



APKLAUSA APIE E. PREKYBĄ





Business activity of company and subsidiaries
Data and progress of activity

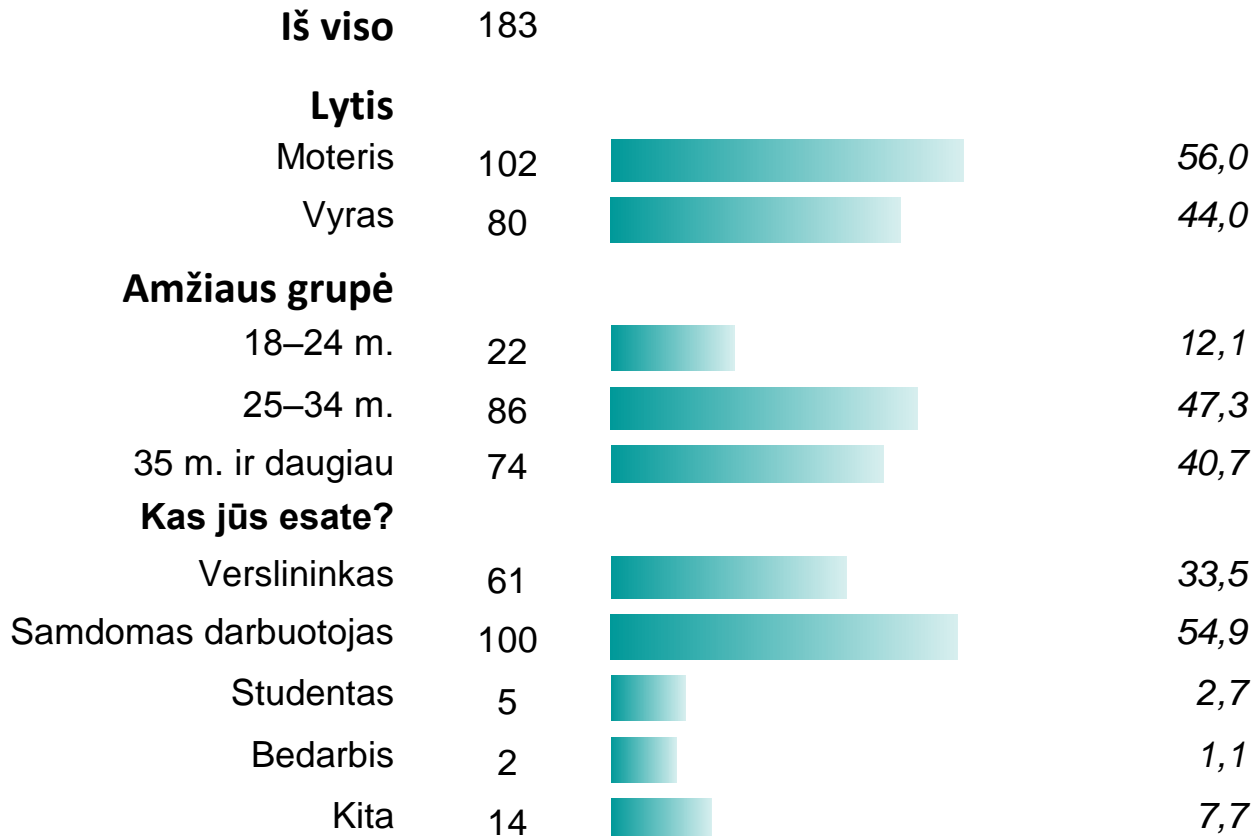
Tyrimo rezultatų apibendrinimas

- Tyrimo apklausoje dalyvavo 183 respondentai, todėl analizuojamus rezultatus reikia vertinti su +/-7,2% paklaida.
- Apklausos rezultatai parodė, kad apsipirkinėjimas internetu tampa vis populiarešnis apsipirkimo būdas. 6 iš 10 respondentų (58%) internetu apsiperka kartą per mėnesį. Nepaisant to, reikia pastebėti, kad kol kas apsipirkinėjimas internetu Lietuvoje nėra pasiekęs savo epogėjaus, nes apsipirkinėjančių elektroninėje erdvėje dažniau nei 1 kartą per savaitę yra vos 6%.
- Dažniausiai apsipirkimas elektroninėse parduotuvėse yra pasirenkamas dėl patogumo ir paprastumo (72%). Tam įtakos turi patogus apmokėjimas, galimybė įsigyti reikiamą paslaugą ar produktą neišėjus iš namų, racionalus kainos vertinimas, kai galima palyginti to paties produkto ar paslaugos kainas skirtingose parduotuvėse, taip pat operatyvus su produktu susijusios informacijos gavimas. Antroje vietoje rikiuojasi patrauklesnė kaina (59%).

