



Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

Pārtikas iegādes paradumi Latvijā: *Zemo cenu grozs* un Latvijā audzēti/ražoti pārtikas produkti

Latvijas iedzīvotāju aptaujas rezultāti

2025. gada novembris-decembris



Saturs

Pētījuma apraksts	3
Respondentu profils	4
 GALVENIE SECINĀJUMI	 5
 REZULTĀTI	
1. Pārtikas iegādes paradumu izmaiņas	10
2. Zemo cenu grozs	
2.1. Apmeklētākie veikali pārtikas produktu iegādei	14
2.2. Informētība par iniciatīvu <i>Zemo cenu grozs</i>	17
2.3. <i>Zemo cenu groza</i> pārtikas produktu iegāde	21
2.4. <i>Zemo cenu groza</i> iniciatīvas vērtējums	23
3. Latvijā audzēti/ražoti pārtikas produkti	
3.1. Latvijā audzētu/ražotu pārtikas produktu iegāde	28
3.2. Veikalos pieejamo Latvijā audzēto un ražoto pārtikas produktu klāsta novērtējums	34
 PIELIKUMS	
Aptaujas anketa	42
Statistiskās kļūdas novērtēšanas tabula	44



Pētījuma apraksts

PĒTĪJUMA VEICĒJS:



Mērķa grupa: Latvijas pastāvīgie iedzīvotāji vecumā no 18 līdz 75 gadiem

Aptaujas metode: tiešās intervijas respondentu dzīvesvietās. Jautājumi tika iekļauti Latvijas iedzīvotāju Omnibusa aptaujā

Izlases veids: pret mērķa grupu reprezentatīva stratificēta nejaušā izlase

Stratifikācijas pazīme: administratīvi teritoriālā

Aptaujas veikšanas laiks: no 21.11.2025. līdz 03.12.2025.

Sasniegtā izlase: 1006 respondenti

Izlases metode: stratificētā nejaušā izlase. Izlases struktūra tika veidota tā, lai sasniegtā izlase būtu reprezentatīva pret Latvijas iedzīvotājiem attiecīgajā mērķa grupā. Lai nodrošinātu vēl lielāku datu reprezentativitāti, dati tika pakļauti svēršanas procedūrai. Dati tika svērti pēc parametriem: dzimums, vecums, tautība un reģions

Ģeogrāfiskais pārklājums: visi Latvijas reģioni (123 izlases punkti)

Respondentu profils

		Skaitis	Kol %
KOPĀ		1006	100,0
DZIMUMS	Vīrietis	470	48,3
	Sieviete	536	51,7
VECUMS	18–24 gadi	112	9,4
	25–34 gadi	157	15,1
	35–44 gadi	181	21,1
	45–54 gadi	190	19,1
	55–64 gadi	161	18,6
	65–75 gadi	205	16,7
ĢIMENES STĀVOKLIS	Precējies/-usies vai dzīvo ar partneri	614	62,8
	Šķīries/-usies vai nedzīvo kopā ar vīru/sievu	109	11,1
	Neprecējies/-usies	184	17,3
	Atraitnis/-e	99	8,8
CILVĒKU SKAITS MĀJSAIMNIECĪBĀ	Viens	228	21,8
	Divi	348	34,3
	Trīs	245	24,8
	Četri un vairāk	185	19,1
BĒRNI VECUMĀ LĪDZ 18 GADIEM	Ir	338	35,1
	Nav	668	64,9
SARUNVALODA ĢIMENĒ	Latviešu	633	62,1
	Krievu	360	36,5
	Cita	13	1,3
IZGLĪTĪBA	Pamatizglītība	99	9,6
	Vidējā, vidējā profesionālā	598	59,4
	Augstākā	309	31,0

		Skaitis	Kol %
KOPĀ		1006	100,0
NODARBINĀTĪBAS SEKTORS	Publiskais sektors	165	16,9
	Privātais sektors	499	52,4
	Nestrādā	342	30,7
PAMATNODARBOŠANĀS	Vadītājs/-a	29	3,0
	Speciālists/-e, ierēdnis/-e	299	30,7
	Strādnieks/-ce	294	31,0
	Uzņēmējs/-a, individuālais darbs	42	4,5
	Pensionārs/-e	213	18,5
	Skolēns, students/-e	51	4,3
	Mājsaimniece/-ks	33	3,3
	Bezdarbnieks/-ce	45	4,6
	Zemi (400 EUR un mazāk)	146	14,4
MĒNEŠA VIDĒJIE IENĀKUMI UZ VIENU CILVĒKU ĢIMENĒ (KVINTILES)	Vidēji zemi (401–590 EUR)	135	13,1
	Vidēji (591–700 EUR)	178	17,8
	Vidēji augsti (701–940 EUR)	159	15,9
	Augsti (941 EUR un vairāk)	159	16,0
	Grūti pateikt	229	22,9
REĢIONS	Rīgas reģions	460	46,8
	Vidzemes reģions	146	14,1
	Kurzemes reģions	144	14,4
	Zemgales reģions	120	11,5
	Latgales reģions	136	13,2
APDZĪVOTĀS VIETAS TIPS	Rīga	333	33,5
	Cita pilsēta	362	35,7
	Lauki	311	30,8

Bāze: visi respondenti
Šeit un turpmāk atskaitē — procenti svērti, skaits nesvērts

Galvenie secinājumi

Galvenie secinājumi (1)

1. Pārtikas iegādes paradumu izmaiņas

2025. gada novembrī-decembrī veiktajā aptaujā 76% iedzīvotāju norāda, ka pārtikas cenu pieauguma dēļ ir mainījušies viņu pārtikas iegādes paradumi. Visbiežāk norādītais atbilde variants, kas raksturo pārtikas iegādes paradumu izmaiņas, ir ka biežāk pērk dažādus akcijas produktus un produktus ar atlaidi (62%), 31% aptaujāto norādījuši, ka ir mainījuši iepirkšanās vietas uz tādām, kur ir zemākas cenas, 24% respondentu pārtikas cenu pieauguma dēļ ir sākuši tērēt mazāk uz citām lietām, savukārt pārējās pārtikas iegādes paradumu izmaiņas minētas salīdzinoši retāk. 24% respondentu norādījuši, ka iepirkšanās paradumi nav mainījušies.

Analizējot rezultātus sociāldemogrāfiskajās grupās, var novērot pozitīvu saistību starp respondentu vecumu un pārtikas iegādes paradumu izmaiņām – pieaugot respondentu vecumam, palielinās to respondentu īpatsvars, kuri atzīmējuši, ka pārtikas iegādes paradumi ir mainījušies.

Biežāk nekā caurmērā to, ka cenu pieauguma dēļ ir mainījušies pārtikas iegādes paradumi, norāda respondenti šādās apakšgrupās: respondenti ar zemiem un vidējiem ienākumiem, Latgales reģiona iedzīvotāji, lauku iedzīvotāji, un respondenti, kuri pārtikas iegādi veic *Top!* un *LaTS* veikalos.

2. Zemo cenu grozs

2.1. Apmeklētākie veikali pārtikas produktu iegādei

Vaicāti, kuros veikalos visbiežāk mēdz iegādāties pārtikas produktus, 81% respondentu norādījuši *Maximu*. Otrajā vietā ar 55% respondentu īpatsvaru ir veikals *Rimi*, 49% norādījuši *Lidl* kā vietu, kur visbiežāk mēdz iegādāties pārtikas produktus. 28% respondentu norādījuši *Top!* un 22% - *Mego*. Pārējie veikali norādīti salīdzinoši retāk.

Veikalā *Maxima* biežāk nekā caurmērā pārtikas iegādi veic respondenti ar četriem un vairāk cilvēkiem ģimenē, iedzīvotāji ar vidējiem ienākumiem, Vidzemes reģiona iedzīvotāji.

Veikalā *Rimi* pārtikas produktus biežāk nekā vidēji mēdz iegādāties respondenti vecuma grupā no 25 līdz 34 gadiem, iedzīvotāji ar augstāko izglītību, augstiem ienākumiem, Rīgas un Zemgales reģiona iedzīvotāji.

Veikalā *Lidl* pārtikas iegādi biežāk nekā caurmērā veic iedzīvotāji, kuriem ģimenē ir 3 un vairāk cilvēki, ir bērni vecumā līdz 18 gadiem, ar vidējiem vai vidēji augstiem ienākumiem, Rīgas reģiona iedzīvotāji.

No respondentiem, kuri norādījuši veikalu *Top!* kā vietu, kur visbiežāk veic pārtikas iegādi, lielākais respondentu īpatsvars ir šajās apakšgrupās: respondenti, kuriem sarunvaloda ģimenē ir latviešu, ir iegūta pamatizglītība, ir zemi vai vidēji zemi ienākumi, Vidzemes un Zemgales reģionu iedzīvotāji, ārpus Rīgas citās pilsētās dzīvojošie.

Veikalā *Mego* pārtikas iegādi biežāk veic respondenti šādās apakšgrupās: respondenti, kuriem sarunvaloda ģimenē ir krievu, un ar vidēji zemiem ienākumiem. Veikalos *LaTS* biežāk iepērkas iedzīvotāji vecumā no 55 līdz 64 gadiem, ar pamatizglītību, ar zemiem ienākumiem, Zemgales reģiona iedzīvotāji un lauku iedzīvotāji. Savukārt veikalos *Elvi* biežāk iepērkas iedzīvotāji ar augstiem ienākumiem un lauku iedzīvotāji.

2.2. Informētība par iniciatīvu *Zemo cenu grozs*

61% respondentu ir dzirdējuši par *Zemo cenu groza* iniciatīvu, tomēr aptuveni trešdaļa respondentu (35%) par šādu iniciatīvu nav dzirdējuši.

Biežāk nekā caurmērā par *Zemo cenu grozu* ir dzirdējušas sievietes, respondenti vecumā no 45 līdz 64 gadiem, respondenti, kuriem sarunvaloda ģimenē ir latviešu, ar augstāko izglītību, Zemgales reģiona iedzīvotāji, kā arī respondenti, kuri pārtikas iegādi veic veikalos *Top!*, *Elvi* un *LaTS*.

Gandrīz puse respondentu (47%) veikalos ir ievērojuši zemo cenu groza pārtikas produktus. Lielāks šādu respondentu īpatsvars ir starp sievietēm, respondentiem vecumā no 45 līdz 64 gadiem, respondentiem ar augstāko izglītību, Zemgales reģiona iedzīvotājiem un respondentiem, kuri pārtikas iegādi veic veikalos *LaTS*.

Galvenie secinājumi (2)

2.3. Zemo cenu groza pārtikas produktu iegāde

32% respondentu ir meklējuši un iegādājušies *Zemo cenu groza* pārtikas produktus (13% to darījuši daudzas reizes, 16% - vairākas reizes, 2% - vienu reizi). 3% respondentu ir meklējuši šādus produktus, bet nav iegādājušies, savukārt 13% respondentu norādījuši, ka nav meklējuši veikalos *Zemo cenu groza* pārtikas produktus.

Biežāk nekā caurmērā *Zemo cenu groza* pārtikas produktus ir meklējuši un iegādājušies respondenti vecumā no 55 līdz 64 gadiem, ar vidējiem ienākumiem, Zemgales reģiona iedzīvotāji un respondenti, kuri pārtikas iegādi veic veikalos *LaTS*.

2.4. Zemo cenu groza iniciatīvas vērtējums

Kopumā respondenti uzskata, ka zemo cenu groza piedāvājums palīdz iepirkties lētāk (kopumā piekrīt 35%, kopumā nepiekrīt 9%), un ir apmierināti ar tajā iekļauto pārtikas produktu kvalitāti (kopumā piekrīt 27%, kopumā nepiekrīt 14%), taču uzskata, ka tā piedāvājums varētu būt plašāks (apgalvojumam *Zemo cenu groza piedāvājums ir pietiekami plašs* kopumā piekrīt 17%, kopumā nepiekrīt 26%). 53% respondentu šis jautājums nav uzdots (neatbilda filtra kritērijiem).

Apgalvojumam, ka *Zemo cenu groza* piedāvājums palīdz iepirkties lētāk, lielāks respondentu īpatsvars, kuri piekrīt šim apgalvojumam, ir starp sievietēm, 55-64 gadus veciem iedzīvotājiem, ar vidējiem ienākumiem, Zemgales reģiona iedzīvotājiem un respondentiem, kuri pārtikas iegādi veic veikalos *LaTS*.

Apgalvojumam, ka ir apmierināts/-a ar *Zemo cenu groza* produktu kvalitāti, lielāks respondentu īpatsvars, kuri piekrīt šim apgalvojumam, ir starp iedzīvotājiem ar vidējiem ienākumiem un Zemgales reģiona iedzīvotājiem.

Savukārt apgalvojumam, ka *Zemo cenu groza* piedāvājums ir pietiekami plašs, lielāks respondentu īpatsvars, kuri piekrīt šim apgalvojumam, ir starp Zemgales reģiona iedzīvotājiem

3. Latvijā audzēti/ražoti pārtikas produkti

3.1. Latvijā audzētu/ražotu pārtikas produktu iegāde

57% respondentu kopumā ir svarīgi iegādāties tieši Latvijā audzētus/ražotus pārtikas produktus (41% - drīzāk svarīgi, 17% - ļoti svarīgi). 41% iedzīvotāju tas kopumā nav svarīgi (30% - drīzāk nesvarīgi, 11% - nemaz nav svarīgi).

Biežāk nekā caurmērā kopumā svarīgi iegādāties tieši Latvijā audzētus/ražotus pārtikas produktus ir sievietēm, 65-75 gadus veciem iedzīvotājiem, respondentiem, kuriem sarunvaloda ģimenē ir latviešu, ar augstāko izglītību, augstiem ienākumiem, Kurzemes un Zemgales reģiona iedzīvotājiem, ārpus Rīgas citās pilsētās dzīvojošajiem respondentiem, kā arī respondentiem, kuri pārtikas iegādi veic veikalos *Rimi* un *Top!*.

SKDS veiktajos ikgadējos pētījumos kopš 1999. gada ir mērīta iedzīvotāju attieksme pret apgalvojumu *Izvēloties pārtikas produktus, man ir svarīgi, lai tie būtu ražoti Latvijā*. Šo 26 gadu laikā ir samazinājies atbalsts Latvijā ražotu pārtikas produktu iegādei – 1999. gadā šim apgalvojumam kopumā piekrita 68% respondentu, bet 2025. gada janvārī veiktajā aptaujā piekritēju īpatsvars bija samazinājies par 17 procentpunktiem (kopumā piekrīt 51% respondentu). Vēsturiski zemākais piekritēju īpatsvars novērojams 2023. gada aptaujā, kad tas samazinājās līdz 46%. Kopš 2023. gada tas pakāpeniski pieaug.

52% respondentu norāda, ka Latvijā audzēti/ražoti pārtikas produkti ir kopumā labi pamanāmi (43% - drīzāk labi pamanāmi, 9% - ļoti labi pamanāmi). Savukārt 41% respondentu norādījuši, ka šādi produkti veikalu plauktos ir kopumā grūti pamanāmi (7% - nemaz nav pamanāmi, 34% - drīzāk slikti pamanāmi).

Tas, cik pamanāmi respondentam šķiet Latvijā audzēti/ražoti pārtikas produkti, ir atkarīgs no tā, cik respondentam kopumā ir svarīga tieši Latvijā audzētu/ražotu pārtikas produktu iegāde, proti, respondentiem, kuriem Latvijā audzētu/ražotu pārtikas produktu iegāde kopumā nav svarīga, uzskata, ka šie produkti veikalu plauktos kopumā ir slikti pamanāmi.

Galvenie secinājumi (3)

Savukārt respondenti, kuriem Latvijā audzētu/ražotu pārtikas produktu iegāde ir kopumā svarīga, uzskata, ka veikalā šie produkti ir kopumā labi pamanāmi. Apskatot rezultātus sociāldemogrāfiskajās apakšgrupās, lielāks respondentu īpatsvars, kuri uzskata, ka veikalu plauktos Latvijā audzēti/ražoti pārtikas produkti ir kopumā labi pamanāmi, ir šādās apakšgrupās: vecuma grupā no 35 līdz 44 gadiem, ar augstāko izglītību, ar augstiem ienākumiem un Vidzemes un Latgales reģiona iedzīvotāji.

3.2. Veikalos pieejamo Latvijā audzēto un ražoto produktu klāsta novērtējums

Lūgti novērtēt pārtikas veikalos pieejamo Latvijā audzēto un ražoto pārtikas produktu klāstu, salīdzinot ar no citām valstīm importētajiem pārtikas produktiem, visaugstāk tiek novērtēta kvalitāte – to kā kopumā labu novērtējuši 57% respondentu (45% - drīzāk laba, 12% - ļoti laba). Piedāvājuma klāsts novērtēts zemāk – to kā kopumā labu novērtējuši 25% respondentu (21% - drīzāk labs, 4% - ļoti labs). Savukārt cenas aspekts novērtēts vismērenāk – 15% respondentu uzskata, ka Latvijā audzētās/ražotās pārtikas produkcijas cena ir kopumā laba (13% - drīzāk laba, 2% - ļoti laba), ja salīdzina ar no citām valstīm importētiem pārtikas produktiem.

Latvijā audzētu/ražotu pārtikas produktu kvalitāti salīdzinājumā ar no citām valstīm ievestajiem pārtikas produktiem kā kopumā labu biežāk vērtē respondenti šādās apakšgrupās: ar augstāko izglītību, Kurzemes un Zemgales reģionu iedzīvotāji un respondenti, kuriem ir kopumā svarīga Latvijā audzētu/ražotu pārtikas produktu iegāde.

Latvijā audzētu/ražotu pārtikas produktu piedāvājuma plašumu salīdzinājumā ar no citām valstīm ievestajiem pārtikas produktiem kā kopumā labu biežāk vērtē respondenti šādās apakšgrupās: ar augstiem ienākumiem, Vidzemes un Latgales reģiona iedzīvotāji, veikala *Elvi* apmeklētāji un respondenti, kuriem ir ļoti svarīga tieši Latvijā audzētu/ražotu pārtikas produktu iegāde.

Latvijā ražoto un audzēto pārtikas produktu cenas salīdzinājumā ar no citām valstīm importēto pārtikas produktu cenām tiek vērtētas kā kopumā sliktas, taču ir dažas sociāldemogrāfiskās apakšgrupas, kur cenas aspekts tiek vērtēts mazliet augstāk, attiecīgi: iedzīvotājiem vecuma grupā no 25 līdz 34 gadiem, ar augstāko izglītību, ar vidēji zemiem un augstākiem ienākumiem, Zemgales un Latgales reģiona iedzīvotāji.

