

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1 Теоретические аспекты анализа рынка России по реализации средств коррекции зрения.....	7
1.1 Характеристика оптического рынка России.....	7
1.1.1 Функции оптического рынка.....	7
1.1.2 Факторы, влияющие на развитие оптического рынка.....	11
1.2 Потребители и сегментация оптического рынка России.....	12
1.3 Динамика и емкость рынка.....	13
1.4 Методы исследования.....	16
2 Анализ рынка России по реализации средств коррекции зрения за период 2016-2020 года.....	19
2.1 Конкурентный анализ основных участников оптического рынка России.....	19
2.1.1 Характеристика основных участников рынка.....	19
2.1.2 Анализ конкурентной среды.....	24
2.1.3 Анализ товарной стратегии рынка.....	29
2.2 Оценка динамики развития оптического рынка России.....	32
2.3 Прогноз развития оптического рынка России.....	33
Заключение.....	35
Список использованных источников.....	38

ВВЕДЕНИЕ

Рынок товаров и услуг в сфере коррекции зрения является достаточно специфичным рынком.

По статистическим данным Минздрава России 15 лет назад людей, имеющих заболевание глаз, было 13,7 миллионов человек. На данный момент считается что, у каждого седьмого жителя страны, то есть у 20,7 миллионов человек выявлены разные виды нарушения зрения. В зависимости от степени проявления нарушения зрения, оно оказывает негативное воздействие на трудоспособность, ограничивает перечень профессий, который выбирает человек, а также на его повседневную жизнь.

Анализ мировых тенденций развития рынка оптических услуг свидетельствует об усилении тенденций, характеризующих увеличение емкости данного рынка. Наряду с этим, фактором увеличения емкости рынка оптических услуг является и то, что рынок напрямую связан с модными тенденциями. Предлагаемые потребителю оправы и линзы являются элементом не только защиты зрения, но и предполагают услуги по созданию нового имиджа потребителя.

В то же время очки и линзы давно перестали быть только средством, направленным на коррекцию дефектов зрения. В настоящее время данные материалы выступают как дань модным тенденциям, а так же способ выделиться из толпы, продвинуть свою уникальность, показать свою значимость в обществе.

Средства коррекции зрения выступают инструментом формирования имиджа. Так же они позволяют поддерживать необходимый уровень здоровья и вести полноценную трудовую деятельность, не прибегая к услугам хирургов в данной сфере.

Все вышеперечисленные факторы, воздействующие на конъюнктуру рынка оптических услуг, имеют тенденцию к усилению, что повышает значимость и привлекательность данного рынка.

Актуальность данной дипломной работы объясняется тем, что для эффективного развития, на постоянно изменяющемся, за счет внешних и внутренних факторов рынке, необходимы исследования, при помощи которых, участники рынка получают информацию.

Актуальность исследования заключается в выявлении основных тенденций развития рынка коррекции зрения в России, а так же построении прогноза его развития и функционирования на будущий период. Прогноз позволит сформировать представление об основных направлениях развития рынка реализации средств коррекции зрения.

Объектом исследования выступает экономическая и маркетинговая деятельность оптического рынка Российской Федерации.

Предметом исследования является анализ структуры и сегментов рынка оптической продукции за 2016 – 2020 год.

Практическая значимость данной работы состоит в разработке прогноза развития и функционирования отечественного рынка коррекции зрения на 2021 год.

Цель дипломной работы состоит в определении динамики развития и функционирования оптического рынка России, а так же в формулировке прогноза на 2021 год.

Для достижения поставленной в работе цели необходимо решить ряд следующих задач:

- Дать краткую характеристику оптического рынка России;
- Рассмотреть особенности потребления и провести сегментацию оптического рынка России;
- Оценить динамику и емкость рынка средств коррекции зрения в нашей стране;

- Дать характеристику основных методов исследования в данной работе;
- Провести конкурентный анализ основных участников оптического рынка России;
- Провести оценку динамики развития оптического рынка России за период 2016 – 2020 гг.
- Составить прогноз развития оптического рынка нашей страны на 2021 год.

При написании дипломной работы были использованы официальные документы и статистические данные по основным участникам рынка по реализации средств коррекции зрения:

- Оптик Сити,
- Очкарик,
- Линзмастер,
- Айкрафт,
- Гранд Вижн.

Данные предприятия выбраны в силу того, что являются основными участниками анализируемого рынка в России. Так же данные компании длительное время существуют на рынке и могут предложить потребителю широкий спектр различных товаров и сопутствующих услуг по коррекции зрения.

При написании данной работы были использованы различные информационные источники:

- учебная литература;
- данные периодических печатных изданий;
- официальные статистические данные;
- информация Интернет-ресурсов;
- материалы наблюдений;
- официальные данные анализируемых компаний;

- опыт потребления продукцией предприятий;
- данные личного опыта.

При написании данной работы использовались различные методы, такие как:

- Контент-анализ;
- Метод синтеза;
- SWOT-анализ;
- Аналитический метод;
- Табличный метод;
- Метод наблюдения;
- Графический метод;
- Метод поиска и обработки информации.

Данная работа состоит из следующих основных структурных разделов:

- введение,
- теоретическая часть,
- аналитическая часть,
- заключение,
- список использованных источников.

При написании работы использовались материалы 23 информационных источника.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА РЫНКА РОССИИ ПО РЕАЛИЗАЦИИ СРЕДСТВ КОРРЕКЦИИ ЗРЕНИЯ

1.1 Характеристика оптического рынка России

1.1.1 Функции оптического рынка

Российский рынок товаров и услуг в сфере коррекции зрения является достаточно специфичным рынком. По статистическим данным Минздрава России 15 лет назад людей, имеющих заболевание глаз, было 13,7 миллионов человек. На данный момент считается что, у каждого седьмого жителя страны, то есть у 20,7 миллионов человек выявлены разные виды нарушения зрения. Для преодоления дефектов зрения 40,8 % пользуются очками и 2 % - контактными линзами [21].

Рынок товаров и услуг в сфере коррекции зрения является одним из наиболее быстро развивающихся коммерческих секторов медицины. В некоторых маркетинговых исследованиях рынок коррекции зрения считают частью фармацевтического рынка.

На рынке по реализации средств коррекции зрения можно выделить четыре основных сегмента реализации продукции:

- продукция эконом-класса,
- товары категории среднего класса,
- продукция премиум класса,
- товары класса люкс.

Важно отметить, что увеличение стоимости товаров не пропорционально увеличению качества товара. Потребитель готов платить за бренд, имидж [14].

Особенность рынка по реализации средств коррекции зрения заключается в том, что население при покупке товаров в сфере коррекции зрения нуждается

в консультации врача-офтальмолога и рецепте. На первом месте среди глазных заболеваний - отклонение рефракции, то есть дальнозоркость и близорукость, второе место занимает глаукома, на третьем месте - катаракта. Данные проблемы опытный врач-офтальмолог способен распознать на приеме.

Ассортимент различных товаров в сфере коррекции зрения представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Товары коррекции зрения

Наименование	Описание
Готовые очки	Готовые очки с диоптриями
Оправы очков	Женский ассортимент, мужской и детский
Очковые линзы	Офисные, прогрессивные, поляризационные, фотохромные
Солнцезащитные очки	Женский ассортимент, мужской и детский, очки для вождения
Контактные линзы	Ежедневные, недельные, квартальные, цветные
Сопутствующие товары	Салфетки, растворы и контейнеры для контактных линз, футляры для очков, шнурки

В России на рынке товаров и услуг в сфере коррекции зрения, выделяют следующие типы организаций и предприятий:

- специализированные салоны оптики (терапевтической оптика);
- бутики и магазины современных аксессуаров (декоративная оптика одноименных брендов);
- небольшие специализированные киоски [12].

