

УДК [338.46:615.834](470+571)(075.8)
ББК 51.1(2)2я73-1+65.495(2Рос)
Б24

Рецензенты:
кафедра социального менеджмента и туризма
Российского государственного социального университета
(зав. кафедрой д-р техн. наук, проф. Ю.Б. Башин);
канд. пед. наук, доцент *Н.В. Масягина*
(Московский педагогический государственный университет)

Главный редактор издательства
кандидат юридических наук,
доктор экономических наук *Н.Д. Эриашвили*

Барчуков, Игорь Сергеевич.
Б24 Санаторно-курортное дело: учеб. пособие для студентов
вузов, обучающихся по направлению 080500 «Менеджмент
организации» и направлениям сервиса и туризма
(10000) / И.С. Барчуков. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 303 с.

ISBN 5-238-01100-8
Агентство СІР РГБ

Рассматриваются инновационные теоретические и практические положения дисциплины «Санаторно-курортное дело», предусмотренные требованиями Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования России. Особое внимание уделено взаимосвязи санаторно-курортного бизнеса с управлением, правом, экономикой, бухгалтером, статистикой и др.

Отличительная черта пособия — его структурное содержание, сохраняющее логику построения методов преподавания теоретических и практических проблем оздоровления различных групп населения, научных исследований в вопросах формирования, ценообразования и продвижения на рынок санаторно-курортных услуг.

Для студентов, обучающихся по направлению 080500 «Менеджмент организации», направлениям сервиса и туризма, специалистов санаторно-курортных учреждений.

ББК 51.1(2)2я73-1+65.495(2Рос)

ISBN 5-238-01100-8

© ИЗДАТЕЛЬСТВО ЮНИТИ-ДАНА, 2002, 2006

Воспроизведение всей книги или какой-либо ее части любыми средствами или в какой-либо форме, в том числе в Интернет-сети, запрещается без письменного разрешения издательства.

Оглавление

.....

Введение	3
Глава 1. Санаторно-курортная деятельность как социально-общественное явление	5
1.1. Санаторно-курортная деятельность как составная часть индустрии отдыха и гостеприимства	5
1.2. Особенности и принципы санаторно-курортного лечения и отдыха	7
1.3. Концептуальные направления развития санаторно-курортной индустрии в России	12
Глава 2. Санаторно-курортный бизнес как институт устойчивого развития экономики России в эпоху глобализации	18
2.1. Концепции развития санаторно-курортного бизнеса в России	18
2.2. Направления устойчивого развития санаторно-курортного бизнеса в России	20
2.3. Методологические подходы к формированию устойчивого развития санаторно-курортного дела	24
2.4. Характеристика компонентов устойчивого развития санаторно-курортного бизнеса в России	27
2.5. Специфика и факторы санаторно-курортного лечения и отдыха	29
Глава 3. Стратегическое планирование в санаторно-курортном предприятии	33
3.1. Планирования в санаторно-курортном предприятии	33
3.2. Ресурсное обеспечение планирования	36
3.3. Подготовка и принятие решений в процессе планирования	38
3.4. Стратегия деятельности санаторно-курортного предприятия	40
3.5. Метод SWOT как основа стратегической деятельности санаторно-курортного предприятия	43
3.6. Выявление конкурентного преимущества	45
3.7. Модели определения стратегических альтернатив	47
3.8. Выработка базовой стратегии	50
Глава 4. Функции управления и кадровое обеспечение в санаторно-курортном предприятии	53
4.1. Организационные основы и функции управления санаторно-курортным предприятием	53
4.2. Структура управления в санаторно-курортном предприятии	58

