

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»  
Институт гуманитарного и социально экономического образования  
Кафедра социологии и социальной работы

## ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СВАДЕБНОГО ТУРИЗМА

Выпускная квалификационная работа бакалавра  
по направлению подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение  
(по отраслям)  
профилю подготовки «Экономика и управление»  
специализации «Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве»

Идентификационный код ВКР: 150

Екатеринбург 2016

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»  
Институт гуманитарного и социально экономического образования  
Кафедра социологии и социальной работы

К ЗАЩИТЕ ДОПУСКАЮ:  
Заведующая кафедрой СЦР  
\_\_\_\_\_ Н.Ю. Масленцева  
« \_\_\_\_ » « \_\_\_\_\_ » 2016 г.

## ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СВАДЕБНОГО ТУРИЗМА

Выпускная квалификационная работа бакалавра  
по направлению подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение  
(по отраслям)  
профилю подготовки «Экономика и управление»  
профилизации «Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве»

Идентификационный код ВКР: 150

Исполнитель:  
студентка группы ТГ-411

В.Е. Кузьминых

Руководитель:  
доцент кафедры социологии и  
социальной работы,  
канд. социол. наук, доцент

Т.В. Пермякова

Нормоконтролер:  
ст. преподаватель кафедры  
социологии и социальной работы

В.С. Куимов

Екатеринбург 2016

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа выполнена на 52 страницах, содержит 30 источников литературы, а также 5 приложений.

*Ключевые слова:* ТУРИЗМ, ВИДЫ ТУРИЗМА, СВАДЕБНЫЙ ТУРИЗМ, ПОТРЕБНОСТЬ, МОТИВАЦИЯ, СВАДЕБНЫЙ ТУР.

*Объектом выпускной работы* является свадебный туризм как вид туризма.

*Предметом выпускной работы* выступают проблемы и перспективы развития свадебного туризма.

*Цель работы* – выявить и проанализировать проблемы и перспективы развития свадебного туризма в Свердловской области.

Работа посвящена анализу проблем и перспектив развития свадебного туризма. Во введении раскрыта актуальность темы, степень её научной разработанности, практическая значимость работы, дана общая характеристика использованных в работе методов анализа и сбора эмпирической информации, сформулированы цели, задачи, определён объект и предмет выпускной работы.

В первой главе «Теоретические аспекты изучения свадебного туризма» дана характеристика основных понятий, раскрываются особенности свадебного туризма и туризма в целом, рассматриваются мотивация и потребности людей в данном виде туризма, освещается опыт развития туризма.

Вторая глава представляет собой анализ рынка свадебного туризма на примере г. Екатеринбурга, выявлены ключевые проблемы его современного состояния, определены перспективы его развития.

В заключении подведены итоги работы, сформулированы ключевые выводы, обозначены перспективы дальнейших исследований по данной теме.

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЕ СВАДЕБНОГО ТУРИЗМА.....	7
1.1.Понятие, виды, функции туризма .....	7
1.2. Свадебный туризм: понятие, особенности, виды.....	17
2. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СВАДЕБНОГО ТУРИЗМА (на примере г. Екатеринбурга).....	26
2.1. Основные характеристики рынка свадебного туризма.....	26
2.2. Менеджеры турфирм о проблемах и перспективах развития свадебного туризма .....	32
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	38
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ .....	40
ПРИЛОЖЕНИЕ А – Анкета директора свадебного агентства.....	43
ПРИЛОЖЕНИЕ Б – Анкета зам. директора свадебного агентства.....	45
ПРИЛОЖЕНИЕ В – Анкета менеджера свадебного агентства.....	48
ПРИЛОЖЕНИЕ Г – Анкета директора турагентства.....	50
ПРИЛОЖЕНИЕ Д – Анкеты директора турагентства.....	53

## ВВЕДЕНИЕ

*Актуальность* выбранной темы заключается в том, что последние годы в России наблюдается динамичное развитие как внутреннего, так и зарубежного свадебного туризма. Молодые пары обращаются в туристические агентства в связи с тем, что свадьба – это очень значимое событие и большинство людей пытаются сделать его незабываемым, отсюда и происходит развитие свадебного туризма. Также можно отметить, что свадебная традиция – это явление, которое существует с древних времен и будет оставаться актуальным всегда, затрагивая каждого человека тем или иным образом. Миллионы людей во всем мире уделяют большое внимание процессу женитьбы или венчания. Это самое яркое событие в жизни каждого человека. Активное развитие цивилизации дает множество возможностей для воплощения новых свадебных идей. На данный момент все чаще у людей возникает желание отойти от традиционного свадебного обряда. Ведь невесты в белых платьях, голуби, шарики, тосты гостей и выкуп невесты – все это уже стало традиционным вариантом и изрядно наскучило брачующимся. Все большее количество людей стараются организовать свадьбу так, чтобы она была яркой, запоминающейся и оригинальной. В связи с этим в турагентствах свадебный туризм в последние годы стал пользоваться особой популярностью. Ведь квалифицированный персонал организует все на должном уровне, учитывая пожелания заказчиков. Таким образом, молодожены могут подарить себе праздник без лишних хлопот, о котором затем можно будет с гордостью рассказывать друзьям, детям и внукам.

Поэтому для специалистов туристской отрасли чрезвычайно важно не только владеть навыками практической организации такого вида туров, но и иметь четкое представление о том, что такое свадьба за рубежом. Эти знания помогут лучше осознавать потребности туристов при создании и продвижении турпродукта, выделять целевые сегменты рынка и т.д.

Необходимо также знание географии, основных туристских маршрутов и романтических мест, поскольку именно они служат объектами привлечения в данном виде туризма.

*Степень разработанности темы.* Рассматривая свадебный туризм нельзя обойтись без упоминания о туризме в целом, а так же без упоминания о его истории, о которой подробно написано в трудах В.И. Авдеева, Т. Богнард-Левина, С.Н. Макаренко, Н.Б. Соколовой.

Вопросы организации туризма, особенности деловой культуры нашли отражение в работах А.Ю. Александрова, М.Б. Биржакова, Н.Ю. Веселовой, И.А. Рябовой. Терминология использовалась по словарям С.И. Ожегова, А.М. Прохорова.

Теми, кто в событийном туризме стали подробно рассматривать свадебный являются А.В. Бабкин, Е.В. Леонидова, А.А. Сафронова, В.С. Сенин. Использование новых подходов и практических рекомендаций в области свадебного туризма стало возможным благодаря работам М.А. Каменской, Т.Б. Климовой и другим авторам, труды которых были использованы в данной работе. В частности, первым кто стал рассматривать свадебный туризм как отдельный вид туризма и, фактически, положил начало новому виду, стал С.П. Шпилько. Однако следует отметить, что в большинстве публикаций недостаточно внимания уделяется принятию стратегических решений в условиях расширяющегося рынка, в связи с чем существует необходимость в разработках по данному направлению.

*Объектом* исследования данной работы является свадебный туризм как вид туризма.

*Предметом* исследования являются проблемы и перспективы развития свадебного туризма.

*Целью* работы является выявление и анализ проблем и перспектив развития свадебного туризма в Свердловской области. Для достижения поставленных целей необходимо выполнить следующие *задачи*:

- 1) изучить и систематизировать информацию о понятиях, видах и функциях туризма.
- 2) изучить теоретические аспекты свадебного туризма, его понятие, особенности и виды.
- 3) рассмотреть и исследовать основные характеристики рынка свадебного туризма в Екатеринбурге.
- 4) на основе интервью с менеджерами и руководителями турфирм выявить проблемы и перспективы развития свадебного туризма

*Эмпирической базой* послужили работы российских авторов М.Б. Биржаковой и В.С. Сениной, а также результаты пяти опросов менеджеров и владельцев компаний, которые занимаются свадебным туризмом в г. Екатеринбург.

*Практическая значимость* работы заключается в возможности использования выводов, полученных в ходе исследования, для решения текущих задач индустрии свадебного туризма. Также результаты и материалы исследования могут быть использованы начинающими предпринимателями в сфере свадебного туризма.

# 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ СВАДЕБНОГО ТУРИЗМА

## 1.1. Понятие, виды, функции и эволюция туризма

В современной отечественной и зарубежной литературе выработано много подходов к определению понятия «туризм». Эти подходы основываются на различных признаках и могут быть объединены в несколько групп:

- туризм как временные перемещения людей, их нахождение вне постоянной среды обитания и временное пребывание на объекте, вызывающем туристский интерес;

- туризм как сложная социально экономическая система, основу которой составляет многоотраслевой производственный комплекс, называемый туристской индустрией;

- туризм как сегмент рыночной экономики, на котором взаимодействуют различные предприятия хозяйственного комплекса с целью предложения продукта, удовлетворяющего туристский интерес;

- туризм как временные выезды граждан и лиц без гражданства в свободное время с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессиональных, спортивных, религиозных, деловых, образовательных и иных целях на срок не менее суток и не более 6 месяцев и без занятия оплачиваемой деятельностью в месте временного пребывания<sup>1</sup>.

Последнее определение понятия «туризм» является наиболее полным, так как учитывает все признаки, которые отличают туризм от путешествия и иных видов перемещений. Наиболее важный признак, определяющий туристские перемещения, - свободное время человека. Под свободным

---

<sup>1</sup>Александрова А.Ю. Экономика и территориальная организация международного туризма: учебник. М: АспектПресс, 2003. С. 21

временем в туризме следует понимать время отпуска, каникул, выходных и праздничных дней, время после выхода на пенсию.<sup>1</sup> Второй важнейший признак туризма - цель перемещения. В определении четко обозначены эти цели: оздоровительные, познавательные, профессиональные, спортивные, религиозные, деловые, образовательные, бракосочетание или медовый месяц. Третий признак устанавливает временные рамки туристского перемещения - не менее суток и не более 6 месяцев, что чрезвычайно важно для туристской статистики и экономики туристской индустрии. Четвертый признак, характеризующий туристские перемещения, предусматривает невозможность занятия оплачиваемой деятельностью в месте временного пребывания<sup>2</sup>. Это означает, что турист помимо свободного времени должен обладать и свободными денежными средствами, которые он готов потратить на определенные цели, связанные с отдыхом и восстановлением организма.

Современный туризм - явление, с одной стороны, молодое, так как массовым он стал лишь после Второй мировой войны; с другой стороны, туризм имеет глубокие исторические корни, так как путешествия известны человечеству с древнейших времен.