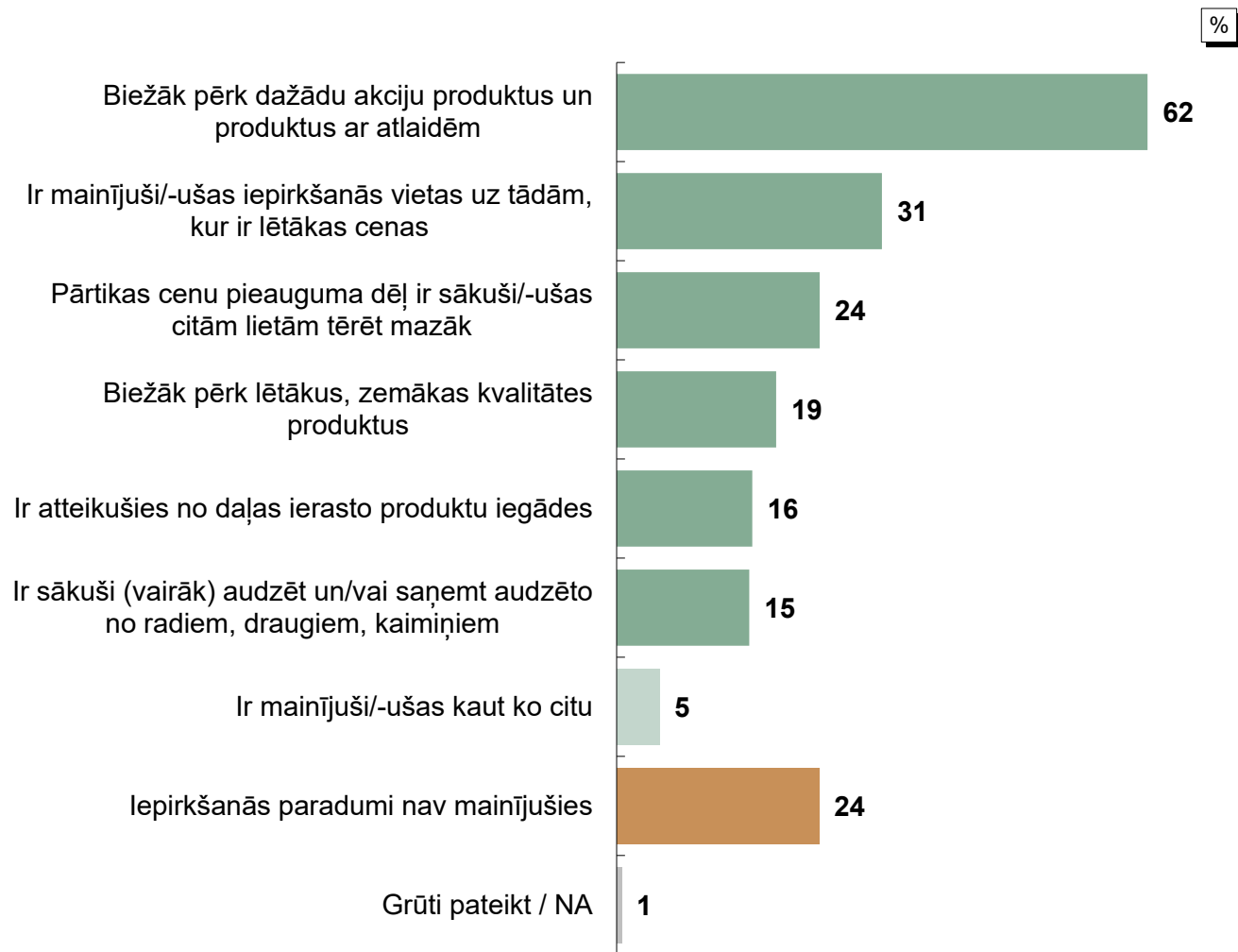
Rezultāti

1. Pārtikas iegādes paradumu izmaiņas

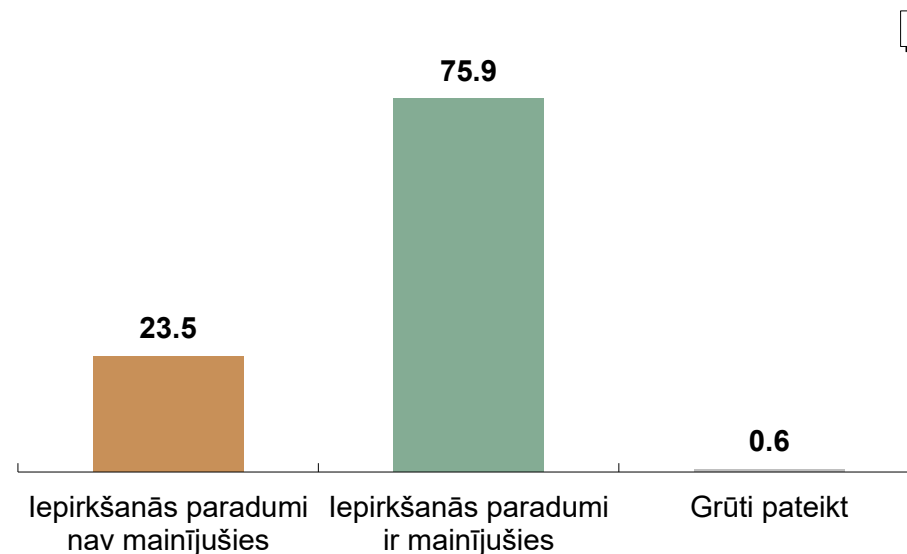
1. Pārtikas iegādes paradumu izmaiņas

Kopējie rezultāti

M1. Runājot par pēdējo pāris gadu laikā vērojamo pārtikas cenu pieaugumu, kuri no šiem apgalvojumiem raksturo to, kā ir mainījušies Jūsu / Jūsu ģimenes pārtikas iegādes paradumi?



Bāze: visi respondenti, n=1006
Vairākatbilžu jautājums (% summa > 100)

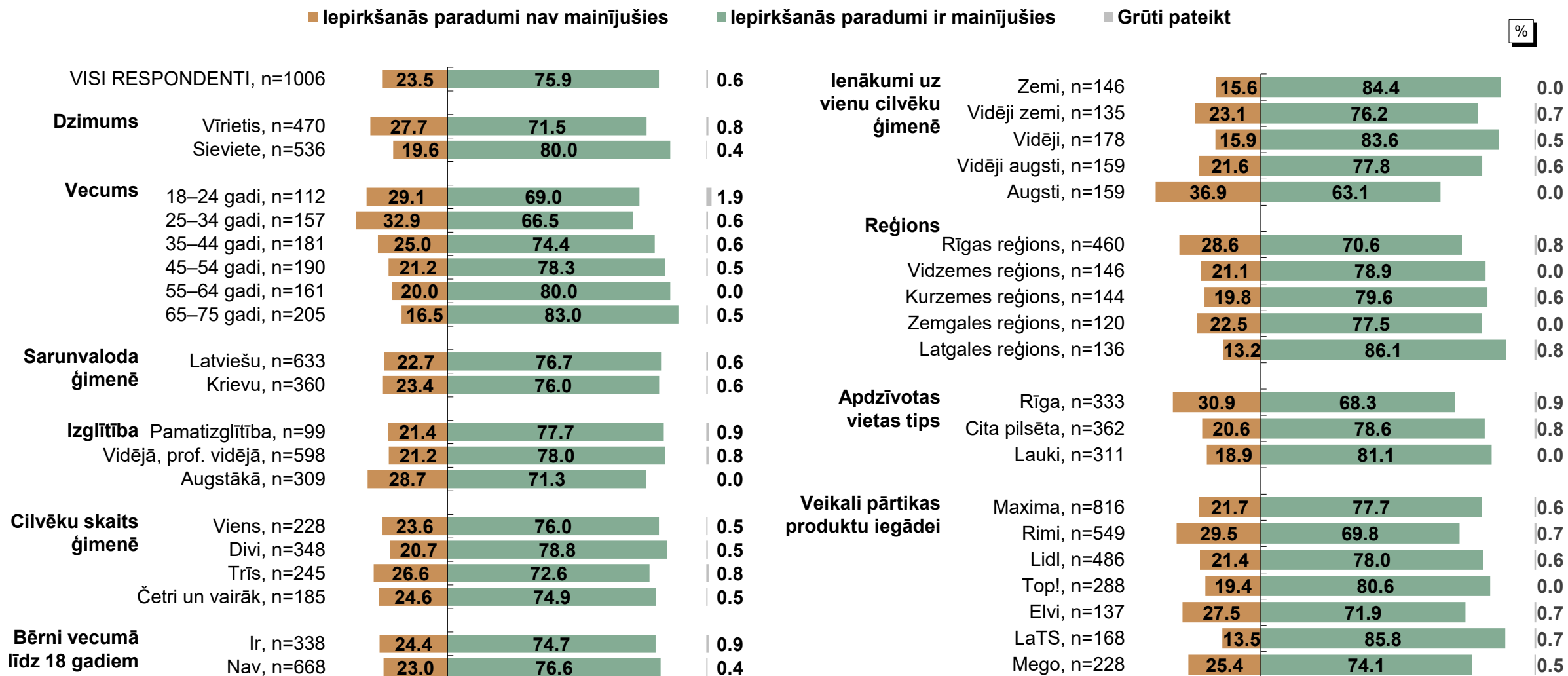


Bāze: visi respondenti, n=1006

1. Pārtikas iegādes paradumu izmaiņas

Rezultāti
sociāldemogrāfiskajās
grupās

M1. Runājot par pēdējo pāris gadu laikā vērojamo pārtikas cenu pieaugumu, kuri no šiem apgalvojumiem raksturo to, kā ir mainījušies Jūsu / Jūsu ģimenes pārtikas iegādes paradumi?



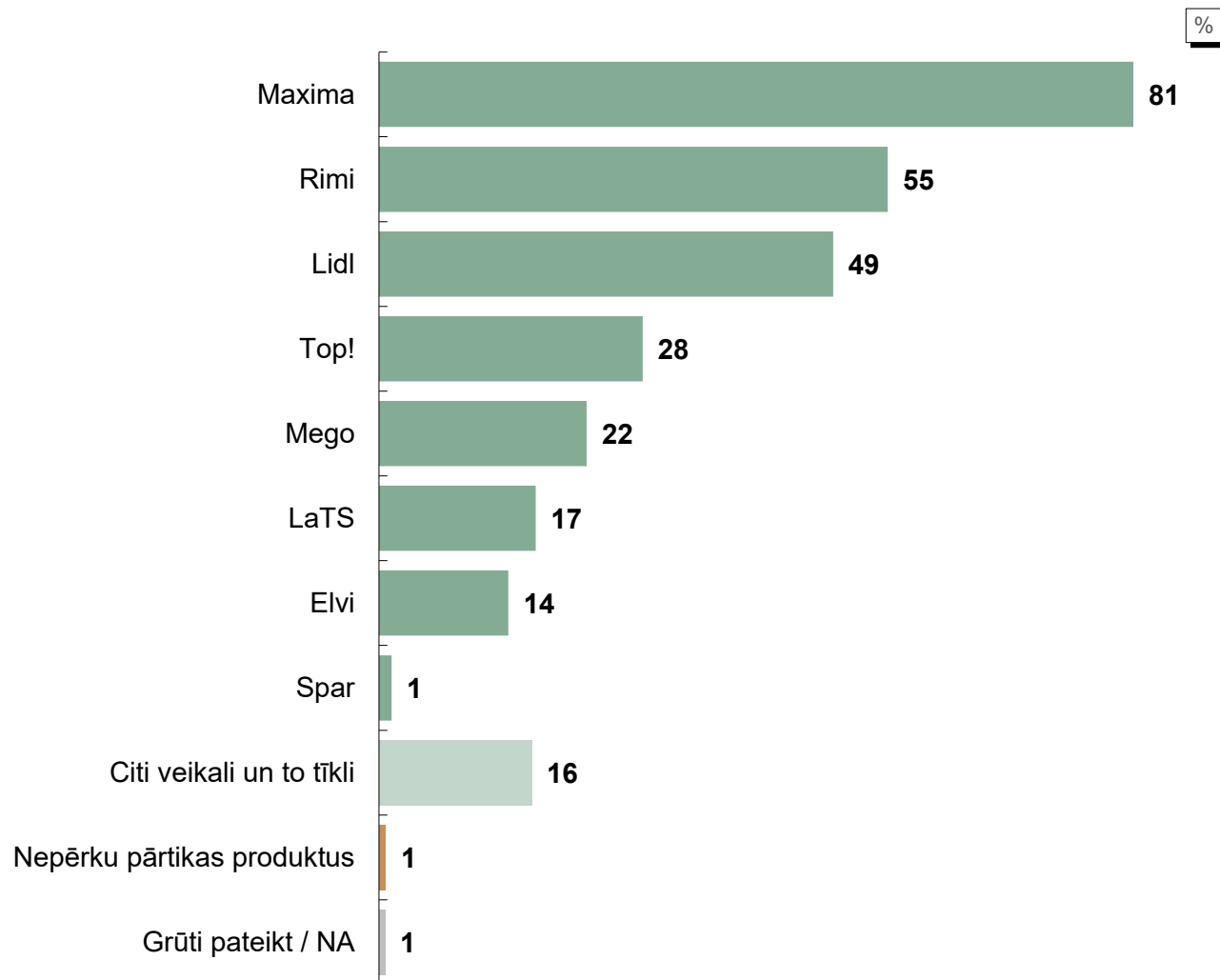
Bāze: visi respondenti (skat. "n=" grafikā)

2. Zemo cenu grozs

2.1. Apmeklētākie veikali pārtikas produktu iegādei

Kopējie rezultāti

A1. Kuros veikalos Jūs visbiežāk mēdzat iegādāties pārtikas produktus?

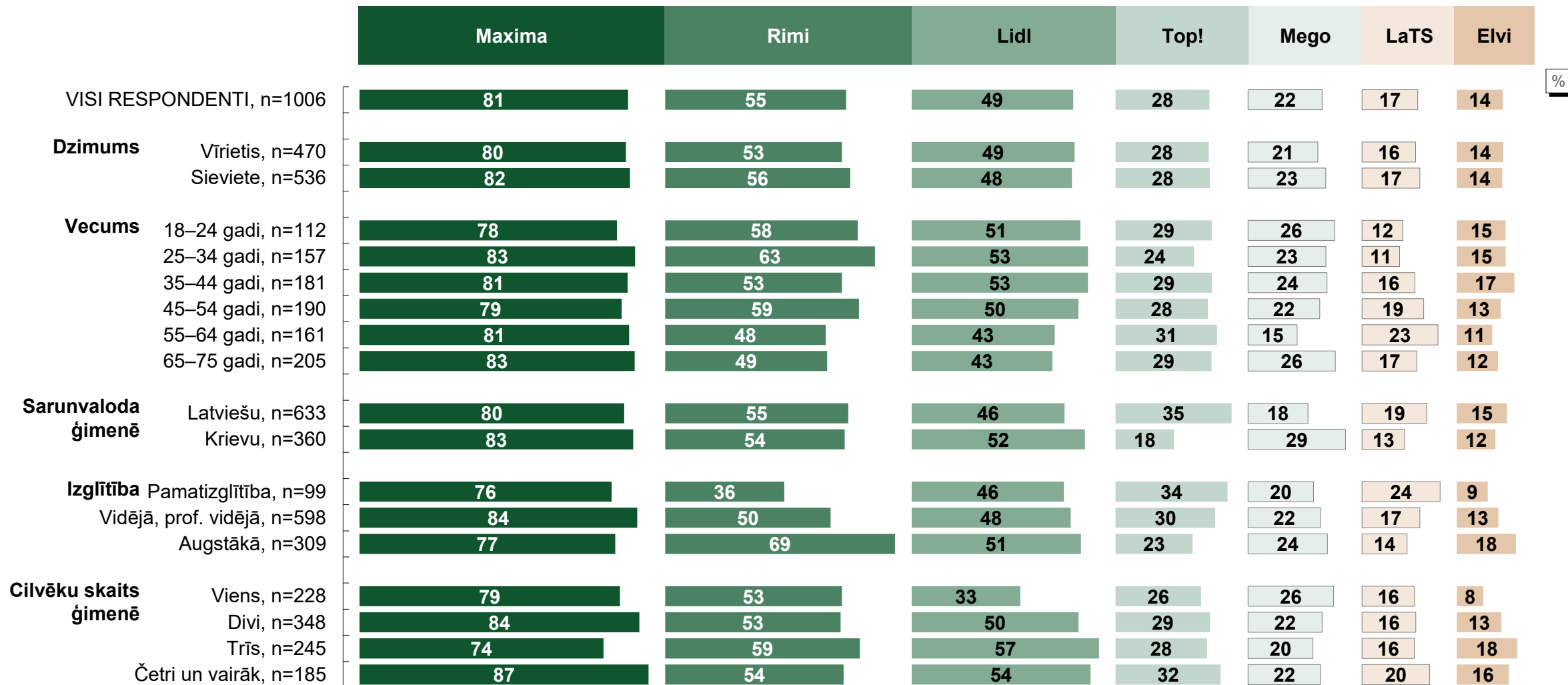


Bāze: visi respondenti, n=1006
Vairākatbilžu jautājums (% summa > 100)

2.1. Apmeklētākie veikali pārtikas produktu iegādei

Rezultāti
sociāldemogrāfiskajās
grupās, 1. daļa

A1. Kuros veikalos Jūs visbiežāk mēdzat iegādāties pārtikas produktus?



