

Дело № 03-05/28-2017

1. ООО «Печатные проекты»

163000, г. Архангельск,

пр. Троицкий, д. 106, этаж 3,
офис 39

magazine29@yandex.ru

zh7201104@yandex.ru

2. ООО «РМ МИР»

163051, г. Архангельск,

пр. Дзержинского, д. 17, кв. 25

163000, г. Архангельск,

ул. Гагарина, д. 1

zabotamir@yandex.ru

**РЕШЕНИЕ
по делу № 03-05/28-2017**

Резолютивная часть оглашена «19» января 2018 года

Решение в полном объеме изготовлено «01» февраля 2018 года

«01» февраля 2018 года

г. Архангельск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Архангельской области (далее по тексту – Архангельское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии	- Бугаев Д.В.	руководитель Архангельского УФАС России; главный специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы Архангельского УФАС России;
Члены Комиссии:	Шестакова Н.М.	ведущий специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы Архангельского УФАС России;
	- Ипатова Т.В.	

рассмотрев дело № 03-05/28-2017, возбужденное по инициативе Архангельского УФАС России, по признакам нарушения ч. 8 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – ФЗ «О рекламе»),

в присутствии:

- Жданов А.Ю. - генеральный директор ООО «Печатные проекты»;
- Горобец Т.В. - директор ООО «РМ МИР».

Лицам, участвующим в деле № 03-05/28-2017, разъяснены положения п. 25 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508).

До рассмотрения настоящего дела по существу ходатайств, возражений, отводов не заявлено.

УСТАНОВИЛА:

Сотрудниками отдела антимонопольного контроля и рекламы

Архангельского УФАС России в журнале «Мэгэзин» № 06 (126) май/2017 на странице 66 (Шестьдесят шесть) выявлена информация следующего содержания: «Медицинский центр ЗАБОТА...ГИНЕКОЛОГИЯ...АКЦИЯ: комплексное обследование у врача - гинеколога за 3000.- **УЗИ органов малого таза**, мазок на онкоцитологию, простые инфекции, флору, лейкоциты, кольпоскопия...Срок акции: апрель-май 2017 24-13-02...Гагарина, 1, 1 подъезд вход с Наб. Северной Двины забота29.рф zabortaмс Лицензия: ЛО-29-01-001238 МЗАО от 10.06.2013 ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. НЕОБХОДИМА КОНСУЛЬТАЦИЯ СПЕЦИАЛИСТА.» с признаками нарушения ч. 8 ст. 24 ФЗ «О рекламе».

21.06.2017 возбуждено дело № 03-05/28-2017 в отношении ООО «Печатные проекты» и ООО «РМ МИР» по признакам нарушения ч. 8 ст. 24 ФЗ «О рекламе».

ООО «Печатные проекты» письмом (входящий № 4764 от 12.07.2017) на определение от 21.06.2017 исходящий № 03-05СЛ/2824 по делу № 03-05/28-2017 сообщило следующее.

Размещенный рекламный модуль содержит информацию о медицинской услуге - «УЗИ малого таза», не рекламируются методы профилактики, диагностики, лечения или медицинской реабилитации.

ООО «РМ МИР» письмом от 12.07.2017 (входящий № 4768 от 12.07.2017) сообщило следующее.

Директор ООО «РМ МИР» Горобец Т.В. подала заявку в журнал «Мэгэзин» на размещение рассматриваемой рекламы. Представила информацию для создания модуля. Так как рекламный модуль создает редактор журнала «Мэгэзин», я как директор ООО «РМ МИР» положила на профессионализм редактора журнала «Мэгэзин» о соблюдении законодательства РФ о рекламе при создании рассматриваемой рекламы.

21.07.2017 рассмотрение дела № 03-05/28-2017 отложено на 16.08.2017.

16.08.2017 рассмотрение дела № 03-05/28-2017 приостановлено до получения ответов от Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения и ФАС России на запросы Архангельского УФАС России.

ФАС России письмом от 25.08.2017 № РП/58698/17 (входящий № 6030 от 04.09.2017) на запрос Архангельского УФАС России от 16.08.2017 № 03-12Ш/3848 сообщила следующее.