Tyrimo rezultatų apibendrinimas

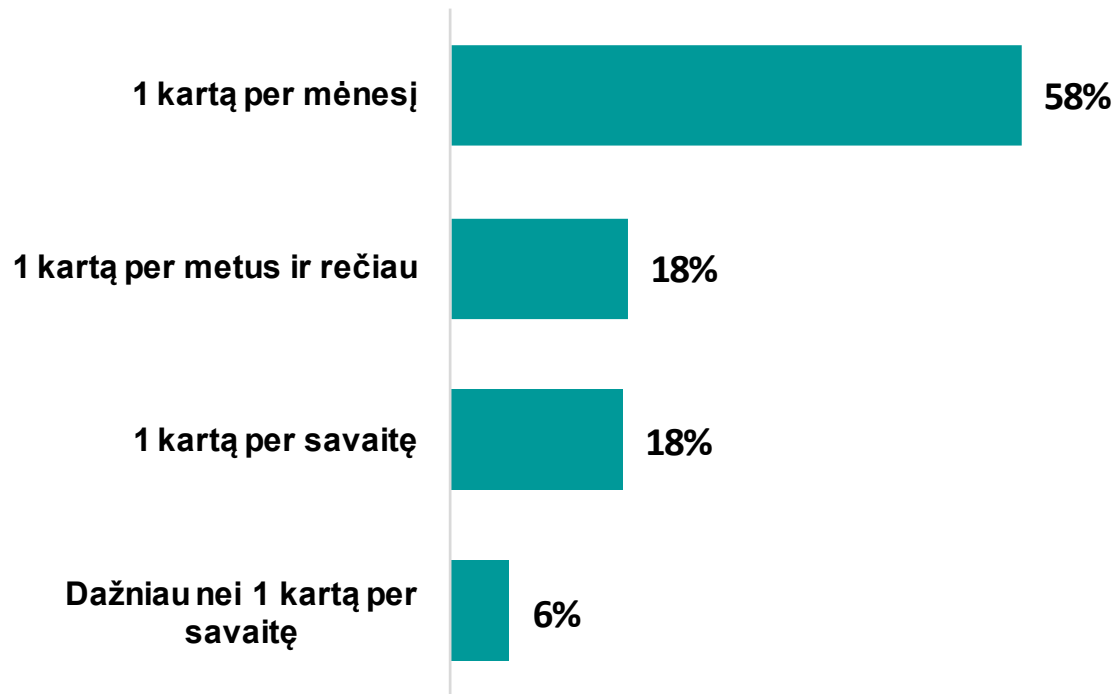
- Analizuojant socio – demografines charakteristikas, pastebima, kad vyrai statistiškai reikšmingai dažniau nurodo, jog apsipirkimą elektroninėse parduotuvėse lemia siūloma mažesnė produktų/ paslaugų kaina. Pastebima, kad 25-34 m. amžiaus žmonės elektronines parduotuves dažniau renkasi dėl laiko stokos bei didesnės prekių įvairovės, o 18-34 m. amžiaus grupei priklausantys respondentai statistiškai reikšmingai dažniau elektronines parduotuves renkasi dėl didesnės prekių įvairovės. Galima daryti prielaidą, kad asmenis, priklausančius 25-34 m. amžiaus grupei, apsipirkinėjimą elektroninėse parduotuvėse skatina įsibėgėjusi karjera, kuriamos šeiminės partnerystės ir su tuo kylantis didesnis užimtumas.
- Svarbu pastebėti, kad apklausos dalyviai, kurie apsipirkinėja elektroninėse parduotuvėse kartą per mėnesį ar dažniau nei 1 kartą per savaitę, statistiškai reikšmingai dažniau tai daro dėl patogumo ir paprastumo.
- Tyrimo rezultatai atskleidė, kad respondentams apsipirkant elektroninėse parduotuvėse labiausiai nepatinka, jog visos prekės yra su akcijomis, kurios apsunkina realios kainos suvokimą (43%), asmens duomenų pateikimas elektroninėje erdvėje (43%), nepatogus prekių pristatymas (34%). Svarbu pastebėti, kad nepatogus prekių pristatymas statistiškai reikšmingai labiau erzina tuos apklausos dalyvius, kurie e. parduotuvėse apsiperka 1 kartą per savaitę.
- Didžiausią pridėtinę vertę, apsipirkant e. parduotuvėse kuria galimybė racionaliai vertinti kainą – galimybė vietoje palyginti kainą, prekę ar paslaugą nusipirkti mažesne kaina (atitinkamai 45% ir 61%). Pagal socio – demografines charakteristikas, statistiškai reikšmingai dažniau e. parduotuvėse apsiperkantieji 1 kartą per savaitę nurodė, kad pridėtinę vertę kuria galimybė greitai apsipirkti, kai apsiperkantieji 1 kartą per mėnesį reikšmingai dažniau akcentavo saugaus apsipirkimo aspektą.

