

Copyright © 2017 by Sochi State University



Published in the Russian Federation  
Sochi Journal of Economy  
Has been issued since 2007.  
ISSN: 2541-8114  
2017, 11(3): 233-239

[www.vestnik.sutr.ru](http://www.vestnik.sutr.ru)



UDC 338.484

## The Conceptual Bases for the Development of Sanatorium-Resort Tourism in Russia

Ivan Y. Sevryukov <sup>a, \*</sup>

<sup>a</sup>Novosibirsk state university of economics and management, Russian Federation

### Abstract

The identification of common patterns, current trends and directions of development of national sanatorium-resort market in the context of individual regions of the country allows to determine the vector of influence on the target contact audience with the goal of forming of the optimal offer of sanatorium-and-spa products that meet the needs of the population. The basis for making of informed management decisions in the field of sanatorium-resort tourism should lie in the permanent comprehensive studies of the competitive environment of the industry market, the identifying of promising contact audiences and development of active measures to promote the sanatorium-resort products for them. This is the basis of the fact that, despite the adverse market trends, in Russia there is a positive trend in the number of economic entities, the number of sold sanatorium-resort products and services.

**Keywords:** sanatorium-resort complex, sanatorium-resort product, demand, offering, competition.

### 1. Введение

Особенности формирования и функционирования санаторно-курортных комплексов в России определяются комплексным взаимодействием социально-экономических факторов, оказывающих влияние на стратегические и оперативные решения, которые принимают субъекты предпринимательства и государственные институты, при разработке и реализации программ стабильного развития организаций, отраслей и регионов.

### 2. Материалы и методы

Источниками для написания статьи явились научные исследования отечественных и зарубежных учёных в области теории и практики развития туризма. Методологические подходы исследования базируются на общенаучных методах сравнения, обобщения, системного анализа.

### 3. Обсуждение

Одной из наиболее значимых тенденций развития санаторно-курортных комплексов на конкурентном рынке является быстрый рост масштабов специализированного отдыха. Можно отметить, что в европейских странах люди среднего возраста (от 35 до 55 лет) располагают наиболее высоким уровнем доходов. Именно представители этого потребительского сегмента склонны брать два и более краткосрочных отпуска в течение календарного года. Количество людей пенсионного возраста в Европе постоянно возрастает.

\* Corresponding author

E-mail addresses: [ivan.sevruikov@gmail.com](mailto:ivan.sevruikov@gmail.com) (I.Y. Sevryukov)

Они отличаются средним уровнем благосостояния, но, вместе с тем, располагают значительным свободным временем для профилактики заболеваний и отдыха в санаторно-курортных комплексах [11].

Все больший потребительский сегмент предпочитает переключаться на активный отдых. Кроме того, эти потребители санаторно-курортного продукта настроены на приобретение нового опыта, стремятся к знакомству с достопримечательностями в местах, в которых они отдыхают. Однако стоит отметить, что традиционные формы санаторно-курортного обслуживания до сих пор являются наиболее популярными, и санаторно-курортные организации должны диверсифицировать свои санаторно-курортные продукты для сохранения своих конкурентных позиций [2].

Привлечению новых клиентов может способствовать использование таких альтернативных рекреационных ресурсов, как экзотическая флора, скалистые горы и пещеры. Посетителей привлекают также элементы культурного наследия, такие как архитектурные, культурно-исторические и паломническо-религиозные памятники, музеи и фестивали искусств и т.д.

Широта спектра и комплексность спроса неизбежно порождает предложение совокупного санаторно-курортного продукта [3]. На уровень спроса на санаторно-курортные продукты влияют не только доходы потребителя, но также продолжительность и дискретность его отпуска, динамика цен на продукты – совершенные и несовершенные субституты и ряда других факторов. Введение регулярных отпусков и повышение реальных доходов населения существенно увеличивает число посещений санаторно-курортных организаций [4].

Следует оговориться, что исследование не должно ограничиваться выявлением общего тренда влияния одного параметра системы на другие. Необходимо также определить, какова динамика изменения уровня спроса на санаторно-курортные продукты, насколько эластичен этот спрос при изменении цен на них, какова будет потребительская реакция на изменения их качественных характеристик [9].