Также на рынке в сфере коррекции зрения существуют магазины в переходах и множество прилавков в метро, где обладает низкокачественная продукция.

В специализированных салонах оптики осуществляют свою деятельность по трем направлениям:

- медицинская деятельность (оказывают услуги по подбору средства коррекции зрения и определению его параметров, включая выписку врачебного рецепта);
- подбор контактных линз по заданным параметрам;
- изготовление очков и (или) подбор комплектующих материалов для оправы и очковых линз.

К низшему сегменту, как в плане цены, так и качества продукции, относятся представители масс-маркета: уличные и рыночные стенды, стенды в метро, магазинах, аптеках и т.п. Там продаются исключительно готовые изделия, крупными партиями прибывающие к нам в первую очередь из стран Азии. Там же присутствуют иногда средства оптической коррекции зрения российских заводов-производителей.

В крупных торговых и административных центрах обычно располагаются магазины оптики более высокого класса. На их стендах и витринах обычно представлены средства оптической коррекции зрения и средства по уходу, если и не принадлежащие к известным брендам, то, по крайней мере, имеющие подтверждения о безопасности для здоровья. Главным отличительным признаком такого магазина-салона является наличие офтальмолога и хотя бы минимального набора оборудования и приборов типа рефрактометра, кератометра, щелевой лампы.

Салоны оптики, относящиеся к классу «премиум» отличаются от магазинов-салонов ассортиментным рядом, включающим самые модные бренды. Их покупатели не только исправляют свое зрение, но и подчеркивают статусность с помощью приобретаемых товаров.

Небольшие специализированные магазины/киоски («Оптика») - это в основном переделанные на деньги частных инвесторов бывшие муниципальные оптики либо небольшие салоны в торговых центрах. Они ориентируют потребителя только на сам товар и рассчитаны на случайного покупателя. Ассортимент в таких магазинах разный: дорогие итальянские средства оптической коррекции зрения соседствуют с дешевыми корейскими. В связи с высокими издержками и отсутствием целевой аудитории задача «одиночек» сводится к тому, чтобы продать как можно больше дорогих средств оптической коррекции зрения - только так они могут выжить на рынке [13].

Одним из способов реализации продукции рынка оптики являются Интернет-магазины. Интернет-магазинов насчитывается достаточно много в каждом из сегментов Рынка. Продукция, представленная в Интернет-магазинах, относится обычно к ценовым сегментам «средний плюс» и «премиум». Ассортиментный ряд данных магазинов средств коррекции зрения состоит из продукции иностранных производителей, брендированных коллекций. Основную долю розничного рынка средств оптической коррекции зрения в России в настоящее время продолжает занимать формат масс-маркет, доля которого составляет до двух третей рынка в натуральном выражении.

Однако одной из ключевых тенденций современного рынка является постепенное движение к предложению потребителю более высококачественной продукции, замещающей товары нижней ценовой категории и контрафактную импортную продукцию. Развиваются розничные сети класса «премиум» [20].

Таким образом, современный рынок реализации средств коррекции зрения – динамичная среда, которая представлена различными категориями товаров. В то же время реализуемая продукция так различается в зависимости от уровня и характера потребления.

Основной функцией данного рынка является реализация средств различного характера, которые направлены на коррекцию зрения потребителя. Рынок товаров и услуг в сфере коррекции зрения зависит от материального благополучия населения, и от потребительской культуры.

1.1.2 Факторы, влияющие на развитие оптического рынка

Современными характерными особенностями рынка товаров и услуг в сфере коррекции зрения в нашей стране выступают следующие ведущие факторы:

- зависимость от уровня заболеваемости болезнями глаз и придаточного аппарата;
- сильное влияние моды, развитие сегментов товаров премиум- и люкс-классов, когда потребитель переплачивает за имидж, за бренд;
- сложность входа на рынок, поскольку для отдельных видов деятельности, необходима лицензия;
- существование «нецивилизованной торговли» в переходах, в киосках, на рынках, создающее условия для покупки товаров, неподходящих под индивидуальные параметры зрения человека, что может сказаться на его самочувствии.

Одной из ключевых тенденций современного российского рынка средств оптической коррекции зрения является постепенное движение к предложению потребителю продукции все более высокого качества, вытесняющей низкокачественные товары нижней ценовой категории, а также контрафактную импортную продукцию [12].

Отмечается значительное улучшение качества очковых линз и оправ для корректирующих очков, поставляемых на рынок отечественными производителями, а также устойчивый рост объемов отечественного производства очковой оптики. Российские предприятия занимаются как самостоятельной разработкой и производством продукции, так и производством продукции по лицензиям и из материалов зарубежных фирм-производителей [20].

Таким образом, ведущим фактором развития рынка, является смещение интересов в сторону качественного производителя. Так как именно качество

реализуемой продукции формирует лояльность и приверженность клиента к такому специфическому товару.

1.2 Потребители и сегментация оптического рынка России

Успех маркетинга в современных условиях невозможен без постоянного и всестороннего исследования рынка. Информация по исследованию рынка касается спроса на товары и услуги различных уровней, уже имеющихся и потенциально возможных конкурентов, а также требований потребителей. Сбор подобной информации требует значительных времени и средств. Данное обстоятельство вынуждает предприятия концентрировать внимание на отдельных частях рынка, которые представляют собой однородные группы потребителей, обладающих общими характеристиками. Поиск таких однородных групп потребителей среди различных вариаций спроса называется сегментацией рынка, а данный участок рынка - сегментом рынка [2].

При разумном делении рынка на сегменты все инструменты маркетинга внутри него могут быть оптимально скоординированы. Именно поэтому сегментация рынка считается очень важным аспектом деятельности предприятия.

По данным российской консалтинговой компании «Технологии роста» можно выявить основные тенденции развития оптического рынка в нашей стране:

- практически каждый второй житель среднего или крупного города нашей страны имеет дефекты зрения,
- каждый пятый житель нашей страны вынужден использовать средства коррекции зрения (постоянно или периодически);
- 10% городского населения регулярно, не реже 1-2 раз в год, обращается к врачам-офтальмологам с целью проверки зрения и назначения лекарственных препаратов и средств коррекции.

Несмотря на тот факт, что в коррекции зрения нуждается 45% населения страны (что составляет 65 млн. человек), по оценке государственных органов, различными средствами коррекции зрения в действительности пользуется всего 35% населения [21].

На основании анализа информации, можно сделать основной вывод, что средний возраст пациентов, пользующихся контактными линзами, составил 26-35 лет.

Анализ потенциальных потребителей показал, что основным целевым сегментом на рынке являются женщины в люди в возрасте 25 до 35 лет, со средним и выше среднего достатком, имеющие источник стабильного дохода, покупающие продукцию не реже 1 раза в год [20].

В настоящее время контактную коррекцию зрения выбирает такая желанная для многих целевая аудитория, как молодые продвинутые потребители от 18 до 35 лет. Среди самых востребованных продуктов в 2020 году первые места занимали однодневные линзы, а с точки зрения материала – линзы из силикон-гидрогеля. Ну а наиболее яркой тенденцией считается снижение маржинальности. Низкие цены на контактные линзы в онлайн-гипермаркетах сделали торговлю этим товаром практически невыгодной для оптических салонов. Тем не менее, по данным «ГфК-Русь», в 2020 году и в этом сегменте рынка был замечен рост продаж [21].

1.3 Динамика и емкость рынка

Рынок средств оптической коррекции зрения в России в настоящее время является одним из наиболее динамично развивающихся коммерческих секторов медицины

Рынок средств оптической коррекции зрения подразделяют на следующие основные сегменты:

- корректирующие очки;
- оправы для очков;

- солнцезащитные очки;
- контактные линзы;
- очковые линзы;
- аксессуары для средств коррекции зрения.

