

Научная статья
УДК 334.021.1
<https://doi.org/10.24158/tpor.2021.8.6>

Развитие проектов по производству велосипедов в целях поддержания здорового образа жизни городских жителей

Ольга Викторовна Астафьева¹, Дарья Владиславовна Жатикова²

^{1,2}Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва, Россия

¹astafeva86@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-6445-4456>

²drv-185@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-7440-3601>

Аннотация. Как никогда стала сегодня актуальна тема здорового образа жизни, а вместе с ней пришла мода на передвижение до места учебы, работы на двухколесном транспорте. Велосипед – это уже не просто развлечение, а необходимое средство перемещения. Велодорожки, пункты проката и велопарковки – то, без чего сложно представить практически любой современный город России. Все больше внимания люди стали уделять физической активности, своему здоровью и внутренней гармонии. Однако в России сегодня работает небольшое количество отечественных заводов по производству велосипедов, что определенным образом сказывается на уровне обеспечения этими товарами спроса населения. В работе проведен анализ велосипедного рынка России, рассмотрены ключевые его игроки, произведена сегментация целевой аудитории, определены целесообразные для производства типы велосипедов, оценено влияние факторов внутренней и внешней среды на развитие производства велосипедов с целью установления ключевых стратегических задач его развития.

Ключевые слова: велоспорт, здоровый образ жизни, рынок велосипедов, средства перемещения

Для цитирования: Астафьева О.В., Жатикова Д.В. Развитие проектов по производству велосипедов в целях поддержания здорового образа жизни городских жителей // Теория и практика общественного развития. 2021. № 8. С. 44–50. <https://doi.org/10.24158/tpor.2021.8.6>.

Original article

Development of projects for bicycles' manufacturing in order to maintain a healthy lifestyle of urban residents

Oiga V. Astafieva¹, Daria V. Zhatikova²

^{1,2}Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia

¹astafeva86@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-6445-4456>

²drv-185@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-7440-3601>

Abstract. The problem of a healthy lifestyle has become more relevant today than ever, and the fashion for traveling to the place of study, work on two-wheeled transport came with it. A bicycle is no longer just entertainment, but a necessary means of transportation. Bike paths, rental points and bike parking are something without which it is difficult to imagine almost any modern city in Russia. People began to pay more and more attention to physical activity, their health and inner harmony. However, a small number of domestic bicycle manufacturing plants are operating in Russia today, which in a certain way affects the level of supply of these goods to the population's demand. The paper analyzes the bicycle market in Russia, considers its key players, segmentation of the target audience is made, the types of bicycles that are appropriate for production are determined, the influence of internal and external environmental factors on the development of bicycle production is evaluated in order to establish key strategic objectives for its development.

Keywords: cycling, healthy lifestyle, bicycle market

For citation: Astafieva O.V., Zhatikova D.V. Development of projects for bicycles' manufacturing in order to maintain a healthy lifestyle of urban residents // Theory and Practice of Social Development. 2021. No. 8. P. 44–50. (In Russ.). <https://doi.org/10.24158/tpor.2021.8.6>.

Пандемия COVID-19, затронувшая весь мир, и связанная с ней самоизоляция, заставила людей ценить моменты, проведенные на свежем воздухе. С весны 2020 г. были закрыты границы между странами, фитнес-клубы приостановили свою работу. Одним из немногих доступных безопасных способов отдохнуть и заняться спортом стала езда на велосипеде. Всплеск спроса на них и велоаксессуары заметили такие крупные интернет-магазины и торговые площадки, как Ozon, AliExpress, Wildberries и Авито. По данным пресс-службы онлайн-ритейлера Ozon, в апреле и первой половине мая 2020 г. он увеличился на 36 % по всей стране по сравнению с тем же периодом 2019 г. Российский производитель велосипедов Forward также отметил рост спроса на свою продукцию в посткарантинное время. За пять месяцев 2020 г. предприятие выпустило 90 % прошлогоднего годового объема агрегатов. В свете сказанного очевидно, что разработка проекта

организации производства велосипедов – перспективная бизнес-идея, основанная на необходимости обеспечения актуальной потребности населения. Поездка на велосипеде помогает им избавиться от лишнего веса, повысить мышечный тонус организма и улучшить кровообращение. Данный вид передвижения полезен без исключения всем людям – начиная от самых маленьких до пожилых. Он закладывает основу физического и психологического состояния человека. Исследование влияния велосипедов на поддержание здорового образа жизни людей, несомненно, является очень важным, данному вопросу посвятили свои работы многие исследователи [1].

