

VILNIAUS UNIVERSITETAS
EKONOMIKOS IR VERSLO ADMINISTRAVIMO FAKULTETAS

VERSLO PROCESŲ VALDYMAS [6211LX015]

Ignotas Vazinskas
MAGISTRO BAIGIAMASIS DARBAS

Vartotojų elgsenos poveikis atsargų valdymo procesui (Vaistinių atvejis, nepaprastosios padėties metu)	Impact of consumers behaviour on inventory management process (pharmacy case, during state of emergency)
---	---

Darbo vadovas

Doc. Dr. Asta Fominienė

Vilnius, 2023

TURINYS

LENTELIŲ SĄRAŠAS	4
PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS	5
ĮVADAS	6
1. TEORINIAI VERSLO PROCESO, ATSARGŲ VALDYMO, VAISTINIŲ IR VARTOJŲ ELGSENOS ASPEKTAI.....	9
1.1. Verslo procesai ir jų modeliavimas.....	9
1.2. Atsargų valdymo samprata	11
1.3. Atsargų valdymo procesas	14
1.4. Vaistinių ypatumai ir atsargų valdymo procesas	17
1.4.1. Vaistinių rinkos ypatumai	17
1.4.2. Atsargų valdymo procesas vaistinėje.....	19
1.5. Vartotojų elgseną formuojantys veiksniai	22
1.6. Vartotojų elgsena nepaprastosios padėties metu.....	25
1.7. Vartotojų elgsenos įtakos atsargų valdymo procesui teorinis modelis	28
2. VARTOTOJŲ ELGSENOS ĮTAKOS ATSARGŲ VALDYMO PROCESUI TYRIMO METODIKA	32
2.1. Empirinio tyrimo tikslas, tyrimo modelis ir tiriami kintamieji.....	32
2.2. Duomenų rinkimo metodai	34
3. VARTOTOJŲ ELGSENOS POVEIKIO ATSARGŲ VALDYMO PROCESO ELEMENTAMS (VAISTINIŲ ATVEJIS, NEPAPRASTOSIOS PADĖTIES METU) TYRIMAS	39
3.1. Kokybinio tyrimo rezultatai.....	39
3.2. Kiekybinio tyrimo respondentų demografinės charakteristikos	43
3.3. Konstruktyvumo patikimumas	47
3.4. Hipotezių tikrinimas.....	49
3.5. Vartotojų elgsenos pokyčiai vaistinės kontekste	55
3.6. Tyrimo rezultatų apibendrinimas	59
IŠVADOS IR PASIŪLYMAI	61
LITERATŪROS SĄRAŠAS	64
SANTRAUKA	70
SUMMARY	72
PRIEDAI.....	74
1 priedas. Anketa kokybiniam interviu.....	74
2 priedas. Anketa kiekybiniam tyrimui.....	76

3 priedas. Konstrukty patikimumo skaičiavimo rezultatai	81
4 priedas. Hipotezių patikimumo skaičiavimo rezultatai.....	84
5 priedas. Konstrukty vidurkių skaičiavimai	87

LENTELIŲ SĄRAŠAS

1 lentelė. Autoriai, kurie nagrinėjo vartotojų elgseną formuojančius veiksnius	23
2 lentelė. Autoriai, kurie nagrinėjo pasikeitusią vartotojų elgseną dėl nepaprastosios padėties ..	26
3 lentelė. Autorių taikyti tyrimo metodai	35
4 lentelė. Tyrimui atlikti atrinkti konstruktai	36
5 lentelė. Teiginių skaičius tyrimo konstruktuose	37
6 lentelė. Kokybinio tyrimo rezultatai apie vaistinės atsargų valdymo procesą	39
7 lentelė. Kokybinio tyrimo rezultatai apie iškeltas hipotezės dėl vartotojų elgsenos pokyčių poveikį vaistinės atsargų valdymo procesui	40
8 lentelė. Kokybinio tyrimo rezultatai apie iškeltas hipotezės dėl vartotojų elgsenos pokyčių poveikį vaistinės atsargų valdymo procesui tęsinys	41
9 lentelė. Respondentų demografiniai požymiai	44
10 lentelė. Konstrukty patikimumo rezultatai	47
11 lentelė. Perskaičiuoti konstrukty patikimumo rezultatai	48

PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS

1 paveikslas. Proceso pavyzdys	10
2 paveikslas. Atsargų valdymo proceso pavyzdys.....	15
3 paveikslas. Atsargų valdymo proceso pavyzdys.....	15
4 paveikslas. Atsargų valdymo proceso pavyzdys.....	16
5 paveikslas. Medicinos prekių kelias iki galutinio vartotojo.....	19
6 paveikslas. Medicinos prekių kelias iki galutinio vartotojo.....	20
7 paveikslas. Medicinos prekių kelias.....	21
8 paveikslas. Vartotojų elgsenos įtakos atsargų valdymo procesui teorinis modelis.....	29
9 paveikslas. Tyrimo modelis	33
10 paveikslas. Pakoreguotas vartotojų elgsenos įtakos atsargų valdymo procesui teorinis modelis.....	43
11 paveikslas. Respondentų atsakymai apie miestą, kuriame dirba	45
12 paveikslas. Respondentų atsakymai apie jų amžių	45
13 paveikslas. Respondentų atsakymai apie jų darbo stažą vaistinėje.....	46
14 paveikslas. Teorinio modelio hipotezių patikrinimo rezultatai.....	50
15 paveikslas. Teorinio modelio hipotezių patikrinimo rezultatai didmiesčiuose.....	52
16 paveikslas. Teorinio modelio hipotezių patikrinimo rezultatai mažesniuose miestuose	54
17 paveikslas. Vartotojų elgsenos pokyčių identifikavimas pasaulinės koronaviruso pandemijos metu.....	56

ĮVADAS

Darbo temos aktualumas: Pastarųjų kelerių metų įvykiai parodė, kad yra ypač svarbu stebėti situaciją ir pasiruošti blogiausiems scenarijams. Auganti globalizacija atneša ne tik gerus reiškinius, bet kartais ir didžiules krizes kaip koronaviruso pasaulinė pandemija ar karo pradžia Ukrainoje. Šios krizės sukelia sumaištį, o ypač nukentėjęs paslaugų sektorius, kuris tinkamai nepasiruošia galimiems pokyčiams. Būtent tokios situacijos apibrėžiamos kaip nepaprastoji padėtis. Nepaprastoji padėtis yra ypatinga teisinė padėtis įvedama valstybėje ar tam tikroje jos dalyje aukščiausių šalies institucijų ir leidžianti taikyti teisės aktais nustatytus laikinus naudojimosi fizinių asmenų teisėmis ir laisvėmis bei juridinių asmenų veiklos apribojimus. Ši padėtis įvedama, kuomet dėl susidariusios ekstremalios situacijos gali kilti grėsmė valstybei bei jos gyventojais ir šios grėsmės neįmanoma pašalinti nepanaudojus teisės aktuose minimų nepaprastųjų priemonių (visuotinė Lietuvių enciklopedija). Nepaprastosios padėties metu dėmesio centre atsideria žmogaus sveikata, kurios vienas iš pagrindinių gerovės veiksnių yra vaistinės teikiamos paslaugos. Dėl šių priežasčių yra labai svarbu suprasti, kaip, vyraujant nepaprastajai padėčiai, pasikeitusi vartotojų elgsena veikia atsargų valdymo procesą vaistinių kontekste.

Kaip jau buvo minėta, egzistuojanti nepaprastoji padėtis pakeičia vartotojų elgseną bei įpročius. Dėl koronaviruso pasaulinės pandemijos vartotojai buvo linkę į pirkimo paniką (Ali, M.R. ir kiti, 2022), ilgesnio galiojimo prekių pirkimą, bendravimas persikėlė į nuotolinį, padidėjo kenkiantis sveikatai kompensacinis vartojimas (Herjanto, H., Amin, M., Mahfooz, Y. 2022), išpopuliarėjo internetinės parduotuvės (Sumi, R.S., Ahmed, M. 2022). Tuo tarpu finansinės krizės privertė vartotojus ieškoti pigesnių alternatyvų (Priporas, C.-V. ir kiti, 2015) ar atsisakyti aplinką tausojančių produktų bei priemonių (Tilikidou, I., Delistavrou, A. 2014). Dėl galimų vartotojų elgsenos pokyčių yra svarbu suprasti kaip tai gali paveikti tam tikrus atsargų valdymo proceso elementus.

Atsargų valdymo procesas bet kokiai organizacijai yra labai svarbus. Dėl atsargų valdymo proceso nebuvo ar prasto jo kontroliavimo – įmonės galit patirti nuostolius (Karim, N.A., Nawawi, A. ir Salin, A.S.A.P. 2018). Įmonė, kuriai trūksta tam tikrų atsargų rizikuoja prarasti potencialius pirkėjus ir pabloginti savo prestižą visuomenėje. Organizacija negali turėti ir per daug atsargų, nes tokiu atveju ne tik susiduria su galiojimo laiko pasibaigimo rizika, bet ir išaldo savo lėšas (Mohebban-Azad, E., Abtahi, A.-R. ir Yousefi-Zenouz, R. 2022). Didesnis atsargų lygis už egzistuojantį poreikį generuoja prastą grąžą ilgalaikėje perspektyvoje (Capkun, V., Hameri, A. ir Weiss, L.A. 2009), todėl geras atsargų valdymo procesas suteiktų galimybę papildomas lėšas investuoti į geresnę grąžą įmonei generuojančias sritis.

Analizuojamos temos ištyrimo lygis: Analizuojant šią temą, buvo nagrinėjami *verslo procesai* (Luo, W. ir Alex Tung, Y. 1999, Doomun, R. ir Vunka Jungum, N. 2008, Fatolahi, A. ir kiti 2007,

Briffaut, J.P. ir Saccone, G. 2002, Goni, J.I.C. ir Van Looy, A. 2022, Farzad Kamrani, Rassul Ayani, Farshad Moradi, 2011, Palmberg, K., 2009.); *atsargų valdymas* (Mohebban-Azad, E., Abtahi, A.-R. ir Yousefi-Zenouz, R. 2022, Capkun, V., Hameri, A. ir Weiss, L.A. 2009, Karim, N.A., Nawawi, A. ir Salin, A.S.A.P. 2018, Esrar, H., Zolfaghariania, H. ir Yu, H. 2022, Hilmola, O.-P., Li, W. ir Tolli, A. 2021, Friday, D. ir kiti 2021, Krichanchai, S. and MacCarthy, B.L. 2017, Kumar, V., Ya, K.Z. and Lai, K.-K. 2022, Barros ir kiti 2021); *atsargų valdymo procesas* (Haszlinna Mustaffa, N. and Potter, A. 2009, Huang, C. ir kiti 2008, Min, H. 2009); *vaistinių teikiamų paslaugų niuansai* (Gebicki, M., Mooney, E., Chen, SJ 2014, Clark, C. and White, L. 2009, Perepelkin, J. and Di Zhang, D. 2011, Candan, G., Yazgan, H.R 2016, Hamuro, Y., Katoh, N., Matsuda, Y 1998); *virtotojų elgsena* (Akhter, S.H. 2009, Miguel, L., Marques, S. and Duarte, A.P. 2022, Rathore, P. ir kiti 2022, Sun, Y., Zhong, Y. and Li, Q. 2022, Venkatesh, V., Speier-Pero, C. and Schuetz, S. 2022, Sassenberg, A.-M. ir kiti 2022, Meneau, L.K., Moorthy, J. 2022, Srivastava, R. 2022, Ali, M.R. ir kiti 2022, Herjanto, H., Amin, M., Mahfooz, Y. 2022, Sumi, R.S., Ahmed, M. 2022, Moliner-Tena, M.A. ir kiti 2018, Priporas, C.-V. ir kiti 2015, Tilikidou, I., Delistavrou, A. 2014). Pasikeitusios vartotojų elgsenos įtaką atsargų valdymo procesui nagrinėjusių autorių nebuvo rasta. Mokslinės literatūros analizės metu buvo nagrinėti 39 mokslinės literatūros šaltiniai, tarp kurių nepasitaikė Lietuvių autorių.

Darbo naujumas: Atsargų valdymo procesą tyrė nemaža dalis autorių, tačiau nėra pakankamai ištyrinėta, kaip vartotojų elgsenos pokyčiai dėl vyraujančios nepaprastosios padėties veikia vaistinės atsargų procesą.

Darbo problema: Koronaviruso pandemija ar karinis konfliktas išbalansavo įvairių sektorių veiklą, ypatingai vaistinių kontekste tai yra ypač jautru. Nepaprastosios padėtys sukelia papildomų problemų, tad atliktus mokslinės literatūros analizę pastebėta, kad nėra aišku, kaip pakitusi vartotojų elgsena dėl nepaprastosios padėties (pandemijos) veikia vaistinės atsargų valdymo procesą.

Darbo tikslas: Nustatyti kokį poveikį vartotojų elgsena daro vaistinės atsargų valdymo procesui nepaprastosios padėties sąlygomis.

Darbo uždaviniai:

1. Atlikus mokslinės literatūros analizę apibrėžti verslo procesus bei jų modeliavimo ypatumus.
2. Apibrėžti atsargų valdymo sampratą bei svarbą ir identifikuoti atsargų valdymo procesą.
3. Nustatyti vaistinės rinkos ypatumus ir apibrėžti atsargų valdymo procesą vaistinės kontekste.
4. Atlikus mokslinės literatūros analizę identifikuoti veiksnius, lemiančius vartotojų elgseną bei kaip pasikeitė vartotojų elgsena dėl vyraujančios nepaprastosios padėties.
5. Sudaryti teorinį vartotojų elgsenos įtakos atsargų valdymo procesui modelį, kuris leis

identifikuoti, kaip vartotojų elgsena veikia atsargų valdymo procesą vaistinėje.

6. Patikslinti teoriniame modelyje naudojamą atsargų valdymo procesą prieš pasaulinę koronaviruso pandemiją pagal praktikoje naudotą procesą.
7. Nustatyti vartotojų elgsenos įtakos stiprumą atsargų valdymo procesui vaistinės kontekste.

Darbo metodai: Siekiant nustatyti atsargų svarbą, atsargų valdymo procesą, vaistinių ypatumus, vartotojų elgsena ir jų pokyčius buvo analizuota įvairių autorių mokslinė literatūra. Atliekamas ekspertinis interviu, siekiant patikrinti atsargų valdymo procesą vaistinėje. Vartotojų elgsenos įtakai nustatyti sudaryta vaistinės darbuotojų apklausa. Apklauso rezultatams apdoroti naudota statistinė analizė, SPSS kompiuterinės programos pagalba. Rezultatams įvertinti naudotas koreliacijos koeficientų skaičiavimas.

Darbo struktūra: baigiamąjį magistro darbą sudaro įvadas, trys skyriai, išvados ir pasiūlymai, naudotos literatūros sąrašas, santrauka lietuvių bei anglų kalba, priedai. Pirmajame skyriuje nagrinėjami verslo procesai ir jų modeliavimas, atsargų valdymas ir jų procesas, vaistinių rinkos ypatumai bei atsargos vaistinės kontekste, taip pat aptarta vartotojų elgsena ir jų pokyčiai dėl susidariusios nepaprastosios padėties. Antrajame skyriuje parengta ir pristatyta vartotojų elgsenos pokyčių poveikio atsargų valdymo proceso elementams metodologija. Trečiajame skyriuje pateikti vartotojų elgsenos pokyčių poveikio atsargų valdymo proceso elementams empirinių tyrimų rezultatai ir pateiktos išvados bei rekomendacijos.

1. TEORINIAI VERSLO PROCESO, ATSARGŲ VALDYMO, VAISTINIŲ IR VAROTOJŲ ELGSENOS ASPEKTAI

Šiame skyriuje aptariami verslo procesai, atsargų valdymo ypatumai ir procesai. Taip pat nagrinėjami vaistinių rinkos ypatumai. Apžvelgiamas vartotojų elgsenos savitumas, jų pokyčiai nepaprastosios padėties bei krizės atveju.

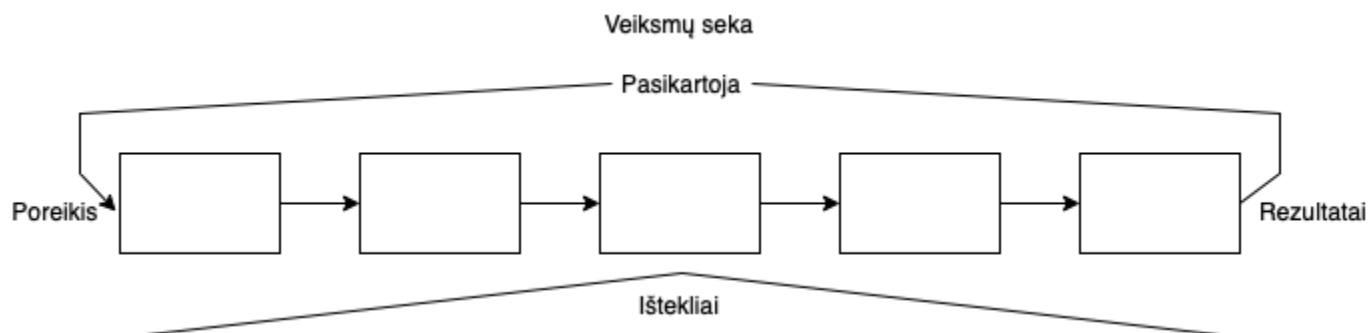
1.1. Verslo procesai ir jų modeliavimas

Verslas, kaip ir kiekvienas reiškinys, sprendimas, atsitikimas, įvykis ar bet koks kitas veiksmas, turi savo procesus. Kiekvieno verslo procesai yra individualūs, tai priklauso nuo organizacijos išteklių, poreikių, norų, galimybių ar kitų įvairių aplinkybių. Skirtingi tyrėjai verslo procesus apibrėžia labai panašiai. Pasak Luo, W. ir Alex Tung, Y. (1999) verslo procesas yra tam tikrų užduočių rinkinys, kurios yra atliekamas siekiant pasiekti apibrėžtą verslo rezultatą. Tuo tarpu Doomun, R. ir Vunka Jungum, N. (2008) verslo procesą apibrėžia, kaip struktūrizuotą ir išmatuotą veiklų visumą, kuri yra skirta pasiekti konkretų rezultatą tam tikram klientui ar tam tikrai rinkai bei kuri naudoja įmonės turimus resursus. Fatolahi, A. ir kiti (2007) verslo procesą savo tyrime apibrėžė kaip eilę žingsnių, skirtų gaminiui ar paslaugai gaminti, tai visos veiklos duodančios konkretų rezultatą tam tikram vidiniam ar išoriniam klientui. Pasak Briffaut, J.P. ir Saccone, G. (2002) verslo procesas yra struktūrizuotas užduočių rinkinys, atliekamas siekiant gauti teigiamą rezultatą. Šis užduočių rinkinys yra modeliuojamas pagal veiklų seką, kuriai būdingi išmatuojama įvestis bei išvestis, pridėtinė vertė ir pasikartojamumas.

Verslo procesai gali būti patys įvairiausi, kiekviena organizacija juos apibrėžia skirtingai pagal savo turimus išteklius bei galimybes. Goni, J.I.C. ir Van Looy, A. (2022) atliktame tyrime buvo išskirstyti verslo procesų tipai į tris pagrindines kategorijas: visiškai struktūrizuoti procesai, pusiau struktūrizuoti procesai ir visiškai nestruktūrizuoti procesai. Visiškai struktūrizuoti procesai yra tokie procesai, kurie yra labai dažnai pasikartojantys, labai retai keičiasi jų veiksmas ar eilės tvarka bei taisyklės yra iš anksto apibrėžtos arba keičiasi labai nežymiai. Tai dažniausiai yra paprasti kasdieniniai procesai su nekintančia ir įprasta veiksmų seka. Pusiau struktūrizuoti verslo procesai yra visiškai struktūrizuoti procesai su papildomomis vienkartinėmis užduotimis, kurios turi apibrėžtas instrukcijas. Šie procesai dažniausiai yra sudėtingesni, interaktyvūs, dinaminiai bei reikalauja daugiau žmogiško įsikišimo į proceso pakoregavimą. Paskutinis tyrėjų išskirtas procesų tipas yra visiškai nestruktūrizuoti procesai. Šis procesų tipas pasižymi, kad yra neįmanoma arba labai sudėtinga apibrėžti proceso srautą, bet yra aiškiai apibrėžiamos norimo pasiekti tikslo detalės. Visiškai nestruktūrizuoti procesai yra nenuspėjamos tam tikros verslo situacijos, kurios yra labai lanksčios bet tuo pačiu ir labai sudėtingos, tai dažniausiai apima vienkartinės užduotis, užsakymus ar prašymus su ribota srauto informacija.

Verslo procesai yra atvaizduojami tam tikrose srauto diagramose, modeliuose. Verslo procesų modeliavimas nurodo aukštą abstraktumo lygį apibūdinant verslo procesus, naudojant formalią notaciją, kuri apibrėžia veiklas ir jų įprastus bei laikinus ryšius. Konkrečios, specialios taisyklės ar apribojimai, su kuriomis susiduria verslas taip pat turi būti atvaizduotos procese. Verslo procesų modeliavimo esmė yra tam tikro kiekio veiklų atvaizdavimas, kurios yra vykdomos eilės tvarka, įgyvendinant konkrečius pasirinkimus. Taip pat atvaizduojamos ir paraleliai ar identiškai vykdomos veiklos. Patys populiariausi verslo proceso modeliai yra srauto diagrama, duomenų srauto diagrama, valdymo srauto diagrama, vieninga modeliavimo kalba (angl. Unified Modeling Language „UML“) ir Ganto diagrama. Dabar dažniausiai sutinkama verslo procesų valdymo notacija (angl. Business Process Modeling Notation „BPMN“) dėl savo lengvo skaitymo bei plataus pripažinimo. Tai yra grafinė notacija, kuri suteikia organizacijoms galimybę dokumentuoti, analizuoti ir iškomunikuoti jos naudojamus verslo procesus paprastu ir suprantamu pavidalu bei taip ieškoti sprendimų padidinti optimizavimo ar efektyvumo lygį. Verslo procesų valdymo notacijos atvaizduotas modelis yra panašiausias į srauto diagramos modelį (Farzad Kamrani, Rassul Ayani, Farshad Moradi, 2011).

1 paveikslas. *Proceso pavyzdys*



Šaltinis: Palmberg, K., 2009.

Pateiktame grafike (žr. 1 paveikslas) yra pavaizduotas standartinis proceso srauto diagramos pavyzdys (Palmberg, K., 2009). Procesas prasideda nuo atsiradusio poreikio ar konkrečios priežasties, jį taip pat gali iššaukti ir kiti tam tikri veiksmai. Poreikis padeda įsivertinti proceso būtinumą ir aktualumą, o toliau seka veiksmi, kurie gali įgyvendinti tam tikrą procesą. Atliekami konkretūs veiksmi, jei būtina naudojami ir reikalingi papildomi ištekliai, bei galiausiai gaunamas norimas rezultatas. Rezultatu gali būti pagamintas produktas, suteikta paslauga ar bet koks kitas reiškinys. Procesui įvykus, jis gali tapti pasikartojančiu ir tokiu atveju vėl visas vyksta iš naujo.

Apžvelgus keleto autorių atliktus tyrimus nustatyta, kad kiekvienas verslas turi savo procesą. Visi apžvelgti autoriai verslo procesus apibrėžia labai panašiai (Luo, W. ir Alex Tung, Y. 1999, Doomun, R. ir Vunka Jungum, N. 2008, Fatolahi, A. ir kiti, 2007, Briffaut, J.P. ir Saccone,

G. 2002). Verslo procesas yra tam tikra veiklų visuma, kurios atliekamos eilės tvarka siekiant pasiekti nustatytą tikslą naudojant įmonės resursus. Išnagrinėjus Goni, J.I.C. ir Van Looy, A. (2022) atliktą tyrimą buvo nustatyta, kad verslo procesai yra skirstomi į tris pagrindines kategorijas: visiškai struktūrizuoti procesai, pusiau struktūrizuoti procesai ir visiškai nestruktūrizuoti procesai. Taip pat buvo identifikuota, kad populiariausias procesų atvaizdavimo būdas yra verslo procesų valdymo notacija („BPMN“) (Farzad Kamrani, Rassul Ayani, Farshad Moradi, 2011).

1.2. Atsargų valdymo samprata

Visos organizacijos, kurių pagrindinė veikla yra susijusi su gamyba ar prekyba, turi savo atsargas bei privalo gebėti valdyti jų kiekį, siekiant turėti reikiamą atsargų kiekį pagal esamus poreikius įmonėje. Mohebban-Azad, E., Abtahi, A.-R. ir Yousefi-Zenouz, R. (2022) pažymėjo, kad organizacijos labiausiai išaldo savo lėšas įsigydami atsargas, todėl atsargų valdymas yra vienas svarbiausių procesų įmonėje. Didelis atsargų kiekis įmonėje rodo, kad organizacija didelę dalį kapitalo, kuri gali būti paskirstyta produktyvesniems ištekliams, yra užšaldyta ir tiekimo grandinės specialistai turi siekti sumažinti atsargų lygį organizacijose. Atsargų valdymo būtinumą pabrėžė ir Capkun, V., Hameri, A. ir Weiss, L.A. (2009), kurie išskyrė, kad labai didelis atsargų kiekis gamybinėje organizacijoje turi prastą grąžą ilgalaikėje perspektyvoje. Karim, N.A., Nawawi, A. ir Salin, A.S.A.P. (2018) identifikavo, kad atsargų valdymas susiduria su daugybe problemų, kurios turi įtakos organizacijos pelnui, ypač gamybinėse įmonėse. Viena iš pagrindinių įvardintų problemų yra atsargų vagystės, pasisavinimas, kuri yra atliekami išrašant klaidingas sąskaitas ar paprastomis vagystėmis. Autoriai taip pat įvardino atsargų valdymas yra pažeidžiamas dėl susiduriamo atsargų perpardavimo ar pardavimo už mažesnę kainą. Šie tyrėjai taip pat pažymi, kad jei organizacija neturi gebėjimo sklandžiai valdyti atsargas – ji gali susidurti su mažėjančiu produktyvumu, padidėjusiu klaidų skaičiumi gamyboje, mažėjančiu klientų įsipareigojimu, didėjančiomis atsargų valdymo išlaidomis, moraline įtampa, nusivylimu ir didėjančių kitų organizacijos nepageidaujamų išlaidų dydžiu.

Kaip jau buvo minėta anksčiau – atsargų valdymas yra vienas svarbiausių procesų organizacijoje siekiant įmonės tobulėjimo bei geresnių finansinių rezultatų. Esrar, H., Zolfaghariania, H. ir Yu, H. (2022) identifikavo kaip didelio masto mažmeninės prekybos tinklas gali pagerinti sezoninių atsargų valdymą naudojant tris įprastas strategijas: informacijos dalinimasis, matomumas bei bendradarbiavimas. Pagal atliktą tyrimą buvo identifikuota, kad vienas iš bendradarbiavimo taikymo strategijų trukdžių gali būti žmogiškosios klaidos. Šios klaidos atsiranda dėl bendradarbiavimo tarp sandėlio ir pagrindinės būstinės darbuotojų, kuomet sezoninės prekės yra perkraustomos į kitas vietas, kad būtų patogiau transportuoti dažniau užsakomas prekes. Šio pertvarkymo metu nebeaktualios sezoninės prekės pasimeta, dingsta, o

įmonės dėl šių klaidų patiria nuostolį. Taikant matomumo strategiją įmonė gali susidurti su prognozavimo trūkumu. Pagrindinėje būstinėje taikomas prognozės būdas nėra pakankamai tikslus bei atliktos prognozės komunikacija su mažmenine prekyba yra prastos kokybės. Geresnė informacijos sklaida padėtų mažmeninei prekybai pasiruošti atkeliaujantiems produktams bei pasiplanuoti ar jie fiziškai turi tiek vietas šiems produktams bei kaip ir kur jie gali būti išdėstyti prekyboje. Taikant informacijos dalinimosi strategiją galima susidurti su prasta komunikacija tarp sandėlio ir mažmeninės prekybos. Prieš mažmeninei prekybai gaunant sezonines prekes iš sandėlio – ji turi pasiruošti šiam papildymui atrodama vietas tiek sandėliavime, tiek prekyboje. Dažniausiai tai padaro grąžindama tuo metu neaktualias prekes į sandėlį, tačiau sandėlyje šie produktai yra iš karto sandėliuojami nepatogiose lokacijose. Praėjus sezoniškų prekių poreikiui, mažmeninė prekyba siekia atgauti anksčiau sugrąžintas prekes, tačiau dėl išankstinės komunikacijos stokos, prekės yra nepatogiai sandėliuojamos, todėl organizacija susiduria su ilgesniu šių prekių pristatymu. Taigi, galima daryti išvadą, kad įmonėje taikomos informacijos dalinimosi, matomumo ir bendradarbiavimo strategijos gali pagerinti organizacijos atsargų valdymą.

Atsargų valdymo ypatumus taip pat tyrė Hilmola ir kiti (2021). Šie tyrėjai nustatė atsargų valdymo pokyčius Suomijoje ir Baltijos šalyse (Lietuvoje, Latvijoje ir Estijoje) vyraujant žemų palūkanų normų aplinkai. Analizuotu laikotarpiu įmonių atsargų valdymas tiek Suomijoje, tiek Baltijos šalyse veikiančiose organizacijose nepagerėjo. Suomijoje veikiančių įmonių atsargų apyvartumas analizuojamu laikotarpiu išliko stabilus tik didelėse organizacijose. Mažesnės organizacijos susidūrė su mažėjančiu atsargų apyvartumu. Taip pat įmonėse atsargos užėmė vis didesnę rolę, todėl svarbu palaikyti bei gerinti atsargų valdymą. Baltijos šalyse veikiančios įmonės analizuotu laikotarpiu susidūrė su mažėjančiu atsargų apyvartumu nepriklausant nuo įmonės dydžio. Mažos ir vidutinės įmonės veikiančios Suomijoje ir Baltijos šalyse analizuojamu laikotarpiu labiausiai patyrė mažėjančią atsargų apyvartumą. Įmonės turi skirti daugiau dėmesio atsargų valdymui, kadangi prastas valdymas gali sukelti verslo tvarumo riziką.

Pasaulinė koronaviruso pandemija sukėlė sumaištį visame pasaulyje. Su tuo susidūrė ir atsargų valdymas, todėl šioje srityje organizacijos taip pat turėjo papildomų iššūkių. Friday, D. ir kiti (2021) nustatė kaip galima išlaikyti optimalų atsargų lygį koronaviruso pandemijos metu sveikatos priežiūros tiekimo grandinėje. Pasak autorių įmonės lygyje atsargų planavimas yra neveiksmingas esant pandemijos situacijai sveikatos priežiūros tiekimo grandinėje dėl papildomųjų ar palaikomųjų funkcijų, tokių kaip transportavimas ar kitos optimizacijos funkcijos gali būti sustabdytos ar suvaržytos. Viena iš rekomendacijų yra naudoti kolektyvinį atsargų valdymą. Naudojant šį metodą, įmonės tiesiogiai su klientu apibrėžia konkrečių produktų poreikį

ir gali iš tiekėjo užsisakyti reikiamą produktų kiekį. Organizacijos šiuo būdu išvengia papildomo atsargų kaupimo, prisitaiko prie rinkoje vyraujančios produktų paklausos pokyčių.

Atsargų valdymu gali būti atsakingi ne tik pati įmonė, bet ir jiems produktus teikiantys partneriai. Krichanchai, S. and MacCarthy, B.L. (2017) nustatė tiekėjo valdomą atsargų lygio įtaką tiekiant medicinos prekes iš didmenininkų į ligonines. Pasak tyrėjų, kad toks atsargų valdymas yra įmanomas, tačiau tik tam tikroje specifinėje aplinkoje, kuomet ligoninės nori prisiimti nedidelę riziką ir nereikalauja papildomų išlaidų. Ligoninės greičiausiai parodys nenorą tokiam atsargų valdymo metodui dėl suvokiamos vidinės atsargų kontrolės rizikos tiekiant kritiškai svarbius vaistus. Taip pat ligoninės nepritaria tokiam atsargų valdymui dėl galimo didmenininko reikiamo atsargų trūkumo, nes tuomet ligoninė nebeturi pasirinkimo įsigyti reikiamų produktų iš kitų tiekėjų.

Kaip jau aptarėme anksčiau pasaulinė koronaviruso pandemija sukėlė sumaištį visame pasaulyje. Kumar, V., Ya, K.Z. and Lai, K.-K. (2022) identifiko su kokiais iššūkiais susiduriama ir kokias sritis turėjo pagerinti atsargų valdyme ar tiekimo grandinėje koronaviruso pandemijos metu. Įmonės koronaviruso pandemijos metu labiausiai paveikė politiniai iššūkiai. Dėl politinio nestabilumo padidėja transportavimo išlaidos, reikia susitvarkyti su padidėjusia paklausa. Padidėjusi paklausa lėmė didesnius gamybos kiekius ir dėl politinių suvaržymų įmonė susidūrė su medžiagų importu. Kitas nustatytas iššūkis buvo lėtas interneto ryšys, nes pandemijos metu visos komunikacijos persikėlė į virtualią erdvę. Būtent dėl persikėlimo į virtualią erdvę – įmonė susidūrė su prastomis skaitmeninių platformų žiniomis. Pandemijos metu dėl išaugusios paklausos įmonė privalėjo pagerinti atsargų valdymą. Kita identifikuota gerinama sritis yra transportavimas, kad būtų mažesni kaštai ir pristatymo paslauga aukštos kokybės. Dėl didėjančių kainų, įmonė turėjo mažinti veiklos išlaidas.

