

УДК 614.3

**МАРКЕТИНГ КАК ОСНОВА ДЕЛОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ  
В ОРГАНИЗАЦИЯХ РОСПОТРЕБНАДЗОРА НА ПРИМЕРЕ  
ФБУЗ «ЦЕНТР ГИГИЕНЫ И ЭПИДЕМИОЛОГИИ  
В ЛИПЕЦКОЙ ОБЛАСТИ»**

**Полякова М.Ф., Савельев С.И., Коротков В.В.**

*ФБУЗ «Центр гигиены и эпидемиологии в Липецкой области»,*

*Липецк, e-mail: orgotdel@fguz.lipetsk.ru;*

*ГБОУ ВПО «Северо-Западный государственный медицинский университет  
имени И.И. Мечникова» Министерства здравоохранения Российской Федерации, Липецк,  
Санкт-Петербург, e-mail: kafedra\_SPb\_lipetsk@mail.ru*

Коренное реформирование государственной санитарно-эпидемиологической службы России в 2005 г., создание органов и организаций в структуре Роспотребнадзора, переход Центров гигиены и эпидемиологии на субсидиарное финансирование и работу в рамках государственных заданий, появление на рынке лабораторных и экспертных услуг различных коммерческих организаций потребовали внедрения новых подходов к организации управления учреждениями Роспотребнадзора. Центры гигиены и эпидемиологии сегодня все более вовлекаются в экономический оборот общества, чему способствует их активное функционирование на рыночных основах. В условиях ограниченного бюджетного финансирования и жесткой конкуренции за привлечение дополнительных потребителей услуг и внешних инвестиций особую актуальность приобретают вопросы внедрения в систему управления учреждением принципов маркетинга. Центр гигиены и эпидемиологии сегодня вынужден прибегать к инструментам маркетинга как для изучения и удовлетворения спроса потребителей услуг, так и для разработки конкурентоспособной стратегии развития своего учреждения.

**Ключевые слова:** Центр гигиены и эпидемиологии, маркетинг, лабораторные и экспертные услуги

**MARKETING AS A BASIS FOR BUSINESS PLANNING IN ORGANIZATIONS  
ROSPOTREBNADZOR THE EXAMPLE FBUS «CENTR FOR HYGIENE  
AND EPIDEMIOLOGY IN THE LIPETSK REGION»**

**Polyakova M.F., Savelev S.I., Korotkov V.V.**

*FBUS «Center of Hygiene and Epidemiology in the Lipetsk region»,*

*Lipetsk, e-mail: orgotdel@fguz.lipetsk.ru;*

*GBOU VPO «North-Western State Medical University named after I.I. Mechnikov» Ministry of Health  
of the Russian Federation. Cathedra of Hygiene and Epidemiology of with the basics of laboratory work,  
Lipetsk, Saint-Petersburg, e-mail: kafedra\_SPb\_lipetsk@mail.ru*

The indigenous reforming State Sanitary and Epidemiological Service of Russia in 2005, the creation of agencies and organizations in the structure of Rospotrebnadzor, the transition Centre Hygiene and Epidemiology in the subsidiarity funding and work within the framework the state assignments, the appearance on the market of laboratory and expert services of various commercial organizations have demanded the introduction of new approaches to management institutions of Rospotrebnadzor. Center hygiene and epidemiology today the increasingly are involved in economic circulation society, which contributes to their active functioning on a market basis. In the conditions limited budget financing and fierce competition for attraction additional service users and the external investments, special urgency acquire the issues related to the introduction in of control system of the institution principles of marketing. Center hygiene and epidemiology today the forced to use marketing tools both for studying and meet the demand of consumers of services as well as the development of competitive strategy of development of the institution.

