

Вестник Евразийской науки / The Eurasian Scientific Journal <https://esj.today>

2019, №4, Том 11 / 2019, No 4, Vol 11 <https://esj.today/issue-4-2019.html>

URL статьи: <https://esj.today/PDF/43ECVN419.pdf>

**Ссылка для цитирования этой статьи:**

Савельева Н.А., Шмелева Т.В., Лосевич Д.В. Конкурентный подход к классификации санаторно-курортных организаций // Вестник Евразийской науки, 2019 №4, <https://esj.today/PDF/43ECVN419.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

**For citation:**

Saveleva N.A., Shmeleva T.V., Losevich D.V. (2019). The competitive approach to classification of the sanatorium organizations. *The Eurasian Scientific Journal*, [online] 4(11). Available at: <https://esj.today/PDF/43ECVN419.pdf> (in Russian)

*Статья написана по результатам исследований, выполненных по гранту № 19-410-230059p\_a Российского фонда фундаментальных исследований*

УДК 338.48

ГРНТИ 06.71.57

**Савельева Нелли Александровна**

ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», Сочи, Россия  
Профессор  
Доктор экономических наук, профессор  
E-mail: [sochi-nelli@yandex.ru](mailto:sochi-nelli@yandex.ru)

**Шмелева Татьяна Владимировна**

ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», Сочи, Россия  
Доцент  
Кандидат экономических наук, доцент  
E-mail: [tanya-schmeleva@mail.ru](mailto:tanya-schmeleva@mail.ru)

**Лосевич Дмитрий Валериевич**

ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», Сочи, Россия  
Аспирант  
E-mail: [9189117640@bk.ru](mailto:9189117640@bk.ru)

## **Конкурентный подход к классификации санаторно-курортных организаций**

**Аннотация.** Задача группирования санаторно-курортных организаций с позиции конкурентного подхода актуализируется в рамках совершенствования инструментария конкурентного анализа в связи с необходимостью повышения конкурентоспособности организаций санаторно-курортного комплекса Российской Федерации. Статья посвящена выделению критериев классификации санаторно-курортных организаций и видов организаций по каждому из критериев для последующего применения в процессе стратегического группирования конкурентов на рынке санаторно-курортных услуг. На основе предварительного тестирования специалистов данной сферы и представителей науки, проведенного в форме интервью, выявлены следующие критерии группирования санаторно-курортных организаций: месторасположение, ведомственная принадлежность, организация детского отдыха, используемые медицинские технологии (медтехника, технология, кадры), звездность, спектр дополнительных и сервисных услуг, ценовые параметры, размер организации, форма организации питания, близость моря, комфортность территории, близость к центру города, транспортная доступность, медицинская специализация. По каждому

критерию обозначены виды санаторно-курортных организаций и представлена их краткая характеристика. Поскольку для целей выделения стратегических групп конкурентов применяются ограниченное число критериев группирования конкурентов были выявлены наиболее значимые критерии и установлены их относительные веса важности. В их числе оказались месторасположение, ведомственная принадлежность, организация детского отдыха, используемые медицинские технологии (медтехника, технология, кадры), звездность, спектр дополнительных и сервисных услуг. При этом использовался метод экспертных оценок и его разновидность метод ранжирования критериев. Представленная классификация санаторно-курортных организаций позволяет более четко очертить круг прямых конкурентов организации, использующих аналогичные стратегические подходы к организации бизнеса и ведению конкурентной борьбы, и сконцентрировать усилия на укреплении конкурентных преимуществ в целевом конкурентном сегменте рынка.

**Ключевые слова:** классификация; критерии группирования; стратегические группы конкурентов; санаторно-курортные организации; рынок санаторно-курортных услуг

Повышение конкурентоспособности организаций санаторно-курортного комплекса Российской Федерации требует совершенствования инструментария конкурентного анализа [1]. В этой связи актуализируются вопросы группирования санаторно-курортных организаций с позиции конкурентного подхода.

