

Review **Топ-100 российских здравниц**

Отпуск здорового человека

— **ЗОЖ** —

На фоне массового увлечения здоровым образом жизни туристы все чаще отказываются от привычного пляжного отдыха в пользу оздоровительных программ. Эта тенденция сыграет на руку санаторно-курортному рынку, но многим его предприятиям для привлечения новой аудитории придется измениться. Туристы, чья юность пришлась на постсоветский период, часто оказываются более требовательными к организации отдыха.

Глобальное поведение туристов меняется. Согласно обнародованным выводам консалтинговой компании Kohl & Partner, путешественники все чаще избегают «нездоровых» направлений, отдавая предпочтение различным оздоровительным программам на отдыхе: от фитнеса до специальных процедур. Жители больших городов привыкли к регулярным пробежкам, активному отдыху, здоровому питанию и стремятся сохранить привычный образ жизни на отдыхе. В стратегии социально-экономического развития Республики Крым указывается, что на рынок постепенно выходит новая группа потребителей. Забота о здоровье становится востребованной у поколения 30–50-летних, чья юность и молодость пришлись уже на постсоветский период. Потребители этой категории привыкли к достойному сервису и не всегда оказываются готовы к строгому режиму санаториев. Кроме того, на отдыхе они часто рассчитывают на специальные развлекательные программы для своих детей и удовлетворение других специфических потребностей.

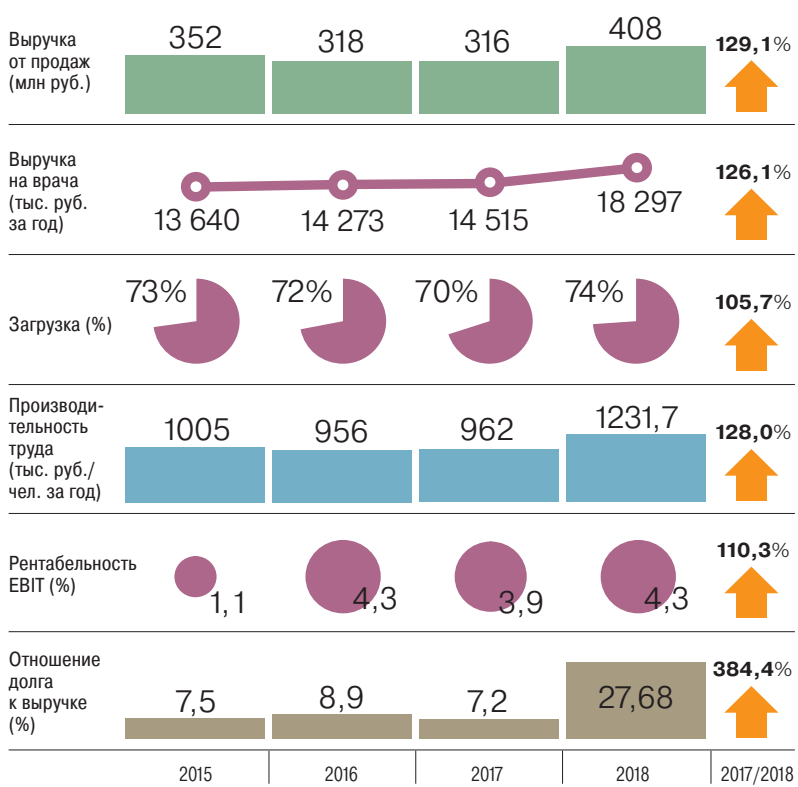
Разница в подходах

Постепенное преобразование аудитории может стать новым вызовом для санаторно-курортной отрасли. Генеральный директор туроператора Zdravo.ru Дмитрий Шаров констатирует, что поколение, которое хорошо представляет себе, что такое российские здравницы, сейчас постепенно уходит. «Ему на смену приходит новое, которое знает, что такое турецкий курорт — в личную стратегию здоровья молодых людей не встроено оздоровление в санатории», — констатирует он.

