

**РОЛЬ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ
В ПОВЫШЕНИИ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ
ГОСТИНИЦ И ТУРИСТСКИХ КОМПЛЕКСОВ**

Маркарян Ирина Николаевна

кандидат экономических наук, доцент

Российский государственный социальный университет
354000, Российская Федерация, г. Сочи, ул. Пластунская, 151/1
E-mail: 2703_irina@mail.ru

Обслуживание гостей является частью общей атмосферы гостеприимства, первый шаг в создании которой делает служба приема и размещения. Спортивно-оздоровительные услуги в последние годы занимают достойное место в сфере гостеприимства и туризма. Стремление населения планеты к здоровому образу жизни, активной жизненной позиции вызвало интерес отельеров к данному виду услуг. Спортивные комплексы, фитнес и SPA-центры стали важными атрибутами гостеприимства. Инновационные подходы к спортивно-оздоровительным услугам позволили создать большое разнообразие этих услуг в зависимости от финансовых возможностей, наличия площадей и земельных участков, месторасположения и специализации отеля и туристского комплекса. Международная сфера гостеприимства уже наработала значительное количество методик данного вида услуг, а в России процесс получил развитие с начала 90-х гг. XX в. Создаются SPA-санатории, SPA-курорты, SPA-отели, SPA-центры; оздоровительные и фитнес-центры с различными программами и технологиями. Главное в них – это высокое качество обслуживания и специализированный набор услуг. От оснащения центров, его материально-технической базы и профессионализма персонала зависит разнообразие данных услуг и прибыль предприятия гостиничной сферы. На загрузку средств размещения, особенно вне сезона, влияют количество и качество дополнительных услуг, в том числе и спортивно-оздоровительных. Процент заполняемости отеля является показателем конкурентоспособности предприятия сферы услуг. Дальнейшее развитие инфраструктуры и спектра спортивно-оздоровительных услуг, проектирование и строительство специализированных средств размещения позволит России занять ведущее место на рынке спортивно-оздоровительного туризма.

Ключевые слова: спортивно-оздоровительные центры, туристские комплексы, фитнес-центры, SPA-центры, качество услуг, инфраструктура

**THE ROLE OF SPORT AND RECREATIONAL SERVICES
TO IMPROVE THE QUALITY OF CUSTOMER SERVICE HOTELS
AND TOURIST COMPLEXES**

Markaryan Irina N.

C.Sc. in Economics

Associate Professor

Russian State Social University

151/1 Plastunskaya st., Sochi, 354000, Russian Federation

E-mail: 2703_irina@mail.ru

Guest services are part of the overall atmosphere of hospitality, the first step in the creation of which makes the reception. Sports and health services in recent years, occupy a worthy place in the field of hospitality and tourism. The desire of the population of the planet to a healthy lifestyle, active life position has generated interest hoteliers to this type

of service. Sports facilities, fitness and SPA-centers have become important attributes of hospitality. Innovative approaches to health and wellness services helped to create a large variety of services, depending on the financial capacity, the availability of space and land, location and specialization of the hotel and tourist complex. International hospitality sector has already established a significant number of techniques this kind of services, and in Russia, the process has evolved since the early 90-s of XX century. Created SPA-motels, SPA-resorts, SPA-hotels, SPA-centers; wellness and fitness center with a variety of programs and technologies. The main thing is to have high quality service and a specialized set of services. Centers on the equipment, its material and technical base and professionalism of the staff depend on a variety of data services and enterprise profit hospitality sectors. Downloading of accommodation, especially out of season, affect the quantity and quality of additional services, including sports and recreation. Hotel occupancy percentage is a measure of the competitiveness of service industries. Further development of infrastructure and spectrum of sports services, design and construction of specialized accommodation facilities will allow Russia to take a leading position in the market of sports tourism.

Keywords: fitness-centers, tourist complexes, SPA-centers, the quality of services and infrastructure

Обслуживание гостей является частью общей атмосферы гостеприимства, первый шаг в создании которой делает служба приема и размещения. Чтобы пребывание в средстве размещения для клиента было комфортным, отель должен помимо предоставления жилых номеров, оказывать гостям дополнительные услуги согласно требованиям клиентов и уровня комфортности отеля. Такие услуги неперемнная составляющая деятельности любого отеля.

Потенциально клиент гостиницы и туристского комплекса (далее средство размещения) имеет возможность получить множество самых разнообразных услуг, хотя и не всеми ими пользуется. Тем не менее обширный комплекс услуг существует и окупает себя.

В средствах размещения обязательны бизнес-центр, сервис-бюро, различные транспортные и фитнес-услуги, которые создают условия для успешной работы, проживания и отдыха гостей, являются источником дополнительного дохода в отеле. Ведущее место в отелях 3*-4*-5* занимают спортивно-оздоровительные, фитнес- и SPA-центры.

