

Yakovyshyna, N. A. "Osoblyvosti finansovoi pidtrymky bankamy promyslovykh pidpriemstv na suchasnomu etapi rozvytku ekonomiky" [Features of financial support to industrial banks at the present stage of economic development]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytet*, vol. 1, no. 6 (2011): 266-268.

Zaytseva, I. V., and Okuneva, A. A. "Sovershenstvovanie ekonomicheskikh vzaimootnosheniy mezhdru aviakompaniy i otdelnymi subektami rynka" [Improving the economic relationship between the airline and the individual market players]. *Vestnik TOGU*, no. 1 (32) (2014): 209-218.

УДК 338.482.224

РАЗВИТИЕ SPA-ИНДУСТРИИ: УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ АСПЕКТ

© 2015 ТЯГУНОВА З. А., БОНДАРЕНКО В. М.

УДК 338.482.224

Тягунова З. А., Бондаренко В. М. Развитие Spa-индустрии: управленческий аспект

Целью статьи является исследование и анализ мирового рынка Spa-индустрии, основных этапов его развития, влияния на экономические процессы и сферу услуг, рассмотрение мирового опыта управления данной сферой бизнеса. Выявлена тесная взаимосвязь и взаимозависимость между различными бизнес-элементами, входящими в кластер Spa-индустрии, и их влияние на формирование системы управления персоналом Spa-структур. Обосновано, что внедрение и применение предложенной системы управления персоналом в Spa-организациях повысит эффективность управления предприятием, усилит его адаптивность и способность к изменениям, усовершенствует уровень знаний и компетентность персонала. Предложено авторское видение понятия «спа-менеджмент», что позволит определить специфические подходы к управлению Spa-структурами. Перспективой дальнейших исследований в данном направлении является исследование рынка Spa-индустрии в Украине, его проблем и путей их решения. Развитие отечественной Spa-индустрии и Spa-туризма является перспективным направлением инвестирования и государственной поддержки, поскольку благоприятное географическое и климатическое положение, а также богатые природно-лечебные ресурсы дают основу для формирования мощного сектора в сфере услуг.

Ключевые слова: Spa-индустрия, Spa-туризм, Spa-кластер, Spa-структуры, Spa-технологии, управление, управленческий персонал, система управления персоналом.

Рис.: 2. **Табл.:** 1. **Библ.:** 11.

Тягунова Злата Александровна – кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента, Полтавский университет экономики и торговли (ул. Ковалю, 3, Полтава, 36014, Украина)

E-mail: moryon@rambler.ru

Бондаренко Виктория Михайловна – кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента, Полтавский университет экономики и торговли (ул. Ковалю, 3, Полтава, 36014, Украина)

E-mail: rvbondarenko@mail.ru

УДК 338.482.224

Тягунова З. О., Бондаренко В. М. Развитие Spa-индустрии: управленческий аспект

Метою статті є дослідження та аналіз світового ринку Spa-індустрії, основних етапів його розвитку, впливу на економічні процеси та сферу послуг, вивчення світового досвіду управління даною сферою бізнесу. Виявлено тісний взаємозв'язок і взаємозалежність між різними бізнес-елементами, що входять до кластера Spa-індустрії, та їх вплив на формування системи управління персоналом Spa-структур. Обґрунтовано, що впровадження та застосування запропонованої системи управління персоналом у Spa-організаціях підвищить ефективність управління підприємством, посилить його адаптивність та здатність до змін, удосконалив рівень знань та компетентність персоналу. Запропоновано авторське бачення поняття «спа-менеджмент», що дасть змогу визначити специфічні підходи до управління Spa-структурами. Перспективою подальших досліджень у даному напрямі є дослідження ринку Spa-індустрії в Україні, його проблем та шляхів їх вирішення. Розвиток вітчизняної Spa-індустрії та Spa-туризму є перспективним напрямом інвестування та державної підтримки, оскільки сприятливе географічне та кліматичне положення, а також багаті природо-лікувальні ресурси дають підґрунтя для формування потужного сектора у сфері послуг.

Ключові слова: Spa-індустрія, Spa-туризм, Spa-кластер, Spa-структури, Spa-технології, управління, управлінський персонал, система управління персоналом.

Рис.: 2. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 11.

