

ИССЛЕДОВАНИЕ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОГО САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСА

Матвей Сергеевич ОБОРИН^{а*}, Тамара Александровна НАГОЕВА^б

^а доктор экономических наук, профессор кафедры экономического анализа и статистики, Пермский институт (филиал) Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова, Пермь, Российская Федерация
recreachin@rambler.ru
ORCID: отсутствует
SPIN-код: 8200-9024

^б старший преподаватель кафедры экономического анализа и статистики, Пермский институт (филиал) Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова, Пермь, Российская Федерация
nagoeva.ta@mail.ru
ORCID: отсутствует
SPIN-код: 2021-2700

* Ответственный автор

История статьи:

Получена 27.08.2018
Получена в доработанном виде 10.09.2018
Одобрена 24.09.2018
Доступна онлайн 29.11.2018

УДК 339.137.2, 338.001.36,
332.024.3
JEL: D40, I18, L10, L22,
O10

Ключевые слова:

конкурентоспособность, санаторно-курортный комплекс, потребитель, регион

Аннотация

Предмет. Экономическая эффективность конкурентоспособного регионального санаторно-курортного комплекса.

Цели. Определение понятия «конкурентоспособность санаторно-курортного комплекса» и введение оценочных критериев. Исследование существующих методов оценки конкурентоспособности санаторно-курортного комплекса и формирование авторской системы оценки с позиции удовлетворения потенциального спроса потребителей санаторно-курортных услуг.

Методология. Исследование базируется на результатах анализа научных трудов в области экономики, маркетинга и организации санаторно-курортной деятельности. Статистической обработке подвергнут значительный объем данных, характеризующих состояние комплекса Пермского края и субъектов – лидеров санаторно-курортного комплекса России.

Результаты. Расширен теоретико-методологический аппарат. Предложена авторская система оценки конкурентоспособности, включающая: использование метода SNW-анализа; группировку факторов конкурентоспособности по пяти значимым группам; коэффициентный анализ уровня конкурентоспособности с позиции удовлетворения потенциального спроса потребителей.

Выводы. Авторское исследование может быть использовано как теоретико-методологическая основа программного планирования развития регионального санаторно-курортного комплекса.

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2018

Для цитирования: Оборин М.С., Нагоева Т.А. Исследование методов оценки конкурентоспособности регионального санаторно-курортного комплекса // *Экономический анализ: теория и практика*. – 2018. – Т. 17, № 11. – С. 2043 – 2065.
<https://doi.org/10.24891/ea.17.11.2043>

Развитие современной социально-экономической ситуации в Российской Федерации имеет ряд негативных тенденций: несмотря на существенные преобразования в системе здравоохранения, продолжается рост заболеваемости населения, качество медицинской помощи снижается. К факторам снижения качества здоровья населения необходимо отнести рост промышленного производства, вызывающий ухудшение экологической обстановки, и отсутствие эффективной системы профилактики заболеваний. Развитие этой системы позволит снизить нагрузку на медицинские учреждения,

будет способствовать изменению отношения населения к своему здоровью, повысит качество жизни. Рассмотренные функции с высокой результативностью выполняют организации санаторно-курортного комплекса (СКК).

Сейчас в Российской Федерации 1 830 курортов, санаториев, профилакториев, санаторно-оздоровительных центров с общим объемом выручки за 2016 г. в 85 575 млн руб. Если рассматривать уровень конкуренции отечественного СКК, следует отметить высокую степень концентрации организаций, что подтверждает наличие конкурентного рынка. Однако в региональном разрезе большинство СКК имеют низкий уровень конкурентоспособности.

Комплекс при всей своей специфичности (определяемой уникальностью факторов производства, функционалом, структурными элементами) является частью экономической системы страны и региона в частности. Поэтому вполне объясним интерес к комплексу и системе его государственного регулирования, фундаментальным и прикладным исследованиям в области развития курортного дела.

По нашему мнению, некоторые положения проекта Стратегии развития санаторно-курортного комплекса Российской Федерации¹ (далее – Стратегия) не отражают ряда аспектов концептуального характера, а значит, и в процессе реализации государственных программ на ее основе могут возникнуть проблемы. Так, понимание СКК как объединения только организаций, осуществляющих деятельность по санаторно-курортному лечению и оказывающих услуги по размещению, формирует ограниченное представление о комплексе. Вместе с тем деятельность организаций, оказывающих сопутствующие услуги отдыхающим на курортно-рекреационной территории, имеет существенное значение в комплексе. Стратегия не предусматривает мер по

¹ Проект Стратегии развития санаторно-курортного комплекса Российской Федерации.
URL: <https://www.rosminzdrav.ru/ministry/61/4/stranitsa-857/proekt-strategii-razvitiya-sanatorno-kurortnogo-kompleksa-rossiyskoy-federatsii>

созданию эффективного механизма развития конкуренции на рынке санаторно-курортных услуг (СКУ) и при этом подразумевает субсидирование за счет средств бюджетной системы.

Разделяя взгляды М. Портера² о роли правительства в формировании конкурентоспособных отраслей, необходимо отметить, что даже при высоком уровне социальной ориентированности объекта исследования такой способ государственного регулирования эффективен для отдельных организаций на краткосрочную перспективу и не способствует созданию конкурентного комплекса. Однако дерегулирование может, наоборот, привести к резкому контрасту структуры комплекса. Стратегия, на наш взгляд, должна включать государственные меры по содействию в развитии конкуренции (к примеру, в части формирования требований к качеству санаторно-курортной услуги) и поощрению исследований и развитию инноваций.

О важности построения и развития СКК, основой которого являются принципы конкуренции писали как отечественные [1–3], так и зарубежные ученые [4, 5] в исследованиях, посвященных рынку лечебно-оздоровительного туризма.

Изучению конкурентоспособности СКК и поиску инструментов ее повышения посвящены исследования А.М. Ветитнева, Л.Б. Журавлевой³, О.А. Никитиной [6], В.А. Квартальнова⁴, Г.М. Романовой [7] и др.

В совместном исследовании А.М. Ветитнева и Я.А. Войновой⁵ подчеркивалась комплексность рассматриваемого понятия, которая охватывает природные, социально-экономические, научно-образовательные, технические, информационные и институциональные условия.

² Портер М.Э. Конкуренция. М.: Вильямс, 2005. 605 с.

³ Ветитнев А.М., Журавлева Л.Б. Курортное дело. М.: КноРус, 2017. 528 с.

⁴ Квартальнов В.А. Теория и практика туризма. М.: Российская международная академия туризма, 2003. 672 с.

⁵ Ветитнев А.М., Войнова Я.А. Организация санаторно-курортной деятельности. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. 272 с.

Территориальные природно-географические особенности курортно-рекреационной территории рассмотрены В.В. Киселевым [2], как одни из важнейших факторов конкурентоспособности. Он конкретизировал содержание рекреационной привлекательности СКК региона. Высокая степень зависимости конкурентоспособности СКК от уровня социально-экономического развития территории отмечается автором работы [1]. Он создал авторскую методику на основе кластерного подхода оценки конкурентоспособности региональных рынков санаторно-курортных услуг.