Согласно ст. 2 Федерального закона от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» медицинская услуга - медицинское вмешательство или комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

Требования ч. 8 ст. 24 ФЗ «О рекламе» не распространяются на рекламу медицинских услуг.

Перечень медицинских услуг определен Номенклатурой медицинских услуг, утвержденной приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27.12.2011 № 1664н.

При возникновении вопроса об отнесении тех или иных способов воздействия на организм человека к медицинским услугам или методам профилактики, диагностики, лечения или медицинской реабилитации целесообразно направить соответствующее обращение в Министерство здравоохранения Российской Федерации.

Федеральная служба по надзору в сфере здравоохранения (Росздравнадзор) письмом от 20.09.2017 № 03-45754/17 (входящий № 6656 от 03.10.2017) на запрос Архангельского УФАС России от 18.08.2017 № 03-11Ш/3875 сообщила следующее.

УЗИ — аббревиатура ультразвукового исследования (диагностики).

В соответствии с приказом Минздрава России от 08.10.2015 № 707н «Об утверждении Квалификационных требований к медицинским и фармацевтическим работникам с высшим образованием по направлению подготовки «Здравоохранение и медицинские науки» для получения специальности «Ультразвуковая диагностика» работнику с высшим образованием - специалитетом по одной из специальностей: «Лечебное дело», «Педиатрия», «Медицинская биофизика», «Медицинская кибернетика» необходима подготовка в ординатуре по специальности «Ультразвуковая диагностика». Возможна профессиональная переподготовка по специальности «Ультразвуковая диагностика» при наличии подготовки в интернатуре/ординатуре по одной из специальностей: "Авиационная и космическая медицина", "Акушерство и гинекология", "Анестезиология-реаниматология", "Водолазная медицина", "Дерматовенерология", "Детская хирургия", "Детская онкология", "Детская урология-андрология", "Детская эндокринология", "Гастроэнтерология", "Гематология", "Гериатрия", "Инфекционные болезни", "Рентгенология", "Кардиология", "Колопроктология", "Нефрология", "Неврология", "Неонатология", "Нейрохирургия", "Общая врачебная практика (семейная медицина)", "Онкология", "Оториноларингология", "Офтальмология", "Педиатрия", "Пластическая хирургия", "Профпатология", "Пульмонология", "Ревматология", "Рентгенэндоваскулярные диагностика и лечение", "Сердечно-сосудистая хирургия", "Скорая медицинская помощь", "Торакальная хирургия", "Терапия", "Травматология и ортопедия", "Урология", "Фтизиатрия", "Хирургия", "Челюстно-лицевая хирургия", "Эндокринология".

Кроме того, врач ультразвуковой диагностики должен повышать свою квалификацию не реже одного раза в 5 лет в течение всей трудовой деятельности.

ФАС России письмом от 25.09.2017 № АК/65861/17 (входящий № 6991 от 17.10.2017) сообщило следующее.

Указание в рекламе способов воздействия на организм человека, полностью совпадающих с наименованием медицинских услуг, содержащихся в Номенклатуре медицинских услуг, утвержденной приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27.12.2011 № 1664н, позволяет квалифицировать такую рекламу в качестве рекламы медицинских услуг, при отсутствии в такой рекламе иной информации, позволяющей выделить иные объекты рекламирования, в том числе при отсутствии в рекламе раскрытия содержания того или иного метода профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации.

Данный подход подтверждается судебной практикой, в частности из п. 25 Обзора судебной практики Верховного суда Российской Федерации № 2 (2017), утвержденного Президиумом Верховного суда Российской Федерации 26.04.2017, следует, что если информация о методе профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации не раскрывается самостоятельным образом и распространяется в составе рекламы медицинских услуг, то такая реклама ч. 8 ст. 24 ФЗ «О рекламе» не нарушает.

При этом суды отмечают (Определение Верховного суда РФ от 27.10.2016 № 303-КГ16-8450 по делу № А04-5936/2015), что реклама, в которой раскрывается содержание того или иного метода профилактики, способа или приема диагностики, лечения и медицинской реабилитации, подпадает под запрет, установленный ч. 8 ст. 24 ФЗ «О рекламе».

Министерство здравоохранения Российской Федерации письмом от 20.11.2017 № 15-4/4149-07 (входящий № 8290 от 01.12.2017) на запрос Архангельского УФАС России от 05.10.2017 № 03-12Ш/4632 сообщило следующее.