Тягунова Злата Олександрівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту, Полтавський університет економіки і торгівлі (вул. Ковалю, 3, Полтава, 36014, Україна)

E-mail: moryon@rambler.ru

Бондаренко Вікторія Михайлівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту, Полтавський університет економіки і торгівлі (вул. Ковалю, 3, Полтава, 36014, Україна)

E-mail: rvbondarenko@mail.ru

UDC 338.482.224

Tiahunova Z. O., Bondarenko V. M. Development of the Spa Industry: Management Aspect

The article is aimed at studying and analyzing the world market of the spa industry, the main stages of its development, its impact on economic processes and services, consideration of the worldwide experience of managing this business. A close interrelation and interdependence between different business elements within the cluster of the spa industry, as well as their impact on formation of the staff management system of the spa structures has been disclosed. It is proved, that implementation and application of the proposed system for staff management in the spa organizations will increase the efficiency of enterprise management, strengthen its adaptability and ability to change, improve the level of knowledge and competence of staff. The author's vision of the concept of «spa management» has been proposed, allowing to identify specific approaches to the management of the spa structures. Prospect of further research in this direction is to carry out studies of the market of spa industry in Ukraine, its problems and ways to solve them. Development of both the domestic spa industry and the spa tourism is a promising area for investment and public support, the favorable geographical and climatic situation together with rich natural curative resources provide the basis for the formation of a powerful sector in the service business.

Key words: spa industry, spa tourism, spa cluster, spa structures, spa technologies, management, managerial staff, HR management system.

Pic.: 2. **Tabl.:** 1. **Bibl.:** 11.

Tiahunova Zlata O. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor of the Department of Management, Poltava University of Economics and Trade (vul. Kovalya, 3, Poltava, 36014, Ukraine)

E-mail: moryon@rambler.ru

Bondarenko Viktoriia M. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor of the Department of Management, Poltava University of Economics and Trade (vul. Kovalya, 3, Poltava, 36014, Ukraine)

E-mail: rvbondarenko@mail.ru

Усиление процессов глобализации способствует активному развитию многих сфер бизнеса, и одним из наиболее быстро растущих и развивающихся является Спа-индустрия. Анализ мировых тенденций этого сектора экономики актуален благодаря своей динамике, широте географического распространения, использованию инновационных технологий оказания услуг, маркетинговым инструментам и креативному подходу к управлению.

Целью статьи является исследование и анализ мирового рынка Спа-индустрии, основных этапов его развития, влияния на экономические процессы и сферу услуг, рассмотрение мирового опыта управления данной сферой бизнеса.

Исследованием вопросов истории, формирования, развития, функционирования и управления в сфере Спа-индустрии в разных странах мира занимались многие исследователи: Н. Цымбал [10], А. Усина [3], Т. Кононенко [3], С. Вард [11], Дж. Фануззи [6] и др.

Спа-индустрия насчитывает уже более 200 лет успешного ведения бизнеса. На сегодняшний день индустрия красоты – динамично развивающийся сектор сферы услуг, который охватывает огромное направление по уходу за телом и здоровьем человека. Исследование столь успешного глобального бизнеса является актуальным вопросом для возможной адаптации полученного опыта отечественными компаниями, которые за последние 10 лет получили возможность по уровню оказания услуг достичь показателей зарубежных конкурентов.

Определение понятия Спа является основой для исследования и анализа показателей Спа-индустрии. Понятие Спа должно четко дифференцировать реальный Спа-бизнес от некурортных компаний, таких как салоны красоты, клиники и других видов бизнеса, которые не предоставляют Спа-процедуры. Например, некорректно сравнивать средний доход полного обслуживания Спа-отеля, в котором оказывают услуги по двум видам массажа, или салон красоты, который предлагает только процедуры ухода за лицом, ногтевой сервис и восковые процедуры. Кроме того, если не будет конкретизированного определения, что такое Спа (и Спа-компания/организация), то анализ количества курортов на рынке будет затруднительным, и поэтому невозможно будет точно определить все компании, предоставляющие полный спектр Спа-услуг.

По одному из основополагающих определений понятия Спа рассматривается как «бизнес-предложение Спа-процедур, основанных на подлинных водных методах лечения, которые практикуются квалифицированным персоналом в профессиональной и расслабляющей атмосфере» [8].

