

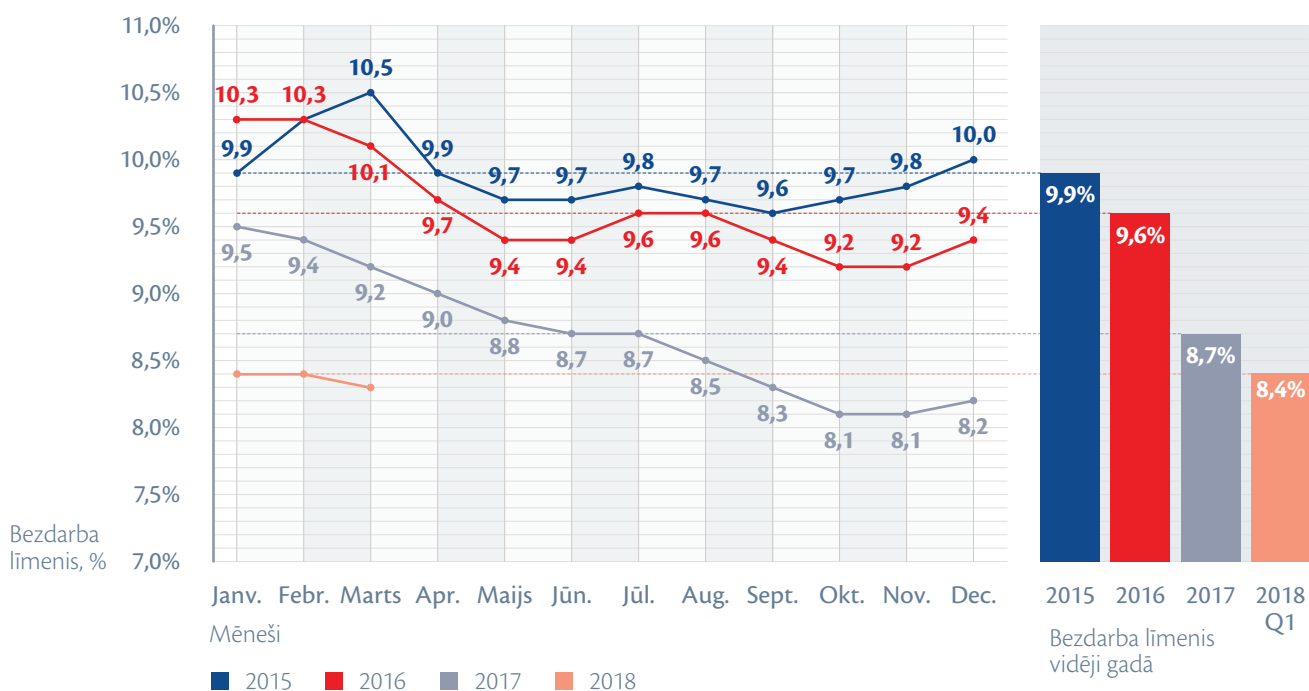


1. Daļa

**Mazumtirdzniecības nozares tendences
2018. gada 1. ceturksnī**

Darba tirgus

Bezdarba līmenis Latvijā (%)



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

Kopš 2009. gada vidējam gada bezdarba līmenim saglabājas tendence samazināties. Kaut arī 2018. gada pirmā ceturkšņa vidējais bezdarba līmenis bija augstāks par 2017. gada ceturtā ceturkšņa bezdarba līmeni, ir jāņem vērā sezonālās īpatnības. Šogad 1. ceturkšņa vidējais bezdarba līmenis bija par 1% mazāks nekā 2017. gada 1. ceturkšņa rādītāji.

Reģistrētais bezdarba līmenis Latvijas reģionos 31.martā (%)¹



¹ Nodarbinātības valsts aģentūra, sadaļa „Bezdarba statistika”, (31.03.2018.): <http://nva.gov.lv/index.php?cid=6&mid=596&txt=599&t=stat>

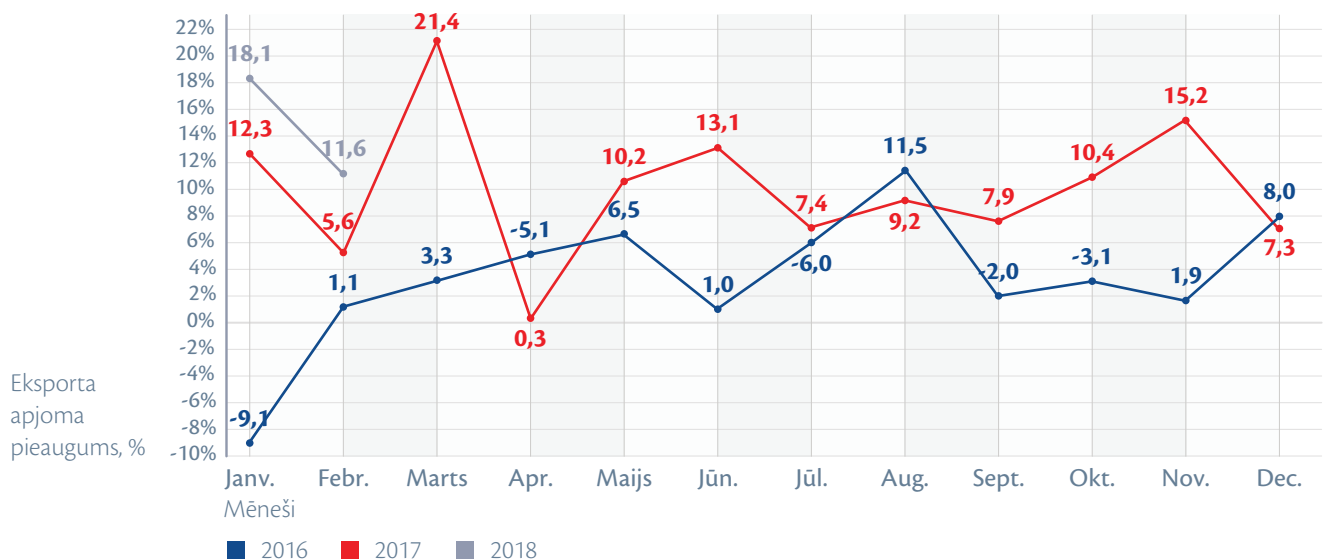
2018. gada pirmajā ceturksnī bezdarba līmeņa reģionālās tendences saglabājas nemainīgas – vislielākais bezdarba līmenis reģistrēts Latgales reģionā, bet vismazākais Rīgas reģionā. Pēc Nodarbinātības valsts aģentūras datiem no Latgales reģiona pilsētām vislielākais bezdarba līmenis ir Ciblas un Zilupes novados, bet vismazākais Vārkavas novadā. Pierīgas statistiskajā reģionā vismazākais reģistrētais bezdarba līmenis ir Baldones un Mārupes novadā, bet vislielākais Limbažu novadā.

Reģistrētā bezdarba līmeņa samazināšanās ir skaidrojama ar kopējo ekonomikas izaugsmi un izmaiņām likumdošanā par bezdarbnieka pabalsta saņemšanu. Ir veiktas izmaiņas likumā „Par apdrošināšanu bezdarba gadījumam”, kas tagad nosaka, ka 12 mēnešus, iepriekšējo deviņu mēnešu vietā, jābūt veiktām sociālās apdrošināšanas iemaksām, lai varētu saņemt bezdarbnieka pabalstu.²

Latvijas Bankas pētījumā „Tik dažāda bezdarbs” tiek norādīts, ka faktiskais bezdarba līmenis ir mazāks par dabiskā bezdarba līmeni, kas veicinās ekonomikas uzkaršanu un lielākas uzņēmējdarbības izmaksas. Ilgākā laikā tas varētu radīt inflāciju un konkurētspējas samazināšanos, kas uzņēmumiem liks samazināt ražošanas apjomus un līdz ar to atkal atbrīvot darbiniekus.³

Šādā darba tirgus situācijā daži no uzņēmumu nākotnes izaicinājumiem būtu gan darba efektivitātes palielināšana, gan ražošanas jaudu celšana. Viens no pozitīvajiem rādītājiem šajā ziņā ir eksporta līmeņa stabils pieaugums pēdējos 16 mēnešus pēc kārtas.⁴

Latvijas eksporta apjoma pieaugums pret iepriekšējā gada atbilstošo periodu



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

Eksporta apjoma pieaugums ir ļoti būtisks Latvijas ekonomikas izaugsmes veicinātājs, jo kopš 2017. gada vairāk nekā 60% no Latvijas iekšzemes kopprodukta veidoja tieši eksports.⁴ Labvēlīgi eksportu ietekmēja arī globālo cenu kāpums naftai, dažādām pārtikas precēm, graudaugiem, koksnei un metāliem. No eksporta pieauguma mazāko daļu veido re-eksporta kāpums, lielāko – vietējie ražotāji.⁵

² Finanšu ministrijas raksts „Bezdarba samazināšanās pirmajā ceturksnī kļuvusi straujāka”, (16.05.2018.): http://www.fm.gov.lv/lv/sadalas/tautsaimniecibas_analize/tautsaimniecibas_analize/darba_tirgus/56575-fm-bezdarba-samazinanasas-pirmaja-ceturksni-kluvusi-straujaka

³ Latvijas Bankas ekonomista Erlanda Krongona raksts „Tik dažāda bezdarbs”, (06.06.2018.): <https://www.makroekonomika.lv/tik-dazada-is-bezdarbs>

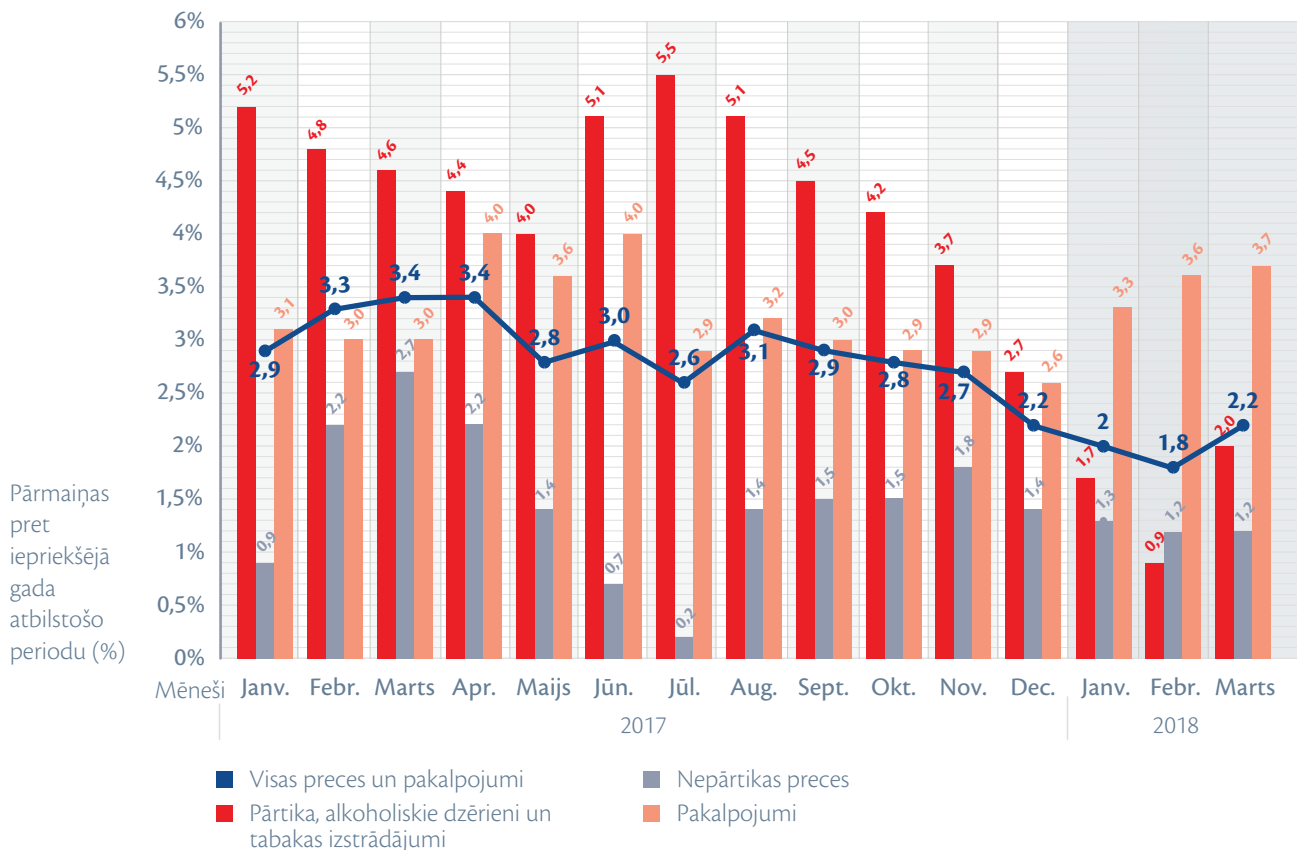
⁴ Swedbank ekonomikas apskats, A. Bucenieces raksts (09.04.2018.): <https://www.swedbank.lv/about/swedbank/about/economic/expertCommentaries#>

⁵ Latvijas Bankas ekonomistes Dainas Pelēces raksts „Eksports ir apņēmības pilns turpināt 2017. gadā labi iesākto” (12.03.2018.): <https://www.makroekonomika.lv/eksports-ir-apnemibas-pilns-turpinat-2017-gada-labi-iesakto>

Inflācija

Pašlaik inflācijas līmenis valstī saglabājas zems. Vislielākā inflācija ir novērojama pakalpojumu cenām, kas visātrāk ir reaģējušas uz nodokļu un minimālās algas likmēm, kā arī dabas resursu cenu pieaugumam.

Preču un pakalpojumu cenu pārmaiņas (% pret iepriekšējā gada attiecīgo periodu)



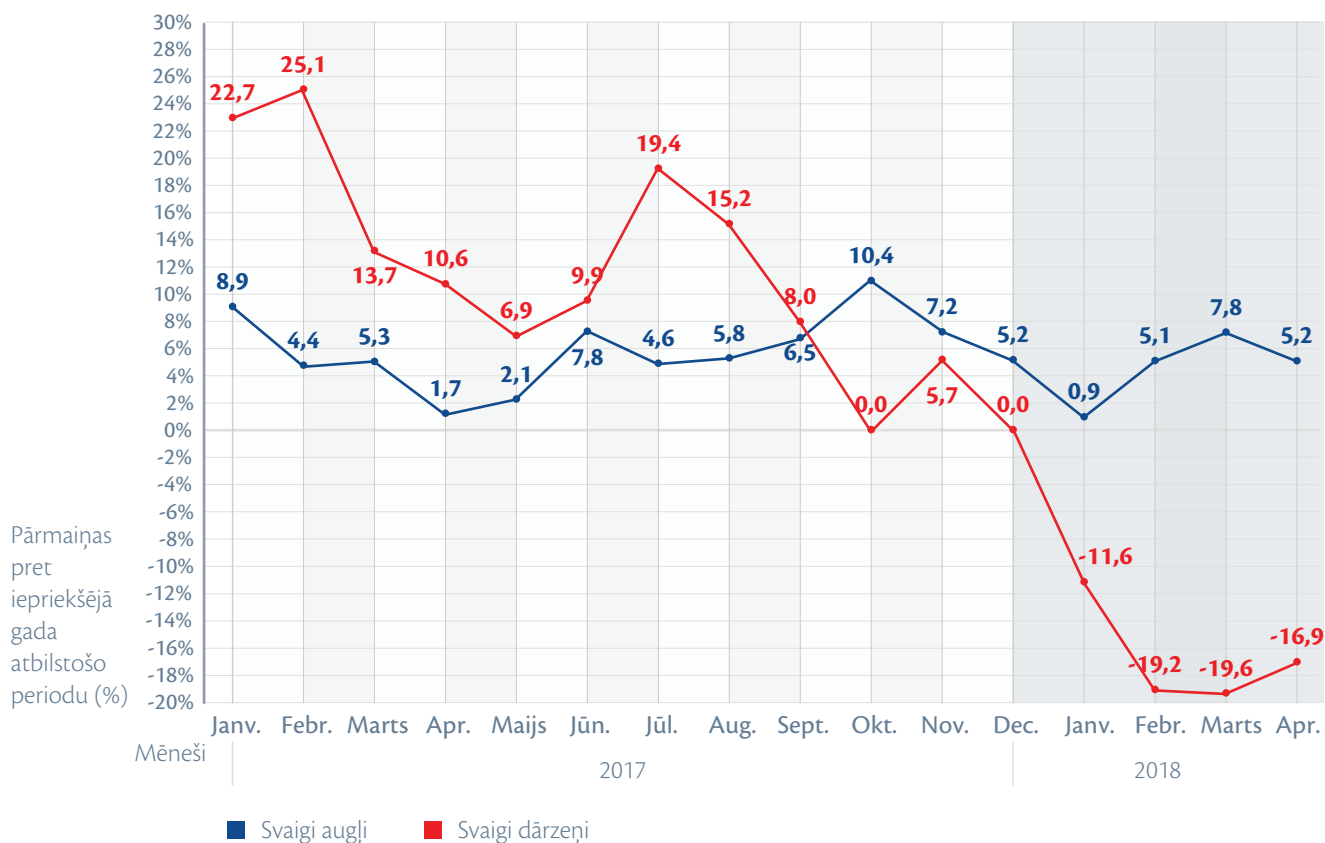
Avots: „Maxima Latvija” aprēķini, pamatojoties uz Centrālās statistikas pārvaldes datubāzes datiem

Arī šogad pārtikas cenu izmaiņas nosaka tendences pasaules tirgos un, spriežot pēc ANO Pārtikas un lauksaimniecības organizācijas datiem par neapstrādātās pārtikas cenām pasaulē, pārtikas cenu indekss šā gada janvārī nokrita par 3.5%, samazinoties galvenokārt cukura, piena un eļļas izstrādājumu cenai. Kritums turpinājās arī februāra mēnesī par 2.5%, ko pārsvarā noteica eļļas izstrādājumu un cukura cenu indeksa kritums. Savukārt piena cenas kāpa. Martā tika novērots kopējais pārtikas cenu indeksa kāpums par 0.7%.

