Федеральное агентство по образованию

Орловский государственный технический университет

Кафедра: Технология и организация питания

гостиничного хозяйства и туризма

Специальность 080502 Экономика и управление на предприятии (туризма и гостиничного хозяйства)

Курсовая работа

По дисциплине: Организация производства на предприятиях отрасли

**На тему: Специфика организации и функционирование СПА-центра при гостинице**

Орёл 2010г.

**Содержание**

Введение

1. Специфика организации и функционирования СПА-центра при гостинице

1.1 Организация создания СПА-центра в гостинице

1.2 Особенности функционирования СПА-центра при гостинице “Атлантида” в г. Орел

2. Отличия СПА-салона, созданного при гостинице от классического салона-красоты

3. Современные проблемы организации СПА-центров

Заключение

Список использованных источников

**остиница центр инвестиционный план**

**Введение**

Актуальность темы. Рынок СПА услуг, как форма развития индустрии красоты и здоровья, сформировался в России за очень короткий промежуток времени. Благодаря нашей национальной особенности устраивать все на свой лад, наше СПА получилось отличным от аналогов "чистых кровей" - и в этом его шарм и привлекательность. Фактически, русское СПА представляет собой гремучую смесь традиционных методов натуротерапии народов мира и современных технологий, замешанных на российских традициях и высокой квалификации наших специалистов. Тот факт, что рынок СПА услуг формировался сугубо рыночными методами, позволяет предположить его востребованность и последующее устойчивое развитие.

Если в конце 90-х годов инвестиции в СПА бизнес рассматривались как некая экзотика, на уровне покупки крокодильчика для домашнего бассейна, то в настоящее время СПА это реальный сектор экономики с достаточно привлекательными экономическими показателями. А там где появляются инвестиции, существуют достаточно жесткие правила их обслуживания.[11.c.20]

Объектом нашего исследования является гостиница "Атлантида" и функционирующий при ней СПА-Центр.

Предмет исследования – специфика организации и функционирования СПА-центра.

Основная цель исследования – определить основные черты и особенности работ СПА-центра при гостинице.

Достижение указанной цели возможно путем решения следующих задач:

1) исследовать специфику организации и функционирования СПА-центра при гостинице;

2) рассмотреть особенности организации создания СПА-центра в гостинице;

3) выделить особенности функционирования СПА-центра при гостинице “Атлантида” в г. Орел;

4) выявить отличия СПА-салона, созданного при гостинице от классического салона-красоты;

5) определить современные проблемы организации СПА-центра.

1. **Специфика организации и функционирования СПА-центра при гостинице**

**1.1 Организация создания СПА-центра в гостинице**

Хороший СПА-салон также важен для отеля, как уютный, комфортабельный номер или соответствующий уровню ресторан.[11.c.113]

Требования, которые предъявляются к СПА-салону в гостинице, сильно отличаются от требований к городскому салону красоты. Причем формируют их клиенты, которые, поездив по миру и получив опыт проживания в первоклассных гостиницах, предъявляют повышенные требования к стандартам сервисного обслуживания.[8.c.60]

Существует уже сложившийся стандарт дополнительного сервиса, позволяющий гостинице позиционировать себя как «Отель со SPA». В состав центра должна входить термальная зона общественного посещения, бассейн, паровая баня и сауна, зона отдыха, массажный кабинет, мини- бар, два–три кабинета для индивидуальных SPA-процедур, салон красоты и тренажерный мини-зал. Минимально необходимый набор услуг должен включать свободное посещение термальной зоны с возможностью дополнительных услуг массажиста и тренажерного зала, где можно получить консультацию дежурного тренера. Ассортимент дополнительных платных услуг должен включать классические услуги салона красоты, массаж, и как минимум один или два кабинета для полноценных SPA-процедур - талассотерапии, «Хаммам Расул» для банных ритуалов, восточный кабинет для экзотических массажей, «ванну Клеопатры». И хотя бы один из кабинетов отельного SPA должен быть рассчитан на процедуры для двоих. Особое внимание при создании в гостинице SPA-центра следует уделить дизайну помещений и выбору косметических средств, которые могут стать существенным источником дополнительной прибыли.[5.c.40]