Следует также классифицировать Спа-компании и услуги, которые они могут предоставлять. Одним из направлений работы созданной в 1991 г. Международной ассоциации Спа (ISpa) была систематизация накопленного в индустрии опыта, разработка классификации Спа-структур, а также стандартов и критериев организации Спа-сервиса. Несмотря на то, что за 15 лет Спа-бизнес развивался не только в количественном отношении, но и происходила его модификация и модерни-

зация, основные семь категорий Спа занимают ведущее место в Спа-индустрии, а любые попытки создать новые классификации были неудачными [1].

Международная ассоциация Спа (ISpa) выделяет следующие структурные элементы Спа [1]:

1. Дейсна – day Spa. Разновидности: city Spa, ногтевые Spa, Spa-салоны. Закрепившееся в нашем понимании определение *дейсна* как «курорта одного дня» очень точно отражает основные характеристики этих заведений, серьезно потеснивших салоны красоты на рынке бытовых услуг – расположенные в городских условиях, предоставляющие полный или ограниченный набор Spa-услуг. В отличие от клубных и медицинских Spa, тоже рассчитанных на пребывание клиента в течение одного дня, в дейспа акцент делается преимущественно на эстетический аспект процедур.

2. Гостинично-курортные Spa-hotel / resort Spa. Название этой категории отражает прежде всего ее местонахождение. Некоторые специалисты предлагают разделить указанную категорию на две – гостиничные и курортные Spa.

Spa в структуре отелей (в том числе городских) фактически являются дейспа, отличие заключается лишь в том, что проживающим в гостинице клиентам ряд услуг предоставляется бесплатно.

Курортные Spa в чем-то аналогичны целевым – «*destination Spa*», однако принципиальна их локализация в традиционных курортно-климатических зонах, а их посетители имеют возможность выбора между оздоровительными Spa-программами и обычным отдыхом со «Spa-изюминкой».

3. Целевые Spa – destination Spa. Категория, вызывающая у отечественных клиентов и профессионалов больше всего вопросов, прежде всего в силу различных переводческих вариаций (ранее нами предлагался перевод «специализированные» Spa). Суммарно оба перевода, пожалуй, наиболее точно передают смысл этой категории.

Destination Spa – это структуры, рассчитанные на продолжительное непрерывное пребывание клиента (от нескольких дней до нескольких недель) для достижения определенной цели (снижения веса, отказа от курения, снятия стресса, восстановления физической формы и внешности).

Некоторые отечественные специалисты говорят о целевых Spa как о «загородных». Такая точка зрения вполне допустима (когда мы говорим о «фермах здоровья»), однако целевые Spa могут успешно функционировать и в условиях города.

4. Spa на минеральных источниках – mineral springs Spa. Выделение таких Spa в отдельную категорию, на первый взгляд, представляется спорным, поскольку Spa, расположенные вблизи минеральных источников, вполне можно отнести и к курортным Spa. Эта категория – с одной стороны, дань историческим корням явления «Spa», с другой – отражение такой объективной реалии, как санаторно-курортные комплексы, специализирующиеся на гидротерапии и бальнеологии. Следуя отечественной санаторно-курортной традиции (в условиях бесплатного медицинского обслуживания санатории относились к разряду медицинских учрежде-

ний), можно говорить о классических санаториях как о медицинских Спа.

5. Клубные Spa – club Spa. Спа, функционирующие в структуре спортивных (фитнес- и велнес-) клубов и являющиеся дополнением к более широкому спектру услуг, предоставляемых клиентам преимущественно на основе клубного членства.

6. Круизные Spa – cruise Spa. Наиболее понятная и наименее доступная отечественной клиентуре категория – Спа, расположенные на борту круизных лайнеров, однако работающие по принципу «дейспа». Выделение круизных Спа в отдельную категорию обусловлено ограниченной клиентской базой и продолжительностью работы, а также постоянно меняющимся кадровым составом.

7. Медицинские Spa – medical Spa. Медицинские учреждения, в которых традиционные Спа-услуги и процедуры являются дополнением к основным, сугубо медицинским услугам.

