

Современные проблемы развития СПА-отелей в России (на примере города Москвы)¹

Modern problems of development of SPA hotels in Russia (on the example of the city of Moscow)

Федоряка А.М.

A. Fedoryaka

В статье рассматривается актуальная проблема развития спа-отелей в России, получивших за последние годы большую популярность, особенно на московском рынке гостиничных услуг. Автор подчеркивает, что ухудшение экологической ситуации и рост населения в крупных городах объясняет рост спроса на услуги спа-центров, которые становятся важным элементом гостиничной инфраструктуры.

The article discusses the actual problem of the development of spa hotels in Russia, which have gained great popularity in recent years, especially in the Moscow hotel services market. The author emphasizes that the deterioration of the ecological situation and population growth in large cities explains the growing demand for spa services, which become an important element of the hotel infrastructure.

Ключевые слова: индустрия гостеприимства, спа-отель, спа-центр, отдых.

Keywords: hospitality industry, spa hotel, spa, recreation.

В современных условиях роста численности населения в городах-мегаполисах и постоянно растущих экологических угроз проблема отдыха людей в атмосфере большого города становится все более актуальной. Одним из действенных способов ее решения становится развитие индустрии СПА, услуги которой в значительной степени обогащают существующий гостиничный продукт. Развивающаяся СПА-индустрия, в свою очередь, становится объектом исследования со стороны разных областей знания и в том числе экономики, маркетинга, рекреационной географии и др. [4;5]

¹ Научный руководитель: Д.э.н., профессор РЭУ им. Г.В.Плеханова, Джанджугазова Е.А.

Рассмотрим далее основные научные подходы к определению сущности понятия «СПА-отель».

Понятия	Авторы, источники
СПА - отель – это отель, располагающий собственным СПА- центром, номера которого имеют дополнительное оснащение для проведения индивидуальных СПА-процедур. [2]	Боброва А.А [1; с.1]
СПА-отели и курортные СПА - это СПА центры, находящиеся на территории отеля или курорта и предоставляющие услуги внешним и пребывающим в отеле гостям. [7]	Никитина О.А., Воронцова Г.Г. [2; с. 4]
<p>СПА-отели должны предоставлять комплекс оздоровительных услуг высокого уровня, считают участники рынка. Спа-отель может носить такое название, только если его основной специализацией является СПА как идеология.</p> <p>Обязательным условием должен быть индивидуальный подход к каждому клиенту, создание индивидуальных программ ухода и релаксации, а также комплексная работа с человеком, при которой происходит одновременное воздействие на все органы чувств.[10]</p>	Шарабчиев Ю. Т. [6; с. 5]

Таким образом, основная часть исследователей рассматривают Спа-отель как гостиницу располагающую Спа-центром, номера, которого имеют дополнительное оснащение для проведения индивидуальных СПА - процедур, либо как СПА-отели и курортные СПА, находящиеся на территории отеля или курорта. Более широкий подход продемонстрировал в своем определении Ю.Т. Шарабчиев. По его мнению «СПА-отели должны предоставлять комплекс оздоровительных услуг высокого уровня, а также уточняется, что СПА-отелем гостиницу можно назвать только тогда, когда СПА является его специализацией и идеологией. [10]

Большинство специалистов, работающих в индустрии гостеприимства, отмечают новый обязательный компонент в «Портфеле потребностей» туристов, а именно оздоровительные и СПА-процедуры. В современную российскую терминологию активно внедряются такие новые понятия, как СПА-курорты и СПА-отели, которые рассматриваются потребителями как облегченная альтернатива современному санаторно-курортному лечению.[8]

Особенностью СПА-отелей является то, что их деятельность направлена не только на предоставление стандартных услуг, но и на предоставление дополнительных услуг СПА-центра для клиентов желающих отдохнуть и восстановить силы. При выборе СПА-отеля стоит обращать особое внимание на специалистов, проводящих процедуры, так как эта деятельность лицензируется и является частью курортной медицины.

Совершенно очевидно что в Российской Федерации интерес к СПА-отелям будет расти, потому что хорошо выглядеть, быть здоровыми хотят практически все успешные люди. Вместе с тем следует отметить, что популярность СПА пока еще не распространяется на все возрастные категории граждан, как показывает статистика, в основном клиентами СПА-центров являются люди, родившиеся в период с 1960-1980, которые активно интересуются вопросами восстановления и поддержания здоровья.

Проблемы развития Спа-индустрии

В Москве СПА-индустрия успешно развивается, растет число городских и курортных СПА-отелей, в число задач, которых входит оздоровление и релаксация. Вместе с тем, СПА-отелям Москвы, в системе корпоративного менеджмента необходимо учитывать наличие проблем, оказывающих влияние на перспективы их развития.

