Бизнес-журнал

С°К'О"

санаторно-курортная отрасль

№4(38) | 2019

ВСЕМИРНАЯ СЕТЬ ДЛЯ МАРКЕТОЛОГОВ

КАК ЭФФЕКТИВНО ПРОДВИГАТЬ САНАТОРИЙ В ИНТЕРНЕТЕ?
СТР. 28

САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ МЕДИЦИНСКОЙ РЕАБИЛИТАЦИИ. ТРЕБОВАНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА
СТР. 34

WEB-АНАЛИТИКА ДЛЯ САНАТОРИЕВ
СТР. 40

СПДС

Российский производитель медицинского оборудования

СИСТЕМЫ ПОДДЕРЖАНИЯ СТЕРИЛЬНОСТИ (ООО «СПДС»)

- Шкафы для хранения стерильных эндоскопов «СПДС» с продувкой и сушкой каналов

Шкаф «СПДС-ШСК» для хранения эндоскопов

– продувка и сушка каналов
– до 10 эндоскопов
– хранение 7 суток
– сенсорный дисплей

- Рециркуляторы УФ-бактерицидные «СПДС» для обеззараживания воздуха в присутствии людей

Реклама

Рециркуляторы УФ-бактерицидные «СПДС»

– производительность до 120 м^3/час
– бактерицидная эффективность до 99,9%
– электронный контроль ресурса ламп
– широкая цветовая гамма

www.sterilnost.ru +7(4852)75-96-07, +7(4852)75-94-27 spds@sterilnost.ru 150007, г. Ярославль, ул. Университетская, 21

Команда «СКО» продолжает своевременно и полно освещать все самое актуальное в санаторной отрасли!

Дмитреев Сергей,
главный редактор

Патрушева Вера,
выпускающий редактор

Денисова Мария,
журналист

Ладейщикова Наталия,
журналист

Чебыкина Елена,
журналист

Жадобин Анатолий,
техническое обеспечение

Чуприянова Кристина,
программист

Михалицын Владимир,
дизайнер

Содержание

СОБЫТИЯ

Всероссийский форум «Здравница-2019» 4

Итоги конгресса VITA REHAB WEEK-2018..... 6

На MedTravelExpo-2018 состоялось торжественное вручение премий журнала «ПЕРСОНА. С.К.О.»..... 10

Перезагрузка санаторно-курортного бизнеса прошла успешно!.....12

АНАЛИТИКА

Дорогу осилит идущий?.....14

Как консалтинг помогает санаторию «выздороветь»? Эффективность и риски консалтинга.....18

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Репутация санаторно-курортной организации 24

Как эффективно продвигать санаторий в интернете? 28

Сайт организации медицинской реабилитации. Требования законодательства.....34

Web-аналитика для санаториев..... 40

ОБМЕН ОПЫТОМ

«Я вернулась из Лондона, чтобы работать в санатории...» 44

БАЛЬНЕОЛОГИЯ

Как увеличить эффективность подводного вытяжения? 48

РЕАБИЛИТАЦИЯ

Низкочастотная магнитотерапия..... 50

Как повыситьэкономическую эффективность санатория?.....54

Журнал «Санаторно-курортная отрасль» №4(38), март 2019
Учредитель и издатель: ООО «Вита Техника Урал»
Регистрация: Федеральная служба по надзору в сфере связи, ИТ и массовых коммуникаций. Свидетельство о перерегистрации СМИ ПИ №ФС77-57794 от 18 апреля 2014 г.
Адрес издательства:
624251, Свердловская обл., г. Заречный, ул. Мира, 35
Адрес редакции: 624251, Свердловская обл., г. Заречный, ул. Мира, 35, тел. (34377) 7-40-97
Главный редактор: Дмитреев Сергей Федорович (info@vt66.ru)
Выпускающий редактор: Патрушева Вера (111@csko.ru)
Верстка: Михалицын Владимир
Корректор: Ильина Елена
Литературный корректор: Чебыкина Елена
Техническое обеспечение: Жадобин Анатолий
Отдел рекламы: тел. (34377) 3-16-88, 7-26-04
Работа с рекламодателями: Патрушева Вера (111@csko.ru),
Цена: свободная
Дата выхода в свет: 20.03.2019

Члены редколлегии:
Разумов А.Н., д. м. н., президент Национальной Курортной Ассоциации, Заслуженный деятель науки РФ, Академик РАН.
Ефименко Н.В., и.о. директора ФГБУ «Пятигорский государственный научно-исследовательский институт курортологии» ФМБА России
Зайцев А.А., директор ФГБУН «Томский научно-исследовательский институт курортологии и физиотерапии» ФМБА России
Остапишин В.Д., директор ФГБУ «Научно-исследовательский центр курортологии и реабилитации» ФМБА России, г. Сочи
Пономаренко Г.Н., генеральный директор Санкт-Петербургского НПЦ медико-социальной экспертизы, протезирования и реабилитации инвалидов им. Г.А.Альбрехта, Заслуженный деятель науки РФ, доктор медицинских наук, профессор.

Отпечатано: типография ООО «Типография», г. Екатеринбург, ул. Репина, 78, пом. 1. Тел. (343) 287-03-52
Номер заказа: 229. **Тираж:** 2 000 экз.
Подписано в печать: 18.03.2019 г.
Редакция не несет ответственности за содержание рекламы. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов.
Подписной индекс:
34122 – каталог «Пресса России»
16+
www.csko.ru

вк /cko_journal

ok.ru/group/53459461472333

facebook /sko2009.ru

ПРОДОЛЖАЕТСЯ ПОДПИСКА на 2019 год

НА БИЗНЕС-ЖУРНАЛ

для руководителей предприятий санаторно-курортной отрасли

Чтобы оформить подписку, Вам нужно:

1. оплатить счет (см.ниже
2. отправить копию платежного поручения); и карточку предприятия с подробным почтовым адресом на эл. почту: 111@csko.ru
   или по факсу: +7 (34377) 7 – 29 – 80

www.csko.ru

Самый полезный журнал по мнению директоров санаториев

ВСЕГО **1800 ₽**

ООО «Вита Техника Урал»
624250, Свердловская обл., г. Заречный, ул. Мира, д.35
Тел/факс (34377) 7-41-02, тел.7-29-80, 7-40-97; e-mail:info@vt66.ru; http://www.vt66.ru
ИНН **6639016862**, КПП **668301001**, ОГРН **1076639001295**, Р/с **40702810216540038446** в Уральский банк ПАО СБЕРБАНК г.Екатеринбург, БИК **046577674**, К/с **30101810500000000674**, ОКПО **83427173**, ОКТМО **65737000**, ОКОГУ **49013**, ОКФС **16**, ОКОПФ **65**, ОКВЭД **46.69.8; 46.46; 22.1; 33.10.1; 33.10.2**

Директор – Дмитреев Сергей Федорович (действует на основании Устава)
Зам.директора – Вихрев Евгений Евгеньевич
Главный бухгалтер – Балдина Надежда Ивановна

Счет № СКО-1088 от 20 марта 2019 г.

НАИМЕНОВАНИЕ	Сумма, руб.
Годовая подписка на журнал «Санаторно-курортная отрасль»	1800, 00
Итого:	1800, 00
НДС	—
Всего к оплате:	1800, 00

Всего к оплате: Одна тысяча восемьсот рублей 00 коп. Счет действителен до 31.12.2019

Директор Дмитреев С.Ф.

Уважаемые участники и гости Всероссийского форума «Здравница-2019»!

В целях развития санаторно-курортного комплекса Российской Федерации, 21-23 мая 2019 года в г. Алушта, Республика Крым пройдет главный Форум санаторно-курортной отрасли страны – XIX Всероссийский форум «Здравница-2019».

Открытие Форума состоится 21 мая в 10-00 в отеле «Ривьера Санрайз Алушта» (Крым, г. Алушта, ул. Ленина, 2).

В рамках Форума организуются Международный научный конгресс «Стратегическое значение курортов России в сохранении и восстановлении здоровья населения» и Выставка достижений санаторно-курортных учреждений России и зарубежных стран.

Важнейшей задачей Форума является поиск эффективных форм межведомственного взаимодействия для формирования государственной политики здоровьесбережения и стабильного развития курортов России, создания условий развития инвестиционной привлекательности курортного комплекса для преобразования её в значимую бюджетообразующую и экспортоориентированную отрасль.

Санаторно-курортная отрасль – максимально эффективный инструмент в решении поставленных Президентом Российской Федерации задач по увеличению продолжительности здоровой, активной, полноценной жизни до 80 и более лет, определенных в Послании Федеральному Собранию от 1 марта 2018 года и Указе от 7 мая 2018 года № 204. Перечень Поручений Президента РФ по вопросам санаторно-курортного лечения граждан от 02.10.2018 Пр-1796 предписывает Правительству принять меры по обеспечению граждан санаторно-курортным лечением, а органам исполнительной власти субъектов РФ стимулировать привлечение инвестиций в курортные организации.

Площадка Форума традиционно в течение многих лет по праву является знаковым событием для развития санаторно-курортного комплекса России, решения актуальных проблем здоровьесбережения, сохранения трудового потенциала, оздоровления населения, повышения научного потенциала и формирования инвестиционной привлекательности отрасли.

Учитывая, острую необходимость санаторно-курортных организаций во внедрении современных технологий управления и продвижения впервые для участников Форума организуется работа Бизнес-клуба НКА. В преддверии открытия Форума 20 мая 2019 года в течение всего дня «Уроки бизнеса для руководителей и собственников курортных организаций».

Приглашаем Вас и Ваших коллег принять участие в работе Всероссийского форума «Здравница-2019» и Выставки достижений санаторно-курортных учреждений России и зарубежных стран.