Целью работы является анализ рынка велосипедов в России, а также исследование организационно-управленческих вопросов развития отечественного производства велосипедов. Для решения ключевого исследовательского вопроса работы по оценке целесообразности открытия нового производства велосипедов необходимо выполнить следующие задачи: определить уровень потребительского спроса на рынке велосипедов и сравнить его с имеющимся предложением; выявить целевую аудиторию бизнес-проекта и ее предпочтения; разработать собственную бизнес-идею, описать планируемый для выпуска продукт; исследовать внутреннее и внешнее окружение проекта, определить стратегические цели развития в рамках SWOT-анализа.

При подготовке работы были использованы следующие источники информации и инструментарий исследования: данные Росстата, Wordstat.yandex.ru, маркетинговых агентств и крупных онлайн-маркетплейсов; был осуществлен также опрос владельцев и работников спортивных магазинов, покупателей велотоваров; учтены сведения о деятельности велосипедных заводов, имеющиеся в свободном доступе в Сети.

Согласно исследованию интернет-сервиса для размещения объявлений Авито в апреле 2019 г. запрос «велосипед» стал самым популярным, опередив «квартиру», которая была лидером в предыдущем году. Чаще всего пользователи стремились купить горные велосипеды, их доля от общего количества составила 41,8 %. На втором месте по востребованности оказались детские велосипеды: на них пришлось около 31,4 % от общего спроса. Новое явление на рынке – увеличение числа желающих купить велосипеды премиум-класса, цена на которые значительно выше, чем на классические модели. В то же время наблюдался дефицит предложения горных велосипедов – на 4,7 % меньше имеющегося спроса. В целом интерес к велосипедам в 2019 году увеличился на 36,1 %, а предложение их продажи – на 39,9 % по сравнению с 2018 г. [2].

По данным аналитической службы интернет-магазина Wildberries, в мае 2020 г. россияне купили в 6 раз больше спорттоваров, чем год назад.

Возросший спрос на аксессуары для занятий физической культурой подтверждает и российское государственное информационное агентство ТАСС. Согласно результатам его исследования продажи велосипедов выросли в 4,5 раза в годовом сопоставлении. В сезон 2021 г. из-за ажиотажного спроса в летний период предыдущего года, а также простоя некоторых заводов во время продолжающейся пандемии аналитики прогнозировали дефицит велосипедов по некоторым маркам до 70 %, при этом спрос, по их мнению, также должен был демонстрировать тенденцию к росту [3]. Реальность подтвердила предварительные данные.

В настоящее время в России существует небольшое количество отечественных заводов по производству велосипедов. В среднем данный рынок вместе с импортом насчитывает около пяти миллионов велосипедов и велосипедных рам. Наибольшая часть (около 60 %) продукции – это импорт, 40 % продаваемых велосипедов произведены на территории РФ. Большинство двухколесных средств передвижения собирается на месте из деталей, доставленных из Китая – крупнейшего экспортера велосипедов. В третьем квартале 2020 г. стоимость общего количества вывезенных из него в другие страны велотоваров составила 1,1 млрд долларов. Главное таможенное управление КНР утверждает, что это на 35 % больше, чем в предыдущем аналогичном периоде [4].

На втором месте по количеству проданных велосипедов находится Индия, которая производит велосипеды в основном для местного рынка, не поставляя свою продукцию за рубеж.

Анализируя мировую ситуацию с производством велосипедов, можно отметить довольно большое количество площадок по их изготовлению в таких странах, как Германия, Италия, Франция, Испания и Польша. В среднем насчитывается от 20 до 30 зарегистрированных велосипедных брендов на каждую указанную страну.

На российском рынке представлены следующие компании-производители велосипедов: Stels, Forward и Stinger, а также небольшие подбренды с более узкой сегментацией, такие как: велосипеды Altair и Format пермского производства, детские велосипеды Novatrack от калининградских создателей велосипедов Stinger. Для крупного розничного магазина спортивных товаров «Спортмастер» выпускается особая марка велосипедов – Stern. Основные детали для них доставляют из Китая, однако сборка и инжиниринг осуществляются в России.

Профессиональными конкурентами в сфере производства велосипедов на сегодняшний день являются компании «Веломоторс» (велосипеды Stels) и «Forward», которые делят рынок по географическому принципу: для Stels Центральная Россия – домашний регион, поэтому здесь

чаще всего покупают их велосипеды, но на Урале ситуация меняется и возрастает количество продаж агрегатов Forward.

