

4. Pletnev, A. V. Future Marketing as Technology for Manipulating Symbolic Consumption / A. V. Pletnev // Technology and Language. – 2021. – Vol. 2, No. 3(4). – P. 8-15.

5. Сулимова, Е. А. Особенности теории и практики современного менеджмента / Е. А. Сулимова, М. В. Шогенова // Инструменты и методы коммерциализации инноваций в современной концепции менеджмента. – Москва: Компания КноРус, 2019. – С. 244-247.

УДК 339.138

Н.В. Кочетов;
А.И. Рыхлёнок;
В.Ю. Разганов;
А.В. Круглянин,

(ОАО «Приборостроительный завод Оптрон»)

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ И ЭКСПОРТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРОИЗВОДСТВА ИНДИВИДУАЛЬНОГО ЭЛЕКТРОТРАНСПОРТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Во всём мире бурно развивается производство экологичного электротранспорта. Важным сегментом этого направления является производство индивидуального электротранспорта. ОАО «Приборостроительный завод Оптрон» (далее – предприятие) разрабатывает и готовит опытное производство такого вида транспорта. Прежде всего электромотоциклы, которые должны постепенно вытеснить массовые мотоциклы с двухтактным двигателем внутреннего сгорания.

Другим видом продукции являются электроприставки для инвалидных колясок, которые позволят повысить мобильность людей с ограниченными физическими возможностями. Важно обеспечить таких людей индивидуальным транспортном на уровне большинства развитых стран.

При реализации любого бизнес-проекта начинают с анализа рынка планируемой продукции. Для этой цели предприятие использует современные методы, предложенные в работах [1, 2]. Преимуществом этого метода является то, что на сайте Обсерватории экономической сложности (ОЕС) собирается информация по всему миру с разбивкой по странам, видам продукции, даже отдельным регионам и областям. Информация берётся из официальных статистических источников, международных баз данных (правительственных и негосударственных). На основе этих данных формируются целевые графики в режиме онлайн.

Рассмотрим страничку по электромотоциклам в системе ОЕС, рисунок 1. Для удобства можно получить перевод. Здесь указывается мировой объём выпуска, доля в мировой торговле, общий обзор, экспорт-импорт.



Рисунок 1 – Вводная страница электромотоциклов в ОЕС

В дополнение к общей информации можно найти и другие данные на других страницах. Например, производство и динамика роста показаны на рисунке 2. Здесь же, указывая курсором на график, возникает всплывающее меню с указанием страны и объемов производства.

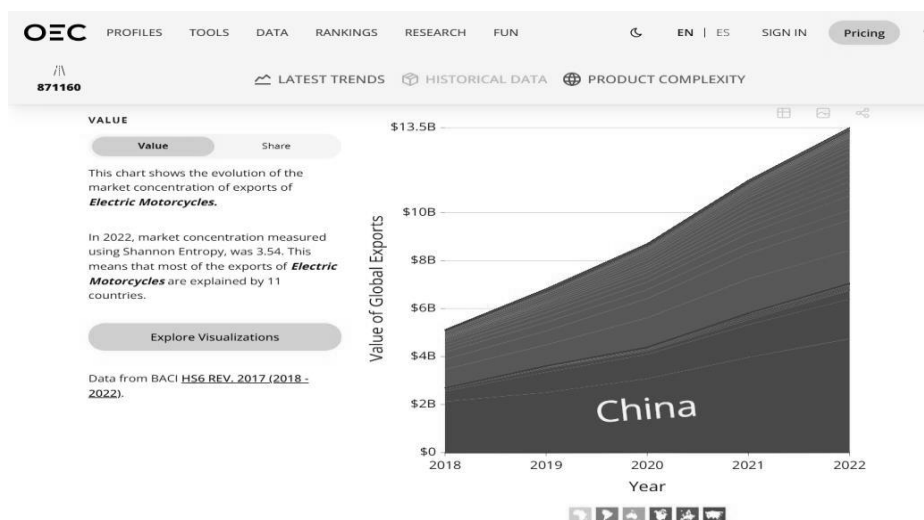


Рисунок 2 – Динамика производства электромотоциклов, 2018-2022гг

На другом графике можно увидеть структуру мирового производства и потребления электромотоциклов, рисунок 3 [3].

