

BAKALAURA DARBS • 2026

IZVĒLES ILŪZIJA

Kā digitālās platformas pārveido
patērētāju uzvedību transporta sektorā

OFICIĀLĀ PĒTĪJUMA TĒMA

Digitālo platformu ietekme uz patērētāju uzvedību
transporta sektorā Eiropas Savienībā

AUTORS

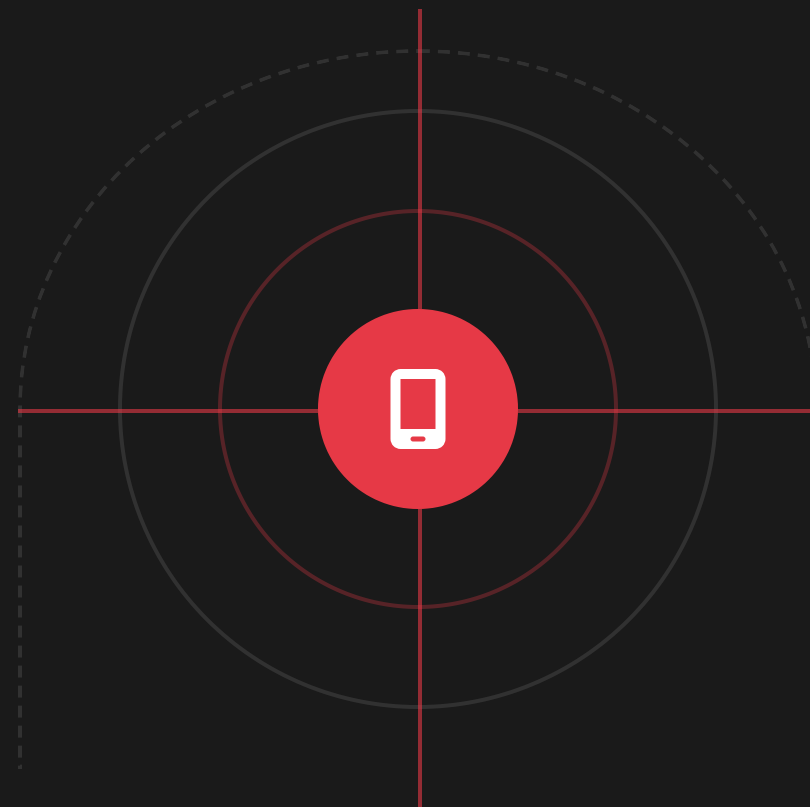
Aleksejs Ignatjevs

GADS

2026

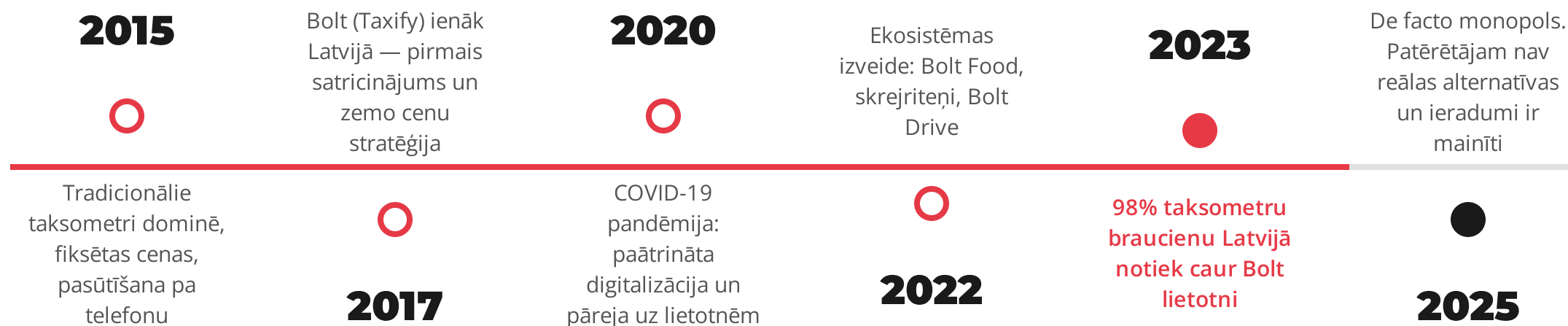
INSTITŪCIJA

BSA



NO TAKSOMETRA UZ **ALGORITMU**

10 gadu transformācija: kā pazuda izvēle



Galvenā atziņa: Transformācija notika tik ātri, ka patērētājs nepamanīja brīdi, kad izvēles brīvība pārvērtās par platformas monopolu.

BOLT NAV TAKSOMETRU LIETOTNE

Tā ir dzīvesveida platforma, kas rada "lock-in" efektu

Platformu ekonomikas galvenais mērķis nav pārdot vienu pakalpojumu, bet gan monopolizēt lietotāja uzmanību un datus.

Izveidojot vienotu ekosistēmu (Super App), platforma padara pāreju pie konkurentiem neērtu un dārgu. Tas ir klasisks *lock-in* (piesaistes) efekts.

UZVEDĪBAS TRANSFORMĀCIJA

Lietotājs vairs nemeklē pakalpojumu tirgū. Lietotājs atver vienu lietotni visām vajadzībām.



