Vilnius, 2022 m. birželio 7 d.

**Tyrimas: gyventojai „Lidl“ randa geriausią kokybės ir kainos santykį**

**Jau kuris laikas „Lidl“ pirkėjus tinklo parduotuvėse, televizijoje bei internetinėje erdvėje pasitinka nauja ir šmaikšti prekybos tinklo kampanija „Čia tau ne Lidl“. Joje „Lidl“ parduotuvių asortimento prekių kaina ir kokybe džiaugiasi pirkėjai, atsidūrę visiems gerai pažįstamose situacijose.**

Kampanija parengta remiantis įmonės „Lidl Lietuva“ užsakymu atlikto bendrovės „Kantar TNS“ tyrimo rezultatais. Pavasario pradžioje atliktas visuomenės nuomonės tyrimas atskleidė, kad vieno didžiausių Lietuvoje prekybos tinklų „Lidl“ vardą šalies pirkėjai sieja su geromis kainomis ir kitokiu prekių pasirinkimu.

„Apklausos rezultatai parodė, kad pirkėjai gerai atpažįsta ir atskiria „Lidl“ išskirtinumą – tai ir akcentuojame kampanijoje „Čia tau ne Lidl“. Pasak kampaniją įkvėpusių pirkėjų, prekybos tinklas iš kitų rinkoje veikiančių verslų išsiskiria parduotuvių paprastumu, dideliu produktų asortimentu ir draugišku kainos bei kokybės santykiu“, – pasakoja „Lidl Lietuva“ Rinkodaros departamento vadovė Kristina Mažeikytė.

Kaip pažymi „Lidl Lietuva“ atstovė, Lietuvos gyventojams prekių kainos ir kokybės santykis yra labai svarbus, o jį pirkėjai randa „Lidl“ parduotuvėse. Tyrimo duomenimis, teiginius „čia randi geriausias kainas“ ir „čia randi pigiausias sau reikalingų prekių kainas“ prekybos tinklui „Lidl“ priskiria atitinkamai 56 proc. ir 53 proc. tyrime dalyvavusių gyventojų.

**Kainos ir kokybės santykis – tarsi svarstyklės**

Tai, kaip pirkėjai vertina kainų ir kokybės santykį, visuomet išlieka dideliu galvosūkiu gamintojais ir prekybininkams, pasakoja mažmeninės prekybos sektoriaus ekspertas ir sertifikuotas vadybos konsultantas Justas Gavėnas.

„Kainos ir kokybės santykis – tai balansinės svarstyklės. Vienoje jų pusėje yra pirkėjo įsivaizduojamos naudos, pavyzdžiui, prekės skonis, kiekis, galimas sotumo ar pasitenkinimo jausmas suvartojus produktą. Kitoje svarstyklių pusėje yra išlaidos – kaina, baimės dėl prekių, jų paieškos parduotuvėje trukmė, apsipirkimo patogumas ir panašūs aspektai“, – sako J. Gavėnas.

Paradoksalu, tačiau tai, ką prekybininkais skaičiuoja ilgai ir atsakingai, pirkėjas prie prekių lentynos suskaičiuoja vos per kelias sekundes. Ekspertas pabrėžia, kad įtaką pirkėjo apsisprendimui pirkti arba nepirkti prekę daro daugybė veiksnių, tarp kurių ir skuba apsiperkant, situacijos aktualumas, prekių pateikimas parduotuvės lentynose bei, žinoma, ar naudas pažyminti svarstyklių pusė atsveria patiriamas išlaidas.

**Infliacija – kokybė vardan kainos**

Jeigu ilgainiui tiek prekybininkams, tiek ir pirkėjams pavyksta atrasti taip norimą kainos ir kokybės svarstyklių pusiausvyrą, šį santykį pastaruoju metu išbalansuoja infliacijos ir augančių kainų negandos.

„Augant kainoms pirkėjai tikisi parduotuvėje ir toliau gauti tą pačią vertę už įsigyjamus produktus arba juos į savo prekių krepšelį įsidėti esant kuo mažesniam prekių pabrangimui. Užtikrinti prekių kainos patrauklumą su infliacija susiduriančiam verslui itin sunku, mat prekybininkų išlaidos taip pat auga. Auga parduotuvių išlaikymo – šildymo, vėdinimo, valymo, priežiūros – kaštai, taip pat brangsta ir prekių tiekimo parduotuvėms procesai“, – teigia J. Gavėnas.

Ekspertas pažymi, kad tuo atveju, kai žmogaus pajamos neauga, o kainos kyla, pirkėjai yra priversti priimti sudėtingus sprendimus. Jie turi pasirinkti, ar pirkti mažiau jam priimtinos kokybės prekių bei taupyti, ar ieškoti prastesnės kokybės prekių ir susitaikyti su mažesne gaunama verte, ypatingai sunkiais atvejais – net atsisakyti pirkinio.

„Lidl“ parduotuvėse pirkėjams nereikia rinktis, ką jie šio apsipirkimo metu dės į savo prekių krepšelį – kainą ar kokybę, mat parduotuvėse pirkėjus pasitinka visada geras produktų kainos ir kokybės santykis, įvairios nuolaidos ir įspūdingi pasiūlymai. Be to, pirkėjams sutaupyti padeda praėjusiais metais pristatyta „Lidl Plus“ lojalumo programėlė, su kuria apsiperkant galima sutaupyti dar daugiau.

Tyrimą „Lidl“ užsakymu atliko tyrimų bendrovė „Kantar TNS“; tyrimas atliktas 2022 m. kovo mėn., apklausta 1001 respondentas Lietuvoje.

**Daugiau informacijos:**

Dovilė Ibianskaitė

Korporatyvinių reikalų ir komunikacijos departamentas

UAB „Lidl Lietuva“

Tel. +370 66 560 568

dovile.ibianskaite@lidl.lt