Конкурентоспособность санаторно-курортных организаций (СКО) исследована в работах [8–11] и др. Так, автор работы [11] под конкурентоспособностью санаторно-курортных организаций понимает способность формировать внутренние и внешние стратегические преимущества, позволяющие добиться превосходства над конкурентами в долгосрочной перспективе и отражаемые через показатели, адекватно характеризующие такую способность и ее динамику. Предложенная методология сосредоточена на оценке текущего конкурентного статуса СКО и определении стратегических направлений развития.

Экономическая и финансовая устойчивость СКО, по мнению Н.В. Климовских, является основой конкурентоспособности [12]. При этом автор предлагает в дополнение к методам анализа и оценки финансово-экономического состояния организации применять метод рейтинговой оценки. Безусловно, использование методов финансово-экономического анализа положительно отражается на объективности представлений о конкурентоспособности как отдельной организации, так и СКК в целом.

Отдельные аспекты конкурентоспособности СКК отражены в исследованиях Ю.В. Чеснокова [13], Е.А. Джанджугазовой [14] и др. Инновации как фактор рассмотрены Я.А. Войновой [15] и др.

В нашем исследовании предлагается новое определение понятия «конкурентоспособность санаторно-курортного комплекса», под

которой понимается способность СКК создавать и развивать факторы, позволяющие производить конкурентоспособные санаторно-курортные услуги, которые одновременно конкурируют на различных уровнях (микроуровне, субнациональном, национальном, международном) и создают условия для социально-экономического развития территорий.

В процессе анализа важны критерии конкурентоспособности (рис. 1).

Среди критериев особо выделяется достижение высокого уровня конкуренции организаций внутри комплекса. Именно соперничество внутри объединения организаций (рынка, отрасли, комплекса), по мнению М. Портера, стимулирует развитие уникальных специализированных факторов производства⁶. Также соперничество между организациями внутри комплекса способствует формированию и развитию смежных отраслей народного хозяйства.

Необходимо подчеркнуть тесную взаимосвязь конкурентоспособности регионального СКК с уровнем развития региона.

Во-первых, в отдельных регионах до 80% отдыхающих в санаторно-курортных организациях, – это жители данного региона и, соответственно, комплекс зависит от социально-демографических изменений и изменений в качестве жизни населения, при этом от того, насколько гибко он реагирует на перемены, зависит достижение ряда критериев.

Во-вторых, качество региональной экономики и ее инвестиционная привлекательность, безусловно, положительно отражаются на развитии конкурентных преимуществ курортно-рекреационных территорий (расширяется и качественным образом преобразуется инфраструктура, увеличиваются турпоток и инвестиции).

В-третьих, комплекс, выполняющий практически все критерии, сам может стать локомотивом регионального социально-

⁶ Портер М.Э. Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран. М.: Международные отношения, 1993. 896 с.

экономического развития. Некоторые количественные показатели санаторно-курортных комплексов представлены в *табл. 1*.

Следует отметить, что во всех регионах значительная часть отдыхающих предпочитает местные здравницы, и именно эти регионы устойчиво демонстрируют прибыльность санаторно-курортной деятельности. Если рассматривать один из показателей уровня конкуренции – коэффициент концентрации, то высокий его уровень отмечается среди субъектов СКК в Ставропольском и Краснодарском краях (14,97 и 18,014% соответственно), а вот комплексы Республики Башкортостан, Алтайского и Пермского краев, согласно методологии расчета показателя, практически не конкурентны. Чтобы оценить уровень конкуренции регионального комплекса следует обратиться к методам, в основу которых заложен системный подход к исследованию объекта.

Нами проведен анализ нескольких групп методов оценки конкурентоспособности СКК (*табл. 2–4*).

Модель «5 конкурентных сил» М. Портера в исследовании СКК обладает рядом преимуществ, а именно:

- комплекс – это антропоцентричная система, следовательно, особое значение имеет «рыночная власть покупателей». Потребитель может ужесточать конкуренцию за счет предъявления более высоких требований к качеству лечения, сервиса, к уровню развития инфраструктуры курортов, а также оказывать влияние на уровень цен. Модель дает возможность изучить различные сценарии поведения потребителей и построить прогноз конкурентной позиции комплекса;
- в качестве альтернативы санаторно-курортному лечению выступают spa-услуги. Согласно модели Портера эти услуги есть услуги-заменители и их присутствие на рынке также способно обострить конкуренцию. Однако в большинстве регионов РФ spa-услуги не имеют широкого

распространения. Создание бренда с четкой дифференциацией услуг и с применением технологических инноваций является эффективным способом повышения конкурентоспособности комплекса.

Эффективность метода «5 конкурентных сил» М. Портера проявляется также на уровне определения конкурентной позиции отдельной СКО и прогноза будущего этой организации на конкретном отраслевом рынке.

Экономико-математическое моделирование позволяет обработать значительный массив данных, определить закономерность изменения показателей, оценить факторы и условия внутренней и внешней среды, влияющие на конкурентоспособность комплекса, спрогнозировать направления развития комплекса.

Большинство ученых в исследовании конкурентоспособности санаторно-курортных комплексов включают использование SWOT-анализа. Его применение обусловливается многоаспектностью и способностью комплексно оценить текущее состояние СКК в разрезе сильных, слабых сторон, угроз и возможностей. Перечень показателей при этом не ограничивается, что является безусловным преимуществом данного метода.

В оценке конкурентоспособности СКК помимо рассмотренных методов на определенной стадии либо к отдельному элементу комплекса могут быть применены модель Нориаки Кано, матрица General Electric (GE/McKinsey matrix), метод оценки коэффициента потребительского предпочтения, метод оценки индекса рыночной устойчивости (власти). Краткая характеристика методов представлена в *табл. 3*.

Контент-анализ позволил сделать вывод, что данные методы (*табл. 3*) применимы к анализу СКК в различном приближении.

Авторские методики рассмотрены в *табл. 4*. Большинство методов включают показатели экономической эффективности СКК, группы показателей природно-ресурсного и инвестиционного потенциала, востребованности и качества санаторно-курортных услуг и т.д.

Таким образом, в результате проведенного анализа можно сделать ряд предварительных выводов:

- формирование высокого уровня конкурентности СКК должно происходить на всех уровнях;
- роль государства в регулировании комплекса должна заключаться в создании условий для развития конкуренции;
- перечень методов оценки конкурентоспособности СКК одновременно сочетает как общие методы, так и авторские, более точно отражающие специфику объекта исследования;
- на сегодняшний день не существует общепризнанной методики оценки конкурентоспособности СКК.

Нами предложена система оценки конкурентоспособности СКК с выработкой критериев и факторов, включающая анализ текущего состояния комплекса и расчет показателей.

Система включает несколько логических этапов.

Первый этап системы включает сбор данных о состоянии СКК и факторах конкурентоспособности. Под факторами конкурентоспособности в данном случае будем понимать явления и процессы производственно-хозяйственной деятельности субъектов СКК и условия социально-экономического развития региона, которые вызывают рост экономической эффективности субъектов, повышение удовлетворенности потребителей, изменение социально-демографической ситуации в регионе и приводят к изменению уровня конкурентоспособности комплекса.

Новаторским методом в анализе и оценке конкурентоспособности комплекса является SNW-анализ, преимущества которого состоят в следующем:

- в основе метода заложены принципы системного анализа объекта исследования;

- в качестве источников информации могут вступать данные официальных служб и ведомств, результаты экспертного опроса, материалы научных исследований;
- градация факторов конкурентоспособности проводится в разрезе трех групп: сильные, слабые и нейтральные;
- каждая группа конкретизирована по таким направлениям, как технологии санаторно-курортной деятельности, природные и рекреационные ресурсы, маркетинг, персонал, финансы.