Целью настоящей работы было выделение критериев классификации санаторно-курортных организаций и видов санаториев по каждому из критериев для последующего применения в процессе стратегического группирования конкурентов на рынке санаторно-курортных услуг. Данная типизация санаторно-курортных организаций позволяет более четко очертить круг прямых конкурентов организации, использующих аналогичные стратегические подходы к организации бизнеса и ведению конкурентной борьбы, и сконцентрировать усилия на укреплении конкурентных преимуществ в целевом конкурентном сегменте рынка [2; 3].

Проблема эффективного развития санаторно-курортного комплекса Российской Федерации активно поднимается и решается на различных уровнях экономики [4; 5]. В современной экономической литературе имеется большое множество публикаций, посвященных санаторно-курортной сфере. В тоже время имеется определенный дефицит исследований, посвященных проблеме типизации организаций данной сферы.

Наиболее широко освещаются вопросы классификации санаторно-курортных организаций относительно медицинской компоненты их деятельности. Проблему медицинской профилизации санаторно-курортных организаций поднимают Е.В. Владимирский, А.П. Каячев [6], А.Н. Разумов, Е.П. Кокорина, И.И. Зубкова, С.Н. Нагорнев, М.Ю. Яковлев [7], И.П. Бобровницкий [7; 8], А.Н. Глухов, Н.В. Ефименко, А.С. Кайсинова, Е.Н. Чалая [9], М.С. Оборин [6; 10], Н.Б. Корчажкина [11]. В работе [10] М.С. Оборин разделяет санаторно-курортные организации с позиции медицинского профиля на однопрофильные, многопрофильные, санатории-профилактории, пансионаты с предоставлением лечения, курортные поликлиники.

Более углубленно классификация санаторно-курортных организаций рассматривается в работе [12]. При этом используются такие признаки классификации, как медицинский профиль, контингент отдыхающих, месторасположение, форма собственности, тип (рисунок 1).

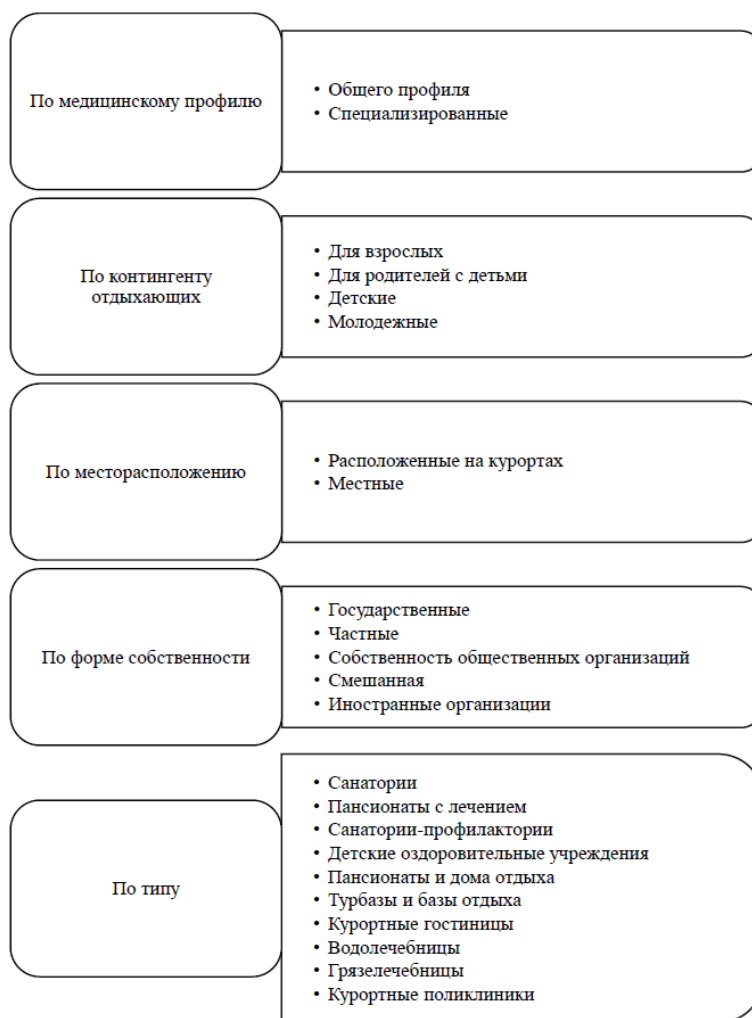
Предметом настоящего исследования была классификация санаторно-курортных организаций именно с позиции конкурентного подхода с учетом современных конкурентных условий рынка санаторно-курортных услуг. Потребителей рынка санаторно-курортных услуг укрупненно можно разделить на две группы:

1. потребители, имеющие проблемы со здоровьем и приобретающие услуги с целью лечебного оздоровления;
2. потребители, не имеющие серьезных проблем со здоровьем и приобретающие услуги санаториев с целью отдыха и общего оздоровления.

Для каждой группы потребительского рынка требуется свой набор критериев группирования конкурентов рынка санаторно-курортных услуг.

Потребители первой группы будут целенаправленно обращаться в санатории, основной профилизацией которых является лечебное оздоровление в рамках конкретных заболеваний. Для этого сегмента потребительского рынка зона территориального деления конкурентов существенно расширяется. Здесь непосредственными конкурентами могут быть организации из разных городов региона, например, Краснодарского края, Юга России, но и в целом Российской Федерации. Главным барьером стратегического группирования конкурентов будет выступать медицинская специализация санаторно-курортных организаций.

Объектом исследования в данной статье была вторая группа потребителей рынка санаторно-курортных услуг, т. е. тех потребителей, которые не имеют достаточно серьезных проблем со здоровьем и используют услуги санаторно-курортных организаций в целях планирования отдыха и общего оздоровления, так называемый релакс-сегмент. Практико-прикладные аспекты работы представлены на примере рынка санаторно-курортных услуг г. Сочи.



**Рисунок 1. Классификация санаторно-курортных организаций (составлено по материалам [12])**

Для целей выделения критериев группирования санаторно-курортных организаций с позиции конкурентного подхода, предусматривающего определенную типологизацию конкурентов данного рынка, было проведено предварительное тестирование в форме интервью специалистов отрасли и представителей науки. В качестве экспертов выступили специалисты медицинской и экономической служб санаторно-курортных организаций, ученые ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет» (14 экспертов). Статус респондентов дает возможность считать их экспертами.

На первом этапе были выявлены следующие критерии группирования санаторно-курортных организаций:

- месторасположение;
- ведомственная принадлежность;
- организация детского отдыха;
- используемые медицинские технологии (медтехника, технология, кадры);
- звездность;
- спектр дополнительных и сервисных услуг;
- ценовые параметры;
- размер организации;
- форма организации питания;
- близость моря;
- комфортность территории;
- близость к центру города;
- транспортная доступность;
- медицинская специализация.

Представим характеристику санаторно-курортных организаций по каждому критерию.

### **Месторасположение**

По месторасположению были выделены семь групп санаториев, которые в силу территориальной близости вступают в непосредственную конкурентную борьбу:

- Лазаревского района;
- Лоо;
- Дагомыса;
- Центрального района;
- Хостинского района;
- Адлерского района (включая Имеретинскую долину);
- Красной Поляны.

### **Ведомственная принадлежность**

С позиции ведомственной принадлежности санатории целесообразно разделять на две группы:

- государственные учреждения;
- ведомственные организации;
- самостоятельные предприятия.

К ведомственным санаториям относятся, например, санаторий «Заполярье», санаторий «Радуга» и др.

Государственные учреждения имеют больше всего ограничений для осуществления коммерческой деятельности поскольку каждое действие в данном направлении требует согласований и достаточно глубоких обоснований, что останавливает руководство санатория от укрепления коммерческой составляющей деятельности учреждения.

### **Организация детского отдыха**

В соответствии с данным критерием санатории делятся на две группы:

- детские санатории;
- санатории, в которых предусмотрен отдых с детьми, а также санатории, предусматривающие только отдых без детей.