Спортивно-оздоровительные комплексы (центры) (Health center, Short club, Fitness center, Health club) располагаются, как правило, в крупных отелях. Гостям предлагаются для занятий спортом и отдыха бассейн, солярий, бассейны с гидромассажем, джакузи, сауны, тренажерные залы, массаж, аэробика, бар, раздевалка, душевые, туалетные комнаты. Особенностью престижных отелей является возможность попасть непосредственно с жилых этажей в оздоровительный центр с помощью специального лифта [5].

За рубежом большое распространение получили курортные гостиницы, которые располагаются вблизи моря, океана, озера, гор, обычно отдалены от города, размером 100–500 номеров, по ценам – для первого и люкс-класса. В них расположены дорогие рестораны, банкетные залы, помещения для встреч, спортивные сооружения. Они ориентированы на различные категории туристов [17].

Загородные и курортные отели имеют значительные пространства и снаружи отеля. Так, например, гостиничный комплекс «Гранд отель «Жемчужина» в Сочи, расположенная в деловом центре и на берегу Черного моря, предлагает гостям различные спортивные услуги на пляжной территории и в зеле-

ной зоне отеля, имеет несколько плавательных бассейнов, 7 залов в бизнес-центре, СПА-оздоровительных услуг и т.д.

Отель JW Marriott Seoul, предлагает гостям площадки для сквоша и гольфа, отель Marguis Thermal Spa and Fitness Club – услуги термального спортивно-оздоровительного центра. Это крупнейший в Азии центр, он занимает площадь 495 870 м.

Инфраструктура курортных отелей зависит от месторасположения и количества земельных участков. В них могут быть распложены открытые плавательные бассейны, теннисные корты и площадки для игры в футбол и гольф. На выбор услуг влияет и специализация отеля.

Туристский комплекс «Юбилейный» Магнитогорского металлургического комбината арендует в Башкирии большую территорию, на которой расположил пейнтбол, оборудованы велосипедные дорожки под девизом: «Папа, мама я – спортивная семья» для одновременной езды на велосипеде папы, мамы и одного-двух детей. Прокатная база составляет велосипеды для мужчин, дамские велосипеды, для подростков и детские трехколесные велосипеды. Велосипедами могут воспользоваться одновременно более 10 семей. Санаторий имеет свою пляжную территорию, оборудованную маломерными судами (моторными, безмоторными), все оснащение для спортивного подледного лова, катания на коньках, а также собственную кониферму и конкур. Кроме этого, на горе Дозорной высотой около 1000 м имеется собственный горнолыжный комплекс с трассами любой категории сложности.

Чаще всего отели предоставляют одинаковый ассортимент услуг: тренажерный зал, бани/ сауны, солярий, бассейн, в дополнение может быть салон красоты, джакузи, бильярд. Интересной является программа, разработанная оздоровительным клубом отеля «Балчут Кемпински Москва» который по средам и субботам занятия йогой с видом на Кремль:

Некоторые отели имеют прекрасные SPA-центры с новейшим оборудованием и технологическими разработками: отель «Риц Карлтон» – душ Lihestyle, работающий в двух режимах: холодный «Ледяной душ» и теплый «Теплый дождь» с запахом мяты и тропическими ароматами; отель «Националь» – душ Шарко, «Бриз-отель» – холодная купель и плавательный бассейн.

В зависимости от количества номеров определяется размер сооружений для занятий спортом. Спортивные площадки, которыми располагают отели, могут быть различными. Это зависит от месторасположения, территории, доступности, финансовых возможностей и отношения владельцев к этим услугам.

Согласно стандартам обслуживания во всех отелях сети Rixos обязательно должны быть спортивные помещения – бассейн и фитнес-центр. На площадь спортивных сооружений влияют и особенности страны, где расположен отель. Так, например, спортивные площади в Турции будут больше по размерам, чем в Европейских отелях.

Европейские отели предлагают клиентам спортивно-оздоровительные услуги даже при отсутствии дополнительной земли.

Средства размещения для предоставления клиентам спортивно-оздоровительных услуг используют многие направления лечебно-оздоровительного туризма.

Оздоровительные услуги обычно могут быть основными, входящими в стоимость проживания, дополнительными и вспомогательными. К основным

относятся тренажерный зал и бассейн. Дополнительные – это сауна, паровые кабины, джакузи и другие, в зависимости от размеров тренажерного зала. Вспомогательные – раздевалка, фитнес-бар, парковка автомобилей. Дополнительные услуги могут быть заранее оплачены как входящие в стоимость проживания (сауна, плавательный бассейн по времени, пляж), а могут быть приобретены непосредственно в отеле, как на разовое посещение, так и по абонементу с оплатой в период предоставления услуг.

