

MODERN APPROACH TO REORGANIZATION OF FEDERAL MEDICAL INSTITUTION**Laktionova L.V.**

Federal Research Clinical Centre FMBA of Russia, Moscow, Russia (115682, Moscow, Orechovuy b., 28),
e-mail: laktionova@list.ru

The results of application of the modern strategies of development of inpatient care within the process of modernization of Federal specialized multidisciplinary clinic are presented in the article. The article covers the problems of development of public healthcare of the Russian Federation and possible ways of their solutions at the level of medical-prophylactic institutions with the purpose of improving the quality and accessibility of medical care. Special attention is paid to the problems of personnel potential development, introduction of innovations and modern management technologies. The use of information technologies in medical institution's activity allows to optimize medical-diagnostic and management processes. Comprehensive approach to reorganization of medical institution on the base of the new clinical, organizational, structural and management methods allowed to exceed the targets of the "Road map" of public healthcare. Realization of the organizational technologies, such as principle of a single doctor, institute of freelance chief specialists, rotation of specialists, quality control system, marketing and others contributed to increasing resource effectiveness. Comprehensive approach to the reorganization of medical institution on the base of new clinical, organizational, structural and management methods allowed to exceed the targets of the "Road map" of public healthcare for 2018. (The average duration of the stay in hospital bed is 11,7 days, hospital beds occupancy is 331. The same indicators of FRCC FMBA of Russia for 2012 were 10,7 and 344 accordingly).

**РОЛЬ МАРКЕТИНГА В МОДЕРНИЗАЦИИ МЕДИЦИНСКОГО УЧРЕЖДЕНИЯ
В УСЛОВИЯХ РЫНКА****Лактионова Л.В.**

Федеральный научно-клинический центр специализированных видов медицинской помощи и медицинских технологий ФМБА России, Москва, Россия (115682, г. Москва, Ореховый бульвар, 28), e-mail: laktionova@list.ru

В статье обсуждается опыт использования маркетинговых технологий с целью повышения эффективности работы многопрофильного научно-клинического центра в современных условиях. Осуществление маркетинговой деятельности, включающей широкое информирование населения о диагностических и лечебных возможностях клиники, формирование имиджа клиники как современного специализированного учреждения, проведение маркетинговых исследований в целях уточнения потребностей пациентов, организация взаимодействия со страховыми компаниями и агентами, укрепление взаимодействия с лечебно-профилактическими учреждениями способствует оптимизации работы подразделений клиники. В статье представлены разные векторы деятельности маркетинговой службы крупного федерального медицинского учреждения, направленные на привлечение пациентов, повышение конкурентоспособности организации, расширение собственной ниши и создание новых сегментов рынка услуг, расширение объема наиболее дорогостоящих видов помощи.

**THE ROLE OF MARKETING IN THE MODERNIZATION OF MEDICAL INSTITUTION
IN MARKET CONDITIONS****Laktionova L.V.**

Federal Research Clinical Centre FMBA of Russia, Moscow, Russia (115682, Moscow, Orechovuy b., 28),
e-mail: laktionova@list.ru

The article covers the experience of use of the marketing technologies in order to improve the effectiveness of multidisciplinary scientific-clinical centre's activity in the modern conditions. Realization of marketing activity, which supposes wide public informing about diagnostical and medical potentials of the clinic, formation of the image of the clinic as the modern specialized institution, marketing research with the purpose of detection of patients' needs, organization of interaction with insurance companies and agents, development of cooperation with medical-prophylactic institutions contributes to optimization of the work of clinic's divisions. The article presents different vectors of marketing service activity of a large Federal medical institution, which are directed to attract patients, to increase the competitiveness of the organization, to expand the own niche and to create new segments of the market of services, to increase the amount of the most expensive types of medical assistance.

**ЭПИДЕМИОЛОГИЯ ХРОНИЧЕСКИХ ДИФФУЗНЫХ ЗАБОЛЕВАНИЙ ПЕЧЕНИ
У ЛИЦ ПОЖИЛОГО ВОЗРАСТА В АСТРАХАНСКОЙ ОБЛАСТИ****Ларина Н.Н., Тимошенко Н.В., Колчина О.С., Левитан Б.Н.**

ГБОУ ВПО «Астраханская государственная медицинская академия Минздрава России», Астрахань, Россия
(414000, г. Астрахань, ул. Бакинская, 121), e-mail: agma@astranet.ru

В данной статье представлены результаты анализа структуры заболеваемости хроническими диффузными заболеваниями печени за период 2002–2012 годы в Астраханской области, в том числе у лиц пожилого возраста.