Viena iš pagrindinių atsargų valdymo problemų yra išparduotų prekių trūkumas. Barros ir kiti (2021) identifiko, kaip mažmeninės prekybos įmonė gali sušvelninti išparduotų prekių efektą ir turėti pakankamą atsargų lygį. Išskirtos septynios rekomenduojamos veiklos, kurios galbūt sumažintų išparduotų prekių trūkumo riziką. Pirmoji įvardinta rekomendacija yra sudaryti sandėlio organizavimo grafiką. Pagal šią rekomendaciją vienam darbuotojui būtų priskirta produktų sekcija, kurioje jis turėtų reguliariai tikrinti esamus atsargų lygius. Antroji rekomendacija – sukurti didmeninės prekybos politiką. Tai reiškia, kad būtų nustatomas didžiausias galimas kiekis reklamuojamus produktus parduoti didmeninėje prekyboje kitiems klientams, siekiant išvengti šių produktų trūkumo mažmeninėje prekyboje. Trečioji įvardinta rekomendacija yra įsigyti produktų užsakymo programą, kuri užsako nuo ankstesnės paklausos. Ši programa atsižvelgtų į naujausius žmonių poreikius, reklaminę kampaniją bei į vyraujančias šventes. Ketvirtoji rekomendacija yra sukurti rūšiavimo valdymo politiką. Ši priemonė padėtų

įmonei suprasti kuri parduotuvė geriau parduota vienus ar kitus produktus ir ten reikia sutelkti didesnius konkrečių produktų atsargų kiekius. Penktoji rekomendacija yra surengti inventorizacijos mokymus. Ši rekomendacija yra dėl vis augančių atsargų kiekio, dėl kurio padidėja ir klaidų tikimybė ir tuo pačiu išauga išparduotų produktų trūkumo rizika. Šeštoji rekomendacija yra stebėti didžiausius nuostolius patiriančias parduotuves. Nuostoliais yra įvardinami skirtumas tarp fizinio atsargų kiekio parduotuvėje ir nuo to kas yra matoma sistemoje. Esant didesnėms prasiskyrimams svarbu suprasti, kokios yra to priežastis, kad būtų mažesnė klaidų tikimybė. Paskutinė išskirta rekomendacija yra praveisti mokymus apie produktų atskyrimo svarbą. Tai yra svarbu, nes darbuotojai ne visada atskiria, kad produktai yra skirtingi, nors jų gamintojas ir dydis yra identiškas. Dėl šios priežastis atsiranda skirtumai tarp fizinio kiekio parduotuvėje ir to kas yra matoma sistemoje.

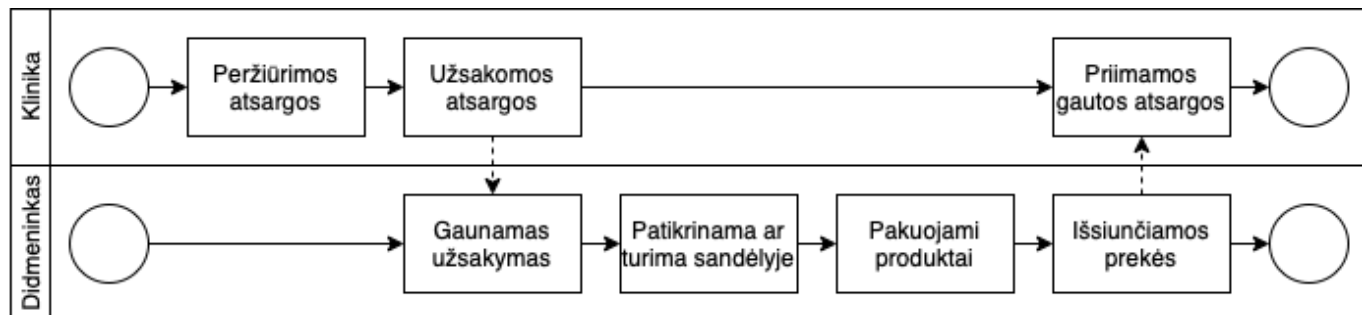
Apžvelgus keletą autorių atliktus tyrimus nustatyta, kad atsargų valdymo svarba yra labai aktuali dėl išaldomų organizacijos lėšų išigyjant atsargas (Mohebban-Azad, E., Abtahi, A.-R. ir Yousefi-Zenouz, R. 2022), didelis atsargų kiekis gamybinėje įmonėje turi prastą grąžą ilgalaikėje perspektyvoje (Capkun, V., Hameri, A. ir Weiss, L.A. 2009) bei prastas atsargų valdymas turi neigiamą įtaką organizacijos finansiniam rezultatui (Karim, N.A., Nawawi, A. ir Salin, A.S.A.P. 2018). Taip pat pavyko nustatyti, kad įmonėje taikant informacijos dalinimosi, matomumo ir bendradarbiavimo strategijas galima pagerinti sezoninių atsargų valdymą (Esrar, H., Zolfaghariania, H. ir Yu, H. 2022). Suomijos ir Baltijos šalių įmonės 2010–2018 metų laikotarpiu nepagerino atsargų valdymo (Hilmola ir kiti, 2021), todėl svarbu, kad dabartinėje aplinkoje įmonės skirtų daugiau dėmesio atsargų valdymui siekiant išvengti verslo tvarumo rizikos. Pasaulyje vyraujant pandemijos situacijai, įmonės turėtų būti orientuotos į kolektyvinį atsargų valdymą (Friday, D. ir kiti, 2021). Pandemijos situacijoje įmonės turėtų pasiruošti susitvarkyti su galimais politiniais suvaržymais, paklausos pokyčiais, prieigą ir reikiamomis žiniomis naudojantis virtualios aplinkos priemonėmis (Kumar, V., Ya, K.Z. and Lai, K.-K. 2022). Taip pat pavyko identifikuoti, kad įprastas atsargų valdymas gali būti pakeista visą kontrolę atiduodant tiekėjui (Krichanchai, S. and MacCarthy, B.L. 2017). Išparduotų prekių trūkumas yra dar viena aktuali atsargų valdymo problema. Šios problemos riziką organizacija gali mažinti taikydama Barros ir kiti (2021) tyrime pateiktomis septyniomis švelninimo rekomendacijomis.

1.3. Atsargų valdymo procesas

Atsargų valdymo procesas kiekvienoje verslo organizacijoje yra skirtingas, tačiau esmė daugumoje įmonių yra panaši. Žemiau esančiame grafike (žr. 2 paveikslas) pavaizduotas atsargų valdymo proceso pavyzdys, kuris taikomas privataus sveikatos priežiūros sektoriuje Malaizijoje (Haszlinna Mustaffa, N. and Potter, A. 2009). Šis procesas parodo vaistų paskirstymą iš didmenine prekyba užsiimančio vaistų platintojo į kliniką. Procesas prasideda klinikoje, peržiūrint esamas

atsargas. Šios veiklos metu identifikuojamos trūkstamos prekės ir po to seka atsargų užsakymas. Didmenininkas priima užsakymą, patikrina ar sandėlyje yra užsakytų atsargų ir turimas atsargas pradeda pakuoti. Supakuoti produktai yra išsiunčiami klinikai. Klinika priima atsargų papildymą ir taip procesas pasibaigia.

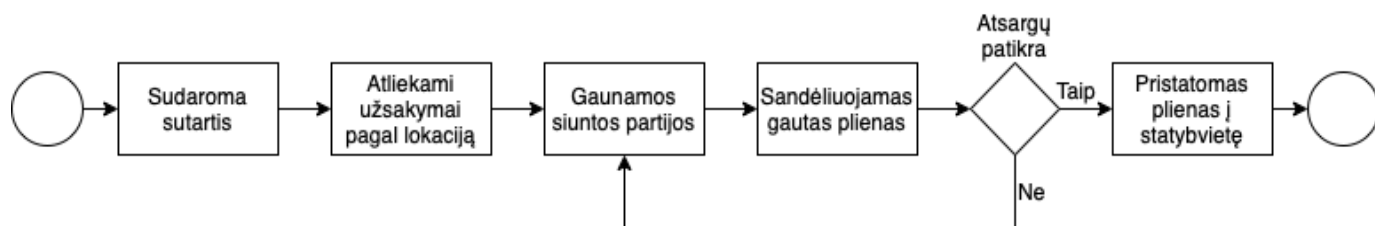
2 paveikslas. Atsargų valdymo proceso pavyzdys



Šaltinis: Haszlinna Mustafa, N. and Potter, A. (2009).

Atsargų valdymo pavyzdį taip pat atvaizdavo Huang, C. Ir kiti (2008) (žr. 3 paveikslas). Žemiau pavaizduotas procesas taikomas statybinėje įmonėje, plieno atsargų kaupime. Procesas prasideda nuo atsiradusio atsargų poreikio, surandamas tiekėjas ir pasirašoma su juo sutartis, pagal kurią tiekėjas įsipareigoja užtikrinti trūkstamas atsargas. Pagal esamą momentu turimus objektus įsivertinamas reikiamas medžiagų poreikis ir atliekami trūkstamų plieno atsargų kiekio užsakymas. Po kurio laiko gaunamas atsargų papildymas iš tiekėjo, priėmus produktus jie toliau yra sandėliuojami. Tuomet gautos atsargos yra patikrinamos, įvertinama ir nustatoma jų būklė. Jei gautos medžiagos atitinka kokybę – pristatomos į statybvietai objektų įgyvendinime. Jei atsargos neatitinka kokybės, susiekiami su tiekėju dėl brokuotų atsargų pakeitimo ir procesas pasikartoja nuo gautos siuntos. Po plieno pristatymo į statybvietai – procesas pasibaigia.

3 paveikslas. Atsargų valdymo proceso pavyzdys

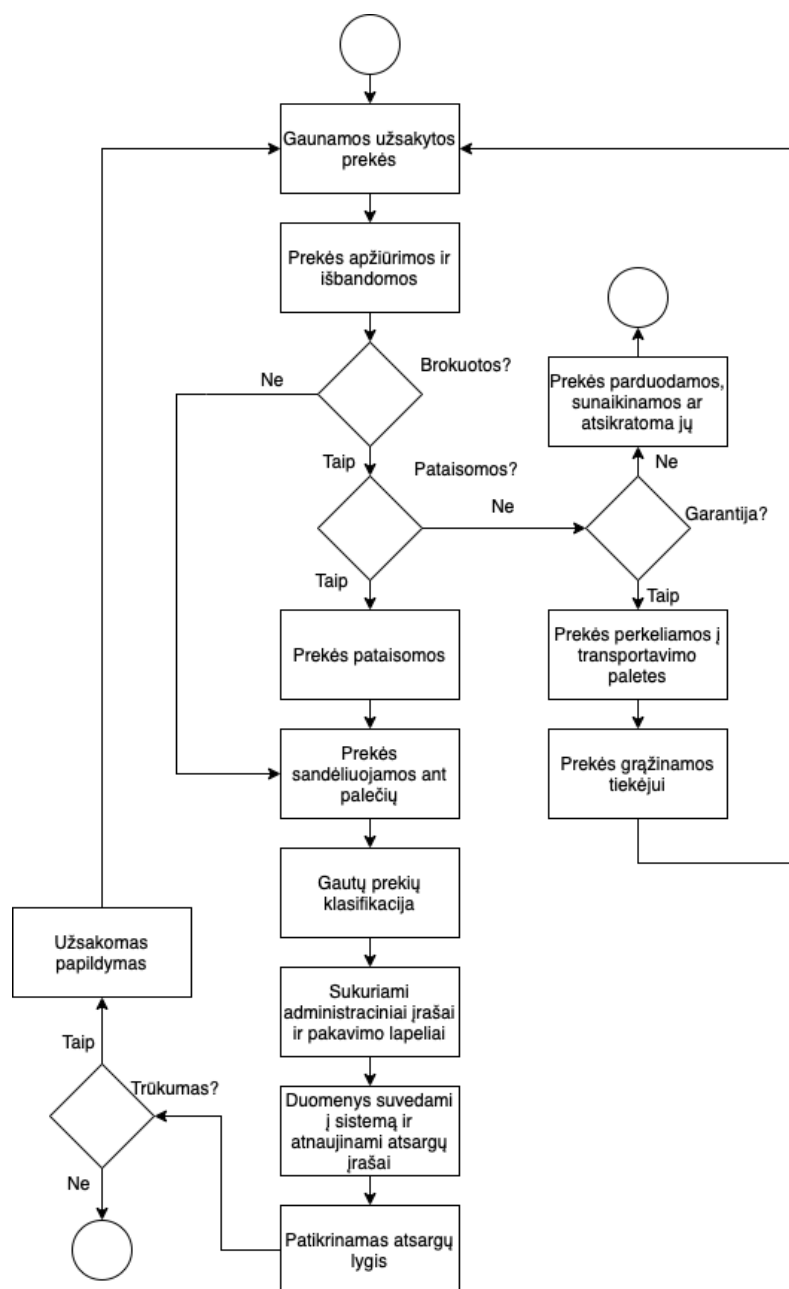


Šaltinis: Huang, C. ir kiti (2008).

Detaliausią atsargų valdymo procesą atvaizdavo Min, H. (2009) (žr. 4 paveikslas). Žemiau pavaizduotas procesas taikomas Jungtinėse Amerikos Valstijose veikiančios telekomunikacijų bendrovėje. Procesas prasideda nuo gautų užsakytų produktų. Toliau seka produktų patikrinimas, išbandymas, jei prekės brokuotos, tuomet įvertinama ar jas galima pataisyti patiems. Jei negalima šių produktų pataisyti, tuomet įvertinama ar galioja garantija . Jei šiems produktams negalioja garantija, tuomet šios prekės yra parduodamos, sunaikinamos ar kitaip jų yra atsikratoma. Jei

garantija galioja, tuomet brokuotos prekės perkeliamos į transportavimo paletes, grąžinamos tiekėjui ir tiekėjas pakeičia šias prekes į naujas ir procesas pasikartoja nuo produktų gavimo. Jei gautos prekės nėra brokuotos arba yra brokuotos, bet galima jas pataisyti – tuomet prekės yra pataisomos (jei reikia) ir sandėliuojamos. Toliau gautos prekės yra klasifikuojamos pagal kategorijas, sukuriama administraciniai įrašai bei suvedami duomenys į sistemą. Suvedus duomenis – atnaujinami atsargų įrašai. Tuomet patikrinamas esamas atsargų lygis, jei identifikuojamas trūkumas – tiekėjas atsiunčia trūkstamų produktų papildymą ir procesas pasikartoja nuo produktų gavimo. Jei trūkumo nėra – procesas pasibaigia.

4 paveikslas. *Atsargų valdymo proceso pavyzdys*



Šaltinis: Min, H. (2009).

Apžvelgus keletą autorių atliktus tyrimus, nustatyta, kad daugumoje verslo organizacijų turi panašius atsargų valdymo procesus. Haszlinna Mustaffa, N. and Potter, A. (2009) atsargų valdymo procesą atvaizdavo ganėtinai paprastai. Esmė yra, kad įmonė peržiūri turimas atsargas, užsako papildymą, tiekėjas patikrina ar turi reikiamų atsargų ir turimas atsargas supakuoja ir išsiunčia. Įmonė atsargas priima ir taip baigiasi procesas. Huang, C. ir kiti (2008) atvaizdavo procesą panašiai į anksčiau nagrinėtą. Šiame procese nėra tiekėjo vykdomų veiklų, tačiau papildytas atsargų sandėliavimu, gautos partijos patikra ir pristatymu į reikiamą vietą. Tuo tarpu detaliosiai atsargų valdymo procesą atvaizdavo Min, H. (2009). Šis autorius į procesą įtraukė ir brokuotų produktų taisymą, grąžinimą tiekėjui arba sunaikinimą ar pardavimą. Taip pat pridėtas prekių klasifikavimas, duomenų vedimas į sistemą ir pakartotinis atsargų patikrinimas sistemoje.

1.4. Vaistinių ypatumai ir atsargų valdymo procesas

Vaistinės, kaip ir bet kurios kitos parduotuvės ar prekybos centro, pagrindinė veikla yra mažmeninė prekyba. Jaakkola, E. ir kitų (2017) išskyrė paslaugas pagal tipus. Pagal šių tyrėjų klasifikaciją mažmeninė prekyba yra priskiriama prie intensyvių kontaktinių paslaugų, kurioms būdingas aukštas darbo intensyvumas, individualūs klientų poreikiai bei aukštas klientų įsitraukimo lygis. Vaistinės atliekama mažmeninė prekyba yra kiek kitokia, produktais gali prekiauti tik licencijuoti specialistai, kurie turi įgiję tam tikrą aukštąjį išsilavinimą ir gali pakonsultuoti bei patarti klientams skirtingais klausimais. Būtent dėl šio išskirtinumo vaistinės mažmeninę prekybą galima priskirti prie išsilavinimo reikalaujančių paslaugų tipo, kurioms būdingas aukštas klientų įsitraukimas, individualių klientų poreikis, darbo intensyvumo lygis bei aukšto išsilavinimo poreikis. Siekiant vykdyti vaistinių veiklą, organizacija privalo būti pasiruošusi, kad patalpos privalo atitikti tam tikrus specifinius reikalavimus, turėti veiklos licenciją o darbuotojai taip pat turi būti licencijuoti specialistai.

1.4.1. Vaistinių rinkos ypatumai

Vaistinių rinka yra viena sudėtingesnių rinkų. Dažnu atveju ją reguliuoja įvairūs valstybės įstatymai. Lietuvoje siekiant atidaryti vaistinę, jau pagal anksčiau nagrinėtus reikalavimus, identifikuota, kad tiek vaistinės patalpos, tiek patys darbuotojai turi atitikti tam tikrus reikalavimus. Vaistinės pagrindiniai produktai yra vaistiniai preparatai, tarp kurių patenka ir gydytojo paskirti, stipresni vaistiniai preparatai, kurie vaistinėse išduodami tik su gydytojo išrašytu receptu. Šie vaistiniai preparatai gali būti tiek nekompensuojami, tiek didžiąja dalimi kompensuojami privalomojo sveikatos draudimo fondo biudžeto lėšomis. Valstybinės ligonių kasos prie Sveikatos apsaugos ministerijos pateikiamoje statistikoje galima pastebėti, kad 2021 metais Lietuvos gyventojų suvartoti valstybės kompensuojami vaistiniai preparatai sudarė net 57% visų suvartotų vaistinių preparatų. Pagal šią statistiką galima teigti, kad šis vaistų segmentas

sudaro didesnę dalį vaistų rinkos ir vaistinėms yra labai aktualus dėl egzistuojančio šių vaistų poreikio ir bet koks praradimas ar reguliavimas turi žymią įtaką vaistinės veiklos rezultatui.

Įėjimui į vaistinių rinką įtakos turi ne tik valstybės įstatymų reguliavimai tačiau ir kiti rinkos ypatumai. Clark, C. and White, L. (2009) nustatė įėjimo į Australijos vaistinių rinką barjerus. Šio tyrimo poreikis atsirado dėl didžiųjų prekybos centrų greito plėtimosi papildomomis produktų grupėmis. Autoriai nustatė, kad egzistuoja du ryškūs įėjimo į rinką barjerai. Pagrindinis barjeras yra jau anksčiau paminėtas valstybės įstatymų reguliavimas. Sekantis įėjimo į rinką barjeras – specifinis aptarnavimas. Šis barjeras reiškia, kad vaistinės darbuotojai suteikia specifinį aptarnavimą, jų darbo specifika reikalauja papildomo išsilavinimo, todėl jie yra brangesni darbuotojai už įprastus mažmeninės prekybos darbuotojus bei dažniausiai jų rinkoje yra mažiau, todėl kyla konkurencija tarp darbdavių. Taip pat identifikuoti lengvesni įėjimo į rinką barjerai buvo pirkėjo keitimo išlaidos, mąsto ekonomija, prieinamumas vartotojui, kaštų privalumai (nepriklausomi nuo mąsto ekonomijos) bei specifiniai produktai. Prekių prieinamumas bei kapitalo kaštai nebuvo laikomi barjeru, siekiant patekti į mažmeninę vaistinių rinką pagal apklausos rezultatus.

Mažesnę rinkos dalį užimančioms nepriklausomoms vaistinėms yra vis sunkiau išsilaikyti konkuruojančioje rinkoje bei plėsti savo rinkos dalį. Būtent Perepelkin, J. and Di Zhang, D. (2011) identifikavo kokias prekės ženklo diferenciacijos strategijas galėtų taikyti mažesnę rinkos dalį užimančios nepriklausomos vaistinės, kad galėtų konkuruoti mažmeninėje vaistinių rinkoje. Vartotojai suvokia, jog skirtingi vaistinių tipai turi skirtingus prekės ženklo įvaizdžius. Taip pat buvo nustatyta, kad egzistuoja ryšys tarp prekės ženklo įvaizdžio bei pasitikėjimo. Vietinės miestelio nepriklausomos vaistinės gali konkuruoti rinkoje su didelėmis tinklų vaistinėmis per pasitikėjimo prizmę. Klientų pasitikėjimo formavimui daugiausia prisideda nuoširdumo bei kompetencijos įvaizdis. Vartotojai yra linkę labiau pasitikėti vaistinėmis, kurios pasižymi šiomis savybėmis. Nepriklausomoms vaistinėms rekomenduoja šioms vaistinėms neinvestuoti į rafinuotumą, nesiekti visuomet būti moderniausiomis bei neorganizuoti įvairių šeimos/gyvūnų renginių, siekiant parodyti kuo įdomesnį savo įvaizdį. Nepriklausomos vaistinės turėtų investuoti, tobulinant kompetenciją bei nuoširdumo įvaizdį ir taip sukelti klientų pasitikėjimą bei sėkmingiau konkuruoti mažmeninėje vaistinių rinkoje.

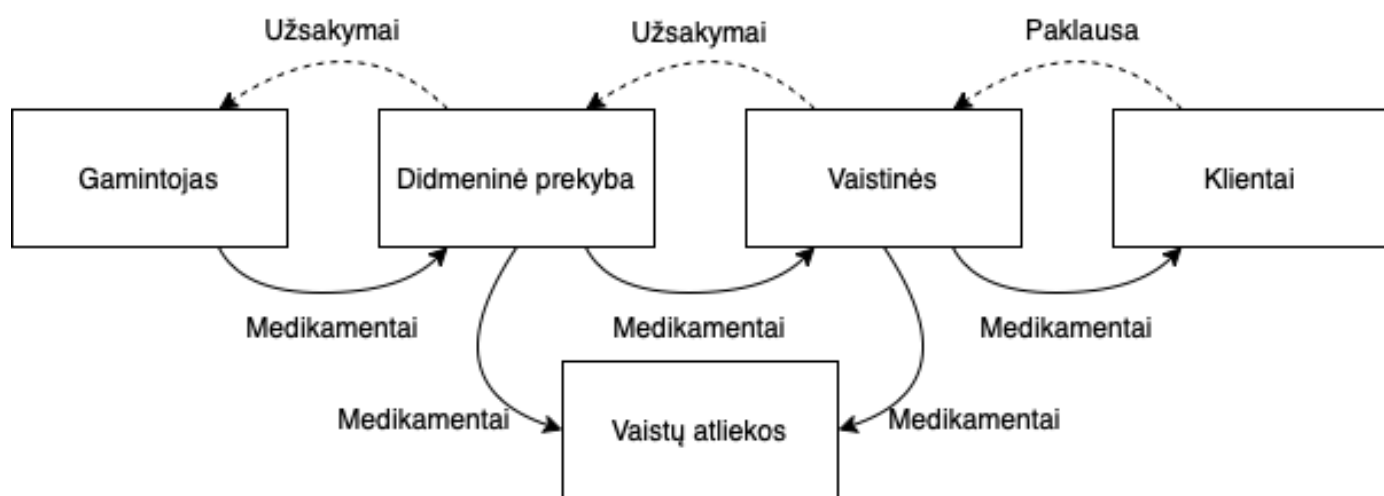
Apžvelgus keletą autorių tyrimus nustatyta, kad vaistinių atliekama mažmeninė prekyba yra priskiriama prie išsilavinimo reikalaujančių paslaugų tipo (Jaakkola, E. ir kiti, 2017) dėl aukšto klientų įsitraukimo, individualių klientų poreikių, darbo intensyvumo lygio bei aukšto išsilavinimo poreikio. Pagal Clark, C. and White, L. (2009) atliktą tyrimą identifiukuota, kad įėjimui į vaistinių rinką egzistuoja du labai ryškūs barjerai. Vienas jų yra jau minėtas valstybės įstatymų reguliavimas, o kitas specifinis aptarnavimas, kuris dažniausiai nėra toks aktualus įprastoje

mažmeninėje prekyboje. Įėjus į šią rinką yra ganėtinai sunku išsilaikyti bei konkuruoti, ypač mažesnėms vaistinėms, tad Perepelkin, J. and Di Zhang, D. (2011) nustatytė, kad mažesnėms nepriklausomoms vaistinėms geriausia yra konkuruoti su dideliais tinklais formuojant klientų pasitikėjimą per kompetencijos ir nuoširdumo įvaizdį.

1.4.2. Atsargų valdymo procesas vaistinėje

Kaip jau buvo minėta, pagrindinė vaistinės veikla yra mažmeninė prekyba. Iki galutinio kliento vaistai praeina ganėtinai ilgą kelią. Gebicki, M., Mooney, E., Chen, SJ (2014) atliktame tyrime atvaizdavo medikamentų kelią iki galutinio kliento (žr. 5 paveikslas). Kelias prasideda nuo gamintojo. Didmenininkas pateikia reikiamų medikamentų užsakymą, o gamintojas juos suteikia. Analogiška situacija seka toliau, vaistinės pareiškia poreikį ir užsisako norimų medikamentų, o didmenininkas suteikia. Šiame etape tiek didmenininkas, tiek pačios vaistinės privalo periodiškai peržiūrėti savo turimas atsargas ir besibaigiančio ar jau pasibaigusio galiojimo vaistus sunaikinti. Taip pat privalo sunaikinti ir pažeistus ar kitus jau nebegalimus ir sveikatai pavojingus medikamentus. Galiausiai, vaistinės klientai išreiškia poreikį įsigyti reikiamų medikamentų, o vaistinė juos parduoda.

5 paveikslas. Medicinos prekių kelias iki galutinio vartotojo

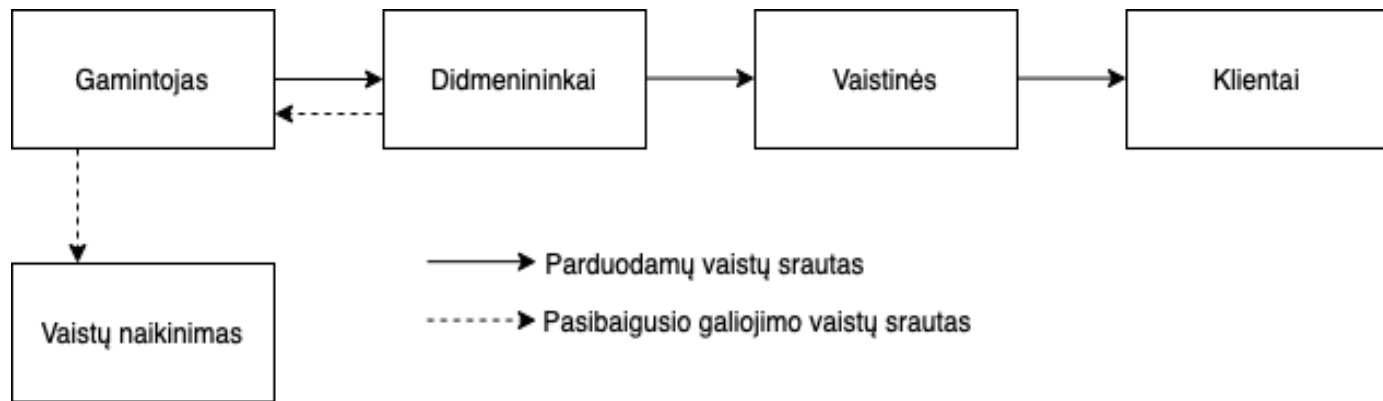


Šaltinis: Gebicki, M., Mooney, E., Chen, SJ (2014).

Atsargų kelią sveikatos priežiūros srityje taip pat apibrėžė Candan, G., Yazgan, H.R (2016) (žr. 6 paveikslas). Medikamentų kelias prasideda nuo gamintojo. Didmenininkas užsisako trūkstamas atsargas, tuo tarpu gamintojas suteikia reikiamus produktus. Panašus žingsnis toliau seka tarp vaistinės ir didmenininko. Vaistinės užsisako trūkstamus produktus, o didmenininkas juos suteikia. Galiausiai klientas išsirenka norimus įsigyti produktus ir vaistinė suteikia šią paslaugą vartotojui. Taip pat egzistuoja papildomas ryšys tarp didmenininko ir gamintojo. Didmenininkas grąžina pasibaigusio galiojimo medikamentus, kurie yra kenksmingi kliento sveikatai, gamintojui. Tuo tarpu gamintojas įsipareigoja sunaikinti šiuos medikamentus, kad

niekam nesukeltų komplikacijų. Šis modelis nuo anksčiau nagrinėto Gebicki, M., Mooney, E., Chen, SJ (2014) modelio skiriasi nežymiai. Vienintelis skirtumas yra tai, kad Gebicki, M., Mooney, E., Chen, SJ (2014) modelyje pasibaigusio galiojimo prekes atiduoda naikinimui tiek didmenininkai, tiek vaistinės. Tuo tarpu Candan, G., Yazgan, H.R (2016) modelyje šiuos produktus reikia grąžinti gamintojui, kuris įsipareigoja juos sunaikinti.

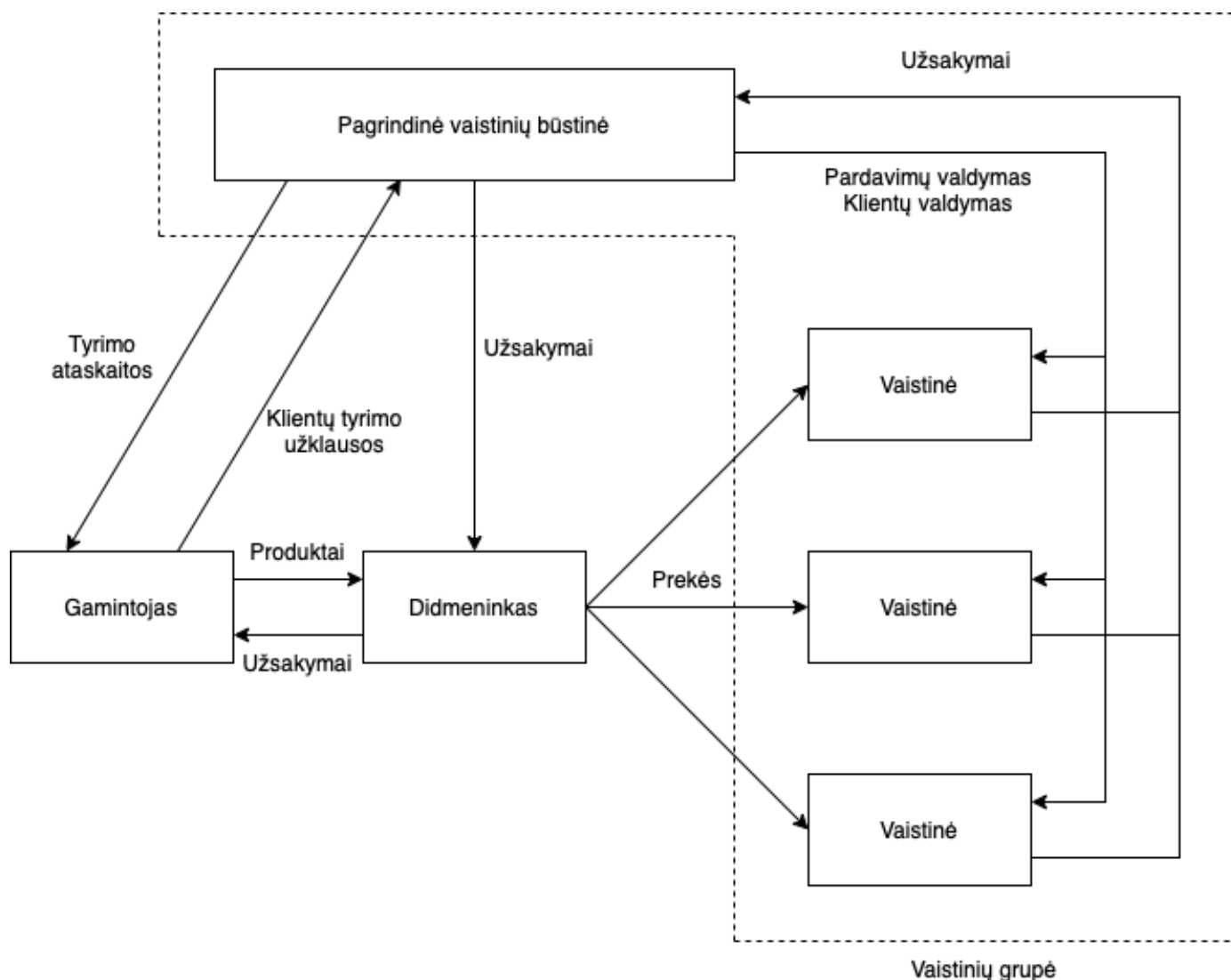
6 paveikslas. Medicinos prekių kelias iki galutinio vartotojo



Šaltinis: Candan, G., Yazgan, H.R (2016).

Dar vieni tyrėjai, kuriems pavyko atvaizduoti medikamentų atsargų kelią nuo gamintojo iki galutinio vartotojo yra Hamuro, Y., Katoh, N., Matsuda, Y (1998) (žr. 7 paveikslas). Šie autoriai apibrėžė bei atvaizdavo tiekimo grandinę Japonijos rinkos kontekste. Pagal nubrėžtą modelį galima matyti, kad viskas prasideda kuomet didmenininkas užsisako produktų iš gamintojo, o šis įsipareigoja juos suteikti pagal sutartyje apibrėžtas sąlygas. Taip pat pagal šį modelį matome, kad pačios vaistinės tiesiogiai iš didmenininkų neužsisako trūkstamų atsargų. Vaistinių atsargų užsakymus surenka ir kontroliuoja pagrindinė būstinė. Vaistinės pateikia reikalingas atsargas ir jų kiekius pagrindinei būstinei, o ši užsako iš didmenininko. Šiuo būdu siekiama gauti papildomą nuolaidą iš tiekėjo dėl didesnės užsakymo apimties. Pagrindinė vaistinių būstinė taip pat parengia strategijas, kurios naudojamos pardavimų ir klientų valdymui vaistinėse. Didmenininkas gavęs užsakymą iš pagrindinės vaistinių būstinės, paruošia reikalingas atsargas ir pristato į konkrečias vaistines. Šiame modelyje taip pat egzistuoja ryšys tarp pagrindinės būstinės ir gamintojo. Gamintojas prašo tyrimų apie klientus, o pagrindinė būstinė juos įgyvendina ir pateikia ataskaitas gamintojui. Šiuo būdu gamintojas siekia identifikuoti situaciją mažmeninėje vaistinių rinkoje, klientų besikeičiančius įpročius ir poreikius, tam tikrų produktų paklausos pokyčius, naujų medikamentų poreikį ir taip gali planuoti savo gamybos apimtį, kurti naujus medikamentus. Lyginant Hamuro, Y., Katoh, N., Matsuda, Y (1998) modelį su praeitais dviem nagrinėtais modeliais pastebėjome, kad šiame modelyje atsiranda pagrindinės vaistinių būstinės vaidmuo užsakant produktus iš tiekėjo. Taip pat nustatytas ryšys tarp gamintojo ir pagrindinės vaistinės būstinės, tačiau nėra identifikuotas pasibaigusio galiojimo medikamentų naikinimo niuansas.