Количество санаторно-курортных организаций признается одним из наиболее важных параметров государственного учета в системе санаторно-курортной деятельности. Динамика числа отечественных санаторно-курортных организаций за период 2009-2016 гг. представлена на рисунке 1.



**Рис. 1.** Динамика числа санаторно-курортных организаций в РФ за период 2009-2016 гг., ед.

В конце 2016 года в нашей стране насчитывалось 1830 санаторно-курортных организаций. По сравнению с 2009 годом число санаторно-курортных организаций сократилось на 167 или 8,4 %. Следует отметить, что это произошло даже несмотря на включение в статистический учет санаторно-курортных организаций Республики Крым

(далее Крымский федеральный округ, далее Южный федеральный округ (с 29.07.2016)). Наибольшее снижение числа санаторно-курортных организаций зафиксировано в Приволжском федеральном округе.

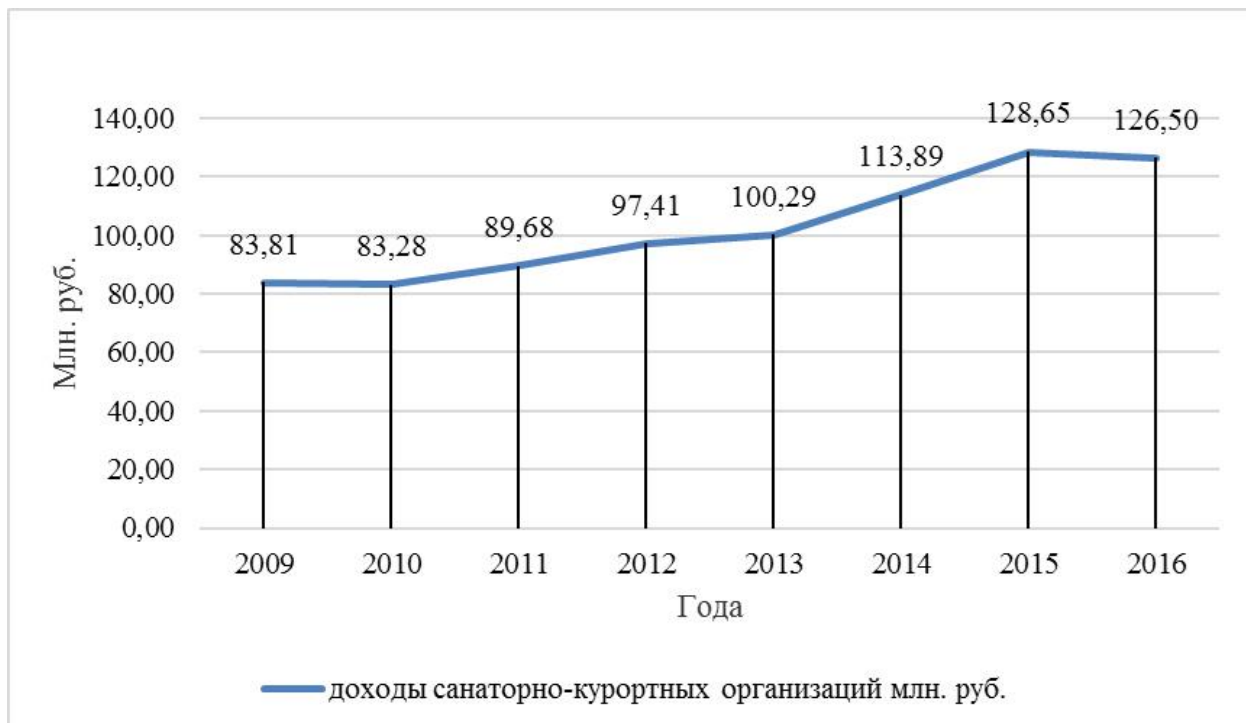
За период с 2009 по 2015 годы натуральный объем рынка санаторно-курортных услуг увеличился на 10 % и в 2015 году составил 61,8 млн. человеко-дней пребывания [10]. Положительная динамика напрямую связана с присоединением Крыма к России в 2014 году. Свое влияние оказало удорожание зарубежных путевок в период нестабильности российского рубля, повлекшее за собой частичное перераспределение спроса на внутреннем рынке.