Как показывают результаты исследований компании DSM Group, самую большую долю на рынке средств оптической коррекции зрения занимают контактные линзы, так как их необходимо покупать значительно чаще, чем очки [21]. Наименьшая доля у сегмента оправ для очков (рисунок 1).

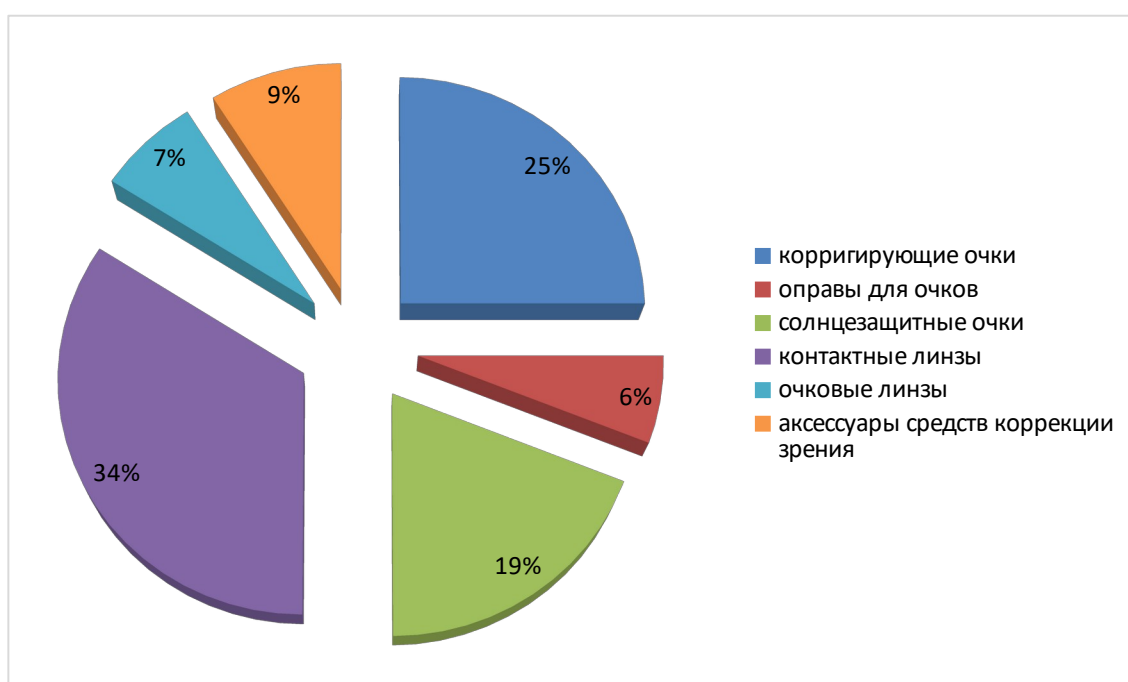


Рисунок 1 – Структура российского рынка средств коррекции зрения

Наибольшую популярность среди потребителей имеют оптические контактные линзы, второе место занимают терапевтические линзы, косметические контактные линзы занимают самую меньшую долю, причем она за исследуемый период существенно уменьшилась, что обусловлено изменением модных тенденций.

По данным агентства «ГфК-Русь», продажи очковых линз в 2020 году выросли на 18% по сравнению с предыдущим годом. Это самый высокий показатель среди товаров очковой оптики. Также в оптических салонах России наблюдался рост доли очковых линз в обороте среднего оптического магазина

[20]. Это сближает структуру продаж в России и в Европе, где основная часть оборота оптических салонов уже давно приходится именно на линзы (таблица 2).

По мнению экспертов, это происходило в первую очередь за счет роста продаж рецептурных и индивидуальных линз. Качественные линзы – это вложение, которое окупается. К тому же бизнес развивается в условиях рыночной экономики, когда не только фирмы, но и люди должны конкурировать с другими за работу, а для успеха в этом необходимо хорошее зрение и качественные очки.

Таблица 2 – Показатели динамики рынка

Товарная категория	Прирост, %	
	в количественном выражении	в денежном выражении
Солнцезащитные очки	+5,0	-0,4
Медицинские оправы	-3,7	-7,2
Очковые линзы	-2,1	+5,1
Контактные линзы	+10,1	+9,2
Средства по уходу	-4,8	-6,3
Всего	+8,6	+1,5

Помимо этого, экспертами был замечен рост спроса на специализированные линзы, особенно на линзы с защитой от синего света, фотохромные и офисные линзы. И конечно, специалисты указывают на то, что для эффективных продаж линз в наше время необходимо, чтобы все сотрудники салона оптики не просто обладали необходимыми знаниями, но и были готовы донести их до покупателя.

Фактически выбор продукта, производителя, дизайна остается за специалистом в области оптической коррекции зрения.

Именно контактные линзы стали сегментом, показавшим самый значительный рост. Если еще три года назад спрос на этот товар снижался, то сегодня по итогам года наблюдается существенный прирост.

При этом в данном секторе очень активно происходило перераспределение спроса между сегментами. Многие специалисты замечают некоторое охлаждение спроса на коллекции категории «хай фешен». По мнению специалистов, имеет место перенасыщение рынка брендами [13].

Но и в других сегментах наблюдалась нестабильная ситуация. Так, усиливалась конкуренция в эконом сегменте, где отечественные бренды вытесняли с полок китайские «ноунеймы».

Все непросто и в среднем ценовом сегменте. По мнению специалистов, средний класс размывается. Не зря же сейчас средний ценовой сегмент разделяют уже на два подсегмента:

- средний низкий
- средний высокий [12].

Таким образом, анализируемый рынок весьма динамичен, активно развивается и совершенствуется. Ведущее положение в данной отрасли занимают именно контактные линзы, как основной инструмент временной коррекции зрения.

1.4 Методы исследования

Методы исследования рынка – это способы, которые применяются для достижения тех или иных целей, поставленных при проведении деятельности. Существует несколько основных методов, которые использованы в данной работе при исследовании и анализе рынка России по реализации средств коррекции зрения [4].

В работе применяется сбор материалов из открытых источников, которые освещают тему реализации средств коррекции зрения в нашей стране. В основном активно применяются актуальные интернет-источники.

Так же используется обработка и анализ вторичной информации о рынке по реализации средств коррекции зрения.

В то же время в работе проводится анализ материалов, поступающих от участников рынка очков и очковой оптики.

Основными участниками данного рынка являются следующие предприятия:

- Оптик Сити,
- Очкарик,
- Линзмастер,
- Айкрафт,
- Гранд Вижн.

Про анализе рынка по реализации средств коррекции зрения применялся метод сбора и анализа различного рода статистической информации о рынке и его основных тенденциях.

Так же в процессе написания работы применялись методы анализа, синтеза и метод аналогии.

Анализ – это метод, при котором происходит изучение объекта и его разделение на элементы: его свойства, характеристики, функции и т. д. Каждая из этих составляющих исследуется по-отдельности [8].

Синтез – такой метод отличается от анализа тем, что в его процессе каждый из элементов изучается в совокупности. Впоследствии между ними необходимо определить связь [19].

Аналогия – метод исследования, при котором проводится сравнение объектов с целью выявить общие или различные характеристики. Основа такого способа – это схожесть тех или иных объектов [17].

Таким образом, оптический рынок в нашей стране – динамический и активно развивающийся участок экономики. На данном рынке присутствуют как отечественные участники (производители), так и представители зарубежных стран.

