**Pranešimas žiniasklaidai**

2025 m. rugsėjo 12 d.

**„Tesla“ ar „Toyota“? Ekspertas paaiškino, kaip automobilius renkasi skirtingos kartos**

**Automobilio markė šiandien gali atskleisti ne tik vairuotojo skonį, bet ir skirtingų kartų požiūrį bei įpročius.** **Pasak „Citadele Leasing“ Lietuvos filialo vadovo Vaidoto Gursko, didžiausią įtaką automobilių pirkimams per 2025 m. pirmuosius aštuonis mėnesius turėjo tūkstantmečio karta *(angl. millennials)*, konservatyviausi išliko vyriausi vairuotojai, o jauniausi Z kartos pirkėjai vis dažniau renkasi „premium“ ar elektrifikuotus modelius.**

**Aktyviausi pirkėjai Lietuvoje – tūkstantmečio karta**

2025 m. pirmų aštuonių mėnesių „Citadele Leasing“ Lietuvos filialo duomenimis, Lietuvoje daugiau nei pusė visų sandorių (52,8 proc.) teko naujiems automobiliams, o naudoti sudarė 47,2 proc. Beveik pusę pirkimų (49 proc.) atliko tūkstantmečio kartos atstovai (29–44 m. asmenys), trečdalį (36 proc.) – X karta (45–60 m. asmenys), Z karta (13–28 m. asmenys) sudarė 6 proc. sandorių, o vyriausieji pirkėjai, vadinamoji „baby boomers“ karta (61–79 m. asmenys), įsigijo 9 proc. automobilių.

Populiariausių įsigytų naujų automobilių penketuką Lietuvoje sudaro „Toyota“ (36,3 proc.), „Volkswagen“ (21,8 proc.), „Audi“ (8,8 proc.), „Tesla“ (8,3 proc.) ir „Škoda“ (6,4 proc.).

„Toyota“ išlieka pirmu pasirinkimu visose amžiaus grupėse, tačiau pastebime, kad Z kartos vairuotojai vis labiau linksta prie „Audi“ ar „Volkswagen“ markių automobilių, o tarp tūkstantmečio kartos į trejetuką patenka ir „Tesla“. Tai rodo, kad jaunesni pirkėjai vis labiau vertina inovatyvumą, aplinkai draugiškesnius sprendimus, o vyresnės kartos renkasi patikrintus, ilgametę reputaciją turinčius gamintojus“, – komentuoja V. Gurskas.

Tarp naudotų automobilių Lietuvoje tendencijos kiek kitokios – „Toyota“ ir „Volkswagen“ išlieka lyderiai, tačiau Z kartai artimesnės „Škoda“ ar „Audi“, tarp tūkstantmečio kartos pasirinkimų atsiranda ir „BMW“, o vyresni pirkėjai dažniau renkasi „Škoda“.

**Latvijoje lyderiauja „Volkswagen“, bet populiarėja „Cupra“ ir „BYD“**

Lizingo bendrovės duomenimis, Latvijoje nauji automobiliai per aštuonis šių metų mėnesius sudarė lygiai pusę sandorių. Pirkėjų amžiaus grupės išsidėstė taip pat kaip Lietuvoje: 49 proc. sudarė tūkstantmečio karta, 36 proc. – X karta, Z karta – 6 proc., o „baby boomers“ – 9 proc.

Latvijoje labiausiai išsiskyrė markių populiarumas. Čia lyderiauja „Volkswagen“ (22,6 proc.), antroje vietoje – „Škoda“ (16,6 proc.), trečioje – „Toyota“ (14,9 proc.). Į penketuką patenka ir „Cupra“ (4,6 proc.) bei kinų gamintojas „BYD“ (3,8 proc.).

„Latvijos rinka demonstruoja atvirumą naujovėms. „Cupra“ ir „BYD“ įsitvirtinimas tarp populiariausių prekės ženklų rodo, kad pirkėjai čia yra linkę drąsiau išbandyti netradicinius gamintojus. Tai išskiria Latviją iš kitų Baltijos šalių. Be to, nei Latvijoje, nei Estijoje nėra „Tesla“ atstovybės, tad šiose rinkose „BYD“ tampa lengviau prieinama alternatyva“, – teigia V. Gurskas.

**Estija: mažiausia rinka, bet didžiausia jaunimo dalis**

Estijoje daugiau nei pusė sandorių (55,2 proc.) teko naudotiems automobiliams, o nauji sudarė 44,8 proc. Ten išsiskyrė ir pirkėjų amžiaus grupės – Z karta sudarė 11 proc. visų pirkėjų, beveik dvigubai daugiau nei Lietuvoje ar Latvijoje. Tūkstantmečio karta sudarė 47 proc., X karta – 35 proc., „baby boomers“ – 7 proc.

Į populiariausių naujų automobilių penketuką Estijoje pateko „Toyota“ (11,9 proc.), „Škoda“ (11 proc.), „Volkswagen“ (8,6 proc.), „BYD“ (3,3 proc.) ir „BMW“ (2,4 proc.).

„Estijos pirkėjai išsiskiria tuo, kad regione nemažą rinkos dalį užima jaunimas – Z kartos dalis rinkoje yra dvigubai didesnė nei kaimyninėse šalyse, todėl nauji elektrifikuoti gamintojai turi galimybę greičiau įsitvirtinti. Nors pati rinka išlieka mažiausia, tendencijos gana ryškios“, – teigia V. Gurskas.

Anot eksperto, automobilių rinkos kryptį artimiausiais metais kartų skirtumai lems vis labiau. „Jaunesni pirkėjai dairosi inovatyvumo ir išskirtinumo, vyresni – žinomo ir patikimo kokybės garanto. Gamintojai, gebantys subalansuoti šiuos poreikius, turės stipriausias pozicijas visame regione“, – apibendrina banko atstovas.