Президент Национальной Курортной Ассоциации
Заслуженный деятель науки Российской Федерации,
академик РАН, профессор **А.Н. Разумов**

НАЦИОНАЛЬНАЯ КУРОРТНАЯ АССОЦИАЦИЯ
NATIONAL SPA ASSOCIATION
8 (495) 621-40-26
russpa@yandex.ru
www.rusnka.ru

Всероссийский форум «Здравница-2019»

21–23 мая, Республика Крым

«Ривьера Санрайз Алушта»
ул. Ленина 2, Алушта, Крым

При поддержке: • Совета Федераций Федерального Собрания Российской Федерации • Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации • Управления Делами Президента Российской Федерации • Российской Академии наук • Правительства Республики Крым • Федерального агентства по туризму Российской Федерации • Минздрава Российской Федерации • Федерации независимых профсоюзов России • Национальной курортной ассоциации • Российского Союза туриндустрии • Российской Ассоциации Медицинского Туризма • Общероссийской Общественной Организации «Российское общество врачей восстановительной медицины, медицинской реабилитации, курортологов и физиотерапевтов» • Общероссийской Общественной Организации «Российское научное медицинское общество терапевтов» • Международного Университета Восстановительной медицины • Московского научно-практического центра медицинской реабилитации, восстановительной и спортивной медицины ДЗМ • Всемирной федерации водолечения и климатолечения (FEMTEC)

XIX МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ КОНГРЕСС

«Стратегическое значение курортов России в сохранении и восстановлении здоровья населения»

Научно-практические секции (круглые столы, пленарные заседания, симпозиумы, семинары, лекции, мастер-классы, тренинги): Значение санаторно-курортного комплекса в здоровьесбережении нации; стратегия развития санаторно-курортного комплекса РФ, роль санаторно-курортного комплекса в развитии экспорта медицинского туризма, эффективность санаторно-курортного оздоровления; экономическая значимость профилактики различных заболеваний; этапность восстановительного лечения и медицинской реабилитации: долечивание — задачи и перспективы, межведомственное взаимодействие • Инвестиционные возможности санаторно-курортной отрасли в регионах • Организационно-правовые формы развития и эффективного управления санаторно-курортной отраслью России, основные этапы формирования инновационной стратегии развития санаторно-курортных и лечебно-оздоровительного предприятий • Восстановительная и курортная медицина, медицинская реабилитация, спортивная медицина: достижения, перспективы, мировые тенденции, технологии, оборудование • Подготовка и переподготовка кадров в сфере медицинской реабилитации, оздоровления, восстановительной и курортной медицины, сервиса, гостеприимства • Современные оздоровительные технологии: технологии спа, веллнесс, фитнес, мировые тенденции анти-старения, лечебный и оздоровительный туризм • Бизнес-контекст развития курортной отрасли РФ: международный опыт и глобализация, стратегии развития, пути повышения эффективности, управление бизнес-процессами, специфические особенности санаторно-курортного комплекса, как объекта управления • Клиентоцентрированный подход в курортологии и восстановительной медицине: маркетинг и реклама, сервис, питание, досуг, консалтинг, медицинский менеджмент.

ВСЕРОССИЙСКАЯ ВЫСТАВКА ДОСТИЖЕНИЙ САНАТОРНО-КУРОРТНОЙ ОТРАСЛИ

«Природные лечебные факторы, методы оздоровление, лечение и реабилитация в санаторно-курортных организациях»

Минеральные воды, лечебные грязи • Диагностическое, лечебное и вспомогательное оборудование • Физиотерапия • Оборудование и технологии для климато-, бальнео-, и грязелечения • Массаж • Тренажерное оборудование и инвентарь • Термотерапия (бани, сауны) • Рефлексотерапия • Механотерапия • Лечебная физкультура • Мануальная терапия и традиционные медицинские технологии • Лечебное и профилактическое питание • Анти-age технологии и продукция • Косметология и эстетическая медицина • Спа и веллнесс • Ресурсосберегающие и экологически чистые технологии • Технологии формирования здорового образа жизни • Оснащение санаториев • БАД • Информационные технологии • Оборудование пляжей • Мебель • Бассейны • Тренажерные залы • Оборудование пищеблоков • Одежда • Технологии продвижения • Транспорт • Реализация путевок • Медицинское и социальное страхование • Проектирование, строительство и благоустройство санаториев • Медицинский менеджмент и маркетинг • Технологическое проектирование • Подготовка и переподготовка кадров • Консалтинг • Медицинская и курортная литература.

Во исполнении поставленных Президентом Российской Федерации задач по увеличению продолжительности здоровой, активной, полноценной жизни в рамках Всероссийского форума «Здравница-2019» будет реализована **рекламно-информационная кампания** по продвижению услуг санаторно-курортного комплекса, пропаганде необходимости оздоровления и лечения на курортах с целью поддержания здоровья и активного долголетия.

Состоится ЦЕРЕМОНИЯ ВРУЧЕНИЯ СЕРТИФИКАТОВ участникам Системы оценки санаторно-курортных организаций с присвоением категорий качества НКА.

КОНКУРС ВЫСТАВКИ ВСЕРОССИЙСКОГО ФОРУМА «ЗДРАВНИЦА-2019» — победители конкурса участников выставки по каждой номинации будут награждаться «Золотой» и «Серебряной» Медалями Всероссийского форума «Здравница-2019», Дипломами и Специальными призами.

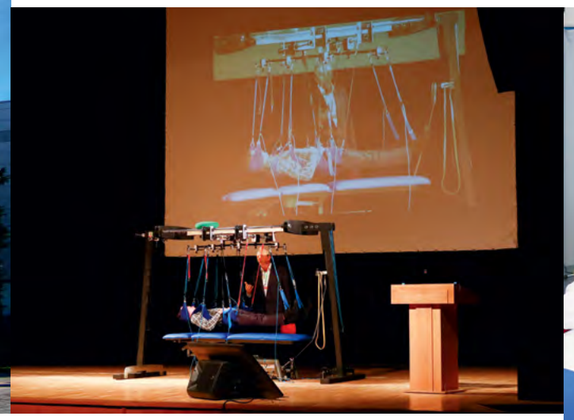
«ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ СКО» — для медицинских работников — обеспечение непрерывного медицинского образования: учебные мероприятия, с выдачей номерных свидетельств, содержащих ИКП (количество ограничено), Министерства здравоохранения Российской Федерации, подтверждающих накопление образовательных баллов (кредитов); краткосрочные 12 и 18-часовые циклы повышения квалификации с выдачей удостоверений установленного образца в рамках научного конгресса.

Для специалистов. ВПЕРВЫЕ! — «Бизнес-Клуб НКА» совместно с партнерами проводит цикл бизнес-тренингов, бизнес-семинаров, практикумов и мастер-классов «**Уроки бизнеса для собственников и руководителей санаторно-курортных организаций**».

Для детей — формирование культуры здоровьесбережения: интерактивно-образовательное мероприятие «Школа юного курортолога», в рамках которого дети в игровой форме получат информацию о лечебно-оздоровительном потенциале курортов, истории развития санаторно-курортной отрасли, представят проект на тему: «Курорт моей мечты».

АНКЕТИРОВАНИЕ «САНАТОРИЙ СЕГОДНЯ» — интерактивное анкетирование на специальном терминале или на бумажном носителе. Анкета специально разработана группой экспертов НКА, с целью получить актуальную объективную информацию о санаторно-курортной отрасли в интересах ее эффективного развития.

Дирекция форумов «Здравница»
rumed.ru • +7 (495) 621-40-26 • forum-2010@mail.ru
105062, г. Москва, Фурманный переулок, д. 8, стр. 2



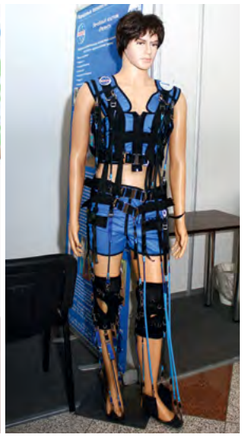
ПОЧЕМУ СТОИТ ПОСЕТИТЬ III МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНГРЕСС

VITA REHAB WEEK-2019

Текст: ***Мария Денисова***

Сейчас в различных регионах России проводятся десятки конгрессов и конференций по медицинской реабилитации и санкуру, и руководители медучреждений задаются вопросом: на какие же из них всё-таки стоит ехать. На наш взгляд, основным критерием выбора специализированного мероприятия является его практическая составляющая. Ведь важно не только послушать доклады из серии «А как у других организована медицинская помощь…», но и посмотреть, какие конкретные технологии можно взять на вооружение и внедрить в своём медучреждении для того, чтобы оно могло стать ещё эффективней.

В этом плане конгресс VITA REHAB WEEK-2018 «Современные технологии и оборудование для медицинской реабилитации, санаторно-курортного лечения и спортивной медицины» превзошёл ожидания участников. На мероприятие для знакомства с инновационными технологиями медицинской реабилитации приехали 400 участников: реабилитологов, врачей-физиотерапевтов, неврологов, травматологов, врачей спортивной медицины и, конечно же, руководителей санаториев.



КАК ЭТО БЫЛО

Мероприятие прошло при поддержке Министерства спорта Свердловской области и Уральского государственного медицинского университета. Международный формат конгресса поддержали коллеги из Франции и Казахстана.

Как отмечали участники и партнёры, уровень организации был очень высокий. В отличие от других отраслевых мероприятий VRW прошёл в необычном формате. Такого тесного переплетения теории и практики в работе научного конгресса не смог вспомнить ни один из участников. Пока в большом концертном зале современного Центра Культуры «Урал» шли теоретические доклады, в отдельных workshop-зонах проводились практические мастер-классы, знакомящие с новейшими лечебными методикам. В это же время в зоне выставки вовсю работало медицинское оборудование. Более того, часть мастер-классов была проведена прямо на сцене зала. Для замены одного тяжёлого и громоздкого оборудования на другое было задействовано специальное сценическое оборудование. Поэтому для зрителей, сидящих в зале, происходящее временами напоминало шоу, тем более, что активно использовалось и светомузыкальное оформление.

Такой подход позволил сделать программу конгресса не только насыщенной, но и очень полезной, все участники могли выбрать интересующие темы и направления и получить максимум полезной информации.