В истории развития туризма принято выделять четыре этапа:

- до начала XIX в. - предыстория туризма;
- начало XIX в. - начало XX в. - элитарный туризм; зарождение специализированных предприятий по производству туристских услуг;
- начало XX в. - до Второй мировой войны - зарождение массового социального туризма;
- после Второй мировой войны - современный этап - массовый социальный туризм; формирование туристской индустрии как межотраслевого комплекса по производству товаров и услуг для туристов.

---

<sup>1</sup>Словари и энциклопедии, Академик [Электронный ресурс]: Режим доступа: [www.dic.academic.ru/dic.nsf](http://www.dic.academic.ru/dic.nsf)

<sup>2</sup>Александрова А.Ю. Экономика и территориальная организация международного туризма: учеб. М: АспектПресс, 2003. С. 23.

В основу данной периодизации положены следующие критерии: технико-экономические предпосылки, социальные предпосылки, целевые функции туризма на разных этапах развития. На первом этапе развития туризма основными мотивами путешествия были торговля, образовательные цели, паломничество и лечение. В Средние века усиливается религиозный фактор путешествия - поклонение святыням христианства и ислама. В эпоху Ренессанса религиозная составляющая туризма была несколько ослаблена, при этом укрепились образовательный и познавательный мотивы путешественников. Особенностью путешествий до начала XIX в. был примитивизм средств передвижения; путешествие было не самоцелью, а необходимым условием к достижению собственно цели: торговые дела, расширение образовательного кругозора, лечение, паломничество. Всех путешественников объединяло одно качество: они составляли меньшинство, элиту общества<sup>1</sup>.

Важнейшую роль в развитии туризма сыграли революционные изменения в развитии транспорта: изобретение парохода (американцем Робертом Фултоном в 1807 г.) и паровоза (англичанином Джорджем Стефенсоном в 1814 г.), совершенствование почтовой связи, сопровождавшееся расширением сети дорог в Европе. Все это обусловило надежность и скорость передвижения при снижении расходов на путешествие. В середине XIX в. появились первые пароходные компании, стоявшие в основе круизного туризма. В течение второго этапа развития туризма в обществе происходят такие процессы, как изменение соотношения рабочего времени и времени для отдыха. В Германии в 1873 г. впервые были введены оплачиваемые отпуска, произошло уменьшение рабочего времени в пользу свободного<sup>2</sup>. Повышение качества и надежности транспортных перевозок в совокупности с их удешевлением, а также постепенное сокращение рабочего времени обусловили существенное увеличение потоков

---

<sup>1</sup>Соколова М.В. История туризма: учеб. пособие. М.: Академия, 2004. С. 69.

<sup>2</sup>Макаренко С.Н. История туризма: учебник Таганрог: ТРТУ, 2003. С. 41.

путешествующих. В этот период возникают специализированные средства размещения для обслуживания путешественников. В Германии в 1801 г. в городе Баден Баден открылась первоклассная гостиница «БадишерХофф», в Швейцарии в 1812 г. был построен отель «Риги - Клестерли», в 1859 г. открылась гостиница «Гранд Отель Швайцерхофф» в городке Интерлакен в центральной Швейцарии. В этот период строились роскошные гостиницы, которые обслуживали представителей аристократических кругов и высшего офицерства. Во второй половине XIX в. индустрия туризма расширила сферу своего производства: к средствам размещения добавились туристские фирмы, в задачу которых входила организация туристских поездок и реализация их потребителю. Хрестоматийным примером является туристское бюро Т. Кука, созданное в середине XIX в. в Великобритании. Первое бюро путешествий в Германии - «РайзебюроШтанген» - было основано в Бреслау в 1863 г. Эта фирма имела тесные контакты с пароходными компаниями и активно продавала морские круизные туры. Начиная с 1862 г. появляются и первые каталоги туристских поездок, что отразило процесс расширения туристского спроса<sup>1</sup>.

Первая мировая война, экономическая депрессия 1930 х гг. и Вторая мировая война оказали негативное влияние на развитие туризма. Но именно в этот период между двумя мировыми войнами появились ростки массового туризма, расцвет которого пришелся на послевоенные десятилетия.

После Второй мировой войны туризм приобрел действительно массовый социальный характер. Стала формироваться индустрия отдыха со своими институтами, продуктом, производственным циклом, методами организации и управления производством<sup>2</sup>. Это период массового строительства гостиниц, мотелей, разного рода увеселительных заведений. Расширились гостиничные цепи, появились гостиничные семейства, произошел интенсивный рост как въездного, так и выездного туризма.

---

<sup>1</sup>Макаренко С.Н. История туризма: учебник Таганрог: ТРТУ, 2003. С. 43.

<sup>2</sup>Рябова И.А. Экономика и организация туризма: международный туризм: учеб. пособие. М.: КНОРУС, 2005. С. 63.

После Второй мировой войны в спросе и предложении на рынке туризма произошли коренные изменения, которые дают основание говорить о том, что массовый конвейерный туризм стал постепенно трансформироваться в массовый дифференцированный туризм. Конвейерный туризм предполагает относительный примитивизм и однородность потребностей и мотивации туристов, обезличено конвейерный характер производимых услуг. Дифференцированный туризм отличает разнообразная парадигма потребностей и мотиваций туристов, множественность узкоспециализированных сегментов в туристском спросе, разнообразие предлагаемых услуг и ярко выраженная специализация туристского предложения. Переход от конвейерного к дифференцированному туризму совершался одновременно с переходом от рынка производителей к рынку потребителей. Именно в это время зарождаются новые виды туризма, обусловленные индивидуальными неординарными потребностями туристов, один из них стал свадебный туризм<sup>1</sup>.

Туризм в современном мире проявляется в разных явлениях, связях и отношениях, что определяет необходимость его классификации, т. е. группировки по отдельным однородным признакам, зависящих от определенных практических целей.

В соответствии с рекомендациями ВТО<sup>2</sup> в отношении отдельной страны выделяются следующие типы туризма:

- внутренний туризм - путешествия граждан в пределах государственных границ собственной страны;
- въездной туризм - путешествия нерезидентов в пределах государственных границ какой либо страны;
- выездной туризм - путешествия резидентов одной страны в какую либо иную страну.

---

<sup>1</sup>Соколова М.В. История туризма: учеб.пособие. М.: Академия, 2004. С. 69.

<sup>2</sup>Всемирная туристская организация при ООН. Russiatravel [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru/content/>

Указанные типы туризма по-разному сочетаются между собой, образуя следующие категории туризма:

- туризм в пределах страны включает внутренний и въездной туризм;
- национальный туризм включает внутренний и выездной туризм;
- международный туризм включает въездной и выездной туризм;

Функциональная классификация видов туризма определяется целью поездок<sup>1</sup>.

В соответствии с данными признаками различают следующие основные виды туризма:

- *событийный туризм (в него входит свадебный туризм)*. Отличается большим разнообразием и может включать зрелищно развлекательные программы, охоту, рыбалку, музыкальное и художественное творчество, свадьбу, посещения спортивных мероприятий в качестве зрителя и т. д.<sup>2</sup>.

- *лечебно-оздоровительный туризм*. Обусловлен потребностью в лечении различного рода заболеваний и оздоровлении организма после перенесенных болезней. Здесь можно говорить о турах с исключительно лечебной целью, для лечения каких либо тяжелых заболеваний, реабилитации после травм, аварий, операций и турах лечебно-оздоровительных, с целью поддержания молодости, красоты и здоровья, снятия стресса и усталости.

- *познавательный (экскурсионный) туризм*. Включает в себя поездки с целью ознакомления с природными и историко-культурными достопримечательностями, музеями, театрами, традициями народов в посещаемой стране. Поездка может включать в себя познавательные и рекреационные цели одновременно.

- *деловой туризм*. Охватывает путешествия со служебными или профессиональными целями без получения доходов по месту временного

---

<sup>1</sup>Сенин В.С. Организация международного туризма: учебник. М.: Финансы и статистика, 2003. С. 58.

<sup>2</sup>Леонидова Е.Г. Событийный туризм как новое направление российского туристического рынка: учебник. М.: Академия, 2015. С. 17.

пребывания. К этому виду туризма ВТО относит поездки для участия в съездах, научных конгрессах и конференциях, производственных совещаниях и семинарах, ярмарках, выставках, салонах, а также для проведения переговоров и заключения контрактов, монтажа и наладки оборудования. Деловой туризм включает: бизнес поездки, конгрессно-выставочный туризм и инсентив-туризм (incentive - стимул, побуждение). Инсентив-туризм представляет собой поездки, предоставленные руководством фирмы своим сотрудникам бесплатно в качестве поощрения за хорошую работу. Инсентив туры, как правило, предусматривают хорошее качественное обслуживание по системе «все включено». Общая доля делового туризма составляет от 10 до 20 % в международном туристском объеме.

- *спортивный туризм*. Предполагает выезд для проведения спортивных мероприятий в тех или иных странах и регионах. Его, в свою очередь, можно подразделить на профессиональный и любительский туризм. Как «специальный вид туризма» существует любительский туризм, который можно подразделить следующим образом: зимние и летние, а также водные, воздушные, пустынные и горные виды спорта.

- *этнический туризм*. Преследует цель посещения места рождения или происхождения семьи, а также места жительства родственников и/или близких. Этот вид туризма носит название ностальгического (nostalgietour). Приоритетное значение этот вид туризма имеет для стран, где проживают большие диаспоры людей родом из других стран. У туристов из Германии, например, пользуются популярностью поездки в Поволжье, а у туристов из Финляндии - на Карельскую землю, Ладожское озеро (около 500 тыс. финнов вынужденно покинули эти места в период военных действий 1939- 1945 гг.). Распространен этнический туризм и у китайцев, диаспора которых насчитывает более 60 млн человек.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Сенин В.С. Организация международного туризма: учебник. М.: Финансы и статистика, 2003. С. 59.

- *религиозный туризм*. Основывается на религиозных потребностях людей различных конфессий. Религиозный туризм можно назвать древнейшим, его корни уходят в незапамятные времена. Он имеет две основные разновидности: паломнический туризм (отдельно следует выделить духовно паломническое направление) и религиозный туризм экскурсионно-познавательной направленности. Религиозный туризм в отдельных конфессиях имеет свои особенности.

- *транзитный туризм*. В соответствии с рекомендациями ВТО включает две разновидности: перемещения авиапассажиров, которые не въезжают в страну, а лишь делают пересадку на стыковочный рейс и перемещения туристов, которые едут к месту конечного назначения с небольшой остановкой для стыковки рейсов в третьих странах.