Если рассматривать понятие Спа в его классической интерпретации (*salus per aqua*), то история возникновения и развития Спа предстанет в виде замкнутого круга. Водолечение как древнейший метод врачевания веками формировал отдельное направление медицины – курортологию. Будучи перенесенными в сферу обслуживания, физиотерапевтические Спа-технологии получили статус доступных услуг. И лишь на рубеже 20–21 веков, с возникновением медицинских Спа, «круг замкнулся» – Спа вернулись в свою исконную обитель – профилактическую медицину [1].

Классификацию Спа-структур можно проводить по определенным признакам, согласно которым будет легче идентифицировать различные категории Спа и проводить анализ рынка Спа-индустрии (табл. 1).

По последним данным Глобального исследования Спа (*Global Spa Research*), проведенного ISpa (International

Spa Association) насчитывается почти 100 миллионов активных Спа-посетителей в мире. Исследование потребителей Международной ассоциацией Спа (ISpa) за 2007 г., проанализировавшей потребительские тенденции, выявило главные причины посещения Спа: 47% – снижение стресса; 38% – снижение мышечных болей; 31% – повышение самооценки; 28% – эмоциональное и психическое здоровье; 22% – красота; 19% – оздоровление [5].

На сегодняшний день Спа-индустрия растет на 7,7% в год, с 60 млрд долл. в 2007 г. до 94 млрд долл. в 2013 г.

Кластер Спа-индустрии состоит из пяти взаимосвязанных элементов (рис. 1). Крупнейший сегмент – услуги Спа-центров – оценивается в 2013 г. в 74 млрд долл., ежегодное увеличение – на 7,9% с 2007 г. Спа-СМИ, ассоциации, события, образование, консультирование и капитальные вложения вместе добавляют еще 20 млрд долл. в кластер. Они обеспечивают жизненно важные услуги и виды деятельности, которые способствуют и поддерживают Спа-индустрию [7].

Количество курортов возрастало на 6,7% в год, начиная с 2007 г., и оценивается в 105,591 в 2013 г. В Спа-индустрии занято более 1,9 миллионов человек в 2013 г., по сравнению с 1,2 млн в 2007 г. За это время азиатский рынок превзошел Европу как регион с наибольшим количеством Спа-курортов. Но, тем не менее, Европа по-прежнему считается крупнейшим в мире Спа-рынком из-за его относительно высоких средних доходов населения [7].

Наиболее динамично развивающимися регионами с точки зрения роста доходов за 2007–2013 гг. являются Ближний Восток и Африка, где Спа-индустрия выросла с низкой базы, стимулируется быстрым экономическим ростом в некоторых странах (например, в Южной Африке, Нигерии, Объединенных Арабских Эмиратах, Саудовской Аравии) и быстрым ростом туризма в других

Таблица 1

Классификация Спа-структур при анализе целевого рынка

Классификационный признак	Характеристика Спа-структур
По количеству	Суммарное количество Спа-структур на рынке услуг
По типу	Дейспа (day Spa), Целевые Спа (destination Spa)
По подтипу	Клубный Спа, Спа-отель, медицинские Спа, Спа-курорт, Спа-салон и т. д.
По локализации	Городской, региональный, островной, государственный и т. д.
По размеру	Общая площадь в помещении, разбивка внутренних помещений и общая открытая площадь
По процедурным комнатам и станциям	Общее количество и разбивка по процедурным кабинетам и станциям, площадь размещения (одноместный или двухместный номер) и цель использования (мокрые, сухое или сочетание процедур)
По бизнес-структурам	Форма собственности, управленческие структуры, маркетинговые структуры
По инфраструктуре и доступности отдыха	Наличие комнаты отдыха, изменение номеров и водных объектов (бассейны, парилки)
По доступности к процедурам и услугам	Возможность доступа к терапии, лечению, услугам, консультациям, программам, мероприятиям и занятиям
По ценовой политике	Лакшари (luxury) Спа, стандартные Спа
По тенденциям	Текущие отраслевые тенденции и наблюдения

Источник: [4].



Рис. 1. Структура кластера Спа-индустрии за 2013 г.

Источник: [7].

