

Gudriem.lv: в большинстве случаев скидки на порталах коллективных покупок не вымышленные, а реальные

«Часто в прессе слышны упреки в адрес порталов коллективных покупок о том, что они обманывают своих клиентов, предлагая скидку, которая в реальности меньше заявленной. Однако, согласно нашей практике, такие случаи – единичны, и не характеризуют отрасль в целом» -- считает представитель сервиса сравнения товаров и услуг Gudriem.lv Дмитрий Зазнов. «Истинный размер скидки порой очень сложно определить, из-за этого у людей возникает подозрение в том, что их пытаются обмануть» -- добавляет Самад Мухамедов, региональный директор компании Kupirkupon Global по странам Балтии (Zizu.lv).

По данным Центра защиты прав потребителей, в прошлом году поступило 148 официальных жалоб на работу порталов коллективных покупок. При этом, согласно данным Gudriem.lv, в 2012 году жители Латвии купили свыше 1,6 млн. купонов. «Приходится слышать, что число жалоб на купонные сайты растет, но это закономерно, так как растет сам рынок, -- поясняет Дмитрий Зазнов. – За последние три года он вырос в несколько раз. Но при этом если мы сравним число жалоб с количеством проданных купонов, то оно окажется гораздо меньше, чем в других сферах. В целом это еще раз доказывает, что качество услуг участников этого рынка находится на хорошем уровне»

Что же касается размера заявленной скидки, то, по словам Самада Мухамедова, этот вопрос довольно сложный. «Мы часто общаемся по этому поводу со специалистами Центра по защите прав потребителей, который знает, как мы вычисляем номинальную стоимость товара и скидку, которая высчитывается от этой номинальной стоимости, -- говорит эксперт. – Когда речь идет о товаре, который, к примеру, можно купить и в обычном магазине, и в интернет-магазине (компьютер, телефон, телевизор), то разброс цен окажется довольно большой – вплоть до 50%. Более того, очень дешевых интернет-предложений товара может просто не оказаться на складе или же они будут в ограниченном количестве. Нам приходится вычислять среднюю цену и предлагать скидку, исходя из нее. Поэтому некоторые клиенты, оценив предложение и найдя этот же товар в интернет-магазине, могут решить, что их пытаются обмануть, хотя это не так».

По данным Gudriem.lv, самая частая скидка, которую порталы коллективных покупок предлагают в купонах – это 50% от первоначальной цены. «Мы видим, что для клиента размер скидки зачастую бывает более важен, чем сам товар, -- говорит Дмитрий Зазнов. – Такой купон часто человек покупает либо впрок, потому что «так дешево нельзя не купить», либо в подарок. Особенно востребованы недорогие товары или услуги (до 5-10 латов) со скидками в 50% и более процентов».

«Конкурентная борьба среди лидеров этого рынка уже не может происходить только с помощью размера предлагаемых скидок – говорит Самад Мухамедов. – Рынок коллективных покупок уже достиг определенного насыщения, и сейчас он стоит на пороге качественных перемен и нового вектора развития. Проблема в том, что покупателя уже трудно заинтересовать скидками менее 40%, и это можно назвать завышенными ожиданиями. Поэтому мы хотим показать покупателю, что скидка в размере 30-35% на качественный товар или услугу – это очень хорошее предложение. Так мы сможем привлечь тех производителей или поставщиков услуг, которым сейчас не интересно работать со скидкой в 50% и более процентов».

По словам представителя Zizu.lv, одна из новых форм торговли, которую ввел портал недавно – это продажа купонов с поэтапной оплатой, где покупатель вносит первый взнос в размере 20-25% от стоимости товара, а остаток платит уже в момент получения товара. «Таким образом, деньги покупателей не «замораживаются» на несколько недель, -- говорит Самад Мухамедов. – И эту схему клиенты часто используют для оплаты купонов по покупке услуг красоты и здоровья».