- *образовательный туризм*. Предполагает туры продолжительностью от 15 дней до 3 месяцев с целью повышения квалификации либо углубления знаний по тем или иным дисциплинам. Наиболее популярными в настоящее время являются образовательные туры с целью изучения иностранных языков или углубления знаний иностранного языка.

- *экотуризм*. Основная цель экотуризма - ознакомление туристов с природными ценностями, экологическое воспитание и образование людей. Особенностью организации этого вида туризма является обеспечение минимального воздействия на природную среду при организации поездок, создание сети экологических гостиниц, обеспечение туристов экологически чистыми продуктами питания и т. д. Экотуризм включает посещения экологически чистых природных территорий (заповедников, заказников, ботанических садов, национальных парков), не измененных или минимально измененных деятельностью человека. В рамках экотуризма можно выделить экообразовательные туры, туры в экосистемах, фотоохоту<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> *Сенин В.С.* Организация международного туризма: учебник. М.: Финансы и статистика, 2003. С. 61.

- *агротуризм*. Агротуризм(деревенский туризм, *ruraltourism*) включает посещение туристами сельской местности с целью отдыха и/или организации развлечений в экологически чистых (относительно городских поселений) районах. Предпосылками для его развития, распространения и все большей популярности являются: растущий уровень урбанизации, доступность для многих отдыха по невысокой цене, возможность питания экологически чистыми и полезными свежими продуктами, желание побыть на природе.

Основными мотивами для выбора отдыха по типу деревенского туризма можно считать следующее:

- отсутствие средств для отдыха на дорогом фешенебельном курорте или в гостинице;

- устоявшийся образ жизни в сельской местности;

- необходимость оздоровления в климатических условиях, рекомендованных врачом;

- близость к естественной природе и возможность большое время проводить на свежем воздухе, в лесу;

- возможность питаться экологически чистыми продуктами;

- насущная необходимость в спокойной размеренной жизни;

- возможность приобщиться к другой культуре и обычаям.

В зависимости от способа организации выделяют организованный и неорганизованный туризм.

Организованный туризм предполагает заранее разработанную и организованную туристской фирмой программу путешествия для туриста/туристов согласно их пожеланиям и бюджету. Туристская фирма заранее бронирует и оплачивает все туристские услуги по всему маршруту, оформляет все необходимые выездные документы.

Неорганизованный туризм предполагает, что туристы сами организуют свое путешествие. Самостоятельно разрабатывают маршрут поездки, определяют объекты экскурсионного посещения, планируют места ночлегов, оформляют выездные документы и т. д. Неорганизованный туризм в мире

очень популярен<sup>1</sup>. Прежде всего, в странах, гражданство которых позволяет путешествовать в другие страны без оформления въездной визы (например, граждане стран Шенгенского соглашения могут передвигаться по всей Европе совершенно свободно, гражданам США также не нужна въездная виза в страны Шенгенского соглашения). Относительно небольшие расстояния, хорошая транспортная сеть, возможность свободного пересечения границ соседних государств, наличие многих экскурсионных объектов и другие немаловажные факторы повлияли на то, что доля неорганизованного туризма в Европе составляет 80 %<sup>2</sup>.

По продолжительности путешествий выделяют следующие виды туризма: краткосрочный (туры «выходного дня», поездки на срок до 7 дней), среднесрочный (туры продолжительностью от 9 до 12 дней) и долгосрочный (туры на срок от 15 до 30 дней)<sup>3</sup>.

Из этого следует, что каждый вид туризма имеет свои особенности, виды и подразделяется на множество различных категорий. Так же, как и любой другой вид туризма, свадебный туризм имеет такие особенности, которые рассмотрены в следующем параграфе.

---

<sup>1</sup>Веселова Н. Ю. Организация туристской деятельности: учеб. пособие. М.: Дашков и К, 2015. С. 112.

<sup>2</sup>Бабкин А.В. Специальные виды туризма: учеб. пособие. Ростов-на-Дону, 2008. С. 52.

<sup>3</sup>Штилько С.П. От события к событийному туризму // Вестн. Национал. акад. туризма. 2014. № 1 (29). С. 14.

## 1.2. Свадебный туризм: понятие, особенности, виды

Туристический бизнес старается удовлетворить любые запросы клиентов. Среди запросов молодого поколения популярностью пользуется свадебный туризм. Свадебную церемонию трактуют по-разному. Так, в словаре Ожегова «свадьба - брачный обряд»<sup>1</sup>. Большой энциклопедический словарь дает такое определение – «свадьба - обряд, сопровождающийся заключением брака»<sup>2</sup>.

Свадебный туризм - это один из видов событийного туризма, который является сравнительно молодым и интересным направлением. Явным преимуществом свадебного туризма является то, что романтическое путешествие станет частью самой церемонии, и после торжества не нужно будет тратить время на сборы и перелеты.

Если обратиться к историческим корням, то следует сказать, что само понятие «свадьба» имеет древнеанглийские корни и означает «залог», «поручительство», «обет». Это предполагало приношение клятвы обеими сторонами в соблюдении определенных правил, которые призваны сделать счастливой совместную жизнь<sup>3</sup>.

В современном обществе под свадебным туром подразумевают как путешествие в медовый месяц, так и свадьбу за границей в сочетании с медовым месяцем, который получил свое название благодаря древним германцам. У них было принято после свадьбы на протяжении 30 дней пить медовый напиток.

Раньше свадебные церемонии в большинстве случаев проводились на родине молодоженов. Однако многие европейские новобрачные еще в 19 веке считали обязательным после бракосочетания посетить Швейцарию или Италию. Позже эта идея добралась и до Советского Союза, но понятие «свадебное путешествие» было отвергнуто как «капиталистическая

---

<sup>1</sup> Ожегов С.И. Словарь русского языка. М.: Русский язык, 1984. С. 341.

<sup>2</sup> Прохоров А.М. Большой энциклопедический словарь. СПб: 2006. С. 1002.

<sup>3</sup> Авдеев В.И. История Древнего Востока: учебник. М.: Знание, 1948. С. 83.

традиция». Несмотря на это, многие молодожены все равно старались первые несколько недель после бракосочетания провести вдали от родителей. Главным направлением советского свадебного туризма были Сочи, Одесса, Рига, Домбай и Крым.

Сегодня же такую церемонию можно провести в любом уголке нашей планеты. Такое туристическое направление в первую очередь отличается индивидуализированной программой путешествия, эксклюзивными романтическими отелями и роскошным оформлением номеров. В программу тура входит организация и проведение церемонии и романтических ужинов на берегу моря для двоих, различные круизы и прогулки – специальный маршрут разрабатывается в зависимости от пожелания молодоженов.

В большинстве случаев пара должна решить для себя хотят ли они подчеркнуть характер своего свадебного тура. Ведь свадебным путешествием можно назвать практически любой тур. Для молодых людей это может быть даже обычный пляжный тур. Но если молодожены поставили себе целью подчеркнуть свадебный характер путешествия во всех деталях, то лучше всего будет, если они обратятся в туристическую фирму, которая занимается организацией подобных путешествий. Фирм, специализирующихся лишь на свадебном туризме, немного<sup>1</sup>. Также необходимо заранее определить какой будет атмосфера брачного праздника - атмосфера многолюдного праздника, например, во время карнавала, или это может быть уединение, которое даст возможность насладиться общением друг с другом. Желательно выбрать такую страну, где ни один из молодоженов ранее не был.

Организации свадьбы – это всегда трудоемкое мероприятие, которое требует учета различных деталей. А в случае, когда свадьба планируется за рубежом, работа по ее организации многократно усложняется. После того, как молодожены определили характер и атмосферу путешествия, им необходимо решить, где праздновать свадьбу. Нужно выбрать страну, где бы они хотели провести свое торжественное мероприятие, и непосредственно

---

<sup>1</sup>Биржаков М.Б. Введение в туризм: учебник. СПб: Герда, 2006. С. 34.

место<sup>1</sup>. Выбор страны для проведения свадьбы зависит от личных предпочтений влюбленных, а также от имеющегося бюджета свадьбы. Если планируется бюджетная свадьба, паре нужно обратить свое внимание на Грецию, Чехию, Кипр, Таиланд. Стоимость свадебного торжества в этих странах может составить порядка 2-3 тысяч евро. Тогда как эксклюзивная свадьба на Бали или же Сейшелах может обойтись в сумму порядка 10-20 тысяч долларов и даже более. Это включает поездку в выбранную молодоженами страну на 5-7 дней, проживание в пятизвездочном отеле, свадебную церемонию, фотосессию, романтический ужин с музыкантами, свадебное оформление номера и бутылку шампанского. Свадьба с гостями может стоить около тридцати – сорока тысяч евро<sup>2</sup>.

Перед выбором места следует определиться с тем, будет ли это официальная или же символическая свадьба. Последние сегодня пользуются все большей популярностью. Их преимуществом является более доступная стоимость и простота организации мероприятия. После того, как пара определилась с местом проведения церемонии, им следует определиться с местом проживания. Довольно большое количество пар отправляются в свадебное путешествие в европейские страны, где можно познакомиться с интересными и культурными свадебными церемониями и обрядами. Но как показывает практика, большинство наших соотечественников все-таки предпочитают регистрировать свои отношения в родной стране, а в другие страны они отправляются в свадебное путешествие.

Свадебное путешествие от обычного тура отличается:

- особым выбором страны, где присутствуют живописные места,
- все заботы по организации тура берут на себя специалисты фирмы,

---

<sup>1</sup>Каменская М.А. Свадебный туризм как перспективный вид событийного туризма // Ineternum. 2013. № 1 (8). С.58

<sup>2</sup>Биржаков М.Б. Введение в туризм: учебник. СПб: Герда, 2006. С. 35.

- особым выбором места проживания - для молодой пары выбирают самые романтические отели<sup>1</sup>.

По своему характеру свадебный туризм подразделяются на 3 вида:

1) Официальная церемония.

Официальная свадебная церемония за границей – церемония, которая проводится уполномоченным лицом в местном муниципалитете или же за его пределами, если это разрешено в данной стране. Свадьба в Италии или на Кипре обязательно предполагает официальную свадебную церемонию в местном городском муниципалитете, а вот бракосочетание на Кубе или на острове Маврикий может происходить где угодно – на берегу океана, на краю обрыва, на яхте, на воздушном шаре или в беседке сада на территории отеля. В Чехии возможно произнести клятвы как в городской ратуше, так и в средневековой замке или палатце, где женились королевские особы. На Гавайях свадебный сертификат нужно заверить в Министерстве здравоохранения. На Бали необходимо подтвердить свое вероисповедание (оба должны принадлежать к одной религии). Для заключения брака на Сейшелах, нужно проживать на островах минимум 11 дней, а на Шри-Ланке, как минимум четыре ночи до свадьбы. Французские власти требуют, чтобы новобрачные пробыли в стране заключения брака не менее 10 дней до регистрации.