Socio – demografinė informacija

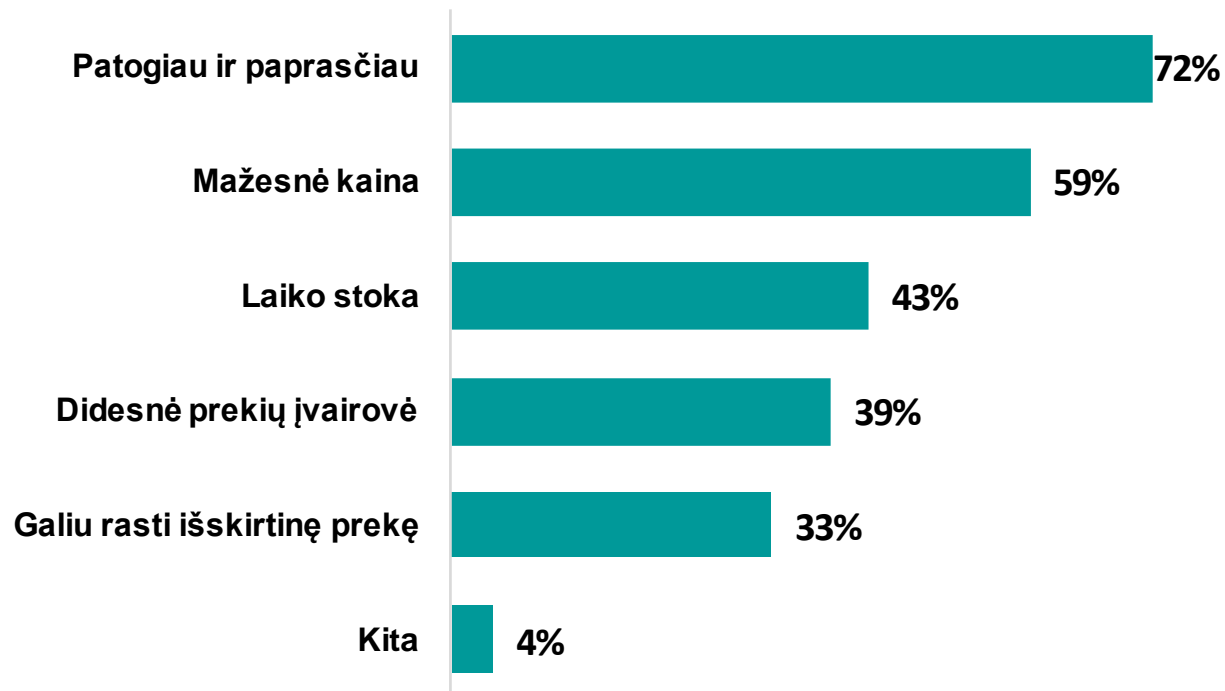


Apsipirkinėjimas internetu

Kaip dažnai apsiperkate internetu?



