

УДК 338.48

М. С. Оборин

Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», Пермь;
ФГБОУ ВО Пермский государственный национальный исследовательский университет, Пермь;
ФГБОУ ВО «Пермский государственный аграрно-технологический университет им. ак. Д.Н. Прянишникова», Пермь, e-mail: recreachin@rambler.ru

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ БАЛЬНЕОЛОГИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА КУРОРТНЫХ ТЕРРИТОРИЙ ПЕРМСКОГО КРАЯ И РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ

Ключевые слова: рынок санаторно-курортных услуг, система продвижения, стратегическое позиционирование, маркетинговый анализ, конкурентоспособность, ресурсный потенциал.

Проблема построения эффективной системы позиционирования санаторно-курортного комплекса с учетом лечебного профиля на основе территориального ресурсного потенциала является одной из необходимых мер для развития конкурентных преимуществ в условиях поддержки внутреннего туризма в период пандемии. Целью исследования является разработка рекомендаций по стратегическому позиционированию бальнеологического потенциала курортных территорий на основе анализа конкурентной среды. Объектами анализа были выбраны два региона Приволжского федерального округа: Пермский край и Республика Башкортостан, которые традиционно занимают лидирующие позиции по ключевым финансово-экономическим показателям развития курортной медицины. В статье проведен анализ санаторно-курортной деятельности, рекреации, маркетинга и восстановительной медицины Пермского края и Республики Башкортостан в сравнении с территориально близкими конкурентами. Бальнеологический потенциал регионов достаточно разнообразный и может широко применяться в санаторно-курортном лечении, реабилитации и профилактике заболеваний, однако его позиционирование не является эффективным, проводится в виде отдельных мер, отсутствует системность, не учитываются стратегические приоритеты развития здравниц. По результатам анализа была выявлена необходимость применения системного подхода к разработке и выбору инструментов продвижения на основе анализа конкурентной среды.

M. S. Oborin

Perm Institute (branch) of the Plekhanov Russian University of Economics, Perm;
Perm State National Research University, Perm;
Perm State Agrarian and Technological University named after D.N. Pryanishnikov,
Perm, e-mail: recreachin@rambler.ru

STRATEGIC POSITIONING OF THE BALNEOLOGICAL POTENTIAL OF THE RESORT AREAS OF THE PERM KRAI AND THE REPUBLIC OF BASHKORTOSTAN BASED ON THE ANALYSIS OF THE COMPETITIVE ENVIRONMENT

Keywords: health resort services market, promotion system, strategic positioning, marketing analysis, competitiveness, resource potential.

The problem of building an effective positioning system of the sanatorium-resort complex, taking into account the medical profile based on the territorial resource potential, is one of the necessary measures for the development of competitive advantages in terms of supporting domestic tourism during the pandemic. The purpose of the study is to develop recommendations for the strategic positioning of the balneological potential of resort areas based on the analysis of the competitive environment. The objects of the analysis were selected two regions of the Volga Federal District: Perm Krai and the Republic of Bashkortostan, which traditionally occupy leading positions in key financial and economic indicators of the development of resort medicine. The article analyzes the sanatorium and resort activities, recreation, marketing and restorative medicine of the Perm Region and the Republic of Bashkortostan in comparison with geographically close competitors. The balneological potential of the regions is quite diverse and can be widely used in sanatorium-resort treatment, rehabilitation and prevention of diseases, but its positioning is not effective, it is carried out in the form of separate measures, there is no consistency, strategic priorities for the development of health resorts are not taken into account. The results of the analysis revealed the need for a systematic approach to the development and selection of promotion tools based on the analysis of the competitive environment.

Введение

В условиях макроэкономических кризисов санаторно-курортный комплекс оказался достаточно уязвимым, поэтому на различных уровнях власти активно осуществляется поиск мер, необходимых для эффективной поддержки при относительно низких расходах. В России здравоохранение значительный период находилось под государственным контролем, имело место централизованное управление спросом и предложением, что достаточно сложно представить в современных рыночных условиях. Однако, положительный опыт заключался в обеспечении взаимодействия медицинских и профилактических учреждений, среди которых особая роль была отведена санаторно-курортному комплексу. В стране развита база клинической курортной медицины, основанной на использовании природных лечебных ресурсов на программной основе в зависимости от лечебных профилей курортов.

Наличие многообразных природных ресурсов позволяет создать в России многогранную систему санаторно-курортного лечения и отдыха. Этот сектор экономики реализует значимые социальные функции: восстановление здоровья населения в рамках рационального использования природно-рекреационных ресурсов и отечественного курортного комплекса; восстановление трудовых ресурсов, развитие территорий с курортно-рекреационной специализацией.

Текущие рыночные условия, влияние последствий экономического кризиса привели к тому, что санаторно-курортным предприятиям приходится функционировать в новой непривычной для них среде, вследствие чего стали образовываться новые формы взаимодействия с государством, партнерами и потребителями. Таким образом, проблема выхода на новые рынки и расширение объема продаж в этих условиях стала актуальной для отечественных санаторно-курортных предприятий. Преобразования в рамках экономических отношений, реализация новых форм управления процессами экономики, привело к тому, что многие предприниматели строят маркетинговые стратегии не только на моментальном коммерческом эффекте, но и с расчетом перспектив развития позиционирования и формирования лояльности потребителей в длительной перспективе. Эффективность разработки и реализации

системы мер по продвижению лечебно-оздоровительных услуг зависит от качества проведения анализа конкурентной среды.