Если молодожены не хотят проводить свою свадьбу в традициях российского ЗАГСа и планируют официально зарегистрировать брак за рубежом, то необходимо учитывать порядок и процедуру заключения брака в выбранной стране – в каждом государстве она своя. Также будет различаться и набор документов, которые необходимо предоставить в органы регистрации актов гражданского состояния за рубежом.

Однако, благодаря международному соглашению – Гаагской конвенции 1961 года (полное название: «Гаагская конвенция, отменяющая

---

<sup>1</sup>Климова Т.Б. Опыт развития событийного туризма в РФ и за рубежом / Т.Б. Климова, Е.В. Вишневская // Науч. результат. Сер. Технологии бизнеса и сервиса. 2014. № 1. С. 35.

требование легализации иностранных официальных документов, от 5 октября 1961 года») – была отменена процедура консульской легализации; и официальные документы одного государства, подписавшего Конвенцию, признаются на территории другой страны-участника Конвенции без каких-либо ограничений. На сегодняшний день граждане России могут официально заключить свой брак в 70 странах мира. Самые популярные из них – Италия, Греция, Доминиканская республика, Куба и Черногория.

Главная проблема официальной церемонии заключается в сборе документов. Молодоженам необходимо тщательно проверить все бумаги, которые нужны для заключения брака. В противном случае будет возможна только символическая церемония. Также проблемой может стать незнание местных законов. Например, в Австрии могут попросить прекратить любой шум уже в 10 часов вечера.

## 2) Обряд венчания.

Венчание — основная часть чина церковного благословения брака в православных, а также в древневосточных церквях, или, в более широком толковании, «церковный обряд бракосочетания»

Название обусловлено тем, что над головами вступающих в брак держат венцы<sup>1</sup>.

Если люди уже состоят в браке, то у них есть возможность обвенчаться за границей. В число традиционных мест для венчания по православному обряду входит собор Русской православной миссии на Святой Земле в Иерусалиме, собор Александра Невского в Париже. В Греции не более пяти таких церквей – недалеко от Афин, на Родосе и Крите, самая популярная из них - церковь Св. Николая на Кипре. В Чехии первое места по популярности занимают Кафедральный собор Кирилла и Мефодия в Праге. У представителей других религий свои святые места, которые, в большинстве своем, посещаются туристами, отправляющимися в свадебное путешествие.

---

<sup>1</sup>Борейко В. Е. Лесной фольклор. Древа жизни и священные рощи. К.: Киевский эколого-культурный центр (Природоохранная пропаганда, выпуск 25), 2003. С. 224.

Чтобы венчаться за рубежом, необходимы справки о крещении и разрешение на венчание от русской церкви, его можно получить в своем приходе. Кроме того, нужно уже зарегистрироваться в России и иметь свидетельство о браке, иначе зарубежная церковь откажет в венчании. Только на Кипре можно совместить гражданскую церемонию бракосочетания с обрядом венчания, причем как с католическим, так и с православным<sup>1</sup>. Но следует отметить, что католический обряд почти в два раза дороже православного.

Единственной проблемой при обряде венчания может стать то, что брак не узаконен официально и даже если пара живет вместе долгое время, для священнослужителей это не будет являться аргументом. Также возможна проблема языкового барьера, поэтому тем, кто не знает английский язык, лучше заранее побеспокоиться о поисках переводчика.

### 3) Символическая (неофициальная) свадебная церемония.

Символическая свадебная церемония – церемония, которая не ограничивает молодоженов в месте, сценарии и форме проведения мероприятия. Не требует подготовки пакета документов для официальной регистрации и не будет узаконена. Так, например, можно отметить годовщину бракосочетания, золотую свадьбу и любую другую.

В отличие от официальных, неофициальные церемонии проводятся практически везде. Наиболее интересные церемонии можно встретить в Лас-Вегасе. Например, церемония на дне Гранд Каньона или церемония в вертолете, парящем над городом. Также популярностью пользуются церемонии, которые проводятся на горнолыжных курортах. В основном, этот вид путешествия пары выбирают тогда, когда хотят отметить годовщину своей свадьбы.

Есть свадебные туры, которые включают организацию символической брачной церемонии по местным обычаям и традициям. Подобные ритуалы в

---

<sup>1</sup> *Сенин, В.С.* Организация международного туризма М.: Финансы и статистика, 2000. С. 431.

экзотических странах могут отличаться переодеванием в национальные костюмы, столом с местными деликатесами, традиционной музыкой, танцами и другими атрибутами национальной культуры. К примеру, церемония бракосочетания во Французской Полинезии разворачивается на берегу океана, на закате солнца в свете огромных факелов. Облаченная в традиционное парео, невеста появляется на пляже под звуки музыки в сопровождении танцовщиц, а жених должен приплыть на лодке. Также большой популярностью пользуются круизные свадебные туры, можно заказать свадебное путешествие по Европе на воздушном шаре.

Проблемы данного вида свадебного туризма возможны только в том случае, если пара хочет видеть на своей церемонии гостей. Бронь билетов, поиск виллы и свободное время родственников и друзей – отягощающий фактор праздника. Также проблемой может стать разный ритм жизни страны проживания и принимающей страны. Например, если молодожены планируют проводить церемонию в Европе, то им не стоит ждать от подрядчиков пунктуальности (исключением является Германия)<sup>1</sup>.

Практика показывает, что организовать свадьбу за рубежом довольно сложно, но туристические компании находят красивые места, договариваются с местными властями, сочиняют романтические сценарии, занимаются оформлением всех документов, приглашают фотографов, стилистов, ведущих и продумывают варианты свадебного путешествия. За границей ряд отелей имеет в своем составе специальные номера для молодоженов<sup>2</sup>. В большинстве европейских отелей молодоженам подают в номер шампанское, а номер украшают цветами. В последнее время многие помимо фотосъемки заказывают видеосъемку, которая начинается в апартаментах. Все это делается для того, чтобы вызывать у молодоженов приятные впечатления, а в последующем и воспоминания. Главным для

---

<sup>1</sup> Сафронова А.А. Событийный туризм как часть современной социокультурной среды: учеб. пособие, 2003. С. 337.

<sup>2</sup> Штилько С.П. От события к событийному туризму: учеб. пособие, 2011. С.14.

туристической фирмы является то, что молодожены получают все, что они заказывали.

При выборе свадебного тура необходимо помнить о том, что природа и климатические условия играют важную роль. Учитывая, что большинство свадеб приходится на конец лета и начало осени, стоит выделить ряд стран, где осень является самым благоприятным сезоном.

Лидером среди стран, где осень – это лучшая пора года является Италия. Свадебный туризм в Италии довольно распространен, поскольку здесь можно праздновать бракосочетание круглый год. Если туристы задались целью заключить брак в день всех влюбленных, четырнадцатого февраля, Италия преподнесет молодоженам свадебный подарок в виде ежегодно открывающегося в этот день фестиваля «Влюбленная Верона»<sup>1</sup>.

Еще одним распространенным местом среди туристов-молодоженов можно назвать Чехию. Прага – удивительный город, в котором молодожены смогут найти массу романтических и красивых мест. Одно из них – это холм Петршин. Забравшись сюда можно увидеть потрясающий вид на город, насладиться неспешной прогулкой или устроить небольшой пикник.

Для тех, кто любит дальние странствия, и необычные места приятным местом для бракосочетания может стать Индия. Здесь свадебная церемония и медовые дни станут самым ярким событием в жизни молодоженов. Сама свадебная церемония в Индии заметно отличается пышностью и богатством красок. По традиции руки невесты украшают татуировками из хны. Народная индийская примета гласит, если жених сможет отыскать собственное имя на ладони невесты, значит жизнь<sup>2</sup> молодой семьи сложится наилучшим образом. Еще одной интересной традицией является вручение женихом кольца невесте. По традиции будущий муж должен подарить невесте кольцо

---

<sup>1</sup>Галкина, Т.А. Италия: учебник. М.: Мысль, 2001, С. 98.

<sup>2</sup>Богнард-Левин, Т. Древнеиндийская цивилизация: учебник. М.: Аграф, 2006. С. 136.

своей матери, которое в свою очередь досталось ей от свекрови<sup>1</sup>. Такой дар считается знаком безграничной любви и преданности.

С каждым годом растет число желающих узаконить свои отношения в самых необычных местах, по диковинным традициям и обрядам. Таким образом, большинство молодоженов едут в свадебные путешествия в европейские страны, которые обладают интересными культурными и свадебными традициями. По данным турфирмы «Бумеранг» ([www.boomerang-tour.ru](http://www.boomerang-tour.ru), СПб) количество символических церемоний в последние годы превысило число официальных регистраций. В связи с этим компаниям, которые занимаются свадебным туризмом, можно сделать упор на то, чтобы популяризовать официальные регистрации, ведь этот сегмент рынка, на данный период времени, развит не так хорошо, как символические церемонии.

В целом, свадебный туризм – относительно новый, но достаточно востребованный вид туризма. Несмотря на то, что первые упоминания о свадебных путешествиях были еще в СССР, на сегодняшний день пик популярности таких туров еще не достигнут. Для того, чтобы свадебный туризм просто закрепился на рынке необходимо больше времени, а также активная маркетинговая кампания.

---

<sup>1</sup>Авдеев, В.И. История Древнего Востока: учебник. М.: Знание, 1948. С. 83.

## 2. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СВАДЕБНОГО ТУИЗМА (НА ПРИМЕРЕ Г. ЕКАТЕРИНБУРГ)

### 2.1. Основные характеристики рынка свадебного туризма

В настоящее время интересы человека достаточно разнообразны, ведь для воплощения этих интересов в жизнь существует множество возможностей. Независимо от возраста – это может быть, как и молодежь, так и более старшее поколение, они отказываются от сложившихся принципов и стереотипов, и активно ищут новые формы проведения свободного времени. А это значит, что с такими разносторонними взглядами многие захотят, чтобы день их свадьбы был такой же необычный и захватывающий, как и другие эпизоды из жизни.

После изучения рынка свадебного туризма в Екатеринбурге обнаружилось 8 компаний, которые могут предложить услуги организации свадебного тура за границей. Из них 3 компании – туристические, 4 – свадебные агентства.

