

Электронный научный журнал «Век качества» ISSN 2500-1841 <http://www.agequal.ru>

2020, №1 [http://www.agequal.ru/pdf/2020/AGE\\_QUALITY\\_1\\_2020.pdf](http://www.agequal.ru/pdf/2020/AGE_QUALITY_1_2020.pdf)

**Ссылка для цитирования этой статьи:**

Андросова И.В., Цыкалова П.С., Щитов А.Н., Шевцов А.Н. Особенности развития услуг по ландшафтному дизайну как рыночной ниши в строительном бизнесе // Электронный научный журнал «Век качества». 2020. №1. С. 107-118. Режим доступа: <http://www.agequal.ru/pdf/2020/120008.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 339.13

**Особенности развития услуг по ландшафтному дизайну  
как рыночной ниши в строительном бизнесе**

***Андросова Ирина Владимировна,***

*к.э.н., доцент кафедры региональной экономики и менеджмента  
ФГБОУ ВО Юго-Западный государственный университет,  
305040, г. Курск, ул. 50 лет Октября, д.94,  
e-mail: irinka-rusik@mail.ru.*

***Цыкалова Полина Сергеевна,***

*студент кафедры промышленного и гражданского строительства  
ФГБОУ ВО Юго-Западный государственный университет,  
305040, г. Курск ул. 50 лет Октября, д.94,  
e-mail: polina.tsykalova@mail.ru*

***Щитов Алексей Николаевич,***

*аспирант кафедры вычислительной техники  
ФГБОУ ВО Юго-Западный государственный университет,  
305040, г. Курск ул. 50 лет Октября, д.94,  
e-mail: a.n.schitov@mail.ru*

***Шевцов Алексей Николаевич,***

*аспирант кафедры вычислительной техники  
ФГБОУ ВО Юго-Западный государственный университет,  
305040, г. Курск ул. 50 лет Октября, д.94,  
e-mail: aleksey\_shevtsov95@mail.ru*

**Аннотация.** Актуальность развития сферы ландшафтного дизайна обусловлена возрастающим интересом со стороны общественности к вопросам ландшафтного дизайна, направленного на благоустройство территории путем использования различных компонентов.

Целью исследования является исследование сферы услуг по ландшафтному дизайну на микро-, мезо- и макроуровнях для разработки рекомендаций, направленных на активизацию использования ландшафтных услуг. Методический аппарат исследования основан на использовании общенаучных, общеэкономических и специальных методов и приемов: исторического метода, методов анализа маркетинговых исследований, аналитических материалов исследуемого предприятия, интернет-ресурсов.

По результатам написания статьи были получены следующие результаты: проанализировано состояние развития рыночной ниши ландшафтного дизайна как на уровне национальной экономики так и региона; на примере отдельно взятой строительной организации рассмотрен вариант диверсификации строительного бизнеса в сторону ландшафтного дизайна. На основании проведенного исследования выявлены ряд проблем, препятствующих развитию сферы ландшафтного дизайна: подготовка профессиональных кадров, отсутствие конкретной ценовой политики, малое количество маркетинговых исследований сферы ландшафтного дизайна. Решению выявленных проблем способствует выполнение следующих решений: повышать имидж профессии «ландшафтный дизайнер» для осуществления качественной подготовки кадров; формирование корректной ценовой политики; расширение спектра маркетинговых исследований рынка ландшафтного дизайна.

**Ключевые слова:** ландшафтный дизайн; строительный бизнес; рыночная ниша; маркетинговые исследования; рынок ландшафтного дизайна; диверсификация бизнеса.

Современный этап развития общества характеризуется активизацией интереса к благоустройству территорий посредством применения ландшафтного дизайна. Сфера ландшафтного дизайна изначально развивалась на стыке трех областей: архитектуры, биологии и истории. Совокупность данных аспектов направлена на формирование предметно-пространственной среды человека. Понятие ландшафтный дизайн появилось порядка 200 лет назад в Древнем Египте, жители которого старались украсить водоемы, выращивать декоративные растения и зоны. В Древней Греции старались не вмешиваться в природу, а вот в Древнем Риме наблюдалась обратная ситуация: римляне оснащали свои сады и территории различными формами. Особенности персидского ландшафтного дизайна было создание заповедников, живых изгородей, подстриженных парков. В ландшафтном дизайне Франции прослеживается классический стиль: обилие роскоши, стриженные деревья и кустарники, фонтаны, цветники коврового типа. В Италии особое распространение получили оливковые рощи, террасы, разнообразные лестницы. Первоначально в Англии архитектурные сады выполнялись в итальянском стиле. В России ландшафтный дизайн пришел в период правления

Петра I, который учредил «садовую контору», в которой работали устроители садов и парков (пример - Измайловский парк) [1].