7 paveikslas. Medicinos prekių kelias



Šaltinis: Hamuro, Y., Katoh, N., Matsuda, Y (1998).

Taigi, pagal Gebicki, M., Mooney, E., Chen, SJ (2014) atvaizduotą medikamentų kelio modelį galima pastebėti, kad papildomai skiriamas dėmesys vaistų atliekoms, kuriuo pasirūpina tiek didmenininkas, tiek vaistinė. Candan, G., Yazgan, H.R (2016) atvaizduotas modelis yra labai panašus į Gebicki, M., Mooney, E., Chen, SJ (2014) modelį. Vienintelis skirtumas yra tai, kad vaistų atliekas turi priimti ir pasirūpinti pats gamintojas, jas gali grąžinti tik didmeninkai, pagal šį modelį vaistinės nesusiduria su šia problema. Tuo tarpu Hamuro, Y., Katoh, N., Matsuda, Y (1998) pavaizduotas modelis yra išsamiausias. Šiame modelyje savo vaidmenį atlieka ir vaistinės pagrindinė būstinė, kuri atsakinga už užsakymo surinkimą iš visų priklausančių vaistinių ir atlikti užsakymą iš tiekėjo. Taip pat būstinė užsiima klientų ir pardavimų valdymo strategijomis bei suteikti klientų tyrimų ataskaitas gamintojui. Vaistinės kontekste turėtų būti skiriamas ypač didelis dėmesys pasibaigusio galiojimo vaistams, nes pardavus medikamentus, kurių vartojimas negalimas – gali sukelti sunkių sveikatos problemų. Dėl šios priežasties vaistinės atsargų valdymo procese reikėtų įsivertinti turimų medikamentų periodinę peržiūrą dėl besibaigiančio ar

pasibaigusio galiojimo prekių ir jų sunaikinimo. Vaistinės pagrindinės būstinės vaidmuo yra reikšmingas tik dideliuose vaistinių tinkluose, kuris leidžia surinkti didesnę užsakomų produktų kiekį iš vaistinių ir pateikti juos didmenininkui siekiant gauti papildomą nuolaidą.

1.5. Vartotojų elgseną formuojantys veiksniai

Prieš priimant bet kokį sprendimą, įmonės ar vyriausybės privalo atsižvelgti į vartotojų elgseną, priešingu atveju galima tikėtis kitokio nei laukiamo rezultato. Vartotojų elgsena taip pat yra vienas iš pagrindinių faktorių kliento pirkimo sprendimo priėmimo. Tai ypač aktualu mažmeninėje prekyboje ar teikiant paslaugas. Daugybė autorių nagrinėjo vartotojų elgsenos ypatumus, toliau bus aptariami keli atlikti tyrimai (žr. 1 lentelė).

Akhter, S.H. (2009) tyrimas parodė vartotojo suvokiamos kainos ir kokybės santykio poveikį vartotojo elgsenai. Autorius apibrėžė, kad vartotojai, kurie suvokia kaip kainos ir kokybės santykį per žemą – jie yra labai patenkinti produktu ar suteikiama paslauga. Tuo tarpu vartotojai, kurie suvokia kaip kainos ir kokybės santykį tinkamą – jie dažniausiai yra taip pat patenkinti suteikta paslauga ar produktu, tačiau jų pasitenkinimo lygis yra kiek žemesnis nei tų vartotojų, kurie suvokia kainos ir kokybės santykį per žemą. Galiausiai, vartotojai, kurie suvokia kainos ir kokybės santykį per aukštą – jie apie produktą ar suteiktą paslaugą neturi nei teigiamos, nei neigiamos nuomonės arba yra nepatenkinti.

Miguel, L., Marques, S. and Duarte, A.P. (2022) identifiko vartotojo etnocentrizmo įtaką pirkimo elgesiui. Autoriai nustatė, kad vartotojų etnocentrizmas turi labai stiprią įtaką požiūriui, subjektyvumui, suvokiamam elgesiui bei tiesioginiam pirkimo elgesiui. Asmenys, kurie turi stiprias etnocentrizmo tendencijas jaučia didesnę socialinę spaudimą įsigyti vietinėje valstybėje pagamintus produktus ar prekes. Pagal tyrimo rezultatus galima teigti, kad vartotojai dažnu atveju yra labiau linkę įsigyti vietinėje valstybėje užaugintus ar pagamintus prekes ar produktus, net jei jie yra brangesni, mažiau kokybiški ar patrauklūs už iš užsienio valstybių importuotus produktus ar prekes.

Rathore, P. ir kiti (2022) nustatė vartotojų suvokiamą įmonių socialinės atsakomybės politikos įtaką vartotojų požiūriui bei vartotojų pirkimo elgesiui mažmeninėje prekyboje. Autoriai identifiko, kad įmonės vykdoma socialinės atsakomybės politika turi teigiamą įtaką vartotojų požiūriui. Tai reiškia, kad klientai palankiai žiūri į tokių įmonių socialinę veiklą ir apsipirkinėja tik jų parduotuvėse. Mažmeninės prekybos įmonės, kurios investuoja pinigus bei laiką į savo vykdomų socialinių iniciatyvų paaiškinimą bei pačių klientų įtraukimą į jas, gali tikėtis šios investicijos grąžą generuoti pagerėjusiu vartotojų požiūriu. Tyrėjams taip pat pavyko identifikuoti, kad įmonės vykdoma socialinė atsakomybės politika turi teigiamą įtaką vartotojų pirkimo elgesiui - pagerina vartotojų lojalumą bei pasitenkinimą.

1 lentelė. Autoriai, kurie nagrinėjo vartotojų elgseną formuojančius veiksniai

Autoriai	Vartotojų elgseną formuojantys veiksniai
Akhter, S.H. (2009)	Vartotojų suvokiamas kainos ir kokybės santykis
Miguel, L., Marques, S. and Duarte, A.P. (2022)	Vartotojo etnocentrizmo įtaka pirkimo elgesiui
Rathore, P. ir kiti (2022)	Įmonės socialinės atsakomybės politikos įtaka vartotojų požiūriui bei pirkimo elgesiui
Sun, Y., Zhong, Y. and Li, Q. (2022)	Internetinių bendruomenių įtaka vartotojo pirkimo elgesiui
Venkatesh, V., Speier-Pero, C. and Schuetz, S. (2022)	Vartotojų apsipirkimo internetinėse parduotuvėse priežastys
Sassenberg, A.-M. ir kiti (2022)	Sukuriamos atmosferos įtaka vartotojų emocijoms ir pirkimo įpročiams
Meneau, L.K., Moorthy, J. (2022)	Tinkamą vartotojų finansinį elgesį lemiantys veiksniai
Srivastava, R. (2022)	Muzikos ir aromatų įtaką vartotojų pirkimo įpročiams

Šaltinis: sudaryta autoriaus remiantis pateiktų autorių tyrimais.

Sun, Y., Zhong, Y. and Li, Q. (2022) kokią įtaką vartotojo apsilankymai internetinėse bendruomenėse turi jo apsipirkimo įtakai fizinėse parduotuvėse. Autoriai nustatė, kad vartotojų lankymasis internetinėse bendruomenėse formuoja pirkimo įtaką fizinėse parduotuvėse. Tyrėjams taip pat pavyko identifikuoti, kad dėl papildomos informacijos ieškojimo internetinėse bendruomenėse vartotojai gali susidurti su informacijos perkrova. Ši perkrova daro neigiamą įtaką formuojant vartotojo pirkimo įprotį fizinėse parduotuvėse, nes žmogus tampa pasimetęs, susiduria su stresu ir renkasi neįsigyti prekių. Tuo tarpu jei vartotojas turi iš anksto nusistatę informacijos paieškos tikslą ir jo sėkmingai laikosi – tai daro labai stiprią įtaką vartotojo pirkimo įpročio formavimui fizinėse parduotuvėse.

Venkatesh, V., Speier-Pero, C. and Schuetz, S. (2022) nustatė, kodėl žmonės apsipirkinėja internetinėse parduotuvėse. Pasak tyrėjų vieni iš pagrindinių veiksnių lemiančių apsipirkimą internetinėje parduotuvėje yra suvokiama produktų vertė bei galimybė lengvai palyginti prekes tarpusavyje. Didžiausią įtaką vartotojo apsipirkimui internetinėse parduotuvėse turi žmonių suprantamas produktų tinkamumas būtent jiems. Pagal tai galima teigti, kad vartotojai turi jau iš anksto nustatytą nuomonę apie tam tikrų produktų įsigijimą ir tinkamumą. Impulsinis pirkimo įprotis, apskritai patiriamas malonumas apsipirkinėjant bei produktų ar paslaugų naršymo sukeliamas malonumas taip pat formuoja vartotojo pasirinkimą apsipirkti internetu.

Sassenberg, A.-M. ir kiti (2022) identifikavo, kaip sukuriamą atmosferą veikia vartotojų emocijoms bei jų pirkimo įpročiams. Autoriai teigia, kad iš sukuriamos atmosferos didžiausią įtaką vartotojų emocijoms turėjo grojanti gyva muzika, natūrali, gamtos aplinka bei praleistas

laikas su draugais bei šeima. Tyrėjai taip pat nustatė, kad egzistuoja stiprus ryšys tarp vartotojų emocijų bei jų elgesio. Pagal šias išvadas galima teigti, kad sukuriama vartotojui maloni aplinka, teigiama emocija (gyva muzika, natūrali aplinka, praleistas laikas su draugais ir šeima) turi teigiamos įtakos vartotojo pirkimo įpročiams.

Meneau, L.K., Moorthy, J. (2022) nustatė, kokios vartotojų savybės, aplinka, būseną daro įtaką vartotojų finansiniam elgesiui. Vartotojų finansinis raštingumas, savikontrolės gebėjimas daro teigiamą įtaką vartotojų finansiniam elgesiui. Taip pat ir vartotojo analitinis bei racionalus mąstymo tipas turi teigiamos įtakos vartotojų finansiniam elgesiui, o tuo tarpu patirtimi paremtas mąstymo tipas dažniausiai lemia prastesnį vartotojo finansinį elgesį.

Kaip jau nagrinėjome Sassenberg, A.-M. ir kiti (2022) nustatė, kad sukuriama maloni vartotojui atmosfera turi reikšmę vartotojų emocijoms bei jų pirkimo įpročiams. Srivastava, R. (2022) taip pat identifikavo sukuriamos atmosferos įtaką vartotojų pirkimo įpročiams. Autorius nustatė, kad grojama muzika kartu su maloniais aromatais turi teigiamos įtakos vartotojų pirkimo įpročiams, daugiau laiko praleidžia pačiame prekybos centre. Taigi, Srivastava, R. (2022) atliktas tyrimas paantrino Sassenberg, A.-M. ir kiti (2022) atliktą tyrimą, kad sukuriama vartotojui maloni aplinka (grojanti muzika, malonūs aromatai) skatina vartotojų pirkimo įpročius.

Apžvelgus keletą autorių tyrimus nustatyta, kad vartotojų elgsena priklauso nuo daugybės skirtingų dedamųjų. Akhter, S.H. (2009) nustatė, kad vartotojų elgsena bei reakcija į produktus ar paslaugas priklauso nuo suvokiamos produkto ar prekės kainos ir kokybės santykio. Pagal Miguel, L., Marques, S. and Duarte, A.P. (2022) atliktą tyrimą nustatyta, kad vartotojų elgesiui įtakos turi ir etnocentrizmas, vartotojai yra labiau linkę vietinėje valstybėje užaugintas ar pagamintas prekes. Rathore, P. ir kiti (2022) atliktas tyrimas įrodė, kad vartotojai yra labiau linkę pasirinkti įmones, kurios vykdo socialinę veiklą bei iškomunikuoja apie jos eigą, rezultatus. Pagal Sun, Y., Zhong, Y. and Li, Q. (2022) atliktą tyrimą, prie vartotojų elgesio formavimo labai stipriai prisideda ir internetinių bendruomenių įtaka. Venkatesh, V., Speier-Peró, C. and Schuetz, S. (2022) nustatė, kad vartotojai yra labiau linkę pasirinkti apsipirkinėjimą internetinėje parduotuvėje vietoje fizinės parduotuvės dėl suvokiamos produktų vertės, lengvos galimybės prekes palyginti tarpusavyje, impulsinio pirkimo įpročio bei apskritai patiriamo malonumo naršant prekes ir paslaugas internete bei apsipirkinėjant ir internetas padeda lengviau suprasti apie tam tikrų produktų ar paslaugų tinkamumą būtent jiems. Sassenberg, A.-M. ir kiti (2022) atliktas tyrimas įrodė, kad sukuriama vartotojams palanki atmosfera gali pakeisti vartotojų elgesį, jų pirkimo įpročiai pasikeičia ir yra pasiryžę išleisti daugiau. Pagal Meneau, L.K., Moorthy, J. (2022) identifikavo, kad vartotojų finansinis raštingumas, analitinis bei racionalus mąstymo tipas bei savikontrolės gebėjimas daro teigiamą įtaką vartotojų finansiniam elgesiui. Srivastava, R. (2022) atliktas tyrimas dalinai paantrino vieną iš anksčiau nagrinėtų tyrimų, kad atmosfera gali teigiamai paveikti vartotojų

pirkimo įpročius. Tyrėjams pavyko identifikuoti, kad grojanti muzika ir aromatai skatina vartotojus praleisti daugiau laiko prekybos centre ir išleisti daugiau pinigų nei kuomet yra tik grojama muzika.

1.6. Vartotojų elgsena nepaprastosios padėties metu

Pasauliniai įvykiai, pandemijos, valstybių kariniai konfliktai, recesija bei ekonominės krizės priverčia vartotojus pakeisti jų įprastą elgseną bent trumpam laikotarpiui. Vienas iš pastarųjų metų tokių įvykių buvo pasaulinė koronaviruso pandemija, kuri privertė pasaulį pasikeisti. Kitas, kiek senesnis, tačiau taip aktualus įvykis buvo 2008-2009 metų finansinė krizė, kuri privertė pasikeisti finansinį sektorių, o dauguma vartotojų nukentėjo finansiškai (žr. 2 lentelė).

Ali, M.R. ir kiti (2022) nustatė vartotojų pirkimo panikos koronaviruso pandemijos metu priežastis bei pasekmes. Autoriai identifikavo, kad pirkimo paniką sukelia vartotojų išgirsti gandai, patiriama baimė ir nerimas, susirūpinimas sveikata bei vyriausybės strategijos. Tuo tarpu sukeltos pirkimo panikos pasekmės yra staigiai augančios produktų ir paslaugų kainos, pasiūlos trūkumas, vartotojų nepasitenkinimą pirkimo panika, padidėja produktų ir paslaugų naudingumas. Pasak autorių, siekiant išvengti galimos sukeltos pirkimo panikos priežasčių ar pasekmių, ateityje panašiose situacijose privalo įsikišti vyriausybė bei žiniasklaida, kurios nuramintų ir užtikrintų, kad situacija yra valdoma ir panika yra nereikalinga, taip pat būtų kontroliuojama rinka tiek tiekimo, tiek kainų nustatymo politikoje. Įmonės taip pat turėtų skirti didesnę dėmesį reikiamų produktų aprūpinimu vartotojams, o ne papildomo pelno generavimui.

Herjanto, H., Amin, M., Mahfooz, Y. (2022) nustatė kaip koronaviruso pandemijos metu pasikeitė vartotojų elgsenys, neįtraukiant panikos pirkimo. Koronaviruso pandemijos metu išskirtos penkios vartotojų elgesio pokyčio kategorijos: su sveikata susijęs elgsenys, vartojimo elgsenys, moralinis elgsenys, ketinimas veikti bei kitas elgsenys. Vartojimo kategorijoje keitėsi vartotojų pirkimo įpročiai pirmumą suteikiant tiems prekės ženklams ir jų produktams, kurie pritarė pandemijos mažinimo priemonėms. Vartotojai taip pat teikė pirmumą produktams, kurie patenkino jų pagrindinius poreikius bei buvo ilgo galiojimo laiko. Dalis vartotojų pandemijos metu norėjo išbandyti ir naujus dalykus, tokius kaip apsipirkinėti internetu ar patobulinti naudojamąsi internetiniu banku sugebėjimus. Koronaviruso pandemijos metu taip pat išaugo kenkiantis sveikatai kompensacinis vartojimas, tokis kaip dažnas nesveikų užkandžių ar alkoholio vartojimas. Vartotojai taip pat patyrė didelį nerimą, todėl su sveikata susijusioje kategorijoje, vartotojai ribojo kontaktą su kitais asmenimis, laikė tam tikrą atstumą nuo kitų asmenų, stengėsi kuo greičiau apsipirkti parduotuvėse, ribojo apsilankymo parduotuvėse skaičių, naudojo papildomas apsaugos priemones bei ribojo sveriamų produktų pirkimą. Moralinio elgesio kategorijoje keitėsi vartotojų požiūris į smulkų verslą, jie buvo labiau linkę jį palaikyti, pirkti vietinius produktus bei taikyti tvarų vartojimą. Vartotojai taip buvo labiau linkę palikti didesnius

arbatpinigius, aukoti bei dalintis su kitais. Kito elgesio kategorijoje koronaviruso pandemijos metu padidėjo neapykanta prieš tam tikras etnines grupuotes, todėl šios grupės žmonių vengė atskleisti savo tapatybę bei ribojo elgesį viešumoje. Vartotojai fizinį kontaktą pakeitė į susirinkimus internete, naudojant vaizdo konferencijų programas. Ketinimo pirkti kategorijoje pandemijos metu vartotojai išreiškė ketinimą pirkti, įsivaikinti, kaupiti atsargas, pakartotinai apsilankyti bei įsigyti neįprastus produktus.

2 lentelė. *Autoriai, kurie nagrinėjo pasikeitusią vartotojų elgseną dėl nepaprastosios padėties*

Autoriai	Pasikeitusi vartotojų elgsena dėl nepaprastosios padėties
Ali, M.R. ir kiti (2022)	Vartotojų pirkimo panika koronaviruso pandemijos metu
Herjanto, H., Amin, M., Mahfooz, Y. (2022)	Vartotojų elgesio (neįtraukiant pirkimo panikos) pokyčiai dėl koronaviruso pandemijos
Sumi, R.S., Ahmed, M. (2022)	Vartotojų polinkis link apsipirkinėjimu internetu koronaviruso pandemijos metu
Moliner-Tena, M.A. ir kiti (2018)	Vartotojų pasitikėjimas finansiniu sektoriumi ekonominės krizės metu
Priporas, C.-V. ir kiti (2015)	Vartotojų požiūris į pigesnes alternatyvas ekonominės krizės metu
Tilikidou, I., Delistavrou, A. (2014)	Aplinką tausojančių produktų pirkimas ekonominės krizės metu

Šaltinis: sudaryta autoriaus remiantis pateiktų autorių tyrimais.

Sumi, R.S., Ahmed, M. (2022) nustatė kaip keičiasi jaunų vartotojų pirkimo įpročiai koronaviruso pandemijos metu link internetinių parduotuvių. Jauni vartotojai koronaviruso pandemijos metu linksta link apsipirkimo internetinėse parduotuvėse dėl suvokiamos teikiamos naudos, naudojimosi paprastumo bei patogumo, suvokiamo malonumo, palankesnių produktų kainų, sveikatos tausojimo bei susiformavusio požiūrio.

Moliner-Tena, M.A. ir kiti (2018) identifikavo jaunesnių ir vyresnių vartotojų pasitikėjimą finansų sektoriumi finansinės krizės metu. Finansinės krizės metu didesnę lojalumą bei pasitikėjimą finansiniams subjektams išreiškia vyresni vartotojai dėl savo įpročių bei konservatyvių pažiūrų. Ekonominė aplinka finansinės krizės metu sukuria neigiamą atmosferą ir naujienas, tačiau dažniausiai vyresnio amžiaus vartotojai joms yra atsparūs dėl stiprios emocinės būsenos bei asmeninės patirties įsitikinimų. Bankai turėtų orientuotis į ilgalaikio ryšio tarp banko ir kliento sukūrimo, nes finansinės krizės metu yra mažesnė tikimybė prarasti vyresnius vartotojus, o jie sunkiu metu gali būti kaip privalumas.

Priporas, C.-V. ir kiti (2015) nustatė, kaip finansinė krizė paveikia žmonių požiūrį į suklastotų prekių ženklų gaminius. Pasak tyrėjų vartotojai yra suskirstomi į keturias grupes. Pirmojoje grupėje pateko asmenys, kurie pirko žinomo prekės ženklo produktus ir krizės situacijoje juos toliau perka. Tai vartotojai, kurie kritikuoja suklastotų prekių ženklų gaminius, yra savo srityje profesionalai ar verslininkai bei teigiantys, kad jų išvaizda atspindi jų tapatybę. Kita grupė – vartotojai, kurie perka nežinomus prekės ženklus ir krizės metu elgiasi taip pat. Šie asmenys dažniausiai yra valstybės tarnautojai ar doktorantūros studentai ir tiki, kad išvaizda neatspindi žmogaus identiteto. Trečioji grupė yra vartotojai, kurie perka suklastotų prekių ženklų gaminius bei krizės metu elgiasi taip pat. Tai asmenys, kurie dažniausiai yra studentai bei stengiasi sekti naujausias mados tendencijas. Paskutinioji grupė yra vartotojai, kurie pirko tik žinomų prekių ženklų produktus, tačiau krizės metu pradėjo pirkti šių prekės ženklų suklastotus produktus. Tai yra vartotojai, kurie dažniausiai yra viešojo sektoriaus darbuotojai arba išlaikytiniai bei kuriuos finansinė krizė palietė stipriau, jie tikisi galimiems atlyginimo sumažėjimams ir dėl šios priežasties renkasi suklastotų prekių ženklų produktus. Tai įrodo, kad didžioji dalis žmonių finansinės krizės metu didesnę dėmesį skiria suklastotiems prekės ženklų produktams.

Tilikidou, I., Delistavrou, A. (2014) identifikavo kaip finansinė krizė paveikia vartotojų aplinką tausojančių produktų pirkimo įpročius. Vartotojų, kurie nuolatos pirko ekologiškus produktus bei rinkosi aplinką tausojančias pirkimo įpročių alternatyvas, skaičius sumažėjo nuo 24.1% iki 18.1% dėl finansinės krizės. Vartotojų, kurie labai retai arba niekada nepirko jokių ekologiškų produktų ar nekeitė savo pirkimo įpročių aplinką tausojančiomis alternatyvomis, skaičius padidėjo nuo 34.1% iki 41.7%. Pagal šiuos rezultatus galima teigti, kad finansinė krizė sumažina vartotojų pirkimo aplinką tausojančių produktų pirkimo įpročius, o tam daugiausia įtakos turi sumažėjusios vartotojų generuojamos pajamos.

Apžvelgus keletą autorių tyrimus nustatyta, kad vartotojų elgsena keičiasi pasaulinės pandemijos ar finansų krizės metu. Ali, M.R. ir kiti (2022) atliktame tyrime išnagrinėta, kad koronaviruso pandemijos metu vartotojų pirkimo panika kilo dėl išgirstų gandų, patiriamos baimės ir nerimo, susirūpinimo sveikata bei vyriausybės strategijos. Dėl šio vartotojų elgsenos pokyčio staigiai augo produktų ir paslaugų kainos, atsirado pasiūlos trūkumas ir vartotojų nepasitenkinimas. Herjanto, H., Amin, M., Mahfooz, Y. (2022) identifikavo, kad koronaviruso pandemijos metu vartotojų elgsenys keitėsi per penkias kategorijas, tai buvo su sveikata susijęs elgsenys, vartojimo elgsenys, moralinis elgsenys, ketinimas veikti bei kitas elgsenys. Sumi, R.S., Ahmed, M. (2022) nustatė, kad koronaviruso pandemijos metu išpopuliarėjusios internetinės prekybos tarp jaunų vartotojų yra dėl suvokiamos teikiamos naudos, naudojimosi paprastumo bei patogumo, suvokiamo malonumo, palankesnių produktų kainų bei sveikatos tausojimo. Moliner-Tena, M.A. ir kiti (2018) identifikavo, kad finansinės krizės metu finansiniais subjektais labiau

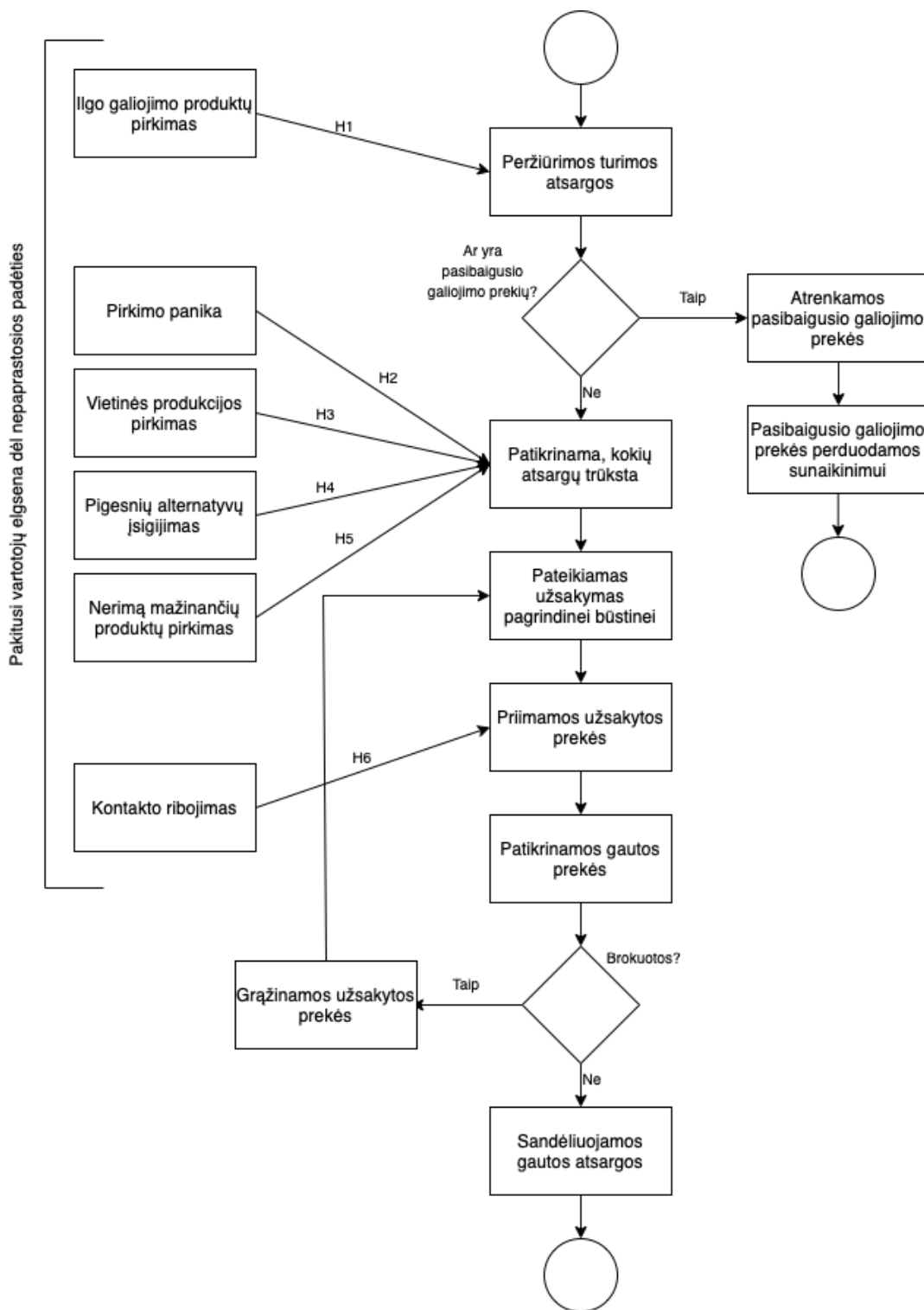
pasitiki vyresni vartotojai, o jaunesni yra labiau linkę pakeisti savo finansinių paslaugų tiekėją. Priporas, C.-V. ir kiti (2015) nustatė kad finansinės krizės metu vartotojai yra labiau linkę pakeisti savo požiūri į suklastotų prekių ženklų gaminius ir esant sudėtingesnei finansinei situacijai jie renkasi šią alternatyvą vietoje įprastai pirktų žinomų prekių ženklų produkcijos. Dar vienas atliktas tyrimas apie finansinės krizės poveikį vartotojų elgsenai buvo Tilikidou, I., Delistavrou, A. (2014). Pasak šio tyrimo rezultatus – vartotojai esant prastesnei finansinei situacijai yra labiau linkę skirti mažiau dėmesio tiems produktams, kurie tausoja aplinką ar imtis aplinką tausojančių alternatyvų dėl sumažėjusių generuojamų pajamų.

1.7. Vartotojų elgsenos įtakos atsargų valdymo procesui teorinis modelis

Remiantis atlikta mokslinės literatūros analize buvo sudarytas teorinis modelis (žr. 8 paveikslas). Remiantis šiuo modelius bus atliekamas tyrimas, kuriuos siekiama identifikuoti, kaip pasikeitusi vartotojų elgsena paveikia tam tikrus atsargų valdymo proceso elementus nepaprastosios padėties metu. Teorinis modelis buvo sukurtas remiantis Haszlinna Mustaffa, N. and Potter, A. (2009), Huang, C. ir kiti (2008), Min, H. (2009), Gebicki, M., Mooney, E., Chen, SJ (2014), Candan, G., Yazgan, H.R (2016), Hamuro, Y., Katoh, N., Matsuda, Y (1998), Herjanto, H., Amin, M., Mahfooz, Y. (2022), Ali, M.R. ir kiti. (2022), Miguel, L., Marques, S. and Duarte, A.P. (2022), Priporas, C.-V. ir kiti (2015).

Siekiant suprasti kokius vaistinės atsargų valdymo proceso elementus veikia pasikeitusi vartotojų elgsena, buvo nubraižytas atsargų valdymo procesas vaistinėje. Procesas buvo nubraižytas remiantis Haszlinna Mustaffa, N. and Potter, A. (2009), Huang, C. ir kiti (2008), Min, H. (2009), Gebicki, M., Mooney, E., Chen, SJ (2014), Candan, G., Yazgan, H.R (2016), Hamuro, Y., Katoh, N., Matsuda, Y (1998) atvaizduotais atsargų valdymo procesais ar medikamentų keliu nuo gamintojo iki galutinio vartotojo. Procesas prasideda nuo esamų vaistinėje atsargų peržiūros. Patikrinama ar tarp esamų atsargų pasibaigusio galiojimo prekių. Jei tokių produktų yra – privaloma jas atrinkti ir perduoti sunaikinimui. Ši vieta vaistinės atsargų valdymo procese yra labai svarbi, nes jei prekė su pasibaigusiu arba besibaigiančiu galiojimu patenka pas galutinį klientą – gali sutrikti vartotojo sveikata ir kilti komplikacijų, kurias galima išvengti. Toliau vaistinė įsivertina kokių ir kiek atsargų trūksta pagal įprastai turima atsargų lygį, kurio užtenka patenkinti vaistinės įprastai aptarnaujamus klientų srautus. Pagal įsivertinta atsargų poreikį – pateikiamas užsakymas pagrindinei vaistinės būstinei, kuri toliau užsako prekes iš didmenininko. Užsakymą atlieka pagrindinė vaistinės būstinė dėl to, nes siekiama gauti papildomą nuolaidą už didesnio kiekio užsakymą. Praėjus kiek laiko, vaistinė priima užsakytas prekes ir jos yra patikrinamos. Jei tarp gautų prekių yra pasitaikiusių brokuotų – jas reikia gražinti tiekėjui ir procesas kartojasi nuo priimtų užsakytų prekių. Jei prekės nėra brokuotos – tuomet jos yra sandėliuojamos ir prireikus perkeliamos į prekybos patalpas.

8 paveikslas. Vartotojų elgsenos įtakos atsargų valdymo procesui teorinis modelis



Šaltinis: Sudaryta autoriaus, remiantis atlikta mokslinės literatūros analize.

Pagal mokslinės literatūros analizę buvo atrinkti šeši vartotojo elgsenos ypatumai ar pokyčiai dėl susidariusios nepaprastosios padėties, kurie galimai veikia tam tikrus atsargų valdymo proceso elementus vaistinės kontekste. Herjanto, H., Amin, M., Mahfooz, Y. (2022) identifikavo, kad pasaulinės koronaviruso pandemijos metu, žmonės didesnę dėmesį skyrė produktams, kurie turi ilgesnį galiojimo laiką. Siekiama suprasti kokią įtaką šis vartotojų elgsenos

pokyti turi peržiūrėti turimas atsargas vaistinėse, kuomet siekiama identifikuoti pasibaigusio galiojimo produktus. Ali, M.R. ir kiti (2022) atliktame tyrime identifiko, kad koronaviruso pandemijos metu vyravo pirkimo panika tarp vartotojų. Miguel, L., Marques, S. and Duarte, A.P. (2022) parodė, kad vartotojai yra labiau linkę įsigyti produktus pagamintus vietinėje rinkoje. Priporas, C.-V. ir kiti (2015) nustatė, kad finansinės krizės metu vartotojai yra labiau linkę rinkti pigesnes alternatyvas. Herjanto, H., Amin, M., Mahfooz, Y. (2022) identifiko, kad vartotojai buvo linkę įsigyti nerimą mažinančius produktus. Siekiama iširti, kaip visi šie keturi vartotojų elgesio pokyčiai veikia trūkstumų atsargų identifikavimą. Herjanto, H., Amin, M., Mahfooz, Y. (2022) taip pat nustatė, kad pasaulinės koronaviruso pandemijos metu žmonės pradėjo kontakto su kitais asmenimis ribojimą, todėl siekiama suprasti kaip tai paveikė užsakytų prekių priėmimą. Pagal šiuos vartotojų elgsenos pokyčius buvo iškeltos šios hipotezės:

H1: Didesnis ilgo galiojimo produktų poreikis padidina pasibaigusio galiojimo prekių kiekį.

Herjanto, H., Amin, M., Mahfooz, Y. (2022) identifiko vartotojų elgesio pokyčius atsiradusios dėl vyraujančios pasaulinės koronaviruso pandemijos neįtraukiant jau aptartą pirkimo paniką. Vienas iš identifikuotų pokyčių buvo tai, kad vartotojai buvo linkę įsigyti produktus, kurie patenkina jų pagrindinius poreikius su ilgesnio galiojimo datomis. Būtent šis pokytis turėtų paskatinti vaistines peržiūrėti turimų daugiausia parduodamų produktų galiojimo terminus ir atsižvelgti planuojant atsargų kiekį vaistinėje dėl galimo didesnio vartotojų poreikio.

