



Тенденции потребительского спроса и их влияние на рынок лечебно- оздоровительного туризма

Киселёва Елена, партнер Strategy Partners

12 МАРТА, 2026 г.
МОСКВА, «КРОКУС ЭКСПО»





Strategy Partners

1 500+

Реализованных проектов
в различных секторах
экономики



Широкий опыт структурирования
крупных инвестиционных
проектов в туризме для
привлечения финансирования
и получения господдержки



Регулярные исследования в сфере туризма и развития территорий
(«Рынок санаторно-курортных услуг», «Рынок горнолыжного
туризма», «Лучшие практики развития общественных пространств»,
«Курортная недвижимость» и др.)



Многолетний опыт реализации
проектов по разработке
стратегий развития туризма
в регионах РФ и СНГ



Мастер-планирование
ведущих российских
курортов и туристических
территорий

ВЕДУЩИЙ РОССИЙСКИЙ
СТРАТЕГИЧЕСКИЙ
КОНСУЛЬТАНТ

по версии RAEX

С 2010 ГОДА В ГРУППЕ СБЕР

30 ЛЕТ

ПОМОГАЕМ ДОСТИГАТЬ
ПОСТАВЛЕННЫХ ЦЕЛЕЙ
И АДАПТИРОВАТЬСЯ
К ИЗМЕНЕНИЯМ

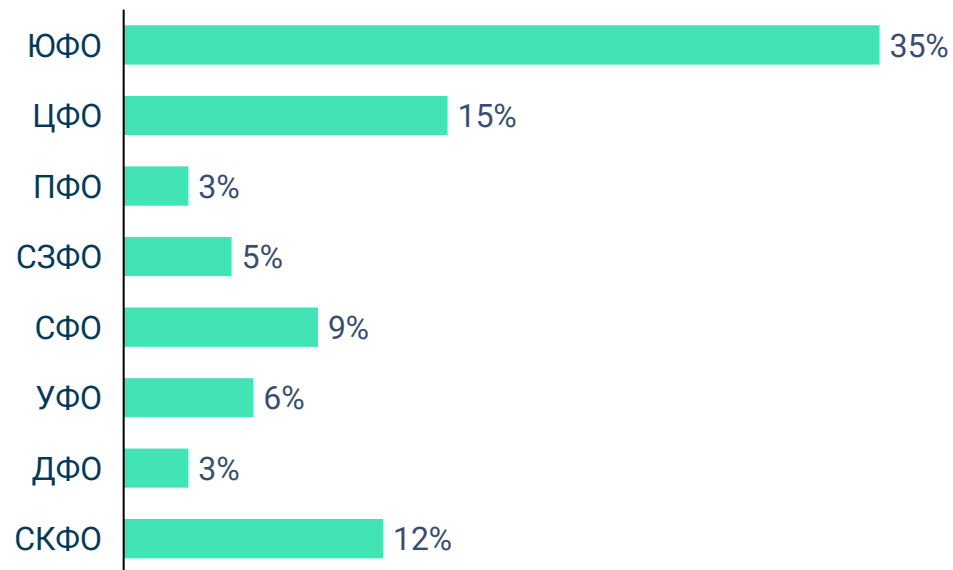


**Каковы особенности современного российского рынка
санаторно-курортных услуг?**

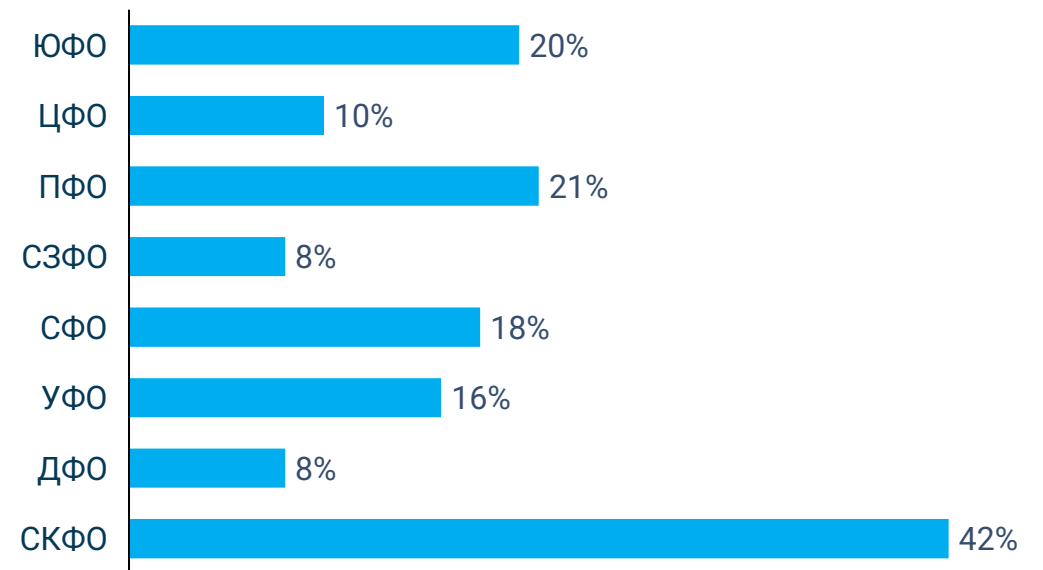


Санатории присутствуют сегодня практически в каждом российском регионе, составляя от 8 до 42% номерного фонда коллективных средств размещения

