



**1. daļa**

**Makroekonomika**

Mazumtirdzniecības nozares tendences 2019. un 2020. gadā

**2. daļa**

**Iepirkšanās paradumi**

Pētījuma rezultātu apkopojums

**3. daļa**

**Pārtikas kvalitāte**

Iedzīvotāju izpratne par pārtikas kvalitāti un svarīgākajiem tās kritērijiem

# SATURS

|                                                                                                     |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Ievads .....                                                                                        | 3         |
| <b>Makroekonomika: mazumtirdzniecības nozares tendences</b>                                         |           |
| <b>2019. un 2020. gadā .....</b>                                                                    | <b>4</b>  |
| IKP un ekonomikas attīstība .....                                                                   | 5         |
| Darba tirgus.....                                                                                   | 6         |
| Inflācija .....                                                                                     | 9         |
| Mazumtirdzniecība pārtikas veikalos.....                                                            | 12        |
| Kopsavilkums .....                                                                                  | 14        |
| <b>Iepirkšanās paradumi: pētījums par iedzīvotāju iepirkšanās</b>                                   |           |
| <b>paradumiem un makroekonomikas rādītāju ietekmi uz tiem .....</b>                                 | <b>15</b> |
| Attālinātas iepirkšanās uzvaras gājiens .....                                                       | 16        |
| Pieaug cenas faktora nozīme veikalu izvēlē .....                                                    | 18        |
| Pircēju apmierinātība ar veikaliem pieaug .....                                                     | 20        |
| Gada laikā pircēji nav mainījuši iepirkšanās biežumu,<br>taču to ietekmēja ārkārtas situācija. .... | 21        |
| Tēriņi pārtikas iegādei palielinājušies gandrīz 65% iedzīvotāju .....                               | 22        |
| Dod priekšroku ekoloģiskiem produktiem. ....                                                        | 25        |
| Ienākumi samazinājušies teju 22% iedzīvotāju .....                                                  | 26        |
| Arvien mazāk cilvēku veido uzkrājumus.....                                                          | 27        |
| Vairāk cilvēku veido uzkrājumus „nebaltai dienai” .....                                             | 28        |
| Cilvēku iepirkšanās paradumu izmaiņas Covid-19 izplatības ietekmē ...                               | 29        |
| Kopsavilkums .....                                                                                  | 31        |
| <b>Pārtikas kvalitātes ABC: cik liela loma patiesībā ir produktu kvalitātei?..</b>                  | <b>32</b> |
| Latvijas iedzīvotāju pirkšanas paradumi –<br>vietējie produkti iepirkumu grozos.....                | 34        |
| Kvalitātes loma pārtikas produktu izvēlē .....                                                      | 36        |
| Vairums vērtē pārtikas produktus lielveikalu plauktos kā kvalitatīvus. ...                          | 38        |
| Galvenie kvalitātes kritēriji – produkta sastāvs, izejvielas un garša .....                         | 40        |
| Dažādu pārtikas produktu iegādes biežums .....                                                      | 44        |
| Kopsavilkums .....                                                                                  | 45        |



## Mazumtirdzniecība Covid-19 ietekmē: jaunā realitāte un tendences nozarē varētu saglabāties ilgtermiņā



Pēdējo mēnešu laikā visa pasaule un arī Latvija piedzīvoja straujas un līdz šim nepieredzētas pārmaiņas, kas sekmēja neizbēgamas izmaiņas iedzīvotāju ikdienā un daudzās darbības nozarēs, tostarp mazumtirdzniecībā, liekot uzņēmumiem pārskatīt ne tikai savu ikdienas darbību, bet arī turpmākos plānus un ieceres. Mazumtirgotāji bija spiesti operatīvi pielāgoties situācijai, ieviešot veikalos dažādas iniciatīvas vīrusa izplatības mazināšanai. Lai gan ierobežojošie pasākumi valstī pakāpeniski tiek mīkstināti, sociālās distancēšanas ievērošana nenoliedzami atstās paliekošas sekas uz cilvēku iepirkšanās paradumiem veikalos un attālināti arī turpmāk.

Ņemot vērā, ka iedzīvotāju aptauja jaunākā „Maxima mazumtirdzniecības kompass” pētījuma ietvaros norisinājās 2020. gada martā, iegūtie dati daļēji atspoguļo pirms-Covid realitāti un jo interesantāk ir analizēt iegūtos datus, salīdzinot tos ar citiem „Maxima Latvija” iekšējiem klientu pētījumiem pēc ārkārtas situācijas ieviešanas marta otrajā pusē, aprīlī un maijā.

Gan pētījuma dati, gan „Maxima Latvija” pieredze apliecina, ka lielai daļai sabiedrības iepirkšanās e-vidē, izmantojot pārtikas preču tirdzniecības platformas, kļūs par neatņemamu ikdienas sadzīves organizēšanas sastāvdaļu, savukārt, apmeklējot veikalus klātienē, drošības pasākumu ievērošana kļūs par ieradumu. „Maxima Latvija” dati par pieprasītākajām precēm ārkārtas situācijas laikā liecina, ka Latvijas iedzīvotāji, neskatoties uz sākotnējo vēlmi iegādāties preces ar ilgu derīguma termiņu, turpina ēst kvalitatīvi, sabalansēti un veselīgi, ikdienas ēdienkartē izvēloties augļus, dārzeņus, piena produktus un gaļu. Tajā pašā laikā šī brīža situāciju raksturo tendence, ka klienti aizvien vairāk pievērš uzmanību produktu cenām. Zinot, cik daudzas nozares un tajās strādājošos ietekmēja ārkārtas situācijas stāvoklis, šī tendence visticamāk saglabāsies arī turpmāk, un tirgus dalībnieki būs spiesti rast iespējas cenu samazinājumam, vienlaicīgi nodrošinot pircējiem augstas kvalitātes produktus. Ja ar cenām viss vairāk vai mazāk ir skaidrs, tad produktu kvalitāte ir gana subjektīvs jēdziens. Katram no mums ir diezgan atšķirīgi priekšstatīti par to, kādu produktu var saukt par kvalitatīvu un kādu nē.

Tāpēc, kā jau ierasts, pēdējo četru gadu laikā veidojot jaunu nozares apskatu, mēs pievēršamies aktuālai tēmai – šoreiz pētījām Latvijas iedzīvotāju uzskatus par to, kā viņi vērtē dažādu produktu kvalitāti un kādiem kvalitātes kritērijiem pievērš lielāku uzmanību. Pētījuma ietvaros centāmies noskaidrot, kādi faktori, pēc pircēju domām, liecina par pārtikas produktu kvalitāti, kādi kritēriji tiek uzskatīti par visbūtiskākajiem un cik nozīmīgi tie ir produktu iegādes brīdī, kā arī, kā šie kritēriji atšķiras dažādām produktu grupām un vai cenai ir izšķiroša nozīme šajā jautājumā.

Apzinoties būtisku pandēmijas krīzes ietekmi uz ekonomiku un sabiedrību kopumā, arī turpmāk sekosim līdzī situācijas attīstībai un tās ietekmei uz mazumtirdzniecības nozari, piedāvājot ikvienam interesentam visaptverošu informāciju par aktualitātēm un jaunākajām tendencēm.

Lai interesanta lasīšana!

Valdis Zeps, „Maxima Latvija” finanšu direktors





# MAKRO EKONOMIKA

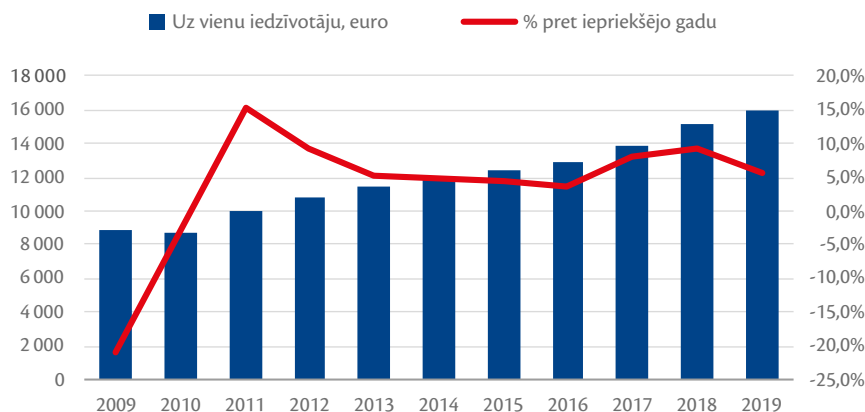
**Mazumtirdzniecības  
nozares tendences  
2019. un 2020. gadā**





## IKP un ekonomikas attīstība

### IKP uz vienu iedzīvotāju



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

### Latvijas ekonomika pagājušajā gadā augusi par 2,2%, kas ir krietni lēnāk, nekā iepriekšējos gados

2019. gadā Latvijas ekonomika piedzīvoja izaugsmes tempu palēnināšanos, tajā pašā laikā uzrādot 4,9% izaugsmi, salīdzinot ar 2018. gadu faktiskajās cenās. Savukārt iekšzemes kopprodukts (IKP) 2019. gadā salīdzināmajās cenās pieaudzis par 2,2%, kas ir ievērojami mazāk, nekā citās Baltijas valstīs – Igaunijā (4,4%) un Lietuvā (3,9%).<sup>1</sup>

Kā secinājusi Finanšu ministrija, 2019. gadā Latvijas ekonomisko izaugsmi virzīja iekšzemes pieprasījuma pieaugums, kas bija saistīts ar iedzīvotāju ienākumu kāpumu un sarūkošo bezdarbu. Privātais patēriņš pērn palielinājās par 2,9%. 2019. gadā straujāko izaugsmi uzrādīja lauksaimniecība un pakalpojumu nozares – veselība un sociālā aprūpe, izmitināšana un ēdināšana, profesionālie, zinātniskie un tehniskie pakalpojumi, kā arī māksla un izklaide. 2019. gadā kritumu uzrādīja transporta, finanšu un apdrošināšanas nozares. Transporta nozares sarukumu ietekmēja kravu tranzīta kritums caur Latvijas ostām. Tas saistīts ar Krievijas lēmumu pārorientēt kravas uz savām Baltijas jūras ostām, kā arī ar pieprasījuma kritumu pēc Krievijas ogleņiem pasaules tirgos. Runājot par 2020. gada sākumu, janvārī, salīdzinot ar 2019. gada janvāri, kravu apgrozījums Latvijas ostās saruka par 28,8%, kas norāda uz transporta sektora nelabvēlīgām perspektīvām 2020. gadam.<sup>2</sup>

Ņemot vērā 2020. gada sākumā aktuālās norises pasaules tautsaimniecībā, t.sk. Covid-19, Latvijas Bankas ekonomisti prognozē -7,5% IKP kritumu (iepriekšējā gada decembrī 2020. gada prognoze bija 2,6% IKP kāpums).<sup>3</sup> Finanšu ministrijas prognozes, kas izstrādātas 2020. gada aprīlī Latvijas Stabilitātes programmas 2020–2023 ietvaros liecina, ka IKP 2020. gadā samazināsies par -7,9% (faktiskajās cenās).<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Santa Bērziņa, Latvijas bankas ekonomiste, „Kas kaimiņvalstīs izdēvis labāk?” (04.03.2020.): <https://www.makroekonomika.lv/kas-kaiminvalstis-izdevies-labak>

<sup>2</sup> Finanšu Ministrija, 28.02.2020.: FM: 2019. gadā Latvijas ekonomisko izaugsmi virzīja iekšzemes pieprasījuma pieaugums – Latvijas Republikas Finanšu ministrija

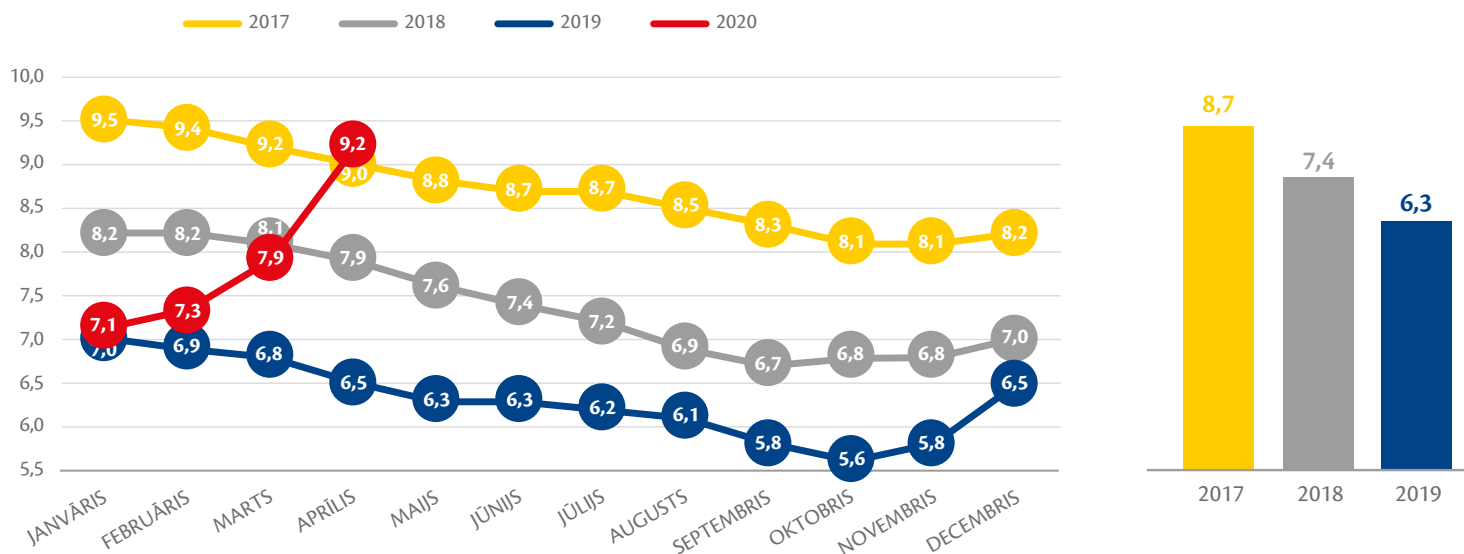
<sup>3</sup> Latvijas Banka, 5.06.2020.: <https://www.makroekonomika.lv/lapa/par-latvijas-bankas-makroekonomiskajam-prognozēm>

<sup>4</sup> Finanšu ministrija, 30.04.2020.: [https://www.fm.gov.lv/lv/sadalas/tautsaimniecibas\\_analize/tautsaimniecibas\\_analize/galvenie\\_makroekonomiskie\\_raditaji\\_un\\_prognozes/](https://www.fm.gov.lv/lv/sadalas/tautsaimniecibas_analize/tautsaimniecibas_analize/galvenie_makroekonomiskie_raditaji_un_prognozes/)



## Darba tirgus

Bezdarba līmenis, %



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

2019. gadā nodarbināto iedzīvotāju skaits saglabājās iepriekšējā gada līmenī, savukārt bezdarba līmenis turpināja samazināties. 2019. gadā bezdarba līmenis bija vidēji 6,3%, kas ir otrais zemākais rādītājs kopš 1996. gada, mazāks bezdarbs Latvijā bija tikai 2007. gadā, kad bezdarba līmenis sasniedza 6,1%.

**Pērn bezdarba līmenis turpināja samazināties, gandrīz sasniedzot 2007. gada rādītājus, taču 2020. gadā darba tirgū ir notikušas lielas izmaiņas, kuru galvenais cēlonis ir ārkārtas stāvoklis saistībā ar Covid-19 izplatīšanos**

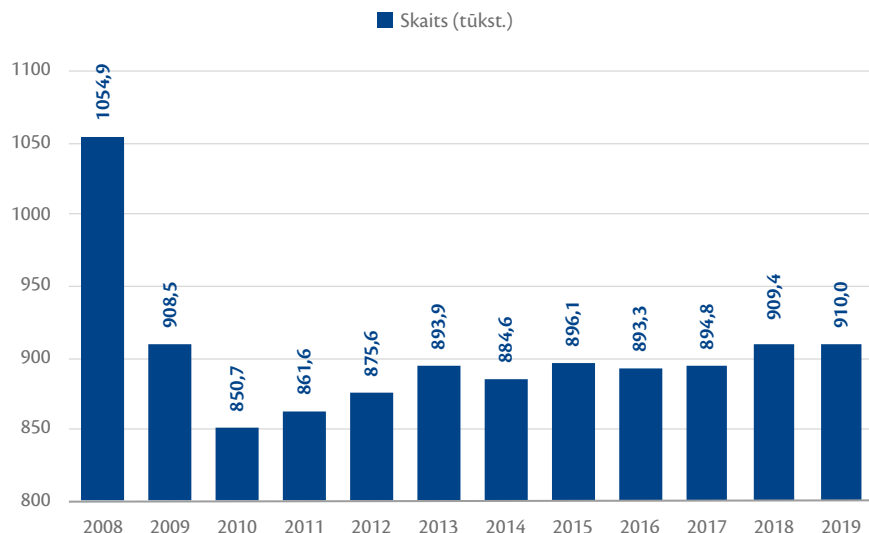
Pērn bezdarba līmenis samazinājās visos Latvijas reģionos, visstraujāk – Kurzemes reģionā. Zemākais bezdarba līmenis ir bijis Pierīgas reģionā – ap 3,9% (-0,8% pret iepriekšējo gadu) un Rīgas reģionā – ap 5,7% (-0,8% pret iepriekšējo gadu), augstākais – Latgalē – 10,7% (-1,1% pret iepriekšējo gadu).<sup>5</sup>

<sup>5</sup> Centrālās statistikas pārvaldes dati par ekonomiskās aktivitātes, nodarbinātības un bezdarba līmeni Latvijas reģionos: [https://data1.csb.gov.lv/pxweb/lv/sociala/sociala\\_nodarb\\_aktivitate\\_ikgad/NBG040.px/table/tableViewLayout1/](https://data1.csb.gov.lv/pxweb/lv/sociala/sociala_nodarb_aktivitate_ikgad/NBG040.px/table/tableViewLayout1/)



Rādītāju samazināšanu galvenokārt ietekmēja mazāks darbaspējas vecuma iedzīvotāju skaits un neliels darbaspējas vecuma iedzīvotāju ekonomiskās aktivitātes samazinājums.<sup>6</sup> Kvalificētā darbaspēka trūkumu, kā vienu no aizvadītā gada lielākajiem izaicinājumiem, bieži uzsvera arī Latvijas uzņēmēji.