H2: Pirkimo panika apsunkina trūkstumų atsargų patikrą.

Ali, M.R. ir kiti (2022) nustatė, kad pasaulinės koronaviruso pandemijos metu vartotojai buvo linkę į pirkimo paniką dėl atsiradusių gandų, patiriamos baimės bei nerimo, susirūpinimo sveikata. COVID-19 metu pirkimo panika sukėlė staigiai augančias prekių ir paslaugų kainas, padidėjusiu produktų ir paslaugų suvokiamu naudingumu bei pasiūlos trūkumu. Būtent dėl galimo pasiūlos trūkumo yra svarbu tinkamai kontroliuoti atsargų valdymo procesą vaistinėje, detaliau peržiūrėti trūkstumų atsargų kiekį ir galimo poreikio identifikavimą.

H3: Didesnis vietinės produkcijos poreikis apsunkina trūkstumų atsargų patikrą.

Miguel, L., Marques, S. and Duarte, A.P. (2022) identifiko, kad vartotojų pirkimą veikia etnocentrizmo įtaka. Pagal tai galima teigti, kad vartotojai palankiau žiūri į vietinėje rinkoje pagamintus produktus ir teikia jiems pirmenybę. Svarbu suprasti, koks egzistavo vietinėje rinkoje pagamintos produkcijos poreikis koronaviruso pandemijos metu bei kaip šis poveikis veikė trūkstumų atsargų peržiūra ir galimo poreikio identifikavimą.

H4: Didesnis pigesnių alternatyvų poreikis apsunkina trūkstumų atsargų patikrą.

Priporas, C.-V. ir kiti (2015) identifiko, kad finansinės krizės metu vartotojai yra linkę savo įprastai įsigyjamus produktus ir paslaugas pakeisti pigesnėmis alternatyvomis. Dėl šios

priežasties yra svarbu suprasti ar pasaulinės koronaviruso pandemijos metu vartotojai buvo linkę į pigesnių alternatyvų pakaitalus bei kaip šis vartojimo pokytis paveikia vaistinės trūkstumų atsargų identifikavimą bei galimo poreikio numatymą.

H5: Didesnis nerimą mažinančių produktų pirkimas apsunkina trūkstumų atsargų patikrą.

Herjanto, H., Amin, M., Mahfooz, Y. (2022) atliktame tyrime tarp identifikuotų vartotojų elgesio pokyčių koronaviruso pandemijos metu buvo nustatyta ir tai, kad vartotojai buvo linkę į nesveiką sveikatai kompensacinį vartojimą. Vartojo nesveikus sveikatai užkandžius, alkoholį ar nerimą mažinančius medikamentus. Šis vartotojų elgesio pokytis kyla dėl patirto nerimo, kurį paantrina Ali, M.R. ir kiti (2022) tyrimas. Svarbu suprasti vartotojų nerimą mažinančių medikamentų poveikį vaistinės atsargų valdymo procesui, trūkstumų atsargų identifikavimui bei galimo poreikio nustatymui.

H6: Kontakto ribojimas apsunkina užsakytų prekių priėmimą.

Herjanto, H., Amin, M., Mahfooz, Y. (2022) atliktame tyrime tarp identifikuotų vartotojų elgesio pokyčių koronaviruso pandemijos metu buvo nustatyta, kad dėl patiriamo nerimo vartotojai buvo linkę į kontakto ribojimą, laikė atstumą su kitais asmenimis, naudojo papildomas apsaugos priemones. Svarbu suprasti ar kontakto ribojimas paveikė vaistinės atsargų valdymo procesą, konkrečiai užsakytų prekių priėmimą.

2. VARTOTOJŲ ELGSENOS ĮTAKOS ATSARGŲ VALDYMO PROCESUI TYRIMO METODIKA

Šiame skyriuje iškeliamas empirinio tyrimo tikslas bei eiga, sudaromas tyrimo modelis ir įvardijami tiriami kintamieji. Pateikiamas pasirinktas empirinio tyrimo instrumentas bei pagrindžiamas jo pasirinkimas, aprašoma tyrimo eiga ir nustatomas bei apskaičiuojamas tyrimo imties dydis.

2.1. Empirinio tyrimo tikslas, tyrimo modelis ir tiriami kintamieji

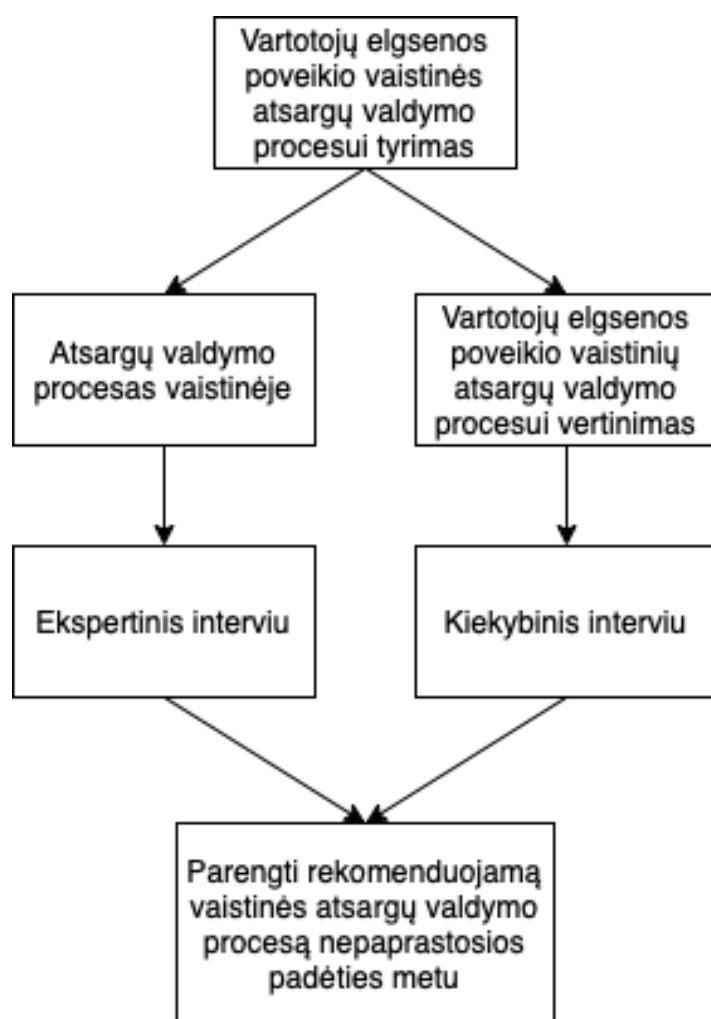
Atlikus mokslinės literatūros analizę nustatyta, kad atsargų valdymas įmonėje yra labai svarbus procesas. Dėl netinkamo atsargų valdymo, įmonės gali išaldyti savo lėšas ir padidinti likvidumo riziką. Taip pat didelis atsargų kiekis įmonėje generuoja prastą grąžą ilgalaikėje perspektyvoje. Mokslinės literatūros analizės metu buvo identifikuota, kad vartotojų elgseną formuoja suvokiamas kainos ir kokybės santykis, etnocentrizmas, įmonės vykdoma socialinės atsakomybės politika, internetinės bendruomenės, apsipirkimas internetu, teigiamų emocijų vartotojui sukūrimas, muzika bei malonūs aromatai. Tuo tarpu nepaprastosios padėties metu vartotojų elgsena taip pat pasikeičia, jie yra linkę į pirkimo paniką, apsipirkti internetu, mažėjantis pasitikėjimas finansiniu sektoriumi, palankesnis požiūris į pigesnes alternatyvas, mažesnis aplinką tausojančių produktų įsigijimas ar kenkiantis sveikatai kompensacinis vartojimas. Vaistinių išskirtinumas egzistuoja dėl griežto vyriausybės reguliavimo. Pagal Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro įsakymą „Dėl vaistinių patalpų ir įrengimų reikalavimų patvirtinimo“ egzistuoja tam tikros taisyklės, kurių reikia laikytis siekiant atitinkamose patalpose vykdyti vaistinės veiklą. Lietuvoje vaistinėje turi būti patalpos, kuriose būtų laikomi vaistiniai preparatai ir vaistų prekės, priimami ir tvarkomi vaistiniai preparatai, perpakuojami vaistinių preparatų pakuotės, saugomi naikintini vaistiniai preparatai, laikomi atšaukti iš rinkos vaistiniai preparatai bei skirta gyventojui pasimatuoti kraujospūdį, pulsą svorį ar kitus tam tikrus matavimus. Dėl riboto patalpų kiekio atsargų laikymui – vaistinės turi tikslingai planuoti atsargas. Taip pat jei vaistinė veikia ligoninėje – ji įsipareigoja aprūpinti ligoninę vaistinių preparatų atsargomis, išduoti ligoninės pacientams kompensuojamus vaistinius preparatus, todėl šis įsipareigojimas apsunkina atsargų valdymą. Valstybinės ligonių kasos prie Sveikatos apsaugos ministerijos pateikiamoje statistikoje galima pastebėti, kad 2021 metais Lietuvos gyventojų suvartoti valstybės kompensuojami vaistiniai preparatai sudarė net 57% visų suvartotų vaistinių preparatų. Pagal šią statistiką galima teigti, kad vaistinės turi skirti didesnę dėmesį būtent šių vaistinių preparatų atsargų valdymui. Mokslinės literatūros analizės metu nebuvo identifikuotas vartotojų elgsenos poveikis atsargų valdymo procesui, todėl šiuo tyrimu bus siekiama suprasti, kaip pakitusi vartotojų elgsena dėl vyraujančios nepaprastosios padėties veikia vaistinės atsargų valdymo procesą.

Tyrimo tikslas: Nustatyti, kaip pasikeitė atsargų valdymo procesas vaistinėje COVID-19 pandemijos metu dėl pakitusios vartotojų elgsenos.

Tyrimo eiga:

1. Patikslinti atsargų valdymo procesą vaistinėje prieš COVID-19 pandemiją.
2. Ištirti pakitusios vartotojų elgsenos poveikį vaistinės atsargų valdymo proceso elementams COVID-19 pandemijos metu.
3. Patikrinti mokslinės literatūros analizės metu iškeltas hipotezes, kaip tam tikri vartotojų elgsenos pokyčiai veikia vaistinės atsargų valdymo proceso elementus nepaprastosios padėties metu.
4. Parengti išvadas bei rekomendacijas pagal gautus vartotojų elgsenos koronaviruso pandemijos metu pokyčių poveikio vaistinės atsargų valdymo procesui tyrimo rezultatus.

9 paveikslas. *Tyrimo modelis*



Šaltinis: Sudaryta autoriaus.

Vartotojų elgsenos poveikio vaistinės atsargų valdymo procesui tyrimas (žr. 9 paveikslas) atliekamas dviem etapais. Pirmuoju etapu bus išgryninamas atsargų valdymo procesas vaistinėje bei išsiaiškinama ar tikrai vartotojų elgesio pokyčių poveikio tam tikriems atsargų valdymo proceso elementams hipotezės vaistinių kontekste, koronaviruso pandemijos metu yra tikslingos. Tai bus atliekama naudojantis ekspertiniu interviu, apklaust Lietuvos veikiančio vaistinės tinklo regiono vadovus. Kitas etapas – vartotojų elgsenos pokyčio poveikio tam tikriems vaistinių atsargų valdymo procesui vertinimas. Tai bus atliekama naudojantis kiekybiniu tyrimu, apklausiami vaistinių darbuotojai. Pagal gautus tyrimo rezultatus bus paruošiamas rekomenduojamas vaistinės atsargų valdymo procesas nepaprastosios padėties metu.

2.2. Duomenų rinkimo metodai

Kaip jau buvo minėta, tyrimas bus atliekamas dviem etapais. Pirmajame etape išsigryninamas pagal realius pavyzdžius vaistinės atsargų valdymo procesas prieš pat pasaulinę koronaviruso pandemiją bei patikrinama ar mokslinės literatūros analizės metu identifikuoti vartotojų elgsenos pokyčiai tikrai paveikė tam tikrus atsargų valdymo proceso elementus. Taip siekiama patobulinti mokslinės literatūros analizės metu sudarytą konceptualų tyrimo modelį, kuriame yra atvaizduotas vaistinės atsargų valdymo procesas ir toliau jį taikyti tolimesniame tyrime. Šiame tyrimo etape bus taikomas kokybinis tyrimas. Kaip teigė I. Gaižauskaitė ir N. Valavičienė (2016), kokybinis tyrimas padeda ne tik patikrinti ar gautas rezultatas atitinka tikėtiną tyrimo rezultatą, bet ir paskatina naujų, netikėtų idėjų bei įžvalgų generavimą. Taip pat šis tyrimo būdas buvo naudotas analizuotuose tyrimuose (žr. 3 lentelė). Clark, C. and White, L. (2009) naudojo šį tyrimo būdą siekiant suprasti įėjimo į vaistinių pramonę barjerų stiprumą, pagal kurį vėliau formavo kiekybinį tyrimą. Šis tyrimo būdas bus naudojamas panašiam tikslui, juo bus galima nustatyti ar teorinis modelis yra tinkamas naudoti tolimesniam tyrimui bei kaip jį reikėtų patobulinti ir ar visi identifikuoti vartotojų elgsenos pokyčiai veikė tam tikrus atsargų valdymo elementus vaistinėse, koronaviruso pandemijos metu. Tyrimui atlikti pasirinktas ekspertinis interviu. Kaip teigė I. Gaižauskaitė ir N. Valavičienė (2016), ekspertinis interviu naudojamas, kuomet tyrėją domina ne pats asmuo ar jo biografija, bet jo turimos žinios ir patirtis tam tikroje specifinėje srityje. Pasak U. Flick (2009) ekspertas yra asmuo, kuris turi tiek techninių į procesą orientuotų bei interpretacinių žinių susijusių su jų specifinę profesinę veiklos sritimi, taip pat ekspertų žinios ne tik susideda iš sisteminių ir įprastų paprasto specialisto žinių, bet turi ir didelę praktinių žinių patirtį. Atliekant ekspertinį interviu bus apklausiami vieno Lietuvos veikiančio vaistinių tinklo regionų vadovai. Šie asmenys yra dirbę vaistinėje, turi tiek funkcinės, tiek praktinės patirties bei žinių, o šiuo metu vadovauja ne vienai, o kelioms ar keletui vaistinių, todėl gali atsakyti apie bendrą vartotojų situaciją Lietuvoje, o ne apie vienos specifinės vaistinės atvejį. Šių ekspertų klausiama kaip remiantis mokslinės literatūros analizę sudarytas vaistinės atsargų

valdymo procesas prieš pasaulinę koronaviruso pandemiją atitinką realią situaciją vaistinėje. Tuo pačiu bus klausiama, kaip galima patobulinti bei pakoreguoti procesą, kad jis būtų kuo labiau tinkamas tolimesniam tyrimui naudoti. Taip pat ekspertai apklausiami dėl iškeltų hipotezių tikrinimo, ar tikrai identifikuoti vartotojų elgsenos pokyčiai veikė tam tikrus atsargų valdymo proceso elementus vaistinės atveju, koronaviruso pandemijos metu. Naudotas kokybinio tyrimo klausimynas pateiktas 1 priede. Interviu dalyviai buvo informuoti apie apklausos konfidencialumą.

3 lentelė. Autorių taikyti tyrimo metodai

Tyrėjai	Tyrimo tikslas	Tyrimo metodas	Imtis
Miguel, L., Marques, S. and Duarte, A.P. (2022)	Ištirti vartotojų pirkimo elgseną ketinant įsigyti vietinėje rinkoje pagamintas prekes.	Kiekybinis tyrimas (internetinė anketa).	700 respondentų, kuriems 18 ir daugiau metų
Ali, M.R., Khan, A.G., Islam, M.N., Akram, U. (2022)	Ištirti vartotojų elgseną COVID-19 pandemijos metu bei panikos pirkimo priežastis ir pasekmes.	Kiekybinis tyrimas (internetinė anketa)	419 respondentų
Priporas, C.-V., Kamenidou, I., Kapoulas, A., Papadopoulou, F.M. (2015)	Ištirti ir paaiškinti vartotojų vartotojų požiūri į pigesnius produktų pakaitalus finansinės krizės metu.	Kiekybinis tyrimas (internetinė anketa)	83 respondentų nuo 18 iki 35 metų
Sumi, R.S., Ahmed, M. (2022)	Ištirti besikeičiančią jaunų vartotojų pirkimo elgseną COVID-19 pandemijos metu linkstant link apsipirkinėjimo internetu.	Kiekybinis tyrimas (internetinė anketa)	395 respondentų
Clark, C. and White, L. (2009)	Ištirti tradicinių įėjimo barjerų ir įėjimo atbaidymo metodų taikymo galimybes Australijos mažmeninėje vaistinės pramonėje.	Kokybinis ir kiekybinis tyrimas	20 kokybinio interviu ir 132 kiekybinio interviu respondentų

Šaltinis: Sudaryta autoriaus, remiantis atrinktų konstruktų informacija.

Antruoju etapu bus siekiama patikrinti iškeltas hipotezes, kaip stipriai veikė ar neveikė mokslinės literatūros analizės metu identifikuoti vartotojų elgsenos pokyčiai tam tikrus vaistinės atsargų valdymo proceso elementus. Prieš atliekant antrąjį etapą – pakoreguojamas vaistinės atsargų valdymo procesas bei iškeltos hipotezės pagal atliktą ekspertinį interviu. Šiame etape atliekamas pagrindinis darbo tyrimas, kuriam įgyvendinti naudojamas kiekybinis tyrimas, internetinė apklausa. Šis tyrimo būdas taip pat buvo naudotas analizuotuose tyrimuose

(žr. 3 lentelė). Tyrimo metu bus apklausiami vaistinės darbuotojai, kurie dirbo prieš pasaulinę koronaviruso pandemiją vaistinėje ir gebėjo pastebėti vartotojų elgsenos pokyčius dėl susidariusios nepaprastosios padėties. Vaistinės darbuotojai pasirinkti dėl vaistinės atsargų valdymo bei planavimo ir artimo kontakto su vaistinėje besilankančiais vartotojais, o kiekybinis tyrimas pasirinktas siekiant išvengti vienos ar kelių vaistinių specifikos, o nustatyti bendrą situaciją Lietuvoje.

Sudaryta anketa vaistinės darbuotojams buvo remiantis kitų autorių patirtimi, naudoti kitų autorių tyrimuose naudoti konstruktai, kurių patikimumas buvo tikrintas ir anksčiau (žr. 4 lentelė). „Priimamos užsakytos prekės“ konstrukto teiginiai suformuoti autoriaus, nes nerasta jau tyrimuose naudotų tinkamų konstrukto, patikimumas bus apskaičiuotas rezultatų analizės metu. Naudoti konstruktai buvo adaptuoti pagal šio atliekamo tyrimo tematiką. Naudota tyrimo anketa pateikiama 2 priede. Apklausoje respondentų pasiteiraujama ar jie dirbo vaistinėje prieš pasaulinę koronaviruso pandemiją, visi, kurie atsakė, kad nedirbo – jų atsakymai tolimesniam tyrimui nėra naudojami.

4 lentelė. Tyrimui atlikti atrinkti konstruktai

Konstruktas	Autoriai
Pirkimo panika	Ali, M.R., ir kiti (2022)
Pigesnių alternatyvų pirkimas	Satish, K., Venkatesh, A. and Manivannan, A.S.R. (2021)
Ilgesnio galiojimo produktų pirkimas	Marinković, V. and Lazarević, J. (2021)
Kontakto ribojimas	Marinković, V. and Lazarević, J. (2021)
Vietinės produkcijos pirkimas	Palau-Saumell, R. ir kiti (2021)
Nerimą mažinančių produktų pirkimas	Kemp, E., Bui, M.(M). and Porter, III, M. (2021)
Peržiūrimos turimos atsargos	Kurniawan, R., ir kiti 2017)
Patikrinama, kokių atsargų trūksta	Lorenzo Ochoa, O. ir kiti (2017)
Priimamos užsakytos prekės	Sudaryta autoriaus

Šaltinis: Sudaryta autoriaus, remiantis atrinktų konstrukto informacija.

Kiekybinio tyrimo anketos klausimai suskirstyti į 9 klausimų grupes (žr. 5 lentelė). Šešios klausimų grupės matuoja vartotojų elgesio pokyčių (Ilgo galiojimo produktų pirkimas, pirkimo panika, vietinės produkcijos pirkimas, pigesnių alternatyvų įsigijimas, nerimą mažinančių produktų pirkimas, kontakto ribojimas) stiprumą likusioms trimis klausimų grupėms (tam tikriems atsargų valdymo proceso elementams) vaistinių kontekste, pasaulinės koronaviruso pandemijos metu. Klausimų grupes sudaro nuo trijų iki šešių teiginių, kuriuos respondentai vertino Likerto 5

balų skalėje, kur 1 – „Visiškai nesutinku“, 2 – „Nesutinku“, 3 – „Nei sutinku, nei nesutinku“, 4 – „Sutinku“, o 5 – „Visiškai sutinku“.

5 lentelė. *Teiginių skaičius tyrimo konstruktuose*

Konstruktas	Teiginių skaičius
Ilgo galiojimo produktų pirkimas	3
Pirkimo panika	6
Vietinės produkcijos pirkimas	6
Pigesnių alternatyvų įsigijimas	5
Nerimą mažinančių produktų pirkimas	4
Kontakto ribojimas	3
Peržiūrimos turimos atsargos	4
Patikrinama, kokių atsargų trūksta	5
Priimamos užsakytos prekės	4

Šaltinis: sudaryta autoriaus remiantis naudotais konstruktais.

Kiekybinio tyrimo anketoje taip pat bus ir papildomų klausimų. Didžioji jų dalis susijusi su demografiniais aspektais. Jau buvo paminėta, kad respondentų bus pasiteirauta ar jie dirbo vaistinėje prieš pasaulinę koronaviruso pandemiją. Taip pat respondentų bus pasiteirauta, kuriame Lietuvos mieste jie dirba, siekiant identifikuoti ar egzistavo didesnis vartotojų elgesio pokyčių poveikis vaistinės atsargų valdymo proceso elementams mažesniuose Lietuvos miestuose. Respondentai taip pat atsakys apie savo amžių bei darbo stažą vaistinėje, taip siekiama nustatyti ar didesnę patirtį turintys darbuotojai detalčiau pastebėjo ar vartotojų elgesio pokyčiai turėjo poveikį atsargų valdymo proceso elementams. Likę demografiniai klausimai bus apie respondentų lytį bei išsilavinimą. Apklausos dalyviai bus informuoti, kad jiems yra garantuojamas konfidencialumas bei apklausos tikslas.

Kaip jau buvo minėta, pirmuoju tyrimo etapu atliekamas ekspertinis interviu apklausiant vieno Lietuvoje veikiančio vaistinių tinklo regiono vadovus. Kokybinis tyrimas bus atliekamas internetu, išsiunčiant iš anksto paruoštus klausimus elektroniniu paštu (asinchroninė komunikacija, raštu, be vaizdo). Tuo tarpu antruoju tyrimo etapu atliekama internetinė apklausa. Anketa bus sukurta naudojantis www.docs.google.com/forms platforma bei išsiųsta vieno Lietuvoje veikiančio vaistinių tinklo vaistinėms bei jų vadovams, taip pat bus susisiekiama su vaistininko profesijos atstovais naudojantis socialiniu tinklu LinkedIn bei patalpinama apklausa socialinio tinklo Facebook grupėje „Mokymai farmacininkams“.

Kiekybinio tyrimo anketos rezultatai bus apdorojami bei sisteminami naudojantis Microsoft Excel programa, taip pat pasitelkta SPSS kompiuterinės programos pagalba.

Kaip jau buvo minėta tikslinė kiekybinio tyrimo auditorija yra vaistinės darbuotojai, kurie dirbo vaistinėje prieš ir per pasaulinę koronaviruso pandemiją. Kiekybinio tyrimo metu bus apklausiami ne tik vieno Lietuvoje veikiančio vaistinių tinklo darbuotojai (to pačio tinklo, kurio regiono vadovai buvo apklausiami ekspertiniam interviu), bet ir kitų tinklų vaistinės darbuotojai, siekiant surinkti kuo daugiau respondentų atsakymų. V. Rudzkienė (2005) teigė, kad prieš nutariant imties dydį reikia apsibrėžti populiaciją: visi vaistininko licencijas turintys asmenys, kurie 2023 metų balandžio 26 dieną siekė 14634 asmenys.

Tyrimo imčiai apskaičiuoti bus taikoma „Paniotto“ formulė (Diskiene, D., Pauliene, R., & Ramanauskaite, D., 2019):

$$n = \frac{1}{\Delta^2 + \frac{1}{N}}$$

Kur:

- n – tyrimo imtis;
- Δ - imties paklaidos dydis;
- N – populiacijos dydis;

$$n = \frac{1}{0,09^2 + \frac{1}{14634}} = 122$$

Tyrimo imčiai apskaičiuoti pasirinktas 95% patikimumas, bet ne didesnė ne 9 procentų paklaida. Kaip jau buvo minėta, vaistininko licencijas Lietuvoje turi 14634 specialistai. Pagal pateiktus duomenis buvo pritaikyta „Paniotto“ formulė ir apskaičiuota, kad reikalingas tyrimo imties dydis siekia 122 respondentus.

3. VARTOTOJŲ ELGSENOS POVEIKIO ATSARGŲ VALDYMO PROCESO ELEMENTAMS (VAISTINIŲ ATVEJIS, NEPAPRASTOSIOS PADĖTIES METU) TYRIMAS

Šiame skyriuje aptariami ekspertinio tyrimo rezultatai, pakoreguojamas konceptualus teorinis modelis. Taip pat analizuojami kiekybinio tyrimo rezultatai, respondentų demografinės charakteristikos bei patikrinamos iškeltos hipotezės.

3.1. Kokybinio tyrimo rezultatai

Kaip jau buvo minėta anksčiau kokybinis tyrimas buvo atliktas ekspertinio interviu forma. Apklausti buvo „Benu“ vaistinės tinklo regiono vadovai, apklausa vyko komunikuoiant su ekspertais elektroniniu paštu. Svarbiausias tyrimo klausimas buvo mokslinės literatūros analizės metu sudaryto vaistinės atsargų valdymo proceso atitikimas pagal buvusią, prieš koronaviruso pandemiją situaciją. Taip pat kokybiniu tyrimu siekiama nustatyti ar tikrai mokslinės literatūros analizės metu identifikuoti vartotojų elgsenos pokyčiai paveikė atitinkamus vaistinės atsargų valdymo proceso elementus koronaviruso pandemijos metu. Kokybinio tyrimo metu interviu klausimai buvo išsiųsta keturiems „Benu“ vaistinių tinklo regiono vadovams. Po savaitės grįžo atsakymai iš ekspertų, tačiau trys iš keturių ekspertų pateikė atsakymus į apklausą. Dėl konfidencialumo sąlygų, ekspertai pervadinti į „Ekspertas A“, „Ekspertas B“ bei „Ekspertas C“.

6 lentelė. Kokybinio tyrimo rezultatai apie vaistinės atsargų valdymo procesą

Klausimas / Kategorija	Subkategorija	Ekspertas
Atsargų valdymo proceso atitikimas praktikoje	Patobulinti trumpo galiojimo produktų proceso elementus	Ekspertas A
	Pridėti papildomą elementą: "peržiūrėti parduotas prekes"	Ekspertas C

Šaltinis: sudaryta autoriaus, remiantis kokybinio tyrimo rezultatais.

Pirmąją apklausos dalį sudarė klausimas ekspertams apie mokslinės literatūros analizės metu sudarytą atsargų valdymo procesą vaistinėje prieš pasaulinę koronaviruso pandemiją. Ekspertų buvo prašoma pakomentuoti apie pačio proceso atitikimo praktikoje bei kaip būtų galima pakoreguoti ar patikslinti procesą, kad atitiktų situaciją, kuri buvo dar prieš koronaviruso pandemiją (žr. 6 lentelė). „Ekspertas A“ pateikė pasiūlymą patobulinti procesą įterpiant papildomą žingsnį, kad trumpo galiojimo prekės, iki kurių galiojimo termino pabaigos lieka 3 mėnesiai ir mažiau, parduodamos su papildoma nuolaida. Ta pati politika yra taikoma ir su brokuotomis prekėmis, kurių brokas atsirado dažniausiai jau po pristatymo į vaistines. Jei prekės neparduodamos, tuomet jos yra nurašomos ir atiduodamos naikinimui. „Ekspertas B“ atsakymo į šį klausimą apie vaistinės atsargų valdymo procesą nepateikė. „Ekspertas C“ pasiūlė pridėti

papildomą proceso etapą, tai yra peržiūrėti parduotas prekes. Dėl kitų etapų ekspertas pakomentavo juos plačiau. Vienas iš komentarų yra tai, kad užsakymas dažniausiai pateikiamas motininei įmonei, bet jei ši įmonė tuo metu reikiamų produktų neturi – užsakymas atliekamas iš kitų didmeninę prekybą užsiimančių įmonių. Taip pat pakomentavo plačiau apie prekių priėmimą bei jų patikrą. Prekės dažniausiai gaunamos jau kitą dieną, jei nėra prekės ar nesutampa serija, galiojimo terminai – prekės gražinamos tiekėjui ir rašoma pretenzija. Gautos brokuotos prekės dažniausiai yra gražinamos atgal tiekėjui. Vietoj gražintų prekių, tiekėjas pristato naujas.

7 lentelė. *Kokybinio tyrimo rezultatai apie iškeltas hipotezes dėl vartotojų elgsenos pokyčių poveikį vaistinės atsargų valdymo procesui*

Klausimas / Kategorija	Subkategorija	Ekspertas
Kaip dėl COVID-19 pasiekitusi vartotojų elgsena paveikė atsargų valdymo proceso elementus	Išaugo saugos priemonių pardavimai	Ekspertas A
	Padidėjo karštųjų produktų poreikis	Ekspertas B
Ilgesnio galiojimo produktų pirkimo poveikį vaistinės valdymo procesui	Šių produktų poreikis padidėjo	Ekspertas A
	Poveikis nebuvo žymus, nes vaistai dažniausiai nėra trumpalaikis	Ekspertas B
Pirkimo panikos poveikis atsargų valdymo procesui	Panika egzistavo, masiškai pirko apsaugos priemonės, šių produktų nuolat trūko	Ekspertas A
	Atsargų užsakymai buvo atliekami įprastai, tačiau skirtas papildomas dėmesys į greičiausiai išparduodamas prekes	Ekspertas B

Šaltinis: sudaryta autoriaus, remiantis kokybinio tyrimo rezultatais.

Likusią apklausos dalį sudarė klausimai apie mokslinės literatūros analizės metu iškeltas hipotezes dėl koronaviruso pandemijos sukeltos vartotojų elgsenos pokyčių poveikį tam tikriems atsargų valdymo proceso elementams vaistinėje. „Ekspertas C“ nepateikė atsakymų susijusių su vartotojų elgsenos pokyčių poveikiu atitinkamiems vaistinės atsargų valdymo proceso elementams koronaviruso pandemijos metu. Šio eksperto nuomone tiksliai apie tai gali atsakyti tik patys vaistinės darbuotojai, nes regiono vadovas neturi tokio artimo kontakto su vartotojais, tuo tarpu likę kiti du ekspertai pateikė savo išvagas. Pirmasis klausimas buvo kaip dėl koronaviruso pandemijos pasikeitusi vartotojų elgsena paveikė vaistinės atsargų valdymo proceso elementus (žr. 7 lentelė). „Ekspertas A“ teigė, kad išaugo dezinfekcinių skysčių, veido kaukių bei vienkartinį pirštinių pardavimai. „Ekspertas B“ taip pat pritarė ir teigė, kad padidėjo karštųjų

produktų poreikis (kaukės, pirštines, dezinfekciniai skysčiai). Antrasis klausimas buvo apie padidėjusio ilgesnio galiojimo produktų pirkimo poveikį vaistinės atsargų valdymo procesui. „Ekspertas A“ teigė, kad šių produktų poreikis padidėjo, dėl išaugusių vaistinės pardavimų. „Ekspertas B“ tuo tarpu teigė, kad šis poveikis nebuvo žymus, nes dažniausiai vaistų galiojimas nėra trumpalaikis. Kitas klausimas buvo apie pirkimo panikos poveikį vaistinės atsargų valdymo procesui. „Ekspertas A“ teigė, kad panika buvo tarp klientų, kurie masiškai pirko dezinfekcinius skysčius, kaukes, respiratorius bei vienkartinės pirštines. Šių produktų nuolat trūko, nes juos labai greit išpirkdavo. „Ekspertas B“ teigė, kad vaistinė produktų užsakymus atliko įprastai, tačiau taip pat atsižvelgė į vartotojų paniką, kurios prekės buvo išparduodamos greičiausiai.