Cukura cenu indeksa kritums atstāja ļoti būtisku ietekmi uz cukura cenām Latvijā – 2017. gada vidējā pirmā ceturkšņa inflācija cukuram bija 20.7%, bet šogad pirmajā ceturksnī kritums par – 32.2%. Tas varētu atstāt ietekmi uz ražotāju iepirkuma cenām produktos, kuru sastāvā tiek izmantots liels cukura apjoms. Taču ir jānorāda arī uz to, ka pasaulē ir vērojams liels svārstīgums cukura cenu indeksā un šāds cenu indekss varētu būt īslaicīgs.

Turpretī negatīva tendence ir novērojama saistībā ar olu cenām. 2018. gada pirmā ceturkšņa vidējā inflācija olām bija 19.6%. Tik liels cenu pieaugums ir saistīts ar piedāvājuma samazināšanos Eiropas tirgos.

Patēriņa cenu pārmaiņas svaigiem augļiem un dārzeņiem



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

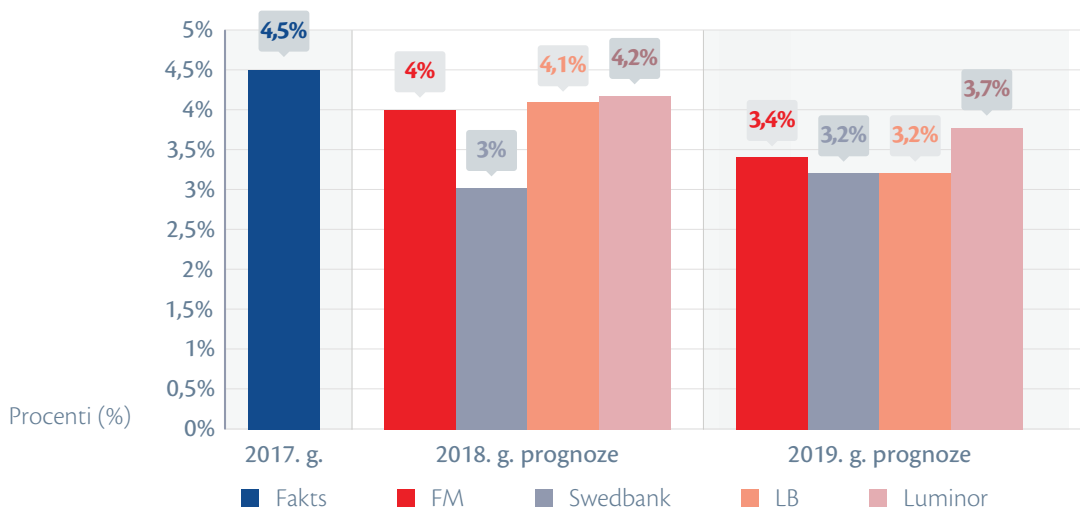
2018. gada sākumā stājās spēkā izmaiņas likumā par pievienotās vērtības nodokli, kur pielikumā noteica tos augļus, ogas un dārzeņus, kuriem piemēro nodokļa samazināto likmi 5% apmērā (pievienotās vērtības nodokļa likuma pielikumā ir minēti 64 augļi, ogas un dārzeņi, kuriem ir piešķirta samazinātā PVN likme)⁶. Šo izmaiņu ietekmē jau no janvāra ir reģistrēta cenu deflācija svaigiem dārzeņiem – vidēji 16.8% apmērā pirmajā ceturksnī pret iepriekšēja gada atbilstošo periodu. Cenas par svaigiem augļiem pirmajā ceturksnī uzrāda vidēji 4.6% pieaugumu. Prognozējams, ka, sākoties ābolu un bumbieru sezonai, augļu inflācija varētu samazināties.

⁶ Pievienotās vērtības nodokļa likums (16.05.2018.): <https://likumi.lv/doc.php?id=253451>

Iekšzemes kopprodukts

Kopējā inflācija valstī atstāj ietekmi uz IKP, jo, augot cenām, pieaug arī nominālais IKP. Pēc dažādu organizāciju domām šogad Latvijas IKP pieaugums varētu būt no 3% līdz 4.2%.

IKP pieauguma fakts un prognozes



Avots: „Maxima Latvija” aprēķini, pamatojoties uz dažādām publikācijām (Finanšu ministrija (FM)⁷, Latvijas Banka (LB)⁸, Swedbank⁹, Luminor¹⁰)

Dažādu banku ekonomistu prognozēs figurē tādi IKP attīstības tempu skaidrojumi kā turpmāks ieguldījumu bums un Latvijas eksporta struktūras uzlabošanās, kas pozitīvi ietekmēs IKP attīstības tempus.⁹ Kā IKP attīstības tempu bremzējošais iemesls tiek minēts pērnā gada pēdējā ceturkšņa lēnāka izaugsme nekā cerēts, kā arī ietekmi atstās apkalpoto nerezidentu apjoma kritums finanšu sfērā.⁸ Vienīgi jānorāda, ka investīcijas pamatkapitālā pērn pieauga par aptuveni 16%. Ņemot vērā zemo bāzi un to, ka aptuveni ceturto daļu no pieauguma, visticamāk, var skaidrot ar airBaltic lidmašīnu iegādi, tad pērnā gada pieaugums vairs nešķiet tik jaudīgs.⁸

Pēc Latvijas Bankas kredītu reģistra datiem var redzēt, ka patēriņu kredīta atlikums 2017. gada 4. ceturksnī ir pieaudzis par 10.1% pret iepriekšējā gada attiecīgo periodu, bet skaits tikai par 2.4%.¹¹ Tas liecina, ka ievērojami ir pieaugusi vidēja patēriņa kredītu summa. Iemesli pieaugumam ir meklējami straujajā algu kāpumā iepriekšējos periodos. Tā kā pēc jaunākajām Finanšu ministrijas prognozēm (11.04.2018.) algu kāpums 2018. gadā būs 8%, tad visdrīzāk, ka kopējais kredītu apjoms turpinās pieaugt.¹²

Pēc Centrālās statistikas pārvaldes datiem pagaidām nav novērojams būtisks patēriņu cenu kāpums mājokļa iekārtu, mājražniecības ierīču un mājokļa ikdienas uzturēšanas preču grupā, kā arī transportlīdzekļu iegādes cenās. Turpmākajos periodos šis fakts varētu mainīties, ja ir novērojams tik liels patēriņa kredītu pieaugums.¹³

⁷ Finanšu ministrijas mājaslapa, sadaļa „Galvenie makroekonomiskie rādītāji un prognozes” (11.04.2018.): http://www.fm.gov.lv/lv/sadalas/tautsaimniecibas_analize/tautsaimniecibas_analize/galvenie_makroekonomiskie_raditaji_un_prognozes/

⁸ Makroekonomika.lv raksts „Par Latvijas Bankas makroekonomiskajām prognozēm” (19.12.2017.): <https://www.makroekonomika.lv/lapa/par-latvijas-bankas-makroekonomiskajam-prognozēm>

⁹ Swedbank ekonomikas apskats, 2018. gada marts: <https://www.swedbank-research.com/latvian/ekonomikasapskats/2018/q2/index.csp>

¹⁰ Luminor ekonomista Pēteris Strautiņa raksts „Latvijas ekonomikas apskats: pavasaris 2018”, (20.03.2018.): <https://www.luminor.lv/lv/prognozes/latvijas-ekonomikas-apskats-pavasaris-2018>

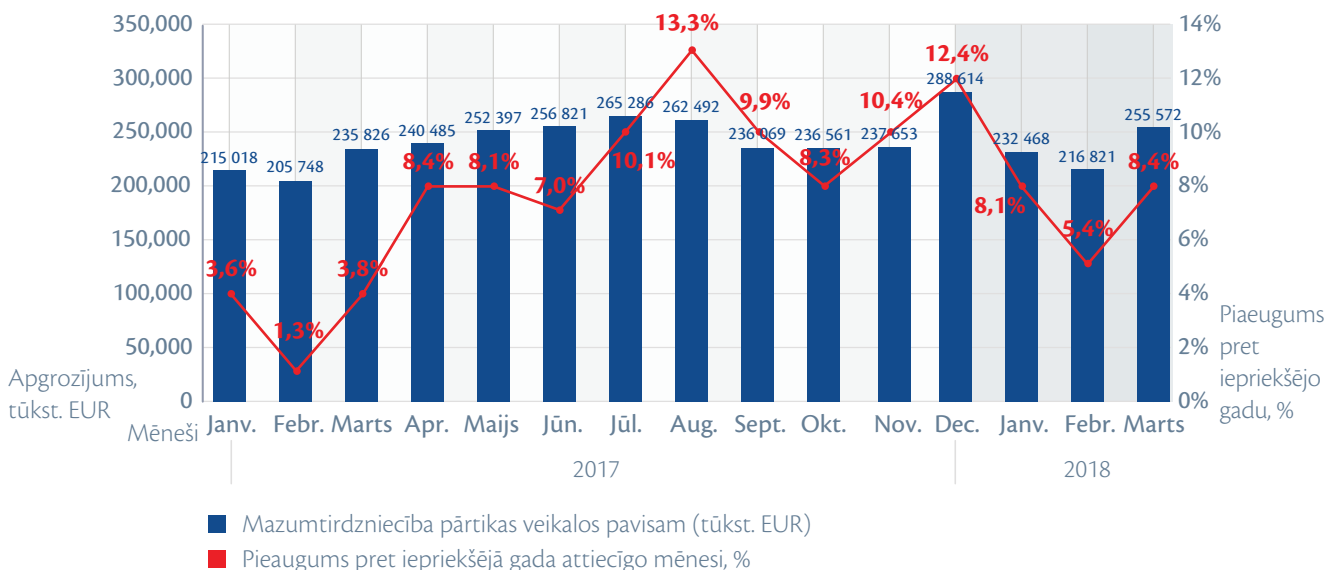
¹¹ Latvijas Bankas kredītu reģistra statistika (13.02.2018.): <https://www.bank.lv/statistika/dati-statistika/kr-statistika>

¹² Finanšu ministrijas mājaslapa, sadaļa „Galvenie makroekonomiskie rādītāji un prognozes” (11.04.2018.): http://www.fm.gov.lv/lv/sadalas/tautsaimniecibas_analize/tautsaimniecibas_analize/galvenie_makroekonomiskie_raditaji_un_prognozes/

¹³ Centrālās statistikas pārvalde datubāze (16.05.2018.), Patēriņa cenas: http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/ekfin/ekfin__istern__PCI/?tablelist=true&rxid=cdbc978c-22b0-416a-aacc-aa650d3e2ce0

Mazumtirdzniecība pārtikas veikalos

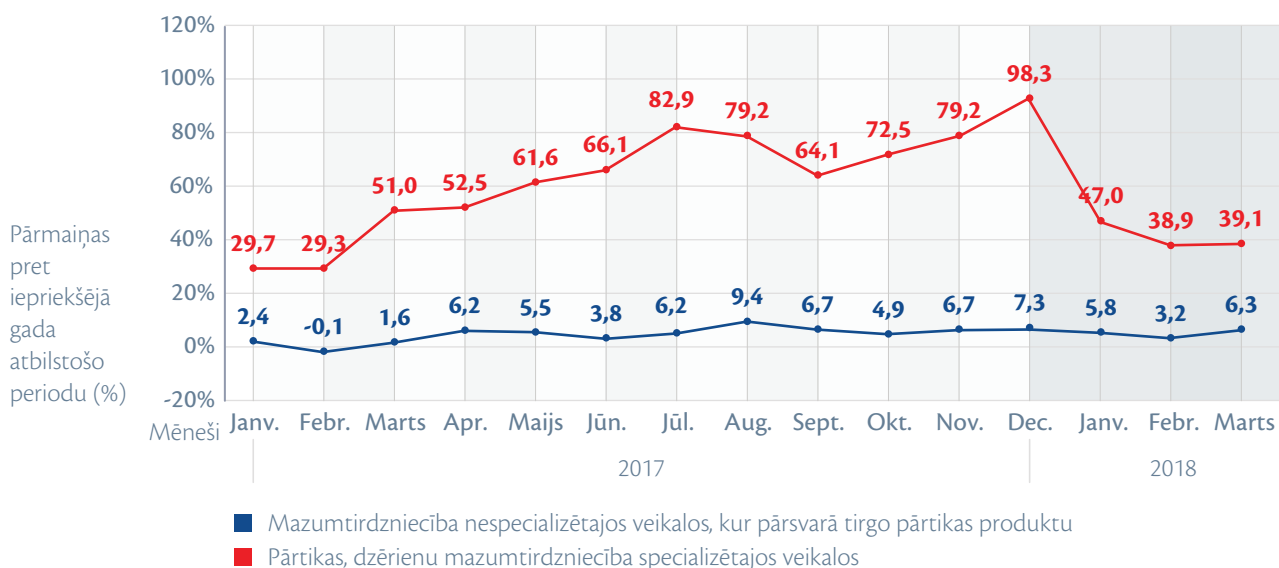
Mazumtirdzniecība pārtikas veikalos



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

Gads ir iesācies ar stabilu pieaugumu mazumtirdzniecībai pārtikas veikalos. Pēc Centrālās statistikas datiem pieaugums mazumtirdzniecības pārtikas veikalos šī gada 1. ceturksnī ir 7,3% pret iepriekšējā gada atbilstošo periodu. Vislielākais pieaugums vidēji 41,7% apmērā bija tieši pārtikas produktu un dzērienu mazumtirdzniecībai specializētajos veikalos. Šī tendence ir vērojama jau vairāk kā gadu un ir saistīta ar specializēto alkohola veikalu straujo attīstību pierobežas zonā. Prognozējam, ka pieauguma temps jau šogad mazināsies, taču vēl joprojām būs ar augstākiem pieauguma rādītājiem salīdzinājumā ar nespécializēto veikalu mazumtirdzniecības pieaugumu.

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



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

Pieauguma tempi pārtikas mazumtirdzniecībā ir saistīti arī ar likumdošanas izmaiņām. Minimālās algas palielināšana, algu pacelšana veselības nozarē un izmaiņas likumā par iedzīvotāju ienākuma nodokļa samaksu ir ļoti būtiskas izmaiņas, kuru rezultātā tiek prognozēts vidējās algas kāpums. Viena no pirmajām nozarēm, kas izjūt vidējās algas izmaiņas ir tieši mazumtirdzniecība pārtikas veikalos. Vēl, protams, PVN likmes samazināšana Latvijai raksturīgajiem dārzeņiem un augļiem ir veicinājusi šo preču grupu pārdošanas apjoma pieaugumu. Negatīvu ietekmi gan atstāja izmaiņas akcīzes nodokļa likumā – no 2018. gada sākuma pieauga nodoklis degvielai un no 1. marta alkoholiskajiem dzērieniem.

Kopsavilkums

- Vidējais bezdarba līmenis 2018. gada pirmajā ceturksnī bija 8.4%, kas ir zem dabiskā bezdarba līmeņa Latvijā.
- Stabils eksporta kāpumu 16 mēnešus pēc kārtas pārsvarā veicināja vietējie ražotāji, mazākā apmērā re-eksports.
- Pārtikas cenu inflāciju Latvijā ļoti ietekmē svārstības starptautiskajos tirgos.
- Latvijai raksturīgo augļu, ogu un dārzeņu PVN likmes izmaiņu rezultātā 2018. gada pirmajā ceturksnī ir reģistrēta dārzeņu deflācija 16.8% apmērā un augļu inflācija 4.6% apmērā.
- Mazumtirdzniecības pārtikas veikalos izaugsmes tempi saglabājas iepriekšējā gada līmenī, kas ir saistīts ar šī brīža ekonomiskās izaugsmes situāciju.

2. Daļa

Pētījums par iedzīvotāju iepirkšanās paradumiem un makroekonomikas rādītāju ietekmi uz tiem

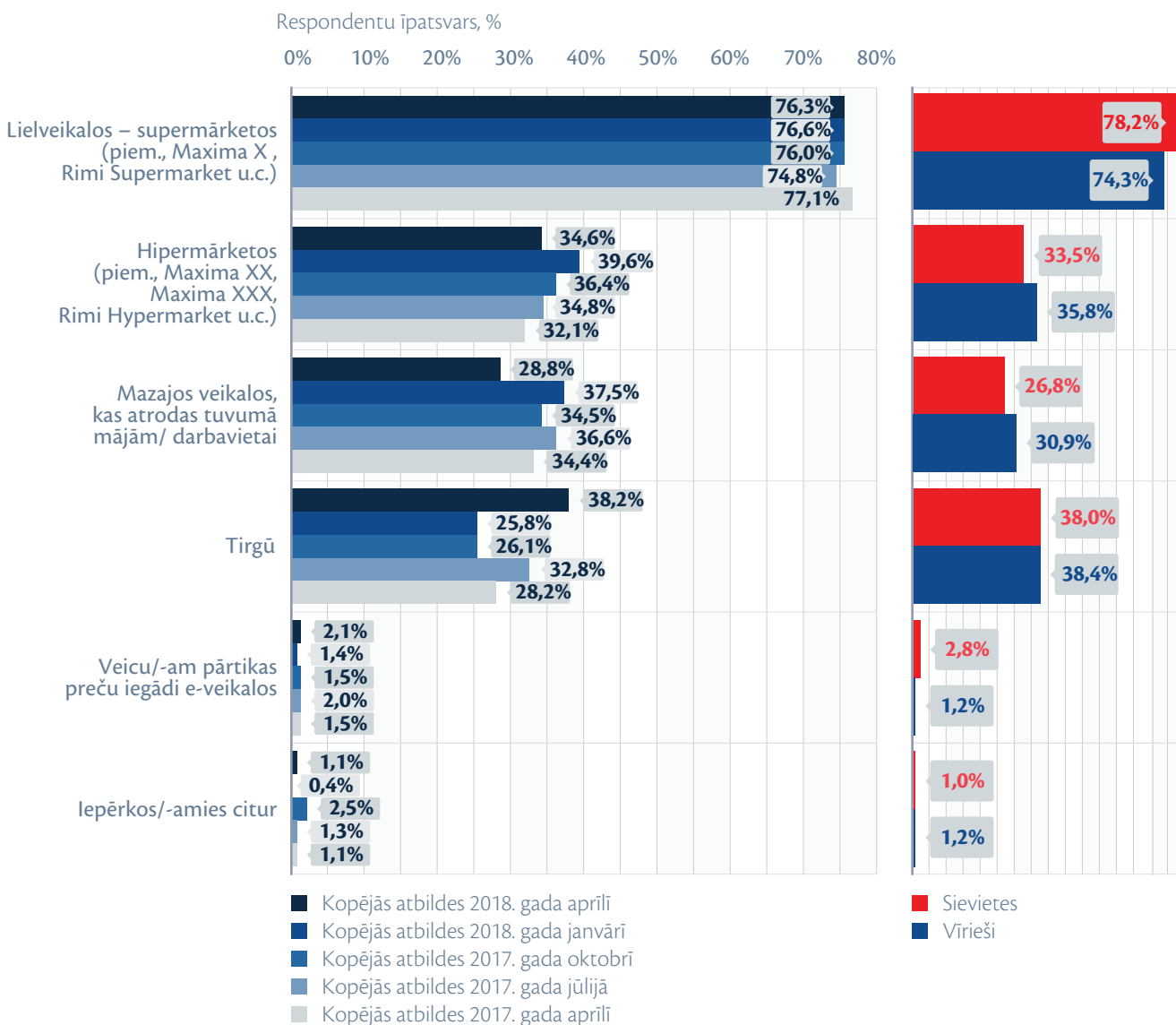
Pētījums tika veikts 2018. gada aprīlī ar pētniecības centra SKDS starpniecību. Pētījumā piedalījās 1005 Latvijas iedzīvotāji vecumā no 18 līdz 74 gadiem. Pētījuma mērķis ir apskatīt Latvijas iedzīvotāju domas un pēdējās tendences par viņu iepirkšanās paradumiem, kā arī makroekonomikas rādītāju ietekmes novērtējumu uz mājsaimniecību 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.