Врач, оказывающий медицинские услуги по специальности «Ультразвуковая диагностика», должен иметь соответствующую подготовку и сертификат специалиста.

Определением от 19.12.2017 рассмотрение дела № 03-05/28-2017 возобновлено.

Дело № 03-05/28-2017 назначено к рассмотрению на 19.01.2018 в 10:30.

ООО «Печатные проекты» письмом № 01 от 12.01.2018 (входящий № 239 от

15.01.2018) сообщило следующее.

В соответствии с Номенклатурой медицинских услуг, утвержденной приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27.12.2011 № 1664н, под номером А04.01.001 обозначена обобщенная медицинская услуга «Ультразвуковое исследование мягких тканей (одна анатомическая зона)».

То есть ультразвуковое исследование (УЗИ) любых мягких тканей организма человека (мужчины и женщины) при условии точного указания одной анатомической зоны, согласно «Номенклатуре», считается медицинской услугой.

Так как в рекламе ООО «РМ МИР» речь идет о гинекологии, и это указано в рекламном модуле, понятие «анатомическая зона» относится к женскому организму, что дополнительно подтверждается фотографическим образом, присутствующем в рекламе. Согласно анатомической классификации женского организма, малый таз — единая анатомическая зона, включающая в себя прямую кишку, мочевой пузырь и репродуктивные органы: все перечисленные органы относятся к мягким тканям организма (не костная система).

Малый таз как анатомическая зона не раз упоминается в перечне медицинских услуг: в частности, в описании услуги под номером А06.20.002.004 («Компьютерная томография органов малого таза у женщин с контрастированием») - но в данном случае конкретизация анатомической зоны обусловлен спецификой услуги. Компьютерная томография — услуга более сложная и редкая, нежели УЗИ, и требует предварительной подготовки к процедуре (выполнение условий обеспечения «контрастирования»).

Следовательно, формулировка «УЗИ ОРГАНОВ МАЛОГО ТАЗА» является конкретизацией медицинской услуги А04.01.001 в соответствии с «Номенклатурой медицинских услуг».

Считать формулировку «УЗИ ОРГАНОВ МАЛОГО ТАЗА» рекламой медицинских методов некорректно еще и по той причине, что вся совокупность методов УЗИ малого таза применительно к женскому организму подразделяется, прежде всего, на ряд общих медицинских методов — абдоминальное, трансвагинальное, трансректальное, акушерское и метод доплерографии. Каждая из названных методик УЗИ подразделяется, в свою очередь, на конкретные аппаратные методы исследования, методы описания и методы представления результатов УЗИ. Никакого упоминания названных медицинских методов УЗИ в рассматриваемой рекламе нет, присутствует только конкретизация медицинской услуги А04.01.001.

Комиссия Архангельского УФАС России всесторонне, полно и объективно изучив и проанализировав представленные в материалы дела № 03-05/28-2017 доказательства установила следующее.

В соответствии с пунктами 1, 2, 3 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и

направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Как указано в постановлении Конституционного Суда Российской Федерации от 04.03.1997 № 4-П реклама рассматривается законодателем как средство продвижения товаров, работ и услуг на общий рынок Российской Федерации.

Согласно Международному кодексу рекламной практики под потребителем рекламы понимается любое лицо, которому адресована реклама или которого она может достичь, вне зависимости от того, является ли он конечным потребителем, торгующим субъектом или пользователем.

Экономической целью размещения рекламы для лица, осуществляющего производство, реализацию товара (работ, услуг), является продвижение и продажа товара (работ, услуг) оптовому покупателю и конечному потребителю.

Рассматриваемая информация распространена в журнале «Мэгэзин», адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования — *к Медицинскому центру «Забота» и к оказываемым данным центром услугам по гинекологии, в том числе, к УЗИ органов малого таза*, формирует и поддерживает интерес к объекту рекламирования и его продвижение на рынке, т.е. отвечает законодательному определению рекламы, приведенному в п. 1 ст. 3 ФЗ «О рекламе».

Факт размещения рассматриваемой рекламы сторонами не оспаривается.

