

MAXIMA

MAZUMTIRDZNIECĪBAS
KOMPASS



Decembris, 2018

MAKROEKONOMIKA



IEPIRKŠANĀS
PARADUMI



SALDUMU NOZARE



SATURS

Ievads	3
Makroekonomika: mazumtirdzniecības nozares tendences	
2018. gada 3. ceturksnī.....	4
Darba tirgus.....	5
Pircēju izdevumi par pārtiku	8
Šī brīža pārtikas cenas un ietekmējošie faktori	10
Mazumtirdzniecība pārtikas veikalos.....	18
Kopsavilkums	19
Iepirkšanās paradumi: pētījums par iedzīvotāju iepirkšanās	
paradumiem un makroekonomikas rādītāju ietekmi uz tiem	20
Pircēju paradumus ietekmē sezonālitate.....	21
Veikalu sortiments kļūst svarīgāks	23
Pircēji kļūst apmierinātāki ar apkalpošanas kvalitāti un veikalu interjeru	24
Iedzīvotāju paradumi pārtikas produktu iegādē	26
Palielinās ienākumi gados jaunākiem cilvēkiem	28
Kopsavilkums	30
Saldumu nozares raksturojums Latvijā.....	31
Saldumu tirgus Latvijā ir stabils	32
Saldumu imports lielāks par eksportu	33
Garšo tortes, kūkas un šokolādes tāfelītes	35
Globālās tendences saldumu ražošanā, kas ietekmē arī saldumu tirgu Latvijā.....	38
Saldumu izvēles un patēriņa paradumi iedzīvotāju vidū.....	39
Ziemassvētku mielastu labprātāk gatavojam paši pēc tradicionālām receptēm	42
Kopsavilkums	47



IEVADS

„Maxima mazumtirdzniecības kompass” ir uzņēmuma „Maxima Latvija” izveidots nozares apskats, ar mērķi regulāri, ik ceturksni, informēt sabiedrību par nozarē aktuālām tendencēm un attīstības virzieniem, kā arī skaidrot, kādi makroekonomiskie rādītāji ietekmē nozares izaugsmes tempu izmaiņas. Tuvojoties svētku sezonai, šoreiz pētījām, kā iedzīvotāji gatavoja svētku mielastam un kādi ir plānotie tēriņi. Tāpat īpašu uzmanību pievēršām saldumu ražošanas nozarei, noskaidrojot tendences un saldumu izvēles paradumus iedzīvotāju vidū.



Saldumu ražošanas nozare ir viena no lielākajām pārtikas rūpniecības grupām valsts tautsaimniecībā ar plašu vietējo produktu klāstu. Tās attīstības tendences un nākotnes perspektīvas ir svarīgas kopējā mazumtirdzniecības situācijas ainā. Tāpat saldumi ir viena no TOP produktu grupām, ko pircēji iegādājas svētku laikā. Lai detalizēti pētītu saldumu nozari, jaunākā „Maxima mazumtirdzniecības kompasa” apskatā sadarbojamies ar Latvijas iedzīvotāju vidū iemīļoto saldumu zīmola „Laima” ražotāju „Orkla Confectionery & Snacks Latvija”.

Šis ir jau septītais mazumtirdzniecības nozares apskats kas nozīmē, ka datus ir iespējams salīdzināt un visaptveroši izvērtēt dažādas nozares sakarības. Mūsu komanda ir gandarīta par veiksmīgi iedibināto sadarbību nozares apskata tapšanā – jau no pirmās dienas pie tā izveides strādā „Maxima Latvija” ekspertu komanda, piesaistot nozares labākos pētniekus no tirgus un sabiedriskās domas pētījumu centra SKDS. Mazumtirdzniecības nozares apskatā tiek izmantoti arī Centrālās statistikas pārvaldes dati.

Saldus svētkus vēlot,
Zane Kaktiņa,
„Maxima Latvija” Biznesa analītikas departamenta vadītāja



MAKRO EKONOMIKA

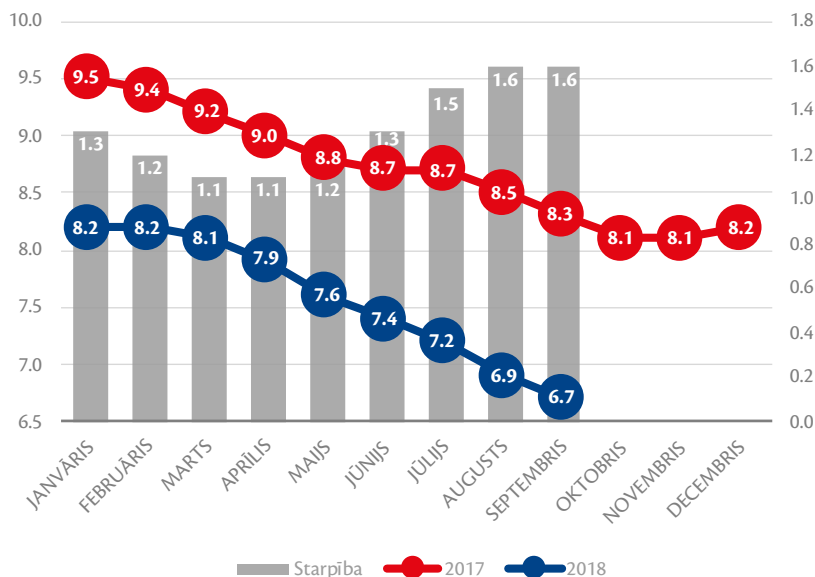
**Mazumtirdzniecības
nozares tendences
2018. gada 3. ceturksnī**



Darba tirgus

Bezdarba līmenis Latvijā trešajā ceturksnī samazinājās vidēji par 1.6% pret iepriekšējā gada atbilstoši mēnesi, kas ir visaugstākais vidējais ceturkšņa samazinājuma rādītājs šajā gadā.

Bezdarba līmenis Latvijā (%)

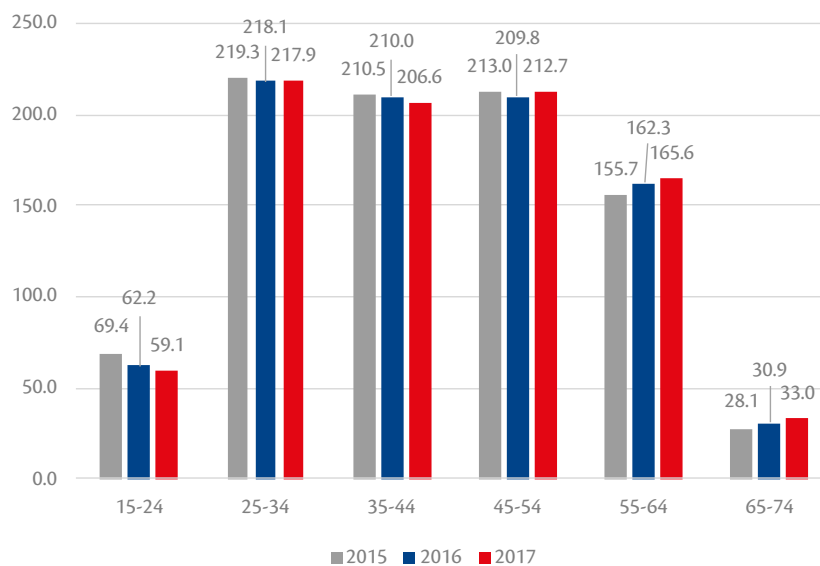


Avots: „Maxima Latvija” aprēķini, pamatojoties uz Centrālās statistikas pārvaldes datubāzes datiem

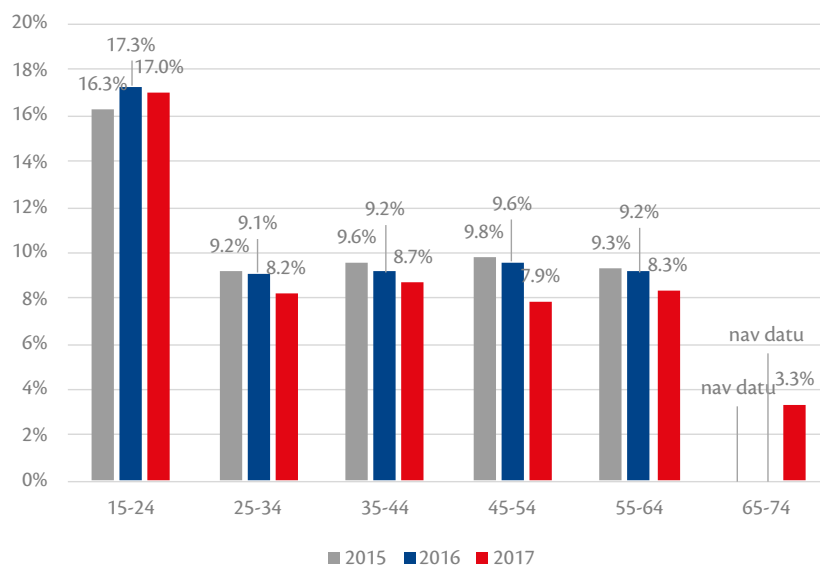
Visās vecuma grupās ir novērojams bezdarba līmeņa kritums, izņemot vecuma grupā no 15 līdz 24 gadus vecos bezdarbniekus. Vecuma grupā no 25 līdz 44 gadiem nav novērojams nodarbināto skaita pieaugums, bet bezdarba līmenis samazinās.



Nodarbinātie pa vecuma grupām (tūkst.)



Bezdarba līmenis (%)

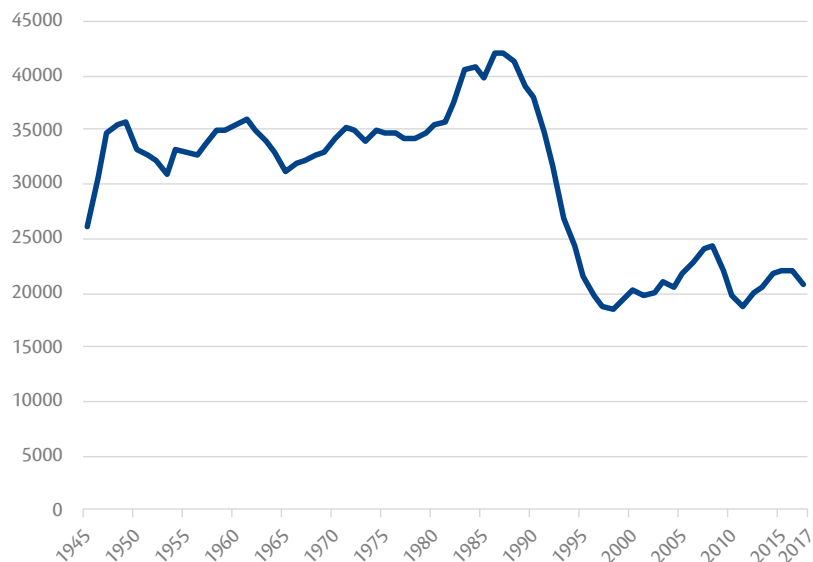


Avots: „Maxima Latvija” aprēķini, pamatojoties uz Centrālās statistikas pārvaldes datubāzes datiem



Šāda tendence visdrīzāk turpināsies arī turpmāk, jo pēc astoņdesmitiem gadiem bija vērojams demogrāfiskais sprādziens, kas piedzīvoja strauju kritumu deviņdesmitajos gados. No tā var secināt, ka turpmāk samazināsies absolūtais cilvēku skaits attiecīgajā vecuma grupā. Kā arī būtisku ietekmi atstāj aizbraukušo un iebrāukušo bilance.

Jaundzimušo bērnu skaits Latvijā (1945.–2017. gads)



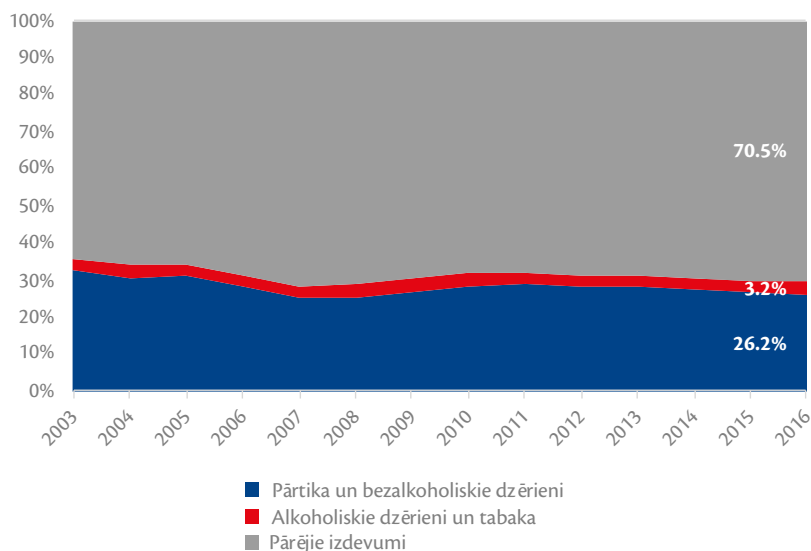
Avots: „Maxima Latvija” aprēķini, pamatojoties uz Centrālās statistikas pārvaldes datubāzes datiem



Pircēju izdevumi par pārtiku

Balstoties uz jaunākajiem Centrālās statistikas pārvaldes (CSP) publicētajiem datiem par mājsaimniecību patēriņu, var novērot, ka pēdējos gados samazinās procentuālā izdevumu daļa, ko mājsaimniecības tērē par pārtiku. Tai pat laikā joprojām veido būtisku izdevumu daļu.

