

**Gudriem.lv: Pusgada laikā kolektīvās iepirkšanās portālu tirgus apgrozījums
audzis par 29% - līdz 5,1 milj.latu**

Portāla Gudriem.lv kolektīvās iepirkšanās kuponu salīdzināšanas servisa dati liecina, ka pēdējos 6 mēnešos Latvijas iedzīvotāji kolektīvās iepirkšanās kuponiem iztērējuši 5,11 miljonus latu. Salīdzinot ar iepriekšējo 6 mēnešu periodu, pirkumu apjoms ir audzis par 29%. Līdz 38 pieaudzis kolektīvās iepirkšanās tirgus dalībnieku skaits, bet viena kupona vidējā vērtība augusi no 6,2 līdz 6,55 latiem. Nozares pārstāvji prognozē šajā gadā 10 – 20% lielu apgrozījuma pieaugumu, kā arī tirgus dalībnieku skaita samazināšanos.

Pēc Gudriem.lv datiem, tāpat kā pirms 6 mēnešiem, lielākais apgrozījuma pieaugums ir trim galvenajiem kolektīvās iepirkšanās nozares pārstāvjiem - Zizu.lv, CityLife.lv un Cherry.lv. Katram no šiem uzņēmumiem pusgada apgrozījums pārsniedz miljonu latu, kamēr vidējais viena šīs nozares uzņēmuma apgrozījums ir 141 tūkstošis latu. Vismazākā kolektīvās iepirkšanās portāla – Saleclub.lv apgrozījums pusgada laikā bijis 26 lati.

Komentējot Gudriem.lv iegūtos datus, kolektīvās iepirkšanās nozares pārstāvji atzīst, ka 29% apgrozījuma pieaugums pusgada laikā ir labs rādītājs, kurš iespējams tikai no zemām izejas pozīcijām strauji pieaugošā tirgū. Nākotnē diez vai turpināsies šāds nozares apjomu pieauguma temps. “Krievijas tirgū, kur veiksmīgi strādā mūsu uzņēmums, tirgus pieauguma tempi ir vairākas reizes lielāki, taču tam par iemeslu ir lielais iedzīvotāju skaits. Latvijā turpretim strādājam ar auditoriju, kuras aug minimāli un tās apjoms ir aptuveni 500 000 potenciālo lietotāju,” stāsta Samads Muhamedovs, firmas “Kupikupon” reģionālais direktors Baltijas valstīs (Zizu.lv).

Portāla Perkamkopa.lv vadītāja Liene Greneviča uzskata, ka divu periodu salīdzinājumā jāņem vērā gadalaika faktors, proti – rudenī un ziemā kuponu iegādes apjomi ir daudz lielāki nekā siltajos gadalaikos. Tāpēc gada griezumā vidējais nozares pieauguma apjoms varētu būt 10 – 20%.

Vidējo viena kupona cenas pieaugumu nozares pārstāvji skaidro ar to, ka tirgū parādās aizvien vairāk dārgu piedāvājumu, galvenokārt tūrisma braucienu. Taču S. Muhamedovs uzskata, ka 6,55 latu vidējā viena kupona cena joprojām uzskatāma par ļoti zemu rādītāju. “Mēs šādu vidējo cenu neuzskatām par perspektīvu – tik zema vidējā vērtība rodas no liela daudzuma lētu kuponu pārdošanas. Zizu.lv kupona vidējā vērtība pēdējā pusgadā ir 9,13 lati. Mūsu uzņēmuma politika nepieļauj veidot pircēju auditoriju no cilvēkiem, kuri vēlas ietaupīt 1-2 latus uz kebaba iegādes rēķina, tāpēc reizēm atsakamies no šādiem piedāvājumiem. Mūsu mērķis ir nevis pārdoto kuponu skaita rekordi, bet gan pirkspējīgu klientu piesaiste,” stāsta S. Muhamedovs.