Iepirkšanās tirgū strauji kļūst populārāka

Nemainīgi augstu popularitāti respondentu vidū ir izpelnījusies iepirkšanās lielveikalos, pēc pēdējās aptaujas datiem 76.3% respondentu ir atzinuši, ka lielveikalos veic lielāko daļu ikdienas pirkumu. Lai gan, salīdzinot ar iepriekšējā gada atbilstošo periodu, ir novērojams neliels popularitātes kritums par 0.8%, bet tas nav uzskatāms par paradumu maiņu.

Par 5% ir samazinājies to respondentu skaits, kuri lielāko daļu savu pirkumu veic hipermarketos, salīdzinot ar iepriekšējo aptauju, šis kritums ir skaidrojams ar sezonālītātes efektu. Vēl joprojām saglabājas tendence, ka pircēji vēlas visu nepieciešamo iegādāties vienviet, to izskaidro 2.5% pieaugums iepirkumu veikšanai hipermarketos salīdzinājumā ar iepriekšējā gada atbilstošo periodu un 8.7% kritums to pircēju segmentā, kuri iepērkas mazajos veikalos, kas atrodas tuvumā mājām/darbam.

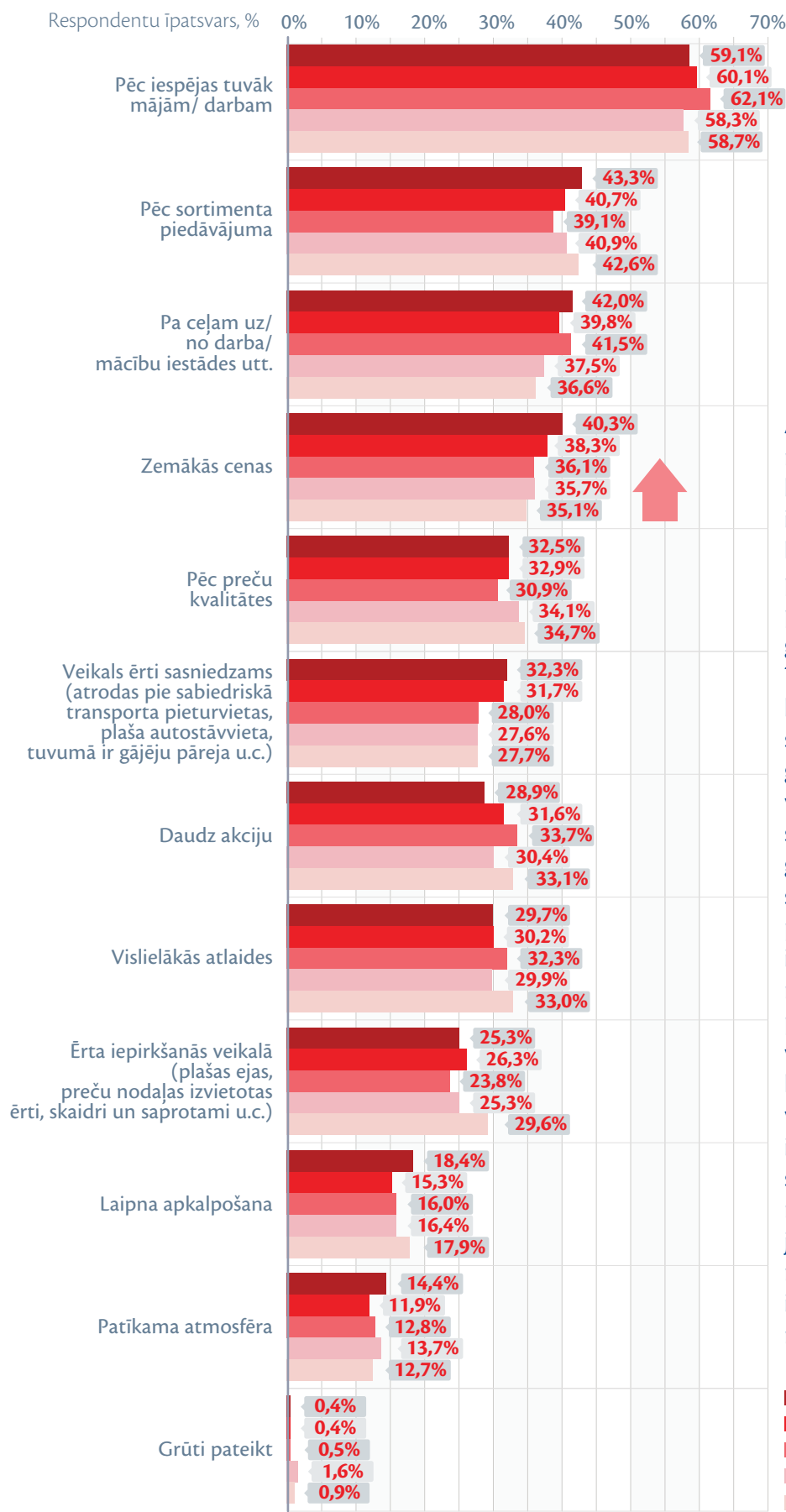
Iepirkšanās vietas izvēle lielākai daļai savu ikdienas pirkumu veikšanai (pārtikas un saimniecības preces)



Lielu popularitātes kāpumu ir uzrādījusi iepirkšanās tirgū. Vislielākais kāpums ir Rīgas un Kurzemes reģionos, kuros arī iepriekš tika fiksēts vislielākais tirgus iepirkšanās piekritēju skaits. Interesanti, ka Rīgā vēl aizvien ir novērojams pieaugums cilvēku skaitā, kas savus ikdienas pirkumus izvēlas veikt tirgū, neskatoties uz to, ka tirgu atrašanās vietu skaits Rīgā ir samazinājies (2018. gada 1. janvārī tika slēgts Āgenskalna tirgus).

Pircējam būtiska ir zema produkta cena

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

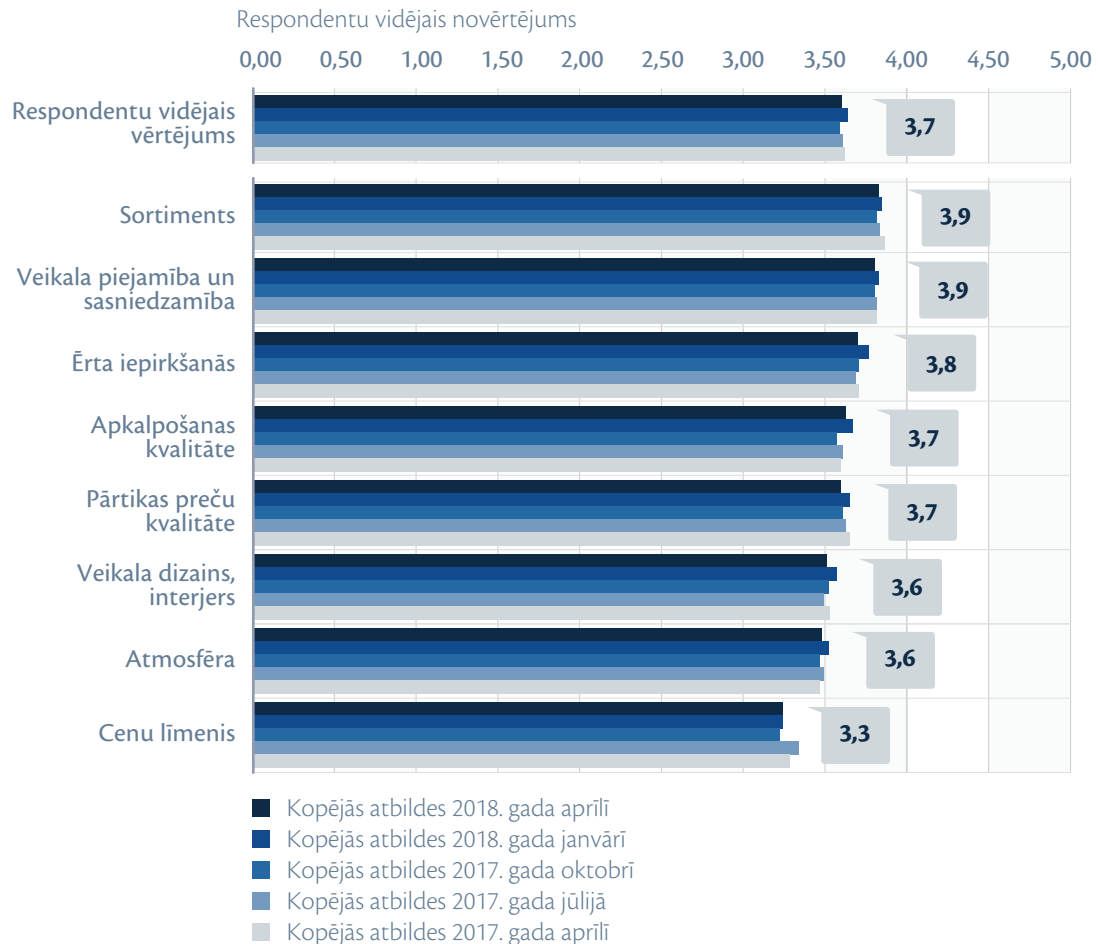


Apskatot kritērijus, pēc kuriem mājsaimniecības izvēlas veikalu, kur veikt lielāko daļu savu ikdienas pirkumu, aizvien būtiskāks kļūst viszemākās produkta cenas aspekts (5.2% pieaugums pret iepriekšējā gada atbilstošo periodu). Tāpat ir redzams, ka tādu kritēriju kā daudz akciju (4.2% samazinājums pret iepriekšējā gada atbilstošo periodu) vai vislielākās atlaides (3.3% samazinājums pret iepriekšējā gada atbilstošo periodu) svarīgums samazinās, kas liecina par to, ka mājsaimniecības izvērtē zemākās cenas aspektu ne tikai vadoties no akcijas piedāvājumiem, bet arī ņemot vērā pastāvīgo produkta cenu līmeni. Pircējs cenšas izvēlēties veikalus ar plašu sortimentu, un ir svarīga kopējā pirkuma groza summa. Salīdzinot sortimenta nozīmīgumu ar 2018. gada janvārī veiktās aptaujas rezultātiem, var redzēt, ka tas ir kļuvis būtiskāks visos Latvijas reģionos, izņemot Vidzemi.

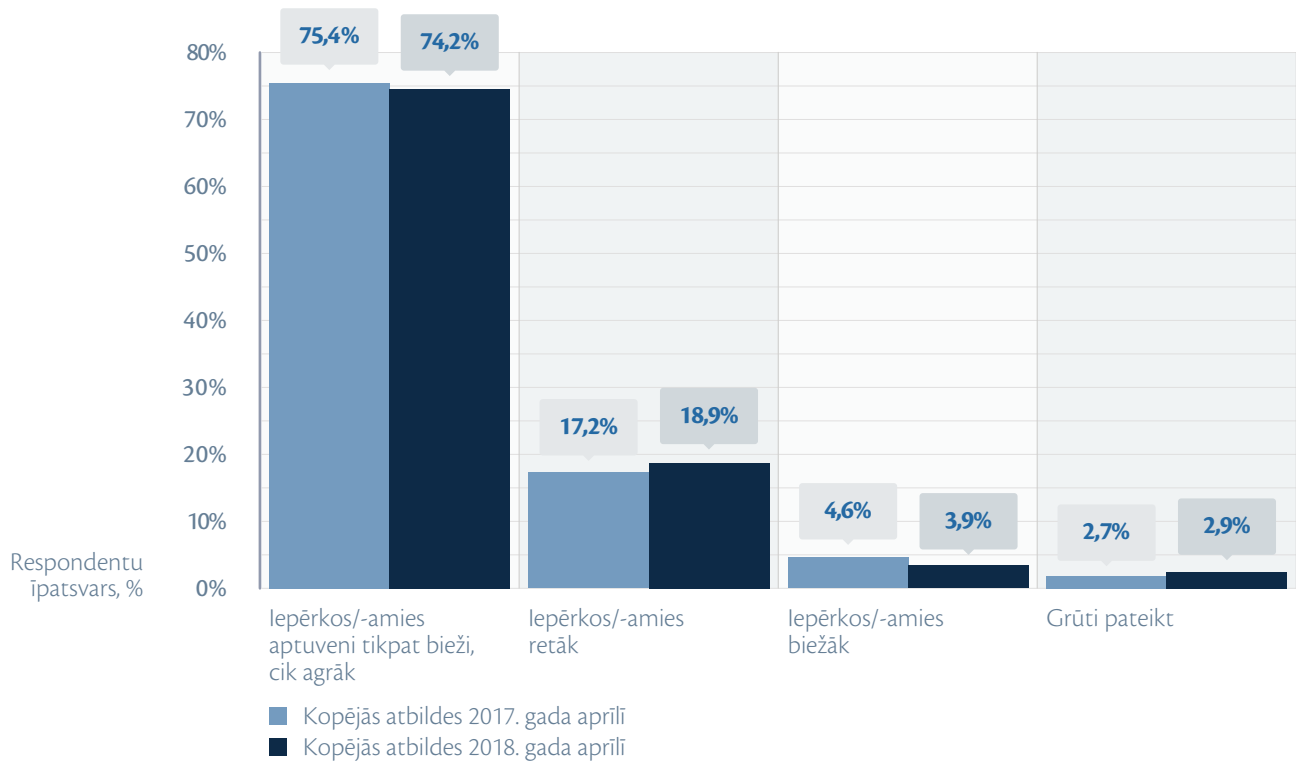
- Kopējās atbildes 2018. gada aprīlī
- Kopējās atbildes 2018. gada janvārī
- Kopējās atbildes 2017. gada oktobrī
- Kopējās atbildes 2017. gada jūlijā
- Kopējās atbildes 2017. gada aprīlī

Arī šoreiz respondenti novērtēja savu apmierinātību ar zināmākajiem Latvijas veikalu tīkliem tādos parametros kā sortiments, pārtikas preču kvalitāte, cenu līmenis, veikala pieejamība un sasniedzamība, apkalpošanas kvalitāte, ērta iepirkšanās, veikalu dizains, interjers un atmosfēra. Kopējais apmierinātības līmenis ir palicis nemainīgs (3.69 punkti, piecu punktu sistēmā). Vērtējums ir samazinājies tikai par nieka 0.02 punktiem pret iepriekšējo aptauju, un tik mazs svārstīgums šajā jautājumā ir novērojams visā aptaujas veikšanas periodā.

