

MOBILIOJI PREKYBA – SKAITMENINĖS KARTOS BŪDAS PIRKTI

Jūratė Urbonienė, Gerda Ivanickienė

*Utenos kolegija, Verslo ir technologijų fakultetas
Maironio g. 18, Utena*

Anotacija

Gyvename amžiuje, kuriame pagrindine kasdienio gyvenimo priemone tampa informacinės komunikacinės priemonės, ypač išmaniosios mobiliosios technologijos. Mobiliosios aplikacijos yra neatsiejama pastaruoju metu sparčiai paplitusių išmaniųjų mobiliųjų telefonų ir planšetinių kompiuterių dalis. Kaip interneto svetainės tapo neatsiejama verslo dalimi, taip ir mobiliosios aplikacijos tampa ne prabanga, o būtinybe. Naudojantis jomis telefonas virto reklamos, nuolaidų, akcijų skrajute ir net parduotuve, kuri telpa vartotojo kišenėje ir visada yra po ranka. Tai viliojantis pasiūlymas ir verslui, nes mobilusis telefonas – pastovų ryšį turinti komunikacija ir atsiskaitymo priemonė. Straipsnyje apžvelgiama mobiliosios prekybos situacija pasaulyje ir Lietuvoje, išskiriamos vyraujančios tendencijos, taip pat analizuojamas 50-ties populiariausių Lietuvos elektroninių parduotuvių pasirengimas mobiliajai prekybai.

Reikšminiai žodžiai: elektroninė prekyba, mobili prekyba.

Įvadas

Skaitmeninis amžius – amžius, kuriame žmogaus kasdienybė nebeįsivaizduojama be išmaniųjų mobiliųjų technologijų, tapusių nuolatinį interneto ryšį leidžiančia turėti priemone. Pirkimas internetu – tai viena iš šiuolaikinio interneto teikiamų galimybių. Nors pirkimas internetu Lietuvoje nėra pasiekęs savo apogėjaus, tačiau žmonės itin preciziškai skaičiuojantys savo laiką, vis dažniau renkasi pirkimą naudojantis interneto naršykle, nei vaikščiojimą prekybos centre. Internetu perkančių vartotojų skaičius nuolatos auga. Tačiau, kai vieni tai daro sėdėdami prie kompiuterio, kiti perka laukdami autobuso stotelėje ar gurkšnodami kavą. Taigi, mobiliosios prekybos bumą pasiekė ir Lietuva. Kaip teigiama interneto portale *Information age* „2016 metai buvo labai geri metai mobiliajai komercijai“ (Information age, 2016). Todėl, atsižvelgiant į pasaulines tendencijas, svarbu apžvelgti ir įvertinti mobilios prekybos situaciją ir vystymosi kryptis mūsų šalyje.

Straipsnio tikslas – apibendrinti mobiliosios prekybos pasaulines tendencijas ir Lietuvos elektroninių parduotuvių pasirengimo mobiliajai prekybai situaciją.

Užsibrėžto tikslo buvo siekiama sprendžiant uždavinius:

- Išnagrinėti elektroninės ir mobilios prekybos skirtumus;
- Išsiaiškinti pasaulyje vyraujančias mobilios prekybos tendencijas;
- Išanalizuoti mobilios prekybos situaciją Lietuvoje ir nustatyti populiariausių elektroninių parduotuvių pasirengimą mobiliajai prekybai.

Rengiant straipsnį naudoti **tyrimo metodai:** interneto šaltinių – populiariuose žiniasklaidos portaluose pateikiamos informacijos analizė ir jos sisteminimas, prekybos būdų ir elektroninių parduotuvių kriterinis vertinimas.