Опираясь на эти данные, можно с большой долей уверенности утверждать, что необходимая площадь для SPA составляет около 350 м2 (напомним, что в московской гостинице возможным было выделить под центр только 250 м2). Что касается максимума, то это зависит от позиционирования отельного SPA по отношению к клиентам из города. В небольших городах областного или районного масштаба, где гостиница психологически воспринимается населением как один из центров культуры, есть большой, а иногда и вполне оправданный, соблазн сделать на базе отеля клубный SPA-центр премиум-класса или велнесc-клуб, которые будут привлекать состоятельных горожан. В этом случае оптимальной следует считать площадь в пределах 1500 м2. Теперь - несколько слов об оборудовании. [6.c.113]

**1.2 Особенности функционирования СПА-центра при гостинице “Атлантида” в г. Орел**

Основа отельного SPA - термальный комплекс, и желательно высокого уровня. Поэтому главный вопрос: кто и как будет делать бассейн и бани. Конечно, можно пойти по пути «самостроя», однако участие в проекте специализированной компании хоть и удорожает проект, но зато позволяет гарантировать ожидаемый конечный результат. [14.c.96]

Для примера рассмотрим концепцию создания и развития СПА-центра для отеля “Атлантида” в г. Орел, с номерным фондом – 200 номеров и средней продолжительностью пребывания 2-3 ночи.

Клиенты со средними доходами, желающие получить гостиничные услуги категории 3-4\* также нуждаются в комфорте и внимании. Проанализируем, что кроме имиджа отеля и лояльности клиентов может дать нам СПА-салон в гостинице категории 3-4\*? Традиционно СПА-центр в гостинице 3-4\* "Золотой стандарт гостеприимства" располагается на первом этаже (иногда занимая и цокольный этаж) на пространстве примерно 250 кв.м (см. Таблицу 1).

Таблица 1.План распределения площади СПА-центра гостиницы "Атлантида" и стоимость оснащения, USD

|  |
| --- |
| Наименование № комн. Название кабинетов Площадь, кв.м Затраты |
| комплекса на оснащение |
| Входная группа 1 Рецепция и зона отдыха 10 7 000.00 |
| Салон красоты 2 Парикмахерский зал 22 20 000.00 |
| 3 Солярий вертикальный 8 15 000.00 |
| Продолжение таблицы 1 |
| 4 Кабинет СПА-педикюра 9 10 000.00 |
| Спортивный блок 5 Тренажерный зал, бассейн, |
| зона отдыха 100 75 000.00 |
| СПА-зона 6 Кабинет талассотерапии 12 25 000.00 |
| 7 Кабинет косметологии 12 20 000.00 |
| 8 Кабинет массажа 12 8 000.00 |
| 9 «СПА-хамам Расул» 30 70 000.00 |
| Вспомогательные |
| помещения 10 Подсобные помещения, |
| склады, коридоры 35 |
|  |
| ИТОГО: 250 250 000.00 |

Наличие бассейна (или джакузи), а также салона красоты - обязательное условие для гостиниц, желающих получить официальную аккредитацию и статус отеля категории не менее 3\*

Площадь некоторых функциональных зон может варьироваться как в сторону увеличения, так и в сторону уменьшения. Все зависит от конкретной гостиницы. В среднем инвестиции на оснащение технологическим оборудованием и мебелью СПА-центра среднего уровня могут составлять приблизительно 1000 $/кв.м. Общие инвестиции в СПА-центр, расположенный в гостинице "Атлантида" (200 номеров), будут соответствовать от 1500 $/ кв.м до 2000 $/ кв.м.

