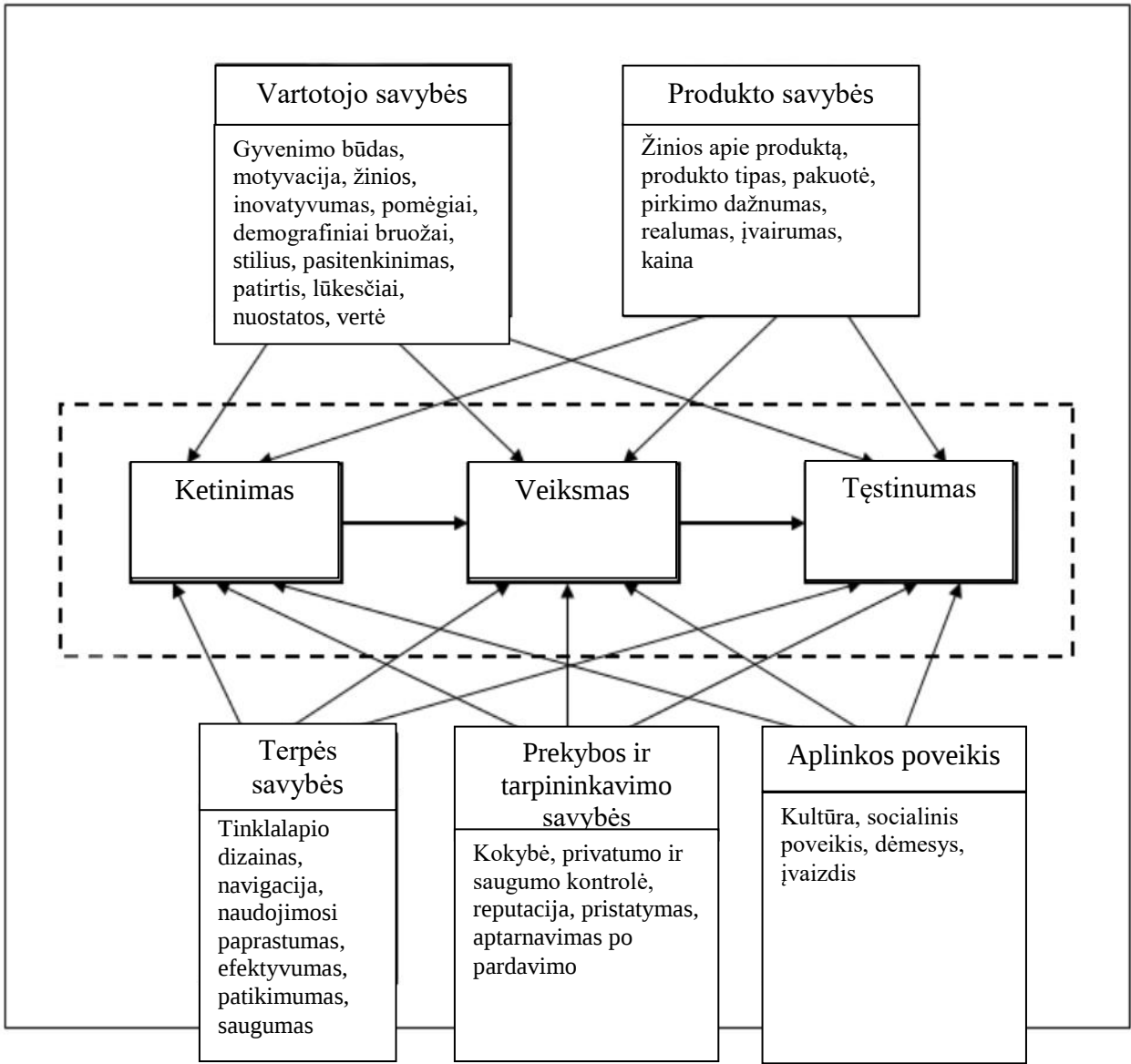


PRIEDAI

Priedas A. Vartotojų internetinio pirkimo elgsenos analizės modelis (Chan et al., 2003)



