



Aizvadītais gads mainījis visu mūsu dzīves, tostarp iepirkšanās paradumus. Tirdzniecības ierobežojumi un aizliegumi ir darījuši savu. Pārdevējiem nācies domāt par precu iekārtošanu interneta veikalu plauktos, piegādātajiem nodrošināt iespējami ērtu un raitu to saņemšanu, bet pircējiem – saprast, kur un ko vispār var nopirkt, kā arī saglabāt vēsu prātu un neļauties spontāniem izdevumiem. Šajā pielikumā skaidrosim, cik lielā mērā paradumi ir mainījušies un vai tie ir pagaidu pielāgošanās apstākļiem vai mūsu jaunā ikdiena.

Omniva pakomātos pārliciecināši dominē sūtījumi no interneta veikaliem

Pandēmijas laiks, kad stingrie noteikumi Covid-19 izplatības ierobežošanai lieza gan doties ciemos, gan klātienē iegādāties dažādas preces, licis iedzīvotājiem aktīvāk izmantot pakomātus. Tie tik ļoti *iedzīvojušies* mūsu pilsētvidē, ka neticami šķiet laiki vēl pirms dažiem gadiem, kad bez tiem iztikām.

Omniva Pārdošanas nodaļas vadītājs **Māris KUĻIKOVSKIS** stāsta, ka uzņēmuma pakomāti Limbažos un Salacgrīvā uzstādīti pirms nepilniem trim gadiem – 2018. gada 16. novembrī, savukārt Alojā gadu vēlāk – 2019. gada 22. novembrī. Kopumā šobrīd Latvijā ir 208 Omniva pakomāti, bet gada beigās paredzēts uzstādīt vēl 92. Tātad to skaits pieaugs par aptuveni 44%. Viens no jaunajiem pakomātiem paredzēts arī mūspusē. Tomēr jāatzīmē, ka pandēmijas ietekmes dēļ pakomātu tīkla paplašināšana nenorit tik strauji, kā Omniva vēlētos.

Pieaugs ne tikai pakomātu, bet jau šobrīd salīdzināmā ar pērnā gada maiju būtiski kāpis arī tajos saņemto sūtījumu skaits. Interesanti, kas atbilst vidējam rādītājam valstī. – *Jau iepriekšējos gados esam novērojuši, ka mazpilsētās pakomātu izmantošana ir ļoti aktīva, jo vietējiem iedzīvotājiem paveras plašs neklātienē iegādājamo preču sortiments. Nozīmīgi faktori ir arī cena un ietaupītais laiks,*

– teic Omniva Pārdošanas nodaļas vadītājs. Limbažos sūtījumu skaits pieaudzis par aptuveni trešdaļu jeb 33%, vismazāk tas audzis Salacgrīvā – par 17%. Vienu gan sarunbiedrs apgalvo droši: – *No visiem sūtījumiem pārliciecināši lielākā daļa ir vietējos un ārvalstu interneta veikalos pasūtītās preces.*

Reaģējot uz tik strauju izaugsmi, pēdējā gada laikā daudzkrāsojies Omniva darbinieku skaits, palielināts pakomātu skapīšu kopskaits (esošajiem pakomātiem pievienotas jaunas sekcijas), pārskafītas un uzlabotas procedūras, palielināts autoparks, kā arī sāкта sadarbība ar *Narvesen*. M. Kuļikovskis uzskata, ka arī konkurējošo uzņēmumu aktivitātes motivē *Omnivu* nodrošināt savus pakalpojumus augstākajā iespējamajā kvalitātē un nepārtraukti domāt par inovatīviem risinājumiem visā attālinātās iepirkšanās dzīves ciklā, piemēram, piedāvājot klientiem e-norēķinu sistēmas. – *Piegāžu tirgus turpina augt, tādēļ tajā ir vēl daudz neizmantotu iespēju. Konkurence šajā gadījumā nāk par labu visiem nozares uzņēmumiem,* – apstiprina M. Kuļikovskis.