Рынок представлен различными категориями товарной продукции, такой как:

- очки для коррекции зрения;
- солнцезащитные очки;
- контактные линзы;
- оправы для очков;
- очковые линзы;
- аксессуары.

Основные потребители данного рынка – молодые люди и девушки в возрасте до 35 лет, ведущие активный образ жизни.

Рынок активный, динамичный, который подвержен влиянию внешних и внутренних факторов воздействия. Основная тенденция рынка – предпочтение более качественной продукции.

А то же время стоит отметить, что среди клиентов анализируемых предприятий большой удельный вес занимают люди, которые приобретают очки и контактные линзы не с целью коррекции зрения, а для формирования статуса или выделения из толпы. В данном случае наблюдается актуальная тенденция рынка оптики, которая заключается в приспособлении и подстройке современных компаний под изменяющиеся запросы общества.

2 Анализ рынка России по реализации средств коррекции зрения за период 2016-2020 года

2.1 Конкурентный анализ основных участников оптического рынка России

2.1.1 Характеристика основных участников рынка

Дадим краткую характеристику основных участников рынка по реализации средств коррекции зрения.

Основными крупными игроками в данном направлении развития бизнеса являются следующие:

- Оптик Сити,
- Очкарик,
- Линзмастер,
- Айкрафт,
- Гранд Вижн.

Данные предприятия входят в десятку крупнейших предприятий по реализации средств коррекции зрения в нашей стране. Дадим краткую характеристику каждого участника рынка.

Оптик сити – это объединение независимых оптических салонов, работающих по системе франчайзинга под единым брендом. Первые из них открылись еще в 1991 году. Оптика, для которой Москва стала родным городом, постепенно расширялась и охватила не только столицу, но и Подмосковье, а также другие города, например, Оренбург [20].

Сегодня в каждом магазине оптики представлены очки по цене, которая устроит даже самого требовательного покупателя. Если потребителю необходимы качественные оправы, модные солнцезащитные очки - посетите

любой из 38 магазинов сети «Оптик сити». А тех, кто часто заходит в оптику за контактными линзами, так же имеется собственный интернет-магазин.

Оправы, как и солнцезащитные очки, требуют особого внимания при подборе. В «Оптик сити» работают опытные консультанты, которые учитывают всё до мелочей, перед тем как предложить покупателю те или иные очки, оправы или сопутствующие товары.

В «Оптик сити» уверены, что хорошие очки – это качественные линзы. На официальном сайте оптики потребитель может познакомиться с ассортиментом линз производства Германии, Италии, Кореи, Франции и России.

Но все же стоит помнить оптика – это не только заказ очков. Одним из важных направлений работы компании является диагностика зрения. В «Оптик сити» трудятся врачи-офтальмологи и оптометристы с большим стажем. Особое внимание в компании уделяется детской офтальмологии. В большинстве салонов можно проверить зрение и выписать рецепт у детского окулиста.

В список услуг «Оптик сити» входит также изготовление и ремонт любых очков.

«Очкарик» в некотором роде символизирует новый рассвет отечественной оптики. Более чем восьмидесятилетняя история «Московского Объединения Оптика» заиграла свежими красками в 2001 году, когда по всей стране стали открываться десятки салонов, образуя единую оптическую сеть «Очкарик», а рестайлинг 2013 года придал бренду новые черты:

- эмоциональную заряженность,
- легкость,
- актуальность,
- привлекательность
- гармоничность.

Определилась и миссия «Очкарик» - открывать для человека новые и всегда доступные возможности видеть лучше. На сегодняшний день «Очкарик»

объединяет 61 салон оптики, в которых осуществляется профессиональный подбор средств коррекции зрения и можно купить очки в Москве и в других городах России, как корригирующие, так и солнцезащитные, а также контактные линзы, средства по уходу за ними и необходимые сопутствующие товары [1].

В то же время бренд «Очкарик» также имеет собственный Интернет-магазин, где можно заказать солнцезащитные очки, приобрести линзы, цена которых приятно удивляет, и другие необходимые товары.

«Очкарик» имеет свою научно-производственную базу, которая оснащена высококачественным производственным и медицинским оборудованием, благодаря чему у нас есть возможность изготавливать самые сложные линзы по индивидуальным заказам клиентов. Контроль качества оптической продукции проводится ведущими экспертами компании. Благодаря исключительному профессионализму специалистов компании, а также непревзойденному качеству выпускаемых изделий, компания мгновенно покоряет сердца клиентов, завоевывая их доверие и симпатию.

Следующий участник рынка - крупнейшая сеть салонов оптики и интернет-магазин Линзмастер.

Каждый салон «Линзмастер» предоставляет полный комплекс офтальмологических услуг:

- Проверить зрение.

В каждом салоне есть кабинет врача-офтальмолога, полностью оснащенный современным оборудованием.

- Подобрать очки и контактные линзы.

С «Линзмастер» работают сертифицированные профессиональные врачи, которые помогут подобрать коррекцию индивидуально для каждого потребителя.

- Изготовить очки.

В каждом салоне «Линзмастер» их можно подобрать, выбрать и сразу же заказать. «Линзмастер» консультирует клиента с момента обращения до момента получения очков.

- Подобрать солнцезащитные очки.

А также получить подробную профессиональную консультацию и быстро оформить заказ.

В ассортименте «Линзмастер» клиент найдет как очки всемирно известных брендов (Gucci, Prada, Dolce & Gabbana, Ray Ban, Vogue, Roberto Cavalli, Carrera, Tom Ford – и это далеко не полный список), так и эксклюзивных, изготовленных специально для компаний Grand Vision.

С «Линзмастер» выбор очков или линз стал простым, комфортным и удобным. Потребителю не нужно ехать далеко и специально тратить на это время, ведь «Линзмастер» легко найти в крупных ТЦ.

Салоны находятся в Москве, Санкт-Петербурге и еще 8 городах на территории России.

Приходите в салоны «Линзмастер» и доверяйте свое зрение профессионалам.

Интернет-магазин «Линзмастер» одним из первых предложил российским потребителям комплекс услуг:

- диагностирование зрения;
- подбор оправы очков и линз;
- подготовка выбранной модели к использованию;
- ассортимент защитных очков от солнца;
- подбор контактных линз.

Сеть салонов «Линзмастер» дорожит доверием клиентов. Акции компании популярны в столице и за ее пределами. Современный онлайн-магазин оптики «Линзмастер» обслуживает клиентов разных российских городов.

Компания «Айкрафт» - по праву лидер российского рынка оптики.

Сегодня магазины «Айкрафт Оптика» открыты более, чем в 100 городах России. Новый современный формат обслуживания и высокий уровень сервиса, широкий ассортимент оправ и солнцезащитных очков, справедливые цены и акции - отличительные черты розничной сети.

В магазинах «Айкрафт Оптика» потребитель всегда может купить очки по системе «Всё включено»: цена, указанная на ценнике, является окончательной и уже включает в себя линзы с защитным мультипокрытием, оправу и работу.

В ассортименте магазинов «Айкрафт Оптика» представлены как очки собственных торговых марок, так и известных мировых брендов: Ray-Ban, Vogue, Emporio Armani, Giorgio Armani, Armani Exchange, Versace, Christian Dior, Max Mara, Max&Co, Polo, Tommy Hilfiger, Polaroid, Jimmy Choo, Carrera, Pierre Cardin, Marc Jacobs и др.

Компания «Гранд Вижн» существует на рынке средств для коррекции зрения на протяжении 25 лет [12].

Компания начала свою деятельность в мае 1994 года и сегодня известна на оптическом рынке благодаря высокому уровню сервиса. Компания входит в группу Essilor – мирового лидера в производстве очковой оптики.