Priedas B. Veiksniai darantys įtaką apsisprendimui pikti

	Sipos, 2018b	Goward, 2018	Schwab, 2017	Sabadka, 2013	Čeidaitė, 2014	Deloitte, 2015	Zheng, Yu and Jin, 2017	Agnihotri et al., 2017	Oblinger, 2003	Bolton et al., 2013	Valaei and Nikhashemi, 2017	
Greitis	+	+		+					+	+		
Įmonės įvaizdis	+	+			+					+	+	
Integralumas	+			+	+					+	+	
Interaktyvumas	+				+				+			
Kaina			+			+					+	
Lūkesčių patenkinimas	+	+					+	+				
Nuomonės lyderiai	+											
Pasitikėjimas įmone		+			+							
Patogumas	+		+									
Produkto supratimas		+						+				
Saviraiškos pojūtis	+	+		+						+	+	
Personalizuotas produktas		+		+						+	+	
Tapatumas su produktu	+	+						+		+	+	
Vartotojų nuomone internete							+		+	+		
Vertės pasiūlymas	+	+	+		+	+	+	+				

Šaltinis: sudaryta autoriaus

C Priedas. Žiūrovų pasiskirstymas pagal šalį

Geografija	Žiūrėjimo laikas (minutėmis)	Procentai
Lietuva	535666	88,5 %
Jungtinė karalystė	29837	4,9 %
Norvegija	10173	1,7 %
Airija	5042	0,8 %
Danija	3734	0,6 %
Švedija	3715	0,6 %
Nyderlandai	2855	0,5 %
Jungtinės Valstijos	981	0,2 %
Iš viso	605539	100 %

Šaltinis: sudaryta autoriaus, remiantis privačios „Youtube“ paskytos duomenimis

D Priedas. Žiūrovų pasiskirstymas pagal naudojamą įrenginį

Įrenginio tipas	Žiūrėjimo laikas (minutėmis)	Peržiūros	Vidutinė peržiūros trukmė
Mobilusis telefonas	320981	81054	3:57
Kompiuteris	241668	57210	4:13
Planšetinis kompiuteris	26060	6517	3:59
Televizorius	18216	2907	6:15
Žaidimų pultas	1619	265	6:06
Kita	228	52	4:23

Šaltinis: sudaryta autoriaus, remiantis privačios „Youtube“ paskytos duomenimis

Priedas E. Apklausos klausimynas

Sveiki, esu Vilniaus Gedimino technikos universiteto, elektroninių medijų vadybos magistrantūros studentas. Atlieku tyrimą apie socialinių medijų svarbą Y kartos vartotojų (gimusių tarp 1981-2000 m.) apsisprendimo pirkti procese. Apklausa yra anoniminė. Užtikrinu, kad visi gauti duomenys bus nuasmeninti. Maloniai prašau užpildyti šią anketą, atsakant į kiekvieną klausimą.

Dėkoju, kad dalyvavote apklausoje!

1. Ar Jūs esate gimęs tarp 1981-2000 m.?

- Taip
- Ne

2. Jūsų nuomone, ar socialinėse medijose (pvz. Youtube, Facebook, Instagram ir pan.) skleidžiama informacija daro poveikį apsisprendimui pirkti?

- Taip
- Ne

3. Ar Jūs asmeniškai per pastaruosius 24 mėnesius pirkote internetu?

- Taip
- Ne

4. Kurie iš žemiau pateiktų teiginių geriausiai paaiškina kodėl Jūs asmeniškai perkate internetu?

- Prekių pristatymo greitis
- Prekės ženklo žinomumas
- Suprantami prekių aprašymai
- Geriausia kaina
- Nėra papildomų mokesčių
- Prekę pristatoma į namus arba atsiėmimo punktą
- Taikomos nuolaidos
- Reklama
- Pirkimas internetu yra interaktyvesnis nei pirkimas gyvai
- Patogumas
- Kita (įrašykite)

5. Ar Jūs asmeniškai per pastaruosius 24 mėnesius naudojotės socialinių medijų tinklalapiais (pvz. Youtube, Facebook, Instagram ir pan.)?

- Taip
- Ne

6. Kuri medija Jums priimtinausia (gerina konkrečių prekių ar e. parduotuvės žinomumą):

- Socialiniai tinklai (pvz. Facebook, Instagram, LinkedIn)
- Internetinės parduotuvės (pvz. pigu.lt, ebay.com)
- Diskusijų, forumų svetainės (pvz. BMW Klubo Forumas, Supermamų klubas)
- Tinklaraščiai (pvz. thespruce.com, smartpassiveincome.com)
- Mikrotinklaraščiai (pvz. Twitter)
- Kontekstinė informacija paieškos sistemose (pvz. google.com, yahoo.com)
- Wiki (pvz. wikipedia.org)
- Transliuojamosios medijos (pvz. Podkast, Youtube, Netflix)
- Naujienų portalai (pvz. Delfi.lt, Alfa.lt)
- Turinio bendruomenės (pvz. YouTube (vaizdo), Flickr (fotografijų) ir Delicious (nuorodų))
- E.pašto laiškai
- Nepriimtina nei viena
- Kita (įrašykite)