Sabiedrībā paliekam dzirdētas sarunas par to, ka attālināti iegādātās preces izmēru vai citu neatbilstību dēļ jāsusā atpakaļ. Bažas par to ne vienmu vien iedzīvotāju attur no iepirkšanās internetā. Šajā ziņā vismaz Omniva pakomātu statistika ir gana iepriecinoša – ja

Latvijā kopumā atpakaļ nosūta vidēji 1,5% saņemto sūtījumu, tad trijos mēspuses pakomātos šis rādītājs ir krietni zemāks – zem 0,1%.

Trijās pieminētajās novada pilsētās pakomāti visvairāk noslogoti ir ziemas periodā, kad mēdz veidoties arī nelieli *piegāžu satrēķumi*. Vasaras periodā sūtījumu plūsma, ar atsevišķiem izņēmumiem Limbažos, ir vienmērīga un norit bez aizķeršanās. Kopumā gan sūtījumi visās šajās vietās tiek izņemti salīdzinoši laikus. Limbažos vidēji 15, bet Alojā un Salacgrīvā – 14 stundu laikā.

M. Kuļikovskis atklāj, ka attālinātā iepirkšanās nav tikai pandēmijas laika fenomēns. Jau pirms tās arvien vairāk Latvijas iedzīvotāju izvēlējas iegādāties preces attālināti. Covid-19 noteikto ierobežojumu dēļ šī tendence tikai pastiprinājās, jo pakomātu un piegādes risinājumi ir bezkontakta pakalpojumi. Viņš piekrīt, ka Covid-19 ietekmē iedzīvotāju paradumi ir mainījušies arī tāpēc, ka klientiem biežāk iepirkties interneta veikalos nācies, var teikt, iespiedu kartā. Atsevišķu kategoriju preces klātienē nebija iespējams iegādāties, tāpēc vienīgais veids, kā tikt pie kārotā pirkuma, bija iepirkties internetveikalos.

Omniva pārstāvis gan uzsver būtisku niansi: – *Arī šobrīd, kad ierobežojumi ir mazāki, cilvēki joprojām turpina iepirkties attālināti!*

Finanses un tēriņi jāplāno neatkarīgi no iepirkšanās paradumu maiņas

Iepirkšanās, nenoliedzami, saistās ar finansēm jeb, vienkārši sakot, naudu. Turklāt šajā gadījumā nav tik būtiski, vai tā ir fiziska (monētas un banknotes) vai virtuāla, jo arī iztērēt to var dažādi. Iepirkšanās paradumu maiņa jūtama arī iedzīvotāju ikdienas tēriņos un ar tiem saistītajās prioritātēs. *Swedbank* Finanšu institūts pētījums un aptaujas iedzīvotāju finanšu prasmēm seko līdzī regulāri. Pandēmijas gada laikā veiktas vairākas 18–74 gadu vecu iedzīvotāju aptaujas, no kurām katrā piedalījušies ne mazāk kā 700 respondentu. Tas ļauj izdarīt plašākus secinājumus.

Institūta eksperti atgādina, ka svarīgi ir domāt ilgtermiņā un finanses plānot rūpīgi. Tas ne tikai palīdzēs izvairīties no nepatīkamiem pārsteigumiem ikdienā, bet arī veiksmīgāk pārvarēt dažādas krīzes, tostarp Covid-19 pandēmiju. Finanšu institūta ekspertei **Evijai KROPAI** lūdzām sniegt institūta redzējumu par aktuālajām tendencēm saistībā ar iepirkšanos un izdevumu plānošanu, tāpat par uzkrājumiem, kas krīzes situācijā nav mazsvarīgi.