(например, Марокко, Кении, Маврикий, Ботсване). Рост Спа-индустрии в Азии и Латинской Америке управляется результатом экономической экспансии на таких развивающихся рынках, как Китай, Индия, Бразилия, Мексика и Аргентина. Сильный рост в Европе отражает устойчивость ряда крупных европейских курортных рынков Западной Европы в лице глобальной рецессии (например, Германия, Великобритания, Франция) и сильный экономический импульс с Востока, в том числе России, Польши и Турции. Северная Америка является зрелым рынком Спа-индустрии, где на Соединенные Штаты приходится 89% прибыли [7].

Активное развитие Спа-индустрии привело к потребности в квалифицированных кадрах, в том числе и управленческих. Специфика данного вида бизнеса требует специфической подготовки от управленческого персонала. Рынок образовательных услуг в сфере индустрии красоты развит достаточно хорошо. На сегодняшний день Спа-индустрия способна полностью самостоятельно обеспечивать себя высококвалифицированными кадрами по оказанию Спа-услуг, что способствует ее эффективному функционированию.

Но, тем не менее, Спа-индустрия испытывает острую нехватку управленческого персонала, который бы владел необходимыми знаниями, навыками и опытом, соответствующими уникальным запросам данного вида бизнеса. В настоящее время около 4000 студентов по всему миру обучаются по программам, связанным со Спа-менеджментом. Согласно последним оценкам, по всему миру в Спа-индустрии работает 130 000–180 000 менеджеров и директоров, и эта цифра продолжает расти [9]. Очевидно, что количество и размер программ по Спа-менеджменту не отвечают потребностям курортной от-

расли в хорошо подготовленных управленческих кадрах. Еще одной проблемой является недостаточно глубокая практическая подготовка выпускников различных высших учебных заведений по специальности управления в Спа. Очень часто их знания являются поверхностными или слишком теоретическими, образовательные курсы не имеют достаточной интегрированности в практику функционирования Спа-структур. Это требует дополнительного процесса обучения в процессе работы, что снижает эффективность управления и увеличивает затраты ресурсов. Отсутствие программ адаптации, обучения и повышения квалификации управленческого персонала в структуре самих предприятий Спа-индустрии приводит к неготовности персонала двигаться по карьерной лестнице, вызывает опасения, сопротивление и, как результат, низкие показатели выполняемой работы.

Для решения возникшей проблемы необходимо применить комплексный подход, который бы был сосредоточен на построении целостной системы, состоящей из взаимосвязанных элементов, позволяющих обеспечить управленческий персонал Спа-индустрии необходимыми актуальными знаниями, компетенциями и навыками, которые бы соответствовали современным требованиям индустрии красоты в быстро изменяющихся условиях внешней среды.

По результатам проведения Глобального СПА и Веллнесс Саммита в 2012 г. (*Global Spa & Wellness Summit*) был опубликован отчет (*Spa Management Workforce & Education: Addressing Market Gaps*), в котором было предложено решение данной проблемы в сфере обеспечения Спа-структур квалифицированными управленческими кадрами, которое основывалось на взаимодействии трех элементов: настоящих и будущих управленческих кадров в Спа-индустрии; образовательных программах

(курсах, спеціальностях в ВУЗах) і центрах підготовки; бізнес-структурах в Спа і лідерах отрасли (рынка) (рис. 2) [9].

Представлені графічно на рис. 2 взаємозв'язки цих елементів указують на необхідність побудови системи з тісною комунікацією для інтеграції отриманих знань від освітніх програм і центрів підготовки в роботу Спа-менеджерів різного рівня управління в відповідь на вимоги бізнес-структур і лідерів отрасли (рынка).

Перевагами впровадження даної системи в розвитку і управління персоналом в Спа-індустрії для сучасних і майбутніх управлінських кадрів є:

- ✦ поширення актуальної інформації про існуючі освітні курси і тренінги;
- ✦ спонсорська підтримка навчання управлінського персоналу;
- ✦ поширення інформації про стажировки в сфері спа-менеджменту.

Для ВУЗів і тренінгових компаній:

- ✦ участь викладачів в великих заходах Спа-індустрії;
- ✦ наявність постійно зацікавлених потенціальних студентів для навчання за спеціальностями, пов'язаними з Спа-індустрією;
- ✦ поощрення для університетів/коледжів/бізнес-школ за відкриття спеціальностей або курсів по Спа-менеджменту;
- ✦ поощрення для шкіл Спа-терапії включати в освітні програми курси по Спа-менеджменту;

- ✦ відкриття онлайн-форумів для обміну досвідом і знаннями;
- ✦ відкриття науково-дослідницьких «Спа-лабораторій» для практичної роботи студентів;
- ✦ участь в наукових дослідженнях в Спа-індустрії;
- ✦ поширення спеціалізованої наукової літератури.