Модель зарубежного курортного отдыха действительно сильно отличается от санаторной. Исполняющий обязанности директора Национального медицинского исследовательского центра реабилитации и курортологии Минздрава РФ Анатолий Фесюн объясняет, что сейчас российская санаторно-курортная отрасль представлена объектами, которые одновременно выступают медицинскими организациями и располагают зданиями, предназначенными для лечения, питания и проживания кли-

УСРЕДНЕННЫЙ САНАТОРИЙ

источник: данные ассоциации оздоровительного туризма.



ентов. В то время как зарубежная модель не предполагает комплексной работы таких учреждений. «Помимо этого заграничные курорты не обладают таким разнообразием природных лечебных факторов и комплексностью лечебных процедур, сосредоточенных в одном учреждении», — рассуждает господин Фесюн. Благодаря этому, по его мнению, созданную в СССР систему санаторно-курортного лечения вполне можно считать национальным достоянием страны.

Санаторно-курортное лечение — это третий основной этап общего лечебно-диагностического процесса. Анатолий Фесюн рассказывает, что, согласно статистическим расчетам 2000–2015 годов, лечение в здравнице сокращает длительность временной нетрудоспособности на 25–30%, возвращает к прежней работе до 80% пациентов, перенесших инфаркт миокарда. Благодаря этому, по словам эксперта, расходы на лечение больных в поликлиниках и больницах сокращаются в 2,6–3 раза. Согласно данным института, у пациентов, прошедших через санаторно-курортное лечение, число случаев обострений различных заболеваний ниже в 2–6 раз, а потребность в госпитализации ниже в 2,5 раза. Средняя продолжительность жизни людей, которые регулярно проходят профилактику и лечение в здравницах, увеличивается на срок от 3 до 15 лет.

Работа с молодежью

Участники санаторно-курортного рынка категорически не согласны с утверждением о том, что лечение в здравницах проходит в основном люди старшего возраста. Дмитрий Богданов называет этот тезис стереоти-

пом. «Действительно, бытует мнение, что в санатории приезжают только люди от 50 и старше, что, конечно, вообще никак не соответствует реальности: у нас много экономически активных людей, 30- или 40-летних гостей», — рассказывает он. При этом возраст аудитории господин Богданов не считает принципиальным вопросом. «На мой взгляд, важнее то, насколько сами гости осознанно выбирают для себя поездку в санаторий: радуется, что все больше и больше людей приезжают не просто отдохнуть, но имея в планах четкое понимание и желание заняться своим здоровьем», — рассуждает он.

Управляющий партнер Центра лечения позвоночника и сопутствующих заболеваний «Лаго-Наки» Татьяна Мамонтова считает, что унифицированный рецепт омоложения аудитории для санаторно-курортного комплекса не существует. «Молодая аудитория у каждого своя: для кого-то это семьи с детьми, и, соответственно, детские нужды должны быть обеспечены во всех направлениях, а для кого-то это молодые пары, и должна быть вечерняя анимация и хорошая шумоизоляция», — рассуждает она. Необходимыми мерами для всех современных здравниц госпожа Мамонтова называет наличие хорошего интернета, следование модным тенденциям в области здорового питания и соответствие сервисов санатория аналогичным сервисам больших городов. «Как ни странно, для гостей здравницы «Лаго-Наки» важно отсутствие большого количества людей на территории, индивидуальный подход и обслуживание», — заключает эксперт.

Ольга Мухина

— Когда может быть принято решение?

— Сейчас готовится отчет по результатам выполнения рекомендаций СГТ ЮНЕСКО. Он будет рассматриваться на шестом международном симпозиуме Азиатско-Тихоокеанской сети геопарков в Индонезии в начале сентября. Результаты будут опубликованы весной 2020 года.

— Как на будущее самого санатория повлияет получение статуса?