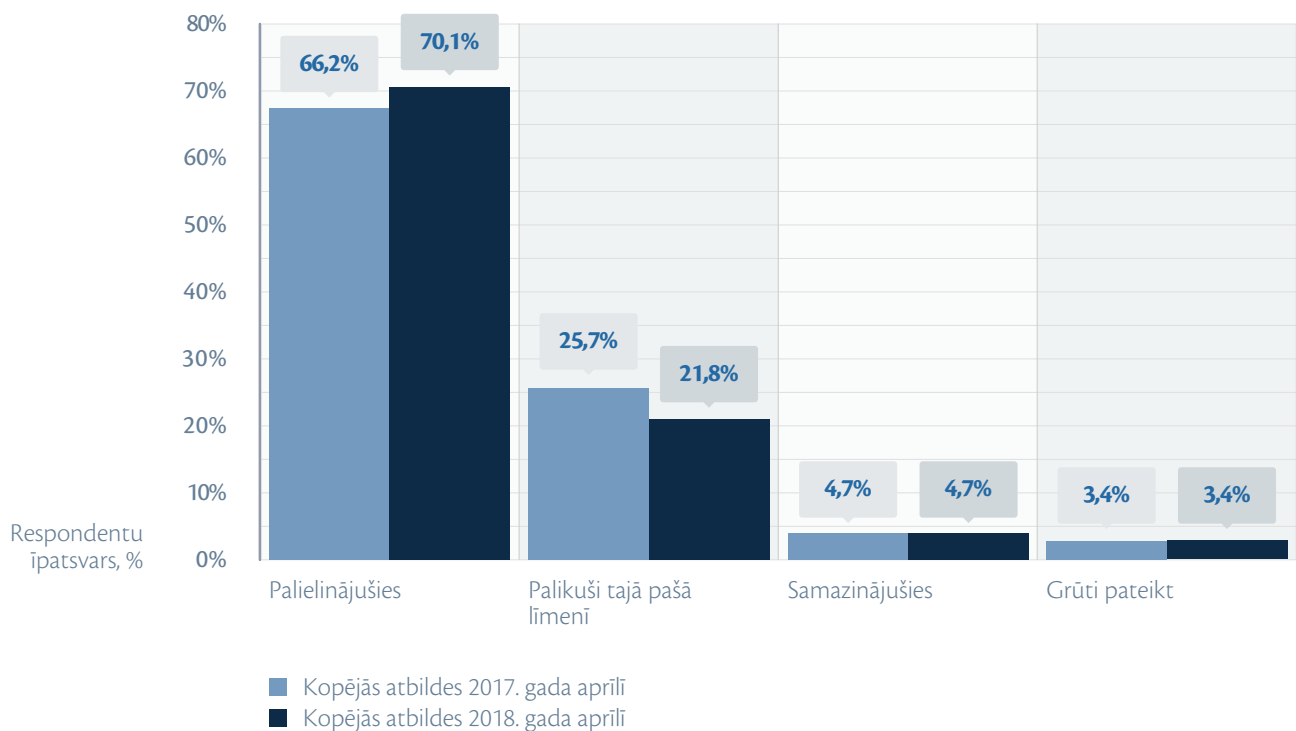
Latvijas ievērojamāko mazumtirdzniecības tīklu novērtējums pēc zemāk norādītajiem kritērijiem (skalā no 1 līdz 5, kur 1 nozīmē „pilnībā neapmierina”, bet 5 – „pilnībā apmierina”)



Mājsaimniecības iepirkšanās biežuma izmaiņas pārtikas veikalos pēdējo 12 mēnešu laikā



Mājsaimniecības tēriņu izmaiņas pārtikas veikalos pēdējo 12 mēnešu laikā

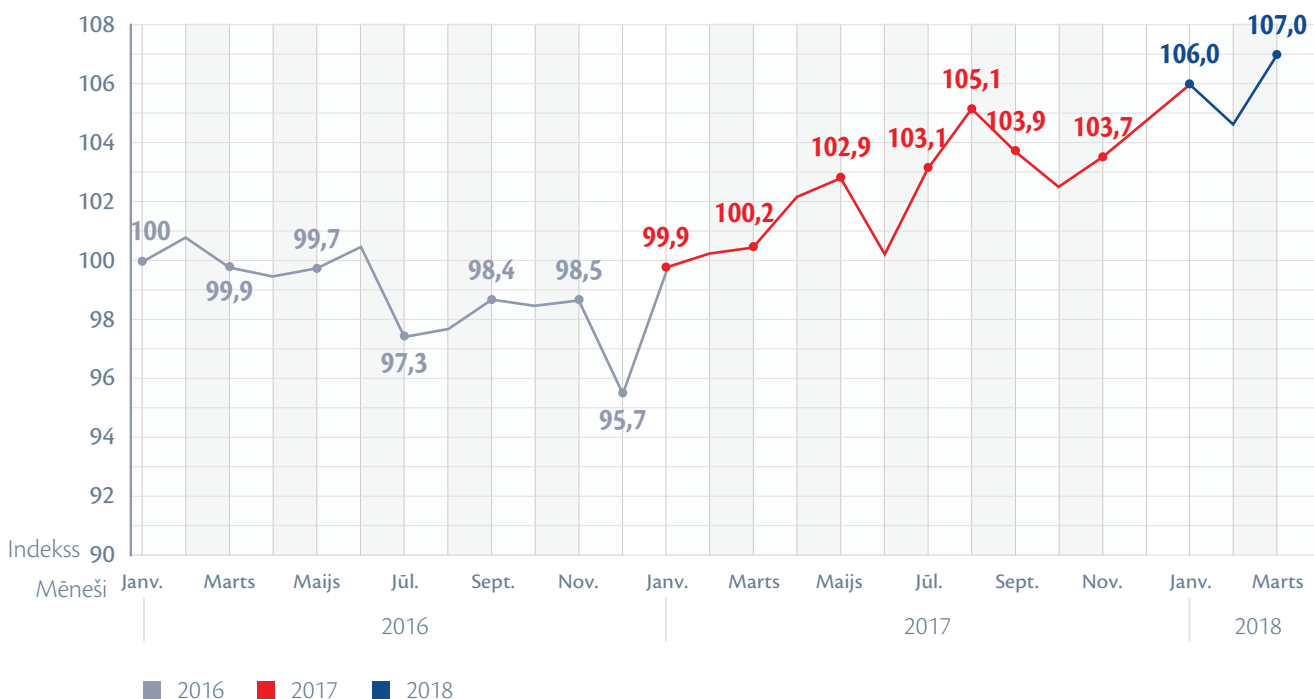


Iepērkas retāk, tērē vairāk

Pēc respondentu atbildēm par iepirkšanās biežumu var redzēt, ka cilvēki sāk iepirkties retāk, jo gada laikā ir pieaudzis to respondentu skaits, kuri atzinuši, ka iepērkas retāk (par 1.7% pret iepriekšējā gada atbilstošo periodu), un samazinājies to respondentu skaits, kuri uzskata, ka iepērkas tikpat bieži kā pirms tam vai pat biežāk. Turklāt mājāsaimniecību tēriņi pārtikas veikalos pēdējo 12 mēnešu laikā ir palielinājušies (3.9% pieaugums pret iepriekšējā gada atbilstošo periodu). Salīdzinot atbildes uz minētajiem jautājumiem, var secināt, ka ir pieaugusi vidējā summa par vienu pirkumu pārtikas veikalos.

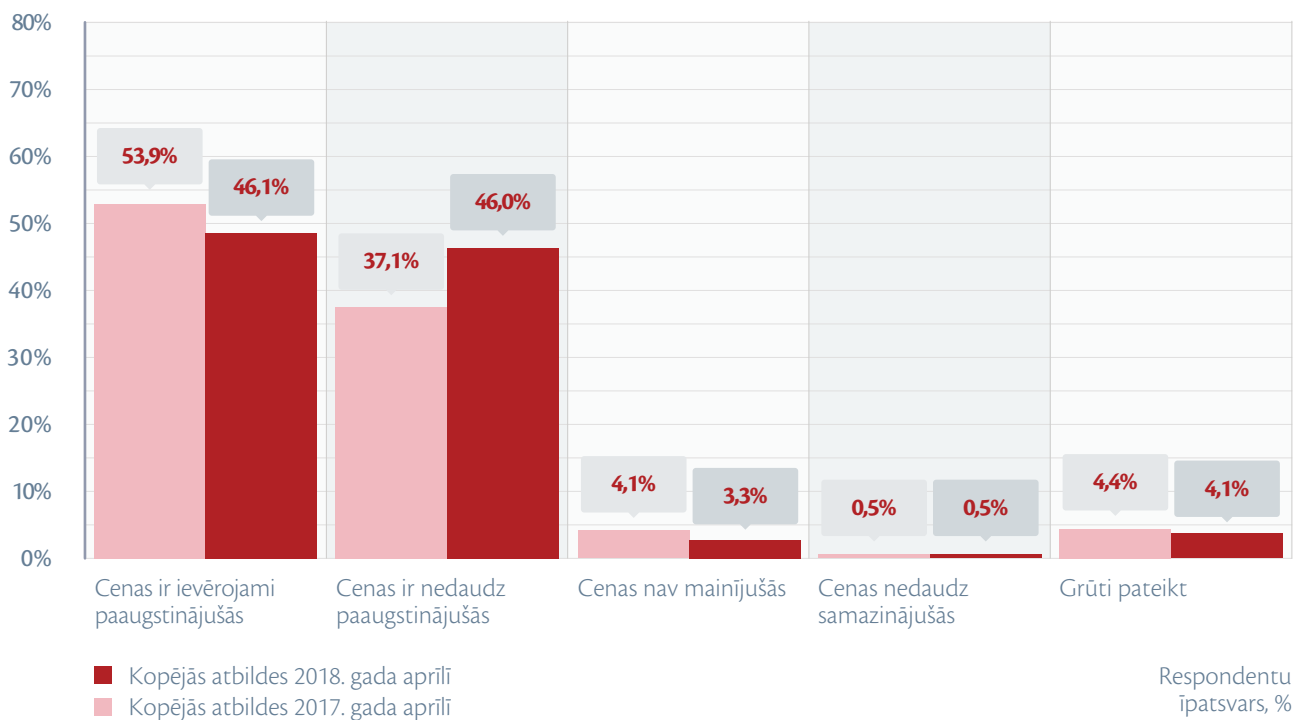
Viens no iemesliem, kādēļ ir pieaugusi vidējā summa par vienu pirkumu, ir cenu inflācija, kas veicina izdevumu pieaugumu par tā paša apjoma preču daudzumu. Taču, kā otrs iemesls jāatzīmē arī iegādātā apjoma palielināšanās, kas ir vērojama jau sākot no 2017. gada, bet īpaši strauji augošs temps ir vērojams sākot no 2017. gada otrā pusgada un tupinās vēl proejām.

Kopējā mazumtirdzniecības uzņēmumu apgrozījuma indeksi par mazumtirdzniecību pārtikas veikalos salīdzinošajās cenās, sezonāli izlīdzinātie dati (2015=100)

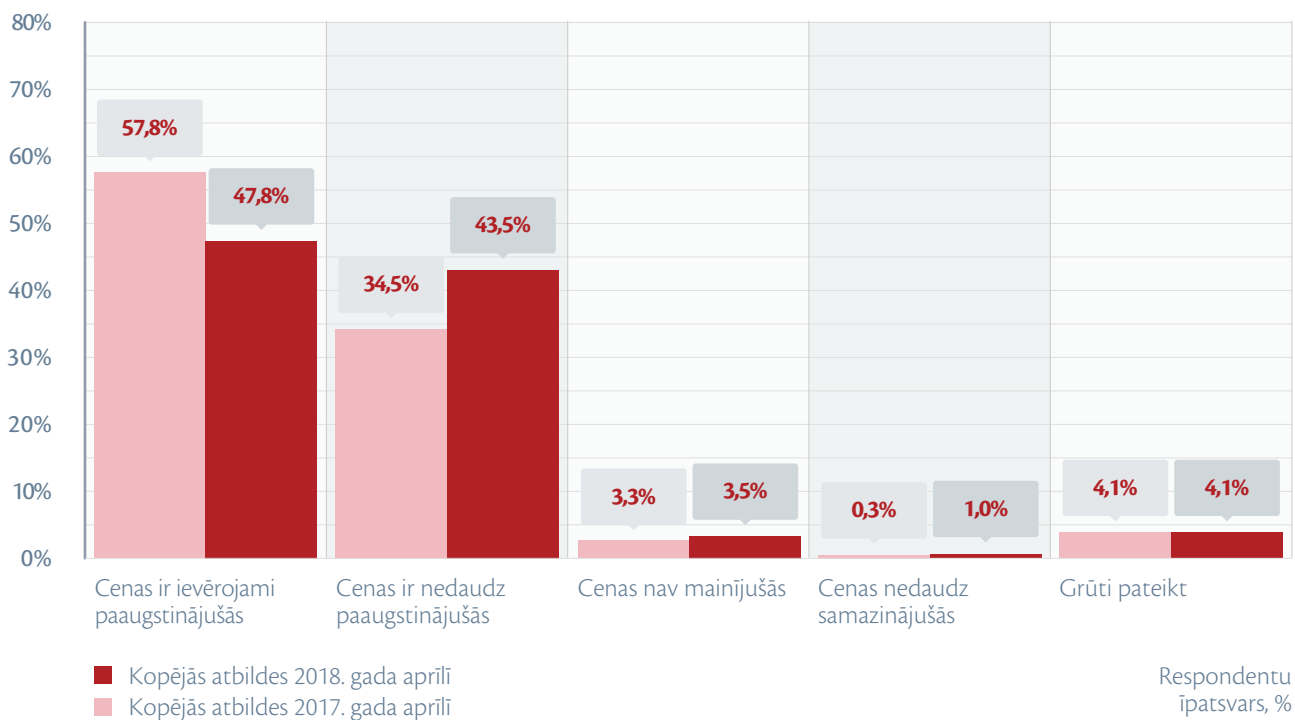


Avots: „Maxima Latvija” aprēķini, pamatojoties uz Centrālās statistikas pārvaldes datubāzes datiem

Patēriņa (visu produktu un pakalpojumu) cenu izmaiņas pēdējo 12 mēnešu laikā pēc respondentu viedokļa



Pārtikas preču cenu izmaiņas pēdējo 12 mēnešu laikā pēc respondentu viedokļa



Novēro nelielu cenu kāpumu

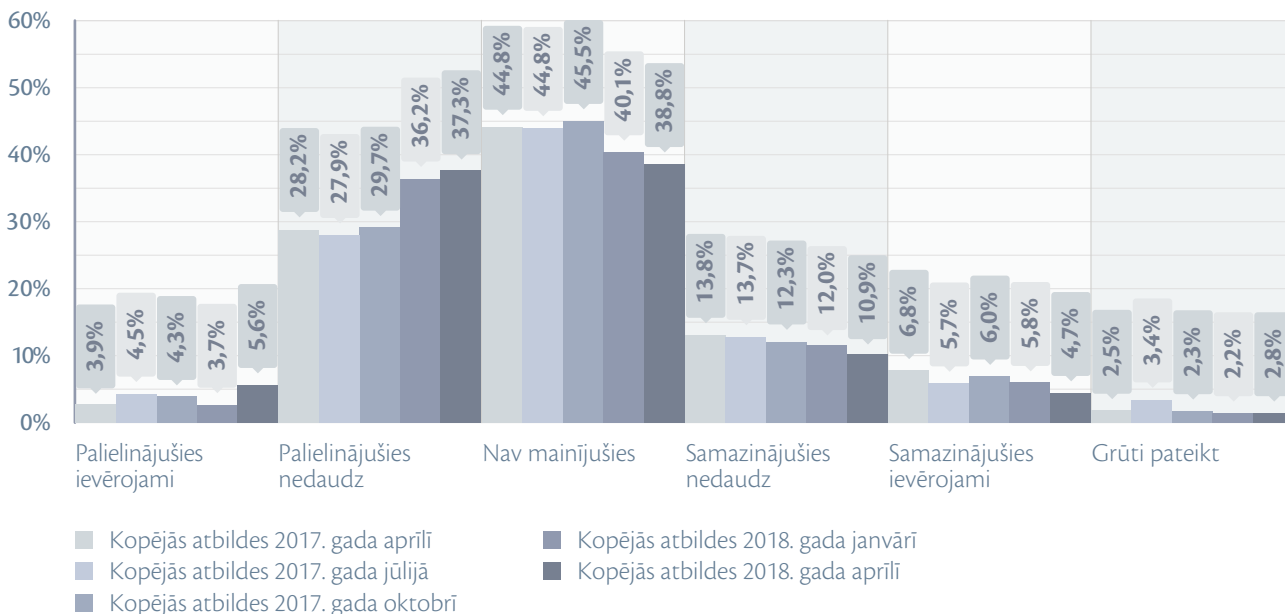
| Cenas paaugstinājušās | 92,1% | Kurzeme | Vidzeme | Rīga | Latgale | Zemgale |
|-----------------------|-------|---------|---------|------|---------|---------|
| | | 94% | 94% | 92% | 91% | 89% |

92.1% respondentu uzskata, ka cenas ir pieaugušas visiem produktiem un pakalpojumiem. Pirms gada tāpat domāja 91% respondentu. Turpretī 91.4% respondentu pauž, ka tieši pārtikas precēm cenas ir kāpušas (pirms gada 92.3%). Būtiska atšķirība cenu kāpuma novērtējumā šoreiz ir vērojama atziņā par kāpuma apmēru, proti, ar vien vairāk respondentu uzsver, ka cenu kāpums ir bijis neliels.

Mājsaimniecību ienākumi pieaug

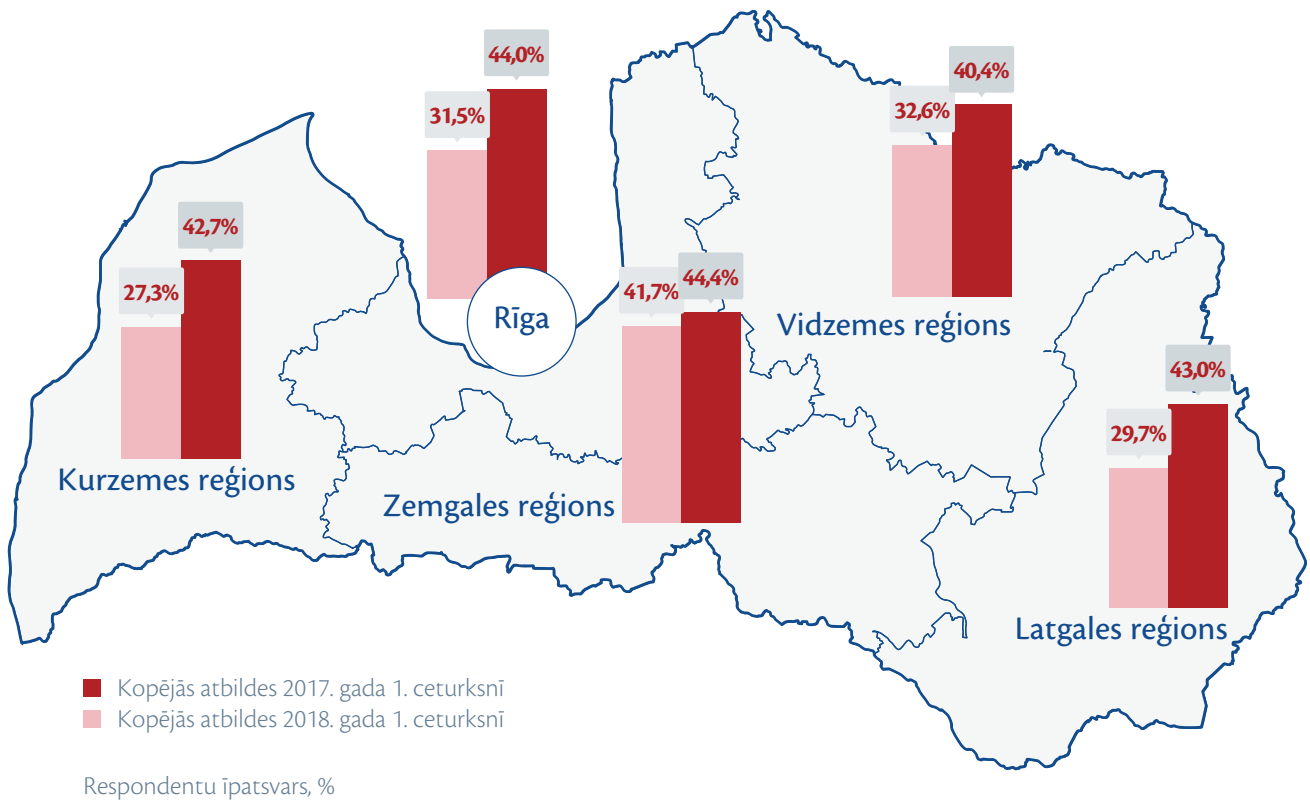
42.8% respondentu atzīst, ka viņu personīgie ienākumi pēdējo 12 mēnešu laikā ir palielinājušies. Salīdzinot ar aptaujas datiem, kas tika veikta pirms gada, var novērot straujas izmaiņas – 2017. gada aprīlī tikai 32.1% atzina ienākumu pieaugumu.