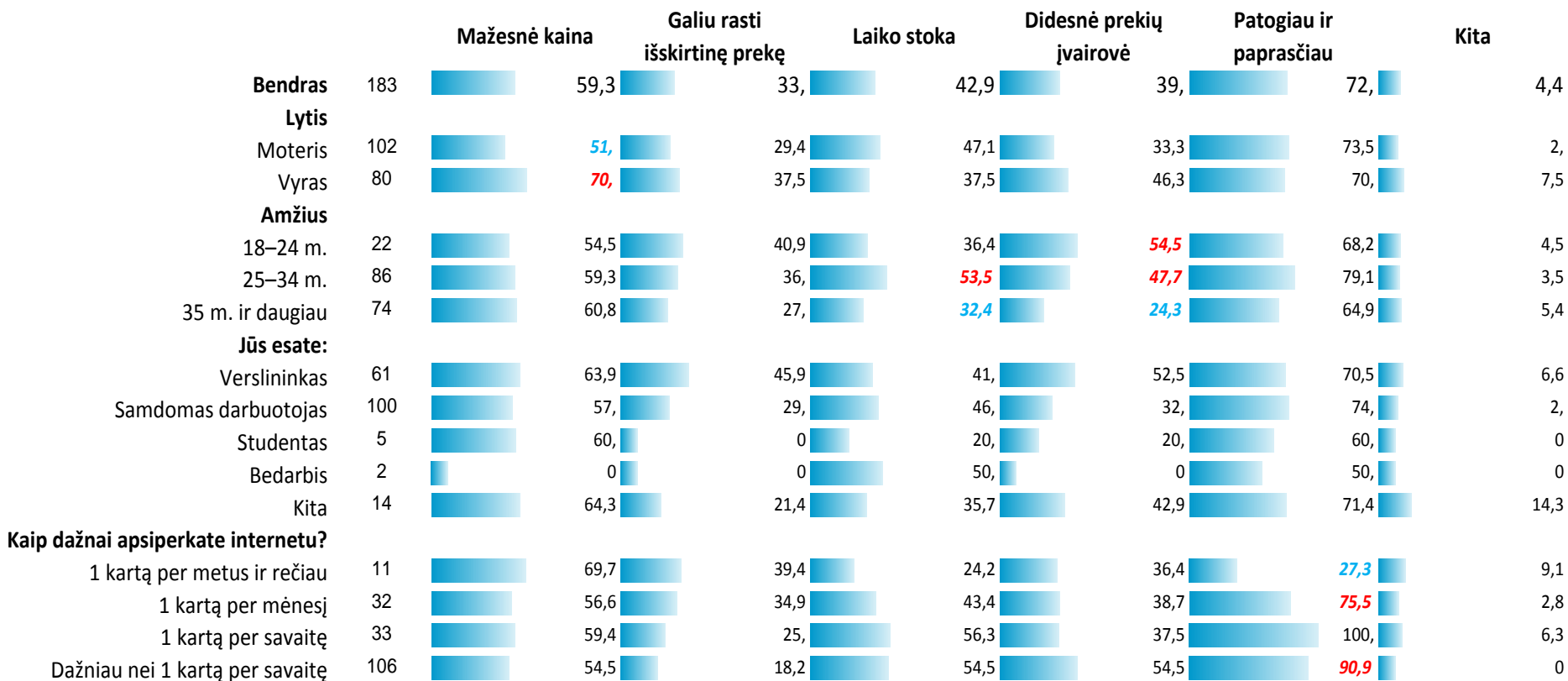
Dažniausios naudojimosi e. prekyba priežastys