Mājsaimniecību patēriņa izdevumu struktūra

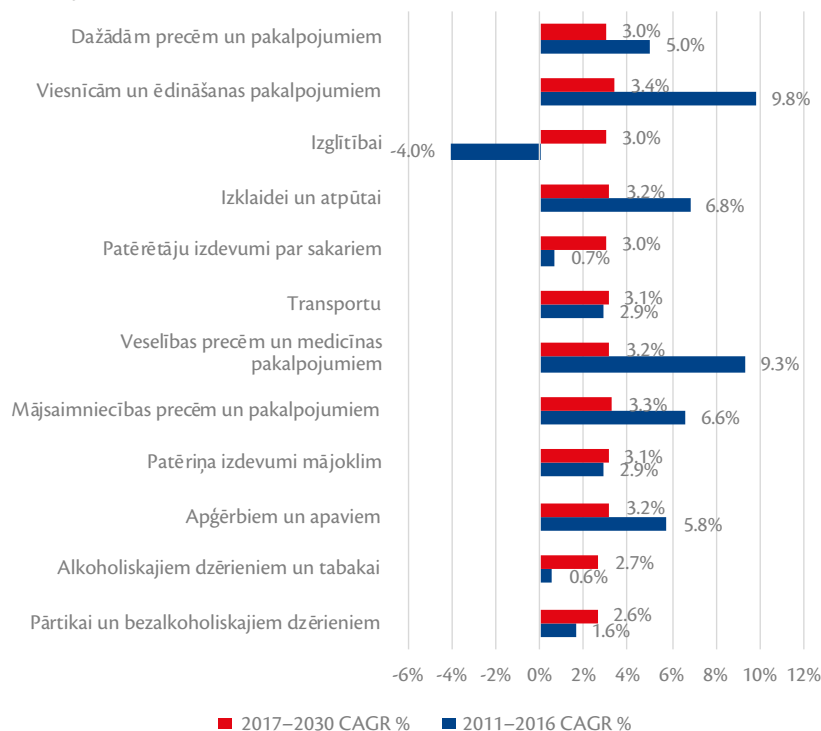


Avots: „Maxima Latvija” aprēķini, pamatojoties uz Centrālās statistikas pārvaldes datubāzes datiem

Pēc krīzes periodā visaugstākās izmaksas par pārtiku procentuāli bija 2011. gadā, kad mājsaimniecības tērēja 28.8% savu izdevumu, turpretī vismazākās izmaksas procentuāli pārtikas izdevumiem bija 2007. gadā, kad tie sasniedza 25.5% atzīmi.



Patēriņa vidējais pieaugums pa izdevuma kategorijām Latvijā



Avots: Euromonitor pētījums: INCOME AND EXPENDITURE: LATVIA

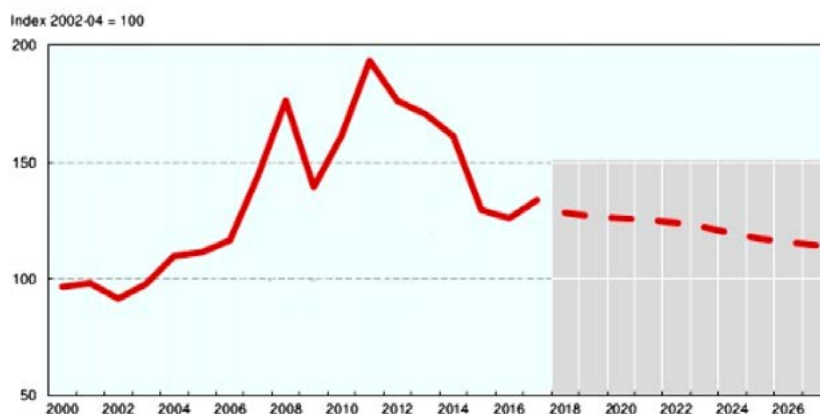
Euromonitor prognozē, ka arī turpmākajos gados Latvijā samazināsies tā izdevumu daļa, ko vidēji viena mājsaimniecība tērēs pārtikas iegādei, bet, neskatoties uz šo samazinājumu, tā tik un tā sastādīs ļoti būtisku daļu no visiem izdevumiem. Palielinoties iedzīvotāju pirktspējai, visvairāk pieaugs tie izdevumi, kas saistīti ar dažādām izklaidēm. Pozitīvi ir tas, ka pieaugs iedzīvotāju izdevumi izglītībai, kas nākotnē ļaus straujāk kāpināt kopējo rentabilitāti. Kopumā var secināt, ka tiek prognozēts salīdzinoši vienmērīgs visu kategoriju pieaugums.



Šī brīža pārtikas cenas un ietekmējošie faktori

„Pārtikas un lauksaimniecības organizācijas pārtikas cenu indekss” ir pārtikas preču groza ikmēneša cenu izmaiņas rādītājs, kas apkopo piecu lielāko pārtikas izejvielu grupu cenas starptautiskajos tirgos – gaļas, piena produkti, labības, eļļas un cukura -, kas aprēķināts no vidējā svērtā pēc katras grupas eksporta īpatsvara 2002.-2004. gadā.¹

Pārtikas un lauksaimniecības organizācijas (FAO) pārtikas cenu indekss



Avots: OECD-FAO Agricultural Outlook 2018-2027²

Pēc OECD un FAO prognozēm turpmākajos gados pārtikas cenu pieauguma temps samazināsies. Kā galvenais iemesls tiek minēts tas, ka produkcijas saražotā apjoma pieaugums būtiski neizmainīsies, bet pieprasījuma pieaugums paliks vājāks. Vislielāko ietekmi uz pieprasījumu pēdējā desmitgadē atstājis Ķīnas pārtikas tirgus, kaut arī šobrīd tā izaugsmes ātrums ir samazinājies.³ Tā kā Latvijā ir atvērtā ekonomika, mēs būtiski izjūtam ārējos ietekmējošos ekonomikas faktoros. Protams, uzmanība jāpievērš arī vietējiem faktoriem – konkurencei, likumdošanas izmaiņām, akcijām un kampaņām, u.c.

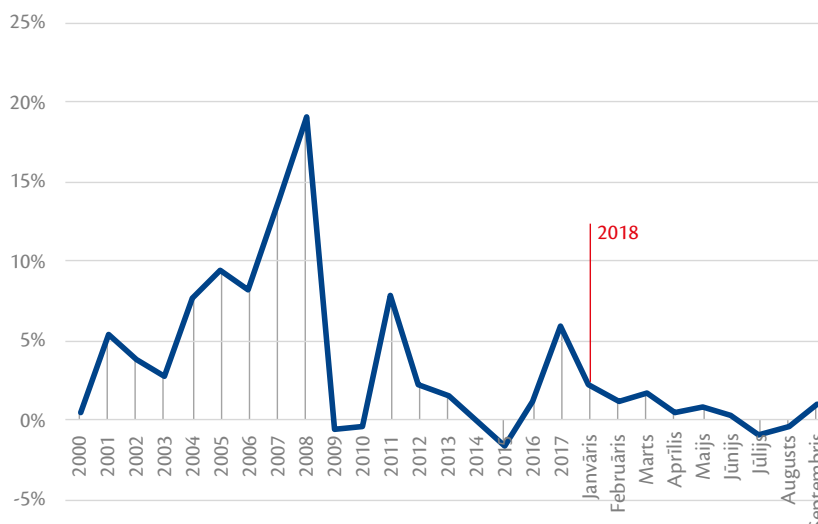
1 „FAO Food Price Index” (01.11.2018.): <http://www.fao.org/worldfoodsituation/foodpricesindex/en/>

2 „OECD-FAO Agricultural Outlook 2018-2027”, Outlook in figures (2018): <http://www.agri-outlook.org/>

3 „OECD-FAO Agricultural Outlook 2018-2027” (2018): http://www.agri-outlook.org/Outlook_flyer_EN.pdf



Pārtikas cenu vidējās mēneša inflācijas izmaiņas pret iepriekšējo gadu



Avots: „Maxima Latvija” aprēķini, pamatojoties uz Centrālās statistikas pārvaldes datubāzes datiem

Pārtikas cenu vidējās inflācijas izmaiņas pa gadiem ir būtiski svārstījušās. Kopš 2000. gada ir bijuši dažādi faktori, kas to ir ietekmējuši. No 2000. gada līdz 2008. gadam kāpumu veidoja ekonomikas uzkaršana. Pēc tam sekoja globālā krīze, kas pieauguma tempu būtiski samazināja. 2011. gadā cenu inflācijas svārstības ietekmēja izmaiņas PVN likumā (PVN likme tika palielināta uz 22%⁴), kā arī graudu biržas cenu kāpums, kas bija saistīts ar sausumu un sliktu ražu⁵. PVN likmi atpakaļ uz 21% samazināja, sākot ar 2012. gada 1. jūliju. Savukārt 2014. gadā Latvija ieviesa eiro, un tas samazināja valūtas konvertācijas izmaksas, kā arī biržā uz pusi samazinājās degvielas cenas⁶. Pēc OECD sniegtās informācija pārtikas cenu kāpumu 2017. gadā veicināja enerģijas resursu cenu kāpums⁷, kad Latvijā tika reģistrēts viens no lielākajiem pārtikas cenu kāpumiem.

⁴ „Nodokļu likmes 2013.gadā salīdzinājuma ar 2012/2011/2010 gadiem”, Pievienotās vērtības nodoklis (PVN): <http://www.bkbbirops.lv/lv/informacija/106/>

⁵ Nasdaq, „Latest Price & Chart for Wheat”: <https://www.nasdaq.com/markets/wheat.aspx>

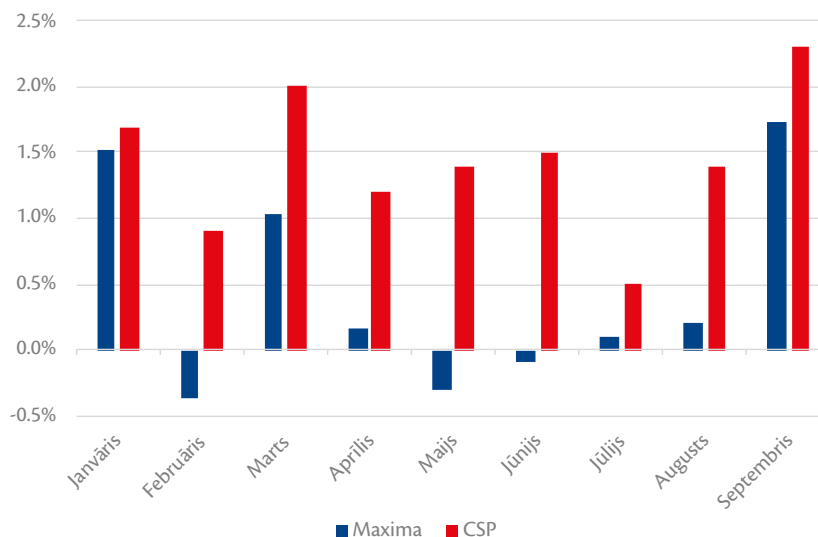
⁶ Nasdaq, „Crude Oil, WTI (NYMEX) Price”: <https://www.nasdaq.com/markets/crude-oil.aspx?timeframe=10y>

⁷ „OECD Consumer Price Index” (05.09.2017.): <http://www.oecd.org/sdd/prices-ppp/OECD-CPI-09-17.pdf>



Kā jau tika minēts iepriekšējos „Maxima mazumtirdzniecības kompass” apskatos, pārtikas cenu inflācija Latvijā šogad saglabājas stabili zemā līmenī. Tas varētu būt skaidrojams ar to, ka vietējie tirdzniecības tīkli šogad īsteno cenu samazināšanas kampaņas, uz ko pārējie tirgus spēlētāji nevar nereaģēt. Tā, piemēram, „Maxima Latvija” gada sākumā samazināja cenas aptuveni 1000 ikdienā svarīgām precēm līdz pat 40%.

Pārtikas, alkoholisko dzērienu un tabakas izstrādājumu cenu inflācija



Avots: „Maxima Latvija” aprēķini, pamatojoties uz Centrālās statistikas pārvaldes datubāzes datiem

Salīdzinot „Maxima Latvija” iekšējo inflāciju pārtikai, alkoholiskajiem dzērieniem un tabakas izstrādājumiem, redzams, ka tā „Maxima” veikalos ir zemāka nekā vidēji valstī kopumā. Tāpat, pateicoties dažādām iniciatīvām un procesu optimizācijai uzņēmumā, „Maxima Latvija” ir samazinājusi cenu kāpumu iedzīvotājiem kritiskākajām ikdienas pārtikas groza preču grupām, ierobežojot pārtikas cenu inflāciju visā Latvijā. Tas liecina par to, ka, efektīvizējot uzņēmuma procesus, iespējams sekot līdzi tam, lai cenas produktiem nepieaugtu tik strauji.

Pēc Centrālās statistikas pārvaldes datiem ir daži pārtikas produkti, kas šogad ir piedzīvojuši būtiskas cenu svārstības. Minētajām svārstībām pamatā ir dažādi starptautiski faktori, kā, piemēram, naftas cenu svārstības.

TOP 3 produkti, kas vidēji 2018. gada 9 mēnešos ir piedzīvojuši vislielākās cenu svārstības

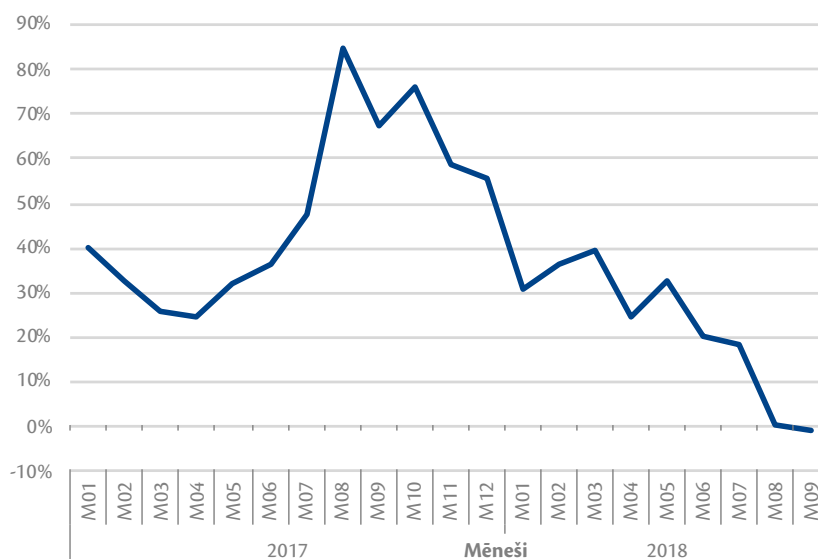
Cenu pieaugums ↑		Cenu samazinājums ↓	
Sviests	22.5%	Cukurs	-31.3%
Olas	13.1%	Svaigi dārzeņi	-8.2%
Citi piena produkti	8.6%	Kafija	-6.0%

Avots: „Maxima Latvija” aprēķini, pamatojoties uz Centrālās statistikas pārvaldes datubāzes datiem



Sviests

Sviesta cenu inflācija



Avots: „Maxima Latvija” aprēķini, pamatojoties uz Centrālās statistikas pārvaldes datubāzes datiem

Būtisks sviesta cenu pieaugums ir novērojams jau ilgākā laika periodā, bet šogad inflācijas temps sāk normalizēties. Cenu kāpumu noteica globālie faktori, ko parāda starptautisko biržu cenas. Sviesta cenu kāpuma galvenais iemesls bija produkta piedāvājuma trūkums laikā, kad Eiropas un Ķīnas tirgū strauji pieauga pieprasījums pēc produkcijas. Piedāvājums tirgū samazinājās tā iemesla pēc, ka saruka Jaunzēlandes sviesta eksports, turklāt, sliktās ražas dēļ Eiropā bija novērojams barības apjumu samazināšanās liellopiem, kas ietekmēja sviesta saražoto apjomu.⁸

8 Oscar Williams-Grut, „The butter market is going crazy” (30.10.2017.): <http://uk.businessinsider.com/butter-shortage-why-prices-are-rising-and-supply-is-falling-2017-10>



Sviesta biržas cenas



Avots: Global Dairy Trade, Butter⁹

Tā kā turpmāk netiek prognozēts atkārtots biržas cenu kāpums, sviesta cenām nevajadzētu strauji pieaugt.

