

Интернет-журнал «Наукоедение» ISSN 2223-5167 <https://naukovedenie.ru/>

Том 9, №6 (2017) <https://naukovedenie.ru/vol9-6.php>

URL статьи: <https://naukovedenie.ru/PDF/52EVN617.pdf>

Статья опубликована 15.12.2017

Ссылка для цитирования этой статьи:

Мухина М.В., Шевченко С.М., Цапина Т.Н. Развитие индустрии свадебных услуг в Нижнем Новгороде // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 9, №6 (2017) <https://naukovedenie.ru/PDF/52EVN617.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 331

Мухина Мария Вадимовна

ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина», Россия, Нижний Новгород¹
Доцент кафедры «Технологий сервиса и технологического образования»
Кандидат педагогических наук
E-mail: mariyamuhina@yandex.ru
ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-9219-349X>
РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=737294

Шевченко София Михайловна

ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина», Россия, Нижний Новгород
Доцент кафедры «Технологий сервиса и технологического образования»
Кандидат технических наук
E-mail: shevchenko.sm@mail.ru
РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=718028

Цапина Татьяна Николаевна

ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского»
Россия, Нижний Новгород
Доцент кафедры «Экономики фирмы»
Кандидат экономических наук
E-mail: tsapina@mail.ru

Развитие индустрии свадебных услуг в Нижнем Новгороде

Аннотация. В статье описан проект разработки новой услуги «Свадебный парк» для индустрии свадебного бизнеса, созданный студентами, обучающимися по направлению 43.03.01 «Сервис», в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина». Авторами была исследована деятельность рынка свадебных услуг в Нижнем Новгороде и выявлено недостаточное количество предложений для удовлетворения спроса молодежи на услуги свадебных агентств. В статье было проведено исследование предпочтений пар, подавших заявление в Дом бракосочетаний, а также проведен опрос среди студентов Мининского университета на предмет выявления интереса молодежи к нетрадиционным формам организации свадебной регистрации. Результаты выявили наличие большого спроса на оказание услуг по выездной регистрации свадьбы и организации свадебного мероприятия на выезде. Разработанный проект «Свадебный парк» позволил предложить молодежи решение данной проблемы посредством создания стационарной площадки в живописном месте на природе для организации выездной регистрации или проведения самого свадебного

¹ 603004, г. Нижний Новгород, ул. Челюскинцев, 9

мероприятия на природе. Авторами выполнена калькуляция проекта, в статье приведены некоторые экономические показатели, рассчитаны сроки самоокупаемости проекта. Разработанный проект предложен к реализации агентствам Нижнего Новгорода.

Ключевые слова: индустрия свадебных услуг; проект «Свадебный парк»; новая услуга; опрос студентов Мининского университета; исследование индустрии свадебных услуг в Нижнем Новгороде; спрос на услуги; выездная регистрация

В последнее время, индустрия праздников в Нижнем Новгороде стала развиваться с огромной скоростью. Обучаясь в Нижегородском государственном педагогическом университете им. К. Минина по направлению 43.03.01 – Сервис, профиль Социально-культурный сервис, студенты изучают и анализируют ситуацию в сфере оказания услуг населению с целью поиска перспективных «ниш» для своего дальнейшего бизнеса [11, 14, 16]. Одним из перспективных направлений развития является «свадебный бизнес» [6].

Свадьба – одно из самых значимых, долгожданных и захватывающих событий в жизни каждого человека. Каждый мечтает о том, чтобы этот день был самым удивительным, самым уникальным. В ожидании этого чудесного дня не хочется нагружать себя лишними хлопотами, организационными проблемами или форс-мажорными обстоятельствами, неожиданно возникающими в предсвадебные дни [2, 5].

В России свадебный бизнес еще достаточно молод, но при этом рынок свадебных услуг развивается очень динамично. Специалисты в данной области предсказывают увеличение объема рынка в ближайшие два года, как минимум, в два раза. Доходность оценивается под 90 %. Современная молодежь проявляет огромный интерес к организации свадебной церемонии и проведению ее в необычном месте, с нестандартной программой, эксклюзивными костюмами [1, 12]. Поскольку данное направление является интересным с точки зрения извлечения прибыли, авторами в работе был проведен анализ и оценка уровня развития свадебной индустрии в Нижнем Новгороде.