Во-первых, отсутствие российских косметических продуктов и оборудования для СПА-отелей, что приводит к необходимости закупки импортного оснащения и продукции. Это повышает цену услуг и как следствие снижает спрос. К сожалению сегодня, на территории России не существует подходящих аналогов косметической продукции и оборудования,

которыми можно было бы заменить импортное оснащение и косметические продукты в СПА-отелях, а из-за высокой цены предлагаемых услуг СПА-отели ориентированы только на премиум-сегмент клиентов. Так введя запрос «СПА-отели Москвы» на сайте www.booking.com, первые 20 предложенных отелей - это отели высокого класса, располагающие импортным оборудованием для проведения СПА-процедур. Следовательно, одной из важных проблем развития СПА-отелей является внедрение российского оборудования и косметических средств, что позволит сделать услуги более доступными.

Во-вторых, отсутствие стандартов, закрепленных в нормативных документах, для большинства СПА-услуг, СПА-процедур, СПА-технологий, что приводит к снижению спроса потенциальных клиентов на данный вид услуг ввиду опасности для здоровья и отсутствию гарантии качества услуг, предоставляемых СПА-отелем. В настоящее время создано большое количество новых СПА-процедур, СПА-технологий и СПА-услуг и их модификаций, не закрепленных в нормативной базе. Также отсутствуют стандарты регламентирующие большинство СПА-процедур и технологий. Все это может негативно отразиться как на впечатлении гостя от СПА-отеля, так и на его здоровье. Кроме того сегодня в российской практике нет технологических регламентов оказания этих услуг, что затрудняет проведение лицензирования и аккредитации этих объектов бизнеса (с 1.01.2015 года было введено лицензирование этих видов деятельности). [7]

В-третьих отсутствие квалифицированных специалистов в СПА-отелях из-за невозможности получения профессионального образования в России приводит к снижению удовлетворенности клиентов данными услугами.[9]

Несмотря на хороший профессиональный уровень российского медицинского персонала, у большинства из «переквалифицировавшихся» медиков отсутствуют элементарные сервисные навыки. Например, в опубликованном «Атласе новых профессий», разработанном на тридцатилетнюю перспективу, одновременно со сменой технологий, использованием новых практик работы и новых запросов потребителей будут

появляться новые профессии в этой сфере: молекулярный диетолог, проектант жизни медицинских учреждений, эксперт персонифицированной медицины, консультант по здоровой старости, сетевой врач [1].

Все эти профессии будут требовать дополнительных профессиональных знаний в области менеджмента и маркетинга для формирования сервис-пакетов, пакетов гостиничных услуг, а также значительных коммуникативных компетенций в сфере оздоровительной медицины, курортологии и гостеприимства. [3]

Следует отметить, что взаимоотношения врача и пациента принципиально отличаются от принятого СПА-этикета, так как СПА-это индивидуальное обслуживание самого высокого уровня, а персонал, обученный предоставлять медицинские услуги в традиционном понимании, не готов к оказанию индивидуального сервиса и СПА-этикета [7].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что существует ряд серьезных проблем, оказывающих негативное влияние на перспективы развития средств СПА-отелей в России.

Перспективы развития Спа-индустрии в Москве

СПА-отелям в Москве важно оценить перспективы развития этого бизнеса в обозримом периоде. Подобная оценка не исключает изучения зарубежного опыта и в том числе США, где СПА-отели успешно завоевывают рынок. В таблице 1 представлены основные статистические показатели развития Спа – индустрии в США. [11]

Таблица 1.

Основные показатели развития Спа-индустрии в США (1999-2012 г.г.)

Показатели	1999г.	2009г.	2011г.	2012г.	Прирост 1999/2012 гг.(в %)
Доход СПА-индустрии(млрд. \$)	5	12,3	13,4	14	180
Количество СПА-визитов (млн.)	90,7	143	156	160	76,4
Количество СПА-мест в отелях (ед.)	4140	19850	19960	20600	398

Результаты статистических наблюдений показывают, что последние 10 лет Спа-индустрия США выросла в 2-3 раза. Анализ рынка СПА-отелей города Москвы показал, что в настоящий период на рынке функционирует 1330 отелей, из них 193 позиционируются как СПА-отели, их доля составляет – 17%, что весьма значительно (рис.1).

