

Vilniaus universitetas
Komunikacijos fakultetas
Informacijos ir komunikacijos katedra

Lina Mostvilaitė,
Komunikacijos mokslų studijų programos,
II kurso, 1 gr. studentė

**VARTOTOJŲ ETNOCENTRIZMAS SKIRTINGOSE PRODUKTŲ
KATEGORIJOSE**

MAGISTRO DARBAS

Vadovė: lekt. dr. L. Nevinskaitė

Vilnius, 2008

Pildo magistro baigiamojo darbo autorius

LINA MOSTVILAITĖ

(magistro baigiamojo darbo autoriaus vardas, pavardė)

__VARTOTOJŲ ETNOCENTRIZMAS SKIRTINGOSE PRODUKTŲ KATEGORIJOSE__

(magistro baigiamojo darbo pavadinimas lietuvių kalba)

___CONSUMER ETHNOCENTRISM IN DIFFERENT PRODUCT CATEGORIES___

(magistro baigiamojo darbo pavadinimas anglų kalba)

Patvirtinu, kad magistro baigiamasis darbas parašytas savarankiškai, nepažeidžiant kitiems asmenims priklausančių autorių teisių, visas baigiamasis magistro darbas ar jo dalis nebuvo panaudotas kitose aukštosiose mokyklose.

(magistro baigiamojo darbo autoriaus parašas)

Sutinku, kad magistro baigiamasis darbas būtų naudojamas neatlygintinai 5 metus Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto studijų procese.

(magistro baigiamojo darbo autoriaus parašas)

Pildo magistro baigiamojo darbo vadovas

Magistro baigiamąjį darbą ginti _____

(įrašyti – leidžiu arba neleidžiu)

(data)

(magistro baigiamojo darbo vadovo parašas)

Pildo katedros, kuriojančios studijų programą, reikalų tvarkytoja

Magistro baigiamasis darbas įregistruotas

(Katedros, kuriojančios studijų programą, pavadinimas)

(data)

(Katedros reikalų tvarkytojos parašas)

Pildo katedros, kuriojančios studijų programą, vadovas

Recenzentu skiriu _____

(recenzento vardas, pavardė)

(data)

(katedros vadovo parašas)

Pildo recenzentas

Darbą recenzuoti gavau. _____

parašas)

(data)

(recenzento

Mostvilaitė, Lina

Mo 238 Vartotojų etnocentrizmas skirtingose produktų kategorijose (Consumer ethnocentrism in different product categories): magistro darbas / Lina Mostvilaitė; mokslinė vadovė dr. L.Nevinskaitė; Vilniaus universitetas. Komunikacijos fakultetas. Informacijos ir komunikacijos katedra. – Vilnius, 2008. – 67: lent. – Pav. – Mašindr. – Bibliogr.: p. 63-65 (27 pavad.).

UDK 658.8.009

Raktiniai žodžiai: *Vartotojų etnocentrizmas, CETSCALE metodologija, kilmės šalis, vartotojų elgsena, vartotojų segmentai, vartotojų preferencijos, tyrimai, marketingas, reklama, skirtingos produktų kategorijos, kokybinė-empirinė analizė.*

Magistro darbo *objektas* – vartotojų etnocentrizmo skirtumai skirtingose produktų kategorijose. Darbo tikslas yra išsiaiškinti vartotojų etnocentrizmo lygį skirtingose produktų kategorijose. Darbe keliami uždaviniai: atskleisti, kas yra vartotojų etnocentrizmas, kokia jo raida, nurodyti veiksnius, kurie veikia vartotojų etnocentrizmą, aptarti etnocentrizmo tendencijas skirtingose kultūrose bei etnocentriškų vartotojų požiūrį į kitas kultūras, apžvelgti tyrimus, kuriuose nagrinėjamas vartotojų etnocentrizmas marketingo sferose, atskleisti vartotojų etnocentriškumo įtaką požiūriui į užsienio reklamą, apžvelgti vartotojų etnocentrizmo priežastis ir pasekmes, pateikiant visame pasaulyje atliktų tyrimų rezultatus, aptarti iki šiol Lietuvoje atliktus kiekybinius vartotojų etnocentrizmo tendencijų tyrimus, kokybinės analizės metodu atskleisti vartotojų etnocentriškumo lygį, jį lemiančius veiksnius skirtingose produktų kategorijose.

Naudojantis teorinės medžiagos analize ir kokybine-empirine analize prieita prie išvadų, kad vartotojų etnocentrizmo laipsnis skirtingose produktų kategorijose skiriasi, labiausiai lietuviai etnocentriški maisto kategorijoje, o mažiausiai – namų technikos. Kalbant apie etnocentriškų vartotojų sprendimą, kokios šalies produktą pirkti, buvo išsiaiškinta, kad jie, rinkdamiesi produktą, pirmiausiai ieško lietuviškos prekės, jie tvirtai žino, kokios šalies produktą nenorėtų pirkti, tuo tarpu neetnocentriški vartotojai kilmės šaliai, kaip veiksniui, skiria mažiausiai dėmesio. Tyrimas atskleidė, kad lietuviai prasčiausiai vertina Kinijos, Turkijos ir Lenkijos gaminamą produkciją. Tai ypač lemia kategoriškas išankstinis nusistatymas. Paaiškėjo, kad etnocentriški žmonės visuomet stengiasi pirkti lietuviškus produktus, tačiau dėl per mažo prekių asortimento arba kai kurių prekių nebuvimo, tenka pirkti ir užsienietišką produkciją. Taip pat tyrimo metu paaiškėjo, kad jaučiamas lietuviškų produktų reklamos stygius, vartotojams trūksta informacijos apie lietuvišką produkciją, nes tiek jos reklamą, tiek pačią produkciją užgožia prekės ir jų reklama iš užsienio.

Darbas gali būti naudingas reklamos ir marketingo srities specialistams, o taip pat sociologams, kuriant tarptautinio marketingo komunikacijos strategijas ir siekiant geriau suprasti etnocentriškų vartotojų elgseną.

TURINYS

ĮVADAS.....	5
1. VARTOTOJŲ ETNOCENTRIZMAS.....	7
Vartotojų etnocentrizmas ir jo raida.....	7
Vartotojų etnocentrizmo skalė CETSCALE.....	9
Vartotojų etnocentrizmą lemiantys veiksniai.....	11
Vartotojų etnocentrizmo ryšys su kitų šalių vertinimu.....	14
Vartotojų etnocentrizmas marketinge ir reklamoje.....	16
Etnocentriškų vartotojų skirstymas.....	17
Vartotojų etnocentrizmas rinkodaroje.....	19
Etnocentrizmo įtaka požiūriui į kitos šalies reklamą	21
2. VARTOTOJŲ ETNOCENTRIZMO TYRIMAI.....	24
Vartotojų etnocentrizmo tyrimai pasaulyje.....	24
Sociopsichologiniai veiksniai vartotojų etnocentrizmo tyrimuose.....	26
Ekonominiai veiksniai vartotojų etnocentrizmo tyrimuose.....	28
Politiniai veiksniai vartotojų etnocentrizmo tyrimuose.....	28
Demografiniai veiksniai vartotojų etnocentrizmo tyrimuose.....	29
Vartotojų etnocentrizmo pasekmių tyrimai.....	31
Tarpininkų sukeltamų pasekmių tyrimai.....	32
Vartotojų etnocentrizmo tyrimai Lietuvoje.....	32
3. VARTOTOJŲ ETNOCENTRIZMAS PRODUKTŲ KATEGORIJOSE: TYRIMAS.....	38
Tyrimo metodologija.....	38
Tyrimo rezultatai.....	40
Tyrimo išvados.....	59
IŠVADOS.....	61
Bibliografinių nuorodų sąrašas.....	63
Consumer ethnocentrism in product categories (summary).....	66
Priedai.....	68
1 priedas. Interviu klausimų pavyzdys.....	69
2 priedas. Interviu išrašų medžiaga.....	70

ĮVADAS

Vartotojų požiūris į užsienišką produktą yra svarbus vartotojų elgsenos ir tarptautinio marketingo specialistams. Etnocentrizmo koncepcija išreiškia individo tendenciją savo grupę matyti viršesne už kitas, nepripažinti svetimų grupių ir normų. Etnocentriškas žmogus jaučia pasididžiavimą savo kultūros vertybėmis ir griežtai nepripažįsta kitų kultūrų vertybių. Ši sąvoka pritaikyta ekonomikos ir marketingo sferose, kur yra išreiškiama individo polinkiu manyti, kad užsieniškus produktus pirkti yra negerai, tai kenkia jo šalies ekonomikai, ir skatina bedarbystę.