### Nodarbināto skaits



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

Latvijā 2019. gadā nodarbināto skaits nav uzrādījis būtisku pieaugumu (+0,07%), salīdzinot ar iepriekšējo gadu. Lielākais nodarbināto kritums ir transporta un uzglabāšanas nozarē<sup>7</sup>, kas var būt saistīts ar nelabvēlīgo ārējo ietekmi, tai skaitā kravu plūsmas kritumu Latvijā. Darba tirgu ietekmēja arī negatīvās demogrāfijas tendences.<sup>8</sup>

Pēdējā laikā darba tirgū ir notikušas lielas izmaiņas, kuru galvenais cēlonis ir ārkārtas stāvoklis saistībā ar Covid-19 izplatīšanos. Sakarā ar to jau 2020. gada aprīlī ir vērojams bezdarba līmeņa pieaugums līdz 9,2%. Balstoties uz datiem no 2020. gada aprīļa beigām, kopš ārkārtas situācijas izsludināšanas 29 darba devēji ir paziņojuši par kolektīvajām atļaišanām.<sup>9</sup> Latvijas Bankas eksperti uzskata, ka aktuālās norises tautsaimniecībā pasliktinās situāciju darba tirgū, taču, ņemot vērā valdības atbalstu uzņēmējiem, ietekme uz bezdarba pieaugumu nebūs tik liela, kā iepriekšējās globālās krīzes laikā.<sup>10</sup> Pēc Finanšu ministrijas prognozēm uz 2020. gada aprīļa beigām, šogad vidējais bezdarba līmenis varētu sasniegt 11,2%.<sup>11</sup> Pēc Latvijas Banka prognozēm uz 2020. gada sākumu, bezdarba līmenis šogad varētu sasniegt 9,6%.<sup>12</sup>

6 Finanšu ministrija, Bezdarba līmenis pagājušajā gadā būtiski pazeminājies (24.02.2020.): [https://www.fm.gov.lv/lv/sadalas/tautsaimniecibas\\_analize/tautsaimniecibas\\_analize/darba\\_tirgus/61719-fm-bezdarba-limenis-pagajusaja-gada-butiski-pazeminajies](https://www.fm.gov.lv/lv/sadalas/tautsaimniecibas_analize/tautsaimniecibas_analize/darba_tirgus/61719-fm-bezdarba-limenis-pagajusaja-gada-butiski-pazeminajies)

7 Centrālās statistikas pārvalde [http://data1.csb.gov.lv/pxweb/lv/sociala/sociala\\_\\_nodarb\\_\\_nodarb\\_\\_ikgad/NBG081.px/table/tableViewLayout1/](http://data1.csb.gov.lv/pxweb/lv/sociala/sociala__nodarb__nodarb__ikgad/NBG081.px/table/tableViewLayout1/)

8 Ekonomikas Ministrija, 20.02.2020.: Ekonomikas Ministrija

9 Nodarbinātības valsts aģentūras apkopotie dati, 20.04.2020.: Aprīlī bezdarbnieku skaits pieaudzis par 8000 | LA.LV

10 LATVIJAS BANKA, Latvijas Bankas prognozes: Latvijas IKP 2020. gadā samazināsies par 6,5%

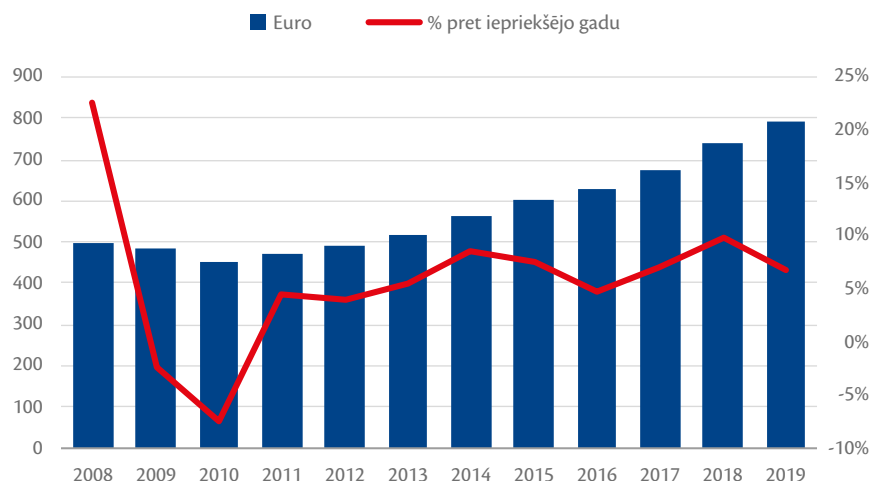
11 Finanšu ministrija, 30.04.2020.: [https://www.fm.gov.lv/lv/sadalas/tautsaimniecibas\\_analize/tautsaimniecibas\\_analize/galvenie\\_makroekonomiskie\\_raditaji\\_un\\_prognozes/](https://www.fm.gov.lv/lv/sadalas/tautsaimniecibas_analize/tautsaimniecibas_analize/galvenie_makroekonomiskie_raditaji_un_prognozes/)

12 Latvijas Banka, 5.06.2020.: <https://www.makroekonomika.lv/lapa/par-latvijas-bankas-makroekonomiskajam-prognozēm>





## Vidējās darba algas līmenis



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

Pēdējos gados Latvijā novērots vidējās darba algas kāpums visās nozarēs. Taču 2019. gadā strauji samazinājās vidējās algas pieauguma tempi, sastādot 6,8%, kas ir par -3,1 procentpunktiem mazāk nekā pērn. Aizvadītajā gadā darba samaksas pieaugumu veicināja pieprasījums darba tirgū,<sup>13</sup> savukārt demogrāfija un darbaspējīgo iedzīvotāju skaita samazināšanās bija liels izaicinājums darba devējiem<sup>14</sup>. Starp citiem darba algu ietekmējošiem faktoriem var minēt arī ar darbu saistīto nodokļu izmaiņas un valsts administratīvos pasākumus cīņā ar ēnu ekonomiku.<sup>15</sup> 2020. gada sākumā vēl joprojām novērots vidējās darba algas kāpums, salīdzinot ar iepriekšējo gadu, tomēr jau martā tās pieauguma temps sarucis līdz 4,7% (pret iepriekšējā gada martu).<sup>16</sup>

<sup>13</sup> Ekonomikas Ministrija, 20.02.2020.: [https://www.em.gov.lv/lv/ekonomikas\\_attistiba/ekonomiska\\_situacija/latvijas\\_ekonomikas\\_attistibas\\_parskats/](https://www.em.gov.lv/lv/ekonomikas_attistiba/ekonomiska_situacija/latvijas_ekonomikas_attistibas_parskats/)

<sup>14</sup> Agnese Buceniece, „Swedbank” vecākā ekonomiste, NRA, 01.03.2020.: Ekonomistu prognozes: Šogad vidējā bruto darba alga Latvijā sasniegs 1100 eiro – Latvijā – nra.lv

<sup>15</sup> Centrālās Statistikas dati, LA.LV, 02.12.2020.: Vidējā bruto darba alga trešajā ceturksnī Latvijā sasniedza 1091 eiro | LA.LV

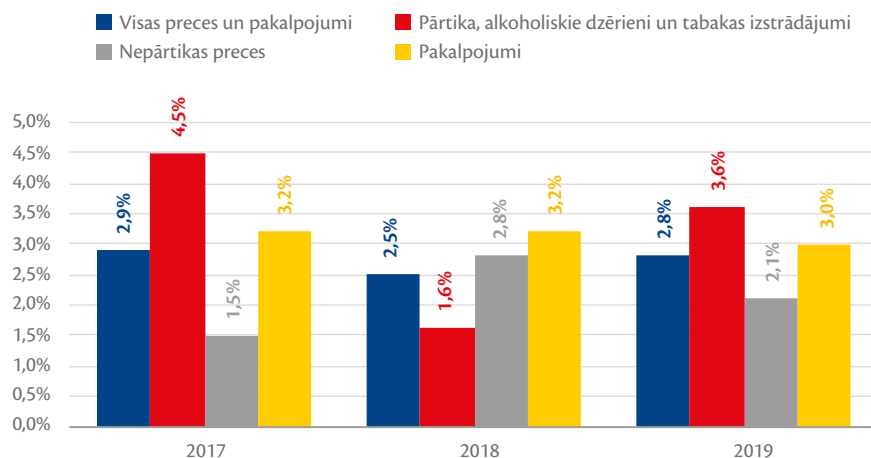
<sup>16</sup> Centrālās Statistikas pārvaldes dati: [http://data1.csb.gov.lv/pxweb/lv/sociala/sociala\\_\\_dsamaksa\\_\\_istern/DS010m.px/table/tableViewLayout1/](http://data1.csb.gov.lv/pxweb/lv/sociala/sociala__dsamaksa__istern/DS010m.px/table/tableViewLayout1/)





## Inflācija

### Gada inflācija, %

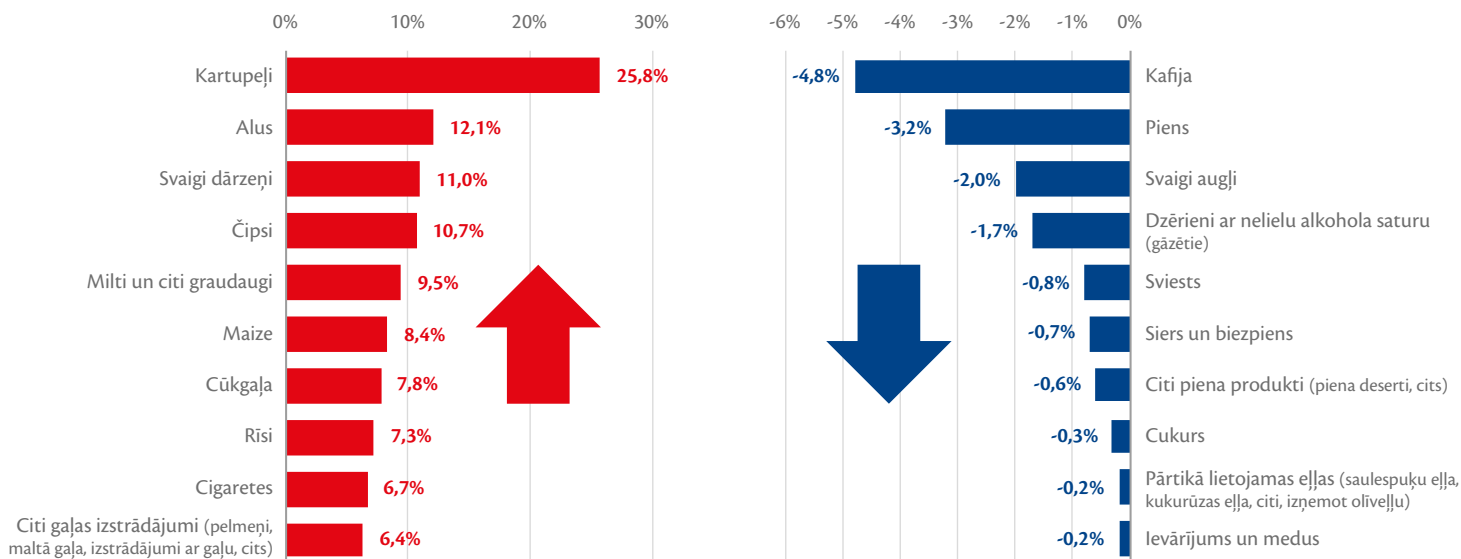


Avots: „Maxima Latvija” aprēķini, pamatojoties uz Centrālās statistikas pārvaldes datubāzes datiem

2019. gadā vidējā inflācija Latvijā bija 2,8%. To galvenokārt ietekmēja cenu kāpums pārtikas, alkoholisko dzērienu un tabakas izstrādājumiem – 3,6% (tostarp cenu kāpums pārtikai un bezalkoholiskajiem dzērieniem – 2,9%, alkoholiskajiem dzērieniem – 4,9%, tabakas izstrādājumiem – 6,7%), kā arī cenu pieaugums atsevišķās pakalpojumu un nepārtikas preču grupās. 2020. gada inflācijas tempa tendences ir līdzīgas 2017. gadam, kad kopējo inflācijas pieaugumu sekmēja pārtikas, alkoholisko dzērienu un tabakas izstrādājumu cenu pieaugums.

### Vislielākais cenu pieaugums un samazinājums pārtikas preču grupās 2019. gadā

Patēriņa cenu izmaiņas pret iepriekšējo gadu (%)



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

Vislielākais cenu pieaugums 2019. gadā pret iepriekšējo gadu novērojams kartupeļiem (25,8%), alum (12,1%), svaigiem dārzeņiem (11%). Alus cenas kāpums saistīts ar akcīzes nodokļa palielināšanu alkoholiskajiem dzērieniem. Kartupeļu un svaigu dārzeņu cenas kāpums saistīts ar iepriekšējā gada sauso vasaru un sliktu ražu. Maizes cenas



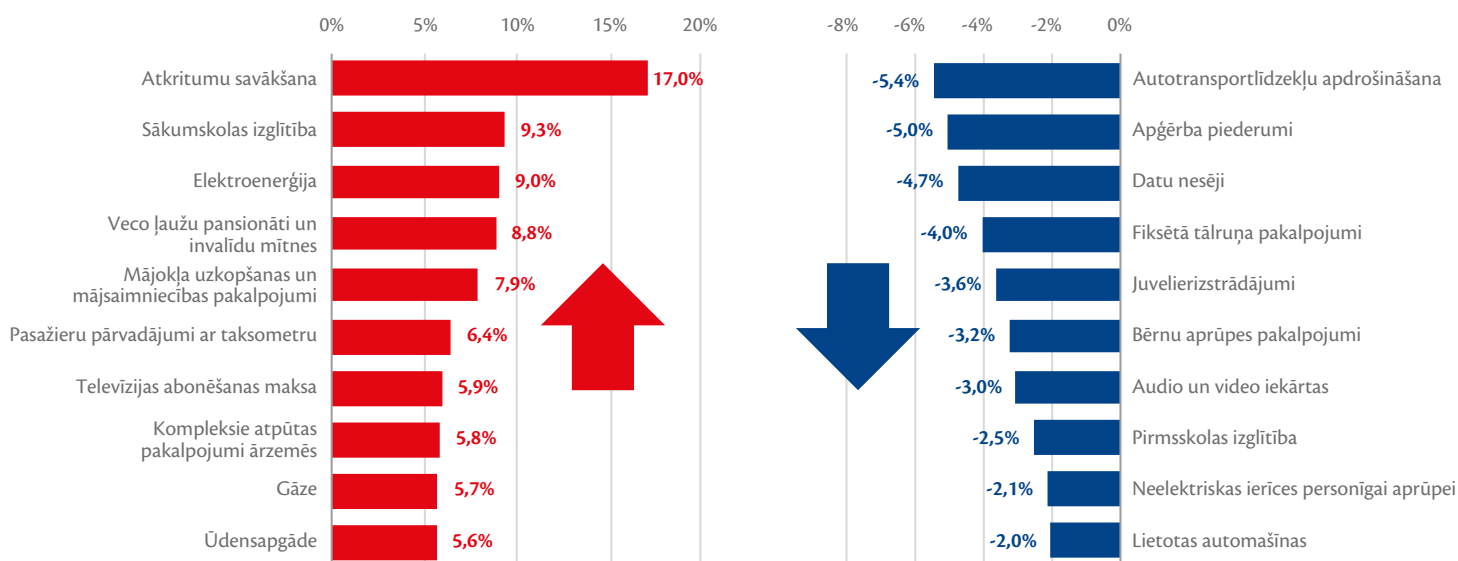
pieaugumu ietekmēja miltu cena un citu resursu cenu kāpums.<sup>17</sup> Attiecīgi miltu cenu kāpums ir saistīts ar pasaulē augošajām graudu cenām. Būtisku cenu kāpumu piedzīvoja arī gaļas produkti, kur vislielākais cenas pieaugums bija cūkgaļai (+7,8%). Tās cenu pasaulē ietekmēja cūkgaļas deficīts Ķīnā, kura, kā valsts, ir lielākais cūkgaļas ražotājs un patērētājs pasaulē. Šis gaļas deficīts bija saistīts gan ar Āfrikas cūku mēra izplatīšanos Ķīnā, augušo pieprasījumu, kā arī ar ASV un Ķīnas tirdzniecības karu.<sup>18</sup>

## Pērn pārtikas cenas auga sliktas ražas, akcīzes un ārējo tirgu ietekmē

Vislielākais cenu kritums 2019. gadā pret iepriekšējo gadu novērojams kafijai (-4,8%) un pienam (-3,2%). Kafijas cenu kritums saistīts ar cenu izmaiņām pasaules un Eiropas tirgos, bet piena produktiem cenu kāpumu 2019. gada pirmajā pusē ietekmēja spēcīgs pasaules pieprasījums, kuru noteica eksporta kritums no lielākajām ražotājvalstīm sakarā ar sezonāla piena ražošanas apjoma samazinājumu. Savukārt vasaras mēnešos eksporta pieejamība pieauga un pieprasījums samazinājās, kas ietekmēja piena produktu cenu kritumu.<sup>19</sup> Lielākais cenu kritums pienam (-6% pret iepriekšējo gadu) vērojams 2019. gada pēdējā ceturksnī.

### Vislielākais cenu pieaugums un samazinājums nepārtikas preču un pakalpojumu grupās 2019. gadā

Patēriņa cenu izmaiņas pret iepriekšējo gadu (%)



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

2019. gadā patēriņa cenas paaugstinājās vairākās pakalpojumu un nepārtikas preču nozarēs. Būtisku ietekmi uz patēriņa cenām 2019. gadā noteica komunālo pakalpojumu cenu kāpums. Liels cenu kāpums 2019. gadā bija elektroenerģijai (+9%) – tas saistīts ar straujo elektroenerģijas cenu kāpumu biržā. Gāzes cenas pieaugumu (+5,7%) galvenokārt noteica naftas cenu pieaugums pasaulē 2018. gadā, kas ietekmēja gāzes

17 Lauksaimniecības tirgus veicināšanas centra vadītāja asoc. prof., Dr. oec. Ingūna Gulbe, NRA 08.01.2020.: <https://nra.lv/ekonomika/latvija/301388-nra-peta-kas-latvija-sadardzinas-partikas-cenas.htm>

18 Finanšu ministrija, „Pārtikas cenu kāpums arvien vairāk sāk ietekmēt patēriņa cenas Latvijā” 09.09.2019.: <https://www.fm.gov.lv/lv/aktualitates/jaunumi/makroekonomika/60955-fm-partikas-cenu-kapums-arvien-vairak-sak-ietekmet-paterina-cenas-latvija>

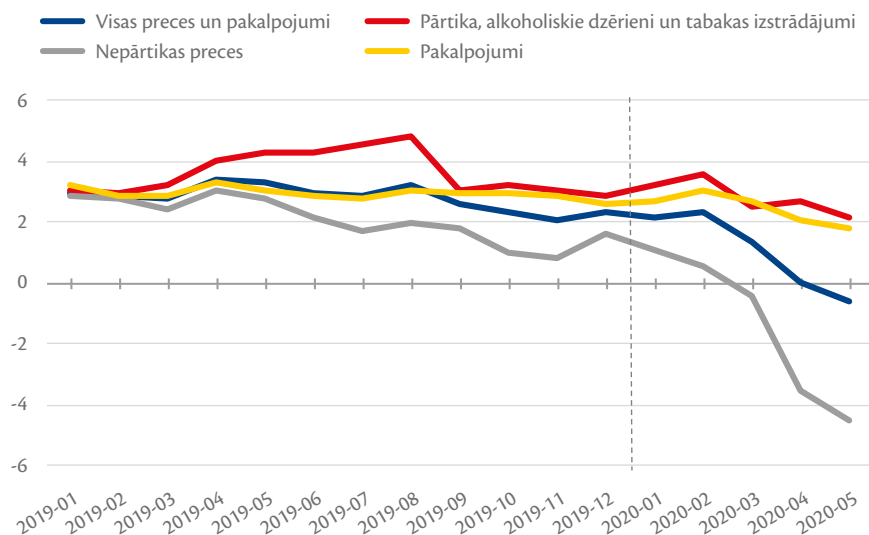
19 Ekonomikas ministrija, 10.01.2020.: <https://em.gov.lv/lv/jaunumi/26715-paterina-cenu-limeni-2019gada-visbutiskak-ietekmeja-cenu-kapums-pakalpojumiem-un-cenu-tendences-pasaule>



cenu kāpumu 2019. gada pirmajā pusē, kā arī jauno divpakāpju dabasgāzes sadales pakalpojumu tarifu ieviešanu (fiksēta maksa par pieslēgumu). Ūdensapgādes pakalpojumu cenu kāpumu (+6%) ietekmēja jaunie pakalpojumu tarifi. Atkritumu savākšanai cena pieauga par 17%. To ietekmēja palielinātās nodokļa likmes par atkritumu apglabāšanu.<sup>20</sup>

### Inflācija 2020. gada sākumā

(pārmaiņas pret iepriekšējā gada atbilstošo periodu, %)