8 lentelė. *Kokybinio tyrimo rezultatai apie iškeltas hipotezės dėl vartotojų elgsenos pokyčių poveikį vaistinės atsargų valdymo procesui tęsinys*

Klausimas / Kategorija	Subkategorija	Ekspertas
Padidėjusio vietinės produkcijos poveikis atsargų valdymo procesui	Vietiniai gamintojai nespėjo gaminti prekių, pagal esantį poreikį rinkoje	Ekspertas A
	Poveikis nebuvo žymus	Ekspertas B
Nerimą mažinančių produktų pirkimo poveikį atsargų valdymo procesui	Vartotojai įsigijo šias prekes dažniau, atsargų valdymas reikalavo didesnio dėmesio	Ekspertas A
	Atsargų užsakymai buvo atliekami įprastai, skirtas papildomas dėmesys šių produktų atsargų kaupimui.	Ekspertas B
Kontakto ribojimo poveikis atsargų valdymo procesui	Vaistinės darbuotojai dirbo naudojantis apsaugos priemonės, tačiau nebuvo poveikio atsargų valdymui	Ekspertas A
	Poveikio nebuvo, nes viskas vyksta labai greitai, artimo kontakto nėra	Ekspertas B

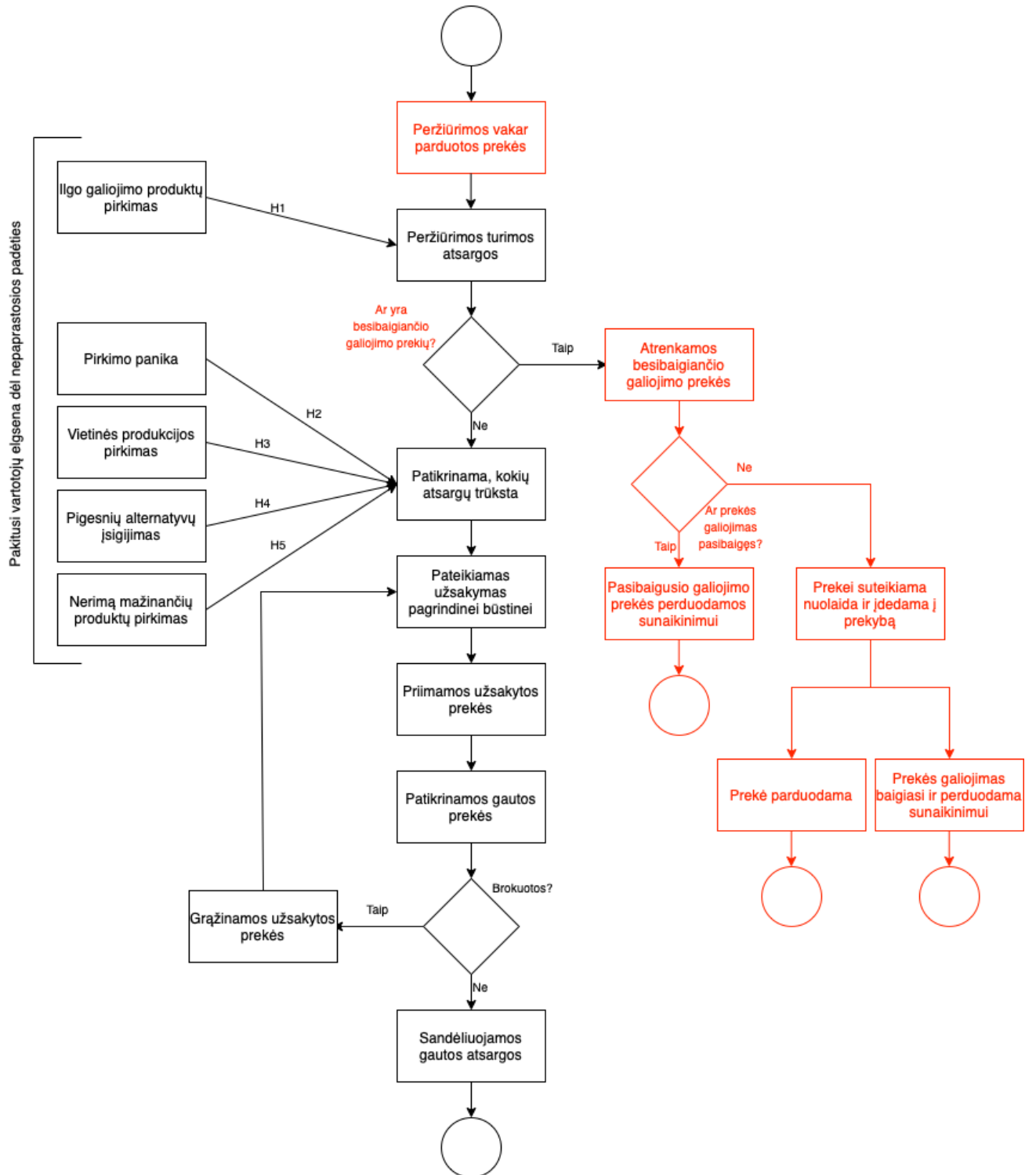
Šaltinis: sudaryta autoriaus, remiantis kokybinio tyrimo rezultatais.

Kokybinio tyrimo metu taip pat buvo klausiama apie padidėjusio vietinės produkcijos pirkimo poveikį vaistinės atsargų valdymo procesui (žr. 8 lentelė). „Ekspertas A“ atsakė, kad vietiniai gamintojai nespėjo gaminti reikiamų kiekių pagal tuometinį poreikį rinkoje. Tuo tarpu „Ekspertas B“ teigė, kad ryškaus poveikio atsargų valdymo procesui tai nesudarė. Kitas klausimas buvo apie pigesnių alternatyvų įsigijimo poveikį vaistinės atsargų valdymo procesui. „Ekspertas A“ teigė, kad trūko ir šių prekių, nes vartotojai išpirko perkamiausius produktus, todėl rinkosi alternatyvas. „Ekspertas B“ teigė, kad šis vartotojų pokytis neturėjo labai ryškaus poveikio atsargų

valdymo procesui vaistinėje. Sekantis klausimas buvo apie nerimą mažinančių produktų pirkimo poveikį vaistinės atsargų valdymo proceso elementams. „Ekspertas A“ teigė, kad vartotojai įsigijo ir šio pobūdžio prekes dažniau, privertė skirti didesnę dėmesį valdant atsargas. Tuo tarpu „Ekspertas B“ teigė, kad vaistinės produktų užsakymus atliko įprastai, tačiau taip pat buvo suteikiamas papildomas dėmesys šių produktų atsargų kaupimui. Paskutinis kokybinio tyrimo klausimas ekspertams buvo apie kontakto ribojimo poveikį vaistinės atsargų valdymo procesui. „Ekspertas A“ teigė, kad vaistinės darbuotojai dirbo naudojantis vienkartinėmis kaukes, respiratorius bei pirštines, tačiau tai neturėjo realaus poveikio atsargų valdymo procesui. „Ekspertas B“ pritarė bei teigė, kad poveikio nebuvo, nes prekes įprastai pristato vienas žmogus, tai įvyksta greitai, sandariose dėžėse. Su šiuo asmeniu artimo kontakto nėra, išskyrus, kol suskaičiuojamos gautos dėžės, o tai trunka apie minutę. Pagal ekspertinio interviu rezultatus buvo pakoreguotas vartotojų elgsenos įtakos atsargų valdymo procesui teorinis modelis (žr. 10 paveikslas).

Pakoreguotą vartotojų elgsenos įtakos atsargų valdymo procesui teorinį modelį daugiausia sudaro pirminis tyrimo modelis. Korekcijos buvo atliktos atsižvelgiant į kokybinio tyrimo rezultatus. „Benu“ vaistinių tinklo regiono vadovams peržiūrėjus pirminį atsargų valdymo procesą buvo sulaukta pasiūlymų, kaip modelis galėtų labiau atitikti realią prieš pasaulinę koronaviruso pandemijos situaciją, pokyčiai pažymėti teoriniame modelyje raudona spalva. Vienas iš ekspertų pasiūlymų buvo įterpti vakar parduotų produktų peržiūros etapą, kadangi tai padeda vaistinėms lengviau identifikuoti kokių atsargų trūksta. Kitas ekspertų pasiūlymas buvo pridėti prekių, kurių galiojimo terminas baigiasi už trijų mėnesių ir greičiau, valdymo politiką. Šioms prekėms yra suteikiamos papildomos nuolaidos, siekiant jas parduoti, tačiau jei iki galiojimo pabaigos nepavyksta jų parduoti – jos yra perduodamos sunaikinimui. Taip pat atsižvelgiant į šį pasiūlymą pakoreguota etapų formuluotė, iš pasibaigusio galiojimo terminų pervadinti į besibaigiančio galiojimo terminus. Šios dvi korekcijos tolimesniam tyrimo etapui poveikio visiškai neturėjo, jos atliktos siekiant turėti kuo aktualesnį atsargų valdymo procesą vaistinėje prieš koronaviruso pasaulinę pandemiją. Pagal kokybinio tyrimo rezultatus, kuomet buvo ekspertai apklausiami apie mokslinės literatūros analizės metu iškeltas hipotezes dėl koronaviruso pandemijos sukeltos vartotojų elgsenos pokyčių poveikį tam tikriems atsargų valdymo proceso elementams vaistinėje, buvo pakoreguotas pirminis tyrimo modelis, pašalinta šeštoji hipotezė. Ši hipotezė teigė, kad kontakto ribojimas apsunkina užsakytų prekių priėmimą. Pasak ekspertų kontakto ribojimui vaistinės darbuotojai naudojo vienkartinės kaukes, respiratorius bei pirštines, bet tai neturėjo jokio poveikio atsargų valdymo procesui. Taip pat priimant prekes viskas įvyksta labai greitai, artimas kontaktas su kurjeriu trunka tik apie minutę, prekės pristatomos sandariose dėžėse. Atsižvelgus į šias ekspertų žinias nuspręsta netaikyti šeštos hipotezes, nes išsiaiškinta, kad kontakto ribojimas neapsunkino užsakytų prekių priėmimą vaistinėje koronaviruso pandemijos metu.

10 paveikslas. Pakoreguotas vartotojų elgsenos įtakos atsargų valdymo procesui teorinis modelis



Šaltinis: Sudaryta autoriaus, remiantis atlikta mokslinės literatūros analizę ir kokybinio tyrimo rezultatais.

Atsižvelgus į ekspertų atsakymus bei pasiūlymus, pakoreguotas vartotojų elgsenos įtakos atsargų valdymo procesui teorinis modelis toliau bus naudojamas atliekant kiekybinį tyrimą.

3.2. Kiekybinio tyrimo respondentų demografinės charakteristikos

Kaip jau buvo minėta anksčiau, kiekybinis tyrimas atliktas apklausiant vaistinėje dirbančius asmenis. Apklausa vyko 2023 metais, nuo balandžio 25 dienos iki gegužės 10 dienos.

Apklausa vyko daugiau nei dvi savaites. Per šį laikotarpį tyrime dalyvavo 140 vaistinėse dirbančių respondentų. Tolimesnėje analizėje toliau buvo naudoti 124 respondentų atsakymai, tai yra apie 88,6% visų surinktų atsakymų. Tinkamų analizei respondentų atsakymų skaičius sumažėjo atsižvelgus į atrankinio klausimo „Ar dirbote vaistinėje prieš koronaviruso pandemiją?“ rezultatus. Atrinktas respondentų skaičius viršija anksčiau nustatytą tyrimo imties dydį – 122 respondentai. Pagal atrankinio klausimo rezultatą matoma, kad 11,4% visų respondentų nedirbo vaistinėje prieš pasaulinės koronaviruso pandemijos laikotarpį. Įvertinus tai, kad ši nepaprastoji padėtis prasidėjo prieš kiek daugiau nei tris metus, didžioji dalis apklaustųjų patyrė pandemijos sukeltus iššūkius ir susidūrė su vartotojų elgesio pokyčiais.

Tyrimo apklausos anketoje, respondentų taip pat buvo pasiteirauta apie demografinius požymius. Respondentai turėjo pateikti penkis, su demografinė charakteristika susijusius, atsakymus: apie respondento lytį, išsilavinimo lygį, miestą, kuriame respondentas dirba, respondento amžius bei respondento darbo stažo vaistinėje skaičius metais (žr. 9 lentelė).

9 lentelė. Respondentų demografiniai požymiai

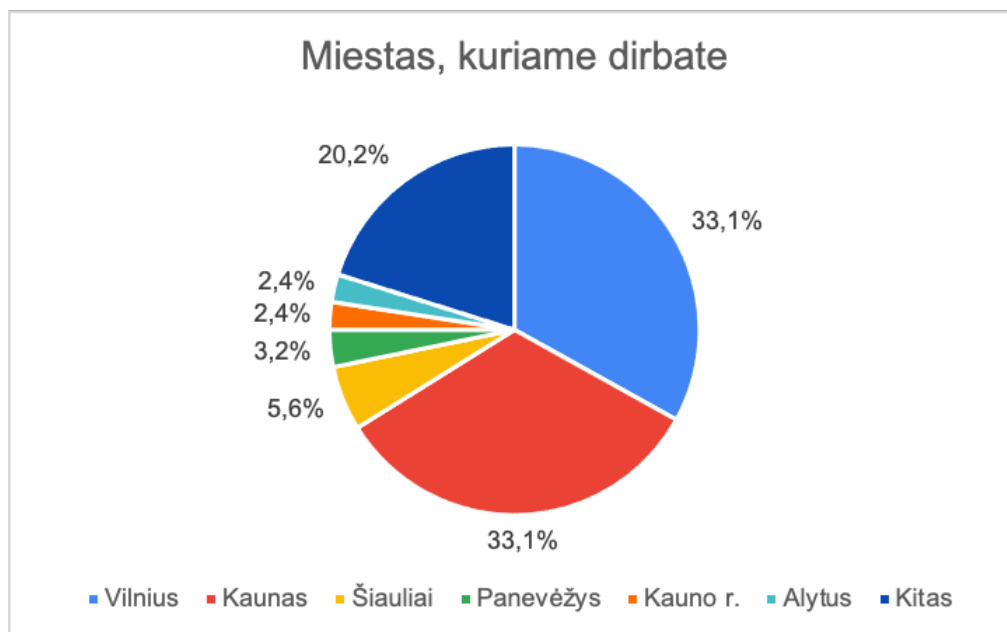
Požymis	Kintamieji	Respondentų skaičius	Dalis proc.
Lytis	Moteris	109	87,9%
	Vyras	15	12,1%
Išsilavinimas	Nebaigtas vidurinis	0	0,0%
	Vidutinis	1	0,8%
	Profesinis	0	0,0%
	Aukštasis neuniversitetinis / aukštesnysis	6	4,8%
	Aukštasis universitetinis	117	94,4%

Šaltinis: sudaryta autoriaus, naudojantis kiekybinio tyrimo rezultatais.

Kaip jau buvo minėta, tyrimui rezultatams toliau analizuoti buvo pasirinkti 124 respondentų atsakymai. Didžiąją jų dalį sudarė moterys, net 87,9% arba 109 tyrimui pasirinktų respondentų, kuomet vyrų atsakymai sudarė vos 12,1% arba 15 asmenų.

Tarp surinktų respondentų atsakymų nepasitaikė asmenų, kurių išsilavinimo lygis siekė nebaigtą vidurinį ar profesinį. Tuo tarpu pasitaikė vienas respondentas, kurio išsilavinimo lygis siekis vidurinį, jis sudarė vos 0,8% tyrimui pasirinktų respondentų. Aukštąjį neuniversitetinį / aukštesnįjį lygį siekiantys respondentai sudarė 4,8% arba 6 asmenys. Didžiausią išsilavinimo lygį tarp respondentų sudarė aukštasis universitetinis išsilavinimas. Šis rodiklis siekė net 94,4% arba 117 atsakymai tarp visų tyrimui pasirinktų respondentų atsakymų. Ši statistika tik patvirtina, kad vaistinėje dirbančių asmenų, farmacininkų profesijos atstovai yra įgiję aukštąjį universitetinį išsilavinimą dėl reikalaujančio žinių kiekio ir veiklos specifikos.

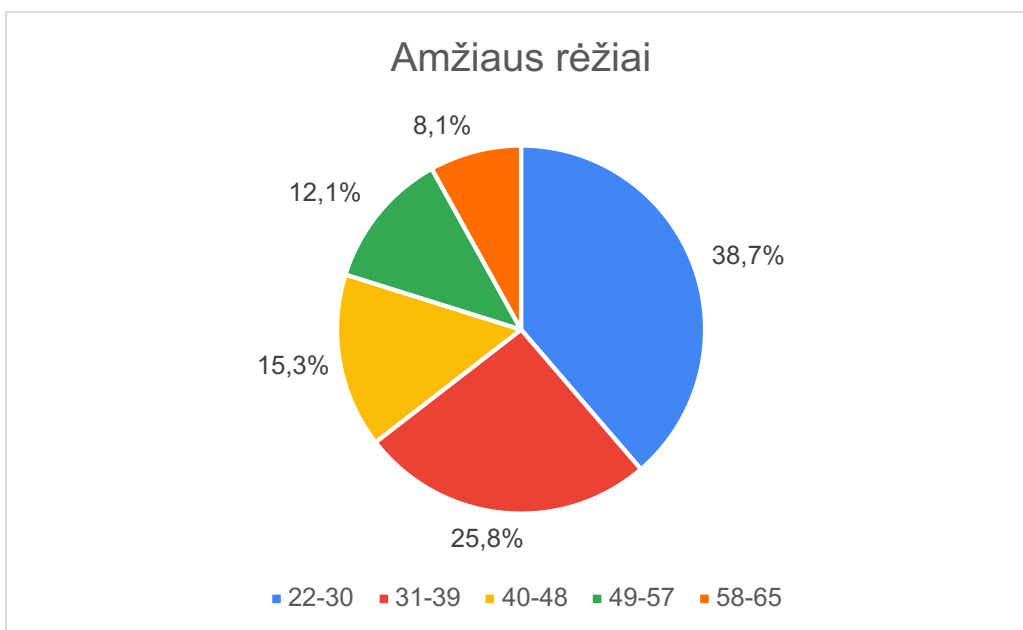
11 paveikslas. Respondentų atsakymai apie miestą, kuriame dirba



Šaltinis: sudaryta autoriaus, remiantis kiekybinio tyrimo rezultatais.

Kita demografinė charakteristika buvo miestas, kuriame respondentai dirbo (žr. 11 paveikslas). Pagal gautus rezultatus, matome, jog respondentai daugiausia dirbo Vilniuje ir Kaune, po 33,1% arba po 41 asmenį. Toliau sekė Šiauliai – 5,6%, Panevėžys – 3,2%, Kauno rajonas ir Alytus – po 2,4%. Respondentai, kurie dirbo Jurbarkė, Klaipėdoje, Utenoje, Radviliškyje, Rokišky bei Marijampolėje sudarė po 1,6% visų tyrimui pasirinktų respondentų arba po 2 respondentus, šie miestai pateko po kategorija „Kitas“. Po šia kategorija taip pat pateko miestai, kuriuose dirbo po vieną respondentą, jie bendrai sudarė 10,5% visų tyrimui atrinktų respondentų, tarp kurių buvo tokie miestai kaip Trakai, Kėdainiai, Tauragė, Kelmė bei Jonava.

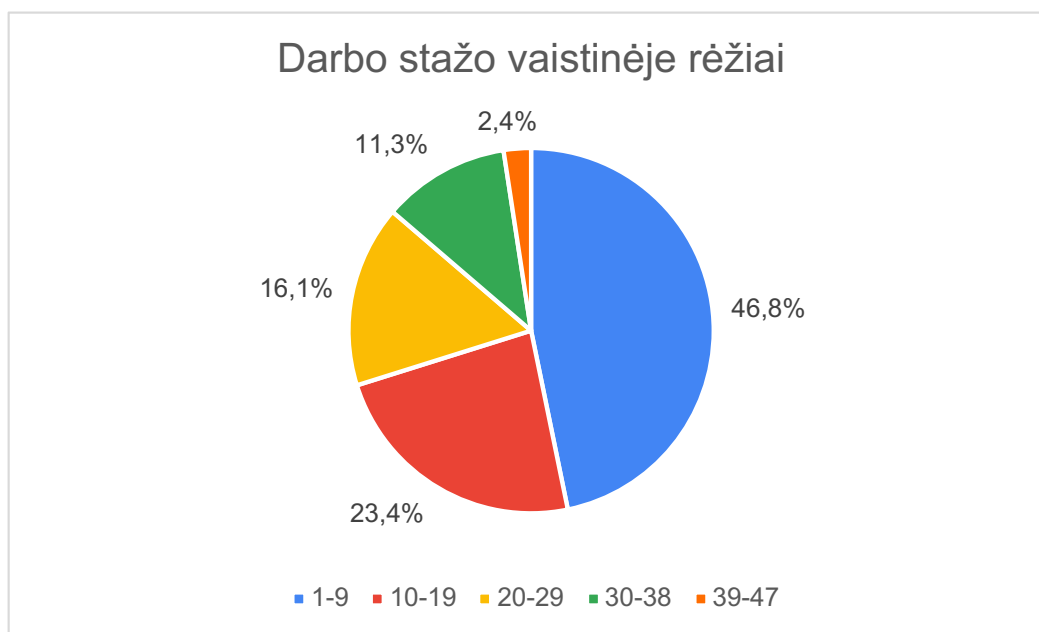
12 paveikslas. Respondentų atsakymai apie jų amžių



Šaltinis: sudaryta autoriaus, remiantis kiekybinio tyrimo rezultatais.

Analizuojant atrinktų respondentų amžių nustatytą (žr. 12 paveikslas), kad jauniausias respondentas buvo 22 metų, tuo tarpu vyriausias net 65 metų. Atrinktų respondentų pasiskirstymas pagal amžių buvo suskirstytas į penkias grupes. Didžiausią dalį sudarė respondentai, kurių amžius siekė tarp 22 ir 30 metų, apie 38,7%. Respondentai, kurių amžius buvo tarp 31 ir 39 metų, sudarė 25,8% visų atrinktų respondentų. Toliau sekė asmenys, kurių amžius buvo tarp 40 ir 48 metų, jie sudarė 15,3% respondentų. Asmenys, kurių amžius buvo tarp 49 ir 57 metų, sudarė 12,1% visų atrinktų respondentų. Mažiausia dalis apklaustųjų buvo tarp 58 ir 65 metų amžiaus, jie sudarė apie 8,1% respondentų.

13 paveikslas. Respondentų atsakymai apie jų darbo stažą vaistinėje



Šaltinis: sudaryta autoriaus, remiantis kiekybinio tyrimo rezultatais.

Taip pat buvo apklausti respondentai apie jų darbo stažą vaistinėje (žr. 13 paveikslas). Pagal gautus tyrimo rezultatus matoma, kad mažiausią stažą turintis respondentas buvo vos su vienerių metų patirtimi, tuo tarpu didžiausią darbo stažą turėjo asmuo net su 47 metų patirtimi dirbant vaistinėje. Atrinktų respondentų pasiskirstymas pagal darbo stažą buvo suskirstytas į penkias grupes. Didžiausią dalį sudarė asmenys, kurių darbo stažas buvo tarp 1 ir 9 metų, net apie 46,8% respondentų. Toliau sekė asmenys, kurių darbo stažas siekė nuo 10 iki 19 metų. Šių asmenų buvo apie 23,4% tarp visų atrinktų respondentų. Respondentai, kurių patirtis dirbant vaistinėje buvo nuo 20 iki 29 metų sudarė apie 16,1% respondentų. Asmenys, kurių darbo stažas vaistinėje buvo nuo 30 iki 38 metų, sudarė 11,3% respondentų. Mažiausią dalį tarp visų apklaustųjų sudarė asmenys, kurių darbo patirtis vaistinėje buvo 39 ir 47 metų, vos apie 2,4% visų atrinktų respondentų.

3.3. Konstrukty patikimumas

Prieš atliekant hipotezių patikrinimo skaičiavimus, pirmiausia vykdomas tyrimui naudojamų konstrukty patikimumo vertinimas. Konstrukty patikimumas apskaičiuojamas naudojantis vidinio suderintumo vertinimą, apskaičiuojant „Cronbach alfa“ koeficientą. Šis koeficientas remiasi konstrukty sudarančių klausimų koreliaciją bei įvertina ar visi konstrukto klausimai tinkamai atspindi tiriamąjį dydį. Kuomet konstrukto klausimų dispersijų suma artima viso konstrukto dispersijai – klausimai tarpusavyje nekoreliuoja, o „Cronbach alfa“ koeficientas yra artimas nuliui. Atliekant teorinių tyrimus kuomet reikšmė siekia bent 0,6 ir daugiau, tuomet laikoma, kad konstruktas yra patikimas (K. Pukėnas, 2009). Visi skaičiavimai atlikti naudojantis SPSS kompiuterinės programos pagalba.

10 lentelė. Konstrukty patikimumo rezultatai

Konstruktas	Teiginių skaičius	Cronbach alfa
Ilgo galiojimo produktų pirkimas	3	0,602
Peržiūrimos turimos atsargos	4	0,665
Pirkimo panika	6	0,910
Vietinės produkcijos pirkimas	6	0,770
Pigesnių alternatyvų įsigijimas	5	0,632
Nerimą mažinančių produktų pirkimas	4	0,708
Patikrinama, kokių atsargų trūksta	5	0,539

Šaltinis: sudaryta autoriaus, remiantis kiekybinio tyrimo rezultatais ir SPSS kompiuterinės programos pagalba.

Atlikus pirminį vidinio suderintumo vertinimą, apskaičiavus „Cronbach alfa“ koeficientus buvo nustatytas kiekvieno konstrukto patikimumas (žr. 10 lentelė). Kaip jau buvo minėta anksčiau, konstruktas laikomas patikimu, kuomet „Cronbach alfa“ koeficientas siekia bent 0,6 ir daugiau. Pagal gautus tyrimo rezultatus matoma, kad visų konstrukty „Cronbach alfa“ reikšmės siekia daugiau nei 0,6, išskyrus „Patikrinama, kokių atsargų trūksta“ konstruktas. Siekiant, kad šis konstruktas atitiktų patikimumo reikalavimą, bus eliminuotas vienas iš teiginių/klausimų esantis šiame konstrukte. Didžiausią „Cronbach alfa“ reikšmę apskaičiuota „Pirkimo panikos“ konstrukto reikšmė, 0,910, tuo tarpu žemiausia (išskyrus konstrukty, kuris jau buvo identifikuotas kaip netinkamas ir reikalauja korekcijų tarp teiginių/klausimų) yra „Ilgo galiojimo produktų pirkimas“ konstruktas, kurio apskaičiuota reikšmė siekia 0,602. Likusių konstrukty „Cronbach alfa“ koeficiento reikšmės siekė nuo 0,632 iki 0,770. Dalies konstrukty teiginiai/klausimai taip bus pakoreguoti, siekiant sugeneruoti aukštesnį patikimumo koeficientą.

11 lentelė. Perskaičiuoti konstrukty patikimumo rezultatai

Konstruktas	Teigininių skaičius	Cronbach alfa
Ilgo galiojimo produktų pirkimas	3	0,602
Peržiūrimos turimos atsargos	3	0,671
Pirkimo panika	6	0,910
Vietinės produkcijos pirkimas	5	0,803
Pigesnių alternatyvų įsigijimas	5	0,632
Nerimą mažinančių produktų pirkimas	4	0,708
Patikrinama, kokių atsargų trūksta	4	0,621

Šaltinis: sudaryta autoriaus, remiantis kiekybinio tyrimo rezultatais ir SPSS kompiuterinės programos pagalba.

Atlikus pakartotinį vidinio suderintumo vertinimą, apskaičiavus „Cronbach alfa“ koeficientus buvo nustatyti galutiniai visų konstrukty patikimumo rezultatai, kurie bus naudojami tolimesniame tyrime (žr. 11 lentelė). Pagal gautus pakartotinius rezultatus matoma, kad trijų konstrukty „Cronbach alfa“ koeficientai nepasikeitė, teiginų skaičius išliko stabilus, tai „Pirkimo panika“, „Pigesnių alternatyvų įsigijimas“ ir „Nerimą mažinančių produktų pirkimas“. Taip pat patikimumas išliko stabilus bei „Ilgo galiojimo produktų pirkimo“ konstrukto, tačiau „Cronbach alfa koeficientą padidinti galima eliminuojant vieną teiginį, tai „Apsipirkinėjant per COVID-19 pandemiją, vartotojai taip pat pirkė daugiau higienos produktus (kaukes, dezinfekcinį skystį)“. Nuspręsta teiginį palikti, kadangi yra tenkinamas minimalus patikimumo reikalavimas bei išmetus vieną teiginį, konstruktas turėtų vos du teiginius. Taip pat pasikeitė „Peržiūrimos turimos atsargos“ konstrukto „Cronbach alfa“ koeficientas iš 0,665 į 0,671. Teiginų skaičius taip pat sumažėjo iki 3. Buvo nuspręsta nenaudoti „COVID-19 metu mūsų vaistinėje buvo suteikiama nuolatinė ir matoma atsargų sandėliavimo vieta“ siekiant padidinti konstrukto patikimumą. „Vietinės produkcijos pirkimas“ konstruktas taip pat pasikeitė, „Cronbach alfa“ koeficientas padidėjo nuo 0,770 iki 0,803, konstruktas tapo patikimesnis. Teiginų skaičius sumažėjo iki 5. Buvo nuspręsta atsisakyti „COVID-19 metu vartotojai teigė, kad perkant produktus nėra kokybės skirtumo tarp Lietuvoje pagamintų ir užsienyje pagamintų produktų“ teiginio, siekiant padidinti konstrukto patikimumą. Galiausiai pasikeitė ir „Patikrinama, kokių atsargų trūksta“ konstrukto „Cronbach alfa“ reikšmė nuo padidėjo 0,539 iki 0,621, konstruktas po atliktų korekcijų atitiko minimalių patikimumo reikalavimu. Šio konstrukto teiginų skaičius sumažėjo iki 3. Siekiant, kad konstruktas atitiktų minimalų patikimumo koeficientą, nuspręsta eliminuoti „COVID-19 metu mūsų vaistinėje buvo galima dalį produkcijos parduoti dalimis“ teiginį. Taip pat galima padidinti „Patikrinama, kokių atsargų trūksta“ konstrukto patikimumą eliminuojant „COVID-19 metu mūsų vaistinėje buvo užsakomi kritiniai produktai, tik tuomet kai yra jų poreikis“, tačiau nuspręsta to

neatlikti, nes konstrukto „Cronbach alfa“ išauga labai minimaliai, iki 0,623. Šių pakoreguotų konstrukto rezultatai bus naudojami tolimesniame tyrime.

3.4. Hipotezių tikrinimas

Atlikus konstrukto patikimumo skaičiavimus bei performavus konstrukto teiginius, kad atitiktų patikimumo reikalavimą, toliau bus atliekamas hipotezių patikrinimas. Hipotezių tikrinimas atliekamas naudojantis SPSS kompiuterine programa, naudojantis koreliacine analize. Kaip buvo numatyta teoriniame tyrimo modelyje, tiriamas pasaulinės koronaviruso pandemijos metu pasikeitusios vartotojų elgsenos pokyčių poveikis tam tikriems vaistinės atsargų valdymo proceso elementams. Siekiant nustatyti ar egzistuoja poveikis bei koks jo stiprumas pasitelktas koreliacijos koeficientas. Šis metodas padeda nustatyti ar egzistuoja ryšys tarp dvejų kintamųjų bei koks yra jo stiprumas (V. Rudzkienė, 2005). Tyrimui atlikti buvo naudojama Likerto 5 balų skalė, todėl kintamieji yra ranginiai, o šių kintamųjų koreliacijai apskaičiuoti naudojamas „Spirmeno“ koreliacijos koeficientas (K. Pukėnas, 2009). Pasirinkta reikšmingumo reikšmė lygi 0.05.

Tyrimui atlikti pirminiame teoriniame modelyje buvo identifikuotos šešios hipotezės. Po atlikto kokybinio tyrimo nuspręsta vieną hipotezę eliminuoti, tad kiekybiniu tyrimu siekiama patikrinti penkių hipotezių teiginius (žr. 14 paveikslas).

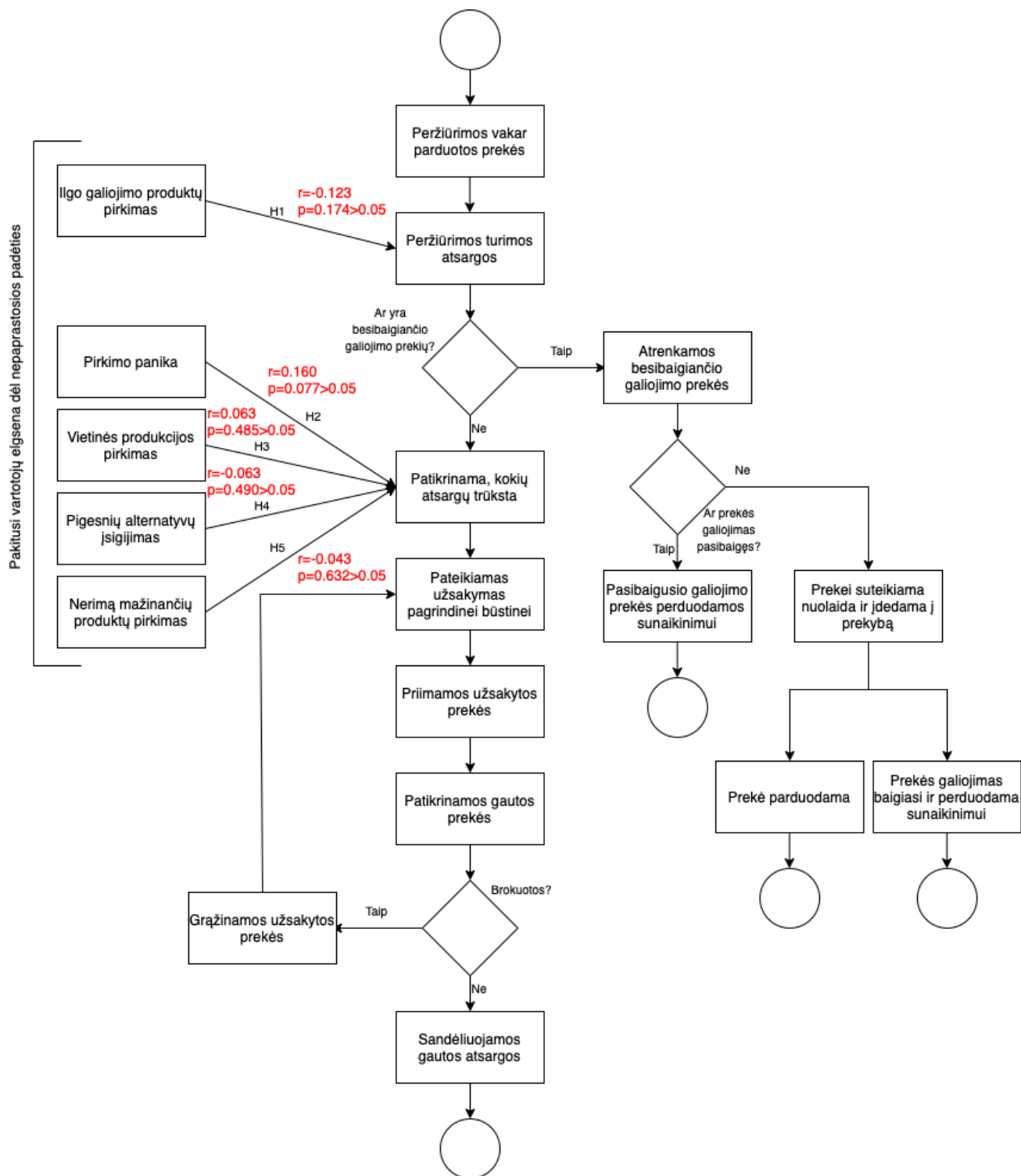
Apskaičiuoti tyrimo rezultatai parodė, kad egzistuoja labai silpna neigiama koreliacija tarp ilgo galiojimo produktų pirkimo ir atsargų valdymo proceso vieno iš elementų turimų atsargų peržiūros, „Spirmeno“ koreliacijos koeficiento reikšmė -0.123. Gauta „p“ (reikšmingumo) reikšmė siekia 0.174, o tai yra daugiau už pasirinktą reikšmingumo reikšmę, todėl koreliacija nėra statistiškai reikšminga. Remiantis gautais duomenimis galima teigti, kad hipotetinis teiginys **H1: Didesnis ilgo galiojimo produktų poreikis padidina pasibaigusio galiojimo prekių kiekį yra atmetamas.**

Remiantis gautais tyrimo rezultatais pastebėta, kad egzistuoja labai silpna teigiama koreliacija tarp pirkimo panikos ir trūkstamų atsargų patikros, „Spirmeno“ koreliacijos koeficiento reikšmė siekia 0.160. Tuo tarpu gauta „p“ reikšmė siekia 0.077, o tai yra vos daugiau už pasirinktą reikšmingumo reikšmę, todėl koreliacija taip pat nėra statistiškai reikšminga. Pagal gautus rezultatus galima teigti, kad hipotetinis teiginys **H2: Pirkimo panika apsunkina trūkstamų atsargų patikrą yra atmetamas.**

Apskaičiuoti tyrimo rezultatai parodė, kad koreliacija beveik neegzistuoja arba egzistuoja labai minimali teigiama koreliacija tarp vietinėje šalyje pagamintos produkcijos pirkimo ir trūkstamų atsargų patikros, „Spirmeno koreliacijos koeficiento reikšmė siekia vos 0.063. Apskaičiuota „p“ (reikšmingumo) reikšmė siekia 0.485, tai yra daugiau už pasirinktą reikšmingumo reikšmę, tad ši koreliacija nėra statistiškai reikšminga. Tad pagal šiuos rezultatus

galima teigti, kad hipotetinis teiginys **H3: Didesnis vietinės produkcijos poreikis apunkina trūkstamų atsargų patikrą yra atmetamas.**

14 paveikslas. Teorinio modelio hipotezių patikrinimo rezultatai



Šaltinis: sudaryta autoriaus, remiantis kiekybinio tyrimo rezultatais ir SPSS kompiuterinės programos pagalba.

