

**S**avukārt pārrobežu tirdzniecībā pircēji meklē kvalitatīvas preces un aizvien lielāku vērtību piešķir ātriem piegādes termiņiem. Tās ir vienas no galvenajām atziņām, kas izskanēja DB sadarbībā ar uzņēmumu DHL rīkotajā konferencē *E-komercija – tirdzniecība bez robežām*. DHL Express rīkotājdirektore Šežana Kazakova uzsvē, ka pārrobežu tirdzniecības izaugsme ir 25% gadā, divreiz vairāk nekā iekšzemes tirdzniecības darījumi. Galvenie izaicinājumi e-tirdzniecībā ir saistīti ar pievilcīgu cenu piedāvājumu un draudzīgām piegādes iespējām.

**74% interneta lietotāju**

Saskaņā ar *Gemius Latvija* vadītājas Lindas Egles stāstīto, 2016. gadā interneta iepirkās 74% Latvijas iedzīvotāju, kas izmanto internetu, savukārt 2017. gadā šo iespēju izmanto jau 79% interneta lietotāju. Visbiežāk interneta iepirkās iedzīvotāji vecumā no 25 līdz 44 gadiem, kas dzīvo Rīgā un Pierīgā un kuru ienākumi ir no 250 līdz 499 eiro. Tajā pašā laikā, domājot par savu mērķauditoriju, tirgotājiem vērts atcerēties, ka aizvien aktīvāki interneta veikalu lietotāji kļūst cilvēki vecumā pēc 55 gadiem. Galvenie iemesli, kādēļ cilvēki izvēlas iepirkties interneta veikalos, ir labāka cena (80% respondentu), tas, ka tajos var iepirkties 24 stundas diennaktī bez brīvdienām (71%), vieglāk salīdzināt piedāvājumus (69%), lielāka izvēle (56%) un ir iespējama piegāde uz mājām (53%). L. Egle uzsvē, ka aptaujas liecina: zemas cenas, akcijas un atlaižu joprojām ir galvenais motivators, lai cilvēki iepirktos interneta veikalos (īpaši 18–34 gadus veciem interneta lietotājiem). Tajā pašā laikā strauji palielinās prasības pret piegādes kvalitāti, kā arī produkta atdošanas un garantijas noteikumiem. Interesanti, ka tikai 25–34 gadus veci lietotāji atzīmējuši zemākas piegādes izmaksas kā savu top 3 motivatoru, kas iedrošinātu viņus biežāk iepirkties interneta veikalos.

**Elektronika un modes preces**

Runājot par pārrobežu tirdzniecību, S. Kazakova stāsta, ka tajā visvairāk pirktais preces ir elektronikas un modes preces. Interesanti, ka 20% no visiem pārrobežu tirdzniecības pirkumiem ir vairs 200 dolāriem. Latvijas ražotājiem lielas iespējas piedāvāt savus produktus pārrobežu tirdzniecībā paver tas, ka strauji izaugsme vērojama tieši nišas produktu un konkrētai valstij raksturīgo preču segmentā. Ja raugās pa valstīm, tad Lielbritānijas pircējiem vissvarīgākais ir plaša preču pieejamība, Ķīnas pircējiem – kvalitāte, bet Krievijas – cena, kas ir dominējošā arī Latvijas pircējiem. Tiek prognozēts, ka līdz 2019. gadam visā pasaulē 58% interneta lietotāji iepirksies tiešsaistē.

**Svarīgas atdošanas iespējas**

DHL Express Latvia mārketinga un tirdzniecības direktors Artis Dekšenieks norāda, ka tirgotāju, kuri piedāvā ekspress piegādes, bizness aug par 60% straujāk un viens no 10 dolāriem tiek apgrozīts, kad klients izvēlas ekspress sūtīšanas iespēju. Uzņēmējiem ir jānošķir tas, kas, saskaņā ar tirgus izpēti, ja klientam ir nepieciešama nākamās dienas piegāde, viņi ir gatavi par to maksāt. Turklāt aizvien vairāk pircējiem piegādes ātrums ir ļoti svarīgs e-tirdzniecības faktors. Pētījumi rāda, ka klienti atgriežas pie pārdevēja, ja ir notikusi veiksmīga preces piegāde. Aizvien pieprasītāka, kā stāsta A. Dekšenieks, ir piegāde pēc pieprasījuma (ODD). Tā nozīmē, ka sūtījuma saņēmējs saņem ODD paziņojumu e-pastā vai



