

Сергій Козловський, Владислав Болгов, Аллам Юсуф, Альбіна Батечко, Лариса Глущенко, Наталія Вітка

Маркетинговий аналіз ринку електромобілів як фактору інновацій у національній економіці

Розширення збуту на ринку електромобілів може вважатися ключовим елементом інноваційних змін у національній економіці. Об'єктом дослідження є розвиток ринку електромобілів. Метою статті є теоретичне обґрунтування та розробка правил для визначення рейтингу країн за рівнем розвитку цього ринку як визначального фактору інноваційного розвитку національної економіки. В рамках дослідження використано метод експертного опитування, логічне узагальнення та порівняння результатів, статистичний аналіз та графічне представлення результатів. Проведено маркетинговий аналіз продажів та виробництва електромобілів, урядових програм для їх стимулювання, існуючих рейтингових показників країн для розвитку ринку електромобілів і, на основі результатів, розроблено метод для визначення інтегрованого рейтингового показника інноваційності національної економіки. Автори статті виявили, що у країнах, які є світовими економічними лідерами, зростання інтересу споживачів та виробників автомобілів до електромобілів активно підтримується урядовими програмами та стимулюванням. У статті запропоновано використовувати інтегрований показник інноваційного розвитку національної економіки, прямо пов'язаного з ринком електромобілів. Вищезгаданий показник складається з наступних факторів: частка інвестицій у розвиток галузей, пов'язаних з національним виробництвом електромобілів; рівень зростання кількості електротранспорту у сукупному автопарку країни; частка електромобілів у сукупній кількості автомобілів, вироблених в країні; рівень зростання кількості електроенергії, виробленої на основі відновлюваних джерел енергії в сукупності; розвиток інфраструктури; рівень державної підтримки для ринку. Використання цих інтегрованих факторів у маркетинговому аналізі визначатиме рейтинг світового лідера в країні та його інноваційний розвиток.

Ключові слова: маркетинг, продажі, виробництво, електромобілі, ринок, реклама, інновації, розвиток, рейтинг, екологічна безпека

Класифікація JEL: L10, L62, M31, O47



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.

Сергей Козловский, Владислав Болгов, Аллам Юсуф, Альбина Батечко, Лариса Глущенко, Наталия Витка

Маркетинговий аналіз ринку електромобілів як фактора інновацій в національній економіці

Расширение сбыта на рынке электромобилей может считаться ключевым элементом инновационных изменений в национальной экономике. Объектом исследования является развитие рынка электромобилей. Целью статьи является теоретическое обоснование и разработка правил для определения рейтинга стран по уровню развития данного рынка как определяющего фактора инновационного развития национальной экономики. В рамках исследования использован метод экспертного опроса, логическое обобщение и сравнение результатов, статистический анализ и графическое представление результатов. Проведен маркетинговый анализ продаж и производства электромобилей, правительственных программ для их стимулирования, существующих рейтинговых показателей стран для развития рынка электромобилей и, на основе результатов, разработан метод для определения интегрированного рейтингового показателя инновационности национальной экономики. Авторы статьи выявили, что в странах, являющихся мировыми экономическими лидерами, рост интереса потребителей и производителей автомобилей к электромобилям активно поддерживается правительственными программами и стимулированием. В статье предложено использовать интегрированный показатель инновационного развития национальной экономики, прямо связанного с рынком электромобилей. Вышеупомянутый показатель состоит из следующих факторов: доля инвестиций в развитие отраслей, связанных с национальным производством электромобилей; уровень роста количества электротранспорта в совокупном автопарке страны; доля электромобилей в совокупном количестве автомобилей, произведенных в стране; уровень роста количества электроэнергии, произведенной на основе возобновляемых источников энергии в совокупности; развитие инфраструктуры; уровень государственной поддержки для рынка. Использование данных интегрированных факторов в маркетинговом анализе будет определять рейтинг мирового лидера в стране и его инновационное развитие.

Ключевые слова: маркетинг, продажи, производство, электромобили, рынок, реклама, инновации, развитие, рейтинг, экологическая безопасность

Классификация JEL: L10, L62, M31, O47



Статья находится в открытом доступе и может распространяться на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International license, что позволяет повторное использование, распространение и воспроизведение на любом носителе при условии наличия соответствующей ссылки на оригинальную версию статьи.