Bāze: visi respondenti (skat. "n=" grafikā)

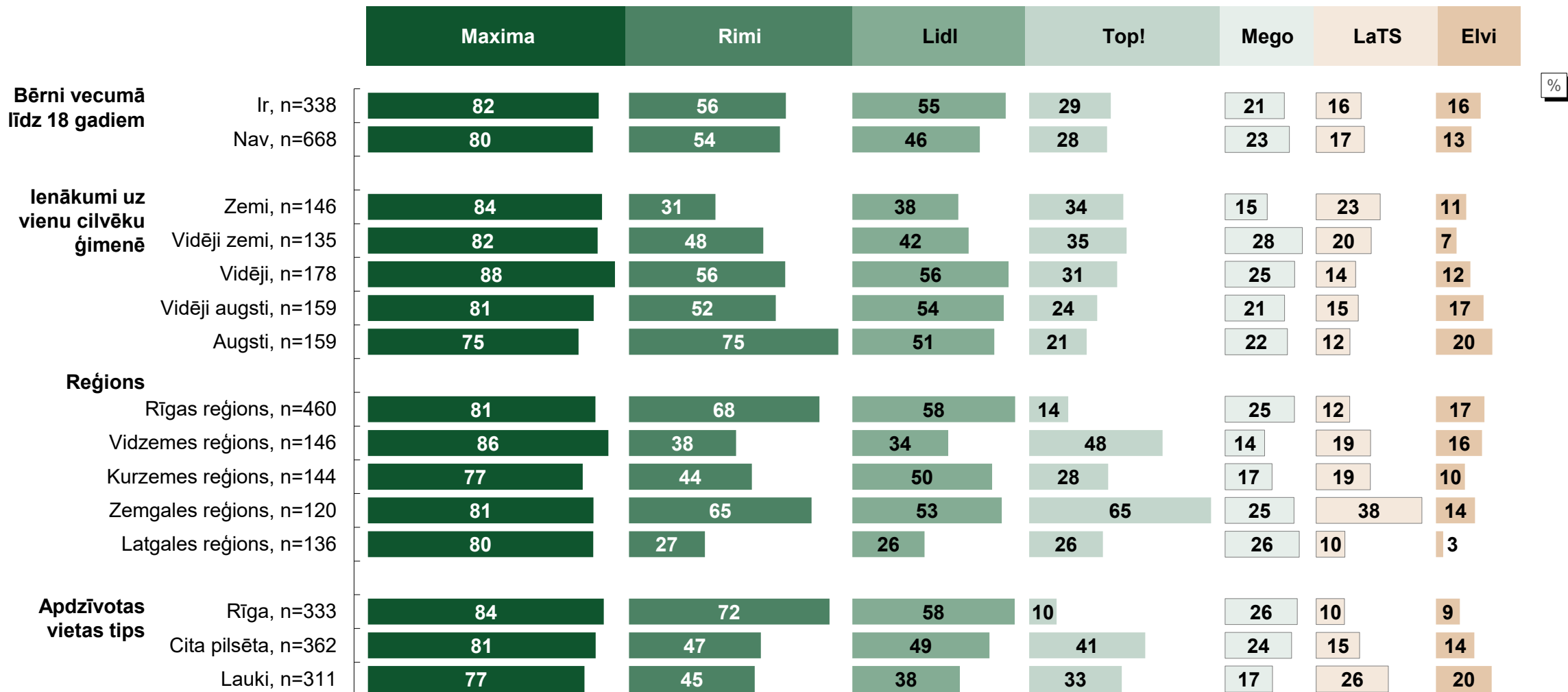
Vairākatbilžu jautājums (% summa > 100)

Grafikā iekļauti veikali, kuru minēšanas biežums pārsniedz 10%

2.1. Apmeklētākie veikali pārtikas produktu iegādei

Rezultāti
sociāldemogrāfiskajās
grupās, 2. daļa

A1. Kuros veikalos Jūs visbiežāk mēdzat iegādāties pārtikas produktus?



Bāze: visi respondenti (skat. "n=" grafikā)

Vairākatbilžu jautājums (% summa > 100)

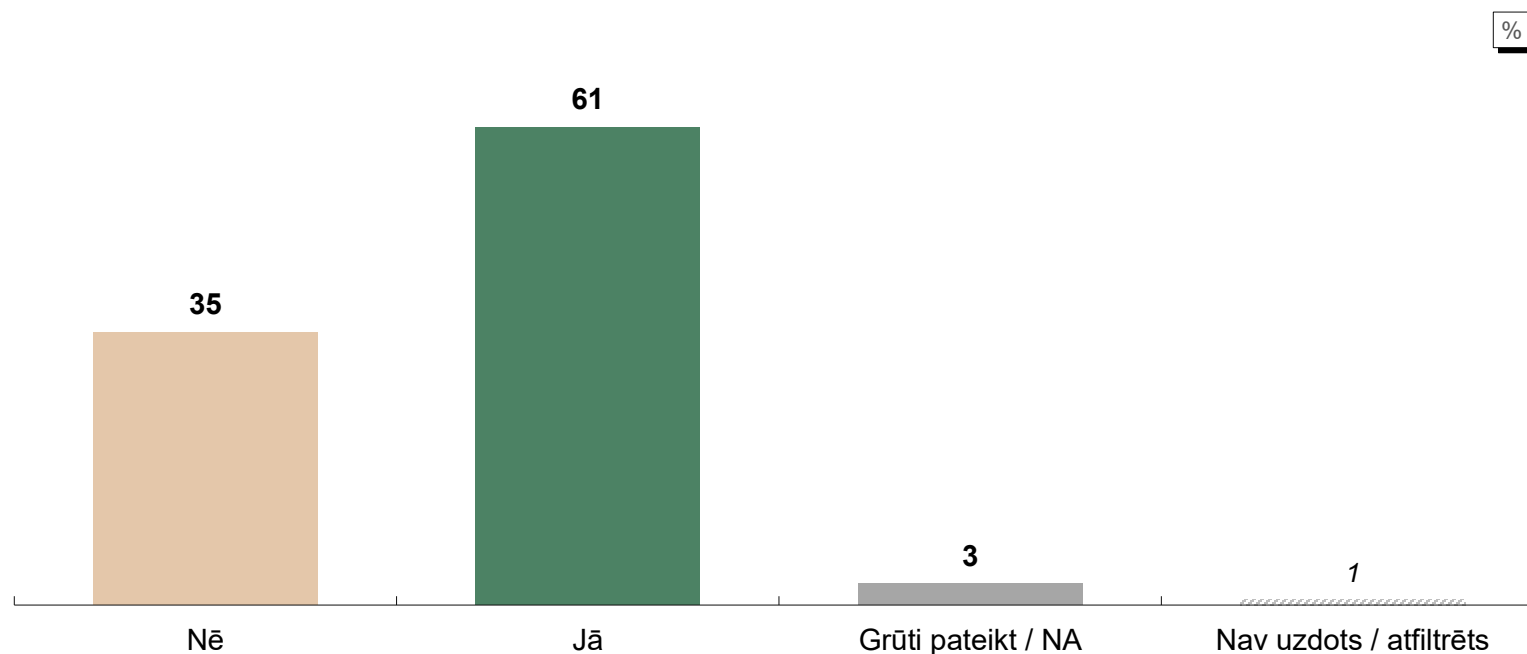
Grafikā iekļauti veikali, kuru minēšanas biežums pārsniedz 10%



2.2. Informētība par iniciatīvu *Zemo cenu grozs*

A2. 2025. gadā Latvijas Ekonomikas ministrija un lielākie tirdzniecības tīkli uzsāka iniciatīvu ar nosaukumu “Zemo cenu grozs”, kuras mērķis ir nodrošināt, lai pircēji visos lielākajos veikalos varētu viegli atrast lētāko ikdienas produktu komplektu. “Zemo cenu grozs” ir saraksts ar ikdienas pārtikas precēm, kuras veikalos tiek piedāvātas par pēc iespējas zemāku cenu. Tajā ir apvienoti pamata produkti (piens, maize, olas, milti, eļļa, griķi, kartupeļi u. c.), ko cilvēki lieto ikdienā.

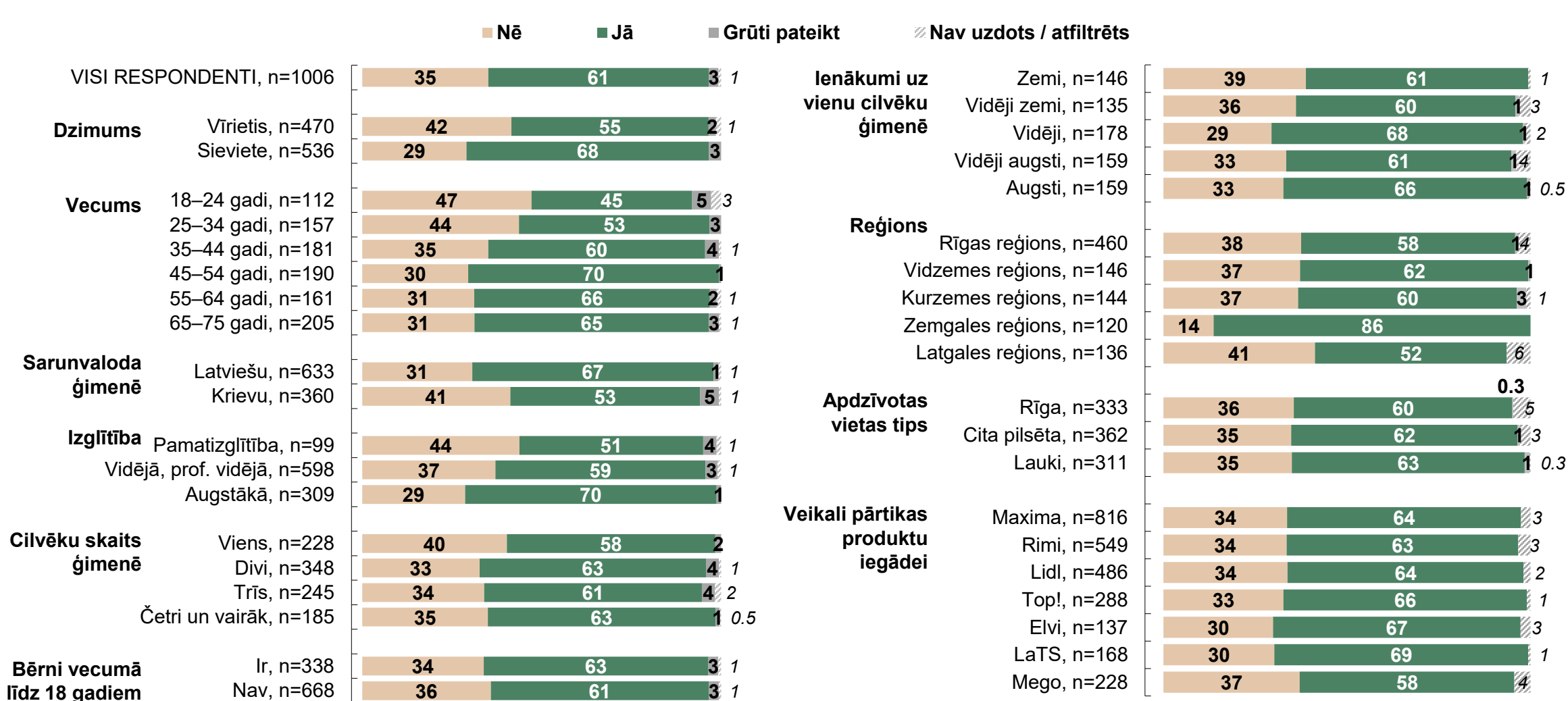
Vai Jūs iepriekš bijāt dzirdējis/-usi par šo iniciatīvu - “Zemo cenu grozs”?



2.2. Informētība par iniciatīvu *Zemo cenu grozs*

Rezultāti
sociāldemogrāfiskajās
grupās

A2. Vai Jūs iepriekš bijāt dzirdējis/-usi par šo iniciatīvu - "Zemo cenu grozs"?

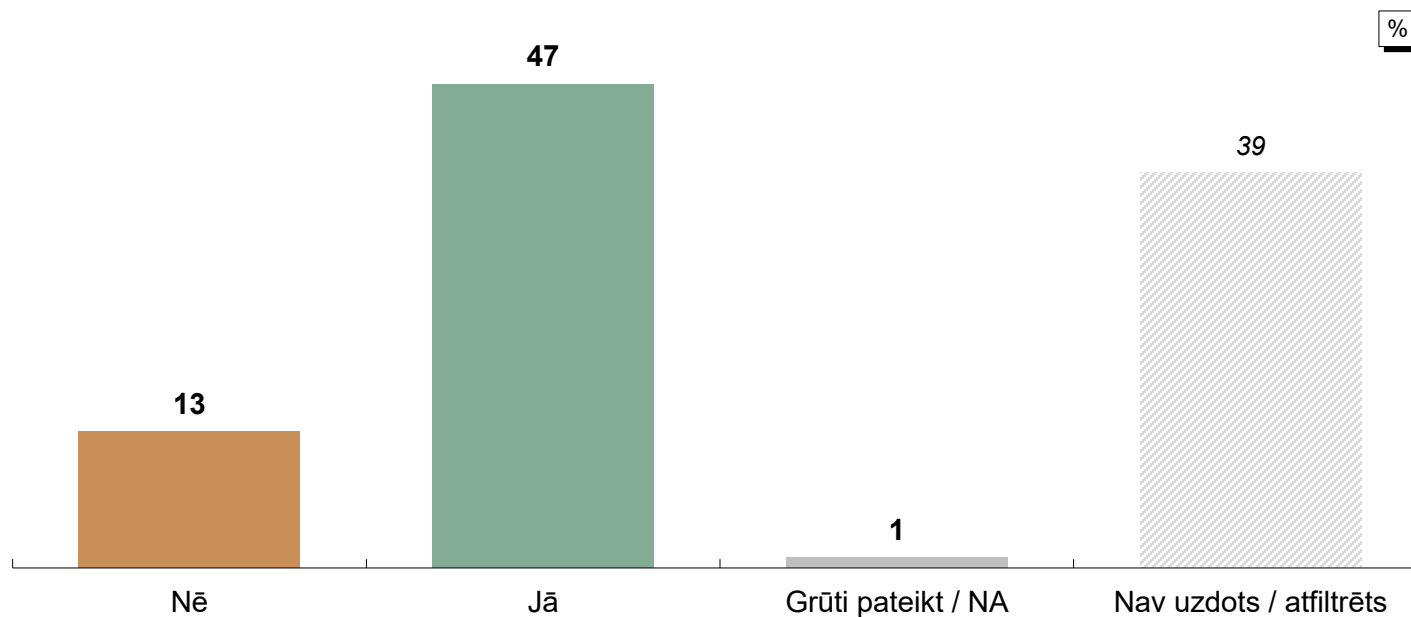


Bāze: visi respondenti (skat. "n=" grafikā)

2.2. Informētība par iniciatīvu *Zemo cenu grozs*

Kopējie rezultāti

A3. Vai Jūs esat ievērojis/-usi veikalos “Zemo cenu groza” pārtikas produktus?

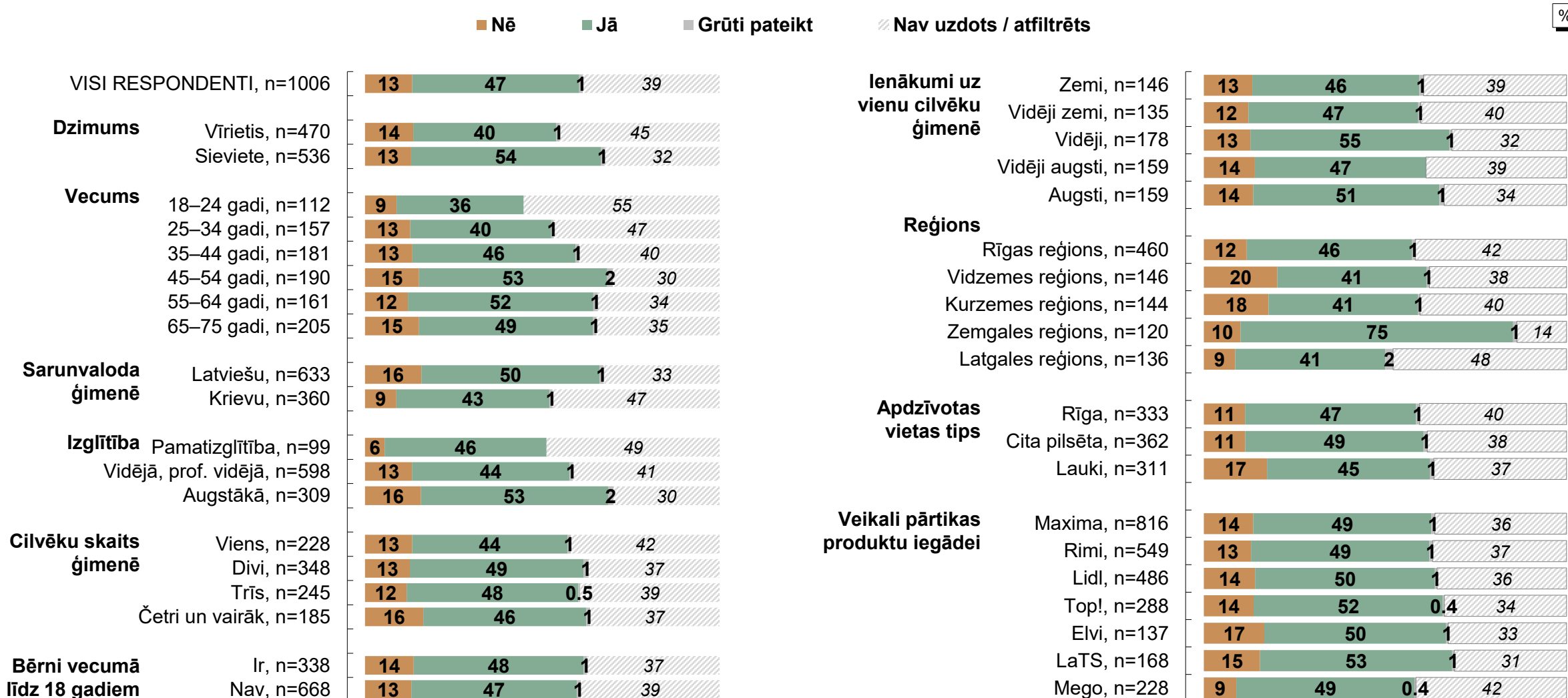


Bāze: visi respondenti, n=1006

2.2. Informētība par iniciatīvu *Zemo cenu grozs*

Rezultāti
sociāldemogrāfiskajās
grupās

A3. Vai Jūs esat ievērojis/-usi veikalos “Zemo cenu groza” pārtikas produktus?

