

# Mazumtirdzniecība turbulences laikmetā: tendences un iespējas Latvijā

1. DAĻA

MAKROEKONOMIKA

Ekonomisko un mazumtirdzniecības rādītāju apskats

2. DAĻA

IEDZĪVOTĀJU IEPIRKŠANĀS PARADUMI

Pētījuma rezultātu apkopojums

3. DAĻA

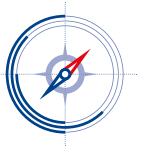
MAZUMTIRDZNICĪBA TURBULENCES LAIKMETĀ

Aktuālās tendences un nākotnes prognozes



# SATURS

<b>Ievads</b> .....	<b>3</b>
<b>Makroekonomika: ekonomisko un mazumtirdzniecības rādītāju apskats</b> .....	<b>4</b>
Ekonomiskā izaugsme – kā pa kalniem .....	5
Inflācija sit augstu vilni .....	6
Pozitīva nodarbinātības dinamika – vai arī ilgtermiņā? .....	7
Iedzīvotāju ienākumi steidzas līdz patēriņa cenu kāpumam .....	8
Mazumtirdzniecības attīstība drošākai ikdienai .....	9
Kopsavilkums .....	10
<b>Iedzīvotāju iepirkšanās paradumi: pētījuma rezultātu apkopojums</b> .....	<b>11</b>
Par pētījumu .....	12
Pakāpeniski atdzimst klātienē iepirkšanās; e-komercija turpina izaugsmi .....	12
Pēc ierobežojumu atcelšanas iepērkas tikpat reti kā pandēmijas laikā .....	14
Nostiprinās cenas un sortimenta nozīme veikalū izvēlē .....	15
Pārmaiņu laiks – sabiedrības iepirkšanās paradumi ir izteikti mainījušies .....	18
Pieaug tēriņi transportam un sadzīvei, izdevumi par komunikācijām, veselību un izklaidi – samazinās .....	21
Izdevumu kāpumu daļēji kompensē ienākumu pieaugums .....	23
Ienākumu pieaugums un nenoteiktība veicina uzkrājumu veidošanos .....	24
Pārtikas rezerves un e-veikalu popularitāte – pandēmijas paliekošais “mantojums” .....	26
Kopsavilkums .....	27
<b>Mazumtirdzniecība turbulences laikmetā: aktuālās tendences un nākotnes prognozes</b> .....	<b>28</b>
Par pētījumu .....	29
Tendence #1: Pārtikas krājumu veidošana par izdevīgām cenām .....	29
Tendence #2: Uz veikalu – vismaz reizi nedēļā .....	30
Tendence #3: Drošības apsvērumu un līdzekļu taupīšanas nolūkos veikalus apmeklē retāk .....	31
Tendence #4: Samazinās porciju lielums .....	34
Tendence #5: Svaigie produkti pakāpeniski iekaro vietu iedzīvotāju ikdienas uzturā .....	35
Tendence #6: Pārdomāta tēriņu un maltīšu plānošana būs aktuāla arī nākotnē .....	36



## Pircēju paradumu maiņa – mazumtirdzniecības izaicinājumi un iespējas jaunajā “turbulences” laikmetā

Pēdējie divi gadi un īpaši pēdējie mēneši ir satricinājuši visu pasauli un skāruši ikvienu no mums. Kopš 2020. gada marta esam pakāpeniski iemācījušies dzīvot un strādāt jaunā realitātē, savukārt šī gada pavasarī sākām patiesi apzināties, cik liela vērtība ir miers, savstarpējā cieņa, sadarbība un atbalsts.



Šajā strauji mainīgajā laikmetā, kad pārmaiņas ir grūti prognozējamas un izteikti globālas, arī mazumtirdzniecības nozare gājusi cauri vairākiem pārmaiņu posmiem, cenšoties pēc iespējas operatīvāk un efektīvāk tiem pielāgoties. Tāpēc jaunāko, nu jau četrpadsmito “Maxima mazumtirdzniecības kompass” pētījuma apskatu esam veltījuši būtiskākajām izmaiņām un aktuālākajām tendencēm, kas ir raksturīgas šim pārmaiņu laikam.

Apskata pirmā daļa sniegs ieskatu Latvijas galvenajos makroekonomikas rādītājos, analizējot to ietekmi uz norisēm arī mazumtirdzniecības nozarē. Pēc tā, kādi ir gada pirmie pieci mēneši, var visai droši prognozēt, ka priekšā mums ir vēl daudz izaicinājumu, kas ietekmēs ne tikai ekonomiskos procesus, bet arī iedzīvotāju ikdienas paradumus. Tāpēc otrajā un arī trešajā apskata daļā ir pieejami jaunākā sabiedrības pētījuma rezultāti, skaidrojot iedzīvotāju pašreizējo rīcību un plānus attiecībā uz iepirkšanās paradumu maiņu nākotnē.

Apkopojot secinājumus par izmaiņām iedzīvotāju iepirkšanās paradumos, veltījām īpašu uzmanību arī Covid-19, tā sekām un ierobežojumiem, kurus esam piedzīvojuši vairākos “pandēmijas viļņos” jau no 2020. gada pavasara. Savukārt šobrīd esam saskārušies ar līdz šim nepieredzētu ģeopolitisko spriedzi un karu pašā Eiropas sirdī.

Saskaņā ar iedzīvotāju pausto attiecībā uz iepirkšanās regularitāti, izmaiņām uztura un ēdienreižu paradumos, kā arī citiem aspektiem, pētījums atklāj, ka, iepirkšanās reizēm kļūstot arvien retākām, mainījies arī pirkuma groza sastāvs – tajā aizvien nozīmīgāku vietu ieņem produkti ar ilgāku uzglabāšanas termiņu un pievilcīgāku cenu. Pētījuma ietvaros tāpat tika noskaidrots, kā šī brīža situācija varētu ietekmēt iedzīvotāju nākotnes rīcību.

Tomēr pozitīvāku skatu uz nākotni veicina aiz loga – tuvojas vasara, kuras laikā varam stiprināt sevi fiziski un emocionāli, lai vēlāk kopīgi rastu labākos risinājumus šīs “turbulences” pārvarēšanai un spertu soli tuvāk nākamajam mazumtirdzniecības attīstības posmam. Katrs izaicinājums ir arī iespēja augt un pilnveidoties, meklējot inovatīvus risinājumus, kā arī gūstot vērtīgu pieredzi un rādījumu.

Veiksmīgu “turbulences” pārvarēšanu vēlot,  
Jeļena Popjonoka,  
“Maxima Latvija” Biznesa analītikas departamenta vadītāja

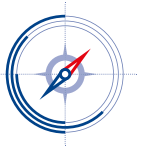
---

Nozares apskata “Maxima mazumtirdzniecības kompass” līdzautori:  
Jeļena Popjonoka, “Maxima Latvija” Biznesa analītikas departamenta vadītāja  
Irina Sokola, “Maxima Latvija” Tirgus izpētes daļas vadītāja  
Laura Bagātā, “Maxima Latvija” Korporatīvo komunikāciju projektu vadītāja  
Jānis Beseris, “Maxima Latvija” Korporatīvo attiecību departamenta direktors



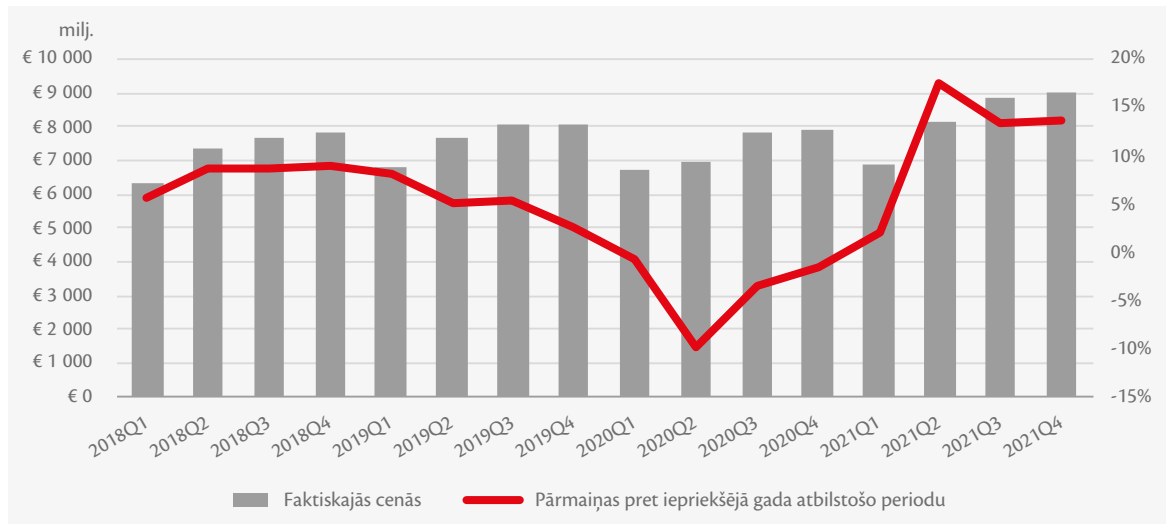
# Ekonomisko un mazumtirdzniecības rādītāju apskats





## Ekonomiskā izaugsme – kā pa kalniem

Iekšzemes kopprodukts pavisam<sup>1</sup> (milj. eiro)



Pēdējie gadi mazumtirdzniecības nozarē ir bijuši notikumiem bagāti, ko lielā mērā sekmēja globālie ekonomiskie un ārējās vides apstākļi. Latvijas iekšzemes kopprodukta (IKP) izaugsmes tendences pēdējo trīs gadu laikā ir bijušas ļoti mainīgas: no ievērojama krituma 2020. gadā līdz pat straujai izaugsmei 2021. gadā. Straujo IKP izaugsmi 2021. gada 2. ceturksnī sekmēja gandrīz 10% kritums iepriekšējā gada attiecīgajā periodā, taču, neraugoties uz to, ka 2020. gada 3. un 4. ceturksnis uzrādīja ievērojami mazāku kritumu – attiecīgi -3,4% un -1,6%, 2021. gada attiecīgajos ceturkšņos IKP pieauga par aptuveni 13 procentiem pret iepriekšējo gadu. Tas apliecināja tautsaimniecības spēju pielāgoties Covid-19 laika izaicinājumiem un pārmaiņām, ļaujot skatīties uz turpmāko attīstību ar piesardzīgu optimismu.

2022. gada sākumā ekspertu prognozes iezīmēja pietiekami strauju ekonomisko izaugsmi ar IKP pieaugumu par 4%<sup>2</sup>, ko nācās pārskatīt pēc uzsāktās aktīvās karadarbības Ukrainas teritorijā 2022. gada februārī. Jau aprīlī Starptautiskais Valūtas fonds (SVF) samazināja Latvijas IKP izaugsmes prognozi šim gadam līdz 1%<sup>3</sup>.

Reaģējot uz Krievijas un Ukrainas konfliktu, vairākās pasaules valstīs, arī Eiropā, ieviesa vēl nepieredzētas ekonomiskās sankcijas, kuru rezultātā gandrīz pilnībā tika iesaldēta ekonomiskā sadarbība starp Krieviju un Eiropas Savienību (ES). Ieviestās sankcijas kļuva par izejvielu un energoresursu cenu pieaugumu. Tieši energoresursu cenu kāpums tiek minēts kā galvenais ekonomikas izaugsmes tempu samazināšanas risks Latvijā un citās pasaules valstīs.

<sup>1</sup> Centrālās statistikas pārvaldes (CSP) dati: <https://data.stat.gov.lv/443/sq/12529>

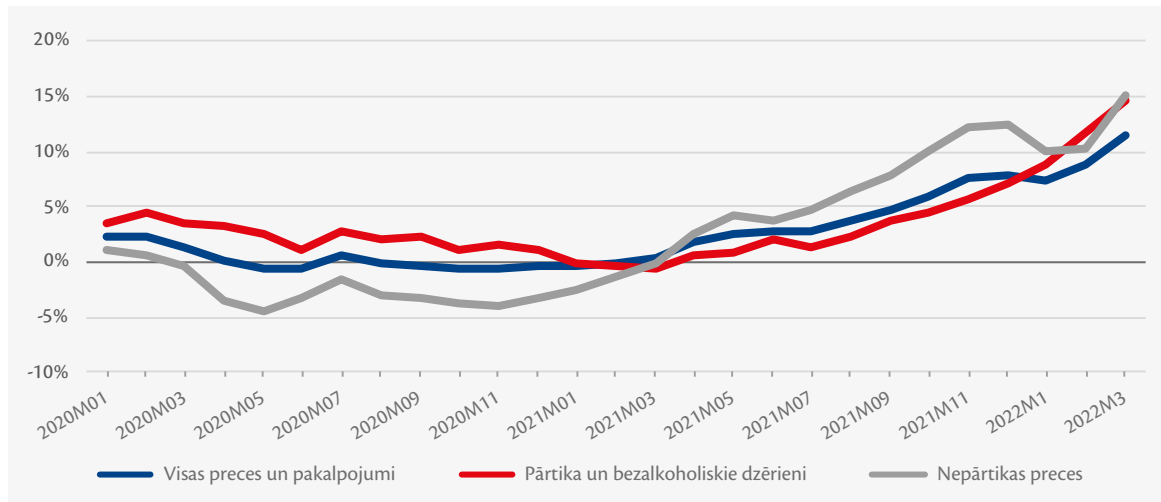
<sup>2</sup> Finanšu ministrijas dati: <https://www.fm.gov.lv/lv/jaunums/finansu-ministrija-2022-gadam-prognoze-ekonomikas-izaugsmi-40-apmera>

<sup>3</sup> Internationaly Monetary Fund, World Economic Outlook April 2022: <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2022/04/19/world-economic-outlook-april-2022>



## Inflācija sit augstu vilni

Inflācija<sup>4</sup>



Viens no iemesliem straujam IKP pieaugumam bija augstā inflācija 2021. gada beigās. Lai gan inflācijas līmenis nerasniedza 2008. gada maija rādītāju, kad kopējā inflācija bija 17,9%, 2022. gada martā tas sasniedza 11,5% atzīmi, kuru var vērtēt kā ļoti augstu, ņemot vērā, ka par samērīgu inflācijas pieaugumu tiek uzskatīti ap 2% gadā.

Galvenie straujās inflācijas pieauguma iemesli 2021. gada otrajā pusē un 2022. gada sākumā bija energoresursu un pārtikas cenu kāpums, kā arī zemā bāze iepriekšējā gada attiecīgajos periodos. Tomēr aktuālie notikumi pasaulē lika pārskatīt un mainīt arī inflācijas prognozi – ja februāra sākumā šī gada vidējā inflācija tika prognozēta 6,2% apmērā, tad SVF jaunākās aplēses liecina, ka tā varētu pieaugt par aptuveni 10%.<sup>5</sup> Eksperti prognozē, ka inflācijas tempi nesamazināsies gada 2. ceturksnī, kā tas bija prognozēts pirms tam, saglabājoties augstā līmenī.<sup>6</sup>

Salīdzinot IKP un inflācijas prognozi, novērojama negatīva tendence, kad inflācijas temps pieaug ievērojami straujāk nekā IKP, kas nozīmē, ka neizbēgami cietīs valsts ekonomika kopumā.