Целью настоящей статьи является разработка рекомендаций по стратегическому позиционированию бальнеологического потенциала курортных территорий на основе анализа конкурентной среды.

Материалы и методы исследования

Объекты исследования – Пермский край и республика Башкортостан – субъекты РФ, обладающие развитым санаторно-курортным комплексом, который сохраняет значительную долю прибыли среди других регионов Приволжского федерального округа.

В статье использовались финансово-экономический и маркетинговый анализ, экспертная оценка. В роли экспертов выступали 30 специалистов и руководителей в сфере курортной медицины.

Научно-теоретической базой написания статьи являются работы отечественных ученых, посвященные проблемам развития региональных санаторно-курортных комплексов, таких как А.М. Ветитнев, В.И. Лимонов, М.А. Морозов, Н.С. Морозова, А.Н. Полухина, Р.Р. Тимиргалеева, С.Ю. Цёхла, М.Ю. Шерешева и многих других.

Несмотря на значительный вклад ученых в исследование конкурентной среды, следует отметить, что исследования, посвященные продвижению здравниц на основе современных цифровых технологий, основанные на выявленных конкурентных преимуществах в сфере бальнеологических лечебно-оздоровительных услуг недостаточно представлены.

Результаты исследования и их обсуждение

Региональные санаторно-курортные комплексы (СКК) в условиях растущего внутреннего спроса и геополитических ограничений заинтересованы в разработке концепций стратегического позиционирования услуг на российском рынке. Здесь необходимо рассматривать два основных направления: 1) потенциал лечебно-оздоровительных ресурсов, оказывающий влияние на профиль курорта и стимулирование потребителей; 2) эффективность маркетинга санаторно-курортных организаций (рис. 1).

Эффективное продвижение лечебно-оздоровительных услуг должно закономерно основываться на преимуществах предпри-

ятий санаторно-курортного комплекса, связанных с природно-ресурсным потенциалом. Изучению конкурентных факторов в курортной медицине уделяется в настоящее время особое внимание, что и определяет актуальность анализа и оценки природных лечебных ресурсов, определяющих лечебный профиль здравниц [1-3].

Разработка рекомендаций по позиционированию рассматривается как эффективное средство стратегического развития и повышение конкурентных преимуществ санаторно-курортного комплекса, саморегулирования экономики, развития отраслей, поскольку позволяет координировать индивидуальные усилия субъектов рынка. Конкурентная среда формируется не только под влиянием борьбы внутриотраслевых конкурентов региона, но и под влиянием тенденций развития в отрасли регионов-соседей.

Эффективность стратегического позиционирования определяется качеством анализа конкурентной среды в области использования бальнеологического потенциала в регионе, а также за его пределами.

Совершенно очевидно, что для продвижения комплекса природно-лечебных ресурсов Пермского края и Республики Башкортостан на российский рынок, необходима разработка программ продвижения с учетом формируемых лечебно-оздоровительных профилей, основанных на предоставлении уникального набора услуг, исходя из потребностей потенциальных и реальных клиентов, сочетающихся с доступной ценовой политикой. При оптимальном симбиозе данных показателей возможен выход на санаторно-курортные рынки регионов-соседей и субъектов Приволжского и Уральского федеральных округов [4; 5].