ПЕРВЫЙ ДЕНЬ

был посвящён очень важным темам: нейро- и кардиореабилитации. Пленарная часть включала доклады ведущих медицинских специалистов России и зарубежья: реабилитологов, нейрохирургов, врачей лечебной физической культуры и неврологов. Параллельно с основной частью прошло 15 практических мастер-классов.

«Такие мероприятия помогают врачам обмениваться опытом, получать дополнительную информацию от производителей медтехники и от поставщиков, что позволяет расширять знания в области реабилитологии. – дал комментарий **Андрей Исупов,** зав. научно-методическим отделом ГАУЗ ОСЦМР «Озеро Чусовское», к.м.н. – *Не изучая новое оборудование, невозможно эффективно восстанавливать здоровье пациентов!»*

Этот день завершился торжественным ужином, на котором все смогли отдохнуть после напряжённого дня и пообщаться с коллегами в неформальной обстановке. Живая музыка, зажигательный ведущий и по-настоящему дружеская атмосфера сделали этот осенний вечер особенно уютным и тёплым.

ВТОРОЙ ДЕНЬ

конгресса VITA REHAB WEEK участники посвятили вопросам лечения заболеваний опорно-двигательного аппарата и восстановления спортсменов после травм и продолжили работу на мастер-классах.

«Я удивлён, как вам удалось своими силами организовать и провести такое глобальное мероприятие. – поделился впечатлениями **Михаил Ерёмушкин,** руководитель отдела клинической биомеханики и лечебной физкультуры ФГБУ «НМИЦ РК» Минздрава России. – *сейчас в Москве проводится очень много хороших мероприятий, но, на мой взгляд, нужно проводить их и в регионах. Обязательно будем поддерживать конгресс в следующем году!»*

В отдельной секции состоялась лекция по «Курортному этапу реабилитации онкологических пациентов». Спикеры поделились наработками в области »

восстановления пациентов после мастэктомии, а также опытом зарубежных курортов. Лекция вызвала большой резонанс и интерес участников.

День завершился экскурсией в Музей Бориса Ельцина. Несмотря на неоднозначную оценку деятельности первого президента России, участники конгресса не могли не отметить размах и качество экспозиции.

ГДЕ ПОСМОТРЕТЬ ИННОВАЦИОННОЕ ОБОРУДОВАНИЕ?

Конгресс VITA REHAB WEEK привлёк большое количество экспонентов на выставку медицинского оборудования. Тренажёр для механотерапии с биологической обратной связью «Huber 360MD», систему для кинезитерапии с разгрузкой веса «Levitas», экзоскелет, технологии для реабилитации космонавтов, оборудование для лечения ДЦП и последствий инсульта, стабилоплатформы, интеллектуальные аппараты-комбайны для физиотерапии – самое современное медицинское оборудование можно было увидеть в одном месте.

«Хотя я постоянно слежу за трендами, на конгрессе увидел для себя новую аппаратуру. – отметил **Антон Епифанов,** директор клиники Доктора Епифанова, г. Самара – *Было представлено много аппаратов для активной и пассивной реабилитации. Интересно было посмотреть на сипап-терапию. У нас в Самаре вообще нет серьёзных сомнологических лабораторий».*

КРУГЛЫЕ СТОЛЫ

Заключительный, третий день конгресса, хотя и планировался в режиме «лайт» и был проведён на другой, менее масштабной площадке, по интенсивности работы не уступил двум предыдущим дням.

Большой интерес участников вызвала тема детской реабилитации. На круглом столе руководители ведущих медицинских и реабилитационных центров России, таких как «БОНУМ», «Здоровое детство», «Реацентр», «Валеотон», рассказали о современных методиках детской реабилитации.

А для того, чтобы вместить всех желающих на круглый стол по обновлению материально-технической базы организатором срочно пришлось менять аудиторию. Участники смогли узнать о самых выгодных программах и предложениях по приобретению дорогостоящего медоборудования, некоторых юридических нюансах тендерных закупок и ознакомиться с рейтингом надёжности медицинского оборудования, составленного компанией «Вита Техника».

После окончания основной программы 30 руководителей санаторно-курортных учреждений и других медицинских организаций поехали на экскурсию в «Областной центр реабилитации инвалидов», где познакомились с оборудованием и применяемыми в ОЦРИ технологиями.

Итоги конгресса VITA REHAB WEEK показали, что такие масштабные и интересные мероприятия по медицинской реабилитации и санаторному лечению можно проводить не только в столичных городах. Тем самым охватывается большое количество врачей, работающих в регионах. Они получают возможность услышать ведущих специалистов, увидеть самое современное оборудование.

Ещё один важный итог конгресса в том, что организаторы показали всей научной общественности, что современные научные мероприятия необходимо и можно делать с использованием современных возможностей. Тем самым отходить от традиционных вариантов, улучшая восприятие информации и повышая эффективность встреч коллег-профессионалов.

Оркомитет конгресса выражает огромную благодарность всем участникам, спикерам, производителям и поставщикам оборудования за работу на мероприятии. Общими усилиями прошедшее мероприятие стало уникальным событием.

Ждём вас на III Международном конгрессе VITA REHAB WEEK в октябре 2019!

III Международный конгресс

VITA REHAB WEEK

«Современные технологии и оборудование для медицинской реабилитации, санаторно-курортного лечения и спортивной медицины»

8-10 октября 2019

Екатеринбург, Центр Культуры Урал

доклады • мастер-классы • выставка оборудования

В 2018 году конгресс собрал:

400 коллег (главные врачи санаториев и реабилитационных центров, врачи-неврологи, врачи ЛФК, физиотерапевты, травматологи и др. профильные специалисты)

35 практических мастер-классов на инновационном медоборудовании

43 авторитетных спикера, которые выступили с докладами и представили свои наработки в области медицинской реабилитации, санаторно-курортного лечения и спортивной медицины

Почему нужно участвовать?

1. Познакомиться с последними достижениями в области медицинской реабилитации, санаторно-курортного лечения и спортивной медицины.

А можно рассказать и о своих! Подать заявку на участие в научной программе: 109@csko.ru

2. Обменяться опытом со специалистами других специальностей в области санаторно-курортного лечения и медицинской реабилитации: врачами-реабилитологами, травматологами, неврологами, ортопедами, врачами ЛФК и спортивной медицины.

3. Посмотреть в работе самое современное медоборудование для санаторно-курортного лечения, реабилитации, нейрореабилитации, физиотерапии и спортивной медицины.

ПОДАЙТЕ ЗАЯВКУ НА УЧАСТИЕ УЖЕ СЕГОДНЯ!

+7(343)288-51-47
109@csko.ru
vr-week.ru

СМОТРЕТЬ ВИДЕО О КОНГРЕССЕ

«Для нас важен каждый год на пути нашего движения в процветании курортов, — прокомментировала деятельность организации вице-президент НКА Марина Виленская. — В 2018 году НКА стартовала с программой сертификации курортных организаций, к которой присоединились многие наши партнёры. В 2019 году присоединится Роскачество, которое к 2019 году разработает отраслевые стандарты. Сейчас вся страна говорит о санаторно-курортной отрасли, и это точно заслуга НКА!».

В роли модераторов выступили главный редактор бизнес-журнала «С.К.О. Санаторно-курортная отрасль» и руководитель группы компаний «Вита Техника» Сергей Дмитреев и независимый эксперт по технологиям и менеджменту в санаторно-курортной отрасли Михаил Кочиашвили.

Дмитрий Богданов, генеральный директор санаторно-курортного комплекса «Знание» рассказал, с чего начиналось возрождение здравницы и о том, как санаторий нацелен на реализацию личных жизненных целей тех сотрудников, которые хотят развиваться вместе с учреждением.

НА MEDTRAVELEXPO-2018 СОСТОЯЛОСЬ ТОРЖЕСТВЕННОЕ ВРУЧЕНИЕ ПРЕМИЙ ЖУРНАЛА «ПЕРСОНА. С.К.О.»

Текст: ***Мария Денисова***

5 декабря в рамках Международной выставки MedTravelExpo-2018 и форума «Российская неделя здравоохранения» состоялся круглый стол «Секреты нематериальной мотивации сотрудников санатория», который закончился торжественным вручением премий участникам спецвыпуска бизнес-журнала «Санаторно-курортная отрасль» «ПЕРСОНА С.К.О.» за «Вклад в развитие санаторно-курортной отрасли».

«Нужно быть открытым к Гостям, искренне хотеть им помочь и быть на 100% уверенной в продукте, о котором ты рассказываешь, — поделилась секретами успешной работы в своём отделе Анастасия.

Каждый участник нашей неформальной встречи ушёл с подарком — ещё пахнущим типографской краской свежим выпуском журнала «ПЕРСОНА С.К.О.».

Надо отметить, что награды были удостоены не только руководители и идейные вдохновители отрасли, но и рядовые сотрудники санаториев, работающие в службах питания, благоустройства, бронирования и т.п. Всех награжденных объединяет преданность и добросовестное отношение к работе, неподдельное сопереживание судьбе отрасли.

Мероприятие состоялось при непосредственной поддержке и участии Национальной Курортной Ассоциации (НКА). Открыл мероприятие **Александр Николаевич Разумов,** который в приветственном слове ещё раз подчеркнул важность поднимаемой на круглом столе темы и роли экспертных СМИ в развитии санаторно-курортной отрасли.

Формат мероприятия был необычный. **Михаил Кочиашвили,** эксперт по технологиям и менеджменту в санаторно-курортной отрасли отлично справился с ролью ведущего и интервьюера присутствовавших участников номера. Он умело сочетал и шутки с собеседниками и важные и интересные для аудитории вопросы. Такой приём понравился всем без исключения. Очень по-человечески, весело и задорно воспринимали происходящее все участники круглого стола во главе с Александром Николаевичем. Это было, пожалуй, единственное мероприятие на MedTravelExpo, на котором от излишнего официоза участники перешли к общению «без галстуков».

Значимость санаторно-курортной отрасли, необходимость её консолидированной поддержки со стороны профессиональных сообществ и власти, обоснованность внедрения единых отраслевых стандартов – эти темы звучали в каждом выступлении. И, конечно же, каждый респондент в нескольких предложениях представил самое важное, чем занимался в последний год и о ближайших планах на будущее.