Sviesta cena ietekmē arī vairāku citu produktu ražošanu, līdz ar to vajadzētu samazināties produktu ražošanas pašizmaksai. Diemžēl šis process nenotiks tiks strauji, jo vairāki uzņēmumi ir izveidojuši sviesta uzkrājumus par iepriekšējām augstajām cenām.

⁹ Global Dairy Trade, Butter: <https://www.globaldairytrade.info/en/product-results/butter/>



Cukurs

Nasdaq cukura biržas cenas



Avots: Nasdaq, Latest Price & Chart for Sugar¹⁰

Jau ilgāku laiku Latvijas tirgū novērojams krass cukura cenu kritums. Cukura biržas cenas 2016. gada beigās bija sasniegušas savu augstāko cenu kopš 2012. gada vidus. Šobrīd cukura cenu kritums ir skaidrojams ar lielajiem saražotā cukura pārpalikumiem Indijā un Taizemē.¹¹ Cukura cenas ir būtiski samazinājušās arī „Maxima Latvija” veikalos. Pēc vidējās svērtās pārdotā daudzuma cenas, visdārgāk smalkais baltais cukurs „Maxima Latvija” veikalos maksāja 2017. gada martā. Kopš tā laika cena ir samazinājusies par -48.8%. Ja salīdzina cukura cenu valstī vidēji, tad cukura cenu kritums šī gada septembrī pret 2017. gada martu ir samazinājies tikai par -36.0%.¹²

¹⁰ Nasdaq, Latest Price & Chart for Sugar #11: <https://www.nasdaq.com/markets/sugar.aspx?timeframe=3y>

¹¹ Myra P. Saefong, „Surging Production Is Killing Sugar Prices” (30.08.2018.): <https://www.barrons.com/articles/how-healthy-eating-is-killing-sugar-prices-1535040945>

¹² PC042m. Atsevišķu preču un pakalpojumu vidējās mazumtirdzniecības cenas (euro): <https://www.csb.gov.lv/lv/statistika/db>



Kakao pupiņas

Kakao tirdzniecība notiek divās biržās: New York Mercantile Exchange (NYMEX) un Intercontinental Exchange (ICE) Londonā. Londonas cenas ir balstītas uz kakao pupiņām no Āfrikas, bet Ņujorkas cenas ir balstītas uz Dienvidāzijas tirgu.

Kakao pupiņu ražošanā ļoti liela nozīme ir tieši laikapstākļiem, jo pupiņām ir nepieciešams ļoti specifiska temperatūra un nokriekšņu daudzums. Otrs būtisks faktors ir politiskā stabilitāte, lielāko kakao pupiņu apjomu saražo Kotdivuāra, Gana un Indonēzija, tās ir valstis, kur politiskā stabilitāte spēj būt ļoti svārstīga.¹³

Nasdaq kakao pupiņu biržas cenas



Avots: Nasdaq, Latest Price & Chart for cacao¹⁴

Šogad tieši laikapstākļi noteica svārstības biržā. El Nino reģionā bija spēcīgs vējš un sauss laiks, tādēļ tika prognozēts, ka samazināsies ražas kvalitāte, bet tomēr šie laikapstākļi radīja tikai īsu saviļņošanu pasaules biržās.¹⁵

¹³ Agibo, Software solutions for commodity trade and risk management, Cacao: <http://www.agiboo.com/commodity-knowledge-center/commodities/cocoa/>

¹⁴ Nasdaq, Latest Price & Chart for Cacao: <https://www.nasdaq.com/markets/cocoa.aspx?timeframe=2y>

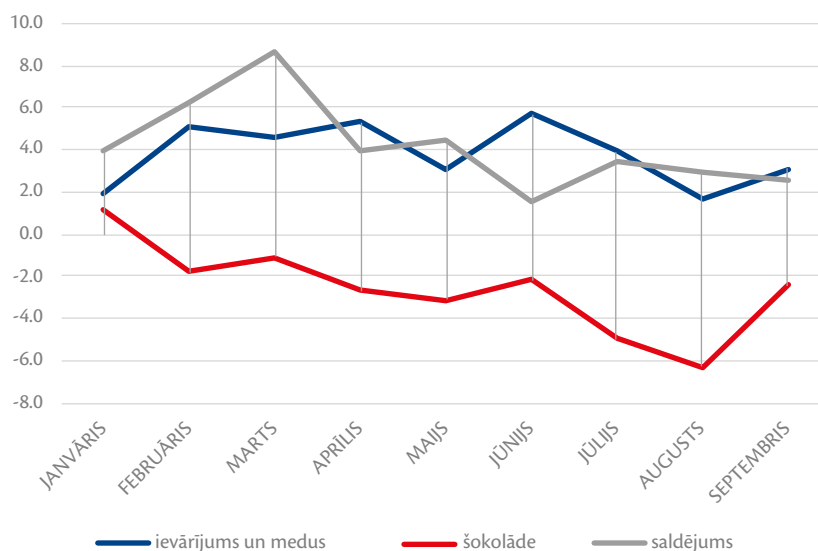
¹⁵ Spend Matters, Cocoa Prices Shoot Up Almost 40% (09.04.2018.): <http://spendmatters.com/2018/04/09/cocoa-prices-shoot-up-almost-40/>



Cukurs, ievārījums, medus, šokolāde un saldumi

Apskatot patēriņa cenu izmaiņas citiem produktiem, kas ir vienā grupā ar cukuru pēc ECOICOP klasifikācijas, var redzēt, ka 2018. gadā no tiem šokolādei ir vislielākais cenas kritums.

Patēriņa cenu pārmaiņas 2018. gadā dažādiem saldumu izstrādājumiem



Avots: „Maxima Latvija” aprēķini, pamatojoties uz Centrālās statistikas pārvaldes datubāzes datiem

Saldumu zīmola „Laima” ražotāju „Orkla Confectionery & Snacks Latvija” valdes priekšsēdētājs Toms Didrihsons norāda: „Šokolāde visā pasaulē ir ļoti populārs un iecienīts produkts, taču tās patēriņu būtiski ietekmē sezonālitate. Vasaras mēnešos šokolādes parterijš kritas, savukārt pārējo gadu saglabā stabilas pozīcijas visā saldumu segmentā.

Latvijā saldumu tirgus ir piesātināts un tajā pastāv sīva konkurence. Globālie zīmoli ļoti agresīvi cenšas iekarot tirgu, turklāt tirgū jau darbojas virkne mazāku vietējo spēlētāju un ar katru gadu viņu skaits tikai pieaug. Jaunu ražotāju ienākšana tirgū veicina konkurenci, bet asajos konkurences apstākļos, ražotāji piedāvā savu produkciju ar cenu akcijām.

Šī gada neraksturīgi karstā vasara veicināja šokolādes patēriņa kritumu, tā rezultātā ražotāji apjoma kritumu centās kompensēt ar lielākām cenu akcijām un lielākām atlaidēm. Tas arī radīja cenu kritumu vasaras mēnešos.

Tomēr ražotājiem izmaksas tikai pieaug, jo sadārdzinās šokolādes izejvielu cenas. Šī gada ceturtajā ceturksnī vērojams straujš izmaksu pieaugums kakao produktiem un prognozes liecina, ka tas turpināsies arī 2019. gadā. Kakao cena ir atkarīga no ievāktās ražas apjomiem un tās kvalitātes, ko tiešā veidā ietekmē neprognozējamie laika apstākļi. Otrkārt, to ietekmē arvien augošais pieprasījums pēc kakao produktiem visā pasaulē. Cilvēki arvien biežāk izvēlas veselīgākus produktus, tostarp tumšo šokolādi, kas pamatoti tiek uzskatīta par veselīgāku, jo kakao saturs tajā ir augstāks un attiecīgi cukura ir mazāk. Ražošanā tas nozīmē, ka ir nepieciešams vairāk kakao”.



Olas un piena produkti

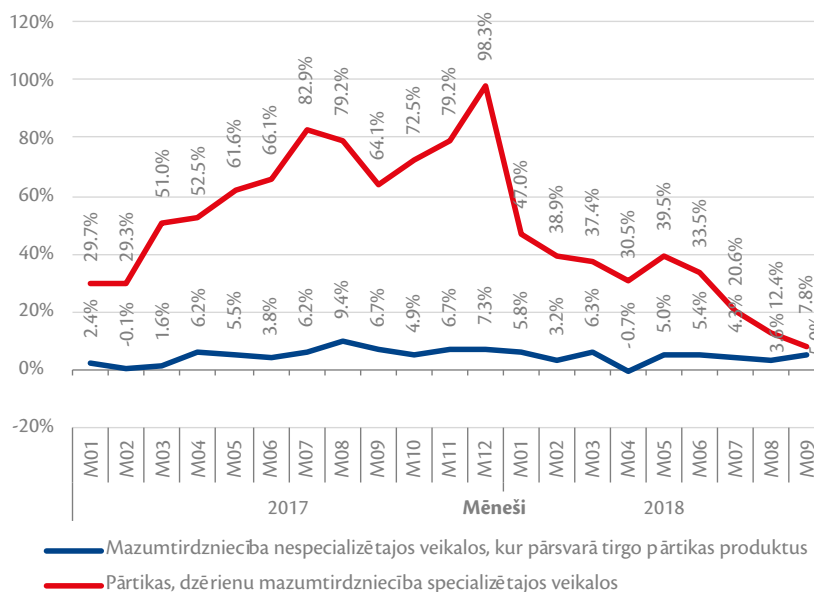
Kāpums dotajām precēm bija saistīts ar mājlopu uzturēšanas izmaksu palielināšanos. Tāpat izmaksu kāpums ir tieši saistīts ar graudaugu ražas samazināšanos.¹⁶

Kafija

Kafijas cenas globālajā tirgū ilgāku laiku piedzīvoja strauju kritumu saistībā ar ļoti veiksmīgajām kafijas ražām¹⁷. Diemžēl Latvijā šogad nebija novērojams tik straujš cenu kritums kafijai, jo no šī gada 1. janvāra tika palielināts akcīzes nodoklis kafijai.¹⁸ Neskatoties uz to, ka tika celts akcīzes nodoklis, kopumā vietējā tirgū šobrīd novērots cenu kritums kafijas produktiem. Tas varētu būt skaidrojams ar to, ka, ņemot vērā, ka kafija ir pircēju ļoti iecienīta ikdienas patēriņa prece, „Maxima Latvija” un arī citi tirgus dalībnieki ilgtermiņā samazinājuši kafijas cenas veikalos.

Mazumtirdzniecība pārtikas veikalos

Pārtikas mazumtirdzniecības nozare trešajā ceturksnī nesagādāja būtiskus pārsteigumus. Kā iepriekš tika prognozēts, pārtikas tirdzniecības rādītāji specializētajos veikalos normalizējās. Tirdzniecība nespécializētajos veikalos saglabājusi stabilu lejupvērstu tendenci.



Avots: „Maxima Latvija” aprēķini, pamatojoties uz Centrālās statistikas pārvaldes datubāzes datiem

Raugoties uz faktoriem, kas ietekmē mazumtirdzniecības tirgus attīstību, prognozējam gan stabilu šī gada noslēgumu, gan arī stabilu nākošo 2019. gadu. Šī gada beigās paredzam nelielu pieaugumu pārtikas inflācijas tempos, kas ir saistīti ar graudaugu salīdzinoši zemo šī gada ražu, kas ietekmēs ne tikai maizes un citu miltu izstrādājumu cenas, bet skars arī citas preču kategorijas, kuru ražošanā tiek izmantoti graudaugi.

¹⁶ Express, Farmers back egg price rises (17.08.2018.): <https://www.express.co.uk/news/uk/1004601/farmers-egg-prices-increase>

¹⁷ Nasdaq, Latest Price & Chart for Coffee: <https://www.nasdaq.com/markets/coffee.aspx?timeframe=1y>

¹⁸ Valsts ieņēmumu dienests, Akcīzes nodokļa likmes (21.09.2017.): <https://www.vid.gov.lv/lv/akcizes-nodokla-likmes-0>



Kopsavilkums

1. Tiek prognozēts, ka turpmākajos gados mājražniecības novirzīs ar vien mazāku daļu savu izdevumu pārtikas iegādei, jo palielināsies pirktspēja un pārtikas cenu inflācija būs salīdzinoši zema.
2. „Maxima Latvija” iniciatīva „Samazinām cenas” ietekmē pārtikas, alkoholisko dzērienu un tabakas izstrādājumu cenu inflācijas tempu samazināšanos valstī. To apliecina fakts, ka katru mēnesi „Maxima Latvija” iekšējā inflācija ir zemāka par vidējo inflāciju valstī.
3. Latvijas pārtikas cenas ļoti ietekmē globālie notikumi.
4. Sviesta cenu kāpums vairs nespēj kopējo inflāciju uz augšu, turpmāk nav prognozējams būtisks sviesta cenu kāpums.
5. Cukura cenas vēl joprojām samazinās, tas ne tikai atstāj ietekmi uz pirkuma groza cenu, bet arī uz citu produktu ražotājiem.