Ассортимент спортивно-оздоровительных услуг может зависеть, от звездности, бренда, местоположения и направленности отеля, занимаемой им площади, и учредителей.

Например, SPA-отель пансионат «Бриз» и отель «Валентин» в г. Сочи, отели сети «Максима Хотелс» 3* имеют тренажерный зал, фитнес/SPA центры. Иногда стандарты обслуживания даже в отелях одной сети и одного уровня могут различаться: отель «Максима Ирбис» имеет турецкую баню, отель «Максима Славия» – солярий и финскую сауну.

Единые стандарты применяются в том случае, если гостиничная цепь имеет собственный бренд.

Исследуя типы спортивно-оздоровительных центров в средствах размещения автор пришел к выводу, что данные центры подразделяются на несколько типов: фитнес-центры в пансионатах и санаторно-курортных учреждениях, SPA-центры в отелях 3,4,5***, оздоровительные центры (отдельные виды оздоровительных услуг) практически во всех отелях, начиная от 2* и санаторно-курортных комплексах.

Активное развитие в России получили фитнес-центры, которые пришли из Европы в начале 90-х гг. XX в. В настоящее время даже отели 3* имеют фитнес-центры, что является признаком хорошего тона и привлекает клиентов не только отеля, но и жителей и гостей дестинации.

Фитнес-индустрия имеет хорошую перспективу роста в России. Это связано с ростом доходов населения, внимания к культуре здоровья и здоровому образу жизни, а также с ростом конкурентности отечественной экономики.

В нашей стране нет четкой классификации фитнес-клубов, поэтому для анализа взяты критерии RBC (табл. 1)

Таблица 1

Классификация фитнес-клубов (в соответствии с данными RBC)

По размеру	По целевой аудитории	По стоимости	По системе оплаты и вариантам членства	По количеству оказываемых услуг
– гиганты свыше 7000 м ² ; – крупные от 5000 до 7000 м ² ; – средние от 2000 до 5000 м ² ; – малые	– клубы для требовательных клиентов, обладающих большими финансовыми возможностями; клубы, ориентированные на богемную или модную публику; – клубы, ориентированные на средний класс (клубы	– премиум-класс – от 80 тыс. руб./год и выше; – бизнес-класс – от 50 до 75 тыс.руб./год; – средний класс – от 30 до 50 тыс.руб./год; – демократический сегмент – до 30 тыс.	– клубная карта на длительное членство в клубе (полгода, год); – дневная клубная карта (на будние дни); – клубная карта выходного дня;	– наличие бассейна; – наличие тренажерного зала с силовыми тренажерами; – наличие залов для занятий боксом, восточными единоборствами; – наличие зала с кардио-тренажерами; – наличие залов для проведения групповых программ;

– площадью до 2000 м ²	предлагающие весь спектр стандартных услуг, часто с наличием бассейна, по нечрезмерной цене); – бюджетные клубы для людей непритязательных, либо ограниченных в средствах; – клубы для студентов и домохозяйек (шаговой доступности); – клубы «только для женщин»	руб./год	– семейные клубные карты; – абонемент на месяц или квартал; – оплата за каждое посещение	– наличие детской комнаты специализированных занятий для детей; – наличие сауны, бани, хамама; – наличие салона красоты; – наличие фитнес-бара
-----------------------------------	--	----------	--	---

В результате анализа установлено, что на стоимость клуба влияет в основном его элитность, а не размеры. По данным RBC, многие клубы – гиганты работают в сегменте бизнес- и средний класс. Почти все фитнес-клубы разрабатывают и предлагают корпоративные программы; корпоративные члены клуба имеют значительные преимущества:

- за компанией закрепляется личный фитнес-менеджер, который курирует спортивные достижения сотрудников и решает организационные вопросы выездных мероприятий;
- каждой компании предоставляется возможность приобрести корпоративное членство, в некоторых случаях и дополнительные услуги (например, аренду многофункциональных игровых залов, бассейна);
- возможность полной или частичной оплаты карты;
- индивидуальные программы для каждого сотрудника;
- часы работы клуба соответствуют требованиям современных занятых людей.

В зависимости от количества сотрудников рассчитывается скидка для всей группы. Часто цена корпоративного членства составляет менее 50 % от индивидуального.

SPA-центры. В настоящее время хороший SPA-салон должен иметь необходимую площадь от 350 м², максимум зависит от количества номерного фонда и клиентов из города. В городах районного масштаба и небольших областных городах, где отель воспринимается населением как важный центр культуры и оздоровления лучше иметь на базе средства размещения клубный SPA-центр премиум-класса или веллнес-клуб, площадью до 1500 м², чтобы привлекать состоятельных клиентов, позволяющих себе потратить на SPA-услуги от 80000 руб. в год.

Требования к SPA-салону в гостинице и салону красоты в городе различны, их формируют клиенты, получившие опыт проживания в мировых первоклассных отелях.

