (6 наим.) Кабинет врача хирурга (8 наим.) Кабинет физиотерапии (6 наим.) Процедурный кабинет (14 наим.) Кабинет функциональной диагностики (10 наим.) Рентгенологический кабинет (3 наим.) Всего 97 наименований	300-700 400-500 250-500 150-500 400-550 400-550 200-1000 400-500 400-500 250-1200 400-1000 250-7000 200-1000 150-5000 500-1500 250-600
Глазной центр коррекции зрения «Клиника лазерной микрохирургии глаза»	ул. Маерчака, д.18	Консультации (19 наим.) Отдельные диагностические методики (32 наим.) Аппаратное лечение (5 наим.) Манипуляции (15 наим.) Лазерная коррекция зрения (11 наим.) Операции при катаракте (15 наим.) Сочетанное хирургическое лечение катаракты и глаукомы (2 наим.) Хирургические операции (19 наим.) Операции при патологии сетчатки (5 наим.) Лазерные операции (25 наим.) Всего 148 наименований	300-2500 100-4700 200-10050 50-3500 9500-45500 4000-69500 9000-22500 4000-23500 1300-75000 100-24500

<b>Медицинский центр «Медюнион»</b>	ул. Никитина 1 «в» стр.1	Анализы (20 наим.) Гастроэнтерология (2 наим.) Гематология (2 наим.) Гинекология (25 наим.) Дерматология (2 наим.) МРТ (27 наим.) Функциональная диагностика (7 наим.) Иммунология и аллергология (2 наим.) Кардиология (4 наим.) УЗИ (43 наим.) Колоноскопия (2 наим.) Мультиспиральная компьютерная томография (МСКТ) (47 наим.) ФГС (3 наим.) Эндоскопия (7 наим.) Колопроктология (2 наим.) Полное медицинское обследование (16 наим.) Компьютерная томография (41 наим.) Классический массаж (15 наим.) Медицинские справки (7 наим.) Неврология (7 наим.) Операции (46 наим.) Отоларингология (23 наим.) Педиатрия (2 наим.) Ревматология (2 наим.) Рентген кабинет (6 наим.) Терапия (2 наим.) Травматология (10 наим.) Урология (2 наим.) Услуги процедурного кабинета (6 наим.) Физиотерапия (1 наим.) Хирургия (35 наим.) Всего 416 наименований	50-25000 1000-1200 1200-1500 450-38000 1000-1200 420-9200 600-1900 1000-1200 1000-1800 750-4500 4400-8900 420-9900 2400-3900 1900-8900 1100-1800 3700-27000 3350-8800 600-1750 900-3000 1000-2900 6500-48000 330-7200 1000-1200 1200-1400 250-1800 900-1100 750-1800 1200-1400 170-750 800 500-16000
<b>Медицинский центр «Три сердца»</b>	ул. 60 лет Октября, д.50 ул. Высотная, д. 2, стр. 1 ул. Высотная, д. 2, стр. 1	Anti-age медицина (18 наим.) Репродукция (49 наим.) Гинекология (24 наим.) УЗИ (34 наим.) Терапия и диагностика (111 наим.) Урология (30 наим.) Лазерная косметология (27 наим.) Лечебная косметология (113 наим.) Услуги процедурного кабинета (167 наим.)	500-380000 300-170000 500-10000 500-1400 150-25000 300-15000 500-6500 150-33000 50-35000

		Лабораторные исследования (147 наим.) Всего 720 наименований	5150-93850
Клиника в Северном	ул. 9 мая, 19а	Ведение беременности (6 наим.) Гастроэнтерология (3 наим.) Дерматовенерология (8 наим.) Дневной стационар (34 наим.) Кардиология (3 наим.) Лечение варикоза лазером (9 наим.) Мануальная терапия (23 наим.) Неврология (7 наим.) Операционный блок (30 наим.) Онкология-маммология (14 наим.) Отоларингология и сурдология (42 наим.) Проктология (8 наим.) Рентгенология (71 наим.) Терапия (5 наим.) УЗИ-диагностика (46 наим.) Удаление венозной сетки и сосудистых звёздочек (12 наим.) Физиолечение (3 наим.) Функциональная диагностика (10 наим.) Хирургия (59 наим.) Эндокринология (5 наим.) Всего 398 наименований	1000-29000 900-1200 100-1200 30-1600 900-1200 1300-109200 400-2800 300-1200 1650-65000 500-6000 150-4500 200-12000 700-3500 900-1200 100-2600 500-36600 200-400 100-1500 300-6000 400-2500
Медицинский центр «Он-Лайн Клиник»	ул. Карла Маркса, 8А пр. Ульяновский, 18Б	УЗИ (26 наим.) Гинекология (32 наим.) Проктология (24 наим.) Урология (11 наим.) Дерматовенерология (18 наим.) Онкология (9 наим.) Эндоскопия (5 наим.) Гастроэнтерология (3 наим.) Терапия (3 наим.) Аллергология, иммунология (3 наим.) Пульмонология (3 наим.) Оториноларингология (6 наим.) Лазеротерапия (30 наим.) Физиотерапия (17 наим.) Всего 190 наименований	600-2100 300-25000 600-55000 1100-50880 800-35000 1000-7000 1500-6500 700-1000 500-1000 500-1000 500-1000 500-1500 1000-35000 100-1300
Клиника «Добрый Доктор»		Акушерство-гинекология (66 наим.) Аллергология-иммунология (24 наим.) Дерматовенерология (26 наим.)	100-39120 170-4890 170-4890