7. Prekės/ paslaugos paieškos internete metu apsisprendimą pirkti labiausiai lemia:

- Prekės ženklo žinomumas
- E. parduotuvės inovatyvumas
- Saugumo jausmas (pvz. saugus atsiskaitymas internetu, svetainės saugumo sertifikatai)
- E. parduotuvėje rodomas rūpestis ir teikiamos konsultacijos
- Draugų rekomendacijos
- Interaktyvumas (pvz. vaizdo medžiaga, žaidimai, sužaidybinimo elementai)
- Didelis pasirinkimas
- Techninės naršymo galimybės
- Patogi paieška
- Patogi puslapio struktūra ir funkcionalumas
- Nuolaidos
- Suprantamas aprašymas

8. Nurodykite savo sutikimą ar nesutikimą su žemiau pateiktais teiginiais (*skalėje nuo 1 iki 10, kai 1 reiškia jūsų visišką nesutikimą su pateiktu teiginiu, o 10 – visišką sutikimą*)

	Visiškai nesutinku 1	2	3	4	5	6	7	8	9	Visiškai sutinku 10
Renkantis produktą man svarbus įmonės įvaizdis	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Renkantis produktą man svarbiausias yra lūkesčių patenkinimas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Man yra svarbu, kad produktas tiktų prie mano stiliaus	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Renkantis produktą atsižvelgiu į kitų nuomonę internete, komentarus, atsiliepimus	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Renkantis produktą atsižvelgiu į nuomonės lyderių (angl. influencers) pasisakymus internete	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Man yra svarbu, kad produktą galėčiau koreguoti pagal savo skonį ar poreikius	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Renkantis produktą atsižvelgiu į tai kokią vertę (papildomą informaciją, mokymus ir pan.) suteikia įmonė	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Renkantis produktą apgalvoju kokią žinutę šis produktas skels apie mane aplinkiniams	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Priedas F. Apibendrinti apklausos rezultatai [sudaryta autoriaus]

1. Ar Jūs esate gimęs tarp 1981-2000 m.?		
Taip	271	75,5 %
Ne	88	24,5 %
Iš viso	359	100,0 %
2. Jūsų nuomone, ar socialinėse medijose (pvz. Youtube, Facebook, Instagram ir pan.) skleidžiama informacija daro poveikį apsisprendimui pirkti?		
Taip	262	96,7 %
Ne	9	3,3 %
Iš viso	271	100,0 %
3. Ar Jūs asmeniškai per pastaruosius 24 mėnesius pirkote internetu?		
Taip	249	91,9 %
Ne	22	8,1 %
Iš viso	271	100,0 %
4. Kurie iš žemiau pateiktų teiginių geriausiai paaiškina, kodėl Jūs asmeniškai perkate internetu?		
Prekių pristatymo greitis	79	8,62 %
Prekės ženklo žinomumas	32	3,49 %
Suprantami prekių aprašymai	41	4,48 %
Geriausia kaina	193	21,07 %
Nėra papildomų mokesčių	57	6,22 %
Prekę pristatoma į namus arba atsiėmimo punktą	156	17,03 %
Taikomos nuolaidos	164	17,90 %
Reklama	30	3,28 %
Pirkimas internetu yra interaktyvesnis nei pirkimas gyvai	23	2,51 %
Kita (įrašykite)	9	0,98 %
Patogumas	132	14,41 %
Iš viso	916	100,00 %
5. Ar Jūs asmeniškai per pastaruosius 24 mėnesius naudojotės socialinių medijų tinklalapiais (pvz. Youtube, Facebook, Instagram ir pan.)?		
Taip	271	100,0 %
Ne	0	0,0 %
Iš viso	271	100,0 %
6. Kuri medija Jums priimtiniausia (gerina konkrečių prekių ar e. parduotuvės žinomumą)		
Socialiniai tinklai (pvz. Facebook, Instagram, LinkedIn)	203	30,0 %
Internetinės parduotuvės (pvz. pigu.lt, ebay.com)	158	23,3 %
Diskusijų, forumų svetainės (pvz. BMW Klubo Forumas, Supermamų klubas)	41	6,1 %
Tinklaraščiai (pvz. thespruce.com, smartpassiveincome.com)	11	1,6 %