Elektroninės ir mobiliosios prekybos skirtumai

Elektroninė prekyba – tai toks prekybos būdas, kai prekių ar paslaugų pirkimas ir pardavimas vyksta naudojantis informacinėmis technologijomis bei internetu (Key Differences, 2015). Ji apima visas tas veiklas, kurios reikalingos siekiant sudaryti sandorį, tačiau sandorio dalyviai yra nebūtinai toje pačioje fizinėje erdvėje, todėl tiek sandorio sudarymui, tiek vykdymui pasitelkia elektronines priemones. Tuo tarpu, mobili prekyba apibrėžiama, kaip naujos kartos elektroninė prekyba, kai

pirkimo/pardavimo procesas vykdomas naudojant mobiliuosius įrenginius – planšetinius kompiuterius ir mobiliuosius telefonus (TechTarget, 2015). Iš apibrėžimų matyti, kad abi sritys – elektroninė prekyba ir mobilioji prekyba – yra glaudžiai susijusios ir tarp jų galima įžvelgti tik nedidelius skirtumus, kurie pateikti 1 lentelėje, parengtoje remiantis informacijos šaltinių *Key Differences* (Keydifferences.com, 2015) ir *SimiCard M-Commerce blog* (SimiCard. M-Commerce blog, 2017) duomenimis.

1 lentelė. Elektroninės ir mobilios prekybos palyginimas

	Elektroninė prekyba	Mobili prekyba
Naudojami įrenginiai	Stacionarūs ir nešiojami kompiuteriai	Mobilūs telefonai ir planšetiniai kompiuteriai
Mobilumas	Sudėtingas, jei naudojamas stacionarus kompiuteris ir laidinis interneto ryšys	Dėl lengvos įrangos ir mobilaus interneto beveik neribotas
Pradžia	1970 m.	1990 m.
Prieinamumas	Tose vietose, kur yra internetas ir elektra	Platus, nes galima naudotis ne tik internetu, bet ir mobilių duomenų perdavimu
Platforma	Elektroninė parduotuvė	Elektroninė parduotuvė, mobili aplikacija
Kaina	Pigesnė (laidinis internetas pigesnis už mobilųjį)	Brangesnė (kainuoja ne tik mobilus internetas, bet dažnai ir mobili aplikacija)

Išanalizavus apibrėžimus ir lentelėje pateiktus duomenis, matoma, jog tiek elektroninė, tiek mobili prekyba yra veiklos, kurių galutinis rezultatas yra toks pat, tačiau skiriasi priemonės, kuriomis to rezultato siekiama.

Mobiliosios prekybos tendencijos pasaulyje

Pasaulyje prekyba naudojant išmaniuosius mobiliuosius telefonus ir planšetinius kompiuterius vidutiniškai sudaro 34 % visų pardavimų internetinėse parduotuvėse (lrytas.lt, 2015). Prognozuojama, kad 2017 metais mobilioji prekyba dar labiau suklestės. Tačiau mobiliosios prekybos plėtrą labiausiai stabdo mokėjimų saugumo klausimas. Nors skaičiuojama, kad Europos Sąjungoje 57 % gyventojų naudojami mobiliaisiais įrenginiais siekiami patenkinti savo interneto vartojimo poreikius, tačiau dauguma jų (27 %) pripažįsta, kad internetu pirkti vengia dėl asmeninių duomenų saugumo. Taip pat nemažai mobiliųjų interneto vartotojų (19 %) baiminasi, kad perkant internetu gali kilti keblumų kai norima grąžinti pirkinį, o 18 % pripažino, kad internetinėmis parduotuvėmis naudotis tiesiog nemoka (Delfi mokslas, 2016). Tam tikrų keblumų kyla ir prekybininkams. Nemažai prekybininkų vis dar laukia, kuri mobilioji mokėjimo sistema taps dominuojanti, o kuri apskritai išnyks. Todėl viena iš prioritetinių sričių, siekiant, kad mobilioji prekyba dar labiau suklestėtų – *saugumo užtikrinimas*.

2014 m. amerikiečiai atliko tyrimus (inovacijubiuras.lt, 2014), kurių metu nustatė, kad 15 % visų pardavimų buvo atlikti mobiliaisiais įrenginiais – telefonais ar planšetiniais kompiuteriais. *Internet Retailer* paskelbtoje geriausių pasaulyje elektroninių parduotuvių duomenų bazėje *2016 Mobile 500* teigiama, kad JAV apie trečdalis (29,7 %) užsakymų elektroninėse parduotuvėse atliekami išmaniaisiais telefonais ir planšetiniais kompiuteriais. Tačiau pasaulio vidurkis, kuris yra 34 %, nesiekia ir tokios technologiškai išsivysčiusios šalys, kaip Vokietija, Nyderlandai ar Prancūzija. Kitose šalyse mobiliosios prekybos dalis dar mažesnė. Mobiliosios prekybos tendencijas diktuoja Pietryčių Azija. Japonijos ir Pietų Korėjos elektroninės prekybos rinkoje 2016 m. įvyko svarbus lūžis – kas antras gyventojas šiose šalyse jau perka tiesiog iš kišenės išsitraukęs mobilųjį įrenginį. Be to, *eMarketer* prognozuoja, kad 2019-aisiais mobilioji prekyba Kinijoje sudarys daugiau kaip 70 % visos elektroninės prekybos (Cory McNeir, 2018).