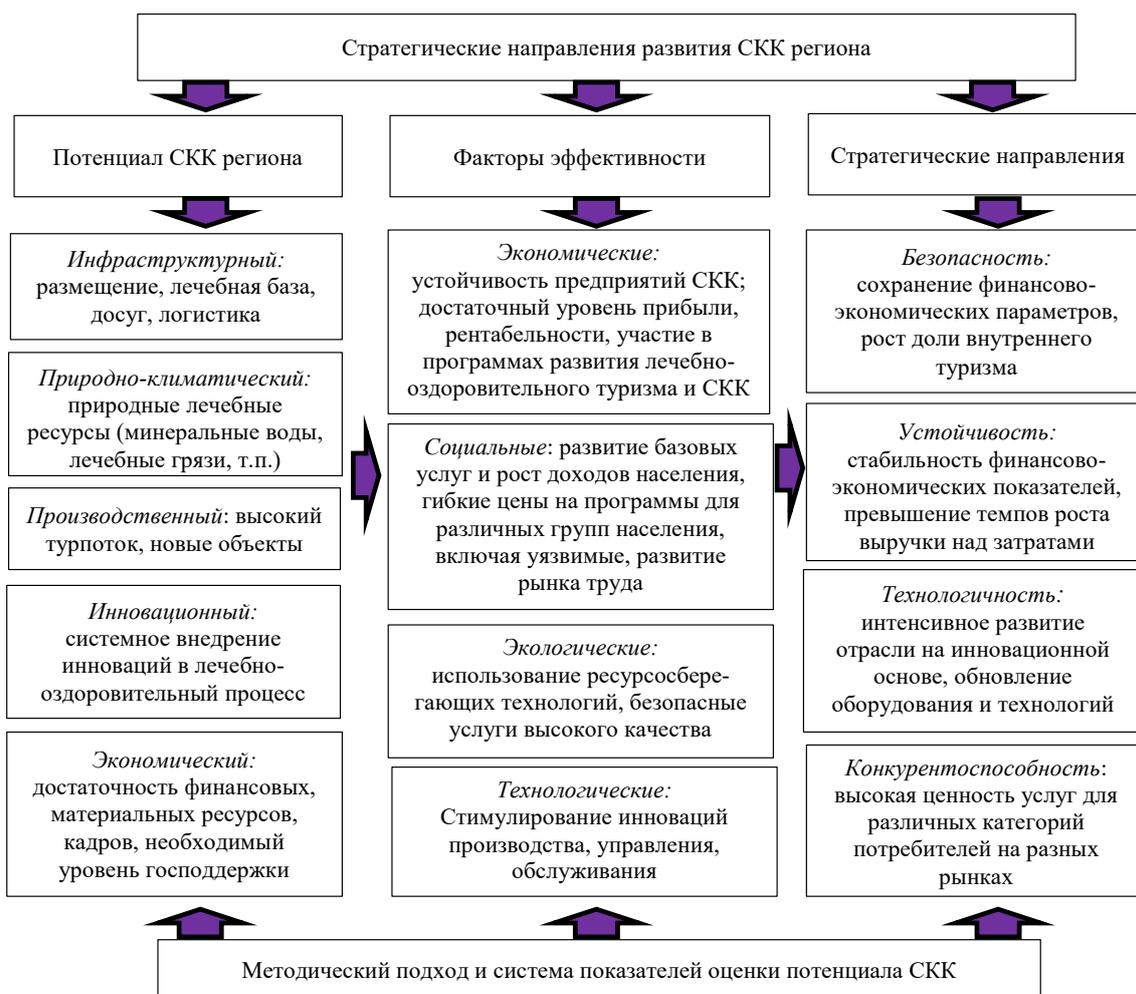


Рис. 1. Потенциал лечебно-оздоровительных ресурсов организаций санаторно-курортного комплекса (блок-схема разработана автором)

Таблица 1

Анализ конкурентной среды использования бальнеологического потенциала Пермского края и Республики Башкортостан предприятиями санаторно-курортного комплекса

№	Субъект РФ	Бальнеологический санаторий	Бальнеологический потенциал
Приволжский федеральный округ			
1	Ульяновская область	Санаторий «Прибрежный»	Грязи со дна Белого озера, обладающие высокими тепловыми свойствами с содержанием большого количества органических веществ, ферментов, а также полезных микроорганизмов.
		Санаторий «Белый Яр»	Естественные минеральные воды. В качестве основного лечебного фактора применяются сероводородная вода и рассолы.
		Санаторий «Дубки»	Ундоровская минеральная вода «Волжанка» – основной лечебный фактор курорта.
		Санаторий им. В.И. Ленина	Лечение минеральной водой с высоким содержанием органических веществ. Схожая по целебным свойствам минеральная вода есть только на курорте Трускавец (Украина).
2	Пермский край	Санаторий-профилакторий «Лесная поляна»	Йодобромная вода.
		Санаторий-профилакторий «Апи-спа»	Питьевая минеральная вода, привозная грязь Суксуна.
		Курорт «Усть-Качка»	Йодобромная вода, сероводородная вода, питьевая минеральная вода «Усть-Качкинская», спелеолечение.
3	Чувашская республика	Санаторий «Чувашия»	Сероводородные и хлоридно-натриевых минеральные воды.
4	Республика Татарстан	Санаторий «Бакирово»	Сульфидные минеральные воды, лечебные грязи.
		Санаторий «Ижмин-воды»	Редкие сероводородные и сульфидные минеральные воды и лечебные глины.
5	Республика Удмуртия	Санаторий «Варзи-Ятчи»	Минеральные воды: сульфатно-натриево-магниево-кальциевая, слабощелочная, маломинерализованная с ионами серебра. Слабосульфидные высокозольные торфяные грязи
6	Кировская область	Санаторий «Нижне-Ивкино»	3 типа минеральных вод различных по составу и действию для внутреннего применения и 2 типа вод для наружного применения (минеральные ванны), а так же 2 типа лечебных грязей (сероводородсодержащие, торфяные).
7	Пензенская область	Санаторий «Надежда»	Лечебные грязи Тамбуканского озера из окрестностей Пятигорска и озера Молочка курорта Сергиевские Минеральные Воды.
8	Республика Башкортостан	Санаторий «Ассы»	Минеральные источники ключа Туз-Елга (Соляная речка). Минеральная вода двух типов: маломинерализованная вода сульфатно-хлоридного натриевого состава, высокоминерализованная вода хлоридного натриевого состава.
Уральский федеральный округ			
9	Свердловская область	Лечебно-оздоровительный комплекс «Гранатовая бухта» (бывший санаторий «Верхняя Сысерть»)	Минеральная вода используется для питьевого применения, также для ванн, душей, орошений, ингаляций.
		Санаторий-профилакторий «Дюжонок» (г. Первоуральск)	Ингаляции с лечебными кристаллами «Легран» и минеральной водой. Теплогрязелечение (озокерито-парафиновые, грязевые аппликации на различные участки тела).
		Санаторий-профилакторий «Богословский» (г. Красноту-рьинск)	Используются минеральные воды, для дальнейшего развития профилактория планируется проектирование и строительство водогрязелечебницы с бассейном и аквапарком.
		Санаторий «Обуховский» (г. Камышлов)	Минеральная вода используется для питьевого применения, также для ванн, душей, орошений, ингаляций.
		Климатогрязевый санаторий «Руш» (г.Нижний Тагил)	Торфолечение, климатолечение, бальнеотерапия, физиотерапия, фитотерапия, иглорефлексотерапия, психотерапия, аромаиерапия, спелеотерапия, мониторинг очистка кишечника, талассотерапия, биорезонансная терапия.