IEPIRKŠANĀS PARADUMI

**Pētījums par iedzīvotāju
iepirkšanās paradumiem un
makroekonomikas rādītāju
ietekmi uz tiem**

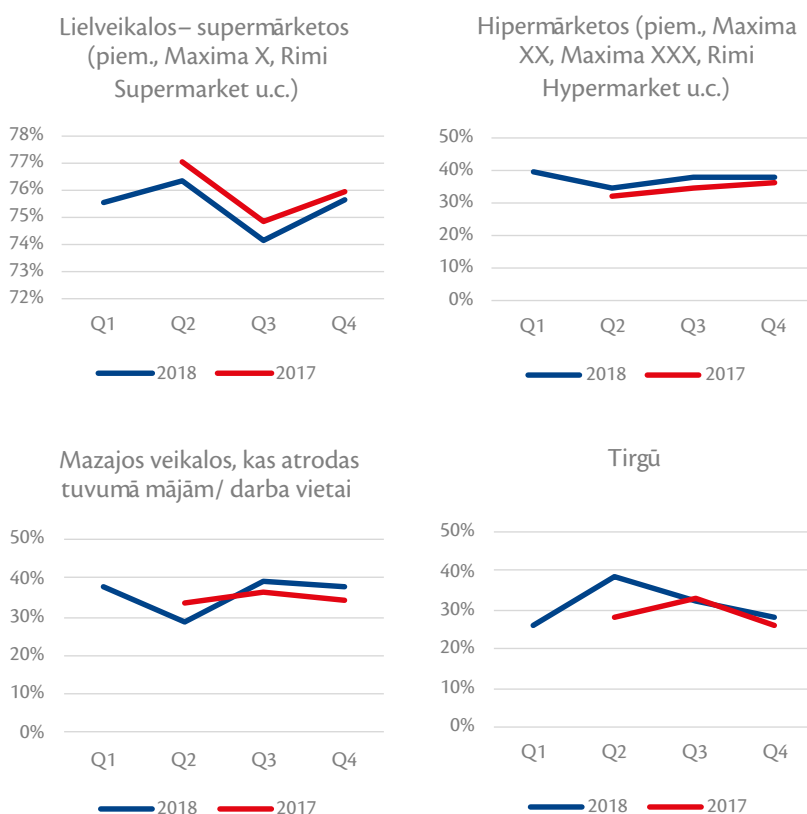


Pētījums tika veikts 2018. gada oktobrī ar pētījumu centra SKDS starpniecību. Pētījumā piedalījās 1005 Latvijas iedzīvotāji vecumā no 18 līdz 74 gadiem. Pētījuma mērķis ir apskatīt Latvijas iedzīvotāju domas un pēdējās tendences par viņu iepirkšanās paradumiem, kā arī makroekonomikas rādītāju ietekmes novērtējumu uz mājāsaimniecību ienākumiem un tēriņiem. Iedzīvotāju iepirkšanās paradumi un makroekonomikas rādītāju ietekme uz tiem pētīta „Maxima mazumtirdzniecības kompass” ietvaros arī iepriekš (sākot no 2017. gada aprīļa), tāpēc iegūtos datus iespējams salīdzināt.

Pircēju paradumus ietekmē sezonālitate

Patērētāju iepirkšanās paradumi „Maxima mazumtirdzniecības kompass” ietvaros tiek pētīti jau septīto reizi, un visā šajā laika periodā, sākot no 2017. gada sākuma, tiek novērota sezonālā ietekme uz pircēju paradumiem. Tos ietekmē arī laika apstākļi konkrētā periodā, sviniņu dienas un dažādu veikalu attīstība.

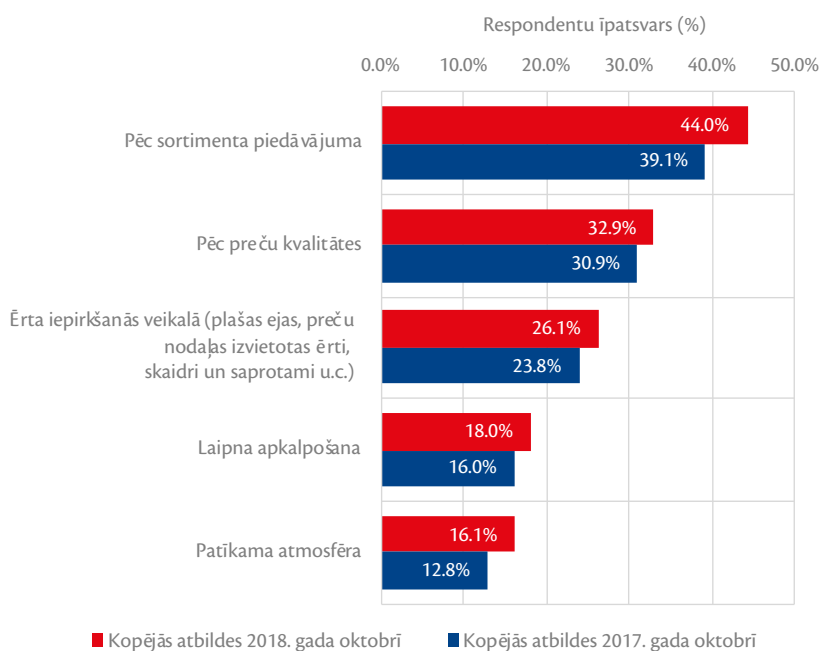
Iepirkšanās vietas izvēle savu ikdienas pirkumu veikšanai (pārtikas un saimniecības preces)





2018. gadā ir novērojamas nelielas iedzīvotāju izvēles svārstības „Mazo veikalu”, „Lielveikalu” un „Hipermārketu” formātos, kas ir saistītas ar pieejamo tirdzniecības platību attīstību, kā arī ar neierasti ilgie siltie laikapstākļi: tika atvērtas jaunas veikalu tirdzniecības platības „Hipermārketu” un „Mazo veikalu” formātos. Savukārt siltie laikapstākļi ietekmēja pircēju klātbūtni reģionos, kā rezultātā „Mazo veikalu” formāts, kas ir vairāk pārstāvēts tieši reģionos, guva papildu pircēju pieaugumu.

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

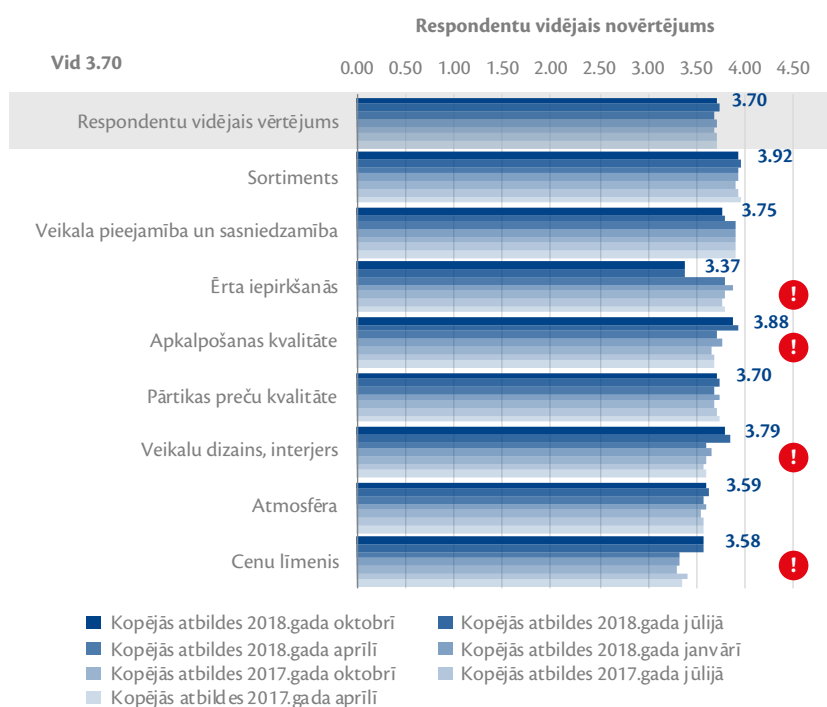




Veikalu sortiments kļūst svarīgāks

Uzlabojoties valsts ekonomikas stāvoklim un palielinoties to iedzīvotāju skaitam, kuriem pēdējā gada laikā ir pieauguši ienākumi (skatīt tabulu „Respondentu mājsaimniecību ienākumu izmaiņas pēdējo 12 mēnešu laikā” 28. lpp.), pircējiem aizvien svarīgākas kļūst emocionālās sajūtas, kādas viņi gūst iepirkoties. No emocionālajām vērtībām iedzīvotājiem vissvarīgākais ir veikalu piedāvātais sortiments (44.0%) – šim rādītājam gada ietvaros novērojams vislielākais pieaugums, salīdzinot ar iepriekšējo gadu. Emocionālās vērtības vissvarīgākās ir tieši gados jaunāko pircēju vidū, no 18 līdz 24 gadiem, bet vismazsvarīgākās no 55 līdz 63 gadiem, to var secināt, saskaitot kopā un salīdzinot visus emocionālos apgalvojumus pa vecuma grupām.

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

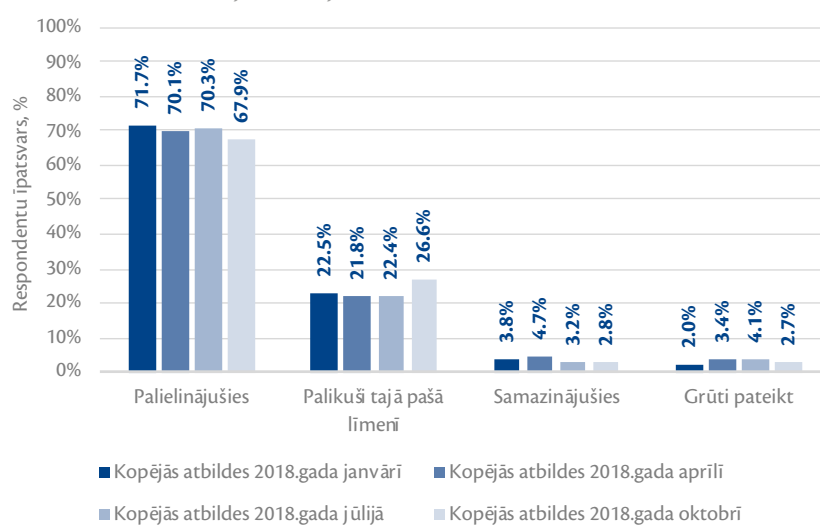




Pircēji kļūst apmierinātāki ar apkalpošanas kvalitāti un veikalu interjeru

Kopējais veikalu vērtējums, kā novērots arī iepriekš, ir diezgan stabils, sasniedzot arī šoreiz 3.7 punktu vērtējumu. Taču jau iepriekšējā aptaujā būtiski izmainījās respondentu atbildes kategorijās ērta iepirkšanās, apkalpošanas kvalitāte, veikala dizains, interjers un cenu līmenis. Ērta iepirkšanās ir vienīgais parametrs, kura novērtējums ir stipri samazinājies, kamēr tādi emocionālie faktori kā apkalpošanas kvalitāte un veikala interjers uzrāda stabilu apmierinātības pieaugumu, kas varētu būt saistīts ar pastiprinātu dažādu tirdzniecības tīklu veikalu rekonstrukciju darbiem. Tāpat nu jau otro pētījumu pēc kārtas vērojams apmierinātības pieaugums cenu līmenim veikalos.

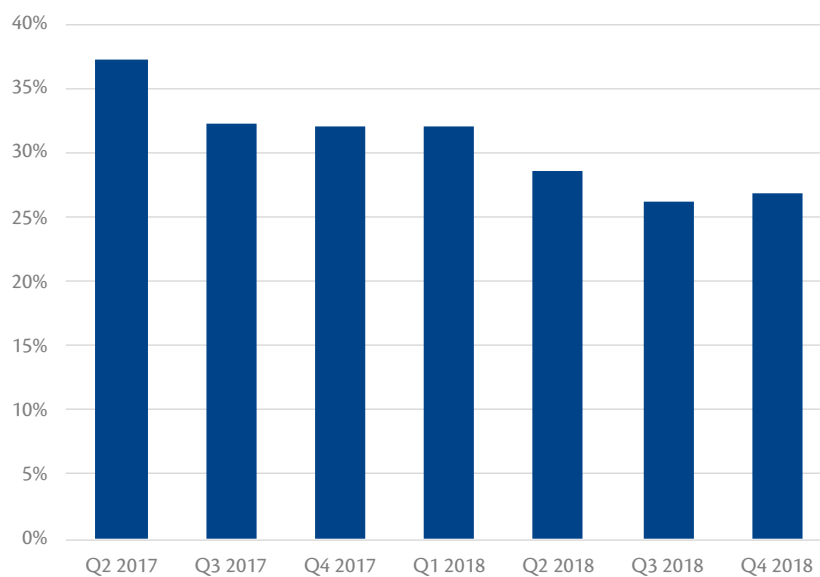
Mājsaimniecības tēriņu izmaiņas pārtikas veikalos pēdējo 12 mēnešu laikā



Atbildes uz jautājumu par mājsaimniecību tēriņiem pārtikai atspoguļo, ka pircēji ar vien mazāk uzskata, ka cenas pēdējā ceturksnī ir palielinājušās, savukārt palielinās to respondentu skaits, kuri uzskata, ka cenas ir palikušas tajā pašā līmenī.



