

RINKA LAUKIA: KADA PIRKIMAS INTERNETU TAPS ĮPROČIU



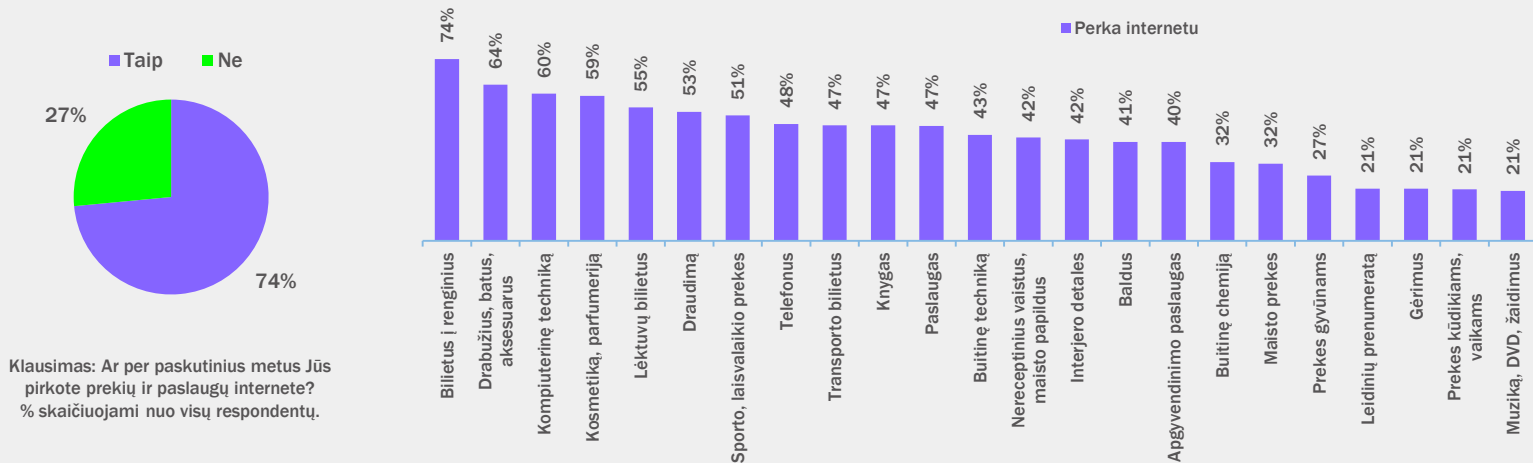
74% LIETUVOS INTERNETO VARTOTOJŲ PERKA INTERNETU

OMD THE FUTURE OF LITHUANIA tyrimų projekto duomenimis, 74% Lietuvos interneto vartotojų perka internetu. Ar toks didelis įsitraukimas į šį pirkimo kanalą vis dar yra pirmojo pabandymo lygmenyje, ar jau susiformavo įprotis?

Jei reiktų išskirti kategoriją, kurios pirkimas internetu jau tapo įpročiu, tai būtų bilietai ir renginiai: juos internetu perka 74% interneto pirkėjų. Kalbant apie kitas kategorijas, 6 iš 10 perkančiųjų internetu perka drabužius ir aksesuarus, taip pat 6 iš 10 perka kompiuterinę techniką. Visgi, tai kategorijos, kurių apsipirkimų skaičius per metus yra mažas. Tuo tarpu greito vartojimo prekių pirkėjų internete skaičius yra nuosaikesnis. Pavyzdžiui, maisto prekes internetu bent kartą užsisakė 32% pirkėjų, gėrimus - 21%.

Tikėtina, kad sumažėjus pardavėjų skaičiui, bankrutavus *Fresh Market* internetinei prekybai (info: <http://vz.lt/sektoariai/prekyba/2015/08/19/fresh-marketpaskelbtas-bankrotas>), vartotojai bus linkę migruoti pas kitus internetinius pardavėjus nei grįžti į įprastas parduotuves. Tyrimo duomenys rodo, kad 57% interneto vartotojų tikrai ketina pirkti internete bent tiek pat, kiek pirkė iki šiol, o 16% ketina pirkti dar dažniau nei iki šiol.