Содержательная характеристика факторов конкурентоспособности регионального СКК представлена в *табл. 5*.

В качестве оценочных параметров метод SNW-анализа предусматривает введение таких параметрических характеристик, как уровень, степень удовлетворенности, качество.

Сложность состава СКК, связанная с его функционалом, многокомпонентностью, ролью в социально-экономическом развитии региона и страны определяет необходимость комплексного использования нескольких методов в оценке конкурентоспособности.

Особое влияние на комплекс оказывает потребитель, формируя требования к качеству санаторно-курортной услуги и ее комплектности, оказывая непосредственное влияние на ценообразование и финансовую результативность комплекса, определяя вектор его развития. Поэтому в рамках *второго этапа* предложен комплексный показатель, который позволит оценить конкурентные преимущества СКК в удовлетворении потребительского спроса.

Содержание показателя должно отражать элементы, анализ которых дает возможность оценить динамику изменения потребительского спроса, потенциальную емкость СКК, уровень конкуренции между организациями, а также степень привлекательности комплекса для отдыхающих (*табл. 6*).

Предложенный показатель оценки конкурентоспособности предполагает расчет

емкости СКК и рыночного потенциала. Среди ученых и экономистов нет единства мнений относительно содержания этих понятий. Некоторые отождествляют эти понятия, сводя их к сравнению максимально возможного покупательского спроса и величины предложения товаров, работ и услуг. В свою очередь И.К. Беляевский с соавторами⁷, В.А. Акифьева и Т.Н. Батова [18] считают, что экономическое содержание этих понятий имеет существенные различия. Мы разделяем их точку зрения.

Под емкостью СКК будем понимать возможный совокупный платежеспособный спрос на санаторно-курортные услуги в определенный период времени и при текущем уровне цены. При этом рыночный потенциал СКК, по нашему мнению, – это потенциально возможный объем продаж санаторно-курортных услуг, рассчитанный на определенный период времени при наиболее благоприятных условиях.

Интерпретация результатов, полученных в результате расчета показателей, представлена в табл. 7. При переводе значений в баллы использовался метод экспертных оценок.

Комплексный показатель с учетом весовых коэффициентов представляет собой сумму, итоговое значение которой также необходимо интерпретировать по предложенной нами шкале:

$$Com - essD_{skk} = Tg_{NR} 0,2 + Ptp_{skk} 0,1 + TrE_{skk} 0,2 + TrMP_{skk} 0,2 + Kc_{skk} 0,3.$$

Если значение показателя $Com - essD_{skk}$ составит число, входящее в предел от 3,2 до 4,1, то необходимо считать, что комплекс обладает высоким уровнем конкурентоспособности в части удовлетворения потребительского спроса. Особо необходимо отметить значение высокого уровня коэффициента $Com - essD_{skk}$ для регионального СКК. Уровень конкурентоспособности выше среднего характерен для комплексов, чья оценка колеблется в пределах от 2,6 до 3,1. В этом случае фактический объем продаж СКК от 10

до 15% не достигает уровня потенциальной емкости регионального рынка либо рыночного потенциала комплекса. Если значение коэффициента $Com - essD_{skk}$ находится в пределах от 1,9 до 2,5, то у комплекса средний уровень конкурентоспособности с точки зрения удовлетворения потенциального спроса на услуги. Низким уровнем в данном случае считается конкурентоспособность от 0,8 до 1,8.

Третий этап формирования системы оценки конкурентоспособности предполагает прогнозирование изменений в конкурентоспособности СКК. Особое значение имеет выбор метода оценки эффективности программ по повышению конкурентоспособности СКК.

В качестве практического примера нами исследована конкурентоспособность СКК Пермского края в соответствии с предложенной системой. Пермский край – регион с исторически сложившимися традициями санаторно-курортного лечения. Первые источники природных минеральных вод были открыты здесь в первой половине XVIII в., а история курортного дела берет начало с 1828 г. Современная позиция СКК края на национальном рынке определяется уровнем развития курортов, расположенных на его территории, широтой перечня природных лечебных ресурсов, финансово-экономическими показателями. Сейчас комплекс по уровню выручки санаторно-курортных организаций занимает шестое место.

На рис. 2 представлены SNW-анализ СКК Пермского края и варианты преобразования нейтральных и слабых факторов конкурентоспособности. Десять факторов из девятнадцати можно оценить как сильную сторону конкурентоспособности СКК Пермского края. Среди них высокий уровень технологической составляющей комплекса и обладание внушительным объемом разнообразных природных лечебных ресурсов. К примеру, доля месторождений этих ресурсов, задействованных в процессе санаторно-курортной деятельности, составляет 27%.

⁷ Беляевский И.К. и др. Статистика рынка товаров и услуг. М.: Финансы и статистика, 1995. 432 с.

Достижение желаемой конкурентоспособности предполагает поиск инструментов, способов и методов изменения текущей ситуации и создает возможность для поиска новых точек роста.

В SNW-анализе желаемое состояние конкурентоспособности СКК Пермского края представляется нам как оценка всех факторов как сильных в четыре балла из пяти. Достижение оценки в четыре балла для комплекса региона – сложная задача, требующая разработки стратегических мероприятий на долгосрочную перспективу. При этом необходимо понимать, что достижение этого состояния спровоцирует усиление конкуренции с традиционными конкурентами края – комплексами республик Башкортостан и Татарстан. Конкурентная борьба между комплексами развернется в основном за внимание потребителя и в рамках субнационального уровня (им является Приволжский федеральный округ).

К примеру, комплексным мероприятием по маркетингу может быть система продвижения регионального рынка SKU, предложенная в работе [19], которая способна изменить уровень конкурентоспособности комплекса края.

Результат расчета комплексного показателя оценки конкурентоспособности СКК Пермского края, с позиции удовлетворения потребительского спроса, представлен в *табл. 8*.

Информационной базой анализа послужили данные Федеральной службы государственной статистики за 2016 г., материалы отчета по госконтракту № СЭД-30-01-04-28 «Оценка перспектив использования месторождений минеральных вод и лечебных грязей Пермского края для развития санаторно-курортного дела», исследования И.К. Беляевского⁸, Т.С. Бронниковой и В.В. Котрина [20], И.В. Моисеенко и Е.В. Носковой [21], посвященные методологии исследования емкости рынка и рыночного потенциала.

⁸ Беляевский И.К. и др. Статистика рынка товаров и услуг. М.: Финансы и статистика, 1995. 432 с.

Итоговое значение комплексного показателя составляет 2,1. Согласно шкале, приведенной ранее, уровень конкурентоспособности СКК является средним с точки зрения удовлетворения потенциального спроса на услуги. Несмотря на положительную динамику турпотока в 2016 г. и приемлемое значение коэффициента многопрофильности краевой комплекс все же не способен в полной мере обеспечить потребности в санаторно-курортном отдыхе и лечении населения региона. Расчет показателей емкости комплекса и рыночного потенциала произведен на основании данных о численности трудоспособного населения Пермского края в возрасте от 15 до 72 лет с учетом средней частоты приобретения путевок, стоимости, которая также определена из расчета средней стоимости дня пребывания на курорте и средней продолжительности. В расчете рыночного потенциала учтены данные 2011 г., как наиболее благоприятного периода для СКК Прикамья.