Таблица 2.Инвестиционный план СПА-центра гостиницы "Атлантида"

|  |
| --- |
| Статья расходов Сумма, USD |
|  |
| Оплата услуг по созданию технологического |
| проекта (концепция, технология, |
| планировочные решения, техническое задание |
| для строителей, концепт-дизайн) 20 000.00 |
|  |
| Согласование проекта в надзорных |
| организациях 5 000.00 |
|  |
| ИТОГО (Проектные и предпроектные мероприятия): 25 000.00 |
|  |
| Строительно-ремонтные работы |
| (из расчета 400$/кв.м) 100 000.00 |
|  |
| ИТОГО (Строительно-ремонтные работы): 100 000.00| |
|  |
| Оснащение помещений необходимой мебелью |
| и оборудованием (см. табл.1) 250 000.00 |
|  |
| ИТОГО (Оснащение помещений необходимой |
| мебелью и оборудованием): 250 000.00 |
|  |
| Затраты на начальный период |
| Стартовая закупка расходных материалов, белья и т.п. 15 000.00 |
| Поиск и отбор сотрудников 5 000.00 |
|  |
| Обучение персонала (тренинги и семинары) 5 000.00 |
|  |
| Стартовая рекламная компания 5 000.00 |
|  |
| Бюджет на первоначальный период работы |
| СПА-центра 25 000.00 |
|  |
| ИТОГО (Затраты на начальный период): 55 000.00 |
|  |
| ИТОГО инвестиций: 430 000.00 |

Из Таблицы 2 делаем вывод, что в нашем случае объем общих инвестиций равен 1720$/ кв.м.

Таблица 3.План продаж услуг СПА-центра гостиницы "Атлантида" (в месяц)

|  |
| --- |
| Наименование комплекса № комн. Название кабинетов Плановая Выручка |
| загрузка в месяц, USD |
| Салон Красоты 1 Парикмахерский зал 40% 9 500.00 |
| 2 Солярий вертикальный 35% 2 000.00 |
| 3 Кабинет СПА-педикюра 35% 2 000.00 |
| СПА-зона 4 Кабинет талассотерапии 30% 5 000.00 |
| 5 Кабинет косметологии 30% 3 500.00 |
|  |
| 6 Кабинет массажа 35% 3 500.00 |
|  |
| 7 "СПА-зона в отеле" 35% 4 000.00 |

Годовая прибыль СПА-центра в гостинице будет составлять $395000 (см. Таблицу 3) при среднеплановой загрузке в 34%. При этом стоимость услуг спортивно-оздоровительного блока будет входить в стоимость проживания, что в свою очередь, позволит гостинице немного увеличить стоимость проживания (на 5-6%) и год от года будет увеличивать приток клиентов непосредственно в гостиницу (Таблица 4).

Таблица 4.План продаж номеров гостиницы "Атлантида"

|  |
| --- |
| Выручка гостиницы |
| до появления СПА-центра после появления СПА-центра |
| Средняя стоимость номера 150 160 |
| Выручка от продажи номеров, |
| в месяц 30 000.00 32 000.00 |
| Выручка от продажи номеров, за 1 год 360 000.00 384 000.00 |
| Выручка от продажи номеров, за 2 года 180 000.00 199 680.00 |
| Выручка от продажи номеров, за 3 года 180 000.00 207 360.00 |
| Выручка от продажи номеров, за 4 года 180 000.00 215 040.00 |
| Выручка от продажи номеров, за 5 лет 180 000.00 222 720.00 |

Плановая загрузка гостиницы со СПA-центром увеличивается за каждый год за счет притока новых клиентов Срок окупаемости среднестатистической гостиницы "Атлантида" будет составлять чуть более 3,5 лет, при общих инвестициях в $430000.

Даже на этом примере можно сделать вывод, что наличие дополнительных услуг - СПА-центра в гостинице 3-4\* "Атлантида" выгоден и гостям, и гостинице.

Таким образом, создание СПА-центра при гостинице создает следующие преимущества для клиента:

- возможность провести свои свободное время с пользой для души и тела;

- дополнительные услуги (посещение бассейна и тренажерного зала) "без дополнительной оплаты";

- широкий спектр услуг в одном месте;

- экономия времени;

- расслабление после стрессовой нагрузки;

- решение эстетических вопросов (стрижка, укладка, маникюр/педикюр, косметология);

- удовлетворение от проживания в гостинице и от посещения СПА-центра;

Следует выделить следующие преимущества для гостиницы, в том числе СПА-центра:

1. Повышение имиджа гостиницы .