Наибольшее количество санаторно-курортных продуктов реализуется в период высокого сезона – с июня по сентябрь. Следует отметить наиболее загруженные месяцы - июль и август. В сумме доля натуральной емкости санаторно-курортного рынка, которая приходится на эти месяцы, оценивается в размере более 25 % годового объема [5].

Эксперты в области санаторно-курортного рынка дают прогноз о том, что за период с 2018 по 2022 годы количество реализуемых санаторно-курортных продуктов в Российской Федерации вырастет в пределах 8 %. Рост ожидается не только за счет увеличения среднего времени пребывания в санаторно-курортных организациях, но и за счет увеличения количества потребителей. Рост количества потребителей будет связан с расширением ассортимента лечебно-рекреационных программ и повышением качества обслуживания [7].

По данным Федеральной службы государственной статистики РФ, число санаторно-курортных организаций на территории Сибирского федерального округа уменьшилась за период с 2009 по 2016 гг. с 268 до 202 (на 24,6 %). Вместе с тем, наблюдается увеличение числа санаторно-курортных организаций на территории Республики Тыва (увеличение с 3 в 2009 году до 4 санаторно-курортных организаций в 2016 году), в Ставропольском крае (увеличение со 104 в 2009 году до 110 санаторно-курортных организаций в 2016 году), в Ленинградской области (увеличение с 17 в 2009 году до 21 санаторно-курортной организации в 2016 году) [14].

Проследить за изменением совокупных доходов санаторно-курортных организаций за период 2009-2016 гг. можно на рисунке 2:



**Рис. 2.** Динамика совокупных доходов санаторно-курортных организаций РФ за период 2009-2016 гг., млн. руб.

Число санаторно-курортных организаций является одним из наиболее важных общероссийских параметров учета в санаторно-курортной сфере. Следует отметить, что

данные о числе санаторно-курортных организаций и их персонала не в полной мере характеризуют емкость рынка. Это связано с тем, что указанные данные не характеризуют объем и стоимость совершаемых операций по продаже конкретных санаторно-курортных продуктов.

На конец 2016 года в России насчитывалось более 1830 санаторно-курортных организаций. Следует отметить, что в качестве единицы статистического учета может выступать как небольшой пансионат с числом мест менее 100, так и огромная многопрофильная санаторно-курортная организация, включающая в свой состав несколько санаториев и характеризующаяся многомиллионным оборотом (таблица 1) [15].

**Таблица 1.** Состав санаторно-курортных организаций по видам в Российской Федерации в 2011-2016 гг.

Вид санаторно-курортной организации	Число санаторно-курортных организаций за год					
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Санаторий	706	685	669	718	729	752
Санаторий для детей	368	357	335	350	321	286
Санаторий для детей с родителями	74	77	77	91	97	89
Санаторный оздоровительный лагерь круглогодичного действия	135	131	129	130	140	150
Санаторий-профилакторий	655	637	612	597	568	529
Курортная поликлиника, бальнеологическая, грязелечебница	21	18	18	19	23	24
<b>Всего</b>	<b>1959</b>	<b>1905</b>	<b>1840</b>	<b>1905</b>	<b>1878</b>	<b>1830</b>

Численность детских санаториев за последние 6 лет снизилась с 442 до 375 организаций.

Преобладающим типом санаторно-курортных учреждений в Российской Федерации являются санатории и санатории-профилактории. На 01 января 2016 г. их доля среди всех санаторно-курортных учреждений составила около 41 % и 28,9 % соответственно [6].

По данным Федеральной службы государственной статистики РФ, в санаторно-курортной сфере Российской Федерации на 2016 год было занято более 230 тыс. человек или около 0,2 % от общей численности населения России. Данные о средней численности работников санаторно-курортных организаций представлены в таблице 2 [2].

