

Структурно-экономический анализ конкуренции на российском рынке детских колясок

© 2009 Р.Р. Хусеинов

Московская академия предпринимательства
при Правительстве Москвы

В статье обосновано, что структура и ценовые диапазоны современного рынка детских колясок в России обусловлены задержкой реакции российских производителей на изменение экономических условий в конце 1990-х гг., когда зарубежные производители стали стремительно захватывать рынок, задавая параметры качества, формы и основных потребительских характеристик.

Ключевые слова: конкуренция, модель, анализ, рынок детских колясок.

Детские коляски являются товаром первой необходимости по уходу за ребенком. Коляски используют и, соответственно, приобретают все семьи, в которых рождается ребенок. Таким образом, объем рынка детских колясок эквивалентен величине рожденных детей. Однако рынок детских колясок имеет одну характерную черту: подавляющее большинство семей приобретают не более одной коляски на ребенка, после ее использования коляску перепродают. Иными словами, вторичный рынок колясок широко развит. Данная тенденция обусловлена тем, что в более обеспеченных семьях для новорожденного приобретают новую коляску; в малообеспеченных семьях родители на колясках экономят и покупают подержанную. Естественно, эта динамика отражается и в региональном анализе. Так, в богатых регионах преобладает рынок новых колясок; в более бедных регионах - вторичный.

С начала 2000-х гг. ассортимент значительно разросся, и сейчас на рынке представлены многочисленные модели китайского, немецкого, итальянского, польского, голландского, а также американского и канадского производства. При этом даже когда розничные цены на новые коляски начали снижаться, вторичный рынок далеко не сразу начал уступать свои позиции. И сейчас вторичный рынок детских колясок оценивается специалистами данной области не менее 45-50%.

На первичный рынок приходится не более 700-800 тыс. колясок в год, хотя положительные тенденции рождаемости вкупе со снижением удельной доли вторичного рынка предвещают продолжительный рост первичного рынка.

При рассмотрении рынка детских колясок необходимо уделить внимание ассортиментному перечню колясок.

В начале 1990-х гг. в России продавалось только два типа колясок: коляски-люльки и легкие прогулочные коляски. За рубежом к этому

времени производилось большое количество разнообразных колясок, отвечающих требованиям ухода за ребенком. Причиной их отсутствия в России было малое количество торговых компаний в данной области. Одновременно в России работало несколько производственных предприятий, выпускающих детские коляски со времен СССР. И они как раз производили именно два вышеупомянутых вида колясок. Причем импортные коляски завозились на территорию России также только этих двух видов.

Большой толчок развитию продаж детских товаров, в частности колясок, придала организация и активизация детских торговых рынков. В Москве самым распространенным рынком был и остается по настоящее время Коломенский рынок, находящийся в Южном порту. Продавцы данных рынков составили хорошую конкуренцию магазинам, предлагая потребителю огромный ассортимент колясок за значительно меньшие деньги. Так, наценка рынков на коляски в середине 1990-х составляла не более 40%, в то время как магазины продолжали делать наценку от 80 до 150%.

Одновременно начали появляться небольшие детские магазины в спальных районах, которые, работая полностью на коммерческой основе, были вынуждены вести предпринимательскую деятельность максимально эффективно. Соответственно, эти предприниматели отталкивались от требований рынка, т.е. платежеспособного спроса. Они находили новых поставщиков и не боялись пробовать новинки, если те отвечали пожеланиям молодых матерей.

Так, к началу 2000-х гг. часть крупных "Детских миров" просто не выдержала конкуренции и была закрыта. То есть некогда крупнейшие московские ритейлеры оказались неконкурентоспособными отдельным маленьким магазинам и торговым точкам. Данная тенденция наблюдалась не только в Москве, многие крупные реги-

ональные магазины закрылись или были проданы частным предпринимателям.

С развитием данного рынка российские производители колясок все больше отходили на второй план. Они уже выпускали те товары, которые рынку (т.е. потребителю) были не нужны. Рыночные перемены происходили медленно, но российские государственные производственные компании не приняли во внимание данные изменения и своевременно не начали реорганизацию своих предприятий. Естественно, изменения рынка требовали от предприятий не только смены модельного ряда продукции, но и изменения стратегии и политики взаимодействия с компаниями-партнерами. В период перехода к рыночной экономике предприятия не сделали шаг к освоению рыночных методов сотрудничества. А реорганизация производства под новые стандарты требовала больших инвестиций и квалифицированных экспертов по производству именно колясок. Если бы в середине 1990-х существующие отечественные производства уделили внимание вышеописанным положениям, то российские коляски продолжали бы пользоваться большим спросом. Но момент был упущен, и на рынок вышло огромное количество разнообразных колясок, с различными функциональными возможностями и различными дизайнерскими находками. Теперь потребители выбирают коляски больше по эстетическим соображениям, поскольку функционально все они подходят любому потребителю.