**Cenšos iegādāties pārsvarā Latvijas ražotāju preces
(%, respondentu īpatsvars)**



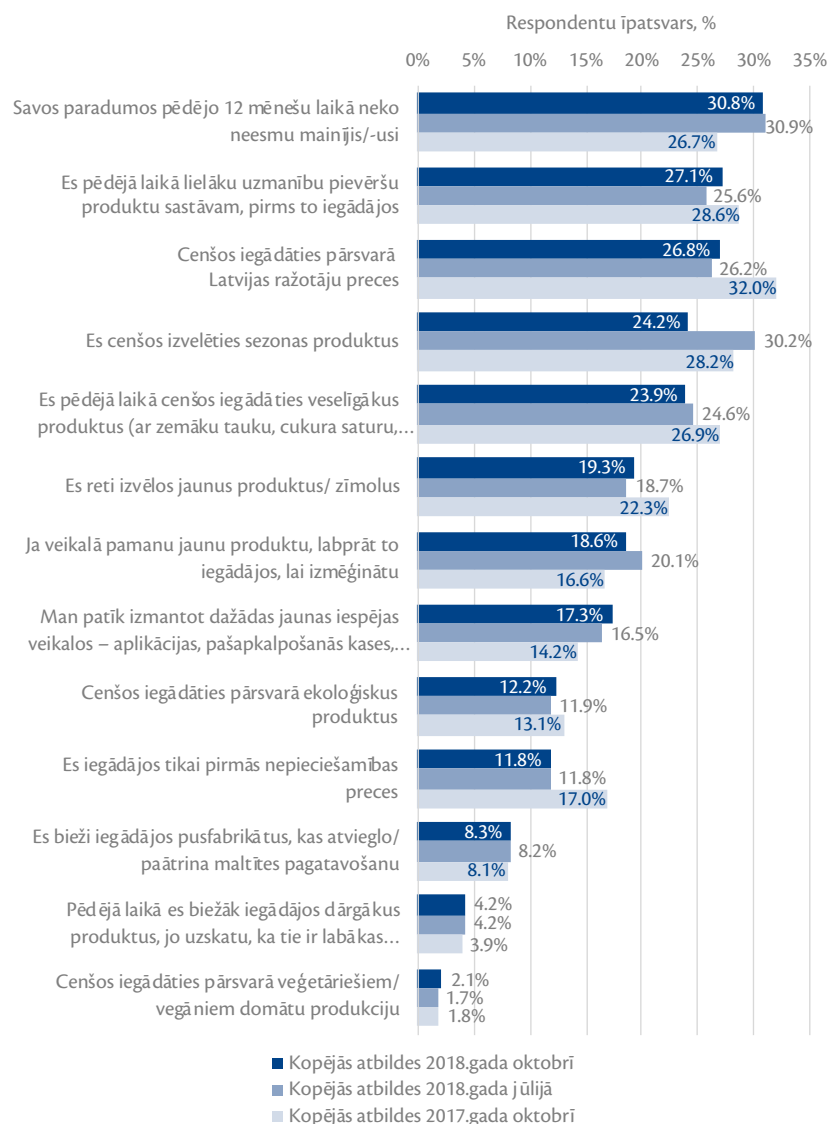
Tuvojoties Latvijas simtgadei, ar interesi vērojām respondentu atbildes par Latvijā ražotu preču izvēli. Vēl joprojām vērtējums ir diezgan augsts – virs 25% respondentu atzīst, ka cenšas izvēlēties Latvijā ražotas preces. Taču, sākot no šī gada otrā ceturkšņa, var vērot nelielu patriotisma kritumu, veicot pirkumus, kas ir negaidīti šajā Latvijas simtgades gadā.



Iedzīvotāju paradumi pārtikas produktu iegādē

Latvijas iedzīvotāji pirkumu izvēlē paliek ar vien konservatīvāki, ņemot vērā vispopulārāko atbildi par iepirkšanās paradumu maiņu – „paradumus neesmu mainījis” (30.8%). Salīdzinājumā ar iepriekšējo aptaujas veikšanas laiku, mazāk Latvijas iedzīvotāju izvēlas sezonālās preces (24.2%), bet pieaudzis to respondentu skaits, kuri apgalvo, ka tiem patīk izmantot dažādas jaunas iespējas veikalos, piemēram, aplikācijas, pašapkalpošanās kases u.tml.

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





Pēdējā laikā ar vien vairāk respondentu (šajā aptaujā 75.7%) atzīst, ka visbiežāk iepērkas tieši „Maxima Latvija” veikalos. Pieaugošais respondentu skaits varētu būt saistīts ar dažādām aktivitātēm, kas noris visa gada garumā „Maxima Latvija” veikalu tīklā, gan arī ar jaunu „Maxima” veikalu atvēršanos. Vislielāko kritumu piedzīvojis „Supernetto”, kas ir saistīts ar veikalu rekonstrukciju uz „Rimi Mini” formātu. Jāmin arī tas, ka visticamāk atbildes variantā „citi” ir ietverta pārtikas interneta veikalu attīstība, tai skaitā arī Barbora.lv, kas 2018. gada pirmajos deviņos mēnešos palielinājusi apgrozījumu par apmēram 42.4% salīdzinājumā ar iepriekšējo gada attiecīgo periodu.

Veikali/veikalu tīkli, kur respondenti iepērkas visbiežāk

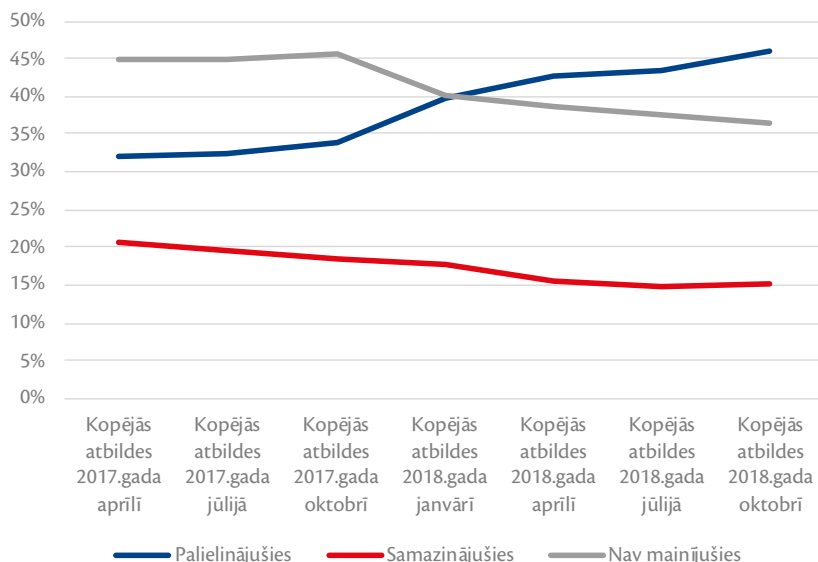
Mazumtirdzniecības tīkls	11.2018.	07.2018.	10.2017.
Maxima	75,7%	74,8%	75,3%
Rimi	71,0%	71,2%	71,9%
Top!	28,8%	31,1%	27,6%
Mego	21,9%	24,1%	27,4%
Supernetto	16,6%	22,9%	23,4%
Elvi	13,3%	13,6%	12,9%
Lats	10,3%	10,6%	9,6%
Beta	9,7%	8,5%	9,1%
Stockmann	5,4%	5,5%	4,3%
Cits	5,1%	5,0%	4,5%
Aibe	4,8%	5,0%	4,9%
Labais	4,2%	4,5%	5,5%
Sky	3,3%	3,7%	3,1%
Vesko	1,6%	1,9%	1,8%



Palielinās ienākumi gados jaunākiem cilvēkiem

2018. gada laikā pieaudzis to respondentu skaits, kuri atzīst, ka viņu ienākumi pēdējo 12 mēnešu laikā ir palielinājušies (šajā aptaujā tā norādījušo 46.1%). Visvairāk ienākumi ir pieauguši gados jauniem respondentiem vecumā no 18 līdz 24 gadiem (tā norādījuši 53.9%) un no 24 līdz 34 gadiem (tā norādījuši 52.4%).

Respondentu mājāsaimniecību ienākumu izmaiņas pēdējo 12 mēnešu laikā



Vecāka gadagājuma cilvēki (no 64 līdz 74 gadiem) vairāk savus līdzekļus ir sākuši tērēt pārtikas iegādei un veselības aprūpei, bet gados jaunāki cilvēki (no 18 līdz 24 gadiem) – alkoholiskajiem dzērieniem un tabakai, internetam, telefonam, televīzijai, kultūrai un izklaidei.

Preces, pakalpojumi, aktivitātes, kam pēdējo 12 mēnešu laikā ir palielinājušies mājāsaimniecības izdevumi pēc respondentu viedokļa

64 – 74 gadi



18 – 24 gadi



Vairāk izteikts nekā citām vecuma grupām:

- Pārtikas preces 84.7% (vidēji 81.4%)
- Veselība 66.5% (vidēji 43.5%)

Vairāk izteikts nekā citām vecuma grupām:

- Alkoholiskie dzērieni un tabaka 27.2% (vidēji 17.5%)
- Internets, telefons, televīzija 53.1% (vidēji 36.3%)
- Kultūra un izklaide 29.9% (vidēji 18.0%)



Attiecībā uz gados jaunāko respondentu grupu, var izteikt pieņēmumu, ka tas lielā mērā ir saistīts ar to, ka ir parādījušies papildu līdzekļi, kurus ir iespēja novirzīt šiem mērķiem. Šajā vecuma kategorijā ir palielinājies to cilvēku skaits, kuri saņem lielākus ienākumus. Gada laikā vairāk kā par 20% ir pieaudzis to gados jaunāko cilvēku skaits, kuri saņem bruto algu virs 1000 eiro. Līdzīga tendence ir vērojama arī vecāka gadagājuma cilvēku grupā, bet šeit ir novērojamas lielākas svārstības pa dažādu algu diapazoniem.

Darba ņēmēju skaita sadalījums pēc mēneša bruto darba ienākumiem pa vecuma grupām

	Pieaugums 2018 augusts pret 2017 augustu	
	20 līdz 29	65 līdz 74
..līdz 70.00	-14,5%	-3,3%
..70.01-150.00	-5,0%	-5,1%
..150.01-300.00	-8,1%	-5,6%
..300.01-500.00	-13,1%	-13,9%
..500.01-700.00	12,7%	9,8%
..700.01-1000.00	6,4%	4,2%
..1000.01-1500.00	26,3%	14,9%
..1500.01-2000.00	33,3%	19,7%
..2000.01-2500.00	44,4%	3,7%
..2500.01-3000.00		25,0%
..3000.01-4000.00		9,1%
..4000.01-5000.00		50,0%
..5000.01-6000.00		0,0%
..virs 6000.00		66,7%

Avots: „Maxima Latvija” aprēķini, pamatojoties uz Centrālās statistikas pārvaldes datubāzes datiem



Kopsavilkums

1. Pircēju paradumus iepirkšanās vietas izvēlē visvairāk ietekmē sezonalitāte un jaunu veikalu atvēršanas vai rekonstrukcijas. Taču arvien svarīgāki veikala izvēlē kļūst arī tādi emocionālie faktori kā sortiments, kvalitāte, ērtums, apkalpošana un veikala atmosfēra.
2. Latvijas simtgades svētku gadā nav novērojama īpaši lielāka pircēju izvēle iegādāties Latvijā ražotus produktus.
3. Pircēju apmierinātība ar cenu līmeni veikalos stabili pieaug jau otro periodu pēc kārtas.
4. Latvijas iedzīvotāji paliek ar vien konservatīvāki pirkumu veikšanā, jo pēdējo 12 mēnešu laikā 30.8% jeb viena trešdaļa iedzīvotāju savos iepirkšanās paradumos neko nav mainījuši.
5. Pēdējā gada laikā gados vecākie iedzīvotāji ievērojami vairāk kā citi ir atzinuši, ka ir pieauguši viņu izdevumi par veselības aprūpi, bet gados jaunākajiem visvairāk pieauguši izdevumi par internetu, telefonu un televīziju.





SALDUMU NOZARE

Šajā nodaļā apskatīta Latvijas saldumu tirgus situācija un nozares globālās tendences, kas ietekmē arī vietējo tirgu, kā arī apkopoti iedzīvotāju saldumu izvēles paradumi Ziemassvētku laikā, apskatot arī paradumus svētku mielasta gatavošanā.



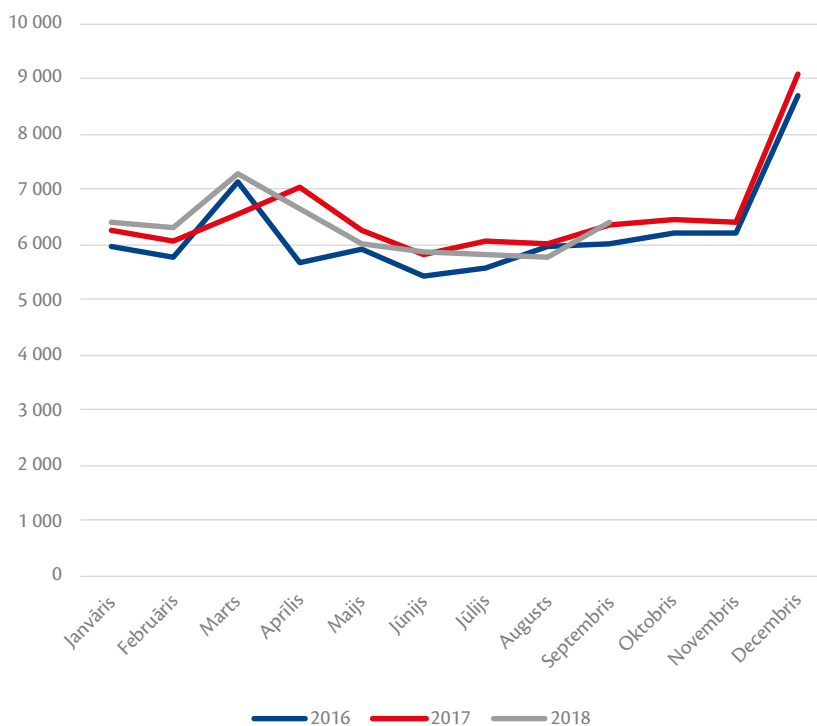
Saldumu ražošanas nozare ir viena no lielākajām pārtikas rūpniecības grupām valsts tautsaimniecībā ar plašu vietējo produktu klāstu. Tās attīstības tendences un nākotnes perspektīvas ir svarīgas kopējā mazumtirdzniecības situācijas ainā. Tāpat saldumi ir viena no TOP produktu grupām, ko pircēji iegādājas svētku laikā.

Saldumu tirgus Latvijā ir stabils

Kopējais saldumu tirgus Latvijā pēdējos 12 mēnešos pēc SIA „Orkla Confectionery & Snacks Latvija” datiem ir bijis salīdzinoši stabils – tas naudas apgrozījumā audzis par 1% un, skatoties kilogramos, par 2%, kas nozīmē, ka nedaudz ir kritusi saldumu vidējā cena par vienu kilogramu¹.

Apskatot tirgus izpētes kompānijas „Nielsen” datus par saldumu pārdošanas rādītājiem, var novērot svārstības, kuras ietekmē sezonālitate – martā un aprīlī saldumu pārdošanas rādītājus ietekmē Lieldienas, kas katru gadu tiek atzīmētas citā datumā, savukārt decembrī strauji pieaug saldumu pārdošanas rādītāji, jo iedzīvotāji gatavojas Ziemassvētkiem. Kopumā saldumu pārdošanas rādītāji šī gada pirmajos deviņos mēnešos ir pieauguši par 0.2%.

Saldumu tirgus* izmaiņas pa gadiem (EUR)



*„Nielsen” pētījumā tiek apskatītas tādas kategorijas kā šokolādes tāfelītes un batoniņi, dažādas citas konfektes.