С каждым годом увеличивается число так называемых брендов с «российскими корнями», но продающихся на рынке под видом велосипедов австрийского, немецкого или французского производства. Параллельно возникают новые российские марки велосипедов, дизайн и инжиниринг которых компании осуществляют в России, а производство деталей полностью отдают Китаю. Один из ярких и довольно успешных представителей этой группы – петербургский производитель велосипедов Shulz.

На российском рынке продаж велосипедов представлены также компании, продукцию которых можно найти только в спортивных розничных магазинах и которые не имеют связи с российским производством или инжинирингом. Наиболее известными и продаваемыми являются такие велосипеды, как Cube, Giant, Merida, Trek, GT.

На рисунке 1 наглядно можно оценить долю рынка крупнейших российских производителей велосипедов по такому финансовому показателю, как выручка за 2020 год. Самым крупным игроком рынка является компания ООО «Веломоторс +».

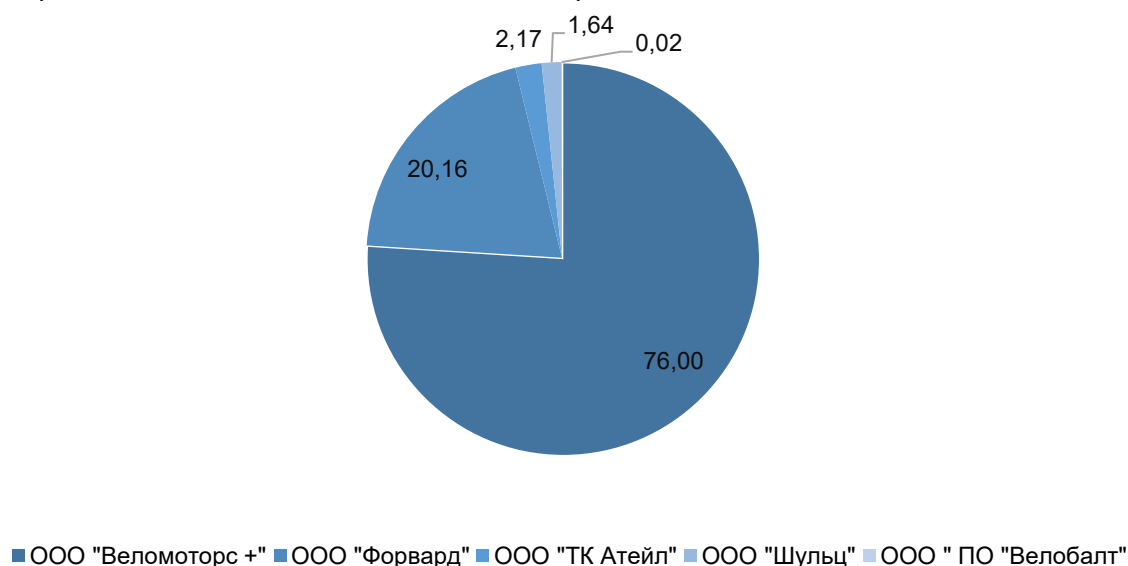


Рисунок 1 – Доля рынка крупнейших российских производителей велосипедов (по данным СПАРК)

Идея собственного проекта заключается в организации непрерывного велосипедного производства бренда «Агмог» на территории Российской Федерации в Тульской области. Продуктовая линейка проекта будет состоять из велосипедов различных типов: горных, городских классических и складных, детских классических и беговелов для самых маленьких. Основной упор будет сделан на спортивные горные велосипеды, которые являются универсальными и пользуются большим спросом в России. Преимущества данного типа велосипедов состоят в том, что на них можно ездить как по бездорожью, так и в городской местности. Такой агрегат обладает высокотехнологичным оборудованием с хорошей амортизационной и тормозной системой, имеет многоскоростную коробку передач, что привлекает профессиональных спортсменов, жителей горной местности, а также любителей катания с целью отдыха. Посадка на велосипеде такого типа – спортивная, чтобы вес тела был равномерно распределен между рулем и сиденьем. Велосипед дополнительно можно оснастить специальными покрышками на колеса с грязевым протектором, что позволит ездить на нем как в солнечную погоду, так и после дождя.