**Keywords:** Center for hygiene and epidemiology, marketing, laboratory and expert services

Социально-экономические преобразования в стране оказали влияние на многие аспекты деятельности государственной санитарно-эпидемиологической службы. В условиях повышенных требований к организации деятельности по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека органов и учреждений Роспотребнадзора обострилась проблема бюджетного финансирования Центров гигиены и эпидемиологии. На рынке лабо-

раторных и экспертных услуг появилось большое количество организаций различных форм собственности, функционирование которых предполагает получение только прибыли от реализации услуг. Стремительное развитие рыночных отношений в нашей стране обусловило неизбежность дифференциации потребности, спроса и предложений на данные услуги и обострение конкуренции за дополнительные источники финансовых средств.

В результате Центры гигиены и эпидемиологии вынуждены проводить активную и целенаправленную политику по завоеванию устойчивой позиции на рынке лабораторных и экспертных услуг, расширению круга их потребителей.

В связи с этим в условиях дефицита бюджетных средств разработка экономически выгодных методов поиска внешних инвестиций для стабильного функционирования учреждений Роспотребнадзора и реализации долговременной стратегии их выживания приобретает особое значение.

Важно оптимизировать объем и структуру потребления оказываемых услуг, сбалансировать спрос и предложение, что имеет особое значение в условиях рыночной модели экономики, учитывающей интересы и производителей, и потребителей.

В этих условиях вопросы внедрения технологий маркетинга в деятельности Центра гигиены и эпидемиологии приобрели особую актуальность.

Маркетинг как «рыночная теория управления», являющаяся универсальной управляющей технологией в работе любого учреждения, на практике позволяет сбалансировать спрос и потребность потребителей лабораторных и экспертных услуг, оптимизировать объем и структуру их потреблений, гарантировать качество предоставления данных услуг и заинтересованность в этом персонала Центра гигиены и эпидемиологии.

**Цель исследования** – разработка и внедрение методологических приемов совершенствования управления Центром гигиены и эпидемиологии на основе использования принципов маркетинга, позволяющих наращивать конкурентные преимущества и обеспечивать устойчивое развитие учреждения.

#### **Материалы и методы исследования**

В основу проведенного анализа положены результаты комплексного исследования деятельности ФБУЗ «Центр гигиены и эпидемиологии в Липецкой области», функционирующего в конкурентной среде производителей лабораторных и экспертных услуг, оценка эффективности и результативности управления учреждением с использованием аналитического метода.

#### **Результаты исследования и их обсуждение**

Здоровье нации, как один из важнейших факторов экономического роста и национальной безопасности страны, во многом определяется обеспечением прав граждан на охрану здоровья и безопасную среду обитания. Решение этой важной государственной задачи делегировано Федераль-

ной службе по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека [3].

Коренное реформирование государственной санитарно-эпидемиологической службы России в 2005 г., создание органов и организаций в структуре Роспотребнадзора, переход Центров гигиены и эпидемиологии на субсидиарное финансирование и работу в рамках государственных заданий, появление на рынке лабораторных и экспертных услуг различных коммерческих организаций потребовали внедрения новых подходов к организации управления учреждениями Роспотребнадзора.

Центры гигиены и эпидемиологии сегодня все более вовлекаются в экономический оборот общества, чему способствует их активное функционирование на рыночных основах.

В условиях ограниченного бюджетного финансирования и жесткой конкуренции за привлечение дополнительных потребителей услуг и внешних инвестиций особую актуальность приобретают вопросы внедрения в систему управления учреждением принципов маркетинга.

То есть Центр гигиены и эпидемиологии сегодня вынужден прибегать к инструментам маркетинга как для изучения и удовлетворения спроса потребителей услуг, так и для разработки конкурентоспособной стратегии развития своего учреждения.

Федеральное бюджетное учреждение здравоохранения «Центр гигиены и эпидемиологии в Липецкой области» (ФБУЗ) является учреждением, обеспечивающим работу Управления Роспотребнадзора по многим направлениям деятельности, включая проведение санитарно-эпидемиологических экспертиз, оценок, обследований, исследований, испытаний; расследование инфекционных, массовых неинфекционных и профессиональных заболеваний, ведение социально-гигиенического мониторинга, гигиенические исследования по оценке риска, государственный учет инфекционных заболеваний, информирование и консультирование потребителей по вопросам защиты прав потребителей [2].