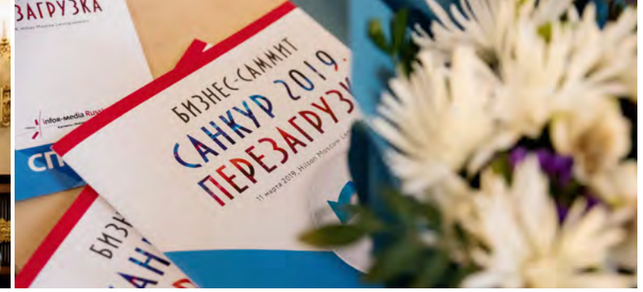
Сергей Криворученко, директор по маркетингу санатория «Алтай-West», который уже много лет подряд удерживает лидирующие позиции в рейтинге ТОП-100 здравниц России по финансово-экономическим показателям, рассказал участникам круглого стола о том, какие меры обеспечивают санаторию стабильную круглогодичную загрузку и о перспективах развития Белокурихи как курорта. *«2018 год продиктовал свои условия*, – прокомментировал ситуацию Сергей Константинович. – *Настало время оптимизировать процессы и идти навстречу клиентам. Но, в любом случае, Белокуриха стала более доступной для наших гостей – и это радует!».*

Специальный гость круглого стола, министр туризма Крыма **Сергей Стрельбицкий** рассказал о том, куда нацелен взгляд крымских курортов и о планах на будущее. По словам министра, он рад, что оказался в составе рабочих групп, которые решают насущные отраслевые проблемы. *«Пришло время думать о здоровье здоровых людей.* – Сергей Валентинович. – *Наша задача – заложить эту мысль в головы представителей власти. И уже, наконец, начать заниматься тем, чем санатории занимались 25 лет назад!».*

Много говорили и на основную тему круглого стола – о нематериальной мотивации сотрудников санаториев. Ведь наряду с улучшением финансового положения, нематериальная мотивация является мощным стимулом для развития компетенций сотрудников, привлечения свежих сил на курорты и взращивания тех кадров, которые будут напрямую влиять на имидж санатория.

Редактор спецвыпуска «ПЕРСОНА С.К.О.» **Мария Денисова** презентовала журнал, в своём докладе упомянув несколько эффективных методов повышения вовлечённости сотрудников. И, как один из них, журнал «ПЕРСОНА С.К.О.» отлично справился с этой задачей.

Надеемся, что каждый руководитель санатория будет постоянно искать ключики к своему персоналу. Ведь развитие целой отрасли напрямую зависит от того, насколько каждый кто, работает в санатории, вкладывается в процесс. Именно люди своим ежедневным трудом делают отрасль лучше и эффективнее. ■



ПЕРЕЗАГРУЗКА САНАТОРНО-КУРОРТНОГО БИЗНЕСА ПРОШЛА УСПЕШНО!

11 марта в отеле «Хилтон Ленинградская» при информационной поддержке Бизнес-журнала «С.К.О. Санаторно-курортная отрасль» состоялся Бизнес-Саммит «Санкур 2019. Перезагрузка», который впервые объединил на своей площадке более 150 собственников и управленцев санаториев России и СНГ, представителей власти, турбизнеса и поставщиков в новом формате: «живые» и откровенные дискуссии, острые вопросы и обмен успешным опытом, полезные мастер-классы и комфортный нетворкинг.

Открытием Саммита стала сессия «Кто и куда движет отечественный санкур?» с участием Игоря Фомина (Совет Федерации), Светланы Балаевой (Минкурортов Краснодарского края), Алексея Кожевникова (ОПОРА РОССИИ); Ирины Кошелевой (РЖД-ЗДОРОВЬЕ), Оганесом Ханамиряном (AmaksHotels&Resorts) и т.д.

Прорывом Саммита стала сессия «Спящее информбюро отечественного санкура?», где вопросы продвижения и взаимодействия с турбизнесом обсудили вместе с Дмитрием Богдановым (Общественный Совет Ростуризма), Сергеем Дудкиным (Russian Travel Guide), Анастасией Лазебной А. (портал «Баба-Деда»), Сергеем Ромашкиным (Туроператор «Дельфин»), Еленой Трубниковой (АОТ) и т.д.

Хедлайнерами Саммита выступили представители Booking.com, которые поделились советами интеграции сервиса в систему санатория 21 века. Секреты эффективного бизнеса в санкуре открыли для участников Ольга Бокова (ПСКК «Машук Аква-Терм»), Михаил Горба (Ассоциация курортов Северо-Запада), Татьяна Коврижных (сеть пансионатов «Опека»), Анастасия Треногина (Курорт санаторий «Старая Русса») и т.д. Взглянули в будущее с санаториями нового поколения: ChinarHotel&Spa (Азербайджан) и VerbaMayr т.д. Во второй части Саммита участники прокачали свои навыки в области ИТ-технологий благодаря партнерам мероприятия: «Манго Телеком», «Санаториум», «TravelLine»; перезагрузили маркетинг санатория на 360° вместе с Ириной Хомутовой (Школы маркетинга) и выработали стандарты гостеприимства с Галиной Анохиной (Лаборатория гостеприимства).

Участники высоко оценили эффективность площадки и пожелали организаторам не останавливаться на достигнутом, а продолжать создавать условия для развития успешного санкура!

Организатор мероприятия – informediaRussia.

Сергей ДМИТРЕЕВ, главный редактор Бизнес-журнала «С.К.О.»

Саммит продолжил процесс эволюции форматов мероприятий в санаторно-курортной отрасли, начало которому положила конференция 4P-medica «Маркетинг в оздоровительном туризме и частной медицине», организатором которой в апреле 2018 года выступил наш журнал. Во многом их успех и определяется тем, что при смене формата, зачастую, меняется и содержание.

Появляются новые решения, инсайты, нарабатываются связи, да и информация усваиваться лучше. Мы, как редакция отраслевого журнала, только приветствуем подобные мероприятия и хотим, чтобы тема развития санкура обсуждалась как можно чаще и на всех уровнях.

Уважаемые коллеги!

Федеральное государственное бюджетное научное учреждение «Федеральный научно-клинический центр реаниматологии и реабилитологии» (ФНКЦ РР) выступило инициатором создания нового научного периодического издания – журнала «Физическая и реабилитационная медицина, медицинская реабилитация», 19 октября 2018 г. получено свидетельство о регистрации средства массовой информации.

Предлагаемый журнал создан в целях развития нового клинического направления в Российской Федерации – физической и реабилитационной медицины, занимающей важнейшую и определяющую позицию в развитии медицинской реабилитации пациентов с нарушениями функции, структуры и ограничением жизнедеятельности вследствие социально значимых заболеваний и состояний. Новый профессиональный стандарт «Специалист по медицинской реабилитации» утвержден Министерством труда и социальной защиты № 572н от 03.09.2018 года. Новое научное издание адресовано широкому кругу специалистов, занимающихся различными вопросами медицинской реабилитации: врачам-клиницистам по профилю оказываемой медицинской помощи (неврологам, кардиологам, травматологам-ортопедам, анестезиологам-реаниматологам, педиатрам, неонатологам, гериатрам и др.), врачам физической и реабилитационной медицины, врачам функциональной и лучевой диагностики, врачам спортивной медицины, курортологам, физио- и эрготерапевтам, логопедам и дефектологам, психологам и нейропсихологам, медицинским сестрам и социальным работникам.

Основное предназначение журнала – способствование развитию научных исследований в области медицинской реабилитации, распространение самых современных данных об эффективности передовых технологий восстановления различных функций и структур пациентов после заболеваний и повреждений центральной нервной системы, вегетативной нервной системы, мышечно-скелетной системы, кардио-респираторной системы, системы метаболизма и др. систем на различных этапах оказания медицинской помощи; эффективных технологий управления процессом медицинской реабилитации; актуальных вопросов формирования кадровой модели специалистов по медицинской реабилитации, освещение клинических рекомендаций, профессиональных и образовательных стандартов по медицинской реабилитации, физической и реабилитационной медицине.

В журнале будут публиковаться оригинальные статьи – результаты научных и клинических исследований, обзорные и дискуссионные статьи, лекции ведущих ученых и специалистов в различных областях медицинской реабилитации, физической и реабилитационной медицины, анонсы важнейших событий в профессиональной области, международных конгрессов, конференций, симпозиумов, мастер-классов; информация о лучших клиниках, центрах, отделениях медицинской реабилитации; обзоры важнейших выходящих публикаций и исследований по физической и реабилитационной медицине в мире.

Периодичность издания 4-6 раз в год, планируется включение журнала в РИНЦ, Scopus, Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук, рекомендованный ВАК Минобрнауки России.

С уважением,
главный редактор,
главный внештатный специалист
по медицинской реабилитации
Минздрава России
д.м.н., профессор
Г.Е. Иванова

Подписной индекс через РОСПЕЧАТЬ 71395
Адрес редакции:
107031, г. Москва, ул.Петровка д.25, стр 2
Тел: 8 (495) 694-69-84 (доб 109),
моб.: 8 (926) 001-43-85, 8 (925) 083-89-48
E-mail: frm@fnkcrr.ru
http://www.prm-journal.ru

СТРАТЕГИЯ САНКУРА:

ЛУЧШЕ ПОЗЖЕ, ЧЕМ..?

Текст: ***Сергей Дмитреев***

Номер журнала, посвящённый государственной стратегии развития санаторно-курортной отрасли, редакция планировала выпустить летом 2017 года. Исходили из сроков, к которым должно было быть выполнено поручение правительству разработать стратегию санаторной отрасли. Президент РФ Путин В.В. в ходе выездного Заседания президиума Госсовета, прошедшего 26 августа 2016 года в Белокурихе, назвал конкретный срок – март 2017 года.

«Очевидно, что нам нужна полноценная, всесторонне продуманная стратегия развития санаторно-курортного комплекса страны, которая определяла бы приоритеты государственного финансирования и порядок привлечения частных средств в эту сферу.