В городе работают несколько специализированных свадебных агентств. Есть как узкоспециализированные агентства, занимающиеся исключительно свадебными торжествами («Jetem», «Family»), так и компании, способные организовать любые мероприятия, например, такие как день рождения, юбилей, корпоратив и т. д. («Vista», «King House», «Camay Media»). Каждое свадебное агентство в погоне за популярностью и привлечением новых клиентов предлагает «новоиспеченные» услуги. Например, агентство «King House» открыло салон свадебной и вечерней моды, а также фотостудию в одном офисе [7, 13]. Следовательно, молодожены, не выходя из одного помещения, могут заказать свадебное торжество, примерить наряды, даже присмотреть наряды родственникам и провести фотосъемку в стиле love-story [18].

В настоящее время всё большей популярностью пользуются выездные регистрации бракосочетания. В работе был проведен социологический опрос пар, подавших заявления в Нижегородский Дом бракосочетания в 2016 году, на предмет выявления пожеланий к организации и проведению свадебной церемонии. Результаты представлены на рисунках 1 и 2 (и далее рисунки автора).

Результаты социологического опроса клиентов Нижегородского Дома бракосочетаний

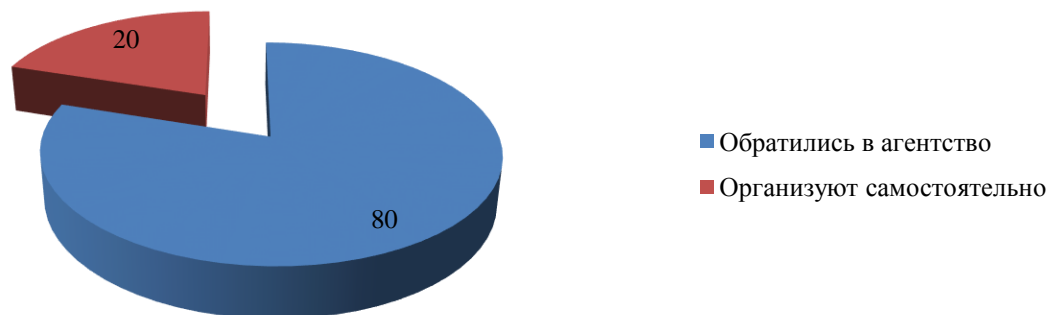


Рисунок 1. Результаты социологического опроса клиентов Нижегородского Дома бракосочетаний

Анализ результатов исследования показал, что, во-первых, 80 % пар обратились в агентства за помощью в организации свадебного мероприятия и лишь 20 % планируют заниматься организацией свадеб самостоятельно или вовсе не собираются организовывать церемонию.

Выбор стиля свадебной регистрации

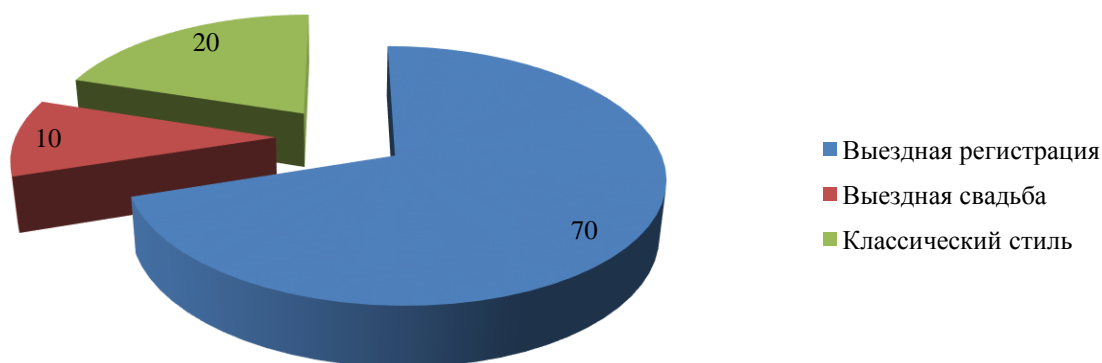


Рисунок 2. Результаты социологического опроса клиентов Нижегородского Дома бракосочетаний

Во-вторых, характер проведения самого мероприятия выглядит, по мнению опрошенных, должен выглядеть следующим образом: 20 % пар придерживаются классики в проведении свадебной церемонии, 70 % пар хотят организовать регистрацию на выезде, но не знают где, а 10 % мечтают о выездной свадьбе, но считают это дорогим удовольствием.