**Таблица 2.** Среднесписочная численность работников, занятых в деятельности санаторно-курортных учреждений в 2011–2016 гг. [2]

Среднесписочная численность работников санаторно-курортных учреждений, тыс. чел.	Значение показателя за год					
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Российская Федерация	263,5	263,39	254,38	232,2	234,37	236,3

На фоне тенденции к сокращению числа санаторно-курортных организаций на территории Российской Федерации показывает отрицательную динамику и показатель численности персонала, занятого в санаторно-курортных учреждениях Российской Федерации, который уменьшился в пределах 10 %. В Сибирском федеральном округе отрицательная динамика составила 27,4 % [8].

За последние 5 лет на санаторно-курортном рынке наблюдаются достаточно высокие темпы роста числа потребителей санаторно-курортных продуктов.

По прогнозу, представленному консалтинговым агентством BusinessStat, доля потребителей санаторно-курортных продуктов от общего числа жителей России в 2018 году составит 4,52 %, а к 2023 году вырастет до 4,86 % [9].

В 2011-2012 гг. среднестатистический потребитель проводил в санаторно-курортной организации 11 дней. Кризис способствовал тому, что отечественные потребители стали выбирать менее продолжительный отдых. В 2015 г. среднее ежегодное число дней пребывания в санаториях составило 9 дней [13].

По прогнозам специалистов, в ближайшие 5 лет (с 2018 по 2022 год) число потребителей санаторно-курортных продуктов стабильно возрастать. Это во многом обусловлено активным развитием инфраструктуры санаторно-курортных организаций, диверсификацией лечебно-оздоровительных программ и адаптацией экономики РФ к условиям ограничений (санкции).

В настоящее время рынок санаторно-курортных услуг в нашей стране активно развивается. В ближайшее десятилетие будет формироваться премиум-сегмент санаторно-курортной сферы. Российские санаторно-курортные комплексы будут составлять серьезную конкуренцию с зарубежными комфортными спа-курортами за счет гораздо более привлекательного ценового предложения. Иными словами, будут появляться новые виды санаторно-курортных продуктов и значительно улучшится материально-техническая база санаториев [12].

Быстрая смена фаз экономического цикла увеличивает потребность в системной проработке теоретико-методических положений по проблемам эффективного использования санаторно-курортного потенциала территорий.

На рубеже веков в санаторно-курортной сфере, как и в большинстве других сфер национального хозяйства, наблюдался стабильный экономический рост. Надежным индикатором реформирования санаторно-курортной сферы являлась положительная динамика числа хозяйствующих субъектов, количества проданных санаторно-курортных продуктов и оказанных санаторно-курортных услуг [1].

Устойчивый рост этих показателей свидетельствовал об увеличении предпринимательской активности и обострении уровня конкуренции на потребительском рынке. Это, в свою очередь, способствовало существенному расширению ассортимента предложения и увеличению уровня продаж санаторно-курортных продуктов. Конкуренция, при ограниченности мощностей современных объектов инфраструктуры, позволяет достичь эффективного в достаточной степени использования санаторно-курортного потенциала территорий, и обеспечивает положительное воздействие санаторно-курортного комплекса на экономику большого числа субъектов Российской Федерации.

#### **4. Заключение**

В кризисных ситуациях продуцирование качественных санаторно-курортных продуктов должно основываться на требованиях оптимальности, экономичности, научного предвосхищения управленческих решений. Первостепенным становится решение вопросов обеспечения стабильности тех позиций, которые были завоеваны санаторно-курортными организациями на этапе роста, при условии полного использования санаторно-курортного потенциала конкретной организации.