Продукция ведущих брендов, которую фирма «Гранд Вижн» с гордостью представляет, помогает дарить людям четкое зрение и улучшает качество жизни [20].

По итогам 2020 года лидером Российского рынка оптики является компания «Айкрафт» с уровнем дохода свыше 3 млрд.руб.

Таким образом, рынок средств коррекции зрения представлен большим количеством предприятий, оказывающих услуги различного характера и направления. Крупнейшие предприятия в данной отрасли характеризуются объемами выручки на уровне свыше 2 млрд руб.

2.1.2 Анализ конкурентной среды

Проведем конкурентный анализ основных участников оптического рынка России.

Составим карту конкурентов для основных участников рынка по реализации средств коррекции зрения на территории нашей страны, исходя из доли основных игроков (рисунок 2).

Основными показателями при построении карты конкурентов выступают два основных показателя в отрасли оптики:

- Относительная доля рынка, занимаемая конкретной компанией в сфере оптики;
- Темпы роста рынка реализации средств коррекции зрения [14].



Рисунок 2 – Карта конкурентов

На основании построения карты конкурентов, можно сделать вывод, что в настоящее время ведущим игроком на оптическом рынке России выступает

фирма «Айкрафт», которая занимает наибольшую долю рынка. В то же время другие участники оптического рынка России занимают свою определённую нишу и немного отстают от лидера.

На следующем этапе конкурентного анализа важно даже не само позиционирование товара каждого участника оптического рынка, а скорее сложившееся восприятие потребителей, а оно основано практически всегда на следующих критериях:

- известный - не известный
- дорогой - дешёвый
- качественный - некачественный
- специализированный - обычный
- прямое назначение продукта или ключевая выгода [4].

Такое восприятие отражается на карте восприятий анализируемых участников рынка (рисунок 3).

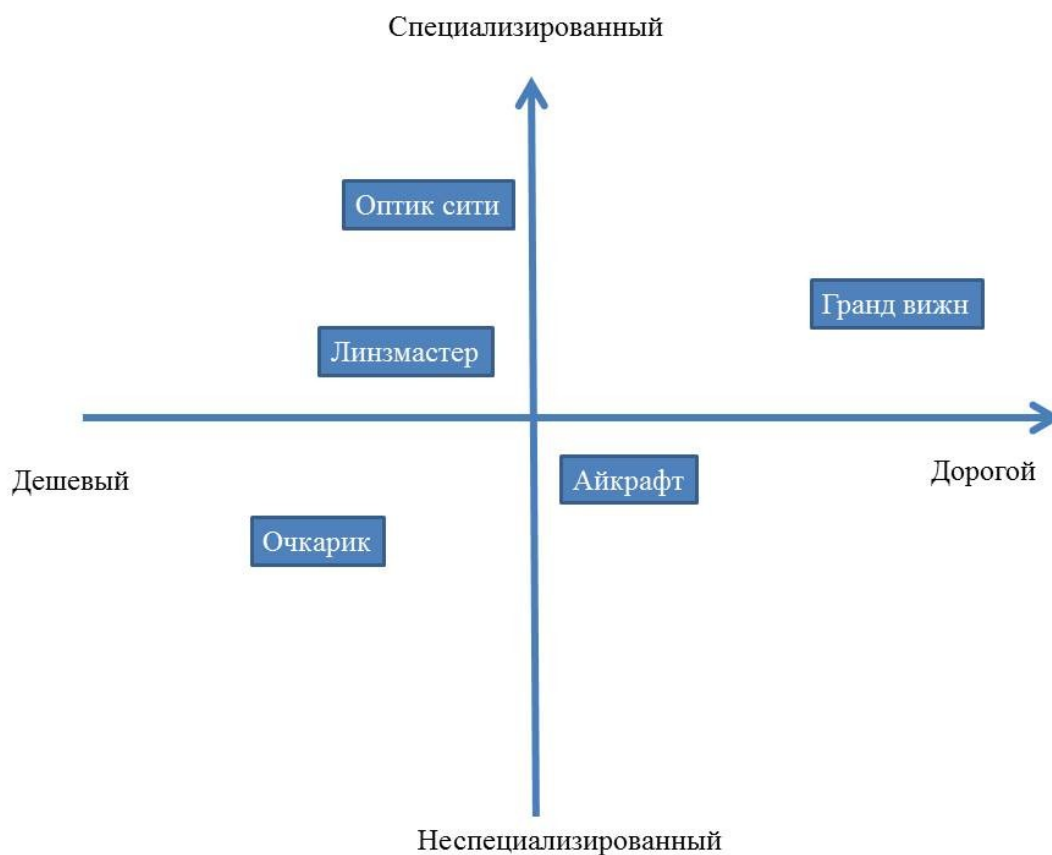


Рисунок 3 – Карта восприятий

На основании построения карты восприятий, можно сделать следующие выводы:

- в сегменте «дорогой» с точки зрения восприятия доминирует бренд «Гранд вижн», так как данная компания реализует оптику ведущих мировых производителей по довольно высоким ценам;
- с точки зрения наименьшей стоимости воспринимается бренд «Очкарик», возможно, ввиду устаревшего фирменного стиля и не совсем серьезного наименования компании;
- с точки зрения восприятия специализированного предприятия, доминирует на рынке предприятие «Оптик сити», так как компания реализует широкий спектр очков, контактных линз, а так же сопутствующих товаров;
- в общей картине компании «Очкарик», «Оптик сити», «Линзмастер» и «Айкрафт» находятся приблизительно на одном уровне восприятия. Отличается только компания «Гранд вижн» ввиду особого ассортимента реализуемой продукции.

Следующим этапом конкурентного анализа рынка является составление краткого SWOT-анализа по каждому участнику оптического рынка нашей страны [10].

Разработаем матрицу SWOT-анализа для основных участников рынка оптического рынка России. Данные для анализа участников представим в таблице 2.

На основании SWOT-анализа можно выявить основные конкурентные преимущества анализируемых предприятий на оптическом рынке нашей страны:

- Известность анализируемой торговой марки в городе;
- Широкий ассортимент реализуемой продукции;
- Узкая специализация компании;
- Наличие сети оптик;
- Высокое качество обслуживания;

- Широкий территориальный охват;
- Наличие стратегии позиционирования;
- Приемлемая ценовая политика фирмы.

Таблица 2 - SWOT-анализа

SWOT	Оптик Сити	Очкарик	Линзмастер	Айкрафт	Гранд вижн
Сильные стороны	– Широкий ассортимент продукции – Обширная сеть торговых точек по реализации продукции	– Представитель известных брендов – Разработанная система скидок	– Высокое качество продукции – Функционирует на рынке более 20 лет – Сотрудничество в большом количестве брендов	– Широкая известность торговой марки – Разработанная маркетинговая политика – Активное использование социальных сетей	– Реализация продукции класса «люкс» – Продажа уникальных товаров для коррекции зрения
Слабые стороны	– Точечная сосредоточенность салонов оптики в городе	– Узкий ассортимент основной продукции	– Устаревший фирменный стиль компании	– Узкий ассортимент продукции относительно основных участников рынка	– Высокая стоимость продукции
Возможности	– Выход на новые рынки сбыта	– Расширение границ рынка за счет предложения новой продукции	– Рестайлинг бренда	– Расширение ассортимента	– Разработка системы скидок и бонусных программ
Угрозы	– Падение спроса на продукцию – Появление новых сильных конкурентов	– Изменение запросов и потребностей покупателей	– Падение спроса на товар	– Падение покупательской способности населения	– Переход потребителей на более дешевый ценовой сегмент

Проведем оценку внешнего окружения организации с помощью PESTEL-анализа.