Доля номерного фонда СКО от суммарного по РФ,
100% = 189 тыс. номеров



Доля номерного фонда СКО от общего номерного фонда КСР в регионе, %





Только в некоторых регионах выручка и прибыль СКО превышают среднероссийское значение

1,4 млн руб.

средняя выручка на номер
в СКО в год в РФ



18 регионов

имеют показатель выше
среднего по РФ



<20%

от общего числа регионов



233 тыс. руб.

средняя прибыль на номер
в СКО в год в РФ



14 регионов

имеют показатель выше
среднего по РФ



<16%

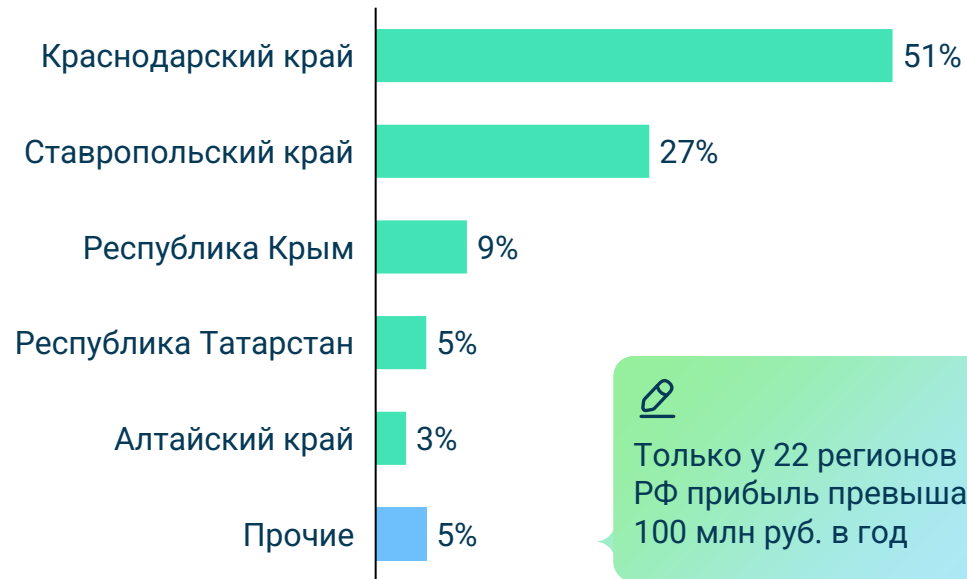
от общего числа регионов





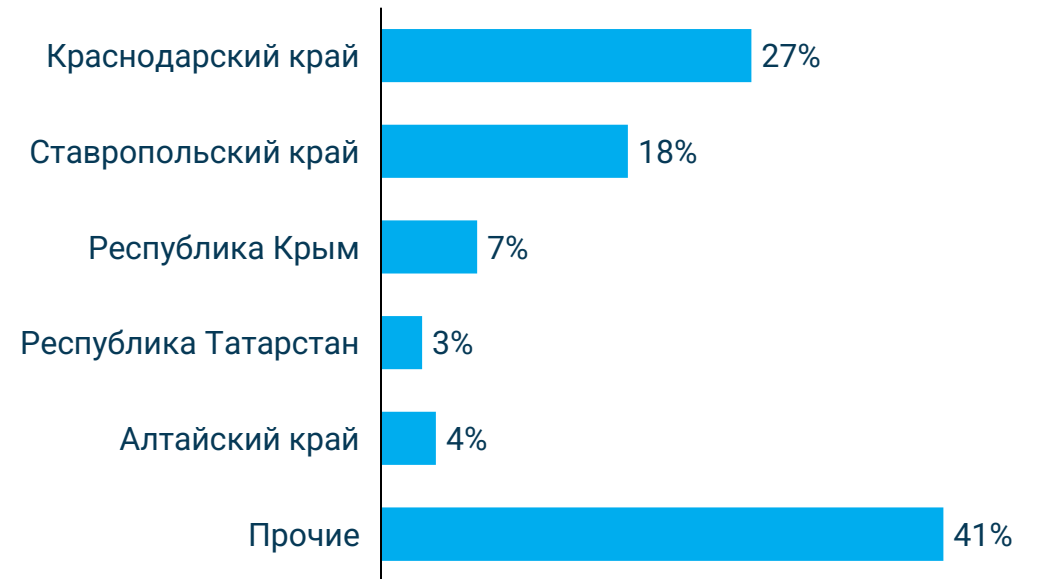
Более 90% прибыли санаторно-курортной отрасли сегодня создают в пяти регионах, на которые приходится около 50% выручки

Вклад региона в прибыль СКО России,
100% = 44 млрд руб.