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

2020. gada pirmajos divos mēnešos inflācijas līmenis saglabājās stabils un turējās 2019. gada 4. ceturkšņa līmenī, savukārt, sākot ar martu, vērojams inflācijas tempu kritums salīdzinājumā ar iepriekšējiem mēnešiem. 2020. gada maijā inflācija visām precēm un pakalpojumiem sastādīja -0,6% (pret iepriekšējā gada atbilstošo periodu), nepārtikas precēm -4,5%, pakalpojumiem 1,8%, pārtikai, alkoholiskiem dzērieniem un tabakai 2,2%.<sup>21</sup> Patēriņa cenu izmaiņas galvenokārt ir saistītas ar naftas cenu kritumu pasaules tirgos, līdz ar to arī ar degvielas cenu samazinājumu.<sup>22</sup> Ārkārtas situācija, sakarā ar Covid-19 izplatīšanos, arī ienesa savas korekcijas 2020. gada cenu izmaiņās pavasarī, kā arī inflācijas prognozēs 2020. gada nākamajiem mēnešiem. Pēc ārkārtas situācijas ieviešanas 2020. gada martā, redzams gan cenu pieaugums daļai produktu, gan cenu samazinājums. Tam ir dažādi iemesli. Piemēram, augļu un dārzeņu cenu izmaiņas saistītas gan ar sezonālajām izmaiņām, gan ar Covid-19 ietekmi. Sezonālās augļu un dārzeņu cenu izmaiņas ir saistītas ar produktu pieejamību un augļu un dārzeņu ražošanas un pārstrādes uzņēmumu jaudu izmaiņām Covid-19 ietekmē. Rīsu cenu kāpums ir saistīts ar cenas kāpumu pasaules tirgos, nevis ar lielo pieprasījumu Covid-19 sakarā.<sup>23</sup> Savukārt piena iepirkuma cenu kritumu 2020. gada martā ietekmēja Covid-19 izplatīšanās sekas – Latvijas piena pārstrādātāju eksporta apjoma kritums.<sup>24</sup>

Latvijas Banka 2020. gada maija beigās ir pārskatījusi inflācijas prognozes šim gadam, nosakot vidējo līmeni 0% apmērā.<sup>25</sup> Prognozēts, ka cenu kritumu ietekmēs naftas cenu

<sup>20</sup> Finanšu Ministrija, 10.01.2020.: FM: Gada vidējā inflācija pērn bija 2,8% – Latvijas Republikas Finanšu ministrija

<sup>21</sup> Centrālās statistikas pārvaldes datubāzes: [http://data1.csb.gov.lv/pxweb/lv/ekfin/ekfin\\_\\_PCI\\_\\_istern/PC041m.px/](http://data1.csb.gov.lv/pxweb/lv/ekfin/ekfin__PCI__istern/PC041m.px/)

<sup>22</sup> Finanšu Ministrija, 8.04.2020.: [https://www.fm.gov.lv/lv/sadalas/tautsaimniecibas\\_analize/tautsaimniecibas\\_analize/inflacija/62078-fm-marta-bija-zemaka-inflacija-kops-2016-gada-beigam](https://www.fm.gov.lv/lv/sadalas/tautsaimniecibas_analize/tautsaimniecibas_analize/inflacija/62078-fm-marta-bija-zemaka-inflacija-kops-2016-gada-beigam)

<sup>23</sup> Lauksaimniecības tirgus veicināšanas centra vadītāja Ingūna Gulbe, 01.04.2020.: [https://www.delfi.lv/bizness/biznesa\\_vide/pirmaja-ceturksni-butiski-pieaugusas-partikas-produktu-cenas.d?id=52020275](https://www.delfi.lv/bizness/biznesa_vide/pirmaja-ceturksni-butiski-pieaugusas-partikas-produktu-cenas.d?id=52020275)

<sup>24</sup> Dianas Bizness, 01.04.2020.: <https://www.db.lv/zinas/krize-jau-jutama-ari-piena-razosanas-un-parstrades-nozares-495853>

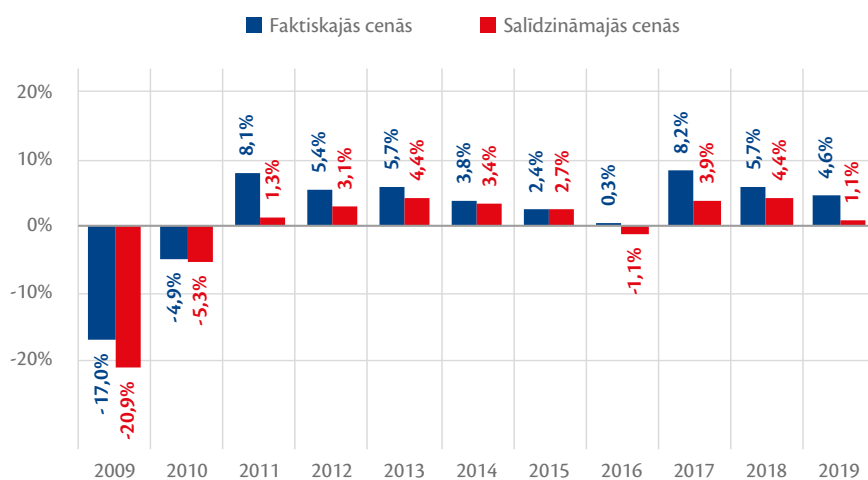
<sup>25</sup> Latvijas Banka, 5.06.2020.: <https://www.makroekonomika.lv/par-latvijas-bankas-makroekonomiskajam-prognozēm>



sarukums globālā pieprasījuma krituma dēļ, lekšzemes cenu kritumu, savukārt, ietekmēs zemākā ekonomiskā aktivitāte un ienākumu samazināšana.<sup>26</sup> Pēc Finanšu ministrijas prognozēm, vidējā inflācija 2020. gadā varētu būt 0,4%.<sup>27</sup>

## Mazumtirdzniecība pārtikas veikalos

Mazumtirdzniecība pārtikas veikalos pa gadiem  
(pieaugums pret iepriekšējo gadu)



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

### Mazumtirdzniecība pārtikas veikalos 2019. gadā uzrādīja 4,6% pieaugumu

Pērn mazumtirdzniecības pieaugums pārtikas veikalos salīdzināmajās cenās sastādīja 1,1%, savukārt kopējais mazumtirdzniecības pieaugums salīdzināmajās cenās bija augstāks – 2,8%. Faktiskajās cenās, ieskaitot inflācijas ietekmi, mazumtirdzniecība, bez degvielas tirdzniecības, auga par 5,2%. Nozares, kuras sekmēja straujāko pieaugumu 2019. gadā, ir nepārtikas preču mazumtirdzniecības nozares (+5,9%, faktiskajās cenās, bez auto degvielas mazumtirdzniecības), tostarp lielākais pieaugums bija vērojams informācijas un komunikāciju tehnoloģiju iekārtu (+13%, faktiskajās cenās), mājāsaimniecības elektropreču (+7,2%, faktiskajās cenās), kultūras preču un atpūtai paredzēto preču mazumtirdzniecībā (+6,5%, faktiskajās cenās), kā arī apģērba, apavu un ādas izstrādājumu (+5,4%, faktiskajās cenās) tirdzniecībā.<sup>28</sup> Lielu pieaugumu uzrādīja arī mazumtirdzniecība pa pastu un internetveikalos (+17,4%, faktiskajās cenās), kā arī izmitināšanas un ēdināšanas uzņēmumu apgrozījums. Var secināt, ka darba atalgojuma kāpums un uzlabojumi darba tirgū 2019. gadā veicināja cilvēku ekonomisko aktivitāti, biežāk atvēlot līdzekļus atpūtai, izklaidei un pirkumiem internetā, kā arī bieži apmeklējot kafejnīcas un restorānus (ēdināšanas pakalpojumu apgrozījuma pieaugums 2019. gadā 4. ceturksnī sasniedza +18,7% pret iepriekšējo gadu)<sup>29</sup>, kas, savukārt, ietekmēja pārtikas mazumtirdzniecības pieaugumu.

<sup>26</sup> Latvijas Banka, 26.03.2020.: Par Latvijas Bankas makroekonomiskajām prognozēm

<sup>27</sup> Finanšu ministrija, 30.04.2020.: Galvenie makroekonomiskie rādītāji un prognozes – Latvijas Republikas Finanšu ministrija

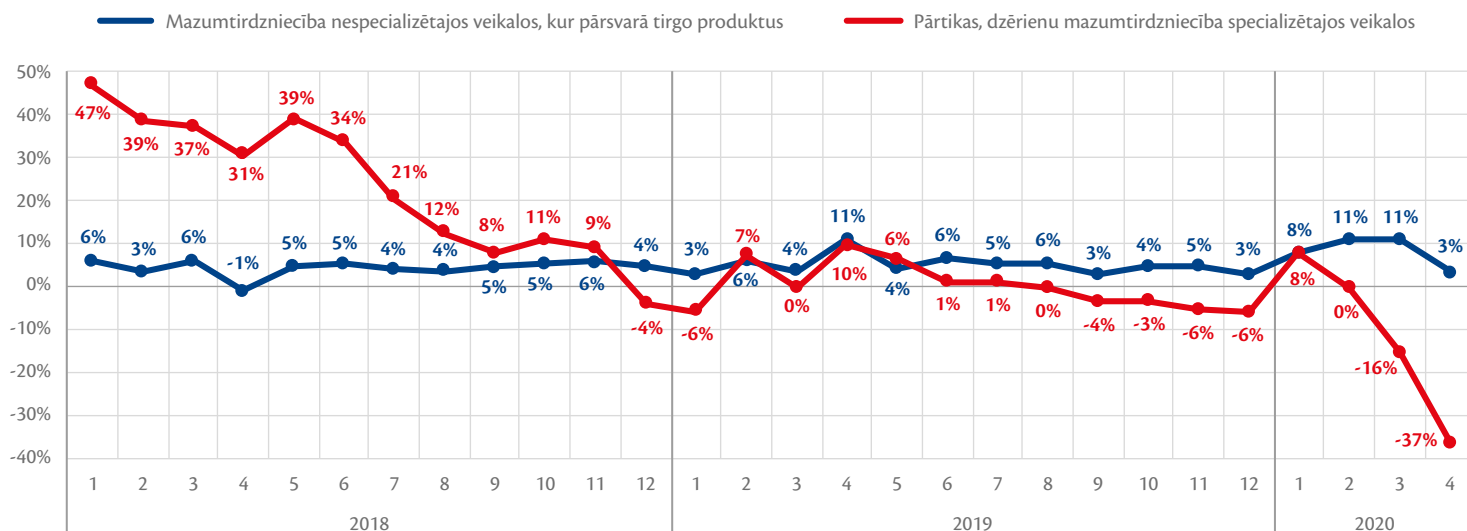
<sup>28</sup> Centrālās statistikas pārvaldes datubāzes: [http://data1.cs.gov.lv/pxweb/lv/rupnbuvn/rupnbuvn\\_\\_iekstirdz\\_\\_ikgad/TIG010.px/table/tableViewLayout/1/](http://data1.cs.gov.lv/pxweb/lv/rupnbuvn/rupnbuvn__iekstirdz__ikgad/TIG010.px/table/tableViewLayout/1/)

<sup>29</sup> Centrālās statistikas pārvaldes datubāzes: Pakalpojumu uzņēmumu apgrozījuma indeksi un pārmaiņas pa ceturkšņiem, faktiskajās cenās.





## Mazumtirdzniecības apgrozījuma izmaiņas specializētajos un nespecializētajos veikalos salīdzinājumā ar iepriekšējo gadu (%)



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

2019. gada otrajā pusē ir vērojams straujš specializēto pārtikas veikalu segmenta kritums, kas turpinās arī 2020. gada sākumā. Galvenie iemesli tam ir alkoholisko dzērienu pārdošanas apjoma samazināšana Latvijas-Igaunijas pierobežas specializētajos veikalos.<sup>30</sup> To ietekmēja akcīzes nodokļa samazināšana daļai alkoholisko dzērienu Igaunijā, kā rezultātā kaimiņvalstu iedzīvotāju iepirkumu skaits pierobežas zonās saruka. Pieaugums pārtikas mazumtirdzniecības nespecializētajos veikalos 2019. gadā ir 5%, savukārt specializētajos pārtikas veikalos apgrozījums pret iepriekšējo gadu palika nemainīgs. 2020. gada martā-aprīlī ir vērojams straujāks specializēto veikalu segmenta kritums, kas, visticamāk, ir saistīts ar robežu slēgšanu sakarā ar Covid-19 izplatību, kā arī ar alkoholisko dzērienu tirdzniecību interneta veikalos.

Latvijas Banka prognozē, ka 2020. gadā ar Covid-19 saistīto ierobežojumu ieviešanu un iedzīvotāju ienākumu samazināšanās nelabvēlīgi ietekmēs kopējo mazumtirdzniecības apjomu, tomēr pieprasījums pēc pārtikas produktiem saglabāsies.<sup>31</sup> Uz to norāda arī bankas maksājuma karšu apgrozījuma dati 2020. gada martā-aprīlī, pēc kuriem bankas eksperti secināja, ka kopš marta vidus būtiski samazinājies apgrozījums nepārtikas tirdzniecībā, bet pārtikas veikalos un aptiekās apgrozījums ir audzis.<sup>32</sup> 2020. gada martā bija novērojams pārtikas preču pārdošanas pieaugums, iedzīvotājiem veidojot pārtikas krājumus. Kā arī ir novērojams kāpums mazumtirdzniecībā interneta veikalos. Turpmākajos mēnešos tiek prognozēts, ka pārtikas mazumtirdzniecība pieaugs, bet ne tik straujos tempos, kā 2020. gada martā.<sup>33</sup> Finanšu ministrija turpmākās mazumtirdzniecības perspektīvas vērtē piesardzīgi. Tas saistīts ar to, ka šobrīd paaugstinājusies nenoteiktības sajūta iedzīvotāju vidū, līdz ar to cilvēki kļuvuši piesardzīgāki attiecībā uz savu nākotnes finansiālo situāciju, kā rezultātā viņi mazāk tērēs, bet veidos uzkrājumus, kas negatīvi ietekmēs privāto patēriņu Latvijā.<sup>34</sup>

<sup>30</sup> Valsts ieņēmumu dienests: [https://www.vid.gov.lv/sites/default/files/akcizes\\_precu\\_aprite\\_2019\\_gada\\_.pdf](https://www.vid.gov.lv/sites/default/files/akcizes_precu_aprite_2019_gada_.pdf)

<sup>31</sup> <https://www.bank.lv/lb-publikacijas/zinas-un-raksti/latvijas-bankas-informacija-presei/12111-par-latvijas-bankas-makroekonomiskajam-prognozēm-2020-marts>

<sup>32</sup> Mārtiņš Āboliņš, 29.04.2020.: Mārtiņš Āboliņš: Marta mazumtirdzniecības rādītāji neatspoguļo faktisko situāciju ekonomikā

<sup>33</sup> Vita Skuja, 29.04.2020.: Vita Skuja: 2020. gada martā mazumtirdzniecības apgrozījums nedaudz sarucis

<sup>34</sup> Finanšu ministrija, 27.03.2020.: <https://www.fm.gov.lv/lv/aktualitates/jaunumi/makroekonomika/62006-fm-februari-strauijs-apgrozījuma-kapums-mazumtirdzniecība-bet-nakotnes-perspektīvas-vertejamas-piesardzīgi>



## Kopsavilkums

- Galvenie faktori, kas labvēlīgi ietekmēja pārtikas mazumtirdzniecību 2019. gadā, ir darba samaksas kāpums un uzlabojumi darba tirgū, kas, savukārt, veicināja iedzīvotāju pirktspēju. No otras puses, palielinoties pircēju ienākumiem, pieauga arī pircēju tieksme tērēt vairāk naudu atpūtai, izklaidēm, nepārtikas precēm, ēšanai ārpus mājām, kas nedaudz sabremzēja pārtikas mazumtirdzniecības pieaugumu;
- Lai gan 2019. gadā tika novērotas cenu izmaiņas, pērn nebija ļoti krasu cenu svārstību 12 galvenajās preču un pakalpojumu grupās – vidēji cenas pieauga par 2,8%, nedaudz vairāk nekā gadu iepriekš (2,5%), ko noteica cenu pieaugums pārtikai, alkoholam un cigaretēm, komunālajiem pakalpojumiem, kā arī atpūtas, kultūras un ēdināšanas pakalpojumiem;
- Runājot par pārtika precēm, samazinoties cenām pasaules tirgos, lētāka kļuvis kafija (-4,8%), cenu kritums bija arī pienam (-3,2%) un dažādiem no piena gatavotiem produktiem – sieram un biezpienam (-0,7%), sviestam (-0,8%). Cenas samazinājās arī svaigiem augļiem (-2%). Savukārt būtiskāko cenu kāpumu piedzīvoja kartupeļi (+25,8%), alus (+12,1%), svaigi dārzeņi (+11%), milti un citi graudaugi (+9,5%), ko galvenokārt ietekmēja ārējie faktori un laika apstākļi;
- 2019. gadā bija vērojams specializēto veikalu apgrozījuma samazinājums, kas notika kaimiņvalstu nodokļu politikas ietekmē;
- 2020. gads ir izaicinājumiem pilns. Tas ir saistīts gan ar Covid-19 izplatīšanos, gan ar politiskiem un ekonomiskiem lēmumiem, kas ietekmēja un ietekmēs gan darba tirgu, gan pircēju pirktspēju un iepirkšanās paradumus. Izaicinājumu vidū jāmin arī konkurences pastiprināšanās pārtikas mazumtirdzniecības tirgū.





# IEPIRKŠANĀS PARADUMI

Pētījums par iedzīvotāju  
iepirkšanās paradumiem un  
makroekonomikas rādītāju  
ietekmi uz tiem





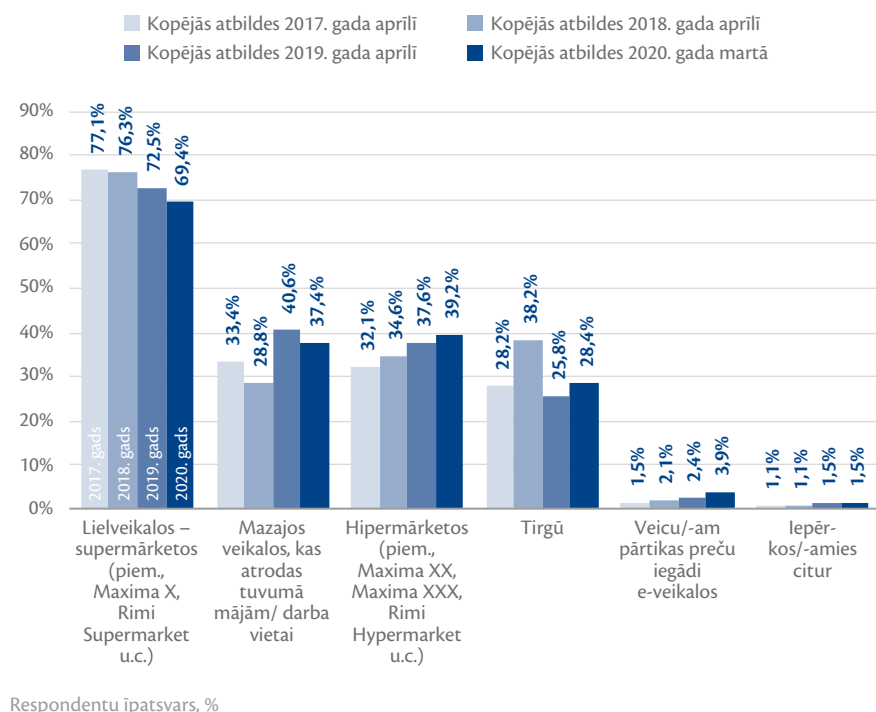


Pētījums tika veikts 2020. gada martā ar pētījumu centra SKDS starpniecību. Tajā piedalījās 1005 Latvijas iedzīvotāji vecumā no 18 līdz 75 gadiem. Pētījuma mērķis ir veikt padziļinātu Latvijas iedzīvotāju iepirkšanās paradumu izpēti un apskatīt Latvijas iedzīvotāju jaunākās iepirkšanās tendences, kā arī veikt analīzi par makroekonomikas rādītāju ietekmi uz mājsaimniecības ienākumiem un izdevumiem.

Iedzīvotāju iepirkšanās paradumi un makroekonomikas rādītāju ietekme uz tiem pētīta „Maxima mazumtirdzniecības kompass” ietvaros kopš 2017. gada marta, tāpēc iegūtos datus iespējams salīdzināt, vērojot aktuālākās tendences un nepārtrauktu nozares attīstību.