Dar ganėtinai neseniai, kai tik Lietuva atgavo nepriklausomybę, buvo vykdomos įvairios reklamos ir marketingo kampanijos, agituojančios žmones pirkti tik lietuvišką prekę, būti patriotiškais savo šaliai, keliant jos ekonomikos lygį ir siekiant tapti ekonomiškai savarankiška ir išsivysčiusi valstybe. Tokiose kalbose buvo juntama etnocentriškumo gaida. Vis dėlto ilgainiui visa tai kiek aprimo, o galbūt buvo tiesiog pamiršta. Pradėjo kurtis užsienio prekybos centrai, Lietuvą užplūdo prekių iš užsienio gausa. Tapo nebeaišku ar lietuviams vis dar svarbu pirkti lietuviškas prekes, koks jų požiūris į užsieniškus produktus, ar yra išlikęs etnocentriškumo jausmas, kai manoma, jog pirkti kitoje šalyje pagamintus produktus negerai ir nemoralu. Tačiau dar svarbesnis aspektas šioje sferoje yra vartotojų etnocentrizmo tyrėjų pastebėjimas, kad etnocentrizmo stiprumas skiriasi skirtingose produktų kategorijose. Yra teigiama, kad vartotojo nuostatos skiriasi ir priklausomai nuo paties produkto.

Taigi siekiant išsiaiškinti tai, koks yra Lietuvos vartotojų požiūris į lietuviškas ir užsieniškąs prekes, kaip jis keičiasi skirtingose produktų kategorijose, magistro darbui pasirinkta tema „Vartotojų etnocentrizmas skirtingose produktų kategorijose“.

Šio darbo *tikslas* – nustatyti vartotojų etnocentrizmo lygį skirtingose produktų kategorijose.

Siekiant šio tikslo, iškelti tokie *uždaviniai*:

- Atskleisti vartotojų etnocentrizmo sąvoką, jo raidą bei nurodyti jį lemiančius veiksnius.
- Aptarti etnocentrizmo tendencijas skirtingose kultūrose bei etnocentriškų vartotojų požiūrį į kitas kultūras.
- Apžvelgti tyrimus, kuriuose nagrinėjamas vartotojų etnocentrizmas marketingo sferose bei jo įtaka požiūriui į užsienio reklamą.
- Apžvelgti vartotojų etnocentrizmo visame pasaulyje ir Lietuvoje atliktų tyrimų rezultatus.
- Kokybinės analizės metodu atskleisti vartotojų etnocentriškumo stiprumą ir jį lemiančius veiksnius skirtingose produktų kategorijose.

Tyrimo *objektas* yra vartotojų etnocentrizmo skirtumai skirtingose produktų kategorijose.

Darbo *metodai*:

Teorinė dalis parengta analizuojant daugiausiai užsienio autorių mokslinę literatūrą, tarptautinio marketingo, marketingo komunikacijos, reklamos, vartotojų elgsenos ir sociologijos srities mokslinius straipsnius.

Praktinėje dalyje pateikiami kokybinio-empirinio tyrimo rezultatai, kurie buvo gauti atlikus kokybinius interviu.

Magistro darbą sudaro dvi teorinės ir empirinės-tiriamoji dalis.

Pirmojoje teorijos dalyje pristatoma vartotojų etnocentrizmo sąvoka, jo raida, pateikiami veiksniai, kurie veikia vartotojų etnocentrizmą, taip pat atskleidžiamos etnocentrizmo tendencijos skirtingose kultūrose. Taip pat čia pateikiami marketingo bei reklamos srityse atliktų tyrimų rezultatai, išvados.

Antrojoje teorijos dalyje detalai aptariami iki šiol pasaulyje ir Lietuvoje atlikti vartotojų etnocentrizmo tyrimai, jų rezultatai, kuriuose pateikiami įvairūs etnocentrizmo laipsnį įtakoiantys veiksniai, priežastys ir pasekmės.

Trečiąją magistro darbo dalį sudaro kokybinė vartotojų etnocentrizmo analizė, kurios tikslas išsiaiškinti, koks yra vartotojų etnocentrizmo lygis skirtingose produktų kategorijose, koks yra jų požiūris ir elgesys apsiperkant.

Šis magistro darbas yra naudingas tuo, kad jis papildo vartotojų etnocentrizmo temą kokybiniais duomenimis, nes iki šiol Lietuvoje tyrimų šia tema atlikta sąlyginai mažai, be to, nėra nei vieno kokybinio tyrimo. Šiame darbe atskleidžiami ne tik faktai ir skaičiai, bet konkrečios vartotojų nuostatos ir jų priežastys, kurios gali padėti vystyti tolimesnius kokybinius tyrimus, susijusius su konkrečiomis produktų kategorijomis.

1. VARTOTOJŲ ETNOCENTRIZMAS

Vartotojo apsisprendimą pirkti tam tikrą produktą lemia daugybė faktorių: tai ir skonis, dizainas, kokybė, vertė, pateikimas ir kiti jam rūpintys ir vertę duodantys dalykai. Kalbant apie užsienio prekių pasirinkimą, dar atsiranda tokie faktoriai kaip „kilmės šalies“ efektas, vartotojo nusistatymai prieš svetimą kultūrą, jo etnocentriškumo laipsnis ir kt. Etnocentriškumas laikomas gana svarbiu efektu, lemiančiu vartotojo pasirinkimą pirkti arba nepirkti užsienio šalyje pagamintus produktus. Įvertinant jo laipsnį, marketingo specialistams yra lengviau kurti marketingo komunikacijos strategijas. Šiame skyriuje aptariama vartotojų etnocentriškumo sąvoka, jos vystimosi raida, vartotojų etnocentrizmo skalės metodologija. Taip pat bendrais bruožais nagrinėjami etnocentrizmą lemiantys veiksniai ir jo pasireiškimas skirtingose kultūrose.

Vartotojų etnocentrizmas ir jo raida

Etnocentrizmo sąvoka yra žinoma jau daugiau nei 100 metų. 1906 m. sociologinėje literatūroje pirmą kartą ją pavartojo mokslininkas Sumner. Etnocentrizmo terminu jis išreiškė individo polinkį savo vertybes ir mąstymo būdus laikyti teisingesniais už kitų, bei menkinti kitų individų nuomonę. 1931 m. Murdock išsiaiškino, kad etnocentrizmas pritaikomas ne tik „gentims ir tautoms“, bet atsiskleidžia visų tipų socialinėse grupėse, išsivystydamas į šeimos pasididžiavimą savo nariais, grupiškumą, religinius prietarus, rasinę diskriminaciją ir patriotizmą (20, p.147). Plačiau etnocentrizmas pradėtas tyrinėti 1950 m., kai Adorno pabandė įvertinti amerikiečių etnocentrizmą, sukurdamas Kalifornijos etnocentrizmo skalę. Adorno tyrinėjimai nebuvo susieti su ekonomika, jis tyrinėjo amerikiečių požiūrį į kitataučių darbą Amerikoje ir kitus su imigracija susijusius dalykus. Vis dėlto, nors jo skalė šiandien yra mažai reikšminga ir pritaikoma, keletas Adorno idėjų buvo panaudota kuriant *vartotojų etnocentrizmo skalę* ekonomikoje (19, p. 140)

Pirmieji žingsniai vystant *vartotojų etnocentrizmo* sąvoką buvo žengti 80-ojo deš. pradžioje, vartotojų elgsenos literatūroje. Levine ir Cambell 1972 m. pateikė vartotojų etnocentrizmo sąvoką kaip individualų vartotojo supratimą ir emocijas, kurias jiems sukelia iš kitų šalių atkeliavę produktai. Anot autorių, stiprus etnocentrizmo jausmas vartotojui galėjo sukelti panieką kitoje šalyje pagamintiems produktams ir pasididžiavimą bei pasitenkinimą perkant vietinės gamybos produkciją.