Такие турфирмы как «TEZTOUR»<sup>1</sup> и «ТУР-СЕРВИС»<sup>2</sup> предоставляют услуги поиска гостиниц, в которых имеются свадебные предложение (шампанское, цветы и завтрак для молодоженов). Ни один из трех видов свадебных церемоний не входит в услуги данных компаний. Стоимость подобной помощи варьируется в пределах 400 долларов.

Следующим пунктом идут фирмы, которые занимаются организацией свадеб приоритетно в одной стране.

---

<sup>1</sup> *Свадебные* путешествия. Тез – тур. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.tez-tour.com/restTypeWedding.html>

<sup>2</sup> *Свадебные* туры. Тур – сервис. [Электронный ресурс]: Режим доступа: [http://www.ek-tourservice.ru/svadebnyie\\_turyi](http://www.ek-tourservice.ru/svadebnyie_turyi)

Свадебное агентство «Большая свадьба в Чехии»<sup>1</sup> организует свадьбы на всей территории Чехии начиная от Праги (агентство предлагает 61 место для проведения различных видов церемоний) и заканчивая самыми глубинными фермерскими уголками (минимум 47 мест представлено на сайте).

Минимальная стоимость пакета в данной компании 1250 евро. В пакет включено: фотосессия, автомобиль Мерседес Е-класса, прическа и макияж для невесты, необходимые услуги для легального проведения свадьбы. Дополнительно могут оплачиваться фотограф и другие услуги.

Свадебное агентство «Wonderful Wedding»<sup>2</sup> организует свадебные свадьбы в Таиланде. Церемония может проводиться в Бангкоке или на любом из девяти островов. Так же за дополнительную плату в агентстве можно приобрести яхту, автомобиль или вертолет в аренду. Несмотря на то, что главной специализацией фирмы является Таиланд, в ней представлены ещё несколько направлений, такие как Вьетнам, Бали, Мальдивы и Маврикий. Минимальная стоимость символической церемонии 550 евро.

Свадебное агентство «THE WEDDING STARS»<sup>3</sup> всего три направления: США, Австралия, Италия. Италия является приоритетным направлением данной фирмы. Из-за узкой специализации, знания о каждой стране увеличиваются в разы и, кажется, нет такого места в Италии, про которое не знают менеджеры «THE WEDDING STARS». Про места, в которых можно провести церемонию в Италии представители компании сняли двухсерийный фильм, также директор агентства ведет блог и трансляции в социальных сетях. Для современного общества это, несомненно, является большим плюсом. Минимальная стоимость церемонии 2000 евро.

---

<sup>1</sup> *Ваша* большая свадьба в Чехии. Свадьба в Чехии [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://bigsvadba.com/>

<sup>2</sup> *Свадьба* и праздники в Тайланде. Свадьба за границей. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.wonderful-wedding.ru/svadba-za-graniczej-iz-ekaterinburga.html>

<sup>3</sup> *Международные* проекты. The Wedding Stars. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://theweddingstars.com/>

И заключительным пунктом являются агентства, которые охватывают большую часть всего мира.

Свадебное агентство «Свадьба за границей»<sup>1</sup> помогает в организации любого вида церемонии более чем в 20 странах. Мест бесконечное множество: пляжи, террасы, церкви, виноградные плантации, виллы, замки и т.д. Стоимость начинается от 800 долларов.

Туристическое агентство «Планета»<sup>2</sup> представляет всего восемь стран, но в каждой представленной стране есть огромное количество мест, которые можно выбрать для проведения церемонии. К примеру, агентство «Свадьба за границей» может предложить всего два места на Маврикии, тогда как «Планета» более девяти. Средняя стоимость 1200 долларов.

Свадебное агентство «ULTRA WEDDING»<sup>3</sup> самое молодое из всех вышеперечисленных. Однако у молодой компании самый большой список стран, в которых осуществляется деятельность. Имеются такие услуги как оригинальная свадьба (церемония в пустыне Египта – 1000 долларов), экономичная свадьба (церемония во вьетнамском ресторане на пирсе - 400 долларов), девичник или мальчишник за границей, что является большим плюсом.

Полагаясь на эту информации можно сделать вывод о том, большинство туров представлены в Европу. Однако рынок свадебного туризма в Екатеринбурге может удовлетворить потребность любого клиента. В компаниях представлены самые разнообразные направления, что является хорошим показателем уровня востребованности и развития свадебного туризма.

Более подробно остановимся на турах, которые предоставляет свадебное агентство «THE WEDDING STARS».

---

<sup>1</sup> *Спецпредложения.* Свадьба за границей. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://w-exclusive.ru/>

<sup>2</sup> *Свадебные туры.* Планета. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://opplaneta.com/svadebnye-tury/>

<sup>3</sup> *Свадьба за границей.* Ultra wedding. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://ultra-wedding.ru/>

Основной пакет услуг одинаковый. В него входит:

- Подготовка необходимых документов для получения разрешения на брак.
- Экспресс-запись молодоженов в Российское посольство в Италии.
- Получение, в Российском Посольство в Италии разрешений на брак (“NullaOsta”). Присутствие молодоженов не требуется.
- Легализация документов в Префектуре.
- Церемония бракосочетания.
- Переводчик во время церемонии.
- Свидетели для церемонии, если необходимо.
- Консульский сбор.
- Государственные налоги и сборы.
- Легализация Свидетельства о Браке в Италии.
- Пересылка курьерской почтой Свидетельства о Браке в Россию.

В стоимость всех пакетов не входит:

- Проживание в отеле.
- Авиа перелет и виза.

Дополнительные услуги к пакету (оплачиваются отдельно):

- Музыкальное сопровождение.
- Фотограф и видеограф.
- Бутоньерка и букет невесты.
- Стилист и визажист.
- Свадебный координатор
- Транспорт

1) Стоимость свадьбы во *Флоренции* начинается от 160000 тысяч рублей.

Место свадебной церемонии — дворец Палаццо Веккьо.

2) Стоимость свадьбы в *Венеции* начинается от 175000 тысяч рублей.

Место свадебной церемонии – площадь Сан Марко.

3) Стоимость свадьбы в *Вероне* начинается от 135000.

Место свадебной церемонии - зал Бракосочетания Гварьенти. Находится в городской ратуше Вероны недалеко от места вечного упокоения шекспировской героини.

4) Стоимость свадьбы в *Риме* начинается от 200000 тысяч рублей.

Место свадебной церемонии - свадебный зал Caracalla. Распологается в самом центре Рима, в непосредственной близости от Колизея и Римского форума.

Несмотря на то, что основной пакет у всех туров одинаковый, стоимость их заметно отличается. По словам директора компании, связано это с потребительским спросом, популярностью направлений, атмосферой мест и, конечно, личными предпочтениями клиентов. Что касается организационных моментов – во всех перечисленных городах Италии принципиального отличия в моментах подготовки не наблюдается.

Просмотрев отчеты компании «THE WEDDING STARS» за прошлый год, можно сделать вывод о том, что доход от свадебного туризма не превышает 30 % от общего дохода фирмы. Связано это с тем, что 80% молодожёнов хотят видеть на своей свадьбе большое количество гостей, включая как дальних родственников, так и давних знакомых. В таких случаях бюджет свадьбы за границей увеличивается до трех раз. Многим молодоженам свадьбу частично оплачивают родители, поэтому, как правило, они настаивают на свадьбе в России, чтобы присутствовать самим. Однако есть случаи, когда при ограниченном бюджете пара отправляется в путешествие вдвоем и устраивает церемонию в той стране, которую они сами выбрали.

Средняя стоимость свадебной церемонии на двоих за границей приблизительно равно стоимости скромной свадьбы в Екатеринбурге на 5-8 человек. Отметим, что каждой паре, которая хочет отмечать свадьбу, будет достаточно финансов, чтобы отметить ее за границей. Решение о месте

проведения будет зависеть лишь от того, хотят ли они видеть на этой церемонии гостей или нет.

Преимуществом данных туров является то, что агентство берет заботу обо всех документах на себя. Ведь в свадьбе за границей документы – один из самых трудоёмких и сложных моментов организации.

Также несомненным плюсом является то, что свадебный координатор знает большое количество мест, в которых можно провести церемонию и все нюансы, связанные с этим местом. Начиная от часов работы, например, дворца Палаццо Веккьо и заканчивая часами, когда там находится меньшее количество туристов.

Далее к плюсам можно отнести наличие проверенных подрядчиков, которые оказывают качественные услуги.

И, наконец, самым главным плюсом является то, что у молодожёнов останется больше свободного времени для того, чтобы подготовиться к торжеству и насладиться красотой выбранной ими страны.

К недостаткам можно отнести то, что первоначально озвученная сумма тура будет существенно отличаться от итоговой. К цене за церемонию добавится стоимость билета, проживая, дополнительного оформления, услуги фотографа и т.д.

Также недостатком является и то, что не указаны приблизительные затраты на одного гостя. Все эти моменты можно обсудить только при личной встрече с представителем компании.

Подводя итоги, необходимо сказать о том, что планируя торжество за границей нужно понимать, что каждая дополнительная опция будет оплачиваться отдельно, но это в конечном счете компенсируется тем, что церемония будет проведена на высоком уровне.

## 2.2. Менеджеры турфирм о проблемах и перспективах развития свадебного туризма

Для того чтобы более подробно узнать о том, какие проблемы возникают при организации и продаже туров, а также как развивается в нашем городе свадебный туризм и какие у него перспективы, был проведен опрос.

Однако прежде, чем перейти к анализу основных аспектов работы, необходимо дать краткую характеристику объекта исследования.

Объектом исследования были работники сферы свадебного туризма г. Екатеринбурга. В ходе исследования было опрошено 5 человек: директор свадебного агентства (см. ПРИЛОЖЕНИЕ А), зам. директора свадебного агентства (см. ПРИЛОЖЕНИЕ Б), менеджер свадебного агентства (см. ПРИЛОЖЕНИЕ В), 2 директора турагентств (см. ПРИЛОЖЕНИЕ Г и ПРИЛОЖЕНИЕ Д).

Краткая характеристика информантов

Вид материала	Компания	Имя	Должность	Стаж работы в свадебном туризме
Интервью	«THE WEDDING STARS»	Иванов Алексей Леонидович	Директор	5 лет
Интервью	«THE WEDDING STARS»	Иванова Екатерина Александровна	Зам. директора	5 лет
Интервью	«THE WEDDING STARS»	Тарасенко Виктория Евгеньевна	Менеджер	3 года
Интервью	«Большая свадьба в Чехии»	Большедворова Ирина Витальевна	Директор	6 лет
Интервью	«Академия интересных путешествий»	Рябова Елена Игоревна	Директор	3 года

Мягкий формат интервью позволил обеспечить высокую степень открытости и искренности респондентов, информанты были максимально

расположены к общению, и беседа проходила в атмосфере взаимного доверия, уважения и интереса.