Только у 22 регионов РФ прибыль превышает 100 млн руб. в год

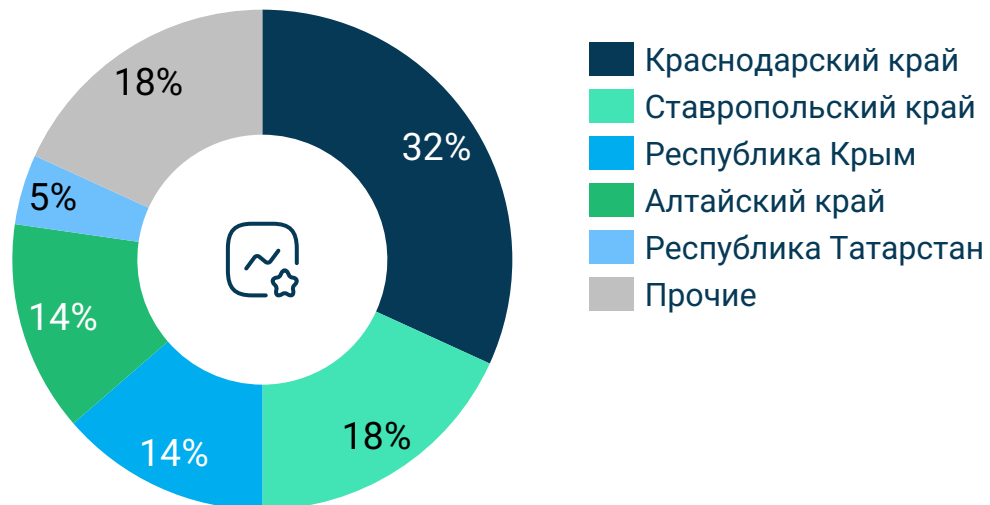
Вклад региона в доходы (выручку) СКО России,
100% = 257 млрд руб.





Ключевые инвестиционные проекты в секторе на ближайшие три года преимущественно сконцентрированы в наиболее доходных регионах

Ключевые инвестпроекты по строительству СКО в РФ до 2028 г., 100% = 23 ед.



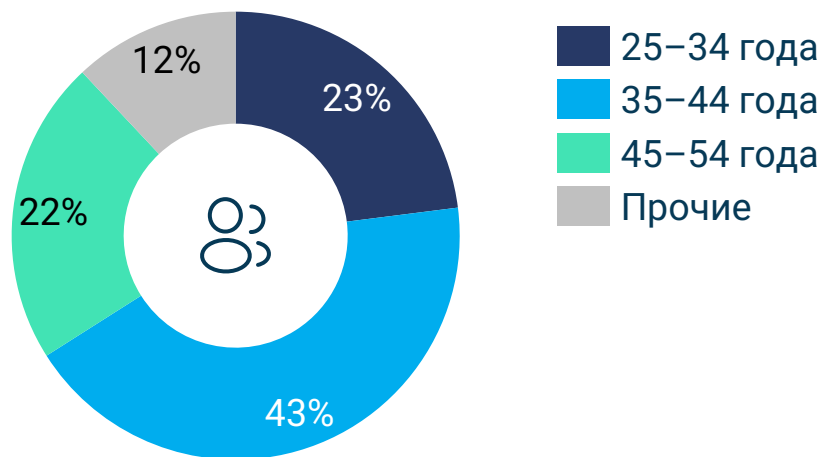
Выборочные примеры строящихся/реконструируемых объектов:

- » **Краснодарский край:** санаторий «Волна», Dusit Thani Resort & Spa Anapa Miracleon 5*, «Фиолето»
- » **Ставропольский край:** Санаторий им. Н. А. Семашко, новый корпус санатория «Металлург»
- » **Республика Крым:** санаторий «Южный» (новый корпус), два санаторных комплекса в г. Саки
- » **Республика Татарстан:** санаторий у озера Кара-Куль
- » **Алтайский край:** санаторий AZIMUT 5*, два новых санаторных комплекса в Белокурихе