1984 m. Amerikos Pietų Karolinos universiteto profesorius Terence A.Shimp parašė straipsnį „*Vartotojų etnocentrizmas: sąvoka ir preliminarus empirinis tyrimas*“. Šie metai laikomi

virtotojų etnocentrizmo ekonomikoje gimimo metais. Shimp tyrė, kokie yra virtotojai etnocentrikai, kokios savybės juos identifikuoja, kuo jie skiriasi nuo neetnocentriškų virtotojų, kalbant apie jų suvokimą, vertinimus, ketinimus ir elgesį su kitose šalyse pagamintais produktais.

Taigi virtotojų etnocentrizmu galima vadinti jų įsitikinimus apie tinkamumą ir moralumą pirkti kitos šalies produktus. Jei *etnocentrizmas* reiškia žmogaus įsitikinimus, kad jo gimtoji grupė yra viršesnė už visas kitas esančias, ir aklas atmetimas žmonių, kurie nėra į ją panašūs, bei pripažinimas panašiujų, tai *virtotojų etnocentrizmas* reiškia, kad etnocentriškas virtotojas bus linkęs labiau rinktis ir virtoti savo šalyje pagamintus produktus, o kitos šalies produktų pirkinas jam gali pasirodyti nemoralus ir netinkamas. Etnocentriški virtotojai mano, kad kitos šalies produktų pirkinas neigiamai veikia vidaus ekonomiką, veda prie bedarbystės ir paprasčiausiai tai yra nepatriotiška (10, p.462). Taigi, kalbant bendraja prasme, virtotojų etnocentrizmas yra įsitikinimas, kad kitos šalies produktų pirkinas yra nemoralus dalykas, bei tuo pačiu tai yra polinkis teikti pirmenybę savo šalyje pagamintiems produktams.

Literatūroje greta etnocentrizmo termino taip pat minimi nacionalizmo, patriotizmo ir internacionalizmo terminai. Šias sąvokas būtina atskirti. Nacionalizmas ir patriotizmas yra dažnai tapatinamos sąvokos, vis dėlto, patriotizmas yra atsidavimas – pasiruošimas pasiaukoti savo tautai, tuo tarpu nacionalizmas yra atsidavimas ir kitų išskyrimas (pašalinimas), pasiruošimas aukai remiantis priešišku ir netgi karo veiksmams prieš kitus (2, p. 158). Internacionalizmas, savo ruožtu, yra laikomas pozityviu jausmu kitoms tautoms ir jų atstovams. Vieno tyrimo Turkijoje ir Čekijoje metu 2001 metais buvo aiškinamasi kaip virtotojų etnocentriškumą gali lemti patriotizmas, nacionalizmas ir internacionalizmas. Pirmiausiai paaiškėjo, jog priklausomai nuo šalies skiriasi ir žmonių ekonominio pirmavimo siekiai bei nacionalizmas. Tokie skirtumai gali būti įtakoti istorinių veiksmų, socialinės struktūros ir požiūrio. Paaiškėjo, kad Turkijoje patriotizmas yra pagrindinis virtotojų etnocentriškumo motyvatorius. Straipsnio autoriai teigia, kad turkai yra kolektyvistinės kultūros atstovai, pasižymintys lojalumu grupei. Tiesa, turkų nacionalizmas nepasireiškia jų pasididžiavimu vietine produkcija, netgi atvirkščiai, jie nelaiko užsieniškų prekių konkurencinėmis ar iššaukiančiomis negatyvius nacionalistinius jausmus. Tuo tarpu Čekija yra individualistinei kultūrai priskiriama šalis, ji pasižymi mažu lojalumo kitiems lygiu. Čia būtent dominavimo ir pranašumo jausmai iššaukia virtotojų etnocentrišką nusistatymą. Taigi Turkijoje labiau dominuoja patriotizmas, o Čekijoje – nacionalizmas. Kalbant apie internacionalizmą, ypatingo poveikio virtotojų etnocentrizmui nepastebėta.

Grįžtant prie istorijos, virtotojų etnocentrizmo tendencijoms tirti A.Shimp pasirinko vieną produktų kategoriją – JAV pagamintus automobilius. Remdamasis tam tikrais kriterijų kintamaisiais, charakteristikomis ir matavimais, jis išsiaiškino, kad 35 procentai (iš 900 respondentų) amerikiečių buvo etnocentriški ir 65 procentai – neetnocentriški pirkdami

automobilius. Kadangi vartotojų etnocentriškumas buvo tiriamas pirmą kartą ir tik vienoje produktų kategorijoje, anot paties autoriaus, reikėjo tolimesnės mokslinės metodologijos sukūrimo. Savo tolesne užduotimi jis laikė skalės, kuri įvertintų vartotojų etnocentrizmo stiprumą perkant kasdienes prekes, sukūrimą.

1.1.1. Vartotojų etnocentrizmo skalė CETSCALE

Po trejų metų, 1987 m., Shimp ir Sharma vis dėlto sukūrė *vartotojų etnocentrizmo skalę – CETSCALE*. Būtent ši skalė yra skirta išmatuoti vartotojų etnocentrizmo stiprumą. Prieš pradėdant kurti skalę, buvo atliktas preliminarus vartotojų nuomonės apie importuojamus produktus tyrimas. Paašškėjo septyni aspektai, atskleidžiantys vartotojo požiūrį į užsienišką produktą: (1) vartotojų etnocentriškos tendencijos, (2) kainos-vertės suvokimas, (3) domėjimasis produktais, (4) tarpusavio sąveikos (bendravimo) normos ir (5) racionalaus pasirinkimo paaiškinimas, (6) suvaržyto mentaliteto, (7) pasirinkimo laisvės nuostatos (21, p. 281). Taigi nagrinėjant šias septynias dimensijas, atsirado gairės skalės kūrimui. Literatūroje teigiama, kad originalią vartotojų etnocentrizmo skalę sudarė apie 180 teiginių, buvo atlikta daugybė faktoriaus analizės testų, kol mokslininkai įsitikino, kad būtent šie 17 teiginių (žr. 1 lentelę) labiausiai atskleidžia vartotojų etnocentrizmą ir požiūrį.

1 lentelė: 17-kos teiginių vartotojų etnocentrizmo skalė CETSCALE (22, p.282)

1. Amerikiečiai visuomet turėtų pirkti amerikietiškus produktus, o ne užsienišką.
2. Tik tie produktai, kurių negamina Jungtinėse valstijose, turėtų būti importuojami.
3. Pirkite amerikietiškas prekes – apsaugokite darbą Amerikoje!
4. Amerikietiškas produktas yra pats pirmiausias iš visų.
5. Pirkti užsienio prekes yra antiamerikietiška.
6. Pirkti užsienyje pagamintas prekes negerai.
7. Tikras amerikietis visuomet turėtų pirkti amerikietiškus produktus.
8. Mes turėtume pirkti amerikietiškas prekes, vietoj to, kad leistume kitoms šalims uždirbti iš mūsų kišenės.
9. Visuomet yra geriausia pirkti amerikietiškus produktus.
10. Turėtų būti kuo mažiau pirkimų iš užsienio, išskyrus pačius būtinausius.
11. Amerikiečiai neturėtų pirkti užsienio produktų, nes tai daro nuostolį Amerikos verslui ir sukelia bedarbystę.
12. Visų importuojamų prekių įvežimas turėtų būti limituotas.
13. Galbūt tai kainuos ir daugiau, tačiau aš renkuosi ir remiu amerikietišką produktą.
14. Užsieniečiams turėtų būti uždrausta prekiauti mūsų rinkoje.
15. Užsienišką produktą reikėtų apmuitinti taip, kad kuo mažiau jų būtų įvežama į Jungtines valstijas.
16. Mes turėtumėm pirkti tik tuos užsienišką produktus, kurių nėra galimybės pasigaminti Amerikoje.
17. Amerikiečiai, kurie perka užsienio prekes, yra atsakingi už bedarbių skaičiaus daugėjimą Amerikoje.