Городские велосипеды созданы для поездок в урбанизированной среде и производятся в двух модификациях: классические велосипеды с крыльями и багажником и складные велосипеды. Первые из указанных больше подойдут для женской половины населения, так как сочетают в себе изящный внешний вид, удобство и комфорт. Они обладают мягкими удобными сиденьями и системой торможения назад. При необходимости такой велосипед оборудуется специальной корзиной, куда можно положить сумку или другие личные вещи. Складной велосипед крайне удобен для жителей мегаполисов. Его можно взять с собой в метро, сложив в чехол, он легок в транспортировке, и его удобно хранить даже в квартире.

Последний тип – это велосипеды для детей, они выпускаются также в двух вариациях: двухколесные беговелы и классические двухколесные велосипеды. Беговелы подходят для детей младшего возраста, именно с таких советуют начинать тренеры детских спортивных секций.

Велосипед без педалей научит держать равновесие, преодолевать препятствия, укрепит мышцы и приобщит к спорту. Классические велосипеды подходят для детей более старшего возраста, которые уже освоили технику катания и умеют держать баланс.

Сравнительные характеристики рассмотренных типов велосипедов представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнительные характеристики основных типов велосипедов

| Тип велосипеда/ Характеристики | Горный | Городской | | Детский | |
|-----------------------------------|--|---|---|--|---|
| | | классический | складной | классический | беговел |
| Материал рамы | Алюминий | Алюминий | Алюминиевый сплав | Алюминий | Алюминий |
| Рост | S, M, L | One size | One size | Индивидуально | Индивидуально |
| Тормоза | Tektro M275, дисковые гидравлические | Tektro TX-125L, V-brake | Tektro, дисковые тормоза | Tektro TX-107L, V-brake | Tektro, задний ободной |
| Количество скоростей | 24 | 8 | 7 | 1 | – |
| Переключатели | Shimano Altus | Shimano Altus | Shimano Altus | – | – |
| Размер колес | 29 | 26 | 24 | 20 | 12 |
| Вес велосипеда | 14,5 | 15 | 12 | 9 | 4,5 |
| Цель покупки | Катание по пересеченной местности, бездорожью, для профессионального занятия спортом | Прогулки по паркам, катание в городской среде | Средство передвижения по городу до работы/учебы, удобен для перевозки в общественном транспорте | Катание детей различных возрастов для гармоничного развития физического и эмоционального состояния | Используется для самых юных велосипедистов с целью обучения езде и удержанию равновесия |
| Аудитория | Профессиональные спортсмены, молодые люди 20–35 лет, жители средних по численности городов и поселений | Семейные пары, жители городов-миллионников, люди в возрасте | Студенты, молодежь, жители мегаполисов | Дети в возрасте от 6 до 16 лет | Дети в возрасте от 2 до 6 лет |
| Диапазон цен, руб. | 12 000–1 100 000 | 10 000–220 000 | 9 500–133 000 | 4 000–167 000 | 3 000–45 500 |

Целевая аудитория велосипедного производства подразделяется на несколько категорий.

1. Профессиональные спортсмены в возрасте 20–45 лет, занимающиеся велоспортом; предпочитают дорогие модели лучшего качества. На них стоит ориентировать продажи горного велосипеда.

2. Жители мегаполисов, средних по численности городов или даже небольших поселений в возрасте от 25 до 40 лет – экономически активное население. Велосипед для них – средство передвижения, возможность отдохнуть и отвлечься от работы, размяться после тяжелых будней. Каждый выберет, что ему по душе: будь это городской велосипед для мегаполиса, горный – для сельской местности или складной, чтобы при перемещении на дальние расстояния можно было взять его с собой в общественный транспорт.

3. Семейные пары в возрасте от 25 до 50 лет с детьми. Мужчинам подойдет горный велосипед, женщина скорее выберет классический городской, ребенку необходимо подбирать велосипед в зависимости от возраста: беговел, если малышу еще нет 5–6 лет; классический детский – если юному велосипедисту уже исполнилось от 6 до 16 лет.

4. Молодежь от 20 до 35 лет. Сейчас большинство молодых людей следует за трендом здорового образа жизни и предпочитает держать себя в форме. Им подойдет горный велосипед для занятий или же классический городской – для спокойных поездок.

5. Студенты от 18 до 26 лет, которые предпочитают добираться до места учебы на велосипеде. Им можно посоветовать городской велосипед обеих модификаций.

6. Люди в возрасте, поддерживающие свое физическое состояние в тонусе. Им важно сохранять удобство и комфорт во время поездок, поэтому как женской половине, так и мужской можно рекомендовать классический городской велосипед.