Обеспечение контрольной и надзорной деятельности Управления Роспотребнадзора является главным приоритетом учреждения. Объективная и достоверная информация о факторах среды обитания, получаемая в результате лабораторных исследований и инструментальных измерений, является ведущим элементом в оценке санитарно-эпидемиологической обстановки в регионе [6].

Являясь частью системы Роспотребнадзора, ФБУЗ сегодня вовлечен во многие

виды деятельности, которые значительно влияют на развитие бизнеса и промышленности в части оказания лабораторных и экспертных услуг [5, 8].

В связи с этим система управления Центром гигиены и эпидемиологии в условиях рыночных отношений должна обеспечивать гибкое сочетание системы бесплатных гарантированных услуг, объем которых утвержден государственным заданием, и платных лабораторных и экспертных услуг.

Сложившаяся экономическая ситуация обусловила использование маркетинговой информации при формировании делового плана ФБУЗ. Последовательная реализация методики маркетингового планирования создала условия для перехода на маркетинговые принципы управления. Учреждением был разработан алгоритм маркетингового планирования на основе процессного подхода, определяющий развитие управленческого процесса по определенным последовательным этапам: первый – анализ рыночных возможностей ФБУЗ, второй – стратегическое планирование маркетинга на основе анализа рыночных возможностей, третий – реализация маркетинговой стратегии и четвертый – маркетинговый анализ и аудит.

Анализ рыночных возможностей ФБУЗ включает оценку внешнего окружения учреждения и его внутренней среды, в том числе анализ макросреды учреждения, направленный в первую очередь на изучение особенностей социально-экономического развития области; анализ потребителей услуг, их потребности, спрос, сегментацию рынка; анализ конкурирующих организаций; выбор целевого рынка, оценку внутренней среды Центра гигиены и эпидемиологии, его сильных и слабых сторон, конкурентных преимуществ.

Информация, полученная в ходе анализа рыночных возможностей, послужила основой для маркетингового планирования.

С учетом экономического развития территории области до 2020 г., роста привлечения инвестиций для развития промышленности, сельского хозяйства и увеличения числа создаваемых рабочих мест, выполнения в полном объеме государственного задания и достижения целевых показателей, повышения экономической эффективности предоставляемых услуг с более широким использованием транспортной доступности, снижением затрат на содержание учреждения и филиалов были разработаны критерии для оптимизации и совершенствования деятельности ФБУЗ и филиалов [7].

Исходя из новых задач проведено изменение организационной структуры ФБУЗ. Централизованы лаборатории филиалов, и на базе головного учреждения создан единый Испытательный лабораторный центр (ИЛЦ) с отдельными рабочими местами на административных территориях. Осуществлены меры по укреплению материально-технической базы лабораторий, оснащению их современной техникой и оборудованием, введен в эксплуатацию новый лабораторный корпус, проведена реконструкция старого [8].

Испытательный лабораторный центр (ИЛЦ) ФБУЗ «Центр гигиены и эпидемиологии в Липецкой области» аккредитован на соответствие требованиям национального стандарта ГОСТ ИСО/МЭК 17025-2009 «Общие требования к компетентности испытательных и калибровочных лабораторий». Учреждение зарегистрировано в реестре аккредитованных испытательных лабораторий и включено в национальную часть Единого реестра испытательных лабораторных центров Таможенного союза. Центр компетентен проводить исследования на соответствия требованиям Техническим регламентам Таможенного союза. ИЛЦ ФБУЗ «Центр гигиены и эпидемиологии в Липецкой области» входит в сеть лабораторий в структуре учреждения Роспотребнадзора, соответствующий мировым требованиям в области качества оказываемых услуг и признания работ на европейском уровне. Область аккредитации ИЛЦ ФБУЗ «Центр гигиены и эпидемиологии в Липецкой области» – самая обширная в регионе среди лабораторий [7, 8].