Для повышения конкурентоспособности СКК Пермского края большое значение имеет то, как функционируют законы рынка и формируется ли при этом конкурентный рынок санаторно-курортных услуг. Задачи правительства региона – создать условия для развития конкуренции, в том числе при помощи государственного регулирования, изменения социально-демографической ситуации и повышения инвестиционной привлекательности региона. Перечисленные меры достижимы лишь в долгосрочной перспективе.

Если же стремление правительства – в кратчайшие сроки обеспечить экономический рост показателей комплекса (как одного из факторов конкурентоспособности), то необходимо повышать интерес потенциальных потребителей. Регионы широко применяют субсидирование части стоимости санаторно-курортного лечения определенным категориям граждан. Недостатки этого способа состоят в следующем: объем субсидий ограничен и год от года изменяется, следовательно, как фактор конкурентоспособности он имеет низкий уровень оценки. Охват граждан,

нуждающихся в санаторно-курортном лечении, ограничен рядом условий, поэтому о значительном приросте турпотока речи идти не может.

Заменой этого способа следует считать региональную систему продвижения санаторно-курортных услуг, которая охватывала бы ключевых участников – субъектов СКК и потребителей, органы государственной власти, субъектов рекламной деятельности и др. При этом система должна быть гибкой к изменению окружающей среды и, в частности, к изменяющемуся спросу потенциальных потребителей.

Немаловажную роль в изучении конкурентоспособности СКК Прикамья имеют научные исследования. Так, в крае существует несколько высших учебных заведений, профессорско-преподавательские коллективы которых занимаются проблемами развития регионального СКК.

Результаты проведенного исследования позволяют сделать ряд выводов.

Изучение теоретико-методологических аспектов конкурентоспособности СКК позволило выявить разницу во взглядах

ученых на ее содержание и критерии, степень зависимости от окружающей среды, необходимость построения комплекса на базе принципов конкуренции.

Наше исследование также подтверждает необходимость системного исследования конкурентоспособности СКК, в котором может быть применен один или несколько методов, объединяющих общие, узкоспециализированные и авторские методы.

Предложенная нами система оценки конкурентоспособности СКК обладает определенной новизной, которая заключается в использовании SNW-анализа (усовершенствованной версии SWOT-анализа) и расчете комплексного показателя конкурентоспособности СКК с точки зрения удовлетворения потенциального потребительского спроса. Практический пример подтвердил целесообразность применения данной системы.

Однако как и любая другая оценочная система, приведенная нами система оценки конкурентоспособности под воздействием различного рода факторов может изменяться, что, безусловно, составит предмет дальнейших исследований.

Таблица 1**Социально-экономические показатели региональных санаторно-курортных комплексов****Table 1****Socio-economic indicators of regional sanatorium and resort complexes**

Субъект Федерации	Количество СКО	СКО – лидеры в РФ	Коэффициент концентрации, %	Доля в ВРП региона, %	Доля рекреантов в общем турпотоке региона, %	Доля выручки СКК региона в общем объеме выручки СКК РФ, %	Место
Краснодарский край	206	ООО «КСКК АкваЛео», ФГАУ «ОК «Дагомыс»	18,014	0,873	23,731	24,785	1-е
Ставропольский край	117	ООО «СКК Русь», ООО «Центрсоюз – Кисловодск»	14,97	1,753	59,188	14,566	2-е
Республика Башкортостан	68	ГУП «Санаторий «Янган-Тау», ООО «Санаторий Красноуфимск»	72,503	0,415	24,165	6,439	3-е
Алтайский край	37	АО «Курорт Белокуриха», ЗАО «Санаторий «Россия»	74,52	0,942	29,184	5,941	5-е
Пермский край	43	ЗАО «Курорт «Усть-Качка», АО «Курорт «Ключи», ООО «Санаторий «Демидково»	97,648	0,181	20,547	2,565	6-е

Источник: данные Росстата

Source: The Rosstat data

Таблица 2**Методы, позволяющие комплексно провести исследование конкурентоспособности санаторно-курортного комплекса****Table 2****Methods enabling a comprehensive study of competitiveness of a sanatorium and resort complex**

Метод	Содержание	Группа показателей
Модель «5 конкурентных сил» М. Портера	Методика предполагает выделение пяти сил на основе оценки конкуренции в определенной отрасли и определение стратегии деятельности организации	Степень концентрации субъектов санаторно-курортной деятельности. Количество и качество барьеров для появления новых субъектов СКК. Уровень лояльности потребителей. Уровень интенсивности соперничества между субъектами СКК
SWOT-анализ	Комплексное исследование, в котором предполагается параллельное изучение сильных и слабых сторон, возможностей и угроз для развития и стабильности объекта исследования и последующее определение уровня конкурентоспособности	Ресурсное обеспечение. Разнообразие услуг ключевых субъектов комплекса. Уровень государственного и общественного регулирования. Степень удовлетворенности потребителей санаторно-курортных услуг. Уровень развития комплекса
PEST-анализ	Оценка влияния ключевых факторов внешней среды на развитие комплекса, в том числе его конкурентоспособность с разделением факторов на четыре группы: политические, экономические, социальные, технологические	Социально-экономическое состояние региона, страны. Степень влияния изменения политической и правовой ситуации в регулировании санаторно-курортной деятельности. Развитие научно-технического прогресса в области санаторно-курортного лечения и технологий санаторно-курортной деятельности
Методы экономико-математического моделирования	Пояснение конкурентоспособности СКК через знаковые математические средства	Социально-экономическое состояния территории. Финансово-экономическое состояние субъектов СКК. Ресурсное обеспечение СКК. Уровень удовлетворенности потребителей. Инвестиционный потенциал

Источник: авторская разработка*Source:* Authoring

Таблица 3**Методы, применимые для исследования отдельных аспектов конкурентоспособности санаторно-курортного комплекса****Table 3****Methods applicable to study certain aspects of competitiveness of a sanatorium and resort complex**

Метод	Объект	Преимущества в оценке конкурентоспособности СКК региона
Матрица General Electric (GE/McKinsey matrix)	СКО (конкурентоспособность санаторно-курортных услуг, программ)	Являясь усовершенствованной версией матрицы БКГ, модель позволяет оценить, какие санаторно-курортные услуги, программы следует развивать в текущей или краткосрочной перспективе
Метод оценки коэффициента потребительского предпочтения	СКК и СКО (эффективность системы продаж и продвижения санаторно-курортных услуг)	Если на уровне региона реализуется система продвижения санаторно-курортных услуг, то данный метод позволяет оценить ее социальную и экономическую эффективность
Модель Нориаки Кано	СКО (конкурентоспособность санаторно-курортных услуг, программ на этапе формирования)	Модель применима на этапе разработки санаторно-курортных услуг, программ и оценки возможности их реализации на рынке
Метод оценки индекса рыночной устойчивости (власти)	СКО (позиция на рынке санаторно-курортных услуг)	Расчет индекса позволяет выявить степень влияния организации на региональный рынок и степень отрыва от конкурентов

Источник: авторская разработка*Source:* Authoring

Таблица 4**Методы оценки конкурентоспособности санаторно-курортного комплекса, разработанные отечественными учеными****Table 4****Methods for assessing the competitiveness of a sanatorium and resort complex by domestic scientists**