Пока такого базового документа нет, и Правительство должно приступить к его разработке как можно быстрее, и принять его на первоначальном уровне не позже мая. Думаю, что за полгода точно можно сделать. Прошу вас в марте эту работу завершить».

Но, видимо, у правительства были более неотложные дела, и только в конце ноября 2018 года, с опозданием на 20 месяцев, стратегия, наконец, опубликована за подписью председателя правительства Медведева Д.А.

Итак, теперь у отрасли имеется официальный документ, согласно которому в ближайшее время будет развиваться российский санаторно-курортный комплекс.

Каких теперь изменений стоит ждать, наступит ли пора расцвета, начнут ли санатории жить долго и счастливо?

Для начала постараемся понять, что же такое стратегия. Воспользуюсь определением, которое, на мой взгляд, наиболее полно отражает мотив Госсовета в августе 2016 года: «…есть понимание целей и задач, но не хватает ресурсов».

Согласно этому определению Стратегия (др.-греч. Στρατηγία – «искусство полководца») – общий, не детализированный план какой-либо деятельности, охватывающий длительный период времени для достижения сложной цели.

Стратегия, как способ действий, становится необходимой в ситуации, когда для прямого достижения основной цели недостаточно наличных ресурсов.

Ключевые слова такого определения: план деятельности, длительный период времени, сложная цель.

Все это находим и в представленной Стратегии. Мы видим именно не детализированный план на период до 2024 года. В целом, документ производит впечатление того, что над ним работали. Опубликованной Стратегией государство даёт понять, что оно заинтересовано в развитии санаторно-курортной отрасли, понимает проблемы и имеет представление о путях их решения. Также становится понятно, что оно готово и дальше вкладывать средства в поддержание жизнедеятельности отрасли. Как через закупку услуг санаториев, так и через создание специальных условий для привлечения инвестиций, в первую очередь, частных. Если говорить о закупке услуг, то уместно привести слова министра финансов Силуанова А.Г., сказанные на том же заседании Госсовета: «…объём рынка, по нашим данным, составляет более 110 миллиардов рублей, причём половина из этого объёма осуществляется за счёт бюджетных средств… большей части федерального бюджета – около 40 миллиардов рублей, и бюджетов субъектов Российской Федерации и Фонда социального страхования».

НА ГОРИЗОНТЕ ближайших 10–12 лет мы увидим трёхкратное, по сравнению с сегодняшними официальными цифрами, сокращение числа классических санаторно-курортных организаций

Да и всё бы ничего со Стратегией, документ как документ, не хуже и не лучше других, разрабатываемых нашим нынешним правительством, но несколько моментов вызывают смущение.

Первый момент – непонятно почему для создания стратегии потребовалось такое продолжительное время. Почти все положения, так или иначе, не один раз обсуждались внутри сообщества на различных мероприятиях и, в первую очередь, на Всероссийском форуме «Здравница».

Второй момент – это цель стратегии. Она сформулирована как повышение доступности санаторно-курортного лечения.

«Целью Стратегии является повышение доступности санаторно-курортного лечения за счёт создания в Российской Федерации современного санаторно-курортного комплекса, обеспечивающего развитие лечебно-оздоровительных местностей и курортов, эффективное использование природных лечебных ресурсов, развитие материально-технической базы санаторно-курортных организаций, реализацию потенциала Российской Федерации как оздоровительного туризма».

И вот тут возникает вопрос: что же в стратегии подразумевается под доступностью? Я для санаторно-курортной отрасли определил две разновидности – финансовую (экономическую) доступность и транспортную доступность.

Поясню, что имею в виду. Если у потенциального клиента отрасли нет денег, при наличии показаний, для санаторно-курортного лечения, то значит те санатории, которые предлагают услуги за деньги, недоступны. Доступными они станут, если улучшится экономическое состояние клиента или ему помогут со стороны государства, фондов, профсоюзов и т.д. и т.п. Транспортная доступность – это когда клиент может добраться до места лечения с минимальными финансовыми и временными затратами при приемлемом уровне комфорта.

А вот как повысятся финансовая и транспортная доступности из определения цели стратегии мне непонятно. Надеюсь, что государство будет увеличивать объёмы закупок путёвок и улучшать транспортную инфраструктуру или субсидировать перевозки.

И третий момент – это ожидаемые результаты Реализации Стратегии.

Стратегия планирует увеличить число граждан России, получивших санаторно-курортное лечение. При этом в целевых показателях, указанных в приложении к Стратегии развития санаторно-курортного комплекса Российской Федерации, в графе «Численность лечившихся и отдыхавших в санаторно-курортных организациях» мы видим следующие цифры: 2017 год – 6527 тыс. человек. 2024 год – 6965 тыс. человек. Прирост за 7 лет должен составить 6,7%! Это менее 1% в год. Если посмотрим статистику по этому параметру за десять предыдущих лет, то увидим, что такие же показатели отрасль имела и безо всякой Стратегии.

Позволю себе сделать некоторые выводы, которые всё же не столь оптимистичны, как сама Стратегия.

На горизонте ближайших 10-12 лет мы увидим трёхкратное, по сравнению с сегодняшними официальными цифрами, сокращение числа классических санаторно-курортных организаций. В отрасли останутся примерно 600-700 санаториев, которые будут оказывать тот набор лечебных услуг, которые мы сегодня называем санаторно-курортным лечением. В число оставшихся войдут, прежде всего, санатории, относящиеся к государству. Это учреждения принадлежащие Минздраву, Минобороны и другим министерствам и ведомствам. Также останутся санатории крупных корпораций и производственных предприятий, например «Росатома», «РЖД», «АЛРОСА» и т.п. А также те

частные санатории, которые уже сегодня достигли высоких показателей экономической эффективности, например «Янган-Тау», санатории Белокурихи и т.д. Остальные предприятия, входящие сейчас в отрасль, в лучшем случае реорганизуются в специализированные медицинские клиники, реабилитационные центры, СПА и веллнес-отели, в худшем случае откажутся от медицинской и оздоровительной составляющей и уйдут, например, в гостиничный бизнес либо будут ликвидированы.

База данных, длительное время собираемая нашей редакцией, показывает, что работающих на сегодняшний день санаториев примерно 1100–1200. Эти цифры косвенно подтверждаются и в комментариях к Стратегии заместителя председателя правительства Голиковой Т.А. Таким образом, цифра в 1800 санаториев, озвученная президентом на Госсовете, уже уменьшена почти на треть. Думаю, что такое расхождение получилось потому, что президент использовал данные статистики подсчитавшей санатории по коду вида деятельности – «санаторно-курортное лечение». Согласно этому коду в число «посчитанных» санаториев попали «мёртвые души» – предприятия, указавшие в перечне видов деятельности санаторное лечение «про запас» или «по старой памяти». Также часто нередки ситуации, когда в одном санатории работают по нескольку юридических лиц, каждый с соответствующими кодами статистики.

В Стратегии много говорится о частных инвестициях, которые, в конечном итоге, подразумевают возврат вложенных средств и получение прибыли. Согласно открытым данным, загрузка отрасли сегодня составляет 60–65 %. Такой показатель – непозволительная роскошь для инвестора. Поэтому для того, чтобы добиться процента заполнения санаториев по отрасли, близкого к 100%, что позволит улучшить финансовые показатели деятельности, и оставаться при этом в рамках планируемой численности клиентов, надо попросту сократить число санаториев. Этот факт я привожу в качестве ещё одного подтверждения сокращения числа санаториев до указанного количества.

И всё же, подведя итог, можно сказать – лучше иметь такую Стратегию, чем вообще ничего. Надо надеяться на то, что она сработает, и государство будет уделять должное внимание отрасли. Но при этом мы все каждый день должны стараться, чтобы результаты деятельности санаториев, и экономические, и медицинские, росли. Чтобы каждый конкретный санаторий мог жить и развиваться не только за счёт поддержки государства, но и благодаря труду и таланту руководителей, добросовестности и преданности санаторному делу персонала российских здравниц. И если это будет так, то мои прогнозы не сбудутся. И я буду этому несказанно рад! ■

КОММЕНТАРИЙ ТАТЬЯНЫ ГОЛИКОВОЙ

к распоряжению от 26 ноября 2018 года №2581-р об утверждении Стратегии развития санаторно-курортного комплекса

Документ был разработан в Минздраве России и доработан в Аппарате Правительства в соответствии с поручением Президента по итогам заседания президиума Государственного совета 26 августа 2016 года.

Подписанная Стратегия определяет направления решения накопившихся проблем санаторно-курортного комплекса, который играет существенную роль в социально-экономическом развитии многих территорий России.

Приведу некоторые цифры. Согласно государственному реестру курортного фонда, 44% санаторно-курортных организаций относятся к государственной форме собственности, 3% – к муниципальной, 53% – к частной. Из 495 государственных санаторно-курортных организаций к федеральным относятся 140 организаций, региональным – 355 организаций. Наибольшее количество государственных санаторно-курортных организаций сосредоточено в Республике Крым, Краснодарском крае и Ставропольском крае.

Национальный санаторно-курортный комплекс имеет существенный потенциал для развития. Только в 2015-2017 годах в санаторно-курортных организациях получили лечение и отдохнули свыше 20 миллионов человек. Думаю, можно рассчитывать на то, что реализация Стратегии приумножит число граждан, которые предпочтут отдых внутри страны загранице.

На настоящий момент развитие санаторно-курортного комплекса сдерживает наличие ряда проблем, одна из основных – неутешительное состояние его материально-технической базы. В 123 государственных санаторно-курортных организациях, из которых 27 относятся к федеральному уровню, износ зданий составляет более 80%. В 166 санаторно-курортных организациях износ медицинского оборудования также превышает 80%, по федеральным организациям мы фиксируем износ на уровне 90,2%.

Цель подписанной Стратегии заключается в повышении доступности санаторно-курортного лечения для граждан за счёт создания современного санаторно-курортного комплекса, который обеспечивал бы развитие лечебно-оздоровительных местностей и курортов, материально-технической базы санаторно-курортных организаций, а также оздоровительного туризма.