PESTEL - анализ - простой и удобный метод для анализа макросреды компании [7].

Данные для проведения PESTEL-анализа представим в таблице 3.

Таблица 3 - PESTEL-анализ оптического рынка

<p style="text-align: center;">Политическая среда</p> <ul style="list-style-type: none"> - Зависимость от политической ситуации в стране и в мире 	<p style="text-align: center;">Экономическая среда</p> <ul style="list-style-type: none"> - Мировые финансовые кризисы - Зависимость от курса доллара, евро, так как закупки производятся в различной валюте - Зависимость от уровня инфляции в стране
<p style="text-align: center;">Социум</p> <ul style="list-style-type: none"> - Работа с физическими лицами - Работа с юридическими лицами - Наличие VIP-клиентов 	<p style="text-align: center;">Технологическая среда</p> <ul style="list-style-type: none"> - Расширение номенклатуры и качества реализуемых товаров в соответствии с запросами и потребностями рынка
<p style="text-align: center;">Экологическая среда</p> <ul style="list-style-type: none"> - Спонсорская и благотворительная поддержка экологических проектов 	<p style="text-align: center;">Правовая среда</p> <ul style="list-style-type: none"> - Соответствие нормам действующего законодательства - Соответствие нормам Роспотребнадзора

На основании проведенного анализа основных участников оптического рынка нашей страны стоит отметить, что на фоне игроков выделяется компания «Гранд вижн», которая позиционирует себя как брендовую оптику класса «люкс». Другие рассмотренные участники рынка реализуют продукцию примерно в сходном ценовом диапазоне, а так же предлагают схожие ассортиментные позиции.

В то же время все анализируемые компании подвержены серьезному влиянию со стороны внешнего окружения.

2.1.3 Анализ товарной стратегии рынка

Рынок средств коррекции зрения представлен следующими основными товарными категориями, которые занимают наибольший удельный вес в структуре потребления (рисунок 4):

- контактные линзы (мягкие, жёсткие);
- очки.

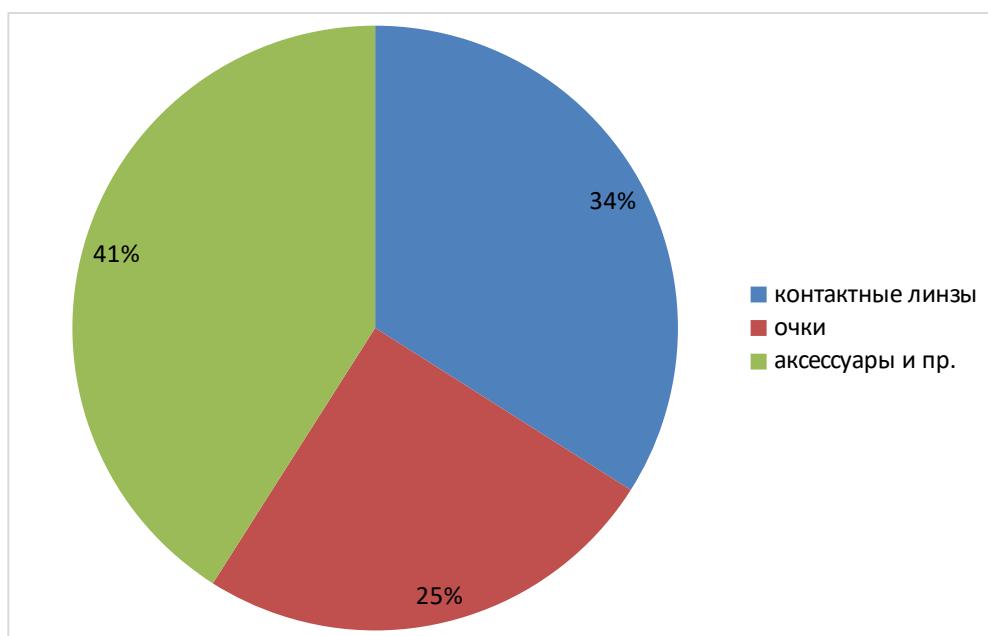


Рисунок 4 – Структура рынка

Современные средства контактной коррекции зрения делятся на два типа - мягкие и жесткие. Не всем понятно, в чем же отличие этих линз. Эксперты утверждают, что сравнивать данные типы не совсем корректно - сегодня мягкие и жесткие линзы применяются для решения разных задач.

Жесткие контактные линзы (ЖКЛ) - одни из первых приспособлений для улучшения зрения в виде примыкающих к глазам линз. Они предназначены для коррекции таких дефектов роговичного слоя как кератоконус, близорукость, дальнозоркость или астигматизм. Такие линзы восстанавливают деформацию роговицы, постепенно исправляя зрение [19].

Жесткие линзы подбирает офтальмолог после предварительного обследования зрительных органов пациента. Для этого оценивается острота зрения, характеристики роговицы и другие параметры.

Наиболее распространенный тип контактных линз. При изготовлении применяются мягкие гидрогелевые и силикон-гидрогелевые материалы.

Мягкие контактные линзы назначают при таких заболеваниях, как близорукость, дальнозоркость (в том числе возрастная), астигматизм. Они обеспечивают качественную коррекцию зрения даже при высокой степени зрительного нарушения.

Сегодня наибольшее распространение получили линзы следующей плановой замены:

- Однодневные;
- Двухнедельные;
- Месячные;
- Трехмесячные.

Также основной характеристикой линз является режим ношения - дневной, пролонгированный или непрерывный. От этого зависит, можно ли носить линзы в течение суток и более или на ночь их обязательно нужно снимать.

Тем не менее, если сравнивать линзы не по функционалу, а по характеристикам, то отличаться они будут в следующем:

- Скорость адаптации - привыкание к мягким контактным линзам происходит быстрее, чем к жестким линзам. Это связано с тем, что последние - более твердые, поэтому они сильнее ощущаются чувствительной поверхностью глаз;

- Время ношения - жесткие контактные линзы имеют более строгие ограничения по времени использования, чем мягкие. Это связано с тем, что показатель кислородопроницаемости в жестких линзах хуже, а кислород очень важен для нормального питания структур глаза. Мягкие линзы пропускают больше кислорода, поэтому в них можно ходить дольше;

- Комфорт использования - за счет большей пластичности мягкие контактные линзы комфортнее в повседневном использовании. Если под линзу попадет соринка или ресница, неприятные ощущения возникнут в обоих случаях. Но благодаря пластичности мягких средств контактной коррекции инородный предмет «вымывается» вместе со слезами. Жесткие линзы непластичны, поэтому инородное тело будет находиться под ними и причинять дискомфорт, пока пациент не промоет линзу механически.

Корректирующие очки применяют для коррекции аномалий рефракции, расстройств аккомодации и исправления недостатков мышечного аппарата глаза. Сегодня существует множество споров про то, как именно и из чего делать такие очки [20].

По итогам 2020 года происходит увеличение доли рынка контактных линз на 10% (в том числе на 1 % по твёрдым контактными линзам), а корректирующих очков на 5% (рисунок 5).