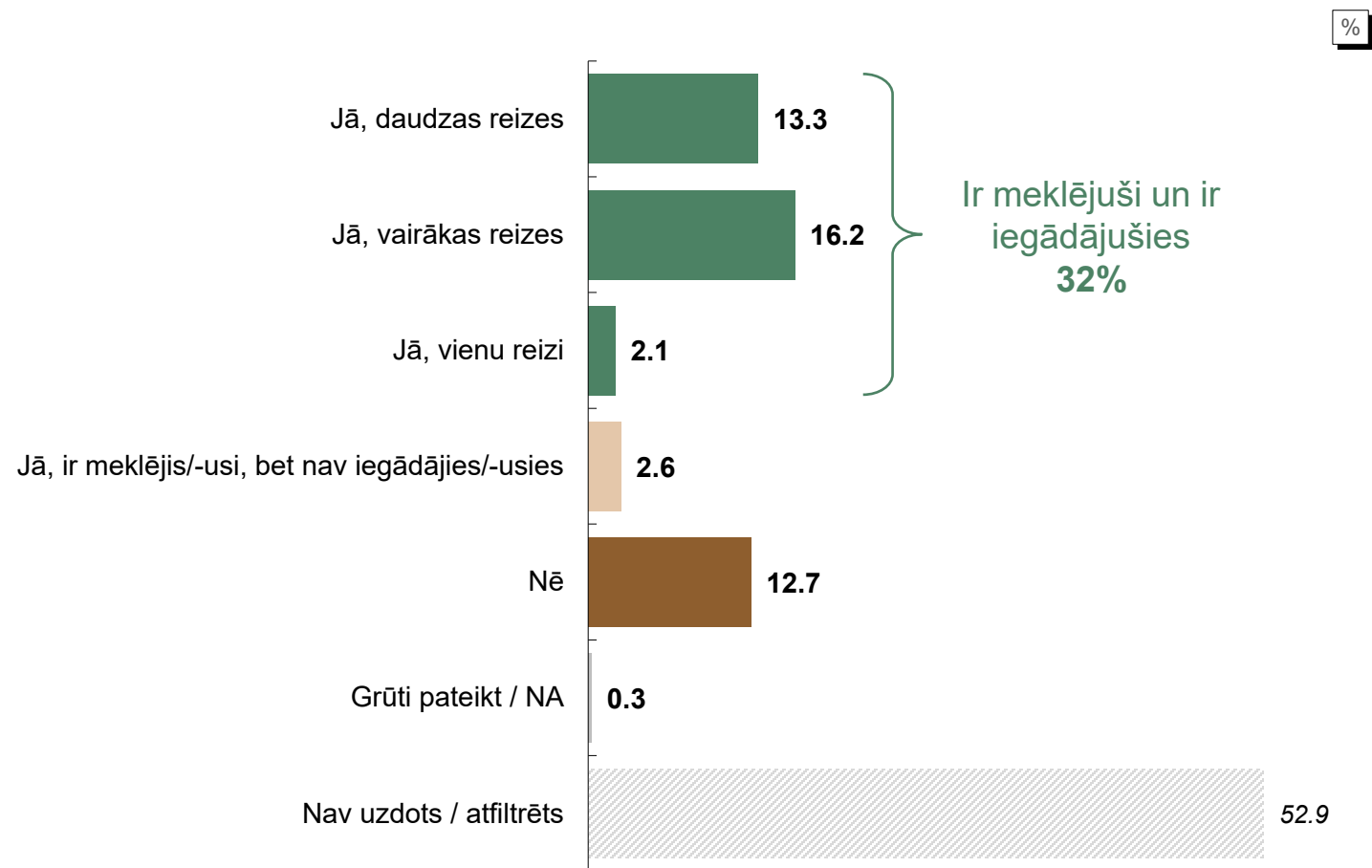


Bāze: visi respondenti (skat. "n=" grafikā)

2.3. Zemo cenu groza pārtikas produktu iegāde

Kopējie rezultāti

A4. Vai Jūs esat apzināti meklējis/-usi un iegādājies/-usies veikalos “Zemo cenu groza” pārtikas produktus?

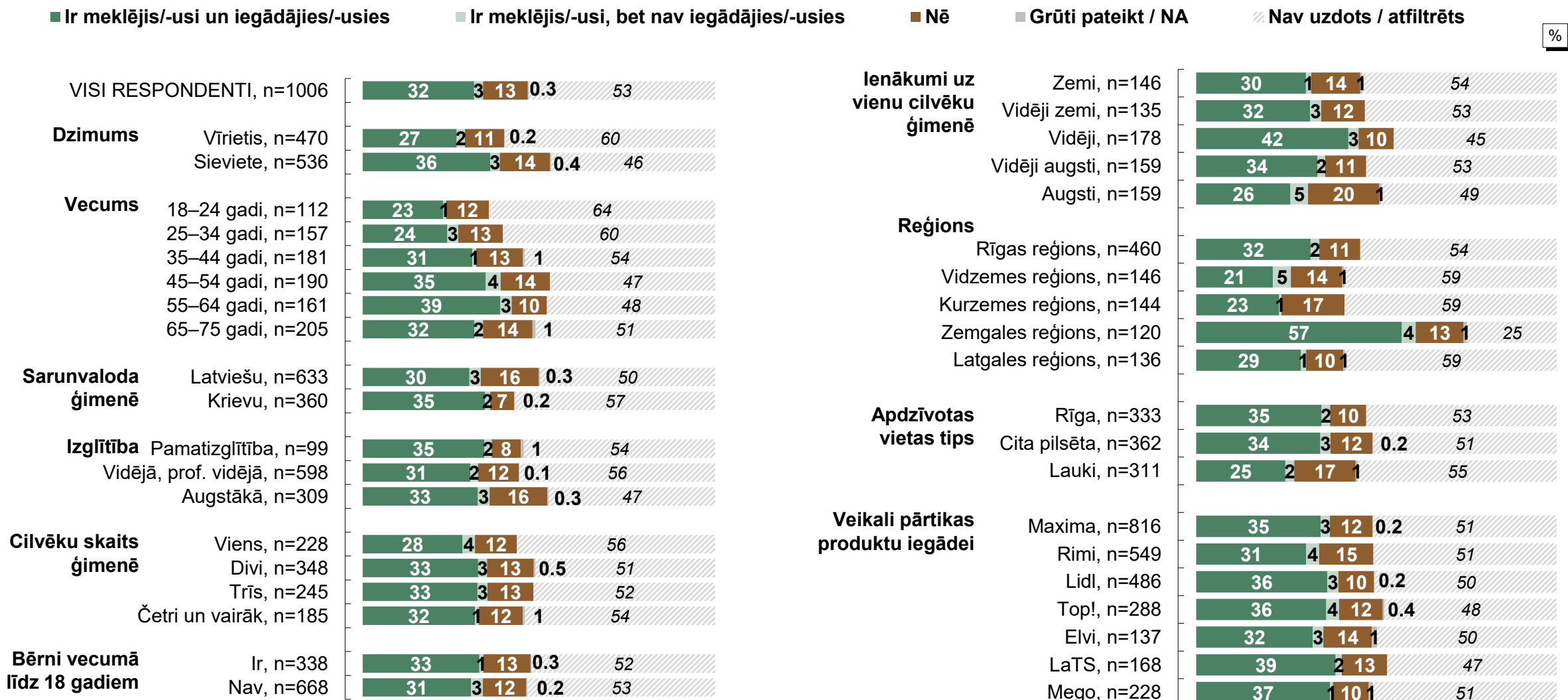


Bāze: visi respondenti, n=1006

2.3. Zemo cenu groza pārtikas produktu iegāde

Rezultāti
sociāldemogrāfiskajās
grupās

A4. Vai Jūs esat apzināti meklējis/-usi un iegādājies/-usies veikalos “Zemo cenu groza” pārtikas produktus?

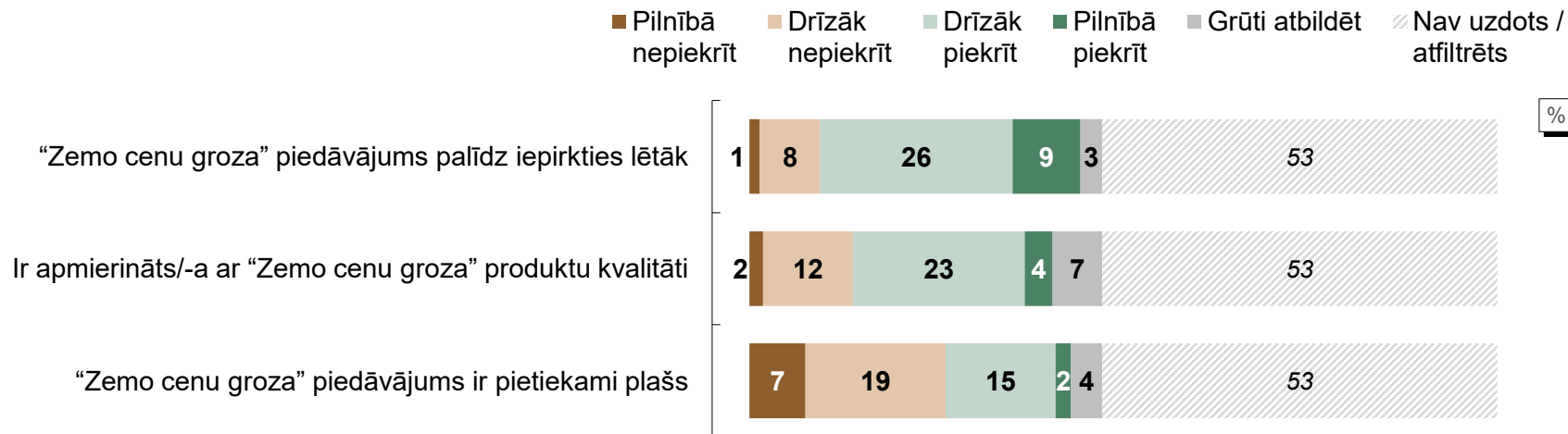


Bāze: visi respondenti (skat. "n=" grafikā)

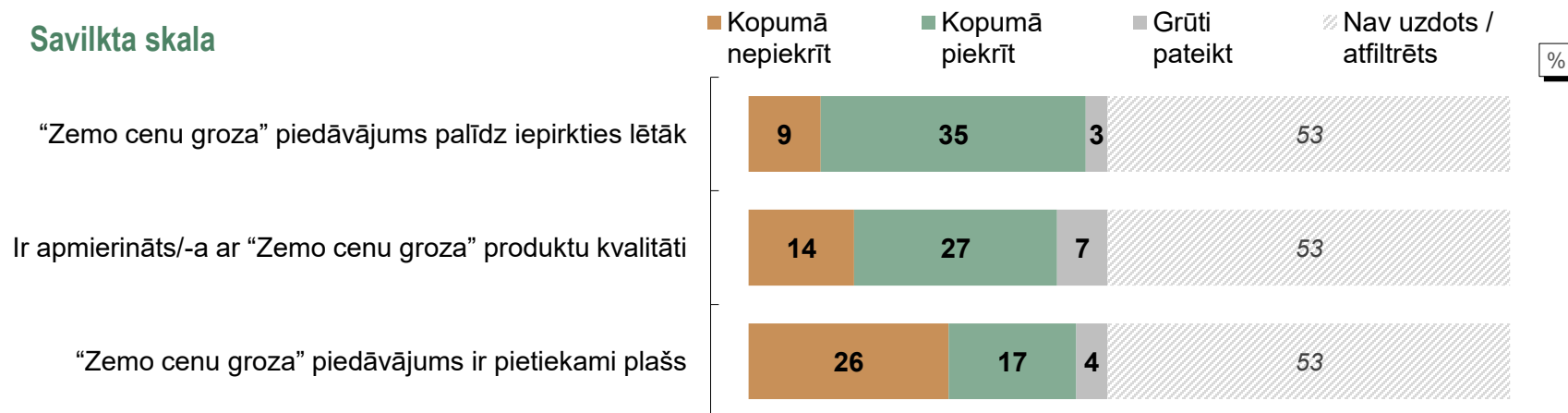
2.4. Zemo cenu groza iniciatīvas vērtējums

Kopējie rezultāti

A5. Sakiet, lūdzu, cik lielā mērā Jūs piekrītat šiem apgalvojumiem par iniciatīvu “Zemo cenu grozs”?



Savilkta skala



Bāze: visi respondenti, n=1006

2.4. Zemo cenu groza iniciatīvas vērtējums

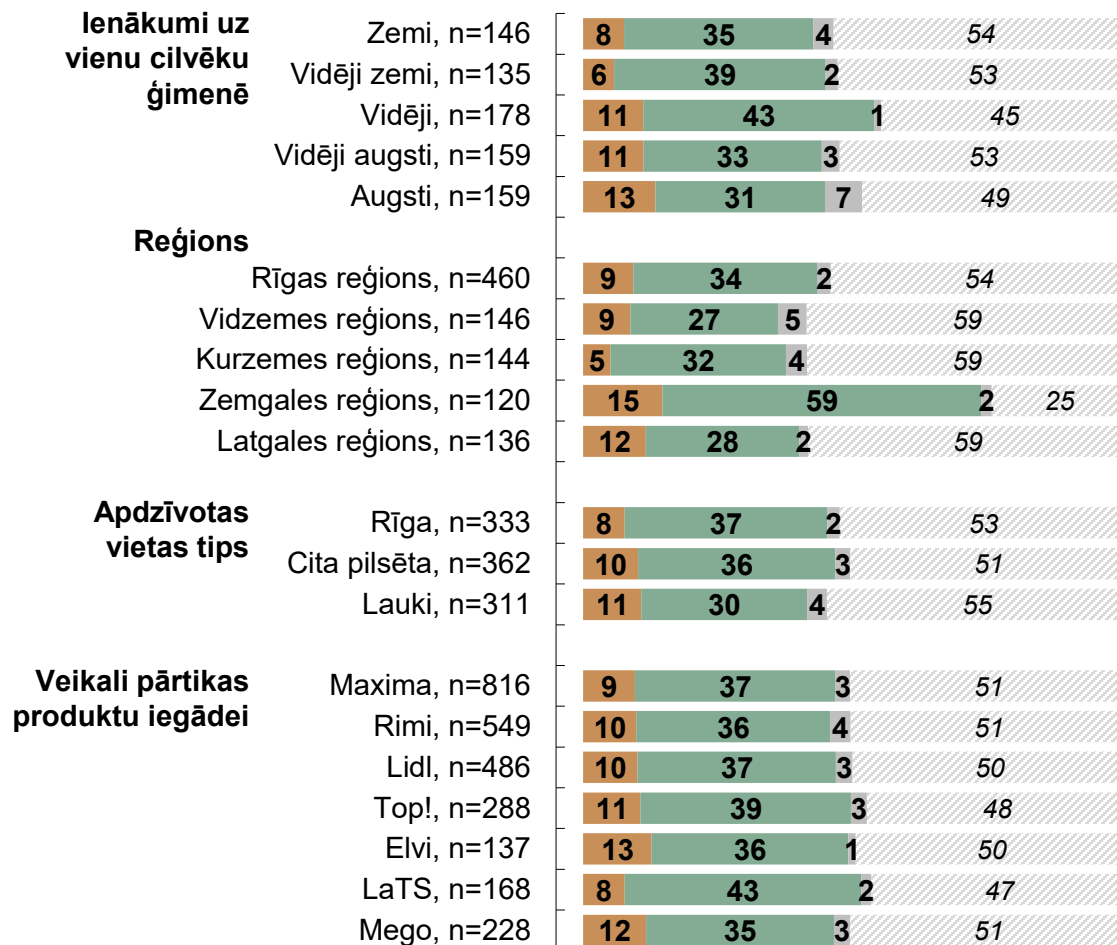
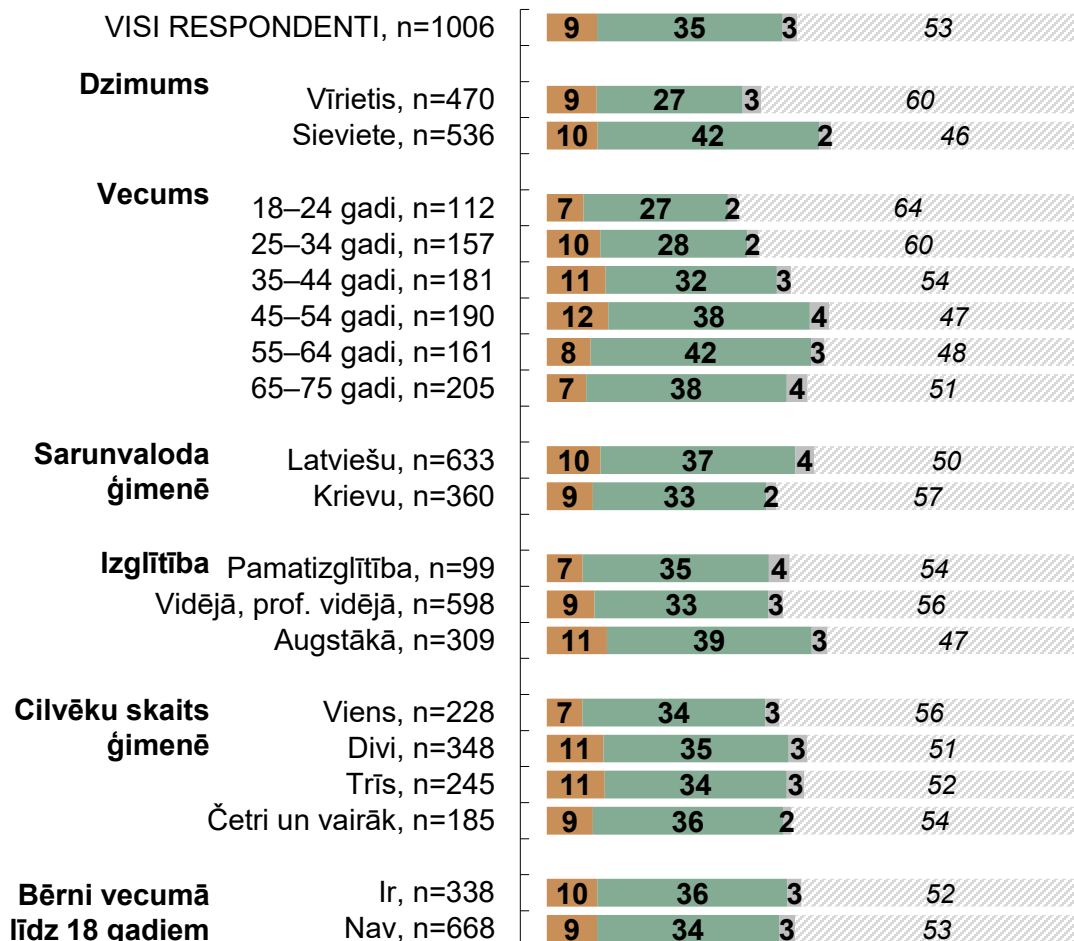
Rezultāti
sociāldemogrāfiskajās
grupās

A5. Sakiet, lūdzu, cik lielā mērā Jūs piekrītat šiem apgalvojumiem par iniciatīvu “Zemo cenu grozs”?