<sup>4</sup> CSP dati: [https://data.stat.gov.lv/pxweb/lv/OSP\\_PUB/START\\_\\_VEK\\_\\_PC\\_\\_PCI/PCI020m/table/tableViewLayout1/?loadedQueryId=12525&timeType=top&timeValue=26](https://data.stat.gov.lv/pxweb/lv/OSP_PUB/START__VEK__PC__PCI/PCI020m/table/tableViewLayout1/?loadedQueryId=12525&timeType=top&timeValue=26)

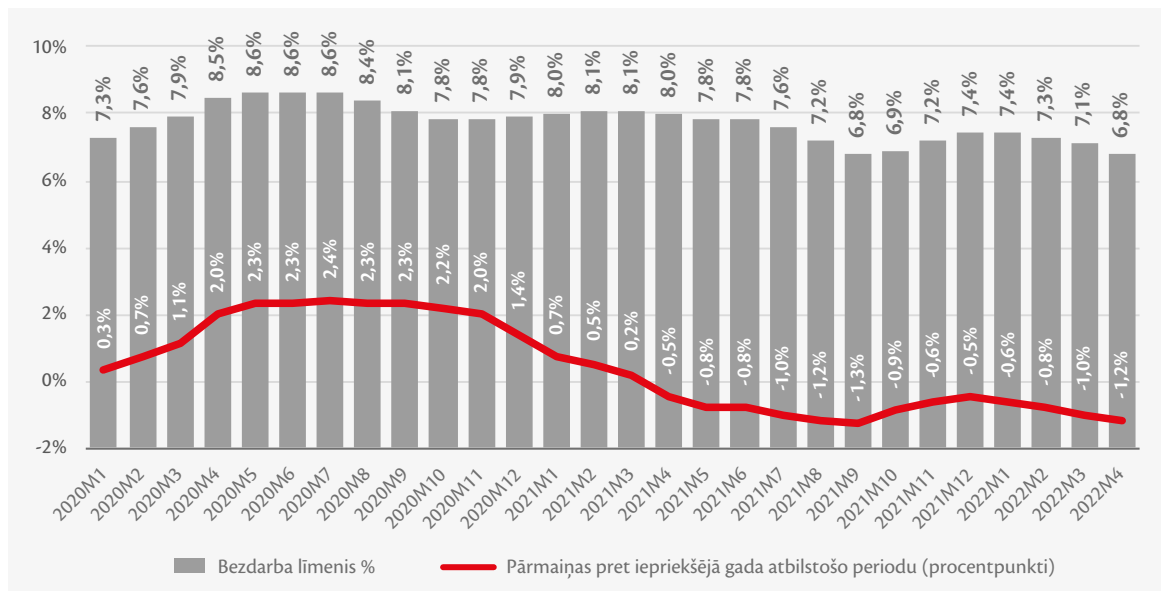
<sup>5</sup> Internationaly Monetary Fund, World Economic Outlook April 2022: <https://jauns.lv/raksts/bizness/498263-svf-samazinajis-latvijas-ikp-izaugsmes-prognozi-sim-gadam>

<sup>6</sup> EM: Šī gada kopējā vidējā gada inflācija varētu pārsniegt 12%: <https://www.la.lv/si-gada-kopeja-videja-gada-inflacija-varetu-parsniegt-12-prognoze-em>



## Pozitīva nodarbinātības dinamika – vai arī ilgtermiņā?

Bezdarba līmenis<sup>7</sup>

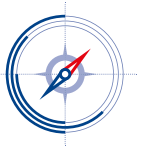


Pēc 2020. gada straujā bezdarba līmeņa pieauguma, kas bija saistīts ar Covid-19 sekām un to ietekmi uz vairākām nozarēm, 2021. gadā bija novērojama bezdarba līmeņa stabilizēšanās aptuveni 7,4% robežās. To var skaidrot ar to, ka gandrīz visas nozares spēja pakāpeniski pielāgoties jaunajiem darbības apstākļiem pandēmijas laikā, ko sekmēja arī ievērojams valsts atbalsts skartajām nozarēm. Februāra vidū Finanšu ministrija prognozēja, ka bezdarba līmenis 2022. gadā turpinās samazināties un sasniegs 6,9% atzīmi<sup>8</sup>.

Šobrīd nav skaidrības par to, kādā mērā bezdarba līmeni ietekmēs ģeopolitiskā situācija, taču iespējams un izvērstās sankcijas viennozīmīgi ietekmēs virkni nozaru un uzņēmumu, kuriem nāksies pārtraukt sadarbību ar sankcijām pakļautajiem uzņēmumiem. Tas savukārt var novest pie darbinieku skaita samazinājuma atsevišķos uzņēmumos un nozarēs.

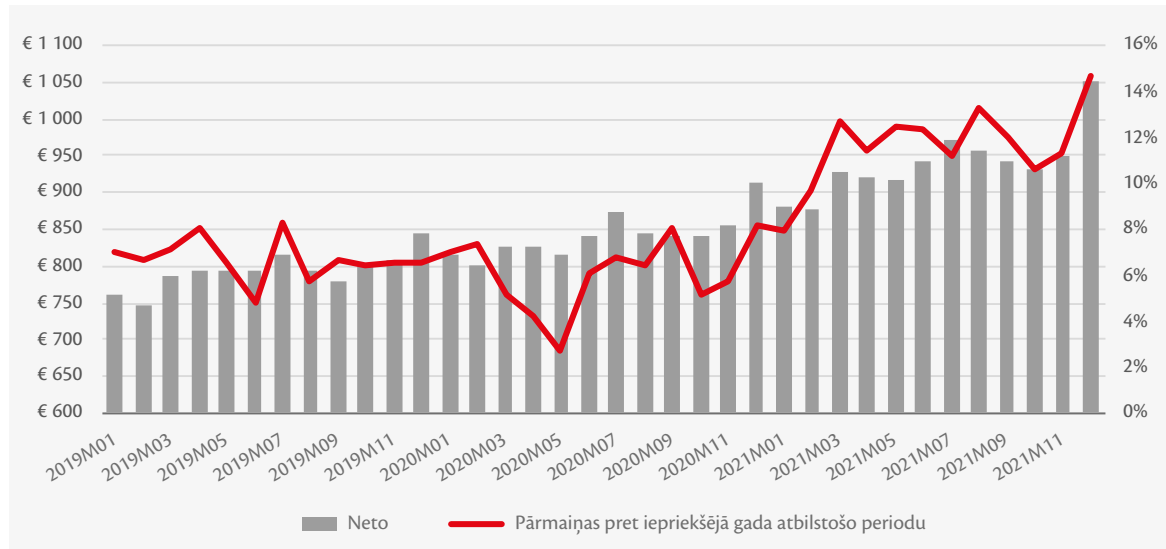
<sup>7</sup> CSP dati: [https://data.stat.gov.lv/pxweb/lv/OSP\\_PUB/START\\_EMP\\_NBBA\\_NBB1/NBB150m/table/tableViewLayout1/](https://data.stat.gov.lv/pxweb/lv/OSP_PUB/START_EMP_NBBA_NBB1/NBB150m/table/tableViewLayout1/)

<sup>8</sup> Finanšu ministrijas dati: <https://www.fm.gov.lv/lv/jaunums/finansu-ministrija-2022-gadam-prognoze-ekonomikas-izaugsmi-40-apmera>



## Iedzīvotāju ienākumi steidzas līdzī patēriņa cenu kāpumam

Strādājošo mēneša vidējā darba samaksa<sup>9</sup>



Neraugoties uz dažādiem izaicinājumiem Covid-19 skartajās nozarēs, vidējās darba algas pieauguma temps 2021. gadā strauji palielinājās. Vidējā neto darba alga 2021. gadā sastādīja 939 EUR, un tā ir vidēji par 11,7 procentiem lielāka nekā pērn. Neto darba algas reālais pieaugums, ņemot vērā patēriņa cenu kāpumu 2021. gadā, sasniedza 8,1%.<sup>10</sup>

Ja 2020. gadā darba algas pieaugumu varētu skaidrot ar bezdarba palielināšanos Covid-19 skartajās nozarēs, kur vidējā darba alga ir zemāka nekā valstī vidējā, tad 2021. gadā šo faktoru var neminēt, jo bezdarba līmenis ir samazinājies. Pērnā gada darba algas pieauguma iemesli drīzāk ir saistīti ar darba tirgus atkopšanos un darbaspēka trūkumu, kas veicināja strādājošo pieprasījumu pēc augstākā atalgojuma līmeņa. Vēl viens iemesls vidējās algas pieaugumam 2021. gadā ir minimālās algas pieaugums.<sup>11</sup>

Pēc ekspertu domām, vidējās algas izaugsme 2022. gadā varētu palēnināties vairāku faktoru ietekmē – šogad netiks palielināta minimālā alga, mazināsies pandēmijas ietekme uz darba tirgus struktūru, savukārt karš un no tā izrietošās sankcijas nelabvēlīgi ietekmēs Latvijas ekonomiku kopumā. Vienlaikus, neskatoties uz to, ka algu kāpums nebūs tik izteikti straujš kā pēdējos gadus, tas visticamāk saglabāsies 8% robežās, kas varētu būt pietiekami, lai iedzīvotāju pirktspēja saglabātos iepriekšējā gada līmenī.<sup>12</sup>

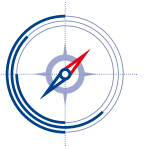
<sup>9</sup> CSP dati: [https://data.stat.gov.lv/pxweb/lv/OSP\\_PUB/START\\_EMP\\_DS\\_DSV/DSV010m/table/tableViewLayout1/?loadedQueryId=12533&timeType=top&timeValue=36](https://data.stat.gov.lv/pxweb/lv/OSP_PUB/START_EMP_DS_DSV/DSV010m/table/tableViewLayout1/?loadedQueryId=12533&timeType=top&timeValue=36)

<sup>10</sup> CSP dati par 2021. gadu: <https://stat.gov.lv/lv/statistikas-temas/darbs/alga/preses-relizes/8227-darba-samaksas-parmainas-2021-gada?themeCode=DS>

<sup>11</sup> Swedbank eksperte: <http://www.aprinkis.lv/index.php/viedokli/31029-ekonomiste-algu-kapumam-arvien-grutak-ai-zmukt-no-inflacijas>

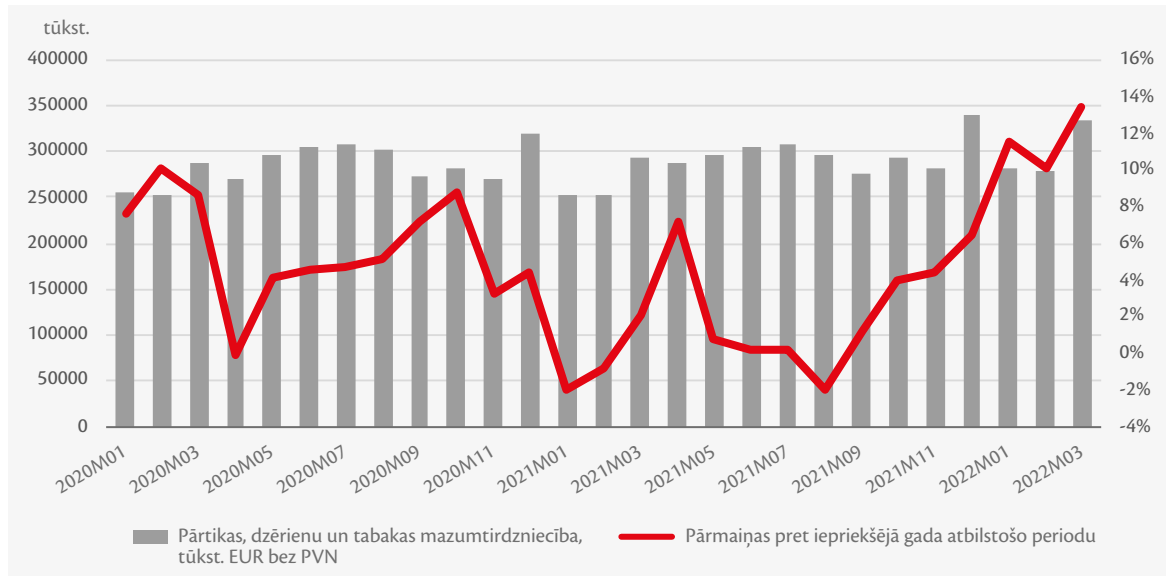
<sup>12</sup> "Algu kāpums turpmāk var palēnināties, prognozē banku analītiķi": <https://jauns.lv/raksts/business/490209-algu-kapums-turpmak-var-paleninaties-prognoze-banku-analitiki>





## Mazumtirdzniecības attīstība drošākai ikdienai

Pārtikas, dzērienu un tabakas mazumtirdzniecība<sup>13</sup>



Līdz ar pēdējo gadu izmaiņām gan biznesa vidē, gan ikviena iedzīvotāja dzīvē, mainījusies arī mazumtirdzniecības nozare. Pārtikas mazumtirdzniecības apjomu svārstības pēdējo trīs gadu laikā lielā mērā bija atkarīgas no valstī ieviestajiem ierobežojumiem. 2021. gada sākumā kritums saistīts ar epidemioloģiskās drošības pasākumiem, piemēram, mājāsēdi no 22. janvāra līdz 6. februārim, atsevišķu produktu kategoriju pārdošanas ierobežojumiem, tirdzniecības platības noteikšanu uz vienu klientu, ierobežojumiem apmeklēt tirdzniecības centrus un lielās platības veikalus u. c. Pērn pavasarī, pakāpeniski mazinot noteiktos ierobežojumus, pārtikas mazumtirdzniecība sāka atgūties un uzrādīja pozitīvu izaugsmi. Strauja izaugsme pārtikas mazumtirdzniecībā novērojama 2021. gada nogalē un 2022. gada sākumā, martā sasniedzot pat 13,5 % pieaugumu pret iepriekšējo gadu. Tas varētu būt saistīts gan ar ierobežojumu skaita samazināšanu un to atcelšanu vakcinētām personām, gan vakcinācijas aptveres pieaugumu, gan arī ar zemo bāzi iepriekšējā gada attiecīgajos mēnešos.

Vairāki būtiski notikumi, t. sk. Covid-19 vīrusa izplatības ierobežošanas pasākumi, jauno tirgus spēlētāju ienākšana un Krievijas agresija Ukrainā, nenoliedzami atstāja iespaidu arī uz mazumtirdzniecības ikdienas darbību. Reaģējot uz notikumiem kaimiņvalstīs, Latvijas mazumtirdzniecība ir pārskatījuši preču sortimentu, kam nav bijusi tūlītēja negatīva ietekme uz mazumtirdzniecības apjomiem. Vienlaikus pastāv citi faktori, kas tuvākā nākotnē ar augstu varbūtību ietekmēs tirgus apjomus, piemēram, pārtikas izejvielu cenu kāpums. Apvienoto Nāciju Organizācija (ANO) prognozē, ka pārtikas cenas pasaulē Krievijas un Ukrainas karadarbības dēļ varētu ievērojami pieaugt, kas saistīts ar abu valstu būtisko lomu graudaugu eksportā<sup>14</sup>.

<sup>13</sup> CSP dati: <https://data.stat.gov.lv/443/sq/12527>

<sup>14</sup> "Banku analītiķi par inflāciju: situācija ir nopietna, bet ne bezcerīga":

<https://www.lsm.lv/raksts/zinas/ekonomika/ano-krievijas-un-ukrainas-kars-var-izraisit-partikas-cenu-kapumu-par-lidz-pat-20.a447543/>



## Kopsavilkums

Pēc tā, kādi ir bijuši gada pirmie pieci mēneši, var visai droši prognozēt, ka priekšā mums ir vēl daudz izaicinājumu. Turpmāko situāciju lielā mērā ietekmēs nenoteiktība saistībā ar pašreizējo ģeopolitisko situāciju – tā ietekmēs ne tikai ekonomiskos procesus, bet arī iedzīvotāju ikdienas paradumus.

Cenu kāpuma dēļ, ko lielā mērā noteiks energoresursu cenu straujais pieaugums, iedzīvotāji var pārskatīt savas patēriņa vajadzības un pirkumu prioritātes. Gan cenu izmaiņas, gan arī atsevišķu izejvielu pieejamība var ietekmēt pircēju paradumu maiņu, tāpēc aizvien būtiskāka kļūs mazumtirgotāju loma pircēju atbalstā un produktu pieejamības nodrošināšanā.

Nākamajās apskata daļās ir pieejami jaunākā sabiedrības pētījuma rezultāti, skaidrojot iedzīvotāju esošo rīcību un plānus attiecībā uz iepirkšanās paradumu maiņu.



# Iedzīvotāju iepirkšanās paradumi





## Par pētījumu

Šis ir četrpadsmitais "Maxima mazumtirdzniecības kompass" pētījums, kura mērķis ir veikt regulāru padziļinātu Latvijas iedzīvotāju iepirkšanās paradumu un tendenču izpēti, kā arī nodrošināt analīzi par esošās situācijas un makroekonomikas rādītāju ietekmi uz mājāsaimniecības ienākumiem un izdevumiem.