В работе был проведен опрос по данной проблеме и среди молодежной аудитории, в качестве которой были выбраны студенты Мининского университета. Результаты проведенного исследования приведены на рисунке 3.



Рисунок 3. Результаты опроса студентов Мининского университета

Из диаграммы видно, что 83 % студентов мечтают о выездной регистрации или свадьбе, что подтверждает данные опроса, полученные при анкетировании пар, подавших заявление в Нижегородский Дом бракосочетаний, доказывает востребованность данной услуги на рынке и необходимость разработки услуг в данном секторе бизнеса. Поэтому в работе было проведено изучение рынка услуг, предоставляемых event-агентствами и агентствами, специализирующимися на организации свадеб, предоставляющими данную возможность в Нижнем Новгороде. Анализ предложений данного рынка показал однотипность услуг, предлагаемых большинством агентств [17].

Ниже приведен пример работы одного из типовых агентств, занимающегося организацией свадебных мероприятий. Подготовка к мероприятию в этом агентстве включает несколько этапов:

1. Встреча в агентстве, обсуждение пожеланий клиента.
2. Выбор стилистики и цвета свадьбы.
3. Выбор места под выездную регистрацию.
4. Подбор всех необходимых услуг по выездной церемонии.
5. Подписание договора, оплата 20 % от стоимости услуг.
6. Встреча за три дня до свадьбы, полная оплата услуг, обсуждение деталей.
7. В день свадьбы приезд команды агентства не менее, чем за 2 часа до начала мероприятия. Монтаж оборудования.
8. Встреча гостей за 30 минут до начала церемонии.
9. Выездная церемония.
10. Демонтаж всего оборудования.

Стоимость услуги от 35000 рублей. В стоимость входит:

1. Помощь в выборе места церемонии, разработка сценария.
2. Ведущая церемонии в цветовом дресс-коде.
3. Авторская зона росписи – работа команды декораторов-флористов.
4. Регистрационный столик. Реквизиты в индивидуальном дизайне авторской работы.

5. Диджей, профессиональное звуковое оборудование.
6. Живая музыка – скрипка.
7. Стулья в количестве 20 штук в чехлах и бантах любого цвета.
8. Дорожка тканевая любого цвета.
9. Лепестки роз.
10. Работа свадебного распорядителя.

Из представленных данных видно, что перечень необходимого оборудования обеспечивает только возможность выездной регистрации, а для организации полноценной свадьбы на выезде не достаточен. С таким набором даже сложно организовать и регистрацию, отвечающую всем романтическим ожиданиям клиентов. К тому же, такой набор оборудования не спасет молодоженов от дождя, яркого солнца или других непредвиденных погодных условий [4, 9]. И такая программа характерна для большинства агентств.

Таким образом, проведенный в работе анализ рынка организации выездной регистрации и свадьбы фирмами города Нижнего Новгорода показал, что спрос превышает имеющиеся предложения. В связи с этим, в работе представлена разработка специального проекта – «Свадебный парк».

Уникальность предлагаемого проекта состоит в том, что это будет специально созданный стационарный построенный парк (не переносной), который уже оснащён всевозможным оборудованием: банкетный зал, оборудованные места для фотографий, удобный пол и танцплощадка, фонтан, качели, стойка регистрации, арка, ковровые дорожки, биотуалет т. д. В «Свадебном парке» пары смогут не только зарегистрировать свой брак под открытым небом, на фоне природы, но и полностью провести бракосочетание. В качестве площадки для проекта предлагается использовать территорию в парке Швейцария. Это место очень красивое и идеально подойдет под свадебное торжество, ведь вечером с нее открываются прекрасные виды на нижнюю часть города и Оку. Так как свадьбы проводятся, в основном, с пятницы по понедельник, то в остальные дни эта площадка может служить местом для романтических свиданий или фотосессий, в «неактивное» время, парк послужит местом для разных презентаций, выставок, а также для просмотров фильмов под открытым небом и т. п.

Если одна из пар захочет провести все свое торжество на этой площадке, то можно предусмотреть предложение им услуги не только предоставление аренды парка, но и в самой организации праздника, предложив скидку при полном пакете услуг (кейтеринг, фотограф, ведущий, артисты и т. д.) [3]. Подобного коммерческого предложения еще нет в Нижнем Новгороде. По нашему мнению, реализация данного проекта позволит привлечь большое количество клиентов и позволит занять лидерские позиции среди всех свадебных агентств Нижнего Новгорода. Разработанный проект необходим, так как нашему городу не хватает такого парка с местами для романтических вечеров, волшебных свадебных церемоний и интересных фотосессий.