В соответствии со ст. 36 Закона РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» распространение рекламы в средствах массовой информации осуществляется в порядке, установленном законодательством Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с ч. 11 ст. 5 ФЗ «О рекламе» при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

Реклама лекарственных препаратов в формах и дозировках, отпускаемых по рецептам на лекарственные препараты, методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, а также медицинских изделий, для использования которых требуется специальная подготовка, не допускается иначе как в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок,

семинаров, конференций и иных подобных мероприятий и в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях (ч. 8 ст. 24 ФЗ «О рекламе»).

Приказом Минздравсоцразвития России от 27.12.2011 № 1664н утверждена Номенклатура медицинских услуг.

Документ утратил силу с 1 января 2018 года в связи с изданием приказа Минздрава России от 13.10.2017 № 804н.

Приказом Минздрава России от 13.10.2017 № 804н утверждена Номенклатура медицинских услуг.

Начало действия документа — 01.01.2018.

Номенклатура медицинских услуг представляет собой систематизированный перечень кодов и наименований медицинских услуг в здравоохранении.

Код услуги состоит из буквенно-цифрового шифра от 8 до 11 (12 <*>) знаков.

Первый знак обозначает раздел услуги, второй и третий знаки - тип медицинской услуги, четвертый и пятый (шестой <*>) знаки - класс медицинской услуги (анатомо-функциональная область и/или перечень медицинских специальностей), с шестого по одиннадцатый знаки (с седьмого по двенадцатый <*>) - вид, подвид услуги.

Перечень медицинских услуг разделен на два раздела: «А» и «В», построенные по иерархическому принципу.

Ультразвуковое исследование органов малого таза (комплексное) имеет код услуги - А04.30.010.

Раздел «А» включает медицинские услуги, представляющие собой определенные виды медицинских вмешательств, направленные на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющие самостоятельное законченное значение.

В разделе «А» обозначают определенный тип медицинской услуги: 04 - регистрация звуковых сигналов, издаваемых или отражающихся органами или тканями с их последующей расшифровкой и описанием.

Класс раздела «А» (от 01 до 31) обозначают анатомо-функциональную область: 30 — прочие.

Вид медицинской услуги (от 001 до 999) обозначает медицинские услуги, имеющие законченное диагностическое или лечебное значение.

Подвид медицинской услуги (от 001 до 999) обозначает медицинские услуги в зависимости от способов (методик) их выполнения.

Таким образом, ультразвуковое исследование (диагностика) внутренних органов относятся к диагностическим методам, которые могут быть выполнены с применением ультразвуковой аппаратуры.

Кроме того, врач ультразвуковой диагностики должен иметь соответствующую подготовку и сертификат специалиста, должен повышать свою квалификацию не реже одного раза в 5 лет в течение всей трудовой деятельности.

Реклама, в которой раскрывается содержание того или иного метода профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, подпадает под запрет, установленный ч. 8 ст. 24 ФЗ «О рекламе».

Указанный вывод соответствует правовой позиции, изложенной в определении Верховного суда РФ от 27.10.2016 № 303-КГ16-8450.

В содержании спорной рекламы предлагается проведения УЗИ органов малого таза в гинекологии.

В рассматриваемом случае объектом рекламирования является конкретный метод диагностики заболеваний в гинекологии — УЗИ органов малого таза, а не реклама медицинской услуги — УЗИ.

На основании свидетельства о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС 3 - 0619 от 17.08.2007 журнал «Мэгэзин» зарегистрирован как рекламное издание (познавательная информация, экспертные оценки, обзоры культурной жизни города и области, информация справочного характера); реклама более 40%, территория распространения - г. Архангельск, Архангельская область.

Издателем журнала «Мэгэзин» является ООО «Печатные проекты» на основании договора подряда № 1 на выполнение полиграфических работ от 11.01.2011, заключенного между ООО «Печатные проекты» и ОАО «Северодвинская типография».

Журнал «Мэгэзин» не является специализированным печатным изданием для медицинских и фармацевтических работников.

С учетом изложенного, рассматриваемая реклама метода диагностики - УЗИ органов малого таза — размещена в неспециализированном печатном СМИ, что нарушает требование ч. 8 ст. 24 ФЗ «О рекламе».