— Вхождение в Сеть глобальных геопарков ЮНЕСКО гарантирует увеличение популярности санатория за границей. Мы ожидаем стабильный приток зарубежных туристов. Гора Янгантау — один из ключевых природных объектов, имеющих международное значение, а сам санаторий является организационной основой геопарка. У здравницы развитая инфраструктура, высокий уровень медицинской базы и обслуживания, все природные лечебные факторы, широкий медицинский профиль и комфортные цены. Это полноценный комплекс для лечения и отдыха, аналогов которому нет за рубежом. Геопарк позволит гостям санатория не только оздоровить тело, но и душу: общение с природой, получение новых знаний и ярких впечатлений благоприятно влияют на психоэмоциональный статус. Благодаря вхождению в семью геопарков ЮНЕСКО о санатории и геопарке «Янгантау» будут знать в Южной Америке и Юго-Восточной Азии, в Европе и Канаде.

— Какие обязательства этот статус будет накладывать на сам геопарк, и санаторий в частности?

— Геопарк «Янгантау» должен соответствовать критериям глобального геопарка. В частности, необходимо вовлекать местное население и коренные народы в управление и развитие геопарка, обмениваться опытом с другими глобальными геопарками, охранять геологическое наследие в рамках национального законодательства, установить запрет на участие управления геопарка в продаже геологического наследия вне зависимости от его происхождения.

Беседовала Ольга Мухина

«Здоровье сотрудника — это ресурс компании»

— **интервью** —

— Могут ли другие компании применять ваши методики в создании собственной системы корпоративного здоровья?

— За 175 лет существования железнодорожной медицины и работы с такой широкой географией и населением мы накопили колоссальный опыт в оказании медицинской помощи и профилактике. При этом мы не скрываем результаты нашей работы, а, наоборот, стараемся рассказывать о нашей деятельности и быть открытыми. Наши программы доступны, и их может использовать любая компания независимо от своего масштаба и региона присутствия.

— Сейчас федеральные власти стремятся стимулировать предприятия, реализующие программы по отдыху и лечению сотрудников. Принимаемые меры по снижению налогового бремени эффективны или у компаний должна быть другая мотивация?

— Конечно, снижение налогового бремени создаст для бизнеса дополнительную мотивацию к внедрению программ по здоровьесбережению. Но параллельно компаниям надо показывать реальные примеры и выгоду, которую приносит забота о здоровье сотрудников. У нас пока не сфор-

мировалась культура здоровьесбережения. Не все понимают, что здоровье — это тоже ресурс для компании. И есть вполне реальные расчеты, которые говорят, что на \$1, вложенный в профилактику, вы получаете \$6 экономии на лечении. Цифры говорят сами за себя.

— Какие еще меры могли бы существенно повлиять на желание крупных компаний развивать программы корпоративного здоровья?

— Скажу, какие меры принимает «РЖД-Медицина». Совместно с РСПП мы запустили и развиваем программу «Территория здоровья». Соотвествующий меморандум мы подписали на прошедшем в Санкт-Петербурге экономическом форуме. В рамках этой программы создана хартия Общероссийского общественного движения по сохранению профессионального здоровья человека «Здоровье 360». Это добровольная инициатива, разработанная специально для бизнеса. С ее помощью мы будем вести работу с руководством компаний и проводить мероприятия для сотрудников, направленные на сохранение их профессионального здоровья и формирование культуры здорового образа жизни. Я считаю, что нет более действенной меры, чем твой собственный пример. Мы

в «РЖД-Медицине» не только придумываем и организуем различные профилактические мероприятия, но и сами регулярно и в полном составе (а нас около 60 тыс. человек) проводим работу с нашими сотрудниками и участвуем во всех здоровьесберегающих мероприятиях.

— Чем руководствуется РЖД при реализации программ корпоративного здоровья?

— У системы здравоохранения ОАО РЖД есть свои особенности. Конечно, в приоритете медицинское обеспечение безопасности движения поездов и охрана здоровья и труда работников ОАО РЖД. Круглосуточную медицинскую помощь оказывают больше 200 медицинских пунктов, на дорогах работает больше 1,5 тыс. кабинетов предельных медицинских осмотров, больше 240 психологических лабораторий. На данный момент сеть «РЖД-Медицина» — лидер производственной медицины. Объективно по географии и количеству лечебных подразделений нам нет равных. Ежегодно мы проводим 1,68 млн обязательных медицинских осмотров и почти 30 млн обязательных предельных осмотров. Как думаете, с такими приоритетами и масштабам наши корпоративные программы экономически оправданны?