Pētot pirkspējas rādītājus, Gudriem.lv aptaujā (notika no 1. līdz 12. maijam, aptaujāti 875 respondenti) iegūtie dati liecina, ka lielākā daļa aptaujāto (31,4%) kolektīvās iepirkšanās kuponus pērk, vadoties pēc principa “tiek piedāvāta liela atlaide”. Pirkuma nepieciešamību izvērtē 28,6% aptaujāto, bet 23,9% respondentu ar kuponu starpniecību ir gatavi pamēģināt pakalpojumu vai preci, kuru agrāk nav lietojuši. Tikai 16.1% aptaujāto nekad nav izmantojuši kolektīvās iepirkšanās iespējas. Pēc portāla Cherry.lv vadītāja Ģirta Slaviņa teiktā, ar katru gadu sarūk to cilvēku skaits, kuri nekad nav kolektīvi iepirkušies. “Visbiežāk cilvēki kuponus pērk lai ietaupītu uz jau zināmas preces iegādi vai arī lētāk pamēģinātu kaut ko jaunu. Pamanām arī, ka pircēji kļūst gudrāki: rūpīgi izpēta kuponatoru piedāvājumus un seko preces vai pakalpojuma kvalitātei,” atzīst Ģ. Slaviņš.

Nākotnē, pēc nozares pārstāvju prognozēm, notiks mērena tirgus dalībnieku konsolidācija un Latvijā būs mazāk kuponatoru par tagadējiem 38. “Jau tagad nopietni uztverami ir tikai 5-6 tirgus dalībnieki, bet lai uzturētu kvalitatīvu atlaižu kuponu piedāvājumu. Mūsaprāt, pietiktu ar 6-7 portāliem,” uzskata S. Muhamedovs. “Mazajiem tirgus dalībniekiem ir ļoti grūti turēties pie kvalitātes kritērijiem, kurus uzstādījuši lielie tirgus dalībnieki. Reizēm rodas iespaids, ka mazajiem kuponu nozares uzņēmumiem kvalitātes jautājums vispār nav svarīgs,” teic Ģ. Slaviņš. “Nav viegli paredzēt 5 gadus uz priekšu, taču jau drīz kolektīvās iepirkšanās portālu nozarē notikis pārmaiņas – tie uzņēmumi, kas strādā ar mērķi pārdot savu biznesu, to beidzot izdarīs, vai arī mainīs darbības stratēģiju. Neviens neinvestēs biznesā bezgalīgi, kā tas patlaban notiek. Skaidrs, ka jau šogad saruks šīs nozares uzņēmumu skaits, ieskaitot arī tirgus līderus,” piebilst L. Grenevica.

Gudriem.lv kolektīvās iepirkšanās kuponu salīdzinātājs atrodams šeit: <http://www.gudriem.lv/kuponi/lv/all/all/90/0/0/1/-/p1>

Salīdzināšanas portāls [Gudriem.lv](http://www.gudriem.lv) savu darbību uzsāka 2009.gadā. Tas ir neatkarīgs interneta resurss, kura lietotājiem ir iespēja patstāvīgi salīdzināt dažādu pakalpojumu un preču cenas. Ja sākotnēji portāls piedāvāja salīdzināt tikai Latvijas tirgū pieejamo mobilo operatoru tarifu plānus, šodien iespējams salīdzināt arī priekšapmaksas kartes, depozītus, ātros kredītus, OCTA polises, viesnīcu un aviobiļešu cenas, ceļojumu apdrošināšanas piedāvājumus, interneta un TV pakalpojumu sniedzēju piedāvājumus, kā arī kolektīvās iepirkšanās interneta vietņu piedāvājumus un lielveikalu tīklu atlaides. Drīzumā [Gudriem.lv](http://www.gudriem.lv) lietotājiem būs pieejamas vēl vairāku aktuālo pakalpojumu salīdzināšanas iespējas.

Sarmīte Vucāne, tālr. – (+371) 29424515, e-pasts – sarmite@gudriem.lv, interneta mājas lapa – www.gudriem.lv.