

Gudriem.lv: pagājušajā gadā, izmantojot kolektīvās iepirkšanās portālus, iedzīvotāji ir iztērējuši 23 miljonus eiro

Kā rāda Preču un pakalpojumu cenu salīdzināšanas portāla Gudriem.lv veiktais pētījums, 2015.gadā Latvijas iedzīvotāji, izmantojot kolektīvās iepirkšanās kuponu lapas, ir iegādājušies 1.235 miljonus preču un pakalpojumu par kopējo vērtību 23.2 miljoni eiro. Pirmo reizi vairāku gadu laikā Latvijas kolektīvās iepirkšanās lapu apgrozījums ir krities – pagājušajā gadā, salīdzinot ar 2014.gadu, kritums ir par 12%. Tajā pašā laikā ir pieaudzis uz pārdošanu izlikto kuponu kopējais skaits un tirgū ir parādījušies jauni "spēlētāji", tādējādi pastiprinot sīvo konkurenci šajā nozarē.

Kuponi, kas piedāvā ceļošanas iespējas uz ārzemēm, pa Baltijas valstīm un Latvijā - tas ir virziens, kurš jau vairākus gadus nosaka kopējās tendences kuponu biznesā. Trīs gadus pēc kārtas tieši šīs kategorijas kuponi ir radījuši lielāko naudas apgrozījumu kolektīvās iepirkšanās nozarē un pēc šī rādītāja ieņem pirmo vietu. Ja pērn Latvijas iedzīvotāji ceļojumiem ir iztērējuši 10 miljonus eiro, tad šogad tie ir 9.23 miljoni eiro. Ņemot vērā to, ka kopējais pārdoto kuponu apgrozījums ir krities par 12%, tad, salīdzinot ar aizpagājušo gadu, apgrozījums no ceļojumu kuponiem ir krities tikai par 8%.

Otrajā vietā, tāpat kā aizpagājušajā gadā, ir kuponi, kuri piedāvā apģērbus un aksesuārus. To iegādei iedzīvotāji ir iztērējuši 3.35 miljonus eiro. Ja salīdzina ar aizpagājušo gadu, tad pārdoto kuponu pieaugums ir gandrīz dubultojies, ņemot vērā, to, ka 2014.gadā pircēji, izmantojot kuponu lapas, apģērbiem iztērēja 1.9 miljonus eiro. Trešajā vietā ir preces mājai un dārzam (2015.gadā ir iztērēti 1.66 miljoni eiro, 2014.gadā - 1.8.miljoni eiro). Tālāk seko kuponi, kas piedāvā atpūtas un izklaides iespējas (1.18 miljoni eiro) un veselības pakalpojumus (999 tūkstoši eiro).

Salīdzinot ar 2014. gadu, populārāko kuponu top-5 praktiski nav mainījies, taču topā vairs neietilpst kuponi, kuri piedāvā sejas procedūras. Ja 2014. gadā iedzīvotāji šim mērķim iztērēja 1.19 miljoni eiro, tad 2015.gadā tikai 409 tūkstošus eiro. Rādītāji ir samazinājušies vairāk nekā divas reizes.

Ir parādījusies jauna preču kategorija, kurai agrāk praktiski nebija apgrozījuma. Tās ir preces kategorijā "18+". Pagājušajā gadā iedzīvotāji šīm precēm ir iztērējuši 72 tūkstošus eiro. Kā arī ir vērts pieminēt suši pārdošanas apjomu pieaugumu, kāds ir bijis, izmantojot kuponu lapas. Pagājušajā gadā iedzīvotāji, iegādājoties suši, ir iztērējuši 203 tūkstošus eiro. Piemēram, picu un kebabu pieprasījums Latvijas iedzīvotāju vidū ir mazāks - gada laikā tiem ir iztērēti tikai 77 tūkstoši eiro.

"Balstoties uz Gudriem.lv apkopotajiem statistikas datiem, varam izdalīt dažas galvenās tendences, kuras ir raksturīgas kolektīvās iepirkšanās tirgum Latvijā - datus komentē Gudriem.lv pārstāve Kristīne Gema. Pirmkārt, neskatoties uz to, ka kaut arī nedaudz, tomēr ir samazinājies kopējais tirgus apgrozījums, mēs tomēr varam novērot pārdošanā izlikto kuponu kopējā skaita palielināšanos. Salīdzinājumā ar 2014.gadu, 2015.gadā pārdošanā izlikto kuponu skaits ir palielinājies par 7650 vienībām. Tajā pašā laikā, pērn, salīdzinājumā ar aizpagājušo gadu, šīs nozares spēlētāji kopumā ir pārdevuši par 221 tūkstoti mazāk kuponu. To var izskaidrot ar piesātinājumu tirgū, kas pēdējo 3 - 4 gadu laikā ir strauji audzis.

Bez tam, mēs noteikti redzam, ka ir palielinājušies konkurence, kas ir novedusi gan pie kolektīvās iepirkšanās kompāniju, gan pie kuponu skaita pieauguma. Un šī ir otrā tendence, kas liecina, ka nozare vēl attīstīsies un meklēs jaunas nišas un klientus. Pagājušajā gadā Latvijā ienāca daži lieli "spēlētāji", ar individuālu specializāciju. Par to, ka kuponu lapas agrāk vai vēlāk sāks specializēties uz noteikta veida kuponiem un sašaurinās savu darbības loku, mēs runājam jau pirms trim gadiem. To mēs šobrīd redzam un turpmākās tendences turpinās tikai pieaugt. Kā piemēru var minēt, ka Latvijas tirgū darbojas trīs kolektīvās iepirkšanās lapas, kuras piedāvā tikai ceļojuma kuponus. Ir arī vietnes, kuras pārdod tikai rotaslietas vai tikai apģērbu".

Pēc Gudriem.lv datiem, šī gada sākumā kolektīvās iepirkšanās tirgus aktīvo dalībnieku skaits ir apstājies pie skaitā – 25. Ir izveidojušās dažas jaunas kolektīvās iepirkšanās lapas, citas ir pārtraukušas savu darbību un lielā mērā var teikt, ka tirgus ir nostabilizējies ar noteiktu dalībnieku skaitu. Tomēr galvenie četri spēlētāji, kas veido gandrīz 90% no kopējā tirgus, ir tādi portāli kā Cherry un Citylife, Perkamkopa, Zizu un Prieks.

Pēc Kristīnes Gemas prognozēm šogad saglabāsies pagājušā gada tendences. Kuponu tirgus apgrozījums visticamāk paliks tādā pašā līmenī kā pagājušajā gadā. Pie tam kuponu iegādei var mainīties prioritātes.

"Neapšaubāmi ceļojumu kuponi arī šogad būs pirmajās vietās apgrozījumu kopvērtējumā. Tomēr nav izslēgts neliels kritums šajā kategorijā, kas saistīts ar nestabilo situāciju pasaulē. Cilvēki, kā to var novērot, atturas no ceļošanas un tam gaida daudz piemērotāku laiku," komentē Kristīne Gema. "Pēc aizvadītajiem pirmajiem diviem 2016.gada mēnešiem var secināt, ka popularitāti gūst kuponi, kas piedāvā SPA rituālus, suši, redzes korekciju un medicīnas pakalpojumus, kā arī preces ar nacionālo simboliku. Ar pārliecību varam prognozēt tieši preču iegādes pieaugumu, izmantojot kolektīvās iegādes kuponu lapas, jo īpaši apģērbu un apavu iegādes pieaugumu. To lielā mērā veicina tādu preču piegādes formu attīstība, kā Omniva, Pakubode un citi."