Mikrotinklaraščiai (pvz. Twitter)	13	1,9 %
Kontekstinė informacija paieškos sistemose (pvz. google.com, yahoo.com)	72	10,6 %
Wiki (pvz. wikipedia.org)	10	1,5 %
Transliuojamosios medijos (pvz, Podkast, Youtube, Netflix)	66	9,7 %
Naujienų portalai (pvz. Delfi.lt, Alfa.lt)	36	5,3 %
Turinio bendruomenės (pvz. YouTube (vaizdo), Flickr (fotografijų) ir Delicious (nuorodų))	40	5,9 %
E. pašto laiškai	25	3,7 %
Nepriimtina nei viena	1	0,1 %
Kita (įrašykite)	1	0,1 %
Iš viso	677	100,0 %
7. Prekės/ paslaugos paieškos internete metu apsisprendimą pirkti labiausiai lemia		
Prekės ženklo žinomumas	91	7,7 %
E. parduotuvės inovatyvumas	72	6,1 %
Saugumo jausmas (pvz. saugus atsiskaitymas internetu, svetainės saugumo sertifikatai)	111	9,3 %
E. parduotuvėje rodomas rūpestis ir teikiamos konsultacijos	60	5,0 %
Draugų rekomendacijos	117	9,8 %
Interaktyvumas (pvz. vaizdo medžiaga, žaidimai, sužaidybinimo elementai)	27	2,3 %
Didelis pasirinkimas	147	12,4 %
Techninės naršymo galimybės	53	4,5 %
Patogi paieška	136	11,4 %
Patogi puslapio struktūra ir funkcionalumas	96	8,1 %
Nuolaidos	163	13,7 %
Suprantamas aprašymas	93	7,8 %
Kita (įrašykite)	3	0,3 %
Nuomonės lyderiai (angl. influencers)	20	1,7 %
Iš viso	1189	100,0 %
8. Nurodykite savo sutikimą ar nesutikimą su žemiau pateiktais teiginiais (skalėje nuo 1 iki 10, kai 1 reiškia jūsų visišką nesutikimą su pateiktu teiginiu, o 10 – visišką sutikimą)		
Renkantis produktą man svarbus įmonės įvaizdis - Visiškai nesutinku 1	5	1,85 %
Renkantis produktą man svarbus įmonės įvaizdis - 2	1	0,37 %
Renkantis produktą man svarbus įmonės įvaizdis - 3	5	1,85 %
Renkantis produktą man svarbus įmonės įvaizdis - 4	7	2,58 %
Renkantis produktą man svarbus įmonės įvaizdis - 5	46	16,97 %
Renkantis produktą man svarbus įmonės įvaizdis - 6	17	6,27 %
Renkantis produktą man svarbus įmonės įvaizdis - 7	30	11,07 %
Renkantis produktą man svarbus įmonės įvaizdis - 8	60	22,14 %
Renkantis produktą man svarbus įmonės įvaizdis - 9	41	15,13 %
Renkantis produktą man svarbus įmonės įvaizdis - Visiškai sutinku 10	59	21,77 %