### **Используемые медицинские технологии (медтехника, технология, кадры)**

По уровню используемых медицинских технологий санаторно-курортные организации можно разделить на организации:

- с высоким уровнем используемых медицинских технологий (как правило, это узкоспециализированные санатории);
- со средним уровнем используемых медицинских технологий;
- с низким уровнем используемых медицинских технологий.

### **Звездность**

Звездность во многом определяет уровень качества обслуживания и комфортность проживания в санаторно-курортной организации, а также ценовые характеристики услуг проживания и обслуживания.

По уровню звездности все санаторно-курортные организации целесообразно подразделять на две группы:

- 4–5 звезд;
- 2–3 звезды.

### **Спектр дополнительных и сервисных услуг**

С позиции дополнительных и сервисных услуг санаторно-курортные организации делятся на три группы:

- с широкой номенклатурой дополнительных услуг и сервисных услуг;
- со средней номенклатурой дополнительных услуг и сервисных услуг;
- с узкой номенклатурой дополнительных услуг и сервисных услуг.

### **Ценовые параметры**

Ценовые параметры напрямую зависят от уровня звездности санаторно-курортной организации. По ценовым параметрам санаторно-курортные организации подразделяются на три группы:

- экономсегмент (2, 3 звезды);
- средний сегмент (4 звезды);
- дорогой сегмент (5 звезд).

### **Размер организации**

С позиции размера санаторно-курортные организации подразделяются на три группы:

- большие;
- средние;
- малые.

Отнесение организаций к группам осуществляется на основании действующего в РФ законодательства.

### **Форма организации питания**

Форма организации питания тоже может выступать фактором в конкурентной борьбе. По этому критерию санаторно-курортные организации можно подразделить на три группы, имеющие:

- шведский стол;
- заказное меню;
- обычное меню.

### **Близость моря**

По этому критерию санаторно-курортные организации подразделяются на две группы:

- расположенные непосредственно у моря;
- расположенные в удалении от моря (организуется трансфер).

### **Комфортность территории**

С точки зрения уровня комфортности территории санаторно-курортной организации они подразделяются на три группы:

- высокая комфортность;
- средняя комфортность;

- низкая комфортность.

Высокий уровень комфортности обеспечивается большой территорией санатория, высоким уровнем ландшафтного дизайна и прочими факторами.

### **Близость к центру города**

Для многих потребителей фактором выбора санаторно-курортной организации является близость к деловому центру г. Сочи. С позиции данного фактора санаторно-курортные организации подразделяются на три группы:

- расположенные близко от центра;
- на среднем расстоянии от центра;
- расположенные на большом расстоянии от центра.

### **Транспортная доступность**

С позиции транспортной доступности санатории можно подразделить на три группы:

- высокая транспортная доступность;
- средняя транспортная доступность;
- низкая транспортная доступность.

### **Медицинская специализация**

С точки зрения медицинской специализации санаторно-курортные организации подразделяются на две группы:

- специализированные на определенном медицинском направлении;
- имеющие типовую специализацию (преимущественно опорно-двигательная система, общее оздоровление, релакс).

Для целей выделения стратегических групп конкурентов применяют ограниченное число критериев группирования конкурентов. Поэтому были выявлены наиболее значимые критерии стратегического группирования конкурентов.

При этом использовался метод экспертных оценок и его разновидность метод ранжирования критериев. На основе данного метода выполнено отсеивание незначимых барьеров стратегического группирования конкурентов на рынке санаторно-курортных услуг. К экспертизе были привлечены представители экономической и медицинской служб санаторно-курортных организаций региона и ученые ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет» (14 экспертов).

Результаты экспертизы ранжирования барьеров стратегического группирования конкурентов на рынке санаторно-курортных услуг представлены в таблице 1. Обработка результатов экспертизы осуществлена по формулам [13] литературного источника.