DHL Express Latvia mārketinga un tirdzniecības direktors Artis Dekšenieks norāda, ka tirgotāju, kuri piedāvā ekspress piegādes, bizness aug par 60% straujāk.

**E-KOMERCIJA**

# Ar izaugsmi 25% gadā

E-tirdzniecības nozarē pasaulē populārākās tendences ir bezmaksas preču piegāde (iekšzemes ietvaros) un bezmaksas preču atdošanas iespēja

Latvijā visbiežāk interneta iepirkās trešdienās no pulksten 10 līdz 15 un no 20 līdz 22,

LAURA PLĒSUMA, SWEDBANK EKSPERTE.



SMS, uzspiežot uz linka, nokļūst ODD mājaslapā, kur izvēlas sev nepieciešamos uzstājumus un var rediģēt tos. Piemēram, sūtījuma saņēmējs var nosūtīt DHL apstiprinājumu par citu piegādes laiku. Tiesa, bez maksas piegādes laiku un vietu var mainīt tikai vienu reizi. Pārrobežu tirgotājiem jāņem vērā, ka klienti labprātāk iepirksies veikalos, kuriem ir vienkārša preces atdošanas iespēja. Piedāvājot vienkāršu preču atdošanas kārtību, var tikt veicināti lielāki pirkumi. Viens no jautājumiem, kas ir īpaši svarīgi uzņēmējiem, kuri nodarbojas ar

e-tirdzniecību, ir pārrobežu līgumu noslēgšana. ZAB Sorainen zvērināts advokāts Valts Nerets īpaši uzsvē: līgumam par preču piegādi un iegādi noteikti ir jābūt un nepietiek tikai ar e-pasta vēstulem, kur minēts, ka preces tiek pirktas vai pārdotas. Turklāt pārrobežu darījumos līgumslēdzējpusē ir brīvas izvēlētības, kuras valsts tiesā strīdi tiks skatīti un pēc kādas valsts likumiem. Piemēram, komersants no Latvijas un komersants no Vācijas var vienoties, ka strīdi tiks izskatīti Spānijas tiesā pēc Lietuvas likumiem. Tiesa, uz-

ņēmējiem gan jāraugās, lai ar šo izvēles brīvību «neiešautu sev kājās». Proti, izvēloties strīdu izšķirt kādas citas valsts tiesā, ir jāapzina gan advokātu pieejamība, gan tiesas izdevumi, gan dokumentu tulkošanas izmaksas. Tāpat, domājot par tiesāšanas, vispirms jāsaprot, vai no konkrēta uzņēmuma ir ko piedzīt, vai tas nav bankrotējis. Savā pieredzē par e-tirdzniecību daļās arī uzņēmuma Velosock, kas ražo velosīpēdu pārvalkus iekšētlpām, valdes loceklis Gvido Bajārs. Mīnot iemeslus, kādēļ sāka savu produkciju tirgot internetā, G. Bajārs min iespēju sasniegt globālos tirgus (pašlaik tās ir 62 valstis), lētākas jaunu produktu un dizaina testēšanas iespējas, kā arī to, ka iespējams ieviest personalizāciju, kas palīdz palielināt pārdošanas rezultātus. Velosock strādā pie personalizēta lielāko tirdzniecības platformu pasaulē Amazon. Tiesa, par to gan ir jāmaksā. Uzņēmums seko globālajām tendencēm un piedāvā bezmaksas preces atdošanas iespējas. Lai sasniegtu labākus rezultātus, Velosock strādā pie personalizēta e-pasta mārketinga, proti, tiek veidots saraksts ar potenciālajiem klientiem.

Rūta Kesnere