В июле 2014 года ИЛЦ ФБУЗ «Центр гигиены и эпидемиологии в Липецкой области» аккредитован на соответствие международному стандарту ISO 17025:2005 в немецком органе по аккредитации DAkkS (The Deutsche Akkreditierungsstelle GmbH), что значительно расширило возможности учреждения в части оказания лабораторных услуг зарубежным фирмам различной направленности, которые активно развиваются на территории области [7].

В условиях повышения значимости результатов санитарно-эпидемиологических экспертиз как одного из важнейших инструментов в обеспечении санитарно-эпидемиологического благополучия населения и защиты прав потребителей и в связи с востребованностью данного вида деятельности, в структуре ФБУЗ выделен отдельным блоком экспертный отдел [8].

Спектр проведения экспертиз достаточно широк и охватывает деятельность по установлению соответствия (несоответствия)

от объектов хозяйственной и иной деятельности, продукции, работ, услуг до проектной и иной документации [4].

С целью совершенствования экспертной деятельности учреждения и улучшения качества подготовки специалистов в Министерстве строительства и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации эксперты центра гигиены и эпидемиологии прошли аттестацию на право подготовки заключений проектной документации по вопросам охраны окружающей среды, санитарно-эпидемиологической безопасности [7].

Активно развивается направление, касающееся вопросов защиты прав потребителей. Экспертами Консультационного Центра оказываются консультационные услуги и услуги, связанные с составлением документов (претензионные письма, составление жалоб, оказание помощи в составлении исковых заявлений, участие в судебном сопровождении потребителей); проводятся экспертизы качества, безопасности товаров, а также соответствия потребительских свойств товаров. На сегодняшний день востребованы экспертизы по всем имеющимся на рынке группам товаров и услуг, от обуви до услуг ремонта автотранспорта. В спектр объектов исследований в рамках потребительской товароведческой экспертизы входят экспертизы мебели, строительных материалов, услуг жилищно-коммунального хозяйства, прачечных и химчисток, экспертизы окон и оконных конструкций, средств сотовой связи, сложно-бытовой техники, обуви, кожгалантерейных изделий, швейных и трикотажных изделий, меха и меховых изделий, строительнотехническая экспертиза и др. [8].

Центр гигиены и эпидемиологии внесен в реестр Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации как аккредитованная организация, оказывающая услуги в области охраны труда. Опытные, сертифицированные специалисты, используя современное аналитическое лабораторное оборудование, проводят весь комплекс работ по специальной оценке условий труда.

На основе анализа рынка производителей лабораторных и экспертных услуг, спроса на эти услуги, выбора целевого рынка, выявления специфических потребностей клиентов, а также в рамках реализации мероприятий делового плана учреждения получили развитие новые виды услуг, оказываемых ФБУЗ. Это проведение санитарно-эпидемиологического аудита, т.е. независимой оценки соблюдения объектом санитарно-эпидемиологических требований и подготовки рекомендаций по

их соблюдению, и организация внедрения и поддержания процедур, основанных на принципах ХАССП для изготовителей пищевой продукции, в т.ч. подготовка пакета документов, необходимых для внедрения системы ХАССП, обучение специалистов различного уровня, работающих с применением принципов ХАССП.

Для установления реальных связей ФБУЗ с потребителями услуг был создан отдел по работе с юридическими и физическими лицами, одной из функций которого явилась организация обратной связи с потребителями: изучение мнения потребителей и их предложений по улучшению предоставляемых услуг; разработка по результатам изучения мнения потребителей предложений по повышению технического уровня и качества предоставляемых услуг.

Таким образом, проведение маркетинговой политики потребовало перестройки всей системы управления учреждением, повышения эффективности деятельности всех структурных подразделений и в конечном итоге подчинения всех элементов цикла производства услуг рыночным интересам.