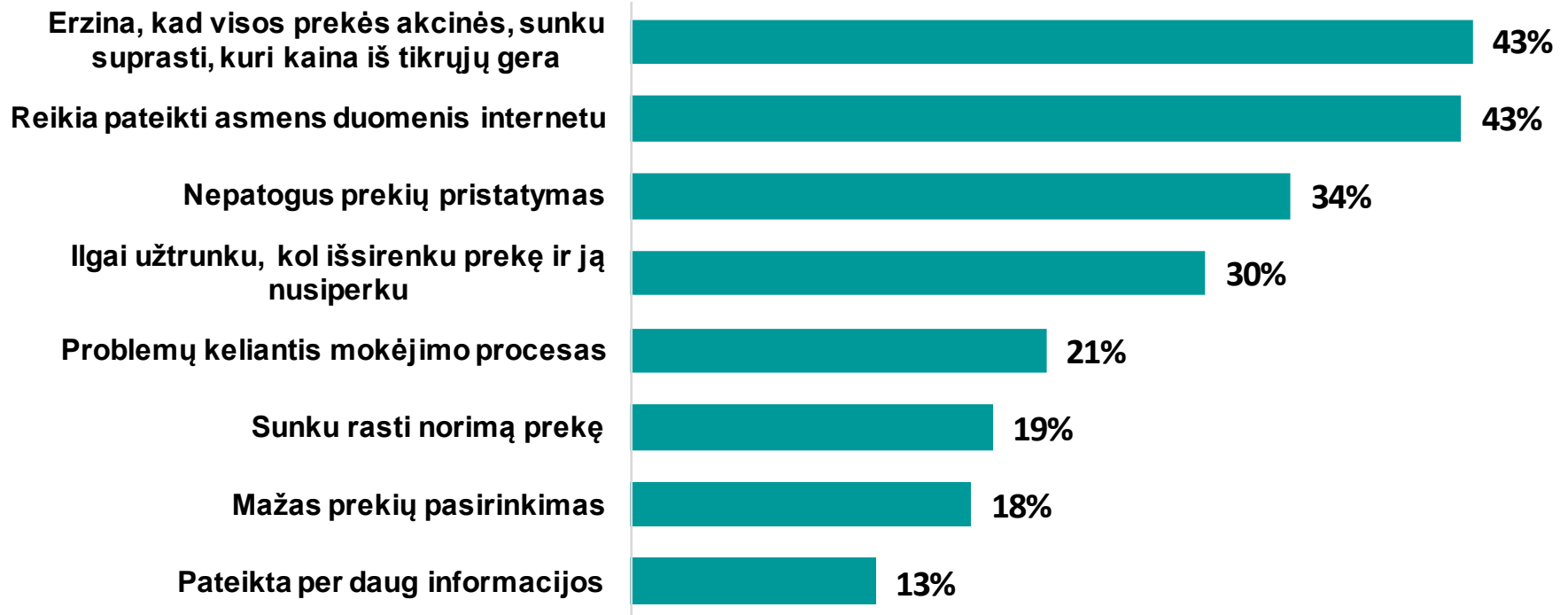
Dažniausios naudojimosi e. prekyba priežastys. KITA

Kita	N
Apsipirkinėju ne LT parduotuvėse, patinka paprastas apmokėjimo būdas-paypal	1
Ats į 3. kl. patikimas pardavėjas dažnai nesiunčia į Lietuvą	1
Dėl bendro išsilavinimo	1
Esu neįgalus	1
Galima išsami analizė ir pasirinkimas tarp pakaitalų	1
Galiu iš to uždirbti	1
Galiu palyginti kainas	1
Galiu tiek pats susižinoti greitai informaciją apie dominančią prekę ar paslaugą, arba pasikonsultuoti online su konsultantu, arba nusiuntęs užklausą apie mane dominančius dalykus ir gauti operatyviai atsakymą. Gaila, kad fizinesėse parduotuvėse	1
Perkam ir užsienio e-shopuose, nes Lietuvoj nerandam ko reikia	1
Vaikai	1

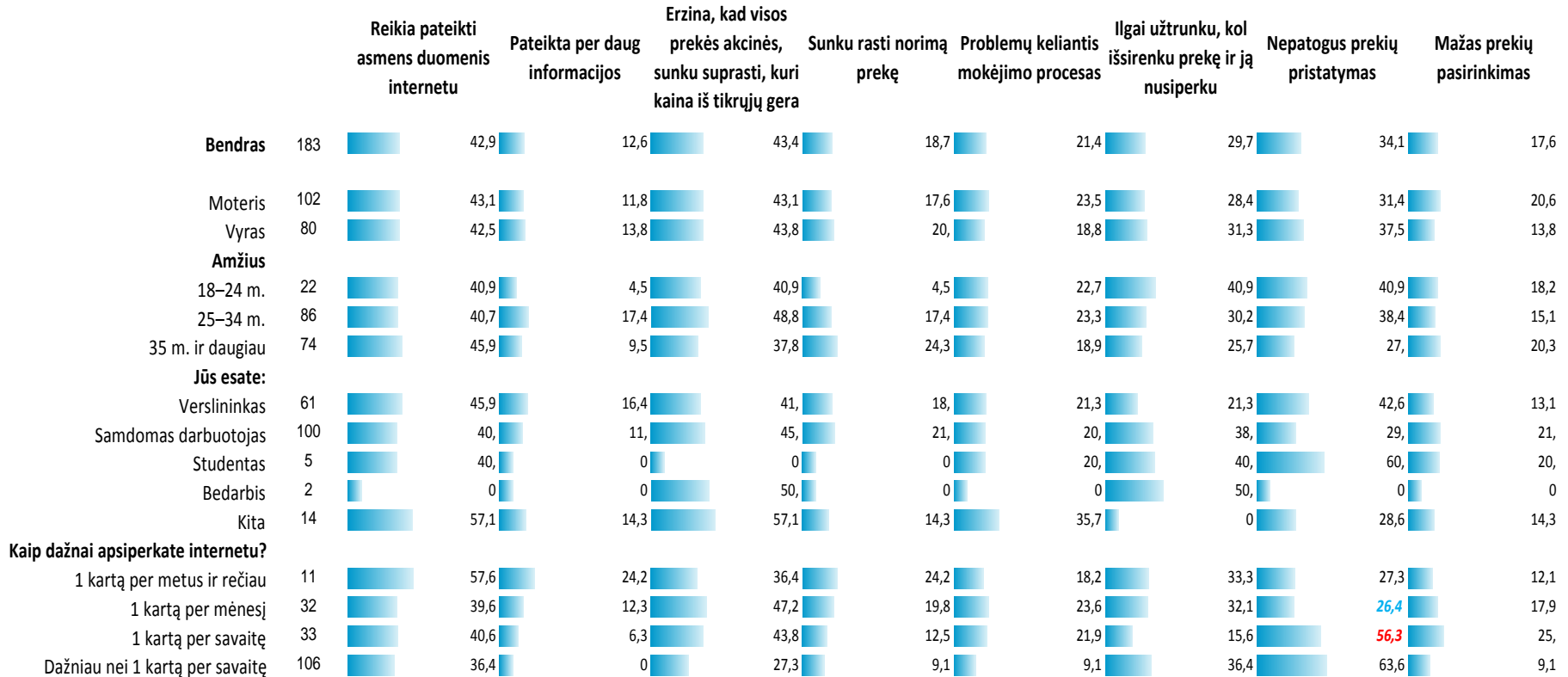
Dažniausios naudojimosi e. prekyba priežastys. PJŪVIAI



