

ПРОБЛЕМИ СПОЖИВЧОГО ПОПИТУ НА МОТОЦИКЛИ В УКРАЇНІ

Ілляшенко С. М., Коваленко Н. Ю.

В часи колишнього СРСР мотокультура знаходилась на досить високому рівні. Проводились змагання з мотокросу, мотофутболу, спідвею (перегони по крижаному стадіону) та інші різноманітні змагання на мотоциклах. На ряду зі спортом, багато людей мали власні мотоцикли та використовували їх починаючи від невеликих поїздок і перевезення невеликих вантажів до далеких подорожей, які нерідко сягали 4 тис. км. З розпадом радянського союзу мотокультура зазнала глибокого занепаду. Мотоцикли нібито зовсім зникли з автошляхів України. Придбати новий мотоцикл було досить важко, а ті, що були у користуванні поступово набували закінчення раціонального експлуатаційного періоду.

Останнім часом можна побачити поступове відродження мотокультури в нашій державі. На шляхах України з'являється нове покоління мотоциклів. Але розвиток цього процесу гальмує неможливість покупців знайти потрібний мотоцикл за прийнятною ціною. Японські та європейські мотоцикли надто дорогі для українського споживача, а ціна російських та вітчизняних не відповідає їх якості. Асортимент мотоциклів, що пропонується на ринку України, досить великий, їх розподіляють на класи за призначенням, а в рамках цих класів за об'ємом двигуна (спортбайк, чоппер, класичний, дорожній, ендуро, кросовий, скутер). Майже всі мотоцикли в Україні закордонного виробництва. Лідерами продаж є так звана «японська четвірка» - Suzuki, Yamaha, Honda, Kawasaki.

Розглянемо фактори, споживчого попиту на мотоцикли. По-перше, це відродження сприйняття споживачами мотоциклу як транспортного засобу та його переваг. Мотоцикл формує для власника визначений імідж; цей транспортний засіб є динамічним, економним та, в своєму роді, престижним. Згідно з висловлюваннями експертів за попередні роки сформувався так званий «відкладений попит», який зараз починає активно реалізовуватись. Також діє зустрічний фактор: пропозиція породжує попит, тобто широкий асортимент пропонованої мототехніки дає можливість споживачам вибирати той транспортний засіб, який задовольняє їхні потреби у більшій мірі.

По-друге, споживачів стимулює активізація продажу у кредит. Небагато тих, хто хоче придбати якісний мотоцикл, можуть оплатити

покупку відразу. Кредитування дає можливість споживачу відразу взяти товар і користуватись ним (після оплати початкового внеску), а не чекати поки він (споживач) зможе накопити потрібну суму. Наприклад, компанія «Фокстрот-Авто» реалізує мототехніку в кредит за таких умов: початковий внесок складає 30% вартості техніки, залишок суми виплачується на протязі року, відсоток за кредитування не перевищує 10%.

По-третє, на об'єми збуту мотоциклів великий вплив має сезонний фактор. Сезон починається навесні, пік сезону приходить на початок літа, на початку осені спостерігається остання «хвиля».

Велике значення для споживачів має гарантійне та післягарантійне обслуговування, його якість, компетентність тих, хто безпосередньо займається ремонтом тощо.

Якщо в часи колишнього СРСР мотоцикли купували ті люди, що не могли дозволити собі автомобіль, то в наш час ситуація докорінно змінилась. Мотоцикл купують ті люди, у яких він навіть не другий а третій або четвертий транспортний засіб, і купують його не як транспортний засіб, а скоріше як джерело задоволення. Типовий покупець мотоциклу – чоловік у віці 22 – 45 років, власник успішного бізнесу, банківський спеціаліст, тобто людина з високим рівнем доходів. Часто люди приходять в мотосалон, не знаючи який саме мотоцикл вони хочуть.

Але ж потреби потенційних споживачів мототехніки, що не в змозі купити дорогий імпортований мотоцикл, залишаються незадоволеними. Цей сегмент ринку досі ніким не зайнятий, він є досить перспективним напрямком діяльності. Представниками такої групи споживачів є чоловіки, що молодші за покупців імпортованої мототехніки, їх вік близько 16 – 30 років, і рівень доходів значно нижче. Для таких людей прийнятним за ціною товаром є скутер. Але ж це мопед, а мотоцикл підкреслює сутність чоловіка, у якому сенсі надає мужності, формує імідж. Також, недоліком імпортованих мотоциклів, в очах споживачів, є їх велика потужність – не кожен ризикне сісти за кермо мотоцикла, який розганяється до 100 км/год за 3 сек., це потребує від водія спеціальних навиків. Тобто, можна зробити висновок, що мотоцикли середньої потужності, за середньою ціною та сучасного дизайну користувалися б в Україні значним попитом.