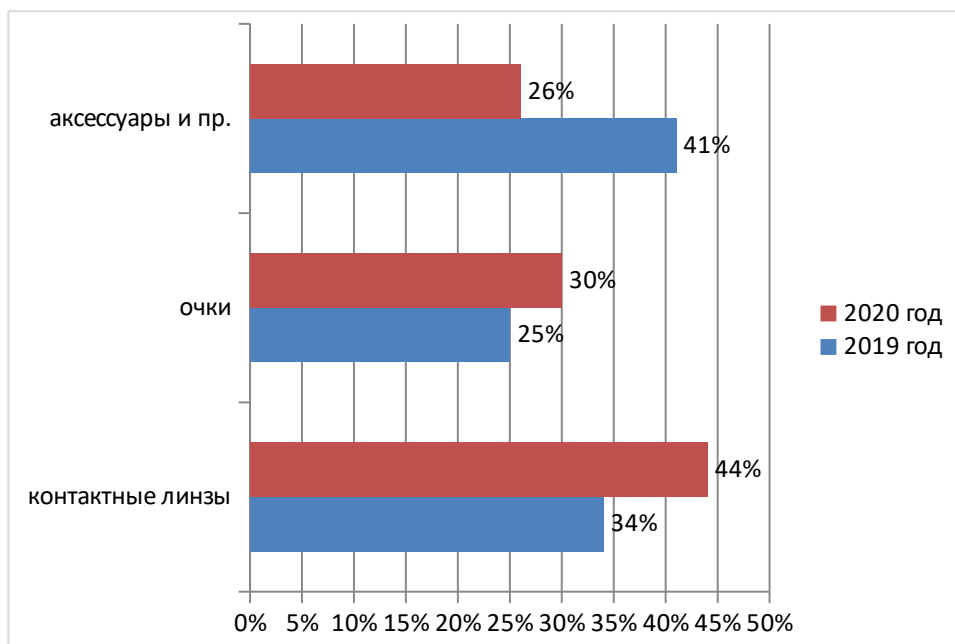


Рисунок 5 – Динамика товарной стратегии

Таким образом, рынок средств коррекции зрения – динамичный изменяющийся, который зависит от влияния большого количества различных факторов.

2.2 Оценка динамики развития оптического рынка России

Проведем оценку показателей динамики оптического рынка России за период 2016 – 2020 год. Данные для анализа сформулированы исходя из официальных статистических данных по основным участникам рынка реализации средств коррекции зрения в нашей стране [1].

Данные для анализа представим в таблице 3.

Таблица 3 – Показатели динамики развития оптического рынка

Показатель	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год	2020 год
Доходы, руб.	8396400000	7309075000	8853635000	11374575000	13200150000
Расходы, руб.	-6719130000	-6046165000	-7839885000	-9655040000	-10030020000
Прибыль, руб.	1677270000	1262910000	1013750000	10409071000	12197148000
Рентабельность	19,98	17,28	11,45	15,12	24,02

На основании анализа динамики функционирования и развития оптического рынка в России можно сделать следующие выводы:

– В 2017 и 2018 годах наблюдается значительный спад показателей эффективности функционирования и развития на рынке, так как в это время наблюдались последствия финансового кризиса, а так же происходит резкое падение курса рубля по отношению к основным валютам. Данный факт приводит к удорожанию продукции, и как следствие, падению уровня доходов у производителей;

– В 2019 году происходит плавное восстановление оптического рынка в России, данная тенденция продолжается и в 2020 году.

Таким образом, можно сформулировать положительной прогноз относительно динамики развития и функционирования оптического рынка в нашей стране в последующие периоды.

2.3 Прогноз развития оптического рынка России

Аналитики предполагают, что ежегодный рост выручки от реализации продукции будет составлять 8%, вплоть до 2027 года. В России, как и во всем мире, объем продаж на протяжении анализируемого периода в целом увеличивается [13].

Составим прогноз развития оптического рынка России на 2021 год, исходя из имеющихся данных, а так же данных аналитиков (рисунок 6).

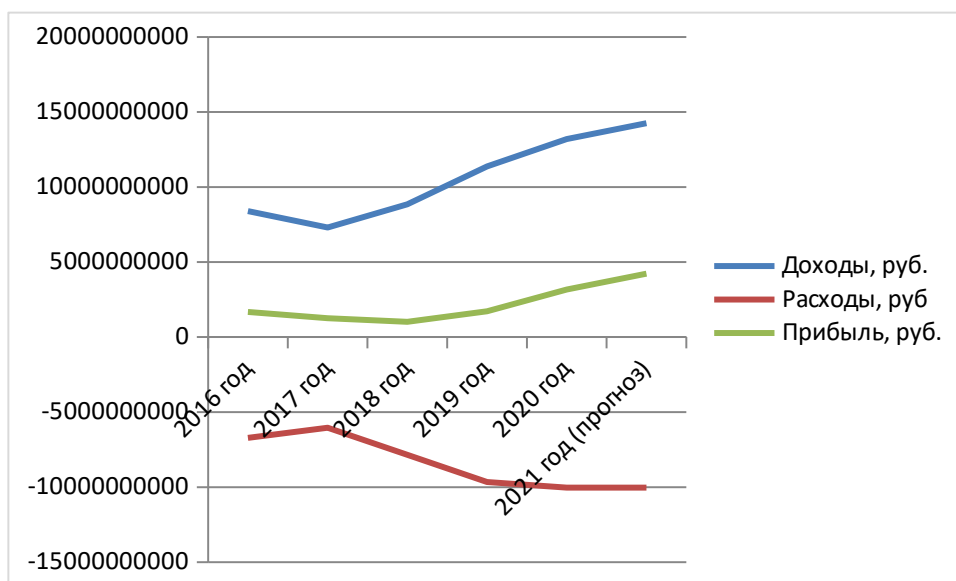


Рисунок 6 – Прогноз развития оптического рынка России

Таким образом, прогнозируется общее увеличение показателей эффективности функционирования и развития рынка оптики в 2021 году, а так же увеличение показателя рентабельности.

В период пандемии появилось несколько тенденций в области средств коррекции зрения:

- в формировании предложения,
- в организации работы ретейлеров,
- в потребительском поведении.

Салоны оптики развили свои представительства в интернете - благодаря современным инструментам обработки изображений «примерять» очки в онлайн-режиме стало как никогда удобно, расширился перечень доступных услуг, активизировались процессы в социальных сетях. Некоторые бутики в

стремлении сохранить доход обращались к инструментам более доступного сегмента, не свойственным политике таких салонов в обычные времена: организовывали специальные предложения, снижали цены и устраивали sale. В апреле и мае был сделан особый акцент на линзы для работы с гаджетами.

Предложения люкс-формата уступили часть своих позиций премиальному классу. В первую очередь, из-за снижения спроса: люди с высоким уровнем достатка в нестабильной ситуации предпочли отказаться от приобретения новых роскошных аксессуаров. Премиум-сегмент привлек новую аудиторию из числа граждан со средними доходами, исходившую из принципа скупой платит дважды: качественная пара очков является гарантом безопасности для здоровья глаз, а также имеет более длительный срок эксплуатации [12].

Таким образом, расчётные и аналитические данные говорят о том, что рынок оптики будет расти и развиваться к 2021 году.

Безусловно пандемия коронавирусной инфекции внесла свои коррективы в структуру потребления продукции, а так же сказалась на доходах основных компаний данной сферы. Однако, многие компании смогли адаптировать свой продукт и услуги под изменяющиеся условия окружающей среды, а так же увеличить спрос на продукцию.

Реализация действий компаний в сфере оптики говорит о грамотном курсе и направлении вектора развития в будущем, что поможет закрепиться компаниям на рынке, а так же получать дополнительные доходы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Для достижения поставленной в работе цели в процессе ее написания были решены следующие основные задачи:

- Дана краткая характеристика оптического рынка России;
- Рассмотрены особенности потребления и провести сегментацию оптического рынка России;
- Проведена оценка динамики и емкости рынка средств коррекции зрения в нашей стране;
- Дана характеристика основных методов исследования в данной работе;
- Проведен конкурентный анализ основных участников оптического рынка России;
- Проведена оценка динамики развития оптического рынка России за период 2016 – 2020 гг.
- Составлен прогноз развития оптического рынка нашей страны на 2021 год.