Для того чтобы ответить на вопрос о нынешнем положении свадебного туризма обратимся к результатам нашего исследования.

Основными тематическими блоками вопросов явились вопросы, касающиеся непосредственно развития свадебного туризма, его проблем и перспектив. В результате исследования попытавшись выяснить, как сильно отличается организация свадебного туризма от других видов туризма, в ответах респондентов нашлись некоторые разногласия. Так, например, зам. директора компании «THE WEDDING STARS» говорит о том, что отличие заключается лишь в местоположении свадьбы. В то время как остальные респонденты рассказывают о том, как сложно согласовать большое количество информации и деталей со всеми зарубежными подрядчиками.

Говоря о том, что свадьба – день, который у любой пары должен пройти уникально, было интересно узнать о том, на что ориентируются представители компании, составляя тот или иной тур. Ведь в бесконечном множестве мест для проведения церемонии и разнообразии подрядчиков, сложно остановить выбор на чем-то одном. Каждый из респондентов заострил свое внимание на том, что любой тур составляется исключительно исходя из пожелания клиентов. Даже если тур пакетный, в основном, всегда вносятся дополнительные коррективы, которые отражают сущность той или иной пары. Однако Елена Рябова отметила – *«Последнее время, помимо желаний клиентов, ориентируюсь на политическую ситуацию в стране!»*.

Для того чтобы понять на какую публику ориентироваться, в каких местах опубликовывать рекламу, выбрать манеру переговоров, а также понять в каком направлении развивать маркетинговую кампанию необходимо было выявить мотивы клиентов, а значит узнать как выглядит типичный потребитель данного вида туризма. Первым мнением, которое высказал Алексей Иванов было – *«Скорее всего, типичного потребителя в этой области нет»*. И каждый из опрошенных после него поддержал такую

позицию. Можно отметить лишь то, что большая часть потенциальных клиентов уже путешествовали ранее.

Однако есть и те, кто никогда не выезжал из родного города до свадебного тура. В основном для них были сформированы демонстрационные папки. Обычно они существуют в форме презентаций, на которых можно увидеть фото и видеорепортажи с ранее организованных церемоний. Что касается использования демонстрационной папки – это зависит исключительно от того, с каким менеджером будет работать клиент. Кто-то не использует их совсем, кто-то использует исключительно по просьбе молодоженов, кто-то старается показать папку для того, чтобы склонить выбор пары в пользу своей компании. Также в демонстрационную папку иногда включают небольшую презентацию подрядчиков для того, чтобы клиенты понимали, с кем будут сотрудничать в дальнейшем.

Что касается подрядчиков, то все сошлись на мнении о том, что в эру технологий найти команду даже за границей не представляет большого труда. Единственной проверкой качества является время. Для того чтобы команда подрядчиков проявила себя профессионалами в полной мере необходимо провести хотя бы несколько церемоний. Мнение Елены Рябовой оказалось отличным от большинства, вот что она говорит по этому поводу – *«В некоторых странах это сделать практически невозможно. Например, в Исландии в свадебной индустрии работает всего одна девушка», «В Греции найти хорошего подрядчика тоже тяжело. Их очень много, но настоящих профи можно сосчитать по пальцам».*

Если говорить о том, что даже профессионалам в сфере свадебного туризма бывает не просто найти качественные услуги подрядчиков, то молодожены, которые решают вести подготовку к церемонии самостоятельно могут столкнуться с рядом трудностей. Однако в наши дни всегда можно воспользоваться интернетом, найти там любую информацию и практически любые необходимые услуги. Что же в таком случае заставляет молодожёнов обратиться за услугами в агентство? Мнение профессионалов

здесь разделилось. Алексей Иванов считает, что – *«Недостаток времени»*. Екатерина Иванова говорит – *«Желание провести все на высшем уровне»*, имея ввиду то, что команда с большим опытом лучше знает, как нужно все организовать. Елена Рябова отметила – *«Плохая осведомленность о том, как, где, по каким обычаям должна проходить свадьба. Но больше всего люди не хотят заниматься оформлением документов и я их понимаю. Для того, кто первый раз с этим столкнулся, появится много сложностей»*. Каждый из них по-своему прав, поэтому все из перечисленных пунктов могут являться основанием для обращения в агентство.

Далее хотелось бы рассмотреть наиболее популярные направления свадебного туризма. Ведь не смотря на то, что образовался он относительно недавно, уже существует ряд стран, которые можно назвать лидерами по количеству въезжающих туда молодоженов. Этими странами являются Италия и Греция. Каждый из опрашиваемых тем или иным образом упомянул эти страны. Елена Рябова добавила *«Чаще стали интересоваться Новой Зеландией, Австралией, Исландией и другими живописными местами. Думаю, что связано это с тем, что последнее десятилетие было множество возможностей для путешествий и конечно первым делом все ехали в Европу, Турцию и Египет. Сейчас, когда все это наскучило, захотелось новых ощущений»*. Из этого можно сделать вывод о том, что за последнее время основной выбор стран остается прежним, но стали появляться запросы на более экзотические места.

Что касается новых ощущений, казалось бы, это могли быть интересные места в России, но большой популярностью внутренний свадебный туризм не пользуется. За редким исключением туров в Москву и Санкт – Петербург. Это говорит о том, что свадебный туризм за границей все-таки более популярен, чем внутренний. Екатерина Иванова считает, что – *«Для свадьбы молодожены выбирают более статусное место»*. Елена Рябова отметила - *«Уверена, что на наши юга едет большое количество туристов, но для проведения церемонии они обращаются не к нам, а в*

*агентства Сочи. Сейчас все это сделать очень просто. Зачем клиенты будут переплачивать нам, если есть возможность напрямую работать с Сочинскими компаниями»*

Выслушав интервью каждого из респондентов, можно говорить о том, что главной проблемой свадебного туризма является пассивная маркетинговая кампания. Усилий какой-либо свадебной фирмы будет недостаточно, нужна активная пропаганда со стороны как государства, так и потребителей, которые уже побывали в свадебном путешествии. Также вытекающей отсюда проблемой является то, что многие просто боятся организовывать церемонию за границей из-за незнания и не полного понимания деталей. Несмотря на то, что любой менеджер подробно объясняет все нюансы, часто случается так, что родственники и друзья отговаривают их от этой идеи. Подтверждением являются слова менеджера Виктории Тарасенко – *«Часто сталкиваюсь с такой проблемой как страх клиентов. Из-за страха нет никакого развития. Люди боятся перелетов, разности менталитета и звучания языка и т.д.»*

О перспективах каждый из респондентов говорил неуверенно. Все упоминали о нестабильной экономической и политической ситуации, которая отражается на всех сферах деятельности, в том числе и на туристическом бизнесе. Вот что думает об этом Екатерина Иванова – *«Говоря о спросе на зарубежные церемонии – в этом году спрос понизился. Связано это в первую очередь с экономической ситуацией в России, особенно в ее регионах.»* После решения проблем с рекламой и стабилизации российской экономики перспективы свадебного туризма будут более четкими и ясными. Общее мнение можно выразить словами менеджера компании Виктории Тарасенко – *«Первым условием является высокое качество сервиса. Это важно в любой сфере. Вторым условием является широкая огласка».* При выполнении этих условий перспективы свадебного туризма возрастут в несколько раз.

Подводя итоги, хочется сказать о том, что свадебный туризм – не оформившийся вид туризма. Именно поэтому его проблемы и перспективы

каждый из респондентов описывает по-своему. Нет конкретики и единых мнений, у каждого до противоположного разная точка зрения. Только выслушав ответы, можно сформировать цельное мнение о том, в каком положении на данный момент находится свадебный туризм.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Свадебный туризм – это, прежде всего, индивидуальный подход. Для каждой пары разрабатывается специальное предложение, в зависимости от их пожеланий. Менеджер, подбирая отель, уделяет особое внимание тому, чтобы он был романтическим, небольшим и уютным. Если до недавнего времени выбор места и времени свадьбы был небольшой, то сегодня молодожены могут поехать праздновать свадебную церемонию в любой уголок мира. Туристические и свадебные агентства подберут любой понравившийся тур, с привлекательными культурными традициями.

По итогам проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

1) Свадебный туризм как относительно новый вид туризма пользуется популярностью только у определенного слоя населения. У тех, кто достаточно много путешествовал ранее и у людей с широким кругозором.

2) Туры, которые предлагаются на рынке, достаточно разнообразны. Организация, тематика, место, длительность – все это зависит от пожелания клиентов.

3) Как и любой другой тур, свадебный тур разрабатывается и подготавливается путем поиска живописных мест и качественных отелей. Исключением здесь является то, что в процессе подготовки привлекаются event-агентства, кейтеренговые компании, зарубежные флористы и другие подрядчики.

4) Анализ, проведенный в сфере свадебного туризма, на рынке Екатеринбурга показал, что, как правило, популярностью пользуются свадебные туры в Европу.

5) Несмотря на активно развивающийся внутренний туризм, свадебные туры в России не популярны.

б) Особой популярностью пользуются неофициальные церемонии, поскольку в этом случае можно сэкономить на подготовке документов, а также не переживать за их сбор и оформление.

Очевидно, что услуга по организации свадебных церемоний, свадебных путешествий или свадебных туров, является востребованной на сегодняшний день. Но рынок туристических услуг пока не удовлетворяет в полной мере поступающим предложениям. Поэтому некоторые молодожены обращаются за помощью в event-агентства для организации свадеб и покупают туристическую поездку для свадебного путешествия отдельно.

В свадебном туризме большую роль играет уровень дохода клиента, поэтому удивительно, что на рынке туристических услуг совершенно не представлены туры внутри нашей огромной страны. Конечно, по желанию и запросу клиента компания может организовать путешествие в любой уголок России. Однако ни в одной из рассмотренных фирм внутренний свадебный туризм не распространен. Скорее всего, это связано с тем, что инфраструктура таких красивых мест как, например, Алтай или Байкал недостаточно развита. Объекты размещения и питания там нуждаются в дополнительных инвестициях. Только в этом случае можно рассчитывать на дальнейшее развитие внутреннего туризма в целом и свадебного конкретно.