Таблица 1

**Результаты экспертизы ранжирования барьеров стратегического группирования конкурентов на рынке санаторно-курортных услуг**

Барьеры	Сумма рангов, $S_i$	Удельный вес барьера, доли единицы	Удельный вес значимых барьеров, доли единицы	$S_i - \bar{S}$	$(S_i - \bar{S})^2$
Месторасположение	22	0,130	0,189	-53	2809
Ведомственная принадлежность	20	0,132	0,192	-55	3025
Организация детского отдыха	28	0,123	0,179	-47	2209
Используемые медицинские технологии	42	0,108	0,157	-33	1089
Звездность	42	0,108	0,157	-33	1089
Спектр дополнительных и сервисных услуг	61	0,087	0,126	-14	196
Ценовые параметры	75	0,071	-	0	0
Размер организации	131	0,010	-	56	3136
Форма организации питания	99	0,045	-	24	576
Близость моря	76	0,070	-	1	1
Комфортность территории	97	0,047	-	22	484
Близость к центру города	124	0,018	-	49	2401
Транспортная доступность	102	0,042	-	27	729
Медицинская специализация	131	0,010	-	56	3136
Итого:	1050	1,000	1,000	-	20880

Удельные веса значимости барьеров установлены в таблице 1 по формуле:

$$\gamma_i = \frac{mn - S_i}{0,5mn(n - 1)}, \quad (1)$$

где  $n$  – количество вероятных барьеров стратегического группирования конкурентов;

$m$  – количество экспертов;

$S_i$  – сумма рангов для каждого  $i$ -того барьера сегментирования конкурентов.

Наиболее значимые барьеры стратегического группирования конкурентов установлены на основе условия что для них:

$$\gamma_i > \frac{1}{n}, \quad (2)$$

где  $n$  – количество вероятных барьеров стратегического группирования конкурентов.

Пороговая величина удельного веса важности барьеров стратегического группирования конкурентов равно 0,071 (1/14).

В ходе ранжирования были отмечены восемь критериев группирования:

- ценовые параметры;
- размер организации;
- форма организации питания;
- близость моря;
- комфортность территории;
- близость к центру города;



- транспортная доступность;
- медицинская специализация.

Перевод наиболее удельных весов важности значимых барьеров в нормированный вид осуществляется по формуле:

$$\gamma_i = \frac{mn - S_{i0}}{mnn_0 - \sum_{i=1}^{n_0} S_{i0}}, \quad (3)$$

где  $n_0$  – число наиболее важных барьеров стратегического группирования конкурентов;  
 $S_{i0}$  – сумма рангов  $i$ -того наиболее важного барьера стратегического группирования конкурентов.

Для первого барьера нормированное значение удельного веса важности равно:

$$\gamma_1 = \frac{10 \cdot 14 - 22}{10 \cdot 14 \cdot 6 - 215} = 0,189.$$

Нормированные удельные веса значимости барьеров стратегического группирования конкурентов определены в таблице 1.

На рисунке 2 показаны ключевые критерии группирования конкурентов на рынке санаторно-курортных услуг и относительные веса их важности, полученные в ходе обработки результатов экспертных оценок по методу ранжирования.

<b>Месторасположение</b>
• Относительный вес важности 0,189
<b>Ведомственная принадлежность</b>
• Относительный вес важности 0,192
<b>Организация детского отдыха</b>
• Относительный вес важности 0,179
<b>Используемые медицинские технологии (медтехника, технология, кадры)</b>
• Относительный вес важности 0,157
<b>Звездность</b>
• Относительный вес важности 0,157
<b>Спектр дополнительных и сервисных услуг</b>
• Относительный вес важности 0,126

*Рисунок 2. Ключевые критерии группирования конкурентов на рынке санаторно-курортных услуг и относительные веса их важности*

Степень доверия к проведенной экспертизе установлена на основе коэффициента конкордации, который рассчитывается по формуле:

$$W = \frac{12 \cdot \sum_{i=1}^n (S_i - \bar{S})^2}{m^2 \cdot (n^3 - n) - m \sum_{h=1}^m T_h}, \quad (4)$$

$$T_h = \sum_{j=1}^u (t_h^3 - t_h), \quad (5)$$

$$\bar{S} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n S_i = 0,5m \cdot (n + 1), \quad (6)$$

где  $T_h$  – параметр связанных рангов;

$u$  – количество групп одинаковых рангов;

$t_h$  – количество одинаковых рангов;

$m$  – количество экспертов;

$n$  – количество барьеров стратегического группирования.