Мы ожидаем, что реализация Стратегии позволит:

- увеличить число граждан, получивших санаторно-курортное лечение;
- повысить инвестиционную привлекательность лечебно-оздоровительных местностей и курортов, создать условия для привлечения частных инвестиций в развитие санаторно-курортного комплекса;
- обеспечить дальнейшее развитие санаторно-курортного комплекса, в том числе увеличить количество санаторно-курортных организаций и мест в них, отвечающих установленным санитарно-эпидемиологическим требованиям;
- повысить профессиональный уровень специалистов санаторно-курортной отрасли, а также уровень информированности медицинских работников и населения о возможностях санаторно-курортного комплекса.

Мы планируем, что финансирование реализации подписанной Стратегии будет осуществляться за счёт средств федерального бюджета и региональных бюджетов, а также за счёт внебюджетных источников.

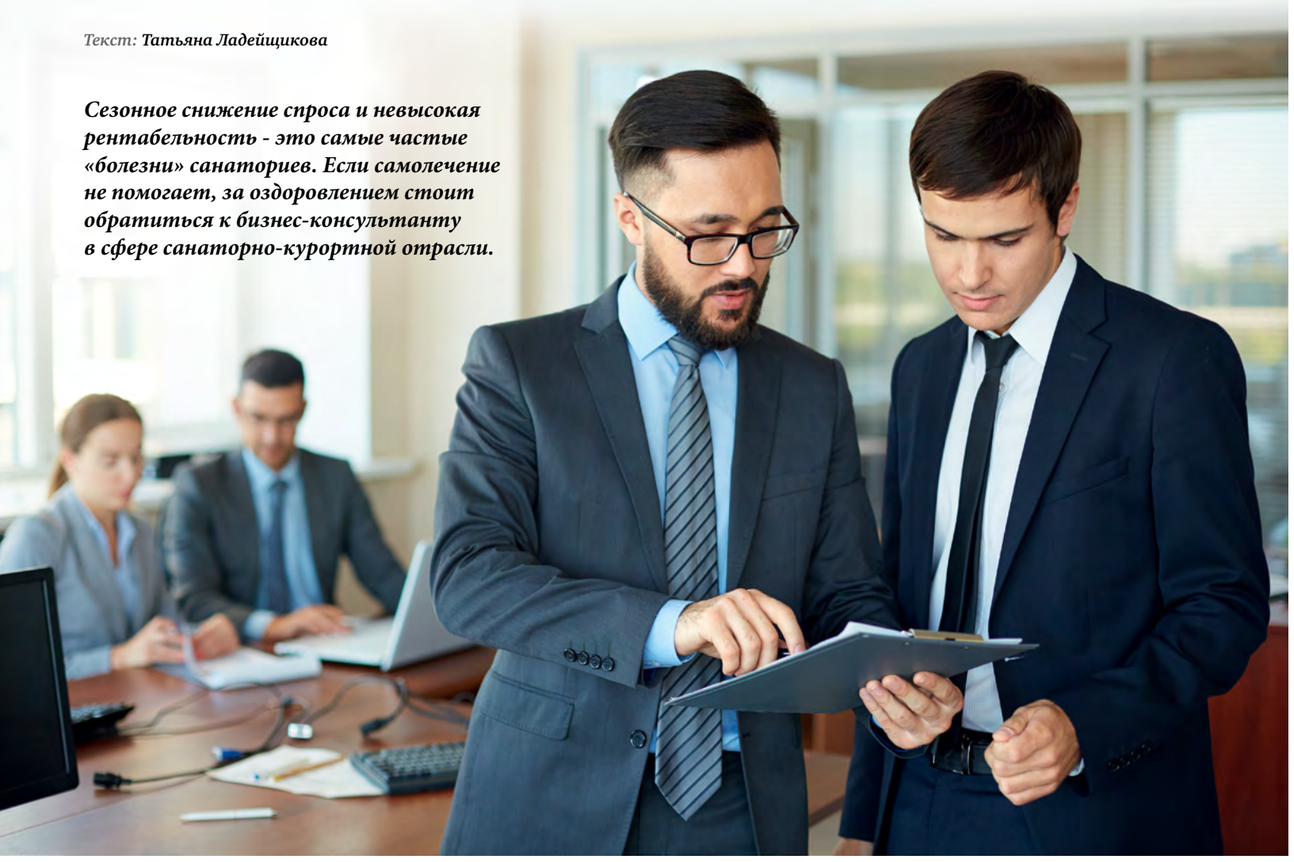
Наш следующий шаг в этой работе – разработка плана конкретных мероприятий в идеологии подписанной Стратегии. Проект плана будет прорабатываться Минздравом России совместно с заинтересованными федеральными органами исполнительной власти. Аппарат Правительства со своей стороны будет оказывать коллегам в министерствах всю необходимую организационную и экспертную поддержку. Рассчитываем, что проект плана мероприятий будет внесён в Правительство в шестимесячный срок. ■

КАК КОНСАЛТИНГ ПОМОГАЕТ САНАТОРИЮ «ВЫЗДОРОВЕТЬ»

ЭФФЕКТИВНОСТЬ И РИСКИ КОНСАЛТИНГА

Текст: ***Татьяна Ладейщикова***

Сезонное снижение спроса и невысокая рентабельность - это самые частые «болезни» санаториев. Если самолечение не помогает, за оздоровлением стоит обратиться к бизнес-консультанту в сфере санаторно-курортной отрасли.



По опыту экспертов, с помощью правильных комплексных мероприятий можно значительно повысить среднегодовую загрузку и рентабельность. В комплексные меры входит экспертная оценка всех служб санатория на предмет ресурса и компетенции, стратегическая сессия по определению вектора развития, разработка и внедрение новых, более востребованных путевок, модернизация старых программ и меню питания, обучение и тренинги сотрудников всех служб. Важную роль играет заметное повышение уровня сервиса, что позволяет повышать стоимость путёвок и платных услуг.

Эта стратегия работает, если вместе с ценой растет и ценность продукта для клиента.

ЗАЧЕМ САНАТОРИЮ НУЖЕН ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ КОНСУЛЬТАНТ?

Необходима объективная оценка «незамыленным взглядом» существующей стратегии санатория, экспертиза работы всех служб учреждения.

Практика показывает, какие распространённые задачи приходится решать санаториям:

Михаил КОЧИАШВИЛИ,
доктор медицинских наук,
эксперт санаторно-курортной отрасли:

«В алтайском санатории мне нужно было разработать для ресторана новую концепцию диетического питания. В рамках проекта нужно было разработать и внедрить несколько новых оздоровительных программ, создать консультационно-диагностический блок. Задачей было при минимальных затратах сделать новые востребованные путёвки дороже на 20–30%, чтобы увеличить рентабельность санатория. У санатория не было дополнительных площадей, мне смогли выделить только один кабинет, поэтому я запускал проект на существующей медицинской базе, плюс один новый кабинет. За полгода новый продукт вышел на проектную мощность, а через полтора года руководство санатория по итогам финансового результата, решило выделить и оснастить дополнительные 150 кв.м. площадей из-за высокого спроса на нововведённые оздоровительные программы. Вот положительный пример, как при минимальных расходах создать конкурентное востребованное предложение».

- Сезонность не даёт санаторию развиваться.
- Существующая медицинская база и программы устарели, необходимо определить дальнейшую стратегию модернизации.
- Необходимо расширить спектр путёвок, платных услуг по направлениям, которые ранее санаторий не реализовывал.
- Слабо продаются платные услуги.
- Необходимы новые меню питания, не выходящие из рамок бюджета.
- Нет профессиональных стандартов, сервис хромает, страдает имидж санатория.
- Достигнута максимальная среднегодовая загрузка, поэтому необходимо ввести более дорогие путёвки для повышения рентабельности
- Собственные решения уже опробовали, но они не дали ожидаемого или ощутимого эффекта.

ПРИЧИНЫ, ПО КОТОРЫМ КОНСУЛЬТАНТА ВСЁ-ТАКИ РЕШАЮТ НЕ ПРИВЛЕКАТЬ

- Нет опыта работы с внешним консультантом, куратором.
- Нет понимания, кого именно привлечь.
- Не уверены, что результат будет ощутимым и положительным.
- Страх, что изменения затронут устоявшийся уклад, появится дополнительная нагрузка на сотрудников.
- Убеждённость, что наличие маркетолога в штате – это и есть достаточный инструмент для решения вышеназванных задач.
- Бюджет не позволяет выделить средства для оплаты услуг консультанта или их стоимость кажется неоправданно завышенной.

ОТ ЧЕГО ЗАВИСИТ УСПЕШНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ, РАДИ КОТОРОГО ПРИГЛАШАЕТСЯ КОНСУЛЬТАНТ

- От квалификации и опыта консультанта. Он не только владеет инструментами аналитики, управления и продвижения, но и глубоко понимает специфику санаторно-курортной отрасли.
- От личных и профессиональных качеств директора санатория. Он должен знать, чего хочет, и уметь делать из персонала единомышленников, мотивировать их, сплотить управленцев и сотрудников вокруг общей цели.
- От бюджета. Однако, в меньшей степени, чем об этом принято думать.

РЕШИЛИСЬ ОБРАТИТЬСЯ К КОНСУЛЬТАНТУ? СДЕЛАЙТЕ ПОДГОТОВИТЕЛЬНУЮ РАБОТУ

1 **Сформулируйте цели.** Директору или главному врачу важно чётко сформулировать цели, которые нужно достичь с помощью консультанта.