Для інвестицій в розвиток людських ресурсів в Спа-індустрії необхідно:

- ✦ поощрення для Спа-курортів відносно інвестицій коштів в розвиток людських ресурсів для Спа-індустрії;
- ✦ поширення інформації про сертифікацію діяльності Спа-структур (за системами ISpa/ANLEI CSS);
- ✦ участь в поточних дослідженнях розвитку робочої сили і людських ресурсів в Спа-сфері;
- ✦ поощрення Спа-курортів за впровадження програм Спа-менеджменту;
- ✦ поощрення Спа-курортів і готелів в плані обміну програмами по Спа-менеджменту і досвідом їх успішного впровадження [9].

Впровадження і розвиток даної системи управління персоналом в Спа-індустрії дозволить накопичувати отримані знання і досвід в отрасли, що приведе до стабільного зростання показників ефективності управлінського персоналу і його високої адаптивності до змін внутрішньої і зовнішньої середовища.



Рис. 2. Система управління персоналом в Спа-індустрії

Источник: адаптировано авторами по [9].

Одним из ключевых заданий для внедрения системы управления персоналом в Spa-индустрии является понимание сущности понятия «Spa-менеджмент», его целей и функций.

Spa-менеджмент – это процесс управления деятельностью бизнес-структур для оказания специфических услуг населению (клиентам), с целью удовлетворения их потребностей в красоте, здоровье и релаксации.

Основными целями менеджмента в Spa&Wellness является перспективное развитие организации и увеличение продаж. Благодаря рациональному использованию ресурсов организации эффективный менеджмент позволяет добиться максимальной эффективности, затратив минимум этих ресурсов [2].

Основные цели управления Spa-центром

Главная цель Spa-менеджмента – это дать предприятию максимальную прибыльность. Вторая по важности цель менеджмента – это эффективное управление компанией, наработка необходимых инструкций, работа с кадрами, обучение кадровых ресурсов и их стимулирование к работе. Сохранить свою долю рынка очень важно в условиях быстроменяющегося рынка Spa&Wellness услуг. Каждый день появляется десятки новых салонов красоты и фитнес-центров. И целью менеджмента будет также не потерять свое «место под солнцем». Четвертой целью менеджмента является достижение запланированных показателей прибыльности и развития компании. Увеличить показатели прибыльности можно за счет уменьшения расходов на электроэнергию, коммунальные услуги, оплату труда персонала, прочих услуг. Не менее важная цель Spa-менеджмента – освоение и поиск новых рынков сбыта услуг компании [2].

Главные задачи Spa-менеджмента:

- ✦ организация предоставления услуг клиентам, ориентируясь на их потребности и учитывая имеющиеся ресурсы;
- ✦ обучение сотрудников, использование в управлении высококвалифицированных сотрудников;
- ✦ создание условий труда для сотрудников, системы оплаты и поощрений;
- ✦ обеспечение предприятия ресурсами, определение каналов поставки ресурсов;
- ✦ планирование развития компании;
- ✦ разработка системы необходимых действий, учитывая план развития компании;
- ✦ контроль за деятельностью компании, соблюдением плана развития [2].

В Spa-менеджменте различают следующие *объекты*:

- ✦ персонал компании;
- ✦ поставщики ресурсов;
- ✦ конкурирующие фирмы и организации;
- ✦ финансовые ресурсы компании;
- ✦ реклама и информационный продукт;
- ✦ поставщики ресурсов для организации [2].

Основным моментом в достижении намеченных целей по финансовым показателям в Spa&Wellness индустрии является эффективный менеджмент. Эффективный и качественный менеджмент также важен и для фитнес-центров, и для салонов красоты. Но если салоны

красоты и фитнес-центры как-то проживут без грамотного управления, то для Spa-компаний неправильное управление может погубить весь бизнес. Салоны красоты и фитнес-центры за период своего долгого существования уже наработали модель поведения и имеют опыт управления. А Spa-центры, которые соответствуют западным стандартам, используют передовые, более сложные управленческие технологии. Для их успешного функционирования и развития требуется квалифицированный персонал и высокий уровень менеджмента. Кроме того, к Spa-компаниям предъявляются более высокие требования к обслуживанию, сервису со стороны клиентов. А этого можно достичь, только строго придерживаясь правильной управленческой модели работы компании [2].