Attiecības ar naudu

Eksperte vērtē, ka pēdējo gadu laikā iedzīvotāju finanšu prasmes ir uzlabojušās, tomēr izpratne par šiem jautājumiem joprojām ir nepilnīga. *Swedbank* Finanšu institūta izstrādātā *Finanšu IQ* testa (šī gada februārī un martā to aizpildījuši vairāk nekā 7000 dalībnieku) rezultāti liecina, ka liela



daļa (46%) Latvijas iedzīvotāju neveic budžeta plānošanu vai arī to dara galvā. Tā ir uzskatāma par ļoti nedrošu plānošanas metodi. Vienlaikus iedzīvotāji kļuvuši prātīgāki un arvien vairāk izprot ietaupījumu nozīmi. 9 no 10 testa dalībniekiem norāda, ka krāj vienam vai vairākiem mērķiem. E. Kropa lēš, ka tas, visticamāk, saistīts ar Covid-19 pandēmijas sekām, jo liela daļa iedzīvotāju nonāca situācijā, kurā iepriekš veido-

tiem uzkrājumiem izrādījās būtiska nozīme. – *Domājams, šī vēsturiskā pieredze uzkrājumu veidošanas paradumus pozitīvi ietekmēs vēl kādu laiku. Mācības allaž gūstam tieši krīzes un satricinājuma brīžos. Uzkrājumi jāveido tā sauktajos “labajos laikos”. Domāt par tiem, kad zaudēts darbs, nav saprātīgi nedz teorētiski, nedz praktiski,* – skaidro eksperte.

Apmierinātība ar personīgo finansiālo situāciju vienmēr ir individuāls un reizē arī ļoti subjektīvs jautājums. Tāpēc nav pārsteigums, ka puse šogad februārī veiktās aptaujas dalībnieku atzist, ka kopumā ir apmierināti, kamēr otra puse pauž pretēju viedokli. Vairums jeb 86% iedzīvotāju saredz iespēju uzlabot naudas lietas, rūpīgāk pievērsoties tieši plānošanai: – *Jo retāk nākas uzdot jautājumu, kur paliek mana nauda, jo pārlicieība par kontroli naudas lietās lielāka un uz ieceru īstenošanu var virzīties mērķtiecīgāk.* E. Kropa piekrīt – lai kāda būtu naudas plānošanas motivācija, allaž jāreķinās ar dažādiem ārējiem faktoriem, kas nereti liek apņēmīgos plānus koriģēt. To vidū ir, piemēram, neparedzēti izdevumi un cenu pieaugums.

Ierasto tēriņu ierobežošana

Pandēmijas sākumā iedzīvotājiem savus līdzšinējos paradumus nācās mainīt diezgan strauji. Pērn institūta pētījumi noskaidrotais, ka viens no populārākajiem risinājumiem, kā iedzīvotāji cinās ar Covid-19 radītās situā-

Iepirkšanās paradumu maiņa Covid-19 pandēmijas laikā

BENU Aptieka reaģē uz pieprasījumu un piedāvā arī e-aptiekas pakalpojumus

Aptiekām kā tirdzniecības vietām pandēmijas laikā, iespējams, pievērstis mazāk uzmanības. Arī tās skāra vairāki ierobežojumi, tomēr aptiekām savas durvis apmeklētājiem nenācās slēgt un tāpēc sabiedrībā to darbība un tajās nopirkamo preču sortiments izraisīja mazāku rezonansi. Jāpiebilst, ka tās jau labu laiku nav tikai vietas, kur iegādāties receptu medikamentus un papildināt mājas aptieciņu. To sortiments ir daudz plašāks, un, ejot līdzī laikā, tagad tās piedāvā iepirkties arī internetā. Sarunā ar *BENU Aptiekas* Limbažos vadītāju farmaceiti **Ievu POGU** centāties noskaidrot, kā šis laiks ir aizritējis aptiekā, kā mainījušies tās klientu iepirkšanās paradumi un ar kādiem izaicinājumiem nākas saskarties joprojām.