В настоящее время модели колясок, представленных на российском рынке, можно выделить в следующие группы по функциональности:

- коляски-люльки;
- прогулочные коляски (трансформеры);
- комбинированные коляски (2 в 1, 3 в 1);
- трости.

Функционально коляски-люльки проигрывают остальным группам колясок; отличительной особенностью данных колясок является эксклюзивный дизайн в стиле ретро. Данные коляски включают в себя только раму и люльку, снабжены большими колесами, в некоторых моделях передние и задние колеса разного размера.

Данные коляски продаются единично, их цена очень высока в силу эксклюзивности. В Москве розничная цена представленной коляски составляет не менее 50 000 руб. При этом функционально коляска служит не более 6 месяцев, поскольку позже ребенок из нее вырастает, вторичный рынок на данную коляску не сформирован в силу ее высокой цены и ограниченной функциональности.

Вторая группа колясок, трансформеры, является продолжением прогулочных колясок

1970-х гг. с некоторыми изменениями. Конструктивно изменилась геометрия рамы и материалы для ее изготовления. Рама изготавливается из стали или алюминия, узлы - из пластика. Основное отличие современных трансформеров от прежних прогулочных колясок заключается в том, что спинка сидения может регулироваться по углу наклона и занимать горизонтальное положение. В этом случае ребенка можно перевозить в коляске с рождения. В комплектацию такой коляски может входить конверт с жестким дном для переноски ребенка вне коляски. Конверт выполняет также и функцию теплого одеяла в холодное время года.

Такие коляски в настоящее время являются самыми популярными, поскольку их универсальность позволяет использовать коляску на протяжении всего времени с рождения ребенка до его самостоятельного передвижения (2-3 года). Ввиду популярности данной модели производят ее практически все заводы колясок.

Наиболее широко коляски-трансформеры представляют польские производители. Там можно найти самый широкий выбор разнообразных особенностей колясок. Но главным приоритетом выбора такой коляски является дизайн отшива: геометрия линий и подбор цветов тканей. Единственным недостатком данной коляски является ее вес. Уровень розничных цен на трансформеры очень широк: польские представлены в дешевом и среднем сегменте - от 4500 до 10 000 руб., европейские значительно дороже - от 15 000 до 35 000 руб. Различия между польскими и европейскими колясками в основном в дизайне коляски, хотя дорогие польские коляски можно сопоставить по качеству и дизайну со средними европейскими (при этом выигрывает в цене от 10 до 15 тыс. руб.).

Комбинированные коляски пришли на рынок на смену коляскам-люлькам. Если люльки подходили детям до возраста, когда они уверенно сидят, то данные коляски рассчитаны, так же как и трансформеры, на весь срок необходимой перевозки детей. Для достижения универсальности модели в состав коляски, помимо люльки, включается съемный прогулочный модуль, представляющий упрощенную версию сидения прогулочной коляски. Кроме того, в последние годы коляски также предлагают в комплекте еще и с автомобильным креслом-переноской ("3 в 1"). Комбинированная коляска состоит из следующих компонентов: рама с колесами, люлька, прогулочный модуль, автокресло (для моделей "3 в 1").

Поскольку с 1 января 2007 г. все дети до 12 лет обязаны в автомобиле находиться пристегнутыми в специальных удерживающих уст-

ройствах (автокреслах), постольку комплектация колясок автокреслами является очень удобной и выгодной, особенно для родителей с автомобилем в семье. Цены данных колясок несколько выше цен на трансформеры, минимальные розничные цены начинаются от 7000 руб.

В России варианты “3 в 1” только начинают обретать популярность, поскольку культура перевозки детей в автокреслах еще не прижилась. Возможно, в ближайшие 2-3 года на данные коляски сформируется устойчивый спрос.

Последняя группа колясок – трости. Эти коляски изначально разрабатывались как облегченные конструкции, обладающие набором свойств для путешествий и длительных прогулок. Данные коляски чаще всего не могут менять положение спинки, т.е. ребенок принимает только сидячее положение.

Наиболее важным свойством данных колясок служит их малый вес – от 4 до 7 кг. Вкупе с компактными размерами в сложенном состоянии эта коляска зарекомендовала себя как идеальный вариант для путешествий с детьми.

В России такие коляски предпочитают еще и за цену. Некоторые коляски стоят в магазинах от 600 руб. Бесспорным лидером в производстве тростей является Китай. Даже трости ведущих международных брендов производятся в Китае. Чаще всего трости недолговечны, слабым местом являются колеса и пластиковые детали. Их конструкция не предусматривает больших нагрузок, поэтому при перевозке подростков детей (15-20 кг) рама не выдерживает и прогибается.