Согласно п. 4 ст. 3 ФЗ «О рекламе» ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Статьей 5 ФЗ «О рекламе» предусмотрено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных ч. 8 ст. 24 ФЗ «О рекламе».

Рекламодателем (в соответствии с п. 5 ст. 3 ФЗ «О рекламе» - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо) спорной рекламы является ООО «РМ МИР», о чем свидетельствуют: договор № 02 от 11.02.2016 на размещение рекламы в журнале Magazine между ООО «Печатные проекты» и ООО «РМ МИР» с приложениями № 1, 2; электронная переписка между редакцией журнала Magazine и ООО «РМ МИР» о согласовании рассматриваемого рекламного модуля; счет № 133 от 12.04.2017; счет-фактура № 00133 от 02.05.2017; платежное поручение № 155 от 23.05.2017; акт № 000133 от 02.05.2017.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 ФЗ «О рекламе» рекламодатель (в соответствии с п. 7 ст. 38 ФЗ «О рекламе» - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо) несет ответственность за нарушение требований, установленных ч. 8 ст. 24 ФЗ «О рекламе».

Рекламодателем спорной рекламы является ООО «Печатные Проекты», о чем свидетельствуют: договор подряда № 1 на выполнение полиграфических работ от 11.01.2011 между ОАО «Северодвинская типография» и ООО «Печатные Проекты»; договор № 02 от 11.02.2016 на размещение рекламы в журнале Magazine между ООО «Печатные проекты» и ООО «РМ МИР» с приложениями № 1, 2; электронная переписка между редакцией журнала Magazine и ООО «РМ МИР» о согласовании рассматриваемого рекламного модуля; счет № 133 от 12.04.2017; счет-фактура № 00133 от 02.05.2017; платежное поручение № 155 от 23.05.2017; акт № 000133 от 02.05.2017.

В соответствии с ч. 1 ст. 36 ФЗ «О рекламе» антимонопольный орган в пределах своих полномочий возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, принимает по результатам рассмотрения таких дел решения и выдает предписания, предусмотренные настоящим Федеральным законом.

В соответствии с п. 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508) при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В материалы дела № 03-05/28-2017 сторонами не представлены доказательства об устранении нарушений ч. 8 ст. 24 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с ч. 4 ст. 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь статьями 33, 36 ФЗ «О рекламе», пунктами 37 – 45, 48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508), Комиссия Архангельского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу «*Медицинский центр ЗАБОТА...ГИНЕКОЛОГИЯ...АКЦИЯ: комплексное обследование у врача - гинеколога за 3000.- УЗИ органов малого таза, мазок на онкоцитологию, простые инфекции, флору, лейкоциты, кольпоскопия...Срок акции: апрель-май 2017 24-13-02...Гагарина, 1, 1 подъезд вход с Наб. Северной Двины забота29.рф zabotatc Лицензия: ЛО-29-01-001238 МЗАО от 10.06.2013 ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. НЕОБХОДИМА КОНСУЛЬТАЦИЯ СПЕЦИАЛИСТА.*», размещенную в журнале «Мэгэзин» № 06 (126) май/2017 на странице 66 (Шестьдесят шесть), ненадлежащей, поскольку нарушены требования ч. 8 ст. 24 ФЗ «О рекламе».

2. Признать ООО «РМ МИР» рекламоделателем и нарушившим требования ч. 8 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

3. Признать ООО «Печатные Проекты» рекламодателем и нарушившим требования ч. 8 ст. 24 ФЗ «О рекламе».

4. Выдать ООО «РМ МИР» и ООО «Печатные Проекты» предписания о прекращении нарушения ФЗ «О рекламе».

5. Передать материалы настоящего дела уполномоченному должностному лицу Архангельского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с частями 1, 2 ст. 37 ФЗ «О рекламе» решение, предписание антимонопольного органа могут быть оспорены в суде или арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения, выдачи предписания.

Подача заявления о признании недействительным решения, предписания антимонопольного органа не приостанавливает исполнение решения, предписания, если судом или арбитражным судом не будет вынесено определение о приостановлении исполнения решения, предписания.

**Председатель
Комиссии:**

**Д.В.
Бугаев**

Члены Комиссии:

**Н.М.
Шестакова**

**Т.В.
Ипатова**