

Е. С. БЕЛОБОРОДАЯ, Н. А. КОРНЕВ

(г. Минск, Белорусский государственный экономический университет)

Науч. рук. **А. С. Сверлов,**

канд. экон. наук, доц.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ВЕЛОСИПЕДОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ ПОД ВЛИЯНИЕМ COVID-19

За прошедшие годы коронавирусная инфекция внесла изменения во многие аспекты жизни человека. Работа из дому, закрытые спортзалы, временный запрет на массовые мероприятия, концерты, ивенты – это небольшой перечень из длинного списка новых мер, которые побудили людей к поиску новых способов активности. Стало значительно больше приверженцев здорового образа жизни. Велосипеды стали настоящим мейнстримом в период пандемии. Причины очевидны: максимальная минимизация контакта с другими людьми при условии сохранения двигательной активности. Именно причина растущей популярности велосипедов объясняет необходимость изучения ситуации на данном рынке как в Беларуси, так и на мировом рынке в целом.

Изменение динамики спроса на рынке велосипедов прослеживается по всему миру. В целом спрос на велосипеды в мире вырос в два раза за последние 1,5 года пандемии. Так, по данным исследовательской компании NPD Group, в апреле 2020 г. продажи велосипедов, запчастей и велоаксессуаров в США выросли на 75 % по сравнению с апрелем 2019 г. С целью заполнить американский рынок в Китае производство велосипедов в мае было увеличено на 44 %. Выросла популярность велосипедов и в Великобритании. В апреле 2020 г. рост спроса составил 6 %, а на бюджетные модели – на 112 %. Эксперты связывают это со страхом британцев заразиться коронавирусом в общественном транспорте и с хорошей погодой.

В 2020 г. Минское Велосипедное Общество провело исследование, а именно ручной подсчет велосипедистов. Помимо этого, Общество проанализировало данные сервиса Strava – приложение для велосипедистов, которое позволяет с помощью GPS записывать маршрут движения. Данные от пользователей приложения собираются и автоматически обрабатываются. Ресурс Strava Metro позволяет в свою очередь получить обработанные данные и увидеть демографические данные велосипедистов, и их интенсивность использования велосипеда. По результатам исследования, выяснилось, что интенсивность движения велосипедистов за день в г. Минск в 2020 г. увеличилась на 2,2 % по сравнению с предыдущим годом. Это свидетельствует о том, что велодвижение развивается [1].

По данным статистического комитета Республики Беларусь производство отечественных велосипедов в 2020 г. выросло на 13,4 % в сравнении с 2019 г. В связи с резким ростом спроса на велосипеды в зарубежных странах, импорт из стран вне СНГ снизился на 24,2 %. В свою очередь вырос импорт велосипедов из стран СНГ на 14,9 %. Что касается экспорта, то экспорт в страны СНГ сократился на 6,5 %, в то время как экспорт в другие страны вырос с 1 тыс. шт. в 2019 г. до 9 тыс. шт. в 2020 г. Это связано с тем, что зарубежные производители не справлялись с возросшим спросом (рисунок).

Причиной проиллюстрированного на диаграмме снижения емкости рынка Республики Беларусь является снижение импорта из Китая. Так как, как уже упоминалось ранее, приоритетными направлениями китайского экспорта являются страны Европы и Америка. Следует отметить также количественный рост отечественного производства. В тоже время он не компенсировал снижение импорта из Китая.



Рисунок – Емкость рынка велосипедов Республики Беларусь за 2015-2020 гг., тыс. шт.

Текущая ситуация на мировом и отечественном рынке может благоприятно сказаться на предприятии ООО «МотоВелоЗавод». Растущий спрос и дефицит на рынках ряда стран должны были бы стимулировать ООО «МотоВелоЗавод» производить больше велосипедов и проникать на новые рынки сбыта. Однако необходимо выяснить, удовлетворяет ли продукция предприятия требования потребителей как минимум на рынке Республики Беларусь. Для того, чтобы выяснить отношение белорусских потребителей к основной торговой марки предприятия «AIST» нами был проведен опрос 138 велосипедистов, проживающих постоянно или временно в г. Минске. У большинства опрошенных велосипед марки «AIST» ассоциируется в основном с такими прилагательными, как классический (55,6 %); устаревший (40%); винтажный (28,9%). В сложившейся ситуации можно предложить несколько вариантов развития предприятия для улучшения позиций на отечественном рынке и выхода на зарубежные [2]. Первый вариант предусматривает полный ребрендинг предприятия, совмещённый с созданием новых моделей велосипедов и изменением позиционирования предприятия. Второй вариант предусматривает организацию сбора на основе имеющихся производственных мощностей продукции европейских производителей под их брендом, которая пользуется спросом. На данном этапе более привлекательным для ООО «МотоВелоЗавод» будет второй вариант. Реализация второго варианта будет сопряжена с привлечением иностранных инвестиций, гарантированным сохранением рабочих мест, велосипеды известных брендов станут доступнее для белорусов, повышением количества велосипедистов и развитие велосипедной инфраструктуры в городах Беларуси, приобретение необходимого опыта и капитала для создания и разработки собственной технологии.

Список использованной литературы

1 Анализ подсчета интенсивности движения велосипедистов и составление портрета велосипедистов в Минске в 2020 году [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <https://govar.info/analiz-podsheta-velosipedistov-v-2020/>. – Дата доступа: 05.10.2021.

2 Как «МотоВелоЗавод» планирует покорить европейские рынки и увеличить продажи в 2 раза [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: https://probusiness.io/special_project/7720-kak-motovelozavod-planiruet-pokorit-evropeyskie-rynki-i-uvelichit-prodazhi-v-2-raza.html. - Дата доступа: 05.10.2021.

РЕПОЗИТОРИЙ ГГУ ИМ. Ф. СКОРИНЫ