## СПИСОХ ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1) *Авдеев, В. И.* История Древнего Востока: учебник [Текст] / В.И. Авдеев. Москва: Знание, 1948. 608 с.
- 2) *Александрова А.Ю.* Экономика и территориальная организация международного туризма: учеб. пособие [Текст] / А. Ю. Александрова. Москва: АспектПресс, 2003. 462 с.
- 3) *Бабкин А.В.* Специальные виды туризма учеб. пособие [Текст] / А.В. Бабкин. Ростов-на-Дону, 2008. 252 с.
- 4) *Биржаков М.Б.* Введение в туризм: учебник [Текст] / М.Б. Биржаков. Санкт - Петербург: Герда, 2006. 192 с.
- 5) *Бонгард-Левин, Т.* Древнеиндийская цивилизация: учебник [Текст] / Т. Бонгард-Левин. Москва: Аграф, 2006. 136 с.
- 6) *Борейко В. Е.* Лесной фольклор. Древа жизни и священные рощи: учебник [Текст] / В.Е. Борейко. Киев: Киевский эколого-культурный центр, 2003. 224 с. (Природоохранная пропаганда, выпуск 25).
- 7) *Веселова Н.Ю.* Организация туристской деятельности: учеб. пособие [Текст] / Н.Ю. Веселова. Москва: Дашков и К, 2015. 254 с.
- 8) *Галкина Т.А.* Италия: учебник [Текст] / Т.А. Галкина. Москва: Мысль, 2001. 98 с.
- 9) *Каменская М.А.* Свадебный туризм как перспективный вид событийного туризма [Текст] / М.А. Каменская/ Ineternum. 2013. № 1 (8). С. 18-24.
- 10) *Климова Т.Б.* Опыт развития событийного туризма в РФ и за рубежом [Текст] / Т.Б. Климова, Е.В. Вишневская // Науч. результат. Сер. Технологии бизнеса и сервиса. 2014. № 1. С. 35-41.
- 11) *Леонидова Е.Г.* Событийный туризм как новое направление российского туристического рынка [Текст] / Е.Г. Леонидова / Universum: экономика и юриспруденция. 2015. № 7 (18). С. 176-181.

- 12) *Макаренко С.Н.* История туризма: учебник [Текст] / С.Н. Макаренко. Таганрог: Издательство ТРТУ, 2003. 351 с.
- 13) *Ожегов С.И.* Словарь русского языка [Текст] / С.И. Ожегов. Москва: Русский язык, 1984. 1992 с.
- 14) *Прохоров А.М.* Большой энциклопедический словарь [Текст] / А.М. Прохоров. Санкт – Петербург, 2006. 6124 с.
- 15) *Рябова И.А.* Экономика и организация туризма: международный туризм: учеб. пособие [Текст] / И.А. Рябова. Москва: КНОРУС, 2005. 196 с.
- 16) *Сафронова А.А.* Событийный туризм как часть современной социокультурной среды // Социокультурная среда и ее развитие в условиях глобализации современного общества : материалы V Междунар. соц.-пед. чтений им. Б.И. Лившица / Урал. гос. пед. ун-т. Екатеринбург, 2013. 512 с.
- 17) *Сенин В.С.* Организация международного туризма: учебник [Текст] / В.С. Сенин. Москва: Финансы и статистика, 2003, 400 с.
- 18) *Соколова М.В.* История туризма: учеб. пособие [Текст] / М.В. Соколова. Москва: Академия, 2004. 352 с.
- 19) *Шпилько С.П.* От события к событийному туризму // Вестн. Национал. акад. туризма. 2014. № 1 (29). С. 28-33
- 20) Ваша большая свадьба в Чехии. Свадьба в Чехии [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://bigsvadba.com/>
- 21) Туры. Бумеранг. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://boomerang-tour.ru>
- 22) Словари и энциклопедии на Академике. Академик. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://dic.academic.ru/dic.nsf>
- 23) Свадебные туры. Тур – сервис. [Электронный ресурс]: Режим доступа: [http://ek-tourservice.ru/svadebnyie\\_turyi](http://ek-tourservice.ru/svadebnyie_turyi)
- 24) Свадебные туры. Планета. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://opplaneta.com/svadebnyie-tury>

25) Всемирная туристская организация при ООН. Russia travel [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://russiaturism.ru/content/2/section/24/detail/3557/>

26) Свадебные путешествия. Тез – тур. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://tez-tour.com/restTypeWedding.html>

27) Международные проекты. The Wedding Stars. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://theweddingstars.com/>

28) Свадьба за границей. Ultra wedding. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://ultra-wedding.ru>

29) Спецпредложения. Свадьба за границей. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://w-exclusive.ru/>

30) Свадьба и праздники в Тайланде. Свадьба за границей. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://wonderful-wedding.ru/svadba-za-graniczej-iz-ekaterinburga.html>

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

### АНКЕТА ДИРЕКТОРА СВАДБЕНОГО АГЕНТСТВА

1. ФИО

Иванов Алексей Леонидович

2. Чем отличается организация свадебных туров от других свадебных услуг?

Колоссальное количество энергии уходит на то, чтобы сопоставить все самые мелкие детали с каждым из подрядчиков и с молодожёнами. Особенно это касается стран, в которых не слышали о понятии «пунктуальность».

3. На что ориентируетесь при составлении тура?

В первую очередь ориентируемся на спрос потребителя. Ведь каким бы хорошим не был тур, вряд ли кто-то его купит, если он будет организован в Парагвае.

4. Как бы Вы охарактеризовали типичного потребителя на рынке свадебного туризма?

Чаще всего это молодые люди до 25 лет. Которые часто путешествуют, достаточно образованны, но редко сами финансово состоятельны.

5. Используете ли Вы демонстрационную папку?

Только в том случае, если вижу, что клиент действительно заинтересован предложением и планирует дальнейшее сотрудничество. С моим опытом это не трудно определить.

6. На сколько сложно найти свадебных подрядчиков за границей?

Вы знаете, в век технологий сделать это не очень сложно. А те, кто считают, что это сложно никогда не будут работать в моей команде.

7. Что заставляет клиентов обратиться в компанию?

Недостаток времени. Время - деньги и те, кто это понимают всегда обращаются к профессионалам, какой бы области вопрос не касался.

8. Какие страны популярны в этом году?

Лидирующие позиции в этом году занимает Италия. В этом сезоне в нашу компанию обращалась даже русская девушка, которая сейчас живет в Шотландии. Просила Итальянскую свадьбу.

9. Какие произошли изменения за последние три года в выборе страны? И от чего это зависит?

Крупных изменений не произошло, но те которые происходят, в основном связаны с политической ситуацией в разных странах (таких как Франция).

10. Какова динамика популярности внутреннего свадебного туризма?

Несмотря на то, что юг России сейчас популярен как никогда, организовывать свадьбы молодожёны там не торопятся. Ведь стоимость организации свадьбы там будет не меньше, чем в Европе.

11. Назовите необходимые условия для успешной деятельности свадебного туризма в будущем и перспективы его развития.

Единственным главным условием является отчаянная любовь к своему делу. Если этого нет, то и дела нет. А перспективы зависят от экономики нашей страны. Могу сказать, что пару лет назад поток клиентов был в два, а то и три раза больше, чем сейчас.

12. Какие возникают проблемы развития свадебного туризма?

Повторюсь, говоря о том, что главной проблемой для развития какой бы то ни было отрасли в нашей стране является экономика.

13. На сколько возрос/понижился поток клиентов за прошедший год?

Как я ловко в предыдущем вопросе заранее ответил на этот.

14. Должность в компании

Директор компании «THE WEDDING STARS».

15. Стаж работы в свадебном туризме

Более 5 лет

## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

### АНКЕТА ЗАМ. ДИРЕКТОРА СВАДЕБНОГО АГЕНТСТВА

1. ФИО

Иванова Екатерина Александровна

2. Чем отличается организация свадебных туров от других свадебных услуг?

Только месторасположением. Вся наша работа и подход к клиентам остается на таком же высоком уровне.

3. На что ориентируетесь при составлении тура?

Ориентируемся на пожелания клиентов. Ведь кто-то хочет пышную церемонию в Монако, а кто-то хочет уединённое венчание в Израиле. Все это очень индивидуально. Но и в том, и в другом случае мы ориентируемся на качество работы наших подрядчиков.

4. Как бы Вы охарактеризовали типичного потребителя на рынке свадебного туризма?

Скорее всего, типичного потребителя в этой области нет. Я даже не могу сейчас сказать, люди какого возраста чаще всего приходят к нам. Самым молодым нашим клиентам по 21, сейчас мы готовим для них официальную церемонию в Вальдорче. Самым взрослым было по 45, они женаты 20 лет и всю жизнь мечтали о праздничной церемонии в Индии, дети сделали им такой подарок. Могу сказать только, что те, кто обращаются к нам – заядлые путешественники.

5. Используете ли Вы демонстрационную папку?

Я стараюсь как можно чаще ее использовать, но муж не всегда позволяет это делать. В силу практичности – переживает, что наши идеи пропадут зря.

6. На сколько сложно найти свадебных подрядчиков за границей?

На самом деле это очень сложно, ведь мало того, что их нужно найти, нужно достаточное количество времени для того, чтобы пару раз увидеть их в деле и сформировать окончательное мнение.

7. Что заставляет клиентов обратиться в компанию?

Желание провести свой незабываемый день на высшем уровне. Многие, кто обращался к нам за помощью, рассказывали, что сначала хотели организовать все сами, но на первых этапах с документами

8. Какие страны популярны в этом году?

Мы специализируемся на Италии, поэтому эта страна популярна у нас каждый год. Последнее время много запросов стало на Грецию. Видимо, пора развиваться в этом направлении.

9. Какие произошли изменения за последние три года в выборе страны? И от чего это зависит?

Это могло бы зависеть от курса, но те, кто хотят провести церемонию за в Европе накопят в любом случае независимо ни от чего.

10. Какова динамика популярности внутреннего свадебного туризма?

Сочи – очень фешенебельный и тусовочный курорт для молодежи, но не более того. Для свадьбы молодожёны выбирают более статусное место.

11. Назовите необходимые условия для успешной деятельности свадебного туризма в будущем и перспективы его развития.

Необходимо время. Русские люди еще не отошли от савдеповских свадеб, только недавно европейский тип свадеб с успехом вошел на русский рынок, так что нужно чтобы это осело в сознании наших граждан. Мы как можем помогаем им – снимаем ролики и ведем блоги для того, чтобы свадьба за границей не казалось чем-то неизведанным.

12. Какие возникают проблемы развития свадебного туризма?

