

## СПЕЦИФИКА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ САЛОНА КРАСОТЫ В ИНФРАСТРУКТУРЕ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

**ПЕТРЕНКО Антонина Сергеевна**

кандидат социологических наук, доцент

**ЭКИНИЛЬ Галина Евгеньевна**

кандидат педагогических наук, доцент

ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»

г. Ростов-на-Дону, Россия

*Тема данной статьи посвящена изучению специфике организации и предоставления услуг салонов красоты в средствах размещения. Возможность повышения ценности гостиничного продукта появляется за счет наполняемости его новыми дополнительными услугами, которые являются собственным предложением и предоставляются на территории самого гостиничного предприятия.*

**Ключевые слова:** услуга, дополнительная услуга, средства размещения, индустрии красоты.

**В** условиях растущей конкуренции и совершенствования требований потребителя, а также при наличии сезонности, гостиничный сектор вынужден формировать новые способы поддержания конкурентоспособности, которые не вредили бы его репутации и не лишали целевой аудитории.

Современный гостиничный бизнес становится все более разнообразным, никого не удивляет, что отель имеет собственный таксопарк, службу доставки и охрану. Иногда наличие конкретного вида дополнительных услуг становится определяющим фактором при выборе пункта для остановки человека на отдых. Гости сознательно стараются предпочесть то гостиничное предприятие, в котором предлагают комплекс разнообразных услуг, позволяющих сократить и временные, и финансовые затраты.

Салоны красоты на сегодня – самый быстрорастущий и экономически выгодный сегмент рынка индустрии красоты. При правильном подходе к созданию салона красоты инвестор не только повышает привлекательность гостиничного предприятия в глазах потребителя, но и может рассчитывать на дополнительный источник прибыли. Ведь целевой аудиторией салона красоты в гостинице есть клиенты активные, обеспеченные и со средним достатком люди, за внимание которых сражается любое клиентоориентированное предприятие индустрии гостеприимства.

Прежде всего, салон красоты – это заведение, в котором предоставляются платные косметические и парикмахерские услуги. Формирование спектра услуг зависит от финансовых возможностей, места расположения салона, его класса и предполагаемой клиентуры. Наиболее востребованные услуги, которые может предложить салон красоты при отеле своим клиентам – стрижка, укладка, макияж, окраска бровей и ресниц, маникюр, процедуры по уходу за лицом. Также в спектр услуг салонов красоты входят массажные процедуры, солярий, SPA-процедуры, объединяющие в себе методики косметологии и массажа, с акцентом на релаксацию и оздоровление организма при помощи натуральных средств, ароматерапии и водных процедур.

Имеющийся в структуре гостиничного предприятия салон красоты для большинства останавливающихся людей, превосходная альтернатива, расположенным в чужом городе аналогичным предприятиям.

Расположение салона красоты на территории гостиницы предполагает наличие потенциальных посетителей, проживающих в гостинице, а также привлечение клиентов извне, постоянно проживающих в населенном пункте.

Открывая салон красоты, необходимо тщательно подойти к вопросу разработки перечня услуг, которые уместно предложить клиентам. Первым делом стоит внимательно

исследовать контингент постояльцев, мотивы, которые чаще всего приводят их в гостиницу, средний уровень доходов гостей. Необходимо изучить насколько востребованной у клиентов будет та или иная задуманная услуга, и сколько люди готовы за нее заплатить. Услуги должны приносить прибыль, быть востребованными и технически выполнимыми. И только лишь после этого становится возможным установить класс для салона красоты и профиль обслуживания. Предлагаемый салоном красоты сервис должен привлечь будущих потребителей не только качеством и ценой, но и сроками исполнения, техническими особенностями помещения. Место под салон красоты должно соответствовать нормам водоотведения и вентиляции [2].

Существуют две главные составляющие успешного продвижения услуг салона красоты на рынке: с одной стороны, сервис, то есть уровень профессионализма обслуживания клиентов, а с другой стороны – разработка собственного стиля и общей концепции дизайна. Приветливо встречающий администратор или менеджер по работе с клиентами, а также доброжелательно настроенный персонал станут залогом удачной работы. Вторая важная составляющая успешности салона – оформление интерьера. От того, насколько эффектно и привлекательно будет выглядеть обстановка в салоне красоты, во многом будет зависеть и отношение потребителей к гостиничному сервису в целом. В декоре всей обстановки и униформе работников салона непременно используются корпоративные цвета, грамотно оформлены рабочие зоны и места приема гостей, создан свой неповторимый стиль.