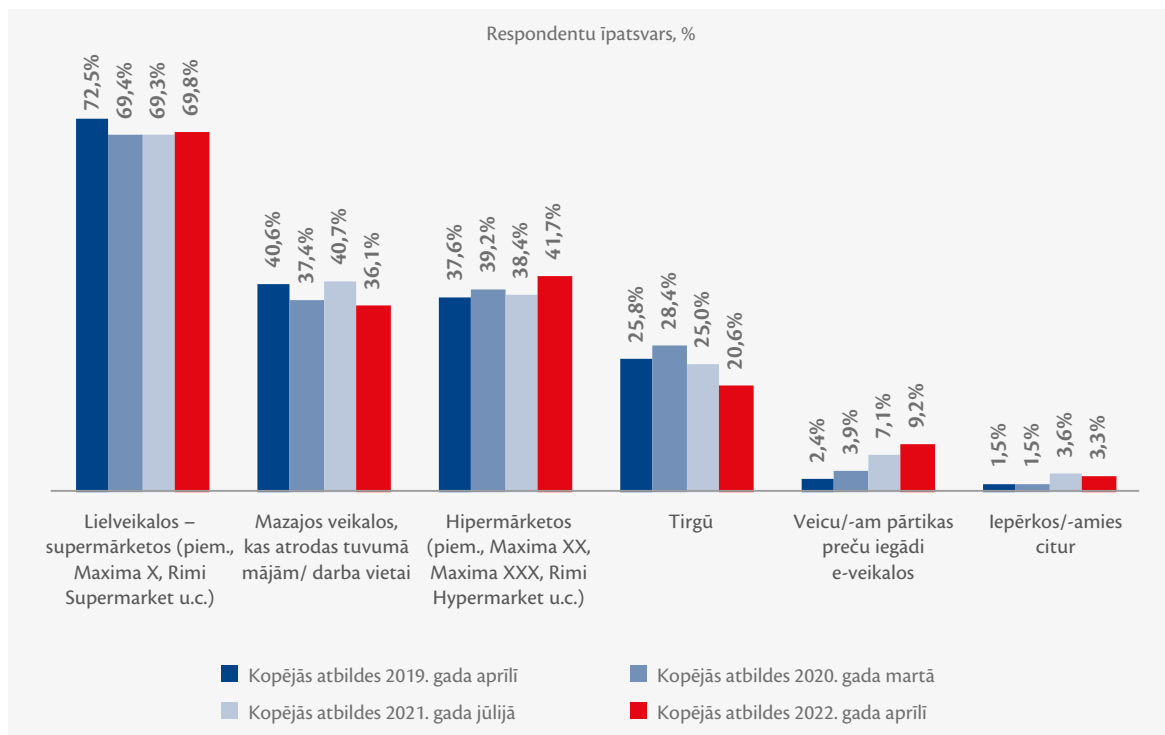
Pētījums tika veikts 2022. gada aprīlī ar pētījumu centra SKDS starpniecību. Tajā piedalījās 1005 Latvijas iedzīvotāji vecumā no 18 līdz 75 gadiem.

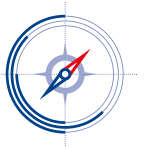
Iedzīvotāju iepirkšanās paradumi "Maxima mazumtirdzniecības kompass" ietvaros tiek pētīti kopš 2017. gada, tāpēc iegūtos datus iespējams salīdzināt, apskatot aktuālākās tendences un nozares attīstības virzienus vairāku gadu griezumā.

## Pakāpeniski atdzimst klātienē iepirkšanās; e-komercija turpina izaugsmi

Covid-19 pandēmija un ar to saistītie ierobežojumi kardināli ietekmējuši lielākās sabiedrības daļas ikdienu, ievērojamu iespaidu atstājot arī uz mazumtirdzniecības vidi. Pielāgošanās jaunajiem apstākļiem pēdējo divu gadu laikā, kā arī šī gada nestie jaunie izaicinājumi atspoguļojās kopējā iedzīvotāju noskaņojumā un rīcībā, ietekmējot arī pārtikas iegādes paradumus.

### Iepirkšanās vietas izvēle ikdienas pirkumu veikšanai (pārtikas un saimniecības preces)





Pēdējo divu gadu laikā lielveikalu formāts bija iecienītākā iepirkšanās vieta teju 70% iedzīvotājiem. Lai gan lielveikalu formāts ikdienas pirkumu veikšanai ir saglabājis līdera pozīcijas iedzīvotāju vidū arī pandēmijas apstākļos, šī formāta popularitāte, salīdzinot ar 2019. gada pirms-Covid periodu, ir samazinājusies teju par 3 procentpunktiem. Tas varētu būt skaidrojams ar tirdzniecības platību ierobežošanu uz vienu pircēju ārkārtas situācijas laikā. Vienlaikus šogad ir vērojama izteikta pircēju migrācija uz lielo formātu veikaliem – hipermarketiem. Tiem priekšroku dod gandrīz 42% respondentu, tādējādi apsteidzot mazos piemājas veikalus, kuros šogad ikdienas pirkumus izvēlas veikt 36% iedzīvotāju. Šī tendence var būt izskaidrojama ar daļēju lielās platības formāta veikalu pieejamības ierobežošanu 2022. gada sākumā nevakcinētajai iedzīvotāju daļai, kas uzreiz pēc ierobežojumu atcelšanas 1. martā izraisīja lielu pircēju interesi un vēlmi biežāk apmeklēt veikalus, kas lielāki par 1500 m<sup>2</sup>. “Maxima Latvija” dati arī norāda uz pieaugošu hipermarketu popularitāti Covid-19 ietekmētajos gados. Tas ir saistīts gan ar cilvēku tieksmi nopirkt visu vienā vietā, gan ar hipermarketu skaita palielināšanos pēdējos gados.

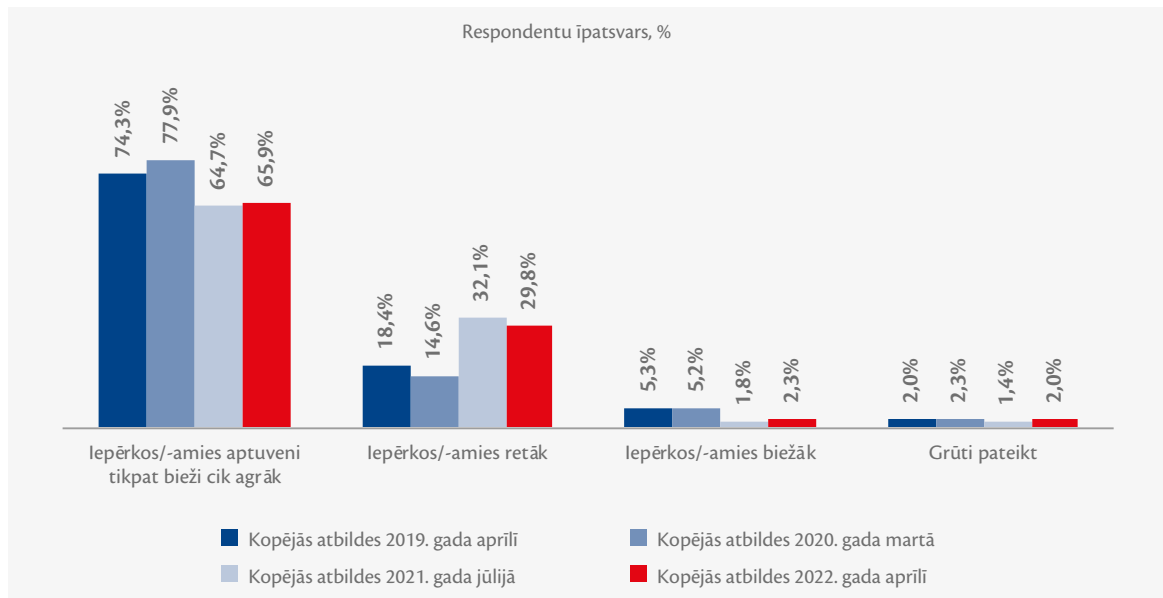
Vislielākās izmaiņas pēdējo trīs gadu laikā ir skarušas mazāk populārus iepirkšanās kanālus – tirgu un e-veikalus. 2022. gada pavasarī tirgū ikdienas pirkumus veica vismazākais iedzīvotāju īpatsvars (20,6%) kopš “Maxima mazumtirdzniecības kompass” pētījumu uzsākšanas 2017. gadā. Piecu gadu laikā tirgus apmeklētāju īpatsvars samazinājies par 8 procentpunktiem<sup>15</sup>, turklāt nedaudz mazāk kā 4 procentpunktu kritums notika tieši pēdējā gada laikā, kad tirgus tirdzniecības telpas varēja apmeklēt tikai ar derīgu Covid-19 sertifikātu un ierobežojumi skāra arī svētku tirdziņus. Tā rezultātā mainījās cilvēku paradumi, mazinot atvērtā tipa tirgus popularitāti. Tikmēr situācija ar iepirkšanos tiešsaistē ir gluži pretēja – e-veikalus, kā galvenos pārtikas iegādes kanālus, šogad izmantoja 9,2% iedzīvotāju, kas ir teju par 7 procentpunktiem vairāk nekā 2019. gadā. Neskatoties uz ierobežojumu atcelšanu tradicionālajos veikalos, tiešsaistes iepirkšanās popularitāte aug un ir vairāk nekā dubultojusies, salīdzinot ar Covid-19 pirmo vilni 2020. gada pavasarī. E-veikalu popularitātes pieaugums saistīts arī ar veikalu skaita pieaugumu tirgū un jau esošo tirgus dalībnieku piegādes teritoriju paplašināšanu. Piemēram, kopš Covid-19 pandēmijas sākuma e-veikals “Barbora” ir piedzīvojis lielu izaugsmi apgrozījumā un klientu skaitā. Kopumā novērojams e-komercijas popularitātes pieaugums, kas veicināja to, ka produktu regulāra iegāde internetā ir kļuvusi par neatņemamu ikdienas sastāvdaļu.

<sup>15</sup> “Maxima mazumtirdzniecības kompass” 2017. gada pētījuma rezultāti: [https://www.maxima.lv/fileman/Uploads/2017/kompass/Maxima\\_mazumtirdzniecibas\\_kompass.pdf](https://www.maxima.lv/fileman/Uploads/2017/kompass/Maxima_mazumtirdzniecibas_kompass.pdf)



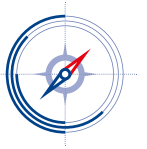
## Pēc ierobežojumu atcelšanas iepērkas tikpat reti kā pandēmijas laikā

Mājsaimniecības iepirkšanās biežuma izmaiņas pārtikas veikalos pēdējo 12 mēnešu laikā



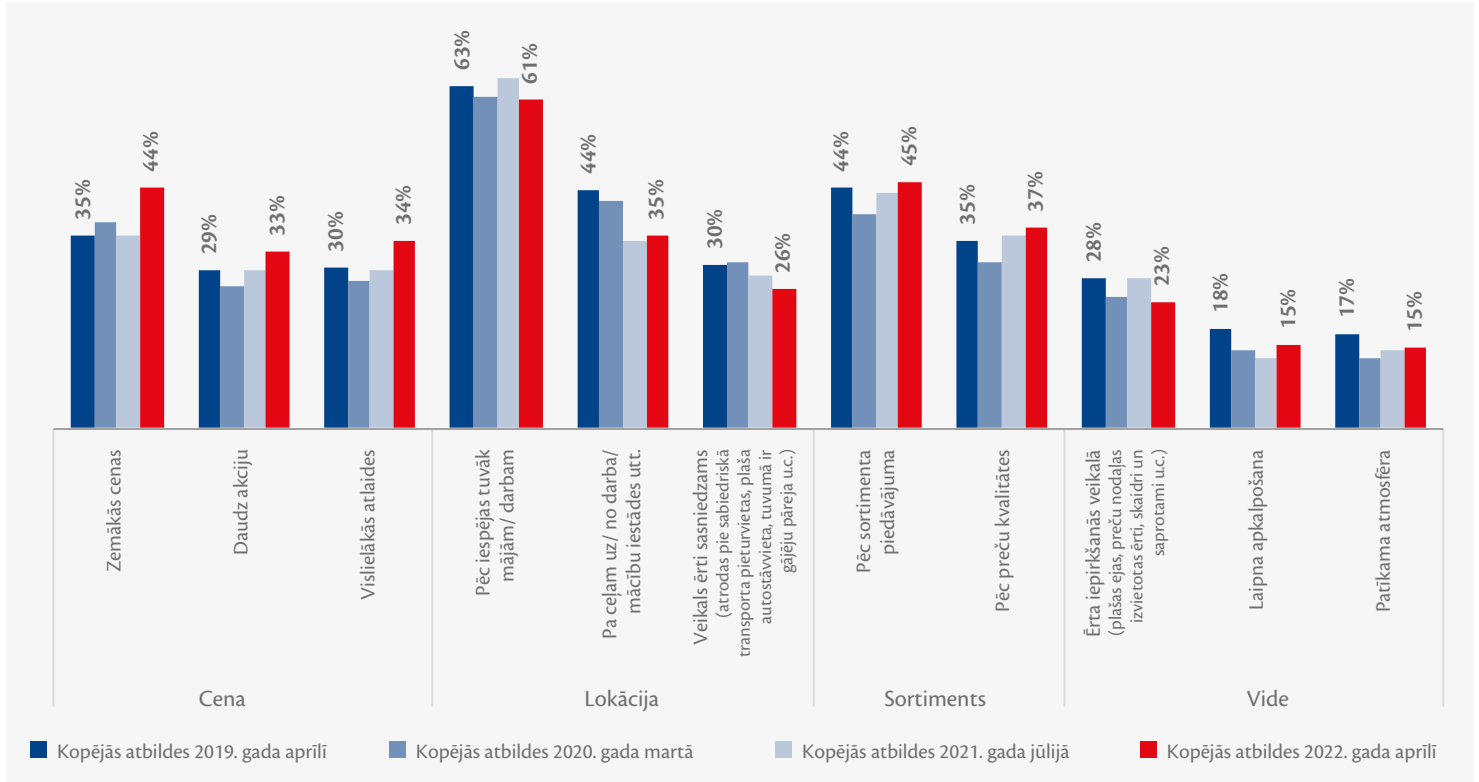
Teju trešdaļa (29,8%) iedzīvotāju ir atzinuši, ka pēdējā gada laikā viņi iepērkas retāk. Šis skaitlis ir ļoti līdzīgs pērnā gada rādītājam, kas apliecina paraduma nostiprināšanos – iepirkties retāk un iegādāties vairāk preču vienā apmeklējuma reizē. Šī tendence parādījās līdz ar Covid-19, un joprojām saglabājas klientu vidū.

Pēc “Maxima Latvija” aprēķiniem, pamatojoties uz iekšējiem un Centrālās statistikas pārvaldes datiem, 2020. gadā vienas mājsaimniecības pārtikas veikala apmeklējuma biežums samazinājās par 8,4%, salīdzinot ar iepriekšējo gadu, bet 2021. gadā tas saruka par 12,9%, kas apliecina faktu, ka veikalu apmeklētības biežums joprojām samazinās.



## Nostiprinās cenas un sortimenta nozīme veikalu izvēlē

Kritēriji, pēc kuriem māsaimniecība izvēlas veikalu, kur veikt lielāko daļu savu ikdienas pirkumu (pārtika un saimniecības preces)



Par galvenajiem iepirkšanās vietas izvēles kritērijiem 2022. gadā iedzīvotāji ir nosaukuši veikala atrašanos pēc iespējas tuvāk mājām vai darbam (61%), preču sortimentu (45%) un zemākās cenas (44%).



Salīdzinot šos kritērijus ar rezultātiem pirms pandēmijas, var redzēt, ka pirmie divi aspekti ir palikuši nemainīgi, savukārt par trešo svarīgāko kritēriju šogad kļuvusi cena, nomainot veikala atrašanās vietu pa ceļam uz/ no darba/ mācību iestādes. Tas ir skaidrojams ar to, ka liela iedzīvotāju daļa joprojām strādā vai mācās attālināti, kas mazina viņu mobilitāti un tādējādi ietekmē arī veikala ērtās atrašanās vietas priekšrocības. Statistikas dati rāda, ka 2021. gada ceturtajā ceturksnī Latvijā attālināti strādāja 18,8%, kas ir par 0,5 procentpunktiem vairāk nekā 2020. gada pavasarī.<sup>16</sup> Cenas faktora nozīmi lielā mērā ietekmē pircēju pirktspēja jauno nenoteiktības apstākļu un paaugstinātas inflācijas kontekstā.