Что касается обслуживания и стоимости аренды парка, то цена очень конкурентоспособна по сравнению с другими агентствами. Свадебные агентства Нижнего Новгорода берут деньги за отдельные части площадки, а в разработанном проекте предусмотрена аренда за весь парк в целом. По предварительным подсчетам стоимость аренды парка за час будет составлять 6200 рублей.

В таблице 1 представлены некоторые экономические расчеты проекта.

Таблица 1

Параметры экономического расчета

№ п/п	Параметры расчета	Сумма, руб.
1	Затраты на строительство парка (Подготовка территории, обнесение территории забором, услуги дизайнера, монтаж шатра, монтаж внутреннего оборудования, банкетного зала, композиции на территории парка, монтаж напольного покрытия, вывеска над воротами и т. д.)	1443000
2	Бюджет продвижения	250 000
3	Ежемесячные расходы (Аренда, фонд заработной платы, вывоз био-туалетов, оплата электроэнергии и др.)	200000
4	Ежемесячная прибыль от реализации услуг (полная свадьба, выездная регистрация, фотосессии, кинотеатр, свидания и др.)	1168000

При полной занятости парка (наилучший расклад) точка самоокупаемости может быть преодолена за 2 месяца.

По нашему мнению, этот парк будет пользоваться популярностью не только у пар, готовящих такое важное мероприятие как свадьба, но и у всей молодежи и не только, ведь это отличное место для проведения романтического свидания. Уникальность этой идеи позволит разработчикам проекта занять достойное место и выбиться в лидеры среди конкурентов.

Таким образом, из выше изложенного следует:

1. В Нижнем Новгороде недостаточное количество агентств, которые имеют возможность предоставить широкий спектр свадебных услуг, в том числе и эксклюзивных.
2. Свадебная индустрия набирает обороты и спрос на услуги свадебных агентств будет неуклонно расти.
3. Разработанное предложение интересует значительное количество пар, готовящихся к вступлению в брак, а значит, будет востребовано.

Проведя исследование состояния свадебной индустрии в Нижнем Новгороде, было выявлено, что инвестиции в этот бизнес являются одним из наиболее перспективных видов вложения денег [8]. Организация бизнеса в свадебной индустрии направлена на успех и обладает достаточным потенциалом. Студентам, обучаясь по направлению Сервис, целесообразно рассматривать бизнес в свадебной индустрии как широкое поле для реализации своих профессиональных идей [10, 15].

ЛИТЕРАТУРА

1. Алексеенко И. В., Бронникова А. В. Проблемы развития рынка свадебных услуг г. Омска. В сборнике: Стратегии устойчивого развития национальной и мировой экономики Сборник статей Международной научно-практической конференции. 2015. С. 3-5.
2. Андросова Г. М., Свириденко О. В. Внедрение новых видов услуг как фактор способствующий повышению эффективности предприятий индустрии красоты. В сборнике: Экономика сферы сервиса: проблемы и перспективы Сборник материалов научно-практической конференции. Омский государственный институт сервиса. 2015. С. 84.
3. Баканкова Е. М. Сущность и классификационные параметры кейтеринговых услуг. Школа университетской науки: парадигма развития. 2013. № 1 (8). С. 100-103.
4. Бондаренко В. Ю., Черняк Я. В. Современная свадьба как социокультурный проект. В сборнике: Молодёжь третьего тысячелетия Сборник научных статей. 2016. С. 396-397.

