

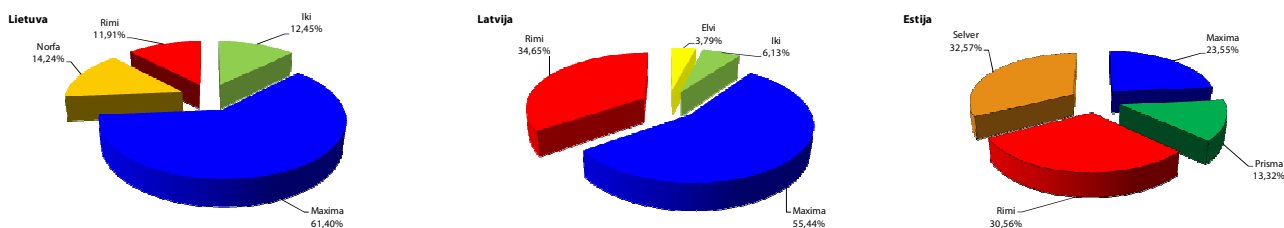
Pranešimas žiniasklaidai
 2011 11 10, Vilnius

Prekybos tinklų labiausiai negaili Lietuvos žiniasklaida, latviai – pozityviausi jų atžvilgiu

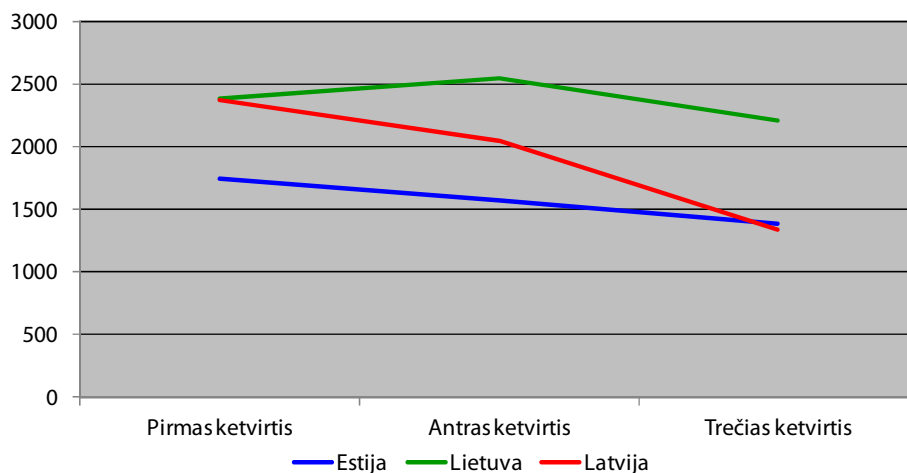
Baltijos šalių spaudoje, interneto portaluose, radijuje ir televizijoje per tris šių metų ketvirčius buvo užfiksuotas 17 581 didžiųjų prekybos tinklų paminėjimas. Pastebėta, kad Latvijos žiniasklaidoje prekybos tinklai vaizduoti pozityviausiai, o nepalankiausių prekybos tinklų įvaizdį kūrė Lietuvos žiniasklaida – čia neigiamų pranešimų dalis buvo didžiausia. Lietuvoje procentaliai didžiausia nepalankių pranešimų dalis teko prekybos tinklui „Norfa“ (23 proc. informacijos – beveik dvigubai daugiau nei kitiems tinklams). Analizuojant teigiamos komunikacijos pasiskirstymą pastebėta, kad Estijoje daugiausiai teigiamo dėmesio sulaukė „Rimi“ – palankūs pranešimai sudarė 21 proc. tinklo komunikacijos, o Lietuvoje ir Latvijoje geriausių įvaizdį kūrė „Maxima“ – beveik ketvirtadalis visų pranešimų apie šį tinklą buvo teigiami.

Mažmeninės prekybos rinkoje pagal paminėjimų skaičių Lietuvoje ir Latvijoje lyderio poziciją užėmė „Maxima“, o Estijoje dažniausiai minėti „Rimi“ ir „Selver“ prekybos tinklai.