**Kopējās atbildes  
2019. gada aprīlī**



Pēc iespējas tuvāk  
mājām/ darbam  
**63%**



Pēc sortimenta  
piedāvājuma  
**44%**



Pa ceļam uz/ no darba/  
mācību iestādes utt.  
**44%**

**Kopējās atbildes  
2022. gada aprīlī**



Pēc iespējas tuvāk  
mājām/ darbam  
**61%**



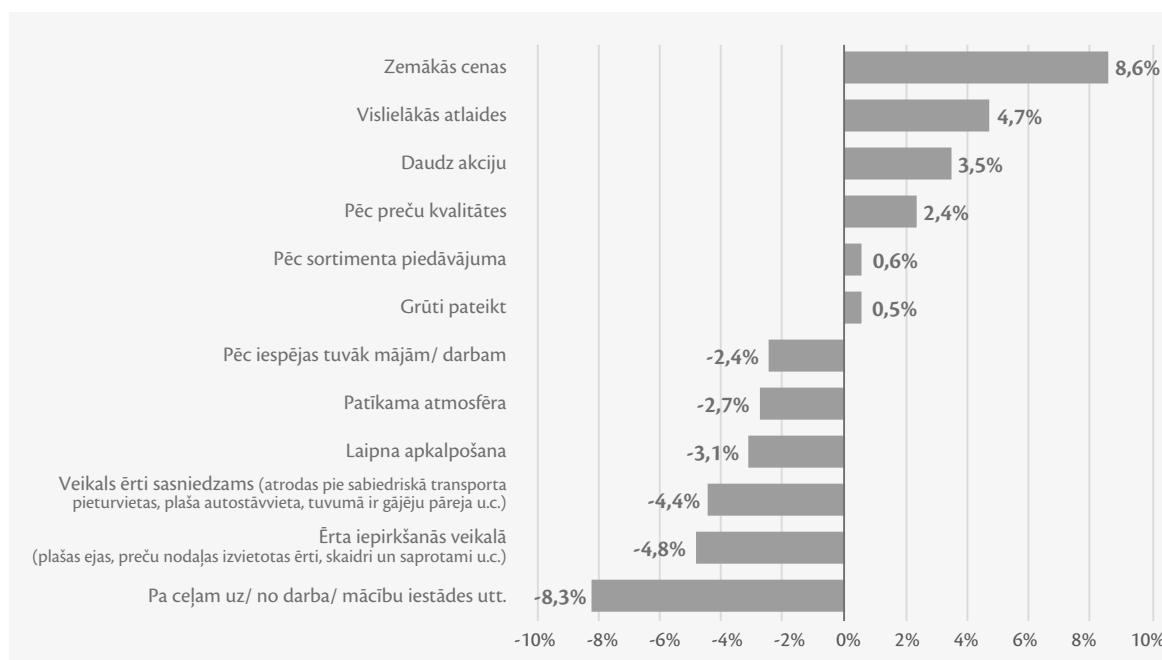
Pēc sortimenta  
piedāvājuma  
**45%**



Zemākās  
cenas  
**44%**

Sadalot veikala izvēles kritērijus pa grupām, var redzēt, ka pēdējo pandēmijas gadu laikā mazinājās veikala lokācijas un vides faktoru loma, taču pieauga veikala sortimenta un cenas faktoru nozīmīgums. Tas varētu liecināt, ka jaunajos turbulences apstākļos pircēji ir daudz gatavāki atteikties no patīkamas atmosfēras un laipnas apkalpošanas, dodot priekšroku preču pieejamībai un cenu līmenim.

**Kritēriji, pēc kuriem māsaimniecība izvēlas veikalu, kur veikt lielāko daļu savu ikdienas pirkumu (pārtika un saimniecības preces) – respondentu īpatsvara starpība (2022. gada aprīlis pret 2019. gada aprīli)**



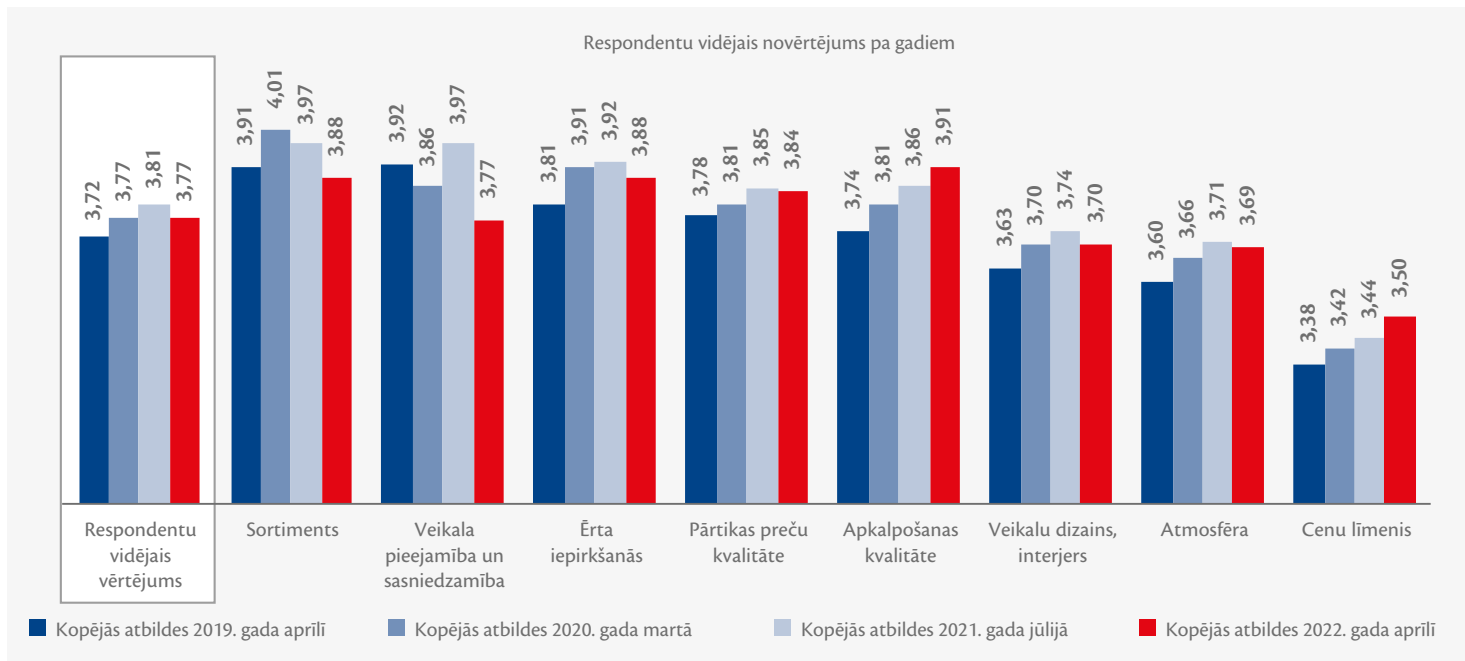
16 Centrālā Statistikas Pārvaldes dati "Attālināti strādājošo darbinieku (darba ņēmēju) īpatsvars darbinieku (darba ņēmēju) kopskaitā pa vecuma grupām (%)": [https://data.stat.gov.lv/pxweb/lv/OSP\\_PUB/START\\_\\_EMP\\_\\_NB\\_\\_NBLA/NBL270c/table/tableViewLayout1/](https://data.stat.gov.lv/pxweb/lv/OSP_PUB/START__EMP__NB__NBLA/NBL270c/table/tableViewLayout1/)





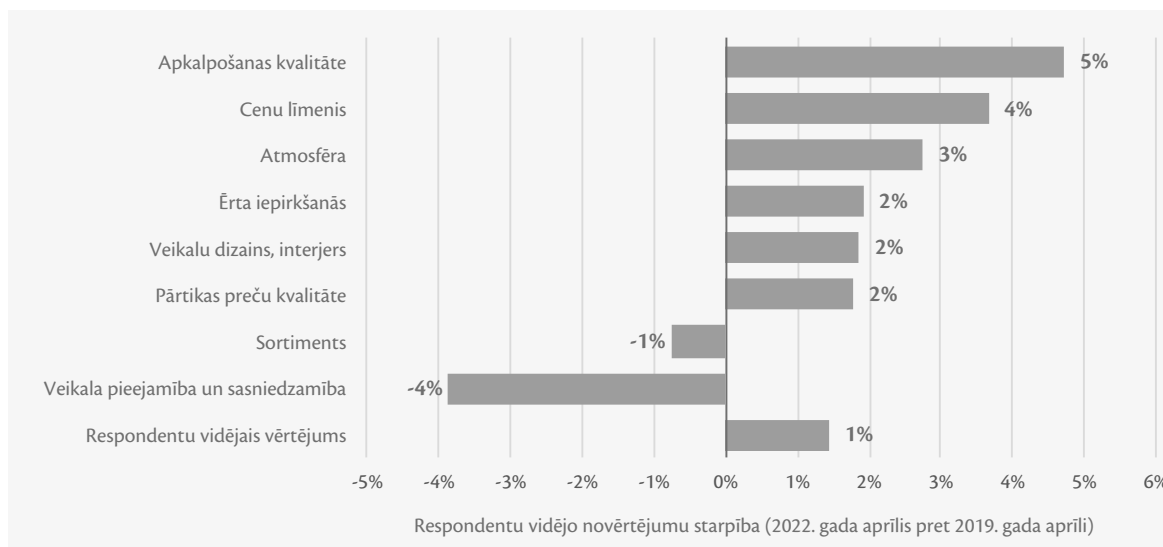
Līdz ar augstu inflāciju un globālajām ekonomikas norisēm, cenu faktors iedzīvotāju vidū ir kļuvis par vienu no būtiskākajiem veikala izvēles kritērijiem. Tajā pašā laikā respondentu apmierinātība ar cenu līmeni Latvijas ievērojamākajos mazumtirdzniecības tīklos aug, kas parāda to, ka tirgotāji spējuši piedāvāt tādas cenas, kādas atbilst esošajai ekonomiskajai situācijai. Arī apkalpošanas kvalitātes vērtējums lielajos tīklos pēdējo trīs gadu laikā konstanti pieaug, kas, no vienas puses, pozitīvi ietekmē veikalu vidi kopumā, bet, no otras puses – mazina šī faktora nozīmīgumu veikala izvēles brīdī.

**Latvijas ievērojamāko mazumtirdzniecības tīklu novērtējums pēc norādītajiem kritērijiem (skalā no 1 līdz 5, kur 1 nozīmē "pilnībā neapmierina", bet 5 – "pilnībā apmierina")**



Kopumā iedzīvotāju apmierinātība ar mazumtirdzniecības tīkliem saglabājās pietiekami augstā līmenī, liecinot par tendences noturīgumu pēdējo trīs gadu laikā. Salīdzinot šī gada rezultātus ar 2019. gadu, iedzīvotāji novērojuši pozitīvas pārmaiņas iepirkšanās ērtumā, pārtikas preču un apkalpošanas kvalitātē, veikalu dizainā un interjera noformējumā, atmosfērā un cenu līmenī. Savukārt zemāk tika vērtēts sortiments, kā arī veikala pieejamība un sasniedzamība.

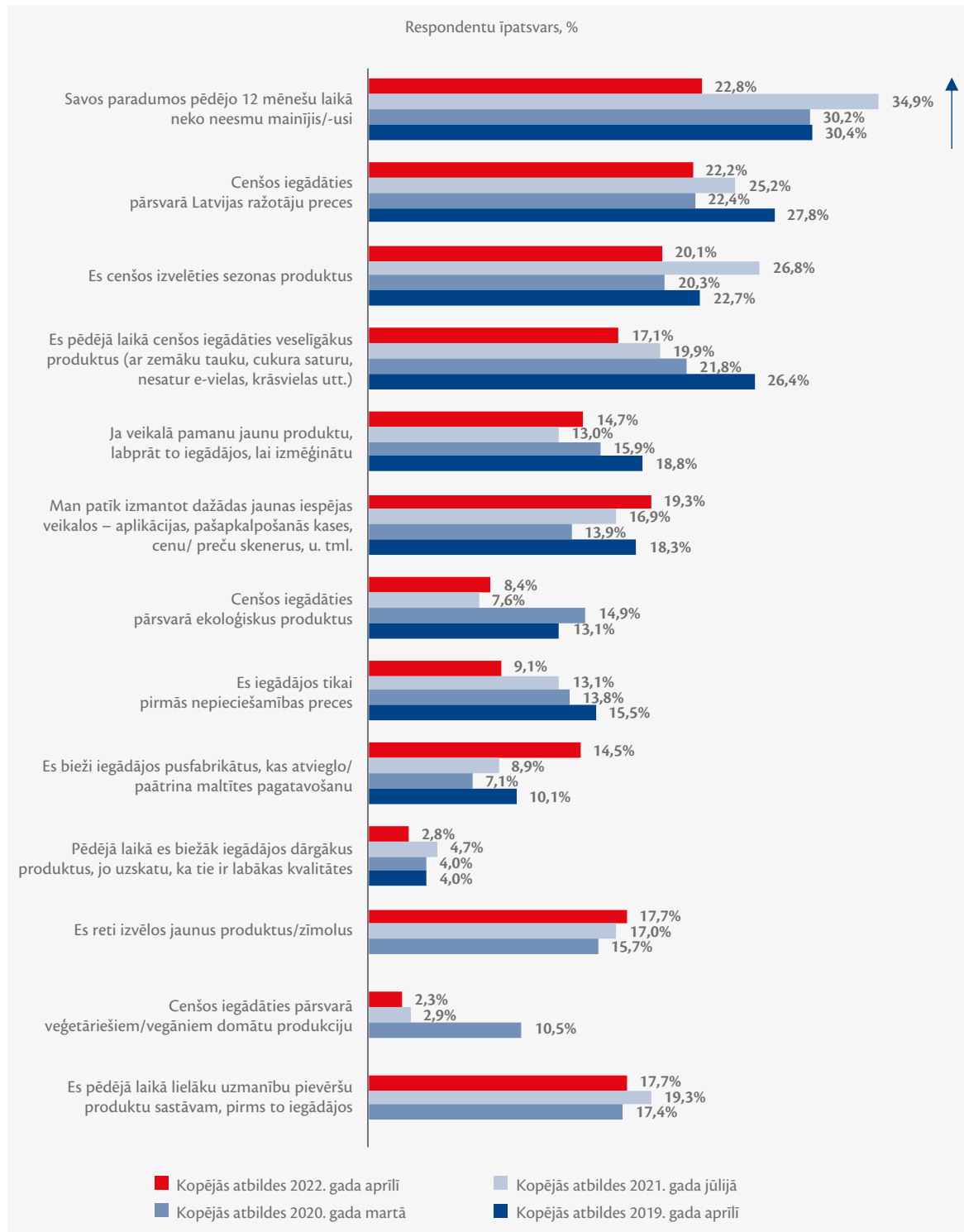
**2022. gada atbilžu salīdzinājums ar 2019. gadu**





## Pārmaiņu laiks – sabiedrības iepirkšanās paradumi ir izteikti mainījušies

Apgalvojumi, kas raksturo respondentu uzvedību pēdējo 12 mēnešu laikā attiecībā uz pārtikas produktu iegādi





Vērtējot pircēju paradumus pēdējo 12 mēnešu laikā, ir novērotas būtiskas izmaiņas, un lielākā iedzīvotāju daļa atzīst savu paradumu maiņu. Salīdzinot ar pērnā gadu, kad konservatīvi noskaņoto pircēju īpatsvars pārsniedza trešdaļu (34,9%), šogad vien nepilni 23% respondentu ir atzinuši, ka pēdējā gada laikā pieturējušies pie esošajiem paradumiem, kas nozīmē, ka aptuveni 8 no 10 Latvijas iedzīvotājiem tos ir mainījuši.