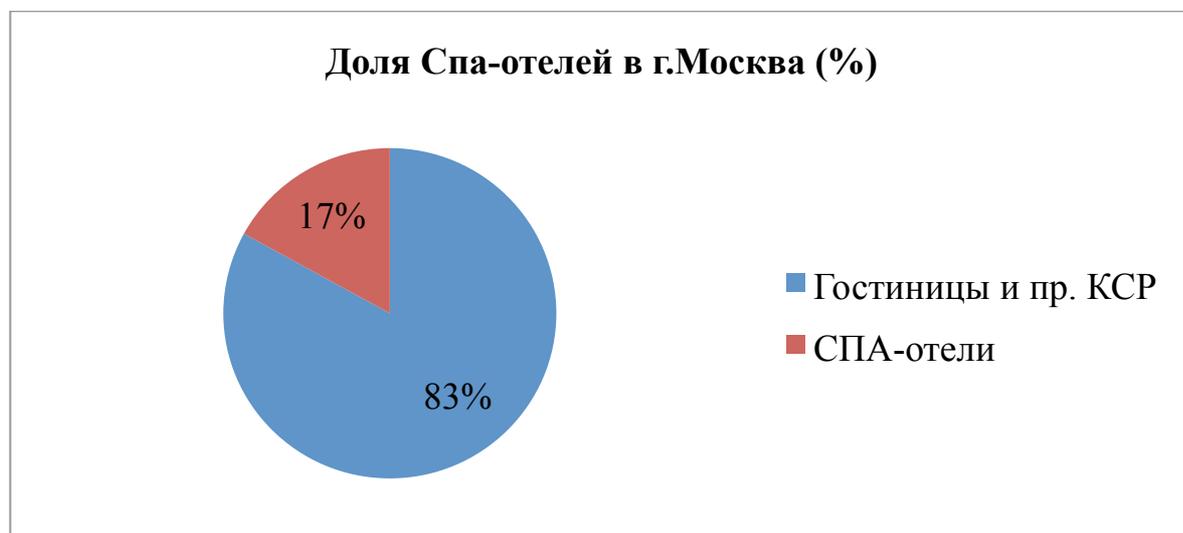


Рис.1. Доля СПА-отелей в структуре коллективных средств размещения (КСР) в Москве.

Вместе с тем, несмотря на неплохие количественные показатели эта индустрия имеет хорошие перспективы роста, среди которых следует выделить:

1. Повышение качества и доступности СПА-услуг широкому кругу населения.
2. Развитие ассортимента СПА-услуг и в том числе для мужчин.
3. Развитие сегмента СПА-отелей за счет перепрофилирования гостиничных комплексов и санаторно-курортных учреждений и пр.

В заключении следует отметить, что Спа-индустрия в РФ и российских мегаполисах будет динамично развиваться, а одним из драйверов этого развития выступят крупномасштабные мероприятия и в.т.ч. Чемпионат мира по футболу, который состоится в ряде городов РФ в 2018г.

Литература

1. Атлас Новых профессий. Агентство стратегических инициатив. Сколково. Первая редакция. Москва. 2014. 165 С.
2. Боброва А. А. Анализ классификаций объектов СПА на международном рынке услуг. Сборник трудов Санкт-Петербургского государственного экономического университета «Актуальные проблемы развития индустрии гостеприимства», — 2016, — с. 17-20.
3. Джанджугазова Е.А. Атлас новых профессий как реакция на динамичные социально-экономические процессы и технологические изменения в современном российском обществе. Современная экономика: проблемы и решения. 2016. № 3 (75). С. 48-57.
4. Джанджугазова Е.А. Инновационный комплекс маркетинга гостиницы: «семь чувственных нот гостеприимства». Российские регионы: взгляд в будущее. 2015. № 3 (4). С. 17-27.
5. Dzhandzhugazova E.A., Blinova E.A., Orlova L.N., Romanova M.M. Innovations in hospitality industry. International Journal of Environmental and Science Education. 2016. T. 11. № 17. С. 10387-10400.
6. (3) Никитина О.А. История развития курортного дела и мировой СПАиндустрии. С-Пб. Издательство Санкт-Петербургского государственного экономического университета.— 2016, — 138 с.
7. Никитина О. А. Проблемы подготовки кадров для СПА-индустрии// Современные проблемы науки и образования. — 2015. — №1-1. — 546 с.
8. Никитина О. А., Воронцова Г.Г. Диверсификация санаторно-курортной деятельности и особенности развития СПА-сегмента в индустрии гостеприимства. Журнал: «Фундаментальные исследования», Пенза,— 2014, — № 8-3, — с. 693-696.
9. Смирнова М. Ю. Организационно-экономическое обеспечение развития оздоровительных спа-услуг. Автореферат диссертации. Самарский государственный экономический университет— 2012,— 21 с.

10. Шарабчиев Ю.Т. СПА и велнес: что это такое? Журнал международных обзоров: Клиническая практика и здоровье. Минск,— 2013, — № 2,— с. 79-83.
11. U.S. Spa Industry. Returns to Growth // PULSE. January / February, 2014. ISPA. USA. P. 37–39.
12. «Магазин исследований»: СПА-салоны для мужчин», <https://marketing.rbc.ru/articles/9520/> (дата обращения: 2.03.2018)
13. «Сообщество профессионалов гостиничного бизнеса»: Специфика СПА-отелей», <https://www.frontdesk.ru/article/specifika-spa-oteley> (дата обращения: 2.03.2018)