2. Расширение спектра дополнительных услуг.

3. Обоснованность увеличения стоимости проживания за счет включения дополнительных услуг.

4. Привлечение новых клиентов.

**2. Отличия СПА-салона, созданного при гостинице от классического салона-красоты**

Отличается СПА-салон от классического салона красоты следующими моментами:[11. c.30]

- строго индивидуальный подход к каждому посетителю, создание индивидуальных программ по уходу за собой и восстановлению жизненных сил;

- входной медицинский контроль и тестирование новых посетителей на предмет противопоказаний к тем или иным процедурам;

- комплексное воздействие на человека как на целостную систему

- обязательное наличие в штате специалистов с высшим и средним медицинским образованием;

- проведение гидротерапевтических процедур на профессиональном оборудовании;

- проведение талассотерапевтических или бальнеологических процедур (наличие специального профессионального оборудования и использования специальных косметических линий);

- использование климатического оборудования для комплексных процедур и уходов (сауны, хаммам, паровая кабина, капсулы микроклимата, инфракрасные кабины, криокамеры и пр.);

- специализация по одному или нескольким направлениям и программам, таким как диетология, холистика, веллнесс, традиционные целительские практики (йога, аюрведа, цигун), элементы фитнеса, лечение минеральными водами, борьба с лишним весом, профилактическая медицина;

- особая планировка рабочих помещений, позволяющая обеспечить максимальный комфорт во время всего посещения и процедур в частности;

Рынок SPA в Орле: молодой быстрорастущий бизнес.

Строго говоря, рынок услуг SPA в Орле еще не сформировался, а среди участников рынка есть как выходцы из салонного бизнеса, так и те, кто пришел к концепции СПА из фитнеса, гостиничного бизнеса (СПА-отели, пансионаты и т.п.), и некоторые другие. На наш взгляд, концепция русского СПА еще далеко не сформировалась, поэтому первопроходцам приходится часто заимствовать идеи и изюминки из зарубежного опыта.

Стандартные услуги СПА центров- это массаж, косметология, бытовые услуги, санаторно-курортное дело, физиотерапия. Согласно международной классификации, существует множество разновидностей SPA-центров:[8. c.14] фитнес-SPA, загородные, городские, материнские, романтические, восточные и многие другие. Самыми перспективными форматами, по оценке экспертов, считаются загородные СПА на базе санатория и городские СПА на базе салона красоты. Новое направление в этом бизнесе - эконом-SPA, которые располагаются в спальных районах.

Регистрация и лицензии

Лицензии выдаются на отраслевого специалиста, а не на организацию. Их выдачей занимается управление Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения и социального развития РФ. Стоимость всех лицензий от 1 до 5 тысяч рублей. Стоимость регистрации – около 1 тысячи рублей.

Помещение

Площадь помещения зависит от классификации СПА и спектра планируемых услуг. Считается. Что на одну зону должно приходиться не менее 9-15 кв.м . Так, салон красоты с элементами СПА может уместиться на 60 кв. м, а СПА –салон – на 120 кв. м. Загородному СПА центру потребуются больше площадей, поскольку там необходимо оборудовать гостиничные

номера. Большое значение имеет внешний вид помещения, его окружение и район. Вблизи загородного СПА-центра должны находиться минеральные или термальные источники, иначе его расположение в данном месте теряет смысл. Стоимость аренды – от 30 до 80 долларов за один кВ. метр.

Оборудование

Инвестиции в оборудование SPA-центра составляют порядка $750-2000 на 1 кв.м. Сумма вложений зависит от спектра предоставляемых услуг. Понизить стоимость затрат на оборудование можно, если не приобретать готовые элементы (например стойки, бассейн, массажные столы, банную кабинку и пр.), а изначально планировать их при строительстве. Так, купить бассейн можно за $6 тыс., а построить - за $1,5 тыс., банную кабину - за $13 тыс., а построить настоящую паровую баню - за $6,5 тыс. Снизить затраты поможет и ставка на ручные технологии, когда специалисты салона все делают преимущественно руками, а не на аппаратах. Стандартный набор оборудования для СПА салона включает: стойку для приемной зоны, гардероб, баню, сауну, гидромассажную ванну, оборудование для грязелечения, талассотерапии, массажного кабинета, оборудование для косметического кабинета, оборудование для фитобара.[15]

Персонал

Штат СПА-центра состоит из врачей с высшим медицинским образованием, специалистов со средним медицинским образованием, техперсонала и менеджеров. В среднем, количество сотрудников СПА – салона- 10-12 человек. Фонд заработной платы такого центра варьируется от $2 до 6 тыс.