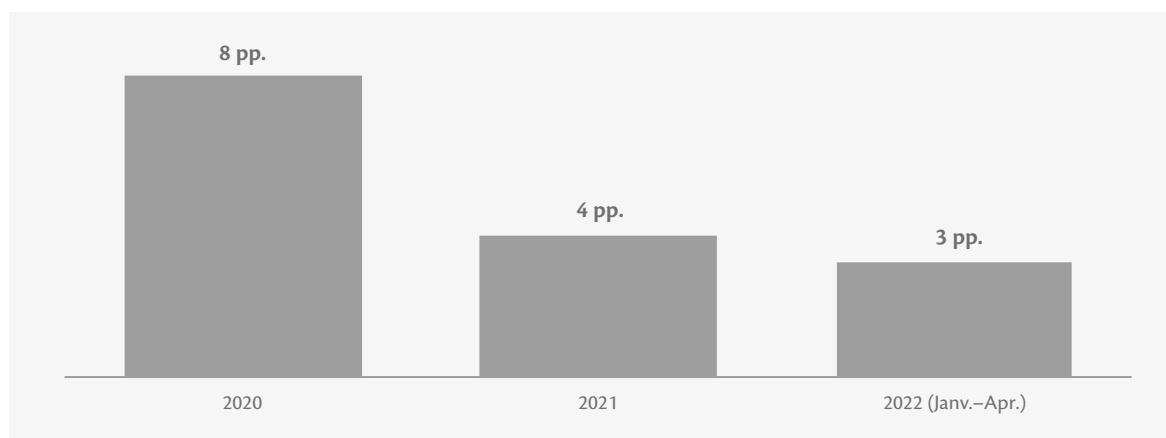
Ja salīdzinām respondentu viedokli pirms Covid-19 pandēmijas un šogad, konservatīvo pircēju skaits mazinās. Atšķirības uzskatāmi parādās iedzīvotāju ēšanas paradumos – kā liecina pētījuma dati, aizvien mazāks cilvēku skaits priekšroku dod ekoloģiskiem produktiem (8,4% 2022. gadā pret 13,1% 2019. gadā), sezonāliem (20,1% 2022. gadā pret 22,7% 2019. gadā) un veselīga uztura (17,1% 2022. gadā pret 26,4% 2019. gadā) produktiem. Savukārt pusfabrikātu patēriņš ievērojami pieaug – gada laikā par 5,6 procentpunktiem jeb no 8,9% 2021. gadā līdz 14,5% šogad.

Arvien mazāka interese vērojama arī par Latvijas ražotāju precēm – šogad prioritāri vietējos produktus izvēlējušies vien 22,2% respondentu, kas ir kritums par 5,6 procentpunktiem salīdzinājumā ar pirms-pandēmijas laiku un viszemākais rezultāts pēdējo trīs gadu laikā.

Pietiekami liels cilvēku skaits (ap 15%) norādījuši, ka labprāt izmēģina jaunus produktus, ko pamana veikalos plauktos. Vienlaikus gandrīz tikpat daudz (17,7%) respondentu atzīmējuši, ka reti izvēlas jaunus produktus, dodot priekšroku zināmiem un pārbaudītiem zīmoliem.

Savukārt digitālā transformācija nostiprināja pircēju paradumu ikdienā izmantot dažādus tehnoloģiskos risinājumus, atvieglojot un paātrinot iepirkšanās procesu. Katrs piektais Latvijas iedzīvotājs (19,3%) gatavs testēt jaunas, veikalos pieejamas tehnoloģijas – tas ir vēsturiski augstākais rezultāts “Maxima mazumtirdzniecības kompass” pētījumu ietvaros kopš 2017. gada. To sekmē augošais cilvēku tehnoloģiskās izglītības līmenis, kā arī mazumtirgotāju centieni ar katru gadu padarīt tehnoloģijas klientiem arvien pieejamākas. “Maxima Latvija” veikali piedāvā pircējiem dažādus tehnoloģiskus risinājumus, lai nodrošinātu ātru, ērtu un drošāku iepirkšanos. Vispopulārākais tehnoloģiskais risinājums šobrīd ir pašapkalpošanās kases, un to skaits un izmantošanas biežums ar katru gadu pieaug. 2021. gadā pirkumu īpatsvars, izmantojot pašapkalpošanās kases, kopējā pirkumu skaitā pieauga par 4 procentpunktiem, salīdzinot ar iepriekšējo gadu, savukārt 2022. gadā (janvāris–aprīlis) – par 3 procentpunktiem.

#### Pašapkalpošanās kasēs veikto pirkumu reīzu daļas pieaugums pret iepriekšējo gadu “Maxima” veikalos<sup>17</sup>

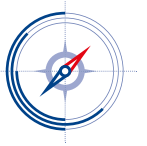


<sup>17</sup> “Maxima Latvija” dati



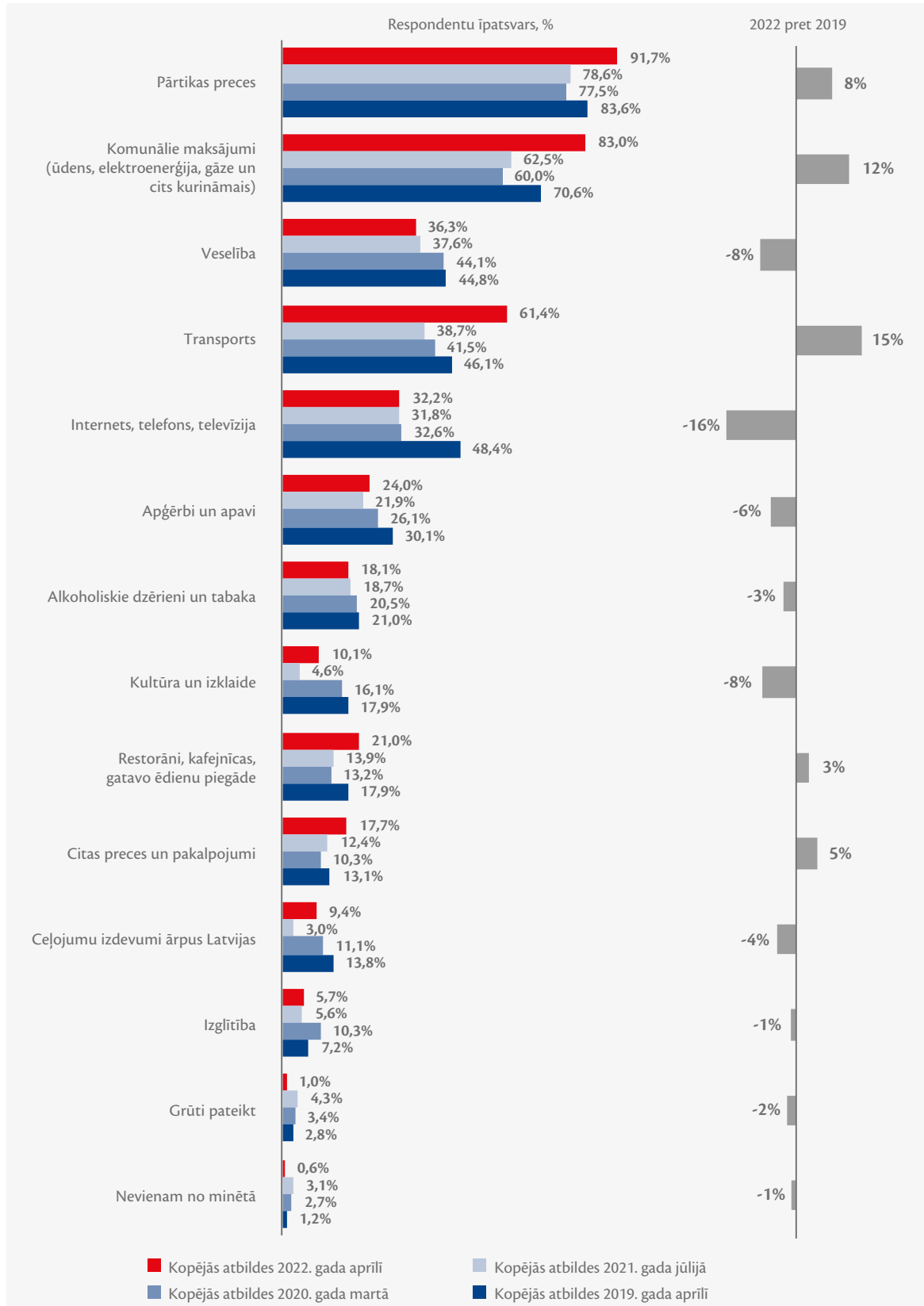
Strauji attīstās arī tehnoloģija "Skenē pats!", kas ļauj pircējam skenēt preces ar mobilās lietotnes palīdzību, apmaksu par pirkumu veicot pašapkalpošanās kasēs. Pirms gada "Skenē pats!" bija pieejams tikai divos lielākajos "Maxima Latvija" veikalos, turklāt šī gada aprīlī šajos veikalos pirkumu skaits, izmantojot šo aplikāciju, pieaudzis vairāk nekā divās reizēs. Šobrīd "Skenē pats!" risinājums ir pieejams jau 16 Maxima XX un XXX formāta veikalos Rīgā un Mārupē.

Attīstot mūsdienīgu, ērtu un videi draudzīgu iepirkšanos, "Maxima Latvija" ieviesusi arī digitālo pirkumu čekus visos tīkla veikalos Latvijā. Tagad lojalitātes programmas "Paldies" lietotāji čeku par pirkumu var ērti saņemt savā e-pastā, kā arī aplūkot to "Maxima" mobilajā lietotnē. Digitālo čeku ieviešana visos "Maxima" veikalos Latvijā ir solis pretī vēl efektīvākam un ilgtspējīgākam iepirkšanās procesam, pateicoties kuram ir iespēja taupīt vides resursus un nodrošināt šādu iespēju arī mūsu klientiem. Digitālie čeki ir pieejami visplašākajā pārklājumā Latvijā – ikvienā kasē visos "Maxima" veikalos.



## Pieaug tēriņi transportam un sadzīvei, izdevumi par komunikācijām, veselību un izklaidi – samazinās

Preces, pakalpojumi, aktivitātes, kam pēdējo 12 mēnešu laikā ir palielinājušies māsaimniecības izdevumi





Kā liecina Centrālās statistikas pārvaldes (CSP) dati, 2019. gadā mājsaimniecību patēriņa izdevumi uz vienu mājsaimniecības locekli mēnesī bija vidēji 423 eiro. Gandrīz divas trešdaļas (65%) no visiem izdevumiem tika novirzītas ikdienas vajadzību nodrošināšanai – pārtikai, transportam, mājoklim, apģērba un apavu iegādei, kā arī veselībai. Uzturam mājsaimniecības mēnesī tērēja 98 eiro jeb 23% no visiem izdevumiem. Otrā un trešā lielākā prioritāte ir mājoklis un transports – katrs no tiem veidoja 14,6% (vidēji 62 eiro uz mājsaimniecības locekli mēnesī).<sup>18</sup> Taču pandēmija un citi ārējie faktori ir ieviesuši izmaiņas iedzīvotāju paradumos, kas zināmā mērā ietekmēja arī mājsaimniecību izdevumu struktūru.

Kā liecina "Maxima mazumtirdzniecības kompass" respondentu atbildes, pēdējā gada laikā tēriņi ir pieauguši gandrīz visām pozīcijām, bet nelielu samazinājumu uzrādīja vien veselības izmaksas, ka arī tēriņu apjoms alkoholam un tabakai. Var novērot, ka 2022. gadā cilvēki pakāpeniski atgriežas pie aktīvākas sociālās dzīves un, salīdzinājumā ar Covid-19 ietekmētajiem gadiem, kāpuši izdevumi restorānu apmeklēšanai, ceļojumiem un kultūrai, taču vēl joprojām cilvēki izklaides tēriņos ir piesardzīgāki nekā 2019. gadā. Salīdzinot ar pirmspandēmijas laiku, Latvijas iedzīvotāji atzīst, ka izdevumu pieaugums ir vērojams transporta, komunālo maksājumu un pārtikas preču pozīcijās. Brīdī, kad situācija pasaulē ir neskaidra, grūti prognozējama un ikdienas tēriņi pieaug, cilvēki kļūst piesardzīgi un izdevumi pakalpojumiem, kas nav pirmās nepieciešamības (piemēram, izklaidei, ceļojumiem, kultūras pasākumiem), kā arī izdevumi veselībai un izglītībai, sarūk.

<sup>18</sup> Centrālās statistikas pārvaldes dati:

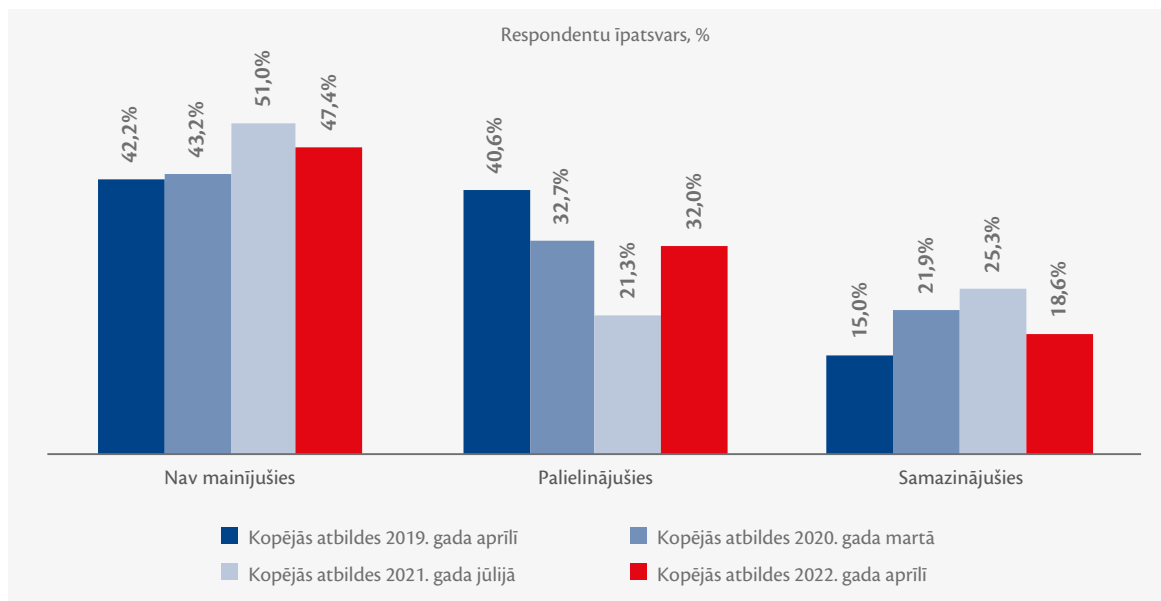
<https://stat.gov.lv/lv/statistikas-temas/iedzivotaji/majsaimniecibu-izdevumi/preses-relizes/1883-majsaimniecibu-paterina?themeCode=MB>

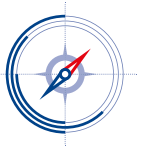


## Izdevumu kāpumu daļēji kompensē ienākumu pieaugums

Aptaujas rezultāti rāda, ka izdevumu pieaugumu daļēji kompensē augošie ienākumi. Gandrīz trešdaļa jeb 32% respondentu atzinuši, ka viņu mājsaimniecību ienākumi pēdējo 12 mēnešu laikā ir auguši, savukārt samazinājumu konstatēja 18,6% aptaujāto. Pērn situācija bija krasi atšķirīga, jo ceturtdaļai (25,3%) Latvijas iedzīvotāju ienākumi bija sarukuši, kamēr tikai piektdaļai (21,3%) palielinājušies. Tagad, spriežot pēc aptaujas datiem, mājsaimniecības jūtas finansiāli stabilāk, kas visdrīzāk saistīts ar minimālās algas pieaugumu un Covid-19 skarto nozaru un pakalpojumu sfēras pakāpenisko atkopšanos.