Успешное функционирование маркетингового управления учреждением предполагает комплексную деятельность экономического, финансового, планового, производственного и исследовательского характера, что предопределяет высокие требования к уровню теоретической подготовки персонала ФБУЗ. В связи с отсутствием квалифицированных маркетологов в штате учреждения специалисты Центра гигиены и эпидемиологии вынуждены самостоятельно изучать и внедрять основы маркетинга в производственную деятельность.

Учитывая востребованность маркетинговых знаний в деятельности учреждений Роспотребнадзора, одним из направлений в образовательном процессе должна быть подготовка специалистов по маркетингу. Причем в связи с возрастающими требованиями к качеству работы это должны быть специалисты медико-профилактического факультета, которые понимают технологию проведения исследований, обследований, экспертиз, расследований и т.д. и на основе своих профессиональных знаний будут изучать рынок, его особенности и смогут донести до потребителя услуг возможности ФБУЗ.

Гибкое реагирование образовательного сообщества на меняющиеся потребности рынка труда, изменение форм и содержания образовательного процесса требует очень тесного взаимодействия практической службы и медицинских университетов в рамках единой инновационной модели,

меняющейся и совершенствующейся нормативно-правовой базы, которая накладывает существенный отпечаток на форму организации, содержание и методики подготовки медицинских работников [9].

Важным направлением в деятельности ФБУЗ является разработка комплекса мероприятий, направленных на реализацию одного из элементов маркетинговой концепции – продвижения на рынок услуг, формирующего спрос и стимулирование оказания лабораторных и экспертных услуг.

Решающими факторами в продвижении на рынок услуг являются: элементы фирменного стиля (бланки, визитные карточки, рекламные проспекты, оформление стендов и др.); быстрота реагирования на заявки клиентов; уровень подготовки сотрудников, оперативность, вежливость, компетентность, уровень образования, коммуникабельность, умение улаживать конфликты; помещения для приема клиентов; имидж предприятия – методы коммуникационного общения [1].

Максимальной свободой в выборе интересующей информации потребитель обладает. Продвижение Центра гигиены и эпидемиологии в Интернете базируется на продвижении виртуального представительства учреждения, в качестве которого в настоящий момент выступает собственный сайт, максимально отражающий возможности ФБУЗ.

Для повышения имиджа службы, а также в целях улучшения информационного обеспечения государственных органов, общественных организаций, предприятий, учреждений, индивидуальных предпринимателей и граждан Липецкой области о состоянии здоровья населения, санитарно-гигиенической и эпидемиологической обстановке, проводимых санитарно-эпидемиологических мероприятиях, защиты прав потребителей издается ежеквартальный информационный журнал «СЭВ».

В тесной взаимосвязи с другими элементами маркетинга и в целом с деятельностью ФБУЗ находятся цены на оказываемые услуги. Суть целенаправленной ценовой политики в маркетинге заключается в том, чтобы устанавливать такие цены на услуги и так варьировать их в зависимости от положения на рынке, чтобы обеспечить достаточный уровень прибыли и решать другие стратегические и оперативные задачи, в т.ч. способствовать материальному стимулированию сотрудников.

Чрезвычайно полезным и гибким инструментом маркетинговой политики является система скидок, учитывающая спрос на услуги, объем заказываемых услуг, а также вопросы стимулирования спроса конкретных сегментов рынка (бюджетные организации, постоянные клиенты и т.д.). Применение данного метода часто дает возможность получать дополнительную прибыль за счет увеличения объемов предоставляемых услуг.

На сегодняшний день экономически обоснованное ценообразование является одной из наиболее актуальных и сложных проблем Центра гигиены и эпидемиологии.

### Заключение

Таким образом, в современном развитии Центра гигиены и эпидемиологии маркетинг рассматривается как ведущая функция управления, определяющая не только рыночную, но и производственную политику учреждения.