Таким образом, 100% заполняемость СПА-центра пр гостинице достигается на 3-й год его работы. По оценке экспертов, для обеспечения рентабельности, количество постоянных клиентов должно быть не менее 500. Для привлечения клиентов и их удержания салоны разрабатывают специальные бонусные системы со скидками постоянным клиентам, выходного дня, семейное обслуживание и т.п., вводят клубные карты, подарочные сертификаты и подарки ко дню рождения. Помимо бонусов, салону стоит ввести систему штрафов на отмену визита без уведомления. По этой причине салоны теряют до 10% выручки. Для успешной работы салона эксперты советуют и регулярно обновлять меню, потому что существует такой фактор, как пресыщение услугами клиентов.

**3. Современные проблемы организации СПА-центров**

Прежде чем начать оснащение СПА-центра СПА-оборудованием, необходимо разработать концепцию предприятия в соответствии с которой определить функциональные зоны и разместить в масштабе на бумаге необходимое технологическое оборудование. Допустим, мы определились, что в соответствии с нашей концепцией мы формируем в СПА-центре отделение пелоидо, талассо и парафинотерапии. Скажу сразу, название пришло из физиотерапевтического раздела медицины и в нашем городском СПА центре или салоне со СПА зоной такое отделение чаще всего будет называться по главной услуге – "кабинет или зона обертываний и аппликаций или талассотерапии".[6. c.19] В санаториях и курортных СПА название будет соответствовать заголовку статьи.

"В здоровом теле - здоровый дух" - так несколькими словами можно охарактеризовать суть философии СПА.[9] Ведь главное, чего стремится достичь СПА-воздействие, - это гармония здорового тела, здоровых мыслей и хорошего настроения.

На сегодняшний момент СПА - это сложный комплекс процедур, связанный логикой достижения определенного результата, разрабатываемый индивидуально для каждого клиента и включающий в себя различные методики оздоровления. Водорослевые обертывания сочетаются с душем Шарко, аппаратный массаж - с рефлексотерапией, китайским массажем шиатцу или стоун-терапией, лечение светом - с расслабляющими ваннами и т.п. Все это достигается использованием специального СПА оборудования. Усиливают эффект и новейшие научные разработки, и проверенные временем технологии. Причем часто требуется максимально эффективный результат в кратчайшие сроки.

Основное преимущество СПА – воздействие не на какой-либо один орган, а на организм в целом. Оздоровление тела достигается путем воздействия на все органы чувств, что приводит к избавлению от стрессов, переутомления, бессонницы, и депрессий, причем воздействие должно сопровождается максимальным удовольствием для клиента. Отличие СПА от лечебных учреждений санаторного типа заключается в том, что результатом СПА воздействия является повышение уровня здоровья, а во втором случае понижение уровня болезни и улучшения качества жизни хронического больного.

Эти основные принципы организации СПА зоны в полной мере распространяется на отделение обертываний и аппликаций.

Во главе любого управленческого решения об оснащении предприятия СПА оборудованием в целом и каждой его части в отдельности лежит понимание того, за что именно будет платить конечный потребитель. Поэтому стоит дать определение СПА технологий, которые будут доминировать в организуемом отделении СПА центра.

Грязелечение (или пелоидотерапия) в последнее время очень популярно и широко используется в косметологии.