Pagal gautus tyrimu rezultatus matoma, kad koreliacija beveik neegzistuoja arba egzistuoja labai minimali neigiama koreliacija tarp pigesnių alternatyvų įsigijimo ir trūkstamų atsargų patikros. Apskaičiuota „Spirmeno“ koreliacijos koeficiento reikšmė siekia -0.063 . Tuo tarpu gauta

„P“ (reikšmingumo) reikšmė siekia 0.490, o tai yra daugiau už pasirinktą reikšmingumo reikšmę, tad ši koreliacija nėra statistiškai reikšminga. Pagal šiuos rezultatus galima teigti, kad hipotetinis teiginys **H4: Didesnis pigesnių alternatyvų poreikis apsunkina trūkstamų atsargų patikrą yra atmetamas.**

Apskaičiuoti tyrimo rezultatai parodo, kad koreliacija beveik neegzistuoja arba egzistuoja labai minimali neigiama koreliacija tarp nerimą mažinančių produktų pirkimo ir trūkstamų atsargų patikros. „Spirmeno“ koreliacijos koeficiento reikšmė siekia vos 0.043, tuo metu apskaičiuota „p“ reikšmė yra 0.632, tai yra daugiau už pasirinktą reikšmingumo reikšmę, tai reiškia, kad ši koreliacija nėra statistiškai reikšminga. Pagal šias gautas reikšmes galima teigti, kad hipotetinis teiginys **H5: Didesnis nerimą mažinančių produktų pirkimas apsunkina trūkstamų atsargų patikrą yra atmetamas.**

Atlikus „Spirmeno“ koreliacijų skaičiavimus identifikuota, kad pasaulinės koronaviruso pandemijos metu pasikeitusi vartotojų elgsena neturėjo jokio poveikio vaistinės atsargų valdymo procesui, todėl visos hipotezės buvo atmestos. Toliau siekiama nustatyti ar hipotezės pasitvirtino miestų lygmenyje. Nuspręsta patikrinti hipotezės Lietuvos didmiesčiuose ir mažesniuose miesteliuose (žr. 15 paveikslas). Prie didmiesčių buvo priskirti 4 didžiausi pagal gyventojų skaičių Lietuvos miestai, tai Vilnius, Kaunas, Klaipėda bei Šiauliai. Visi likę miestai priskirti prie mažesnių Lietuvos miestų.

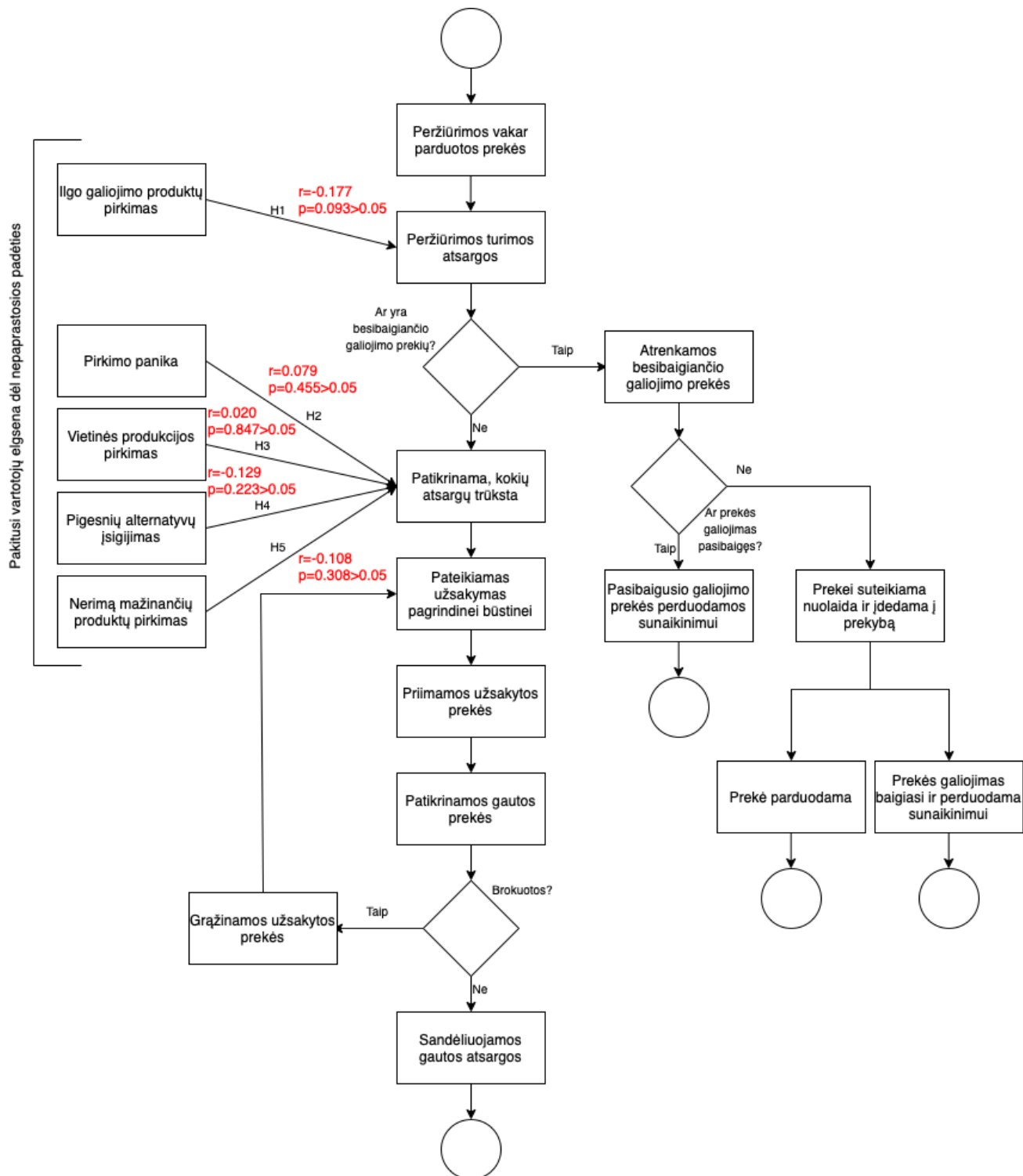
Atlikus pakartotinių hipotezių tikrinimą tik Lietuvos didmiesčiuose nustatyta, kad koreliacija tarp ilgo galiojimo produktų pirkimo ir turimų atsargų peržiūros yra labai silpna, neigiama. „Spirmeno“ koreliacijos koeficiento reikšmė siekia -0.177, tuo tarpu „p“ (reikšmingumo) reikšmė siekia 0.093, o tai yra šiek tiek daugiau už pasirinktą reikšmingumo reikšmę. Tai parodo, kad koreliacija nėra statistiškai reikšminga. Tad pagal šiuos rezultatus galima teigti, kad hipotetinis teiginys, kad **H1: Didesnis ilgo galiojimo produktų poreikis padidina pasibaigusio galiojimo prekių kiekį Lietuvos didmiesčiuose yra atmetamas.**

Tolimesni skaičiavimai parodė, kad koreliacija beveik neegzistuoja arba egzistuoja labai minimali teigiama koreliacija tarp pirkimo panikos bei trūkstamų atsargų patikros Lietuvos didmiesčiuose. „Spirmeno“ koreliacijos koeficientas siekia 0.079, tuo tarpu apskaičiuota „p“ reikšmė yra 0.455, šis rezultatas reiškia, kad koreliacija nėra statistiškai reikšminga. Šie rezultatai parodo, kad koreliacija nėra statistiškai reikšminga. Pagal gautus rezultatus galima teigti, kad hipotetinis teiginys, kad **H2: Pirkimo panika apsunkina trūkstamų atsargų patikrą Lietuvos didmiesčiuose yra atmetamas.**

Apskaičiuoti tyrimo rezultatai parodo, kad koreliacija beveik neegzistuoja tarp vietinės produkcijos pirkimo ir trūkstamų atsargų patikros Lietuvos didmiesčiuose. Apskaičiuotas „Spirmeno“ koreliacijos koeficientas siekia vos 0.020, tuo tarpu „p“ reikšmė siekia 0.847, kuri yra

aukštesnė už pasirinktą reikšmingumo lygį. Tai parodo, kad koreliacija tarp šių dvejų kintamųjų nėra statistiškai reikšminga. Pagal šiuos rezultatus galima teigti, kad hipotetinis teiginys, kad **H3: Didesnis vietinės produkcijos poreikis apsunkina trūkstamų atsargų patikrą Lietuvos didmiesčiuose yra atmetamas.**

15 paveikslas. Teorinio modelio hipotezių patikrinimo rezultatai didmiesčiuose



Šaltinis: sudaryta autoriaus, remiantis kiekybinio tyrimo rezultatais ir SPSS kompiuterinės programos pagalba.

Pagal gautus tyrimo rezultatus identifikuota, kad egzistuoja labai silpna neigiama koreliacija tarp pigesnių alternatyvų įsigijimo bei trūkstamų atsargų patikros Lietuvos didmiesčiuose. „Spirmeno“ koreliacijos koeficiento reikšmė siekia -0.129. Apskaičiuota „p“ (reikšmingumo) reikšmė siekia 0.223. Ši reikšmė yra didesnė už nustatytą reikšmingumo lygį, todėl galima teigti, kad koreliacija nėra statistiškai reikšminga. Pagal šiuos rezultatus galima teigti, kad hipotetinis teiginys, kad **H4: Didesnis pigesnių alternatyvų poreikis apsunkina trūkstamų atsargų patikrą Lietuvos didmiesčiuose yra atmetamas.**

Tikrinant paskutinę hipotezę apskaičiuota, kad egzistuoja labai silpna neigiama koreliacija tarp nerimą mažinančių produktų pirkimo ir trūkstamų atsargų patikrą Lietuvos didmiesčiuose. Apskaičiuota „Spirmeno“ koreliacijos koeficiento reikšmė siekia -0.108, tuo tarpu „p“ reikšmė siekia 0.308, o tai yra didesnė už nustatytą reikšmingumo lygį, tad galima daryti išvadą, jog koreliacija nėra statistiškai reikšminga. Pagal gautus rezultatus galima teigti, kad hipotetinis teiginys, kad **H5: Didesnis nerimą mažinančių produktų pirkimas apsunkina trūkstamų atsargų patikrą Lietuvos didmiesčiuose yra atmetamas.**

Atlikus pakartotinius „Spirmeno“ koreliacijos koeficiento skaičiavimus identifikuota, kad pasaulinės koronaviruso pandemijos metu pasikeitusi vartotojų elgsena neturėjo poveikio vaistinės atsargų valdymo procesui Lietuvos didmiesčiuose. Toliau pakartotinai skaičiavimai ir hipotezių tikrinai atliekami Lietuvos mažesnių miestų kontekste (žr.16 paveikslas).

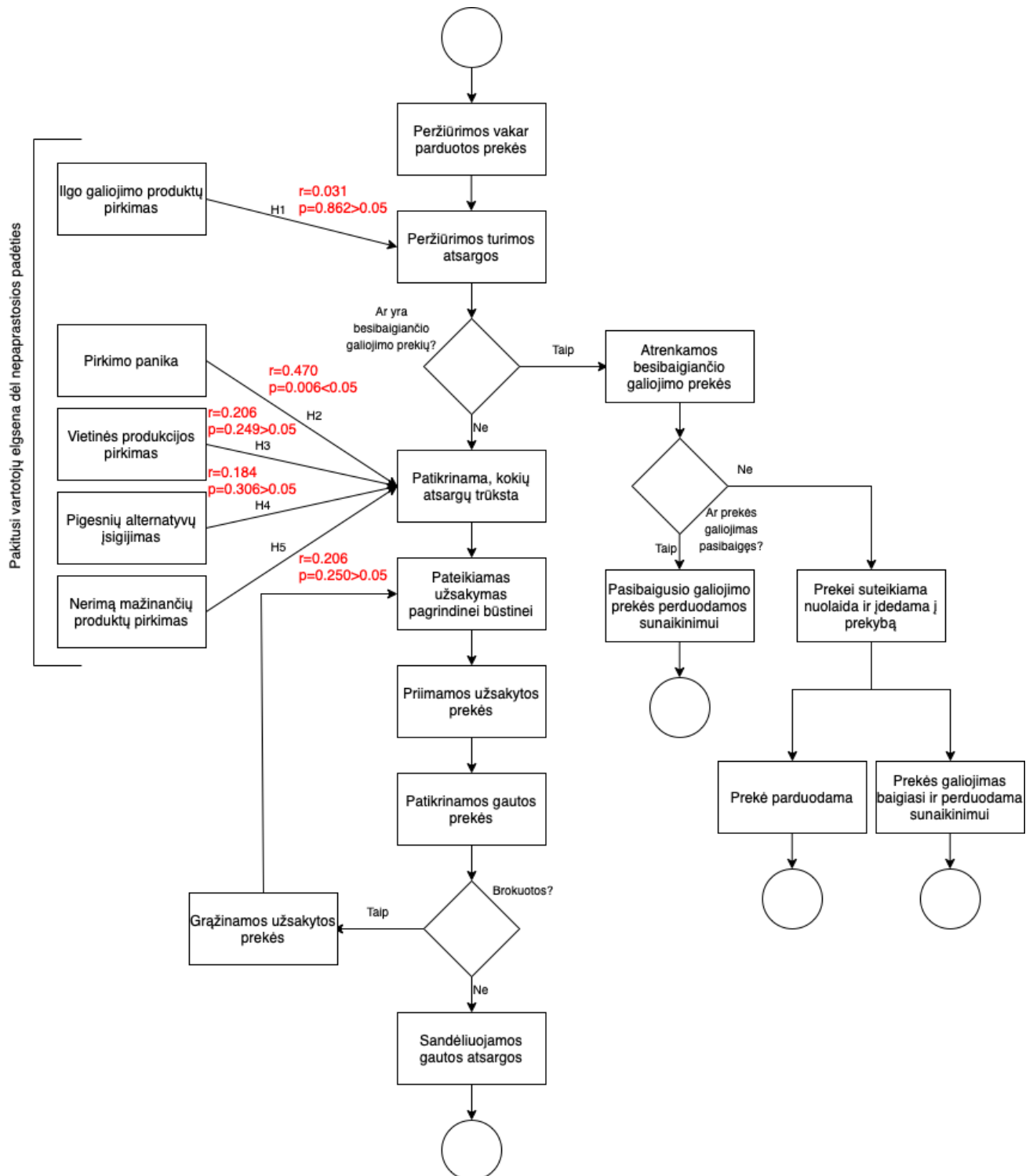
Atlikus pakartotinių hipotezių tikrinimą tik Lietuvos mažesniuose miestuose identifikuota, kad koreliacija tarp ilgo galiojimo produktų pirkimo ir turimų atsargų peržiūros beveik neegzistuoja arba egzistuoja labai minimali teigiama koreliacija. Apskaičiuota „Spirmeno“ koreliacijos koeficiento reikšmė siekia 0.031. „p“ (reikšmingumo) reikšmė siekia 0.862, tai yra daugiau už pasirinktą reikšmingumo lygį, todėl galima teigti, kad koreliacija nėra statistiškai reikšminga. Apskaičiuoti rezultatai identifikavo, kad hipotetinis teiginys, kad **H1: Didesnis ilgo galiojimo produktų poreikis padidina pasibaigusio galiojimo prekių kiekį Lietuvos mažesniuose miestuose yra atmetamas.**

Pagal tolimesnius skaičiavimus galima teigti, kad egzistuoja silpna teigiama koreliacija tarp pirkimo panikos ir trūkstamų atsargų peržiūros Lietuvos mažesniuose miestuose. „Spirmeno“ koreliacijos koeficientas siekia 0.470, ši reikšmė yra labai arti vidutinio stiprumo koreliacijos ribos. Gauta „p“ reikšmė yra 0.006, tai yra mažesnė reikšmė už pasirinktą reikšmingumo lygį. Šis rezultatas parodo, kad egzistuoja statistiškai reikšminga koreliacija. Pagal gautus rezultatus galima teigti, kad hipotetinis teiginys, kad **H2: Pirkimo panika apsunkina trūkstamų atsargų patikrą Lietuvos mažesniuose miestuose yra patvirtinamas.**

Atlikti skaičiavimai parodė, kad egzistuoja labai silpna teigiama koreliacija tarp vietinės produkcijos pirkimo ir trūkstamų atsargų patikros Lietuvos mažesniuose miestuose. Apskaičiuota

„Spirmeno“ koreliacijos reikšmė siekia 0.206, tuo tarpu „p“ (reikšmingumo) reikšmė siekia 0.249. Ši reikšmė yra didesnė už nustatytą reikšmingumo reikšmę, todėl galima teigti, kad koreliacija nėra statistiškai reikšminga. Pagal šiuos gautus tyrimo rezultatus galima teigti, kad hipotetinis teiginys, kad **H3: Didesnis vietinės produkcijos poreikis apsunkena trūkstamų atsargų patikrą Lietuvos mažesniuose miestuose yra atmetamas.**

16 paveikslas. Teorinio modelio hipotezių patikrinimo rezultatai mažesniuose miestuose



Šaltinis: sudaryta autoriaus, remiantis kiekybinio tyrimo rezultatais ir SPSS kompiuterinės programos pagalba.

Pagal gautus tyrimo rezultatus identifikuota, kad egzistuoja labai silpna teigiama koreliacija tarp pigesnių alternatyvų įsigijimo ir trūkstamų atsargų patikros Lietuvos mažesniuose miestuose. „Spirmeno“ koreliacijos koeficiento reikšmė siekia 0.184, tuo tarpu „p“ reikšmė yra 0.306. Šis rezultatas parodo, kad koreliacija nėra statistiškai reikšminga. Pagal šiuos gautus rezultatus galima teigti, kad hipotetinis teiginys, kad **H4: Didesnis pigesnių alternatyvų poreikis apsunkina trūkstamų atsargų patikrą Lietuvos mažesniuose miestuose yra atmetamas.**

Tikrinant paskutinę hipotezę apskaičiuota, kad egzistuoja labai silpna teigiama koreliacija tarp nerimą mažinančių produktų pirkimo ir trūkstamų atsargų peržiūros Lietuvos mažesniuose miestuose. „Spirmeno“ koreliacijos koeficiento reikšmė siekia 0.206, tuo tarpu apskaičiuota „p“ (reikšmingumo) reikšmė siekia 0.250. Pagal šią reikšmę galima teigti, kad koreliacija nėra statistiškai reikšminga. Šie apskaičiuoti rezultatai suformuoja išvadą, kad hipotetinis teiginys, kad **H5: Didesnis nerimą mažinančių produktų pirkimas apsunkina trūkstamų atsargų patikrą Lietuvos mažesniuose miestuose yra atmetamas.**

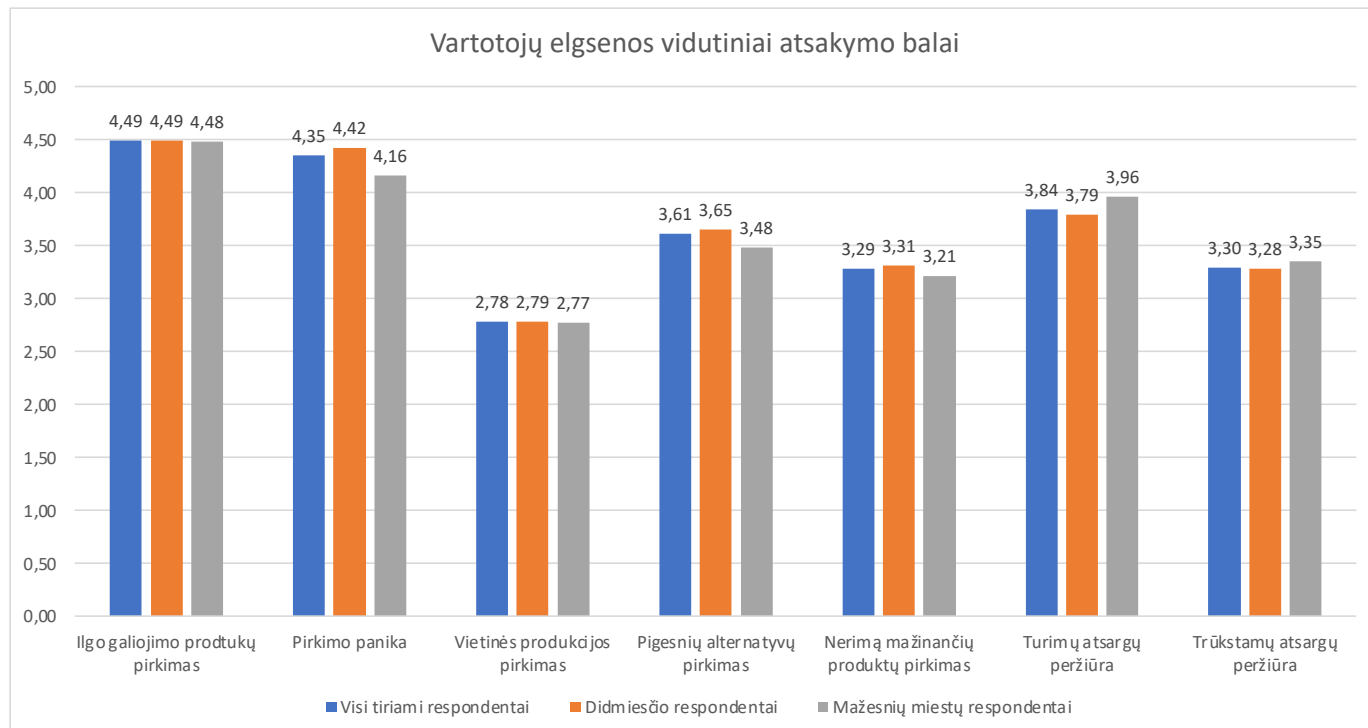
Taigi atliktas hipotezių tikrinimas parodė, kad dėl pasaulinės koronaviruso pandemijos atsiradę vartotojų elgsenos pokyčiai neturėjo poveikio vaistinės atsargų valdymo proceso elementams. Taip pat buvo atliktos ir detalesnės analizės, miestų kontekste, pagal kurias galima teigti, kad Lietuvos didmiesčiuose taip pat nebuvo pakitusio vartotojų elgsenos pokyčio poveikio vaistinės atsargų valdymo procesui. Tuo tarpu tikrinant hipotezes Lietuvos mažesnių miestų kontekste identifikuota, kad viena hipotezė patvirtinama. Nustatyta, kad pirkimo panika apsunkina trūkstamų atsargų patikrą Lietuvos mažesniuose miestuose. Tuo tarpu visos kitos likusios hipotezės buvo atmestos. Pagal šiuos rezultatus galima teigti, kad mokslinės literatūros analizės metu identifikuoti vartotojų elgsenos pokyčiai nepaprastosios padėties metu neturėjo poveikio vaistinės atsargų valdymo procesui dėl vaistinių sektoriaus specifikos.

3.5. Vartotojų elgsenos pokyčiai vaistinės kontekste

Atlikti hipotezių tikrinimo skaičiavimai parodė, kad visos iškeltos vartotojų elgsenos poveikio vaistinės atsargų valdymo procesui hipotezės buvo atmestos. Toliau atliekant detalesnius skaičiavimus miestų kontekste nustatyta, kad viena hipotezė, pirkimo panikos poveikis trūkstamų atsargų identifikavimui, buvo priimta. Svarbu nustatyti ar vaistinės darbuotojai susidūrė su mokslinės literatūros analizės metu identifikuotais vartotojų elgsenos pokyčiais nors šie ir neturėjo realaus poveikio atsargų valdymo procesui vaistinėje tiek analizuojant visų tyrimui atrinktų respondentų atsakymus, tiek tik Lietuvos didmiesčiuose vaistinės darbuotojų atsakymus bei tiek Lietuvos mažesniuose miestuose dirbančių specialistų atsakymus. Analizė atliekama apskaičiuojant konstrukto teiginių vidurkius bei pačių apskaičiuotų konstrukto vidurkius tarp visų respondentų atsakymui taip pat kiekviename iš nagrinėjamų pjūvių. Apskaičiuotas rezultatas atitinka Likerto 5 balų skalę, kur 1 – „Visiškai nesutinku“, 2 – „Nesutinku“, 3 – „Nei sutinku, nei

nesutinku“, 4 – „Sutinku“, o 5 – „Visiškai sutinku“. Ši skalė buvo naudota kiekybiniame tyrime apklausiant vaistinės darbuotojus.

17 paveikslas. Vartotojų elgsenos pokyčių identifikavimas pasaulinės koronaviruso pandemijos metu



Šaltinis: sudaryta autoriaus, remiantis kiekybinio tyrimo rezultatais ir SPSS kompiuterinės programos pagalba.

Pagal apskaičiuotus rezultatus galima matyti (žr. 17 paveikslas), kad aukščiausias vartotojų elgsenos pokyčio konstrukto vidutinis balas tarp visų tyrimui atrinktų respondentų buvo ilgo galiojimo produktų pirkimas. Šio konstrukto vidutinis balas siekia 4,49. Šį rezultatą galima sutapatinti su 4 balu, o tai pagal pritaikytą Likert'o skalę reiškia, kad respondentai vidutiniškai su šio konstrukto teiginiais sutiko. Atsižvelgiant į tai galima daryti išvadą, kad vaistinės darbuotojai susidūrė su tuo, kad vartotojai koronaviruso pandemijos metu buvo linkę pirkti ilgesnio galiojimo produktus. Antras aukščiausias vartotojų elgsenos pokyčio konstrukto vidutinis balas buvo pirkimo panika. Šio konstrukto vidutinė reikšmė siekia 4,35, šį balą taip pat galima sutapatinti su 4 balu, o tai reiškia, kad respondentai vidutiniškai sutiko su šio konstrukto teiginiais. Atsižvelgiant į tai galima daryti išvadą, kad respondentai susidūrė su vartotojų pirkimo panika koronaviruso pandemijos metu. Trečias aukščiausias vartotojų elgsenos pokyčio konstrukto vidutinis balas tarp visų tyrimui atrinktų respondentų buvo pigesnių alternatyvų pirkimas, kurio apskaičiuota reikšmė siekia 3,61. Šį rezultatą galima suapvalinti iki 4, o tai reiškia, kad tyrime dalyvavę vaistinės darbuotojai vidutiniškai sutiko su šio konstrukto teiginiais. Gauti rezultatai parodo, kad vaistininkai koronaviruso pandemijos metu susidūrė su vartotojais, kurie buvo labiau linkę ieškoti

ir pirkti pigesnes produktų alternatyvas. Antra žemiausia apskaičiuota vartotojų elgesio pokyčio konstrukto reikšmė yra nerimą mažinančių produktų pirkimas, kurio vidutinis balas siekia 3,29. Ši reikšmė suapvalinama iki 3, o tai pagal pritaikytą Likert'o skalę reiškia, kad respondentai vidutiniškai nei sutiko, nei nesutiko su šio konstrukto teiginiais. Atsižvelgiant į tai galima teigti vaistinės darbuotojai koronaviruso pandemijos metu labiau susidūrė, nei nesusidūrė su didesniu nerimą mažinančių produktų pirkimu, tačiau šis efektas nėra žymus. Žemiausias apskaičiuotas vartotojų elgesio pokyčio konstrukto vidutinis balas tarp visų tyrimui atrinktų respondentų buvo vietinėje šalyje pagamintos produkcijos pirkimas. Šio konstrukto vidutinė reikšmė siekia 2,78, šią reikšmę galima suapvalinti iki 3 balų. Pagal šiuos rezultatus galima teigti, kad vaistininkai labiau nesusidūrė, nei susidūrė su vartotojais, kurie pasaulinės koronaviruso pandemijos metu buvo labiau linkę įsigyti vietinėje šalyje pagamintos produkcijos vietoje iš užsienyje importuotų produktų.

Kaip jau buvo minėta anksčiau, taip pat buvo apskaičiuota vaistininkų identifikuoti vartotojų elgsenos pokyčiai pasaulinės koronaviruso pandemijos metu miestų lygyje: Lietuvos didmiesčiuose bei Lietuvos mažesniuose miestuose. Pagal apskaičiuotus rezultatus galima matyti, kad Lietuvos didmiesčiuose dirbančių vaistinės darbuotojų rezultatai nelabai skiriasi nuo visų atrinktų tyrimo respondentų atsakymų. Vidutinė apskaičiuota ilgo galiojimo produktų pirkimo konstrukto reikšmė yra identiška kaip ir analizuojant visų tiriamųjų respondentų atsakymus, ji siekia 4,49 balus. Pagal tai galima daryti išvadą, kad Lietuvos didmiesčiuose vaistinės darbuotojai vidutiniškai susidūrė su vartotojais, kurie pasaulinės koronaviruso pandemijos metu buvo labiau linkę į ilgesnio galiojimo produktų pirkimo. Šiek tiek aukštesnė apskaičiuota reikšmė buvo vidutinė pirkimo panikos reikšmė, kuri siekė 4,42, tačiau tai nepakeitė esminio skirtumo, specialistai sutiko su šio konstrukto teiginiais. Lietuvos didmiesčiuose dirbantys vaistinės darbuotojai susidūrė su vartotojais, kurie buvo linkę į pirkimo paniką pasaulinės koronaviruso pandemijos metu. Apskaičiuota vidutinė vietinės produkcijos pirkimo konstrukto reikšmė išliko beveik tokia pati, kaip ir analizuojant visų tiriamųjų respondentų atsakymus, ji siekė 2,79. Pagal tai galima teigti, kad Lietuvos didmiesčiuose dirbantys vaistinės darbuotojai pasaulinės koronaviruso pandemijos metu labiau nesusidūrė, nei susidūrė su vartotojais, kurie buvo labiau linkę įsigyti vietinėje šalyje pagamintų produkcijos nei iš užsienio importuotos produkcijos. Apskaičiuota vidutinė pigesnių alternatyvų pirkimo konstrukto reikšmė išliko beveik nepakitusi ir siekė 3,65. Pagal tai galima daryti išvadą, kad Lietuvos didmiesčiuose dirbantys farmacijos specialistai susidūrė su vartotojais, kurie buvo labiau linkę pirkti pigesnes produktų alternatyvas. Apskaičiuota nerimą mažinančių produktų pirkimo konstrukto vidutinė reikšmė taip pat pakito labai nežymiai, balas siekia 3,31. Pagal šią reikšmę galima daryti išvadą, kad Lietuvos

didmiesčiuose dirbantys vaistinės darbuotojai labiau susidūrė, nei nesusidūrė su vartotojais, kurie koronaviruso pandemijos metu buvo labiau linkę įsigyti nerimą mažinančius produktus.

Kitas vartotojų elgesio pokyčio analizės nagrinėjamas lygis yra Lietuvos mažesniuose miestuose. Pagal apskaičiuotus rezultatus galima teigti, kad mažesniuose Lietuvos miestuose dirbančių vaistinės darbuotojų atsakymai šiek tiek skiriasi nuo visų atrinktų tyrimo respondentų atsakymų bei Lietuvos didmiesčiuose dirbančių respondentų atsakymų. Gauti rezultatai parodo, kad mažesniuose Lietuvos miestuose vidutinė apskaičiuota ilgo galiojimo produktų pirkimo konstrukto reikšmė beveik nepakito lyginant su visų tyrimui atrinktų respondentų atsakymais. Gauta reikšmė siekia 4,48, o pagal tai galima teigti, kad mažesniuose Lietuvos miestuose vaistinės darbuotojai vidutiniškai susidūrė su vartotojais, kurie pasaulinės koronaviruso pandemijos metu buvo labiau linkę į ilgo galiojimo produktų pirkimą. Apskaičiuota pirkimo panikos konstrukto vidutinė reikšmė buvo mažesnė nei visų tyrimui atrinktų respondentų atsakymų reikšmė, tačiau tai didelio pokyčio nesuteikė. Mažesniuose Lietuvos miestuose dirbantys farmacijos specialistai susidūrė su vartotojais, kurie pasaulinės koronaviruso pandemijos metu susidūrė su pirkimo panika. Apskaičiuota vidutinė vietinės produkcijos pirkimo konstrukto reikšmė taip pat beveik nepakito, ji siekia 2,77. Pagal šį rezultatą galima teigti, kad mažesniuose Lietuvos miestuose dirbantys vaistinės darbuotojai labiau nesusidūrė, nei susidūrė su vartotojais, kurie buvo labiau linkę koronaviruso pandemijos metu įsigyti vietinėje šalyje pagamintus produktus, o ne importuotas prekes. Apskaičiuota vidutinė pigesnių alternatyvų pirkimo konstrukto reikšmė mažesniuose Lietuvos miestuose buvo šiek tiek žemesnė nei tarp visų tyrimui atrinktų respondentų atsakymų, ji siekė 3,48. Šį rezultatą galima sutapatinti su 3 balais, o tai reiškia, kad mažesniuose miestuose dirbantys farmacijos specialistai labiau susidūrė, nei nesusidūrė su vartotojais, kurie buvo pasaulinės koronaviruso pandemijos metu labiau linkę į pigesnių alternatyvų įsigijimą. Tuo tarpu analizuojant visų tyrimų atrinktų respondentų atsakymus ar analizuojant Lietuvos didmiesčių kontekste respondentai teigė, jog susidūrė su šiuo vartotojų elgsenos pokyčiu. Apskaičiuota nerimą mažinančių produktų pirkimo konstrukto vidutinė reikšmė mažesniuose Lietuvos miestuose siekia 3,21, kuri yra šiek tiek žemesnė nei visų tyrimui atrinktų respondentų atsakymų rezultatui. Šis pokytis esminio skirtumo nesudarė. Pagal gautą rezultatą galima teigti, kad mažesniuose Lietuvos miestuose dirbantys vaistinės darbuotojai labiau susidūrė, nei nesusidūrė pasaulinės koronaviruso pandemijos metu su didesniu nerimą mažinančių produktų pirkimu.