Aptiekas vadītāja vērtē, ka pandēmijas laiks nesīs pārmaiņas ikvienam. Tām līdzī nāca augstāks stresa līmenis, satraukums, daudz nezināmā, kā arī jauna un iepriekš neierasta kārtība. Protams, tas izraisīja spriedzi un neapmierinātību, īpaši tad, kad aukstā gripa, bija iepirkties internetveikalos. *Omniva* pārstāvis gan uzsver būtisku niansi: – *Arī šobrīd, kad ierobežojumi ir mazāki, cilvēki joprojām turpina iepirkties attālināti!*



gājēju, tomēr kopumā pārāk lielas izmaiņas klientu plūsmā vērojamas nebija: – *Daudzi ir pastāvīgi klienti, kas ik mēnesi nāk pēc receptu medikamentiem. Vecāka gadagājuma cilvēki gan tagad paši izvairās nākt uz aptieku un iespēju robežās meklē drošākus risinājumus un uztic to izņemšanu kādam citam, piemēram, gados jaunākam ģimenes loceklim.*

Pandēmijas sākumā ļoti strauji pieauga pieprasījums pēc sejas maskām un dezinfekcijas līdzekļiem, šobrīd tas ir normalizējies. Farmaceite stāsta, ka sejas maskas klienti vēl pārāk, jo daudzviet tās ir obligātas, bet dezinfekcijas līdzekļi aptiekā vairs nav pieprasīti. Vienubrīd cilvēki vairāk pirkā imunitātes stiprināšanas līdzekļus, tostarp C vitamīnu arī Covid-19 profilaksei. Savukārt D vitamīns bija pieprasīts jau pirms pandēmijas un tads turpina būt joprojām. Ie. Poga apstiprina, ka citās preču grupās izmaiņas nav novērotas.

Valstī kopumā iedzīvotāji vairāk nekā pirms pandēmijas mēdz iepirkties internetā. Kopš šī gada aprīļa arī *BENU Aptieka* piedāvā e-aptiekas pakalpojumus. Aptiekas vadītāja uzskata, ka klientus veikt pirkumus e-aptiekā motivē iespēja tos noformēt attālināti, mazāk saskaroties ar pandēmijas ierobežojumiem, kā arī e-aptiekā piedāvātās atlaišanas, kas mēdz būt lielākas nekā aptiekā uz vietas. Turklāt e-aptiekā pieejams plašāks preču klāsts, piemēram, kosmētikai. – *Mums ne vienmēr uz vietas ir viss, ko var piedāvāt*

e-aptiekā. Kairai ir pielāgots kosmētikas sortiments, – viņa paskaidro. Šobrīd pasūtījumu skaits *BENU* e-aptiekā nepārtraukti pieaug.

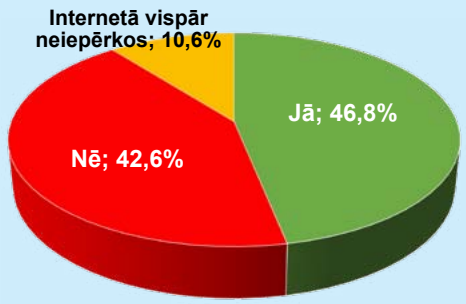
Pagaidām lielākoties e-aptiekas pakalpojumu izmanto gados jaunāki klienti, tomēr pamazām to iepazīst arī vecāka gadagājuma cilvēki, kuriem joprojām pārsvarā ierastāka ir iepirkšanās klātienē. Ie. Poga secina, ka galvenais faktors, kas attur no iepirkšanās internetā, ir farmaceutiskā apripe, proti, klientiem ir ļoti svarīga farmaceita konsultācija. Pie speciālistiem var rast atbildes uz visiem interesējošajiem jautājumiem. – *Ja preņi ir cilvēks, tā ir pavisam cita komunikācija!* – viņa uzsver.