## Attālinātas iepirkšanās uzvaras gājiens

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



### Pircēji arvien biežāk izvēlas hipermārketus un pārtikas e-veikalus ikdienas pirkumu veikšanai

Pēdējo četru gadu laikā varam uzskatāmi novērot pakāpeniskas izmaiņas iedzīvotāju iepirkšanās paradumos. Lai gan arī 2020. gada sākumā iecienītākās iepirkšanās vietas ikdienas pirkumiem gandrīz 70% iedzīvotāju joprojām ir lielveikali, salīdzinot ar 2017. gada to pašu periodu, šis rādītājs samazinājies par 7 procentu punktiem. Tajā pašā laikā popularitātes pieaugums pircēju vidū redzams hipermārketi – no 32% 2017. gadā līdz 39% šogad. Tādējādi šogad hipermārketi apsteidza pērn otro populārāko iepirkšanās vietu – mazākā formāta veikalus mājās vai darba vietas tuvumā. Tas varētu būt skaidrojams gan ar izmaiņām cilvēku dzīves ritmā un tieksmi





pēc laika taupīšanas, cenšoties nopirkt visu vienā vietā, gan arī strauju hipermarketu segmenta attīstību pēdējos gados. 2019. gadā lielākie tirgus dalībnieki atvēra vairākus šī formāta veikalus gan galvaspilsētā, gan arī Latvijas reģionā. Lielā mēra šo tendenci ietekmē arī tirdzniecības centru attīstība. Tirdzniecības centros pēdējo gadu laikā tiek atvērti lielāki, tehnoloģiski attīstītāki pārtikas veikali, tai skaitā arī „Akropole” (atvēršana notika 2019. gada aprīlī).

Cetru gadu laikā dubultojās pārtikas e-veikalu popularitāte, lielāko pieaugumu – apmēram 1,5 reizes – uzrādot tieši pēdējā gada laikā.

Liela nozīme pārtikas e-veikalu attīstībā 2020. gadā ir Covid-19 epidēmijas uzliesmojumam pasaulē. Šī gada aprīlī ir ievērojami pieaudzis to iedzīvotāju skaits, kuri ikdienai nepieciešamās preces izvēlas iegādāties interneta veikalos. „Maxima Latvija” iekšējais pētījums liecina, ka, salīdzinājumā ar martu, aprīlī cilvēku īpatsvars, kuri iegādājas pārtikas preces attālināti, pieauga vairāk kā divas reizes, savukārt saruka lielveikalu un tirgus popularitāte.

Pārtikas interneta veikals „Barbora”, sākot no 2020. gada marta, atvēra vairāk kā 30 preču saņemšanas punktu visā Latvijā Maxima veikalos.





## Pieaug cenas faktora nozīme veikalu izvēlē

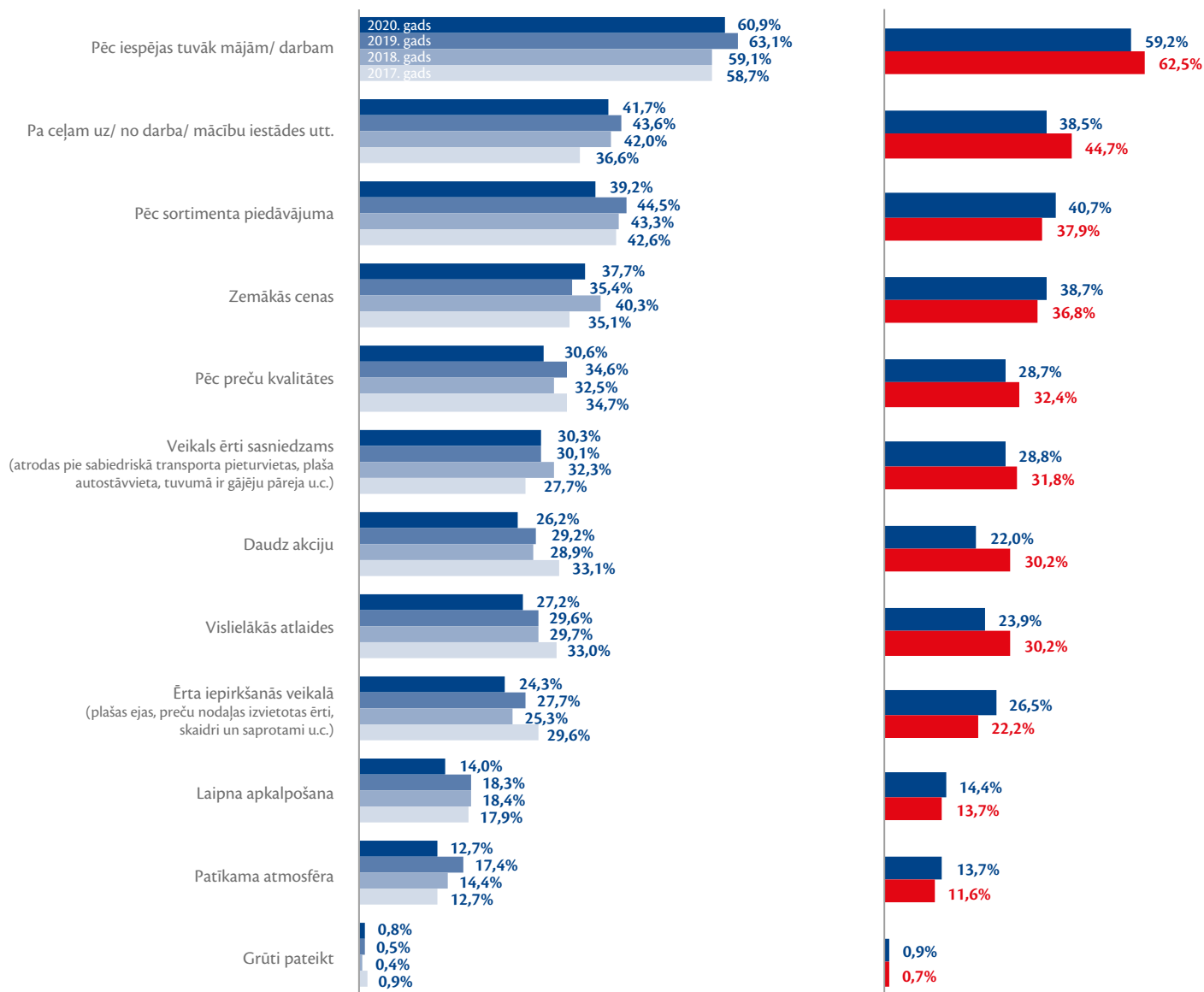
Kritēriji, pēc kuriem māsaimniecība izvēlas veikalu, kur veikt lielāko daļu savu ikdienas pirkumu (pārtika un saimniecības preces)

Kopējās atbildes 2017. gada aprīlī  
 Kopējās atbildes 2018. gada aprīlī  
 Kopējās atbildes 2019. gada aprīlī  
 Kopējās atbildes 2020. gada martā

Virieši  
 Sievietes

Pa gadiem

Pēc dzimuma  
(2020. gada marta pētījums)



Respondentu īpatsvars, %



2020. gada sākumā veikala atrašanās vieta joprojām bija vissvarīgākais kritērijs, izvēloties veikalu ikdienas pirkumiem: 60,9% respondentu norādīja, ka izvēlas veikalu pēc iespējas tuvāk mājām vai darbam. Taču ik gadu, arī 2019. un 2020. gadu griezumā, pieaug cilvēku skaits, kuri izvēlas veikalu pēc zemākās cenas, šogad sasniedzot gandrīz 38%. Pēdējā gada laikā samazinājies to pircēju skaits, kuri izvēlas veikalu pēc piedāvātā sortimenta – 5,2%, salīdzinot ar 2019. gada aprīļa pētījuma datiem. Spriežot pēc „Maxima Latvija” iekšējo pētījumu rezultātiem, pircēju apmierinātība ar veikalu sortimentu pēdējā laikā piedzīvojusi kāpumu, līdz ar to, iespējams, daļai pircēju tas vairs nav noteicošais faktors veikalu izvēlei. Pēdējā gada laikā mazāk cilvēku izvēlas veikalu pēc laipnas apkalpošanas un patīkamas atmosfēras. To var skaidrot ar tehnoloģiju attīstību veikalos (t. sk. pašapkalpošanās kasēm), kā arī ar apkalpošanas kvalitātes uzlabojumiem. 2020. gada sākumā nemainīgs fakts paliek tas, ka sievietes biežāk nekā vīrieši izvēlas veikalu pēc labākiem akcijas piedāvājumiem un atlaidēm. Savukārt vīrieši vairāk novērtē ērtāku iepirkšanos veikalā, kā arī patīkamāku atmosfēru.

### Vairāk cilvēku izvēlas veikalu pēc zemākās cenas

Pēc ārkārtas situācijas ieviešanas valstī sakarā ar Covid-19, vairāk kā trešdaļai pircēju svarīgākais kritērijs veikalu izvēlē kļuvis veikala tīrība un Covid-19 piesardzības pasākumi<sup>35</sup>. Jāmin arī, ka pircēji biežāk nekā iepriekš izvēlas veikalu pēc kritērija „ērta iepirkšanās veikalā (plašas ejas, preču nodaļas izvietotas ērti, skaidri un saprotami u. c.)”. Savukārt visvairāk sarukusi nozīme kritērijam „pa ceļam uz/ no darba/ mācību iestādes”, jo, ņemot vērā pašizolācijas ievērošanu un darbu no mājām, daļai iedzīvotāju tas vairs nav aktuāli.

35 Avots: „Maxima Latvija” iekšējās aptaujas dati

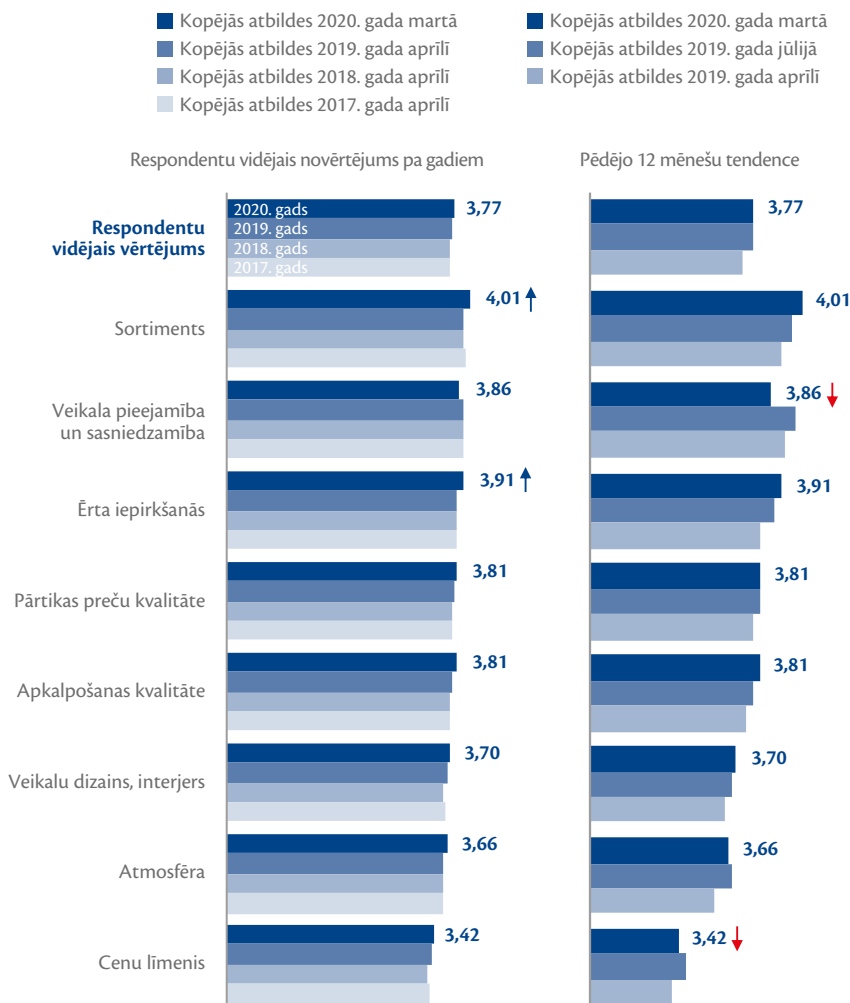




## Pircēju apmierinātība ar veikaliem pieaug

Iedzīvotāju apmierinātība ar mazumtirdzniecības tīkliem sasniedza visaugstāko rādītāju pēdējo četru gadu laikā

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



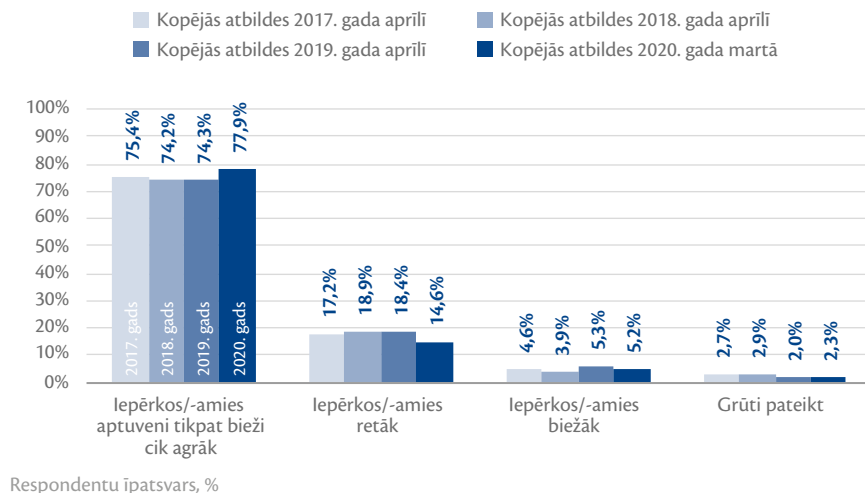
Respondentu vidējā apmierinātība ar Latvijas lielākajiem mazumtirdzniecības tīkliem 5 ballu skalā 2020. gada sākumā sastādīja 3,77 balles, un tas ir par +0,05 punktiem vairāk nekā 2019. gada aprīlī, kā arī visaugstākais rādītājs pēdējo četru gadu laikā. Pozīcijas „Apmierinātība ar sortimentu” (novērtējums 4,01) un „ērta iepirkšanās” (novērtējums 3,91) šogad tika novērtētas visaugstāk, turklāt šiem rādītājiem ir vērojams visstraujākais novērtējuma kāpums. Savukārt 2020. gada sākumā, salīdzinot ar 2019. gada jūliju, samazinājās cilvēku apmierinātība ar veikalu pieejamību un sasniedzamību, kā arī ar cenu līmeni. Neapmierinātība ar cenu līmeni palielinājusies pircēju vidū, kam ir 25–44 gadi, turklāt visās cilvēku ienākumu līmeņu grupās. Tas var nozīmēt, ka cilvēki kļūvuši praktiskāki, jo, neatkarīgi no vecuma un ienākumu līmeņa, izvēlas pirkt preces pēc izdevīgām cenām. Tieši šajā periodā valstī bija vērojams inflācijas tempa pieaugums, ko ietekmēja dārzeņu, saldumu, maizes un graudaugu cenu kāpums, kas bija saistīts ar laikpētākļu ietekmi uz ražu 2019. gadā.





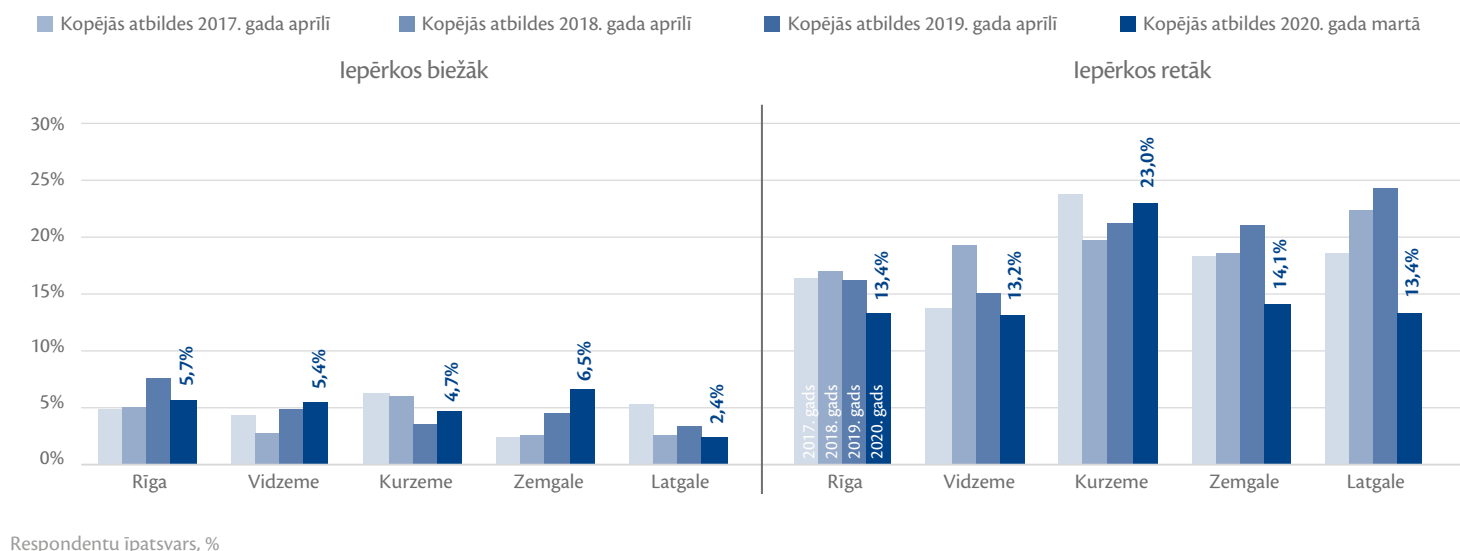
## Gada laikā pircēji nav mainījuši iepirkšanās biežumu, taču to ietekmēja ārkārtas situācija

Mājsaimniecības iepirkšanās biežuma izmaiņas pārtikas veikalos pēdējo 12 mēnešu laikā



Iepirkšanās biežums gada sākumā palika nemainīgs, pēc ārkārtas situācijas ieviešanas valstī 4 no 5 pircējiem sākuši apmeklēt veikalus retāk

Mājsaimniecības iepirkšanās biežuma izmaiņas pārtikas veikalos pēdējo 12 mēnešu laikā reģionos



2019. gadā-2020. gada sākumā aptuveni 77,9% iedzīvotāju nav mainījuši iepirkšanās biežumu pēdējā gada laikā, kas ir par 3,7 procentu punktiem vairāk nekā pirms gada. Tas varētu liecināt par paradumu noturību ierastajos apstākļos. Mazāk cilvēku nekā iepriekš samazināja savu iepirkšanās biežumu Rīgā, Latgalē un Zemgalē – šajos reģionos ir pieaudzis cilvēku īpatsvars, kuri iepērkas tikpat bieži, kā agrāk. Taču, runājot par visiem veikalumiem, tai skaitā arī pārtikas veikalumiem, pēc ārkārtas situācijas ieviešanas valstī sakarā ar Covid-19, četri no pieciem pircējiem sāka apmeklēt veikalus retāk, turklāt trešdaļa atzīst, ka viņu pirkumu lielums pieauga.<sup>36</sup>

36 Avots: „Maxima Latvija” veiktās aptaujas rezultāti (Aprīlis 2020).

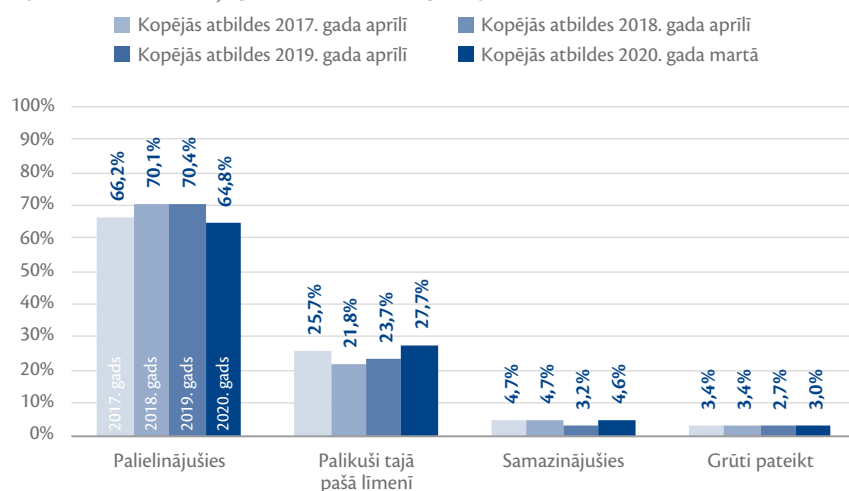


## Tēriņi pārtikas iegādei palielinājušies gandrīz 65% iedzīvotāju

**Vairāk pircēju atzīst, ka tēriņi pārtikai palika nemainīgi, viena trešdaļa neplāno tos samazināt arī ārkārtas situācijas laikā**

Latvijas mājsaimniecības pārtikas un bezalkoholisko dzērienu iegādei tērē aptuveni 17,8% no kopējiem izdevumiem, kas ir augstāks līmenis nekā Eiropas Savienībā (ES) vidēji, liecina ES statistikas pārvaldes „Eurostat” publicētie dati par 2018. gadu. ES mājsaimniecības pārtikas un bezalkoholisko dzērienu iegādei tērējušas vidēji 12,1% no saviem kopējiem izdevumiem. Arī „Maxima mazumtirdzniecības kompass” pētījuma dati liecina, ka pēdējā gada laikā tēriņi pārtikas veikalos ir palielinājušies lielākai daļai iedzīvotāju (64,8%). Taču tas ir mazākais rādītājs pēdējo četru gadu laikā un 2020. gada sākumā palielinājies to respondentu skaits, kuri atzīst, ka viņu tēriņi pārtikas iegādei ir saglabājušies tādā pašā līmenī – teju 28% jeb par 4 procentu punktiem vairāk respondentu, nekā 2019. gada aprīlī, uzskata, ka viņu izdevumi pārtikas iegādei gada laikā nav mainījušies. Šo pieaugumu galvenokārt veido respondenti ar zemiem un vidēji zemiem ienākumiem (ienākumi līdz 400 eiro uz vienu mājsaimniecības locekli), kuri ir jūtīgāki pret cenu pieaugumu.

