

Тютюнник Александра Юрьевна

магистрант

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный
экономический университет»

г. Санкт-Петербург

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РЫНКА SPA-УСЛУГ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ Г. САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

Аннотация: в работе рассмотрены гостиничные предприятия, оказывающие СПА-услуги. Приведены основные конкуренты в СПА сфере среди популярных отелей, исследованы критерии, являющиеся важными при выборе СПА-салона гостями.

Ключевые слова: гостиничные предприятия со СПА-услугами, СПА услуги, Веллнесс услуги.

Конкурентоспособность предприятия – это его преимущество по отношению к другим предприятиям данной отрасли внутри страны и за ее пределами. Цель анализа конкурентоспособности фирмы – установить, какого конкурентного преимущества может добиться фирма и как его можно реализовать и защитить в конкретной ситуации.

Таблица 1

Сравнительный анализ конкурентов SPA-предприятий,
оказывающие ароматерапевтический массаж

Конкуренты	Область сравнения			
	Доля рынка (%) *	Разнообразие ассортимента услуг (кол-во процедур)	Цены на услуги (средняя цена за массаж)	Продолжительность процедуры
1. Four Seasons Lion Palace	0,12	46	9500	50 мин
2. Grand Hotel Emerald	0,117	43	2900	1 час
3. Hotel Astoria	0,093	34	6400	1 час

4. Taleon Imperial Hotel	0,112	41	8300	1 час
5. Kempinski Hotel Мойка 22	0,054	20	6500 8500	1 час 1,5 часа

** Доля рынка, крупных SPA-предприятий, оказывающие ароматерапевтический массаж, всего в Санкт-Петербурге 56 шт. Они продают 365 процедур массажа. Доля высчитывалась путем деления.*

$$\text{Доля рынка} = \frac{\text{ко-во процедурного центра}}{\text{Всего SPA-процедур SPA массаж в СПб}}$$

Предприятия имеют несколько схожих критериев:

1. Стратегия реализации продукции и услуг (стратегия охвата рынка): Дифференцированная.
2. Основные каналы сбыта: Собственные каналы сбыта. Интернет-сайт.
3. Реклама и другие методы формирования и стимулирования спроса: Реклама на специализированных сайтах; Реклама на туристических выставках; Создание программ лояльности.

Каждая грань такого многоугольника представляет отдельную характеристику товара (услуги), по которой проводится сравнительная оценка.



Рис. 1. Многоугольник конкурентоспособности предприятий
SPA-услугу- ароматерапевтический массаж

Основной рассматриваемый объект (FourSeasonsLionPalace) имеет несколько сильных сторон (критерии по которым он получил высокий балл). Так же рассматривая эту диаграмму можно увидеть слабые стороны.

Динамично развивающийся мир, регулярные финансовые кризисы обуславливают в большинстве стран повышение усталости, снижение иммунитета работников, задействованных в национальной экономике. Для культивирования здорового образа жизни и профилактики заболеваний оказалось недостаточно предприятий фитнеса, салонов красоты и медицинских центров.

Благодаря тому, что СПА-терапия имеет минимум побочных эффектов и противопоказаний, популярность SPA процедур стремительно растет. Сегодня индустрия SPA, развивается фантастическими темпами. Рынок товаров прирастает ежегодно на 23%, а рынок услуг в области SPA – на 35%.

По данным НОУ «СПА-технологии и менеджмент», емкость рынка SPA услуг в Петербурге составляет \$7 млн в месяц. Опрос жителей СПб об их

отношении к индустрии SPA показал, что почти треть опрошенных считают данные услуги полезными, при этом, 55% респондентов воспринимают SPA-услуги, в первую очередь, как способ поддержания красоты, а также релакса и оздоровления.

Услуги SPA в отелях носят общеоздоровительный и эстетический характер. Чаще всего клиенты, посещающие SPA-центры при отелях, обращаются к следующим услугам: обертывание (38%), сауна/баня/хаммам (37%), косметология и массаж (по 31%), гидромассажная ванна (29%), талассотерапия и солярий (по 25%)

В таких SPA-центрах предлагаются процедуры длительностью не более 1,5–2 часов, предназначенные для получения быстрого косметического и релаксирующего эффекта, а также экспресс-уходы и SPA-пакеты.

В городе более 1 тыс. предприятий, предоставляющих SPA услуги, их в год посещают около 700 тыс. человек.

Основываясь на диаграмму -Важные критерии при выборе SPA услуг можно сделать выводы, что наиболее важным для потребителя является качество услуг и профессионализм персонала. Что является обоснованным, т.к. один критерий завит от другого.