Источник: составлено автором на основе [6-8].

Анализ конкурентной среды базируется на двух ключевых факторах: наличие уникальных бальнеологических ресурсов и развитый санаторно-курортный комплекс, которые в совокупности представляют потенциальную угрозу для выхода на новые рынки лечебно-оздоровительных услуг (табл. 1).

Из табл. 1 следует, что многие субъекты Приволжского и Уральского федеральных округов, соседствующие с Пермским краем и Республикой Башкортостан обладают наличием санаториев с бальнеологической направленностью и являются конкурентами на рынке лечебно-оздоровительных услуг. Специфика санаторно-курортного оздоровления весьма разнообразна и включает в себя комплекс процедур на основе минеральных, йодобромных, сероводородных вод, рассолов, лечебных грязей. Процедуры бальнеологической направленности дополняются климатолечением, ландшафтотерапией, ароматерапией, спелеотерапией, физическими нагрузками, в соответствии со спецификой лечения. Ко всему прочему, многие учреждения ведут активную политику, направленную на расширение комплекса услуг и открытие новых месторождений.

В зависимости от спектра лечения, его комплексности, учета таких составляющих как питание и проживание в двухместном комфортабельном номере на одного человека, была проанализирована ценовая политика формирования стоимости путевки санаториев бальнеологического направления в Приволжском федеральном округе, а также регионах-соседах. По данным с официальных сайтов санаториев средняя стоимость размещения в сутки составляет чуть более 2000 руб. на человека. Из рассмотренных объектов наибольшая цена зафиксирована в курорте «Усть-Качка» Пермского края – 2800 руб. на человека, причем диапазон цен на размещение и лечение может быть увеличен в зависимости от выбранного санатория, находящегося на территории курорта. Минимальное ценовое предложение для Пермского края принадлежит санаторию-профилакторию «Лесная поляна» в размере 1500 руб. за суточное проживание. Из соседей – регионов схожая стоимость наблюдается в климатогрязевом санатории «Руш», Свердловской области, цена на пребывание в котором составляет

1540 руб. на посетителя. При сравнительном анализе санаториев, было отмечено, что некоторые объекты не размещают на своем официальном сайте подробной информации о ценах на суточное проживание с детализацией расходов на проживание, питание и лечение. Интересующие данные можно получить только лишь через онлайн-консультирование, либо через предварительный заказ самой путевки. Данный факт затрудняет объективность проведения исследования, к тому же создает непосредственные неудобства для потенциальных потребителей услуг санаторно-курортного лечения, ограничивая их в возможности оперативного сравнения цен на путевки и ознакомления с расходной частью. Тем не менее, потребность населения в лечении с использованием подобных природно-лечебных ресурсов возрастает.

Затем был проведен анализ корпоративных сайтов санаторно-курортных организаций Пермского края и республики Башкортостан. В целях анализа было взято 16 сайтов санаторно-курортных организаций, осуществляющих деятельность на территории Пермского края и Республики Башкортостан по следующим запросам: «Санатории Пермского края», «Санатории Республики Башкортостан», «Курорты Пермского края», «Курорты Республики Башкортостан». В основу отбора сайтов по обозначенным запросам легли следующие принципы [9-11]:

- 8 сайтов (по 4 на запросы «курорты» и «санатории»), занимающих лидирующие позиции в поисковых системах yandex.ru и google.ru;

- 8 сайтов (по 4 на запросы «курорты» и «санатории»), располагающихся на последних позициях 10-й страницы результатов запросов в поисковых системах yandex.ru и google.ru.

Также при введении запросов учитывался региональный принцип, поскольку в случае автоматического определения местонахождения пользователя поисковая система, как правило, выдаёт результаты (санаторно-курортные организации) наиболее близкие к региону его проживания. Именно поэтому, при соответствующих запросах в настройках региона указывались либо «Пермь (Пермский край)», либо «Уфа (Республика Башкортостан)» соответственно. Результаты поисковых запросов представлены на рис. 2.