#### **Литература**

1. Архипов А.Е., Нюренбергер Л.Б. Логистическое управление как инструмент модернизации отечественного рынка услуг (на примере туристской отрасли) // Наука и практика. 2013. №3 (11). С. 39-44.
2. Ветитнев А.М., Киселева А.А., Конторских А.П. Управление развитием рынка лечебно-оздоровительного туризма: монография. М.: ИНФРА-М, 2016. 158 с.
3. Гварлиани Т.Е., Воробей Е.К. Тенденции развития туристско-рекреационных комплексов и их особенности на юге России // Сфера обращения: проблемы и перспективы развития. Пермь: Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. С. 196-213.
4. Дусенко С.В., Лебедев К.А., Нюренбергер Л.Б., Архипов А.Е. Формирование управления субъектами туристического бизнеса. Москва Новосибирск: РГУТиС. 2014. 200 с.
5. Егорова Н.Н., Нюренбергер Л.Б., Архипов А.Е., Таскаев Е.Н. Организационные и социально-экономические аспекты функционирования туристской отрасли. Кемерово: КемГТУ, 2009. 166 с.

6. Климова Э.Н., Климова Т.В. Инновационность туристского продукта в борьбе за конкурентоспособность // Международный научно-исследовательский журнал. 2016. №11-1 (53). С. 40-43.
7. Левченко Т.П., Корягина Е.В., Левченко К.К. Система сбалансированных показателей как важнейший инструмент повышения эффективности управления предприятиями туристского бизнеса // Сервис в России и за рубежом. 2016. Т.10. №9 (70). С. 58-64.
8. Левченко Т.П., Макаров М.Ю. Структурированный подход к типологизации туристских территорий // Sochi Journal of Economy. 2015. №12(35). С. 90-96.
9. Леушина О.В., Зотова Е.Г. Факторы, определяющие развитие индустрии гостеприимства // Научное и образовательное пространство: перспективы развития. – Чебоксары: ООО «Центр научного сотрудничества «Интерактив плюс». 2017. С. 328-331.
10. Лучина Н.А., Климова Т.В., Севрюков И.Ю. Рынок услуг России: современные тенденции спроса // Теоретический и практический взгляд на современное состояние науки. Кемерово: КузГТУ. 2015. С. 182-184.
11. Нюренбергер Л.Б. Современные тенденции формирования туристско-рекреационного спроса населения // Труд и социальные отношения. 2009. №6. С. 34-37.
12. Нюренбергер Л.Б., Архипов А.Е. Имидж как ведущий компонент нематериальных активов санаторно-курортного предприятия // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2011. №3. С. 219-228.
13. Романова Г.М., Ветитнев А.М. Импортозамещение в туризме: новые возможности для российской туристической индустрии // Sochi Journal of Economy. 2015. №1 (34). С. 144-150.
14. Севрюков И.Ю. Рынок туристских услуг: современное состояние и тенденции развития // Экономика: теория и практика. 2016. №4 (44). С. 43-48.
15. Таскаев Е.Н., Севрюков И.Ю. Возникновение и развитие массового туризма: ретроспективный анализ // Современные исследования социальных проблем. 2014. №4.1 (20). С. 376-389.