Pasaulinė mobiliosios prekybos rinka yra labai konkurencinga. Norėdami išsilaikyti šioje konkurencingoje rinkoje, pardavėjai turi plėtoti naujas idėjas ir technologijas. Nors saugumas ir yra

dominuojanti sąlyga, kad mobilioji prekyba sėkmingai klestėtų ir augtų, tačiau vis daugiau pirkėjų atkreipia dėmesį ir į prekių pristatymo terminą. Elektroninės prekybos portalas *Amazon.com* neseniai paskelbė, jog jie sėkmingai prekę pristatė per 13 minučių nuo jos užsakymo. Tačiau tai padaryti būtų sudėtinga, jei pirkėjas yra kitoje šalyje. Siekdami kompensuoti ilgesnį pristatymo terminą, prekybininkai bando vilioti kitų šalių pirkėjus siūlydami nemokamą prekių pristatymą. *Trumpinti pristatymo terminą ir mažinti ar visai atsisakyti pristatymo mokesčių* – dar viena sritis lemianti mobiliosios prekybos sėkmę. Be to, ši sritis aktuali ne tik mobiliajai prekybai, to siekia ir elektroninės prekybos atstovai.

Mobiliosios prekybos garantas – galimybė pirkti mobiliuoju įrenginiu. Dar vienas veiksnys, kuris leidžia pirmenybę teikti pirkimui kompiuteriu, o ne mobiliuoju telefonu – tai mažas telefono ekranas. Bandydamos apeiti šią kliūtį ir neprarasti klientų elektronine prekyba užsiimančios įmonės savo *parduotuvės dizainą pritaiko* tiek kompiuterio, tiek *telefono ekranui*. Šiuo metu egzistuojantys techniniai sprendimai leidžia tą padaryti. Būtent elektroninių parduotuvių kokybė ir patrauklumas vartotojams gali lemti, kokį pirkimo būdą rinksis pirkėjai. Kitas sprendimas – *mobiliuosios aplikacijos*. Vartotojams siūlomos patogios mobiliųjų įrenginių aplikacijos, leidžiančios vos keliais paspaudimais išsirinkti prekę, ją užsisakyti ir už ją sumokėti. Kuo paprastesnė ir patogesnė mobilioji aplikacija, tuo daugiau pirkėjų prekybos centrą perkels į savo mobilųjį telefoną. Tačiau mobiliosios aplikacijos labiau pateisina pirmojo būtinumo prekių pardavėjų lūkesčius, nes nėra prasmės diegti aplikaciją, jei toje parduotuvėje perkama tik kartą ar du.

Mobiliosios prekybos situacija Lietuvoje

Nors dar 2013 m. metais buvo prognozuota, kad mobilioji prekyba sudarys ketvirtį visos Lietuvos prekybos pajamų, lietuviai kol kas tik atranda, kad yra patogiau pirkti naudojant telefoną ar planšetinį kompiuterį. *GfK Retail and Technology Baltic* bendrovė prognozuoja, kad 2017 m. išmaniųjų telefonų skvarba mūsų šalyje priartės prie 100 %. Nežiūrint to, net 80 % lietuvių teigia, kad pirkimui internete rinktųsi nešiojamąjį kompiuterį ir tik 21 % respondentų – mobiliųjų telefoną (MediaZIP, 2015).

Didžiausias pasaulyje socialinės žiniasklaidos tyrimų studija *Wave* (UM Wave, 2016), analizuojanti duomenis iš 75 šalių, pateikia skaičius apie pirkimo internetu tendencijas Lietuvoje, kurie pateikti 2-oje lentelėje.