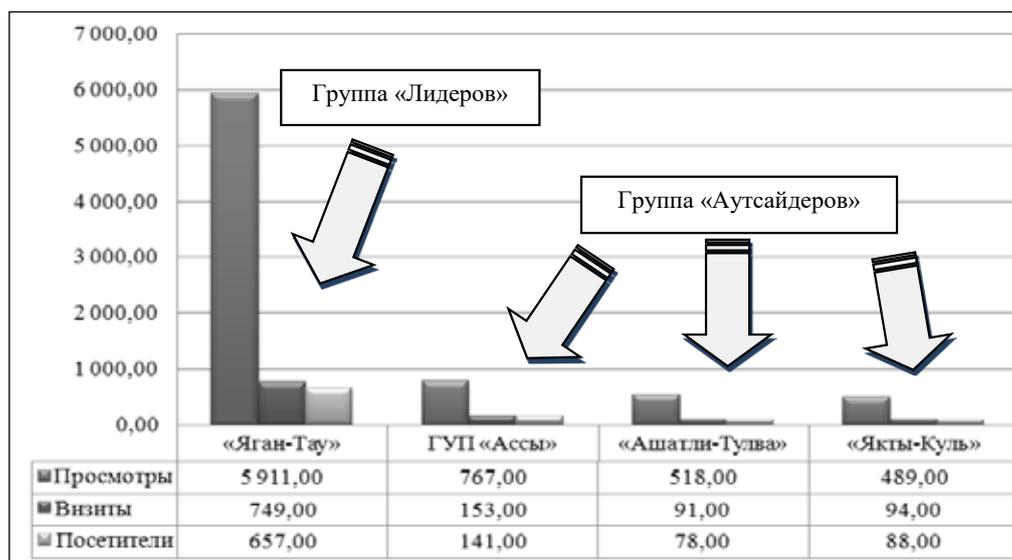


Рис. 2. Посещаемость сайтов организаций санаторно-курортного комплекса Пермского края и Республики Башкортостан за 24 часа (составлено автором)

Таблица 2

Уникальность текстового наполнения сайтов СКК

«Лидеры» результатов поиска	Процент ун-ти	«Аутсайдеры» результатов поиска	Процент ун-ти
Санаторий-Профилакторий «Алмед» http://almed.perm.ru/	96,86	Санаторий-профилакторий «Родник» http://www.rodnikperm.ru/	98,34
Официальный сайт ГАУЗ Павловский детский санаторий Республики Башкортостан http://pds.bashmed.ru/	52,32	Санаторий «Бодрость» http://санаторий-бодрость.рф/	94,65
Санаторий «Красноусольск» http://www.krasnousolsk.ru/	90,82	Санаторий «Якты-куль» http://санаторий-яктыкуль.рф/	85,05
Курорт «Ключи» http://www.spa-kluchi.ru/	53,36	«Ашатли-Тулва» http://www.ashatly.ru/	88,14
«Демидково» http://demidkovo.ru/	90,09	Санаторий «Красный Яр» http://www.санаторий-красныйяр.рф/	67,42
Среднее значение	77,90	Среднее значение	83,44

Источник: составлено автором.

Полученные данные отражают совпадение результатов поиска по ряду позиций, что объясняется очень близкой сферой деятельности организаций санаторного и курортного профилей. Кроме того, многие санаторно-курортные организации имеют 2 и более сайтов, на которых предлагают свои услуги, что подтверждается результатами поисковых машин. Первым параметром является посещаемость сайта, которая может быть измерена посредством инструментов, обозначенных ранее при условии нахождения (установки собственниками сайтов) соответствующих счётчиков [12]. Аналитики подтверждают зависимость рейтинга сайта

в результатах запроса пользователя от его посещаемости.

Уникальность текстового наполнения сайтов организаций СКК исследовалась при помощи системы «Антиплагиат» сайта www.antiplagiat.ru (табл. 2).

Средний балл уникальности текстов у «аутсайдеров» рейтинга несколько выше, однако если принимать во внимание их размер (который играет большую роль, чем уникальность текстового наполнения), то ряд представителей данной группы имеют катастрофически маленький размер статей для продвижения (поэтому данный критерий отчасти является довольно отно-

сительным). К таким ресурсам, например, относятся: курорты «Красный Яр» и «Уш-Бельдир», ГУП санаторий «Ассы» и др., что и объясняет довольно низкие позиции рассматриваемых сайтов в результатах запросов пользователей.

Остальные критерии оценки корпоративных сайтов санаторно-курортных организаций оценивались группой экспертов по продвижению сайтов (SEO-оптимизаторы) в составе 30-ти человек (специалисты и руководители санаторно-курортных организаций), приоритетными характеристиками являлись информативность, удобство поиска информации для пользователя, посещаемость. Полученные данные экспертов подтверждают повышенную привлекательность сайтов, входящих в группу «лидеров» с точки зрения пользовательских параметров, что, несомненно, способствует увеличению спроса со стороны потенциальных клиентов на их услуги.

Рассматривая корпоративные сайты санаторно-курортных организаций по территориальному признаку (Пермский край и республика Башкортостан), следует отметить некоторое преобладание практически по всей анализируемой группе показателей интернет-ресурсов, расположенных на территории Пермского края. Проведённый анализ свидетельствует о том, что сайты организаций СКК Пермского края обладают большей информативностью, эргономичностью и скоростью работы, более привлекательным дизайном, активнее продвигаются в социальных медиа, а также чаще оптимизированы под мобильные устройства (рис. 3).