Renkantis produktą man svarbiausias yra lūkesčių patenkinimas - Visiškai nesutinku 1	0	0,00 %
Renkantis produktą man svarbiausias yra lūkesčių patenkinimas - 2	0	0,00 %
Renkantis produktą man svarbiausias yra lūkesčių patenkinimas - 3	0	0,00 %
Renkantis produktą man svarbiausias yra lūkesčių patenkinimas - 4	7	2,58 %
Renkantis produktą man svarbiausias yra lūkesčių patenkinimas - 5	8	2,95 %
Renkantis produktą man svarbiausias yra lūkesčių patenkinimas - 6	4	1,48 %
Renkantis produktą man svarbiausias yra lūkesčių patenkinimas - 7	21	7,75 %
Renkantis produktą man svarbiausias yra lūkesčių patenkinimas - 8	34	12,55 %
Renkantis produktą man svarbiausias yra lūkesčių patenkinimas - 9	52	19,19 %
Renkantis produktą man svarbiausias yra lūkesčių patenkinimas - Visiškai sutinku 10	145	53,51 %
Man yra svarbu, kad produktas tiktų prie mano stiliaus - Visiškai nesutinku 1	12	4,43 %
Man yra svarbu, kad produktas tiktų prie mano stiliaus - 2	3	1,11 %
Man yra svarbu, kad produktas tiktų prie mano stiliaus - 3	11	4,06 %
Man yra svarbu, kad produktas tiktų prie mano stiliaus - 4	4	1,48 %
Man yra svarbu, kad produktas tiktų prie mano stiliaus - 5	27	9,96 %
Man yra svarbu, kad produktas tiktų prie mano stiliaus - 6	11	4,06 %
Man yra svarbu, kad produktas tiktų prie mano stiliaus - 7	14	5,17 %
Man yra svarbu, kad produktas tiktų prie mano stiliaus - 8	51	18,82 %
Man yra svarbu, kad produktas tiktų prie mano stiliaus - 9	35	12,92 %
Man yra svarbu, kad produktas tiktų prie mano stiliaus - Visiškai sutinku 10	103	38,01 %
Renkantis produktą atsižvelgiu į kitų nuomonę internete, komentarus, atsiliepimus - Visiškai nesutinku 1	9	3,32 %
Renkantis produktą atsižvelgiu į kitų nuomonę internete, komentarus, atsiliepimus - 2	5	1,85 %
Renkantis produktą atsižvelgiu į kitų nuomonę internete, komentarus, atsiliepimus - 3	7	2,58 %
Renkantis produktą atsižvelgiu į kitų nuomonę internete, komentarus, atsiliepimus - 4	2	0,74 %
Renkantis produktą atsižvelgiu į kitų nuomonę internete, komentarus, atsiliepimus - 5	6	2,21 %
Renkantis produktą atsižvelgiu į kitų nuomonę internete, komentarus, atsiliepimus - 6	12	4,43 %
Renkantis produktą atsižvelgiu į kitų nuomonę internete, komentarus, atsiliepimus - 7	28	10,33 %
Renkantis produktą atsižvelgiu į kitų nuomonę internete, komentarus, atsiliepimus - 8	53	19,56 %
Renkantis produktą atsižvelgiu į kitų nuomonę internete, komentarus, atsiliepimus - 9	50	18,45 %

Renkantis produktą atsižvelgiu į kitų nuomonę internete, komentarus, atsiliepimus - Visiškai sutinku 10	99	36,53 %
Renkantis produktą atsižvelgiu į nuomonės lyderių (angl. influencers) pasisakymus internete - Visiškai nesutinku 1	41	15,13 %
Renkantis produktą atsižvelgiu į nuomonės lyderių (angl. influencers) pasisakymus internete - 2	16	5,90 %
Renkantis produktą atsižvelgiu į nuomonės lyderių (angl. influencers) pasisakymus internete - 3	26	9,59 %
Renkantis produktą atsižvelgiu į nuomonės lyderių (angl. influencers) pasisakymus internete - 4	14	5,17 %
Renkantis produktą atsižvelgiu į nuomonės lyderių (angl. influencers) pasisakymus internete - 5	51	18,82 %
Renkantis produktą atsižvelgiu į nuomonės lyderių (angl. influencers) pasisakymus internete - 6	16	5,90 %
Renkantis produktą atsižvelgiu į nuomonės lyderių (angl. influencers) pasisakymus internete - 7	32	11,81 %
Renkantis produktą atsižvelgiu į nuomonės lyderių (angl. influencers) pasisakymus internete - 8	18	6,64 %
Renkantis produktą atsižvelgiu į nuomonės lyderių (angl. influencers) pasisakymus internete - 9	27	9,96 %
Renkantis produktą atsižvelgiu į nuomonės lyderių (angl. influencers) pasisakymus internete - Visiškai sutinku 10	30	11,07 %
Man yra svarbu, kad produktą galėčiau koreguoti pagal savo skonį ar poreikius - Visiškai nesutinku 1	15	5,54 %
Man yra svarbu, kad produktą galėčiau koreguoti pagal savo skonį ar poreikius - 2	5	1,85 %
Man yra svarbu, kad produktą galėčiau koreguoti pagal savo skonį ar poreikius - 3	5	1,85 %
Man yra svarbu, kad produktą galėčiau koreguoti pagal savo skonį ar poreikius - 4	1	0,37 %
Man yra svarbu, kad produktą galėčiau koreguoti pagal savo skonį ar poreikius - 5	25	9,23 %
Man yra svarbu, kad produktą galėčiau koreguoti pagal savo skonį ar poreikius - 6	23	8,49 %
Man yra svarbu, kad produktą galėčiau koreguoti pagal savo skonį ar poreikius - 7	40	14,76 %
Man yra svarbu, kad produktą galėčiau koreguoti pagal savo skonį ar poreikius - 8	66	24,35 %
Man yra svarbu, kad produktą galėčiau koreguoti pagal savo skonį ar poreikius - 9	35	12,92 %
Man yra svarbu, kad produktą galėčiau koreguoti pagal savo skonį ar poreikius - Visiškai sutinku 10	56	20,66 %
Renkantis produktą atsižvelgiu į tai kokią vertę (papildomą informaciją, mokymus ir pan.) suteikia įmonė - Visiškai nesutinku 1	10	3,69 %
Renkantis produktą atsižvelgiu į tai kokią vertę (papildomą informaciją, mokymus ir pan.) suteikia įmonė - 2	11	4,06 %
Renkantis produktą atsižvelgiu į tai kokią vertę (papildomą informaciją, mokymus ir pan.) suteikia įmonė - 3	10	3,69 %
Renkantis produktą atsižvelgiu į tai kokią vertę (papildomą informaciją, mokymus ir pan.) suteikia įmonė - 4	10	3,69 %