“Zemo cenu groza” piedāvājums
palīdz iepirkties lētāk

■ Kopumā nepiekrīt ■ Kopumā piekrīt ■ Grūti pateikt ▨ Nav uzdots / atfiltrēts

%



Bāze: visi respondenti (skat. "n=" grafikā)

2.4. Zemo cenu groza iniciatīvas vērtējums

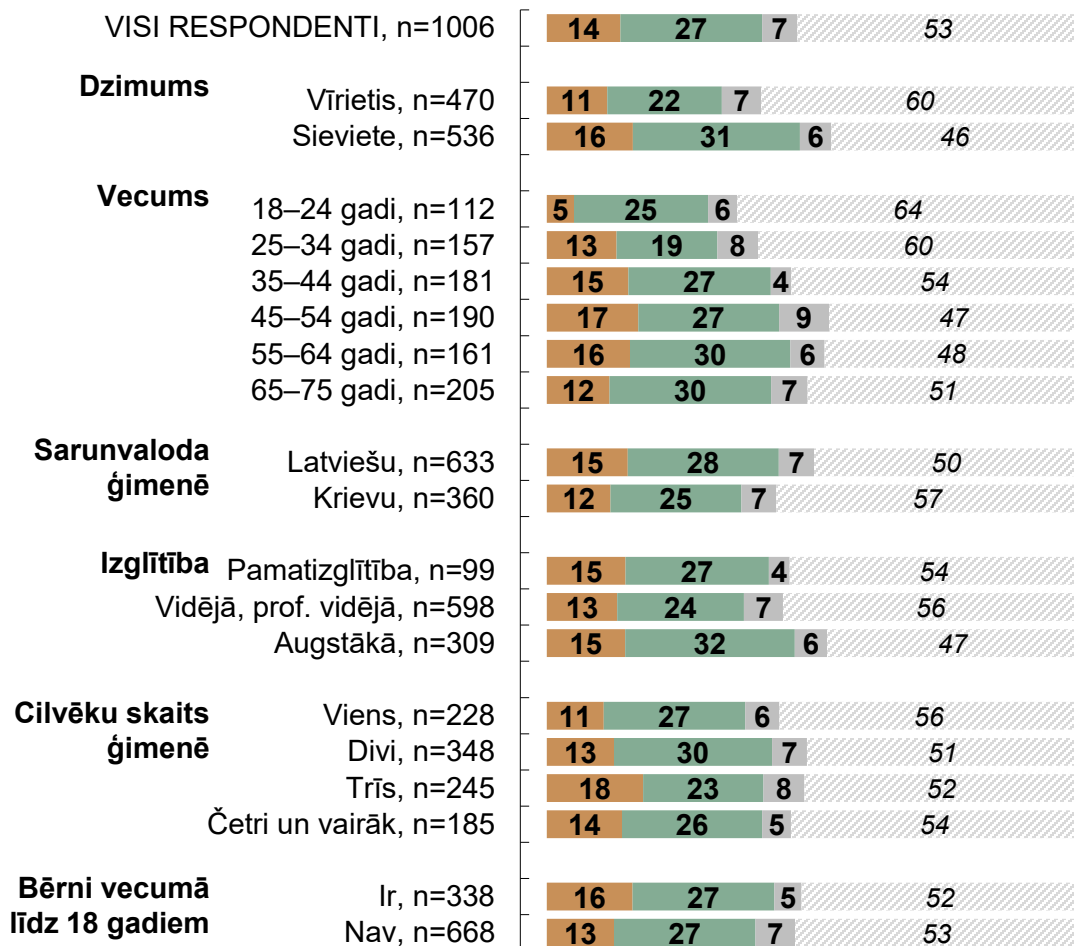
Rezultāti
sociāldemogrāfiskajās
grupās

A5. Sakiet, lūdzu, cik lielā mērā Jūs piekrītat šiem apgalvojumiem par iniciatīvu “Zemo cenu grozs”?

Ir apmierināts/-a ar “Zemo cenu
groza” produktu kvalitāti

■ Kopumā nepiekrīt ■ Kopumā piekrīt ■ Grūti pateikt ▨ Nav uzdots / atfiltrēts

%

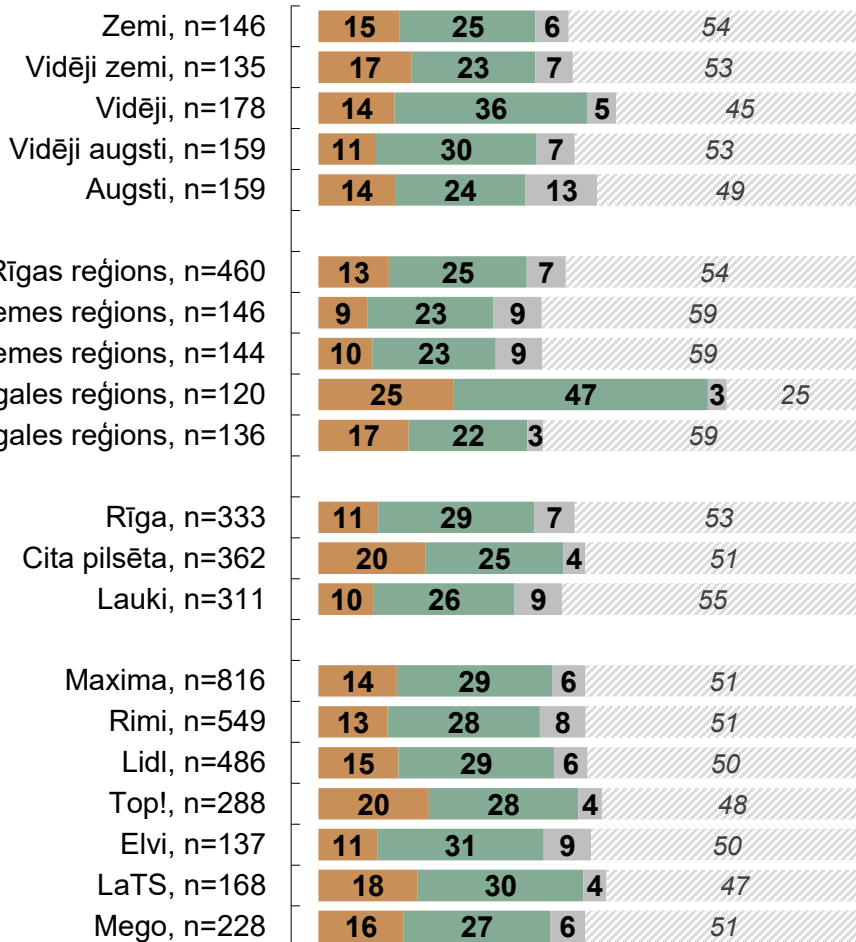


Ienākumi uz
vienu cilvēku
ģimenē

Reģions

Apdzīvotas
vietas tips

Veikali pārtikas
produktu iegādei



Bāze: visi respondenti (skat. "n=" grafikā)

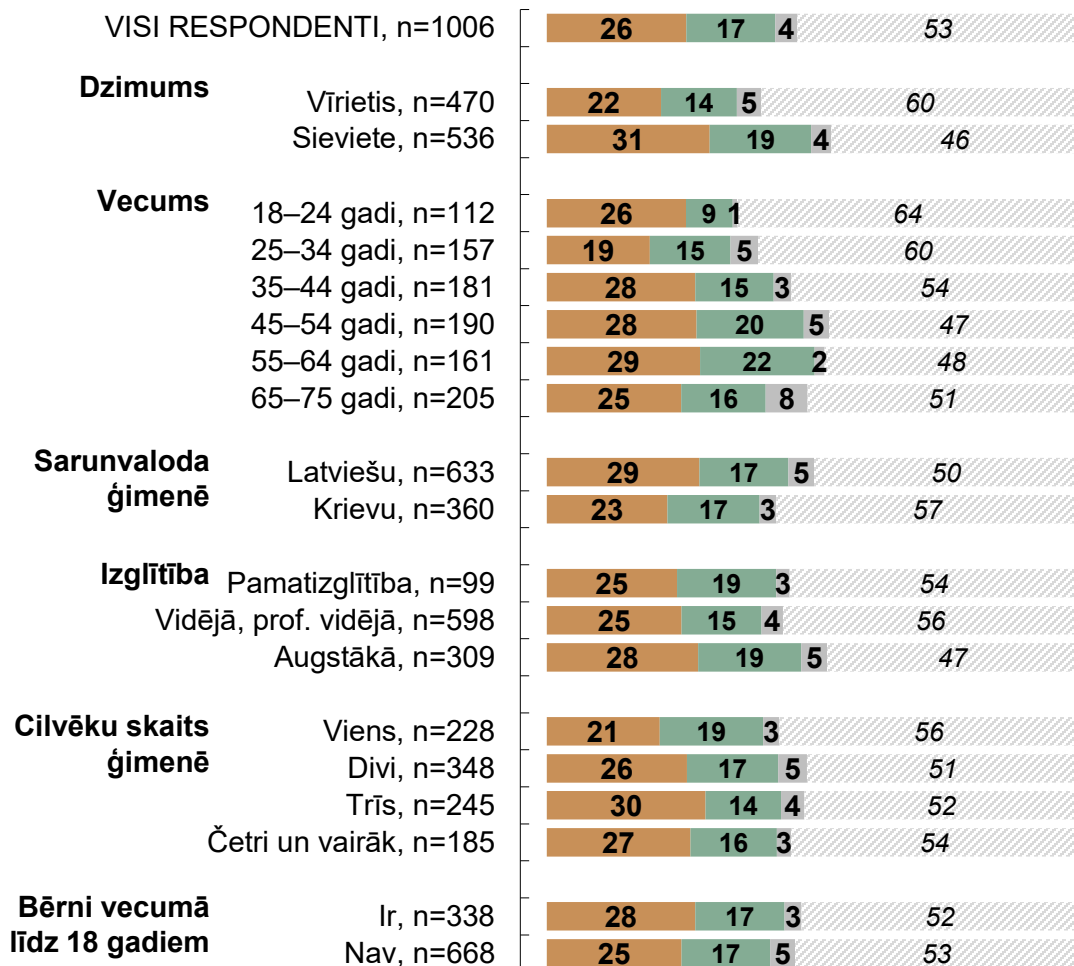
2.4. Zemo cenu groza iniciatīvas vērtējums

Rezultāti
sociāldemogrāfiskajās
grupās

A5. Sakiet, lūdzu, cik lielā mērā Jūs piekrītat šiem apgalvojumiem par iniciatīvu "Zemo cenu grozs"?

"Zemo cenu groza" piedāvājums
ir pietiekami plašs

Kopumā nepiekrīt Kopumā piekrīt Grūti pateikt Nav uzdots / atfiltrēts



Ienākumi uz
vienu cilvēku
ģimenē

Zemi, n=146

Vidēji zemi, n=135

Vidēji, n=178

Vidēji augsti, n=159

Augsti, n=159

Reģions

Rīgas reģions, n=460

Vidzemes reģions, n=146

Kurzemes reģions, n=144

Zemgales reģions, n=120

Latgales reģions, n=136

Apdzīvotas
vietas tips

Rīga, n=333

Cita pilsēta, n=362

Lauki, n=311

Veikali pārtikas
produktu iegādei

Maxima, n=816

Rimi, n=549

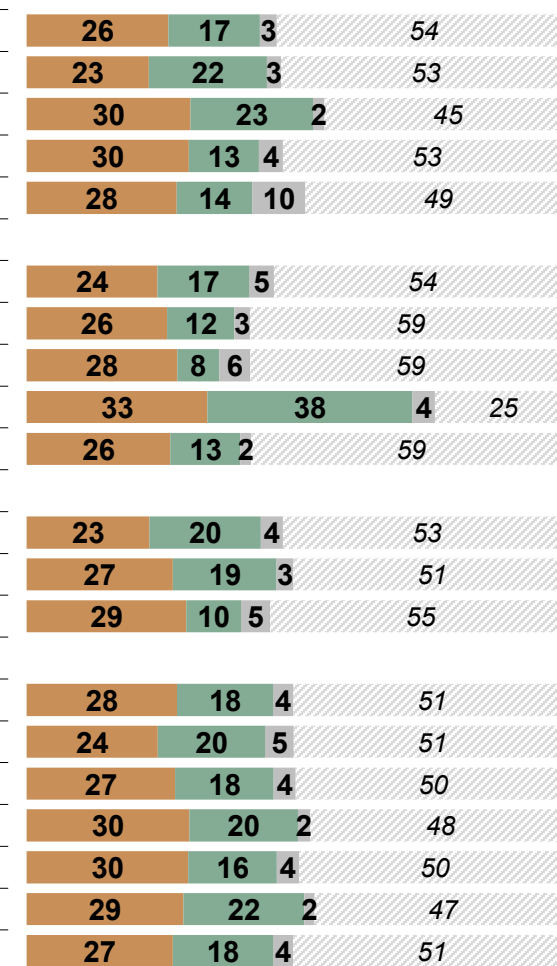
Lidl, n=486

Top!, n=288

Elvi, n=137

LaTS, n=168

Mego, n=228



%

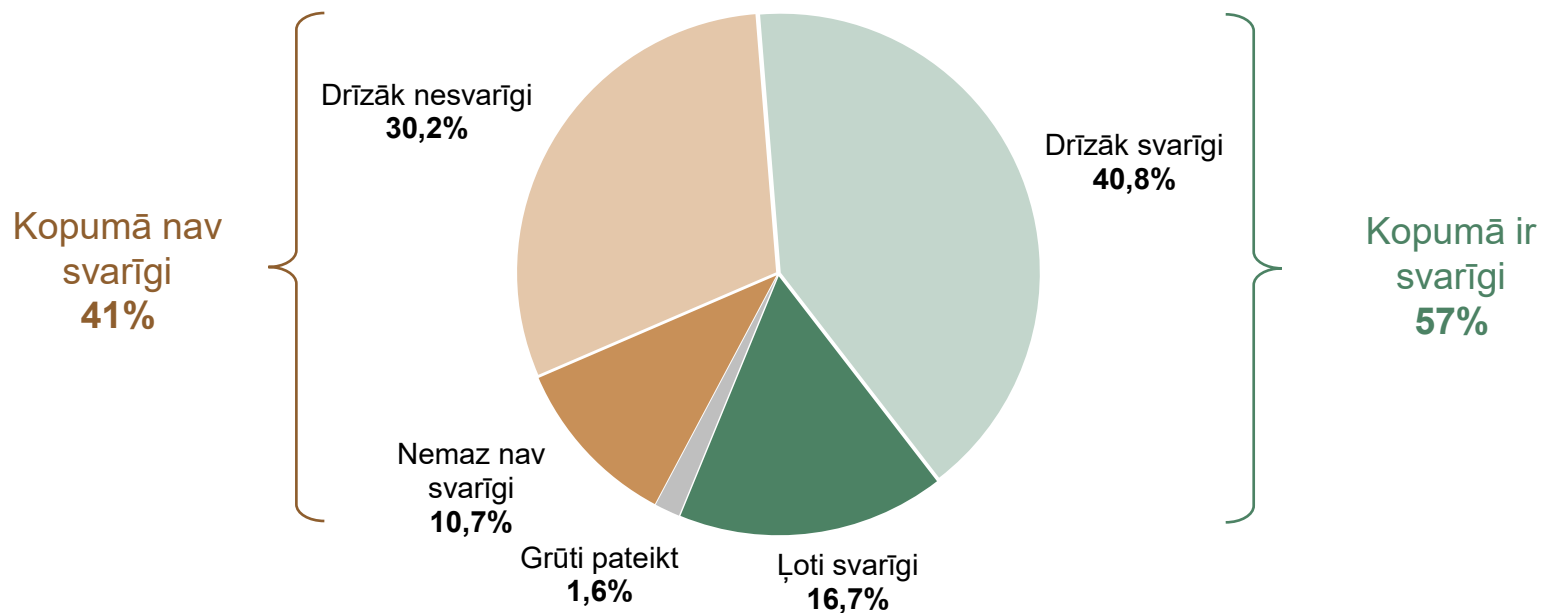
Bāze: visi respondenti (skat. "n=" grafikā)

3. Latvijā audzēti/ražoti pārtikas produkti

3.1. Latvijā audzētu/ražotu pārtikas produktu iegāde

Kopējie rezultāti

B1. Runājot par pārtikas produktu iegādi, cik svarīgi Jums ir iegādāties tieši Latvijā audzētus/ražotus pārtikas produktus? Vai tas Jums ir...