Отель, позиционирующий себя как «Отель-SPA», должен иметь соответствующую материально-техническую базу и уровень сервиса. Сложившийся стандарт центра включает в себя термальную зону общественного посещения, паровую баню и сауну, бассейн, массажный кабинет, зону отдыха, минибар, кабинеты для индивидуальных SPA-процедур, семейных SPA-процедур, тренажерный мини-зал, салон красоты. SPA-центр должен иметь квалифицированный персонал, хороший дизайн помещений, удобные для клиентов часы работы и ряд дополнительных платных услуг (классические услуги салона

красоты, кабинеты талассо-терапии «Хамам Расул», экзотические массажи, «ванну Клеопатры», салон для двоих и другие).

SPA-отели – это отели, с основным направлением – специализированные SPA. Такие отели не предназначены для отдыха с детьми или любителей веселья. Главная концепция – здоровый образ жизни, рестораны в своих меню предлагают только правильное питание, которое составляют диетологи. Важная задача такого отдыха – восстановление и оздоровление организма.

SPA-центры – это центры, специализированные на определенном направлении – к примеру – талассотерапия, бальнеотерапия, аюрведа и т.д. Центры могут быть как отдельно, так и при отеле.

В наше время великое множество SPA-курортов и каждый турист выбирает подходящий ему вариант по показаниям (профилактика и лечение определенных заболеваний, сбросить вес) и по цене.

Отправляясь на SPA-отдых, необходимо все негативное оставить дома, а с собой взять хорошее настроение и улыбку. Восстановление сил, приятный отдых, похудение на несколько килограмм, гармоничный отдых телом и душой клиентам отеля обеспечит хороший SPA-центр. В них бег и аэробика чередуются с йогой и тай-чи, грязевые ванны – с медитацией, тренажеры – с массажем.

В мире функционируют многочисленные SPA – это SPA-курорты, SPA-отели, SPA-салоны, клубы и даже отдельные SPA-кабинеты, домашние SPA (см. табл. 2).

SPA-курорт – природные SPA на минеральных или термальных источниках (mineral springs spa) – лечебно-профилактические учреждения, расположенные в непосредственной близости от природных источников (бальнео, талассо и гидротерапии). Основное направление SPA сервиса зависит от характера природных источников.

Обязательное условие: обстановка повышенной комфортности и возможности проживания. Характер посещения по усмотрению клиента.

Курортные гостиничные SPA (RESORT/ HOTEL SPA) – SPA-салоны или центры, находящиеся в структуре курортного (гостиничного) комплекса и предлагающие профессиональные SPA-услуги.

Работают как для гостей отелей, так и для клиентуры с улицы. Допускается любая форма посещения (от одного дня до многодневных программ).

SPA-отели (SPA HOTEL) – помимо наличия SPA-центра или SPA-салона в структуре курортного (гостиничного) комплекса предоставляют возможность проведения SPA-процедур непосредственно в номере.

SPA-усадьба (SPA VILLAGE). Хорошая усадьба – это уже почти SPA-пространство, остается только адаптировать функциональные возможности для проведения SPA-процедур.

Целевые специализированные SPA (DESTINATION SPA) – SPA-структуры, расположенные на отдельной территории, предназначенные для реализации целевых программ с обязательным проживанием клиентов в течение всего периода. Разовые посещения не допускаются.

Характер SPA-программ – реабилитационно-оздоровительные, эстетические.

Клубные SPA (SPA CLUB): SPA-центр, SPA-комплекс, SPA-клуб (SPA CENTRE, SPA & WELLNESS CENTRE) – SPA-салоны или SPA-комплексы, расположенные в фитнес (wellness) клубах.

Основной вид деятельности: фитнес, SPA-услуги дополнительно. SPA-услуги предоставляются независимо от членства в клубе.

ДЕЙ SPA (DAY SPA) – городские SPA-салоны (250–500 м²) и SPA-центры (500–1000 м²), предлагающие разнообразные SPA-услуги, которые могут быть дополнены специфическими, характерными именно для SPA-салона, имиджевыми и косметологическими процедурами, рассчитанные на пребывание клиента от нескольких часов до целого дня.

Медицинские SPA (MEDI SPA) – медицинское учреждение или частная клиника, предоставляющая медицинские услуги в качестве основных и SPA-услуги как вспомогательные в качестве подготовительных, перед медицинскими операциями или процедурами, либо для ускорения восстановительных (реабилитационных) процессов в постоперационный период. Возможна стационарная форма обслуживания.

Обязательное условие: весь персонал SPA работает под управлением главного врача (табл. 2).