Kas nepatinka apsiperkant e. parduotuvėse



Kas nepatinka apsiperkant e. parduotuvėse. PJŪVIAI



Kas kuria pridėtinę vertę apsiperkant e. parduotuvėse



Kas kuria pridėtinę vertę apsiperkant e. parduotuvėse. KITA

Kita	N
Deja, Lietuvoje internetinės parduotuvės neveikia taip, kaip kituose Europos šalyse. Jų tiesiog nėra.	1
Galimybė apsipirkti bet kuriuo paros metu	1
Galimybė sutaupyti laiką	1
Internete galima palyginti kainas skirtingų pardavėjų, kad neapsigautum	1
Laiko taupymas, galimybė kontroliuoti išlaidas	1
Man absoliučiai viskas patinka apsiperkant el. parduotuvėje. tačiau jūs mane verčiate išsirinkti tris variantus, kurie man NEPATINKA. Nesuprantu, kodė nepaliekate galimybės nežymėti. Tai manipuliavimas apklausa.	1
Nemokamas ir greitas pristatymas	1
Patogumas, laiko taupymas, galimybė gauti prekę kada nori ir gali	1
Prekės, kurių nėra Lietuvos rinkoje, pvz Amazon knygos.	1
Susitariau, kur, kada atsiimti interaktyviai - tiesiog kurjeris gaudė mane kur aš bebūčiau	1

Kas kuria pridėtinę vertę apsiperkant e. parduotuvėse. PJŪVIAI I

Greitas prekių pristatymas Greitas apsipirkimas Greitas norimos prekės radimas Galimybė nusipirkti mažesne kaina Galimybė įsigyti išskirtinę prekę

Bendras 183 37,9 37,9 37,9 61, 28,

Lytis

Moteris 102 38,2 43,1 36,3 53,9 25,5

Vyras 80 37,5 31,3 40, 70, 31,3

Amžius

18–24 m. 22 45,5 36,4 40,9 63,6 31,8

25–34 m. 86 44,2 40,7 38,4 59,3 27,9

35 m. ir daugiau 74 28,4 35,1 36,5 62,2 27,

Jūs esate:

Verslininkas 61 34,4 37,7 39,3 54,1 31,1

Samdomas darbuotojas 100 42, 37, 33, 65, 26,

Studentas 5 40, 40, 40, 60, 20,

Bedarbis 2 0 50, 50, 50, 0

Kita 14 28,6 42,9 64,3 64,3 35,7

Kaip dažnai apsiperkate internetu?