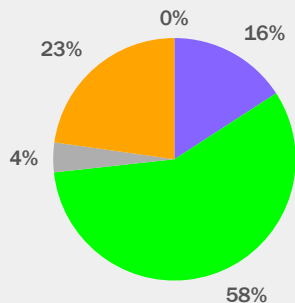
Kasdienių prekių pirkėjai daugiausia yra jaunimas, pavyzdžiui 45% 20-29 m. amžiaus jaunimo yra užsakinėję maisto prekes į namus internetu. Taip pat didesnė tikimybė, kad poros, gyvenančios didmiesčiuose, rinksis užsisakyti maisto prekes internetu. Žinoma, tai sąlygoja ir pati galimybė - paties pardavimo kanalo egzistavimas gyvenamoje vietoje. Štai, analizuojant vilniečius, matyti, kad 62% iš jų yra išbandę maisto prekių pirkimą internetu.



77% INTERNETO VARTOTOJŲ PRIPAŽĮSTA, KAD PIRKTI INTERNETE PATOGU

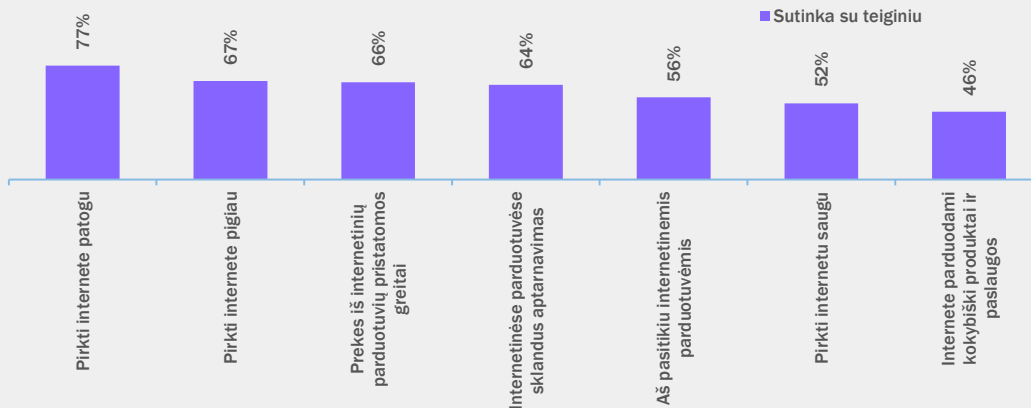
Pernai metų *Euromonitor (Euromonitor International: Retail in Lithuania, 2014)* duomenys rodė, kad 2014 m. internetinė prekyba sudarė 5% visos prekybos rinkos vertės. OMD tyrimo duomenys rodo, kad 23% interneto vartotojų neketina pirkti internetu, o visi likusieji - arba jau perka, arba pradės pirkti. Tad potencialo didėti internetinės prekybos rinkos daliai yra, tačiau tam reikalingas dabartinių pirkėjų krepšelio nuoseklus augimas. Kas pradės pirkti internetu, o kas nepradės? Sunkiausiai „priratinami“ prie internetinės prekybos yra 40 m. ir vyresni gyventojai, miestelių ir kaimų gyventojai, žemesnio išsilavinimo pirkėjai. Tai sutampa su bendra tendencija, kad šios gyventojų grupės lėčiau priima naujoves.

Vartotojai supranta ir įvertina internetinės prekybos teikiamus privalumus: 77% interneto vartotojų pripažįsta, kad pirkti internete patogiu, 66% - sutinka, kad internete apsipirkti yra pigiau nei įprastose parduotuvėse, taip pat 66% teigiamai vertina prekių į namus pristatymo greitį. Visgi didžioji dalis pirkėjų internetu yra retai beperkantys - 72% perka internetu 1-3 kartus per pusę metų ar rečiau. Tai reiškia, kad per metus jie atlieka vos keletą pirkimų internete. O, lyginant su 2014 metų duomenimis, dažnų pirkėjų, apsiperkančių internetinėse parduotuvėse bent kartą per savaitę ir dažniau, daugėja (2015 09 - 6%, 2014 09 - 4%).



- Taip, pirksiu dažniau
- Taip, pirksiu tiek pat, kiek iki šiol
- Taip, pradėsiu pirkti internetu
- Ne, nepirksiu internetu
- Sunku pasakyti

Klausimas: Ar per ateinančius metus Jūs ketinate pirkti internete?
% skaičiuojami nuo visų respondentų.



Klausimas: ar Jūs sutinkate, ar nesutinkate su išvardytais teiginiais?
% skaičiuojami nuo visų respondentų.