

## B priedas. Internetinio marketingo tyrimo sričių klasifikavimas

**B.1 lentelė.** Internetinio marketingo tyrimo sričių klasifikavimas

**Table B.1.** Classification of internet marketing research areas

| 1  | Internetinio marketingo tyrimų klasifikavimas  |  |   |   |  |
|--|--|--|---|---|--|
|  | Internetinio marketingo tyrimų sritys  |  |   |   |  |
| 2  | 3  | 4  | 5   | 6   |  |
| IM funkcijos   | IM aplinka   | Ypatingas IM taikymas  | IM tyrimai  | Kita  |  |
| Vadyba,<br>planavimas ir<br>strategija;<br>Prekyba;<br>Distribucijos<br>kanalai;<br>Rinkos<br>struktūra;<br>Fizinis<br>paskirstymas;<br>Kainodara;<br>Produktas;<br>Pardavimų<br>skatinimas;<br>Reklama;<br>Pardavimų<br>valdymas. | Vartotojų<br>elgsena;<br>Teisiniai,<br>politiniai ir<br>ekonominiai<br>aspektai;<br>Etika ir<br>socialinė<br>atsakomybė. | Industrinis;<br>Tarptautinis ir<br>palyginamasis;<br>Paslaugų. | Mokslo teorija<br>ir filosofija;<br>Tyrimų<br>metodologija;<br>Informacinės<br>technologijos. | Edukaciniai ir<br>profesiniai<br>aspektai;<br>Bendrinis IM. |  |

B.1 lentelės tęsinys

| Autorius,<br>metai               | Internetinio marketingo tyrimų klasifikavimas   |  |   |   |           |
|----------------------------------|---|--|---|---|-----------|
|                                  | Internetinio marketingo tyrimų sritys   |  |   |   |           |
| 1                                | 2   | 3  | 4   | 5   |           |
| Schibrowsky, Peltie, Nill (2007) | Vartotojų elgsena   | Verslas – verslui  | Strategija  | Komunikacija  |           |
|                                  | Pažinimo aspektai; vartotojų demografija; tarpkultūriniai, nacionaliniai aspektai; interneto paieška; motyvacija; virtualios bendruomenės; pasitenkinimas; segmentacija; patikimumas; naudojimas. | Tiekimo grandinė; verslo komunikacija; pardavimų valdymas; verslo santykiai. | Strategija; santykių valdymas; reputacija; tikslinės rinkos; tarptautinis marketingas; pelnas; konkurencija, konkurencinis pranašumas; geriausia praktika; paslaugos. | Komunikacijos efektyvumas; integruota marketingo komunikacija; informacijos pateikimas, sukūrimas; elektroninis paštas; interneto svetainės matomumas; reklamjuosčių reklama. |           |
|                                  | 6   | 7  | 8   | 9   | 10        |
|                                  | Produktas, ženklas  | Kainodara  | Tyrimų aspektai   | Politiniai, teisiniai aspektai  | Edukacija |
|                                  | Ženklo daras, lojalumas prekės ženklui; naujo produkto vystymas; mažmeninė prekyba.   | Aukcionai; kainodaros aspektai.  | Antriniai duomenys; e. duomenų rinkimas; e. tyrimų aspektai.  | Etika; apgavystės; teisė; privatumas; mokesčių aspektai.  |           |

B.1 lentelės pabaiga

| Autorius,<br>metai        | Internetinio marketingo tyrimų klasifikavimas  |  |   |                               |                     |
|---------------------------|--|--|---|-------------------------------|---------------------|
|                           | Internetinio marketingo tyrimų sritys  |  |   |                               |                     |
| 1                         | 2  | 3  | 4   | 5                             |                     |
| Taylor ir Strutton (2010) | Vartotojų elgsena  | Internetinio marketingo strategija             | Finansiniai, teisiniai aspektai                     | Kainodara                     |                     |
|                           | Informacijos paieška; sprendimo priėmimas; privatumas, patikimumas; kompiuterine grafika paremtas žmogaus atvaizdavimas. |  |   |                               |                     |
|                           | 6  | 7  | 8   |                               |                     |
|                           | Paskirstymas   | Atsiliepimų įtaka, virusinė rinkodara          | Vartotojų elgsenos tyrimų sričių kategorizavimas    |                               |                     |
|                           |  |  | Išankstinio pirkimo suvokimas                       | Išankstinio pirkimo nuostatos | Elegesys po pirkimo |
|                           |  | Naudingumas; lengvumas naudoti; vertė; rizika. | Pasitikėjimas privatumo rūpestis; interneto trauka. | Pasitenkinimas                |                     |