Грязелечение бывает разное. В пелоидотерапии фигурируют морские грязи или осадки пресных водоемов, именуемые пелоидами (от латинского слова pelos - ил, глина; это могут быть отложения из болот, торфы, сапропели, глины и т.д.). Кстати, термин пелоидотерапия часто употребляется как синоним грязелечения вообще. С помощью грязей из морских и пресноводных водорослей проводится альготерапия. А фанготерапия использует фанго - грязь вулканического происхождения, добываемую из минеральных источников и грязевых "вулканов". Применяется и особая вулканическая пыль. Все они содержат соли, газы, природные гормоны и ферменты и другие биологически активные вещества.

Грязевые маски и обертывания помогают при хронических заболеваниях опорно-двигательного аппарата, болезнях мышц, нервной периферической системы, гинекологических заболеваниях и болезнях органов дыхания. Целебная грязь снимает судороги, успокаивает боль, регулирует лимфоток, устраняет кожные раздражения, заживляет воспаления, лечит неврозы, снимает депрессии и оказывает благоприятное воздействие на многие процессы жизнедеятельности.

Действие грязелечебных процедур обусловлено в первую очередь высокой теплоемкостью природных грязей, а также содержанием в них биологически активных веществ (энзимов, гормонов). В салонах и СПА центрах, как правило, грязь используется в мелкой расфасовке, поэтому надо внимательно следить, чтобы она не пересыхала — это лишает ее лечебных свойств.

Тепловое воздействие также оказывает парафинотерапия. Парафинотерапия - аппликации и ванночки из парафина - используется как согревающая процедура в лечении болезней суставов, а в косметологии - для смягчения, питания и увлажнения кожи лица, для лечения целлюлита и в качестве смягчающих и разогревающих ванночек для рук и ног при процедурах маникюра и педикюра.

Обертывание «Парафанго» - великолепная процедура с использованием натуральных активных компонентов, которая обеспечивает реальную потерю сантиметров, омолаживает кожу, улучшает контуры тела, дает прекрасные результаты в борьбе с целлюлитом.

Парафанго - это парафин, смешанный с морскими бурыми водорослями, которые оказывают смягчающее, регенерирующее и защитное действие на кожу. Эти водоросли богаты минеральными соединениями, в особенности йодом в легкоусвояемой форме, а также витаминами А, В, РР, С, К, Д, Е. Бурые водоросли Fucus vesiculosus обладают выраженным антицеллюлитным эффектом. [10]

Традиция лечения водорослями и другими продуктами моря (талассотерапия, альготерапия) появилась в России сравнительно недавно; основную теоретическую базу в этом направлении заложили исследования французских ученых. Они свидетельствуют о том, что микроэлементы и йод, которыми богаты морепродукты, способны выводить токсины и бороться с целлюлитом. Также некоторые виды водорослей с естественными кальцинированными частичками используются для пилинга как естественные абразивы. Талассотерапия в переводе с древнегреческого - "лечение морем". А это значит, для нужд тела используют весь спектр воздействия морской среды: климат, воду, грязь, водоросли, песок. При помощи процедур на базе морских водорослей и грязей, богатых микроэлементами и йодом, борются с целлюлитом, выводят токсины, разглаживают кожу, оказывают болеутоляющее и антисептическое действие, помогают при остеопорозе, артрозе и бессоннице.[16]

С точки зрения экономики рассматриваемое отделение центра является одним из самых доходных на единицу площади, а потому ему пристальное внимание. Меню услуг предприятия формируется на основе трех существенных факторов: возможностей косметики, технологического СПА оборудования и персонала. На стадии планирования оснащения необходимо определиться со всеми этими факторами.

Универсальным решением для кабинета талассотерапии небольшого СПА центра и салона с элементами СПА является рекомендуемый рядом ведущих компаний следующий вариант оснащения СПА оборудованием.

Рекомендуемая площадь помещения: от 12 м2. - 16 м2.

Рекомендуемое оснащение кабинета:

• Профессиональное косметологическое кресло-кушетка,

• Стул мастера,

• Тележка,

• Косметологическая лаборатория,

• Мини раздевалка

Обслуживает кабинет один спа-оператор, имеющий медицинское образование, владеющий методиками аппаратного и ручного массажей (сертификат массажиста), прошедший базовый курс обучения работы на СПА оборудовании.