Taigi, pagal atliktą analizę galima teigti, kad visi tyrimui pasirinkti respondentai pastebėjo, kad pasaulinės koronaviruso pandemijos metu vartotojų elgsena pasikeitė, jie buvo linkę į ilgesnio galiojimo produktų pirkimą, apskritai į pirkimo paniką bei pigesnių alternatyvų ieškojimą ir pirkimą. Analizuojant rezultatus miestų kontekste identifikuota, kad Lietuvos didmiesčiuose

dirbantys vaistininkai taip pat susidūrė su visais jau minėtais vartotojų elgsenos pokyčiais. Tuo tarpu mažesniuose Lietuvos miestuose dirbantys vaistininkai taip pat susidūrė su visais paminėtais vartotojų elgsenos pokyčiais išskyrus vieną. Šie specialistai nesusidūrė su vartotojais, kurie pasaulinės koronaviruso pandemijos metu užsiėmė pigesnių alternatyvų paieška bei jų pirkimu.

3.6. Tyrimo rezultatų apibendrinimas

Ekspertinio interviu metu identifikuotas detalesnis vaistinės atsargų valdymo procesas, kuris atitiko realią, prieš pasaulinę koronaviruso pandemijos situaciją, tačiau tai neturėjo poveikio tolimesniam tyrimui. Taip pat ekspertinio interviu metu nustatyta, kad kontakto ribojimo priimant užsakytas prekes hipotetinis teiginys buvo iškart eliminuotas iš kiekybinio tyrimo dėl vaistinės vaistinių sektoriaus specifikos. Vaistinės darbuotojai koronaviruso pandemijos metu dirbo naudojantis apsaugos priemonėmis (dezinfekcinius skysčius, kaukes, respiratorius bei laikėsi atstumo), tačiau tai buvo labiau orientuota į kontaktą su klientais, o ne su pristatymo paslaugą teikiančiais asmenimis. Taip pat poveikio nebuvo, nes pristatymas vyksta labai greitai, o artimo kontakto su kurjeriu beveik nėra. Pagal likusius respondentų atsakymus nuspręsta likusius hipotetinius teiginius naudoti toliau tyrime.

Atliktas kiekybinis tyrimas padėjo patikrinti mokslinės literatūros analizės metu identifikuotus vartotojų elgsenos pokyčių poveikio vaistinės atsargų valdymo proceso elementams hipotetinius teiginius. Pagal gautus rezultatus nustatyta, kad visi hipotetiniai teiginiai buvo atmesti, tad galima daryti išvadą, kad mokslinės literatūros analizės metu identifikuoti vartotojų elgsenos pokyčiai neturėjo poveikio vaistinės atsargų valdymo proceso elementams dėl vaistinių sektoriaus specifikos. Tai yra todėl, kad vaistinės darbuotojai atsargas užsako atsižvelgiant į praeitos dienos parduotus produktus, o papildymą gauna jau kitą dieną (tai buvo identifikuota ekspertinio interviu metu). Didieji vaistinių tinklai užsakymus dažniausiai pateikia motininei įmonei, todėl į tai sureaguoja ir prekės yra pristatomos greitai. Taip pat respondentų atsakymai buvo nagrinėjami miestų kontekste. Pagal šią analizę nustatyta, kad Lietuvos didmiesčiuose taip pat visi iškelti hipotetiniai teiginiai buvo atmesti. Nagrinėjant mažesnių miestų kontekstą, pasitvirtino vienas hipotetinis teiginys, tai kad pirkimo panika apsunkina trūkstančių atsargų patikrą. Pagal šiuos rezultatus galima teigti, kad motininė įmonė prekes vaistinėms, kurios yra Lietuvos didmiesčiuose pristato greičiau, nes šiuose miestuose dažniausiai yra daugiau veikiančių to pačio tinklo vaistinių, todėl logistika yra pigesnė bei greitesnė, tad hipotetiniai teiginiai nepasitvirtina. Tuo tarpu mažesniuose Lietuvos miestuose pirkimo panika turėjo poveikį trūkstančių atsargų patikrai dėl ilgesnio pristatymo laiko.

Tyrimo metu taip pat buvo analizuojama ar vaistinės darbuotojai pasaulinės koronaviruso pandemijos metu susidūrė su mokslinės literatūros analizės metu identifikuotais vartotojų elgsenos pokyčiais. Pagal gautus rezultatus galima teigti, kad farmacijos specialistai koronaviruso

pandemijos metu susidūrė su vartotojais, kurie buvo linkę į ilgesnio galiojimo produktų pirkimą, pirkimo paniką bei pigesnių alternatyvų pirkimą, tačiau šie elgesio pokyčiai neturėjo poveikio vaistinės atsargų valdymo proceso elementams. Pagal analizę galima daryti išvadą, kad vartotojai siekė kaupti atsargas, todėl pirko ilgesnio galiojimo produktus, taip pat ieškojo pigesnių alternatyvų siekiant sutaupyti esamai neapibrėžtumo situacijai bei buvo linkę į pirkimo paniką, kuomet pirko higienos bei apsaugos priemones. Gautų rezultatų analizė parodė, kad farmacijos specialistai nesusidūrė su vartotojais, kurie koronaviruso pandemijos metu buvo linkę į Lietuvoje pagamintos produkcijos pirkimą, tad galima teigti, kad nepaprastosios padėties metu vartotojai neatsižvelgia į šias vertybes. Pagal gautus analizės rezultatus taip pat galima teigti, jog vaistinės darbuotojai nesusidūrė su didesniu vartotojų kiekiu, kurie koronaviruso pandemijos metu siekė įsigyti nerimą mažinančių produktų. Pagal tai galima daryti išvadą, kad vartotojai greičiausiai nerimą malšino kitomis priemonėmis, kurių vaistinėse įprasti įsigyti nėra galima.

IŠVADOS IR PASIŪLYMAI

1. Pagal atliktą mokslinės literatūros analizę identifikuota, kad visi nagrinėti autoriai verslo proceso sąvoką apibrėžia ganėtinai panašiai. Pasak nagrinėtus autorius, verslo procesas yra veiklos, kurios vykdomos apibrėžta eilės tvarka, kuomet siekiama pasiekti iš anksto nustatytą tikslą. Taip pat pavyko identifikuoti, kad verslo procesai skirstomi į tris pagrindines kategorijas. Pirmoji kategorija yra visiškai struktūrizuoti procesai, kurie yra labai dažnai pasikartojantys, o veiklos juose labai retai keičiasi. Antroji kategorija – pusiau struktūrizuoti verslo procesai, kurie visiškai struktūrizuoti procesai su papildomomis vienkartinėmis užduotimis, kurios turi aiškiai apibrėžtas instrukcijas. Paskutinė kategorija visiškai nestruktūrizuoti procesai, kuriuos yra labai sudėtinga apibrėžti, tačiau aiškiai apibrėžiamos norimo pasiekti tikslo detalės. Taip pat pavyko identifikuoti, kad pati populiariausia verslo procesų braižymo notacija „BPMN“ (angl. Business Process Modeling Notation).
2. Pagal atliktą mokslinės literatūros analizę identifikuota, kad įmonėje atsargų valdymas yra svarbus procesas dėl didelių išaldomų lėšų, kurias galima paskirti produktyvesniems ištekliams, taip pat didelis atsargų lygis gamybinėje įmonėje turi prastą ilgalaikę grąžą, o prastas jų valdymas turi neigiamą įtaką įmonės pelnui. Taip pat pavyko identifikuoti, kad organizacija gali pagerinti sezoninių atsargų valdymą taikydama informacijos dalinimosi, matomumo ir bendradarbiavimo strategijas. Koronaviruso pandemijos metu siekiant išlaikyti optimalų atsargų lygį nustatyta, kad įmonėms rekomenduojama taikyti kolektyvinį atsargų valdymą. Pagal šį metodą įmonė tiesiogiai su klientu identifikuoja konkrečių produktų poreikį ir gali iš tiekėjo užsisakyti tik reikiamą produktų kiekį taip išvengdama papildomo atsargų kaupimo. Taip pat pavyko identifikuoti, kad įmonės gali perduoti atsargų valdymą vienam tiekėjui, kuris stebės kokių būtent atsargų reikia įmonei ir įsipareigos užtikrinti jų kiekį. Pandemijos metu organizacijos turi būti pasiruošusios galimiems politiniams suvaržymams, paklausos pokyčiams, kurie gali iškelti papildomų sunkumų atsargų valdyme. Taip pat buvo identifikuota, kad Suomijos ir Baltijos šalių įmonės 2010-2018 metais nepagerino atsargų valdymo, todėl svarbu pabrėžti, kad įmonės skirtų daugiau dėmesio atsargoms. Siekiant išvengti išparduotų prekių trūkumo – mokslinės literatūros analizės metu buvo identifikuotos septynios rekomenduojamos veiklos. Tokios kaip sandėlio organizavimo grafikas, didmeninės prekybos politikos kūrimas, produktų užsakymo programa, rūšiavimo valdymo politika, reguliarūs inventORIZACIJOS mokymai, didžiausius nuostolius patiriančių parduotuvių stebėjimas ar mokymai apie atsargų atskyrimo svarbą. Pagal identifikuotus atsargų valdymo procesus pastebėta, kad visi nagrinėti autoriai apibrėžia šį procesą ganėtinai panašiai. Peržiūrimos turimos atsargos, užsakomos trūkstamos atsargos, tuomet atsargos yra

patikrinamos ar nėra broko ir galiausiai perduodamos į gamybą, prekybą ar sandėliavimą.

3. Pagal atliktą mokslinės literatūros analizę identifikuota, kad įėjimui į vaistinių rinką pagrindinis barjeras yra valstybės įstatymų reguliavimas, kitas – specifinis aptarnavimas. Siekiant nepriklausomoms vaistinėms konkuruoti mažmeninėje vaistinių rinkoje jos turėtų ugdyti pasitikėjimą tarp klientų. Tai gali atlikti puoselėdamos kompetenciją bei nuoširdumo įvaizdį. Pagal analizuotą mokslinę literatūrą visi nagrinėti autoriai apibrėžė medikamentų kelią nuo gamintojo iki galutinio vartotojo labai panašiai. Gamintojas pagamintas prekes parduoda didmenininkui, kuris vėliau perparduoda vaistinėms, o šios paskirsto galutiniam vartotojui. Vaistinės kontekste išskirtinį vaidmenį sulaukia pasibaigusio galiojimo prekės – prasta jų kontroliavimas gali sukelti papildomų sveikatos problemų galutiniam vartotojui. Taip pat vaistinių tinkluose galima išskirti pagrindinės vaistinės būstinės vaidmenį, kuri priima užsakymus iš vaistinių ir pateikia juos didmenininkui.
4. Pagal atliktą mokslinės literatūros analizę identifikuota, kad vartotojai skirtingai reaguoja į produktą ar paslaugą pagal skirtingai suvokiamą kainos ir kokybės santykį. Jei suvokiama, kad kaina už produktą ar paslaugą yra per žema – sumažėja vartotojų lūkesčiai ir atvirkesčiai. Taip pat pavyko nustatyti, kad vartotojų pirkimą formuoja tai, kad produktai yra pagaminti vietinėje rinkoje, įmonės vykdoma socialinės atsakomybės politika, internetinių bendruomenių įtaka, sukuriama maloni vartotojui atmosfera, leidžiama muzika bei aromatai. Taip pat pavyko identifikuoti, kad vartotojai linksta link apsipirkinėjimo internetu dėl paprastesnio produktų palyginimo galimybės, suvokiamos produktų vertės, yra iš anksto nusistatę kokio produkto jiems reikia. Tuo tarpu vartotojų finansinį elgesį formuoja finansinis raštingumas, analitinis bei racionalus mąstymo tipas ir savikontrolės gebėjimas. Nepaprastosios padėtyms pakeitė ir vartotojų elgseną. Pagal išnagrinėtą literatūrą identifikuota, kad pasaulinės koronaviruso pandemijos metu tarp vartotojų prasidėjo panikos pirkimas, pirko ilgo galiojimo produktus, išbandė naujus dalykus, padidėjo kenkiantis sveikatai kompensacinis vartojimas, kontakto ribojimas, persikėlimas į virtualią erdvę, išpopuliarėjo apsipirkinėjimas internetu. Finansinės krizės metu didesnis nepasitenkinimas finansiniu sektoriumi kyla iš jaunesnių vartotojų, taip pat vartotojai yra labiau linkę įsigyti pigesnių tam tikrų produktų alternatyvas bei atsisakyti ne pirmo būtinumo produktų, tokių kaip aplinką tausojančių prekių.
5. Pagal mokslinėje literatūroje išnagrinėtus autorius, buvo sudarytas teorinis vartotojų elgsenos įtakos atsargų valdymo procesui modelis. Vaistinės atsargų valdymo procesas buvo sudarytas naudojantis autoriais, kurie nagrinėjo atsargų valdymo procesą bei medikamentų kelią nuo gamintojo iki galutinio vartotojo. Veiksniai darantys įtaką atsargų valdymo proceso elementams taip pat buvo apibrėžti mokslinės literatūros analizės metu. Teoriniu modeliu

siekama nustatyti, kokia yra ilgo galiojimo produktų pirkimo, pirkimo panikos, vietinės produkcijos pirkimo, pigesniu alternatyvų įsigijimo, nerimą mažinančių produktų pirkimo ir kontakto ribojimo įtaką atsargų valdymo proceso elementams.

6. Atlikus ekspertinį interviu pakoreguotas atsargų proceso valdymą įmonėje, kad procesas būtų kuo panašesnis į praktikoje egzistuojamą procesą. Atsižvelgiant į gautus rezultatus pridėtas papildomas elementas: parduotų produktų peržiūra. Dar vienas proceso patobulinimas orientuotas į besibaigiančio galiojimo produktų dalį, kad šioms prekėms yra suteikiama papildoma nuolaida ir paleidžiama atgal į prekybą, o nepavykus parduoti per likusį galiojimo terminą, šios prekės yra perduodamos sunaikinimui.
7. Atlikus kiekybinį tyrimą nustatyta, kad vaistinės darbuotojai pasaulinės koronaviruso pandemijos metu susidūrė su vartotojų elgsenos pokyčiais. Jie buvo linkę į pirkimo paniką, ilgo galiojimo produktų pirkimą ir pigesnių alternatyvų ieškojimą bei pirkimą. Atlikus hipotezių tikrinimo skaičiavimus identifikuota, kad visos hipotezės nepasitvirtino, vartotojų elgsenos pokyčiai koronaviruso pandemijos metu neturėjo jokio poveikio vaistinės atsargų valdymo procesui. Atlikus detalesnę analizę, miestų kontekste, pastebėta, kad mažesnių Lietuvos miestų kontekste egzistavo silpna, arti vidutinės koreliacijos intervalo, priklausomybė tarp pirkimo panikos bei trūkstamų atsargų patikros. Pagal tai galima daryti išvadą, kad hipotetinis teiginys, kad pirkimo panika apsunkina trūkstamų atsargų patikrą priimamas mažesnių Lietuvos miestų kontekste. Taip pat buvo analizuojami su kokiais vartotojų elgsenos pokyčiais susidūrė vaistinės darbuotojai. Pagal gautus rezultatus galima teigti, kad buvo susidurta su vartotojais, kurie buvo linkę daugiau įsigyti ilgesnio galiojimo produktus, pirkimo paniką bei pigesnių alternatyvų pirkimą, todėl šių produktų poreikis koronaviruso pandemijos metu išaugo. Atsižvelgiant į šiuos rezultatus, rekomenduojama vaistinėms nepasinaudoti šiais vartotojų elgsenos pokyčiais siekiant uždirbti didesnę pelną. Vaistinės tikslas pirmiausia turi būti orientuotas į vartotojų aprūpinimą kritiškai svarbiais vaistų preparatais nepaprastosios padėties metu, o ne orientacija į didesnę pelną. Taip pat motininės įmonės nepaprastosios padėties metu turėtų telkti didesnę dėmesį nei įprastai į prekių pristatymą mažesniuose miestuose esančiuose vaistinėse.

LITERATŪROS SĄRAŠAS

- Akhter, S.H. (2009), "Niches at the edges: price-value tradeoff, consumer behavior, and marketing strategy", *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 18 No. 2, pp. 136-142. <https://doi.org/10.1108/10610420910949031>
- Ali, M.R., Khan, A.G., Islam, M.N. and Akram, U. (2022), "Determinants of panic buying during COVID-19: causes and consequences", *International Journal of Quality and Service Sciences*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/IJQSS-12-2021-0187>
- Barros, C.H.d.O., Santos, I.M.d., Alencar, M.H. and Alencar, L.H. (2021), "Bow tie analysis for prioritizing actions to manage the risks of out of stock on shelves in the retail", *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 49 No. 8, pp. 1213-1231. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-06-2020-0213>
- Briffaut, J.P. and Saccone, G. (2002), "Business performance sustainability through process modelling", *Measuring Business Excellence*, Vol. 6 No. 2, pp. 29-36. <https://doi.org/10.1108/13683040210431446>
- Candan, G., Yazgan, H.R. (2016), "A novel approach for inventory problem in the pharmaceutical supply chain". *DARU J Pharm Sci* 24, 4. <https://doi.org/10.1186/s40199-016-0144-y>
- Capkun, V., Hameri, A. and Weiss, L.A. (2009), "On the relationship between inventory and financial performance in manufacturing companies", *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 29 No. 8, pp. 789-806. <https://doi.org/10.1108/01443570910977698>
- Clark, C. and White, L. (2009), "Entry barriers in retail pharmacy: a novel model", *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, Vol. 3 No. 3, pp. 279-293. <https://doi.org/10.1108/17506120910989688>
- Diskiēne, D., Pauliēne, R., & Ramanauskaite, D. (2019). Relationships between leadership competencies and employees' motivation, initiative and interest to work. *Montenegrin Journal of Economics*, 15(1), 113-129. http://mnje.com/sites/mnje.com/files/113-129_diskiene_et_al..pdf
- Doomun, R. and Vunka Jungum, N. (2008), "Business process modelling, simulation and reengineering: call centres", *Business Process Management Journal*, Vol. 14 No. 6, pp. 838-848. <https://doi.org/10.1108/14637150810916017>
- Esrar, H., Zolfaghariania, H. and Yu, H. (2022), "Inventory management practices at a big-box retailer: a case study", *Benchmarking: An International Journal*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/BIJ-11-2021-0716>

- Farzad Kamrani, Rassul Ayani, Farshad Moradi (2011). A framework for simulation-based optimization of business process models. Special Issue: Principles of Advanced and Distributed Simulation (PADS) Volume: 88 issue: 7, page(s): 852-869 <https://doi.org/10.1177/0037549711417880>
- Fatolahi, A., Jalalinia, S., Dabestani, Z. and Eskandari, M. (2007), "Extracting business process decomposition: A practical approach using the ISIran V methodology", Business Process Management Journal, Vol. 13 No. 2, pp. 214-222. <https://doi.org/10.1108/14637150710740464>
- Flick, U. (2009). *An introduction to qualitative research* (4th ed.). Sage Publications Ltd. https://elearning.shisu.edu.cn/pluginfile.php/35310/mod_resource/content/2/Research-Intro-Flick.pdf
- Friday, D., Savage, D.A., Melnyk, S.A., Harrison, N., Ryan, S. and Wechtler, H. (2021), "A collaborative approach to maintaining optimal inventory and mitigating stockout risks during a pandemic: capabilities for enabling health-care supply chain resilience", Journal of Humanitarian Logistics and Supply Chain Management, Vol. 11 No. 2, pp. 248-271. <https://doi.org/10.1108/JHLSCM-07-2020-0061>
- Gaižauskaitė, I., & Valavičienė, N. (2016). Socialinių tyrimų metodai: kokybinis interviu. <https://repository.mruni.eu/bitstream/handle/007/16724/9789955302056.pdf?sequence>
- Gebicki, M., Mooney, E., Chen, S.J. et al. (2014), "Evaluation of hospital medication inventory policies". Health Care Manag Sci 17, 215–229 <https://doi.org/10.1007/s10729-013-9251-1>
- Goni, J.I.C. and Van Looy, A. (2022), "Process innovation capability in less-structured business processes: a systematic literature review", Business Process Management Journal, Vol. 28 No. 3, pp. 557-584. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-07-2021-0487>
- Hamuro, Y., Katoh, N., Matsuda, Y. et al. (1998), "Mining Pharmacy Data Helps to Make Profits". Data Mining and Knowledge Discovery 2, 391–398. <https://doi.org/10.1023/A:1009748731133>
- Haszlinna Mustaffa, N. and Potter, A. (2009), "Healthcare supply chain management in Malaysia: a case study", Supply Chain Management, Vol. 14 No. 3, pp. 234-243. <https://doi.org/10.1108/13598540910954575>
- Herjanto, H., Amin, M. and Mahfooz, Y. (2022), "Consumer research during the COVID-19 pandemic: a systematic review", Nankai Business Review International, Vol. 13 No. 4, pp. 587-629. <https://doi.org/10.1108/NBRI-09-2021-0065>
- Hilmola, O.-P., Li, W. and Tolli, A. (2021), "Low interest rate environment: inventory management in Finland and Baltic states", International Journal of Productivity and

- Performance Management, Vol. 70 No. 3, pp. 544-566. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-10-2019-0480>
- Huang, C., Chen, C., Li, R. and Tsai, C. (2008), "Applying Theory of Constraint on Logistic Management in Large Scale Construction Sites – A Case Study of Steel Bar in TFT-LCD Factory Build-Up", *Asian Journal on Quality*, Vol. 9 No. 1, pp. 68-93. <https://doi.org/10.1108/15982688200800005>
- Jaakkola, E., Meiren, T., Witell, L., Edvardsson, B., Schäfer, A., Reynoso, J., Sebastiani, R. and Weitlaner, D. (2017), "Does one size fit all? New service development across different types of services", *Journal of Service Management*, Vol. 28 No. 2, pp. 329-347. <https://doi.org/10.1108/JOSM-11-2015-0370>
- Karim, N.A., Nawawi, A. and Salin, A.S.A.P. (2018), "Inventory control weaknesses – a case study of lubricant manufacturing company", *Journal of Financial Crime*, Vol. 25 No. 2, pp. 436-449. <https://doi.org/10.1108/JFC-11-2016-0077>
- Kemp, E., Bui, M.(M). and Porter, III, M. (2021), "Preparing for a crisis: examining the influence of fear and anxiety on consumption and compliance", *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 38 No. 3, pp. 282-292. <https://doi.org/10.1108/JCM-05-2020-3841>
- Krichanchai, S. and MacCarthy, B.L. (2017), "The adoption of vendor managed inventory for hospital pharmaceutical supply", *The International Journal of Logistics Management*, Vol. 28 No. 3, pp. 755-780. <https://doi.org/10.1108/IJLM-01-2015-0010>
- Kumar, V., Ya, K.Z. and Lai, K.-K. (2022), "Mapping the key challenges and managing the opportunities in supply chain distribution during COVID-19: a case of Myanmar pharmaceutical company", *Journal of Global Operations and Strategic Sourcing*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JGOSS-01-2022-0002>
- Kurniawan, R., Zailani, S.H., Iranmanesh, M. and Rajagopal, P. (2017), "The effects of vulnerability mitigation strategies on supply chain effectiveness: risk culture as moderator", *Supply Chain Management*, Vol. 22 No. 1, pp. 1-15. <https://doi.org/10.1108/SCM-12-2015-0482>
- Lorenzo Ochoa, O., Claes, B., Koryak, O. and Diaz, A. (2017), "Integration through orchestration: The interplay between enterprise systems and inventory management capabilities", *Journal of Enterprise Information Management*, Vol. 30 No. 4, pp. 555-582. <https://doi.org/10.1108/JEIM-02-2016-0060>
- Luo, W. and Alex Tung, Y. (1999), "A framework for selecting business process modeling methods", *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 99 No. 7, pp. 312-319. <https://doi.org/10.1108/02635579910262535>

- Marinković, V. and Lazarević, J. (2021), "Eating habits and consumer food shopping behaviour during COVID-19 virus pandemic: insights from Serbia", *British Food Journal*, Vol. 123 No. 12, pp. 3970-3987. <https://doi.org/10.1108/BFJ-11-2020-1072>
- Meneau, L.K. and Moorthy, J. (2022), "Struggling to make ends meet: can consumer financial behaviors improve?", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 40 No. 2, pp. 263-296. <https://doi.org/10.1108/IJBM-12-2020-0595>
- Miguel, L., Marques, S. and Duarte, A.P. (2022), "The influence of consumer ethnocentrism on purchase of domestic fruits and vegetables: application of the extended theory of planned behaviour", *British Food Journal*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/BFJ-11-2021-1208>
- Min, H. (2009), "Application of a decision support system to strategic warehousing decisions", *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, Vol. 39 No. 4, pp. 270-281. <https://doi.org/10.1108/09600030910962230>
- Mohebban-Azad, E., Abtahi, A.-R. and Yousefi-Zenouz, R. (2022), "A reliable location-inventory-routing three-echelon supply chain network under disruption risks", *Journal of Modelling in Management*, Vol. 17 No. 2, pp. 601-632. <https://doi.org/10.1108/JM2-02-2020-0052>
- Moliner-Tena, M.A., Fandos-Roig, J.C., Estrada-Guillén, M. and Monferrer-Tirado, D. (2018), "Younger and older trust in a crisis situation", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 36 No. 3, pp. 456-481. <https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2017-0018>
- Palau-Saumell, R., Matute, J., Derqui, B. and Meyer, J.-H. (2021), "The impact of the perceived risk of COVID-19 on consumers' attitude and behavior toward locally produced food", *British Food Journal*, Vol. 123 No. 13, pp. 281-301. <https://doi.org/10.1108/BFJ-04-2021-0380>
- Palmberg, K. (2009), "Exploring process management: are there any widespread models and definitions?", *The TQM Journal*, Vol. 21 No. 2, pp. 203-215. <https://doi.org/10.1108/17542730910938182>
- Perepelkin, J. and Di Zhang, D. (2011), "Brand personality and customer trust in community pharmacies", *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, Vol. 5 No. 3, pp. 175-193. <https://doi.org/10.1108/17506121111172194>
- Priporas, C.-V., Kamenidou, I., Kapoulas, A. and Papadopoulou, F.M. (2015), "Counterfeit purchase typologies during an economic crisis", *European Business Review*, Vol. 27 No. 1, pp. 2-16. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2013-0132>

- Pukėnas, K. (2009). Kokybinių duomenų analizė SPSS programa. Kaunas: Lietuvos kūno kultūros akademija, 94. https://www.spssanalize.lt/wp-content/uploads/2014/03/kokybiniu_duomenu_analize_SPSS_programa.pdf
- Rathore, P., Saha, E., Chakraborty, S. and Tiwari, A.K. (2022), "Assessing impact of consumer perceived CSR on consumer attitude and purchase behaviour in retail segment: a stakeholder theory perspective", *Society and Business Review*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/SBR-10-2021-0207>
- Rudzkiene, V. (2005). Socialinė statistika. <https://repository.mruni.eu/bitstream/handle/007/15456/RUDZKIENE.pdf?sequence=1>
- Sassenberg, A.-M., Sassenberg, C., Sassenberg, C. and Heneghan, M. (2022), "Effects of atmosphere on emotions and consumer behaviour at wineries", *International Journal of Wine Business Research*, Vol. 34 No. 4, pp. 523-541. <https://doi.org/10.1108/IJWBR-05-2021-0028>
- Satish, K., Venkatesh, A. and Manivannan, A.S.R. (2021), "Covid-19 is driving fear and greed in consumer behaviour and purchase pattern", *South Asian Journal of Marketing*, Vol. 2 No. 2, pp. 113-129. <https://doi.org/10.1108/SAJM-03-2021-0028>
- Srivastava, R. (2022), "Will music with or without fragrance in retail stores increase consumer purchase behaviour in emerging markets?", *International Journal of Emerging Markets*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-10-2021-1533>
- Sumi, R.S. and Ahmed, M. (2022), "Investigating young consumers' online buying behavior in COVID-19 pandemic: perspective of Bangladesh", *IIM Ranchi Journal of Management Studies*, Vol. 1 No. 2, pp. 108-123. <https://doi.org/10.1108/IRJMS-09-2021-0127>
- Sun, Y., Zhong, Y. and Li, Q. (2022), "Online communities and offline sales: considerations on visiting behavior dimensions and online community types", *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 122 No. 7, pp. 1620-1644. <https://doi.org/10.1108/IMDS-01-2022-0033>
- Tilikidou, I. and Delistavrou, A. (2014), "Pro-Environmental Purchasing Behaviour during the economic crisis", *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 32 No. 2, pp. 160-173. <https://doi.org/10.1108/MIP-10-2012-0103>
- Venkatesh, V., Speier-Peró, C. and Schuetz, S. (2022), "Why do people shop online? A comprehensive framework of consumers' online shopping intentions and behaviors", *Information Technology & People*, Vol. 35 No. 5, pp. 1590-1620. <https://doi.org/10.1108/ITP-12-2020-0867>
- Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministras. Dėl vaistinių patalpų ir įrengimų reikalavimų patvirtinimo. <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.198337/FgrcTcYWrs>

2021 m. Kompensuojamųjų vaistų suvartojimo ataskaita. <https://ligoniukasa.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/gydymo-istaigoms-ir-partneriams/kompensuojamieji-vaistai-ir-medicinos-pagalbos-priemones-2/statistika-1>

Valstybinė vaistų kontrolės tarnyba. Informacija apie vaistininko licencijas turinčių asmenų skaičių. <https://vapris.vvkt.lt/vvkt-web/public/personLicenses/>

Visuotinė lietuvių enciklopedija. Nepaprastoji padėtis. <https://www.vle.lt/straipsnis/nepaprastoji-padetis/>

VARTOTOJŲ ELGSENOS POVEIKIS ATSARGŲ VALDYMO PROCESUI (VAISTINIŲ ATVEJIS, NEPAPRASTOSIOS PADĖTIES METU)

IGNOTAS VAZINSKAS

Magistro baigiamasis darbas

Verslo Procesų Valdymo magistro studijų programa

Vilniaus Universitetas, Ekonomikos ir Verslo Administravimo fakultetas

Darbo vadovas – Doc. Dr. A. Fominienė

Vilnius, 2023

SANTRAUKA

73 puslapiai, 17 paveikslų, 11 lentelių, 54 informacijos šaltiniai.

Pagrindinis magistro baigiamojo darbo tikslas yra nustatyti, kokį poveikį daro vartotojų elgsena vaistinės atsargų valdymo procesui nepaprastosios padėties sąlygomis.

Darbas susideda iš trijų pagrindinių dalių; mokslinės literatūros analizės, tyrimo bei rezultatų analizės ir išvadų.

Atlikus mokslinės literatūros analizę autorius apibrėžė verslo procesus bei jų modeliavimą, atsargų valdymo sampratą bei patį atsargų valdymo procesą. Analizės metu taip pat identifikuota vaistinių svarba šiame aspekte bei atsargų valdymo procesas vaistinėje. Taipogi apibrėžta kokie veiksniai formuoja vartotojų elgseną, taip pat išskirta dalis vartotojų elgsenos pokyčių nepaprastosios padėties metu. Galiausiai, remiantis mokslinės literatūros analize sudarytas teorinis modelis bei iškeltos tyrimo hipotezės. Sudarytame modelyje yra atvaizduota kaip ilgo galiojimo produktų pirkimas, pirkimo panika, vietinės produkcijos pirkimas, pigesnių alternatyvų įsigijimas, nerimą mažinančių produktų pirkimas bei kontakto ribojimas veikia tam tikrus vaistinės atsargų valdymo proceso elementus. Šis modelis naudotas tolimesniame tyrime.

Po atliktos mokslinės literatūros analizės autorius tyrimą atliko dviem etapais. Pirmuoju etapu autorius atliko ekspertinį interviu, kurio metu buvo apklausti vieno Lietuvos vaistinės tinklo regiono vadovai. Šiuo tyrimu siekiama nustatyti ar mokslinės literatūros analizės metu sudarytas vaistinės atsargų valdymo procesas atitiko realią situaciją prieš pasaulinę koronaviruso pandemiją. Kokybiniu interviu autorius taip pat siekė nustatyti ar mokslinės literatūros analizės metu nustatyti vartotojų elgsenos pokyčiai turėjo poveikį vaistinės atsargų valdymo procesui. Antruoju tyrimo etapu autorius atliko pagrindinį magistro baigiamojo darbo tyrimą – vartotojų elgsenos pokyčio poveikis vaistinės atsargų valdymo procesui. Šiuo tyrimu buvo apklausiami vaistinės darbuotojai, kurie dirbo prieš pasaulinę koronaviruso pandemiją ir galimai susidūrė su vartotojų elgsenos pokyčiais. Respondentams buvo patalpinta internetinė apklausa, kurios klausimai buvo atrinkti

remiantis kitų autorių patirtimi, naudoti kitų autorių konstruktai. Šių konstrukčių patikimumas buvo patikrintas naudojantis „Cronbach alfa“ koeficientą, konstruktai, kurie nesiekė patikimumo ribos buvo pakoreguoti.