Aptiekas darbā pandēmijas laikā lielākais izaicinājums ir valstī noteiktā kārtība un tās nodrošināšana, piemēram, masku lietošana. – *Tā ir nebeidzama cīņa ar klientiem, kuri valkā maskas zem zoda un citādos nepiemērotos veidos vai pat nāk uz aptieku vispār bez maskām. Arī mums pašiem ir izaicinājums nostrādāt visu dienu maskā, jo īpaši tagad, karstajā laikā,* – saka farmaceite. Tāpat regulāri jāseko līdzī, lai klientu skaits zālē nebūtu lielāks par atļauto, jo cilvēki ne vienmēr pievērš uzmanību informācijai uz aptiekas durvīm. Šobrīd gan klienti šo kārtību ir iemācījušies un pieņemusi, jo tāda ir arī citur, piemēram, apmeklējot veikalus. Tādēļ klienti pret prasībām kļuvuši saprotošāki un apzinās, ka tā nav aptiekas darbinieku iegroba, bet vispārējā kārtība.

Prātīgi viedokļi bez liekas kategoriskuma pieskaņas

Interneta aptaujā arī *Auseklis* centās noskaidrot, vai un cik lielā mērā ir mainījušies viņu iepirkšanās paradumi. Saņēmām 47 atbildes. Protams, to skaits neļauj izdarīt secinājumus par noskaņojumu sabiedrībā kopumā, tomēr arī tajos ir vērts ieklausīties un, visticamāk, vismaz kādam no uzskatiem varētu pieslieties ikviens. Šoreiz pārliciecināto aptaujas dalībnieku vairākums – 40 – bija sievietes. 68,1% jeb vairāk nekā divas trešdaļas respondentu dzīvo pilsētā, 25,5% – laukos, savukārt 6,4% jeb trīs cilvēki kā dzīvesvietu norādīja Rīgu. Nedaudz vairāk par pusi jeb 24 atbildētāji bija vecumā no 21 līdz 40 gadiem, 13 – vecuma grupā no 51 līdz 60 gadiem, seši no 41 līdz 50 gadiem, divi vecāki par 71 gadu, kā arī pa vienam vecuma grupā līdz 20 gadiem un no 61 līdz 70 gadiem.

Vai biežāk nekā agrāk iepērkaties interneta veikalos?



Ne viens vien aptaujas dalībnieks kā traucējošāko, kaitinošāko un bezjēdzīgāko pandēmijas izpausmi veikalos minēja stāvēšanu rindās. Tomēr viena komentētāja rakstīja, ka tirdzniecība lauku reģionā nav mainījusies un viņai tas šķiet ļoti patīkami. Nav milzīgu rindu, viss ir pieejams un neviens īsti nepacels balsi, ja būsī piemirsis paņemt groziņu.

Naudas plānošanas paradumi mainās lēnāk

Kopumā respondenti nespēj kategoriski apgalvot, ka iepirkšanās paradumi būtiski mainījušies. Šādu atbildi atzīmēja vien 17%. Lielākā daļa jeb 55,3% atzīst, ka tie mainījušies daļēji. Vairāk par ceturtdaļu jeb 27,7% iepērkas tāpat kā līdz šim.

Interesējāmies arī, vai pandēmijas laiks licis sākt rūpīgāk plānot savu iepirkšanās budžetu. 51,1% aptaujāto atzina, ka to nedara. Vēl 10,6% nepievērš tam uzmanību. Tomēr 38,3% pauda, ka tiešām sākuši vairāk plānot. No tiem 38,9% kā iemeslu stingrāki savu finanšu uzraudzības minēja ienākumu mazināšanos, tikpat daudzi piekrita, ka mainījās prioritātes un vajadzības. Kāds sprieda, ka, izvērtējot prioritātes, tagad iepērkas viēdēji reizi nedēļā. Tas ļauj nedaudz ietaupīt, jo izpaliek tā devētie mirkli pirkumi. Tāpat tas veicinājis ēšanas paradumu sakārtošanu un licis saprast, ka veselīgs uzturs ir garšīgs. – *Noteikti turpināšu sekot šim ieradumam,* – sola respondente. Kā vēl viens iemels rūpīgāki plānošanai ir faktiski arī tautišana bija bažas par cenu kāpumu un to, vai turpmāk būs darbs.

