

Per pastarąjį dešimtmetį e. prekyba iš esmės pakeitė žmonių apsipirkimo internetu įpročius. Tarptautinis „DPD“ „E. barometro“ tyrimas rodo, kad lietuviams vis svarbesnė tampa kaina, patikimumas ir patogumas, o pirkimai iš Azijos užleidžia vietą regioniniams e. pardavėjams. Kaip šiandien atrodo lietuviškas e. pirkėjas, kai apsipirkimas tapo planuota strategija, o ne spontanišku veiksmu?

„Jei anksčiau pirkimas internetu buvo smalsumo ar patogumo reikalas, šiandien jis tapo kasdienybe ir apgalvota finansine strategija. „E. barometro“ tyrimo rezultatai rodo, kad lietuviai bręsta – jie renkasi atsakingiau, planuoja iš anksto ir vis dažniau priima sprendimus, kurie jiems patogūs ne tik šiandien, bet ir ilgalaikėje perspektyvoje“, – sako „DPD Lietuva“ pardavimų ir rinkodaros vadovas Baltijos šalims Gabrielius Bilevičius.

Vis dažniau planuoja pirkinius

Tyrimas parodė, kad svarbiausiu veiksmu apsiperkant lietuviams tapo kaina. Lyginant su 2023 m., šis kriterijus padidėjo 11 procentinių punktų – tai didžiausias šuolis visame tyrime.

„Kaina šiandien yra pagrindinis pirkimo kriterijus – pirkėjai mąsto strategiškai ir planuoja iš anksto. Tyrimo rezultatai patvirtina, kad Lietuvoje stiprėja ir vadinamoji „deal“ kultūra – žmonės nebeperka spontaniškai, jie laukia išpardavimų, stebi kainas, įtraukdami apsipirkimą į savo biudžeto planavimą“, – teigia G. Bilevičius.

Apsipirkimas internetu lietuviams vis dažniau tampa dalimi asmeninių finansų planavimo. Tyrimas rodo, kad požiūris, jog pirkimas internetu padeda sutaupyti, per pastaruosius du metus išaugo 9 procentiniais punktais.

Tai reiškia, kad elektroninė prekyba jau nebelaikoma tik patogesne alternatyva tradicinei parduotuvei – ji tapo sąmoningu pasirinkimu, padedančiu taupyti ir priimti apgalvotus finansinius sprendimus.

Tyrimas atskleidė, kad e. prekyboje sparčiai auga antrinės (angl. „second-hand“) prekybos rinka, kurią aktyviausiai formuoja Z kartos vartotojai. Ši pirkėjų grupė elgiasi itin sąmoningai – jie dažniau renkasi tvarumą, vertina galimybę pratęsti daiktų gyvenimo ciklą ir į skaitmeninę prekybą žiūri kaip į būdą ne tik pirkti, bet ir keistis vertingais daiktais.

Patogumas – vienas svarbiausių prioritetų

Tyrimas taip pat atskleidė, kad lietuviai vis labiau vertina patogumą – net 78 proc. internetu apsiperkančių Lietuvos gyventojų teigia, jog paštomatai yra jų mėgstamiausias

būdas atsiimti prekes.

Tuo metu kiti pristatymo būdai tampa mažiau populiariūs arba tinkamiausi tam tikroms specifinėms gyvenimiškoms situacijoms – pristatymas į namus per metus sumažėjo 9 procentiniais punktais, tiek pat – atsiėmimas pašte, o grąžinimai fizinėse parduotuvėse – net 10 procentinių punktų.

„Tai rodo, kad bekontaktis, 24 valandas per parą prieinamas atsiėmimo būdas tapo įprastu vartotojų lūkesčiu. Būtent dėl šios priežasties plečiame savo paštomatų tinklą visoje Lietuvoje – vien šiemet šiam tikslui skirsime 800 tūkst. eurų ir padidinsime paštomatų skaičių šalyje iki 420, kad patogus pristatymas būtų prieinamas dar platesniam pirkėjų ratui“, – teigia „DPD Lietuva“ pardavimų ir rinkodaros vadovas Baltijos šalims.

Renkasi kaimyninių šalių produktus

Atliktas tarptautinis „E. Barometro“ tyrimas pabrėžė ir ryškų lietuvių apsipirkimo geografijos pokytį. Per du metus pirkimai iš Azijos šalių sumažėjo 9 procentiniais punktais, tačiau išaugo pirkimai iš kaimyninių šalių, pavyzdžiui, Latvijos bei Estijos.

Pasak G. Bilevičiaus, tokią kryptį lemia keli veiksniai – greitesnis pristatymas, paprastesnis grąžinimas ir didesnis pasitikėjimas vietiniais ar regioniniais pardavėjais. Be to, vis daugiau pirkėjų renkasi Europos e. parduotuves dėl patikimesnės kokybės, vartotojų teisių apsaugos ir aiškesnių pristatymo terminų.

„Ši tendencija rodo, kad pirkėjams vis svarbesnis tampa ne tik kainos ir kokybės santykis, bet ir viso proceso patikimumas. Pirkdami iš kaimyninių šalių, vartotojai jaučiasi užtikrinčiau – jie žino, kada gaus siuntą, kam ją patikėjo, ir, kad prireikus grąžinimas bus paprastas bei greitas“, – pabrėžia „DPD Lietuva“ pardavimų ir rinkodaros vadovas Baltijos šalims.

„E. barometro“ tyrimas – tarptautinė „DPD group“ apklausa, kasmet analizuojanti e. prekybos tendencijas ir vartotojų elgseną. 2025 m. tyrime dalyvavo daugiau nei 30 tūkst. respondentų iš 22 Europos Sąjungos šalių, įskaitant Lietuvą.