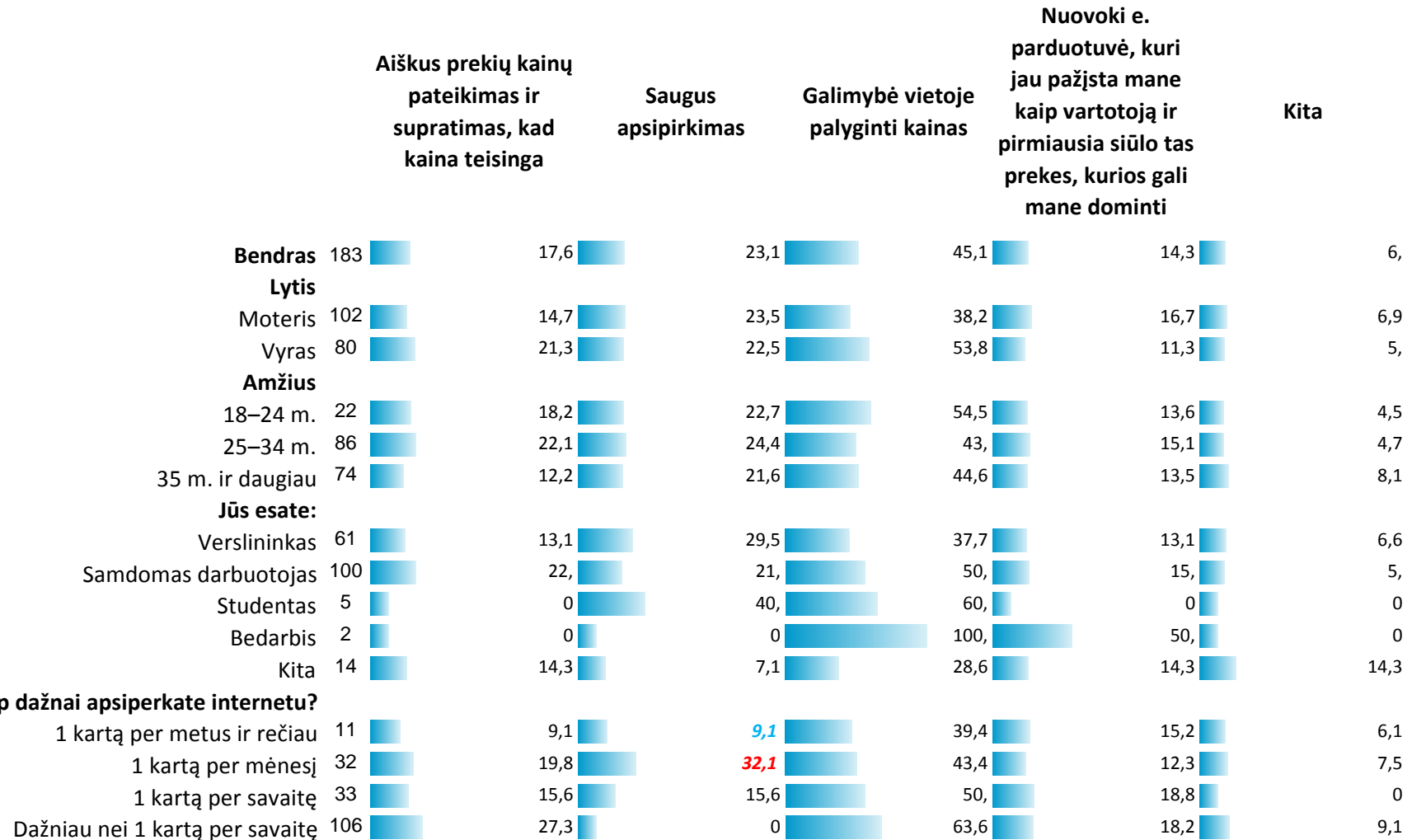
1 kartą per metus ir rečiau 11 33,3 21,2 18,2 66,7 36,4

1 kartą per mėnesį 32 36,8 35,8 39,6 60,4 26,4

1 kartą per savaitę 33 50, 56,3 46,9 62,5 31,3

Dažniau nei 1 kartą per savaitę 106 27,3 54,5 54,5 45,5 9,1

Kas kuria pridėtinę vertę apsiperkant e. parduotuvėse. PJŪVIAI II



Dovilė Radavičiūtė

Tyrimų padalinio vadovė

dovile.r@rait.lt

Lukas Vabalas

Duomenų analizės ir
apdorojimo specialistas

lukas@rait.lt