Respondentu mājsaimniecību ienākumu izmaiņas pēdējo 12 mēnešu laikā



Visos Latvijas reģionos respondenti ir atzinuši, ka pēdējo 12 mēnešu laikā ir pieauguši mājsaimniecības ienākumi. Vislielākais kāpums šajā vērtējumā ir bijis Kurzemē (15.4%) un Latgalē (13.3%), bet visaugstākais pieauguma līmenis vēl joprojām nemainīgi ir Zemgalē (44.4%).

Respondentu mājsaimniecību ienākumu izmaiņas pēdējo 12 mēnešu laikā pa reģioniem

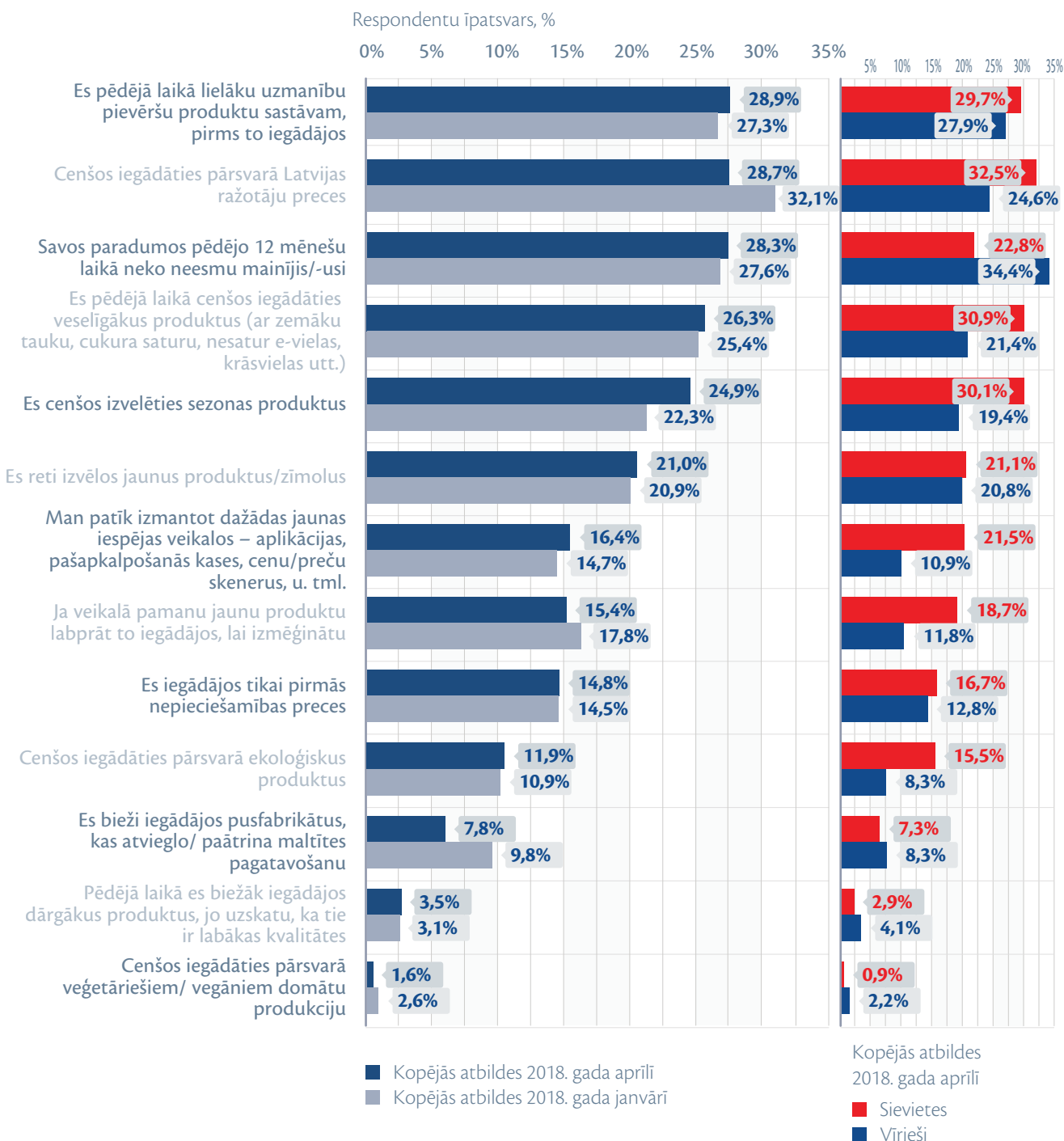


Apkopojot iepriekš minētos datus par to, ka pieaugusi vidējā pirkuma summa un ka ir ievērojami pieaudzis to cilvēku skaits, kuriem ir palielinājušies ienākumi, var izvirzīt pieņēmumu, ka pircēji līdzekļus novirza dārgāku preču iegādei un/vai veido uzkrājumus.

Pircējam ir svarīgs preces sastāvs

Analizējot respondentu atbildes, kas raksturo viņu iepirkšanās uzvedību, ir novērojama jauna tendence, proti, visbiežāk respondenti norādījuši, ka aizvien vairāk tiek pievērsta uzmanība preces sastāvam (28.9%). Latvijas ražotāju preču izvēles kritērijs ir vērtēts gandrīz ar tik pat augstu rādītāju (28.7%) kā iepriekš. Tāpat saglabājas tendence, ka pircēji kļūst vēl kūrāki uz jaunu produktu izmēģināšanu – samazinājums pret iepriekšējā gada atbilstošo periodu ir 5.8%.

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



Visbiežāk iepērkas „Maxima Latvija” un „Rimi Latvia” veikalos

Populārāko veikalu tīklu tops ir saglabājies bez izmaiņām, salīdzinot ar iepriekšējās aptaujas rezultātiem. „Maxima” veikalu tīkls izteikti vispopulārākais ir Latgalē, salīdzinot ar citiem reģioniem, turpretī „Rimi” veikalu tīkls – Rīgā. Jāatzīmē, ka ir novērojama tendence, ka ar katru aptauju palielinās to respondentu skaits, kuri atzīmē, ka viņi izvēlas citu veikalu tīklu, nevis aptaujā minētos. Iespējams, ka tas varētu būt saistīts ar sākumā apskatīto tendenci par iecienītāko iepirkšanās vietu, kur iepirkšanās tirgū kļūst ar vien iecienītāka.

Veikali/veikalu tīkli, kuros respondenti iepērkas visbiežāk

Respondentu īpatsvars, %

| Mazumtirdzniecības tīkls | Latvija | Rīga | Vidzeme | Kurzeme | Zemgale | Latgale |
|--------------------------|---------|-------|---------|---------|---------|---------|
| Maxima | 74,5% | 75,0% | 71,8% | 67,9% | 73,8% | 84,5% |
| Rimi | 70,6% | 87,0% | 62,4% | 69,3% | 68,1% | 50,9% |
| Top! | 31,4% | 10,4% | 38,8% | 56,2% | 33,1% | 44,1% |
| Supernetto | 24,4% | 24,9% | 18,9% | 36,6% | 26,5% | 20,5% |
| Mego | 24,1% | 30,9% | 14,5% | 13,4% | 17,4% | 42,3% |
| Elvi | 12,1% | 7,3% | 16,7% | 16,0% | 17,1% | 6,6% |
| Lats | 9,9% | 6,9% | 19,2% | 4,7% | 8,6% | 5,8% |
| Beta | 8,3% | 6,2% | 5,4% | 8,6% | 6,9% | 19,5% |
| Cits | 6,9% | 4,2% | 9,4% | 8,6% | 6,8% | 7,2% |
| Labais | 6,9% | 0,5% | 10,0% | 18,2% | 2,7% | 10,4% |
| Aibe | 6,5% | 2,4% | 8,3% | 12,5% | 7,5% | 6,7% |
| Stockmann | 5,1% | 9,9% | 4,6% | | 2,7% | 6,7% |
| Sky | 3,5% | 5,8% | 3,8% | 0,8% | 2,8% | 0,9% |
| Vesko | 1,9% | 1,1% | 2,3% | | 5,5% | 1,4% |

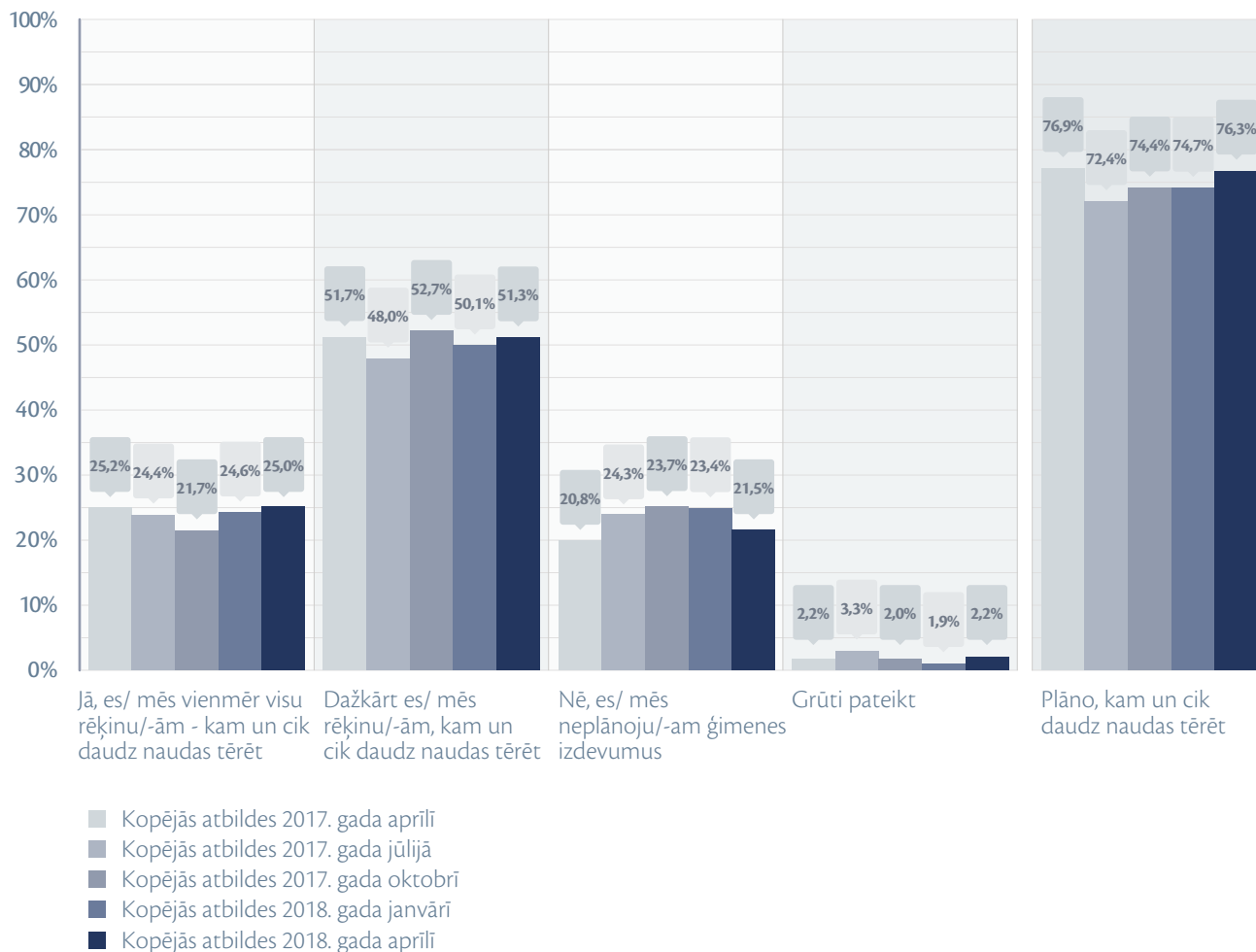
Sarkanā krāsa - zemākais respondentu %, kuri iepērkas šajā tīklā
Zilā krāsa - visaugstākais respondentu %, kuri iepērkas šajā tīklā

Vairāk cilvēku plāno savus izdevumus

Salīdzinot ar iepriekšējo aptauju, ir pieaudzis to respondentu skaits, kuri apgalvo, ka plāno mājsaimniecību budžetu (76.3%). Vēl augstāku radītāju vien uzrādīja pirmā aptauja, kura tika veikta pirms gada (76.9%). Līdz ar to varam apgalvot, ka ģimenes budžeta plānošanas svarīgumam ir sezonāla ietekme.

Ģimenes budžeta plānošana respondentu mājsaimniecībās (kopā un ģimenēs ar/bez bērniem līdz 18 gadiem)

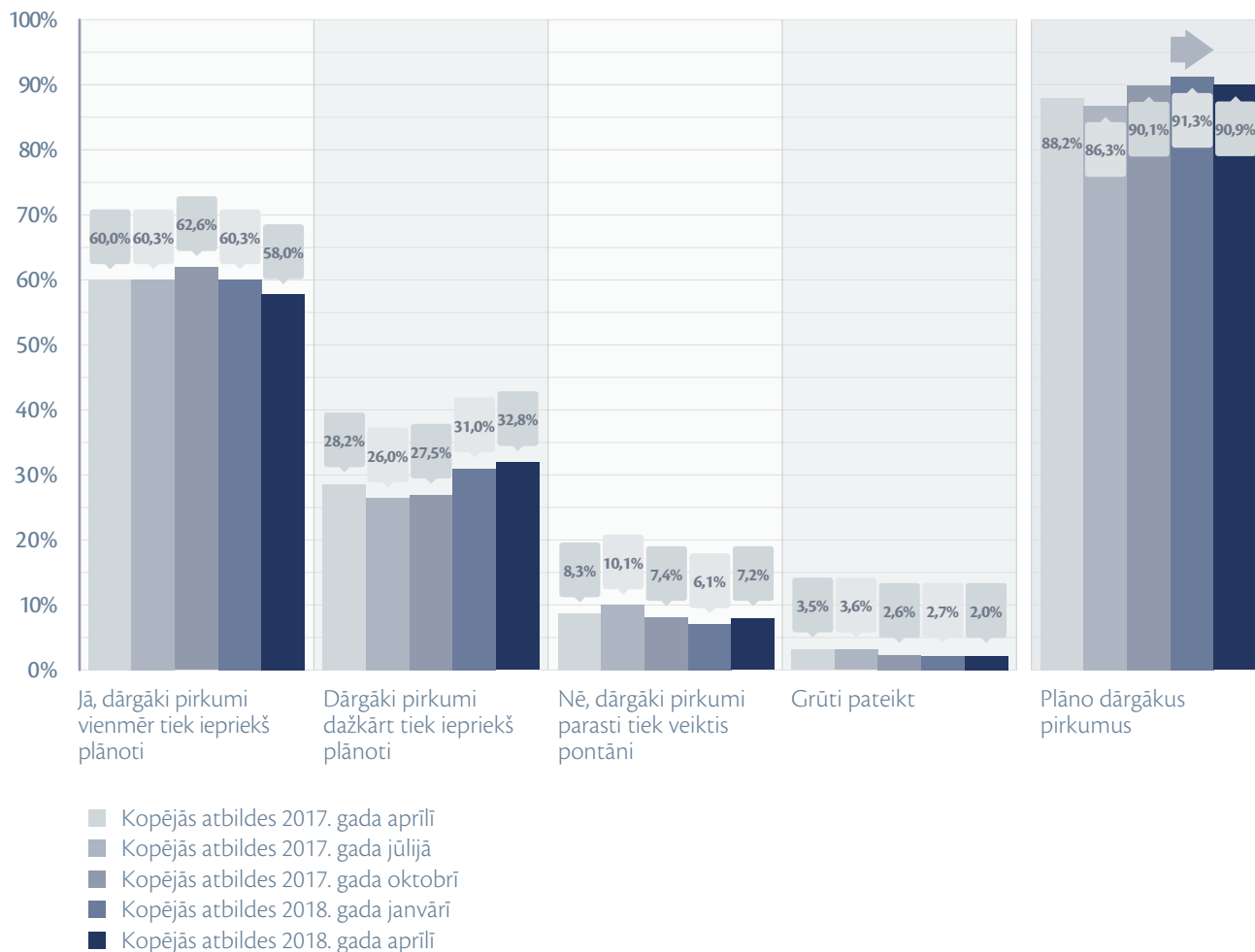
Respondentu īpatsvars, %



Dārgākus pirkumus joprojām plāno 91% respondentu, bet ir novērojamas izmaiņas plānošanas biežumā. Pieaudzis to respondentu skaits, kuri atzīst, ka tikai dažkārt plāno (1.8% pret iepriekšējo aptauju) dārgāku pirkumu veikšanu, bet samazinājies to respondentu skaits, kuri to dara vienmēr (2.3% pret iepriekšējo aptauju).