Respondentams buvo pateikta 17 etnocentriškų teiginių, kuriuos jie turėjo įvertinti pagal 7 balų Likerto skalę. Jei respondentas absoliučiai sutinka su visais arba beveik visais teiginiais, tuomet jį galima laikyti etnocentrišku pirkėju. Stiprumo diapazonas buvo nuo 7 iki 119. Tyrimo tikslas buvo išsiaiškinti vartotojų požiūrį į kitoje šalyje pagamintus produktus, jų ketinimus pirkti ir importuotų automobilių savininkų etnocentrizmo lygį. Buvo tiriami įvairaus amžiaus žmonės iš Detroit'o, Denver'io, Los Angeles ir iš Karolinos valstijos.

Shimp ir Sharma ne tik sukūrė CETSCALE, bet ir detalizavo specifines vartotojų etnocentrizmo ypatybes.

Pirma, apskritai vartotojų etnocentrizmas yra visuotinių požiūrių visuma, o ne specifinis vieno žmogaus požiūris.

Antra, jis atsiranda dėl suvokto susirūpinimo savo šalimi ir žalingų pasekmių, kurias sukeltų užsienio produktų importas individui ir tautiečiams.

Trečia, vartotojų etnocentrizmas apima etinį aspektą, kuris teigia, kad pirkti užsienietiškus produktus yra nepatriotiška, atsiranda abejingumas įsipareigojimams savo tėvynei.

Ketvirta, vartotojų etnocentrizmas nepriklauso nuo produkto kainos ar kitų susijusių produkto savybių.

Penkta, manoma, kad vartotojų etnocentrizmo jausmas įskiepijamas dar vaikystėje kaip ir kiti elgsenos modeliai.

Šešta, apskritai vartotojų etnocentrizmas socialinėje sistemoje yra laikomas individualių tendencijų sanakaupa.

Galiausiai, vis dėlto etnocentrizmas nėra apribojamas vien vartojimui skirtais produktais, pirmenybės teikimas vietinės gamybos produktams yra išreiškiamas kalbant ir apie pramonines prekes (20, p.148).

Tuo metu sukūrė vartotojų etnocentrizmo skalę Shimp ir Sharma numatė gana didelį ir perspektyvų jos praktinį pritaikymą. Pirmiausiai ši skalė tiko to meto marketingo specialistams, kuriems buvo siūloma vykdyti periodiškus stebėjimo tyrimus, kurie galėtų atskleisti vartotojų etnocentriškumo tendencijas ir tai, ar koncepciją „pagaminta Amerikoje“ arba „pirk amerikietišką produktą“ būtų protinga panaudoti numatomose rėmimo programose. Žinoma, būtų buvę naivu tikėtis, jog vien vartotojų etnocentrizmas galėtų būti reikšmingu pagrindu vykdant rinkos segmentavimą. Vis dėlto, jei vartotojų etnocentrizmo skalės reikšmės būtų susietos su tokiais kintamaisiais kaip demografinių ir gyvenimo stiliaus kintamųjų kombinacija, marketingo komunikacijos programos būtų galima nukreipti į tuos segmentus, kuriuos įmanoma pasiekti parinkus tinkamus kanalus ir parduotuves (22, p. 288). Taip pat autoriai pabrėžė ypatingą vartotojų etnocentrizmo skalės naudingumą regioniniam marketingui ir geografiniam segmentavimui. Buvo manoma, kad CETSCALE bus naudinga ir statant parduotuves, kurios prekiautų užsienyje

pagamintais produktais. Ištyrus tam tikro regiono žmones, būtų aišku, ar verta ten atidaryti tokią parduotuvę. Jei jų etnocentrizmas būtų aukštas, būtų protingiau atidaryti vietinės produkcijos parduotuvę.

Apibendrinami savo straipsnį autoriai išskyrė problemą, ar jų sukurta skalė gali būti pritaikoma kitose šalyse ir kultūrose, nes tyrimas buvo atliekamas tik JAV. Kitas žingsnis tyrinėjant vartotojų etnocentrizmo tendencijas buvo numatytas pažodinis skalės išvertimas ir pritaikymas kitose šalyse. Taip pat jie numatė reikalingumą ištirti, ar skalė pritaikoma akademiniam jaunimui arba vaikams, ar ji tinka juodaodžiams, ispaniškai kalbančių šalių žmonėms ir kitoms grupėms. Taigi galima teigti, kad nuo 1987 m. prasidėjo reikšmingi vartotojų etnocentrizmo tendencijų tyrimai visame pasaulyje, nes nuo tada iki pat šių dienų yra atliekama įvairiausių tyrimų šia tema. Įvairios šalys pritaikė vartotojų etnocentrizmo skalę sau, patikrino ar ji reikšminga jų rinkoje, buvo išsiaiškinti veiksniai, lemiantys etnocentrizmo stiprumą ir kiti svarbūs dalykai.

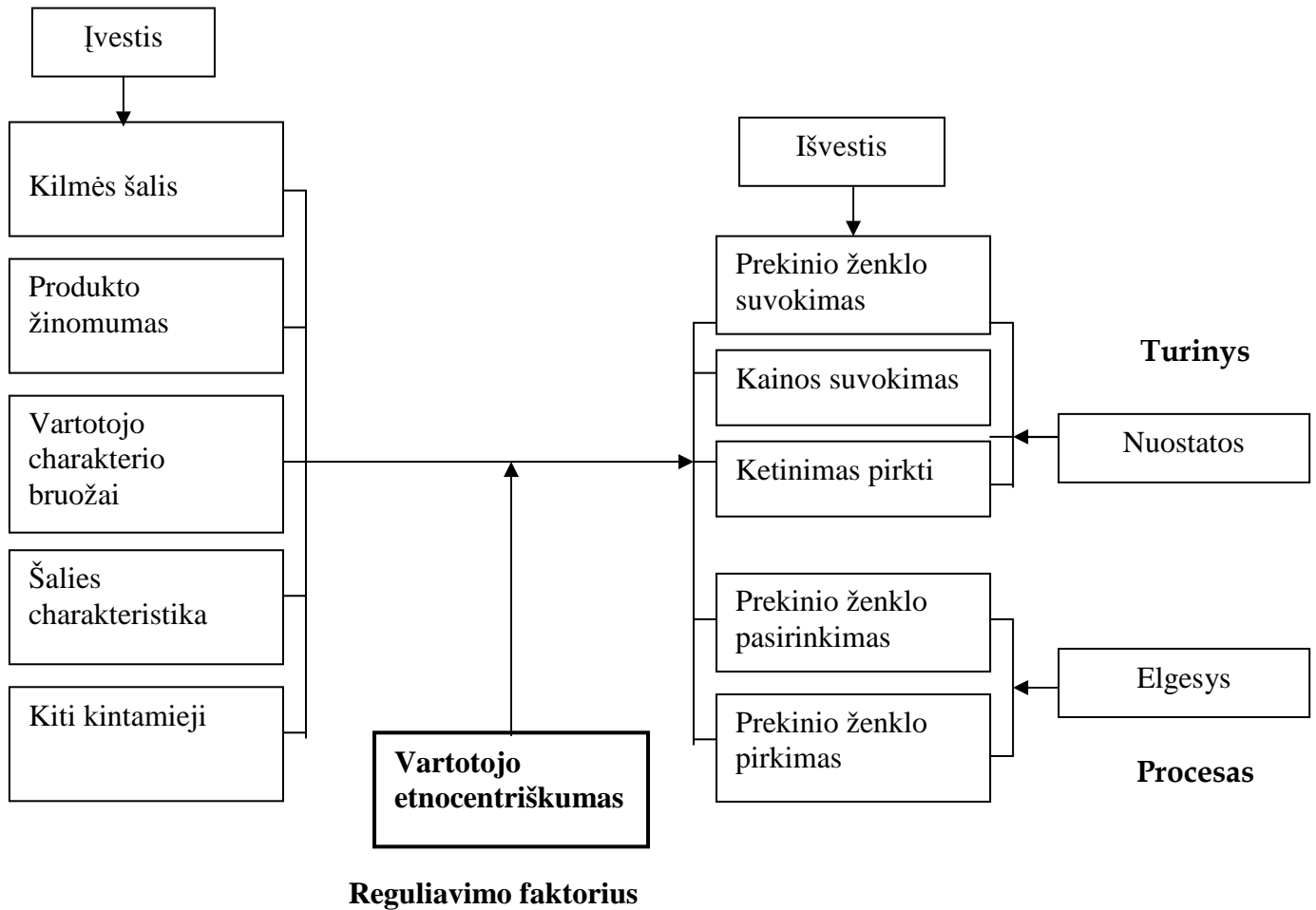
1.1.2. Vartotojų etnocentrizmą lemiantys veiksniai