VAIRĀK IZVĒLES = MAZĀK IZVĒLES?

| Platformu paradokss transporta sektorā

KO SOLA PLATFORMA

- ✓ Cenas caurskatāmība pirms brauciena
- ✓ Konkurence starp vadītājiem par klientu
- ✓ Brīva izvēle un kontrole pār pakalpojumu
- ✓ Maksimāls ērtums un ātrums

KO DARA PLATFORMA

- ✗ Dinamiskā cenu noteikšana (algoritms, nevis tirgus)
- ✗ Patērētājs vairs nepārbauda alternatīvas
- ✗ Tradicionālie taksometri izzūd → nav kur atgriezties
- ✗ Lojalitāte veidojas pret platformu, nevis pakalpojumu

PLATFORMA DOD ĒRTUMU, BET ATŅEM KRITISKO DOMĀŠANU

98% — ŠIS SKAITLIS MAINA VISU

Kāpēc tas vairs nav tikai tirgus, bet gan uzvedības monopols

98%

NO VISIEM TAKSOMETRU BRAUCIENIEM
LATVIJĀ NOTIEK CAUR BOLT LIETOTNI

Avots: Valsts ieņēmumu dienests (VID), 2023. gada dati



Alternatīvu izzušana

Tradicionālie taksometri ir praktiski izzuduši. Patērētājam fiziski nav kur atgriezties, ja platforma neapmierina.



Algoritmiskā cenu noteikšana

Cenu nenosaka brīvais tirgus vai konkurence, bet gan platformas algoritms (dinamiskā cena), kuru patērētājs nevar ietekmēt.



Kritiskās domāšanas atslēgšana

Lietotājs vairs nesalīdzina cenas. Darbība "izsaukt taksi" ir kļuvusi par automātisku refleksu vienā lietotnē.

Monopols nav tikai ekonomisks — tas ir uzvedības monopols, kas atņem izvēles brīvību.

KO TIEŠI MĒS PĒTĀM?

Pētījuma pase — tēma, objekts, priekšmets un mērķis

PĒTĪJUMA TĒMA

Digitālo platformu ietekme uz patērētāju uzvedību transporta sektorā Eiropas Savienībā

OBJEKTS

Patērētāju uzvedība transporta sektorā digitālajā vidē (Latvija kā ES dalībvalsts)

PRIEKŠMETS

Digitālo platformu ietekme uz patērētāju uzvedību transporta sektorā

MĒRĶIS

Analizēt digitālo platformu ietekmi uz patērētāju uzvedību transporta sektorā ES

TEORĒTISKĀ BĀZE

■ Platformu ekonomika
Parker & Van Alstyne

■ Uzvedības ekonomika
Thaler & Kahneman

■ Lojalitātes teorija
Oliver (1999)

ČETRAS HIPOTĒZES

Ko mēs pārbaudīsim empīriskajā pētījumā?

H1

Bolt lietotāji Latvijā pirms pasūtīšanas nepārbauda alternatīvus transporta veidus vai cenas.

H2

Ilgstoša Bolt lietošana samazina patērētāja vēlmi meklēt alternatīvas (spēcīgs lock-in efekts).

H3

Patērētāji nav informēti par Bolt dinamiskās cenu noteikšanas mehānismu, bet to akceptē bez kritikas.

H4

Bolt ekosistēmas paplašināšanās (Food, Drive, skrejriteņi) pastiprina atkarību un samazina konkurentu iespējas.

Mēs nepieņemam — mēs pārbaudām ar datiem.

KĀ MĒS IEGŪSIM **ATBILDES?**

Pētījuma metodoloģija un datu avoti



KVANTITATĪVĀ

METODE

Strukturēta tiešsaistes aptauja (n = 150)

FOKUSS

Cenu salīdzināšana; lojalitāte; algoritmi

ANALĪZE

Deskriptīvā statistika & korelācijas (SPSS)



KVALITATĪVĀ

METODE

Sekundārā datu analīze

AVOTI

VID, Eurostat, Bolt pārskati, nozaru ziņojumi

ANALĪZE

Salīdzinošā analīze (2015 vs 2023)

Jauktā metodoloģija (Mixed Methods) nodrošina objektīvus un zinātniski pamatotus secinājumus.

KO ŠIS PĒTĪJUMS DOS?

| Zinātniskā un praktiskā nozīme



ZINĀTNISKIE REZULTĀTI

- **Empīrisks pierādījums** "lock-in" efektam Latvijas transporta tirgū.
- **Jauns skatījums** uz platformu monopolizāciju caur patērētāju uzvedības lēcu.
- **Ieguldījums** platformu ekonomikas pētniecībā Baltijas reģionā.



PRAKTISKIE REZULTĀTI

- **Patērētāju tiesību organizācijām:** argumenti par cenu caurskatāmību un algoritmu ietekmi.
- **Regulatoriem (SPRK, KP):** dati par monopolizācijas riskiem un tirgus koncentrāciju.
- **Uzņēmumiem:** izpratne par lojalitātes veidošanos un patērētāju atkarību digitālajā laikmetā.

Pētījums ir aktuāls ne tikai akadēmiski — tas ir vajadzīgs sabiedrībai un tirgus uzraugiem.

“

**KAD PĒDĒJO REIZI TU
IZVĒLĒJIES TAKSOMETRU —
NEVIS VIENKĀRŠI ATVĒRI BOLT?**

Ja atbilde ir "neatceros" — tad tas ir tieši tas, ko mēs
pētām.

PALDIES PAR UZMANĪBU

| JAUTĀJUMI?