2 lentelė Pirkimo internetu tendencijos Lietuvoje

	2014	2015	2016
Kompiuteris	33,5 %	77,4 %	80,4 %
Mobilus įrenginys	2,8 %	17,3 %	21,2 %

Nors lietuviai gerokai mažiau vertina mobilųjį telefoną kaip įrankį internetinei prekybai ir atsilieka nuo pasaulio vidurkio, bet skaičiai rodo, kad šis apsipirkimo būdas pamažu populiarėja.

Analizuojant elektroninių parduotuvių duomenis aiškėja dar viena tendencija būdinga lietuvių pirkėjams, nors į elektroninę parduotuvę jie užsuka naudodamiesi mobiliuoju įrenginiu, tačiau galutinį užsakymą dažniausiai pateikia kompiuteriu. To priežastis galėtų būti tai, kad dauguma lietuvių nesijaučia tikri dėl pakankamo jų duomenų saugumo apmokant sąskaitas telefonu.

Šiuo metu aktyviausiai internetu perka 25–54 m. amžiaus žmonės, kurie priskiriami X kartai. Šio amžiaus perkančiųjų lietuvių yra 51 proc. Tuo tarpu Lietuvoje rečiau nei kas penktas 55–74 metų internautas yra bandęs pirkti elektroninėse parduotuvėse. Manoma, kad vis labiau populiarėjanti internetinė prekyba netrukus sulauks didžiulio proveržio, kurį sukels dabartinės vadinamosios Z kartos (vaikai, gimę po 2000-ųjų) atstovai. Lietuvos pašto užsakymu 2016 m. gruodžio –2017 m. sausio mėn. viešosios nuomonės ir rinkos tyrimų bendrovės *SIC* atlikto Lietuvos gyventojų pirkimo įpročių tyrimo rezultatai rodo, kad mūsų šalyje dažniausiai internetu perka būtent 16–24 m. amžiaus jaunimas, net 65 % apklaustųjų (*SIC* tyrimas, 2017). Atsižvelgiant į mobiliųjų įrenginių naudojimo

populiarumą šio amžiaus gyventojų tarpe, galima daryti prielaidą, kad būtent jie taps pagrindiniai mobiliosios prekybos klientai.

Didžioji dalis pirkėjų, kurie naudojami mobiliaisiais įrenginiais ieškant ir perkant prekes internetu, – jaunos moterys (65 %), dažniausiai perkančios vakarais. *Pigu.lt* klientų telefoninė apklausa atskleidė, kad pirkimui laiką jos išnaudoja migdydamos vaikus. Kitokia situacija yra perkant kompiuteriu – dažniausiai prekės įsigijamos darbo metu arba pietų pertraukos metu, tarp 12-13 val. Be to, prekyba mobiliaisiais įrenginiais tampa ypač populiari tam tikru metų laiku, pavyzdžiui, atostogų metu, t.y. vasarą (Delfi mokslas, 2016).

Analizuojant priežastis, kodėl lietuviai pirkimui elektroninėse parduotuvėse dar vis mieliau renkasi kompiuterį nei mobilųjį įrenginį, buvo apžvelgta interneto portale *webconsulting.lt* pateiktų 50 populiariausių Lietuvos elektroninių parduotuvių (*webconsulting.lt*, 2017) ir išsiaiškinta kiek iš jų yra pritaikytos mobiliesiems įrenginiams. Analizės metu buvo atveriamas kiekviena elektroninė parduotuvė kompiuteryje ir mobiliame įrenginyje naudojantis interneto naršyklėmis ir buvo peržiūrimas parduotuvės pritaikomumas. Pritaikomumo testavimas taip pat atliktas naudojant *Mobile-Friendly Test Tool* įrankį. Be to, buvo peržiūrima ar analizuojamoje elektroninėje parduotuvėje yra siūloma galimybė parsisiųsti (priklausomai nuo mobiliame įrenginyje naudojamos operacinės sistemos naudojantis *Google Play* arba *Apple Store*) mobiliąją aplikaciją. Analizės rezultatai pateikti 3 lentelėje:

3 lentelė Populiariausių el. parduotuvių pritaikomumas mobiliems įrenginiams

Reitingo numeris	Elektroninė parduotuvė	Mobili parduotuvės versija	Mobili aplikacija
1.	Pigu.lt	+	+
2.	Senukai.lt	+	+
3.	Perlas.lt	+	-
4.	Varle.lt	+	+
5.	Skytech.lt	-	-
6.	Tele2.lt	+	+
7.	Topocentras.lt	+	-
8.	1a.lt	-	-
9.	Omnitel.lt (dabar Telia.lt)	+	+
10.	Rde.lt	-	-
11.	Forumcinemas.lt	+	+
12.	Teo.lt (dabar Telia.lt)	+	+
13.	Kilobaitas.lt	-	-
14.	Bite.lt	+	+
15.	Membershop.lt	+	+
16.	Knygos.lt	+	+
17.	Beta.lt	+	+
18.	Avitela.lt	-	+
19.	Elektromarkt.lt	+	-
20.	Tiketa.lt	+	+
21.	Eurovaistine.lt	-	+
22.	Lemona.lt	-	+
23.	Bilietai.lt	+	+
24.	Eoltas.lt	-	-
25.	Camelia.lt	-	+
26.	Douglas.lt	+	-
27.	Barbora.lt	+	+
28.	Grupinis.lt	+	+
29.	Bigbox.lt	-	-
30.	Makalius.lt	+	+
31.	Autobusbilietai.lt	+	-
32.	Fortakas.lt	+	+
33.	B-a.eu	+	-
34.	Knyguklubas.lt	+	+

Reitingo numeris	Elektroninė parduotuvė	Mobili parduotuvės versija	Mobili aplikacija
35.	Baldai.lt	+	-
36.	Geradovana.lt	+	-
37.	Mobili.lt	-	-
38.	Novaturas.lt	+	-
39.	Eurokos.lt	+	-
40.	Traukiniobilietas.lt	-	-
41.	Zzz.lt	+	+
42.	Imuperku.lt	+	+
43.	Technorama.lt	-	-
44.	Noriunoriunoriu.lt	+	+
45.	Vaistine.lt	+	+
46.	Patogupirkti.lt	-	-
47.	Sil.lt	+	-
48.	Stiliausidejos.lt	+	-
49.	Skrendu.lt	+	-
50.	Assorti.lt	+	-

Iš lentelėje pateiktų duomenų matoma, kad aplikacijas turi 26 Lietuvoje populiarios elektroninės parduotuvės, pritaikytos mobiliems – 37, turi ir aplikaciją, ir mobiliesiems įrenginiams pritaikytą versiją – 22, neturi aplikacijos ir nėra pritaikytos – 10 nagrinėtųjų elektroninių parduotuvių. Iš analizės duomenų galima matyti, kad populiariausios Lietuvoje elektroninės parduotuvės atsilieka nuo šiuolaikinių technologijų diktuojamo poreikio būti pasiekiami bet kur ir bet kuriuo metu, bet kuriuo informaciniu komunikaciniu įrenginiu ir nėra pritaikiusios savo aplinkos pirkti išmaniuoju mobiliuoju įrenginiu.

Išvados

Įvairių informacijos šaltinių analizė parodė, kad pirkimas naudojant mobiliuosius įrenginius sparčiai populiarėja tiek visame pasaulyje, tiek ir Lietuvoje. Tačiau Lietuva dar gerokai atsilieka nuo pasaulio vidurkio, kadangi pirkimai naudojant mobiliuosius įrenginius, naudojami tik apie trečdaliu atvejų, o besinaudojančių mobiliosios prekybos paslaugomais Lietuvoje yra apie 20 proc. Tokią situaciją Lietuvoje įtakoja ne tik lietuvių pirkimo įpročiai ir baimės apmokėti sąskaitas telefonu, bet ir nepakankamas elektroninių parduotuvių pritaikomumas mobiliesiems įrenginiams: ne visų pardavėjų svetainės turi mobiliąsias versijas ar sukurtas aplikacijas.