Įvairūs mokslininkai sutinka, kad vartotojų etnocentriškumas yra skirtingas priklausomai ne tik nuo vartotojo šalies, bet ir nuo įvairiausių veiksnių. Moon bendrais bruožais aptaria etnocentrizmą, teigdamas, kad (18, p. 436):

- Pirmiausiai, vartotojų etnocentriškumas kyla iš to, kad individas rūpinasi ir myli savo šalį ir bijo prarasti savo ekonominių interesų kontroliavimą, manydamas, kad svetimos šalies prekių importas sukelia žalingus padarinius jo šalies ekonomikai.
- Antra, jis apima ketinimą arba norą nepirkti užsienietišku prekių. Ypač etnocentriškiems vartotojams tai ne tik ekonominis aspektas, bet ir moralinė problema. Būtent dėl šios priežasties žmonės linkę pirkti savo šalies produktą, netgi jei jo kokybė yra žemesnė už užsienietišką.
- Trečia, etnocentriškumas priklauso nuo individualaus nusistatymo lygio prieš užsienietišku prekių įvežimą.

Kaynak ir Kara sukūrė išsamesnį vartotojų etnocentriškumo modelį, kuriame aiškiai nurodomi jį lemiantys veiksniai. Jie teigia, kad etnocentriškumas susijęs su požiūriu į kilmės šalį. Kilmės šalies efektas lemia produkto suvokimą, įvertinimą ir pasirinkimą. Visa tai gali būti tiriama iš dviejų perspektyvų – turinio ir proceso. Pirmasis apima produkto ir kainos suvokimą bei ketinimą pirkti, tuo tarpu antrasis apima kognityvinį apsisprendimo pasirinkti ir nusipirkti produktą procesą. O visas šis procesas yra reguliuojamas paties vartotojo etnocentriškumo (žr. 1 paveikslą).

1 paveikslas: Psichologinių faktorių, vartotojo ir šalies charakteristikų įtaka vartotojo nuostatoms ir elgesiui, kuriuos lemia etnocentriškumas (10, p. 459)



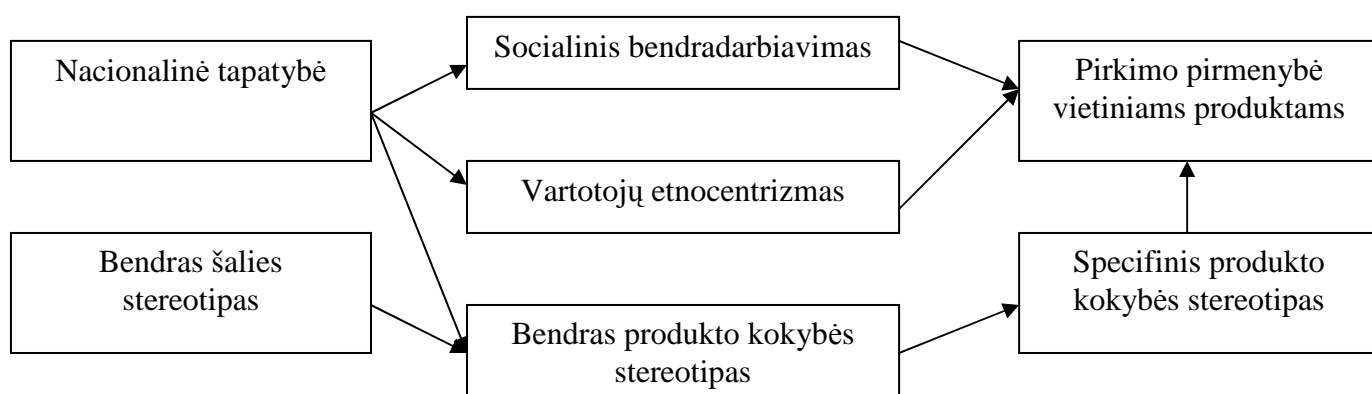
Kilmės šalis: vartotojo žinios apie kilmės šalį gali lemti galutinį apsisprendimą. Skirtingoms šalims yra teikiami skirtingi prioritetai, tačiau dažniausiai jie jau yra įtakojami tam tikrų veiksmų, tokių kaip individo žinojimo galimybės, įsitikinimai, stereotipai ir kt. Apie tai plačiau prie šalies charakteristikos.

Produkto žinomumas: informacija apie produktą veikia vartotojo vertinimą. Yra vidiniai ir išoriniai ženklai, kurie įtakoja vertinimą. Vidiniais laikomi fiziniai produkto bruožai, tuo tarpu išoriniais galima vadinti prekinį ženklą, registracijos žymenis ar pakuotę (10, p. 458). Dauguma mokslininkų tiki, kad vartotojai geriau žino išorinius požymius nei vidinius, ir būtent jais naudojami siekdami pažinti ir susidaryti nuomonę apie patį produktą. Pavyzdžiui, Kinijoje tyrimo metu buvo patvirtinta, kad formuodami nuostatas apie produktą, miestiečiai ypatingai pasitiki prekinio ženklu ir produkto žymenimis (Li, 1998).

Vartotojo charakterio bruožai: juos apima demografinės, socioekonominės ir asmens charakteristikos. Ketrios demografinės vartotojo charakteristikos išskiriamos kaip esminės etnocentrizmo temose, tai – amžius, pajamos, lytis ir išsilavinimas. Yra atlikta nemažai tyrimų apie tai, ir buvo patvirtinta, kad, pavyzdžiui, vyresni žmonės palankiau žiūri į kitos šalies kilmės produktus (Tongberg, 1972), tuo tarpu kalbant apie demografines charakteristikas etnocentriškumo požiūriu, rezultatai buvo kiek kitokie. Pavyzdžiui, Kolumbijoje darytame tyrime gauti duomenys, kad žemesnes pajamas gaunantys vartotojai yra labiau etnocentriški, nei aukštesnes pajamas gaunantys žmonės, o kalbant apie amžių, nepastebėta ypatingų tendencijų. Vyresni žmonės neparodė didesnio ar mažesnio etnocentriškumo lygio nei jaunesni. Taip pat čia pastebėta, kad aukštesnį išsilavinimą turintys žmonės yra daug tolerantiški užsienio produktams. Dornoff atliktas tyrimas parodė, kad moterys, skirtingai nei vyrai palankiau žiūri į užsienio prekes. Vis dėlto, pažvelgus į atliktų tyrimų visumą, galima atrasti nemažai prieštaravimų, ir jie atsiranda tuomet, kai imami lyginti skirtingų šalių ir kultūrų vartotojai. Taigi galima prieiti išvados, kad etnocentrizmas yra įtakojamas ne tik vartotojo charakterio bruožų, bet ir kultūros kurioje jis gyvena. Tiek kultūrų skirtumai, tiek panašumai lemia skirtingus etnocentrizmo tyrimų rezultatus.