¹ Aprēķini balstīti uz „Nielsen” informāciju par saldumu kategorijām (Pralines – Assortments packed, Un-coated Candies, Caramels, Pastilles, Soft Candies, Chocolate Bars, Small Bites, Chocolate Tablets, Assortments Unpacked), pēc pārdotajiem apjomiem naudā un kg. Latvijas Modernās Mazumtirdzniecības indeksā (Hipermarketi, Lielie supermarketi, Mazie supermarketi/Zemo cenu veikali, ‘Superettes/Groceries – Modernā tirdzniecība’, ‘Convenience/Petrol Stations - Modernā tirdzniecība’) no 2017. gada oktobra līdz 2018. gada septembrim. (Autortiesības 2018, The Nielsen Company.)



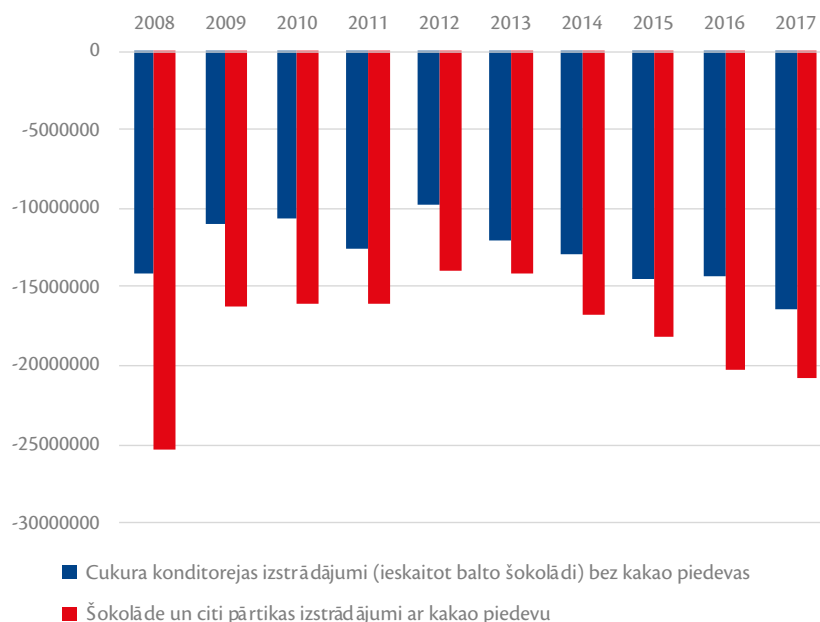
Saldumu ēšanas paradumos liela nozīme ir ne tikai sezonalitātei, bet arī gadalaikiem. 2018. gada vasara bija viena no pēdējo laiku garākajām un siltākajām. Karstais laiks iepriecināja ne tikai tos, kuri Latvijā atpūtās, bet arī ietekmēja Latvijas iedzīvotāju našķēšanās un uzkodu izvēles paradumus. Pēc SIA „Orkla Confectionery & Snacks Latvija” pieejamajiem tirgus izpētes kompānijas „Nielsen” datiem vasaras mēnešos Latvijā samazinājās gan šokolādes tāfelīšu, gan saldo cepumu patēriņš. Piemēram, salīdzinot ar 2017. gada trīs vasaras mēnešiem, šogad Latvijā tika nopirkta par 17 tonnām mazāk šokolādes tāfelīšu. Karstajā laikā cilvēki vairāk šovasar izvēlējās šokolādes batoniņus un sālās uzkodas.

Pēc „Nielsen” datiem šogad pirmajos deviņos mēnešos visstraujāk ir augušas košļājamo saldumu un šokolādes batoniņu produktu kategorijas, kur pirmā palielinājusies par 4.1%, bet otrā par 5.4% salīdzinājumā ar 2017. gada atbilstošo laika periodu. Pieaugums skaidrojams ar vadošo zīmolu aktivitātēm gan produkcijas dažādošanā, gan realizētajām mārketinga aktivitātēm.

Saldumu imports lielāks par eksportu

Saldumus galvenokārt importējam no tādām valstīm kā Lietuva, Polija, Somija, Vācija, bet eksportējam uz pārējām Baltijas valstīm, Somiju un Krieviju. 62.3% no kopējās „cukura konditorejas izstrādājumi (ieskaitot balto šokolādi) bez kakao piedevas” kategorijas apjoma mēs eksportējam uz mūsu kaimiņvalstīm – Igauniju un Lietuvu.

Eksports un Importa saldo (EUR)

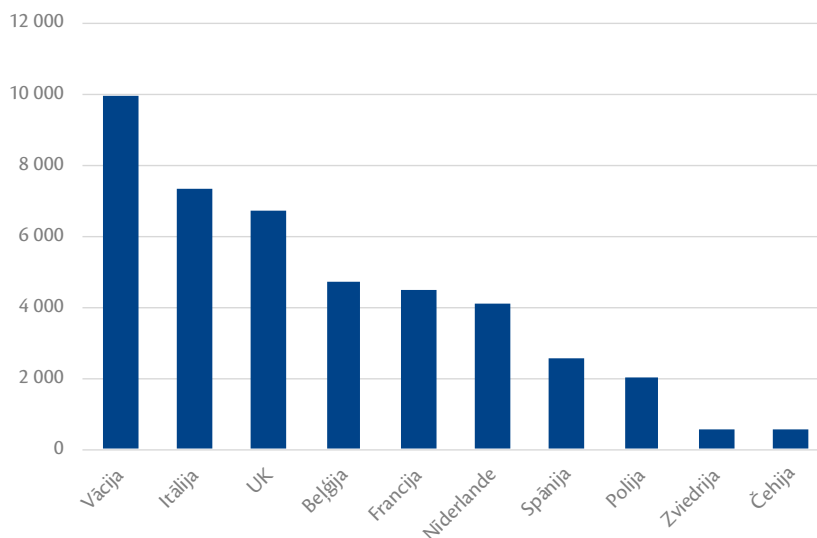


Avots: „Maxima Latvija” aprēķini, pamatojoties uz Centrālās statistikas pārvaldes datubāzes datiem



Kaut šobrīd saldumu nozares eksporta un importa apjoms uz kopējā ārējās tirdzniecības fona nav ļoti liels, turpmākajos gados Latvijas saldumu ražotājiem ir iespēja uzlabot eksporta un importa saldo, jo šobrīd mēs valstī ievadam daudz vairāk saldumus nekā izvedam. Pašlaik „Laimas” produktu portfeli ir vairāk nekā 200 dažādu produktu plašs sortiments. Daļu no sortimenta „Laima” eksportē uz vairāk nekā 20 pasaules valstīm: Lietuvu, Igauniju, Baltkrieviju, Dāniju, Grieķiju, Lielbritāniju, Īriju, Izraēlu, Islandi, Itāliju, Kanādu, Moldovu, Nīderlandi, Norvēģiju, Portugāli, Krieviju, Slovākiju, Spāniju, Vāciju un ASV. Eiropā saldumu ražošanā visizteiktākais līderis ir Vācija. Šīs valsts saražotās produkcijas vērtība ir vairāk kā 23% no kopējā Top10 valstu saražotā apjoma.

Kakao, šokolādes un cukura konditorejas izstrādājumu ražošana pēc saražotās vērtības 2016.gadā (milj. eiro)



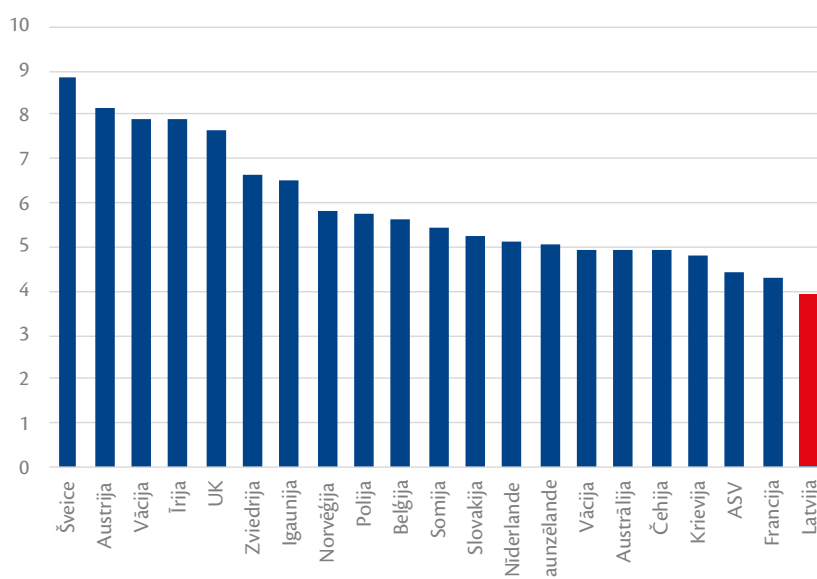
Avots: „Maxima Latvija” aprēķini, pamatojoties uz Eurostat datubāzes datiem



Garšo tortes, kūkas un šokolādes tāfelītes

Saldumi (pēc defin. konditorejas izstrādājumi ar lielu saldvielu daudzumu) ir populārākais uzkodu veids Eiropas iedzīvotājiem – Vācijas, Austrijas un Lielbritānijas iedzīvotāji saldumus uzturā lieto pat piecas reizes vairāk nekā vidēji iedzīvotāji citur pasaulē. Ja skatāmies pa saldumu veidiem, tad šokolāde ir pats populārākais saldumu veids pasaulē². Lielākie šokolādes ēdāji dzīvo Šveicē un Austrijā, kas ir valstis ar senām šokolādes gatavošanas tradīcijām. Gada laikā viens Šveices un Austrijas iedzīvotājs nobauda vairāk nekā 8 kg šokolādes (statistikas aprēķinos ņemti vērā arī tūristi, kuri apmeklē šīs valsts un veicina šokolādes patēriņu). Kamēr, pēc „Maxima Latvija” aprēķiniem, Latvijā viens iedzīvotājs gada laikā apēd tikai 3.9 kg šokolādes, kas ir nedaudz mazāk kā Igaunijā un Lietuvā.

Patērētais šokolādes daudzums uz vienu iedzīvotāju 2017. gadā (kg)



Avots: „Maxima Latvija” aprēķini, pamatojoties uz Statista datubāzes datiem³

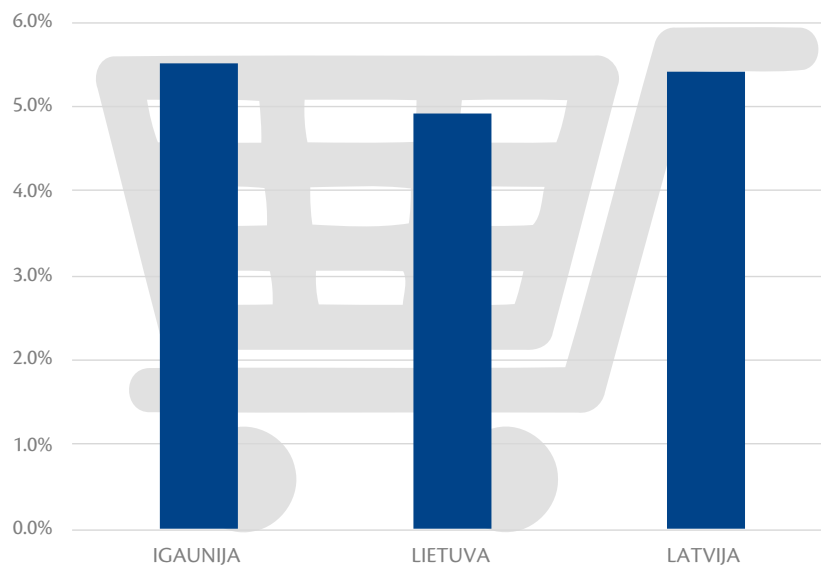
² Euromonitor International (2017) Confectionery in Western Europe: <https://www.euromonitor.com/confectionery-in-western-europe/report>,

³ Statista, The Statistics Portal, Šokolādes patēriņš un vienu iedzīvotāju pa valstīm 2017. gadā: <https://www.statista.com/statistics/819288/worldwide-chocolate-consumption-by-country/>



Apskatot kopējo saldumu patēriņu (ne tikai šokolādes) pēc „Maxima Latvija” un „Maxima Grupē” datiem novērojams, ka Baltijas valstīs vislielākie saldumu mīļi dzīvo Igaunijā. Otrajā vietā ir Latvija, bet trešajā attiecīgi – Lietuva.

Konditorejas izstrādājumu un saldās bakalejas daļa no pirkuma groza

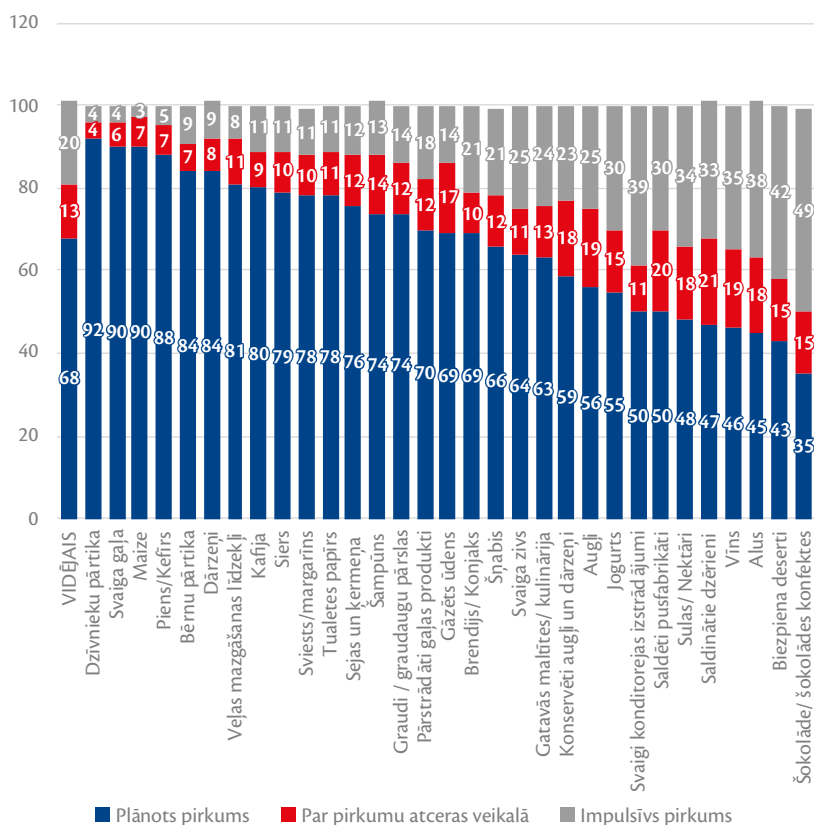


Avots: „Maxima Latvija” aprēķini, pamatojoties uz iekšējiem datiem



Latvijas iedzīvotājiem vairāk pie sirds iet tortes, kas sastāda 0.7% no kopējā pirkumu groza, bet Igaunijas iedzīvotājiem iecienītākie saldumi ir kūkas un plātsmaizes (arī sastāda 0.7% no kopējā pirkumu groza). Turklāt igauņi biežāk nekā latvieši vai lietuvieši izvēlas nopirkt šokolādes tāfelītes (0.9% no kopējā pirkumu groza), bet latvieši labprātāk iegādājas karameles, žeļa, piena, marmelādes un citas konfektes (1.1% no kopējā pirkumu groza). Jāatzīmē, ka šokolādi un šokolādes konfektes iedzīvotāji parasti iegādājas impulsu vadīti – tie parasti nav iepriekš plānoti pirkumi. „Nielsen” veiktajā pētījumā šokolādes un šokolādes konfekšu pirkumi izrādījušies kā visimpulsīvākie no pētījumā apskatītajām kategorijām – gandrīz puse respondentu ir atzinuši, ka šos produktus pērk impulsīvi.