Veikalos neapmierina rindas un prasība valkāt maskas

Pieņemot, ka pandēmijas laikā dzīve nav tik ļoti sagriezies kājām gaisā, lai cilvēki pilnībā pārtrauktū iepirkšanos klātienē, jautājām, kā mainījušies viņu paradumi, iepērkoties veikalos. Piedāvājām iespēju atzīmēt vairākas atbildes, ko daudzi arī darīja. Katram piedāvātajam paradamam (piemēram, – *Augsti ienākumi pēc būtības nenodrosina finansiālo labklājību!* Tās pamatā ir nevis tas, cik nopelnām, bet gan tas, kā ar nopelnto naudu rīkojamies. Visiem tēriņiem jābūt pārdomātiem un racionāliem. Pie šādās domāšanas vērts pieturēties gan labākos, gan sliktākos laikos. Tāpat vērts atcerēties, ka vairāki mazi pirkumi rada ilgstošāku laimes sajūtu nekā viens liels. Arī pieredzes gūšanai ir lielāks efekts nekā mantu tēriņiem – pie liētām ātri pierodam, bet pieredzi ilgāk atceramies.

Nobeigumā E. Kropa uzsver, ka būtiski ir paplašināt savu plānošanas horizontu, lai Ziemassvētku dāvanas, automobiļa tehniskās apkaves vai bērna skolas gaitu uzskāšanās izdevumi nenāktu kā pārsteigums ģimenes budžetā. Tā plānošanā augstākā pilotāža ir spēja paredzēt savus izdevumus gada griezumā un atbilstoši tiem sagatavoties.

Iepirkšanās, neizkāpjot no divāna

Aizvien biežāk veikalos var redzēt, ka iedzīvotāji iepērkas pēc saraksta un lielākos apmēros, lai mazinātu veikala apmeklējuma

reizu skaitu. Tas mazina arī iespēju saņemt vīrusu, tāpat nopirkt kaut ko lieku vai mazsvarīgu. Savukārt tie, kuri ar tehnoloģijām ir draugos, jau labu laiku novērtē attālināto pakalpojumu priekšrocības. Eksperte gan norāda, ka to nevar vērtēt viennozīmīgi: – *Iepirkšanās internetā, neizkāpjot no divāna, jo aktuālāka kļuvusi pandēmijas laikā, kad daudzi tirgotāji gan labprāt, gan spiestā kārtā sāka piedāvāt savas preces un pakalpojumus e-vidē. No vienas puses tas ir pozitīvs aspekts, jo palielina patērētāja izvēles iespējas, taču no otras puses arī vairākus riskus – piemēram, pārmērīgu un nepārdomātu pirkumu veikšanu. Tiem, kuriem ir tendence pirt preces, impulsu vadītiem, bagātīgai piedāvājums internetā var radīt būtiskus finanšu sarežģījumus. Speciāliste komentē, ka šādu iepirkšanos veicina arī dažādu ārpusdarba aktivitāšu apskums, kura dēļ parādās vairāk brīva laika. Te jāatceras, ka nereti tas, kas mirkli izspaidī šķiet pievilcīgs, rūpīgāk padomājot, izrādās nevajadzīgs un nelietderīgs.*

To, ka e-komercija pandēmijas apstākļos ir stimulējusi biežāk iegādāties preces, bez kurām citkārt varētu iztikēt, atzīst katrs ceturtais šogad aprīlī veiktās aptaujas dalībnieks. Šādu preču vidū ir gan apģērbs, gan pārtika, kā arī kosmētika, skaistumkopšanas līdzekļi, medikamenti un uztura bagātinātāji, saimniecības preces, sadzīves tehnika u. c. Iedzīvotāji, acināti nosaukt pašu nelietderīgāko pirkumu pandēmijas laikā, min visdažādākās lietas – zobu birstes tērētāju, plāksēri tievēšanai, ādas tipam neatbilstošu sejas masku,