

Е.А. Сушкевич, к.э.н., ассистент кафедры маркетинга
С.В. Коваленко, студент
Е.А. Коверзнева, студент
УО «Белорусский государственный экономический университет»
Минск (Беларусь)

АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ СИСТЕМА ВЕЛОПРОКАТА В МИНСКЕ

В настоящее время во многих странах мира велодвижение набирает все большую популярность. Здоровый образ жизни, спорт, экономия времени на передвижение по городу, времяпровождение с друзьями и семьей – это только несколько причин, которые способствуют отказу от автомобилей и общественного транспорта в пользу велосипедов.

В Республике Беларусь также наблюдается тенденция к популяризации велокультуры – развивается инфраструктура для велосипедистов, проходят различные акции и фестивали, такие как «На работу на велосипеде», «Велосипедист, дай огня!», велокарнавал «Viva Ровар», который в 2018 году собрал уже 20 тысяч велоактивистов, и другие [1, 3].

В 2018 году была принята «Национальная концепция о развитии велодвижения», согласно которой планируется увеличить долю использования велосипедов в городах с численностью населения 50 тыс. человек и более до 8–10 %, в городах с численностью населения менее 50 тыс. человек и поселках городского типа – до 15–20 %, в агрогородках и сельских населенных пунктов – свыше 40 % [2].

Для того чтобы узнать, насколько же популярен велосипед как средство передвижения среди минчан, нами было проведено исследование. В рамках данного исследования был проведен опрос велосипедистов в центре Минска. В результате были определены четыре основных сегмента приверженцев передвижения на велосипедах: дети (7-14, 15-17 лет), молодежь (18-30 лет), взрослые (31-45, 46+ лет), молодые семьи.

При этом первый сегмент (дети) отметили следующие причины, по которым они предпочитают использовать для передвижения по городу и за городом велосипед: можно гораздо быстрее доехать до места назначения; хорошая физическая нагрузка; родители приучили/катаемся всей семьей; купил велосипед, как у друга; просто нравится кататься.

Среди представителей второго сегмента (молодежь) были отмечены такие стимулы, как активный досуг для поддержания физической формы; желание разнообразить встречи с друзьями/времяпровождение; желание влиться в новую компанию; желание быть в тренде; потребность бесплатно/комфортно передвигаться по городу.

Представители третьего сегмента (взрослые) назвали следующие причины: забота о своём здоровье; нежелание тратить деньги на посещение тренажёрного зала; желание быть ближе к молодёжи; желание разнообразить рутинную жизнь и отвлечься от проблем; желание интересно проводить свободное время.

Четвертый сегмент (молодые семьи) отметили такие стимулы как желание проводить время с семьёй; желание вести здоровый образ жизни; желание привить ребёнку правильные привычки; желание альтернативно проводить досуг.

Абсолютно все респонденты, у которых нет собственного велосипеда, отметили следующую проблему: в столице нет единой системы проката велосипедов. Кроме

того, большинство респондентов не устраивает высокая стоимость велопроката и узкий ассортимент велосипедов.

В связи с этим возникла идея создания в Минске автоматизированной системы велопроката с возможностью взять и оставить велосипед на ближайшей станции. Данная услуга будет доступна 24/7. Для начала планируется открыть 7 станций с 5-ю велосипедами на каждой из них. Так как данная услуга является сезонной (с мая по сентябрь), предполагается открытие веломастерской, оказывающей услуги по ремонту и техническому обслуживанию велосипедов.

Миссия проекта: предоставить жителям города Минска и туристам относительно недорогой доступ к велосипеду для поездок по городу как альтернативу общественному транспорту и автомобилю, тем самым улучшив транспортную и экологическую обстановку в столице.

Среди ключевых партнеров можно рассматривать такие общественные организации как Минское велосипедное общество и Центр экологических решений, информационную поддержку можно получить в Главном управлении спорта и туризма Мингорисполкома. Финансовую поддержку новых стартап проектов выгоднее получить в IdeaBank.