Метод (автор)	Показатели анализа и оценки по группам									
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X
Оценка конкурентоспособности санаторно-курортной системы (М.С. Оборин)	+	+	+	+	-	+	+	-	-	+
Сбалансированная система показателей оценки конкурентоспособности санаториев (А.Н. Задорожня)	+	-	-	+	+	-	+	+	+	-
Модель удовлетворенности потребителей качеством СКУ (А.М. Ветитнев)	+	-	-	+	+	-	+	+	-	-
Комплексная оценка конкурентоспособности СКК (Р.М. Кобелев)	+	-	-	+	+	+	+	+	-	-
Методика определения конкурентоспособности СКО (Т.О. Толстых, Н.В. Рудакова)	+	-	+	+	-	-	+	+	-	+

Примечание. I – экономическая эффективность; II – социальная эффективность; III – природно-ресурсный потенциал; IV – удовлетворенность потребителей СКУ; V – эффективность маркетинга; VI – инвестиционный потенциал; VII – качество санаторно-курортных услуг; VIII – кадровый потенциал персонала; IX – инновационная деятельность; X – вклад СКК в экономику региона.

Источник: [1, 3, 9, 11, 16, 17]

Source: [1, 3, 9, 11, 16, 17]

Таблица 5
Содержательная характеристика факторов конкурентоспособности

Table 5
Comprehensive characteristics of factors of competitiveness

Группа	Содержание
Технологии санаторно-курортной деятельности	Соответствие технологий санаторно-курортного лечения запросам потребителей и их экономическая эффективность. Применение современных технологий гостиничного и ресторанного сервиса на курортах. Применение научно-исследовательских разработок в части усовершенствования методов, способов санаторно-курортного лечения, профилактики и реабилитации. Совершенствование материально-технической базы санаторно-курортных организаций и субъектов инфраструктуры СКК. Соответствие технологий санаторно-курортной деятельности современным стандартам ведения гостиничного и курортного бизнеса, в том числе международным
Природные и рекреационные ресурсы	Многообразие природных лечебных и рекреационных ресурсов курортно-рекреационных территорий и их вовлеченность в процесс санаторно-курортной деятельности. Экологичность и рациональность системы природопользования. Применение инновационных научных разработок в процессе изучения, добычи и эксплуатации месторождений природных лечебных ресурсов
Маркетинг	Эффективность системы продвижения санаторно-курортных услуг СКК. Применение методологии маркетинговых исследований в изучении запросов потребителей. Использование технологий сбора и обработки информации о качестве медицинских, сервисных услуг санаторно-курортных организаций и субъектов инфраструктуры. Развитость агентской сети, оказывающей информационные услуги потребителям санаторно-курортных услуг
Персонал	Профессионализм и квалификация медицинского и обслуживающего персонала санаторно-курортных организаций и субъектов инфраструктуры. Эффективность системы подготовки кадров субъектами институциональной среды СКК
Финансы	Положительная динамика ключевых финансово-экономических показателей СКК. Платежеспособность, финансовая устойчивость санаторно-курортных организаций и субъектов инфраструктуры СКК. Инвестиционная привлекательность санаторно-курортных организаций

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Таблица 6

Показатели системы оценки конкурентоспособности санаторно-курортного комплекса в удовлетворении потребительского спроса

Table 6

Indicators of the system to assess the competitiveness of a sanatorium and resort complex in terms of meeting the consumer demand

Значение в оценке	Показатель	Экономический смысл	Расчет
1. Оценка динамики изменения потребительского спроса	Темп роста числа размещенных в СКО СКК $TgNR$	Свидетельствует об изменении турпотока в СКК. Рост потребительского спроса на санаторно-курортные услуги, если значение выше 100%	$TgNR = [(NR_t - NR_{t-1}) / NR_{t-1}] 100\%$, где NR – число размещенных в санаторно-курортных организациях
2. Уникальность СКК в лечении, оздоровлении и реабилитации	Уровень многопрофильности СКК Ptp_{skk}	Многопрофильным курорт может считаться, если программы санаторно-курортного лечения и используемые природно-рекреационные ресурсы позволяют добиться высокого медицинского эффекта в лечении, оздоровлении и реабилитации по нескольким группам заболеваний. Коэффициент показывает, какова доля многопрофильных СКО в комплексе. Безусловным конкурентным преимуществом обладает комплекс, если значение показателя свыше 50%, то есть больше половины СКО способны обеспечить лечение сразу по нескольким заболеваниям	$Ptp_{skk} = (\sum SKO_{dtp} / \sum SKO) 100\%$, где $\sum SKO_{dtp}$ – количество санаторно-курортных организаций в регионе с несколькими профилями лечения; $\sum SKO$ – общее количество организаций в регионе
3. Оценка размера неохваченного покупательского спроса	Уровень превышения потенциальной емкости рынка СКУ над реальной емкостью TrE_{skk}	Демонстрирует, на сколько процентов потенциальная емкость рынка превышает фактический объем оборота СКК. С точки зрения спроса данный показатель позволяет оценить резервы роста СКК	$TrE_{skk} = 100 - (E_{skk} / V_{skk}) 100\%$, где E_{skk} – потенциальная емкость СКК; V_{skk} – фактический объем продаж санаторно-курортных услуг в СКК
	Уровень превышения рыночного потенциала СКК над фактическим объемом продаж $TrMP_{skk}$	Демонстрирует, на какой процент рыночный потенциал (то есть предельное значение объема рынка при наиболее благоприятных условиях) больше фактического объема продаж. В качестве	$TrMP_{skk} = 100 - (MP_{skk} / V_{skk}) 100\%$, где MP_{skk} – рыночный потенциал СКК

		наиболее благоприятного условия и с точки зрения отражения уровня спроса нами выбран критерий «наибольшее число размещенных лиц в СКО за весь период наблюдения»	
4. Степень конкурентности СКК	Концентрация санаторно-курортных организаций в производстве и реализации санаторно-курортных услуг $K_{c_{skk}}$	На комплекс оказывают влияние законы рынка, в том числе законы конкуренции. При помощи анализа концентрации санаторно-курортных организаций, можно определить в том числе целесообразность дальнейшего анализа конкурентоспособности. Является интегральным показателем	$K_{c_{skk}} = \sum CRn_{sko} 0,3 + \sum HHI_{sko} 0,5 + \sum \sigma^2_{sko} 0,2,$ где CRn_{sko} – индекс концентрации (3;5;10); HHI_{sko} – индекс рыночной концентрации Херфиндала – Хишмана; σ^2_{sko} – дисперсия рыночных долей

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Таблица 7**Присвоение баллов компонентам системы оценки конкурентоспособности****Table 7****Assigning scores to components of the competitiveness assessment system**