Таблица 2

Классификация SPA

Наименование SPA	Профиль	Главная концепция
SPA-отели	Специализированные SPA; восстановление и оздоровление организма	Здоровый образ жизни
SPA-курорты	Специализированные курорты, наличие минеральных источников	Профилактика и лечение определенных заболеваний, сбрасывание веса
SPA-центры	Центры, специализированные на определенном направлении: талассотерапия, бальнеология, аюрведа и т.д.	Устранение целлюлита, излишнего веса; создание внешнего стиля, соответствующего образа
Медицинские SPA	Медицинские учреждения или частная клиника. Весь персонал SPA работает под управлением главного врача	Основные услуги медицинские, SPA услуги; вспомогательные в качестве подготовительных перед медицинскими операциями или процедурами для реабилитационных процессов
SPA-клубы	Расположены в фитнес (wellness) клубах. Основной вид деятельности: фитнес	Основа: фитнес; SPA-услуги – дополнительно. Предоставляются независимо от членства в клубе.
SPA-отдых	Комбинированные процедуры: спорт-аэробика; грязевые ванны-медитация; тренажеры-массаж и т.д	Восстановление сил, приятный отдых, похудение
SPA-салоны	Находятся в структуре курортного или гостиничного комплекса	Предлагают профессиональные SPA-услуги. Допускается любая форма посещения
SPA-кабинеты	Компактные SPA-пространства практически в любом объекте комплексного или общественного назначения	Инсталлированы в фитнес-центр, йога-клуб, бизнес-центр, торговый комплекс для проведения SPA-процедур
SPA-студия	Компактные SPA-пространства: 40–60 м ² студия и 15–35 м ² кабинет для проведения полного спектра SPA-процедур	Полный спектр процедур SPA
SPA-сервис	SPA-процедуры предоставляются непосредственно в номера средств размещения	Приближенные услуги к клиенту
Дэй SPA	Городской (пригородный) SPA-салон выходного дня	Услуги: имиджевые, косметологические процедуры. Пребывание от нескольких часов до 1–2 дней. Дополнительные услуги: парикмахерские, альтернативная медицина, SPA-питание, оздоровительный фитнес, образовательные программы
Целевые специализированные SPA	Расположены на отдельной территории. Целевые программы длительного действия. Программы реабилитационно-оздоровительные	Обязательное проживание клиента длительное время для реализации целевых программ

Круизные SPA	SPA-центры или SPA-салоны, расположенные на борту крупных лайнеров	Работают по принципу Дэй SPA. Особенность: сменный кадровый состав, ориентированы на клиентуру с очень высокой платежеспособностью
Природные SPA	Лечебно-профилактическое учреждение на минеральных или термальных водах	Главная концепция зависит от характера природных источников; обстановка повышенной комфортности
SPA-усадьбы	SPA-процедуры предоставляются на SPA-пространстве проживания гостя	Адаптация человека, его функциональных возможностей к естественному пространству SPA-усадьбы
Домашние SPA	Оазис спокойствия и релаксации в доме	Создание неповторимой атмосферы спокойствия, прислушиваясь к своему внутреннему голосу, ощущениям. Отдых души и тела

Оздоровительные центры. Для оказания оздоровительных услуг необходимо значительное количество оздоровительных душей, открытых и закрытых плавательных бассейнов для взрослых и детей, оборудованный пляж, причал, маломерный флот, велосипедные дорожки и терренкуры, пешеходные экологические тропы, игровые и детские площадки.

Инфраструктура центра предусматривает наличие душевых, раздевалок, туалетов, сушилок для купальников и фенов, стеллажей для полотенец и индивидуального мелкого сервиса, мини-сейфы или секционные; отдельные помещения для мужчин и женщин.

Чаще всего клиенты обслуживаются с 7 часов утра до 23 часов вечера без перерыва. В оздоровительном центре высококлассного отеля в любую смену работают два или более сотрудников. Они прерывают свою работу на отдых и прием пищи поочередно.

Отель может предусматривать отдельный лифт с жилых этажей в оздоровительный центр.

В центре гости пользуются одноразовыми тапочками, банными халатами и средствами личной гигиены. Помещение должно иметь хорошее освещение, дизайн, музыкальное оформление. Активно в высококлассных отелях в оздоровительном центре пользуются магнитной картой по считывающему устройству замка на двери и магнитной ключ-картой от номера для индивидуального шкафчика для переодевания.

Дети до 16 лет могут посещать оздоровительный центр только со взрослыми. Нежелательно громко разговаривать и пользоваться мобильным телефоном.

Каждый оздоровительный центр имеет собственный стандарт обслуживания и Правила пользования услугами центра.

Наиболее развиты оздоровительные центры на Кавказских Минеральных Водах. В арсенал оздоровительных услуг включены прогулки по экологическим тропам, экскурсии в экологически чистые места (заповедник «Теберда»), азарии на крышах лечебных корпусов, плавательные бассейны с минеральной водой, вечерние прогулки по старинным паркам. Путевки на оздоровительные кратковременные поездки от 3 до 5 дней. Клиент по желанию может заказать различные души, общие ванны с минеральной водой, массаж, фитнес-чай и посещения бюветов с минеральной водой, разнообразный «зеленый стол».