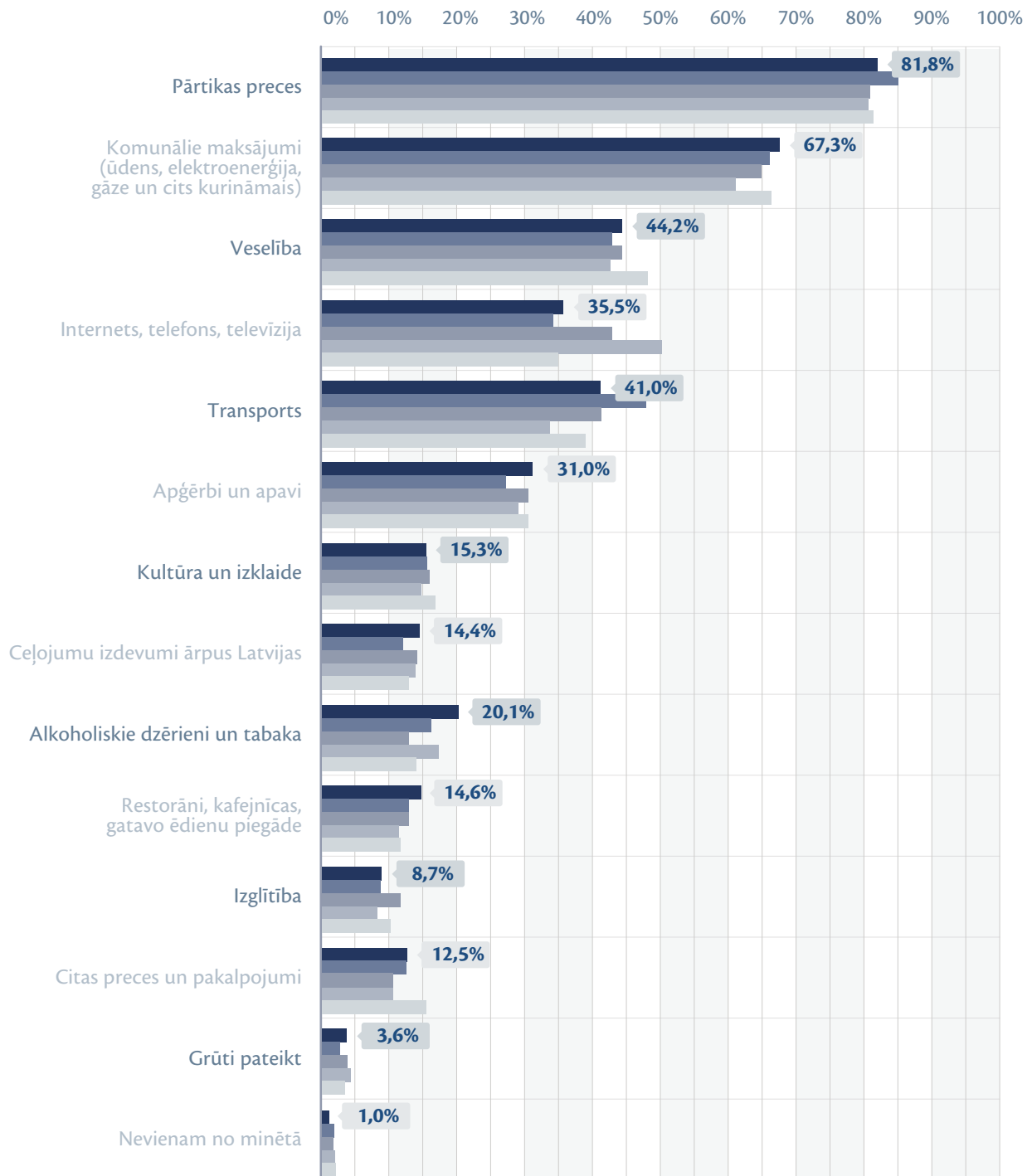
Dārgāko pirkumu (sadzīves un dārza tehnika, mobilās ierīces, audio/ video/ datortehnika, autoriepas, mēbeles u.c.) plānošana respondentu mājsaimniecībās

Respondentu
īpatsvars, %



Vēl joprojām vislielākais respondentu īpatsvars uzskata, ka pēdējo 12 mēnešu laikā visvairāk ir pieauguši tieši izdevumi pārtikas precēm (81.8%). Lielais īpatsvars šādam vērtējumam ir saprotams, ņemot vērā to, ka vislielāko daļu no mājsaimniecību izdevumiem veido tieši izdevumi pārtikas iegādei, tādēļ pircēji ir jutīgāki uz pārtikas izdevumu svārstībām. Kategorijā par komunālajiem maksājumiem var novērot sezonālātes aspektu. Papildus šoreiz ir jāatzīmē respondentu vērtējums par izdevumu kāpumu alkoholiskajiem dzērieniem, tabakai un izdevumiem sabiedriskajās ēdināšanas iestādēs, kas noteikti ir saistīts galvenokārt ar akcīzes nodokļa pieaugumu.

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



Respondentu īpatsvars, %

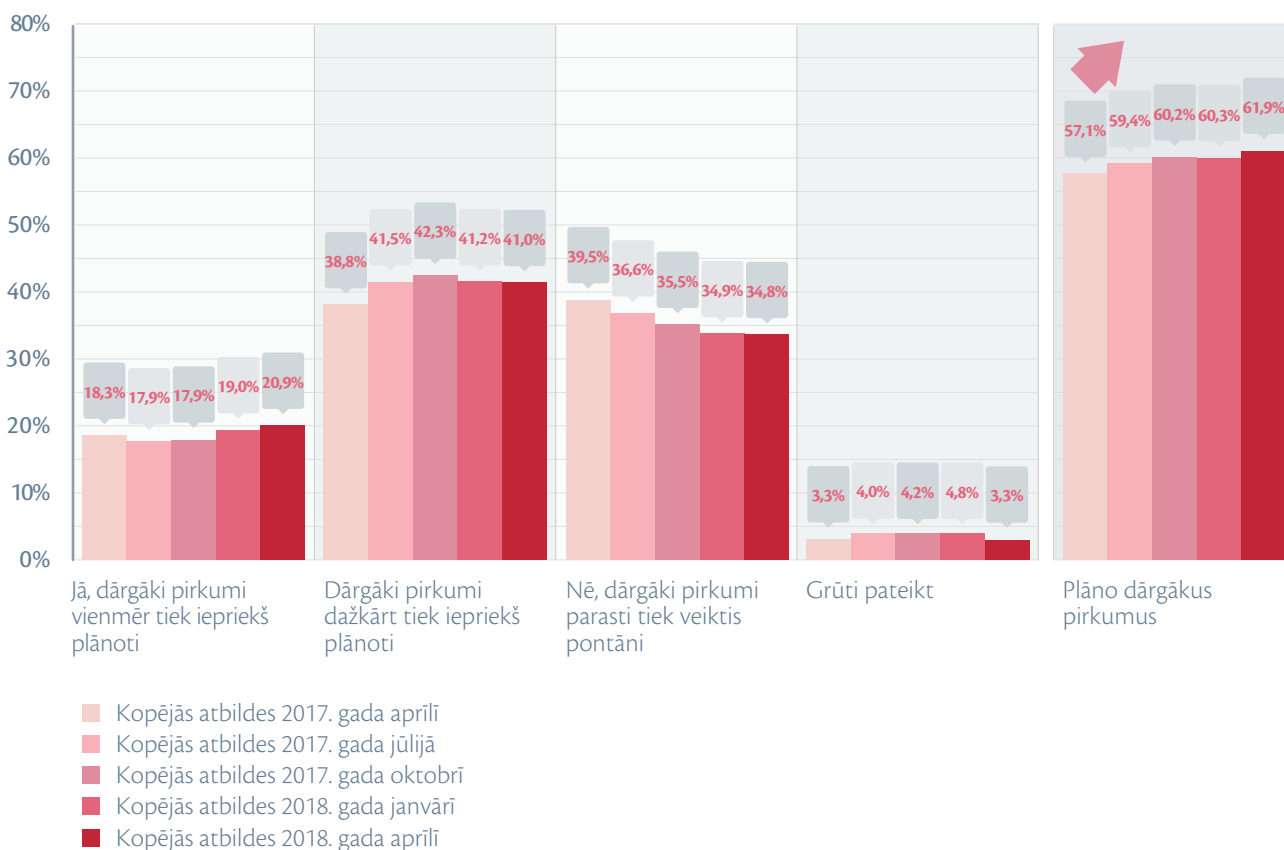
- Kopējās atbildes 2017. gada aprīlī
- Kopējās atbildes 2017. gada jūlijā
- Kopējās atbildes 2017. gada oktobrī
- Kopējās atbildes 2018. gada janvārī
- Kopējās atbildes 2018. gada aprīlī

Ar vien vairāk mājsaimniecību veido uzkrājumus

Ievērojami ir pieaudzis to respondentu skaits, kuri veido uzkrājumus – pēc pēdējās aptaujas datiem 61.9% respondentu. Kāpums ir novērojams tieši to respondentu vidū, kuri uzkrājumus veido regulāri (pieaugums pret iepriekšējo aptauju +1.9%, bet gada laikā +2.6%).

Uzkrājumu veidošana mājsaimniecībās pēdējo 12 mēnešu laikā

Respondentu īpatsvars, %



Kopsavilkums

- Vēl joprojām populārākā iepirkšanās vieta ir lielveikals, kas ir saistīts ar vēlmi pēc plašāka sortimenta piedāvājuma. Iepirkšanās tirgū piedzīvo strauju popularitātes lēcieni.
- Zemas pastāvīgās cenas nozīme Latvijas iedzīvotājiem kļūst arvien svarīgāka veikala izvēlē.
- Cilvēki pārtikas veikalu sāk apmeklēt retāk, bet atzīst, ka izdevumi par pārtikas preču iegādi pieaug, kas ir saistīts ne tikai ar inflācijas tempiem, bet arī ar pirkumu apjoma pieaugumu.
- Arvien vairāk cilvēku regulāri veido uzkrājumus.
- Pircējam ir svarīgs preces sastāvs veidojot savu iepirkuma grozu.

3. Daļa

Iedzīvotāju izpratne par veselīga dzīvesveida ievērošanu

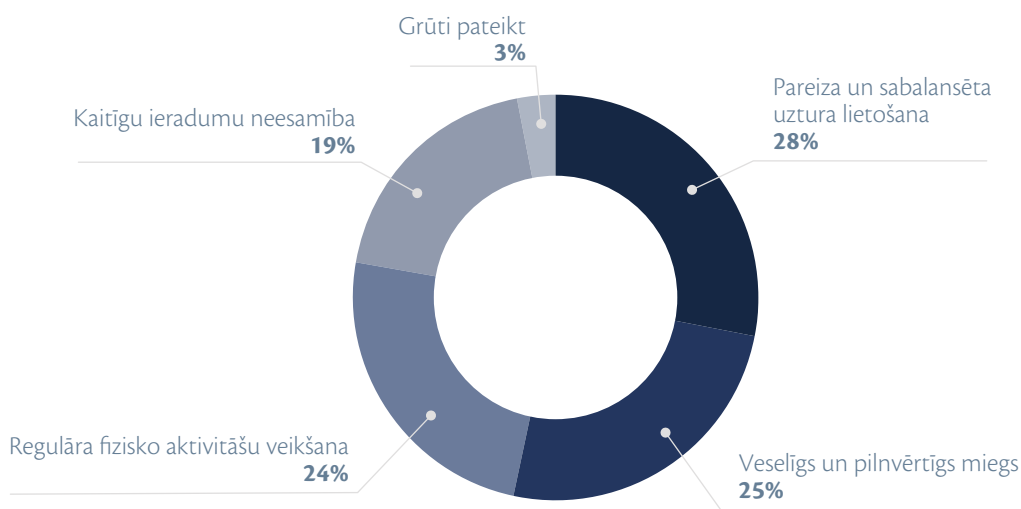
Veselīgs dzīvesveids un veselīga dzīvesveida ievērošana ir sabiedrībā plaši apspriesti temati, jo tiešā mērā ietekmē kopējo sabiedrības labklājību. Tas, ko iedzīvotāji saprot ar veselīgu dzīvesveidu un ko tas viņiem nozīmē, kā arī, kā Latvijas iedzīvotāju izpratne par veselīga dzīvesveida ievērošanu maina iedzīvotāju iepirkšanās paradumus, centāmieš noskaidrot pētījuma ietvaros, kas tika veikts 2018. gada aprīlī ar pētniecības centra SKDS starpniecību. Pētījumā piedalījās 1005 Latvijas iedzīvotāji vecumā no 18 līdz 75 gadiem.

Veselīga dzīvesveida sastāvdaļa – sabalansēta uztura lietošana

28% iedzīvotāji uzskata, ka galvenā veselīga dzīvesveida sastāvdaļa ir pareiza un sabalansēta uztura lietošana, katrs ceturtais respondents (25%) uzskata, ka svarīgs ir veselīgs un pilnvērtīgs miegs, kā arī regulāra fizisko aktivitāšu veikšana ir galvenā veselīga dzīvesveida sastāvdaļa (24%).

Pētījuma dati liecina, ka pareiza un sabalansēta uztura lietošana īpaši svarīga ir tieši jauniešu vidū, tā norādīja 44 % iedzīvotāji vecumā no 18 līdz 24 gadiem.

Kura no šīm, Jūsprāt, ir pati galvenā veselīga dzīvesveida sastāvdaļa?

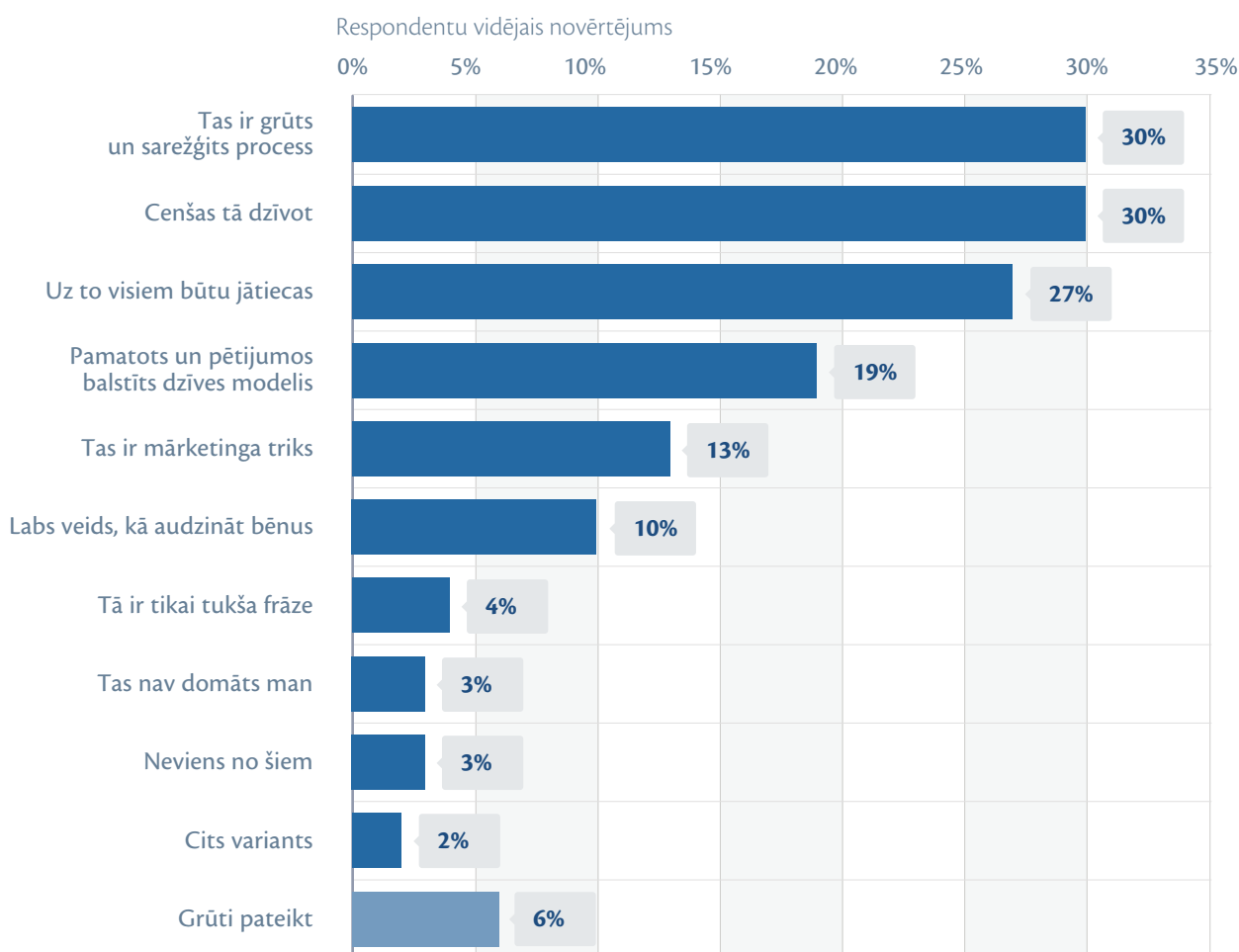


Respondentu īpatsvars, %

Visvairāk par veselīgu dzīvesveidu domā gados vecākā paaudze

Lai gan trešā daļa respondentu (30%) norāda, ka veselīga dzīvesveida ievērošana ir sarežģīts un grūts process, tomēr tikpat daudz iedzīvotāju (30%) cenšas tā dzīvot, kā arī 27% respondentu uzskata, ka uz to visiem būtu jātiecas. Visvairāk par veselīgu dzīvesveidu domā gados vecākā paaudze – 40% iedzīvotāji vecumā no 64 līdz 74 gadiem norādījuši, ka cenšas tā dzīvot, 37% norādījuši, ka uz to visiem būtu jātiecas.