В настоящее время российский рынок ландшафтного дизайна только развивается, и при этом наблюдается дифференциация в уровне его развития в столице и регионах, что объясняется ярко выраженным различием в доходах населения. На рис. 1 представлена территориальная структура рынка ландшафтной отрасли в 2019 г.

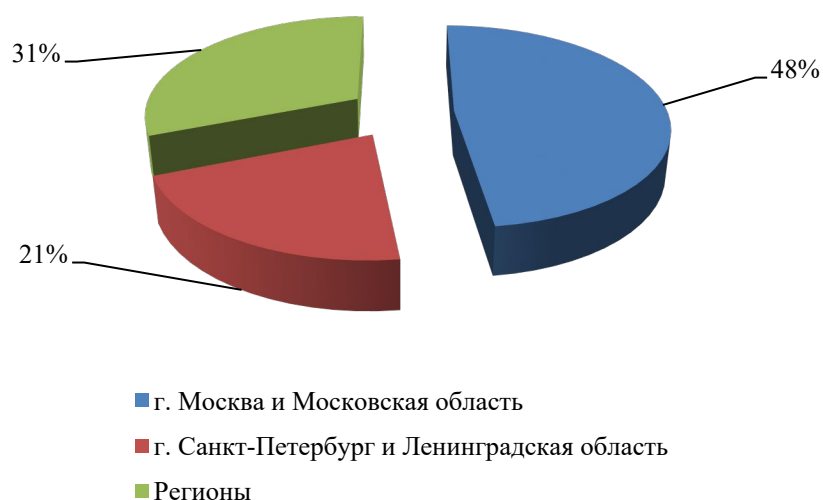


Рис. 1. Территориальная структура российского рынка ландшафтной отрасли в 2019 г., % (составлено на основе данных [2, 3])

Половина (48%) оборота рынка приходится на Москву и Московскую область, чуть более 20% отводится на Санкт-Петербург и Ленинградскую область, оставшиеся 30% распределены между регионами. Ландшафтная отрасль представлена порядка 200 компаниями, предоставляющими услуги различного рода такие как: озеленение территорий, установка малых архитектурных форм, предварительные услуги и прочие.

На данный момент маркетинговые исследования рынка ландшафтных услуг были проведены в регионах, отличающихся достаточно высоким уровнем жизни населения, что позволяет сделать вывод о востребованности ландшафтных услуг, не являющихся предметом первой необходимости.

Курский регион последние два года занимает 15 позицию (по версии агентства «РИА Новости» [4]) по уровню качества жизни населения, что характеризует его положение как среднее, следовательно, нельзя сказать о быстрорастущем спросе на рынке ландшафтного дизайна. Мониторинг интернет-ресурсов, а также сайтов ландшафтных организаций позволил сделать вывод о том, что в настоящий момент времени в Курском регионе действует более 50 предложений по оказанию услуг по ландшафтному дизайну (рис. 2)<sup>1</sup>.

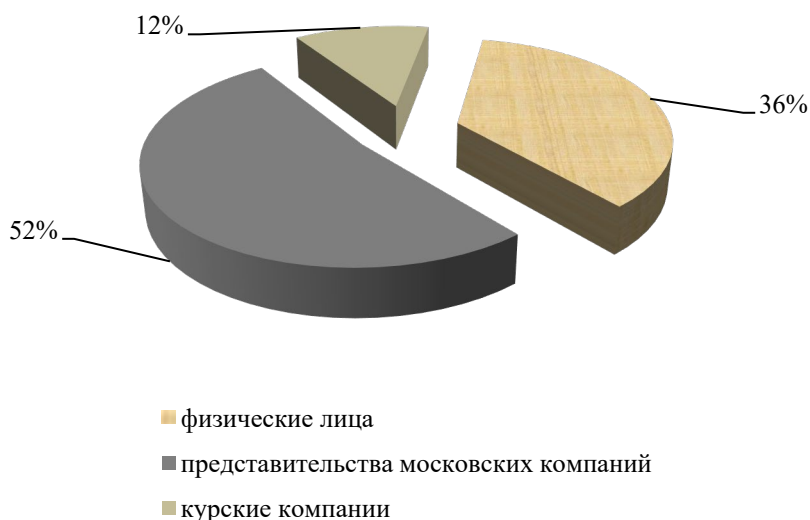


Рис. 2. Структура регионального рынка ландшафтного дизайна в 2019г., % (составлено на основании данных [5])