Многие отели и туристские комплексы организуют фитнес-центры, спортивные, оздоровительные и спортивно-оздоровительные центры и клубы.

От оснащения центров, спортивно-оздоровительной базы, профессионального персонала зависит разнообразие данных услуг.

В персонал спортивно-оздоровительного центра входят его руководитель, администраторы, кассиры, служба безопасности, инструкторы, медицинские работники. Режим работы определяется исходя из потребностей основного контингента потребителей. Оздоровительный центр может предоставлять следующие виды спортивно-оздоровительных услуг: талассотерапия, бальнеотерапия, ароматерапия, диагностика, физиотерапия, фитотерапия [1].

Одним из важнейших в сфере гостеприимства является вопрос качества услуг. Требования к качеству являются наиболее важным фактором при оценке любой услуги.

По ГОСТ Р 50764-95, п. 3.4 : «*Качество услуги* – совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя».

Регулирование качества услуг индустрии гостеприимства осложняется тем, что услуги в сфере обслуживания являются нематериальным продуктом, который невозможно хранить, транспортировать или вернуть на доработку в случае несоответствия требованиям потребителя. Конкретный потребитель – рекреант – получает услугу обслуживания в том виде, в каком она произведена. Именно поэтому наиболее распространенными жалобами и претензиями со стороны потребителей гостиничного продукта являются жалобы на ненадлежащее исполнение обещанных услуг [5].

В соответствии с этим, показатель качества гостиничной услуги является суммарным показателем от всех оказываемых услуг во время нахождения в средстве размещения.

Каждое предприятие гостиничной индустрии оказывает свою услугу, и для каждой из них существуют показатели, характеризующие качество ее исполнения. Таким образом, критерием качества гостиничной услуги является система показателей качества различных услуг индустрии гостеприимства.

В соответствии с ГОСТ Р 50690-2000 услуги гостеприимства должны учитывать интересы рекреантов, быть безопасными для здоровья, жизни клиентов.

В 1994 г. постановлением Госстандарта РФ была утверждена и введена с 1 января 1995 г. «Модель обеспечения качества услуг». Данный стандарт (ГОСТ Р 50691-94) устанавливает основные требования к системе обеспечения качества услуг в соответствии с международными стандартами ИСО 9004.2., 9002. Указанный стандарт направлен на обеспечение достижения необходимого качества предоставляемых потребителям услуг.

В соответствии с ГОСТ Р 50646-94 п. 36: «*Система качества услуг* – это совокупность организационной структуры, ответственности, процедур, процессов и ресурсов, обеспечивающая осуществление общего руководства качеством услуг».

Сегодня качество услуг рассматривается сегодня как важнейшая составляющая область деятельности организаций гостиничного бизнеса.

Под обеспечением качества понимается процесс формирования необходимых свойств и характеристик услуги, способных удовлетворять или превосходить ожидания потребителя. Поэтому решающее значение в предоставлении услуг занимает функциональное качество, т.е. способность работников гостиницы своим безупречным трудом добиваться удовлетворенности клиента предоставленным обслуживанием.

В современных условиях потребители оздоровительных услуг предъявляют большие требования к качеству и обслуживанию. Поэтому прибыльность предприятия напрямую зависит от его способности удовлетворить и удержать требовательного клиента, чтобы обеспечить предприятию максимальную загрузку. Загрузка средства размещения является показателем конкурентоспособности предприятия на рынке оздоровительных услуг.

Для любого средства размещения залогом успешного функционирования спортивно-оздоровительного центра является обеспечение качества, которое напрямую зависит от эффективности маркетинговой деятельности предприятия.

Процесс повышения качества услуг находится в тесной зависимости с уровнем квалификации обслуживающего персонала, а также руководства средств размещения, поэтому администрация отелей должна более активно заниматься созданием многоуровневой системы повышения квалификации персонала. Это и стажировки в лучшие отели мира, инсентив-туры, повышение квалификации на рабочем месте, корпоративные технические посещения престижных отелей России и региона, тренинги, кастинги по профессиям и другие мероприятия.

Для повышения качества предоставляемых спортивно-оздоровительных услуг можно использовать следующие принципы:

- принцип предоставления возможности семейного отдыха;
- принцип выгоды для клиента.

Данные принципы включают в себя «скидочную» политику: скидки, бонусы, тематические вечеринки, акции, розыгрыши.

Немаловажное значение имеет имидж спортивно-оздоровительного комплекса, его удобное месторасположение и часы работы.