Šalies charakteristika: šis faktorius susijęs su „kilmės šalies“ koncepcija. Angliškai ji vadinama „made in“ koncepcija. Šalis tarsi įgauna savo prekinį, kokybės ar nekokybiškumo ženklą. Literatūroje teigiama, kad lygiai taip pat, kaip vartotojai skirsto produktus į tam tikras kategorijas pagal kainą ar išvaizdą, jie, skirsto produktus ir pagal kilmės šalį. Tai labiau laikoma stereotipiška nuostata, nes netgi tyrimais yra patvirtinta, kad ekonomiškai išsivysčiusių šalių produktai yra labiau priimtini nei neišsivysčiusių šalių, ir jie laikomi kokybiškesniais. Taigi, šaliai tarsi uždedamas stereotipas, ir remdamasis juo netgi neetnocentriškas vartotojas gali nesirinkti tos šalies produkto dėl prasto pačios šalies įvaizdžio. G.Lantz yra sukūręs kilmės šalies efekto modelį (žr. 2 paveikslą), kuris atspindi, kaip vartotojų etnocentrizmas siejasi su kilmės šalies efektu.

2 paveikslas: Kilmės šalies efekto modelis (14, p. 56)



Pagal šį modelį matosi, kad vartotojų etnocentrizmą įtakoja nacionalinė tapatybė, o produkto kokybės stereotipą įtakoja šalies stereotipas. Taigi turėdamas tam tikrų stereotipų ir socialiai bendradarbiaudamas etnocentriškas vartotojas teikia pirmenybę vietiniams produktams, o tik po to užsienietiškiems.

Prekinio ženklo suvokimas: įvertinęs prieš tai minėtus veiksnius, vartotojas įgauna tam tikrą suvokimą apie prekinį ženklą, kas galiausiai įtakoja jo apsisprendimą. Toliau seka ženklo pasirinkimas ir pirkimas.

Kalbant apie vartotojų etnocentrizmą lemiančius veiksnius, toliau būtų tikslinga temą tęsti apie tokį dalyką, kaip vartotojų etnocentriškumo laipsnis ir stiprumas, kurie yra skirtingi ne tik įvairiose kultūrose, šalyse, bet netgi ir regionuose. Yra teigiama, kad sodraus konteksto kultūros nariai, pavyzdžiui japonai, kiniečiai, yra labiau etnocentriški, nei blankaus konteksto kultūros atstovai (JAV ir Vakarų Europos šalys), ir neatmetama panašumo tarp dviejų grupių galimybė subgrupių kontekste (kai išskiriamos jaunimo, vidutinio amžiaus tikslinės grupės) (10, p. 461). Taigi, tolimesniame skyriuje aiškinamasi vartotojų etnocentrizmo ryšys su kitų šalių vertinimu bei jo tendencijos skirtingose kultūrose.

1.1.3. Vartotojų etnocentrizmo ryšys su kitų šalių vertinimu

Kalbant apie vartotojų etnocentriškumą, mokslininkai teigia, kad jo pasekmės apima tokius dalykus kaip vietinių produktų kokybės pervertinimas arba importuojamųjų nuvertinimas, moralinė pareiga pirkti savo šalies produktus ir pirmenybės teikimas vietinėms paslaugoms ir produktams (10, p.462). Žinoma, šalies vidaus ekonomikai tai yra didelis plusas, tačiau vykstant sparčiai globalizacijai, vartotojų etnocentriškumas tampa šiokia tokia problema ir dideliu galvosūkiu marketingo specialistams, kaip įeiti į kitų šalių rinkas. Jie pripažįsta, kad etnocentriškas vartotojų elgesys pakankamai daug lemia ekonomikos ir marketingo sferose. Tačiau taip pat etnocentrizmas yra tyrinėjamas ir tarpkultūrinio marketingo aspektu. Siekiama išsiaiškinti, kaip etnocentrizmas skiriasi įvairiose kultūrose. Yra parašyta nemažai darbų. Pavyzdžiui, mokslininkas Sharma atrado neigiamą koreliaciją tarp kultūrinio atvirumo ir vartotojų etnocentriškumo (18). Vis dėlto, net jeigu vartotojai, kurie nėra pažįstami ir atviri kitoms kultūroms, gali parodyti aukštą etnocentrizmo tendencijas, jie nebūtinai parodys savo nepalankų požiūrį į kažkurią konkrečią kultūrą. Pavyzdys: japonė moteris, kuri turi mažai patirties bendraujant su kitataučiais, nežino jų vertybių, žmonių ir t.t., gali turėti nepalankų požiūrį į tos šalies importuojamus produktus. Net jeigu ji yra etnocentriška vartojimo atžvilgiu, ji gali būti teigiamai nusiteikus tos užsienio šalies kultūros ar gyvenimo stiliaus atžvilgiu. Nes pagal Sharma, vartotojų etnocentriškumas yra apibrėžiamas ne tik atvirumu kitai kultūrai, bet taip pat kitais sociopsichologiniais faktoriais – tokiais kaip patriotizmas,

konservatizmas, kolektyvizmas/ individualizmas, ir demografiniais faktoriais – lytis, išsilavinimas ir pajamos.

Kalbant apie etnocentrizmą ir žmonių kultūrinę orientaciją, galima teigti, kad vartotojo kultūra taip pat turi reikšmingos įtakos jo apsisprendimui pirkti vietinį ar užsienietišką produktą. Vieno tyrimo Amerikoje metu, 2004 m., buvo gauti rezultatai, kurie patvirtino, jog skirtingai kultūrinei dimensijai priskiriamų vartotojų etnocentriškumas skiriasi. Buvo remiamasi Hofstede's kultūrų dimensijomis. Tyrimo autoriai susiejo dimensijas su vartotojų etnocentrizmu. Buvo gautos tokios išvados (pagal [9]):

- Kolektyvizmas/individualizmas – kolektyvizmas išreiškiamas meile ir rūpesčiu kitais žmonėmis ar jų grupėmis, tuo tarpu etnocentrizmas išreiškiamas palankumu produktams, pagamintiems gimtojoje šalyje. Galima prieiti išvados, kad vartotojai kolektyvistai yra labiau etnocentriški, nei individualistai ir jaučiasi įsipareigoję pirkti vietinius produktus. Jie dažniau linkę aukoti savo asmeninius interesus už šalies gerovę, tapatinti save su savo šalimi ir parodyti aukštą priklausomybę nuo gimtosios šalies, glaudų emocinį ryšį su ja. Kolektyvistiški vartotojai yra etnocentriški, norėdami apsaugoti ir sustiprinti harmoniją, lojalumą ir šalies stabilumą (9, p. 14).
- Vyriškumas/moteriškumas – kalbant apie importuojamus produktus ir vyriškumo/moteriškumo dimensiją, tikima, kad aukštesnį moteriškumą išreiškiančios kultūros vartotojai, rinkdamiesi produktą ieškotų kompromiso tarp vietinio ir užsienietiško produkto. Lyginant su aukštos vyriškumo dimensijos vartotojais, kurie linkę remtis viena (dažniausiai negatyvia) nuomone apie importinius produktus, aukštos moteriškumo dimensijos vartotojai būtų linkę į tai žiūrėti palankiau, ieškodami teigiamos importavimo pusės, tokios, kaip padidėjusi konkurencija, kokybė, pasiūlos įvairovė, mažesnės kainos ir laisvė pirkti produktus iš globalios rinkos (9, p. 16).
- Neapibrėžtumo vengimas – žmonės, kurie nevensia neapibrėžtumo, yra linkę jį priimti be didelio diskomforto, rizikuoja lengviau ir parodo didesnę toleranciją svetimoms nuomonėms ir elgesiui, kuris skiriasi nuo jų pačių. Tokiems vartotojams nereikia tikslų ir detalių produktų aprašymų ar jų naudojimo instrukcijų. Tuo tarpu ypač neapibrėžtumo vengiantys žmonės nori kontroliuoti aplinką, įvykius, situacijas. Jie yra ir labiau etnocentriški, netolerantiški naujovėms, bijo pasikeitimų ir nemėgsta rizikuoti, pirkdami kitos šalies produkciją (9, p. 17).
- Galios atstumas – aukšto galios atstumo lygio vartotojai yra linkę tikėti, kad vietinės gamybos produktai turėtų labiau dominuoti rinkoje ir tenkinti daugiau poreikių, nei importuojami produktai. Kadangi šio lygio žmonės remia hierarchinę santvarką ir vertybių sistemą, manoma, kad vietinės gamybos produktų pirkimas būtų jų pagarbos aukštesnei hierarchijos sistemai ir savo šaliai išraiška. Tuo tarpu žemo galios atstumo kultūros vartotojai mano, kad

