

## **Puse aptaujāto iedzīvotāju taupa uz pārtikas produktiem un tērē pārtikas iegādei trešo daļu savu ienākumu**

Saskaņā ar preču un pakalpojumu cenu salīdzināšanas portāla Gudriem.lv veikto aptauju, 43% respondentu ekonomē uz pārtiku vismaz reizi mēnesī, parasti neilgi pirms algas dienas. 49% respondentu uzskata, ka Latvijā ir ļoti dārga pārtika. Ģimenes Latvijā pārtikai tērē aptuveni 20-35% no saviem ienākumiem.

„Vai Tev nākas ekonomēt, iegādājoties pārtikas produktus?” – uz šo jautājumu apstiprinoši atbildēja 43% no Gudriem.lv aptaujas dalībniekiem. 31% aptaujāto atbildēja, ka taupa naudu uz dārgiem pārtikas produktiem – delikatesēm, dārgiem žāvējumiem, sieriem un alkohola. 18% atzina, ka taupīt nākas katru mēnesi, pat uz būtiskākajiem pārtikas produktiem - piens, maize, graudaugi. Tikai 8% norādīja, ka viņu ienākumi ļauj iegādāties jebkādu produktus.

Cik daudz no ģimenes budžeta tiek tērēts pārtikai? Visbiežāk respondenti (44%) norādīja, ka tērē 20 - 35% no saviem ienākumiem. Vēl 35% atbildēja, ka pārtikas iegādei patērē 35-50% no ģimenes budžeta, vairāk nekā 50% no budžeta tērē 13% respondentu, bet mazāk nekā 20% tērē 8% respondentu.

Komentējot aptaujas rezultātus, SEB bankas sociālekonomikas eksperts Edmunds Rudzītis skaidro, ka Latvijā un Baltijas valstīs kopumā, iztikas grozā pārtikas preces aizņem salīdzinoši lielāku daļu kā citur Eiropas savienībā. Pēc Eurostat datiem, ES pārtikas produktu iegādei iedzīvotāji vidēji tērē 13% no kopējiem mēneša ienākumiem. Lietuvā šis rādītājs ir ap 25%, Igaunijā un Latvijā – 19%.

„Ienākumu procents, ko iedzīvotāji tērē pārtikas produktu iegādei, liecina par valsts kopējo dzīves līmeni. Jo augstāks tēriņu procents pārtikas iegādei, jo zemāks labklājības līmenis. Tas norāda, ka iedzīvotājiem atliek mazāk līdzekļu citu preču un pakalpojumu iegādei, kuri nav pirmās nepieciešamības līdzekļi – piemēram, kino vai koncertu apmeklējumam, ceļošanai vai preču iegādei sava komforta līmeņa nodrošināšanas nolūkos. Pēc iestāšanās ES, Latvijā bija vērojama pakāpeniska pārtikas iegādei atvēlēto mēneša ienākumu apmēra samazināšanās, tomēr ekonomiskā krīze atkārtoti palielināja pārtikas produktiem veltīto līdzekļu daudzumu. Ja iedzīvotāju ienākumi un valsts ekonomika turpinās augt, mēs pakāpeniski varētu pielīdzināties Eiropas attīstītāko valstu līmenim,” skaidro Edmunds Rudzītis.

Pēc Gudriem.lv aptaujas datiem, 49% respondentu uzskata, ka Latvijā ir nepamatoti augstas pārtikas produktu cenas. 37% atbildēja, ka produktiem ir samērīgas cenas, bet 11% piekrita, ka produkti ir dārgi, toties kvalitatīvi. Tikai 3% respondentu uzskata, ka pārtikas produkti Latvijā ir salīdzinoši lēti.

„Termini „lēti un dārgi”, kas lietoti, aprakstot pārtikas produktus, tomēr ir patērētāju subjektīvais viedoklis,” apgalvo Noris Krūzītis, Latvijas Pārtikas tirgotāju asociācijas (LPTA)

Informācija medijiem: 27.03.2014.

izpilddirektors. „Ļaudis bieži vien salīdzina Latvijas produktu cenas ar importa produktiem, kuri patiesi var būt lētāki, tomēr attiecīgi ir zemākas kvalitātes, nav tik dabiski un ekoloģiski, kā vietējā ražojuma produkti.”

Kas attiecas uz priekšrokas došanu Latvijas produktiem, saskaņā ar Gudriem.lv veikto aptauju tikai 16% aptaujāto ir gatavi pilnībā atbalstīt vietējo ražojumu, kaut arī analogas importa preces mēdz būt lētākas. 34% iegādātos Latvijas preci, jo tā ir kvalitatīvāka un veselīgāka, bet 14% atbildēja, ka viņiem ir vienalga, kāda ir preces izcelsme – galvenais, lai tā ir lētāka. Turklāt 36% ir gatavi pirkt importa preci pat tad, ja tā ir ievērojami dārgāka par Latvijas ražojumu.

92% aptaujāto regulāri pērk pārtikas produktus, vadoties pēc akcijām un atlaidēm lielveikalos. Līdzīgu aptauju portāls Gudriem.lv veica pirms trim gadiem, tobrīd akcijām un atlaidēm sekoja 82% respondentu. Šobrīd 41% aptaujāto atbildēja, ka regulāri seko līdzī akcijām un atlaidēm, lai iegādātos akcijas produktus. 51% seko līdzī akcijām un atlaidēm tikai jau ierastiem un pazīstamiem produktiem. 8% respondentu neseko līdzī akcijām vai uzskata tās par patērētāju mānīšanu.

„Lielāks akcijas preču pieaugums bija vērojams krīzes laikā, tomēr arī šobrīd akcijas preču skaits ir pietiekoši liels,” saka Noris Krūzītis. „Lieta tāda, ka Latvijas iedzīvotāju ienākuma līmenis ir audzis, bet ne ievērojami. Turklāt konkurence starp pārtikas tirgotājiem kļuvusi vēl asāka. Labas atlaides ir praktiski vienīgais uzticamais līdzeklis klientu pārvilināšanai no viena veikala uz citu. Domāju, ka atlaižu ēra lielveikalos nebeigsies.”

Aptauja norisinājās no 8. līdz 18. Martam un tajā piedalījās 567 portāla Gudriem.lv lietotāji.