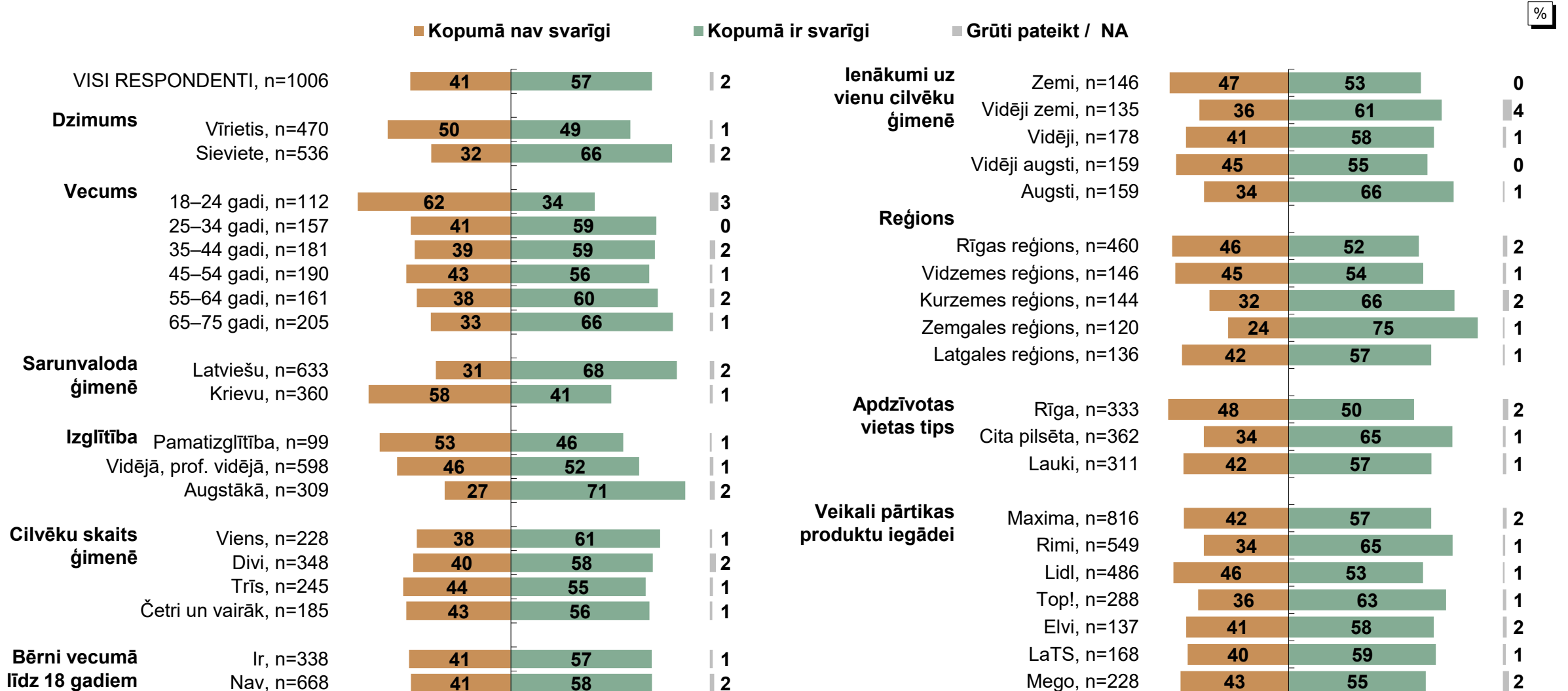


Bāze: visi respondenti, n=1006

3.1. Latvijā audzētu/ražotu pārtikas produktu iegāde

Rezultāti
sociāldemogrāfiskajās
grupās

B1. Runājot par pārtikas produktu iegādi, cik svarīgi Jums ir iegādāties tieši Latvijā audzētus/ražotus pārtikas produktus? Vai tas Jums ir...



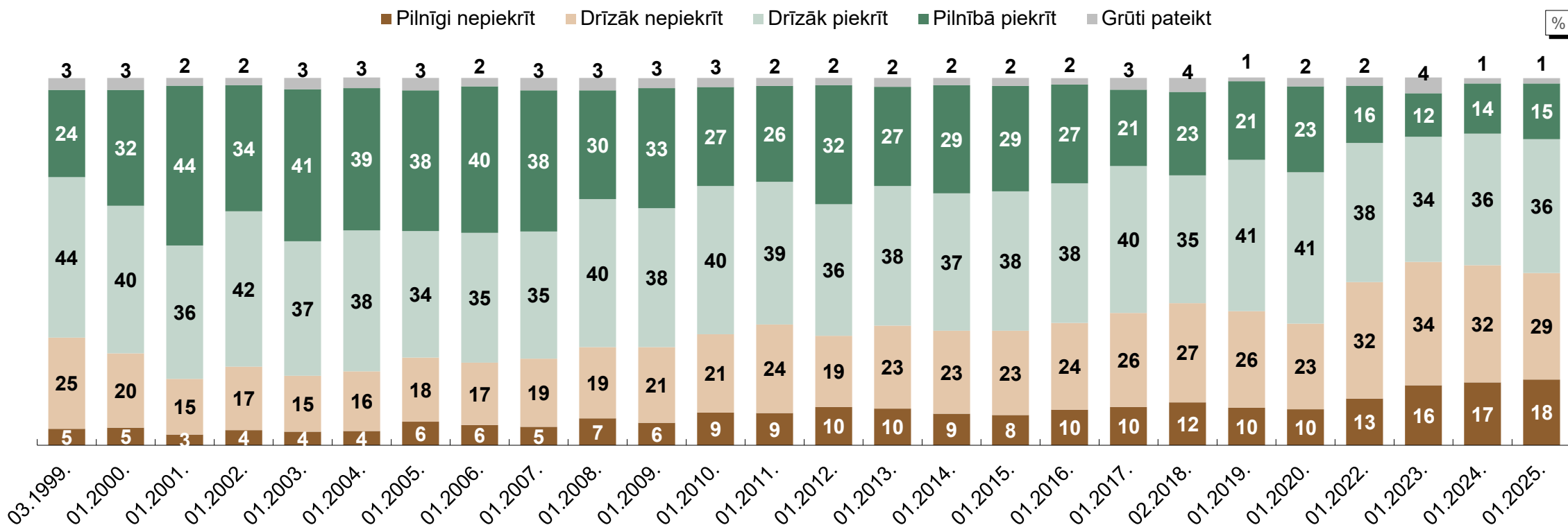
Bāze: visi respondenti (skat. "n=" grafikā)

3.1. Latvijā audzētu/ražotu pārtikas produktu iegāde

Dinamika
1999.–2025.

Attieksme pret apgalvojumu Izvēloties pārtikas produktus, man ir svarīgi, lai tie būtu ražoti Latvijā

Avots: SKDS veiktās ikgadējās aptaujas

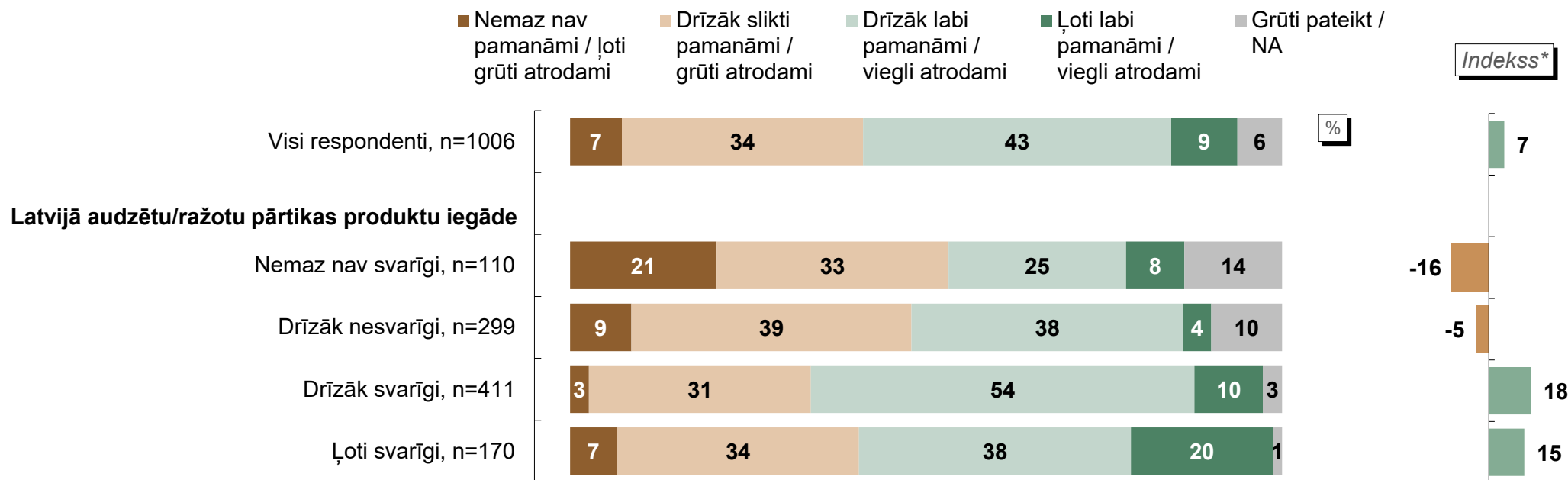


Bāze (n): vismaz 1000 respondentu katrā no aptaujām

3.1. Latvijā audzētu/ražotu pārtikas produktu iegāde

Kopējie rezultāti

B2. Kā Jūs teiktu, cik pamanāmi / viegli atrodami veikalu plauktos ir Latvijā audzēti/ražoti pārtikas produkti?
Vai, Jūsaprāt, tie ir...



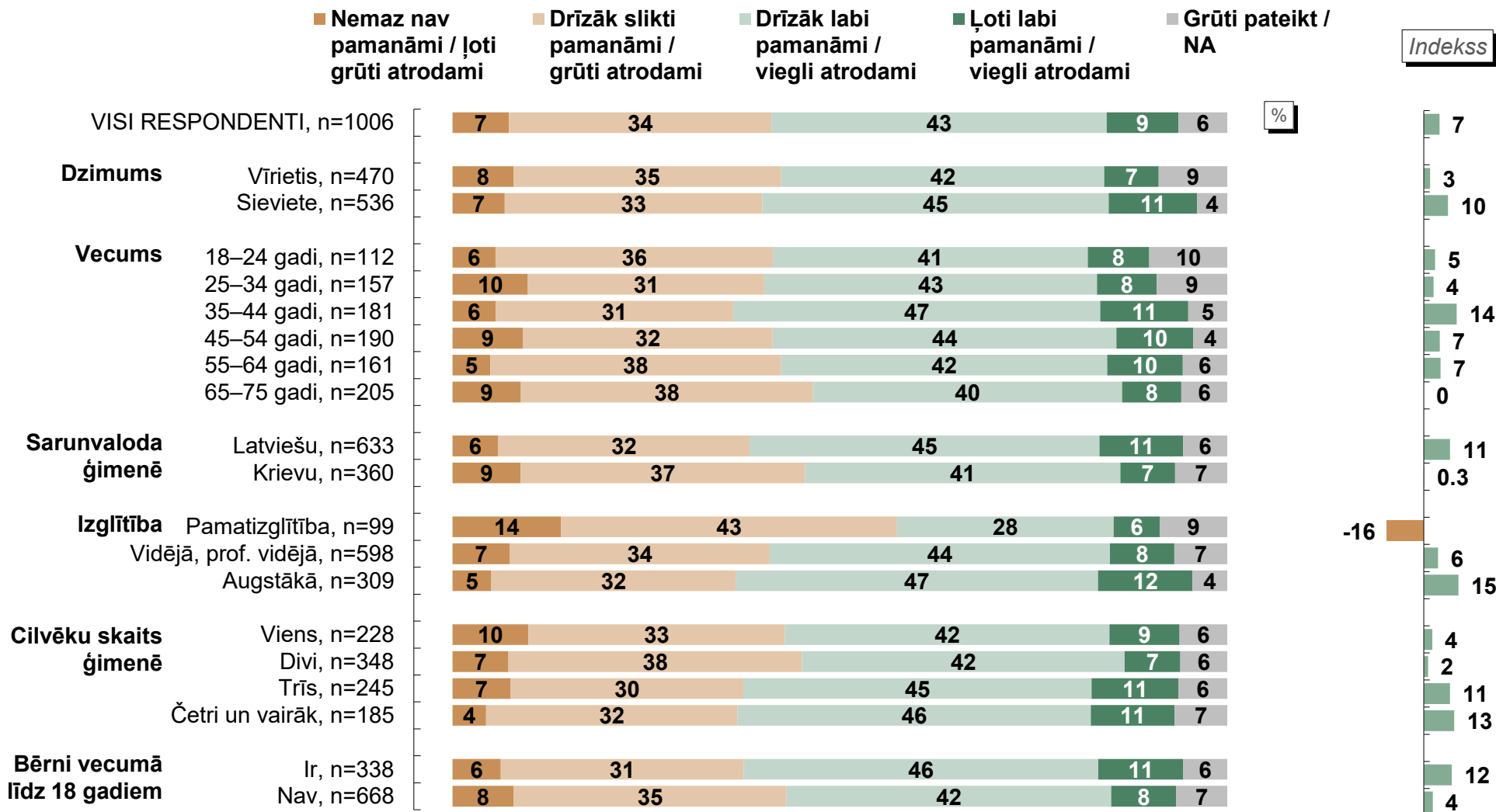
Bāze: visi respondenti (skat. "n=" grafikā)

*Šeit un turpmāk indekss aprēķināts, no pozitīvo vērtējumu īpatsvara atņemot negatīvo vērtējumu īpatsvaru, turklāt vērtējumu "Ļoti labi pamanāmi / viegli atrodami" un "Nemaz nav pamanāmi / ļoti grūti atrodami" īpatsvars reizināts ar 1, bet vērtējumu "Drīzāk labi pamanāmi / viegli atrodami" un "Drīzāk slikti pamanāmi / grūti atrodami" — ar 0,5. Indeksa vērtības var būt robežās no -100 (gadījumā, ja visi respondenti snieguši negatīvu vērtējumu) līdz 100 (gadījumā, ja visi respondenti snieguši pozitīvu vērtējumu). Atbilde "Grūti pateikt", aprēķinot indeksu, netiek ņemta vērā.

3.1. Latvijā audzētu/ražotu pārtikas produktu iegāde

Rezultāti
sociāldemogrāfiskajās
grupās, 1. daļa

B2. Kā Jūs teiktu, cik pamanāmi / viegli atrodami veikalu plauktos ir Latvijā audzēti/ražoti pārtikas produkti?
Vai, Jūsaprāt, tie ir...

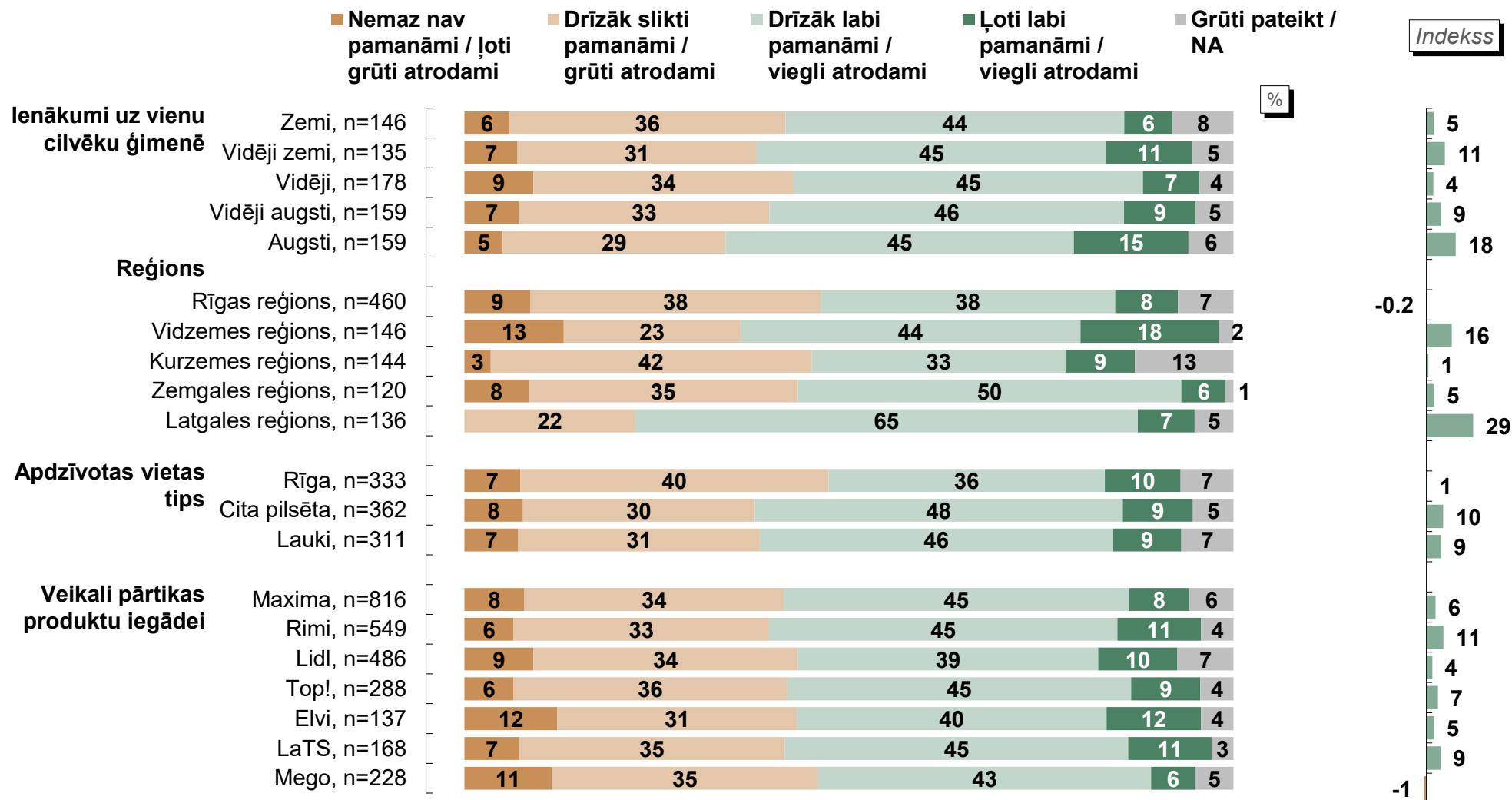


Bāze: visi respondenti (skat. "n=" grafikā)

3.1. Latvijā audzētu/ražotu pārtikas produktu iegāde

Rezultāti
sociāldemogrāfiskajās
grupās, 2. daļa

B2. Kā Jūs teiktu, cik pamanāmi / viegli atrodami veikalu plauktos ir Latvijā audzēti/ražoti pārtikas produkti?
Vai, Jūsprāt, tie ir...