importuojamus produktus pirkti yra taip pat sąžininga ir teisinga kaip vietinius. Taigi kuo didesnis galios atstumas, tuo labiau vartotojas etnocentriškas (9, p. 19).

Turint omenyje, etnocentrizmą ir kultūrų panašumą, Sharma teigia, kad kultūrų panašumas gali būti vienu iš faktorių, kuris veikia etnocentrišką vartotojo požiūrį į užsienio produktus. Vieno tyrimo JAV metu buvo pastebėta, kad labai etnocentriški vartotojai, palyginus su mažiau etnocentriškais, palankiau žiūri į panašios į jų kultūros šalies produktus. Taigi, galima daryti išvadą, kad norint įsiskverbti į JAV rinką, tai padaryti būtų lengviau panašios kultūros atstovams. Beje, ir Estijos ekonominių tyrimų instituto atlikti tyrimai apie estų valgymo įpročius ir maisto pirkimo preferencijas atskleidė, kad estai rinktųsi kaimyninių šalių (Skandinavijos, Latvijos, Lietuvos) produkciją, jei reikėtų rinktis iš importuojamų produktų (19, p. 144). Kita vertus, 2005m. atlikto tyrimo Lietuvoje duomenimis, nors lietuviai vertina kaimyninių šalių maisto produktus, tačiau kalbant apie kitas produktų kategorijas, jie mieliau renkasi tolimesnių ir geriau išsivysčiusių šalių produkciją. (Iš [16])

Taigi, apibendrinant galima teigti, kad etnocentrizmas kaip žmogaus požiūris yra neatsiejamas nuo jį veikiančių įvairių veiksnių. Būtent atsižvelgiant į sociopsichologinius, demografinius ar kitokius veiksnius, taip pat į tai, kad ne tik jie, bet ir kultūra lemia vartotojo požiūrį, ir netgi tai pačiai kultūrai priskiriamų žmonių požiūriai gali skirtis, galima efektyviau panaudoti šią koncepciją ekonomikos mokslų srityje. Savo ruožtu ekonomikos mokslų specialistai remdamiesi šiais rodikliais iš tiesų aiškinasi vartotojų etnocentrizmo tendencijas marketingo bei reklamos srityse, pritaikydami vartotojų klasifikavimo metodus bei įvairias marketingo strategijas.

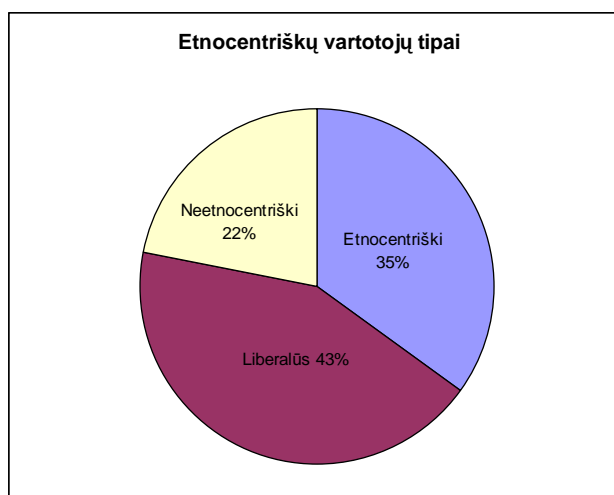
1.2. Vartotojų etnocentrizmas marketinge ir reklamoje

Nuolat auga skaičius organizacijų, kurios yra sukūrusios pasaulinius prekinis ženklus ir produktus, gaminamus, pakuojamus ir reklamuojamus vienodai, neatsižvelgiant į šalį, kurioje jie parduodami. Nors tokia globali marketingo strategija yra efektyvi kaštų atžvilgiu, nes nereikia taikyti vietinių strategijų ir galvoti rėmimo programų, vis dėlto išlieka klausimas ar toks būdas yra geriausia komunikacijos su vartotojais kitapus sienos forma. Šiame skyriuje pirmiausiai aptariami etnocentriškų vartotojų skirstymo pagal etnocentrizmo stiprumą į grupes būdai, vėliau kalbama apie tyrimus, kuriuos atlieka marketingo srities tyrinėtojai ir į modelius, kuriuose atsiskleidžia vartotojų etnocentriškumas skirtinguose rinkos segmentuose. Taip pat šiame skyriuje apžvelgiamas etnocentriškų vartotojų požiūris į užsienio reklamą ir joje reklamuojamus užsienietiškus produktus.

1.2.1. Etnocentriškų vartotojų skirstymas

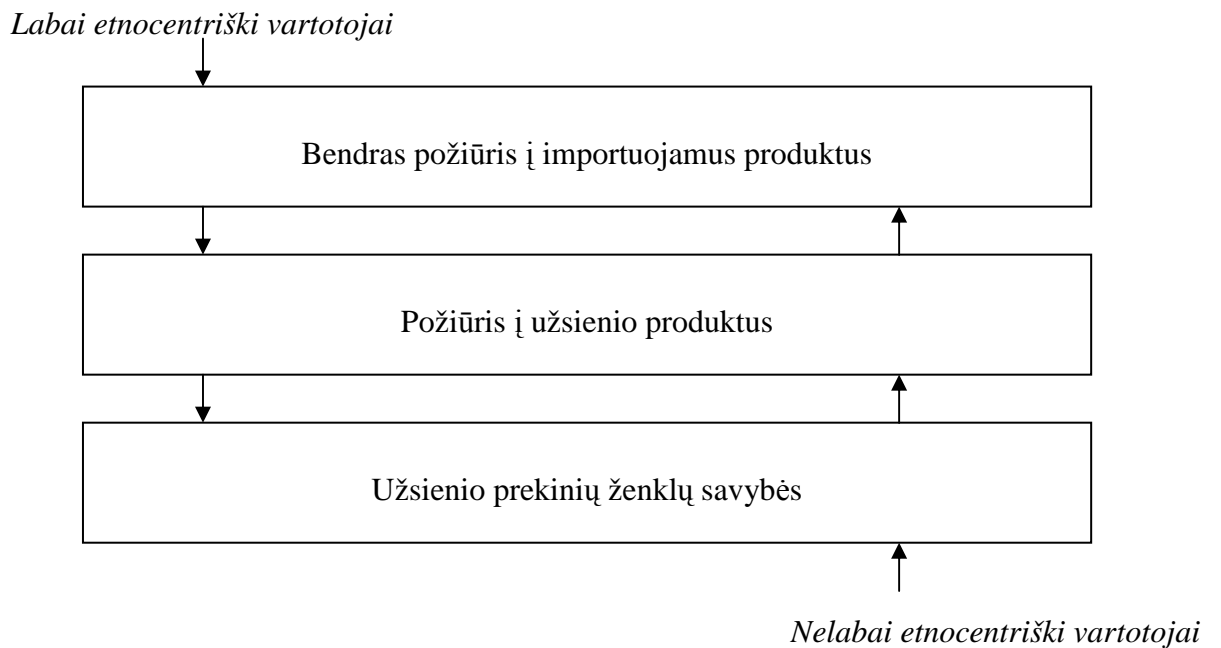
Paprastai, atlikdami vartotojų etnocentrizmo tendencijų tyrimus, dauguma autorių analizuoja ne tik bendrą vartotojų požiūrį, bet ir daro tam tikrus skirstymus, pačių vartotojų grupavimą, kad duomenys būtų dar tikslesni. Dažniausiai pasitaikantis skirstymas būna į etnocentriškus ir neetnocentriškus vartotojus, kiekvienoje šalyje jų charakteristikos skiriasi. Pavyzdžiui, Lietuvoje atlikto tyrimo metu etnocentriškiems buvo priskiriami vyresni nei 35 m. lietuviai, žemesnio išsilavinimo, žemesnes pajamas gaunantys ir daugiausiai moterys. Estijoje tyrimo apie vartotojų požiūrį į maisto produktus metu, Parts išskyrė tris etnocentriškų vartotojų grupes ir pateikė jų charakteristikas (žr. 3 paveikslą). Etnocentriškiems jis priskyrė vartotojus, kurie tiki, kad importuojami produktai turėtų būti uždrausti apskritai arba apmuitinti aukštais tarifais. Ši vartotojų grupė, anot Parts, tiki, kad užsienietiško maisto produktų pirkimas gali paskatinti bedarbystę ir įmonių bankrutavimą. Liberaliesiems jis priskyrė tuos, kurie mano, jog reikėtų importuoti tuos produktus, kurie negaminami Estijoje, arba tuo atveju, jei vietiniai gamintojai nesugeba patenkinti rinkos poreikių.