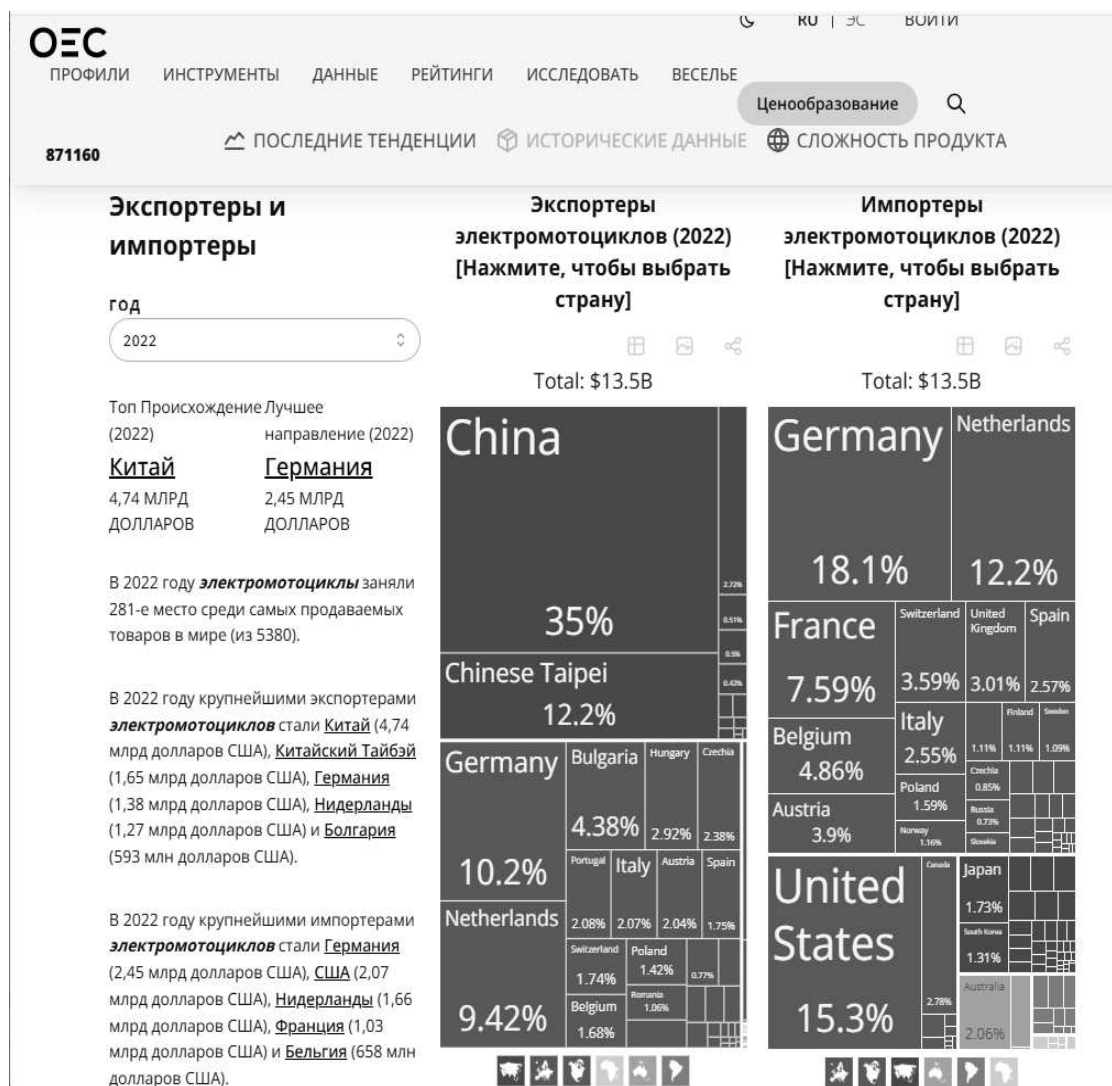


Рисунок 3 – Структура мировых производителей и потребителей электромотоциклов, 2022г.

На рисунке 3 хорошо просматриваются страны-производители и потребители электромотоциклов. Исходя из этого мы можем видеть своих конкурентов и страны, в которые возможен сбыт нашей продукции.

Согласно методике М. Портера первоначально необходимо насытить внутренний рынок[4, 5]. Возможно государственное регулирование (квоты, пошлины). Но это регулирование требует аккуратного подхода: важно соблюсти баланс интересов внутренних потребителей и производителей.

Аналогичным образом анализируем электроприставку к инвалидным коляскам[6].

Выводы:

1. При проведении маркетинговых исследований удобно использовать методы, основанные на сетевых технологиях, таких как Обсерватория экономических сложностей [1], позволяющих оперативно проводить анализ рынков в онлайн режиме. Такие технологии опираются на большие объёмы данных, которые собирают по всему миру, систематизируют их, оперативно перерабатывают и представляют в форме, удобной для принятия эффективных управленческих решений.

2. Использование сетевых методов, опирающихся на обширные массивы информации, позволили выявить перспективные виды продукции, конкурентов, потенциальных потребителей. При изучении продукции конкурентов-производителей, на базе региональных особенностей и предпочтений можно создавать более совершенную продукцию.

3. Согласно теории Майкла Портера [3, 4] абсолютно конкурентоспособных стран нет, а потому небольшим странам (и предприятиям), как Республика Беларусь, всегда можно найти приемлемые рыночные ниши, развивать свою специализацию и постоянно поддерживать приемлемый уровень конкурентоспособности для успешного экономического развития.

ЛИТЕРАТУРА

1. ОЕС – обсерватория экономической сложности. ОЕС – ObservatoryofEconomicComplexity [Электронный ресурс], Boston, MA, 2024, - Режим доступа: <https://oec.world/en> – Дата доступа: 28.06.2024.

2. Кочетов Н.В. Инструмент бизнеса для оживления межрегиональной торговли // Наука и инновации. – 2024. – № 12. – С. 39-43.

3. ОЕС – обсерватория экономической сложности. ОЕС – ObservatoryofEconomicComplexity [Электронный ресурс], Boston, MA, 2024, - Режим доступа: <https://oec.world/en/profile/hs/electric-motorcycles> – Дата доступа: 28.06.2024.

4. Портер, М. Международная конкуренция. М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.

5. Портер, М. Е. Конкурентное преимущество. – М.: Альпина, 2006. – 715 с.

6. ОЕС – ObservatoryofEconomicComplexity [Электронный ресурс], Boston, MA, 2024, – Режим доступа: <https://oec.world/en/profile/hs/not-mechanical-wheelchairs> – Дата доступа: 28.06.2024.