Большинство из действующих предложений представлено филиалами московских компаний - 52% (Студия ландшафтного дизайна Green Park, Проектное бюро Уникум и прочие). Значительную долю в 36% занимают физические лица, предлагающие услуги по ландшафтному дизайну.. Организации, созданные и функционирующие на территории региона, оставляют 12% от всего объема. Среди них выделяются такие компании как: студия ландшафтного дизайна ФлорИдея, ООО АтиС, ООО Ландизайн, Zvetok 46. На официальных сайтах компаний представлена информация о спектре предлагаемых услуг (предварительные работы на участке, озеленение

<sup>1</sup> составлено на основании данных [5]

территорий, установка малых архитектурных форм, устройство газонов и прочие), сроках, ценовых диапазонах, выложены портфолио выполненных работ. Таким образом, в регионе доля самостоятельно созданных и независимо функционирующих организаций не превышает 10%. Все это позволяет сделать вывод о том, что создание бизнеса с нуля в сфере ландшафтного дизайна достаточно затратный и рискованный процесс с ярко выраженным сезонным характером. При этом аналитики отмечают, что конкуренция в данной сфере относительно высокая среди организаций, работающих в высоком ценовом сегменте, однако услуги по ландшафтному дизайну становятся популярными и среди клиентов со средним уровнем дохода, что свидетельствует о потенциально свободной рыночной нише для данного направления [6, 7]. В связи с этим предложено рассмотреть вариант развития ландшафтного дизайна как направление диверсификации бизнеса на базе уже функционирующей строительной организации с имеющейся материально-технической базой. Предлагаемый спектр услуг по ландшафтному дизайну будет включать благоустройство и озеленение территорий, дизайн-проекты и вспомогательные работы. К целевой аудитории относятся частные лица - владельцы приусадебных участков; организации, имеющие потребность в дизайнерском оформлении территории, а также государственные заказчики в лице органов местной власти (особенно актуально в условиях празднования дня Великой Победы). Для привлечения потенциальных клиентов предлагается комплекс различных методов: холодные звонки, распространение буклетов, ведение групп в социальных сетях, интернет-ресурсы. Концепция ведения бизнеса в ландшафтном дизайне основана на клиентоориентированном подходе, комплексном учете всех потребностей, доступная ценовая политика [8, 9].

Открытие бизнес - направления ландшафтного дизайна целесообразно рассматривать как инвестиционный проект. К первоначальным затратам в первый год (в сумме 750 тыс. руб.) относятся заработная плата с

соответствующими отчислениями привлеченных сотрудников (дизайнера-проектировщика, флориста - дендролога), закупка садового инструмента и техники, прочие затраты. С учетом усредненной стоимости услуг по ландшафтному дизайну выручка с одного реализованного проекта (в среднем 10 кв. м) может достигать до 60 тыс. руб. Потенциальная возможность выполнения проектов в сезон составляет 40 единиц, соответственно объем выручки мог составлять более 2 млн руб. за период. Проведенные расчеты с использованием традиционных показателей эффективности позволили сделать вывод о том, что предлагаемый проект по открытию ландшафтных услуг окупится через 10 месяцев после начала его осуществления. Таким образом, предлагаемый проект по оказанию ландшафтных услуг в уже действующей строительной организации является эффективным и его следует принять к исполнению [10, 11].

Прогнозный темп роста прибыли от продаж строительной организации после внедрения мероприятий представлен на рис. 3.