### Mājsaimniecību tēriņi pārtikas veikalos pēdējo 12 mēnešu laikā

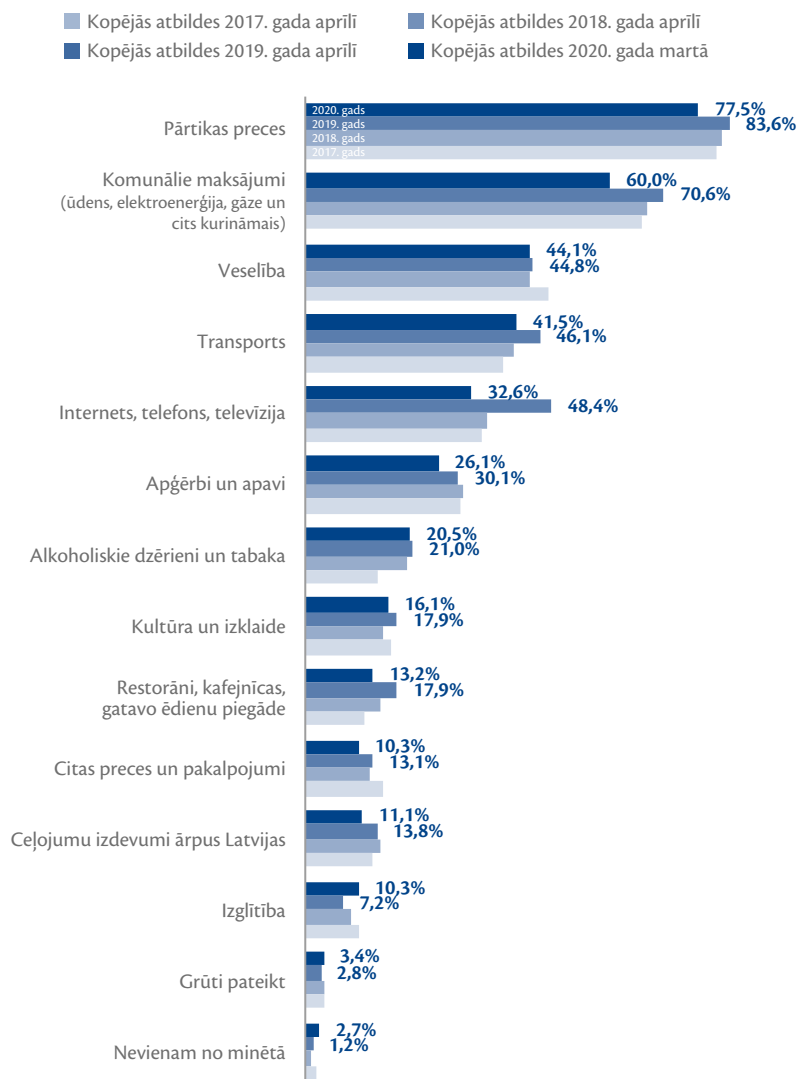


Respondentu īpatsvars, %

Šogad ievērojami mazāk cilvēku uzskata, ka viņu izdevumi pārtikas precēm, komunālajiem maksājumiem, internetam, telefonam, televizijai ir palielinājušies. Respondentu vērtējumu apstiprina arī pakalpojumu inflācijas tempi, kurus var vērtēt kā mērenus, turklāt pēdējā 2019. gada ceturksnī inflācijas tempi mazinājās, salīdzinājumā ar gada sākumu.



## Preces, pakalpojumi, aktivitātes, kam pēdējo 12 mēnešu laikā ir palielinājušies mājāsaimniecības izdevumi respondentu vērtējumā



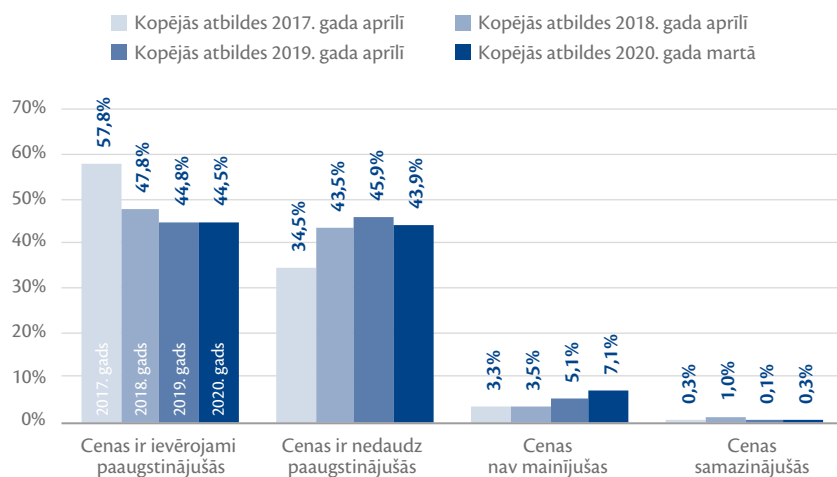
Respondentu īpatsvars, %

No šī gada aptaujas rezultātiem redzams, ka mazāk Latvijas iedzīvotāju nekā pērn norāda, ka viņiem pieauguši izdevumi, un tas attiecas uz visiem izdevumu veidiem, izņemot izglītības pozīciju. Ņemot vērā vidējās darba samaksas pieaugumu, kas sekmēja iedzīvotāju ienākumu palielinājumu, šī tendence varētu liecināt, ka pēdējā gada laikā cenas nav būtiski kāpušas. To apliecina arī aptaujas rezultāti – arvien mazāk respondentu norāda, ka patērēna cenas pieaug. Iepriekšējā gada laikā par 2% palielinājies to iedzīvotāju skaits, kuri uzskata, ka cenas pārtikas precēm ir saglabājušās tādā pašā līmenī vai arī nedaudz samazinājas, sasniedzot 7,4% no visiem. Tas, savukārt, izskaidro, kāpēc vairāk pircēju atzīst, ka tēriņi pārtikai palika nemainīgi iepriekšējā gadā. Kopējais inflācijas līmenis valstī 2020. gada martā arī bija zemāks, nekā 2019. gada aprīlī (inflācija visām precēm un pakalpojumiem 2019. gada aprīlī +3,4% pret iepriekšējo gadu, 2020. martā +1,4%).<sup>37</sup> – šī tendence arī sakrīt ar pircēju cenu izmaiņu uztveri.

37 Avots: Centrālās statistikas pārvalde: PC041m. Patērēna cenu pārmaiņas grupās un apakšgrupās (ECOICOP). PxWeb



### Pārtikas preču cenu izmaiņas pēdējo 12 mēnešu laikā respondentu vērtējumā

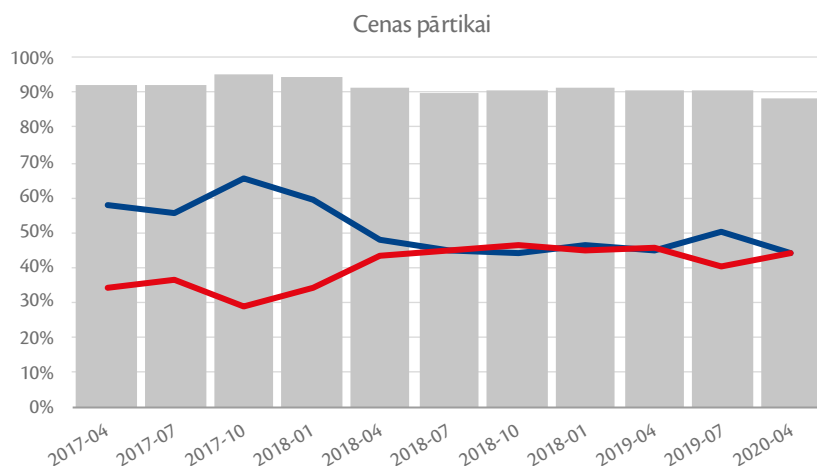


Respondentu īpatsvars, %

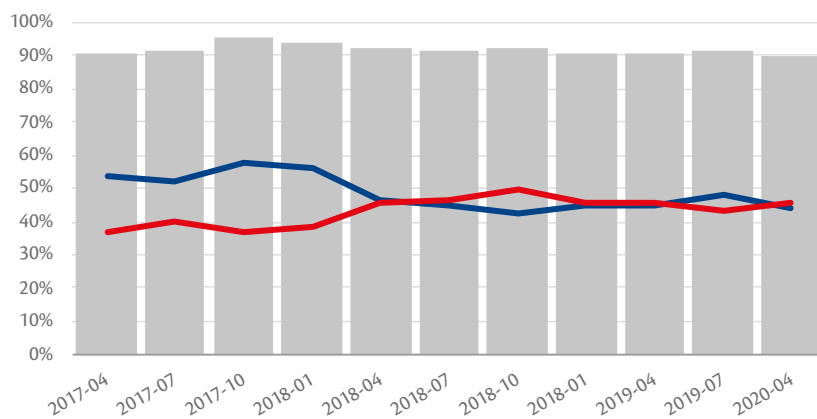
### Patēriņa (visu produktu un pakalpojumu) cenu izmaiņas pēdējo 12 mēnešu laikā respondentu vērtējumā

Legend:

- Cenas paaugstinājušās
- Cenas ir ievērojami paaugstinājušās
- Cenas ir nedaudz paaugstinājušās



### Visu produktu un pakalpojumu cenas



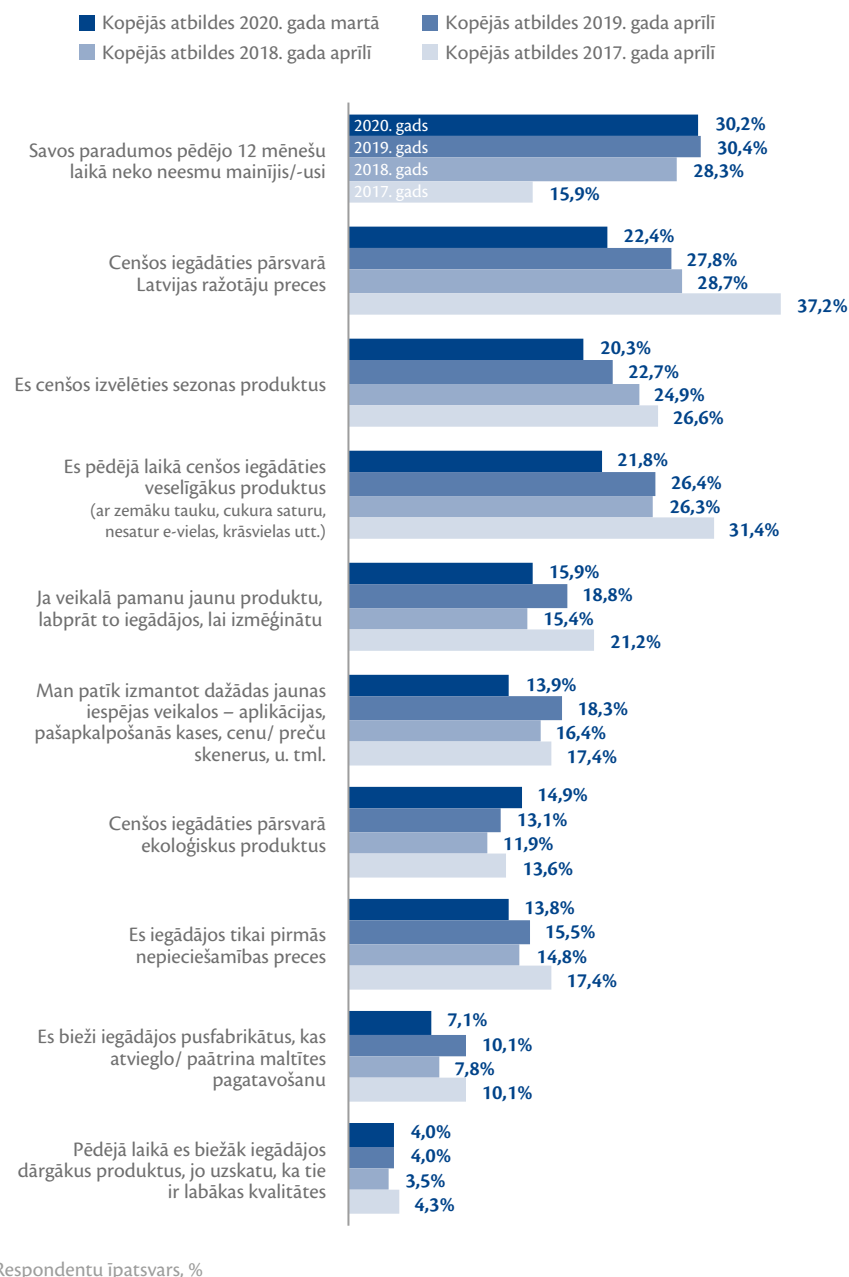
Respondentu īpatsvars, %





## Dod priekšroku ekoloģiskiem produktiem

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



## Trešdaļa iedzīvotāju nav mainījusi savus pārtikas izvēles paradumus

Vērtējot 2020. gada rezultātus, var secināt, ka Latvijas iedzīvotāji kļuvuši racionālāki un konservatīvāki savos pirkšanas paradumos. Jau trešo gadu pēc kārtas ir stabils cilvēku skaits (apmēram trešdaļa respondentu), kuri nemaina savus paradumus attiecībā uz produktu izvēli, arvien lielāku uzmanību pievēršot produktu ekoloģiskumam. Runājot par respondentu grupām, sievietes biežāk nekā vīrieši maina savus iepirkšanās paradumus (pēc 2020. gada aptaujas rezultātiem savus paradumus nav mainījuši

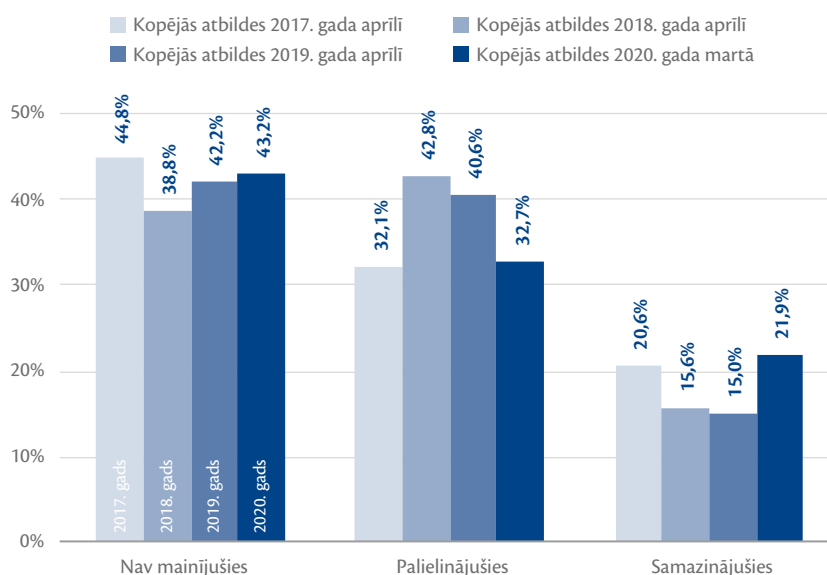


gandrīz 37% vīriešu un tikai 24% sieviešu). Cilvēku 35-44 un 55-63 gadu vecuma grupā ir vairāk respondentu, kuri neko neesot mainījuši pēdējā gada laikā (apmēram 35%). Cilvēki 64-75 gadu vecuma grupā biežāk nekā citi izvēlas Latvijas ražotāju preces (33%). Skatoties reģionu griezumā, Vidzemes iedzīvotāji biežāk nekā citi izvēlas Latvijas ražotāju preces (27%), un retāk nekā citi pērk jaunus produktus (11%). Rīdziniekiem vairāk nekā citiem patīk izmantot dažādas jaunas iespējas veikalos – aplikācijas, pašapkalpošanās kases, cenu/preču skenerus, u. tml. (21%).

## Ienākumi samazinājušies teju 22% iedzīvotāju

Lai gan ap 40% iedzīvotāju ienākumu līmenis ir stabils, ekonomiskā situācija atstāj negatīvu iespaidu gan uz ienākumiem, gan uz uzkrājumu veidošanu

Respondentu māsaimniecību ienākumu izmaiņas pēdējo 12 mēnešu laikā



Respondentu īpatsvars, %

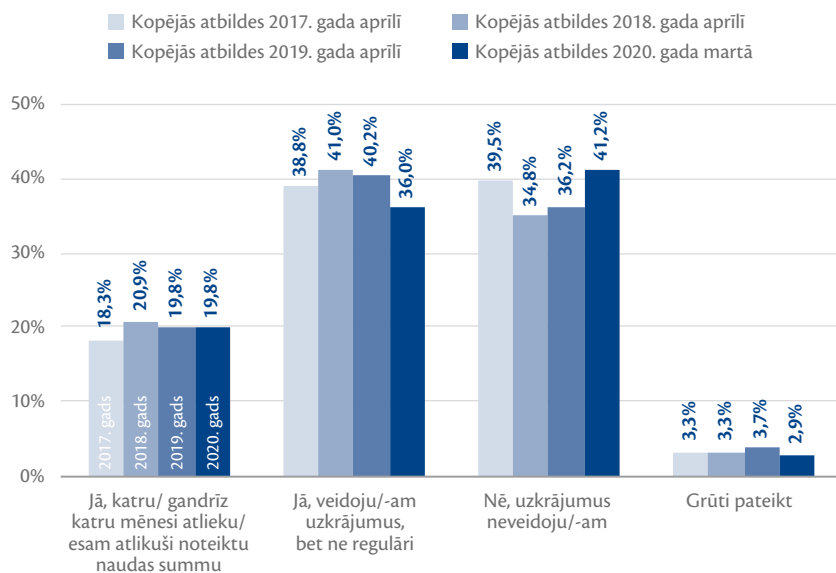
Spriežot pēc pētījuma rezultātiem, vēl pirms ārkārtas situācijas ieviešanas sakarā ar Covid-19, cilvēku ienākumu izmaiņu tendences bija sliktākas, nekā gadu iepriekš. 2020. gada sākumā gandrīz 33% respondentu atzīst, ka viņu māsaimniecības ienākumi pēdējo 12 mēnešu laikā palielinājušies, un tas ir par teju 8 procentu punktiem mazāk, nekā pirms gada. Nedaudz vairāk, kā 40% Latvijas iedzīvotājiem, ienākumu līmenis ir stabils. Respondentu skaits ar stabiliem ienākumiem palielinās katru gadu, sākot ar 2018. gadu.