Связанных рангов не было ни в одной ранжировке.

Усредненное значение суммы рангов составило:

$$\bar{S} = \frac{1}{14} \cdot 1050 = 75.$$

Коэффициент конкордации составил:

$$W = \frac{12 \cdot 20880}{10^2 \cdot (14^3 - 14) - 10 \cdot 0} = 0,92.$$

Величина коэффициента конкордации составила 0,92, что свидетельствует о высокой степени согласованности мнений экспертов.

Уровень надежности коэффициента конкордации устанавливается на базе критерия  $\chi^2$ , который рассчитывается по формуле:

$$\chi^2 = W \cdot m \cdot (n - 1). \quad (7)$$

Расчетное значение критерия  $\chi^2$  равно:

$$\chi^2 = 0,92 \cdot 10 \cdot (14 - 1) = 119,6.$$

Нормативная величина критерия  $\chi^2$  при 1 %-ом уровне значимости и количестве степеней свободы 13 ( $v = n - 1 = 14 - 1 = 13$ ) равно 27,7. Расчетное значение критерия  $\chi^2$  превышает табличное значение, что свидетельствует о высокой степени согласованности мнений экспертов.

Следовательно, данным экспертизы с достаточно высокой степенью вероятности можно доверять и применять выделенные критерии при стратегическом группировании конкурентов на рынке санаторно-курортных услуг.

Таким образом, в работе обозначены основные критерии группирования санаторно-курортных организаций с позиции конкурентного подхода, которые могут быть использованы при стратегическом группировании конкурентов на рынке санаторно-курортных услуг. В рамках каждого критерия выделены группы санаторно-курортных организаций и представлена их характеристика. Поскольку для целей стратегического группирования конкурентов должно использоваться небольшое число барьеров, отделяющих одну стратегическую группу конкурентов от другой, применительно к условиям рынка санаторно-курортных организаций выявлены наиболее значимые критерии группирования. К их числу были отнесены месторасположение, ведомственная принадлежность, организация детского отдыха, используемые медицинские технологии (медтехника, технология, кадры), звездность, спектр дополнительных и сервисных услуг.

Классификация санаторно-курортных организаций на основе критериев, выделенных с позиции конкурентного подхода, выполнена на примере рынка санаторно-курортных услуг г. Сочи. Между тем ее результаты могут быть использованы применительно к другим