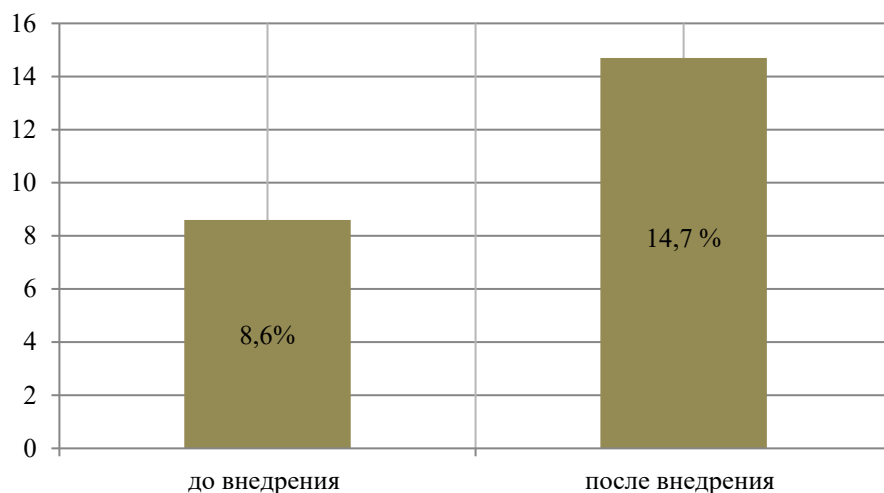


Рис. 3. Темпы прироста прибыли от продаж организации после внедрения проекта по оказанию услуг по ландшафтному дизайну

За счет реализации проекта услуг по ландшафтному дизайну прибыль от продаж увеличилась на 14,7%. В условиях открытия нового

бизнес - направления повышаются уровень прибыли от продаж, показатели рентабельности, что свидетельствует о повышении эффективности деятельности организации. Таким образом, на примере отдельного взятого строительного предприятия продемонстрирован положительный эффект от диверсификации бизнеса в направление ландшафтного дизайна.

При рассмотрении вопросов развития ландшафтного дизайна установлено, что данная сфера является перспективной как на уровне отдельных бизнес-структур, так и региона в целом. Однако, существуют ряд проблем, препятствующих развитию ландшафтного дизайна как рыночной ниши в строительном бизнесе:

- подготовка профессиональных кадров, обеспечивающих выполнение качественного ландшафтного дизайна в регионах. Так в Курском регионе обучение проводится по следующим направлениям: рабочий зеленого хозяйства, специалист по садово-парковому и ландшафтному строительству, ландшафтный дизайнер. Причем обучение по всем направлениям реализовано на базе колледжа и только обучение специалистов - ландшафтных дизайнеров проходит в вузе. При этом наблюдается, что данные направления не пользуются популярностью среди абитуриентов. Таким образом, наблюдается нехватка специалистов в области ландшафтного дизайна в регионе;

- отсутствие конкретной ценовой политики в сфере ландшафтного дизайна. Цены на услуги формируются хаотично и зачастую зависят от платежеспособности заказчика. Организации рассредоточиваются по ценовым нишам в зависимости от стоимости своих проектов;
- малое количество маркетинговых исследований, посвященных развитию рынка ландшафтных услуг (последнее исследование датировалось 2007 годом), что затрудняет сделать качественные выводы и предложить перспективные пути развития данной сферы [12].

Для решения выявленных проблем предложено следующее:



- качественная подготовка кадров будет в том случае, если профессия ландшафтного дизайнера будет пользоваться спросом среди молодежи - потенциальных абитуриентов, поэтому необходимо развивать данное направление обучения путем проведения выставок, ознакомления с опытом ведущих фирм в данной сфере;
- для формирования корректной ценовой политики необходимо учитывать среднюю стоимость услуг в конкретном регионе, также возможно использовать комплекс научно - обоснованных методов ценообразования, среди которых выделяется метод Ван Вестендорпа, основанный на оценке чувствительности клиента к цене;
- проводить исследования в регионах путем анкетирования и опросов как фирм-исполнителей, так и потенциальных заказчиков среди физических и юридических лиц. Подобные исследования позволят выявить существующие проблемы и разработать решения, способствующие их устранению.

Таким образом, проведенное исследование позволило сделать вывод о том, что российский опыт демонстрирует имеющийся потенциал для развития сферы услуг ландшафтного дизайна. Несмотря на имеющиеся проблемы, данная сфера имеет тенденцию к непрерывному совершенствованию и развитию.

### **Список литературы**

1. Попова О.Ю., Терещенко Г.Ф. Ландшафтный дизайн в историческом контексте и современные проблемы его развития в России // Культура и время перемен. 2018. № 2 (21). С. 23.
2. Готовые маркетинговые исследования рынков, обзоры, бизнес-планы, аналитика и анализ рынка [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.restko.ru/market/search> (дата обращения 14.02.2020).



3. Варенцова И.Е. Рынок ландшафтного дизайна в России // Глобальная научная интеграция. 2012. № 6. С. 14-17.