Plānots vai impulsīvs pirkums pa produktu veidiem (%)



Avots: „Maxima Latvija” aprēķini, pamatojoties uz „Nielsen” datiem



Globālās tendences saldumu ražošanā, kas ietekmē arī saldumu tirgu Latvijā

Veselīgs saldumu sastāvs

Latvijā, tāpat kā pasaulē kopumā, iedzīvotāji aizvien vairāk domā par veselīgu dzīvesveidu. Arī attiecībā uz saldumiem. Eiropā arvien vairāk pieaug patērētāju interese par bioloģisko šokolādi, šīm tendencēm arī seko Latvijā. Pēdējo divu gadu laikā Eiropā organiskās šokolādes tirgus ir pieaudzis par 6%. Vislielākie bioloģiskās šokolādes piekritēji ir vācieši, viņiem seko francūži⁴.

Pēc SIA „Orkla Confectionery & Snacks Latvija” veiktā uzskatu pētījuma datiem redzams, ka 34% iedzīvotāju ir sākuši ēst veselīgākas uzkodas pēdējo trīs gadu laikā. Veselīga uzkoda Latvijā tiek saprasta kā tāda, kas ir pagatavota no svaigām un dabiskām izejvielām un bez pievienotām krāsvielām, garšas pastiprinātājiem un E vielām. Ja salīdzina dažādas saldumu grupas, tad tieši šokolādes saldumus Latvijas iedzīvotāji uzskata par veselīgāku kārumu (ja salīdzina ar, piemēram, kūkām vai vafelēm). Turklāt 58% iedzīvotāju uzskata, ka tumšās šokolādes gardumi ir drīzāk veselīgi.

Ekskluzīvi, ar rokām gatavoti produkti

Pasaules saldumu tirgū roku darbs ir ekskluzivitātes mēraukla, tāpat arī pieaug pieprasījums pēc augstas kvalitātes un ekskluzīviem šokolādes produktiem. Tāpēc arī Latvijā ražotāji investē gan ražošanas procesu attīstīšanā, gan produktu izstrādē, lai piedāvātu inovatīvākus un pircējiem interesantus ekskluzīvā segmenta produktus.

⁴ Europe Confectionery Market - Segmented by Product Type, Distribution Channel, and Geography – Growth, Trends, and Forecast (2018 - 2023): <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/europe-confectionery-market>



Saldumu izvēles un patēriņa paradumi iedzīvotāju vidū

Latvijas iedzīvotāju paradumus saldumu lietošanā centāties noskaidrot pētījuma ietvaros, kas tika veikts 2018. gada novembrī ar pētījumu centra SKDS starpniecību. Pētījumā piedalījās 1005 Latvijas iedzīvotāji vecumā no 18 līdz 75 gadiem, kas sniedza savu vērtējumu par saldumu izvēli un lietošanu ikdienas uzturā.

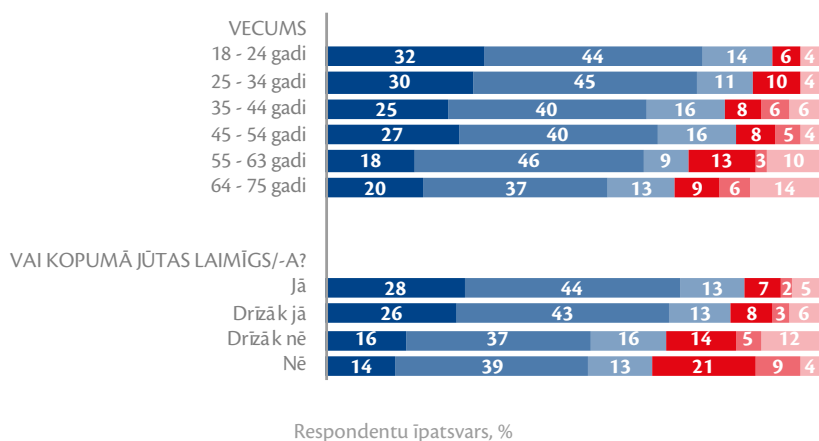
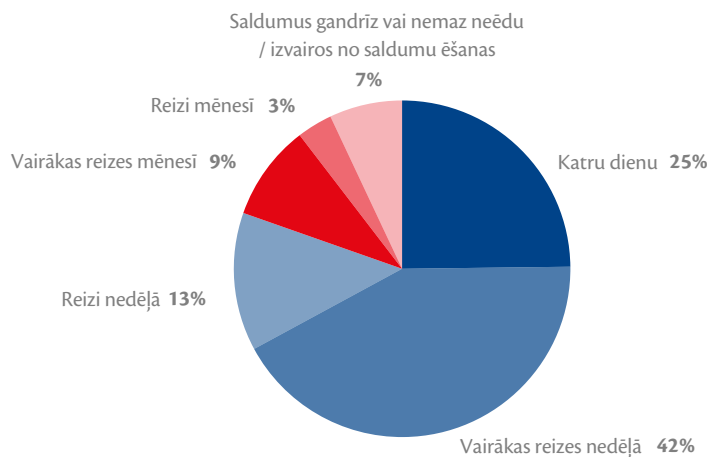
Saskaņā ar iedzīvotāju aptaujas rezultātiem, **katru dienu saldumus ēd 25% Latvijas iedzīvotāju, 42% tos ēd vairākas reizes nedēļā**, savukārt 7% respondentu norādījuši, ka saldumus gandrīz vai nemaz neēd, vai arī tie izvairās no saldumu ēšanas vispār.

Aptaujas dati liecina, ka **saldumu ēšanas biežums samazinās pa vecuma grupām – ja vecuma grupā no 18 līdz 24 gadiem saldumus ēd katru dienu vai vairākas reizes nedēļā kopā 76% aptaujāto iedzīvotāju, tad vecuma grupā no 64 līdz 75 gadiem saldumus tik bieži ikdienā lieto vairs tikai 57% iedzīvotāju.**

Aptaujas laikā novērojām interesantu sakritību – tie respondenti, kuri biežāk ēd saldumus, atzīst, ka jūtas laimīgāki. Tie, kas jūtas laimīgi un ēd saldumus vairākas reizes nedēļā ir par 19% vairāk kā to iedzīvotāju, kas jūtas nelaimīgi.



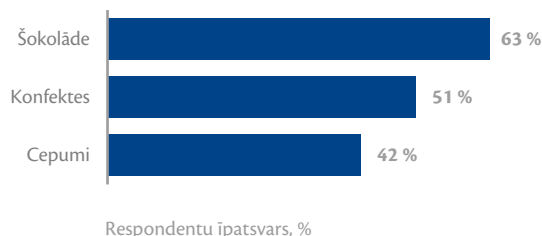
Cik bieži Jūs ēdat saldumus?



Iemīļotākie saldumu veidi – šokolāde, konfektes un cepumi

Pēc aptaujas datiem TOP 3 populārākie saldumi iedzīvotāju vidū ir šokolāde (63%), konfektes (51%) un cepumi (42%).

Kurus no šiem saldumu veidiem Jūs visbiežāk ēdat?





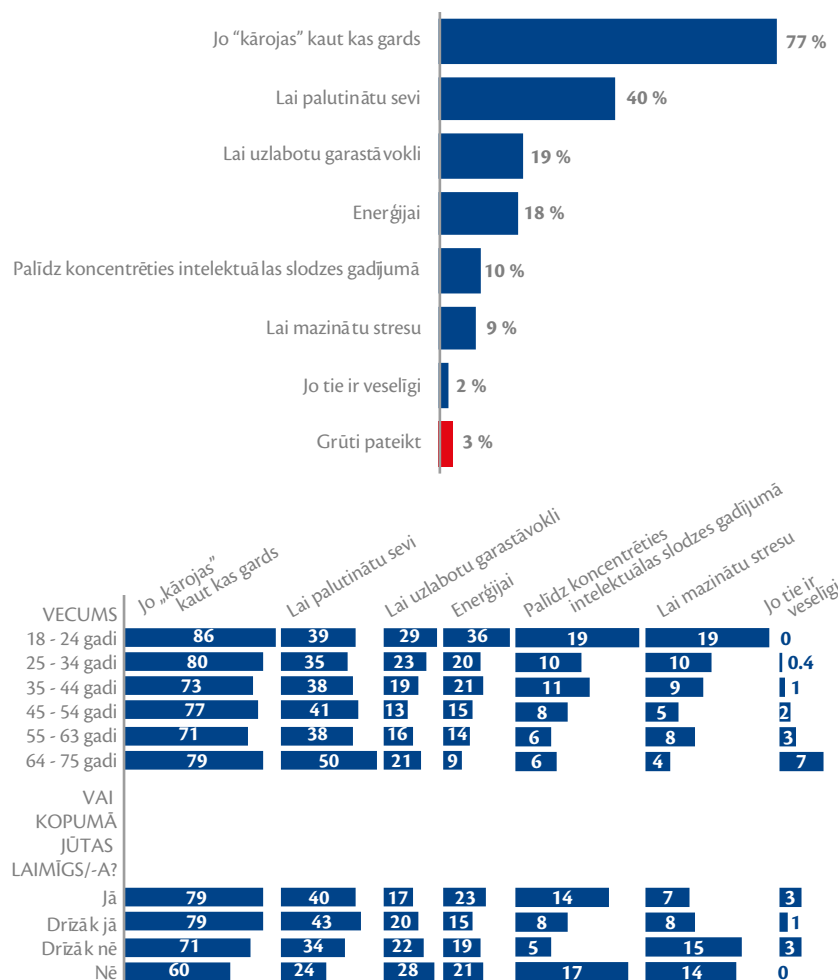
Visbiežāk ēd saldumus, jo „kārojas”

Visbiežāk iedzīvotāji ēd saldumus, jo „kārojas” kaut kas gards, tā norādījuši 77% respondentu. Savukārt 40% norādījuši, ka ēd saldumus, lai palutinātu sevi, 19% iedzīvotāju to dara, lai uzlabotu garastāvokli un 18% respondentu norādījuši, ka, ēdot saldumus, vairo enerģiju.

Gados jaunākā paaudze saldumus ēd izteikti vairāk kā citas paaudzes tāpēc, ka tie dod enerģiju – tā atbildējuši 36% iedzīvotāju vecuma grupā no 18 līdz 24 gadiem. Savukārt gados vecākā paaudze vairāk kā citas paaudzes ēd saldumus, lai palutinātu sevi – tā atbildējuši 50% iedzīvotāju vecuma grupā no 64 līdz 75 gadiem.

Lai arī lielākā daļa iedzīvotāju, kuri nejūtas laimīgi, atzīmēja, ka saldumus ēd retāk, tomēr 15% no šiem respondentiem saldumus ēd tāpēc, lai mazinātu stresu.

Kādi ir biežākie iemesli, kāpēc Jūs mēdzat ēst saldumus?



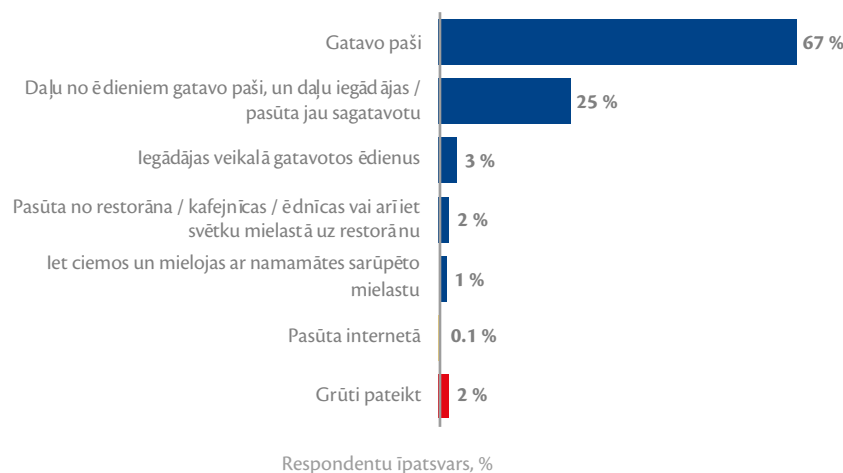
Respondentu īpatsvars, %



Ziemassvētku mielastu labprātāk gatavojam paši pēc tradicionālām receptēm

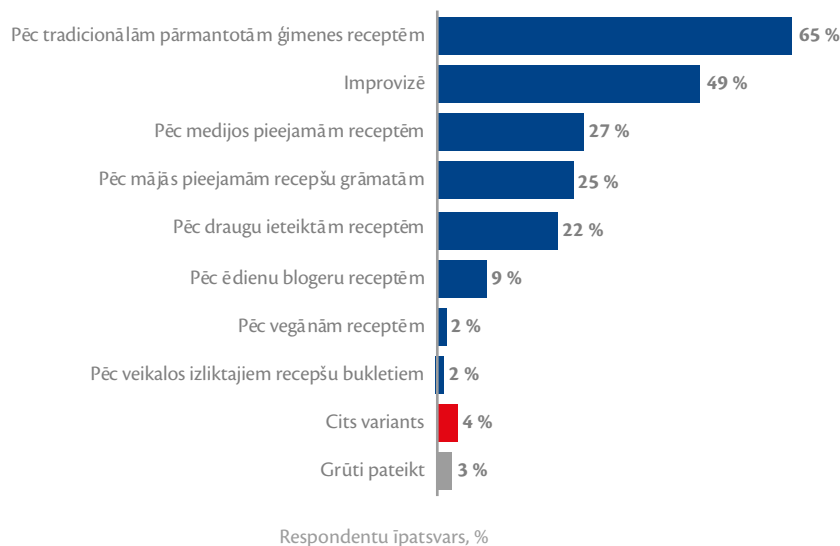
Saskaņā ar aptaujas rezultātiem, lielākā daļa iedzīvotāju (67%) svētku maltīti gatavo paši, ceturtdaļa jeb 25% iedzīvotāju daļu no ēdieniem gatavo paši, un daļu iegādājas vai pasūta jau sagatavotu. Iedzīvotāji labprātāk paši gatavo Ziemassvētku mielastu, jo pēc aptaujas datiem tikai 3% iedzīvotāju iegādājas veikalā gatavotos ēdienus, 2% iedzīvotāju pasūta ēdienu no restorāna, kafējnīcas vai ēdnīcas un tikai 1% iet ciemos un mēlojas ar namamātes sarūpēto mielastu.