В итоговом рейтинге корпоративных сайтов 1-е место занимает курорт «Яган-Тау», на 2 месте расположился курорт «Ключи», а на 3-м санаторий-профилакторий «Алмед»

Анализ тематических групп организаций санаторно-курортного профиля в социальных медиа состоял из нескольких этапов. На первом этапе необходимо произвести отбор 12 сообществ (тематических групп) в социальных сетях на примере ресурса Vkontakte.ru, поскольку последний является наиболее популярным среди российских пользователей, а его интерфейс (по нашему мнению) является максимально удобным для ведения и просмотра различного рода групп. Отобранные группы будут подразделяться по территориальному признаку – Пермский край (6 сообществ) и республика Башкортостан (6 сообществ), а также запросам «санатории» и «курорты». В целях анализа отбирались группы, занимающие исключительно первые места в рейтинге, поскольку последовательность показа групп в результатах поиска зависит только от численности её участников. Среди обозначенных групп 1-е место по показателю численности участников занимает группа курорта «Усть-Качка» (3 705 чел.), 2-е курорт «Красноусольск» (2 919 чел.), 3-е санаторий «Яган-Тау» (2 534 чел.) соответственно.

Рассматривая популярность групп в разрезе отдельных территорий, следует отметить, что тематические сообщества санаторно-курортного комплекса республики Башкортостан являются более популярными (рис. 4).

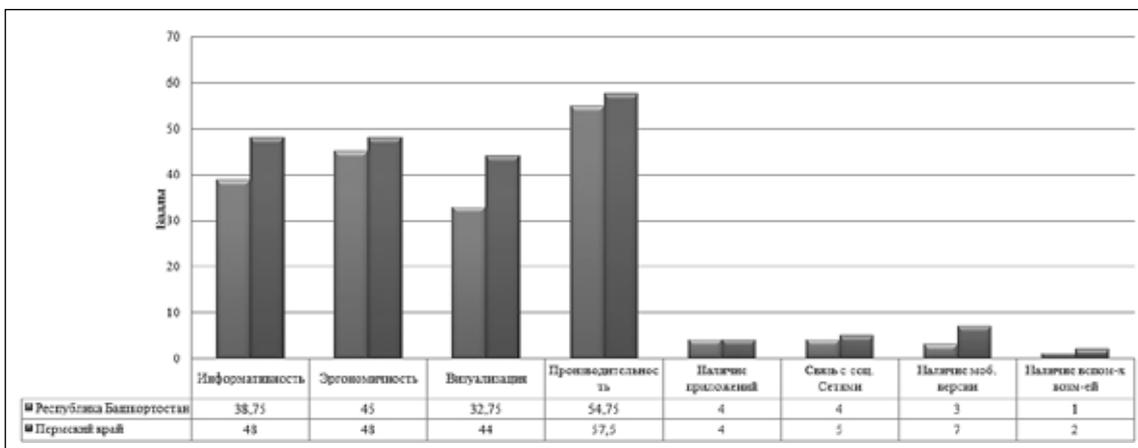


Рис. 3. Соотношение корпоративных сайтов организаций СКК в Пермском крае и республике Башкортостан (составлено автором)

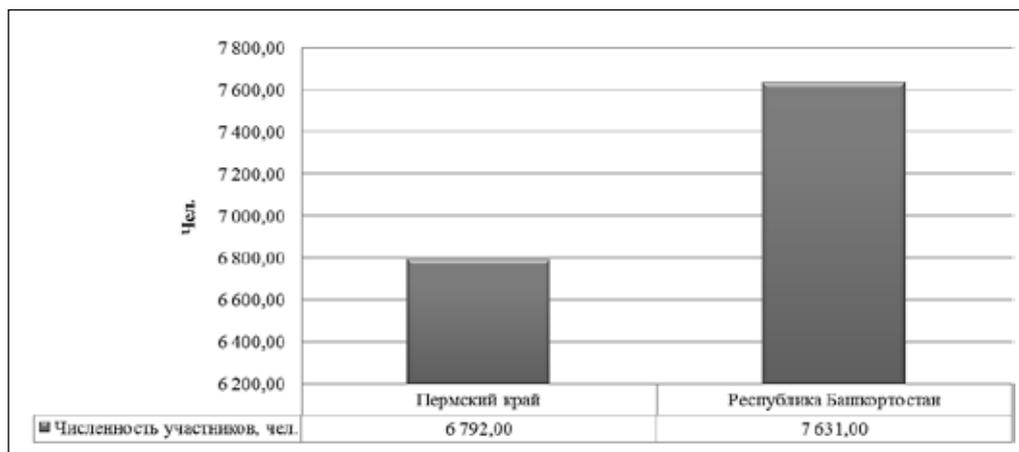


Рис. 4. Численность участников групп СКК в Пермском крае и республике Башкортостан (составлено автором)

Остальные критерии оценки групп санаторно-курортных организаций в социальных медиа оценивались группой экспертов по продвижению сайтов (SMM-оптимизаторы) в составе 3-х человек. Проведённый анализ продемонстрировал преобладание по всем рассмотренным критериям организаций санаторно-курортного комплекса Пермского края – в их тематических группах, как правило, можно найти большой объём интенсивно обновляющей-

ся информации, присутствует повышенная активность администраторов (благодаря чему, в группе присутствует меньше спама и не относящихся к основной рубрике сообщений (постов)), а также проводятся конкурсы.