Для того чтобы оценить потенциальные возможности и угрозы, влияющие на успех производства, сформулировать сильные и слабые стороны проекта, определить возможные ошибки и недочеты в работе, с которыми может столкнуться компания, целесообразно провести SWOT-анализ, позволяющий выявить внутренние и внешние факторы, влияющие на успех бизнеса. Результаты проведенного SWOT-анализа проекта представлены в таблицах 2,3.

Таблица 2 – SWOT-анализ проекта по производству велосипедов. Возможности

| | | Сильные стороны | | | | Слабые стороны | | |
|---|---|--|--|--|--|----------------|--|--|
| <p>Параметры</p> <p>Размещение в особой экономической зоне с льготными ставками по налогам, возможность получения дополнительного субсидирования производства со стороны государства</p> <p>Удобное расположение в центральной части России, а также наличие крупного логистического хаба рядом с федеральной трассой Даст</p> <p>возможность доставлять велосипеды по всей стране</p> <p>Сильный рост спроса на рынке в последние несколько лет. Увеличивающийся тренд на ЗОЖ</p> | <p>Молодая креативная команда с большим опытом работы в велосипедной сфере: инженеры, дизайнеры</p> | <p>Высокое качество производимых велосипедов на современном роботизированном оборудовании</p> | <p>На первоначальных этапах при небольшом объеме производства высокие ставки по логистике и закупке запчастей и комплектующих</p> | <p>Отсутствие у команды опыта реализации проектов крупного масштаба</p> | <p>Нехватка финансирования на этапе исполнения проекта</p> | | | |
| | <p>Внедрение современного молодежного дизайна, а также различных цветовых гамм велосипедов разных моделей</p> | <p>Полное удовлетворение спроса на качественные отечественные велосипеды</p> | <p>Закупка большими объемами благодаря возможности реализации крупными партиями из-за имеющегося спроса</p> | <p>Знание молодой проектной командой современных трендов, позиционирование ЗОЖ от лица компании</p> | <p>Привлечение дополнительного финансирования с условием быстрой реализации товара и возврата заемных средств</p> | | | |
| <p>Возможности</p> <p>Практически пустая ниша качественных отечественных велосипедов. Слабая конкуренция среди российских брендов среднего и выше среднего ценового диапазона</p> <p>Позиционирование бренда от лица города, где будет располагаться производство, что даст бренду дополнительные возможности для позиционирования</p> | <p>Организация производства велосипедов с учетом имеющегося опыта работы с велосипедными заводами</p> | <p>Возможность занять большую долю рынка и расширяться с каждым годом</p> | <p>Масштабная реализация проекта благодаря свободной доле рынка позволит быстро выйти на большой объем производства</p> | <p>Выявление конкурентных преимуществ, исходя из анализа сильных и слабых сторон конкурентов – рост кадрового потенциала за счет работы с аналитическими данными</p> | <p>Интерес Фонда поддержки предпринимателей к реализации проекта за счет его потенциала</p> | | | |
| | <p>Масштабная рекламная кампания тульского бренда в особой экономической зоне привлечет новых дилеров</p> | <p>Подтверждающий фактор для позиционирования бренда с родины в столице мастеров – качество его продукта</p> | <p>Интерес со стороны поставщиков к молодому бренду с историей, осознание выгоды долгосрочного сотрудничества даст возможность договориться о ценах на комплектующие</p> | <p>Наем специалистов в команду из Тульской области поможет привлечь дополнительное внимание к бренду со стороны жителей региона</p> | <p>Выделение субсидий правительством Тульской области отечественному производителю – будущему крупному налогоплательщику</p> | | | |