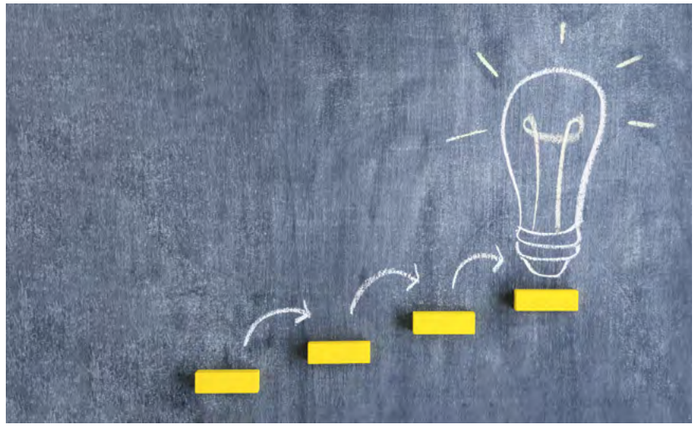
Предварительно согласовать эти цели с учредителями, со своей управленческой командой, чтобы избежать в дальнейшем антагонизма и саботажа со стороны ключевых менеджеров и начальника медицинской службы.

Начать поиск консультанта по разным каналам: отраслевые конференции, форумы, интернет, рекомендации коллег.

Выбрав консультанта, чтобы не рисковать, пригласить его провести экспертизу санатория и изучить предложенные экспертом договор, программу действий, стоимость и сроки исполнения.

После этого принять решение о начале работы.

2 **Подготовьте персонал.** Обсудите с управленцами свои планы. Определите проблему и круг »



задач, одна из которых – привлечение консультанта. Вы услышите их опасения или возражения заранее, до того, как за дело примется человек со стороны. Лучше на берегу оговорить острые моменты, чтобы позже их обсуждение не снизило конструктивность беседы с консультантом, за которую вы уже будете платить.

Важно обосновать причину привлечения консультанта так, чтобы сотрудники поняли, что эффективность их работы не ставится под сомнение. Консультант нужен не потому, что они не справляются со своей работой, даже если это отчасти правда. Он нужен для того, чтобы нагрузка управленцев не увеличилась из-за сложной работы по перестройке бизнес-процессов. Он нужен, чтобы вместе с рентабельностью санатория рос его имидж и зарплата сотрудников.

КАК РАБОТАЕТ КОНСУЛЬТАНТ?

Сферу профессиональных консультантов можно разделить на две группы.

Первая группа проводит бизнес-консультирование, вырабатывает стратегии, планы, сметы. В данном случае консалтинговый продукт – это набор документации, созданный на основе исследований рынка и аудита санатория.

Вторая группа консультантов отвечает не только за разработку стратегии, но и занимается реализацией этой стратегии в санаторий Заказчика. Поскольку эффективным бывает только консалтинг с внедрением и дальнейшим мониторингом, опишем именно такой алгоритм взаимодействия консультанта и заказчика.

1 ЭТАП. ЭКСПЕРТИЗА

Консультант анализирует управленческую отчётность, текущее состояние санатория: материально-техническую базу (в том числе номерной фонд), медицинскую базу (оборудование), службу питания, квалификацию персонала, путёвки и программы, организацию досуга, территориально-климатические особенности.

2 ЭТАП. ОТЧЁТ РУКОВОДИТЕЛЮ САНАТОРИЯ ПО ИТОГАМ ЭКСПЕРТИЗ

Консультант излагает свои выводы о том, какие у санатория преимущества и уязвимости, готовит концепцию развития здравницы, определяет цели, задачи и инструменты решения.

3 ЭТАП. СТРАТЕГИЧЕСКАЯ СЕССИЯ

Консультант презентует директору и руководителям подразделений план будущих изменений в санатории. Ключевые фигуры совместно с консультантом согласовывают цели, задачи и сроки проекта. Здесь же обсуждается, какие ресурсы нужны для реализации задачи, как оптимизировать расходы без ущерба для результата.

В среднем, на модернизацию санатория требуется не менее 4–6 месяцев, если санаторию требуются более глубокие изменения, то не менее 8 месяцев от постановки задачи до её реализации.

Михаил КОЧИАШВИЛИ,
доктор медицинских наук, эксперт санаторно-курортной отрасли:

«Многие до сих пор путают термины «консалтинг» и «коучинг». Коучинг является всего лишь одним из этапов консалтинга. Например, я в каждом санатории, с которым работаю, провожу тренинги для персонала, обучаю руководящий состав. Это необходимо, чтобы довести компетенцию сотрудников санатория до высокого уровня, который позволил бы эффективно реализовать задуманное. Вот это и есть коучинг, просто этап. Поэтому очень не советую доверять рекламе, которая призывает приглашать бизнес-коуча для выработки стратегии развития здравницы. Это некорректно и, увы, снижает доверие к профессионалам, которые занимаются консультированием давно и досконально знают всю специфику санаторно-курортного дела».

МИХАИЛ КОЧИАШВИЛИ,
доктор медицинских наук, эксперт санаторно-курортной отрасли:

«Я наблюдаю за продажами нового продукта 3-6 месяцев. Санаторий продолжает консультироваться со мной, если хочет что-то изменить в продукте или как-то его дополнить. Примерно раз в квартал мы проводим совместный «разбор полётов» и решаем, нужно ли что-то скорректировать. По условиям договора, если санаторий создаёт новую программу на базе моего продукта, то мне обязательно присылают протокол на утверждение, подписанный генеральным директором, главным врачом. Это связано с тем, что по итогам совместной работы появляется взаимное доверие, уверенность в компетенциях эксперта. И понимание, что совместно проработанный и проверенный продукт всегда эффективнее и несёт наименьшие риски для бизнеса».

4 ЭТАП. РАЗРАБОТКА МАСТЕР-ПЛАНА

Консультант фиксирует все договорённости в мастер-плане. В нём указаны цели и задачи каждого подразделения, ответственные исполнители, сроки. Совместно с финансово-экономической службой санатория формируется бюджет расходов и ожидаемых доходов.

5 ЭТАП. ОБУЧЕНИЕ И СОЗДАНИЕ ПРОДУКТА

Вместе с тренингами для управленцев начинается поэтапная работа с обучением среднего руководящего звена и линейного персонала. Новый продукт рождается параллельно:

- начинается модернизация службы питания: составляется новое меню, идёт проработка блюд, их дегустация.
- модернизация медицинской части: появляется оборудование для новых программ и процедур.

6 ЭТАП. АПРОБАЦИЯ ПРОДУКТА

Часто санатории и консультанты пренебрегают этим этапом и запускают продукт сразу после решения, что он готов. Однако консультанты с многолетним стажем предупреждают: дайте руководящему составу, менеджерам отдела продаж и бронирования, врачам, попробовать продукт на себе. Они почувствуют программу, уйдёт антагонизм и недоверие. К тому же вы получите обратную связь по недочётам и сможете вовремя их устранить. Только после этого продукт можно «обкатать» на коммерческих клиентах-пионерах.

Консультант руководит апробацией продукта, на некоторых этапах присутствует в качестве наблюдателя, по итогам выявленных недоработок он вносит корректировки.

7 ЭТАП. АВТОРСКИЙ НАДЗОР ПОСЛЕ ЗАПУСКА ПРОДУКТА

Не все консультанты включают этот этап в свои услуги. Если надзор есть, то он проводится как правило в течение первого полугодия после запуска продукта.

КАК САНАТОРИЙ ПЕРЕЖИВАЕТ ПЕРЕХОДНЫЙ ПЕРИОД

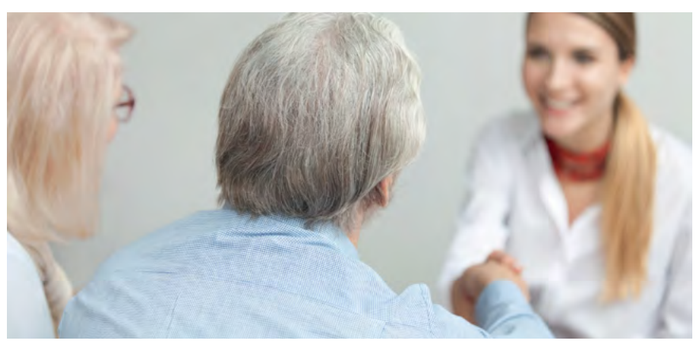
Если консультант тщательно подошёл к своей работе, то санаторию не грозит сбой в работе, клиент даже не заметит, что здравница переживает большую перестройку внутренних процессов. Главное, чётко спланировать все этапы внедрения нового продукта. По словам Михаила Кочиашвили, сотрудники санатория наоборот переживают эмоциональный подъём, когда наступает эпоха перемен. Главное всё учесть: как работают разные службы, когда люди уезжают и приезжают на работу, готовы ли они на переработки за вознаграждение.

КАК ОЦЕНИТЬ РЕЗУЛЬТАТЫ РАБОТЫ КОНСУЛЬТАНТА

Первый индикатор для оценки консультанта – все ли задачи были выполнены. Стоит сравнить цифры в плане и фактические затраты на внедрение продукта. Хорошо, если второй показатель не выше первого более чем на 5–10%. Это говорит о дальновидности и опыте консультанта, а также о его умении убеждать заказчика в том, какие затраты действительно необходимы.

Первичный «Быстрый» эффект от модернизации появляется, в среднем, через три месяца после запуска. Он заключается в том, что продажи новых путёвок начинают расти. А говорить в полном объёме об успешности проведённой модернизации можно через год.

Резюмируя данную статью, можно сказать, что профессиональная экспертная оценка вашего санатория «незамыленным взглядом» принесёт только пользу и рисков в себе не несёт. Полученной же информацией вы можете распорядиться по своему усмотрению, в зависимости от ситуации и возможностей санатория.



Медицина для Спорта 2019

25-26 апреля 2019г.

IX Всероссийский конгресс с международным участием «МЕДИЦИНА ДЛЯ СПОРТА 2019»

Мэрия г. Москвы, Новый Арбат, д.36/9

Научные направления мероприятия:

- Охрана здоровья в профессиональном спорте;
- Этапная двигательная реабилитация после оперативных вмешательств по поводу травм и посттравматических состояний опорно-двигательного аппарата у спортсменов;
- Восстановительные мероприятия в спорте;
- Методы экспресс-диагностики функционального состояния спортсменов;
- Факторы риска в современном спорте: медицинские и педагогические аспекты;
- Перспективные подходы к предотвращению внезапной смерти в спорте;
- Иммунные нарушения и их коррекция у спортсменов;
- Медицинские аспекты повышения эффективности подготовки спортивного резерва;
- Спортивный отбор: медико-биологические подходы;
- Новые тенденции в борьбе с применением допинга в спорте;
- Двигательная активность – естественное лекарственное средство.