### Mājsaimniecību ienākumu izmaiņas pēdējo 12 mēnešu laikā

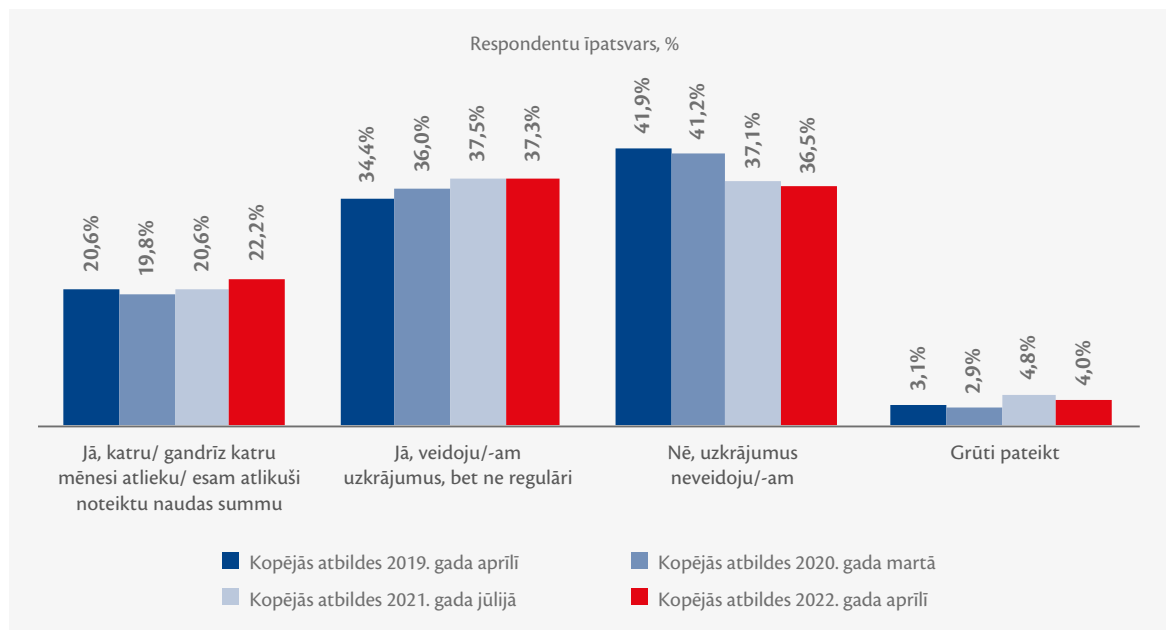




## Lenākumu pieaugums un nenoteiktība veicina uzkrājumu veidošanos

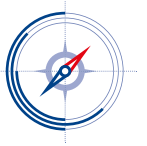
2022. gada pavasarī 22,2% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju veidoja apzinātus un regulārus uzkrājumus, kas ir augstākais rezultāts kopš 2017. gada un pirmā “Maxima mazumtirdzniecības kompass” pētījuma. Neregulārus uzkrājumus patlaban veic 37,3% respondentu, kas ir par aptuveni 3 procentpunktiem mazāk nekā 2019. gadā. Statistika rāda, ka pirms pandēmijas uzkrājumu veidošanās process bija pārsvarā neregulārs un situatīvs. Savukārt esošā situācija liecina, ka krājumu veidošana ir vairāk apzināta un mērķtiecīga.

### Mājsaimniecību uzkrājumu veidošanas izmaiņas pēdējo 12 mēnešu laikā

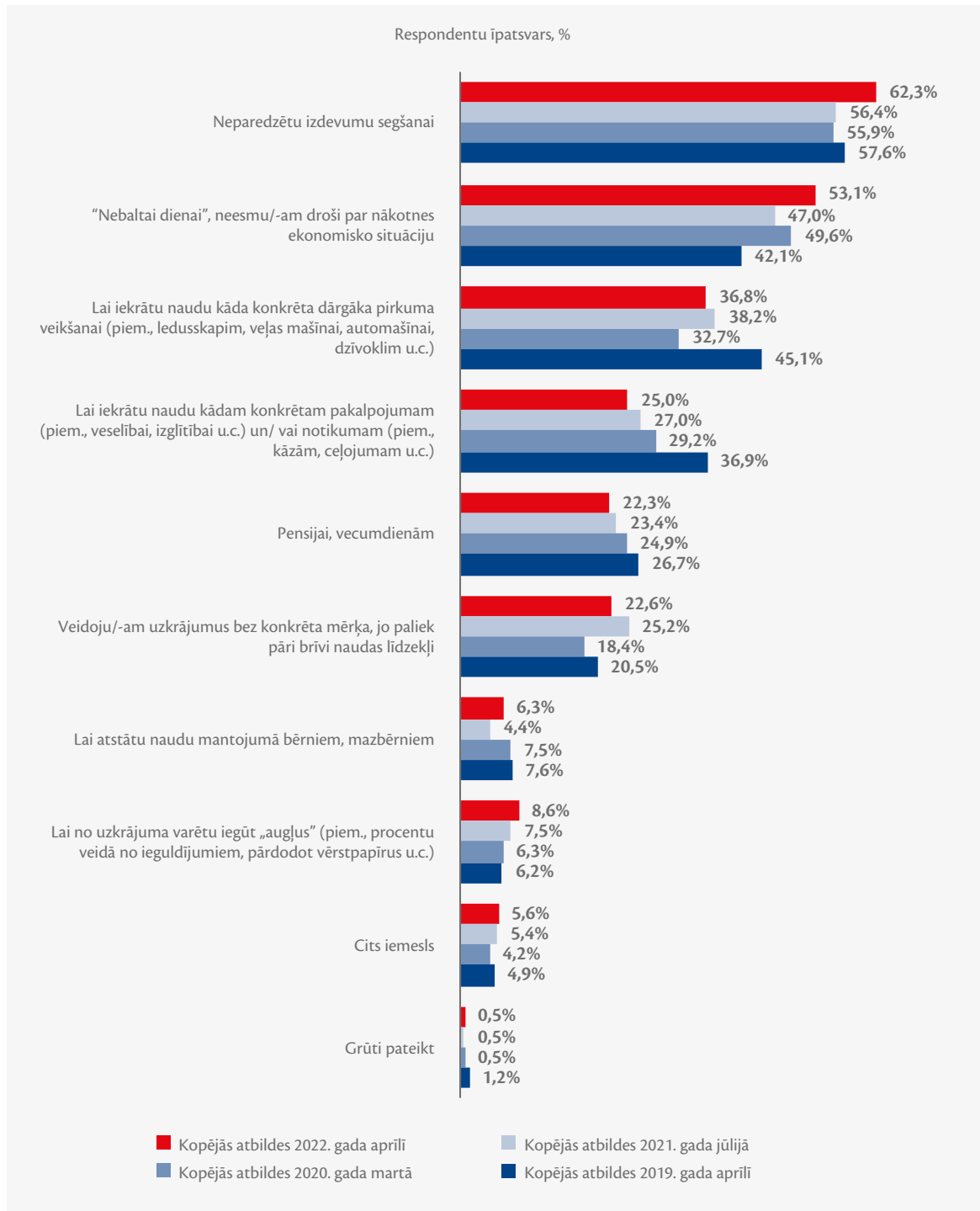


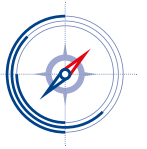
Neregulāri veidoti uzkrājumi 2019. gadā bija skaidrojami ar atšķirīgiem uzkrājumu veidošanas mērķiem. Pirms trīs gadiem uzkrājumi biežāk tika veidoti kādam konkrētam pakalpojumam vai pasākumam, vai arī kādam dārgākam pirkumam. Tagad uzkrājumu veidošana ir biežāk saistīta ar vēlēšanos iegūt drošības sajūtu nenoteiktības apstākļos – salīdzinot ar 2019. gadu, pieaudzis respondentu skaits, kas krāj neparedzētu izdevumu segšanai, “nebaltai diena” un “augļu” gūšanai no uzkrājumiem. Grūti prognozējamā vidē cilvēki tāpat mazāk aizdomājas par vecumdienām, krāj pensijai, kā arī plāno uzkrājumus ar mērķi nodot tos mantojumā. Salīdzinājumā ar ārkārtas situācijas periodu, uzkrājumu veidošana no līdzekļiem, kas palika pāri, vairs nav tik izplatīta, pirmkārt, pirmās nepieciešamības izmaksu pieauguma dēļ, un, otrkārt, lai atvēlētu lielāku budžeta pozīciju izklaidei, kultūras pasākumiem un citām socializēšanās aktivitātēm.





### Mājsaimniecību uzkrājumu mērķi





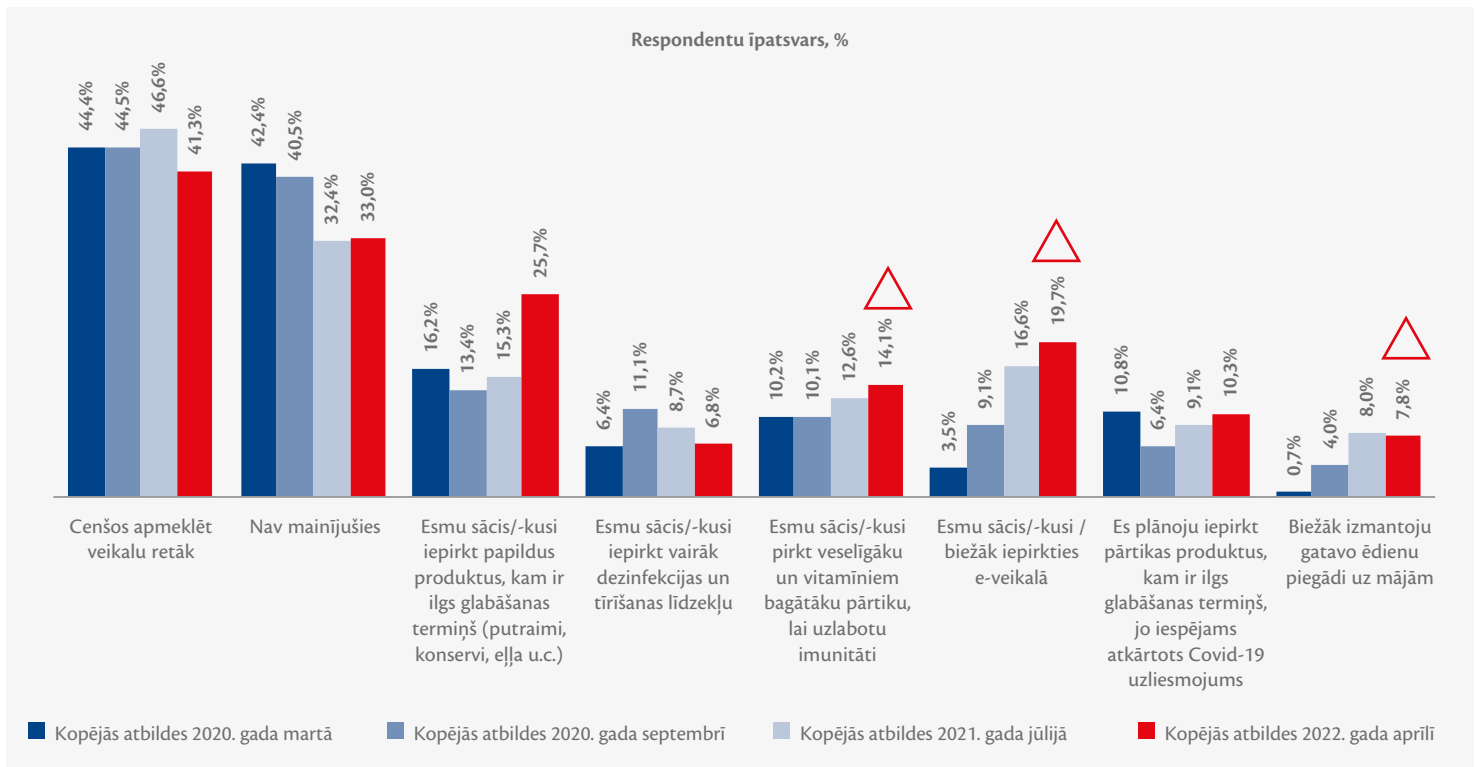
## Pārtikas rezerves un e-veikalu popularitāte – pandēmijas paliekošais “mantojums”

Pielāgojoties ārkārtas situācijas apstākļiem un valstī ieviestajiem ierobežojumiem, iedzīvotājiem nācies būtiski mainīt savu ikdienas rutīnu un ierastās darbības, kas ietekmēja arī iepirkšanās paradumus. Daži no šiem paradumiem ir aizvien aktuāli arī šogad. Ja 2020. gada martā 44% respondentu atzina, ka pēc ziņu izplatības par jauno vīrusu viņi veikalus sākuši apmeklēt retāk, bet 16% ir sākuši veidot pārtikas produktu uzkrājumus, tad divus gadus vēlāk veikalus retāk cenšas apmeklēt 41% iedzīvotāju, bet pārtikas rezerves veido nu jau gandrīz 26%. Šie rezultāti lielākoties saistīti ar nedrošuma sajūtu, kā arī produktu cenu un pieejamības nenoteiktību jauno ģeopolitisko izaicinājumu priekšā, ņemot vērā, ka cilvēku skaits, kas krājumus veido, paredzot jauno Covid-19 vilni, salīdzinājumā ar iepriekšējo gadu, pieauga vien par 1,3 procentpunktiem.

Noturīgu izaugsmes tendenci uzrāda iepirkšanās e-veikalos – ja pirmajā pandēmijas vilnī tiešsaistē produktus sākuši biežāk iepirkt 3,5%, tad šogad šis rādītājs izaudzis līdz teju 20%. Augoša tendence ir arī iedzīvotāju pieprasījumam pēc veselīgākas pārtikas ar mērķi uzlabot imunitāti – pēdējo trīs gadu laikā šis rādītājs izaudzis no 10% līdz 14%.

Aptuveni trešdaļa turpina apgalvot, ka viņu iepirkšanās paradumos nekas nav mainījies.

### Iepirkšanās paradumu izmaiņas Covid-19 izplatīšanās ietekmē





## Kopsavilkums

2022. gadā ir novērojama daudzu iepriekšējo iepirkšanās paradumu nostiprināšanās un jaunu paradumu veidošanās. Tas pārsvarā saistīts ar tādiem ārējiem faktoriem kā Covid-19 sekas un jaunās ģeopolitiskās situācijas izaicinājumi. Ar lielu varbūtību var apgalvot, ka daudzi paradumi, kas radās pandēmijas ietekmē, ir uz palikšanu, taču esošā ģeopolitiskā spriedze un tās ietekme uz ekonomiku kopumā vairo nenoteiktību, kas arī turpmāk var ietekmēt pircēju rīcību.

Šī brīža situācija liecina, ka pēc diviem pandēmijas gadiem cilvēki joprojām izvēlas lielākas platības veikalus, apmeklē veikalus retāk un ir piesardzīgi tēriņos, rūpīgāk plānojot savu budžetu.

Par galvenajiem veikalū izvēles kritērijiem 2022. gadā iedzīvotāji ir nosaukuši tā atrašanās vietu pēc iespējas tuvāk mājām vai darbam, preču sortimentu un zemākās cenas.

Pētījuma dati uzrāda negatīvas tendences attiecībā uz pārtikas izvēli – aizvien mazāks cilvēku skaits priekšroku dod ekoloģiskiem, sezonāliem un veselīga uztura produktiem, savukārt pusfabrikātu patēriņš ievērojami pieaug.

Sarūk arī sabiedrības atbalsts vietējiem ražotājiem, sasniedzot zemāko līmeni pēdējo trīs gadu laikā. Vienlaikus digitālā transformācija nostiprinājusi pircēju paradumu ikdienā izmantot dažādus tehnoloģiskos risinājumus – pircēju gatavība izmantot jaunas veikalos pieejamās tehnoloģijas sasniegusi vēsturiski augstāko rādītāju kopš 2017. gada.



# Aktuālās tendences un nākotnes prognozes





## Par pētījumu

Mūsdienās veiksmīga mazumtirdzniecības uzņēmuma pastāvēšanai kritiski svarīga ir tirgotāja spēja izprast savu auditoriju un paredzēt klientu vēlmes un vajadzības, kas var regulāri mainīties līdz ar izmaiņām viņu ikdienā un ierastajā dzīvesstilā. Laikā, kad pirktspēja ir ierobežota un patērētāju optimistisko skatu uz dzīvi aizēno neskaidra un gandrīz neprognozējama situācija pasaulē, mazumtirgotājam ir jāpievērš jo īpaši padziļināta uzmanība klientu rīcībai un uzvedībai šajos nenoteiktajos apstākļos, lai pielāgotos tiem un kopā ar pircēju pārvarētu šo laiku. Lai saprastu, kā mainījusies pircēju uzvedība pēdējo Covid-19 ierobežojumu un jaunās pasaules ģeopolitiskās situācijas ietekmē, "Maxima mazumtirdzniecības kompass" pētījuma ietvaros respondentiem tika lūgts novērtēt viņu ikdienas paradumu attiecībā uz pārtikas produktu izvēli un iegādi, kā arī maltītes pagatavošanas un ēšanas kultūras izmaiņas.