Чтобы повысить качество обслуживания в спортивно-оздоровительном центре нужно учитывать множество факторов и особенностей менталитета клиентов и привлекательности дестинации для гостей. Это и месторасположение центра, основной контингент посетителей, их поощрение, разнообразие предоставляемых услуг и профессионализм инструкторов и другого обслуживающего персонала, это и грамотная маркетинговая политика по продвижению оздоровительных услуг.

В ходе исследования была разработана «Классификация SPA» с учетом профиля и главной концепции предоставления услуг. Дан сопоставимый анализ оздоровительному, фитнес- и SPA-центрам, определены перечень предоставляемых услуг, категории клиентов, рекомендуемые площади и инфраструктура центров. Строительство и создание центров спортивно-оздоровительных услуг будет способствовать дальнейшему развитию здорового образа жизни, повышения уровня и качества предоставляемых услуг в индустрии гостеприимства.

Сфера оздоровительных услуг спортивно-оздоровительных центров средств размещения играет определенную роль в повышении качества жизни, восстановлении трудоспособности рабочего населения страны, ухода от гиподинамии и воспитание здорового поколения.

Предлагаемые рекреантам услуги должны соответствовать уровню платежеспособности населения конкретного региона, уровню комфортности клиентов отеля и возможности использования природных факторов дестинации.

Политика предприятий сферы гостеприимства в области качества спортивно-оздоровительных услуг должно предусматривать реализацию задач, направленных на удовлетворение потребителя с точки зрения получения уровня не только базового качества услуг гостеприимства, но и желаемого и ожидаемого качества предоставляемых услуг.

Список литературы

1. Алексеева М. Т. Планирование деятельности СПА-салона / М. Т. Алексеева. – Москва : Осъ-89, 2009. – 102 с.
2. Арбузова Н. Ю. Состояние и перспективы развития гостиничного хозяйства Российской Федерации / Н. Ю. Арбузова, О. В. Яшин // Парад гостиниц. – 2011. – № 9. – С. 6–7.
3. Арбузова Н. Ю. Технология и организация гостиничных услуг : учебное пособие для вузов / Н. Ю. Арбузова. – Москва : Академия, 2009. – 224 с.
4. Барчуков И. С. Гостиничный бизнес и индустрия размещения туристов / И. С. Барчуков и другие. – Москва : КноРус, 2014. – 165 с.
5. Браймер Р. А. Основы управления в индустрии фитнеса : пер. с англ. / Р. А. Браймер. – Москва : Аспект-Пресс, 2009. – 254 с.
6. Видищева Е. В. Особенности формирования имиджа города Сочи / Е. В. Видищева, И. И. Потапова // Известия Сочинского государственного университета. – 2009. – № 3. – С. 82–87.
7. ГОСТ Р 50691-94. Модель обеспечения качества услуг. – Введен 1994–06–26. – Москва : Госстандарт России, 1994. – 15 с.
8. ГОСТ Р 51185-2008. Туристические услуги. Средства размещения. Общие требования. – Взамен ГОСТ Р 51185-98 ; введен 2008–12–08. – Москва : Стандартинформ, 2009.
9. ГОСТ Р 50690-2000 Туристские Услуги. Общие требования. – Взамен ГОСТ Р 50690-94 ; введен 2000–11–16. – Москва : Госстандарт России, 2000. – 7 с.
10. ГОСТ Р 50646-94 Услуги населению. Термины и определения. – Введен 1994–02–21. – Москва : Госстандарт России, 1994. – 10 с.
11. О системе классификации гостиниц и других средств размещения : распоряжение правительства РФ № 1004 от 15.07.2005 г. // КонсультантПлюс. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=EXP;n=347503>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
12. Ёхина М. А. Организация обслуживания в гостиницах : учебное пособие для вузов / М. А. Ёхина. – Москва : Академия, 2008. – 208 с.
13. Жукова М. А. Менеджмент в туристическом бизнесе / М. А. Жукова. – Москва : КноРУС, 2010. – 192 с.
14. ИСО 9004.2,9002. Административное управление качеством и элементы системы качества. – Введен 1991–08–01. – Москва : Международный стандарт, 1992.
15. Кетова Н. П. Формирование и реализация регионального туристического продукта на рынке рекреационно-оздоровительных услуг: маркетинговый подход / Н. П. Кетова, Е. В. Онищенко, В. Н. Шарафутдинов. – Ростов-на-Дону : Содействие XXI век, 2011. – 288 с.
16. Малых Н. И. Экономика гостиничного предприятия / Н. И. Малых, Н. Г. Можжаева. – Москва : Форум, Инфра-М, 2013. – 320 с.
17. Романов В. А. Гостиничные комплексы: организация и функционирование / В. А. Романов. – Москва : МарТ, Феникс, 2010. – 221 с.
18. Сорокина А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туркомплексах : учебное пособие / А. В. Сорокина. – Москва : Альфа-М: ИНФРА, 2010. – 304 с.