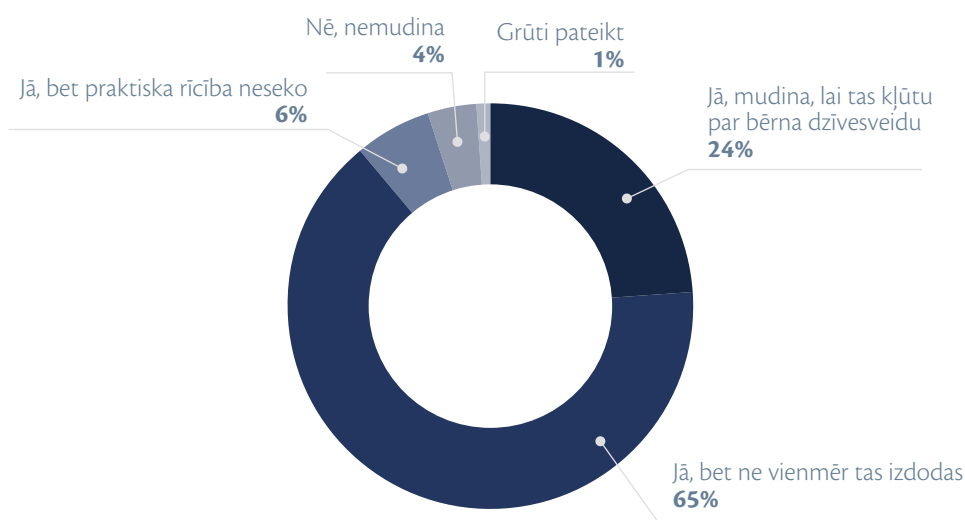
Kurš no minētajiem apgalvojumiem visprecīzāk atspoguļo Jūsu attieksmi pret vārdu savienojumu «veselīgs dzīvesveids»?



Vairākums mudina bērnus ievērot veselīga dzīvesveida pamatprincipus

Vairākums jeb 95% aptaujāto iedzīvotāju, kuriem ir bērni vecumā līdz 15 gadiem, norāda, ka mudina bērnus ievērot veselīga dzīvesveida pamatprincipus. No tiem gandrīz katrs ceturtais respondents (25%) mudina, lai tas kļūtu par bērna dzīvesveidu, divas trešdaļas vecāku (65%) aicina bērnus ievērot veselīgu dzīvesveidu, bet ne vienmēr tas izdodas, savukārt tikai 6% no minētajiem respondentiem atzinuši, ka mudina bērnus, bet praktiska rīcība tam tomēr neseko.

Vai Jūs savus bērnus mudināt ievērot veselīga dzīvesveida principus (piemēram, sportot, veselīgi ēst, laicīgi doties gulēt)?



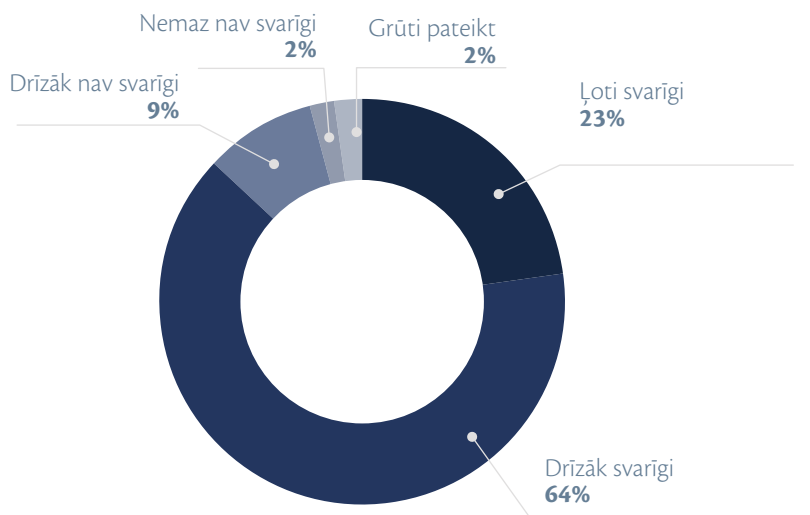
Respondentu īpatsvars, %

87% Latvijas iedzīvotāju ir svarīgi ikdienā lietot veselīgu uzturu

Lielākā daļa aptaujāto iedzīvotāju (87%) norāda, ka ikdienā lietot veselīgu uzturu viņiem kopumā ir svarīgi: tiem 23% uzskata, ka ikdienā lietot veselīgu uzturu ir ļoti svarīgi un 64% uzskata, ka drīzāk svarīgi. Tikai 11% no visiem respondentiem uzskata, ka veselīgu uzturu lietot nav svarīgi (9% – drīzāk nav svarīgi, 2% – nemaz nav svarīgi). Veselīgs uzturs sievietēm ir nedaudz svarīgāks nekā vīriešiem (90%, par 6% vairāk nekā vīriešiem).

Lai dzīvotu veselīgāk, daļa sabiedrības uzturā sākusi aizvien vairāk lietot veģetāriešiem un vegāniem paredzētus pārtikas produktus. Šāda dzīvesveida popularitāti apliecina arī pārdošanas apjomu pieaugums veģetāriešu un vegānu produktiem par vairāk nekā 70% "Maxima Latvija" veikalos 2017. gada beigās. Vegānu un veģetāriešu pārtikas produktu sortimentā šobrīd "Maxima Latvija" veikalos ir pieejami vairāk nekā 50 dažādi produkti, taču veikalos Rīgā, K.Ulmaņa gatvē 88a un Slokas ielā 115 sortiments ir visplašākais, un tur pieejami 62 dažādi produkti.

Cik Jums ir svarīgi lietot uzturā veselīgu uzturu?

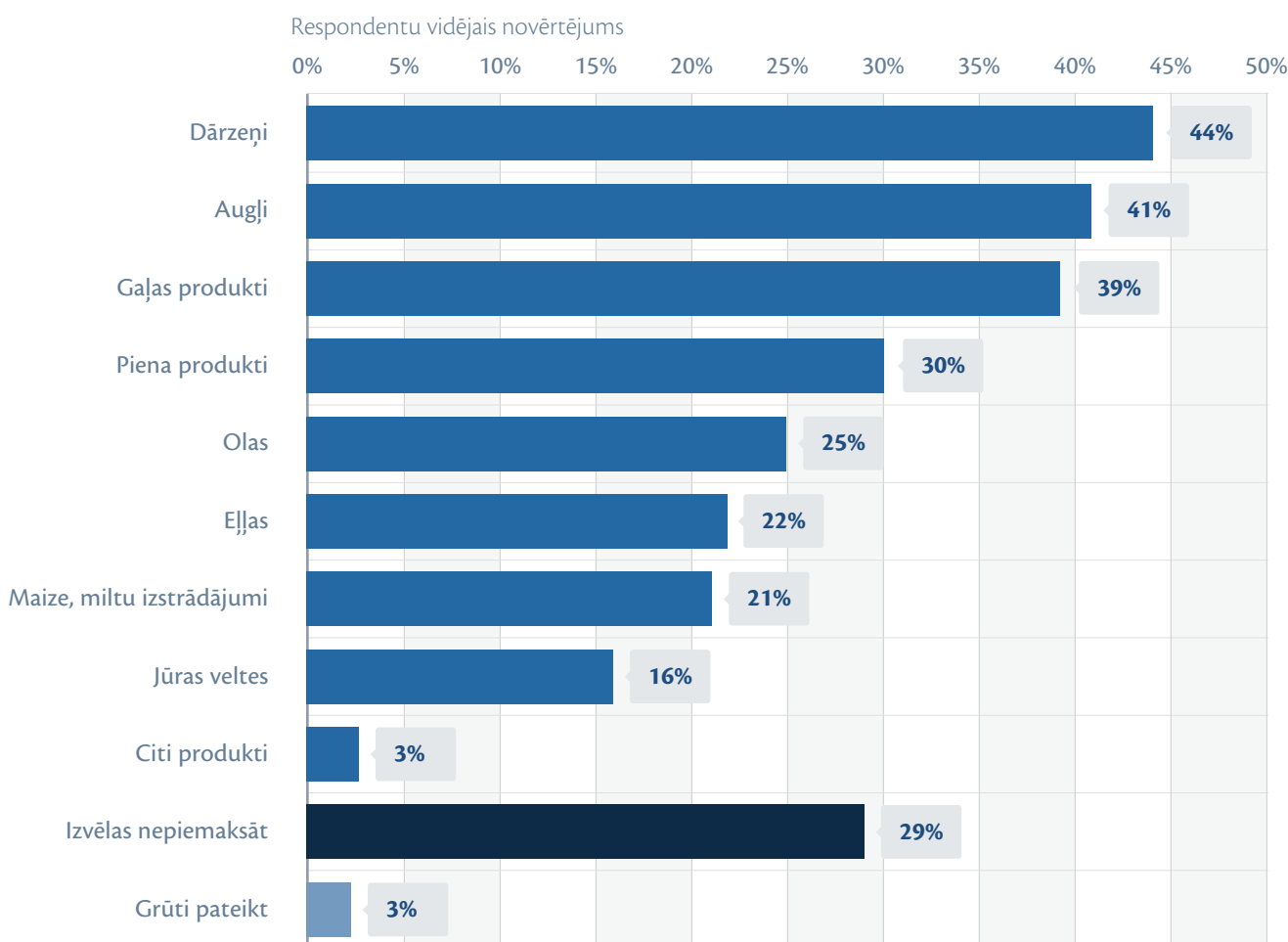


Respondentu īpatsvars, %

Iedzīvotāji ir gatavi piemaksāt par ekoloģiski tīriem dārzeņiem, augļiem un gaļas produktiem

Ievērojama daļa aptaujāto norāda, ka ir gatavi piemaksāt par ekoloģiski tīriem un veselīgiem produktiem. Galvenokārt par dārzeņiem, augļiem vai gaļas produktiem (attiecīgi, 44%, 41% un 39%). Pārējās produktu grupas tiek minētas retāk. Tāpat daļa sabiedrības (29%) nav gatava piemaksāt par ekoloģiski tīriem un veselīgiem produktiem.

Ekoloģiski tīri un veselīgi produkti parasti veikalos maksā mazliet dārgāk nekā pārējā produkcija. Par kādiem produktiem Jūs šobrīd izvēlaties piemaksāt (samaksājat dārgāk, nekā varētu maksāt) tāpēc, ka Jums ir svarīgi iegādāties veselīgākus produktus?

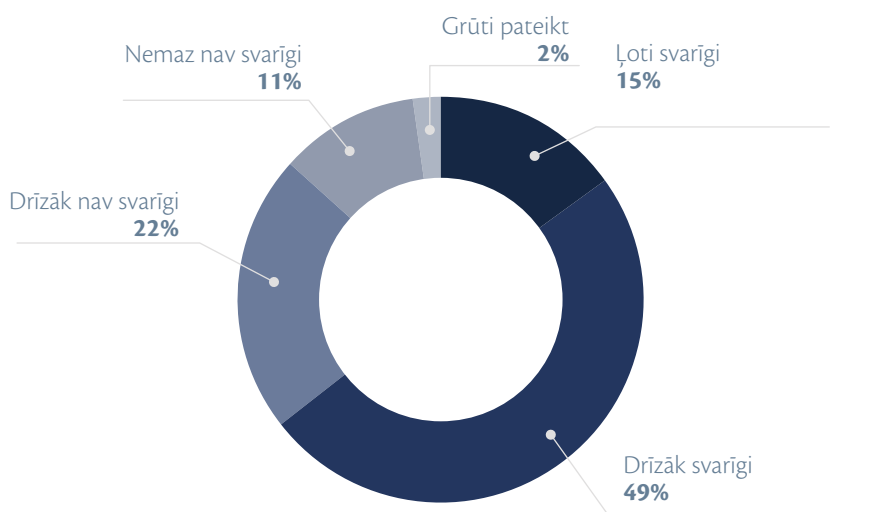


Lielākajai daļai aptaujāto iedzīvotāju ir kopumā svarīgi, lai augļi vai dārzeņi, ko patērē uzturā, tiek audzēti Latvijā. Par augļiem tā norādīja 64% aptaujāto, bet par dārzeņiem – 72%.

Ja raugāmies uz kopējo dārzeņu un augļu patēriņu “Maxima Latvija” veikalos, tad jānorāda, ka populārākie dārzeņi pircēju vidū pēc pārdotā apjoma 2017. gadā bija kartupeļi un apaļie tomāti, taču iecienītākais auglis veikalu apmeklētājiem ir banāns. Pēdējos gados strauji iemīļoti pircēju vidū ir kļuvuši ekoloģiski sīpolu dzimtas dārzeņi (+433% pieprasījums kopš 2015. gada), saldie kartupeļi un topinambūri (+131% pieprasījums kopš 2015. gada), meža sēnes (+162% pieprasījums kopš 2015. gada), ekoloģiski raudzēti, sāļi, marinēti, sautēti vai vārīti dārzeņi (+171% pieprasījums kopš 2015. gada) un avokado (+118% pieprasījums kopš 2015. gada), u.c. Bet augļu kategorijā straujākais pieprasījums bijis pēc zilajām vīnogām (+160% pieprasījums kopš 2015.

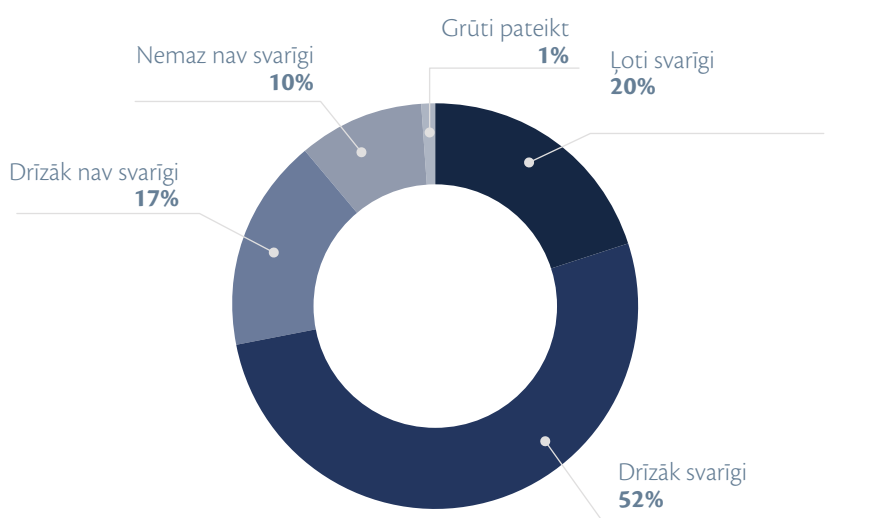
gada), lielajiem un mazajiem mango augļiem (attiecīgi 68% un 70% pieprasījums kopš 2015. gada), kā arī vīģēm un dažādām ogām (attiecīgi +91% un 70% pieprasījums kopš 2015. gada).

Cik Jums ir svarīgi, lai augļi, kurus Jūs patērējat uzturā, ir audzēti Latvijā?



Respondentu īpatsvars, %

Cik Jums ir svarīgi, lai dārzeņi, kurus Jūs patērējat uzturā, ir audzēti Latvijā?

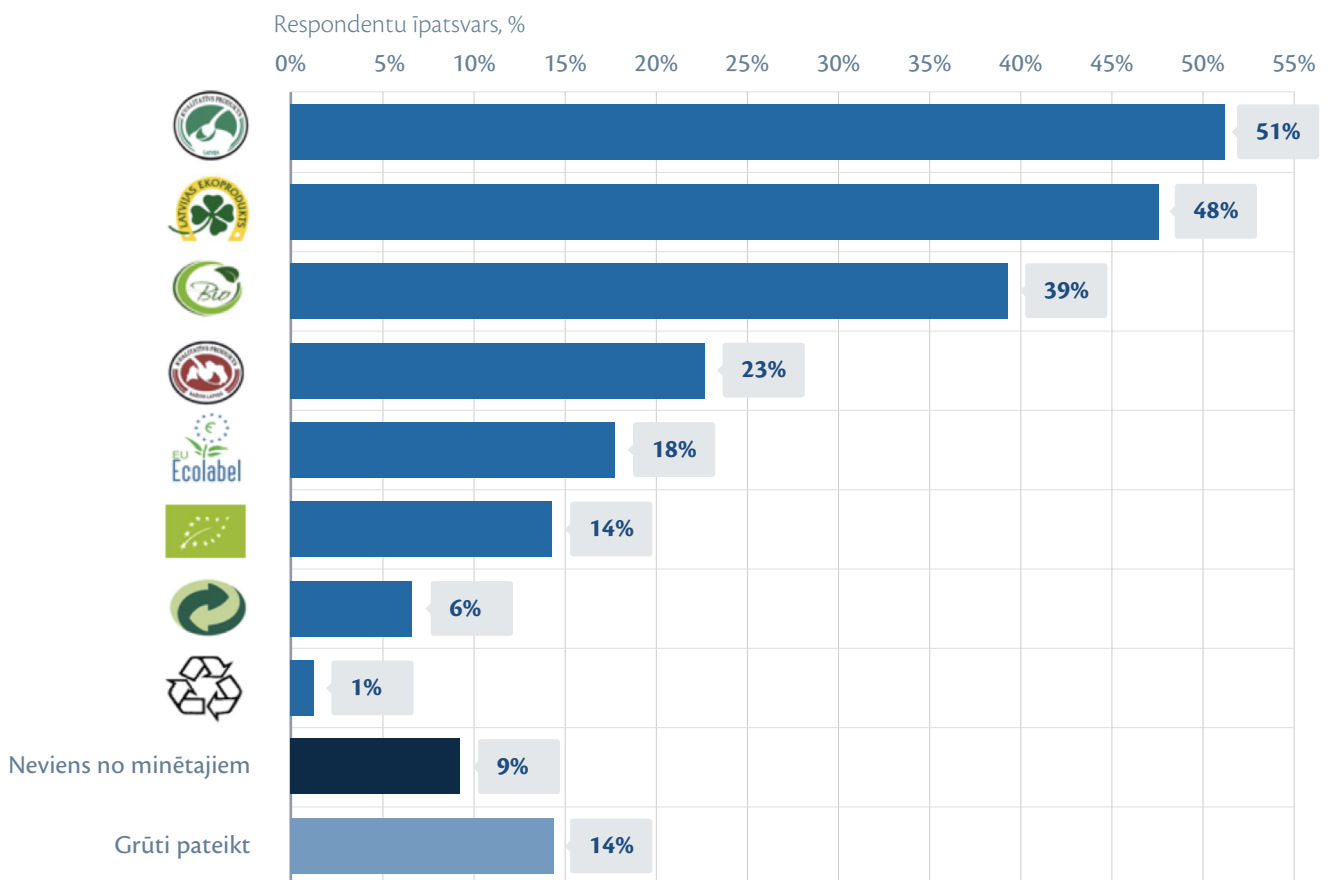


Respondentu īpatsvars, %

Ne visi marķējumi tiek uzskatīti par veselīga produkta garantiju

Pētījuma ietvaros vēlējāmies noskaidrot, kāda ir iedzīvotāju izpratne par produktu marķējumiem uz etiķetēm un vai tie, viņuprāt, norāda par produktu veselīgumu. Vairāk nekā puse (51%) aptaujāto iedzīvotāju norāda, ka par veselīgu produktu ir uzskatāms tas, kura etiķetē ir atrodams «Zaļās karotītes» marķējums. Tāpat respondenti uzticas marķējumam «Latvijas ekoprodukts» (48%). Kopumā respondentu vērtējums ir neviennozīmīgs – ne visi uzskaitītie marķējumi tiek uzskatīti par veselīga produkta garantiju. Gandrīz katrs desmitais respondents (9%) uzskata, ka neviens no minētajiem marķējumiem nenorāda uz veselīgu produktu.