Концепция маркетинга предполагает четкое увязывание целей и задач учреждения с имеющимися ресурсами и спросом лабораторных и экспертных услуг, возможностями реального использования и величиной отдачи в сопоставлении с вложенными средствами.

Организационная структура управления маркетингом и уровень ее функционирования наряду с выбранной корпоративной стратегией имеет первостепенное значение для обеспечения достижения целей ФБУЗ.

Представленные положения использования элементов маркетинга в деятельности ФБУЗ «Центр гигиены и эпидемиологии в Липецкой области», реализующего функциональные направления сервиса лабораторных и экспертных услуг, раскрывают широкие перспективы по завоеванию устойчивой позиции на рынке данных услуг, расширению круга их потребителей.

Результаты маркетинга являются важнейшими элементами делового плана учреждения, так как с его помощью обеспечивается сбалансированность производственной и экономической составляющих деятельности ФБУЗ в условиях дефицита бюджетных средств.

В условиях конкурентной борьбы успеха может добиться только то учреждение, которое творчески использует концепцию маркетинга и, опираясь на нее, непрерывно ищет способы как адаптации к постоянно изменяющимся условиям среды своего функционирования, так и активного воздействия на рынок и потребителей.

### Список литературы

1. Алексунин В.А. и др. Маркетинговое исследование рынка платных медицинских услуг Краснодарского края / Алексунин В.А., Митков С.А. // Маркетинг в России и за рубежом. – 2009. – № 5. – С. 74–80.
2. Бондарев В.А. и др. Центр гигиены и эпидемиологии в Липецкой области: история, настоящее, будущее / Бондарев В.А., Полякова М.Ф., Зубчонков Н.В. // Обеспечение санитарно-эпидемиологического благополучия и сохранения здоровья населения: итоги и перспективы. Материалы научно-практической конференции, посвященной 90-летию государственной санитарно-эпидемиологической службы Российской Федерации. – Липецк, 2012. – С. 12–23.
3. Брагина И.В. Научно-методические и организационные основы системы лабораторного контроля в обеспечении гигиенической безопасности: Автореферат дис...докт. мед. наук. – М., 2008. 48 с.
4. Коротков В.В. и др. К вопросу о проведении санитарно-эпидемиологических экспертиз учреждениями Роспотребнадзора / Коротков В.В., Полякова М.Ф. // Фундаментальные исследования. – 2014. – № 10 (часть 10). – С. 1947–1950.
5. Полякова М.Ф. Результаты исследований Центра гигиены и эпидемиологии в Липецкой области соответствуют мировым требованиям // Санитарно-эпидемиологический вестник (СЭВ), Липецк. – 2014. – № 2(31). – С. 22–23.
6. Полякова М.Ф. Опыт работы по совершенствованию лабораторного обеспечения госсанэпиднадзора // Материалы XI Всероссийского съезда гигиенистов и санитарных врачей: сборник статей. Том I. / под редакцией академика РАМН профессора Г.Г. Онищенко, академика РАМН профессора А.И. Потапова, – М., 2012. – С. 229–231.
7. Полякова М.Ф. и др. Совершенствование работы ФБУЗ «Центр гигиены и эпидемиологии в Липецкой области» в условиях создания особых экономических зон федерального и регионального уровня / Полякова М.Ф., Савельев С.И., Коротков В.В. // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 3. URL: www.science-education.ru/123-18998 (дата обращения: 20.05.2015).
8. Савельев С.И. и др. Модель управления Центром гигиены и эпидемиологии в современных условиях / Савельев С.И., Полякова М.Ф., Коротков В.В. // Здоровье населения и среда обитания, ЗНISO. – 2015. – № 4 (265). – С. 53–56.