Принципы управления в Spa

В индустрии красоты для эффективного функционирования предприятия необходимо соблюдать некоторые принципы управления:

- ✦ персонал и руководители компании должны руководствоваться в своих действиях четко прописанными инструкциями, в которых изложены основные правила поведения и выполнения своих профессиональных обязанностей;
- ✦ в компании должно быть четкое разделение труда, каждый сотрудник должен выполнять только свою работу;
- ✦ каждый сотрудник должен иметь определенные полномочия и нести за них соответствующую ответственность;
- ✦ в компании должна соблюдаться дисциплина, за несоблюдения которой должны накладываться санкции;
- ✦ в компании должен быть единственный главный руководитель, чье слово должно быть «законом»;
- ✦ выработанная корпоративная культура и корпоративный дух единения руководства и сотрудников;
- ✦ в компании должна быть разработана система материального поощрения и стимулирования персонала;
- ✦ в компании должна быть четкая иерархия, начиная от главного руководителя компании и заканчивая управленцами на местах;
- ✦ в компании не должна быть «текучка персонала», сотрудники должны дорожить рабочим местом;
- ✦ инициатива каждого сотрудника должна быть услышана и рассмотрена руководством;
- ✦ все нормы и принципы управления должны быть отмечены на бумаге в виде «Правил компании» [2].

Таким образом, Spa-менеджмент является актуальным предметом исследования как с научной, так и с практической точек зрения. Современные принципы управления Spa-бизнесом сделали его одним из самых динамично развивающихся секторов мировой экономики. Классические процедуры и современные

технологии в индустрии красоты, инновационные подходы к управлению, возможность широкой географии позволили Спа-индустрии завоевать мировой рынок оказания услуг и каждый год привлекать все большее количество потребителей.

ВЫВОДЫ

Проанализировав развитие и функционирование Спа-индустрии за последние несколько лет, мы можем констатировать ее активный рост и увеличение данного кластера в сфере оказания услуг.

Однако быстрая динамика развития индустрии красоты и подверженность активным изменениям вызвали потребность в усовершенствовании методов управления как Спа-структурами в целом, так и подходов к управлению персоналом.

На сегодняшний день Международная Ассоциация Спа (ISpa) является ведущим экспертом в области Спа-индустрии в мире. Благодаря ежегодным исследованиям ISpa, поддержке и развитию, сертификации и высоким стандартам индустрия красоты стала высокоприбыльным направлением бизнеса, которой привлекает огромное количество потребителей по всему миру, развивая такое направление, как Спа-туризм.

Развитие Спа-индустрии в Восточной Европе только набирает обороты. И Украина имеет огромный потенциал в этом направлении. Развитие современных курортов на основе Спа-технологий позволит привлечь инвесторов и потребителей со всего мира. Поэтому анализ состояния Спа-индустрии в Украине и ее возможные дальнейшие пути развития являются актуальными направлениями исследований, которые будут представлены в дальнейших публикациях авторов. ■

ЛИТЕРАТУРА

- 1. Богачева Е. Л.** Медицинские СПА и их место в международной СПА-индустрии / Е. Л. Богачева // Медицинские новости [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.mednovosti.by/journal.aspx?article=5408> (дата доступа 26.09.2015)
- 2. Менеджмент в СПА и Wellness-индустрии** // Школа массажа Карамелька [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://caramelca.ru/salon-krasoti/266-menedzhment-v-Spa-i-wellness-industrii.html> (дата доступа 26.09.2015)
- 3. Усіна А. І.** Проблеми та напрямки організації СПА-туризму / А. І. Усіна, І. В. Сегеда, І. С. Баландіна, Т. П. Кононенко // Коммунальное хозяйство городов. – 2011. – Вып. 98. – С. 428–433 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://khg.kname.edu.ua/index.php/khg/article/view/854/848> (дата доступа 26.09.2015)
- 4. Marc C.** Understanding the Global Spa Industry Spa Management // Marc Cohen, Gerard Bodeker [Electronic resource]. – Mode of access : <http://nckvietnam.com/Upload/file/Understanding%20the%20Global%20Spa%20Industry%20Spa%20Management%20075068464X.pdf> (дата доступа 26.09.2015)
- 5. Colonișteanu C.** The analysis of the regional and local Spa market. Starting a Spa business / Cristina Colonișteanu // Association of Economic Universities of South and Eastern Europe and the Black Sea Region [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.asecu.gr/files/RomaniaProceedings/72.pdf> (дата доступа 26.09.2015)