В итоговом рейтинге тематических групп в социальных медиа 1-е место занимает курорт «Усть-Качка», на 2 месте расположился курорт «Красноусольск», а на 3 санаторий-профилакторий «Янган-Тау» (табл. 3).

Таблица 3

Рейтинг тематических групп санаторно-курортных организаций согласно мнению экспертов

Наименование группы СКК	Информационное наполнение	Активность администраторов	Наличие различных конкурсов	Сумма баллов
Курорт «Усть-Качка» (Пермский край)	9,67	10	1	20,67
Детский санаторий «Орленок» (Усть-Качка, Пермский край)	7,33	9,67	0	17
Креатив-Курорт: SPA о котором Вы мечтали (Пермский край)	8,33	3,67	0	12
Санаторий «Светлана» (Подснежник) (Пермский край)	9	1,33	0	10,33
Санаторий «Красный Яр» (Пермский край)	8,33	3,67	0	12
Курорт Уфа – Красноусольск (Республика Башкортостан)	10	8,67	0	18,67
Санаторий Янган-Тау (Республика Башкортостан)	7	10	0	17
Санаторий «Таньп» (Республика Башкортостан)	7	8,33	0	15,33
Санаторий-профилакторий УГАТУ (Республика Башкортостан)	8	7	0	15
Санаторий «Ассь» (Республика Башкортостан)	4	3,33	0	7,33

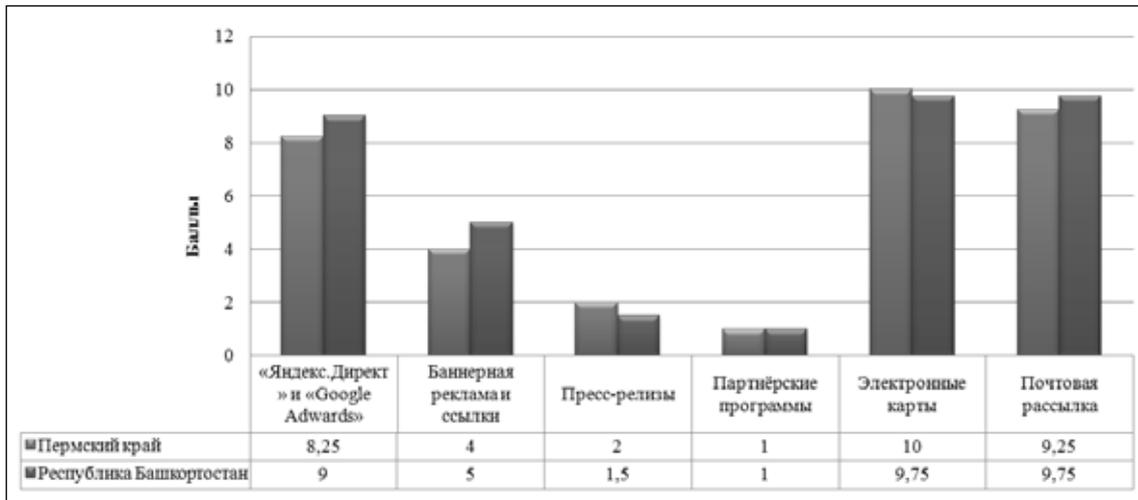


Рис. 5. Соотношение ситуации по прочим методам продвижения СКК в Пермском крае и республике Башкортостан (составлено автором)

В целях анализа данного направления на территории Пермского края и республики Башкортостан по обозначенным ранее критериям, были привлечены 4 эксперта, профессионально занимающихся SMO продвижением (рис. 5).

Данные исследования демонстрируют довольно схожую ситуацию в обоих рассматриваемых субъектах – повышенным спросом среди организаций санаторно-курортного комплекса пользуются такие инструменты как «Яндекс.Директ» и «Google Adwards», электронные карты и почтовая рассылка. Остальные же направления пока не получили достаточного развития ввиду их относительной новизны, а также трудоёмкости в сравнении с возможностями, обозначенными ранее. Полученные данные свидетельствуют о более концентрированной конкурентной среде в отношении услуг СКК на территории республики Башкортостан

Выводы

Рекреационные ресурсы оказывают ключевое влияние на курортную специализацию регионов и перспективы продвижения услуг на потребительских рынках внутри страны. Уникальность природных лечебных ресурсов должна оцениваться с нескольких направлений: ценность для здоровья и восстановления психофизиологических сил человека; уровень конкуренции со стороны ближайших территорий; возможности коммерческого применения в деятельности предприятий санаторно-курортного комплекса. В статье рассматривались возмож-

ности оптимизации и улучшения коммерческого эффекта для бальнеологических ресурсов, используемых санаторно-курортными предприятиями Пермского края и Республики Башкортостан. Данные регионы входят в состав Приволжского федерального округа и характеризуются развитым санаторно-курортным комплексом с диверсифицированным лечебно-оздоровительным профилем.