Показатель	Значение	Баллы	Вес
Темп роста числа размещенных в СКО СКК	Менее 100 – снижение спроса на услуги СКК	0	0,2
	От 100 до 105 – средний рост уровня спроса (в соответствии с результатами анализа среднестранового значения темпа прироста)	1	
	Более 105 – рост спроса выше среднего	2	
Уровень многопрофильности СКК	Менее 50 означает что количество СКО, являющихся многопрофильными, не превышает 50% от общего количества	1	0,1
	Более 50 – уровень многопрофильности является высоким; СКК способен удовлетворить нужды потребителя в лечении и профилактике различных заболеваний	2	
Уровень превышения потенциальной емкости рынка СКУ над реальной емкостью	Свыше 15 – неспособность СКК удовлетворить потребительский спрос	1	0,2
	От 10 до 15 – степень удовлетворения спроса ниже среднего	2	
	От 5 до 10 – средний уровень удовлетворения спроса	3	
	От 0,01 до 5 – СКК практически полностью удовлетворяет потенциальный спрос потребителей	4	
	Равно 0 – потенциальная емкость рынка совпадает с фактическим объемом продаж, следовательно, на 100% спрос удовлетворен	5	
Уровень превышения рыночного потенциала СКК над фактическим объемом продаж	Свыше 20 – неспособность СКК удовлетворить потребительский спрос	1	0,2
	От 15 до 20 – степень удовлетворения спроса ниже среднего	2	
	От 10 до 15 – средний уровень удовлетворения потенциального спроса на СКУ	3	
	От 5 до 10 – степень удовлетворения спроса выше среднего	4	
	От 0 до 5 – на рынке сложились благоприятные условия и комплекс практически полностью удовлетворяет максимально возможный спрос на услуги	5	
Концентрация санаторно-курортных организаций в производстве и реализации санаторно-курортных услуг	4,2–3,7 высокая концентрация санаторно-курортных организаций; СКК обладает высокой степенью конкуренции	5	0,3
	3,6–3,2 – концентрация санаторно-курортных организаций выше среднего; уровень конкуренции является относительно высоким	4	
	3,1–2,6 – нормальная концентрация санаторно-курортных организаций; уровень конкуренции средний	3	
	2,5–1,6 – низкая концентрация санаторно-курортных организаций. Низкоконкурентный комплекс, как правило, присутствуют несколько крупных организаций, конкурирующих между собой по всему спектру услуг и с некоторыми организациями по отдельным услугам	2	
	1,5–0,3 – неконкурентный СКК, присутствует монополия	1	

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Таблица 8

Оценка конкурентоспособности санаторно-курортного комплекса Пермского края с позиции удовлетворения потребительского спроса

Table 8

Evaluation of the competitiveness of the sanatorium and resort complex of the Perm Krai in terms of meeting the consumer demand

Показатель	Фактическое значение	Баллы	Вес	Сумма баллов
T_{GNR}	109,7	2	0,2	0,4
PtP_{skk}	51,2	2	0,1	0,2
TrE_{skk}	8,31	3	0,2	0,6
$TrMP_{skk}$	14,3	3	0,2	0,6
Kc_{skk}	0,7	1	0,3	0,3
$Com - essD_{skk}$	-	-	-	2,1

Источник: авторская разработка

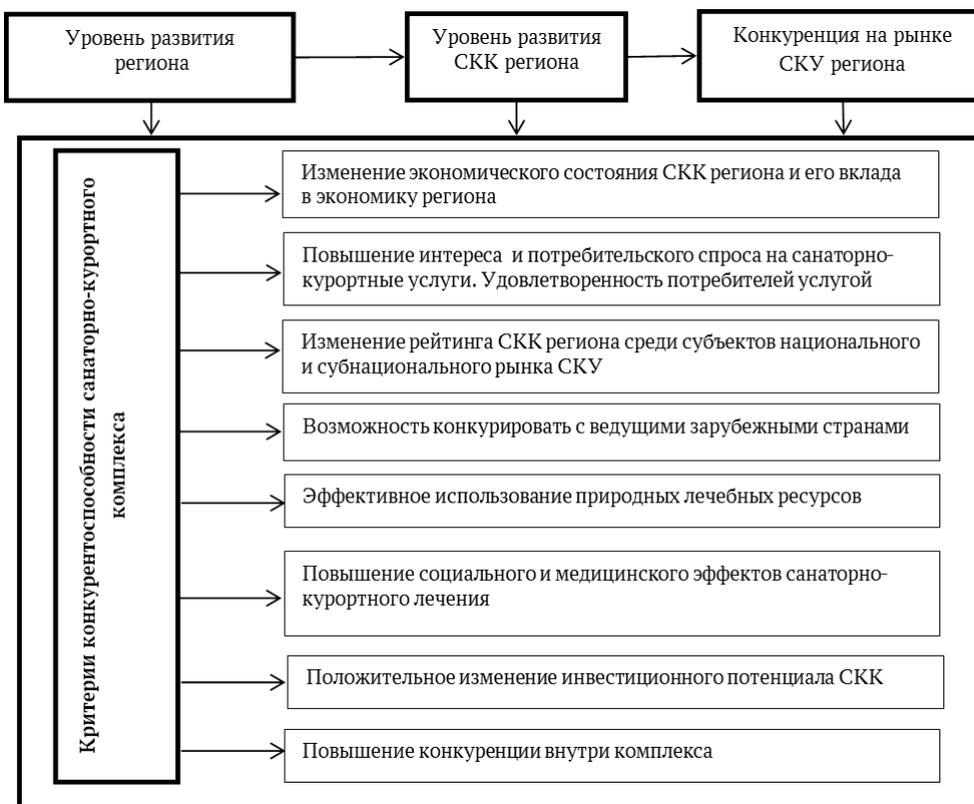
Source: Authoring

Рисунок 1

Формирование критериев конкурентоспособности санаторно-курортного комплекса

Figure 1

Formation of competitiveness criteria of a sanatorium and resort complex



Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Рисунок 2

SNW-анализ конкурентоспособности санаторно-курортного комплекса Пермского края

Figure 2

SNW analysis of the sanatorium and resort complex competitiveness of the Perm Krai

Фактор	S					N	W				
	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
<i>Технологии санаторно-курортной деятельности</i>											
Современность методов санаторно-курортного лечения											
Уровень гостиничного и ресторанного сервиса в СКО											
Качество материально-технической базы											
НИОКР											
<i>Природные и рекреационные ресурсы</i>											
Многообразие природных лечебных ресурсов											
Природно-географические условия территории											
Экологическая обстановка в регионе											
Недропользование (количество месторождений и наличие рационального подхода к использованию ресурсов)											
Уровень развития обеспечивающей инфраструктуры											
<i>Маркетинг</i>											
Региональная система продвижения санаторно-курортных услуг СКК											
Уровень вовлеченности туроператоров и турагентов в продвижение санаторно-курортных услуг											
Узнаваемость бренда курортов Пермского края											
Рейтинг и репутация СКК Пермского края											
<i>Персонал</i>											
Обеспеченность СКК персоналом различных категорий											
Система повышения квалификации персонала											
Уровень движения трудовых ресурсов											
<i>Финансы</i>											
Уровень доходности СКК края среди регионов РФ											
Уровень дохода с одного отдыхающего в сравнении со средним значением по стране											
Инвестиционная привлекательность											

• Оценка фактора конкурентоспособности при достижении желаемого уровня развития СКК Пермского края.

* Оценка фактора конкурентоспособности на текущем этапе развития СКК Пермского края.

→ Направление влияния изменения факторов.

— Взаимозависимость изменения факторов.