6. Fanuzzi J. Building a successful Spa / John Fanuzzi [Electronic resource]. – Mode of access : http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/rehabilitacion-bal/building_a_successful_Spa.pdf (дата доступа 26.09.2015)

7. Global Spa & Wellness Economy Monitor 2014 / The Global Wellness Institute [Electronic resource]. – Mode of access : http://mrot.pl/images/pliki/GWI_Global_Spa_and_Wellness_Economy_Monitor_Full_Report_.pdf (дата доступа 26.09.2015)

8. Spa Industry Survey Taiwan. Singapore / Intelligent Spas // Intelligent Spas Pte. Ltd. – 2007 [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.discoverSpas.com/news/newsstudies4.shtml> (дата доступа 26.09.2015)

9. Spa Management Workforce and Education: Addressing Market Gaps // Research Report Global Spa & Wellness Summit 2012 [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.spalietuva.lt/wp-content/uploads/2012/05/GSWS-Spa-Education-Research-Report.pdf> (дата доступа 26.09.2015)

10. Tsybal N. Overview of Wellness Tourism in Russia / Nina Tsybal [Electronic resource]. – Mode of access : http://www.globalwellnesssummit.com/images/stories/gsws2014/pdf/Overview_of_Wellness_Tourism_in_Russia.pdf (дата доступа 26.09.2015)

11. Ward S. Spa industry worth \$255 billion / Sarah Ward [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.raisondetrespas.com/wp-content/uploads/2012/02/Global-Spa-business-2008.pdf> (дата доступа 26.09.2015)

REFERENCES

- Bogacheva, E. L. "Meditsinskie spa i ikh mesto v mezhdunarodnoy spa-industrii" [Medical Spa and their place in the international spa industry]. <http://www.mednovosti.by/journal.aspx?article=5408>
- Cohen, M., and Bodeker, G. "Understanding the Global Spa Industry Spa Management". <http://nckvietnam.com/Upload/file/Understanding%20the%20Global%20Spa%20Industry%20Spa%20Management%20075068464X.pdf>
- Colonișteanu, C. "The analysis of the regional and local spa market. Starting a spa business". <http://www.asecu.gr/files/RomaniaProceedings/72.pdf>
- Fanuzzi, J. "Building a successful Spa". http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/rehabilitacion-bal/building_a_successful_spa.pdf
- "Global Spa & Wellness Economy Monitor 2014". The Global Wellness Institute. http://mrot.pl/images/pliki/GWI_Global_Spa_and_Wellness_Economy_Monitor_Full_Report_.pdf
- "Menedzhment v SPA i Wellness-industrii" [Management of the Spa and Wellness-industry]. <http://caramelca.ru/salon-krasoti/266-menedzhment-v-spa-i-wellness-industrii.html>
- Spa Industry Survey Taiwan.* Singapore: Intelligent Spas Pte. Ltd., 2007.
- "Spa Management Workforce and Education: Addressing Market Gaps". <http://www.spalietuva.lt/wp-content/uploads/2012/05/GSWS-Spa-Education-Research-Report.pdf>
- Tsybal, N. "Overview of Wellness Tourism in Russia". http://www.globalwellnesssummit.com/images/stories/gsws2014/pdf/Overview_of_Wellness_Tourism_in_Russia.pdf
- Usina, A. I., and Kononenko, T. P. "Problemy ta napriamky orhanizatsii spa-turyzmu" [Problems and directions of the organization of recreational tourism]. <http://khg.kname.edu.ua/index.php/khg/article/view/854/848>
- Ward, S. "Spa industry worth \$255 billion". <http://www.raisondetrespas.com/wp-content/uploads/2012/02/Global-Spa-business-2008.pdf>