

## **Gudriem.lv: В 2012 году через порталы коллективных покупок жители потратили свыше 11 миллионов латов**

Как показало исследование сервиса сравнения купонов коллективных покупок Gudriem.lv, в 2012 году латвийские жители потратили свыше 11 млн. латов на товары и услуги, которые продавались через порталы коллективных покупок. Всего за прошлый год было продано около 1,6 млн. купонов. Самые популярные – по-прежнему услуги салонов красоты, парикмахерские, путешествия и обеды в ресторанах.

Сервис «Скидочные купоны» является одним из самых популярных сервисов сравнения на Gudriem.lv. Это подтверждает опрос, проведенный среди клиентов Gudriem.lv в январе этого года. Так, около 38% респондентов (всего в опросе приняли участие 664 человека) сказали, что каждый день просматривают скидочные купоны от порталов коллективных покупок.

«В Латвии первые сайты коллективных покупок появились в 2010 году, и тогда они определенно считались экзотическим видом электронной коммерции, - поясняет представитель Gudriem.lv Кристина Гема. – Поэтому с 2010 по 2012 год прирост оборотов на рынке коллективных покупок почти каждый месяц составлял 20-30%, а перед праздниками – даже 40%. Если в самом начале становления этого рынка в Латвии сервис коллективных покупок в шутку называли сайтами отчаянных домохозяек, то сейчас положение изменилось. Несмотря на то, что в 75% случаев покупатели купонов – это женщины, пропорция постепенно двигается в сторону мужчин. И это справедливо, ведь клиенты благодаря коллективному сервису могут не только сэкономить, покупая товары или услуги со скидкой, но также и узнать о многих новых интересных продуктах, получив при этом замечательную возможность оценить их по привлекательной цене».

К январю этого года число предприятий - активных участников рынка коллективных покупок достигло 30, хотя еще полгода назад количество участников составляло 38 компаний. Представители отрасли прогнозируют рост оборотов в этом году на 10-20%, а также дальнейшее сокращение числа компаний. По данным Gudriem.lv, как и полгода назад, основной оборот рынка – примерно 80% -- приходится на трех основных игроков отрасли: Zizu.lv, City Life и Cherry.lv.

Говоря о тенденциях прошлого года и прогнозах на будущий год, Кристина Гема подчеркивает, что в 2013 году продолжится умеренная консолидация отрасли. «Несмотря на то, что крупные компании и в прошлом году предрекали очень резкое сужение отрасли до 5-7 игроков, мы видим, что этого не произошло. Очевидно, что если на рынок не войдет какая-нибудь крупная международная компания, имеющая отработанную технологию продаж и большие инвестиции, то рынок по-прежнему на 80% будет

принадлежать трем лидерам. Но при этом оставшиеся 20% рынка могут распределить между собой 10-15 мелких компаний, находя свою нишу и своих покупателей».

По прогнозам экспертов Gudriem.lv, в 2013 году будет умеренно расти средняя стоимость одного купона. Это связано с постоянным появлением на рынке нового спектра более дорогих и эксклюзивных товаров и услуг, в основном туристических предложений. «В прошлом году произошел качественный скачок в товарах, которые предлагали жителям порталы коллективных покупок, - поясняет Кристина Гема. – В этой связи нельзя не упомянуть портал ZiZu, который в начале прошлого года провел двухэтапную акцию, продав 165 купонов на коррекцию зрения в «Клинике доктора Соломатина». Далее появились туристические путевки, которые также продавались со скидками через порталы коллективных покупок. Правда неприятные инциденты с мошенничеством порталов [kupon.lv](http://kupon.lv) и [orangelifelife.lv](http://orangelifelife.lv) немного испортили репутацию такого способа покупки путешествий. И, наконец, купонаторы активно освоили рынок товаров, что тоже можно рассматривать как качественный рывок, поскольку 2 года назад предложения от порталов коллективных покупок на 95% состояли из предложения услуг»

По мнению экспертов Gudriem.lv, несмотря на то, что рынок коллективных покупок в целом

стабилизировался, есть признаки торможения. И это, по всей видимости, связано с тем, что порталы коллективных покупок сейчас размышляют о том, чем привлечь к себе новых покупателей. Большинство порталов уже ввели систему бонуса для постоянных клиентов, освоили все методы доставки товара и качественно улучшили свои предложения. Пришло время искать свежие решения.