Ekspertinio interviu rezultatai autoriui padėjo šiek tiek patobulinti vaistinės atsargų valdymo procesą. Šio tyrimo rezultatai taip pat identifikavo, kad pasaulinės koronaviruso pandemijos metu kontakto ribojimas neturėjo poveikio vaistinės atsargų valdymo procesui, todėl teorinį modelį autorius modifikavo. Kiekybinio tyrimo rezultatai buvo analizuojami apskaičiuojant koreliacijos koeficientus siekiant nustatyti vartotojų elgsenos pokyčių poveikį tam tikriems atsargų valdymo proceso elementams. Tyrimo rezultatai parodė, kad nei vienas mokslinės literatūros analizės metu identifikuotas vartotojų elgsenos pokytis neturėjo poveikio vaistinės atsargų valdymo procesui. Taip pat autorius atliko analizę miestų kontekste, kurios metu nustatyta, kad mažesniuose Lietuvos miestuose hipotetinis teiginys, kad pirkimo panika apsunkina trūkstamų atsargų patikrą yra patvirtinama. Autorius taip pat analizavo ar vaistinės darbuotojai koronaviruso pandemijos metu identifikavo mokslinės literatūros analizės metu nustatytus vartotojų elgsenos pokyčius nors jie neturėjo poveikio vaistinės atsargų valdymo procesui. Nustatyta, kad farmacijos specialistai susidūrė su ilgesnio galiojimo produktų pirkimu, pirkimo panika bei pigesnių alternatyvų pirkimu.

**IMPACT OF CONSUMERS BEHAVIOUR ON INVENTORY
MANAGEMENT PROCESS (PHARMACY CASE, DURING STATE OF
EMERGENCY)**

IGNOTAS VAZINSKAS

Master thesis

Business Process Management master study programme

Vilnius University, Faculty of Economics and Business Administration

Supervisor – Assoc. Prof. Dr. A. Fominienė

Vilnius, 2023

SUMMARY

73 pages, 17 figures, 11 tables, 54 references.

The main objective of the master's thesis is to determine the impact of consumer behaviour on the management of pharmacy inventory in emergency situations.

The thesis consists of three main parts: the analysis of literature, the research and analysis of results and conclusions.

After conducting a literature analysis, the author defined business processes and their modelling, the concept of inventory management and the inventory management process. The analysis also identified the importance of pharmacies in this area and the inventory management process in pharmacies. Factors influencing consumer behaviour were also defined and a part of consumer behaviour changes during emergency situations were identified during the analysis. Finally, a theoretical model and research hypotheses were formulated based on the literature analysis. The model includes the purchase of long-shelf-life products, panic buying, purchase of local products, purchase of cheaper alternatives, purchase of anxiety-reducing products and contact restriction as factors affecting certain elements of pharmacy inventory management. This model was used in the further research.

After the literature analysis, the author conducted the research in two stages. In the first stage, an expert interview was conducted with regional managers of a pharmacy chain in Lithuania. This research aimed to understand if the inventory management process identified during the literature analysis corresponded to the real situation before the global coronavirus pandemic. Through qualitative interviews, the author also sought to determine if the identified changes in consumer behaviour had an impact on pharmacy inventory management. In the second stage of the research, the author conducted the main research of the master's thesis, focusing on the impact of consumer behaviour change on pharmacy inventory management. Pharmacy employees, who worked before

the global coronavirus pandemic and potentially encountered changes in consumer behaviour, were surveyed. The respondents were presented with an online questionnaire, with questions selected based on the experience of other authors, the use of constructs from other authors. The reliability of these constructs was verified using the Cronbach's alpha coefficient and constructs, that did not reach the reliability threshold, were adjusted.

The results of the expert interview helped the author to refine the pharmacy inventory management process. The results of this research also identified that the contact restriction during the global coronavirus pandemic did not have an impact on pharmacy inventory management, leading to modifications in the theoretical model. The results of the quantitative research were analysed by calculating correlation coefficients to determine the impact of changes in consumer behaviour on certain elements of inventory management process. The research results showed that none of the identified changes in consumer behaviour during the literature analysis had an impact on pharmacy inventory management. The author also analysed the results in the context of cities, revealing that in smaller Lithuanian cities, the hypothetical statement that panic buying hinders the verification of missing inventory is accepted. The author also examined whether pharmacy employees encountered the changes in consumer behaviour that were identified by the literature analysis during the coronavirus pandemic, even though they did not have an impact on pharmacy inventory management. It was found that pharmaceutical specialists encountered the purchase of long-shelf-life products, panic buying, and the purchase of cheaper alternatives during the pandemic.

PRIEDAI

1 priedas. Anketa kokybiniam interviu.

Laba diena,

Noriu paprašyti Jūsų pagalbos atliekant magistro baigiamąjį darbą ir sudalyvauti ekspertiniame interviu. Mano darbo tema „Vartotojų elgsenos poveikis atsargų valdymo procesui (vaistinių atvejis, nepaprastosios padėties metu)“.

Šia anketa padėsite išsigryninti vaistinės atsargų valdymo procesą priešpandeminiu laikotarpiu (šiuo metu jis sudarytas remiantis moksline literatūra) bei suprasti ar mokslinės literatūros analizės metu identifikuoti vartotojų elgsenos pokyčiai (dėl koronaviruso pandemijos) iš tikrųjų veikė tam tikrus atsargų valdymo proceso elementus.

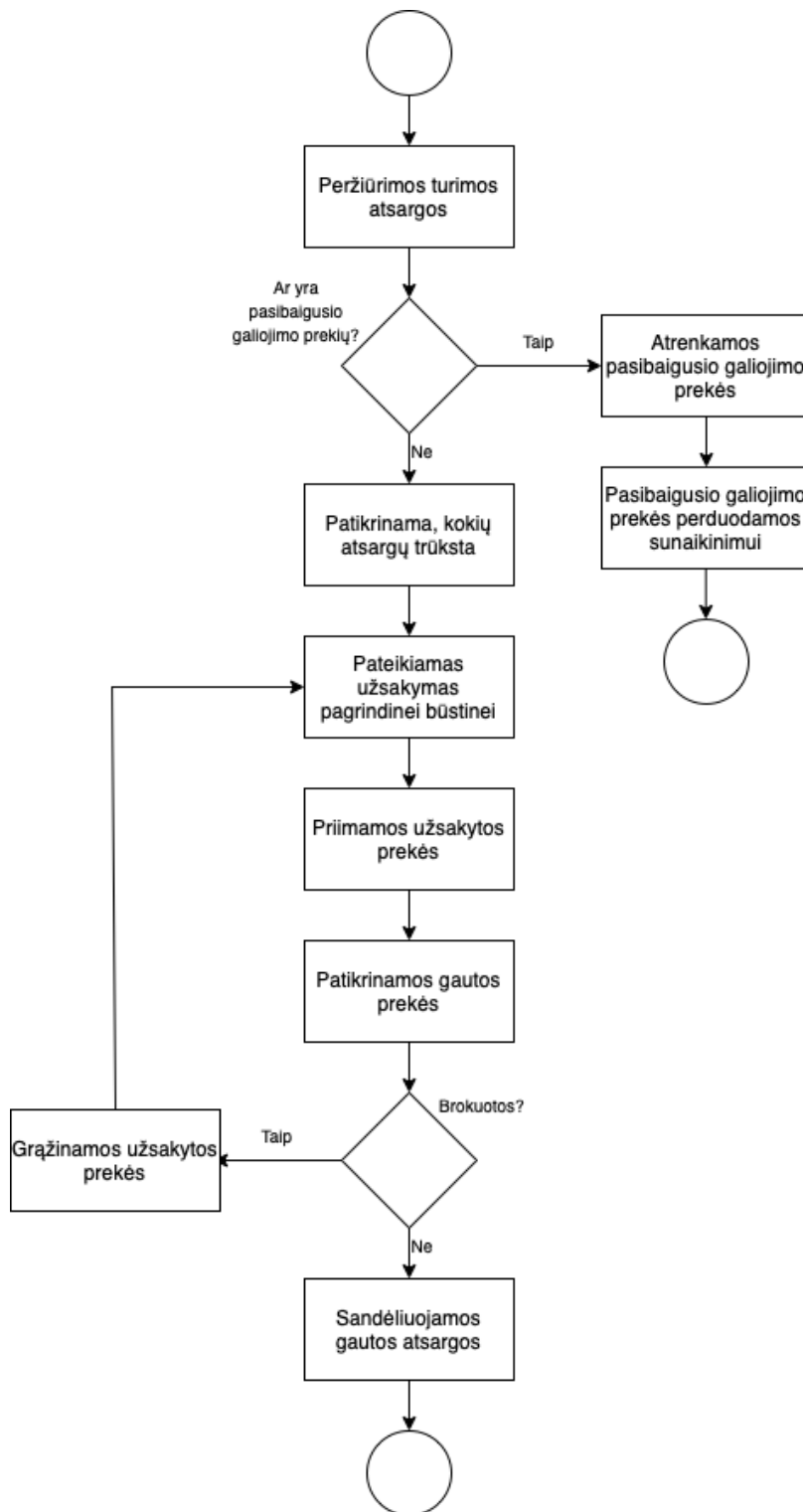
Šis apklausa padės suformuoti klausimyną vaistinės darbuotojams, kurių taip pat prašysiu prisidėti prie mano atliekamo tyrimo.

Anketos rezultatai tyrime bus naudojami anonimiškai, neįvardinant konkrečiai respondentų tapatybių.

Labai lauksiu Jūsų atsakymų iki Balandžio 19 dienos.

Iš anksto noriu padėkoti – Ačiū už dalyvavimą!

1. Ar žemiau pateikta atsargų valdymo proceso schema artima / atitinka jūsų vaistinėse vykstančius procesus prieš susiduriant su pandemija? Kaip galima pakoreguoti, patikslinti, kad procesas kuo labiau atitiktų realią situaciją vaistinėje priešpandeminiu laikotarpiu?



2. Kaip dėl pasaulinės koronaviruso pandemijos pasikeitusi vartotojų elgsena paveikė atsargų valdymo proceso elementus?
3. Kaip padidėjęs ilgesnio galiojimo produktų pirkimas paveikė turimų atsargų peržiūrą?
4. Kaip pirkimo panika paveikė trūkstamų atsargų identifikavimą?
5. Kaip padidėjęs vietinės produkcijos pirkimas paveikė trūkstamų atsargų identifikavimą?
6. Kaip padidėjęs pigesnių alternatyvų įsigijimas paveikė trūkstamų atsargų identifikavimą?
7. Kaip padidėjęs nerimą mažinančių produktų pirkimas paveikė trūkstamų atsargų identifikavimą?
8. Kaip kontakto ribojimas paveikė užsakytų prekių priėmimą?

2 priedas. Anketa kiekybiniam tyrimui.

Vartotojų elgsenos pokyčių poveikis atsargų valdymo proceso elementams (vaistinėje, nepaprastosios padėties metu)

Gerbiamas respondente,

Esu Vilniaus Universiteto Ekonomikos ir verslo administravimo fakulteto magistrantūros studijų studentas ir šiuo metu atlieku apklausą, kurios tikslas išsiaiškinti vartotojų elgsenos pokyčių poveikį atsargų valdymo proceso elementams (nepaprastosios padėties metu, vaistinių atvejis). Prašau atsakyti į pateiktus klausimus, pažymint, Jūsų nuomone, tinkamiausius atsakymus. Anketa yra anoniminė, visi iš anketos gauti duomenys yra konfidencialūs ir viešai nebus skelbiami.

Atsakydami į šią anketą Jūs užtruksite iki 10min.

Dėkoju už Jūsų laiką ir atsakymus!

Jūsų amžius (įrašykite metus):

Jūsų išsilavinimas:

- Aukštasis universitetinis
- Aukštasis neuniversitetinis / aukštesnysis
- Profesinis
- Vidurinis
- Nebaigtas vidurinis

Jūsų lytis:

- Vyras
- Moteris
- Kita
- Nenoriu atsakyti

Darbo stažas vaistinėje (įrašykite metus):

Ar dirbote vaistinėje prieš koronaviruso pandemiją?

- Taip
- Ne

Įvertinkite, žemiau išvardintų vartotojų elgsenos pokyčių reikšmingumą. Prašome įvertinti reikšmingumą penkių balų skalėje, kai 1- visiškai nesutinku, 5 – visiškai sutinku

(pažymėkite skaičių kiekvienoje eilutėje):

Teiginiai	Visiškai nesutinku	Nesutinku	Nei sutinku, nei nesutinku	Sutinku	Visiškai sutinku
Ar jautėsi, kad COVID-19 metu vartotojai dėl patirtos baimės pirko produktus, siekiant kaupti atsargas?					
Ar jautėsi, kad COVID-19 metu dėl trūkstamų produktų baimės vartotojai pirko prekes didesniais kiekiais?					
Ar jautėsi, kad COVID-19 metu tarp vartotojų vyravo panika, kad pirmo būtinumo prekės bus išparduotos, todėl jas pirko didesniais kiekiais?					
Ar jautėsi, kad COVID-19 metu dėl patiriamos baimės vartotojai pirko produktus didesniais kiekiais nei įprastai?					
Ar jautėsi, kad COVID-19 metu vartotojai pirko didesnius produktų kiekius, siekiant nusiraminti ir sumažinti neapibrėžtumo baimę?					
Ar jautėsi, kad COVID-19 metu dėl vyraujančio neapibrėžtumo vartotojai pirko produktus didesniais kiekiais?					

Įvertinkite, žemiau išvardintų vartotojų elgsenos pokyčių reikšmingumą. Prašome įvertinti reikšmingumą penkių balų skalėje, kai 1- visiškai nesutinku, 5 – visiškai sutinku

(pažymėkite skaičių kiekvienoje eilutėje):

Teiginiai	Visiškai nesutinku	Nesutinku	Nei sutinku, nei nesutinku	Sutinku	Visiškai sutinku
COVID-19 metu vartotojai keitė vieno prekės ženklo produktus į kito, kuomet įvyko drastiškas kainos pokytis.					
Vartotojų rutina ir gyvenimo būdas pasikeitė dėl COVID-19 pandemijos.					
COVID-19 metu vartotojams buvo lengva įsigyti produktą, kuris atitinka jų pajamų galimybes.					

Vartotojų išlaidų įpročiai pasikeitė dėl COVID-19 pandemijos pakeitusios situacijos.					
COVID-19 metu patogios ir prieinamos kainos skatino vartotojus pirkti produktą.					

Įvertinkite, žemiau išvardintų vartotojų elgsenos pokyčių reikšmingumą. Prašome įvertinti reikšmingumą penkių balų skalėje, kai 1- visiškai nesutinku, 5 – visiškai sutinku (pažymėkite skaičių kiekvienoje eilutėje):

Teiginiai	Visiškai nesutinku	Nesutinku	Nei sutinku, nei nesutinku	Sutinku	Visiškai sutinku
Apsipirkinėjant per COVID-19 pandemiją, vartotojai taip pat pirko daugiau higienos produktus (kaukes, dezinfekcinį skystį).					
Per COVID-19 pandemiją, vartotojai dažnai pirko didesnį kiekį produktų, kad kauptų atsargas.					
Per COVID-19 pandemiją, vartotojai pirko produktus su ilgesne galiojimo data.					

Įvertinkite, žemiau išvardintų vartotojų elgsenos pokyčių reikšmingumą. Prašome įvertinti reikšmingumą penkių balų skalėje, kai 1- visiškai nesutinku, 5 – visiškai sutinku (pažymėkite skaičių kiekvienoje eilutėje):

Teiginiai	Visiškai nesutinku	Nesutinku	Nei sutinku, nei nesutinku	Sutinku	Visiškai sutinku
Aš ploviau savo rankas reguliariai ir naudoju dezinfekcinį skystį, kad apsaugočiau save nuo COVID-19 viruso.					
Aš stengiausi išlaikyti socialinį atstumą, kad apsaugočiau save nuo COVID-19 viruso.					
Aš dėvėjau kaukę viešose erdvėse, kad apsaugočiau save nuo COVID-19 viruso.					

Įvertinkite, žemiau išvardintų vartotojų elgsenos pokyčių reikšmingumą. Prašome įvertinti reikšmingumą penkių balų skalėje, kai 1- visiškai nesutinku, 5 – visiškai sutinku (pažymėkite skaičių kiekvienoje eilutėje):

Teiginiai	Visiškai nesutinku	Nesutinku	Nei sutinku, nei nesutinku	Sutinku	Visiškai sutinku
COVID-19 metu vartotojai teigė, kad pirko Lietuvoje pagamintus produktus, nes jų kokybė yra geresnė.					
COVID-19 metu vartotojai teigė, kad perkant produktus nėra kokybės skirtumo tarp Lietuvoje pagamintų ir užsienyje pagamintų produktų.					
COVID-19 metu vartotojai teigė, kad vietinės gamybos produktai yra kokybiškesni nei produktai, kurie gabenami iš užsienio.					
COVID-19 metu vartotojai teigė, kad jaučiasi nepatogiai perkant produktus nežinant, kur jie buvo pagaminti.					
COVID-19 metu vartotojai teigė, kad jie perka Lietuvoje pagamintus produktus, nes jiems patinka remti vietinius gamintojus.					
COVID-19 metu vartotojai teigė, kad jiems yra svarbu palaikyti vietinę ekonomiką.					

Įvertinkite, žemiau išvardintų vartotojų elgsenos pokyčių reikšmingumą. Prašome įvertinti reikšmingumą penkių balų skalėje, kai 1- visiškai nesutinku, 5 – visiškai sutinku (pažymėkite skaičių kiekvienoje eilutėje):

Teiginiai	Visiškai nesutinku	Nesutinku	Nei sutinku, nei nesutinku	Sutinku	Visiškai sutinku
Koronaviruso pandemijos metu pastebėjau, kad vartotojai pirko prabangesnes prekes.					
Koronaviruso pandemijos metu vartotojai pirko produktus, kurie padėdavo pasijausti geriau apie esamą situaciją.					
Koronaviruso pandemijos metu vartotojai pirko produktus, kurie kenkė jų sveikatai.					
Koronaviruso pandemijos metu vartotojai pirko produktus, kad tik nusiramintų.					

Įvertinkite, žemiau išvardintų teiginių reikšmingumą. Prašome įvertinti reikšmingumą penkių balų skalėje, kai 1- visiškai nesutinku, 5 – visiškai sutinku (pažymėkite skaičių kiekvienoje eilutėje):

Teiginiai	Visiškai nesutinku	Nesutinku	Nei sutinku, nei nesutinku	Sutinku	Visiškai sutinku

COVID-19 metu mūsų vaistinėje buvo suteikiama nuolatinė ir matoma atsargų sandėliavimo vieta.					
COVID-19 metu mūsų vaistinėje buvo nustatomas kiekvienų produktų poreikis atsižvelgiant į paklausos svyravimus visuomenėje.					
COVID-19 metu mūsų vaistinėje buvo aiškus produktų kelias nuo tiekėjo iki galutinio vartotojo.					
COVID-19 metu mūsų vaistinėje buvo visuomet reguliuojamos atsargos.					

Įvertinkite, žemiau išvardintų teiginių reikšmingumą. Prašome įvertinti reikšmingumą penkių balų skalėje, kai 1- visiškai nesutinku, 5 – visiškai sutinku (pažymėkite skaičių kiekvienoje eilutėje):

Teiginiai	Visiškai nesutinku	Nesutinku	Nei sutinku, nei nesutinku	Sutinku	Visiškai sutinku
COVID-19 metu mūsų vaistinėje buvo naudojami klasifikatoriai atsargų valdyme, siekiant identifikuoti kritinius produktus.					
COVID-19 metu mūsų vaistinėje buvo užsakomi kritiniai produktai, tik tuomet kai yra jų poreikis.					
COVID-19 metu mūsų vaistinėje buvo galima dalį produkcijos parduoti dalimis.					
COVID-19 metu mūsų vaistinėje atsargas valdė produktų tiekėjas arba gamintojas.					
COVID-19 metu mūsų vaistinėje buvo naudojami prognozavimo modeliai.					

Įvertinkite, žemiau išvardintų teiginių reikšmingumą. Prašome įvertinti reikšmingumą penkių balų skalėje, kai 1- visiškai nesutinku, 5 – visiškai sutinku (pažymėkite skaičių kiekvienoje eilutėje):

Teiginiai	Visiškai nesutinku	Nesutinku	Nei sutinku, nei nesutinku	Sutinku	Visiškai sutinku
Koronaviruso pandemijos įkarščio metu priimanč užsakytas prekes tiesiogiai bendravau su kurjeriu.					
Koronaviruso pandemijos įkarščio metu primant užsakytas prekes naudočiau kurjerio pateiktus įrankius/primones prekėms priimti.					

Koronaviruso pandemijos įkarščio metu priimant užsakytas prekes naudoju apsaugines priemones (pirštinės, kaukės).					
Koronaviruso pandemijos įkarščio metu priimant užsakytas prekes dezinfekavau gautus produktus.					

3 priedas. Konstrukty patikimumo skaičiavimo rezultatai

Pirkimo panikos konstruktas

➔ Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	124	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	124	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,910	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Ar jautėsi, kad COVID-19 metu vartotojai dėl patirtos baimės pirkė produktus, siekiant kaupiti atsargas?	21,59	10,667	,632	,909
Ar jautėsi, kad COVID-19 metu dėl trūkstančių produktų baimės vartotojai pirkė prekes didesniais kiekiais?	21,56	10,475	,722	,899
Ar jautėsi, kad COVID-19 metu tarp vartotojų vyravo panika, kad pirmo būtinumo prekės bus išparduotos, todėl jas pirkė didesniais kiekiais?	21,73	9,160	,938	,880
Ar jautėsi, kad COVID-19 metu dėl patiriamos baimės vartotojai pirkė produktus didesniais kiekiais nei įprastai?	21,68	9,472	,840	,880
Ar jautėsi, kad COVID-19 metu vartotojai pirkė didesnius produktų kiekius, siekiant nusiraminti ir sumažinti neapibrėžtumo baimę?	22,04	9,275	,697	,904
Ar jautėsi, kad COVID-19 metu dėl vyraujančio neapibrėžtumo vartotojai pirkė produktus didesniais kiekiais?	21,93	9,222	,802	,885

Pigesnių alternatyvų pirkimo konstruktas

➔ Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	124	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	124	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,632	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
COVID-19 metu vartotojai keitė vieno prekės ženklo produktus į kito, kuomet įvyko drastiškas kainos pokytis.	14,74	3,006	,359	,592
Vartotojų rutina ir gyvenimo būdas pasikeitė dėl COVID-19 pandemijos.	13,85	2,602	,397	,574
COVID-19 metu vartotojams buvo lengva įsigyti produktą, kuris atitinka jų pajamų galimybes.	14,69	3,060	,327	,605
Vartotojų išlaidų įpročiai pasikeitė dėl COVID-19 pandemijos pakeitusios situacijos.	14,23	2,453	,497	,516
COVID-19 metu patogių ir prieinamų kainos skatino vartotojus pirkti produktą.	14,65	2,879	,352	,595

Ilgesnio galiojimo produktų pirkimo konstruktas

➔ Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	124	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	124	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,602	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Apsipirkinejant per COVID-19 pandemiją, vartotojai taip pat pirko daugiau higienos produktus (kaukes, dezinfekcinį skystį).	8,62	1,115	,222	,716
Per COVID-19 pandemiją, vartotojai dažnai pirko didesnę kiekį produktų, kad kauptų atsargas.	8,92	,644	,641	,160
Per COVID-19 pandemiją, vartotojai pirko produktus su ilgesne galiojimo data.	9,41	,488	,472	,468

Vietinės produkcijos pirkimo konstruktas

➔ Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	124	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	124	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,770	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
COVID-19 metu vartotojai teigė, kad pirkė Lietuvoje pagamintus produktus, nes jų kokybė yra geresnė.	14,40	8,680	,589	,719
COVID-19 metu vartotojai teigė, kad perkant produktus nėra kokybės skirtumo tarp Lietuvoje pagamintų ir užsienyje pagamintų produktų.	13,91	10,586	,184	,803
COVID-19 metu vartotojai teigė, kad vietinės gamybos produktai yra kokybiškesni nei produktai, kurie gabenami iš užsienio.	14,19	9,030	,522	,735
COVID-19 metu vartotojai teigė, kad jaučiausi nepatogiai perkant produktus nežinant, kur jie buvo pagaminti.	14,02	8,179	,444	,763
COVID-19 metu vartotojai teigė, kad jie perka Lietuvoje pagamintus produktus, nes jiems patinka remti vietinius gamintojus.	13,93	7,824	,715	,682
COVID-19 metu vartotojai teigė, kad jiems yra svarbu palaikyti vietinę ekonomiką.	14,08	7,538	,675	,689

Nerimą mažinančių produktų pirkimo konstruktas

➔ Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	124	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	124	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,708	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Koronaviruso pandemijos metu pastebėjau, kad vartotojai pirkė prabangesnes prekes.	10,10	1,412	,602	,591
Koronaviruso pandemijos metu vartotojai pirkė produktus, kurie padėdavo pasijauti geriau apie esamą situaciją.	9,56	1,305	,454	,679
Koronaviruso pandemijos metu vartotojai pirkė produktus, kurie kenkė jų sveikatai.	10,07	1,580	,498	,653
Koronaviruso pandemijos metu vartotojai pirkė produktus, kad tik nusiramintų.	9,69	1,271	,479	,662

Turimų atsargų peržiūros konstruktas

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	124	100,0
	Excluded ^a	0	,0
Total		124	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,665	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
COVID-19 metu mėsų vaistinėje buvo suteikiama nuolatinė ir matoma atsargų sandėliavimo vieta.	11,52	4,821	,343	,671
COVID-19 metu mėsų vaistinėje buvo nustatomas kiekvienų produktų poreikis atsižvelgiant į paklausos svyravimus visuomenėje.	10,84	4,234	,574	,508
COVID-19 metu mėsų vaistinėje buvo aiškūs produktų kelias nuo tiekėjo iki galutinio vartotojo.	10,93	4,881	,367	,650
COVID-19 metu mėsų vaistinėje buvo visuomet reguliuojamos atsargos.	10,73	4,640	,524	,550

Trūkstatų atsargų patikros konstruktas

4 priedas. Hipotezių patikimumo skaičiavimo rezultatai

Pirminiai rezultatai

Nonparametric Correlations

Correlations

			Perziurimos_tu rimos_atsargo s	Ilgo_galiojimo _produktu_pirk imas
Spearman's rho	Perziurimos_turimos_atsar gos	Correlation Coefficient	1,000	-,123
		Sig. (2-tailed)	.	,174
		N	124	124
	Ilgo_galiojimo_produktu_pi rkimas	Correlation Coefficient	-,123	1,000
		Sig. (2-tailed)	,174	.
		N	124	124

Nonparametric Correlations

Correlations

			Patikrinama_k okiu_atsargu_t ruksta	Pirkimo_panik a
Spearman's rho	Patikrinama_kokiu_atsarg u_truksta	Correlation Coefficient	1,000	,160
		Sig. (2-tailed)	.	,077
		N	124	124
	Pirkimo_panika	Correlation Coefficient	,160	1,000
		Sig. (2-tailed)	,077	.
		N	124	124

Nonparametric Correlations

Correlations

			Patikrinama_k okiu_atsargu_t ruksta	Vietines_produ kcijos_pirkima s
Spearman's rho	Patikrinama_kokiu_atsarg u_truksta	Correlation Coefficient	1,000	,063
		Sig. (2-tailed)	.	,485
		N	124	124
	Vietines_produkcijos_pirki mas	Correlation Coefficient	,063	1,000
		Sig. (2-tailed)	,485	.
		N	124	124

Nonparametric Correlations

Correlations

			Patikrinama_k okiu_atsargu_t ruksta	Pigesniu_alter natyvu_isigijim as
Spearman's rho	Patikrinama_kokiu_atsarg u_truksta	Correlation Coefficient	1,000	-,063
		Sig. (2-tailed)	.	,490
		N	124	124
	Pigesniu_alternatyvu_isigiji mas	Correlation Coefficient	-,063	1,000
		Sig. (2-tailed)	,490	.
		N	124	124

▸ Nonparametric Correlations

Correlations

			Patikrinama_k okiu_atsargu_t ruksta	Nerima_mazin anciu_produkt u_pirkimas
Spearman's rho	Patikrinama_kokiu_atsarg u_truksta	Correlation Coefficient	1,000	-,043
		Sig. (2-tailed)	.	,632
		N	124	124
	Nerima_mazinanciu_produ ktu_pirkimas	Correlation Coefficient	-,043	1,000
		Sig. (2-tailed)	,632	.
		N	124	124

Lietuvos didmiesčių rezultatai

Nonparametric Correlations

Correlations

			Perziurimos_turimos_atsargos	Ilgo_galiojimo_produkto_pirkimas
Spearman's rho	Perziurimos_turimos_atsargos	Correlation Coefficient	1,000	-,177
		Sig. (2-tailed)	.	,093
		N	91	91
	Ilgo_galiojimo_produkto_pirkimas	Correlation Coefficient	-,177	1,000
		Sig. (2-tailed)	,093	.
		N	91	91

Nonparametric Correlations

Correlations

			Patikrinama_koku_atsargu_truksta	Pirkimo_panika
Spearman's rho	Patikrinama_koku_atsargu_truksta	Correlation Coefficient	1,000	,079
		Sig. (2-tailed)	.	,455
		N	91	91
	Pirkimo_panika	Correlation Coefficient	,079	1,000
		Sig. (2-tailed)	,455	.
		N	91	91

Nonparametric Correlations

Correlations

			Patikrinama_koku_atsargu_truksta	Vietines_produkcijos_pirkimas
Spearman's rho	Patikrinama_koku_atsargu_truksta	Correlation Coefficient	1,000	,020
		Sig. (2-tailed)	.	,847
		N	91	91
	Vietines_produkcijos_pirkimas	Correlation Coefficient	,020	1,000
		Sig. (2-tailed)	,847	.
		N	91	91

Nonparametric Correlations

Correlations

			Patikrinama_koku_atsargu_truksta	Pigesniu_alternatyvu_isigijimas
Spearman's rho	Patikrinama_koku_atsargu_truksta	Correlation Coefficient	1,000	-,129
		Sig. (2-tailed)	.	,223
		N	91	91
	Pigesniu_alternatyvu_isigijimas	Correlation Coefficient	-,129	1,000
		Sig. (2-tailed)	,223	.
		N	91	91

Nonparametric Correlations

Correlations

			Patikrinama_koku_atsargu_truksta	Nerima_mazinanciu_produkto_pirkimas
Spearman's rho	Patikrinama_koku_atsargu_truksta	Correlation Coefficient	1,000	-,108
		Sig. (2-tailed)	.	,308
		N	91	91
	Nerima_mazinanciu_produkto_pirkimas	Correlation Coefficient	-,108	1,000
		Sig. (2-tailed)	,308	.
		N	91	91

Lietuvos mažesnių miestų rezultatai

Nonparametric Correlations

Correlations

			Perziurimos_turimos_atsargos	Ilgo_galiojimo_produkto_pirkimas
Spearman's rho	Perziurimos_turimos_atsargos	Correlation Coefficient	1,000	,031
		Sig. (2-tailed)	.	,862
		N	33	33
	Ilgo_galiojimo_produkto_pirkimas	Correlation Coefficient	,031	1,000
		Sig. (2-tailed)	,862	.
		N	33	33

Nonparametric Correlations

Correlations

			Patikrinama_kokiu_atsargu_truksta	Pirkimo_panika
Spearman's rho	Patikrinama_kokiu_atsargu_truksta	Correlation Coefficient	1,000	,470**
		Sig. (2-tailed)	.	,006
		N	33	33
	Pirkimo_panika	Correlation Coefficient	,470**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,006	.
		N	33	33

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Nonparametric Correlations

Correlations

			Patikrinama_kokiu_atsargu_truksta	Vietines_produkcijos_pirkimas
Spearman's rho	Patikrinama_kokiu_atsargu_truksta	Correlation Coefficient	1,000	,206
		Sig. (2-tailed)	.	,249
		N	33	33
	Vietines_produkcijos_pirkimas	Correlation Coefficient	,206	1,000
		Sig. (2-tailed)	,249	.
		N	33	33

Nonparametric Correlations

Correlations

			Patikrinama_kokiu_atsargu_truksta	Pigesniu_alternatyvu_isigijimas
Spearman's rho	Patikrinama_kokiu_atsargu_truksta	Correlation Coefficient	1,000	,184
		Sig. (2-tailed)	.	,306
		N	33	33
	Pigesniu_alternatyvu_isigijimas	Correlation Coefficient	,184	1,000
		Sig. (2-tailed)	,306	.
		N	33	33

Nonparametric Correlations

Correlations

			Patikrinama_kokiu_atsargu_truksta	Nerima_mazinanciu_produkto_pirkimas
Spearman's rho	Patikrinama_kokiu_atsargu_truksta	Correlation Coefficient	1,000	,206
		Sig. (2-tailed)	.	,250
		N	33	33
	Nerima_mazinanciu_produkto_pirkimas	Correlation Coefficient	,206	1,000
		Sig. (2-tailed)	,250	.
		N	33	33

5 priedas. Konstruktyvū vidurkių skaičiavimai

Pirminiai rezultatai

► **Descriptives**

[DataSet1] P:\Desktop\Magistro SPSS.sav

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean
Ilgo_galiojimo_produkto_pirkimas	124	3,67	5,00	4,4919
Perziurimos_turimos_atsargos	124	1,33	5,00	3,8387
Pirkimo_panika	124	2,50	5,00	4,3508
Vietines_produkcijos_pirkimas	124	1,00	4,40	2,7823
Pigesniu_alternatyvu_isigijimas	124	3,00	4,80	3,6081
Nerima_mazinanciu_produkto_pirkimas	124	2,00	4,25	3,2863
Patikrinama_kokiu_atsargu_truksta	124	1,50	5,00	3,2964
Valid N (listwise)	124			

Lietuvos didmiesčių rezultatai

► **Descriptives**

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean
Ilgo_galiojimo_produkto_pirkimas	91	3,67	5,00	4,4945
Perziurimos_turimos_atsargos	91	2,00	5,00	3,7949
Pirkimo_panika	91	2,50	5,00	4,4194
Vietines_produkcijos_pirkimas	91	1,40	4,40	2,7868
Pigesniu_alternatyvu_isigijimas	91	3,00	4,80	3,6527
Nerima_mazinanciu_produkto_pirkimas	91	2,00	4,25	3,3132
Patikrinama_kokiu_atsargu_truksta	91	1,50	5,00	3,2775
Valid N (listwise)	91			

Mažesnių Lietuvos miestų rezultatai

► **Descriptives**

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean
Ilgo_galiojimo_produkto_pirkimas	33	3,67	5,00	4,4848
Perziurimos_turimos_atsargos	33	1,33	5,00	3,9596
Pirkimo_panika	33	2,83	5,00	4,1616
Vietines_produkcijos_pirkimas	33	1,00	4,20	2,7697
Pigesniu_alternatyvu_issigijimas	33	3,00	4,40	3,4848
Nerima_mazinanciu_produkto_pirkimas	33	2,00	3,75	3,2121
Patikrinama_kokiu_atsargu_truksta	33	2,75	4,00	3,3485
Valid N (listwise)	33			