Целевую аудиторию проекта мы разделили на три сегмента:

- дети 14-17 лет с доходом 50-100 руб. в месяц (учащиеся);
- молодежь 18-23 лет с доходом 150-350 руб. в месяц (студенты);
- молодые люди 24-30 лет с доходом 400-600 руб. в месяц (работники / специалисты).

Как показало исследование, в мире насчитывается всего 600 систем велопроката, общий объем рынка составляет около 1,8 млрд. евро. По данным исследования, проведенного компанией Roland Berger Strategy Consultants, в ближайшие годы рынок ожидает бурный рост, составляющий в среднем 20 % в год. Предполагается, что уже к 2020 году объем рынка велопроката будет находиться на отметке 3,6-5,3 млрд. евро.

Основным барьером для выхода на рынок с нашим проектом является стоимость автоматизированной системы велопроката (от 100 тыс. долл. США и выше).

Так как услуга является уникальной для белорусского рынка, существуют лишь частичные аналоги. Однако часть потребителей может сделать выбор в пользу приобретения собственного велосипеда.

На рынке Минска действует три крупных конкурента (Велодиско, Velotrek и Минск-Арена). Достигнуть их уровня в первое время функционирования проекта мы не сможем, т.к. наш бренд будет не известен целевой аудитории, однако мы можем усилить наши позиции за счет скорости обслуживания и высокой маркетинговой активности.

Парковочные станции представляют собой одноместные стойки, в которые вставляется переднее колесо велосипеда при парковке. Стойки устанавливаются на металлическую мобильную платформу или на рельсы, установленные в земле.

Велосипед, внешняя поверхность корзины и заднего крыла которого могут быть использованы для размещения рекламы. Терминал с небольшим реле и солнечной батареей устанавливает связь с велосипедом через радиоканал и связывается с центральным сервером посредством GPRS.

Электронный блок, размещённый на руле велосипеда, имеет возможность заряда батареи от динамомашин. Доступ к велосипеду может быть осуществлён через пинкод или абонентскую карту [4].

В качестве поставщика оборудования, велосипедов и программного обеспечения была выбрана французская компания Smoove.

К числу основных рисков при реализации данного проекта относятся:

- Погодные условия: слишком жаркая или дождливая погода может существенно повлиять на объем продаж.

- Сезонность: услуга востребована только в относительно теплое время года (с апреля/мая по сентябрь/октябрь).

- Износ и поломка велосипедов.

Проблему сезонности бизнеса и поломки велосипедов можно решить путем создания веломастерской как дополнительного вида деятельности, что позволит частично преодолеть фактор сезонности, а также обеспечит своевременный ремонт и обслуживание велосипедов.

- Кражи велосипедов. Данная проблема может быть решена путем установки камер видеонаблюдения на парковочных станциях, встроенная система защиты велосипедов (сигнализация, GPS-отслеживание).

- Убыточность: выход на окупаемость невозможен без привлечения средств инвестора и/или государственной поддержки (грантов). В качестве решения предлагается обращение за финансовой поддержкой в Минский горисполком, Белорусский фонд финансовой поддержки предпринимателей, Банк развития; организация сбора средств через краудфандинговые платформы (Улей, Talaka).

В качестве основных направлений позиционирования проекта мы предлагаем:

- 1) Цена ниже, чем средняя по рынку. Мы предоставляем Вам возможность воспользоваться услугами велопроката без ущерба для бюджета.

- 2) Услуга предоставляется круглосуточно. Вы больше не ограничены временными рамками, ведь мы оказываем услугу 24/7.

- 3) Система взаимосвязанных станций. Оставлять велосипед можно не только на той станции, на которой он был взят, но и на любой другой.

- 4) Быстрота оказания услуг за счет автоматизации системы обслуживания. Не нужно оформлять договор. Все, что Вам понадобится, – это мобильный телефон, Интернет и банковская карта.