	Детская кардиология (10 наим.) Детская неврология (10 наим.) Детская хирургия (37 наим.) Кардиология (10 наим.) Колопроктология (23 наим.) Лабораторная диагностика (46 наим.) Медицинский массаж (40 наим.) Неврология (14 наим.) Нейрохирургия (8 наим.) Отоларингология (56 наим.) Офтальмология (70 наим.) Педиатрия (24 наим.) Профпатология (3 наим.) Рефлексотерапия (4 наим.) Сестринское дело (29 наим.) Терапия (23 наим.) Травматология-ортопедия (23 наим.) Ультразвуковая диагностика (52 наим.) Урология (32 наим.) Физиотерапия (11 наим.) Функциональная диагностика (5 наим.) Хирургия (46 наим.) Эндокринология (9 наим.) Всего 701 наименование	880-4890 310-4890 200-6290 880-4890 310-9780 110-1480 330-1650 250-4890 880-4890 100-4890 100-6250 100-4890 310 1080-2020 100-2290 100-4890 290-8070 310-6790 100-4890 220-880 920-2200 200-6290 310-4890
--	---	---

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

### Оценка качества обслуживания в медицинском центре "Медюнион"

Уважаемый респондент!  
Кафедра маркетинга Сибирского Федерального Университета (ул. Киренского, 26а, телефон 249-78-38) проводит маркетинговое исследование качества обслуживания в медицинском центре "Медюнион". Просим Вас ответить на нижеследующие вопросы, опираясь на собственный опыт или суждения.  
Благодарим Вас за подробные ответы!

Укажите причину, по которой Вы обратились в медицинскую организацию?

- Заболевание
- Травма
- Диспансеризация
- Профосмотр
- Получение справки
- Закрытие листа нетрудоспособности
- Другое: \_\_\_\_\_

Ваше обслуживание в медицинской организации

- Платное
- За счёт ОМС
- За счёт ДМС

Каким образом Вы записались на приём к врачу?

- По телефону
- Через интерне
- При личном обращении в регистратуру
- Записал лечащий врач

Врач принял Вас в назначенное время?

Выбрать ▾

Вы удовлетворены условиями ожидания в приёмном отделении?

Выбрать ▾

Вы удовлетворены отношением персонала?

Выбрать ▾

Вы удовлетворены ценами на услуги центра?

Выбрать ▾

Оцените уровень качества медицинских услуг, предоставляемый в данном учреждении

	1	2	3	4	5	
Низкое качество	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Высокое качество

Оцените точность и ясность предоставленной врачом информации о состоянии здоровья и ходе лечения

	1	2	3	4	5	
Плохо	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Хорошо

Оцените удобство расположения медицинского центра

	1	2	3	4	5	
Неудобно	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Удобно

Оцените деликатность и доброжелательность сотрудников центра

	1	2	3	4	5	
Плохо	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Хорошо

Оцените работу представленных специалистов (если посещали)

	1	2	3	4	5
Врач ультразвуковой диагностики	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Кардиолог	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Терапевт	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Хирург	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Онконолог	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Рентгенолог	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Что, по Вашему мнению, изменилось за последние 5 лет в системе медицинского обслуживания в данном учреждении

- Медицинский центр переехал в новое здание/помещение
- Было закуплено новое оборудование
- Была закуплена новая мебель
- В помещении сделан ремонт
- Стало больше пациентов
- Стало меньше пациентов
- Запись к врачу стала более упорядоченной
- Запись к врачу стала менее упорядоченной
- Эмоциональная напряжённость врачей уменьшилась
- Эмоциональная напряжённость врачей увеличилась
- Увеличилось время приёма пациентов
- Сократилось время приёма пациентов
- Другое: \_\_\_\_\_

Что понравилось Вам в данном учреждении?

Мой ответ \_\_\_\_\_

Что не понравилось Вам в данном учреждении?

Мой ответ \_\_\_\_\_

Оцените вероятность того, что Вы посоветуете данное учреждение знакомым

	1	2	3	4	5	
Низкая вероятность	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Высокая вероятность

Укажите Ваш пол

- Мужской
- Женский

Укажите Ваш возраст

- До 18 лет
- 19-25 лет
- 26-35 лет
- 36-45 лет
- 46 лет и более

Укажите средний доход на одного члена семьи

- До 10000 руб.
- 10000-20000 руб.
- 20000-30000 руб.
- 30000-40000 руб.
- Более 40000 руб.



Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт управления бизнес процессами и экономики  
Кафедра «Маркетинг»

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

И.В. Филимоненко

« 12 » июль 2019 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль подготовки 38.03.02.04 «Маркетинг»

**Совершенствование рекламного менеджмента на базе новых коммуни-  
кационных технологий (на примере ООО «ЛДЦ ФСК»)**

Руководитель

Юшкова Л.В.

Юшкова Л.В.

Выпускник

Бордушко А.А.

Бордушко А.А.

Нормоконтролер

Рыжкова О.В.

Рыжкова О.В.

Красноярск 2019