Naudotos literatūros sąrašas

- Information age (2016). Hassellöf A. 5 m-commerce trends for 2017. Prieiga internetu: <http://www.information-age.com/5-m-commerce-trends-2017-123463703/>. Žiūrėta 2017-04-08
- Irytas.lt (2015). Liulys D. Kada prekybos centrai persikels į lietuvių kišenę? Prieiga internetu: <http://it.irytas.lt/ismanyk/kada-prekybos-centrai-persikels-i-lietuviu-kisene.htm>. Žiūrėta 2016-12-22
- Delfi mokslas (2016). Nepatikėsite, kas dažniausiai apsiperka internetu. Prieiga internetu: <http://www.delfi.lt/mokslas/technologijos/nepatikesite-kas-dazniausiai-apsiperka-internetu.d?id=71100072>. Žiūrėta 2017-04-08
- Delfi mokslas (2016). Vaitkus A. Lietuvoje populiarėja naujas apsipirkimo būdas, tačiau iki Vakarų – dar toli. Prieiga internetu: http://www.delfi.lt/mokslas/misija_pirkiniai/lietuvoje-populiereja-naujas-apsipirkimo-budas-taciau-iki-vakaru-dar-toli.d?id=72656672. Žiūrėta 2017-04-04
- Keydifferences.com (2015). Surbhi S. Difference Between e-commerce and m-commerce. Prieiga internetu: <http://keydifferences.com/difference-between-e-commerce-and-m-commerce.html>. Žiūrėta 2017-03-27
- TechTarget (2015). M-commerce. Prieiga internetu: <http://searchmobilecomputing.techtarget.com/definition/m-commerce>. Žiūrėta 2017-04-08
- SimiCard. M-Commerce blog (2017). 11 key differences between E-commerce and M-commerce. Prieiga internetu: <https://www.simicart.com/blog/differences-between-e-commerce-and-m-commerce/>. Žiūrėta 2017-04-09

8. inovacijubiuras.lt (2014). Ką šiandien pirksite mobiliajame turguje? Prieiga internetu: <http://inovacijubiuras.tele2.lt/blog/index.php/2014/01/15/ka-siandien-pirksite-mobilijame-turguje>. Žiūrėta 2017-04-19
9. MediaZIP (2015). Išmaniųjų telefonų augimo tendencijos. Prieiga internetu: <http://mediazip.lt/201505/ismaniuju-telefonu-augimo-tendencijos/>. Žiūrėta 2017-04-07
10. Cory McNeir (2018). Programmatic Advertising in China: eMarketer's Updated Forecast and Estimates. Prieiga internetu: <https://www.emarketer.com/Report/Programmatic-Advertising-China-eMarketers-Updated-Forecast-Estimates/2002186> . Žiūrėta 2018-01-22
11. SIC tyrimas: Lietuvos gyventojų pirkimo įpročiai (2017). Prieiga internetu: <http://tyrimai.sic.lt/#type=search;text:lietuvox0020gyventojx0173x0020pirkimox0020x012fprox010diai> Žiūrėta 2017-04-07
12. UM Wave (2016). Prieiga internetu: <http://wave.umww.com/index.html>. Žiūrėta 2016-11-07
13. webconsulting.lt (2017). Sapranavičius V. Lankomiausios elektroninės parduotuvės Lietuvoje 2017 m. sausį. Prieiga internetu: <http://www.webconsulting.lt/lankomiausios-elektronines-parduotuves-lietuvoje-2017-m-sausi/>. Žiūrėta 2017-04-10

MOBILE MARKET - DIGITAL GENERATION'S WAY TO BUY

Jurate Urboniene, Gerda Ivanickiene

*Utena University of Applied Sciences, Faculty of Business and Technology
Maironio str. 18, Utena*

Summary

We live in an age in which the main tool of everyday life becomes information and communication technology, especially smart mobile technology. Mobile applications are an integral part of the recent rapid widespread mobile smart phones and tablet PCs. As a web site has become an integral part of the business, mobile application is not a luxury but a necessity. Using mobile application the phone turned into advertising, discounts, promotions flyer and even a store that fits in your pocket and always is in the user's hand. This is a tempting proposition for the business, because a mobile phone (often and tablet PCs) – the regular to internet connected communication and reporting tool. The article gives an overview of the situation in the world and Lithuania mobile market, identifies trends, also analyzes the 50th most popular Lithuanian electronic stores preparation for mobile market.

Keywords: electronic commerce, mobile market.