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Список литературы

1. *Оборин М.С.* Устойчивое развитие курортно-рекреационного комплекса России // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Экономика и управление. 2016. Т. 2. № 1. С. 133–142.
2. *Киселев В.В.* Факторы повышения конкурентоспособности санаторно-курортных организаций региона // Управление экономическими системами. 2011. № 9. URL: <http://uecs.ru/uecs-33-332011/item/635-2011-09-22-08-00-17>
3. *Ветитнев А.М.* Некоторые подходы к оценке рынка санаторно-курортных услуг // Практический маркетинг. 2002. № 11. С. 8–15. URL: <https://www.cfin.ru/press/practical/2002-11/02.shtml>
4. *Butler R.* The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. *The Canadian Geographer*, 1980, vol. 24, iss. 1, pp. 5–12. URL: <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>

5. *Hjalager A.-M.* Innovation Patterns in Sustainable Tourism: An Analytical Typology. *Tourism Management*, 1997, vol. 18, iss. 1, pp. 35–41.
URL: [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(96\)00096-9](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(96)00096-9)
6. *Никитина О.А.* Стратегическое управление развитием санаторно-курортных комплексов: региональный аспект: монография. СПб.: СПбГИЭУ, 2008. 164 с.
7. *Романова Г.М.* Региональное планирование развития туристско-рекреационных зон // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2003. Т. 3. № 5. С. 279–288. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/regionalnoe-planirovanie-razvitiya-turistsko-rekreatsionnyh-zon>
8. *Васильцова Л.И.* Маркетинг в системе управления рынком санаторно-курортных услуг // Известия Уральского государственного экономического университета. 2012. № 3. С. 128–131. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketing-v-sisteme-upravleniya-rynkom-sanatorno-kurortnyh-uslug>
9. *Ветитнев А.М., Боков М.А., Узрюмов Е.С.* Конкурентоспособность санаторно-курортных организаций: монография. Сочи: СГУТиКД, 1999. 95 с.
10. *Винокуров Б.Л., Клевлин А.И.* Научный принцип маркетингового таргетирования как концептуальная характеристика клиентоориентированности здравниц // Гуманизация образования. 2013. № 6. С. 95–99. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nauchnyy-printsip-marketingovogo-targetirovaniya-kak-kontseptualnaya-harakteristika-klientoorientirovannosti-zdravnits>
11. *Задорожная Н.А.* Современное состояние санаторно-курортного и туристского комплекса Анапы: ресурсы, проблемы, перспективы развития // Российское предпринимательство. 2007. Т. 8. № 3. С. 130–133. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-sostoyanie-sanatorno-kurortnog-i-turistskogo-kompleksa-anapy-resursy-problemy-perspektivy-razvitiya>
12. *Климовских Н.В.* Вопросы стратегической устойчивости предприятий санаторно-курортной отрасли Краснодарского края // Психология. Экономика. Право. 2014. № 2. С. 52–59. URL: https://vkipo.ru/document/Nomer_2-2014_read.pdf
13. *Чесноков Ю.В.* Факторы привлекательности и критерии конкурентоспособности ресурсно-рекреационного потенциала новых регионов Российской Федерации (на примере Республики Крым) // Управление экономическими системами. 2014. № 6. URL: <http://uecs.ru/logistika/item/2950-2014-06-18-06-07-46>
14. *Джанджугазова Е.А.* Конкурентоспособность: взгляд через призму менталитета и традиций // Российские регионы: взгляд в будущее. 2016. Т. 3. № 1. С. 72–87. URL: http://futureruss.ru/wp-content/uploads/2016/02/%D0%A5%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D1%82%D0%BE%D0%BF_5.pdf
15. *Войнова Я.А.* Финансирование инновационной деятельности в санаторно-курортном комплексе // Наукоедение. 2014. № 6. URL: <https://naukovedenie.ru/PDF/07EVN614.pdf>
16. *Коблев Р.М.* Совершенствование процессов управления конкурентными преимуществами санаторно-курортных организаций // TERRA ECONOMICUS. 2010. Т. 8. Ч. 3. С. 8–12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-protsessov-upravleniya-konkurentnymi-preimuschestvami-sanatorno-kurortnyh-organizatsiy>

17. Толстых Т.О., Рудакова Н.В. Разработка методики оценки деятельности санаторно-курортной организации // *Регион: системы, экономика, управление*. 2010. Т. 11. № 4. С. 153–155.
18. Акифьева В.А., Батова Т.Н. Исследование взаимосвязи маркетингового, экономического и рыночного потенциалов предприятия // *Экономика и экологический менеджмент*. 2015. № 3. С. 42–62. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-vzaimosvyazi-marketingovogo-ekonomicheskogo-i-rynochnogo-potentsialov-predpriyatiya>
19. Оборин М.С., Нагоева Т.А., Фролова Н.В. Исследование и разработка системы продвижения рынка санаторно-курортных услуг региона // *Экономический анализ: теория и практика*. 2017. Т. 16. Вып. 1. С. 128–144. URL: <https://doi.org/10.24891/ea.16.1.128>
20. Бронникова Т.С., Котрин В.В. Развитие методологии формирования рыночного потенциала предприятия: монография. Королев: ФТА, 2012. 134 с.
21. Моисеенко И.В., Носкова Е.В. Классификация методов определения емкости рынка на основе применяемой информации // *Маркетинг в России и за рубежом*. 2011. № 6. С. 23–31.

Информация о конфликте интересов

Мы, авторы данной статьи, со всей ответственностью заявляем о частичном и полном отсутствии фактического или потенциального конфликта интересов с какой бы то ни было третьей стороной, который может возникнуть вследствие публикации данной статьи. Настоящее заявление относится к проведению научной работы, сбору и обработке данных, написанию и подготовке статьи, принятию решения о публикации рукописи.

INVESTIGATING THE METHODS TO ASSESS REGIONAL SANATORIUM AND RESORT COMPLEX COMPETITIVENESS

Matvei S. OBORIN^{a,*}, Tamara A. NAGOEVA^b

^a Perm Institute (Branch) of Plekhanov Russian University of Economics, Perm, Russian Federation
matvey_uk@rambler.ru
ORCID: not available

^b Perm Institute (Branch) of Plekhanov Russian University of Economics, Perm, Russian Federation
nagoeva.ta@mail.ru
ORCID: not available

* Corresponding author

Article history:

Received 27 August 2018
Received in revised form
10 September 2018
Accepted 24 September 2018
Available online
29 November 2018

JEL classification: D40, I18,
L10, L22, O10

Keywords: competitiveness,
sanatorium complex,
consumer, region

Abstract

Subject The article addresses the economic efficiency of a commercially viable regional sanatorium and resort complex.

Objectives The purpose is to define a concept of competitiveness of sanatorium-resort complexes and introduce evaluation criteria, to review existing methods of competitiveness evaluation and create our own system from the perspective of meeting the potential demand of sanatorium-resort services consumers.

Methods The study rests on the analysis of scientific works on economics, marketing and sanatorium-resort activity arrangement. We performed a statistical analysis of data characterizing the condition of sanatorium and resort complexes of the Perm Krai and leading sanatoriums and resorts of Russia.

Results We expand the theory and methodology, offer our own system of competitiveness assessment, which includes the use of SNW analysis, classification of factors of competitiveness by five significant groups, coefficient analysis of competitiveness level from the standpoint of meeting the potential demand of consumers.