## Arvien mazāk cilvēku veido uzkrājumus

2020. gada martā uzkrājumus veidoja 56% respondentu, un tas ir par 4 procentu punktiem mazāk, nekā gadu iepriekš. Mazāk aptaujāto veido neregulārus uzkrājumus, kas, iespējams, saistīts ar ienākumu samazināšanos. Tāpat par 5 procentu punktiem palielinājies to cilvēku īpatsvars, kuri uzkrājumus neveido vispār.

### Krājumu veidošana mājāsaimniecībā pēdējo 12 mēnešu laikā



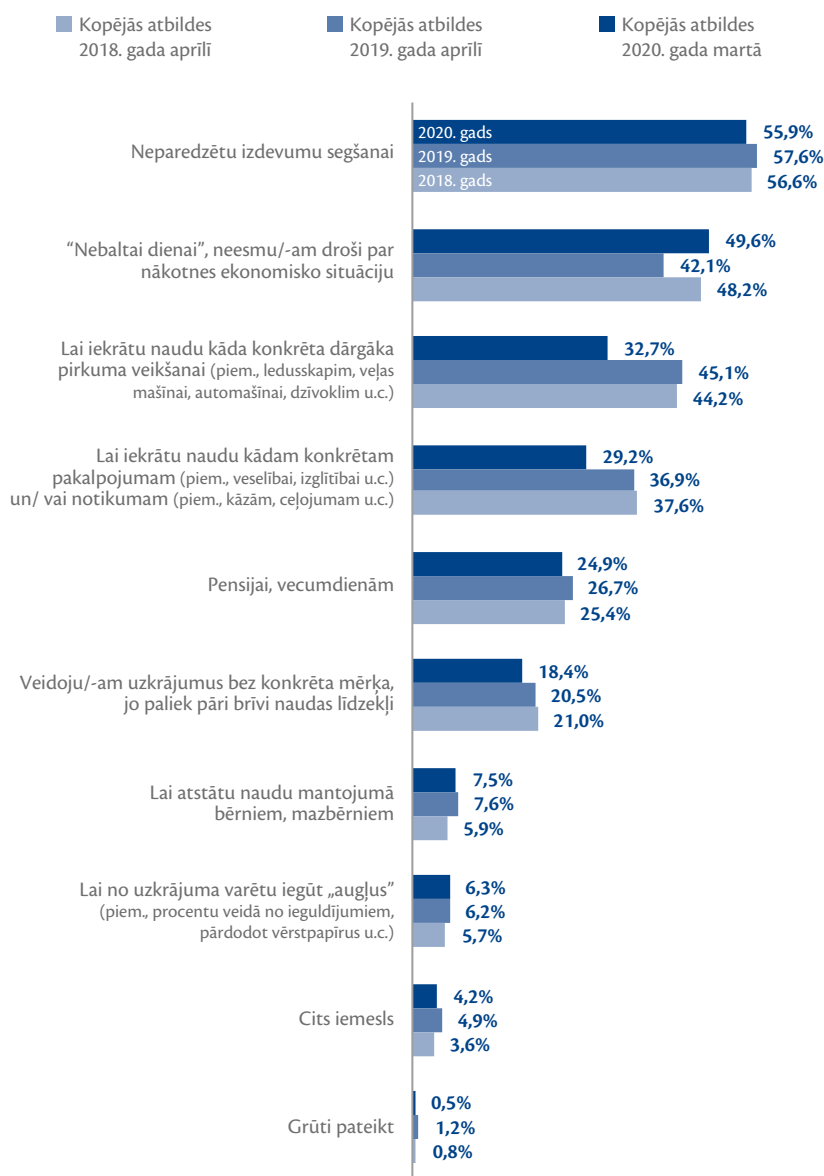
Respondentu īpatsvars, %



## Vairāk cilvēku veido uzkrājumus „nebaltai dienai”

Pētot Latvijas iedzīvotāju uzkrājumu mērķus, par nemainīgiem var nosaukt pozīcijas neparedzētiem izdevumiem (56%), vecumdienām (25%) un mantojumam (7%), kā arī uzkrājumus ar mērķi gūt papildus ienākumus (6%). 2020. gada martā vairāk cilvēku nav droši par nākotnes ekonomisko situāciju, tāpēc gandrīz 50% veido uzkrājumus „nebaltai dienai”, kas ir par gandrīz 8 procentu punktiem vairāk nekā pirms gada. Ievērojami mazāk Latvijas iedzīvotāju sākuši uzkrāt kādam konkrētam pirkumam (-12%), pakalpojumam vai pasākumam (-8%). Šis iedzīvotāju noskaņojums, visticamāk, ir saistīts ar Covid-19 izplatības pirmajām nelabvēlīgajām sekām.

### Mērķi, kam paredzēti uzkrājumi mājāsaimniecībā



Respondentu īpatsvars, %

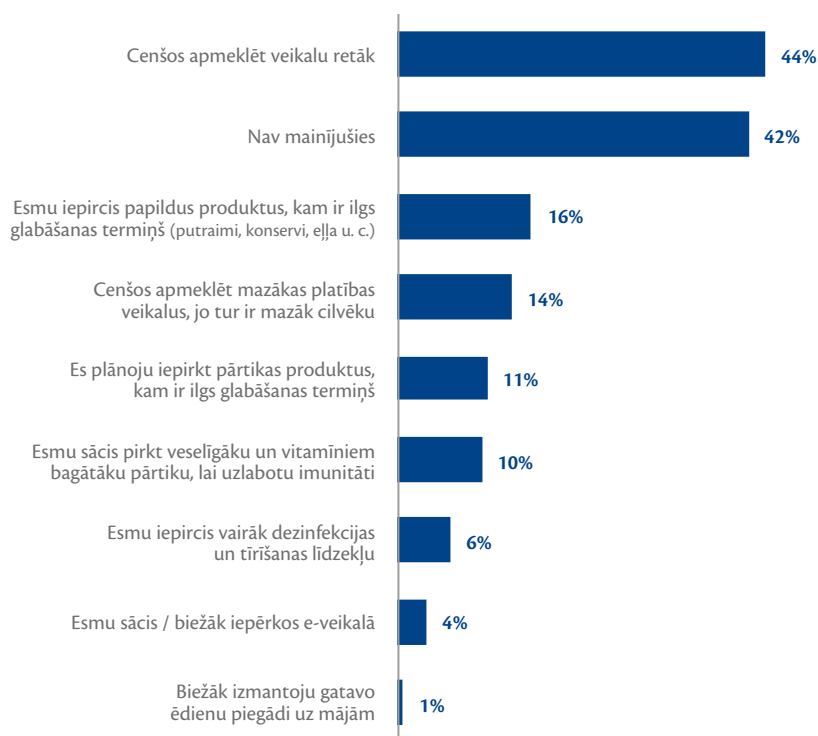


## Cilvēku iepirkšanās paradumu izmaiņas Covid-19 izplatības ietekmē

Kopš ārkārtas situācijas ieviešanas Latvijā, iedzīvotājiem nācies būtiski mainīt ikdienas notikumu gaitu un savus paradumus. Covid-19 izplatība lielā mērā mainījusi arī cilvēku iepirkšanās paradumus. Jau 2020. gada marta sākumā 44% respondentu atzīst, ka pēc ziņu izplatības par jauno vīrusu, viņi veikalus sākuši apmeklēt retāk, savukārt 16% ir sākuši veidot pārtikas produktu uzkrājumus un gandrīz tikpat daudz plāno to darīt. Pēc ārkārtas situācijas ieviešanas strauju pieaugumu piedzīvojuši e-veikali, kā arī ievērojami mazāk cilvēku runā par to, ka viņu iepirkšanās paradumos nekas nav mainījies, liecina „Maxima Latvija” iekšējā pētījuma dati.

### Iepirkšanās paradumu izmaiņas pēc jaunumu izplatīšanās par Covid-19 un pēc ārkārtas situācijas ieviešanas

■ Kopējās atbildes 2020. gada martā



Respondentu īpatsvars, %





Runājot par to, kā var izmainīties iepirkšanās paradumi 2020. gadā kopumā, vairums respondentu (ap 65%) plāno samazināt savus izdevumus, jo nav droši par ekonomisko situāciju un saviem ienākumiem, t.sk atsakoties ne tikai no lielu pirkumu vai luksusa preču iegādes (35%), bet arī mazāk tērējot ikdienas precēm (31%).

### Respondentu prognozes attiecībā uz viņu iepirkšanās paradumu izmaiņām šī gada laikā

■ Kopējās atbildes 2020. gada martā



Respondentu īpatsvars, %



## Kopsavilkums

- Lielāku popularitāti gūst hipermarketi un pārtikas interneta veikali;
- Pircēji vairāk apmierināti ar veikaliem, kuros viņi iepērkas. Tas jo īpaši attiecas uz sortimentu un ērtu iepirkšanos;
- 2020. gada sākumā Latvijas iedzīvotāji kļuvuši vēl konservatīvāki savos iepirkšanās paradumos – ir stabils un liels cilvēku skaits, kuri nemaina savus paradumus attiecībā uz produktu izvēli. Savukārt mazāks ir to respondentu skaits, kuri izvēlas jaunus produktus un ir atvērti jaunām iespējām un tehnoloģijām veikalā;
- Sakarā ar Covid-19 izplatību iedzīvotāju noskaņojums un iepirkšanās paradumi ir mainījušies. Vairākums pircēju sāka apmeklēt veikalu retāk, turklāt vienai trešdaļai pirkumu daudzums palielinājās;
- Samazinoties ienākumiem, vairāk cilvēku nav droši par nākotnes ekonomisko situāciju un sāka veidot uzkrājumus „nebaltai dienai”, kā arī plāno samazināt tēriņus;
- Cilvēki īpašu uzmanību sākuši vērēt uz cenām un to izmaiņām.





# PĀRTIKAS KVALITĀTES ABC

Cik liela loma patiesībā ir  
produktu kvalitātei?





Šajā „Maxima mazumtirdzniecības kompass” pētījumā īpaša uzmanība pievērsta kvalitātes jēdzienam noskaidrojot, kā Latvijas iedzīvotāji uztver pārtikas kvalitāti un kādi ir būtiskākie to veidojošie kritēriji pircēju acīs.

Kvalitātes jēdziena sarežģītība slēpjas tā daudznozīmīgumā, proti, kvalitāti var skatīt no dažādiem aspektiem. Piemēram, Starptautiskā standartizācijas organizācija (ISO) kvalitāti definē kā objekta vai vienības raksturlielumu, kas nosaka tā spēju atbilst noteiktām un paredzamām vajadzībām. Taču, runājot tieši par pārtikas kvalitāti, katrs pircējs saprot un bieži vien piešķir šim jēdzienam subjektīvas nozīmes un raksturojumus. Tāpēc ir svarīgi saprast Latvijas iedzīvotāju viedokli un šī jēdziena izpratni, jo tas ir viens no svarīgākajiem paņēmieniem konkurences cīņā – ražotāji un piegādātāji nemitīgi sacenšas par piedāvātās produkcijas kvalitatīvo raksturojumu uzlabošanu.

Kādus kvalitātes raksturlielumus pircēji piešķir pārtikas produktiem? Kā šie kritēriji atšķiras dažādām produktu grupām? Vai kvalitatīvs nozīmē skaists un vai vietējais nozīmē kvalitatīvs?

Latvijas iedzīvotāju viedokļi par šiem un virkni citu jautājumu tika skaidroti pētījuma ietvaros, kas veikts 2020. gada martā ar pētījumu centra SKDS starpniecību. Pētījumā piedalījās 1005 Latvijas iedzīvotāji vecumā no 18 līdz 75 gadiem, kas sniedza savu vērtējumu par dažādu pārtikas produktu izvēles kritērijiem.



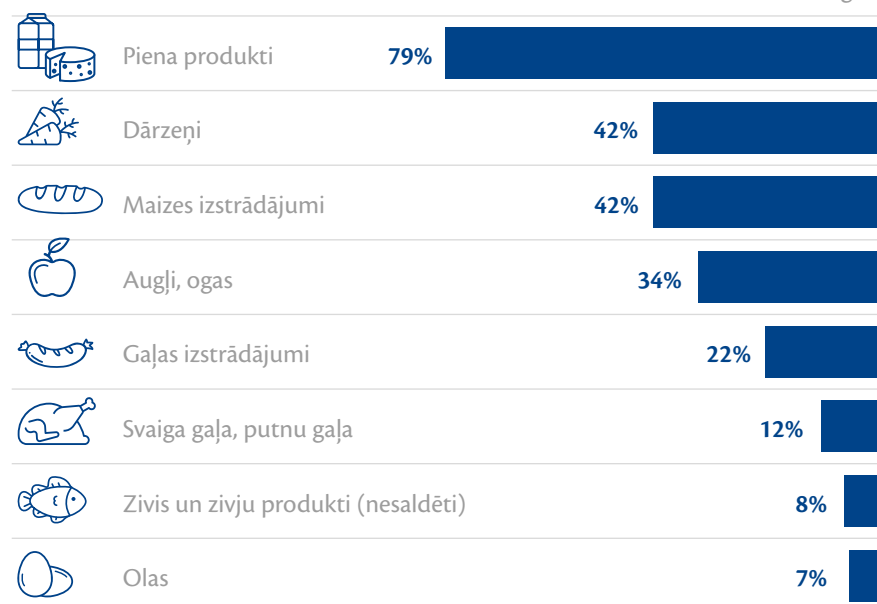


## Latvijas iedzīvotāju pirkšanas paradumi – vietējie produkti iepirkumu grozos

Svaigie produkti ir neatņemama katra cilvēka ēdienkartes sastāvdaļa. „Maxima Latvija” pārdošanas dati liecina, ka vidēji 8 no 10 Latvijas iedzīvotāju iepirkuma grozos parādās kāds no svaigās pārtikas produktiem: 80% savā grozā liek kādu piena produktu, 42% ir maize un dārzeņi, 34% grozos ir augļi un ogas. Krietni retāk cilvēki pērk gaļas produktus – tikai 2 no 10 groziem ir gaļas izstrādājumi un tikai vienā ir svaigā gaļa. Dati par pēdējiem 3 gadiem liecina, ka pirkšanas paradumi attiecībā uz svaigās pārtikas produktiem Latvijā nav ievērojami mainījušies un svaigā pārtika joprojām paliek par iecienītāko produktu. Tas norāda uz to, ka cilvēki turpina pieturēties pie veselīga dzīvesveida. Arī „Maxima Latvija” dati liecina, ka tādi produkti kā saldumi, miltu konditorejas izstrādājumi, dažādi gaļas izstrādājumu pusfabrikāti, kafija un cigaretes Latvijas iedzīvotāju produktu grozos parādās retāk.

Svaigā pārtika iedzīvotāju iepirkumu grozos (īpatsvars (%) no visiem groziem)

2019. gads



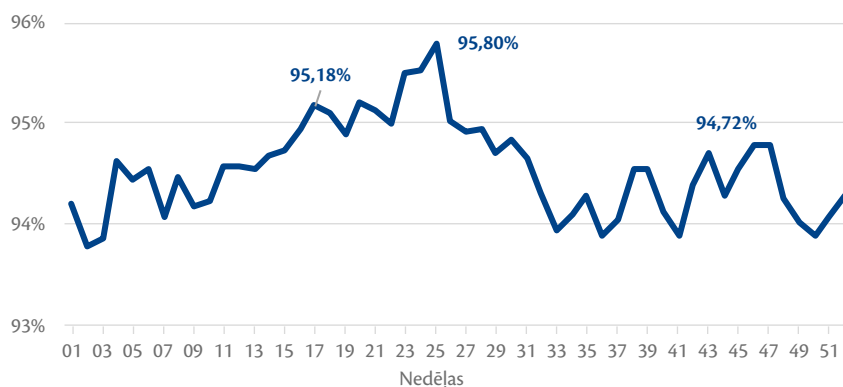
Avots: „Maxima Latvija” aprēķini





2019. gadā vidēji 94,6% pircēju, kas iegādājās pārtiku (neskaitot alkoholu, cigaretes un tabaku), reizi nedēļā iegādājās vismaz vienu no Latvijas pārtikas produktiem. Turklāt vasaras mēnešos Latvijas precī iegādājās vairāk cilvēku, jo veikalu sortimentā pieejams plašs vietējo saldējumu klāsts, vietējie augļi, ogas un dārzeņi, kā arī bieži tiek pirkti kefīrs un bietes vietējo iecienītāko ēdienu gatavošanai. Pieprasījums pēc vietējās produkcijas aug svētku nedēļās – visvairāk pircēju atnākuši pēc vietējiem produktiem 2019. gadā tieši Līgo nedēļā. 2020. gadā, sākoties pandēmijai, cilvēku īpatsvars, kas iegādājās vietējos produktus, ir pieaudzis.

#### Pieprasījuma dinamika pēc vietējās pārtikas pa nedēļām, 2019. gads (pircēju īpatsvars, %)



Visbiežāk Latvijas preces tiek pirktas šādās kategorijās: olas, maizes izstrādājumi, konditorejas izstrādājumi, saldējums un svaigā gaļa.

Pēc „Maxima Latvija” datiem ārkārtas situācijas laikā vietējo produktu īpatsvars pārdotajos apjomos pieauga rīsiem, griķiem, citiem putraimiem, kā arī dažāda veida saldumiem.



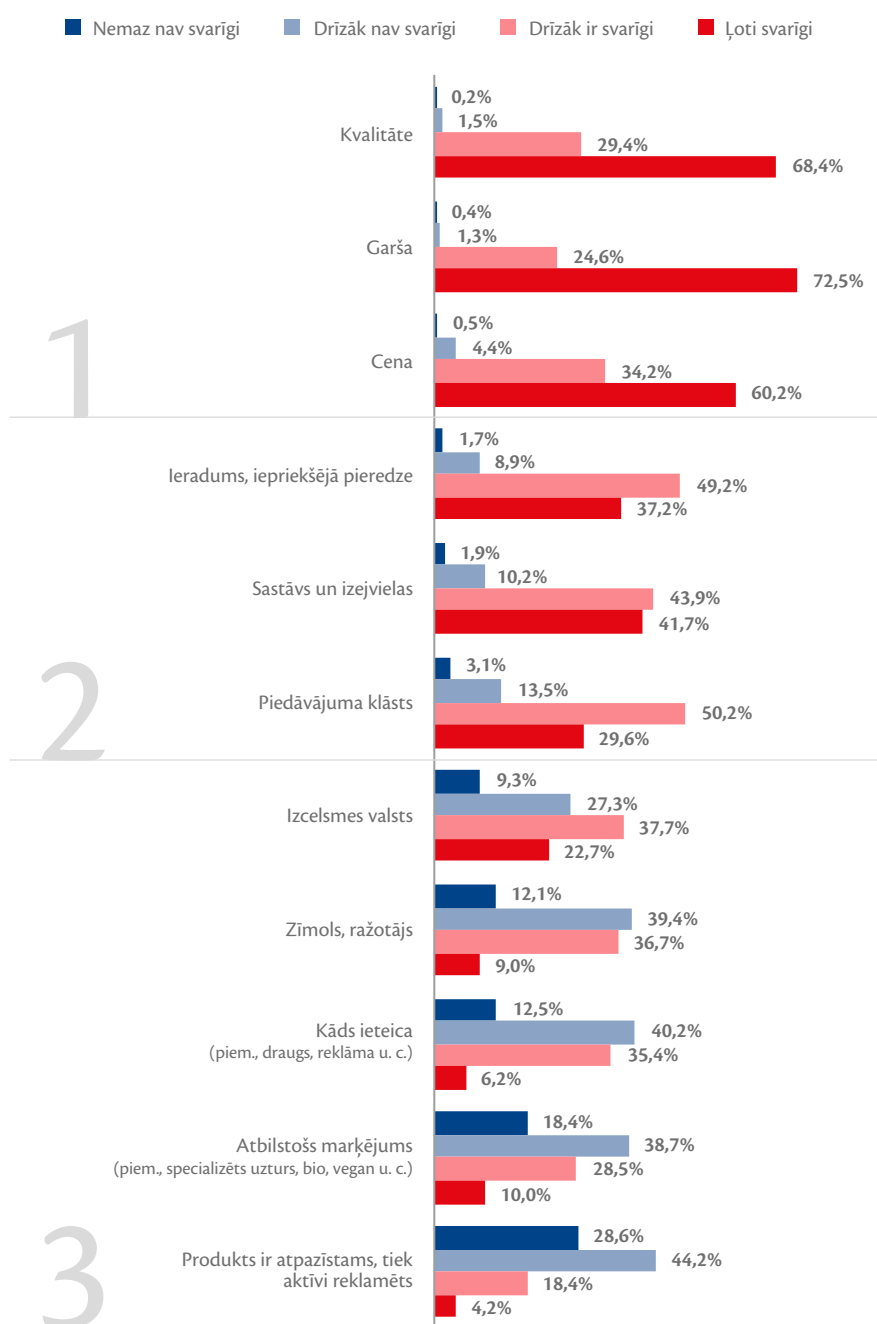
## Kvalitātes loma pārtikas produktu izvēlē

**Kvalitāte, garša, cena – trīs būtiskākās lietas, ko Latvijas iedzīvotājs vērtē, izvēloties pārtikas preces**

Kritērijus, pēc kuriem Latvijas iedzīvotāji izvēlas pārtikas produktus, var iedalīt trīs grupās:

1. Svarīgākie jeb top kritēriji;
2. Pieredzes kritēriji;
3. Produkta reputācijas kritēriji.

Kritēriju svarīgums, iegādājoties pārtikas produktus



Respondentu īpatsvars, %



Pie svarīgākajiem jeb top kritērijiem, uz kuriem Latvijas iedzīvotāji balstās, izvēloties pārtikas produktus, vairāk kā 90% ir kvalitāte, garša un cena. Gandrīz visi respondenti jeb 97,8% atzinuši preču kvalitāti par svarīgu faktoru, kuru ņem vērā, iegādājoties pārtiku (68,4% norādīja, ka tas ir ļoti svarīgs kritērijs, un 29,4%, ka tas ir drīzāk svarīgs).