„Lietuvoje ir Latvijoje didžiausiu paminėjimų skaičiumi išsiskyrė „Maxima“ (atitinkamai 61 proc. ir 54 proc.), o likusių prekybos tinklų komunikacija buvo apylygė. Kaimyninėje Latvijoje „Rimi“ atsirikė trečdalį visų paminėjimų ir rikiavosi antroje vietoje, o smulkesniems tinklams „Elvi“ bei „Iki“ liko tik mažiau nei dešimtadalis rinkos dalies. Tuo tarpu Estijoje aiškus lyderis neišsiskyrė – keturi pagrindiniai prekybos tinklai („Selver“, „Rimi“, „Maxima“ bei „Prisma“) tolygiai pasidalino paminėjimų žiniasklaidoje dalį“, - teigė žiniasklaidos stebėsenos ir analizės bendrovės „Mediaskopas“ analitikė Brigita Dimavičienė.

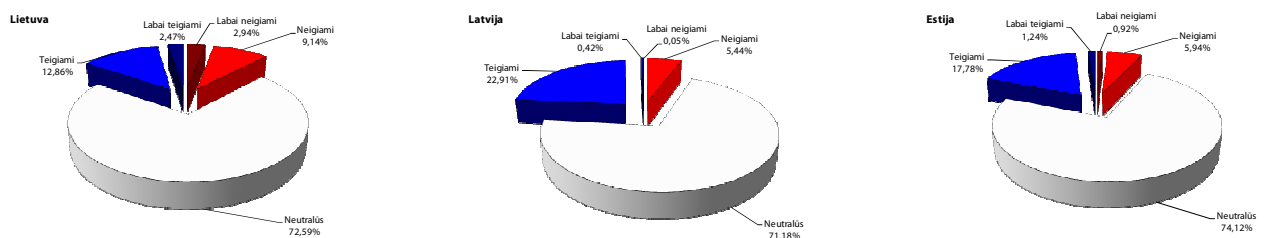


Lyginant analizuojamų tinklų paminėjimų dinamiką, intensyviausiai apie prekybos tinklus diskutuota metų pradžioje, o vasarą paminėjimų skaičius krito. Ryškiausias kritimas užfiksuotas Latvijos žiniasklaidoje – šioje šalyje prekybos tinklų komunikacija tiek paminėjimų, tiek pasiektos auditorijos prasme susiaurėjo beveik du kartus.



UAB „Mediaskopas“ duomenimis, didžiausias pranešimų srautas apie prekybos tinklus buvo užfiksuotas interneto šaltiniuose – Lietuvoje ir Estijoje interneto paminėjimai sudarė apie 60 proc., Latvijoje ši dalis buvo siauresnė ir nesiekė pusės visų pranešimų. Aktyviausiai apie prekybos tinklus Lietuvoje ir Latvijoje rašė portalai delfi.lt ir delfi.lv, Estijoje lyderio poziciją užėmė postimees.ee. Nemažai pranešimų pateikė ir analizuojamų šalių regioninė spauda; Latvijoje šiuose leidiniuose rastas beveik penktadalis visų pranešimų. Lietuvoje paminėjimų nacionaliniuose leidiniuose dalis (vos 5 proc.) buvo ženkliai mažesnė lyginant su kaimyninėmis šalimis, kuriose ši dalis sudarė apie 14 proc.

Atskirose Baltijos šalyse mažmeninės prekybos rinka bei žiniasklaidos požiūris į ją skiriasi. Lietuvos ir Estijos prekybos tinklų komunikacijoje neigiamos informacijos srautas ypač suintensyvėjo trečiojo ketvirčio metu (buvo kelis kartus didesnis lyginant su kitais ketvirčiais). Pastebėta, kad Lietuvos žiniasklaida linkusi publikuoti daugiau pavienių gyventojų skundų, susijusių su prekių kokybe – tokių pranešimų ypač gausu interneto šaltiniuose. Estijoje daugiausia dėmesio skiriama kainų palyginimui įvairiuose prekybos centruose, kur didiesiems prekybos tinklams dažnai tenka nepalankus vertinimas. Tuo tarpu Latvijoje panašių pranešimų dalis ženkliai mažesnė – šioje šalyje žiniasklaida nelinkusi viešinti pavienių skundų.



Tyrimui buvo pasirinkti žiniasklaidoje dažniausiai minimi prekybos tinklai Lietuvoje, Latvijoje ir Estijoje – po 4 iš kiekvienos šalies.

Daugiau informacijos:

Brigita Dimavičienė

Analitikė, UAB „Mediaskopas“

Mob. +370 657 74353

El. p. brigita.dimaviciene@mediaskopas.lt