**Infliacija verčia taupyti: Lietuvos vartotojai labiausiai nori universaliausios nuolaidos, rodo apklausa**

**Rekordiškai pakilusi infliacija vartotojus skatina ieškoti daugiau galimybių sutaupyti. Nors šalies gyventojai pasižymi ypač dideliu jautrumu kainoms, tačiau dabar susiklosčiusi situacija įvairioms nuolaidoms bei kitoms naudoms gali suteikti antrą kvėpavimą. Reprezentatyvios „Spinter tyrimų“ apklausos duomenimis, du iš penkių Lietuvos gyventojų šiuo metu mieliausiai rinktųsi universaliausią – kaupiamąją – nuolaidą.**

Už kaupiamąją nuolaidą pasisakė didžiausia dalis, arba 41 proc. apklausos dalyvių. Antroje ir trečioje vietoje liko momentinės nuolaidos bei asmeniniai pasiūlymai, kuriuos pasirinko atitinkamai 27 proc. ir 15 proc. respondentų. Mažiausiai populiarios yra galimybės gauti vis didesnę nuolaidą kaskart apsilankius (11 proc.) bei turėti garantuotą nuolaidą pamėgtai prekių grupei (6 proc.).

**Apklausą inicijavusios pirkėjų lojalumo programos „Mylimiausia“** projektų vadovės Vilijos Jurkėnienės teigimu, kaupiamosios nuolaidos esmė yra tam tikros dalies pinigų sugrąžinimas vartotojui, kuris juos vėliau gali panaudoti savo nuožiūra. Pasak jos, praėjusį mėnesį metinei infliacijai pasiekus rekordinį 21,6 proc. lygį, nestebina vartotojų noras kliautis virtualiomis lojalumo sistemų piniginėmis.

„Kaupiamosios nuolaidos sistema padeda sukurti ir palaikyti ilgalaikį ryšį su klientu, tačiau jo neįpareigoja pirkti čia ir dabar, kaip tik atvirkščiai. Savo sukauptą virtualų krepšelį jis gali panaudoti jam patogiu metu bei padengti dalį pasirinktų prekių kainos. Toks universalus, bene didžiausią laisvę ir pasirinkimo galimybes suteikiantis nuolaidos tipas Lietuvoje šiuo metu yra ypač aktualus“, – komentuoja V. Jurkėnienė.

Ji atkreipia dėmesį, kad prekybos sektoriaus atstovai paprastai vienu metu taiko įvairias nuolaidas ir jų kombinacijas, siekdami pasiekti kuo didesnę savo auditorijos dalį, tačiau kaupiamųjų nuolaidų lyderystė yra neabejotina.

„Spinter tyrimų“ duomenimis, kaupiamąją nuolaidą mieliausiai rinktųsi visų amžiaus grupių, išsilavinimo, šeiminio ar socialinio statuso grupių atstovai, nepaisant jų gyvenamosios vietos. Tiesa, būtent 36-45 metų amžiaus grupėje prie pirmą poziciją užimančių kaupiamųjų nuolaidų (33 proc.) arčiausiai priartėjo momentinės nuolaidos (31 proc.).

Anot „Mylimiausia“ projektų vadovės, šiuo atveju išsiskyrė ekonomiškai ypač aktyvi visuomenės grupė.

„Tikėtina, kad tai ekonomiškai aktyvūs ir mobilūs gyventojai, jau turintys finansinių įsipareigojimų bei ieškantys galimybių efektyviai suvaldyti asmeninį biudžetą. Galimai momentinių nuolaidų patrauklumą jiems lemia ir apsipirkinėjimo dažnis, jei pastarojo tipo pasiūlymų nereikia laukti bei „medžioti“. Vis dėlto, kaupiamoji nuolaida aktuali ir didžiuosiuose miestuose (41 proc.), ir kaimuose (36 proc.), ir tarp vadovų (34 proc.), ir tarp studentų (42 proc.) “, – pastebi V. Jurkėnienė.

Kaupiamąsias nuolaidas labiausiai (48 proc.) mėgsta didžiausias, arba 700 eurų viršijančias mėnesio pajamas vienam namų ūkio nariui uždirbantys gyventojai. Daugiausiai, arba 29 proc. respondentų už momentines nuolaidas pasisakė vidutinių 301-500 eurų pajamų dydžio grupėje.

Kaupti nuolaidą kaskart apsilankius sutinka 15 proc. mažiausias pajamas gaunančių apklausos dalyvių. Tuo tarpu 7 proc. uždirbančiųjų 501-700 eurų vienam šeimos nariui pasisakė už garantuotą nuolaidą pamėgtai prekių grupei.

„Infliacija spaudimo asmeniniams finansams kol kas nemažina. Brangstant energetiniams ištekliams ir artėjant šaltajam sezonui vartotojų lūkesčiai sutaupyti bei pasinaudoti įvairiomis naudomis gali tik didėti, todėl iš prekybos ir paslaugų sektoriaus atstovų bus laukiama empatiško bei kūrybiško požiūrio į situaciją“, – sako „Mylimiausia“ projektų vadovė Vilija Jurkėnienė.

„Spinter tyrimai“ Lietuvos gyventojų apklausą, kurioje dalyvavo 1015 respondentų, atliko birželio 18-28 dienomis. Apklausos dalyvių amžius – 18-75 metai.