В кабинете проводятся все виды обертываний, гидромассаж, душ Виши, массажи.

Стоимость оснащения от 20 000 Евро. Плановая годовая выручка кабинета при минимальной загрузке в 30% - 80 000 Евро. Аппаратной основой для такого кабинета служит СПА капсула. Что такое СПА капсула? Это уникальный физиотерапевтический водолечебный прибор, объединивший в себе концентрацию полезных природных воздействий, традиционные методы натуропатии и мощный физиотерапевтический комплекс. Профессионалы называют такое СПА оборудование микроклиматической камерой. Работа полностью контролируется специальной встроенной компьютерной системой, управление которой происходит с помощью интерактивного монитора. Каждый из параметров может быть скорректирован в любой момент процедуры.

Сочетание глубокого прогрева тканей при помощи инфракрасного излучения, воздействие пара и гидромассажной системы дает настолько хороший результат, что СПА капсулу называют «лечебным курортом, который всегда рядом». Используя СПА-капсулу, можно успешно проводить такие процедуры, как глубокое пролонгированное увлажнение кожи, антицеллюлитные программы, реминерализация кожи, снижение веса, моделирование формы тела, детоксикация и лимфодренаж, уход за кожей лица, процедуры гидромассажа.

Гидрофузионная СПА-капсула «Дермалайф»

СПА-капсула «Дермалайф» разработана специально для проведения СПА-процедур по телу в городских условиях. Это уникальная разработка СПА оборудования, позволяющая проводить многие виды СПА процедур и предложить каждому индивидуальный подход в зависимости от потребности, стиля жизни и желаний. В данном СПА оборудовании можно последовательно или сочетано воспользоваться следующими функциями:[20]

• паровая сауна,

• вибромассаж,

• ароматерапия,

• фитотерапия,

• хромотерапия,

• душ Виши и гидромассажная система (22 форсунки),

• система «морского тумана»,

• душ «тропический дождь»,

• Шотландский (контрастный) душ.

СПА оборудование типа капсул незаменимы в небольших по площади СПА и салонах с элементами СПА, не имеющих возможности оборудовать отдельные влажные спа-зоны.

В качестве СПА оборудования в масштабных проектах можно применять так называемые влажные установки для процедур по телу- подогреваемые мраморные столы для мыльного массажа, грязевых аппликаций и талассотерапии; софтпаки - подогреваемые кушетки с водяными матрацами, которые используются прежде всего для обертываний и укутываний; кушетки с паровым ложем и укрытием. Помещение в любом случае лучше оборудовать душевой кабиной, хотя ручной душ для смывания препаратов идет в комплекте с капсулой или кушеткой, чтобы не засорять стоки сложного оборудования.

Среди спа-процедур по телу, обертывания и аппликации продолжают лидировать по популярности у клиентов СПА. Это вызвано проблемой женского целлюлита с одной стороны и высоким детоксицирующим действием препаратов, применяющихся для обертывания (водоросли, грязи), с другой. Обертывания могут входить в состав спа-программ и выступать как самостоятельные процедуры. В ближайшие годы популярность будет только расти, вместе с ростом спроса на СПА услуги. Усиление эффекта таких процедур аппаратными воздействиями, такими как вакуумно-роликовый массаж и лимфодренаж, радиочастотное и кавитационное воздействие не только обеспечит увеличение эффективности, но и значительно уменьшит сроки окупаемости СПА оборудования и отделения в целом.[14. c.33]

СПА оборудование любой части центра нужно комплексно вместе со всем предприятием, с учетом технологических, вспомогательных и клиентопотоков, учитывая масштаб, формат и уровень предприятия. Принимая во внимание не слишком большой положительный опыт эффективного СПА-строения в России, лучше обратиться за помощью к ведущим консультантам отрасли.

**Заключение**

Хороший СПА-салон также важен для отеля, как уютный, комфортабельный номер или соответствующий уровню ресторан.

Требования, которые предъявляются к СПА-салону в гостинице, сильно отличаются от требований к городскому салону красоты. Причем формируют их клиенты, которые, поездив по миру и получив опыт проживания в первоклассных гостиницах, предъявляют повышенные требования к стандартам сервисного обслуживания.