- 5) Наглядность услуги. Так как парковочные станции размещаются на улице, у Вас есть возможность ознакомиться с услугой до ее приобретения и выбрать себе велосипед.

Безусловно, для создания положительного восприятия велосипеда как безопасного, экономичного, экологичного транспортного средства необходимо активно формировать как велосипедную культуру в целом, так и культуру взаимодействия водитель-велосипедист и пешеход-велосипедист на государственном уровне с привлечением общественных организаций и волонтеров.

Список использованных источников

1. Велосипедисту – фрукт. Традиционная акция «На работу на велосипеде» пройдет в Минске 21 сентября [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <https://bike.org.by/ru/news/2018/velosipedistu-frukt-tradicionnaya-akciya-na-na-rabotu-na-velosipede-proydyot-v-minske-21>. – Дата доступа: 15.02.2019.

2. Концепция о развитии велодвижения реализуется в Беларуси: ездить будут чаще и безопаснее [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: www.belta.by/society/view/kontseptsija-o-razvitiiv-velodvizhenija-realizuetsja-v-belarusi-ezdit-budut-chasche-i-bezopasnee-290950-2018/. – Дата доступа: 15.02.2019.

3. Хадасевич, И. Репортаж: «Viva Ровар – 2018» - 20 тысяч, фантастика! / И. Хадасевич [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <http://www.belta.by/regions/view/bolee-15-tys-velosipedistov-vyjdut-na-start-velokarnavala-viva-rovar-v-minske-302379-2018/>. – Дата доступа: 17.02.2019.

4. Our solutions. An innovative and highly adaptable system [Electronic resource] // Smoove Montpellier. – Mode of access: <https://www.smoove-bike.com/our-solutions>. – Date of access: 17.02.2019.

*Г.М. Корженевская, канд. экон. наук, доцент
УО «Институт бизнеса Белорусского государственного университета»
Минск (Беларусь)*

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРАХОВОЙ СИСТЕМЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Формирование страховой системы, способной обеспечить эффективную защиту рыночной экономики от предполагаемых рисков, является фактором экономической стабильности, стимулом для активизации предпринимательской и инвестиционной деятельности, одной из главных предпосылок дальнейшего развития финансового рынка. В силу этого перспективы развития рыночной компоненты страховой системы в долгосрочной перспективе обеспечит устойчивый экономический рост белорусской экономики.

Страховую систему можно определить как совокупность экономических отношений, возникающих между страхователями, страховщиками и другими субъектами страхового рынка по поводу формирования и использования страхового фонда для осуществления страховой защиты физических и юридических лиц, управления страховыми организациями для обеспечения бесперебойности воспроизводственного процесса

Экономическое содержание страховой системы – это возникающие и воспроизводимые в связи с процессом страхования соотношения и пропорции между различными институтами, субъектами (страховые компании и страхователи) и объектами (виды и технологии страхования) страховой системы, рассмотренные в соответствии с заранее выбранными критериями [1, с. 50].

Инфраструктура страховой системы довольно разнородна. Ее развитие связано с созданием условий для более эффективного функционирования экономики государства. Дальнейшее совершенствование системы страхования должно быть направлено на улучшение качественного уровня бизнес-процессов в области страхования, использование современных методов ведения страхового бизнеса в работе страховщиков, развитие институциональной инфраструктуры (страхового надзора, антимонопольного регулирования, саморегулирования рынка); обеспечение продвижения страховых продуктов; формирование условий для создания страхового бизнеса; обеспечение информационно-посреднических услуг, связей со всеми основными субъектами рынка; обеспечение научного подхода к использованию инструментов на страховом рынке; дальнейшее развитие действующих и введение новых страховых продуктов и др.

Кроме того, посредством страхования социальная напряженность в обществе может значительно снижаться. Компенсируя ущерб, страхование обеспечивает защиту