

20.01.2014.

**Gudriem.lv: В прошлом году через порталы коллективных покупок жители потратили почти 13 миллионов латов**

Как показало исследование сервиса сравнения купонов коллективных покупок Gudriem.lv, в 2013 году латвийские жители потратили 12, 72 млн. латов на товары и услуги, которые продавались через порталы коллективных покупок. За год прирост составил 15%. По прогнозам Gudriem.lv, в этом году прирост рынка также составит 10-15%, в том числе из-за введения евро, благодаря которому на рынок Латвии входят новые порталы коллективных покупок из соседних стран.

Всего за прошлый год было продано около 1, 3 млн. купонов (годом ранее – 1,6 млн. купонов). Самые популярные по количеству проданных купонов – товары из категории «Для дома и сада», одежда и аксессуары, услуги салонов красоты и парикмахерские. Примечательно, что в прошлом году на первых местах по количеству проданных купонов были услуги салонов красоты, но и с появлением качественных предложений домашней бытовой техники, а также одежды со скидками, они спустились на третье место.

Статистика по самым крупным оборотам показывает другую картину: треть от всего годового оборота (2,7 млн. латов) пришлась на купоны по путешествиям. Именно эта категория занимает первое место в топе самых доходных предложений. Далее следуют товары для дома (123,3 тысячи проданных купонов на общую сумму 1,036 млн. латов), а также предложения по процедурам для тела (67,5 тысяч купонов на сумму 865,4 тысяч латов).

«Если мы взглянем на топ-50 самых покупаемых купонов в прошлом году, то практически 80% их них приходится путешествия, - поясняет представитель Gudriem.lv Кристина Гема. – Остальные 20% -- это врачебные и косметические процедуры, а также услуги SPA-салонов. Два года назад купонаторы, предлагавшие туристические туры со скидками, только вошли на латвийский рынок. И почти сразу репутация была несколько испорчена историей с мошенничеством порталов kupon.lv и orangelife.lv. За год эти неприятные инциденты забылись, и жители снова стали активно покупать так называемые туристические купоны. И, наконец, порталы коллективных покупок за год прочно 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 парикмахерских и салонов красоты»

По данным Gudriem.lv, к январю этого года число предприятий - активных участников рынка коллективных покупок достигло 30. «Золотую четверку», на долю которой приходится 80% рынка, образуют купонаторы Zizu, Cherry, Perkamkora и Citylife. Этот расклад вряд ли поменяется в этом году, -- считают в Gudriem.lv.

«Интересное наблюдение: предприятия соседних стран – Литвы и Эстонии – активно интересуются рынком купонов в Латвии. – говорит Кристина Гема. -- Некоторые из них уже открыли свои представительства у нас. Возможно, это связано с введением в Латвии евро, что

**20.01.2014.**

существенно упрощает работу порталов на международном уровне. В этом году этот интерес может только увеличиться, что означает ужесточение конкуренции и более качественные услуги для потребителей».

Говоря о тенденциях прошлого года и прогнозах на будущий год, Кристина Гема подчеркивает, что в 2014 году продолжится качественное улучшение рынка. Центр защиты прав потребителей в прошлом году уделял особое внимание рынку порталов коллективных покупок, чтобы снизить число поступающих на них жалоб от покупателей, Предприятия, которые нацелены на долгосрочную работу, учитывают эти замечания, а также улучшают сервис обслуживания и доставки.

По прогнозам экспертов Gudriem.lv, в 2014 году будет умеренно расти средняя стоимость одного купона. В этом году она составила 9,8 латов. В прошлом году – 6,8 латов. Прирост за год – 44%. 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. – Мы наблюдаем сегментирование и специализацию порталов. Так, например, в прошлом году появились сайты, которые продают исключительно вещи известных брендов. Или те, которые специализируются на дорогих украшениях. В будущем число таких специализированных купонаторов будет расти. Это связано с тем, что входящим на рынок новым порталам трудно потеснить компании золотой четверки, и им приходится искать свои уникальные ниши».