Renkantis produktą atsižvelgiu į tai kokią vertę (papildomą informaciją, mokymus ir pan.) suteikia įmonė - 5	39	14,39 %
Renkantis produktą atsižvelgiu į tai kokią vertę (papildomą informaciją, mokymus ir pan.) suteikia įmonė - 6	30	11,07 %
Renkantis produktą atsižvelgiu į tai kokią vertę (papildomą informaciją, mokymus ir pan.) suteikia įmonė - 7	42	15,50 %
Renkantis produktą atsižvelgiu į tai kokią vertę (papildomą informaciją, mokymus ir pan.) suteikia įmonė - 8	51	18,82 %
Renkantis produktą atsižvelgiu į tai kokią vertę (papildomą informaciją, mokymus ir pan.) suteikia įmonė - 9	26	9,59 %
Renkantis produktą atsižvelgiu į tai kokią vertę (papildomą informaciją, mokymus ir pan.) suteikia įmonė - Visiškai sutinku 10	42	15,50 %
Renkantis produktą apgalvoju, kokią žinutę šis produktas skleis apie mane aplinkiniams - Visiškai nesutinku 1	45	16,61 %
Renkantis produktą apgalvoju, kokią žinutę šis produktas skleis apie mane aplinkiniams - 2	9	3,32 %
Renkantis produktą apgalvoju, kokią žinutę šis produktas skleis apie mane aplinkiniams - 3	25	9,23 %
Renkantis produktą apgalvoju, kokią žinutę šis produktas skleis apie mane aplinkiniams - 4	11	4,06 %
Renkantis produktą apgalvoju, kokią žinutę šis produktas skleis apie mane aplinkiniams - 5	25	9,23 %
Renkantis produktą apgalvoju, kokią žinutę šis produktas skleis apie mane aplinkiniams - 6	25	9,23 %
Renkantis produktą apgalvoju, kokią žinutę šis produktas skleis apie mane aplinkiniams - 7	37	13,65 %
Renkantis produktą apgalvoju, kokią žinutę šis produktas skleis apie mane aplinkiniams - 8	32	11,81 %
Renkantis produktą apgalvoju, kokią žinutę šis produktas skleis apie mane aplinkiniams - 9	18	6,64 %
Renkantis produktą apgalvoju, kokią žinutę šis produktas skleis apie mane aplinkiniams - Visiškai sutinku 10	44	16,24 %

G Priedas. Likert'o skale vertinamų kalusių analizė

Klausimas	Moda	Vidurkis	Eilės NR
Renkantis produktą man svarbus įmonės įvaizdis	8	7,49	4
Renkantis produktą man svarbiausias yra lūkesčių patenkinimas	10	8,96	1
Man yra svarbu, kad produktas tiktų prie mano stiliaus	10	7,82	3
Renkantis produktą atsižvelgiu į kitų nuomonę internete, komentarus, atsiliepimus	10	8,16	2
Renkantis produktą atsižvelgiu į nuomonės lyderių (angl. influencers) pasisakymus internete	5	5,42	8
Man yra svarbu, kad produktą galėčiau koreguoti pagal savo skonį ar poreikius	8	7,34	5
Renkantis produktą atsižvelgiu į tai kokią vertę (papildomą informaciją, mokymus ir pan.) suteikia įmonė	8	6,76	6
Renkantis produktą apgalvoju, kokią žinutę šis produktas skleis apie mane aplinkiniams	1	5,81	7
Renkantis produktą man svarbus įmonės įvaizdis	8	7,49	4

Šaltinis: sudaryta autoriaus