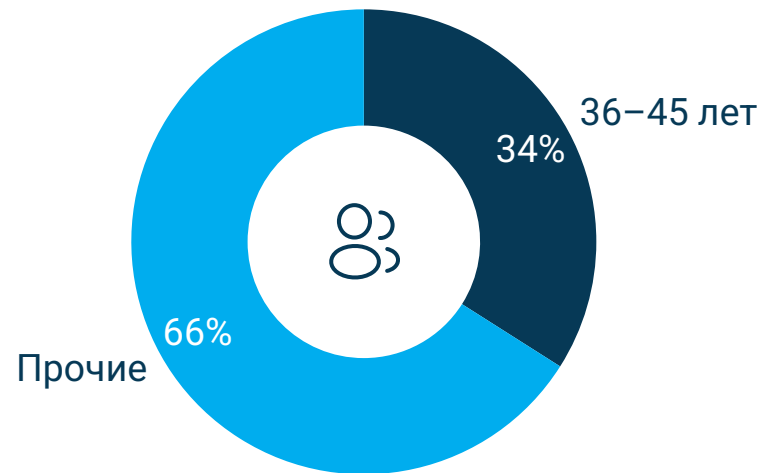


Целевая аудитория санаториев заметно помолодела за последние годы

Возрастная структура посетителей санаториев
(по данным сервиса «Отелло»)




Возрастная структура посетителей санаториев AZIMUT
(по открытым источникам)



В 2019 г. средний возраст гостей санаториев, входящих в сеть AZIMUT Hotels, составлял 56 лет, в 2025 г. показатель снизился до 45 лет



Предложение на рынке лечебно-оздоровительного туризма за последние годы пополнилось новыми форматами

Классические санатории старого формата		Классические санатории нового формата		Велнес / медицинские спа-отели		Клиники превентивной медицины	
<p>Медбаза Устаревшая или частично модернизированная медицинская база, рассчитанная на 100% проживающих</p>	<p>Инфраструктура Устаревшая инфраструктура с частичной модернизацией (новые корпуса), в старых корпусах — библиотека и кафе/буфет</p>	<p>Медбаза Современная медицинская база, рассчитанная на 100% проживающих</p>	<p>Инфраструктура Расширенная современная инфраструктура: спа, бассейны, термальные зоны, рестораны и кафе</p>	<p>Медбаза Медицинский центр, рассчитанный на часть проживающих (30–50%)</p>	<p>Инфраструктура Расширенная инфраструктура: медицинский центр, спа, бассейны, рекреация, термальные зоны, рестораны и кафе, развлекательная инфраструктура</p>	<p>Медбаза Современная, в том числе рассчитанная на амбулаторный поток без проживания, узкая специализация и высокотехнологичные методы</p>	<p>Инфраструктура Расширенная инфраструктура: медицинский центр, спа, бассейны, термальные зоны, рестораны и кафе</p>
Оздоровление и лечение		Современное оздоровление и лечение		Отдых с опциональными программами		Профилактика заболеваний	
<p>Санаторий «Самарский», г. Самара</p> 	<p>Курорт «Ерино», п. Ерино</p> 	<p>«АМАКС Курорт Новая Истра», с. Лучинское</p> 	<p>«Кивач», с. Кончезеро</p> 	<p>Санаторий «Надежда», г. Анапа</p> 	<p>«Источник Железноводск», г. Железноводск</p> 	<p>Cosmos Collection Altay, с. п. Бирюлинское</p> 	<p>X-Clinic, п. Репино</p> 



Средний срок пребывания в санаториях за последние годы два-три года изменился незначительно, несмотря на существенный рост цен

Прирост дохода (выручки) на номер в СКО в 2022–2024 гг.



Снижение ночевок на туриста в СКО в 2024 г. по сравнению с 2022 г.



