**„Adyen“ pranešimas spaudai**

**2025 m. gegužės 28 d.**

**Lūžis: jau daugiau nei pusė lietuvių išbandė savitarnos kasas**

**Lietuvos mažmeninėje prekyboje įvyko lūžis – daugiau nei pusė šalies gyventojų jau yra išbandę savitarnos kasas, o dažniausiai jomis naudojasi vidutinio amžiaus pirkėjai, rodo pirmaujančios finansinių technologijų platformos „Adyen“ atlikta 2025 m. mažmeninės prekybos ataskaita. Lietuvoje, lyginant su kitomis Baltijos valstybėmis, yra mažiausias procentas pirkėjų, išbandžiusių savitarnos kasas, tačiau tai, pasak ekspertų, tik rodo rinkos potencialą ir prekybininkų investicijų kryptį.**

Nors savitarnos kasos kartais sulaukia viešos kritikos, pavyzdžiui, dėl lėto amžiaus patikrinimo ar pasitaikančių techninių klaidų, apklausos rezultatai rodo, kad šis apsipirkimo būdas pirkėjams yra patrauklus, jis yra sparčiai populiarėjantis Lietuvoje.

Lietuvoje ir 27 kitose šalyse atlikta apklausa atskleidė, kad 51 proc. lietuvių per pastaruosius metus naudojosi savitarnos kasomis. Dažniausiai savitarnos kasomis naudojasi vidutinio amžiaus vartotojai, jas rinkosi dažniau moterys nei vyrai. Vidutinio amžiaus grupėje beveik 60 proc. pirkėjų už prekes ir paslaugas jau atsiskaitė savitarnos kasose. Įdomu tai, kad Lietuvoje vyresnio amžiaus žmonės dažniau atsiskaito tokiu būdu nei jaunimas: tai daro beveik nei pusė 60 ir vyresnių pirkėjų, kai jaunimo tarpe taip mokančių yra 40 proc.

Lyginant su kitomis Baltijos šalimis, Lietuvoje yra mažiausia dalis pirkėjų, išbandžiusių apsipirkimą savitarnos kasose. Estai yra regiono lyderiai, čia 73 proc. pirko automatizuotose kasose, Latvijoje tokių pirkėjų buvo 61 proc. Skandinavijos regione apsipirkimo įpročiai panašūs į Lietuvos. Savitarnos kasas naudoja 53 proc. švedų, 48 proc. danų ir 44 proc. norvegų.

Pasak Tobiaso Lindho, „Adyen“ generalinio direktoriaus Šiaurės ir Baltijos šalims, tai, kad jau daugiau nei pusę Lietuvos vartotojų perka savitarnos kasose, rodo, kad yra įvykęs įpročių lūžis. „Apsipirkimas savitarnos kasose tapo savaime suprantamu dalyku didesnei daliai vartotojų, taip parodant imlumą naujovėms. Matant, koks kitose Baltijos valstybėse populiarus apsipirkimas savitarnos kasose, galima prognozuoti, kad Lietuvoje taip apsiperkančių vartotojų skaičius tik augs, tad ir prekybininkai turėtų didinti investicijas į šią sritį“, – sakė jis ir pridūrė, kad nors prieš kelerius metus savitarnos kasos dėl savo naujumo galėjo kelti tam tikrą vyresnio amžiaus žmonių susierzinimą, šiandien technologiškai pažangios sistemos tapo įprasta dalies jų apsipirkimo rutinos dalimi.

Savitarnos kasų populiarumą patvirtina ir darbo rinkos tendencijos. Prekybos sektorius yra imlus darbuotojams, čia vienas didžiausias laisvų darbo vietų skaičius. Savitarnos kasų diegimas sprendžia trūkstamų darbuotojų klausimą ir padeda pirkėjams greičiau apsipirkti.

Anot T. Lindho, savitarnos kasų naudojimas plečiasi ne tik maisto prekių parduotuvėse, bet ir kituose mažmeninės prekybos ir paslaugų sektoriuose: sporto prekių, baldų, kino centruose ir kitur.

**Jaunimas moka mobiliaisiais telefonais, o vyresnės kartos žmonės pirmenybę teikia debetinėms kortelėms**

Savitarnos kasų populiarėjimas labai atitinka bendrą lietuvių mokėjimo ir apsipirkimo elgseną – derina tradicijas su naujovėmis. Nors Lietuvoje populiarėja ir plačiai diegiamos skaitmeninės paslaugos, daugelis vis dar teikia pirmenybę fizinėms parduotuvėms – pirmenybę fiziniam apsipirkimui teikė kiek daugiau nei 40 proc. respondentų, toks pat kiekis pirko tiek fiziškai, tiek internetu, o kas šeštas pirkėjas Lietuvoje jau pirmenybę teikia internetinėms parduotuvėms.

Vertinant mokėjimo būdą, Lietuvoje nėra vieno dominuojančio atsiskaitymo būdo. Pirkėjai beveik taip pat vienodai teikia pirmenybę mokėjimams grynais, bankiniu pervedimu ir debetine kortele – atitinkamai atsakė 27 proc., 24 proc. ir 22 proc. respondentų. Tai skiriasi nuo kitų Baltijos valstybių, kur populiariausias mokėjimo būdas yra debetinė kortelė.

Debetinės kortelės Lietuvoje ypač populiarios tarp 70 metų ir vyresnių asmenų. Tarp jaunesnių respondentų, 16-30 amžiaus, pastebima kita tendencija – jie atsiskaito skaitmeninėmis piniginėmis, tokiomis kaip „Apple Pay“ ar „Google Pay“. Šioje amžiaus grupėje toks atsiskaitymo būdas yra keturis kartus populiaresnis nei tarp 50-mečių.

Pasak „Adyen“ generalinio direktoriaus Šiaurės ir Baltijos šalims, Lietuvos įmonės turi pripažinti, kad mokėjimo būdai ir vartotojų pageidavimai sparčiai keičiasi. „Mobilieji mokėjimai ir skaitmeniniai sprendimai netrukus nebebus vien tik jaunų žmonių sritis, nes tendencijos rodo, kad vyresnės kartos juos irgi priima. Geriausias to pavyzdys yra savitarnos kasos, kur naudojimasis praktiškai nesiskiria pagal pirkėjų amžių“, – aiškino jis.

*‚Adyen Retail Report‘ tyrimą atliko „Censuswide“. Jame dalyvavo 41 089 reprezentatyvūs respondentai Honkonge, Indijoje, Malaizijoje, Singapūre, Belgijoje, Čekijoje, Danijoje, Airijoje, Norvegijoje, Lenkijoje, Portugalijoje, JAE, Estijoje, Latvijoje, Lietuvoje, Australijoje, Japonijoje, Prancūzijoje, Vokietijoje, Italijoje, Nyderlanduose, Ispanijoje, Švedijoje, Jungtinėje Karalystėje, Brazilijoje, Meksikoje, Kanadoje ir JAV (16 metų ir vyresni). Duomenys buvo renkami nuo 2025 02 26 iki 2025 03 12.*

*„Adyen“ yra pirmaujančių bendrovių pasirenkama finansinių technologijų platforma. Suteikdama visapusiškas mokėjimų galimybes, duomenimis paremtas įžvalgas ir finansinius produktus viename pasauliniame sprendime, „Adyen“ padeda įmonėms greičiau įgyvendinti savo ambicijas. Bendrovė „Adyen“, turinti biurus visame pasaulyje, bendradarbiauja su tokiomis bendrovėmis kaip „Meta“, „Bolt“, „H&M“, „eBay“ ir „Microsoft“.*