Проблемы развития возникают не посредство на начальном этапе. Люди боятся пробовать что-то новое, поэтому нашей команде приходится большое количество энергии тратить только на то, чтобы убедить клиентов сделать правильный выбор. Самый большой страх – страх утери документов, поэтому больше половины церемоний «липовые» (прим. автора Неофициальные)

13. На сколько возрос/понижился поток клиентов за прошедший год?

Говоря о спросе на зарубежные церемонии – в этом году спрос понизился. Связано это в первую очередь с экономической ситуацией в России, особенно в ее регионах. Месяц назад я ездила в командировку в Москву, общалась с коллегами, так вот у них такой проблемы нет. Сейчас свадебный туризм остается популярен там, как и пару лет назад.

14. Должность в компании

Официально заместитель директора компании «THE WEDDING STARS». Однако, как правило, я выполняю множество обязанностей от офисной работы до связей с общественностью.

15. Стаж работы в свадебном туризме

Конкретно в организации свадеб за рубежом это 5 лет.

## ПРИЛОЖЕНИЕ В

### АНКЕТА МЕНЕДЖЕРА СВАДЕБНОГО АГЕНТСТВА

1. ФИО

Тарасенко Виктория Евгеньевна

2. Чем отличается организация свадебных туров от других свадебных услуг?

Приходится держать в голове большое количество информации, сопоставлять разные часовые пояса для общения с подрядчиками, плюс необходимо знание иностранных языков.

3. На что ориентируетесь при составлении тура?

Ориентируюсь на пожелания клиентов. Только от этого зависит то, каким будет мероприятие.

4. Как бы Вы охарактеризовали типичного потребителя на рынке свадебного туризма?

Молодые, амбициозные, с высокими требованиями и высоким уровнем жизни.

5. Используете ли Вы демонстрационную папку?

Только если клиент об этом попросит.

6. На сколько сложно найти свадебных подрядчиков за границей?

В нашей компании все подрядчики проверены временем и были найдены до того, как я пришла.

7. Что заставляет клиентов обратиться в компанию?

Желание провести незабываемый день без суеты. В путешествие вместе с молодоженами всегда отправляется свадебный координатор. Новобрачные никогда не знают о том, какие «за кулисами» возникают проблемы.

8. Какие страны популярны в этом году?

Италия, как всегда, на пике популярности.

9. Какие произошли изменения за последние три года в выборе страны? И от чего это зависит?

Да никаких изменений не произошло. Как все хотели свадьбы в замках Европы, так и хотят до сих пор.

10. Какова динамика популярности внутреннего свадебного туризма?  
Мы внутренним свадебным туризмом не занимаемся, но и запросов таких пока не поступало.

11. Назовите необходимые условия для успешной деятельности свадебного туризма в будущем и перспективы его развития.

Первым условием является высокое качество сервиса. Это важно в любой сфере. Вторым условием является широкая огласка. Ведь чем больше людей заинтересовалось и узнало о свадебном туризме, там больше захотят поучаствовать в этом.

12. Какие возникают проблемы развития свадебного туризма?  
Часто сталкиваюсь с такой проблемой как страх клиентов. Из-за страха нет никакого развития. Люди боятся перелетов, разности менталитета и звучания языка и т.д.

13. На сколько возрос/понижился поток клиентов за прошедший год?  
Спрос остался приблизительно на таком же уровне, как и в том году.

14. Должность в компании  
Менеджер компании «THE WEDDING STARS»

15. Стаж работы в свадебном туризме  
3 года

ПРИЛОЖЕНИЕ Г  
АНКЕТА ДИРЕКТОРА ТУРАГЕНТСТВА

1. ФИО

Рябова Елена Игоревна

2. Чем отличается организация свадебных туров от других тур.услуг?

Ответственности ложиться больше. Ведь обычный тур – просто отдых, а тур со свадебной церемонией – день, который запомнится на всю жизнь. К тому же, к подбору отелей нужно подходить более тщательно. Ведь многие из них предоставляют отличные предложения для новобрачных, это необходимо учитывать.

3. На что ориентируетесь при составлении тура?

Последнее время, помимо желания клиентов, ориентируюсь на политическую ситуацию в стране. Не хотелось бы, чтобы клиенты, оказавшись в Париже, увидели террористические акты. Тяжело об этом говорить, поэтому всегда советую ответственно подходить к выбору места. Мечты мечтами, но нужно жить реальным временем.

4. Как бы Вы охарактеризовали типичного потребителя на рынке свадебного туризма?

Достаточно сложный вопрос. Если можно так выразиться, то публика очень разношерстна. Качество жизни клиентов никаким образом не играет роли, скорее играет роль общее развитие и кругозор. Кто-то экономит на всем долгое время ради такой свадьбы, для кого-то большие траты будут едва заметны. Что касается возраста – начиная от студентов и заканчивая их бабушками. Бабушки встречаются реже, но такое тоже бывает.

5. Используете ли Вы демонстрационную папку?

Практически никогда. У всех абсолютно разные пожелания, поэтому после того, как мы выслушаем гостей, в течение недели, стараемся изготовить эскиз конкретного заказа.

6. На сколько сложно найти свадебных подрядчиков за границей?

В некоторых странах это сделать практически невозможно. Например, в Исландии в свадебной индустрии работает всего одна девушка. Все, кто занимается свадебным бизнесом, знают ее, но она ни с кем не хочет сотрудничать, поскольку заказчики в любом случае выйдут на нее. Каждый здесь ищет свою выгоду. В Греции найти хорошего подрядчика тоже тяжело. Их очень много, но настоящих профи можно сосчитать по пальцам. На все это уходит большое количество времени.

7. Что заставляет клиентов обратиться в компанию?

Плохая осведомленность о том, как, где, по каким обычаям должна проходить свадьба. Но больше всего люди не хотят заниматься оформлением документов и я их понимаю. Для того, кто первый раз с этим столкнулся, появится много сложностей.

8. Какие страны популярны в этом году?

В этом году, как и предыдущих годах популярна Греция. Цены туда сейчас более чем приемлемы, выбор мест бесконечен, а древнегреческие легенды дают большой выбор тематики мероприятия.

9. Какие произошли изменения за последние три года в выборе страны? И от чего это зависит?

Серьезных изменений не произошло. Лидирующие позиции занимают Греция, Италия, Доминиканцы. Чаще стали интересоваться Новой Зеландией, Австралией, Исландией и другими живописными местами. Думаю, что связано это с тем, что последнее десятилетие было множество возможностей для путешествий и конечно первым делом все ехали в Европу, Турцию и Египет. Сейчас, когда все это наскучило, захотелось новых ощущений.

10. Какова динамика популярности внутреннего свадебного туризма?

Уверена, что на наши юга едет большое количество туристов, но для проведения церемонии они обращаются не к нам, а в агентства Сочи. Сейчас все это сделать очень просто. Зачем клиенты будут переплачивать нам, если есть возможность напрямую работать с Сочинскими компаниями. Все это прекрасно понимают.

11. Назовите необходимые условия для успешной деятельности свадебного туризма в будущем и перспективы его развития.

Во-первых, это предоставление качественных услуг. Люди возвращаются под впечатлением, делятся с друзьями и вот у нас уже появляются новые клиенты. Во-вторых, поддержка государства. Туризму в данных условиях тяжело развиваться, не говоря уже о свадебном туризме. В-третьих, активная реклама. Некоторые жители города даже не знают о возможности проведения свадеб за границей.

14. Какие возникают проблемы развития свадебного туризма?

Самой главной проблемой является снижение качества института брака. Нет брака – нет и свадебного туризма.

15. Насколько свадебный туризм популярен, относительно других видов туризма?

В регионах России это порядка 10% от всех туров. Число не очень впечатляет, но в Москве этот процент намного выше. Остается ждать, что эта тенденция переберется к нам в ближайшее время.

16. На сколько возрос/понижился поток клиентов за прошедший год?

За последние пару лет поток клиентов очень упал, все хотят больше сэкономить.

18. Должность в компании

Директор компании «Академия интересных путешествий».

19. Стаж работы в свадебном туризме

3 года

ПРИЛОЖЕНИЕ Д  
АНКЕТА ДИРЕКТОРА ТУРАГЕНТСТВА

1. ФИО

Большедворова Ирина Витальевна

2. На что ориентируетесь при составлении тура?

Я ориентируюсь на то, чем занимаются молодожены. Их род деятельности, хобби, история знакомства – из всего этого составляется индивидуальный сценарий и уникальная тематика мероприятия.

3. Как бы Вы охарактеризовали типичного потребителя на рынке свадебного туризма?

Индустрия свадебного туризма кардинально отличается от обычного свадебного бизнеса. Там топовый клиент это молодые люди от 21 до 28 лет. Здесь все по-другому. Приходят и родители, которые хотят устроить своим детям свадьбу, и молодые приблизительно 30 лет, которые добились успеха в карьере, теперь хотят заняться личной жизнью. Пример множество, но типичных нет.

4. Используете ли Вы демонстрационную папку?

Да, использую, но только в качестве примера. В моей компании не может быть такого «мне понравилось это, хочу так же». Двух одинаковых свадеб быть не может, как и двух одинаковых пар.

5. На сколько сложно найти свадебных подрядчиков за границей?

Это было совершенно несложно, поскольку я училась в Чехии и во время учебы загорелась такой идеей. В этом плане мне было проще, чем многим другим компаниям. Я лично выбирала себе команду, поиски по интернету – не мое, нужно чувствовать сотрудника и быть с ним на одной волне.

6. Что заставляет клиентов обратиться в компанию?

Ограниченное количество времени для того, чтобы найти все самим. Сделать это совершенно реально, но конечно же когда вы обращаетесь в компанию можно рассчитывать на более высокий уровень организации.

7. Назовите необходимые условия для успешной деятельности свадебного туризма в будущем и перспективы его развития.

Четкий бизнес-план и сплочённая команда. О перспективах развития сейчас говорить сложно, ведь наша отрасль зависит не только от нас, но и политической и экономической ситуации в России и Чехии.

8. Какие возникают проблемы развития свадебного туризма?

У многих просто нет потребности в свадебных путешествиях. На то, чтобы искусственно создать эту потребность уйдет не один год. Также серьезной проблемой является низкая проинформированность аудитории.

9. На сколько возрос/понижился поток клиентов за прошедший год?

По подсчетам поток клиентов за прошедший год возрос на 5 %, так что можно сказать, что никаких изменений не произошло. Большая часть предпочитает неофициальные церемонии. За счет них и повысился процент клиентов.

10. Должность в компании

Основатель компании «Большая свадьба в Чехии».

11. Стаж работы в свадебном туризме

6 лет