## References

1. Arkhipov A.E., Nyurenberger L.B. Logisticheskoe upravlenie kak instrument modernizatsii otechestvennogo rynka uslug (na primere turistskoi otrasli) // Nauka i praktika. 2013. №3 (11). S. 39-44.
2. Vetitnev A.M., Kiseleva A.A., Kontorskikh A.P. Upravlenie razvitiem rynka lechebno-ozdorovitel'nogo turizma: monografiya. M.: INFRA-M, 2016. 158 s.
3. Gvarliani T.E., Vorobei E.K. Tendentsii razvitiya turistsko-rekreatsionnykh kompleksov i ikh osobennosti na yuge Rossii // Sfera obrashcheniya: problemy i perspektivy razvitiya. Perm': Permskii institut (filial) FGOBU VO «Rossiiskii ekonomicheskii universitet im. G.V. Plekhanova. S. 196-213.
4. Dusenkov S.V., Lebedev K.A., Nyurenberger L.B., Arkhipov A.E. Formirovanie upravleniya sub"ektami turistskogo biznesa. Moskva Novosibirsk: RGUTiS. 2014. 200 s.
5. Egorova N.N., Nyurenberger L.B., Arkhipov A.E., Taskaev E.N. Organizatsionnye i sotsial'no-ekonomicheskie aspekty funktsionirovaniya turistskoi otrasli. Kemerovo: KemGTU, 2009. 166 s.
6. Klimova E.N., Klimova T.V. Innovatsionnost' turistskogo produkta v bor'be za konkurentosposobnost' // Mezhdunarodnyi nauchno-issledovatel'skii zhurnal. 2016. №11-1 (53). S. 40-43.
7. Levchenko T.P., Koryagina E.V., Levchenko K.K. Sistema sbalansirovannykh pokazatelei kak vazhneishii instrument povysheniya effektivnosti upravleniya predpriyatiyami turistskogo biznesa // Servis v Rossii i za rubezhom. 2016. T.10. №9 (70). S. 58-64.
8. Levchenko T.P., Makarov M.Yu. Strukturirovannyi podkhod k tipologizatsii turistskikh territorii // Sochi Journal of Economy. 2015. №12(35). S. 90-96.
9. Leushina O.V., Zotova E.G. Faktory, opredelyayushchie razvitie industrii gostepriimstva // Nauchnoe i obrazovatel'noe prostranstvo: perspektivy razvitiya. – Cheboksary: ООО «Tsentr nauchnogo sotrudnichestva «Interaktiv plus». 2017. S. 328-331.
10. Luchina N.A., Klimova T.V., Sevryukov I.Yu. Rynok uslug Rossii: sovremennye tendentsii sprosa // Teoreticheskii i prakticheskii vzglyad na sovremennoe sostoyanie nauki. Kemerovo: KuzGTU. 2015. S. 182-184.

11. Nyurenberger L.B. Sovremennye tendentsii formirovaniya turistsko-rekreatsionnogo sprosa naseleniya // Trud i sotsial'nye otnosheniya. 2009. №6. S. 34-37.
12. Nyurenberger L.B., Arkhipov A.E. Imidzh kak vedushchii komponent nematerial'nykh aktivov sanatorno-kurortnogo predpriyatiya // Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava. 2011. №3. S. 219-228.
13. Romanova G.M., Vetitnev A.M. Importozameshchenie v turizme: novye vozmozhnosti dlya rossiiskoi turindustrii // Sochi Journal of Economy. 2015. №1 (34). S. 144-150.
14. Sevryukov I.Yu. Rynok turistskikh uslug: sovremennoe sostoyanie i tendentsii razvitiya // Ekonomika: teoriya i praktika. 2016. №4 (44). S. 43-48.
15. Taskaev E.N., Sevryukov I.Yu. Vozniknovenie i razvitie massovogo turizma: retrospektivnyi analiz // Sovremennye issledovaniya sotsial'nykh problem. 2014. №4.1 (20). S. 376-389.

УДК 338.484

## Концептуальные основы развития санаторно-курортного туризма в России

Иван Юрьевич Севрюков <sup>а, \*</sup>

<sup>а</sup> Новосибирский государственный университет экономики и управления,  
Российская Федерация

**Аннотация.** Выявление общих закономерностей, современных тенденций и направлений развития отечественного санаторно-курортного рынка в разрезе отдельных регионов страны позволяет определить вектор воздействия на целевые контактные аудитории с целью формирования оптимального предложения санаторно-курортных продуктов, отвечающих потребностям населения. В основе принятия обоснованных управленческих решений в области санаторно-курортного туризма должны лежать перманентные комплексные исследования конкурентной среды отраслевого рынка, выявление перспективных контактных аудиторий и разработка активных мероприятий по продвижению санаторно-курортных продуктов для них. Это является основой того, что, несмотря на неблагоприятные конъюнктурные тенденции, в РФ наблюдается положительная динамика числа хозяйствующих субъектов, количества проданных санаторно-курортных продуктов и оказанных санаторно-курортных услуг.

**Ключевые слова:** санаторно-курортный комплекс, санаторно-курортный продукт, спрос, предложение, конкуренция.

---

\* Корреспондирующий автор  
Адреса электронной почты: [ivan.sevruikov@gmail.com](mailto:ivan.sevruikov@gmail.com) (И.Ю. Севрюков)