Описанные выше типы колясок составляют полный перечень продаваемых в настоящее время на рынке колясок. В России коляски-люльки спросом не пользуются, хотя если такие коляски были бы со средним уровнем цен, вполне вероятно, что их продажи были бы значительно больше. Подавляющее большинство комбинированных колясок обладают одним негативным свойством: непропорциональность размеров рамы и прогулочного сидения. Поскольку рама выпускается как для люльки, так и для прогулочного модуля, высота посадочной части рамы достаточно большая. При условии использования люльки ее большие размеры компенсируют громоздкость рамы и это не бросается в глаза. Если же установить прогулочное сидение, то появляется дисбаланс. Это выражается в том, что рама сама по себе широкая и высокая, а прогулочный блок во всех комбинированных колясках производится компактного размера. В этой ситуации ребенок в коляске с прогулочным модулем выглядит как будто сидящим на высоком стуле. Семьи зачастую покупают комбинированные коляски, но прогулочным

модулем не пользуются, а далее покупают прогулочные коляски или трости.

Естественно, у покупателей существует склонность к универсальности покупки. И как раз недостаточная эстетическая привлекательность прогулочного модуля комбинированной коляски, а также более длительный период проката в прогулочной коляске, чем в люльке, склоняет большинство покупателей к выбору трансформера. Исключение могут составить только семьи, живущие в доме без лифта или убежденные в необходимости люльки для новорожденного.

Последние новинки комбинированных колясок изменились под данные требования, рама сделана ниже и ее конструкция больше напоминает раму трансформера; но при этом установленная люлька выглядит достаточно низко. Хотя общий вид данной коляски уже намного привлекательнее прошлых комбинированных моделей. Вполне возможен рост спроса на такие модели в ближайшие несколько лет.

В силу различий между трансформерами и комбинированными колясками спрос на последние ниже трансформеров почти в 6 раз. Трости продаются большими количествами, их количественные продажи сопоставимы с продажами трансформеров. Но продажи тростей отличаются сезонностью: начинаются в конце февраля – начале марта, пик приходится на середину апреля и далее они сокращаются к июню-июлю.

Кроме разделения рынка колясок по их типам, можно условно его разделить по уровню отпускных цен. Так, в каждой категории колясок могут быть и дешевые, и дорогие модели. Естественно, распределение объемов продаж по ценовым параметрам зависит от статистических доходов населения, в том числе и по регионам. Но зависимость эта не является прямой, поскольку существует вторичный рынок колясок. При условии, что в России большая часть населения представлена семьями с меньшими доходами, то и спрос на более дешевые коляски (включая подержанные) является подавляющим и оценивается в 80% рынка. Остальные 20% делятся между средними и дорогими колясками в пропорции 15-18% средних и 2-5% дорогих. Первые 80% включают в себя порядка 50% рынка, представленного подержанными моделями, общую вилку цен можно определить как 1000-7000 руб. Далее в категорию колясок среднего уровня входят коляски от 7000 до 15 000 руб. И сегмент дорогих колясок начинается от 15 000 руб.

В соответствии с описанными выше моделями колясок и их свойствами можно определить потенциальный ассортимент продукции для организованного отечественного производства детских колясок.

Основой производства могут выступать модели-трансформеры, поскольку они пользуются максимальным и при этом устойчивым спросом. Так как данные модели широко представлены на российском рынке польскими и европейскими производителями, для выхода на рынок необходимо создать конкурентоспособные модели, при этом для массовых продаж необходим также и выигрыш в ценах по отношению к аналогам. Также производиться будут комбинированные коляски в силу наличия спроса и при этом недостаточной наполненности рынка.

При организации производства не имеет смысла уделять внимание коляскам-тростям, поскольку для обеспечения их компактного складывания конструкция достаточно сложная, при этом используются сверхлегкие материалы для снижения веса коляски. В России будет сложно составить конкуренцию китайским аналогам по ценам, особенно в период становления производства, когда затраты и так крайне высоки. При нормализации затрат и выходе производства на стабильный уровень можно перейти к производ-

ству тростей, если они будут конкурентоспособны китайским и европейским аналогам.

В соответствии с проведенным выше анализом и выбранными для производства моделями можно предположить, что при соблюдении всех требований, включая ценовые, ассортиментный состав нового производства будет следующим (в процентах указаны прогнозируемые доли производства модели в общем объеме):

- 1) трансформеры - 80% (экономуровень - 50, средний - 14, дорогой - 6);
- 2) комбинированные коляски - 20% (экономуровень - 15, средний - 5).

Данные количественные показатели выведены при условии, что все производимые на заводе модели колясок будут максимально конкурентоспособными относительно уже существующих на рынке моделей. После проведения всех расчетов и вывода себестоимости и ориентировочных розничных цен на эти модели в сетку ассортимента могут быть внесены изменения в зависимости от уровня конкурентоспособности той или иной модели ассортимента.

Поступила в редакцию 08.07.2009 г.