9. Савельев С.И. и др. Перспективы развития непрерывного профессионального образования специалистов медико-профилактического направления / Савельев С.И., Бондарев В.А., Полякова М.Ф., Короткова И.В., Яцкова Г.Н. // Профилактическая и клиническая медицина. – 2013. – № 4 (49). – С. 127–131.
2. Bondarev V.A. i dr. Centr gigieny i ehpidemiologii v Lipeckoj oblasti: istoriya, nastoyashchee, budushchee / Bondarev V.A., Polyakova M.F., Zubchonok N.V. // Obespechenie sanitarno-ehpidemiologicheskogo blagopoluchiya i sohraneniya zdorovya naseleniya: itogi i perspektivy. Materialy nauchno-prakticheskoy konferencii, posvyashchennoj 90-letiyu gosudarstvennoj sanitarno-ehpidemiologicheskoy sluzhby Rossijskoj Federacii. Lipeck, 2012. pp. 12–23.
3. Bragina I.V. Nauchno-metodicheskie i organizacionnye osnovy sistemy laboratornogo kontrolya v obespechenii gigienicheskoy bezopasnosti: Avtoreferat dis...dokt. med. nauk. M., 2008. 48 p.
4. Korotkov V.V. i dr. K voprosu o provedenii sanitarno-ehpidemiologicheskikh ekspertiz uchrezhdeniyami Rospotrebnadzora / Korotkov V.V., Polyakova M.F. // Fundamentalnie issledovaniya. 2014. no. 10 (chast10). pp. 1947–1950.
5. Polyakova M.F. Rezultati issledovaniya Centra gigieny i ehpidemiologii v Lipeckoi oblasti sootvetstvuyut mirovim trebovaniyam // Sanitarno-ehpidemiologicheskii vestnik (SEV), Lipeck. 2014. no. 2 (31). pp. 22–23.
6. Polyakova M.F. Oпит raboti po sovershenstvovaniyu laboratornogo obespecheniya gossanepidnadzora // Materiali XI Vserossiiskogo s'ezda gigienistov i sanitarnih vrachei\_sbornik statei. Tom I. / pod redakciei akademika RAMN professora G.G. Onischenko, akademika RAMN professora A.I. Potapova, Moskva, 2012. pp. 229–231.
7. Polyakova M.F. i dr. Sovershenstvovanie raboty FBUZ «Centr gigieny i ehpidemiologii v Lipeckoj oblasti» v usloviyah sozdaniya osobykh ehkonomicheskikh zon federalnogo i regionalnogo urovnya / Polyakova M.F., Savelyev S.I., Korotkov V.V. // Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya. 2015. no. 3. URL: www.science-education.ru/123-18998 (data obrashcheniya: 20.05.2015).
8. Savelyev S.I. i dr. Model upravleniya Centrom gigieny i ehpidemiologii v sovremennykh usloviyah / Savelyev S.I., Polyakova M.F., Korotkov V.V. // Zdorove naseleniya i sreda obitaniya, ZNiSO. 2015. no. 4 (265). pp. 53–56.
9. Savelyev S.I. i dr. Perspektivy razvitiya nepreryvnogo professionalnogo obrazovaniya specialistov mediko-profilakticheskogo napravleniya / Savelyev S.I., Bondarev V.A., Polyakova M.F., Korotkova I.V., Yackova G.N. // Profilakticheskaya i klinicheskaya medicina. 2013. no. 4 (49). pp. 127–131.

### References

1. Aleksunin V.A. i dr. Marketingovoe issledovanie rynka platnykh medicinskih uslug Krasnodarskogo kraja / Aleksunin V.A., Mitkov S.A. // Marketing v Rossii i za rubezhom. 2009. no. 5. pp. 74–80.

### Рецензенты:

Бондарев В.А., д.м.н., профессор, руководитель управления Роспотребнадзора по Липецкой области, профессор кафедры гигиены и эпидемиологии с основами лабораторного дела, ГБОУ ВПО «Северо-Западный государственный медицинский университет имени И.И. Мечникова» Министерства здравоохранения Российской Федерации, г. Липецк, г. Санкт-Петербург;  
Летникова Л.И., д.м.н., профессор, начальник управления здравоохранения Липецкой области, г. Липецк.