

Kredītus visbiežāk ņem auto, mājoklim un ilglietojuma precēm, nevis ikdienas tēriņiem

Avoti: AS West Kredit, SKDS

Latvijas iedzīvotāju aizņemšanos visbiežāk nosaka konkrētas praktiskas vajadzības – automašīnas, mājokļa vai citu lielāku pirkumu finansēšana, nevis mārketinga ietekme – 78 % iedzīvotāju atzīst, ka reklāmai nav praktiski nekādas lomas aizņēmuma vai aizdevēja izvēlē, liecina AS “West Kredit” sadarbībā ar SKDS veiktā iedzīvotāju aptauja.

Iedzīvotāji norāda, ka visbiežāk aizņemas lielākiem pirkumiem un ieguldījumiem – transportam, mājoklim, remontam un ilglietojuma precēm. Pēdējā gada laikā ņemtie kredīti visbiežāk izmantoti auto iegādei – 29 %, sadzīves tehnikas vai mēbeļu pirkšana - 24 %. Tāpat būtiska daļa finansējuma piesaistīta nekustamā īpašuma iegādei un būvniecībai – 19 %, kā arī mājokļa remontam vai labiekārtošanai 17%, liecina iedzīvotāju aptauja. 10 % respondentu kredīts bijis nepieciešams veselības aprūpes izdevumu segšanai, bet 9,4% – neparedzētiem vai ārkārtas izdevumiem.

Vienlaikus iedzīvotāji norāda, ka reklāmai aizdevuma vai konkrētās kredītiestādes izvēlē ir salīdzinoši neliela nozīme. 65 % aptaujāto norādījuši, ka reklāmai viņu lēmumā nav bijis nekādas lomas, bet vēl 13% tās ietekmi vērtē kā drīzāk mazu. Tikmēr reklāmas nozīmi kā lielu vai ļoti lielu atzinuši tikai 8,1% aptaujāto, kas liecina, ka reklāma pati par sevi nav noteicošais faktors, kas ietekmē iedzīvotāju aizņemšanās izvēles.

“Iedzīvotāju finanšu paradumu aptauja rāda, ka aizņemšanās nav spontāns impulss reklāmas ietekmē, un tas ir īpaši nozīmīgs secinājums brīdī, kad Latvijā mainījušies kredītu reklāmas noteikumi. Cilvēki aizņēmumu saista ar konkrētu vajadzību – no auto un mājokļa iegādes līdz veselības izdevumu segšanai, tāpēc būtiski ir izvēlēties piemērotu finansējuma veidu, izvērtējot, kāds aizdevums, termiņš, kopējās izmaksas un nodrošinājums ir samērīgs tieši konkrētajai iecerei. Šādā kontekstā reklāma var palīdzēt uzzināt par iespējām, mudināt izvērtēt un salīdzināt,

lai pieņemtu pārdomātu lēmumu vajadzības finansēšanai,” norāda Artūrs Silantjevs, AS “West Kredit” valdes loceklis.

Arī iedzīvotāju plāni tuvākajiem gadam rāda pārdomātu un savā ziņā piesardzīgu attieksmi pret jaunu saistību uzņemšanos. Daļa jeb 11 % respondentu iespēju ņemt jaunu kredītu vērtē kā lielu vai drīzāk lielu, savukārt 43 % – kā mazu vai ļoti mazu, un 25 % norāda, ka aizņemties neplāno.

Aptauju pēc AS “West Kredit” pasūtījuma veica tirgus un sabiedriskās domas izpētes uzņēmums SIA “SKDS” no 2026. gada 10. līdz 12. augustam, aptaujājot 1005 Latvijas iedzīvotājus vecumā no 18 līdz 75 gadiem.