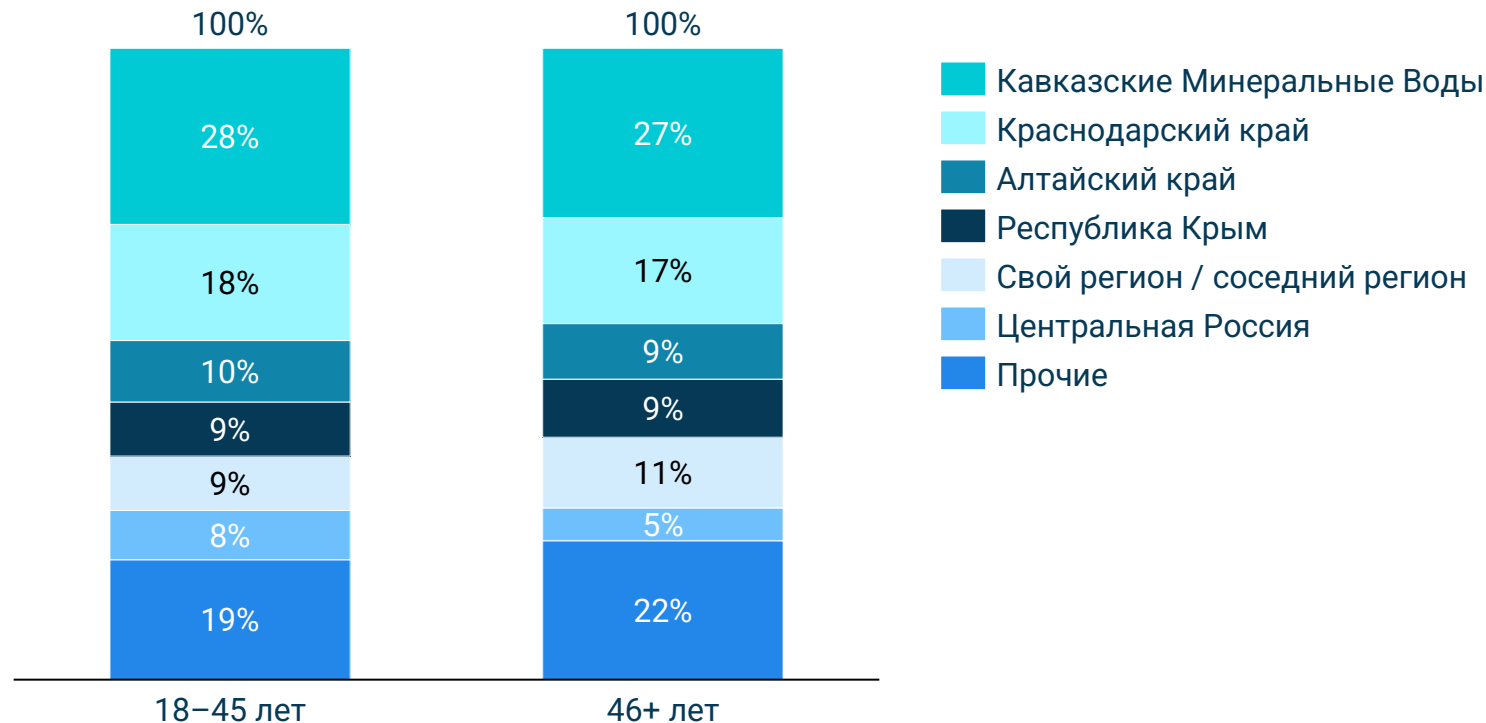


Чего хотят потребители разных возрастов?



Предпочтительная география для отдыха в санаториях существенно не различается между разными возрастными группами

Интересующий регион для отдыха в санатории, %



Комментарии



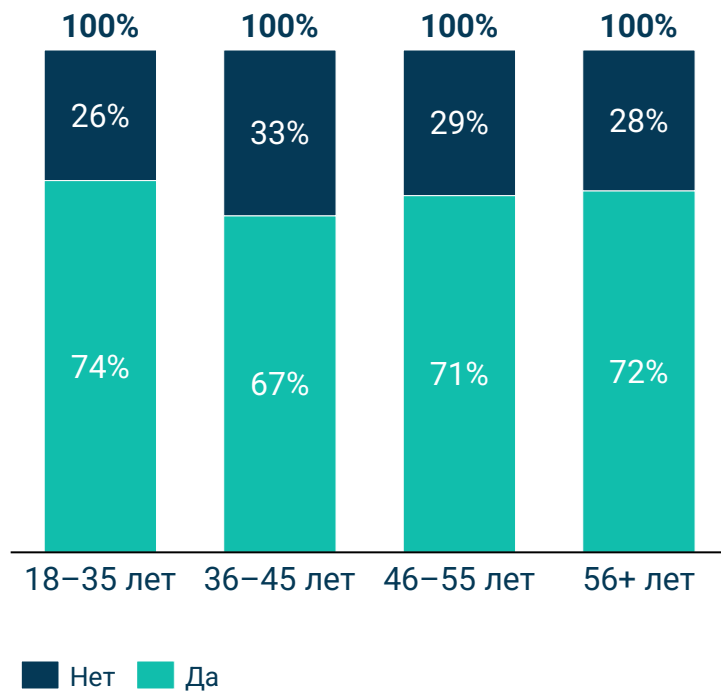
В топ-5 предпочтительных направлений у разных возрастов попадают ведущие «санаторные» регионы РФ

Доля «домашнего» региона составляет 9–11%, что свидетельствует о готовности основной части аудитории выезжать за его пределы при наличии привлекательного предложения



У большинства представителей разных возрастов уже есть опыт посещения санаториев, однако менее 30% проживали в них для лечения или реабилитации