Беседовал Антон Степанов

Оздоровление регионов

Территориальное распределение участников «Топ-100 российских здравниц» по регионам России

Регион	Количество здравниц			Выручка от продаж (млн руб.)			Доля в совокупной выручке (%)			Долг/выручка (%)			Рентабельность (%)			Загрузка номерного фонда (%)			Динамика выручки (%)
	2016	2017	2018	2016	2017	2018	2016	2017	2018	2016	2017	2018	2016	2017	2018	2016	2017	2018	
Ставропольский край	17	17	16	5 138	4 954	6 636	16,2	15,7	16,3	0,7	2,5	3,5	3,8	2,5	6,1	71	67	71	105,8
Краснодарский край	12	12	13	4 081	4 279	8 021	12,8	13,6	19,7	15,9	10,1	-2,2	0	-1,4	70	68	67	110,4	
Межрегиональная группа	2	2	2	3 556	4 159	4 776	13,1	13,2	11,7	0,0	0,0	0,0	5,2	4,5	1,4	76	80	63,8	115,0
Республика Крым	16	16	8	3 213	3 173	2 365	10,1	10,1	5,8	1,25	0,5	2,3	8,2	6,4	7	68	64	66	113
Алтайский край	4	4	6	2 923	2 838	4 303	9,2	9,0	10,5	4,6	4,7	5	9,0	8,8	6	82	74	81,5	96
Башкортостан	4	4	5	2 349	2 213	1 172	7,4	7,0	2,9	0,0	0,0	0,4	2,1	4,3	2,8	86	87	90	104
Татарстан	4	4	4	1 057	995	1 028	3,3	3,2	2,5	32,1	15,3	11	10,1	6,8	4,2	79	73	75	103
Свердловская область	6	7	9	613	617	1 073	1,9	2,0	2,6	11,0	9,4	7	-7,7	-0,7	1	79	74	77,8	141
Москва и Московская область				5		905			2,2				66		26			74	101
Итого	65	66	68	22 929	23 228	30 279	74,0	73,8	74,2										

Источник: данные Ассоциации оздоровительного туризма.

— конъюнктура —

При этом туристы из многих регионов РФ вынуждены направлять до 70% всех расходов на отдых на оплату проезда до Краснодарского края. Как и в Ставропольском крае, здесь отмечаются недостаточная эффективность в продвижении турпродукта и нехватка квалифицированных менеджеров для отрасли. Проблему составляет и высокая доля неорганизованного туризма, на который приходится около 50% всего потока.

Сегодня власти Краснодарского края ставят перед собой задачу превратить регион в центр всесезонного туризма, включающий набор комплексных дифференцированных предложений. В частности, предлагается развивать гастрономический, этнографический, культурно-познавательный и экстремальный туризм. Кроме того, чиновники считают необходимым создавать всевозможные крытые аквапарки и парки развлечений для семейного отдыха. А также расширить перечень оздоровительных и медицинских услуг: отдых на термальных источниках, создание термальных комплексов и спа-отелей. Привлечь предпочтительных зарубежных курортов туристы предлагается и за счет развития в крае системы обслуживания «все включено». В регионе надеются, что к 2020 году число туристов достигнет 18 млн человек, а оборот санаторно-курортной отрасли — 122,5 млрд руб.

Полуостров здравниц

Крым — третий в России регион по числу здравниц, хотя по этому показателю полуостров заметно отстает от лидеров. В рейтинг топ-100 за 2018 год вошло восемь санаториев, которые заработали 2,36 млрд руб. Всего в 2017 году в республике насчитывался 151 санаторий. Турпоток в Крым за прошлый год стал рекордным, увеличившись на 28%, до 6,8 млн человек, говорил глава Крыма Сергей Аксенов. Туризм наряду с транспортом и торговлей формирует треть ВРП республики.