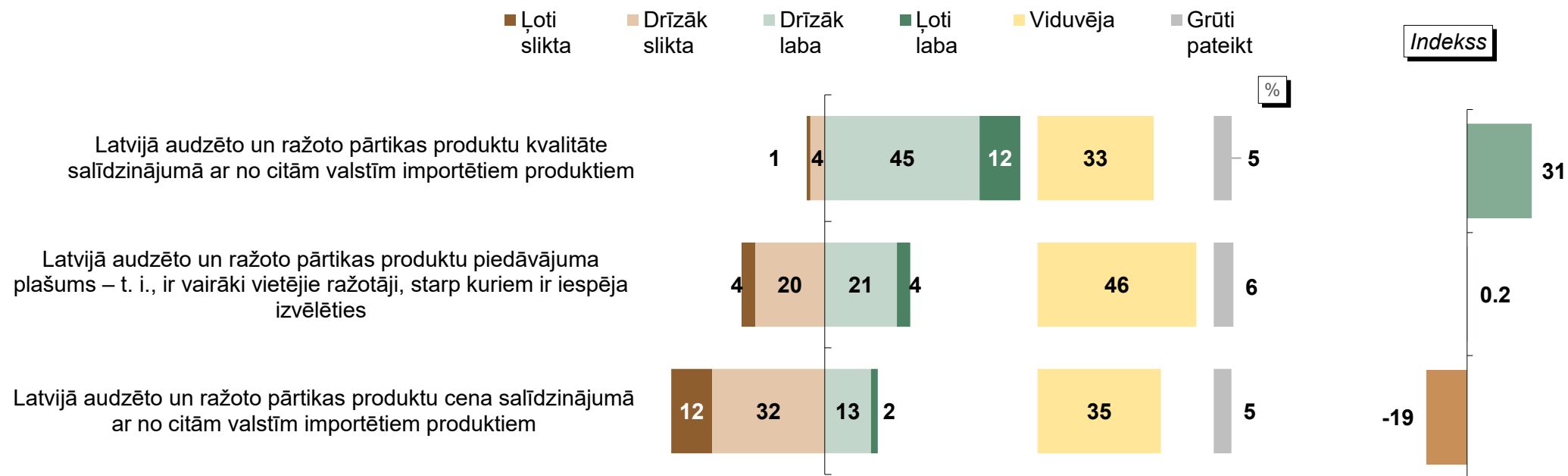


Bāze: visi respondenti (skat. "n=" grafikā)

3.2. Veikalos pieejamo Latvijā audzēto un ražoto pārtikas produktu klāsta novērtējums

Kopējie rezultāti

B3. Kā Jūs kopumā novērtētu pārtikas veikalos pieejamo Latvijā audzēto un ražoto pārtikas produktu klāstu šādos aspektos. Vai, Jūsaprāt, situācija ir ...



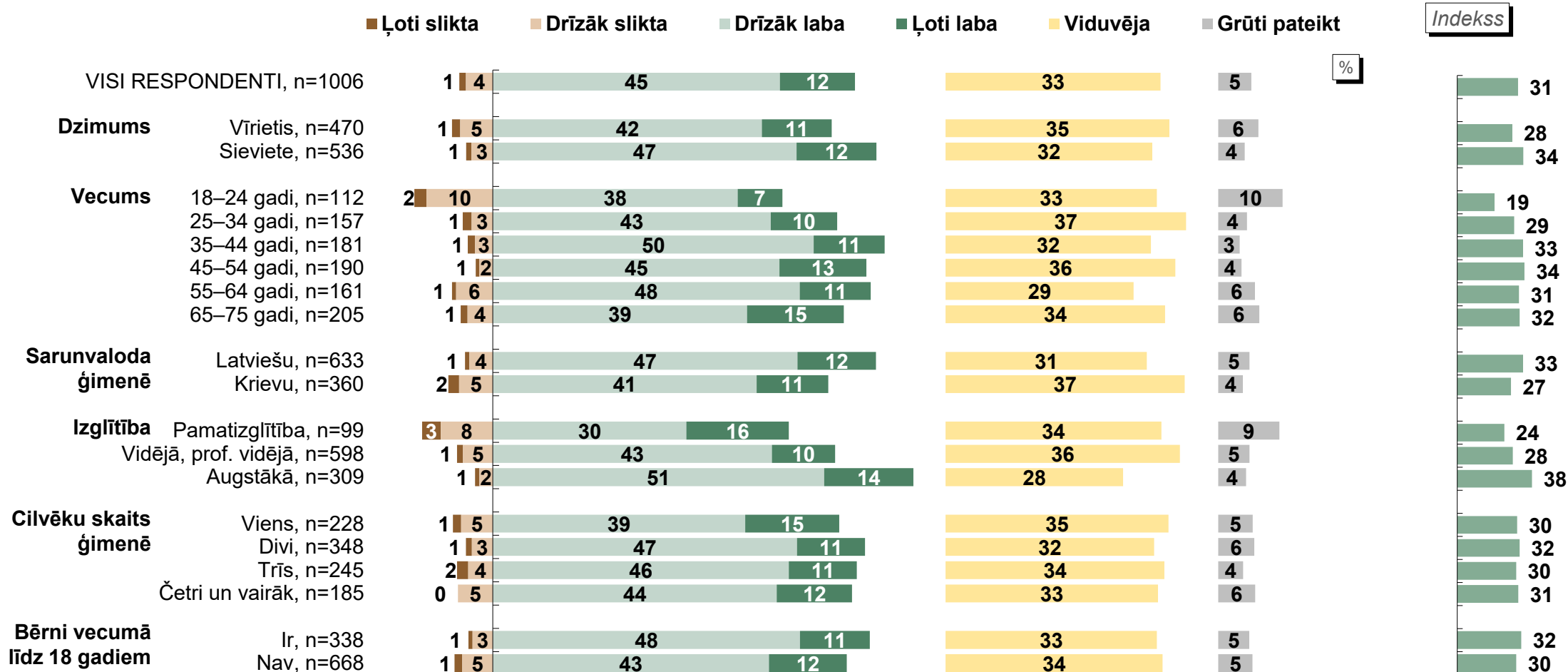
Bāze: visi respondenti, n=1006

3.2. Veikalos pieejamo Latvijā audzēto un ražoto pārtikas produktu klāsta novērtējums

Rezultāti
sociāldemogrāfiskajās
grupās, 1. daļa.

B3. Kā Jūs kopumā novērtētu pārtikas veikalos pieejamo Latvijā audzēto un ražoto pārtikas produktu klāstu šādos aspektos. Vai, Jūsuprāt, situācija ir ...

Latvijā audzēto un ražoto pārtikas produktu kvalitāte
salīdzinājumā ar no citām valstīm importētiem produktiem



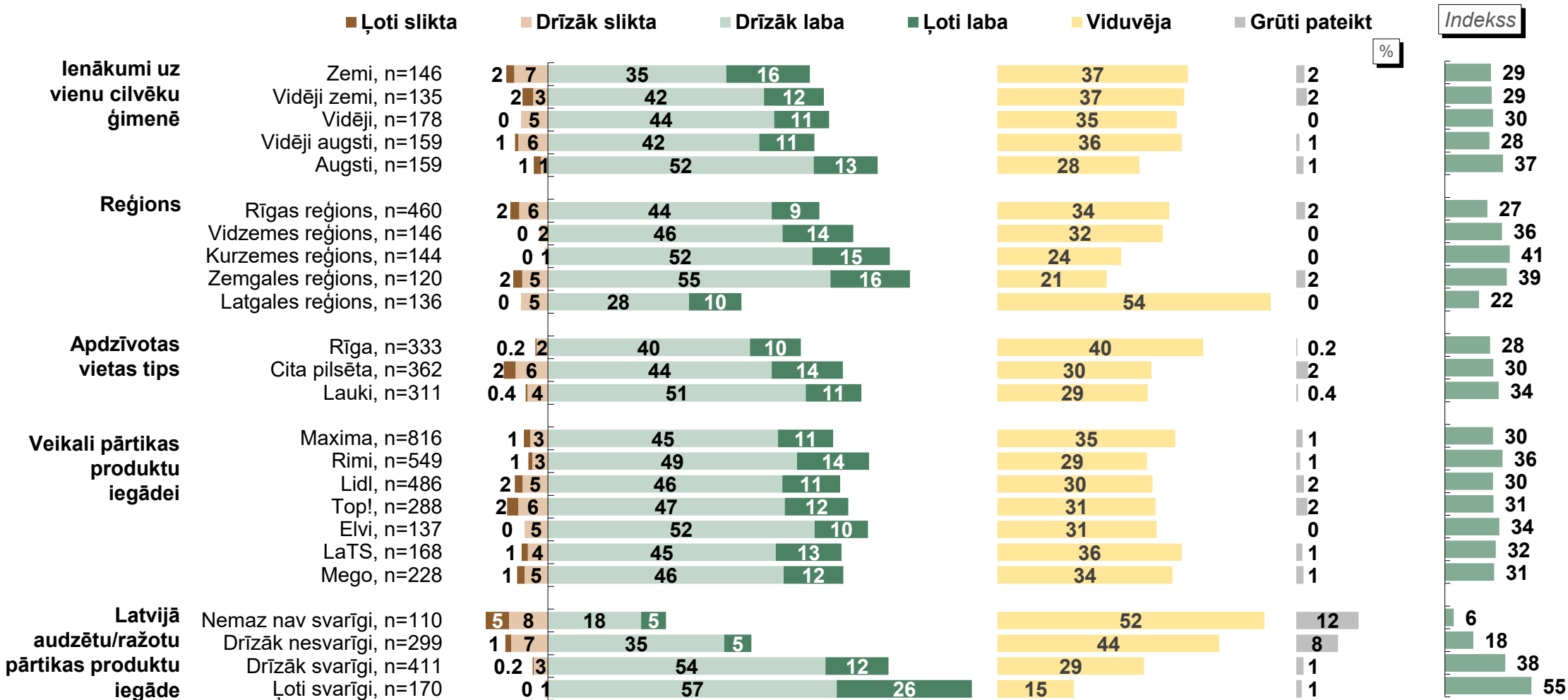
Bāze: visi respondenti (skat. "n=" grafikā)

3.2. Veikalos pieejamo Latvijā audzēto un ražoto pārtikas produktu klāsta novērtējums

Rezultāti
sociāldemogrāfiskajās
grupās, 2. daļa.

B3. Kā Jūs kopumā novērtētu pārtikas veikalos pieejamo Latvijā audzēto un ražoto pārtikas produktu klāstu šādos aspektos. Vai, Jūsuprāt, situācija ir ...

Latvijā audzēto un ražoto pārtikas produktu kvalitāte
salīdzinājumā ar no citām valstīm importētiem produktiem



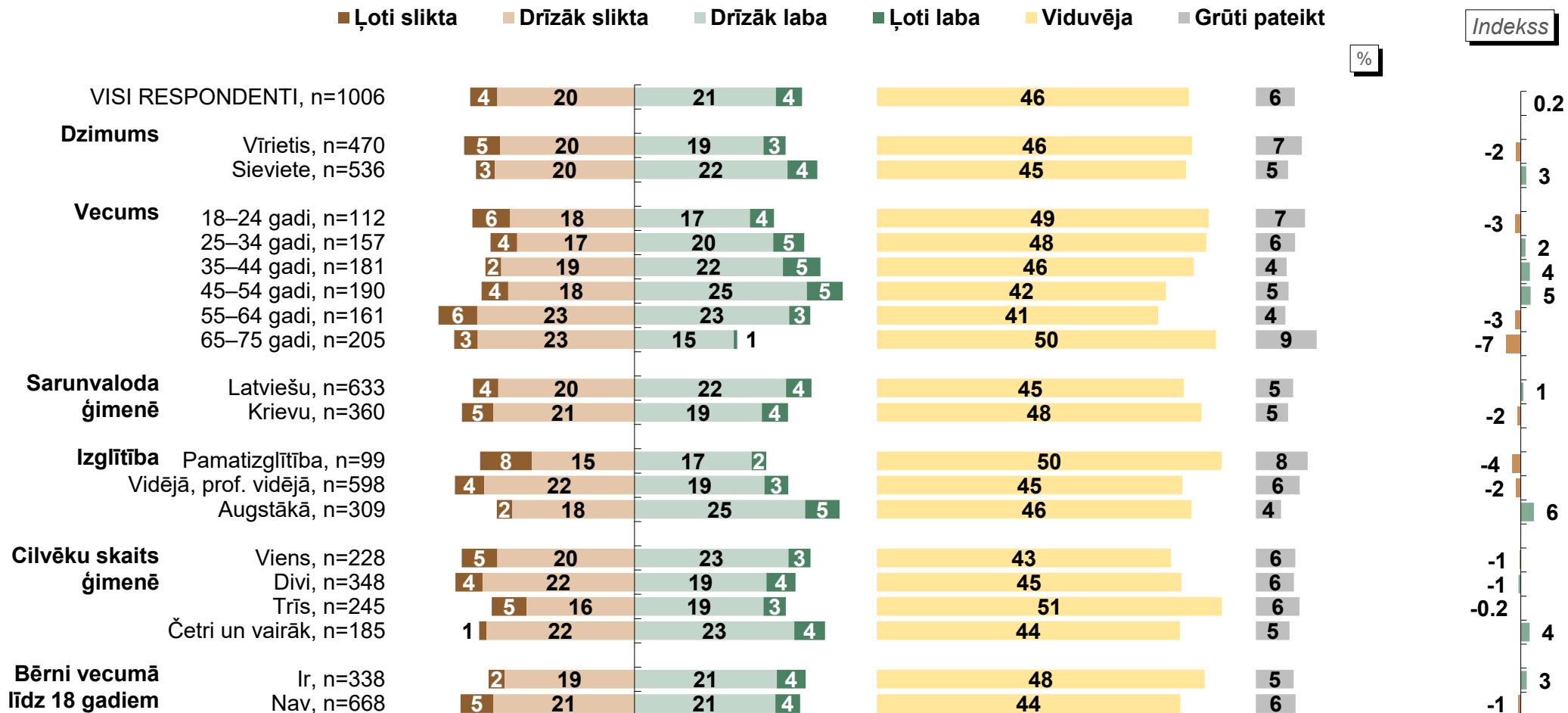
Bāze: visi respondenti (skat. "n=" grafikā)

3.2. Veikalos pieejamo Latvijā audzēto un ražoto pārtikas produktu klāsta novērtējums

Rezultāti
sociāldemogrāfiskajās
grupās, 1. daļa.

B3. Kā Jūs kopumā novērtētu pārtikas veikalos pieejamo Latvijā audzēto un ražoto pārtikas produktu klāstu šādos aspektos. Vai, Jūsuprāt, situācija ir ...

Latvijā audzēto un ražoto pārtikas produktu piedāvājuma plašums
– t. i., ir vairāki vietējie ražotāji, starp kuriem ir iespēja izvēlēties



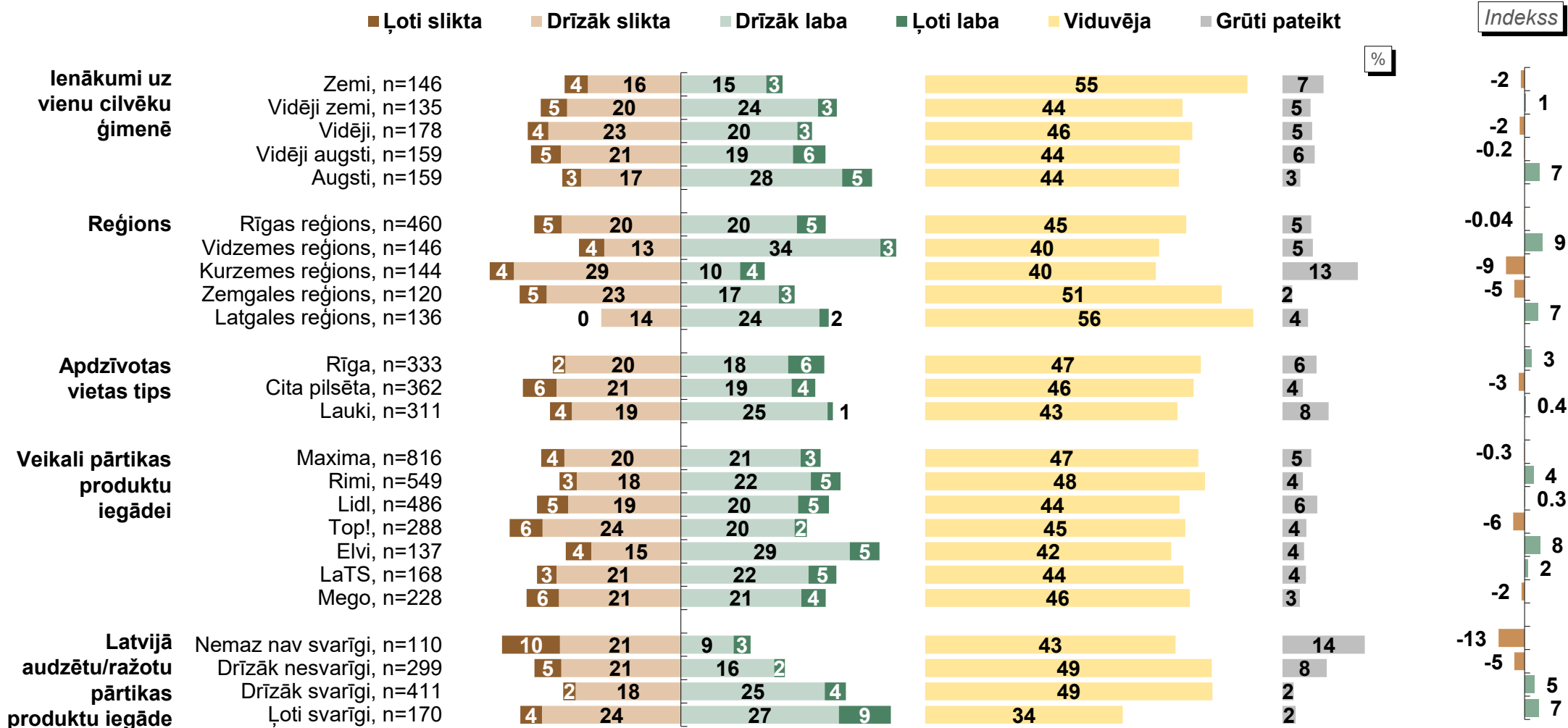
Bāze: visi respondenti (skat. "n=" grafikā)

3.2. Veikalos pieejamo Latvijā audzēto un ražoto pārtikas produktu klāsta novērtējums

Rezultāti
sociāldemogrāfiskajās
grupās, 2. daļa.

B3. Kā Jūs kopumā novērtētu pārtikas veikalos pieejamo Latvijā audzēto un ražoto pārtikas produktu klāstu šādos aspektos. Vai, Jūsuprāt, situācija ir ...