Мастер-классы:

- Спортивный массаж;
- Тейпирование в спорте;
- Антидопинговое и фармакологическое сопровождение тренировочного процесса.

Документация по данному учебному мероприятию представлена в Комиссию по оценке учебных мероприятий и материалов для НМО. Регистрация на сайте обязательна www.expodata.info

В рамках конгресса будет работать выставочная экспозиция.

Оргкомитет:
Тел.: (495) 617-36-43/44; Факс: (495) 617-36-79;
Web-site: www.expodata.info; E-mail: o.komitet@bk.ru

ЭКСПО ПРЕСС expodata.info образовательный портал

МедПроф Стандарт

РАСМИРБИ

Реклама

РЕПУТАЦИЯ
САНАТОРНО-КУРОРТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

«Одно только печалило его, а именно: у газеты, в которой он работал, было мало подписчиков и не было солидной репутации»
А.П.Чехов, «Хорошие люди»

Анастасия Гордеева,
руководитель отдела маркетинга ФГБУ ФНЦРИ им. Г.А. Альбрехта Минтруда России, преподаватель курса «Деятельность учреждения реабилитации: маркетинг и PR»

Репутация – это создавшееся общее мнение о достоинствах и недостатках кого-либо, чего-либо.

В своей ежедневной работе выделяю четыре основные цели маркетинговой деятельности:

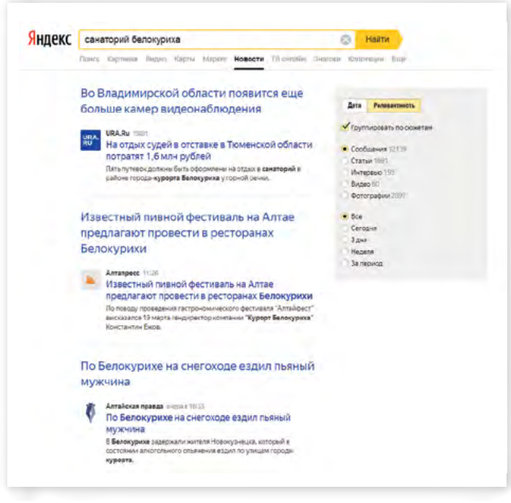
- Увеличение продаж. Эта главная цель маркетинга в целом, к сожалению, не всегда актуальная в бюджетном учреждении.
- Увеличение узнаваемости, вовлечённость.
- Укрепление репутации.
- Получение обратной связи.

Рассмотрим одну из целей деятельности отдела маркетинга – это укрепление репутации.

УКРЕПЛЕНИЕ РЕПУТАЦИИ В ИНТЕРНЕТЕ. ЧТО И КАК ДЕЛАТЬ И КАК ОЦЕНИТЬ.

Оценка. Для оценки можно использовать **ручной мониторинг** (например, сервисы Яндекс.Новости или https://www.google.ru/alerts), бесплатные тестовые версии автоматического мониторинга (https://br-analytics.ru/express/ или https://youscan.io)

Мониторинг показывает количество упоминаний в целом, тональность (позитивные или негативные).



Мониторинг официального сайта

Еженедельный мониторинг с помощью сервисов Яндекс. Метрика или Google Analytics позволит отследить количество уникальных пользователей, переходы, количество отказов. Во время рекламных кампаний с e-mail рассылкой можем отслеживать по UTM-меткам количество переходов.

Работу над укреплением репутации можно разделить на 2 части: работа с негативом и работа с позитивом.

РАБОТА С НЕГАТИВОМ

«Будь стремителен, как ветер, и спокоен как лес…»
Сунь Цзы

Три основные правила:
1. Негатив – это нормально.
2. Не принимаем на свой счет.
3. Отвечаем всегда (кроме троллинга).

Маркетинговая компания «CONVINCE & CONVERT» выяснила, что 32% пользователей ожидают получить ответ бренда на своё сообщение в течение 30 минут. 42% пользователей ожидают ответ в течение часа. При этом 57% пользователей надеются на скорый отклик независимо от времени суток и выходных дней.

Делаем вывод: отвечать нужно всегда и по возможности оперативно. Не рекомендуется удалять негативные отзывы на странице сообщества. Отсутствие отрицательных отзывов о бренде может навести потенциальных клиентов на мысль, что все положительные отзывы о вас написаны на заказ.

ВИДЫ НЕГАТИВА:

1. **Конструктивный**. Самый полезный для бизнеса. Позволяет выявить слабые стороны компании, поработать над ними и повысить клиентоориентированность бизнеса.

Особенности конструктивного негатива:
- Критика реальных проблем в компании.
- Автор ждёт решения своей проблемы.

Как действовать:
1. Представьтесь.
2. Извинитесь за возникновение проблемы.
3. Узнайте в подробностях, что случилось/Поблагодарите.
4. Сообщите, что начали решать проблему.
5. Озвучьте публично результат.

2. **Эмоциональный.** Когда человек оставляет эмоциональный негативный комментарий о бренде, в большинстве случаев он не ждёт ответной реакции компании. Постарайтесь выяснить, что спровоцировало такой отзыв.

Особенности эмоционального негатива:
- Выплеск эмоций.
- Отсутствие конкретных претензий.
- Автор не вступает в диалог.

Как действовать:
1. Представьтесь.
2. Извинитесь за возникновение проблемы.
3. Попытайтесь узнать в подробностях, что случилось.

3. **Чёрный пиар.** Чёрный пиар, направленный против компании – признак успешности бизнеса. Основная цель профессионального чёрного пиара – заставить сомневаться потенциальных и действующих клиентов.

Особенности чёрного пиара:
- Создаётся за деньги по заказу конкурентов.
- Может маскироваться под конструктивный негатив.
- Цель – удар по репутации вашей компании.

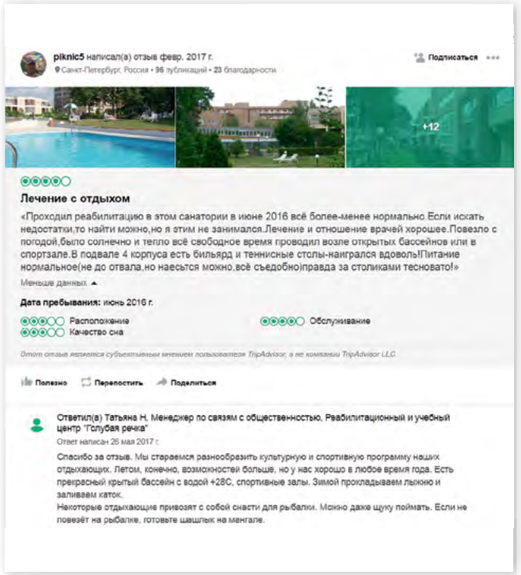
Как действовать:
1. Как при конструктивном негативе. Попросите конкретики. Скорее всего ответа не последует.
2. Напишите аргументированный пост-опровержение.

СПОСОБЫ РАБОТЫ С НЕГАТИВОМ:

1. **Парковка негатива** = ответ на негативный отзыв представителя санатория.

2. **Игнорирование** – в ситуации, когда мы видим, что пишет явный тролль, можем не отвечать.

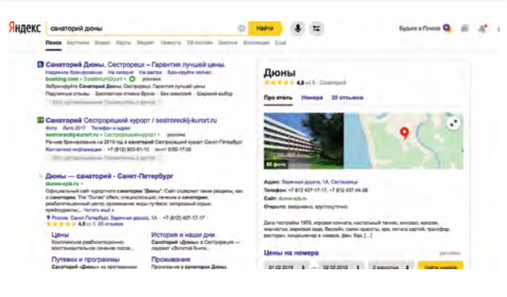
3. **Выдавливание** – оставляем несколько положительных отзывов под отрицательным и таким образом «скрываем» отрицательный отзыв в поиске.



РАБОТА С ПОЗИТИВОМ

Это создание положительного информационного поля. Существуют следующие способы работы с позитивом:

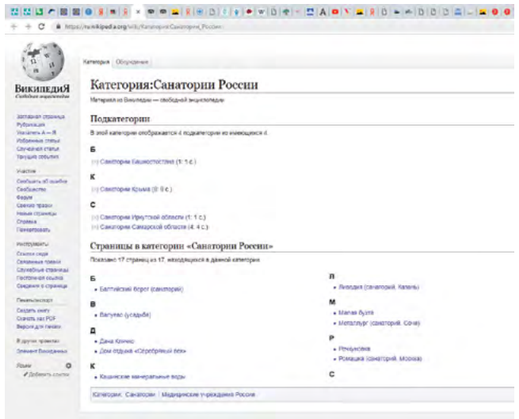
1 Создание профайла на Яндекс.Картах



2 Создание и работа со страницей на туристических и медицинских агрегаторах, создание тем на сайтах-отзовиках, например:

https://irecommend.ru
http://otzovik.com/
https://www.otzyv.ru
http://www.pokurortam.ru/comments/
https://www.tripadvisor.ru

3 Создание страницы санатория в Википедии – на сегодня очень небольшой процент санаториев России использует Википедию.



4 Адвокаты бренда. Адвокаты бренда – это потребители, которые пользуются продуктом или услугой и готовы рассказать об этом другим через социальные сети, в интернет-публикациях или разговорах.

Что поддержит потенциальных адвокатов:

Комментарий – иногда всё, что нужно, это ответить или оставить комментарий на запись адвоката.

Электронная почта – примерно раз в два месяца отправьте личное письмо одному из адвокатов бренда. Пусть они знают, что вы цените их поддержку.

«Самый активный подписчик» – создайте конкурс, в рамках которого каждую неделю определяйте активных подписчиков. Важно объяснить, почему пользователь получил этот статус.

Использование перечисленных выше методов в работе с репутацией поможет вам поддерживать её на высоком уровне.