

## STUDENTŲ IR ASMENŲ, AUGINANČIŲ NEPILNAMEČIŲ VAIKŲ, VARTOJIMO ELGSENOS TYRIMŲ LYGINAMOJI ANALIZĖ

**Simona Sarnickaitė, Žygimantas Aukštakalnis, Kotryna Kudirkaitė, Vaidotas Blažiūnas, Marius Jankauskas, Stepas Grigė, Guoda Medeckaitė  
Rasa Šulcienė (vadovė)**

*Kauno kolegija, Menų ir ugdymo fakultetas, Kalbų centras*



**Adresas:** Pramonės pr. 20, LT-50468, Kaunas, Lietuva  
**E. puslapis:** <https://www.kaunokolegija.lt/>  
**E. paštas:** rastine@go.kauko.lt  
**Telefono nr.:** (8 37) 35 23 24  
**Tyrimų kryptis (-ys):** S 003 Vadyba

**Tyrimo tikslas.** Atliekant empirinį tyrimą, nustatyti studentų ir asmenų, turinčių nepilnamečių vaikų vartojimo elgseną, jų skirtumus ir panašumus.

**Reikšminiai žodžiai:** elgsena, kaina, prekė, sprendimas, vartojimas, veiksniai

**Tyrimo metodas.** Tyrimui atlikti buvo pasirinktas kiekybinis duomenų rinkimo metodas – dvi anoniminės anketinės apklausos, skirtos tikslinėms auditorijoms. Apklausoje dalyvavo studentai ir asmenys, turintys nepilnamečių vaikų.

Tyrimo objektas – studentų ir asmenų, turinčių nepilnamečius vaikus, vartojimo elgsena.

Kiekybiniai duomenys pateikiami diagramose.

**Rezultatai ir (arba) išvados.** Atlikto tyrimo rezultatai atkleidžia, kad studentų ir asmenų, turinčių nepilnamečius vaikus, vartojimo elgsena ar įpročiai skiriasi nedaug. Abi respondentų grupės, t. y. daugiau nei 55 proc., žodį „vartojimas“ supranta kaip išlaidas, skirtas tenkinti einamiesiems žmogaus poreikiams, įsigyjant galutinio vartojimo prekių ir paslaugų. Apklausoje dalyvavę respondentai yra linkę apsirūpinti reikiamomis prekėmis kelis kartus per savaitę, apsipirkimui renkasi prekybos centrus, esančius arčiau namų, ir prekybos vietas, kuriose gali prekes įsigyti žemesnėmis kainomis. Tai darantys nurodė 38 proc. studentų ir 33 proc. asmenų, turinčių nepilnamečius vaikus. Analizuojant apsipirkimo sprendimo priėmimą lemiančius veiksniai pastebėta, kad didesnei studentų grupės daliai (31,8 proc.) sprendimą pirkti ar atsisakyti norimo pirkinio lemia nuotaika, o asmenų, turinčių nepilnamečius vaikus, sprendimą lemia turimas pinigų kiekis. Šį atsakymo variantą nurodė 35 proc. respondentų. Nepaisant šio skirtumo, abi respondentų grupės dažniausiai į parduotuvę eina turėdamos planuojamų įsigyti pirkinių sąrašą. Tai darantys nurodė 34,8 proc. studentų ir 36 proc. asmenų, turinčių nepilnamečius vaikus. Daugiau studentų nurodė, kad sprendimą įsigyti tam tikras reikiamas prekes priima savarankiškai. Asmenų, turinčių nepilnamečių vaikų, apsisprendimą, kokio gamintojo, kokios kokybės ne pirmo būtinumo prekę įsigyti, nulemia draugų, kolegų, šeimos narių įtaka. Nors abiejų respondentų grupių pajamos ženkliai skiriasi, dauguma vartojimo įpročių yra panašūs. Tai rodo, kad gaunamų pajamų dydis neturi įtakos vartojimo elgsenai. Atlikus tyrimą nustatyta, kad daugiau nei 60 proc. ir vienos, ir kitos tikslinės respondentų grupės atstovų yra linkę planuoti savo biudžetą.

**Originalumas ir (arba) praktinis reikšmingumas.** Atlikus tyrimą, nustatytas vartojimo elgsenos skirtumas tarp studentų ir asmenų, turinčių nepilnamečius vaikus. Išsiaiškinta, kokie pagrindiniai veiksniai lemia prekių pasirinkimą. Vartotojų elgsenos tyrimo rezultatai atkleidžia, kad tiek studentų, tiek asmenų, auginančių nepilnamečius vaikus, grupėms reikia skirti daugiau dėmesio tinkamiems vartojimo įpročiams formuoti.