Оглавление	301
4.3. Кадровый потенциал санаторно-курортного предприятия	63
4.4. Основные условия и требования к профотбору специалистов	69
Глава 5. Правовое обеспечение санаторно-курортной деятельности	72
5.1. Общие правовые положения о санаторно-курортной деятельности	72
5.2. Федеральные и региональные природные лечебные ресурсы, лечебно-оздоровительные местности и курорты	77
5.3. Правовое регулирование в санаторно-курортном предприятии	84
5.4. Страхование деятельности санаторно-курортных предприятий и клиентов	90
5.5. Договор санаторно-курортного предприятия на имущественные права и с потребителем услуг	94
Глава 6. Маркетинговый анализ рынка санаторно-курортных услуг	100
6.1. Маркетинг рынка лечебно-оздоровительных услуг	100
6.2. Основные элементы маркетинговой стратегии рынка лечебно-оздоровительных услуг	104
6.3. Факторы маркетинговой среды рынка санаторно-курортных услуг и маркетинговый контроль	108
6.4. Особенности маркетинга в санаторно-курортной сфере	110
6.5. Маркетинговые исследования и перспективы его развития	113
6.6. Сегментирование как средство выбора целевого рынка санаторно-курортных услуг	115
Глава 7. Определение санаторно-курортных рынков	121
7.1. Спрос на санаторно-курортные услуги	121
7.2. Индивидуальный, рыночный спрос и предложение санаторно-курортных услуг	125
7.3. Рыночное равновесие	132
Глава 8. Проектирование лечебно-оздоровительного продукта и его ценообразование	138
8.1. Проектирование лечебно-оздоровительных программ	138
8.2. Модульное построение лечебно-оздоровительных программ	140
8.3. Специфика лечебно-оздоровительных программ и их подготовка	142
8.4. Формирование себестоимости и финансовых затрат на лечебно-оздоровительный продукт	148
8.5. Технология формирования лечебно-оздоровительных программ	151

Глава 9. Стандартизация, сертификация, лицензирование санаторно-курортного продукта	154
9.1. Стандартизация санаторно-курортного продукта	154
9.2. Сертификация санаторно-курортного продукта	156
9.3. Подготовка и порядок проведения лицензирования медицинской деятельности санаториев-профилакториев	159
Глава 10. Продвижение санаторно-курортного продукта на рынок услуг	164
10.1. Формирование сбытовой сети лечебно-оздоровительного продукта	164
10.2. Реклама санаторно-курортного продукта	167
10.3. Особенности использования рекламы	171
10.4. Фирменный стиль, бренд и брендинг	177
10.5. Выставки-ярмарки как процесс продвижения санаторно-курортного продукта	182
Глава 11. Хозяйствование санаторно-курортного предприятия	187
11.1. Требования к размещению клиентов в санаторно-курортных комплексах	187
11.2. Финансовая устойчивость санатория	190
11.3. Цель, функции и структура бизнес-плана	197
11.4. Характеристика разделов бизнес-планирования	202
11.5. Разработка плана маркетинга и финансового плана	205
Глава 12. Купля-продажа санаторных путевок	210
12.1. Оформление санаторных путевок	210
12.2. Льготное санаторно-курортное лечение граждан	211
12.3. Санаторно-курортное лечение и оздоровление сотрудников предприятий	214
12.4. Реализация санаторных путевок	221
Глава 13. Бухгалтерская деятельность санаторно-курортного предприятия	229
13.1. Аналитические процедуры как основа принятия управленческих решений	229
13.2. Бухгалтерский учет при организации питания	237
13.3. Статистика в санаторно-курортных учреждениях	244
13.4. Ревизия как составная часть внутреннего контроля санаторно-курортного предприятия	251
Глава 14. Налоговая политика в сфере санаторно-курортного лечения	258
14.1. Расходы предприятия, учет, налогообложение на санаторно-курортное лечение сотрудников и членов их семей	258

Оглавление	303
14.2. Оплата санаторных путевок для работников из средств социального страхования	260
14.3. Применение льготы по налогу на имущество санаторно-курортных предприятий	263
14.4. Плата налога за пользование землей	267
14.5. Налоговые льготы санаторно-курортным предприятиям	270
Глава 15. Сотрудничество и партнерство санаторно-курортных предприятий	274
15.1. Условия и факторы, воздействующие на санаторно-курортный рынок	274
15.2. Сотрудничество санаторно-курортных предприятий с международными организациями	277
15.3. Паспортно-визовые и таможенные формальности	279
15.4. Транспортное обеспечение отдыхающих	284
15.5. Обеспечение безопасности санаторно-курортных предприятий и отдыхающих	291
Словарь терминов и понятий	295
Библиографический список	299