

Gudriem.lv: За полгода оборот рынка порталов коллективных покупок вырос на 29% – до 5,1 млн. латов

Как показало исследование сервиса сравнения купонов коллективных покупок Gudriem.lv, за последние 6 месяцев латвийские жители потратили 5,11 млн. латов на покупки с помощью купонов коллективных продаж. По сравнению с предыдущим 6-месячным периодом, объем покупок вырос на 29%. К маю этого года число предприятий -- активных участников рынка коллективных покупок достигло 38 игроков, а средняя стоимость одного купона выросла с 6,2 латов до 6,55 латов. Представители отрасли прогнозируют рост оборотов в этом году на 10-20%, а также сокращение числа игроков.

По данным Gudriem.lv, как и полгода назад, основной оборот рынка – 3,5 млн. латов из 5,1 млн. латов – приходится на трех основных игроков отрасли: Zizu.lv, City Life и Cherry.lv. У каждой из этих компаний полугодовой оборот превышает 1 млн. латов, в то время как средний оборот на одну компанию отрасли составляет 141 тысячу латов. Оборот самого маленького портала коллективных покупок – Saleclub.lv – за 6 месяца составил всего 26 латов. Сумма среднего купона за полгода выросла незначительно – с 6,2 до 6,55 латов.

Комментируя статистику Gudriem.lv, представители отрасли признались, что прирост в 29% за полгода – это очень хороший показатель, который возможен только для растущего с низких объемов рынка. И в будущем такое увеличение объемов торговли через «купонаторы» вряд ли возможно. «На российском рынке, где наша компания успешно работает, прирост рынка в разы больше, но в основном – из-за большой численности населения. В Латвии же приходится работать уже с фактически сформировавшийся аудиторией, которая составляет примерно 500.000 потенциальных пользователей», -- поясняет Самад Мухаммедов, региональный директор компании Kupikuron Global по странам Балтии (Zizu.lv). По словам руководителя портала Pērkam Кора Лиене Греневици, при сравнении двух периодов нужно учитывать, что летом активность покупателей купонов заметно ниже, и максимум продаж наблюдается в осеннее-зимний период. Поэтому прирост оборотов средним за год может быть на уровне 10-20%.

Что касается роста средней стоимости одного купона, то представители компаний связывают его с появлением на рынке нового спектра более дорогих и эксклюзивных предложений, в основном туристических предложений. Однако, по словам Самада Мухаммедова, 6,55 латов – это по-прежнему очень низкий показатель. «Мы считаем такую среднюю цену бесперспективной. Столь низкий средний чек получается в основном из-за продаж большого количества дешевых купонов. У Zizu.lv средний чек за последние 6 месяцев равен 9.13 Ls. Политика нашей компании заключается в том, что мы не можем

формировать аудиторию из покупателей, которые хотят сэкономить 1-2 Ls на покупке кебаба. Поэтому мы иногда отказываемся от подобных предложений. Наша цель -- это не рекорд в графе «количество проданных купонов», а платежеспособный покупатель».

Говоря о платежеспособности покупателя, то согласно опросу Gudriem.lv (проводился в период с 1 по 12 мая, приняло участие 875 пользователей), большая часть опрошенных (31,4%) все-таки покупают купон по принципу «если будет предложена большая скидка». Целесообразность покупки оценивают 28,6%, а 23,9% готовы с помощью купонов испробовать тот товар или услугу, которой они раньше не пользовались. Только 16,1% никогда не пользовались порталами коллективных покупок. По словам главы Cherry.lv Гирта Славиньша, с каждым годом уменьшается число людей, которые не пользуются купонами. «Как правило, люди покупают купоны, чтобы сэкономить на знакомом товаре, а также для того, чтобы со скидкой попробовать новый товар. Замечаем также, что потребители становятся более умными: внимательно изучают предложения купонаторов и следят за качеством товара или услуги», - говорит он.

В будущем, прогнозируют представители отрасли, произойдет умеренная консолидация участников. «Уже сейчас мы можем рассматривать серьезно только 5-6 участников рынка, -- считает Самад Мухаммедов. -- Для поддержания хорошего качества купонных предложений, на наш взгляд, достаточно 6-7 более или менее крупных порталов». «Маленьким участникам рынка очень трудно удержать планку качества, которую задают крупные игроки отрасли, -- поясняет Гирт Славиньш. -- Иногда складывается такое впечатление, что вопрос качества мелких игроков вообще не волнует». «Сложно загадывать на 5 лет вперед, но уже скоро на рынке порталов коллективных покупок ожидаются большие изменения, -- говорит Лиене Грениевича. -- Те игроки, которые работают с целью продать свой бизнес, либо это наконец-то сделают, либо поменяют свою стратегию. Никто не будет инвестировать в свой бизнес бесконечно, как это происходит сейчас. Понятно, что уже в течение этого года количество компаний снизится, и речь идет в том числе и о нынешних лидерах отрасли».

Gudriem.lv kolektīvās iepirkšanās kuponu salīdzinātājs atrodams šeit:

<http://www.gudriem.lv/kuponi/ru/all/all/90/0/0/1/-/p1>

Gudriem.lv начал работу в 2009 году, как независимый интернет-ресурс, пользователи которого получили возможность самостоятельно сравнить цены на различные услуги. Начав со сравнения мобильных тарифов, сегодня также можно сравнить карты предоплаты, депозиты, быстрые кредиты, потребительское кредитование, ОСТА, страхование путешествий, гостиницы по всему миру, интернет и TV-услуги, предложения сайтов коллективных покупок. В скором времени будет запущено еще несколько сервисов по сравнению актуальных услуг.

Сармите Вуцане, Т. +371 29424515, sarmite@gudriem.lv, www.gudriem.lv