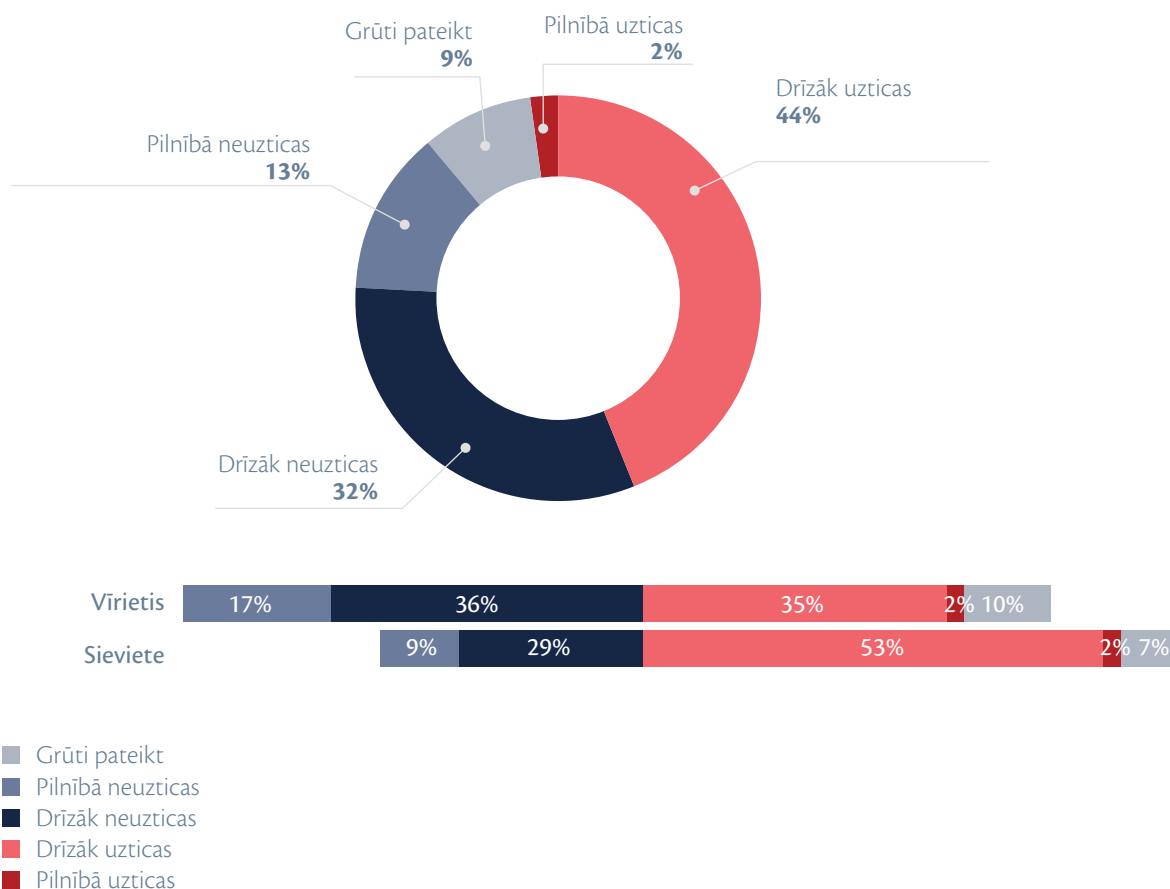
Kuri no šiem marķējumiem, Jūsaprāt, liecina, ka marķētais produkts ir uzskatāms par veselīgu?



Kopumā iedzīvotāji uzticas BIO un EKO apzīmējumiem uz produktu iepakojumiem

Nedaudz mazāk kā puse (46%) aptaujāto iedzīvotāju uzticas BIO un EKO apzīmējumiem, pilnībā šiem apzīmējumiem uzticas tikai 2% respondentu. Sievietes krietni vairāk nekā vīrieši uzticas BIO/EKO apzīmējumiem – 55% sievietes norādīja, ka uzticas, kamēr tikai 37% vīrieši norādīja, ka uzticas. Jānorāda, ka vīrieši šajā jautājumā ir arī krietni skeptiskāki – 53% neuzticas BIO un EKO apzīmējumiem un produktu iepakojumiem.

Cik lielā mērā Jūs uzticaties dažādiem BIO / EKO apzīmējumiem uz produktu iepakojumiem – t.i., ka šie produkti tiešām ir ekoloģiski tīrāki un veselīgāki nekā citi, tiem līdzīgi produkti? »

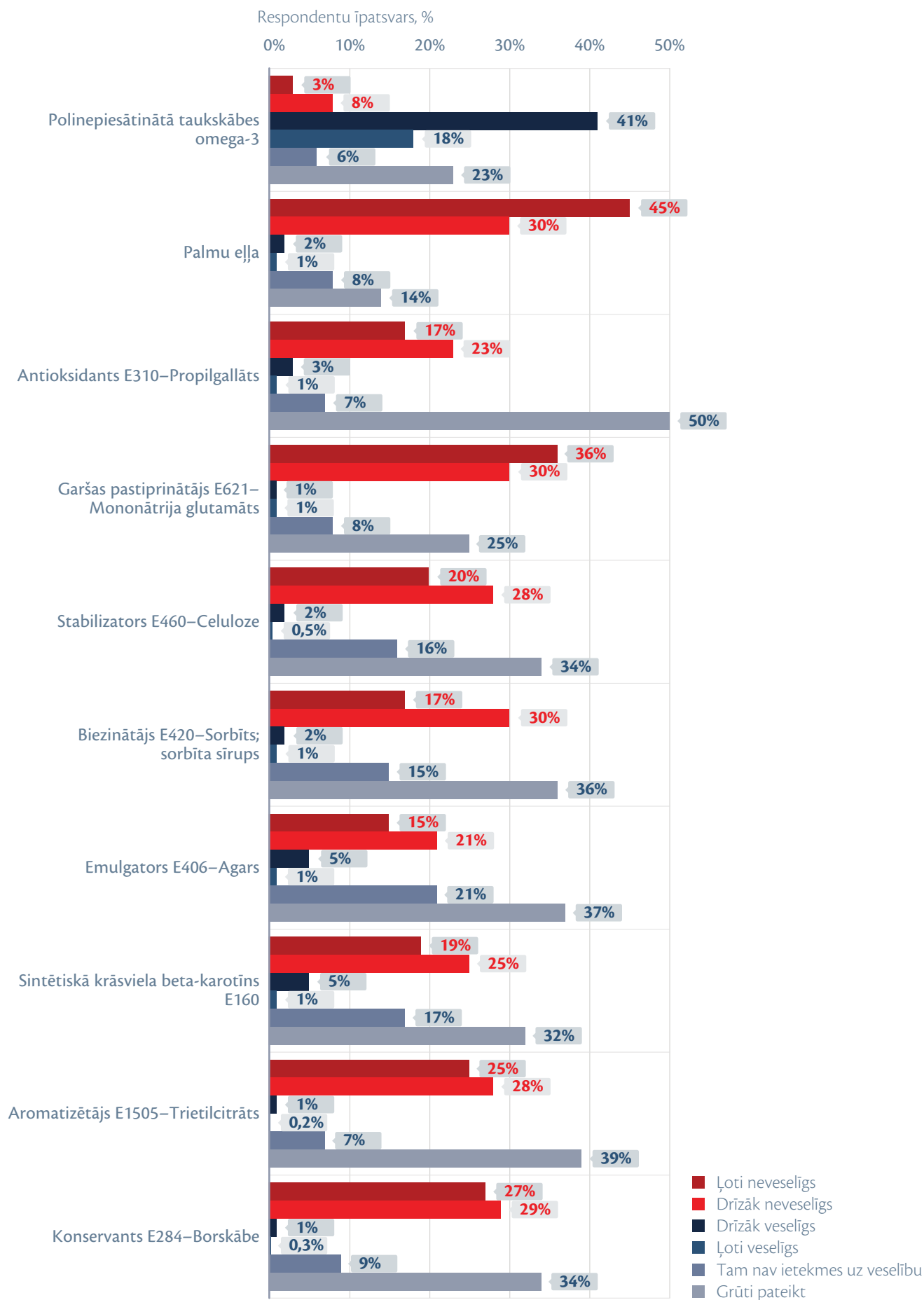


Respondentu īpatsvars, %

Uz produktu iepakojumiem visbiežāk atpazīst omega-3 un palmu eļļu

Respondentu vērtējumā visveselīgākā pārtikai pievienojamā viela ir polipiesātinātās taukskābes omega-3, ko vairāk nekā puse (59%) aptaujāto iedzīvotāju ir novērtējuši kā kopumā veselīgu. Tas izskaidrojams ar šīs vielas popularitāti sabiedrības vidū vai to, ka par šo vielu iedzīvotāji visvairāk ir informēti. Kā visneveselīgāko vielu iedzīvotāji novērtējuši palmu eļļu, tā norādīja 75% aptaujāto. Pārējās minētās pārtikai bieži pievienotās vielas aptaujātie iedzīvotāji ir novērtējuši kā kopumā neveselīgas, taču jānorāda, ka ne visas no tām ir cilvēku organismam neveselīgas – visbiežāk iedzīvotāji vienkārši nav informēti par šo vielu nozīmi un iedarbību.

Lūdzu, atzīmējiet, kopumā ņemot, cik veselīgi, neveselīgi vai arī tiem nav ietekmes uz Jūsu veselību, Jūsprāt, ir šādi produkti un pārtikai pievienojamās vielas?

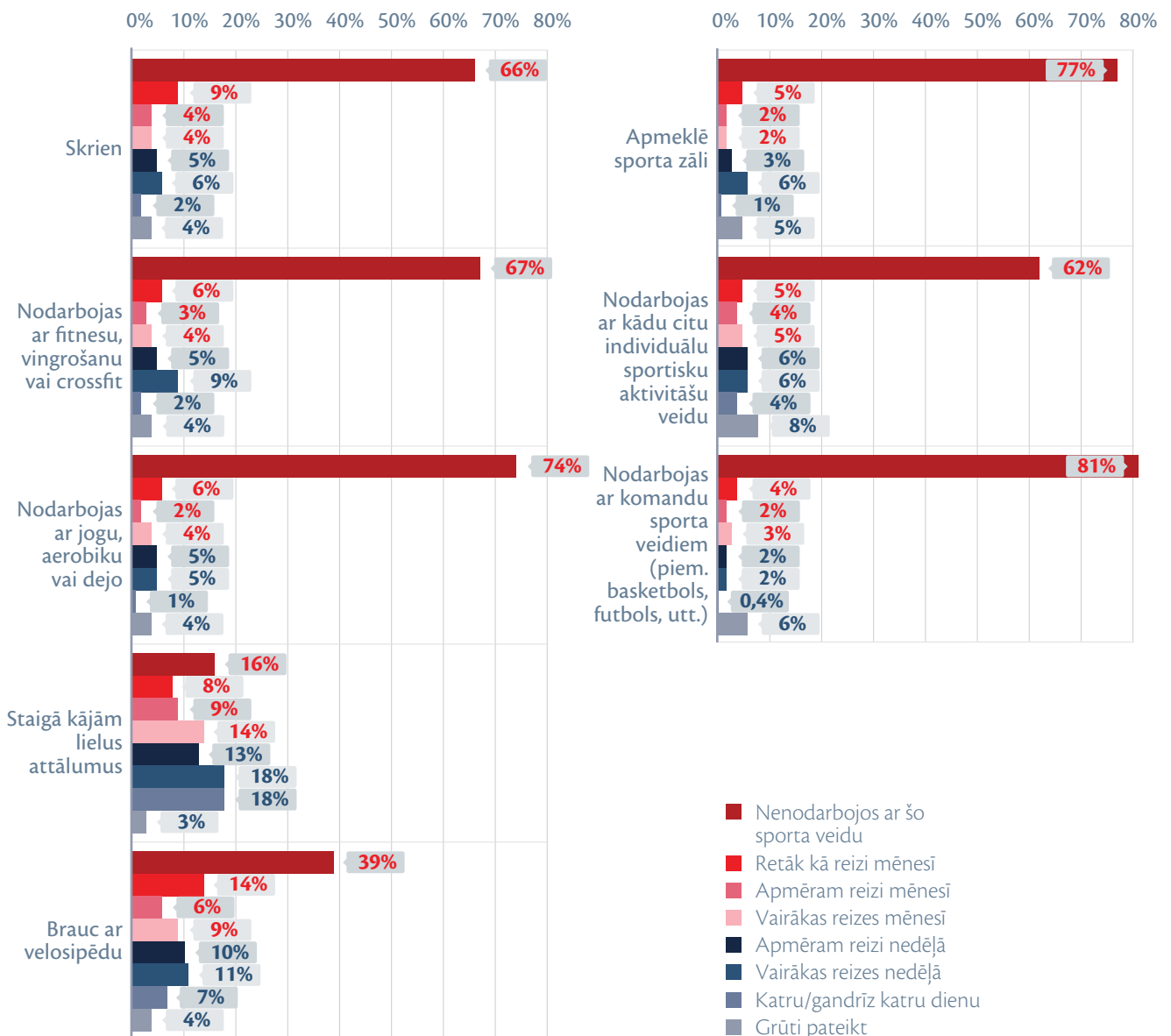


Aptauja norāda uz samērā nelielu iedzīvotāju fizisko aktivitāti

Populārākie sporta veidi iedzīvotāju vidū ir staigāšana un braukšana ar velosipēdu. 36% iedzīvotāju ir aktīvi lielu attālumu staigātāji (aptuveni piektā daļa (18%) katru dienu staigā lielus attālumus, 18% to dara vairākas reizes nedēļā). Ar velosipēdu aktīvi brauc 18% iedzīvotāju (katru dienu – 7%, vairākas reizes nedēļā – 11%).

Cik bieži Jūs nodarbojaties ar minētajiem sporta veidiem? »

Respondentu īpatsvars, %



Kopsavilkums

- Kopumā aptauja norāda, ka Latvijas iedzīvotāji veselīga dzīvesveida piekopšanai pievērš arvien vairāk uzmanības. Lai arī kā galveno veselīga dzīvesveida sastāvdaļu vairākums norāda sabalansēta un pareiza uztura lietošanu, arī fiziskās aktivitātes un pilnvērtīgu miegu kā veselīga dzīvesveida sastāvdaļu norāda katrs ceturtais iedzīvotājs. Trešā daļa iedzīvotāju norāda, ka tiecas dzīvot pēc veselīga dzīvesveida principiem, kā arī 27 % norādījuši, ka uz to visiem būtu jātiecas. Vēl jo vairāk iepriecina vairākuma aptaujāto iedzīvotāju (95%) sniegtā atbilde, ka viņi mudina arī bērnus ievērot veselīga dzīvesveida pamatprincipus. Populārākie sporta veidi iedzīvotāju vidū ir staigāšana un braukšana ar velosipēdu.
- Lielākā daļa iedzīvotāju (87%) savā uzturā cenšas lietot veselīgus un ekoloģiski tīrus produktus. Vairākums aptaujāto arī norāda, ka tiem ir svarīgi, ka augļi un dārzeņi, ko patērē uzturā, ir audzēti Latvijā (64% atzīmēja augļus, 72% – dārzeņus). Lai arī 29% aptaujāto norādīja, ka nevēlētos piemaksāt par ekoloģiski tīriem un veselīgiem produktiem, tomēr ievērojama daļa norāda, ka ir gatavi piemaksāt galvenokārt par dārzeņiem, augļiem vai gaļas produktiem (attiecinīgi, 44%, 41% un 39%).
- Gandrīz puse (46%) Latvijas iedzīvotāju kopumā uzticas BIO un EKO apzīmējumiem uz produktu iepakojumiem, tomēr priekšstatī par produkt marķējumiem, kas norāda par veselīga produkta garantiju, ir neviennozīmīgi. Vairāk nekā puse (51%) kā veselīgu produktu atpazīst “Zaļās karotītes” marķējumu, nedaudz mazāk (48%) norādījuši kā uzticamu arī “Latvijas ekoprodukts” marķējumu. Savukārt katrs desmitais iedzīvotājs nevienu no aptaujā nosauktajām (populārākajām) marķējuma zīmēm neuzskatīja par veselīga produkta garantu.
- Sadaļā par pārtikai pievienojamo vielu veselīgumu, kā visveselīgākā tika novērtēta polipiesātinātās taukskābes omega-3, tā norādīja vairākums – 59%. Pārējās minētās pārtikas vielas kopumā iedzīvotāji novērtējuši kā neveselīgas, īpaši kā neveselīgu izceļot palmu eļļu, tā norādīja 75 % aptaujāto.