References

1. Alekseeva M. T. *Planirovanie deyatel'nosti SPA-salona* [Planning activities spa salon], Moscow, Os-89 Publ., 2009. 102 p.
2. Arbuzova N. Yu., Yashin O. V. *Sostoyanie i perspektivy razvitiya gostinichnogo khozyaystva Rossiyskoy Federatsii* [State and prospects of the hotel industry of the Russian Federation]. *Parad gostinits* [Parade Hotel], 2011, no. 9, pp. 6–7.
3. Arbuzova N. Yu. *Tekhnologiya i organizatsiya gostinichnykh uslug* [Technology and organization of hotel services], Moscow, Akademiya Publ., 2009. 224 p.
4. Barchukov I. S. *Gostinichnyy biznes i industriya razmeshcheniya* [Hospitality industry and tourist accommodation], Moscow, KnoRus Publ., 2014. 165 p.
5. Braymer R. A. *Osnovy upravleniya v industrii fitnesa* [Principles of Management in the fitness industry], Moscow, Aspekt-Press Publ., 2009. 254 p.
6. Vidishcheva Ye. V., Potapova I. I. *Osobennosti formirovaniya imidzha goroda Sochi* [Features of image formation of Sochi]. *Izvestiya Sochinskogo gosudarstvennogo universiteta* [Proceedings of Sochi State University], 2009, no. 3, pp. 82–87.
7. GOST 50691-94. Model for quality assurance services. Introduced 1994–06–26, Moscow, Gosstandart Rossii Publ., 1994. 15 p.
8. GOST R51185-2008. Travel Services. Accommodation facilities. General requirements. Instead of GOST 51185-9, introduced 2008–12–08. Moscow, Standartinform Publ., 2009.

9. GOST R 50690-2000 tourist services. General requirements. Instead of GOST 50690-94, introduced 2000–11–16, Moscow, Gosstandart Rossii Publ., 2000. 7 p.
10. GOST 50646-94. Public services. Terms and definitions. Introduced 1994–02–21, Moscow, Gosstandart Rossii Publ., 1994. 10 p.
11. A system of classification of hotels and other accommodation. Disposal of the Government of the Russian Federation no. 1004 of 15.07.2005. *KonsultantPlyus* [ConsultantPlus]. Available at: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=EXP;n=347503>.
12. Yekhina M. A. *Organizatsiya obsluzhivaniya v gostinitsakh : uchebnoe posobie dlya ssuzov* [Organization of service in hotels], Moscow, Akademiya Publ., 2008. 208 p.
13. Zhukova M. A. *Menedzhment v turisticheskom biznese* [Management in the tourism business], Moscow, KnoRUS Publ., 2010. 192 p.
14. ISO 9004.2,9002. Quality management and quality system elements. Introduced 1991–08–01, Moscow: Mezhdunarodnyy standart Publ., 1992.
15. Ketova N. P., Onishchenko Ye. V., Sharafutdinov V. N. *Formirovanie i realizatsiya regionalnogo turisticheskogo produkta na rynke rekreatsionno-ozdorovitelnykh uslug: marketingovyy podkhod* [Development and implementation of a regional tourism product in the market of recreational and wellness services: marketing approach], Rostov-on-Don, Sodeystvie XXI vek Publ., 2011. 288 p.
16. Malykh N. I., Mozhaeva N. G. *Ekonomika gostinichnogo predpriyatiya* [The economy hotel business], Moscow, Forum Publ., Infra-M Publ., 2013. 320 p.
17. Romanov V. A. *Gostinichnye komplekсы: organizatsiya i funktsionirovanie* [Hotel complexes: the organization and functioning], Moscow, MarГ Publ., Feniks Publ., 2010. 221 p.
18. Sorokina A. V. *Organizatsiya obsluzhivaniya v gostinitsakh i turkompleksakh* [Organization of service in hotels and tourist complexes], Moscow, Alfa-M: INFRA Publ., 2010. 304 p.

ВЛИЯНИЕ КЛИМАТИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ НА ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ АСТРАХАНСКОЙ ОБЛАСТИ

Болонина Галина Викторовна

кандидат географических наук, доцент

Астраханский государственный университет
414000, Российская Федерация, г. Астрахань, пл. Шаумяна, 1
E-mail: GalaJim@mail.ru

Мармилов Александр Николаевич

кандидат географических наук, доцент

Астраханский государственный университет
414000, Российская Федерация, г. Астрахань, пл. Шаумяна, 1
E-mail: amarmilov@yandex.ru

Чигина Татьяна Сергеевна, аспирант

Астраханский государственный университет
414000, Российская Федерация, г. Астрахань, пл. Шаумяна, 1
E-mail: tatyanka1106@mail.ru