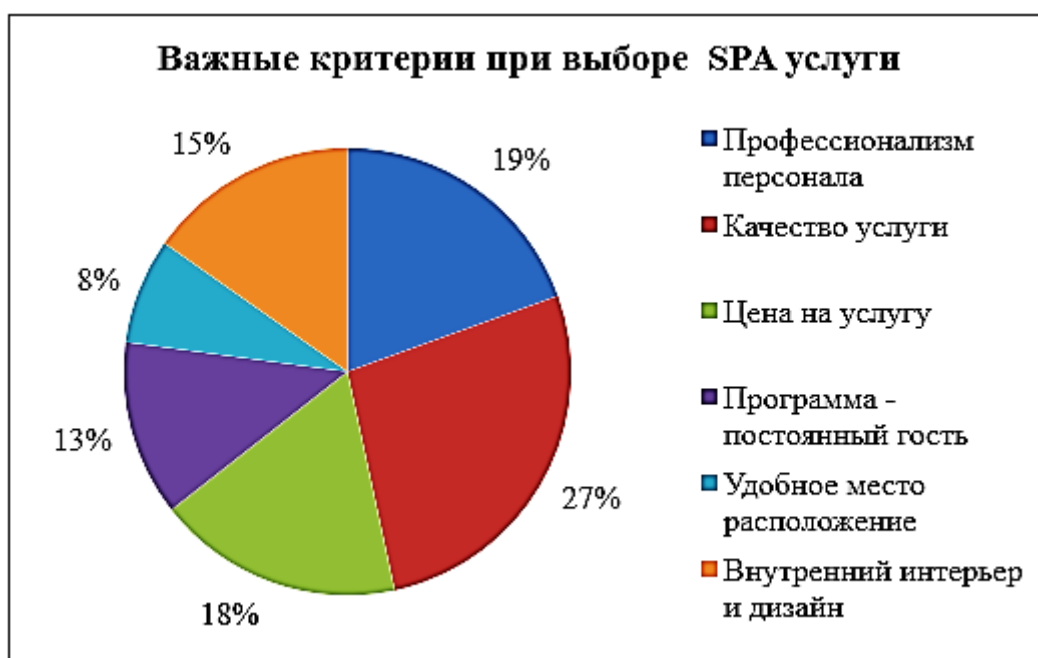


Рис. 2

Так же в процессе исследования были подтверждены и опровергнуты выдвинутые гипотезы:

1. Наличие СПА-отдела в отеле является конкурентным преимуществом на рынке гостиничного бизнеса.

2. Гости выбирают отель с более развитым СПА-центром, с более широким его ассортиментом, что не могут позволить себе отели со старой инфраструктурой, не позволяющей расположить определенных видов парных, бассейнов, а также занимать достаточное место для процедурных кабинетов.

3. Комплементарное посещение для гостей отеля СПА зон и бесплатное пользование некоторыми спортивно-оздоровительными, рекреационными услугами являются одним из решающих фактором при выборе места проживания туристов;

4. По опросу потребителей можно заметить их положительное отношение к отелям, выдвигающим большее количество бесплатных СПА-услуг.

5. Гости заинтересованные в получении услуги ароматерапевтического массажа, будут выбирать СПА-центр по критериям: сертификация СПА-центра, отзывы на сайте отеля или на сайте бронирования, признание качества услуги в профессиональной среде (например, награды, присвоенные World Travel Market), квалифицированный персонал, проверенные компоненты состава масел, возможно, собственная линия арома-масел.

К отелю FourSeasonsLionPalace сложилось лучшие итоги опроса, ведь у него есть сертификат лучшего СПА и Веллнесс центра региона 2014, 2015, 2016 годов. Собственная коллекция ароматических эфирных масел, разработанных непосредственно для бренда отеля, что является непосредственной составляющей ароматерапевтического массажа.

Список литературы

1. Богачева Е.Л. Энциклопедия Spa и Wellness // Книга руководителя. Красивый и здоровый бизнес. Т. 1. – М., 2014. – 349 с.

2. Ветитнев А.М. Технологии маркетинга и менеджмента в системе управления курортными организациями. – СПб.: Изд-во СПб ГУЭ-иФ, 1999. – 240 с.

3. Косметологические, Парикмахерские и SPA услуги: исследование потребителей в Санкт-Петербурге. Аналитический отчет // РосБизнесКонсалтинг. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://marketing.rbc.ru/research/562949953907636.shtml> (дата обращения 12.06.2018).