Опыт посещения санаториев, %



Цель посещения, %



Комментарии

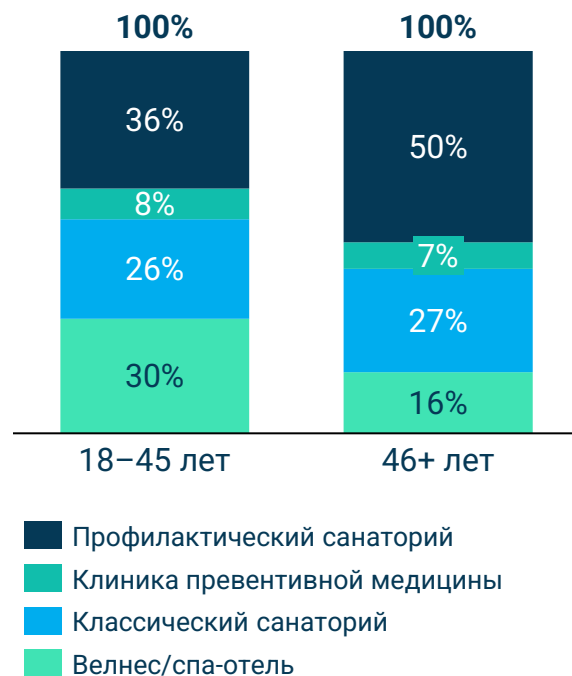


Основные цели посещения санатория (у имеющих такой опыт) – профилактика и перезагрузка, нежели лечение конкретных заболеваний или реабилитация



Туристы всех возрастов больше заинтересованы в общеоздоровительных форматах и спа-отелях, чем в лечении конкретных заболеваний

Интересующий формат санатория, %



Интересующие программы, %

- Антистресс
- Чекап
- Лечение заболеваний ОДА
- Лечение заболеваний ЖКТ
- Лечение сердечно-сосудистых заболеваний
- Снижение веса / детокс
- Мужское/женское здоровье
- Хочу, чтобы мне предложили программу
- Спа-велнес-программа для взрослых
- Управление возрастом / предупреждение старения
- Лечение заболеваний дыхательной системы
- Реабилитация после тяжелых заболеваний / травм
- Лечение кожных заболеваний
- Детская программа (общее оздоровление)

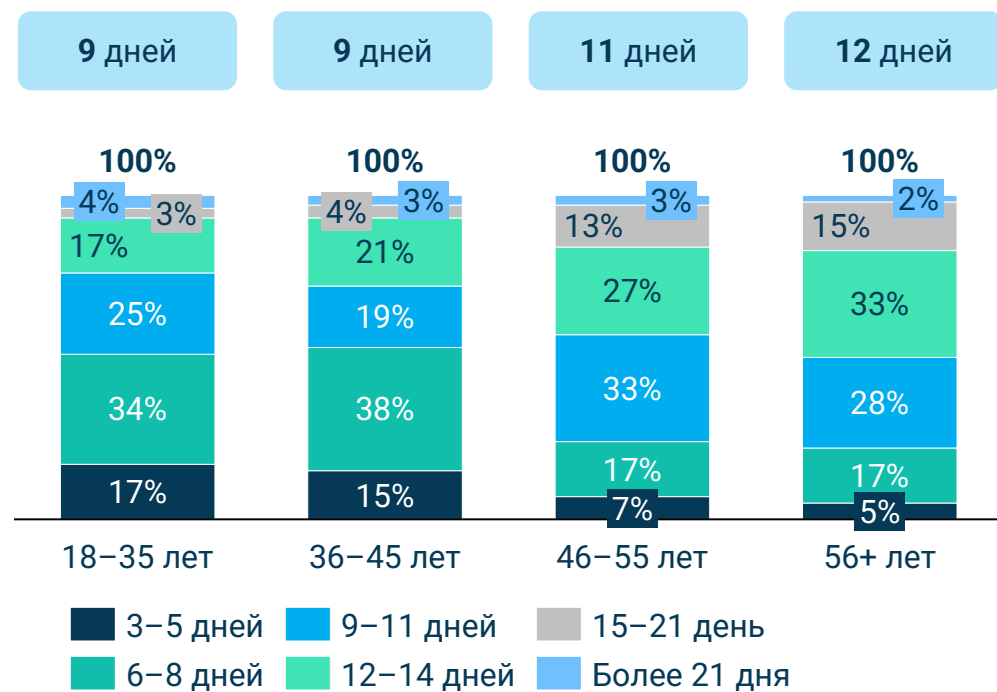


Множественный выбор (сумма ответов – более 100%)