региональным рынкам санаторно-курортных поскольку, на наш взгляд, отражают типовую ситуацию на данных рынках.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Романов, С.М. Анализ туристского рынка Краснодарского края и тенденции его развития [Текст] / С.М. Романов, Л.М. Романова, Н.А. Савельева // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2018. – № 9 (100). – С. 43–48.
2. Савельева, Н.А. Конкурентоспособность предприятий сферы услуг строительного дизайна: монография [Текст] / Н.А. Савельева, Е.В. Терехова. – Ростов-на-Дону: Институт архитектуры и искусств ЮФУ, 2010. – 184 с.
3. Савельева, Н.А. Формирование конкурентоспособности предприятий розничной торговли: монография [Текст] / Н.А. Савельева, О.В. Хлопенко. – Ростов н/Д: Издательский центр ДГТУ, 2012. – 176 с.
4. Савельева, Н.А. Анализ рынка медицинских услуг Южного федерального округа и тенденции его развития [Текст] / Н.А. Савельева, О.Г. Коваленкова, Т.В. Симонян // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2018. – № 10 (101). – С. 26–33.
5. Saveleva, N.A. The Analysis of Sphere of Public Health Services of the North Caucasian Federal District [Текст] / N.A. Saveleva, S.I. Toporov // Sochi Journal of Economy. – 2019. – 13(2). – P. 175–190.
6. Оборин, М.С. Оценка перспективы развития санаторно-курортного лечения и отдыха в Пермском крае [Текст] / М.С. Оборин, Е.В. Владимирский, А.П. Каячев // Вестник Тихоокеанского государственного университета. – 2016. – № 4(43). – С. 143–152.
7. Разумов, А.Н. Совершенствование методологии и организации деятельности центров здоровья [Текст] / А.Н. Разумов, Е.П. Кокорина, И.П. Бобровницкий, И.И. Зубкова, С.Н. Нагорнев, М.Ю. Яковлев // Russian journal of rehabilitation medicine. – 2016. – № 4. – С. 4–34.
8. Бобровницкий, И.П. Методологические аспекты разработки и внедрения новых технологий оценки и коррекции функциональных резервов в сфере восстановительной медицины [Текст] / И.П. Бобровницкий // Курортные ведомости. – 2007. – № 3 (42). – С. 8–10.
9. Глухов, А.Н. Актуальные вопросы медицинской, социальной и экономической эффективности санаторно-курортного лечения [Текст] / А.Н. Глухов, Н.В. Ефименко, А.С. Кайсинова, Е.Н. Чалая // Курортная медицина. – 2014. №1. – С. 2–15.
10. Оборин, М.С. Основы позиционирования санаторно-курортных организаций на рынке лечебного и оздоровительного туризма [Текст] / М.С. Оборин // Известия Дальневосточного федерального университета. – 2015. – № 1 (73). – С. 76–84.
11. Корчажкина, Н.Б. Современное состояние и пути развития санаторно-курортного лечения в Российской Федерации [Текст] / Н.Б. Корчажкина // Курортные ведомости. – 2013. – № 3. – С. 12–17.
12. Ветитнев, А.М. Организация санаторно-курортной деятельности [Текст] / А.М. Ветитнев, Я.А. Войнова. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 272 с.
13. Гохман О.Г. Экспертное оценивание [Текст] / О.Г. Гохман. – Воронеж: Изд-во Воронежского университета, 1991. – 152 с.

**Saveleva Nelli Aleksandrovna**

Sochi state university, Sochi, Russia  
E-mail: sochi-nelli@yandex.ru

**Shmeleva Tatyana Vladimirovna**

Sochi state university, Sochi, Russia  
E-mail: tanya-schmeleva@mail.ru

**Losevich Dmitry Valerievich**

Sochi state university, Sochi, Russia  
E-mail: 9189117640@bk.ru

## **The competitive approach to classification of the sanatorium organizations**

**Abstract.** The problem of grouping of the sanatorium organisations from a position of the competitive approach is staticized within the limits of perfection of toolkit of the competitive analysis in connection with necessity of increase of competitiveness of the organisations of a sanatorium complex of the Russian Federation. Article is devoted allocation of criteria of classification of the sanatorium organisations and kinds of the organisations on each of criteria for the subsequent application in the course of strategic grouping of competitors in the market of sanatorium services. On the basis of preliminary testing of experts of the given sphere and representatives of the science, spent in the form of interview, following criteria of grouping of the sanatorium organisations are revealed: Site, departmental accessory, the organisation of the children's rest, used medical technologies (iatrotechnics, technology, shots), звездность, a spectrum of additional and service services, price parametres, the size of the organisation, the catering services form, affinity of the sea, comfort of territory, affinity to city centre, transport availability, medical specialisation. By each criterion kinds of the sanatorium organisations are designated and their short characteristic is presented. As for allocation of strategic groups of competitors apply the limited number of criteria of grouping of competitors the most significant criteria have been revealed and established their relative importance weight. Among them there was a site, a departmental accessory, the organisation of the children's rest, used medical technologies (iatrotechnics, technology, shots), звездность, a spectrum of additional and service services. The method of expert estimations and its version a method of ranging of criteria was thus used. The presented classification of the sanatorium organisations allows to outline more accurately a circle of direct competitors of the organisation using similar strategic approaches to the organisation of business and conducting of competitive struggle, and to concentrate efforts to strengthening of competitive advantages in a target competitive segment of the market.

**Keywords:** classification; criteria of grouping; strategic groups of competitors; the sanatorium organizations; the market of sanatorium services