Основа отельного SPA - термальный комплекс, и желательно высокого уровня. Поэтому главный вопрос: кто и как будет делать бассейн и бани. Конечно, можно пойти по пути «самостроя», однако участие в проекте специализированной компании хоть и удорожает проект, но зато позволяет гарантировать ожидаемый конечный результат.

Для примера рассмотрим концепцию создания и развития СПА-центра для отеля “Атлантида” в г. Орел, с номерным фондом – 200 номеров и средней продолжительностью пребывания 2-3 ночи.

Плановая загрузка гостиницы со СПA-центром увеличивается за каждый год за счет притока новых клиентов Срок окупаемости среднестатистической гостиницы "Атлантида" будет составлять чуть более 3,5 лет, при общих инвестициях в $430000.

Создание СПА-центра при гостинице создает следующие преимущества для клиента:

- возможность провести свои свободное время с пользой для души и тела;

- дополнительные услуги (посещение бассейна и тренажерного зала) "без дополнительной оплаты";

- широкий спектр услуг в одном месте;

- экономия времени;

- расслабление после стрессовой нагрузки;

- решение эстетических вопросов (стрижка, укладка, маникюр/педикюр, косметология);

- удовлетворение от проживания в гостинице и от посещения СПА-центра;

Следует выделить следующие преимущества для гостиницы, в том числе СПА-центра:

1. Повышение имиджа гостиницы .

2. Расширение спектра дополнительных услуг.

3. Обоснованность увеличения стоимости проживания за счет включения дополнительных услуг.

4. Привлечение новых клиентов.

**Список использованных источников**

1. Алексеева М.М. Планирование деятельности СПА-салона, М. 2007.

2. Андрейчиков A.З. Анализ, синтез, планирование решений в экономике. - М.: ИНФРА-М, 2008.

3. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. - СПб.: ПитерКом, 2009.

4. Винокуров В.А. Организация стратегического управления на предприятии. - М.: Центр экономики и маркетинга, 2006.

5. Виханский О.С. Наумов А.И. Менеджмент: Учебник. 3-е изд. - М.: Гардарики, 2008.

6. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Гардарики, 2008.

7. Герчикова И.Н. Менеджмент: Учебник. 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ, 2009.

8. Глухов В.В. Основы менеджмента: Учебно-справочное пособие. - СПб.: Специальная литература, 2009.

9. Дурович А.Л. Маркетинг в предпринимательской деятельности. - Минск: Финансы, учет, аудит, 2007.

10. Карданская Н.Л. Принятие управленческого решения: Учебник для вузов. - М.: ЮНИТИ, 2009.

11. Карлофф Б. Деловая стратегия. - М.: Экономика, 2003.

12. Котлер Ф. Основы маркетинга / Пер. с англ. - М.: Бизнес-книга, ИМА-Кросс Плюс, 2005.

13. Круглов М.М. Стратегическое управление СПА-салоном. - М.: Русская Деловая Литература, 2008.

14. Литвак Б.Г. Разработка управленческого решения: Учебник. - М.: Дело, 2006.

15. Минаев Э.С., Агеева Н.Х., Аббата Дага А. Управление производством и операциями: 17-модульная программа для менеджеров "Управление развитием организации". Модуль 15. - М.: ИНФРА-М, 2009.

16. Модульная программа для менеджеров / С.А. Попов. Стратегическое управление. Модуль 4. - М.: ИНФРА-М, 2007.

17. Тренев Н.Н. Стратегическое управление: Учебное пособие для вузов. - М.: ПРИОР, 2007.

18. Управление организацией: Учебник / Под ред. А.Г. Поршнева, З.П. Румянцевой, Н.А. Саломатина. 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2002.

19. Уткин Э.А. Финансовое управление. - М.: Ассоциация авторов и издателей "ТАНДЕМ"; ЭКМОС, 2007.

20. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент: Учебник. 4-е изд. - М.: ИНФРА-М, 2002.

**гостиница центр инвестиционный план**