Таблица 3 – SWOT-анализ проекта по производству велосипедов. Угрозы

| | | Сильные стороны | | | Слабые стороны | | |
|-------------------------|---|--|--|---|--|---|--|
| <p>Параметры</p> | <p>Размещение в особой экономической зоне с льготными ставками по налогам, возможность получения дополнительного субсидирования производства со стороны государства</p> | <p>Молодая креативная команда с большим опытом работы в велосипедной сфере: инженеры, дизайнеры</p> | <p>Высокое качество производимых велосипедов на современном роботизированном оборудовании</p> | <p>На первоначальных этапах при небольшом объеме производства высокие ставки по логистике и закупке запчастей и комплектующих</p> | <p>Отсутствие у команды опыта реализации проектов крупного масштаба</p> | <p>Нехватка финансирования на этапе исполнения проекта</p> | |
| | <p>Вероятность роста курса валют и стоимости запасных частей для комплектации велосипедов</p> | <p>Наличие опыта работы в велосипедике, а также взаимовыгодные связи с иностранными поставщиками и партнерами позволят предприятию договориться о снижении цен из-за роста курса</p> | <p>Производство собственных комплектующих на высокоточном оборудовании</p> | <p>Переход на отечественные комплектующие; поиск альтернативных поставщиков</p> | <p>Обучение команды на зарубежных предприятиях, заимствование опыта, организация партнерских программ</p> | <p>Получение дополнительных денежных средств от Центра поддержки экспорта с условием выхода на зарубежные рынки</p> | |
| <p>Угрозы</p> | <p>Заклучение договоров при помощи государственной поддержки на выгодных условиях с учетом местонахождения предприятия в особой экономической зоне</p> | <p>Возможность заключать контракты с аналогичными российскими поставщиками</p> | <p>Выгодная протекционистская политика – меньше экспортируемых из Китая велосипедов, возможность занять нишу, производя качественный продукт</p> | <p>Получение правительственной поддержки благодаря реализации проекта на территории РФ</p> | <p>Содействие правительства при ведении переговоров, обеспечение длительного сотрудничества с поставщиками</p> | <p>Получение правительственных субсидий и льгот</p> | |
| | <p>Агрессивная ценовая политика со стороны конкурентов, торгующих китайскими велосипедами на российском рынке</p> | <p>Разработка командой неценовых методов конкуренции</p> | <p>С учетом качества производимых велосипедов, уменьшение цены на недорогие китайские марки не вынудит новый бренд реагировать на это</p> | <p>Заклучение долгосрочных договоров на взаимовыгодных условиях с поставщиками позволит подстраиваться под рыночную цену</p> | <p>Получение опыта работы в нестандартной рыночной ситуации</p> | <p>Внимание ФАС к демпингу цен</p> | |

В заключение можно сделать вывод о том, что рынок России является довольно привлекательным для развития бизнеса по производству велосипедов, так как страна переживает рост популярности этого вида спорта: велосипед актуален и как спортивный агрегат, и как средство передвижения, и как элемент развлечения и организации досуга. Однако рынок производителей велосипедов в России представлен сильными, но малочисленными аутентичными марками с хорошей репутацией, а потребность в велосипедах хорошего качества у населения растет, что определяет актуальность разработки новых проектов по созданию альтернативных производств в данной сфере.

Список источников:

1. Astafeva O.V., Nizeev A.D., Osipova I.A. Developing of Bicycle Cafes on the Analysis of Trends in Healthy Lifestyle // II International Scientific Conference GCPMED 2019 «Global Challenges and Prospects of the Modern Economic Development». Samara ; M., 2020. P. 1–8. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2020.03.26> ; Fiore D.C., Fellows K.M., Henner T.A. Injuries in Mountain Biking and Implications for Care // Muscles, Ligaments and Tendons journal. 2020. Vol. 10, iss. 2. P. 179–191. <https://doi.org/10.32098/mltj.02.2020.04> ; Kireeva N.S., Slepenskova E.V. Features of Cycling in the City of Moscow: Monitoring Result // Economics: Yesterday, Today and Tomorrow. 2019. Vol. 9, iss. 2A. P. 223–237 ; Kolumbet A.N., Natroshvili S.G., Babyna T.G. Bio-mechanical Aspects of Elite Cyclists' Motor System Adaptation in Process of Competition Activity // Pedagogics, Psychology, Medical-Biological Problems of Physical Training and Sports. 2017. Vol. 21, iss. 5. P. 244–250. <https://doi.org/10.15561/18189172.2017.0507>.
2. Велосипедный бум в России: за год спрос вырос на треть [Электронный ресурс] // New Retail Forum. URL: https://new-retail.ru/novosti/retail/velosipednyy_bum_v_rossii_za_god_spros_vyros_na_tret2897/ (дата обращения: 29.03.2021).
3. Там же.
4. Там же.

Информация об авторах

О.В. Астафьева – кандидат экономических наук, доцент Департамента менеджмента и инноваций, Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва, Россия.

https://elibrary.ru/author_items.asp?authorid=641763.

Д.В. Жатикова – студентка факультета «Высшая школа управления», Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва, Россия.

Information about the authors

O.V. Astafyeva – PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Management and Innovation, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia.

https://elibrary.ru/author_items.asp?authorid=641763.

D.V. Zhatikova – Student of the Faculty “Higher School of Management”, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia.

Статья поступила в редакцию / The article was submitted 30.06.2021;
Одобрена после рецензирования / Approved after reviewing 30.07.2021;
Принята к публикации / Accepted for publication 05.08.2021.