5. Бледных Е. С. Хочу в event-специалисты. С чего начать? Event-маркетинг. 2015. № 2. С. 140-148.
6. Васильева Т. Н., Фокина Т. А., Голубева О. В., Мухина М. В. О профессиональных предпочтениях студентов-психологов наборов разных лет // Интернет-журнал «Мир науки» 2016, Том 4, номер 5 <http://mir-nauki.com/PDF/62PSM516.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.
7. Костылев Д. С., Садкова Д. А., Машагина К. А. Процесс продвижения услуг сферы сервиса. В сборнике: Экономика, право, образование: региональный аспект сборник научных трудов X межвузовской научно-практической конференции. под ред. Е. С. Усовой; Моск. ун-т им. С.Ю. Витте; ф-л Моск. ун-та им. С. Ю. Витте в г. Н. Новгороде. 2016. С. 99-104.
8. Кралова А., Шевченко С. М., Мухина М. В. Интернационализация экономического образования в рамках проекта «Темпус». Вестник Мининского университета. 2014. № 4 (8). С. 30.
9. Крутиков В. К., Хыски М., Станайтис С. Создание парков развлечений: отечественная и мировая практика. Калужский экономический вестник. 2016. № 4. С. 47-50.
10. Макринова Е. И. Формирование регионально-ориентированных профессиональных компетенций бакалавров в рамках укрупненной группы специалистов "сервис и туризм". В сборнике: Актуальные задачи, проблемы и перспективы развития сервиса и туризма в условиях кризисных явлений в глобальной экономике. Формирование карьерной компетентности будущих специалистов сервиса и туризма в условиях информатизации образования материалы международной научно-практической и методической конференций. Белгородский университет кооперации, экономики и права. 2015. С. 143-151.
11. Мухина М. В. Совершенствование процесса обучения специалистов сервисных направлений в НГПУ имени Козьмы Минина. В сборнике: Наука и образование: проблемы и перспективы. Сборник статей Международной научно-практической конференции. 2014. С. 111-113.
12. Мышьякова Н. М., Шуста А. В. Актуальные тенденции развития свадебного сервиса в Санкт-Петербурге. В сборнике: Актуальные проблемы развития индустрии гостеприимства сборник трудов. Под редакцией О. Н. Кострюковой, О. А. Никитиной, Е. В. Печерица. 2016. С. 121-123.
13. Руденко Е. Н. Свадебный обряд по данным интернета. Антропологический форум. 2009. № S11. С. 1-17.
14. Смирнова Ж. В., Мухина М. В. Самостоятельная работа студентов по направлению подготовки «Сервис». Современные проблемы науки и образования. 2016. №5, С. 248.
15. Тюмина Н. С., Шевченко С. М. Современные тенденции развития российского образования. В сборнике: Социальные и технические сервисы: проблемы и пути развития сборник статей по материалам II Всероссийской научно-практической конференции. Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина. 2015. С. 193.
16. Шевченко С. М., Мухина М. В., Лебедева Т. Е., Каткова О. В. О реализации европейских тенденций экономического образования при подготовке бакалавров в НГПУ им. К.ю Минина // Интернет-журнал «Наукоедение». 2014, №4 (23). С. 19.
17. Свадебное агентство «Mary». <http://mary-nn.ru/> (дата обращения 06.11.2017).
18. Брак и семья. <http://www.svadba-gid.ru/> (дата обращения 06.11.2017).

Mukhina Maria Vadimovna

Minin Nizhny Novgorod state pedagogical university, Russia, Nizhny Novgorod
E-mail: mariyamuhina@yandex.ru

Shevchenko Sofia Mikhaylovna

Minin Nizhny Novgorod state pedagogical university, Russia, Nizhny Novgorod
E-mail: shevchenko.sm@mail.ru

Tsapina Tatyana Nikolaevna

N.I. Lobachevsky state university of Nizhny Novgorod – national research university, Russia, Nizhny Novgorod
E-mail: tsapina@mail.ru

Development of the wedding services industry in Nizhny Novgorod

Abstract. The article describes the project to develop a new service "Wedding Park" for the wedding business industry, created by students studying in the direction of 43.03.01 "Service", in the Federal State Budget Educational Institution of Higher Education "Nizhny Novgorod State Pedagogical University. K. Minin". The authors examined the activity of the wedding services market in Nizhny Novgorod and identified a lack of proposals to meet the demand of young people for the services of wedding agencies. The article investigated the preferences of couples who submitted an application to the Wedding House, as well as conducted a survey among students of the University of Minnesota to identify the interest of young people in non-traditional forms of organizing wedding registration. The results revealed a great demand for the provision of services for the field registration of the wedding and the organization of a wedding event on the road. The developed project "Wedding Park" made it possible to offer young people a solution to this problem by creating a stationary site in a picturesque place on the nature for organizing an on-site registration or holding a wedding event. The authors carried out the project costing, some economic indicators are given in the article, and the deadlines for project self-sufficiency are calculated. The developed project is proposed for implementation by agencies of Nizhny Novgorod.

Keywords: the wedding services industry; the "Wedding Park" project; a new service; a survey of students at the University of Minnesota; a survey of the wedding services industry; demand for services; and exit registration