

Aptauja: gandrīz 80% Latvijas iedzīvotāju digitālajās platformās atklāj jaunus vietējos uzņēmumus

Jaunākā Ipsos sabiedriskās domas aptauja liecina, ka digitālās piegādes platformas kļuvušas par nozīmīgu kanālu vietējo uzņēmumu atklāšanai un gan jaunu, gan esošo klientu sasniegšanai. Gandrīz astoņi no desmit jeb 78% Latvijas iedzīvotāju, kuri pēdējā gada laikā izmantojuši ēdiena vai pārtikas piegādes platformas, atzīst, ka tajās atklājuši jaunus vietējos restorānus vai veikalus. Vienlaikus vairāk nekā puse (58%) aptaujāto uzskata, ka piegādes platformas palīdz vietējiem uzņēmumiem sasniegt klientus un attīstīt savu darbību, tādējādi veicinot vietējo ekonomiku.

Digitālās platformas Latvijā vairs netiek uztvertas tikai kā piegādes pakalpojums. Ipsos aptaujas rezultāti liecina, ka tās kļūst par arvien nozīmīgāku vietējās uzņēmējdarbības ekosistēmas daļu, palīdzot restorāniem, veikaliem un citiem vietējiem uzņēmumiem palielināt savu redzamību, piesaistīt jaunus klientus un attīstīt darbību arvien modernākā un digitalizētākā vidē.

Ipsos aptaujas dati arī rāda, ka Latvijas iedzīvotāji novērtē vietējo uzņēmumu nozīmi ekonomikā un ir gatavi tos atbalstīt. Ja būtu iespējams iegādāties vienu un to pašu produktu par līdzīgu cenu un līdzīgos apstākļos, gandrīz puse respondentu (46%) izvēlētos pasūtīt no vietējiem veikaliem, izmantojot tādas piegādes platformas kā Wolt, savukārt tikai 15% dotu priekšroku globālajiem e-komercijas uzņēmumiem, piemēram, Amazon vai eBay.

Digitālās platformas palīdz vietējiem uzņēmumiem sasniegt klientus

Aptaujas rezultāti apstiprina, ka piegādes platformas kļūst par nozīmīgu vietējo uzņēmumu redzamības veicinātāju. Vairāk nekā trīs ceturtdaļas jeb 78% cilvēku, kuri pēdējo 12 mēnešu

laikā izmantojuši ēdiena vai pārtikas piegādes pakalpojumus, norāda, ka ar šo platformu starpniecību ir atklājuši jaunus vietējos restorānus vai veikalus.

Tas liecina, ka digitālās platformas kalpo ne tikai kā piegādes rīks, bet arī kā uzņēmumu atklāšanas kanāls, palīdzot vietējiem uzņēmumiem sasniegt jaunus klientus, veidot atpazīstamību un konkurēt par patērētāju uzmanību.

Vairāk nekā puse (58%) Latvijas iedzīvotāju piekrīt, ka digitālās platformas palīdz vietējiem uzņēmumiem viņu apkārtnē. Šī pārliecība ir īpaši izteikta jaunāko respondentu vidū – 71% iedzīvotāju vecumā no 18 līdz 34 gadiem uzskata, ka piegādes platformas sniedz būtisku atbalstu vietējiem uzņēmumiem.

Piegādes pakalpojumi kā daļa no ikdienas

Pētījums arī liecina, ka piegādes platformu izmantošana Latvijā kļūst arvien izplatītāka. Pēdējo 12 mēnešu laikā ēdiena vai pārtikas piegādes pakalpojumus, piemēram, Wolt, izmantojuši 43% Latvijas iedzīvotāju, un vairāk nekā puse no tiem (56%) veic pasūtījumus vismaz reizi mēnesī.

Gandrīz puse respondentu (48%) norāda, ka piegādes platformas uzlabo viņu ikdienu, palīdzot ietaupīt laiku, vienkāršot ikdienas iepirkšanos un nodrošinot ērtāku piekļuvi pārtikai, gatavam ēdienam un citām ikdienā nepieciešamām precēm sev izdevīgā laikā un vietā.

Vispozitīvākais vērtējums vērojams jauniešu vidū – 72% respondentu vecumā no 18 līdz 34 gadiem uzskata, ka piegādes platformas uzlabo viņu ikdienas dzīvi. Savukārt reģionālā griezumā visaugstākais pozitīvais vērtējums ir Rīgā, kur 64% iedzīvotāju atzīst šo platformu pozitīvo ietekmi.

“Latvijā īpaši izceļas šo uzskatu konsekvence,” norāda Ipsos vecākā pētniecības konsultante Hanna Agnese Persone. “Cilvēki apzinās platformu praktisko nozīmi – gan nodrošinot

piekļuvi elastīgām ienākumu iespējām, gan atbalstot vietējos uzņēmumus. Sabiedrībā ir skaidras gaidas, ka politikas veidotāji ņems vērā dažādus skatpunktus.”

Kopumā aptaujas rezultāti liecina, ka digitālās platformas kļūst par arvien nozīmīgāku vietējās ekonomikas un ikdienas dzīves sastāvdaļu Latvijā. Papildus ērtai piekļuvei ikdienā nepieciešamajām precēm tās palīdz vietējiem uzņēmumiem sasniegt jaunus klientus, veicina uzņēmumu atklāšanu un stiprina to saikni ar vietējām kopienām.

Par pētījumu

Pētījumu pasūtīja Wolt, un to neatkarīgi veica Ipsos laika posmā no 2026. gada janvāra līdz martam, izmantojot tiešsaistes aptaujas. Latvijā pētījumā piedalījās reprezentatīva izlase – aptuveni 1000 respondentu vecumā no 18 līdz 75 gadiem. Latvijas pētījums ir daļa no plašāka Eiropas mēroga projekta, kas aptver 24 valstis un kopumā aptuveni 22 500 respondentu, pētot sabiedrības attieksmi pret platformu darbu un tā regulējumu.

Par Wolt

Wolt ir Helsinkos bāzēts tehnoloģiju uzņēmums, kas nodrošina vienotu platformu pārtikas un citu preču pasūtīšanai, tirdzniecībai un piegādei visām iesaistītajām pusēm - pircējiem, tirgotājiem un kurjeriem. Lai to panāktu, *Wolt* izstrādā plašu tehnoloģiju klāstu, sākot ar vietējo loģistiku un beidzot ar mazumtirdzniecības programmatūru un finanšu risinājumiem, kā arī pārvaldot savu pārtikas preču veikalu *Wolt Market*. *Wolt* piedāvājumā ir dažādi risinājumi katra vajadzībā - *Wolt+* (abonēšanas pakalpojums iedzīvotājiem), *Wolt at Work* (pasūtījumu veikšana uzņēmuma vajadzībā), *Wolt Drive* (ātrās piegādes tirgotājiem) un *Wolt Self-Delivery* (pakalpojums tirdzniecības partneriem ar savu piegādes personālu). *Wolt* misija ir padarīt pilsētas labākas, stiprinot vietējās kopienas un veicinot pilsētu izaugsmi. *Wolt* dibināts 2014. gadā, un 2022. gadā apvienojis spēkus ar uzņēmumu *DoorDash*.

Preses kontakinformācija

Piret Pert

Head of Communications, Trust & Safety
(Global) and Baltics
press@wolt.com

Kopēt saiti uz lapu

<https://press.wolt.com/lv-LV/266811-aptauja-gandrizz-80-latvijas-iedzivotaju-digitalajas-platformas-atklaj-jaunus-vietejos-uznemumus/>