Domājot par tipisku Jūsu ģimenes svētku mielastu, vai Jūs to gatavojat pats/-i vai arī iegādāties / pasūtāt citu cilvēku gatavoto ēdienu?



Latvijas iedzīvotāji ir tradīciju piekritēji. Pēc aptaujas rezultātiem redzams, ka lielākā daļa iedzīvotāju (65%) svētku maltīti gatavo pēc tradicionālām un pārmantotām ģimenes receptēm. Gandrīz puse (49%) iedzīvotāju improvizē, savukārt ceturtdaļa gatavo maltīti pēc medijos pieejamām receptēm (27%) un mājās atrodamajām receptu grāmatām (25%). Savukārt 9% gatavo pēc ēdienu blogeru receptēm. Mazāk populāras ir vegānu receptes (2%) un veikalos atrodamo receptu bukleti (2%).

Kā Jūsu ģimenē gatavo svētku mielastu?

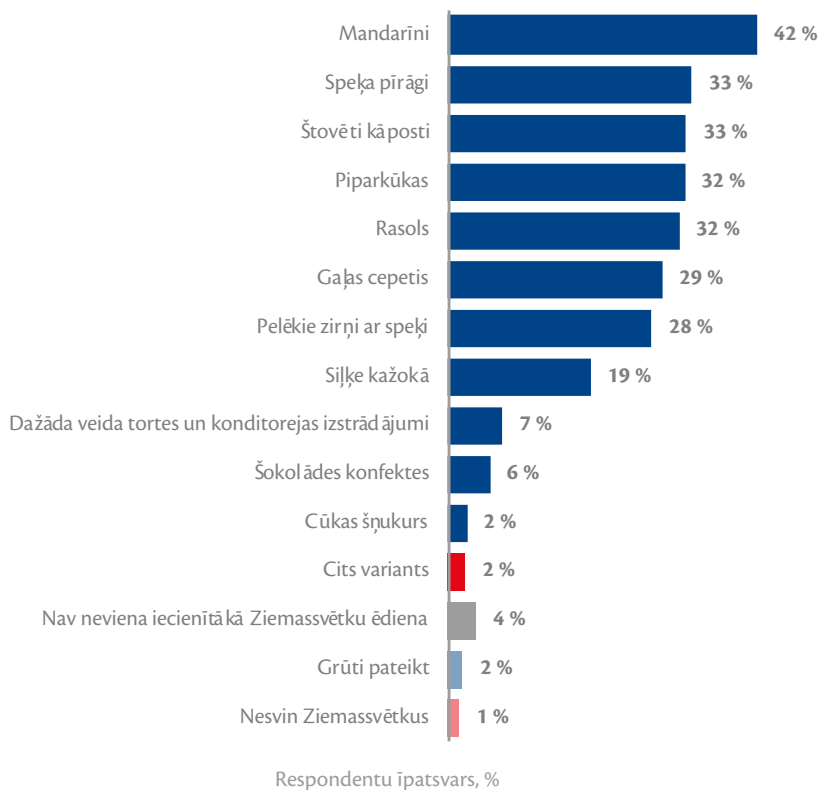




Iecienītākais Ziemassvētku ēdiens – mandarīni

Visiecenītākais Ziemassvētku ēdiens Latvijas iedzīvotājiem ir mandarīni – tā norādījuši 42% respondentu. Aiz mandarīniem seko speķa pīrāgi (33%), štovēti kāposti (33%), piparkūkas (32%), rasols (32%), gaļas cepetis (29%) un pelēkie zirņi ar speķi (28%). Mazāk populāra ir siļķe kažokā (19%). Dažāda veida tortes un konditorejas izstrādājumus (7%), kā arī šokolādes konfektes (6%) salīdzinājumā ar citiem svētku ēdieniem iedzīvotāji iecienījuši mazāk. Bet cūkas šņukuru kā iecienītāko ēdienu atzīmējuši tikai 2% iedzīvotāju.

Kuri no šiem ir Jūsu iecienītākie Ziemassvētku ēdieni?



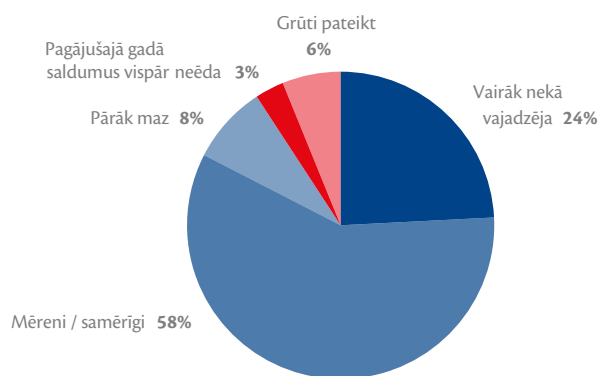


Saldumu patēriņš Ziemassvētkos lielākoties mērens

Lai arī saldus ēdienus un šokolādes konfektes lielākā daļa iedzīvotāju neatzīmēja kā vienus no iecienītākajiem Ziemassvētku ēdieniem, tomēr gandrīz **ceturtdaļa iedzīvotāju (24%) norāda, ka saldumus pagājušā gada Ziemassvētkos patērējuši vairāk nekā vajadzēja, savukārt 8% norādījuši, ka tos patērējuši pārāk maz.** 58% respondentu atzina, ka tos patērēja mēreni un 3% tos neēda nemaz.

47% jauniešu vecuma grupā no 18 līdz 24 gadiem atzīst, ka saldumus patērējuši vairāk nekā vajadzēja. Bet 16% no tiem respondentiem, kas nejūtas laimīgi secinājuši, ka pagājušā gada Ziemassvētkos saldumus ēduši pārāk maz.

Domājot par pagājušā gada Ziemassvētku saldumu patēriņu, kā jums šķiet, cik daudz saldumus Jūs apēdāt?



VECUMS				
18 - 24 gadi	47	41	7	6
25 - 34 gadi	27	60	8	23
35 - 44 gadi	25	56	8	5 7
45 - 54 gadi	26	58	8	3 5
55 - 63 gadi	16	62	9	4 10
64 - 75 gadi	14	66	10	4 7

VAI KOPUMĀ JŪTAS LAIMĪGS/-A?				
Jā	25	61	8	2 4
Drīzāk jā	26	60	7	2 5
Drīzāk nē	21	51	15	7 6
Nē	16	39	16	6 22

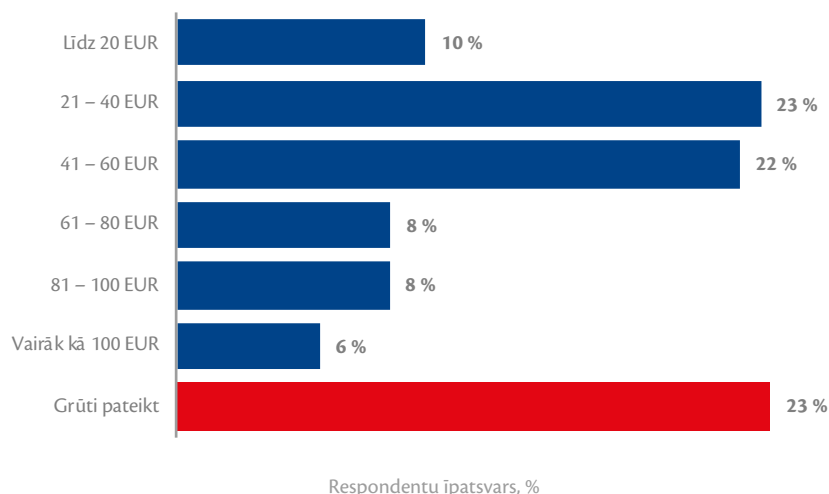
Respondentu īpatsvars, %



Ziemassvētku mielastu tēriņi visdažādākie

Šajos Ziemassvētkos 10% respondentu svētku mielastam plāno tērēt līdz 20 eiro, **gandrīz ceturtdaļa mājsaimniecību jeb 23% plāno tērēt no 21 līdz 40 eiro, bet 22% iedzīvotāju plāno tērēt no 41 līdz 60 eiro.** No 61 līdz 80 un no 81 līdz 100 eiro svētku mielastam plāno tērēt 8% iedzīvotāju. Vairāk kā 100 eiro plāno tērēt 6% iedzīvotāju. Pirms svētku periodā vēl skaidru plānu par gaidāmajiem tēriņiem nebija 23% iedzīvotāju.

Cik daudz naudas šogad Jūsu mājsaimniecība plāno tērēt Ziemassvētku mielasta sagatavošanai?



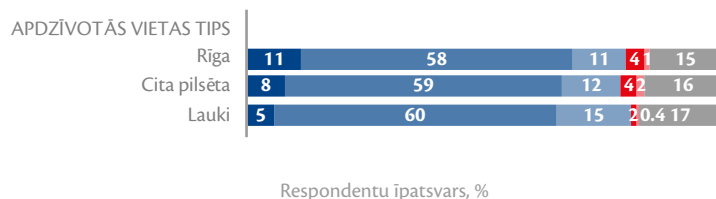
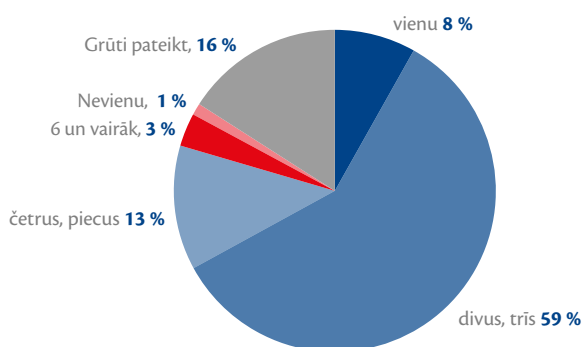


Produktu iegāde Ziemassvētku mielastam

59% iedzīvotāju Ziemassvētku mielasta sagādāšanai plāno apmeklēt divus līdz trīs veikalus. Tikai 8% visu plāno iegādāties vienā veikalā, bet 13% iedzīvotāju plāno apmeklēt pat četrus vai piecus veikalus.

Zīmīgi, ka lauku iedzīvotāji vairāk nekā pilsētnieki visu nepieciešamo plāno iegādāties, dodoties uz diviem līdz trīs veikaliem. Ja Rīgā, kur lielveikalu netrūkst, uz vienu veikalu plāno doties 11% rīdzinieku, bet uz 2 līdz 3 veikaliem plāno doties 58% rīdzinieku, tad laukos tikai 5% iedzīvotāju plāno visu iegādāties tikai vienā veikalā, bet 60% lauku iedzīvotāju plāno doties uz diviem līdz trīs veikaliem.

Cik veikalus Jūs šogad plānojat apmeklēt, lai nopirktu visu nepieciešamo Ziemassvētku mielasta galdam?





Kopsavilkums

Saldumu tirgus situācija

1. Kopējais saldumu tirgus Latvijā pēdējos 12 mēnešos ir bijis salīdzinoši stabils. Saldumu pārdošanas rādītājus ietekmē sezonālitate un laika apstākļi.
2. Šokolāde ir pats populārākais saldumu veids pasaulē. Latvijā viens iedzīvotājs gada laikā apēd 3.9 kg šokolādes.
3. Eiropā pieaug patērētāju interese par bioloģisko šokolādi, kā arī roku darbs ir ekskluzivitātes mēraukla. Tāpat arī pieaug pieprasījums pēc augstas kvalitātes un ekskluzīviem šokolādes produktiem.

Iedzīvotāju saldumu patēriņa paradumi

4. 67% Latvijas iedzīvotāju saldumus ēd vairākas reizes nedēļā vai pat katru dienu. Saldumu lietošana asociējas ar kaut ko labu: tos ēd, jo „kārojas” kaut kas gards, gribas palutināt sevi, uzlabot garastāvokli un vairot enerģiju.
5. Respondenti, kuri biežāk ēd saldumus, atzīst, ka jūtas laimīgāki.
6. Kaut gan saldumi nav iecienītāko ēdienu sarakstā Ziemassvētkos, gandrīz katrs ceturtais Latvijas iedzīvotājs atdzīst, ka pagājušajos Ziemassvētkos ir apēdis vairāk saldumu nekā vajadzētu.
7. 65% iedzīvotāju svētku maltīti gatavo pēc tradicionālām pārmantotām ģimenes receptēm. Citas populārākās atbildes maltīšu gatavošanai svētkos: improvizācija, receptes medijos un recepšu grāmatās.
8. Visieciņākais Ziemassvētku ēdiens ir mandarīni, tā norādījuši 42% iedzīvotāju. Tiem seko speķa pīrāgi, štovēti kāposti, piparkūkas, rasols, gaļas cepetis un pelēkie zirņi ir speķi.
9. 45% iedzīvotāju plāno Ziemassvētku mielastam tērēt no 21 līdz 60 eiro, no 61 līdz 100 eiro plāno tērēt 16% iedzīvotāju. Pirms svētku periodā vēl skaidru plānu par tēriņiem nebija 23% iedzīvotāju.
10. 59% iedzīvotāju Ziemassvētku mielasta sagādāšanai plāno apmeklēt divus līdz trīs veikalus, tikai 8% iedzīvotāju visu plāno iegādāties vienā veikalā.