Conclusions Our research can be used as a theoretical and methodological framework for program-based planning of sanatorium-resort complex development in regions.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2018

Please cite this article as: Oborin M.S., Nagoeva T.A. Investigating the Methods to Assess Regional Sanatorium and Resort Complex Competitiveness. *Economic Analysis: Theory and Practice*, 2018, vol. 17, iss. 11, pp. 2043–2065. <https://doi.org/10.24891/ea.17.11.2043>

References

1. Oborin M.S. [Sustainable development of a resort and recreational complex of Russia]. *Uchenye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta imeni V.I. Vernadskogo. Ekonomika i upravlenie*, 2016, vol. 2, no. 1, pp. 133–142. (In Russ.)
2. Kiselev V.V. [Factors increasing the competitiveness of sanatorium and resort organizations in the region]. *Upravlenie ekonomicheskimi sistemami*, 2011, no. 9. (In Russ.)
URL: <http://uecs.ru/uecs-33-332011/item/635-2011-09-22-08-00-17>
3. Vetitnev A.M. [Some approaches to assessing the market of sanatorium-resort services]. *Prakticheskii marketing = Practical Marketing*, 2002, no. 11, pp. 8–15.
URL: <https://www.cfin.ru/press/practical/2002-11/02.shtml> (In Russ.)
4. Butler R. The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. *The Canadian Geographer*, 1980, vol. 24, iss. 1, pp. 5–12.
URL: <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>

5. Hjalager A.-M. Innovation Patterns in Sustainable Tourism: An Analytical Typology. *Tourism Management*, 1997, vol. 18, iss. 1, pp. 35–41.
URL: [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(96\)00096-9](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(96)00096-9)
6. Nikitina O.A. *Strategicheskoe upravlenie razvitiem sanatorno-kurortnykh kompleksov: regional'nyi aspekt: monografiya* [Strategic management of sanatorium and resort complex development: A regional aspect: a monograph]. St. Petersburg, Saint Petersburg State University of Engineering and Economics Publ., 2008, 164 p.
7. Romanova G.M. [Regional planning of touristic-recreational zones development]. *Izvestiya Rossiiskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A.I. Gertsena = IZVESTIA: Herzen University Journal of Humanities and Sciences*, 2003, vol. 3, no. 5, pp. 279–288.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/regionalnoe-planirovanie-razvitiya-turistsko-rekreatsionnykh-zon> (In Russ.)
8. Vasil'tsova L.I. [Marketing in the Controlling System of the Sanatorium and Resort Services Market]. *Izvestiya Ural'skogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta = Journal of Ural State University of Economics*, 2012, no. 3, pp. 128–131.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketing-v-sisteme-upravleniya-ryнком-sanatorno-kurortnykh-uslug> (In Russ.)
9. Vetitnev A.M., Bokov M.A., Ugryumov E.S. *Konkurentosposobnost' sanatorno-kurortnykh organizatsii: monografiya* [Competitiveness of sanatorium-and-resort organizations: a monograph]. Sochi, Sochi State University of Tourism and Resort Business Publ., 1999, 95 p.
10. Vinokurov B.L., Klevlin A.I. [Scientific principle of marketing targeting as a conceptual description of a natural health resorts]. *Gumanizatsiya obrazovaniya = Humanization of Education*, 2013, no. 6, pp. 95–99.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nauchnyy-printsip-marketingovogo-targetirovaniya-kak-kontseptualnaya-harakteristika-klientoorientirovannosti-zdravnits> (In Russ.)
11. Zadorozhnyaya N.A. [Modern state of sanatorium and tourist complex of Anapa: Resources, problems, development prospects]. *Rossiiskoe predprinimatel'stvo = Russian Journal of Entrepreneurship*, 2007, vol. 8, no. 3, pp. 130–133.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-sostoyanie-sanatorno-kurortnog-i-turistskogo-kompleksa-anapy-resursy-problemy-perspektivy-razvitiya> (In Russ.)
12. Klimovskikh N.V. [Questions of strategic stability of enterprises of sanatorium-resort industry of Krasnodar region]. *Psikhologiya. Ekonomika. Pravo = Psychology. Economics. Law*, 2014, no. 2, pp. 52–59. URL: https://vkipo.ru/document/Nomer_2-2014_read.pdf (In Russ.)
13. Chesnokov Yu.V. [Factors of attractiveness and criteria of competitiveness of resource-recreational potential of new regions of the Russian Federation (the Republic of Crimea case)]. *Upravlenie ekonomicheskimi sistemami*, 2014, no. 6. (In Russ.)
URL: <http://uecs.ru/logistika/item/2950-2014-06-18-06-07-46>
14. Dzhandzhugazova E.A. [Competitiveness: Seeing through the prism of mentality and traditions]. *Rossiiskie regiony: vzglyad v budushchee = Russian Regions: A Look into the Future*, 2016, vol. 3, no. 1, pp. 72–87. URL: http://futuresruss.ru/wp-content/uploads/2016/02/%D0%A5%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D1%82%D0%BE%D0%BF_5.pdf (In Russ.)
15. Voinova Ya.A. [Financing the innovation activity in the sanatorium and resort complex]. *Naukovedenie*, 2014, no. 6. (In Russ.) URL: <https://naukovedenie.ru/PDF/07EVN614.pdf>

16. Koblev R.M. [The management improvement of competitive advantages in sanatoriums and resort business]. *TERRA ECONOMICUS*, 2010, vol. 8, part 3, pp. 8–12.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-protssesov-upravleniya-konkurentnymi-preimuschestvami-sanatorno-kurortnyh-organizatsiy> (In Russ.)
17. Tolstykh T.O., Rudakova N.V. [Working out of a technique of an estimation of activity of the sanatorium organization]. *Region: sistemy, ekonomika, upravlenie* = *Region: Systems, Economics, Management*, 2010, vol. 11, no. 4, pp. 153–155. (In Russ.)
18. Akif'eva V.A., Batova T.N. [Research of interrelation of potentials of the company: marketing potential, economic potential and market potential]. *Ekonomika i ekologicheskii menedzhment* = *Economics and Environmental Management*, 2015, no. 3, pp. 42–62.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-vzaimosvyazi-marketingovogo-ekonomicheskogo-i-rynochnogo-potentsialov-predpriyatiya> (In Russ.)
19. Oborin M.S., Nagoeva T.A., Frolova N.V. [Research and development to design a system of health resort services promotion in the region]. *Ekonomicheskii analiz: teoriya i praktika* = *Economic Analysis: Theory and Practice*, 2017, vol. 16, iss. 1, pp. 128–144. (In Russ.)
URL: <https://doi.org/10.24891/ea.16.1.128>
20. Bronnikova T.S., Kotrin V.V. *Razvitie metodologii formirovaniya rynochnogo potentsiala predpriyatiya: monografiya* [Developing a methodology to form the market potential of the enterprise: a monograph]. Korolev, FTA Publ., 2012, 134 p.
21. Moiseenko I.V., Noskova E.V. [Classification of methods to determine the market capacity based on information used]. *Marketing v Rossii i za rubezhom* = *Marketing in Russia and Abroad*, 2011, no. 6, pp. 23–31. (In Russ.)

Conflict-of-interest notification

We, the authors of this article, bindingly and explicitly declare of the partial and total lack of actual or potential conflict of interest with any other third party whatsoever, which may arise as a result of the publication of this article. This statement relates to the study, data collection and interpretation, writing and preparation of the article, and the decision to submit the manuscript for publication.