Pie vidēji svarīgiem jeb pieredzes kritērijiem, uz ko savu izvēli balsta vismaz 80% Latvijas iedzīvotāju, ir ieradums, produktu sastāvs un piedāvātais klāsts.

60% un mazāk Latvijas iedzīvotāju izvēlas pārtikas produktus, balstoties uz produkta reputācijas kritērijiem – izcelsmes valsti, zīmolu, drauga ieteikumu, produkta reklāmu un atpazīstamību.

Respondentu atbildes liecina par Latvijas iedzīvotāju praktisko pieeju produktu izvēlē, kā arī norāda uz to, ka personīgas pieredzes faktoram ir ļoti būtiska loma Latvijas valsts iedzīvotāju pirkšanas paradumos.

Analizējot respondentu atbildes, var redzēt, ka sievietēm visi piedāvātie vērtēšanas kritēriji liekas daudz svarīgāki nekā vīriešiem. To var skaidrot ar faktu, ka Latvijā tieši sievietes biežāk nekā vīrieši atbild par iepirkšanos kopīgajā mājāsaimniecībā.

### Ļoti svarīgi kritēriji vairākamam pircēju, iegādājoties pārtikas produktus (respondentu īpatsvars, %)

|                  | Garša | Kvalitāte | Cena  | Sastāvs, izejvielas | Ieradums | Piedāvājuma klāsts | Izcelsmes valsts |
|------------------|-------|-----------|-------|---------------------|----------|--------------------|------------------|
| Kopējās atbildes | 72,5% | 68,4%     | 60,2% | 41,7%               | 37,2%    | 29,6%              | 22,7%            |
| Vīrietis         | 68%   | 64%       | 54%   | 38%                 | 35%      | 27%                | 21%              |
| Sieviete         | 76%   | 72%       | 66%   | 45%                 | 39%      | 32%                | 24%              |
| 18–24 gadi       | 76%   | 63%       | 80%   | 26%                 | 47%      | 34%                | 15%              |
| 25–34 gadi       | 81%   | 72%       | 64%   | 38%                 | 44%      | 31%                | 20%              |
| 35–44 gadi       | 80%   | 73%       | 63%   | 38%                 | 42%      | 25%                | 18%              |
| 45–54 gadi       | 77%   | 70%       | 63%   | 53%                 | 36%      | 37%                | 24%              |
| 55–63 gadi       | 59%   | 63%       | 53%   | 42%                 | 33%      | 28%                | 26%              |
| 64–75 gadi       | 62%   | 66%       | 46%   | 43%                 | 25%      | 24%                | 30%              |
| Rīga             | 77%   | 72%       | 61%   | 46%                 | 38%      | 29%                | 19%              |
| Vidzeme          | 70%   | 64%       | 57%   | 39%                 | 32%      | 27%                | 25%              |
| Kurzeme          | 75%   | 67%       | 63%   | 40%                 | 41%      | 40%                | 25%              |
| Zemgale          | 68%   | 70%       | 59%   | 36%                 | 41%      | 28%                | 24%              |
| Latgale          | 68%   | 66%       | 64%   | 42%                 | 39%      | 28%                | 24%              |

Tajā brīdī, kad jaunieši vecumā līdz 24 gadiem savu produktu izvēli vairāk balsta uz produkta cenu (80%), garšas īpašībām (76%) un saviem ieradumiem (47%), Latvijas sociāli un ekonomiski aktīvākā iedzīvotāju grupa vecumā no 25 līdz 44 gadiem uzskata kvalitāti par noteicošo faktoru (virs 70%), savukārt cilvēki vecumā no 45 līdz 55 gadiem biežāk nekā citi pievērš uzmanību produktu sastāvam un izejvielām (53%) un piedāvātajam produktu klāstam (37%). Interesanti, ka produkta izcelsmes valsts visvairāk interesē vecākā gadagājuma cilvēkus no 64 līdz 75 gadiem (30%).

Pētījuma dati liecina, ka jaunākā paaudze ir visjūtīgākā pret cenu, un, lai gan tā vairāk uzticas savai personīgajai pieredzei un ieradumiem, tā, visticamāk, būs gatava tos mainīt izdevīgākas cenas piedāvājuma ietekmē. Ar vecumu, mainoties cilvēku sociālajam statusam, parādoties ģimenei un bērniem, pircēji arvien vairāk pievērš uzmanību produktu kvalitātei, sastāvam, izmantotajām izejvielām, taču arī šeit vērojama cenas faktora nozīme produktu iegādes laikā.



Reģionu griezumā rīdziniekiem, vairāk kā pārējo Latvijas reģionu iedzīvotājiem, ir svarīgāka garša (77%), kvalitāte (72%) un produktu sastāvs (46%), kamēr citu reģionu iedzīvotāji biežāk paļaujas uz cenas faktoru, ieradumiem un piedāvāto produktu klāstu.

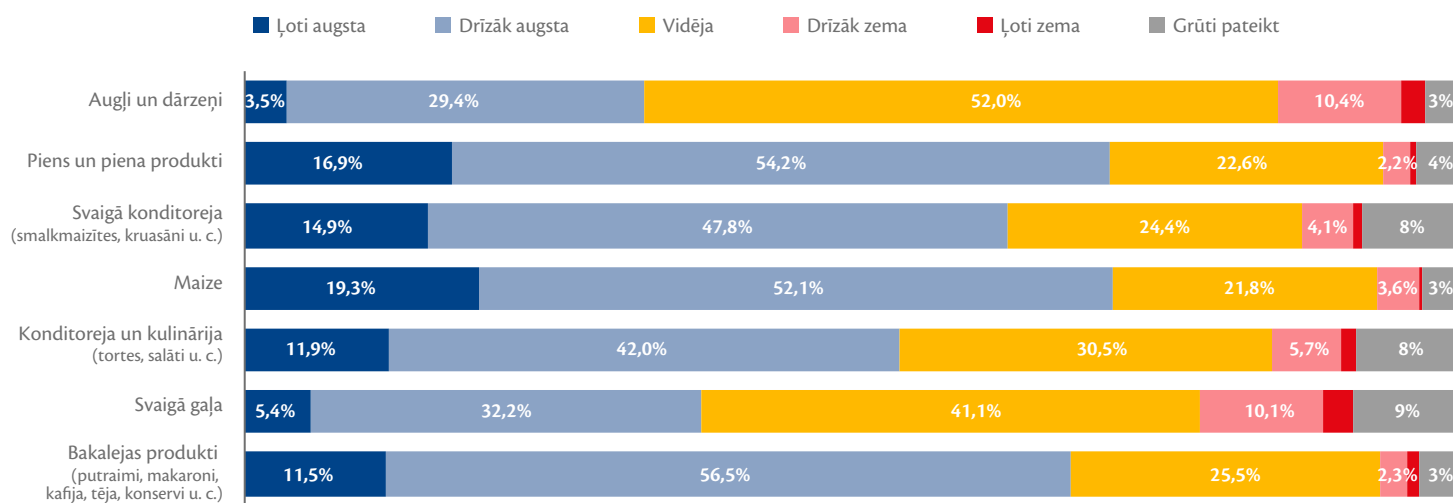
Pēc preču kvalitātes, biežāk nekā citi, pārtikas preces izvēlas sievietes, pircēji vecumā no 25-44 gadiem un rīdzinieki. Rīdzinieku vidū ir vairāk pircēju, kuriem preču kvalitāte ir ļoti svarīgs kritērijs pārtikas preču izvēlē, bet mazāk tādu, kuri pievērš uzmanību preces izcelsmes valstij.

## Vairums vērtē pārtikas produktus lielveikalu plauktos kā kvalitatīvus

Analizējot respondentu atbildes uz jautājumu, kā viņi vērtē Latvijas lielveikalos piedāvāto pārtikas produktu kvalitāti dažādām produktu grupām, var secināt, ka kopumā pircēji ir apmierināti ar produktu kvalitāti.

### Maizes un piena produktu kvalitāti augsti novērtēja vairāk nekā 70% iedzīvotāju

#### Latvijas lielveikalos piedāvāto pārtikas produktu kvalitātes novērtējums



Respondentu īpatsvars, %

Visaugstāk novērtētais produkts Latvijas lielveikalos pēc kvalitātes ir maize. 71,5% iedzīvotāju maizes kvalitāti vērtē kā augstu, turklāt gandrīz piektā daļa jeb 19,3% respondentu piešķir maizei augstāko kvalitātes vērtējumu. Otrajā un trešajā vietā ierindojas piena produkti un bakaleja – attiecīgi 71,1% un 68% respondentu vērtē šo produktu kvalitāti kā augstu. Vairāk kā 62% respondentu novērtējuši svaigās konditorejas (smalkmaizītes, kruasāni u. c.) kvalitāti kā labu, turklāt teju 15% piešķirusi tai visaugstāko vērtējumu.



Salīdzinoši daudz cilvēku nav pilnībā apmierināti ar augļu un dārzeņu kvalitāti – puse jeb 52% to nosauca par vidēju. Arī ar svaigās gaļas produkcijas kvalitāti nav apmierināta teju puse respondentu. Lielāks tādu pircēju īpatsvars ir starp gados vecākiem cilvēkiem. Vīrieši un respondenti vecumā virs 45 gadiem bija nedaudz kritiskāki, vērtējot piedāvāto pārtikas produktu kvalitāti – starp tiem mazāk pircēju, kuri piešķir augstāko novērtējumu.

#### Augsts kvalitātes novērtējums respondentu grupās (respondentu īpatsvars, %)

|                  | Maize | Piens un piena produkti | Bakalejas produkti<br>(putraimi, makaroni,<br>kafija, tēja, konservi u. c.) | Svaigā konditoreja<br>(smalkmaizītes,<br>kruasāni u. c.) | Konditoreja un<br>kulinārija<br>(tortes, salāti u. c.) | Svaigā gaļa | Augļi un dārzeņi |
|------------------|-------|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-------------|------------------|
| Kopējās atbildes | 71,5% | 71,1%                   | 68,0%                                                                       | 62,8%                                                    | 54,0%                                                  | 37,6%       | 32,9%            |
| Vīrietis         | 69%   | 69%                     | 64%                                                                         | 62%                                                      | 56%                                                    | 40%         | 31%              |
| Sieviete         | 74%   | 73%                     | 72%                                                                         | 63%                                                      | 52%                                                    | 36%         | 35%              |
| 18–24 gadi       | 85%   | 76%                     | 81%                                                                         | 69%                                                      | 62%                                                    | 51%         | 60%              |
| 25–34 gadi       | 71%   | 74%                     | 69%                                                                         | 66%                                                      | 58%                                                    | 38%         | 39%              |
| 35–44 gadi       | 79%   | 79%                     | 73%                                                                         | 67%                                                      | 62%                                                    | 39%         | 33%              |
| 45–54 gadi       | 67%   | 68%                     | 63%                                                                         | 62%                                                      | 56%                                                    | 38%         | 24%              |
| 55–63 gadi       | 67%   | 66%                     | 66%                                                                         | 58%                                                      | 48%                                                    | 35%         | 27%              |
| 64–75 gadi       | 66%   | 64%                     | 63%                                                                         | 57%                                                      | 41%                                                    | 31%         | 27%              |
| Rīga             | 71%   | 72%                     | 70%                                                                         | 63%                                                      | 55%                                                    | 35%         | 31%              |
| Vidzeme          | 73%   | 76%                     | 70%                                                                         | 60%                                                      | 56%                                                    | 41%         | 34%              |
| Kurzeme          | 71%   | 67%                     | 65%                                                                         | 57%                                                      | 48%                                                    | 35%         | 30%              |
| Zemgale          | 73%   | 74%                     | 66%                                                                         | 69%                                                      | 56%                                                    | 38%         | 35%              |
| Latgale          | 70%   | 61%                     | 63%                                                                         | 66%                                                      | 52%                                                    | 40%         | 35%              |

Respondentu īpatsvars, %

Kopumā, analizējot atšķirības vīriešu un sieviešu atbildēs, var novērot, ka vīrieši produktu kvalitāti uztver nedaudz kritiskāk, taču divas produktu grupas, kuras tika novērtētas pozitīvāk, salīdzinot ar sieviešu vērtējumu, ir svaigā gaļa un konditorejas un kulinārijas produkti.

Jaunieši biežāk nekā citu vecuma grupu pārstāvji ar augstāko vērtējumu novērtēja maizi, bakaleju, svaigo gaļu un augļus un dārzeņus, kamēr vidējā vecuma pārstāvji biežāk augstāko vērtējumu sniedza piena produktiem.



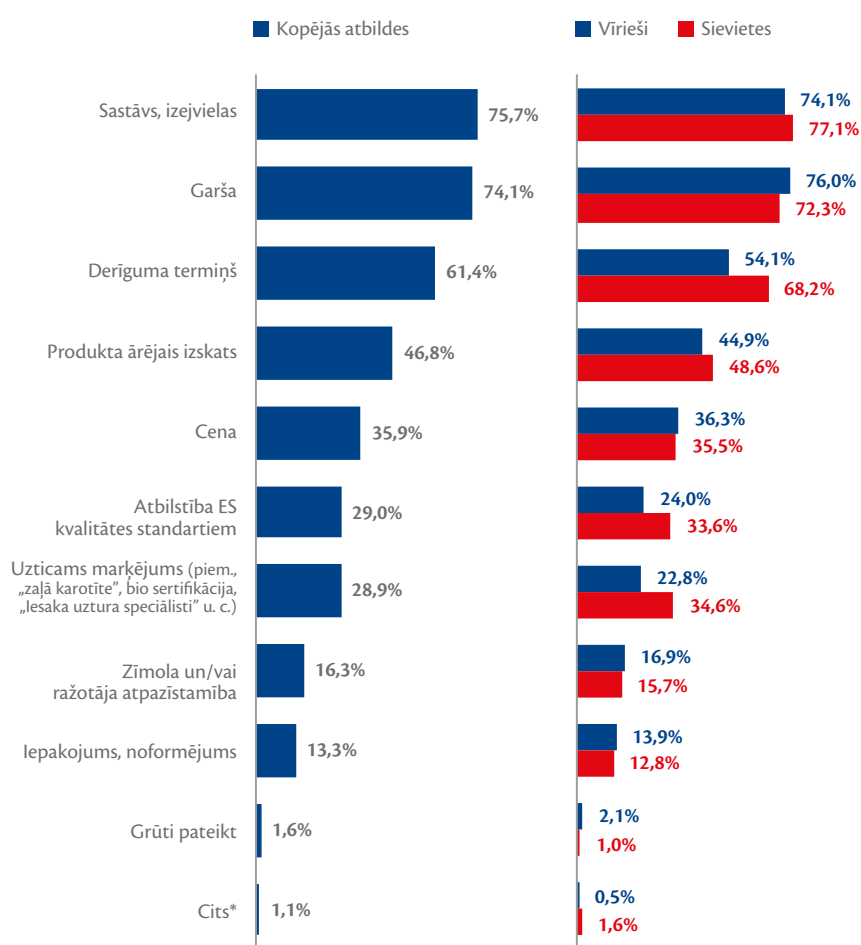


## Galvenie kvalitātes kritēriji – produkta sastāvs, izejvielas un garša

Par galvenajiem pārtikas produktu kvalitātes raksturojumiem ir atzīti produktu sastāvs un izejvielas, garša, derīguma termiņš un ārējais izskats. Vērtējot pārtikas produktu kvalitāti, vairākums pircēju – 75,7% pievērš uzmanību produkta sastāvam un izmantotajām izejvielām, 74,1% – garšai un 61,4% – derīguma termiņam, savukārt gandrīz puse jeb 46,8% respondentu produktu kvalitāti nosaka pēc ārējā izskata.

### Pircēji vērtē produktu kvalitāti pēc sastāva, izmantotajām izejvielām un garšas; zīmolam un marķējumam sekundāra nozīme

Faktori, kas respondentu vērtējumā liecina par pārtikas produktu kvalitāti



Respondentu īpatsvars, %

Cena, kā kvalitātes noteicošais faktors, ir vairāk kā trešdaļai (35,9%) Latvijas iedzīvotāju. 16% nosaka produktu kvalitāti pēc zīmola un 13% pēc iepakojuma, kas norāda uz to, ka Latvijas iedzīvotājs vairāk uzticas sev un savai pieredzei, nevis paļaujas uz ražotāja vārdu, zīmolu vai iepakojuma pievilcību.

Sievietes, salīdzinājumā ar vīriešiem, produktu kvalitāti biežāk vērtē pēc preces derīguma termiņa, atbilstības ES kvalitātes standartiem un marķējuma, tātad viņas bieži vien spriež par kvalitāti, balstoties uz ārējiem faktoriem un paļaujas uz ražotāju sniegto informāciju. Savukārt vīrieši kvalitāti biežāk nosaka pēc subjektīvas pieredzes, augstāk vērtējot garšas īpašības, produkta zīmolu, iepakojumu un cenu.