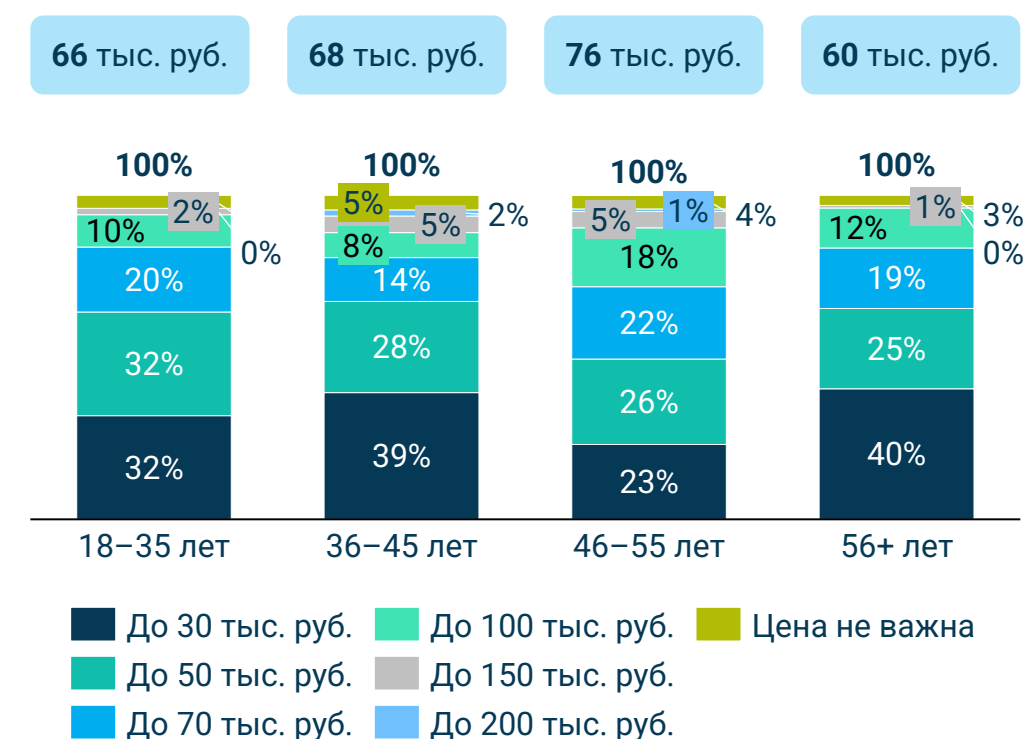


Чем старше аудитория, тем более длительные программы ее интересуют, но средний чек при этом меньше

Интересующая продолжительность посещения, %



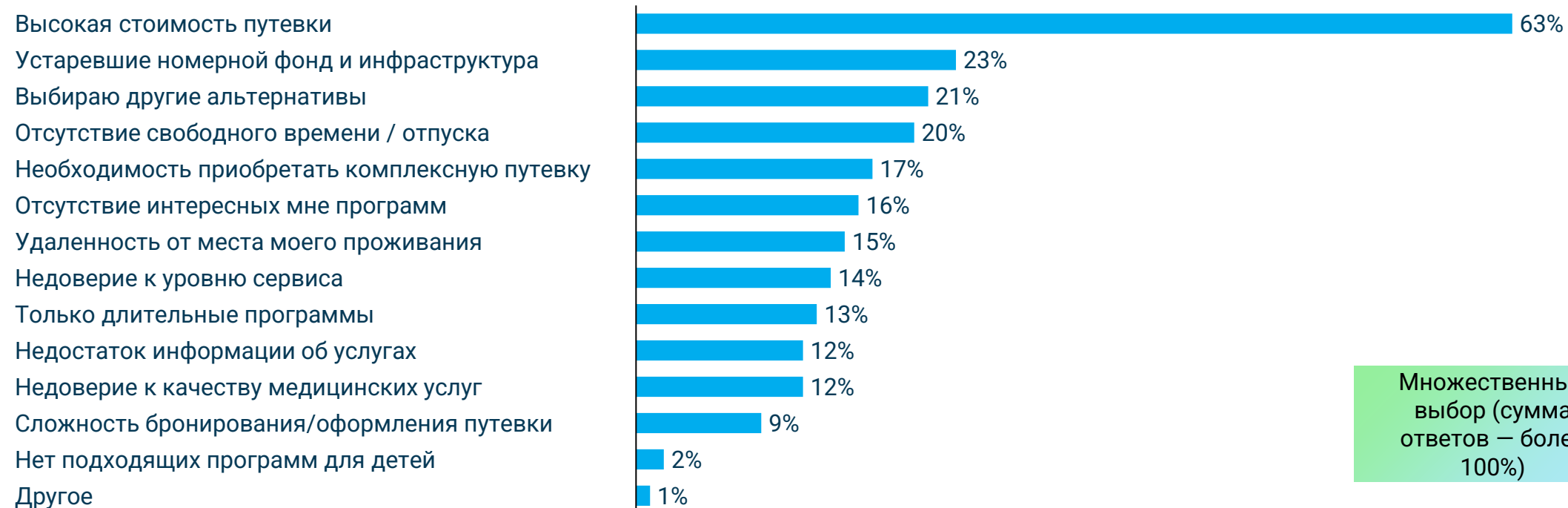
Предельная стоимость путевки на 1 чел., %





Стоимость отдыха — наиболее значимый фактор для всех возрастных групп, ограничивающий более частые визиты в санатории

Причины, препятствующие более частому посещению санаториев среди всех возрастных групп¹, %