Pētījums tika veikts 2022. gada aprīlī ar pētījumu centra SKDS starpniecību. Tajā piedalījās 1005 Latvijas iedzīvotāji vecumā no 18 līdz 75 gadiem.

## Tendence #1: Pārtikas krājumu veidošana par izdevīgām cenām

Lielākā respondentu daļa (80%) atzinuši, ka pēdējā pusgada laikā viņu paradumi ir mainījušies, visvairāk ietekmējot tādus aspektus kā jūtīgums pret cenu un pārtikas produktu krājumu veidošanās.

### Iedzīvotāju pašvērtējums attiecībā uz iepirkšanās paradumu izmaiņām pēdējā pusgada laikā "Kā mainījušies Jūsu iepirkšanās paradumi pēdējā pusgada laikā?"





Grafiks atspoguļo galvenās tendences pircēju rīcībā: pārtikas iegāde vairākām dienām ir kļuvusi par jaunu paradumu 46% iedzīvotāju; sekošana līdzīgi produktu cenām, lai savlaicīgi un pēc iespējas izdevīgāk papildinātu krājumus, ir aktuālā 40%. Savukārt akcijas vai zemo cenu produktu iegādi piekopj 38% respondentu. Pārtikas produktus, kam ir ilgs glabāšanas termiņš, regulāri iepērk 2 no 10 jeb 22% respondentu. Savukārt trešdaļa jeb 32% Latvijas iedzīvotāju apliecina, ka pēdējā pusgada laikā sākuši apmeklēt veikalu retāk un gandrīz tikpat daudz respondentu (33%) apgalvo, ka vairāk gatavo mājās. Tikmēr gatavo ēdienu piegādi uz mājām biežāk sākuši izmantot vien 4% aptaujāto.

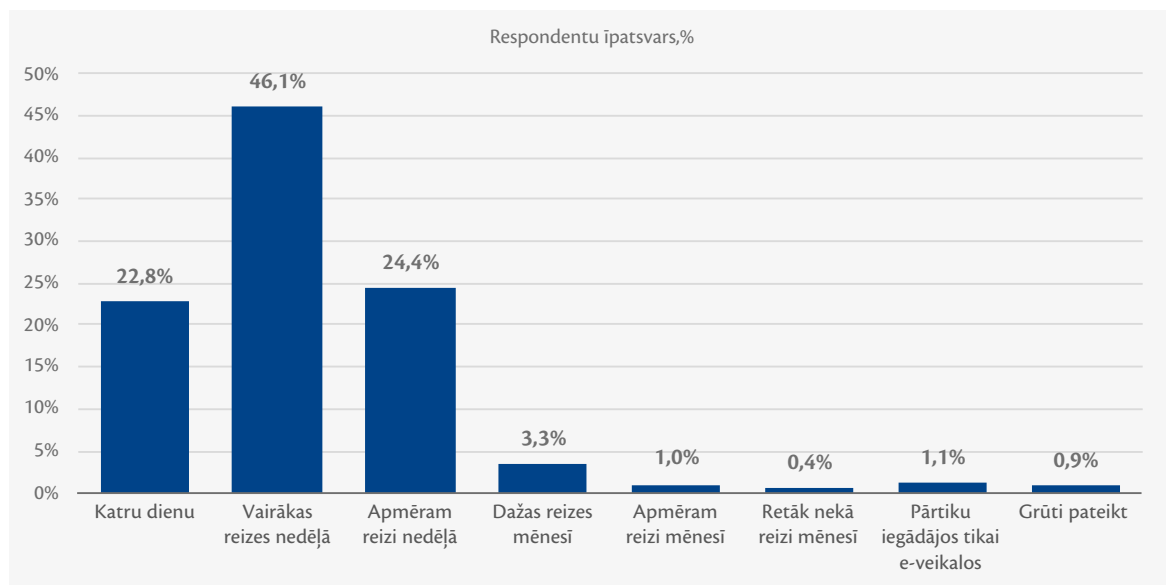
Mazāk aizkavēties veikalā cenšas 17% respondentu un tikpat daudzi veikalos izmanto digitālos risinājumus, lai vēl vairāk paātrinātu iepirkšanās procesu. Pavisam nedaudz cilvēku mainījuši iecienītā veikala formātu uz lielāku (7%), bet tikai 3% izvēlējušies mazāka formāta veikalus drošības apsvērumu dēļ. 10% sākuši biežāk iepirkties e-veikalos.

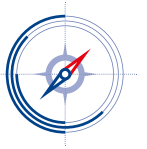
## Tendence #2: Uz veikalu – vismaz reizi nedēļā

Lielākā iedzīvotāju daļa (93%) pārtikas veikalus apmeklē vismaz reizi nedēļā, turklāt puse no kopējā respondentu skaita veikalu apmeklē vairākas reizes nedēļā – šāda regularitāte raksturīga 46% pircēju. Katru dienu uz veikaliem dodas gandrīz ceturtdaļa jeb 23% iedzīvotāju.

### Pārtikas veikalu apmeklējumu biežums pēdējā pusgada laikā

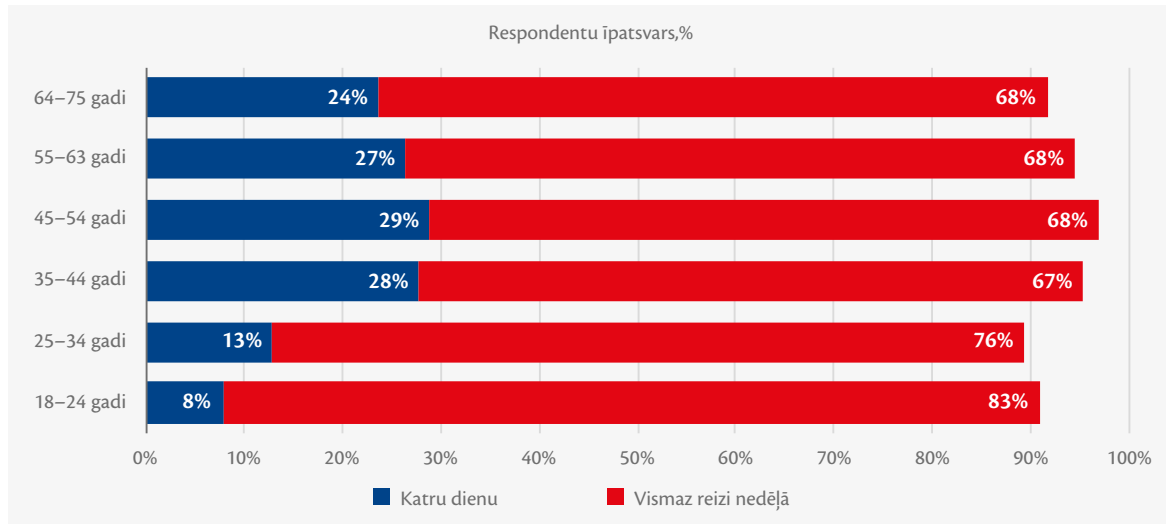
“Cik bieži Jūs klātienē apmeklējāt pārtikas veikalus pēdējā pusgada laikā?”





Visbiežāk veikalus apmeklē pircēji vecumā no 45 līdz 54 gadiem, turklāt tieši šajā vecuma grupā ir visvairāk pircēju, kas uz veikalu dodas katru dienu. Pēdējā pusgada laikā veikalus retāk apmeklēja tieši jaunākā paaudze no 18 līdz 34 gadiem, cenšoties pārtikas iegādi ieplānot reizi nedēļā.

### Pārtikas veikalu apmeklējumu biežums pēdējā pusgada laikā vecumu grupās

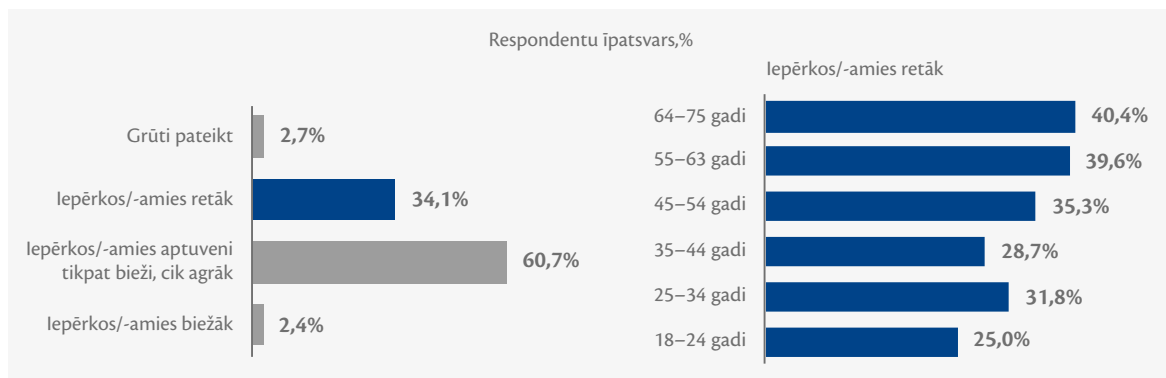


## Tendence #3: Drošības apsvērumu un līdzekļu taupīšanas nolūkos veikalus apmeklē retāk

Pēdējā pusgada notikumi veikalu apmeklējumu intensitāti lielākoties nav ietekmējuši – gandrīz 61% aptaujāto ir norādījis, ka viņi turpina iepirkties tikpat bieži, cik agrāk. Vienlaikus vairāk nekā trešdaļa (34%) atzina, ka vizītes uz veikalu kļuvušas retākas, nekā līdz šim, un šāda uzvedība bija raksturīga vecāka gadu gājuma cilvēkiem. Savukārt iepirkšanās intensitātes pieaugumu konstatēja neliels skaits respondentu.

### Izmaiņas pārtikas veikalu apmeklējuma biežumā pēdējā pusgada laikā

“Kā pēdējā pusgada laikā ir mainījušies Jūsu mājāsaimniecības ieradumi saistībā ar iepirkšanās biežumu pārtikas veikalos klātienē?”



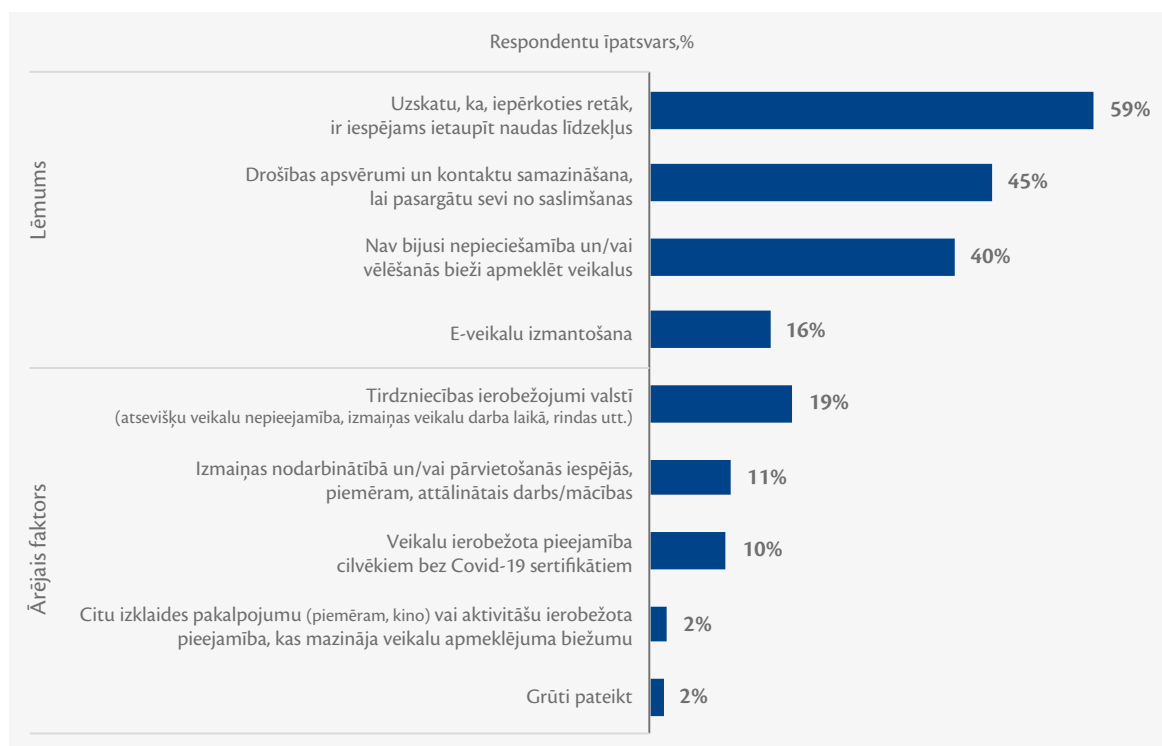


Visbiežāk lēmumu par veikalu apmeklējumu skaita samazināšanu ir pieņēmis pats pircējs, tas nav noticis ārējo apstākļu ietekmē. Lielākā daļa jeb 59% Latvijas iedzīvotāju sākuši retāk apmeklēt veikalus ar mērķi ietaupīt. Otrs izplatītākais iemesls, ko ņēmuši vērā 45% respondentu, ir drošības apsvērumi. Tajā pašā laikā 40% respondentu atzīst, ka nav bijusi īpaša vajadzība vai vēlme apmeklēt veikalu biežāk.

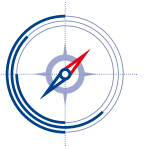
Krietni mazākā ietekme uz apmeklējumu biežuma samazināšanos bija ārējiem faktoriem – valstī noteiktajiem ierobežojumiem, izmaiņām mobilitātē u.c. Mazāk par piektdaļu (19%) pircēju atzina, ka viņi sākuši veikalus apmeklēt retāk valstī ieviesto tirdzniecības ierobežojumu dēļ Covid-19 vīrusa izplatības mazināšanai. Izmaiņas nodarbinātībā vai attālinātais darbs vai mācību režīms atstāja iespaidu tikai uz katru desmito (11%) Latvija iedzīvotāju, un katru desmito (10%) ietekmēja arī vakcinācijas sertifikātu nepieciešamība. 2% no visiem aptaujātiem atzinuši, ka viņu rīcību ietekmēja izklaides pakalpojumu (piemēram, kino) vai aktivitāšu ierobežota pieejamība, kas mazināja veikalu apmeklējuma biežumu.

### Iemesli, kāpēc Jūs klātienē iepērkas retāk

“Lūdzu, atzīmējiet iemeslus, kāpēc Jūs klātienē iepērkaties retāk? Ar ko tas ir saistīts?”