### Faktori, kuri respondentu vērtējumā liecina par pārtikas produktu kvalitāti

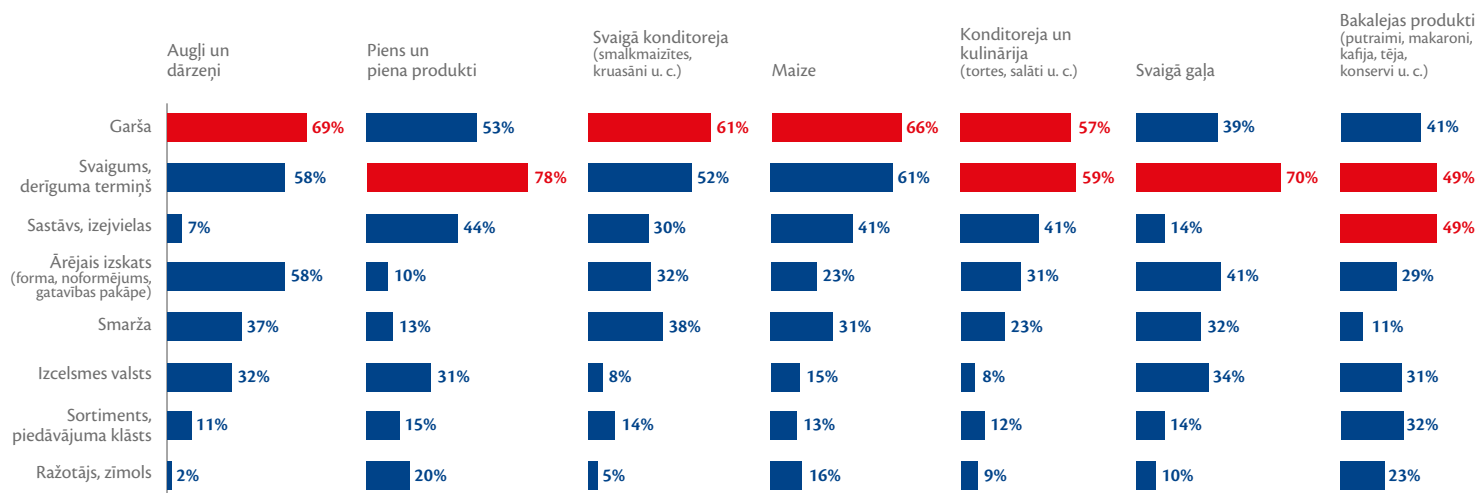
|                                                                                                   | 18–24 gadi | 25–34 gadi | 35–44 gadi | 45–54 gadi | 55–63 gadi | 64–75 gadi |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Sastāvs, izejvielas                                                                               | 85,1%      | 73,6%      | 75,6%      | 74,4%      | 75,0%      | 75,5%      |
| Garša                                                                                             | 83,1%      | 79,3%      | 72,8%      | 71,1%      | 70,1%      | 72,4%      |
| Derīguma termiņš                                                                                  | 56,2%      | 53,6%      | 56,5%      | 58,0%      | 61,9%      | 82,3%      |
| Produkta ārējais izskats                                                                          | 51,2%      | 45,1%      | 45,6%      | 51,0%      | 41,9%      | 48,3%      |
| Cena                                                                                              | 38,3%      | 43,1%      | 30,4%      | 32,6%      | 32,2%      | 40,2%      |
| Atbilstība ES kvalitātes standartiem                                                              | 59,5%      | 38,4%      | 26,7%      | 22,6%      | 19,2%      | 22,4%      |
| Uzticams marķējums (piem., „zaļā karotīte”, bio sertifikācija, „lesaka uztura speciālisti” u. c.) | 47,2%      | 34,1%      | 28,5%      | 17,4%      | 29,7%      | 26,3%      |
| Zīmola un/vai ražotāja atpazīstamība                                                              | 15,0%      | 11,6%      | 12,6%      | 16,0%      | 17,5%      | 25,8%      |
| Iepakojums, noformējums                                                                           | 13,1%      | 19,7%      | 12,6%      | 12,9%      | 9,1%       | 11,9%      |

Respondentu īpatsvars, %

Gados vecie cilvēki vecuma grupā no 65 līdz 75 gadiem vairāk nekā citi uzticas derīguma termiņam (82,3% respondentu). Jaunāko pircēju vidū, no 18 līdz 24 gadiem, ir vairāk tādu, kuri uzskata, ka par produktu kvalitāti liecina atbilstība ES kvalitātes standartiem (59,5% respondentu) un uzticams marķējums (47,2% respondentu).

Vērtējot produktu kvalitāti dažādās preču grupās, par vienlīdz svarīgiem kritērijiem visiem pārtikas produktiem ir nosaukti garša, svaigums un derīguma termiņš.

### Visbūtiskākie kritēriji, vērtējot produktu kvalitāti atsevišķās preču grupās



Respondentu īpatsvars, %

Augļiem un dārzeņiem ļoti svarīgs ir arī ārējais izskats (uz to norādīja 58% respondentu), smarža (37% respondentu), izcelsmes valsts (32% respondentu).

Piena produktu kvalitāti pircēji novērtē arī pēc sastāva un izejvielām (44% respondentu), kā arī svarīga ir izcelsmes valsts (31% respondentu).

Pērkot svaigu gaļu, pircēji biežāk novērtē tās kvalitāti pēc ārējā izskata (41% respondentu), izcelsmes valsts (34% respondentu) un smaržas (32% respondentu).

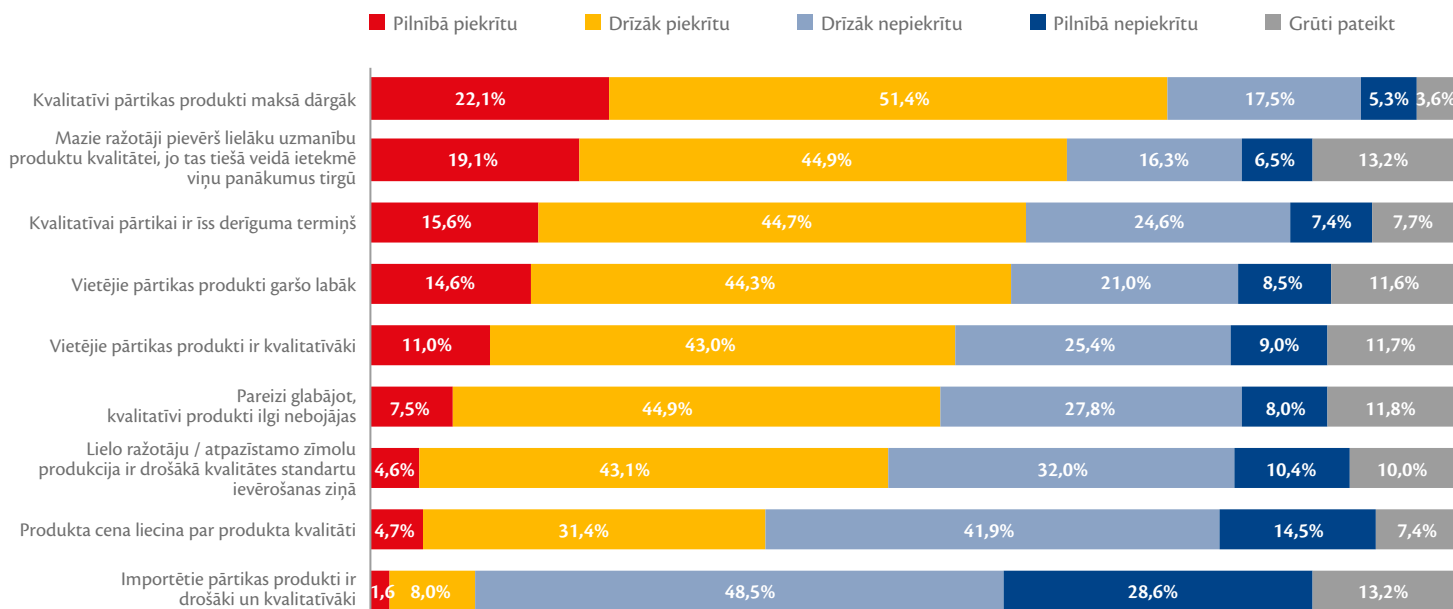
Bakalejas precēm (putraimi, makaroni, kafija, tēja, konservi u. c.) ļoti svarīgs ir sortiments, piedāvājuma klāsts (32% respondentu), kā arī ražotājs un zīmols (23% respondentu).



## Pircēju priekšstati par produktu kvalitāti

Katrā sabiedrībā pastāv dažādi priekšstati un zināmi stereotipi attiecībā uz pārtikas produktu kvalitāti un, balstoties uz tiem, pircēji parasti izdara savu izvēli par labu vienam vai otram produktam.

### Latvijas iedzīvotāju priekšstati par produktu kvalitāti (respondentu īpatsvars, %)



Spriežot pēc atbildēm, Latvijas iedzīvotāji ir pārliecināti, ka kvalitatīvi pārtikas produkti maksā dārgāk – šādi uzskata 73,5% respondentu. Vienlaikus 56,4% nepiekrīt apgalvojumam, ka cena liecina par produkta kvalitāti. Tādējādi var secināt, ka cena sabiedrības acīs ne vienmēr būs svarīgākais kvalitātes nosacījums – atzīstot, ka kvalitatīvi produkti mēdz maksāt dārgāk, pircēji tomēr nav gatavi paļauties tikai uz šo aspektu, jo pastāv virkne citu svarīgu kritēriju.

Piemēram, vairāk nekā puse aptaujāto ir pārliecināti, ka vietējie pārtikas produkti ir kvalitatīvāki (54%) un garšo labāk (59%), kamēr importētus produktus par tādiem uzskata nepilni 10%.

Apgalvojumam, ka mazie ražotāji pievērš lielāku uzmanību produktu kvalitātei, piekrīt vai drīzāk piekrīt 64%, savukārt 47,6% uzskata, ka tieši lielo ražotāju produkcija ir drošākā kvalitātes ziņā.

Interesantus secinājumus var izdarīt, analizējot cilvēku priekšstatus par produktu glabāšanas termiņu – kamēr vairums (60,3%) uzskata, ka kvalitatīviem produktiem ir īss derīguma termiņš, gandrīz tikpat liela daļa (52,4%) uzskata, ka, pareizi glabājot, kvalitatīvi produkti ilgi nebojājas.



## Iedzīvotāju vairākuma viedoklis par produktu kvalitāti

|                  | Kvalitatīvi pārtikas produkti maksā dārgāk | Mazie ražotāji pievērš lielāku uzmanību produktu kvalitātei | Kvalitatīvai pārtikai ir īss derīguma termiņš | Vietējie pārtikas produkti garšo labāk | Vietējie pārtikas produkti ir kvalitatīvāki | Pareizi glabājot, kvalitatīvi produkti ilgi nebojājas |
|------------------|--------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|----------------------------------------|---------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| Kopējās atbildes | 73,5%                                      | 64,0%                                                       | 60,3%                                         | 58,9%                                  | 53,9%                                       | 52,4%                                                 |
| Vīrietis         | 73,7%                                      | 62,4%                                                       | 56,7%                                         | 53,0%                                  | 49,3%                                       | 54,0%                                                 |
| Sieviete         | 73,4%                                      | 65,5%                                                       | 63,5%                                         | 64,5%                                  | 58,2%                                       | 50,9%                                                 |
| 18–24 gadi       | 81,4%                                      | 65,4%                                                       | 58,4%                                         | 59,8%                                  | 55,4%                                       | 56,5%                                                 |
| 25–34 gadi       | 75,9%                                      | 70,6%                                                       | 48,9%                                         | 55,8%                                  | 48,5%                                       | 52,5%                                                 |
| 35–44 gadi       | 69,9%                                      | 58,1%                                                       | 56,8%                                         | 57,9%                                  | 48,0%                                       | 48,3%                                                 |
| 45–54 gadi       | 68,3%                                      | 63,0%                                                       | 64,5%                                         | 50,9%                                  | 51,3%                                       | 49,9%                                                 |
| 55–63 gadi       | 71,5%                                      | 59,5%                                                       | 65,5%                                         | 61,7%                                  | 54,3%                                       | 51,3%                                                 |
| 64–75 gadi       | 79,2%                                      | 68,5%                                                       | 68,3%                                         | 69,6%                                  | 69,1%                                       | 59,1%                                                 |
| Rīga             | 69,5%                                      | 56,5%                                                       | 57,2%                                         | 53,6%                                  | 46,6%                                       | 52,8%                                                 |
| Vidzeme          | 76,7%                                      | 71,0%                                                       | 60,5%                                         | 65,9%                                  | 62,4%                                       | 50,2%                                                 |
| Kurzeme          | 70,7%                                      | 67,0%                                                       | 63,0%                                         | 61,9%                                  | 56,0%                                       | 55,7%                                                 |
| Zemgale          | 77,7%                                      | 67,8%                                                       | 62,4%                                         | 59,9%                                  | 56,9%                                       | 50,3%                                                 |
| Latgale          | 75,6%                                      | 62,3%                                                       | 62,6%                                         | 54,7%                                  | 50,5%                                       | 54,9%                                                 |

Lai gan respondentu sniegtās atbildes liecina, ka pastāv vairāki svarīgi produktu kvalitātes kritēriji, liela iedzīvotāju daļa (73,5%) tieši cenu uzskata par vienu no svarīgākajiem kvalitātes rādītājiem. Šī pārliecība raksturīga kā jaunajai, tā arī vecajai paaudzei, kā arī reģionu iedzīvotājiem. Vecuma grupās no 18-24 gadiem un no 64 līdz 75 gadiem 80% iedzīvotāju piekrita apgalvojumam, ka pārtikas produkti maksā dārgāk. Citās vecuma grupās piekrišana šim apgalvojumam bija krietni mazāka.

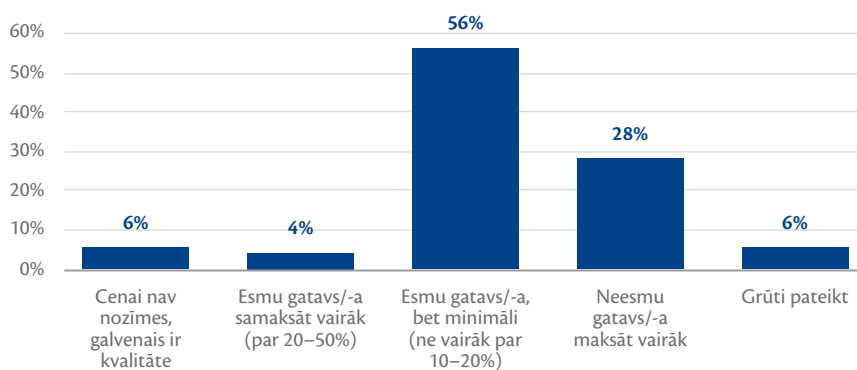
Pārliecība par to, ka mazie ražotāji pievērš vairāk uzmanības kvalitātei, ir 64% Latvijas iedzīvotāju un lielākoties pastāv jauno cilvēku (25-34 gadi) un vecāka gada gājuma cilvēku (65-75 gadi) vidū un reģionos.

### Kvalitatīvi produkti mēdz maksāt dārgāk, taču trešdaļa pircēju nav gatava par to maksāt vairāk

Pārtikas kvalitātes ziņā vietējiem produktiem vairāk uzticas gados vecie cilvēki – 69,1% uzskata, ka vietējie pārtikas produkti ir kvalitatīvāki, savukārt rīdzinieku vidū ir mazāk pircēju, kuri norāda, ka vietējie pārtikas produkti ir kvalitatīvāki – vien 46,6%. Kopumā rīdzinieki retāk par citu reģionu iedzīvotājiem domā, ka kvalitatīvi produkti ir ar īsu derīguma termiņu un mazāk novērtē „vietējā” faktora pievienoto vērtību produkta kvalitātes veidošanā.



### Pircēju gatavība maksāt vairāk, lai iegādātos kvalitatīvākus pārtikas produktus

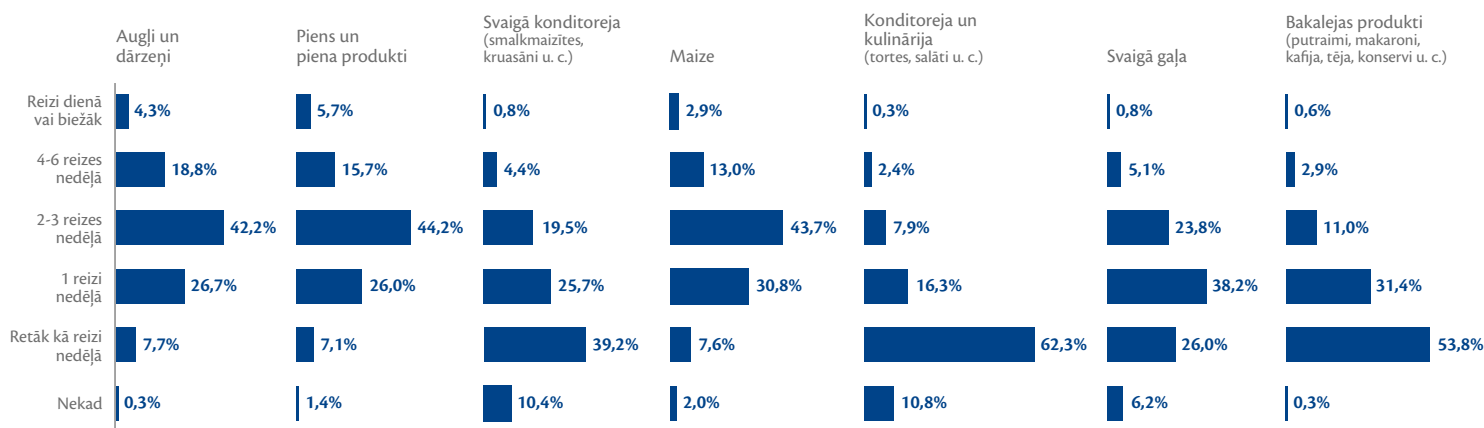


Respondentu īpatsvars, %

Nedaudz vairāk kā puse respondentu ir gatava piemaksāt, lai iegādātos kvalitatīvāku produktu, bet šai cenu starpībai nav jābūt lielākai par 20%. Apmēram trešdaļa respondentu nav gatava tērēt papildus līdzekļus, lai nopirktu kvalitatīvāku pārtikas produktu.

### Dažādu pārtikas produktu iegādes biežums

#### Pārtikas produktu iegādes biežums



Respondentu īpatsvars, %

Augļi un dārzeņi, maize un piens 60% Latvijas iedzīvotāju iepirkuma groziņos parādās biežāk kā divas reizes nedēļā, kas nozīmē, ka svaigie produkti ir biežākais iemesls, lai apmeklētu veikalu. Samērā retāk tiek iepirkta svaiga daļa – vairāk kā pusei iedzīvotāju 1 reizi nedēļā un retāk, svaigā konditoreja (kruasāni un smalkmaizītes) – 66% iedzīvotāju grozos parādās 1 reizi nedēļā un retāk. Retāk kā reizi nedēļā cilvēki pērk bakalejas produktus un konditorejas izstrādājumus, ko visdrīzāk var skaidrot ar to, ka šīs preces biežāk iepērk uz svētkiem. Apmēram katrs desmitais Latvijas iedzīvotājs nekad nepērk ne svaigo konditoreju, ne arī konditoreju un kulināriju, savukārt apmēram katrs sešpadsmitais Latvijas iedzīvotājs nekad nepērk gaļu.

**Augļus, dārzeņus, piena produktus un maizi pircēji pērk biežāk kā 2 reizes nedēļā**





## Kopsavilkums

- Visbiežāk latviešu iepirkumu grozos parādās piena produkti, dārzeņi un maize;
- Iedzīvotāju vidū ir iecienīti vietējie pārtikas produkti, ko vismaz reizi nedēļā nopērk gandrīz 95% veikala apmeklētāju;
- Kvalitāte, garša, cena – trīs būtiskākās lietas, ko Latvijas iedzīvotājs vērtē, izvēloties pārtikas preces, tam seko pieredze, un tikai tad – produkta tēls un pozicionējums;
- Maize un piens – produkti, ko kvalitātes ziņā Latvijas iedzīvotāji ir novērtējuši visaugstāk;
- Vērtējot produktu kvalitāti dažādās preču grupās, par vienlīdz svarīgiem kritērijiem visiem pārtikas produktiem ir nosaukti garša, svaigums un derīguma termiņš;
- Vērtējot kvalitāti, augļiem un dārzeņiem ļoti svarīgs ir arī ārējais izskats, piena produktu kvalitāti pircēji novērtē arī pēc sastāva un izejvielām, svaigu gaļu – pēc ārējā izskata, bakalejas precēm (putraimi, makaroni, kafija, tēja, konservi u. c.) ļoti svarīgs ir piedāvājuma klāsts, kā arī ražotājs un zīmols, svaigās konditorejas (smalkmaizītes, kruasāni u. c.) un maizes kvalitātes novērtējumā lielu lomu spēlē arī smarža, savukārt kulinārijas (tortes, salāti u. c.) kvalitāte tiek vērtēta arī pēc ārējā izskata;
- Vairums iedzīvotāju ir pārliecināti, ka kvalitatīvi produkti maksā dārgāk, taču tajā pašā laikā vairāk kā puse nepiekrīt tam, ka cena liecina par produkta kvalitāti;
- Latvieši ir praktiski pircēji, kas vairāk uzticas savai pieredzei un vērtē produkta kvalitāti kompleksi, analizējot vairākus kritērijus un faktoros.