Анализ конкурентной среды показал, что многие территориально близкие регионы Приволжского Уральского федеральных округов располагают бальнеологическими ресурсами, которые могут эффективно применяться в курортной медицине. Обращает на себя внимание гибкая ценовая политика регионов-конкурентов, позволяющая сделать вывод о доступности природно-лечебных ресурсов по ценовому критерию для лиц с различным уровнем дохода, к тому же, прослеживается общая тенденция: стоимость путевок бальнеологической направленности ниже стоимости санаторно-курортного лечения в Пермском крае и Республике Башкортостан.

В связи с этим необходима разработка лечебно-оздоровительных программ для различных категорий населения при поддержке органов региональной власти и некоммерческих организаций, действующих в Пермском крае и Республике Башкортостан, связанных с координацией деятельности ведущих курортов. Это в свою очередь создает условия для разработки перспективных месторождений природно-лечебных

ресурсов в регионах. Формирование конкурентоспособного предложения строится как на обеспеченности природно-ресурсной базой (непосредственно источниками вод и грязей), так и оснащенности санаторных комплексов основными средствами, современным лечебно-диагностическим оборудованием. Все это формирует единую целостную систему санаторно-курортного лечения.

Анализ основных направлений продвижения услуг организаций, осуществляющих деятельность в санаторно-курортной отрасли, свидетельствует о более активном развитии направления интернет-маркетинга в Пермском крае, как в отношении корпоративных сайтов, так и социальных медиа. Исключением являются некоторые направления, относимые в группу «прочих», однако поскольку большинство из них неразрывно связаны с сайтами организаций и, как правило, направлены на продвижение последних, более активная работа по данному направлению в республике Башкортостан может быть обусловлена необходимостью развития самих сайтов, состояние которых

несколько уступает другому региону-лидеру Приволжского федерального округа – Пермскому краю. В качестве перспективных методов позиционирования санаторно-курортных предприятий на базе бальнеологических ресурсов для рассматриваемых регионов можно выделить:

- участие в региональных выставках и ярмарках, посвященных лечебно-оздоровительному туризму, внутреннему туризму, с организацией акций и подарков товаров лечебного, гигиенического и косметического назначения;

- пакетирование лечебных грязей и бутылирование минеральной воды с указанием названий брендов известных курортов и здравниц для работы с розничными торговыми сетями. Для Пермского края – Усть-Качка, Ключи, Демитково;

- разработка программ для различных групп населения, включая уязвимые категории (дети, инвалиды и т.п.) с целью участия в региональных и государственных программах поддержки туризма и санаторно-курортного комплекса.

Библиографический список

1. Бахтеев Ю.Д., Белякова В.А. Концепция стратегического маркетинга как основа управления конкурентоспособностью предприятия // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2016. № 6. С. 84–92.
2. Герасимов Б.Н. Исследование роли и места менеджмента в управленческой деятельности организации // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2017. № 1 (135). С. 40–46.
3. Луковцева А.К. Тенденции и направления стратегии модернизации экономического развития территорий и субъектов Южного федерального округа (ЮФО) // Экономика. Налоги. Право. 2017. № 9. С. 26–34.
4. Булкот О.В., Пашук Л.М. Управление экономической эффективностью маркетинга в транснациональных компаниях // Baltic Journal of Economic Studies. 2018. Вып. 3. № 2. С. 85–92.
5. Гренроос К. Модель качества услуг и ее применение в маркетинге // Маркетинг услуг. 2016. № 1. С. 2–10.
6. Карпова Г.А., Долматеня Ю.В., Ткачев В.А. Проблемы развития санаторно-курортного комплекса в условиях трансформации российской экономики // Сервис в России и за рубежом. 2018. № 5. С. 95–117.
7. Лесников А.И., Котова Т.П., Валеева Р.Н. Современные подходы к формированию стандартов качества сервиса в условиях санаторно-курортных комплексов Башкортостана // Современные проблемы сервиса и туризма. 2018. Т. 12. № 2. С. 106–118.
8. Шайхметов Р.Р. Особенности развития лечебно-оздоровительного туризма в Башкортостане // Вестник ИрГТУ. 2018. № 5 (100). С. 59–67.
9. Ласси М.Ю., Рубцова Н.В. Цепочка создания ценности туристского продукта в России: современное состояние и тенденции развития // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2018. Т. 25. № 1. С. 45–50.
10. Новаторов Э.В. «Мягкие» и «жесткие» исследовательские подходы к изучению, измерению и совершенствованию качества медицинских услуг // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. 2018. № 5. С. 102–123.
11. Салова Н.С. Региональные особенности санаторно-курортного комплекса России // Евразийский научный журнал. 2018. № 7. С. 59–67.
12. Шевченко И.В., Боштек А.А. Обоснованные риски предприятий санаторно-курортного комплекса // Экономика: теория и практика. 2018. № 1 (25). С. 46–52.