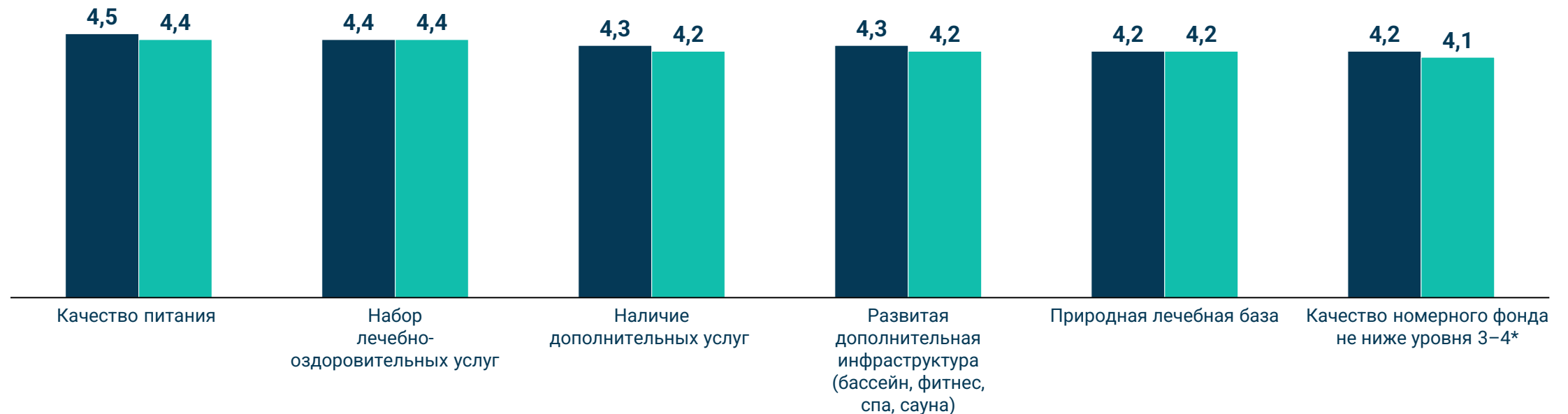
¹ — вопрос предусматривает возможность нескольких вариантов ответа, в связи с чем сумма ответов может превышать 100%.



Ключевые факторы выбора санатория (без учета цены) — качество питания, набор медицинских услуг, развитые услуги и инфраструктура, природная лечебная база

Важность факторов при выборе санатория (средний балл по 5-балльной шкале)¹

■ 18–45 лет ■ 46+ лет



1 — факторы с оценкой выше 4,0 во всех возрастных группах.



Ключевые тенденции рынка санаторно-курортных услуг

Статистические данные

- » Концентрация основной прибыли и инвестиций **в пяти регионах РФ**
- » Заметное увеличение **доли более молодой аудитории** за последние годы
- » Активное **развитие новых форматов санаториев**, ориентированных на отдых и оздоровление, а не лечение заболеваний
- » Незначительное сокращение среднего срока пребывания, несмотря на **существенный рост цен в последние два-три года**

Результаты социологического опроса

- » **В списке наиболее популярных географий у всех возрастов** – ключевые «санаторные» регионы РФ
- » **Опыт посещения санатория уже есть**
- » у преобладающего большинства респондентов всех возрастов, однако **основные цели – профилактика и перезагрузка**
- » Аудитории всех возрастов **больше заинтересованы в оздоровительных либо велнес-форматах**, нежели в лечении заболеваний
- » Средняя комфортная продолжительность пребывания – **9–12 дней**, при этом **чем старше аудитория, тем больше срок**



**Какие бизнес-модели будут наиболее успешны
в текущих рыночных условиях?**



Какие санатории будут наиболее успешны в ближайшие годы (массовый спрос)?

1. Эффективно **комбинируют отдых, велнес и медицину**, а не продают «лечение заболеваний» как единственное ядро продукта
2. Имеют **качественный номерной фонд** (новое строительство или капитальная реконструкция) и предлагают **разнообразные форматы питания** (в том числе диетические)
3. Предлагают **гибкие по продолжительности и стоимости программы** с возможностью выбора как более коротких, так и более длительных пакетов для старшей аудитории с набором опций под разный бюджет
4. Интегрированы **в туристические региональные маршруты / предлагают экскурсии** по достопримечательностям
5. Продвинутый **брендинг и коммуникация** (четкая позиционирующая идея)

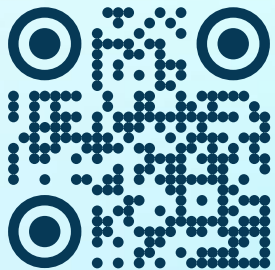


СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

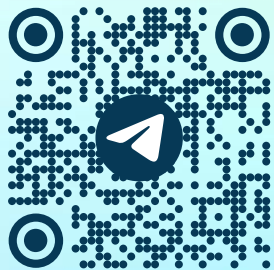
Елена Киселёва

+7 (985) 769-71-36

kiseleva@strategy.ru



strategy.ru



t.me/strategypartners