Рынок товаров и услуг в сфере коррекции зрения является одним из наиболее быстро развивающихся коммерческих секторов медицины. Характерной особенностью оптического рынка является целевая ориентация на конечного потребителя, в качестве которого выступает подавляющая часть населения России.

Будущее российского рынка средств оптической коррекции зрения связывается с развитием крупных сетей специализированных салонов. В последние годы отмечается значительное улучшение качества средств оптической коррекции зрения, поставляемых отечественными производителями, а также устойчивый рост объемов отечественного производства средств оптической коррекции зрения. Динамика развития российского производства свидетельствует об актуальности обращения

серьезного внимания со стороны зарубежных производителей к возможностям инвестиций в производство средств оптической коррекции зрения на территории России

На услуги врача по подбору средств коррекции зрения и осуществляющие изготовление очков по индивидуальным заказам салоны оптики должны обладать специальной правоспособностью и иметь лицензии на медицинскую деятельность и на производство и техническое обслуживание медицинской техники.

Рынок оптики по коррекции зрения представлен следующими направлениями товаров:

- корректирующие очки;
- оправы очков;
- контактные линзы;
- очковые линзы;
- солнцезащитные очки;
- сопутствующие и дополнительные товары

Основными продуктами, реализуемыми компаниями данной сферы являются контактные линзы и корректирующие очки. Общий суммарный вес по данным категориям составляет более половины продаж. Стоит отметить, что данные направления реализации продукции выходят за рамки лечебных и профилактических норм. Все большее количество людей приобретают очки и контактные линзы с целью формирования имиджа, репутации, так же выделения и обособления личности на фоне остальных индивидуумов в рамках сообщества.

В то же время был проведен конкурентный анализ по основным участникам анализируемого рынка. Среди наиболее крупных и влиятельных компаний можно выделить:

- Айкрафт,
- Очкарик,

- Линзмастер,
- Оптик Сити,
- Гранд Вижн.

Ведущим предприятием по показателям эффективности хозяйственной деятельности является компания «Айкрафт», выручка которой за 2020 год составила более 3 млрд руб. Наблюдается тенденция к росту и развитию рынка, а так же адаптации услуг в связи с пандемией коронавирвусной инфекции. Последствия ограничений, вызванных пандемией остро сказались на сбыте продукции.

Искренний сервис, грамотный выбор ценового сегмента, собственное производство очков, оправ и даже линз, развитие онлайн сектора - основные параметры, которые позволили многим салонам оптики достичь хороших показателей по продажам даже в условиях пандемии. Высоких - если в приоритет была поставлена персонализация предложения, поскольку локдаун масштабировал запрос потребителя на эксклюзивность. Специалисты считают, что именно адаптация к идее уникальности позволит рынку очковой оптики добиться нового рекорда в реализации продукции уже к концу года.

В работе представлен примерный прогноз развития оптического рынка на 2021 год, составленный на основании мнений специалистов, а так же основных тенденций рынка. Прогноз говорит об увеличении и расширении данного рынка на территории нашей страны.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. RB.ru – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rb.ru/> (дата обращения: 05.02.2021).
2. Аакер Д.А. Создание сильных брендов. - Москва: Издательский дом Гребенникова, 2018. - 340 с.
3. Абрамов, А. Ю. Категория маркетинга отношений в медицинских организациях / Абрамов А. Ю., Кича Д. И., Рукодайный О. В. // Вестн. Рос. ун-та дружбы народов. Серия: Медицина. - 2018. - № 3. – 235 с.
4. Армстронг, Г. Основы маркетинга / Г. Армстронг. - Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2019. - 752 с.
5. Бабенко, А. А. Специфика организации маркетинговой деятельности в сфере платных медицинских услуг / А. А. Бабенко // Главврач. - 2017. - № 1. -125 с.
6. Березкина, Т.Е. Основы маркетинга. Практикум. / Т.Е. Березкина, О.А. Березкина. - Москва: Высшая школа, 2016. - 192 с.
7. Блэкуэлл Р. Д., Мينيард П. У., Энджел Д. Ф. Поведение потребителей. – Санкт-Петербург: Питер, 2018. – 258 с.
8. Борзенко, К. В. Предпосылки и перспективы развития маркетинга организаций здравоохранения в современной России / Борзенко К. В. // Гос. и муницип. управление. Ученые записки. - 2018. - № 2. -365 с.
9. Гермогснова Л. Ю. Как сделать рекламу магазина. Москва: Рус Партнер Лтд. 2018. – 451 с.
10. Голубков Е.П. Маркетинг: стратегии, планы, структуры. Москва: Дело, 2017. – 265 с.
11. Дымшиц М. Н. Манипулирование покупателем/ М. Н. Дымшиц. - Москва: Омега-Л, 2018. – 469 с.

12. Информационный ресурс «Состав» – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sostav.ru/> (дата обращения: 18.01.2021).
13. Информационный ресурс Adindex – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://adindex.ru/> (дата обращения: 28.01.2021).
14. Калиева, О. М. Эволюция отношений с потребителями в клиентоориентированной организации / Калиева О. М., Тарануха И. А., Шептухин М. В. // Вестник современной науки. - 2016. - № 11-1 (23). – 268 с.
15. Кучковой, В. В. Условия инвестиционного финансирования инновационного развития медицинских услуг в системе здравоохранения / Кучковой В. В. // Инновационные подходы в решении проблем современного общества. – Пенза: Город, 2018. - 385 с.
16. Ланцевич А. В. Заметки оптометриста/А.В. Ланцевич, Самара : КНАПАР, 2020. – 125 с.
17. Маркетинг: Учебник /А.М. Годин. – 8-е изд. перераб. и доп. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2017. – 246 с.
18. Маслова, Т.Д. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник для вузов. / Т.Д. Маслова, С.Г. Божук, Л.Н. Ковалик - Изд. 2-е, доп. – Санкт-Петербург: Питер, 2017. – 400 с.
19. Махмудова, М. А. Особенности маркетинга в здравоохранении / Махмудова М. А. // Биология и интегративная медицина. - 2017. - № 7. – 365 с.
20. Медицинский маркетинг – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pandora.medsteg.ru/> (дата обращения: 28.01.2021).
21. Очки – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ochki.com/> (дата обращения: 28.01.2021).
22. Планирование маркетинга: учеб. пособие /Е.Е. Кузьмина, Н.М. Шаляпина; под ред. д. э. н. Е.Е. Кузьминой. – Ростов н/Д.: Феникс, 2017. – 367 с.
23. Портер, Майкл Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Портер. - Москва: Альпина Паблишер, 2017. – 359 с.

24. Пособие по торговой рекламе. Сокращенный перевод Ф. А. Крутикова. - Москва: Экономика, 2018. – 487 с.

25. Савчук Г.А., Управление маркетингом на предприятии, учебное пособие, Савчук Г.А., Мокерова Ю.В., Москва: АКАДЕМИЯ, 2017. – 220 с.

26. Соловьев, А.А. Маркетинговые исследования: учебник / А.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. – Москва: ИНФРА-М. 2017. – 365 с.

27. Солодовников, Ю. Л. Экономика и управление в здравоохранении : учебное пособие / Ю. Л. Солодовников. - 2-е изд., испр. и доп. - СанктПетербург : Лань, 2017. - 312 с.

28. Федотова Л. Н., Красавченко И. А. Реклама: зоны социальной опасности // Вестник Московского университета. - 2017. - №3. – 120 с.

Дипломная работа выполнена мной самостоятельно. Все использованные в работе материалы и концепции из опубликованной научной литературы и других источников имеют соответствующие ссылки на них.

«__» _____ 20__ г _____ (_____)
(подпись)