Latvijā audzēto un ražoto pārtikas produktu piedāvājuma plašums
– t. i., ir vairāki vietējie ražotāji, starp kuriem ir iespēja izvēlēties



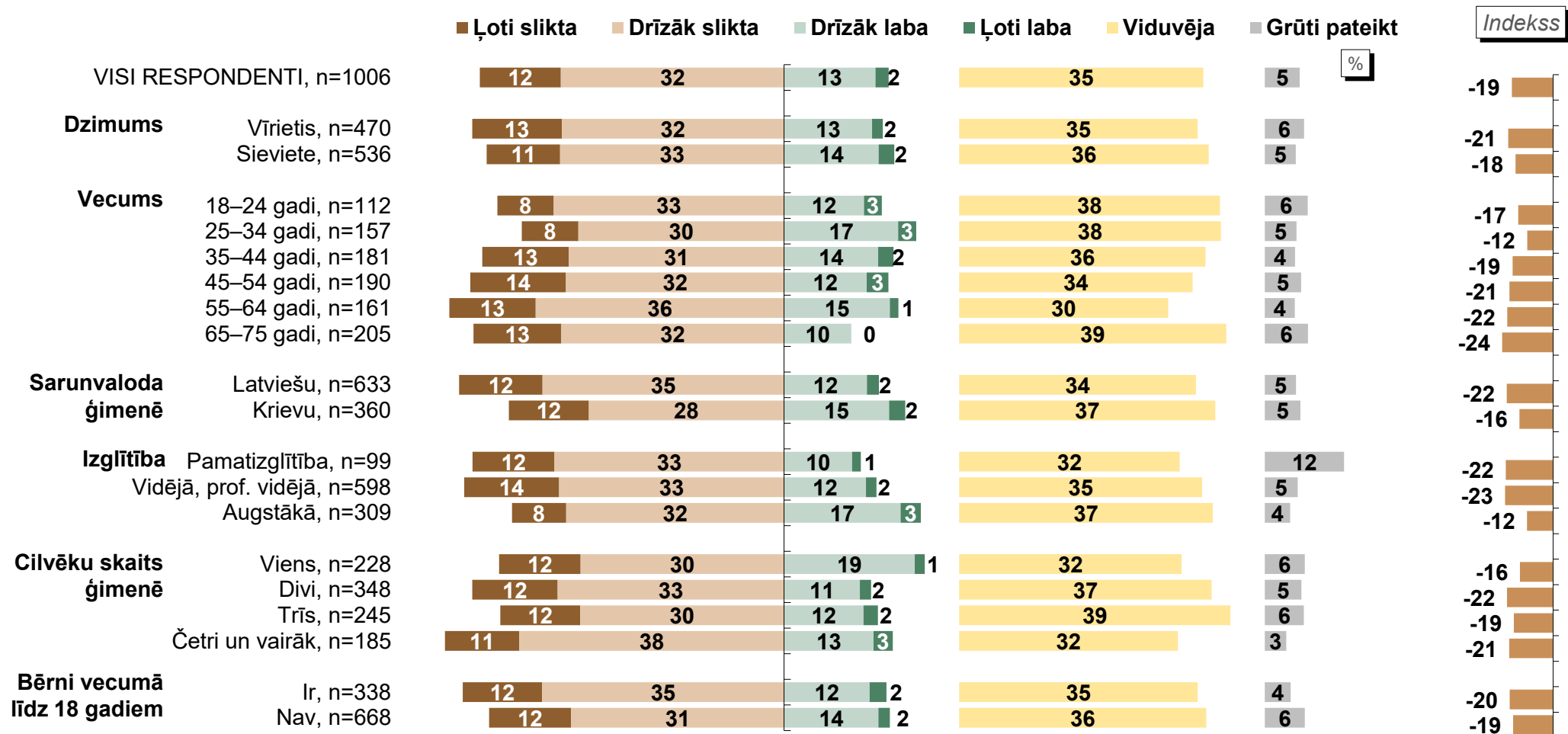
Bāze: visi respondenti (skat. "n=" grafikā)

3.2. Veikalos pieejamo Latvijā audzēto un ražoto pārtikas produktu klāsta novērtējums

Rezultāti
sociāldemogrāfiskajās
grupās, 1. daļa.

B3. Kā Jūs kopumā novērtētu pārtikas veikalos pieejamo Latvijā audzēto un ražoto pārtikas produktu klāstu šādos aspektos. Vai, Jūsuprāt, situācija ir ...

Latvijā audzēto un ražoto pārtikas produktu cena
salīdzinājumā ar no citām valstīm importētiem produktiem



Bāze: visi respondenti (skat. "n=" grafikā)

3.2. Veikalos pieejamo Latvijā audzēto un ražoto pārtikas produktu klāsta novērtējums

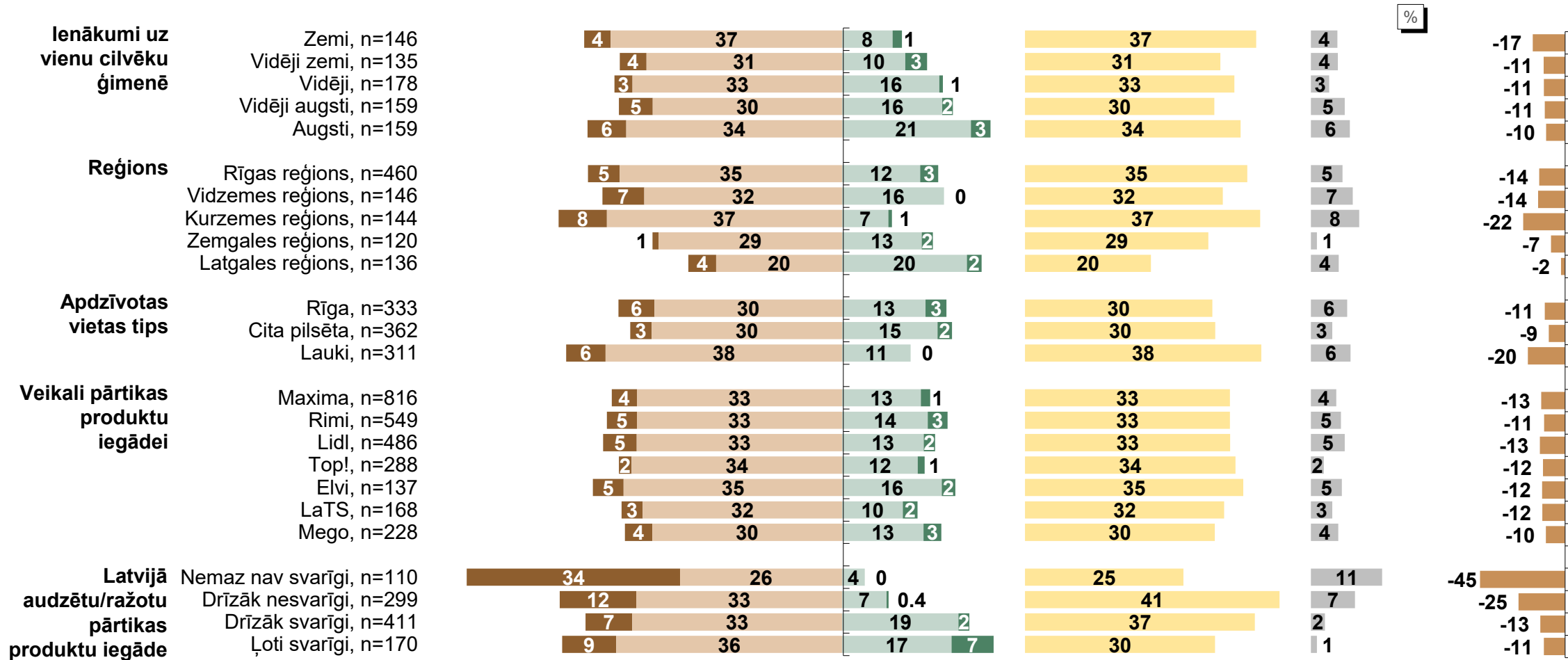
Rezultāti
sociāldemogrāfiskajās
grupās, 2. daļa.

B3. Kā Jūs kopumā novērtētu pārtikas veikalos pieejamo Latvijā audzēto un ražoto pārtikas produktu klāstu šādos aspektos. Vai, Jūsuprāt, situācija ir ...

Latvijā audzēto un ražoto pārtikas produktu cena
salīdzinājumā ar no citām valstīm importētiem produktiem

■ Ļoti slikta ■ Drīzāk slikta ■ Drīzāk laba ■ Ļoti laba ■ Viduvēja ■ Grūti pateikt

Indekss



Bāze: visi respondenti (skat. "n=" grafikā)

Pielikums

Aptaujas anketa (1)

M1. Runājot par pēdējo pāris gadu laikā vērojamo pārtikas cenu pieaugumu, kuri no šiem apgalvojumiem raksturo to, kā ir mainījušies Jūsu / Jūsu ģimenes pārtikas iegādes paradumi?

Var būt vairākas atbildes

Esam atteikušies no daļas ierasto produktu iegādes	1
Biežāk pērkam dažādu akciju produktus un produktus ar atlaidēm	2
Biežāk pērkam lētākus, zemākas kvalitātes produktus	3
Esam mainījuši iepirkšanās vietas uz tādām, kur ir lētākas cenas	4
Pārtikas cenu pieauguma dēļ esam sākuši citām lietām tērēt mazāk	5
Esam sākuši paši (vairāk) audzēt un/vai saņemt audzēto no radiem, draugiem, kaimiņiem	6
Esam mainījuši kaut ko citu	7
Mani / manas ģimenes iepirkšanās paradumi nav mainījušies	8
Grūti pateikt / NA	98

Jautājumi par zemo cenu grozu

A1. Kuros veikalos Jūs visbiežāk mēdzat iegādāties pārtikas produktus?

Iespējamās vairākas atbildes

Maxima	1	=> A2
Rimi	2	
Lidl	3	
Top!	4	
Elvi	5	
LaTS	6	
Mego	7	
Spar	8	
Citi veikali un to tīkli	9	
Nepērku pārtikas produktus	10	→ Nākamais jautājumu bloks
Grūti pateikt / NA	98	=> A2

A2. 2025. gadā Latvijas Ekonomikas ministrija un lielākie tirdzniecības tīkli uzsāka iniciatīvu ar nosaukumu “Zemo cenu grozs”, kuras mērķis ir nodrošināt, lai pircēji visos lielākajos veikalos varētu viegli atrast lētāko ikdienas produktu komplektu.

“Zemo cenu grozs” ir saraksts ar ikdienas pārtikas precēm, kuras veikalos tiek piedāvātas par pēc iespējas zemāku cenu. Tajā ir apvienoti pamata produkti (piens, maize, olas, milti, eļļa, griķi, kartupeļi u. c.), ko cilvēki lieto ikdienā.

Vai Jūs iepriekš bijāt dzirdējis/-usi par šo iniciatīvu - “Zemo cenu grozs”?

Viena atbilde

Jā	1	= > A3
Nē	2	= > nākamais jautājumu bloks
Grūti pateikt / NA	8	= > nākamais jautājumu bloks

A3. Vai Jūs esat ievērojis/-usi veikalos “Zemo cenu groza” pārtikas produktus?

Viena atbilde

Jā	1	= > A4
Nē	2	= > nākamais jautājumu bloks
Grūti pateikt / NA	8	= > nākamais jautājumu bloks

A4. Vai Jūs esat apzināti meklējis/-usi un iegādājies/-usies veikalos “Zemo cenu groza” pārtikas produktus?

Viena atbilde

Jā, vienu reizi	1
Jā, vairākas reizes	2
Jā, daudzas reizes	3
Jā, esmu meklējis/-usi, bet neesmu iegādājies/-usies	4
Nē	5
Grūti pateikt / NA	8

A5. Sakiet, lūdzu, cik lielā mērā Jūs piekrītat šiem apgalvojumiem par iniciatīvu “Zemo cenu grozs”?

Viena atbilde katrā rindinā

		Pilnībā piekrītu	Drīzāk piekrītu	Drīzāk nepiekrītu	Pilnībā nepiekrītu	Grūti pateikt
1	“Zemo cenu groza” piedāvājums Jums palīdz iepirkties lētāk	1	2	3	4	8
2	“Zemo cenu groza” piedāvājums ir pietiekami plašs	1	2	3	4	8
3	Jūs esat apmierināts/-a ar “Zemo cenu groza” produktu kvalitāti	1	2	3	4	8

Jautājumi par Latvijā audzētiem/ražotiem pārtikas produktiem

Uzdot visiem

B1. Runājot par pārtikas produktu iegādi, cik svarīgi Jums ir iegādāties tieši Latvijā audzētus/ražotus pārtikas produktus? Vai tas Jums ir...

Viena atbilde

Ļoti svarīgi	1
Drīzāk svarīgi	2
Drīzāk nesvarīgi	4
Nemaz nav svarīgi	5
Grūti pateikt / NA	8

B2. Kā Jūs teiktu, cik pamanāmi / viegli atrodami veikalu plauktos ir Latvijā audzēti/ražoti pārtikas produkti? Vai, Jūsaprāt, tie ir...

Viena atbilde

Ļoti labi pamanāmi / viegli atrodami	1
Drīzāk labi pamanāmi / viegli atrodami	2
Drīzāk slikti pamanāmi / grūti atrodami	3
Nemaz nav pamanāmi / ļoti grūti atrodami	4
Grūti pateikt / NA	8

Aptaujas anketa (2)

B3. Kā Jūs kopumā novērtētu pārtikas veikalos pieejamo Latvijā audzēto un ražoto pārtikas produktu klāstu šādos aspektos. Vai, Jūsuprāt, situācija ir ... (nolasīt skalu)

Viena atbilde katrā rindinā

		Ļoti laba	Drīzāk laba	Viduvēja	Drīzāk slikta	Ļoti slikta	<i>Grūti pateikt</i>
1	Latvijā audzēto un ražoto pārtikas produktu cena salīdzinājumā ar no citām valstīm importētiem produktiem	1	2	3	4	5	8
2	Latvijā audzēto un ražoto pārtikas produktu piedāvājuma plašums – t. i., ir vairāki vietējie ražotāji, starp kuriem ir iespēja izvēlēties	1	2	3	4	5	8
3	Latvijā audzēto un ražoto pārtikas produktu kvalitāte salīdzinājumā ar no citām valstīm importētiem produktiem	1	2	3	4	5	8

Statistiskās kļūdas novērtēšanas tabula

Pētījuma rezultātos vienmēr pastāv zināma *statistiskās kļūdas* varbūtība. Analizējot un interpretējot pētījumā iegūtos rezultātus, to vajadzētu ņemt vērā. Tās atšķirības, kuras iekļaujas statistiskās kļūdas robežās jeb ir mazākas par to, var uzskatīt par *nenozīmīgām*.

Atbilžu sadalījums %	Respondentu skaits (bāze) N=												
	50	75	100	200	300	400	500	600	700	800	900	1000	1100
1 vai 99	2,8	2,2	1,9	1,4	1,1	1,0	0,9	0,8	0,7	0,7	0,6	0,6	0,6
2 vai 98	3,9	3,2	2,7	1,9	1,6	1,4	1,2	1,1	1,0	1,0	0,9	0,9	0,8
4 vai 96	5,4	4,5	3,8	2,7	2,2	1,9	1,7	1,6	1,5	1,4	1,3	1,2	1,2
6 vai 94	6,6	5,4	4,7	3,3	2,7	2,3	2,0	1,9	1,8	1,7	1,6	1,5	1,4
8 vai 92	7,5	6,1	5,3	3,8	3,1	2,7	2,4	2,2	2,0	1,9	1,8	1,7	1,6
10 vai 90	8,3	6,8	5,9	4,2	3,4	2,9	2,6	2,4	2,2	2,0	2,0	1,9	1,8
12 vai 88	9,0	7,4	6,4	4,5	3,7	3,2	2,9	2,6	2,4	2,3	2,1	2,0	1,9
15 vai 85	9,9	8,0	7,0	5,0	4,0	3,5	3,1	2,9	2,6	2,5	2,3	2,2	2,1
18 vai 82	10,7	8,7	7,5	5,3	4,4	3,8	3,4	3,0	2,9	2,7	2,5	2,4	2,3
20 vai 80	11,1	9,1	7,8	5,5	4,5	3,9	3,5	3,2	3,0	2,8	2,6	2,5	2,4
22 vai 78	11,5	9,4	8,1	5,7	4,7	4,1	3,6	3,3	3,1	2,9	2,7	2,6	2,5
25 vai 75	12,0	9,8	8,5	6,0	4,9	4,2	3,8	3,5	3,2	3,0	2,8	2,7	2,6
28 vai 72	12,5	10,2	8,8	6,2	5,1	4,4	3,9	3,6	3,3	3,1	2,9	2,8	2,7
30 vai 70	12,7	10,4	9,0	6,4	5,2	4,5	4,0	3,7	3,4	3,2	3,0	2,8	2,7
32 vai 68	12,9	10,6	9,1	6,5	5,3	4,6	4,1	3,7	3,5	3,2	3,1	2,9	2,8
35 vai 65	13,2	10,8	9,4	6,6	5,4	4,7	4,2	3,8	3,5	3,3	3,1	3,0	2,8
40 vai 60	13,6	11,1	9,6	6,8	5,5	4,8	4,3	3,9	3,6	3,4	3,2	3,0	2,9
45 vai 55	13,8	11,3	9,8	6,9	5,6	4,9	4,4	4,0	3,7	3,5	3,3	3,1	2,9
50 vai 50	13,9	11,3	9,8	6,9	5,7	4,9	4,4	4,0	3,7	3,5	3,3	3,1	3,0

Lai noteiktu statistisko mērījuma kļūdu, ir jāzina respondentu skaits attiecīgajā grupā un rezultāts procentos. Izmantojot šos lielumus, tabulas attiecīgajā iedaļā var atrast statistiskās mērījuma kļūdas robežas +/- procentos ar **95% varbūtību**. Piemēram, ja pētījumā iegūtie dati rāda, ka 48% respondentu (respondentu skaits n=1004) par SPRK ir dzirdējuši, tad ar 95% varbūtību mēs varam teikt, ka statistiskā mērījuma kļūda šeit ir +/-3,1% robežās. No tā izriet, ka kopumā par SPRK ir dzirdējuši no 44,9% līdz 51,1% mērķa grupai atbilstoši iedzīvotāji.

SKDS

sabiedriskās domas pētījumu centrs
Baznīcas iela 32-2, Rīga, Latvija, LV-1010
Tālr.: +371 67 312 876, E-pasts: skds@skds.lv
www.skds.lv