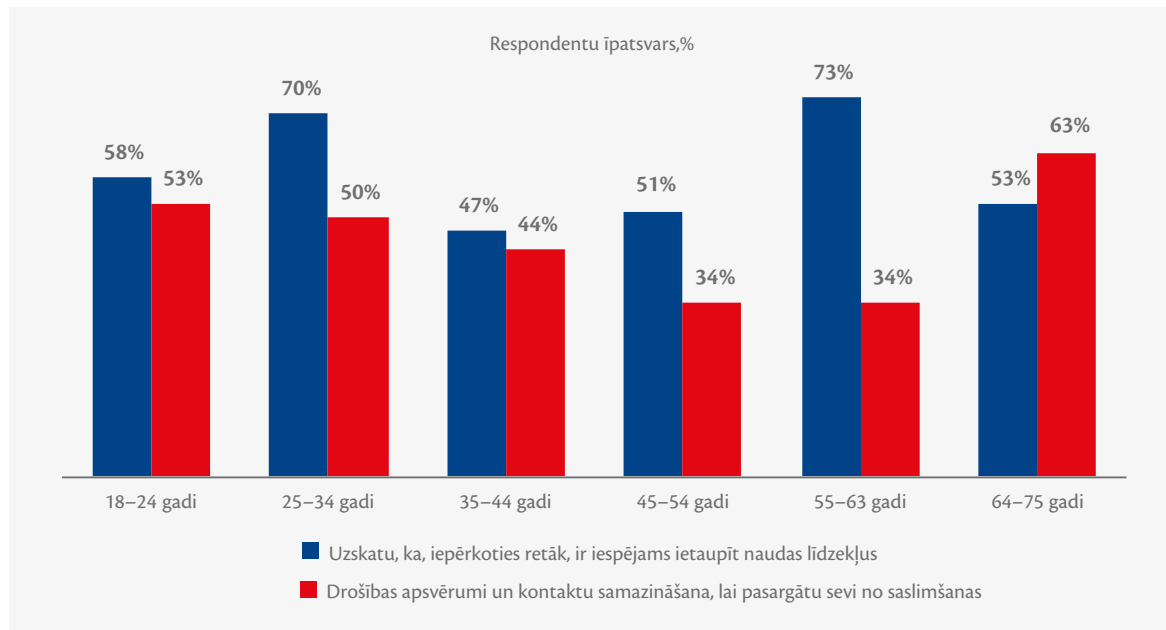


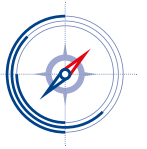


Tas, ka, apmeklējot veikalu retāk, ir iespējams ietaupīt, pārsvarā uzskata cilvēki vecuma grupā no 25 līdz 34 gadiem, kā arī 55 līdz 63 gadiem – šīs vecuma grupas neapmeklē veikalus visbiežāk. Drošības apsvērumi kļuva par būtisku iemeslu veikalu apmeklējuma biežuma samazinājumam vecuma grupā no 64 līdz 75 gadiem, kur lēmumu apmeklēt veikalu retāk pieņēma 63% respondentu.

**Galvenie iemesli, kāpēc klātienē iepērkas retāk pa vecuma grupām**

“Lūdzu, atzīmējiet iemeslus, kāpēc Jūs klātienē iepērkaties retāk? Ar ko tas ir saistīts?”



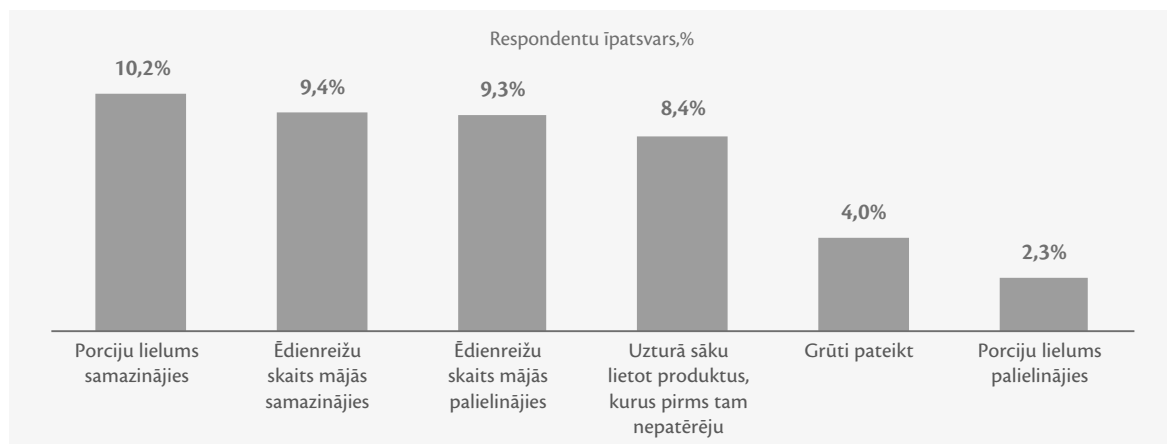


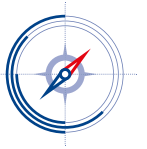
## Tendence #4: Samazinās porciju lielums

Pēdējā pusgada laikā mainījušies ne tikai veikalu apmeklēšanas paradumi, bet arī mājsaimniecību ēšanas paradumi – to atzīmēja teju trešdaļa (31,6%) Latvijas iedzīvotāju. Galvenās izmaiņas ir skārušas porciju lielumu – katrs desmitais atzina, ka viņa porcijas lielums pēdējā laikā ir samazinājies, un tikai 2% respondentu porcijas kļuvušas lielākas. Visbiežāk porciju lieluma samazinājumu minēja jaunieši līdz 24 gadiem un cilvēki vecāki par 45 gadiem. Šādas atbildes varētu liecināt gan par to, ka cilvēki pievēršas veselīgākam dzīvesveidam, gan arī par vēlmi ietaupīt. Interesanti, ka nedaudz vairāk par 9% respondentu sākuši vairāk ēst ārpus mājām, un vienlaikus tikpat daudz cilvēku norādījuši uz pretējo – viņu ēdienreīžu skaits mājās palielinājies.

### Izmaiņas ēšanas paradumos (respondentu atbildes, kam mainījās ēšanas paradumi)

“Kā mainījušies Jūsu uztura un ēdienreīžu ieradumi pēdējā pusgada laikā?”

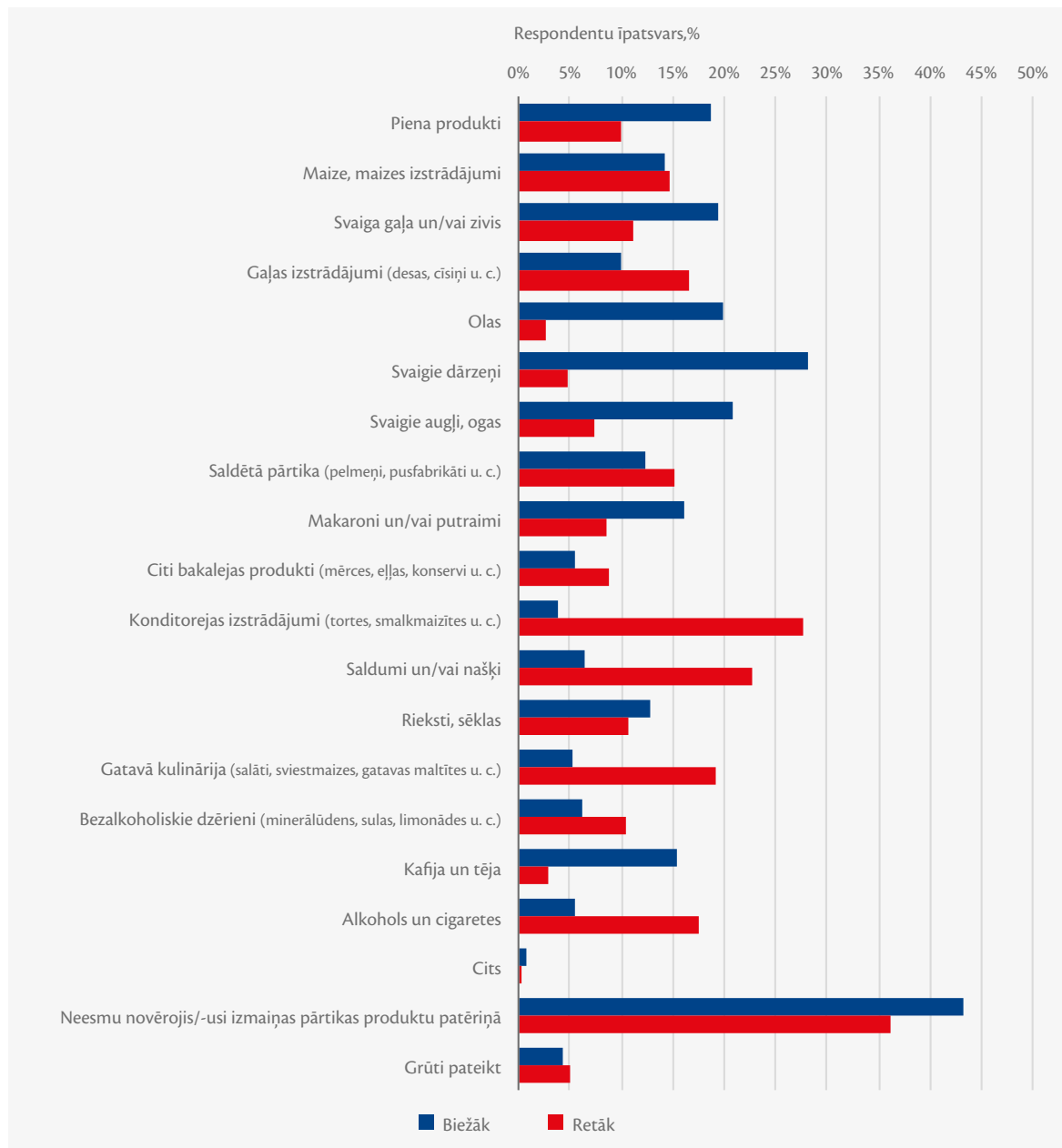


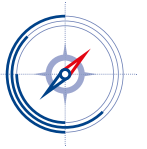


## Tendence #5: Svaigie produkti pakāpeniski iekaro vietu iedzīvotāju ikdienas uzturā

Izmaiņas skarušas arī produktus, ko izvēlamies likt iepirkumu grozos. Pēdējo sešu mēnešu laikā cilvēki sākuši pievērst lielāku uzmanību veselībai un biežāk izvēlēties tos produktus, kurus var pagatavot mājās – tas saskan arī ar to, ka trešdaļa Latvijas iedzīvotāju pēdējā pusgada laikā ir sākuši biežāk gatavot mājās. Top 5 produktu kategorijas, kuras Latvijas iedzīvotāji sākuši uzturā lietot biežāk, ir svaigi dārzeņi, svaigi augļi un ogas, olas, svaiga gaļa un zivs, kā arī piena produkti. Top 5 kategorijas, kuras respondenti uzturā tagad lieto mazāk, ir konditorejas izstrādājumi, saldumi un našķi, gatavā kulinārija, alkohols un cigaretes, kā arī gaļas izstrādājumi. Līdz ar to var secināt, ka kopumā Latvijas iedzīvotāju uzturs ir kļuvis veselīgāks, kaut arī šim apgalvojumam piekrituši vien 12% no respondentiem norādot, ka viņi cenšas pirkt veselīgāku pārtiku ar mērķi uzlabot savu imunitāti.

Pārtikas produktu grupas, ko pēdējā pusgada laikā iedzīvotāji sākuši izmantot uzturā biežāk vai retāk



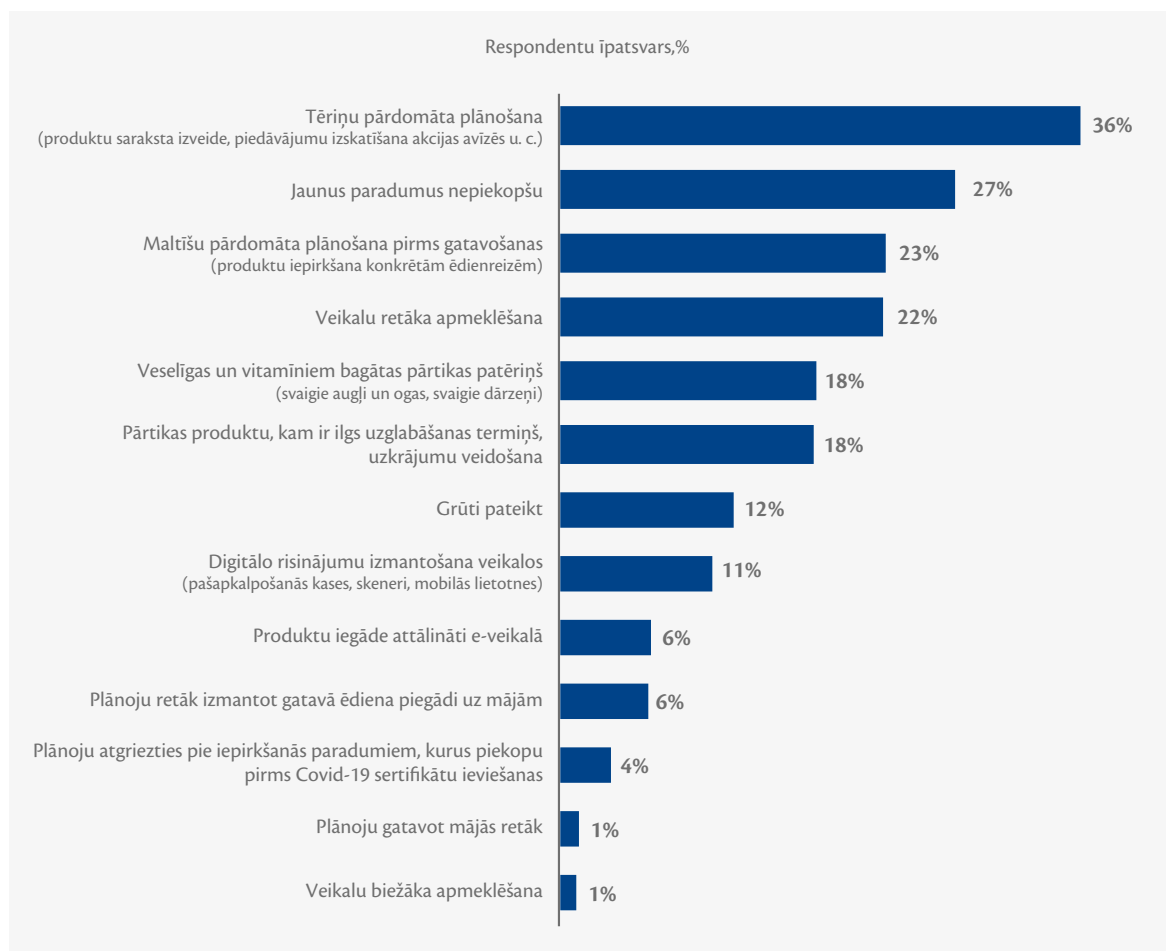


## Tendence #6: Pārdomāta tēriņu un maltīšu plānošana būs aktuāla arī nākotnē

Skatoties nākotnē, Latvijas iedzīvotāji arvien vairāk plāno pievērsties pārdomātākai tēriņu un maltīšu plānošanai. Produktu sarakstu veidošanu, akcijas piedāvājumu apzināšanu un līdzīgu aktivitāšu piekopšanu tēriņu samazināšanai plāno īstenot 36% iedzīvotāju. Maltīšu pārdomātāka plānošana un produktu iepirkšana konkrētām ēdienreizēm turpmāk liekas saistoša 23%, savukārt veselīgas un vitamīniem bagātas pārtika patēriņam nākotnē pievērsīs uzmanību 18% aptaujāto. Aktualitāti nākotnē nezaudēs arī pārtikas rezervju veidošana – regulāri papildināt uzkrājumus plāno 18% iedzīvotāju. Vienlaikus 27% uzskata, ka esošos paradumus viņi nemainīs, kas varētu liecināt par to, ka viņu paradumi pēdējā laikā ir diezgan nostiprinājušies. Nedaudz vairāk kā piektā daļa jeb 22% Latvijas iedzīvotāju arī nākotnē plāno apmeklēt veikalus retāk, un tikai 4% plāno atgriezties pie iepirkšanās paradumiem, kurus piekopa pirms Covid-19 sertifikātu ieviešanas, tāpēc ir pārlicība, ka saglabāsies arī vairāki paradumi, kas parādījās Covid-19 laikā, t.sk. e-veikalu regulāra izmantošana, kas nākotnē liekas saistoša 6%.

### Nākotnes paradumu izmaiņas pēc respondentu viedokļa

“Kā varētu mainīties Jūsu iepirkšanās paradumi nākotnē?”





Konservatīvāki par nākotni ir vecākās paaudzes cilvēki, starp kuriem ir lielākais respondentu skaits, kas atzina, ka neplāno mainīt paradumus nākotnē. Pārdomātāku attieksmi pret tēriņiem plāno piekopt jaunākā paaudze – iedzīvotāji līdz 34 gadiem. Šī vecuma grupa, vairāk nekā citu vecuma grupu pārstāvji, nākotnē tāpat plāno piekopt arī veselīgāku dzīvesveidu nākotnē, labāk plānojot maltītes. Veikalus apmeklēt retāk plāno Latvijas iedzīvotāji vecumā no 25 līdz 34 gadiem un iedzīvotāji 55-63 gadu vecumā.

### Nākotnes paradumu izmaiņu Top 5 pēc respondentu viedokļa vecuma grupās