4. Рейтинг регионов России по уровню жизни 2019 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://basetop.ru/rejting-regionov-rossii-po-urovnyu-zhizni-2019> (дата обращения 14.02.2020).

5. Услуги по ландшафтному дизайну [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://yandex.ru/uslugi/10705-kursk-oblast/category> (дата обращения 14.02.2020).

6. Шелест М.Ю., Шелест А.А. Сфера услуг по ландшафтному дизайну в регионах с невысоким жизненным уровнем // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Естественные, технические и медицинские науки. 2014. № 3. С. 190-193.

7. Потапова М.В., Саяпина Е.В., Антонова Н.Н. Тенденции и проблемы развития ландшафтного дизайна в Волгоградской области // Новые идеи нового века: материалы международной научной конференции ФАД ТОГУ. 2017. Т. 2. С. 249-255.

8. Анискина М.Д., Черных Ю.А., Чесноков Н.Н. Ландшафтный дизайн: тенденции и перспективы// Наука и Образование. 2019. № 1. С. 56.

9. Калимов О.В., Попов М.А., Родионова И.Н. Влияние качества технико-экономического анализа технологического процесса на эффективность производства // Управление социально-экономическим развитием регионов: проблемы и пути их решения: сборник научных статей 4-й Международной научно-практической конференции / Отв. редактор А.А. Горохов; Юго-Западный государственный университет. 2014. С. 137-139.

10. Дьякова О.В., Александрия А.В. Принципы и подходы управления стоимостью объекта строительства в рамках развития сметного нормирования и рыночных методов ценообразования // Электронный научный журнал «Век качества». 2019. № 4. С. 118-132. - Режим доступа: <http://www.agequal.ru/pdf/2019/419008.pdf> (дата обращения 12.02.2020).

11. Типовой бизнес-план компании по озеленению и ландшафтному дизайну [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.bsplan.ru/about.phtml?a=news&id> (дата обращения 14.02.2020).

12. Мамонтов С.А., Пинко В.А. Рыночная ниша как сегмент и потенциальный рынок: маркетинговый теоретический аспект // Вестник Омского университета. Серия: Экономика. 2016. № 1. С. 137-145.

## **Features of development of landscape design services as a market niche in the construction business**

***Androsova Irina Vladimirovna,***

*Ph. D. in Economics, associate Professor of the Department of regional  
Economics and management, Southwestern state University,  
305040, Kursk, 50 let Oktyabrya str., 94,  
e-mail: irinka-rusik@mail.ru.*

***Zukalova Polina Sergeevna,***

*student of the Department of industrial and civil engineering  
Southwestern state University,  
305040, Kursk, 50 let Oktyabrya str., 94,  
e-mail: polina.tsykalova@mail.ru*

***Shitov Alexey Nikolaevich,***

*postgraduate student of the Department of computer engineering  
Southwestern state University,  
305040, Kursk, 50 let Oktyabrya str., 94,  
e-mail: a.n.schitov@mail.ru*

***Shevtsov Alexey Nikolaevich,***

*postgraduate student of the Department of computer engineering  
Southwestern state University,  
305040, Kursk, 50 let Oktyabrya str., 94,  
e-mail: aleksey\_shevtsov95@mail.ru*

**Abstract.** The relevance of the development of landscape design is due to the growing public interest in landscape design issues aimed at improving the territory through the use of various components.

The purpose of the study is to study the landscape design services sector at the micro, meso and macro levels to develop recommendations aimed at enhancing the use of landscape services. The methodological apparatus of the research is based on the use of General scientific, General economic and special methods and techniques: the historical method, methods of analysis of marketing research, analytical materials of the studied enterprise, and Internet resources.

According to the results of writing the article, the following results were obtained: the state of development of the market niche of landscape design both at the level of the national economy and the region was analyzed; the variant of diversification of the construction business towards landscape design was considered on the example of a single construction organization. Based on the conducted research, a number of problems that hinder the development of the landscape design sphere are identified: training of professional personnel, lack of a specific pricing policy, and a small number of marketing studies of the landscape design sphere. The following solutions help to solve the identified problems: to improve the image of the "landscape designer" profession in order to provide high-quality training; to form a

correct pricing policy; to expand the range of marketing research on the landscape design market.

**Keywords:** landscape design; construction business; market niche; marketing research; landscape design market; business diversification.