Техническое оснащение должно быть профессиональным, потому что парикмахерские приборы бытового типа не предназначены для продолжительных нагрузок. При организации салона красоты в гостинице необходимо следующее: мебель и предметы интерьера (диваны, кресла, телефон, телевизор и журнальные столики, всевозможные полочки и выдвижные ящики, шкафы и тумбы, осветительные приборы, оргтехника), расходные материалы и инвентарь (краски, шампуни, бальзамы, средства для укладки и ухода, полотенца, спецодежда), инструменты

(бигуди, зажимы, ножницы, бритвы, машинки для стрижки, расчески), оборудование и приборы (зеркала, фены, кресла для посетителей, мойки, стерилизаторы для парикмахерских инструментов) и т. д. [1].

Для набора сотрудников в салон красоты гостиничное предприятие может выбрать несколько путей: дать объявление, воспользоваться услугами компаний по подбору персонала, поиск среди выпускников учебных заведений. Основное требование к персоналу, работающему в салоне красоты со стороны санитарно-эпидемиологическая служба является наличие медкнижки, регулярное прохождение медосмотров. При выполнении лицензируемых видов деятельности работники салона красоты должны иметь образование, в соответствии с профилем выполняемой деятельности, сертификаты о прохождении курсов повышения квалификации и опыт работы в аналогичной должности. Сотрудники салонов красоты должны тщательно следить за собственной гигиеной, мыть руки после работы с каждым клиентом, использовать средства для увлажнения и смягчения кожи [4].

Гостиничное предприятие, открывая салон красоты, должно побеспокоиться обо всех нормативных документах. Должны быть разработаны должностные инструкции, утвержден технологичный лист управляющего салоном, график работы. Прописаны технические этапы проведения процедур, список требуемых расходных материалов и косметики, сертификаты на услуги и продукцию, документы, отражающие сочетаемость услуг. Перечень нормативных и законодательных актов, регламентирующих деятельность салона, зависит от услуг, которые планируется оказывать. Для парикмахерских основным регулирующим документом является:

- СанПиН 2.1.2.2631-10;
- Санитарные правила 1.1.1058-01;
- Постановление о противопожарном режиме от 25.04.2012 № 390.

Если в салоне предусмотрены услуги татуажа, пирсинга, прокола ушей, массажиста, врача косметолога, то администрация такого салона должна руководствоваться:

- СанПиНом 2.1.3.2630-10;
- Приказом Минздравсоцразвития №381н;

- Постановлением правительства РФ от 16.04.2012 № 291;
- ФЗ от 04.05.2011 № 99-ФЗ;
- Письмом Минздрава от 14.03.2008 № 537-12.

Данные виды деятельности относятся к медицинским в сфере косметологии и в отличие от остальных подлежат лицензированию.

Процесс организации салона красоты в гостинице на следующие этапы:

1. Разработка концепции салона-красоты.
2. Проектирование строительно-отделочных работ.
3. Монтаж технологического оборудования.
4. Работы по запуску оборудования, проверка и настройка.
5. Обучение обслуживающего персонала.
6. Подготовка и открытие салона красоты.

Создание салона красоты при гостинице – весьма трудоемкий процесс, в котором принимает участие целая команда профессионалов самых разных направлений: архитекторы, строители, инженеры-наладчики, дизайнеры, консультанты, медики, специалисты по обучению персонала и др. Вся процедура организации и ввода в эксплуатацию, начиная от разработки концепции и заканчивая встречами первых клиентов, может занять от одного месяца до года в зависимости от сложности проекта, класса салона и финансовых возможностей [5].

Современный салон красоты в гостиничном пространстве состоит из следующих территориальных и функциональных зон и кабинетов для процедур:

- зона приема клиентов, куда входит стойка администратора, места для ожидания процедур и отдыха клиентов, витрина с товарами;
- зона обслуживания включает в себя рабочие места парикмахеров и мастеров ногтевого сервиса; салоны красоты, расположенные в крупных гостиницах имеют, как правило, большую площадь и могут выделить для процедур отдельные кабинеты, где клиенты получают сразу несколько видов услуг; косметологические услуги предполагают наличие кабинетов индивидуального обслуживания по уходу за лицом, волосами и телом;
- санитарно-гигиеническая зона;
- помещения для персонала;
- помещения технического назначения [3].