Исторически Крыму повезло с выгодным географическим положением, которое обеспечило полуострову разнообразный ландшафт, благоприятный климат и рекреаци-

онный потенциал. В их числе — минеральные воды и лечебные грязи, которые определяют основные направления развития санаторно-курортного лечения в Крыму. Так, на полуострове расположено более 40 соляных озер, еще несколько можно рассматривать как перспективные в санаторно-курортном лечении. Кроме того, известно о более чем 100 минеральных источниках, около 20 из которых используется в том числе в Саки, Евпатории, Ялте, Бахчисрайском и Красногвардейском районах.

Ограничивает турпоток в Крым общий уровень повышения запроса российских туристов к качеству услуг и к соотношению цена-качество, с чем на полуострове все еще есть проблемы. Кроме того, существующего номерного фонда средств размещения (около 65 тыс. единиц) недостаточно для реализации потенциала курортно-туристической сферы, отмечается в стратегии развития Крыма. Повысить эффективность отрасли власти рассчитывают за счет диверсификации туристического продукта и услуг санаторно-курортного лечения, ориентированных на различные сегменты рынка, снижения числа нелегальных объектов и повышения эффективности управления. В Институте народнохозяйственного прогнозирования РАН добавляет, что за счет полноценного начала использования моста через Керченский пролив турпоток в регион может вырасти на 4 млн человек к 2030 году. А ежегодный доход от туризма для экономики полуострова за тот же период достигнет 240 млрд руб., ожидают там.

Сибирское здоровье

Лидером санаторно-курортной отрасли за Уралом считается Алтайский край. Шесть здравниц, вошедших в топ-100, заработали в 2018 году 4,3 млрд руб., сформировав 10,5% от всей сотни, подсчитали в АОТ. По данным местного управления по развитию туризма, в 2018 году регион посетили 2,12 млн человек, а бюджет края получил от туристической отрасли в целом 6,52 млрд руб. налогов, сборов и страховых взносов. К 2020 году турпоток в Алтайский край должен увеличиться на 12%, а доля туризма в ВРП — выра-

сти с 7,3% в 2018 году до 7,5%, говорится в стратегии развития отрасли.

Основная привлекательность Алтайского края для туристов так же связана с природой. В регионе, в частности, насчитывается около 13 тыс. озер различной степени солености, многие из которых содержат заметные запасы лечебных грязей. Как сказано в материалах местного управления по туризму, Алтайский край получает больше солнечного света и тепла, чем регионы Европейской части России, расположенные на той же широте. А воздух в регионе насыщен испарениями хвойного соснового бора и ионизирован. Основной точкой притяжения туристов в регионе считается город-курорт Белокуриха, который неоднократно признавался лучшим федеральным курортом России. Сегодня это современный комплекс, занимающий три района, который способен одновременно принять 5 тыс. человек.

В конце 2018 года губернатор Алтайского края Виктор Томенко заявил, что в туристической отрасли региона планируется три крупных проекта. Один из них, «Предгорья Алтая», связан с дальнейшим развитием кластера «Белокуриха-2» и ближайших территорий. В Барнауле планируют создать туристическо-рекреационный кластер «Ленточный бор», а в Заринском районе региона — туристическо-спортивный кластер с лыжной и горнолыжной инфраструктурой.

Точкой роста для алтайского туризма может также стать сегмент производства экологически чистых продуктов, которые набирают популярность в связи с растущей модой на здоровое питание. К примеру, местное хозяйство «Алтайские луга» (входит в «АФК Система» Владимира Евтущенкова) производит мясо и мясные изделия, орехи, мед, баклажки, консервы, чай, травы и пр. Основная часть продукции поставляется для входящего в «Систему» местного комплекса «Алтай Резорт», но недавно хозяйство открыло несколько точек по продаже продуктов в Москве. Не исключено, что проект может подстегнуть продажи не только одного хозяйства, но и поддерживать интерес к Алтаю как к направлению в целом.

Антон Степанов