Всякий бизнес для успешного развития требует непрерывных вложений средств. Гостиничное предприятие, имеющее у себя салон красоты, – не исключение. Необходимо постоянно быть в курсе современных тенденций на рынке бьюти-услуг. Регулярное отслеживание востребованности всех услуг и качество их выполнения, анализ доходности услуг, помогут эффективно функционировать салону красоты, увеличить его привлекательность и сделать доход постоянным.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Карич Л.В.* Сервисные технологии организации туристской деятельности: монография / Л.В. Карич, И.В. Кедрова, Г.Е. Экиниль. – Ростов-на-Дону: Донской государственный технический университет, 2017. – 238 с.
2. *Петренко А.С.* Инновации в деятельности гостиничных предприятий // Туризм и индустрия гостеприимства: современное состояние и тенденции развития материалы II международной научно-практической конференции. – Ростов-на-Дону, 2016. – С. 114-117.
3. *Петренко А.С., Провоторина В.В., Экиниль Г.Е.* Управление качеством гостиничного сервиса: учебное пособие. – Ростов-на-Дону: ДГТУ-Принт, 2019. – 101 с.
4. *Экиниль Г.Е.* Методология и технологии методов наблюдения в научно-педагогическом исследовании и диагностировании: монография. – Ростов-на-Дону, 2012. – 100 с.
5. *Экиниль Г.Е.* Формирование профессиональной конкурентоспособности студентов туристского вуза // Субъект профессиональной деятельности: стратегии развития и риски. Материалы и доклады Международной научно-практической конференции. – Ростов-на-Дону, 2014. – С. 298-301.

## SPECIFICITY OF THE PROVISION OF BEAUTY SALON SERVICES IN THE INFRASTRUCTURE OF THE HOTEL

**PETRENKO Antonina Sergeevna**

Candidate of Sociology, Associate Professor

**EKINIL Galina Evgenievna**

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor

Don State Technical University

Rostov-on-Don, Russia

*The topic of this article is devoted to studying the specifics of the organization and provision of beauty services in accommodation facilities. The opportunity to increase the value of a hotel product arises due to its fullness with new additional services, which are our own offer and are provided on the territory of the hotel enterprise itself.*

**Key words:** service, additional service, accommodation facilities, beauty industry.

## К ВОПРОСУ ОБ ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ СОБЫТИЙНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

**ПЕТРЕНКО Антонина Сергеевна**

кандидат социологических наук, доцент,

**ЭКИНИЛЬ Галина Евгеньевна**

кандидат педагогических наук, доцент,

ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»

г. Ростов-на-Дону, Россия

*В статье рассматриваются цели предприятий при организации и проведении событийных мероприятий, критерии и основные вопросы оценки их эффективности. Приведен пример разработки карты восприятия относительно координат «цена» и «воспринимаемые услуги».*

**Ключевые слова:** событийное мероприятие, оценка эффективности, организация мероприятия, проведение мероприятия.

Событийное мероприятие – важнейший мотивирующий инструмент современного предприятия. Событийные мероприятия заметно влияют на развитие, маркетинговые планы предприятий, особо сильное воздействие оказывают на их конкурентоспособность. В настоящее время, по своему содержанию, событийные мероприятия неисчерпаемы и с каждым годом только возрастает количество участников. Одна из самых важных функций предприятий при организации и проведении событийных мероприятий является оценка их эффективности с целью анализа итогов, проверки достижения целевых показате-

телей, а также формирования рекомендаций для повышения эффективности дальнейшей деятельности. Зачастую, успешность мероприятия оценивают исходя из численности гостей, отзывах на различных ресурсах и т. д.

Критерии оценки эффективности условно можно разделить на две группы: критерии, основанные на применении экономических показателей, а также критерии, основанные на показателях восприятия.

Экономическая эффективность от проведенного событийного мероприятия может быть оценена в зависимости от формата мероприятия. Рассмотрим основную классифи-