3 paveikslas. Etnocentriškų vartotojų tipai perkant maisto produktus Estijoje (19, p.148)



Kiti autoriai kūrė modelius, kaip etnocentriški ir neetnocentriški vartotojai suvokia informaciją. Supphelen ir Rittenburg (2001) sukūrė modelį, apie tai kaip vartotojai suvokia ir apdoroja informaciją apie kitos kilmės šalies produktus ir prekinis ženklus. Taigi jie išskyrė labai ir nelabai etnocentriškus vartotojus (žr. 4 paveikslą).

4 paveikslas. Vartotojo etnocentrizmas ir informacijos apie užsienio prekinis ženklus apdorojimas (1, p. 7)



Mokslininkų nuomone, labai etnocentriški vartotojai informaciją apie užsienio prekinis ženklus apdoroja pagal schemą iš viršaus į apačią, o nelabai etnocentriški – iš apačios į viršų. Pirmieji yra nepagrįstai linkę palankiai žiūrėti į vietinius prekinis ženklus, palyginus su užsienio (27, p. 209). Būtent dėl šio polinkio labai etnocentriški vartotojai nėra motyvuoti detaliai apdoroti informaciją (reklaminius pranešimus) su užsienio prekiais ženklais. Pavyzdžiui, labai etnocentriškas vartotojas, matydamas kitos šalies prekinio ženklo reklamą nepuls jo detaliai tyrinėti, o iškart priskirs jį kitos šalies prekinis ženklų kategorijai. Ir tuomet bet kokia tolimesnė reklaminio pranešimo analizė jau bus paremta užsienio šalies vertinimo efektu, o taip pat ir stereotipais. Tokį informacijos apdorojimo procesą Darley ir Gross vadina ėjimo iš viršaus į apačią procesu, nes jis yra paremtas ankstesnėmis žiniomis, įvertinimais siekiama patvirtinti lūkesčius ir ignoruoti jiems prieštarinę informaciją. O kalbant apie nelabai etnocentriškų ar neetnocentriškų vartotojų informacijos apdorojimo procesą, teigiama, kad jie yra motyvuoti išsiaiškinti viską apie užsienio prekinis ženklus ir nori detaliau panagrinėti užsienio produktų reklamos detales (23, p. 210). Jų požiūris į užsienio prekinis ženklus ir produktus yra paremtas paprasčiausia klasifikacija – geros/blogos prekės, arba atsargiu informacijos apie ženklą ir produktą tyrinėjimu. Tiesa, Supphelen ir Rittenburg pabrėžia, kad šis informacijos apdorojimo modelis ypač tinka, kai lyginamos panašaus ekonominio išsivystymo šalių prekės. Tačiau, jie pripažįsta, kad, kai besivystančios šalies vartotojas vertina išsivysčiusios šalies produktus, yra tikimybė kad informacijos apdorojimo procesas vyks

atvirkščiai nei apibrėžta prieš tai, t.y. žemo etnocentrizmo lygio vartotojai gali turėti pozityvių stereotipų apie išsivysčiusią šalį, kas gali iššaukti atvirkštinį informacijos apdorojimo procesą – iš viršaus į apačią, o ne iš apačios į viršų, kaip parodyta modelyje.

Šiame skyriuje buvo aptariami bendrieji etnocentriškų vartotojų skirstymo būdai ir informacijos apie produktus apdorojimo modelis. Marketingo specialistai turi dar kitokius etnocentriškų vartotojų segmentavimo būdus, kurie ne tik padeda atskleisti jų charakteristikas, bet ir pritaikyti atskiras marketingo strategijas.

1.2.2. Vartotojų etnocentrizmas rinkodaroje

Vienas iš efektyvesnių būdų marketingo srityje nuspėti tikslinės grupės poreikius ir lūkesčius yra suskirstyti juos į segmentus. Tokiuose segmentuose žmonės pagal tam tikrus požymius būna panašūs. Tokia pati strategija gali būti pritaikyta ir etnocentriškumo temoje. Kaynak ir Kara kaip tik ir atliko tokį tyrimą Kirgizijoje ir Azerbaidžane. Jie suskirstė etnocentriškus vartotojus į tris gyvenimo būdo segmentus: kovotojus, pastangų dėjikus ir savirealizuojuos. (žr. 2 lentelę).

2 lentelė: Marketingo segmentai ir vartotojų etnocentriškumas (10, p.474)

Nr.	Segmentas	Vartotojų etnocentriškumas
I	Kovotojai	Etnocentriški
II	Pastangų dėjikai	Pusiau-etnocentriški
III	Savirealizuojuos	Neetnocentriški

Tyrimas buvo atliktas su Kirgizijos vartotojais. Segmentai vienas nuo kito skyrėsi demografinėmis, socio-ekonominėmis ir elgsenos charakteristikomis. Pirmajame segmente daugiausia buvo moterų, susituokusių žmonių, jaunimo ir mažas pajamas gaunančių. Tokiems vartotojams pasirinkimo tarp alternatyvių produktų ir prestižinių prekinių ženklų galimybė yra visiškai nesvarbi, tuo tarpu kokybė, kaina, išlaikymas ir stilius jiems yra svarbu. Ir šis segmentas yra priskiriamas etnocentriškų vartotojų segmentui. Antrojo rinkos segmento vartotojai yra vienodai pasiskirstę lyčių atžvilgiu, tačiau dauguma yra vieniši, amžiaus grupės įvairios, jie yra pusiau etnocentriški – be savų produktų jie renkasi turkiškus, rusiškus ir kazachiškus. Trečiojo segmento vartotojai daugiausia vyrai, susituokę ir aukštas pajamas gaunantys. Alternatyvių produktų pasirinkimo galimybė, prestižiniai prekiniai ženklai, stilius, produkto kokybė ir išlaikymas yra jiems labai svarbūs nepaisant kainos. Ši

grupė kainai yra visai nejautri. Taip pat jų etnocentriškumo lygis yra labai žemas, jie laikomi neetnocentriškais.

Tokių patį tyrimą atliekant Azerbaidžane, buvo išskirtos trys vartotojų grupės – taip vadinami klasteriai. (žr. 3 lentelę).

3 lentelė: klasterių klasifikacija ir etnocentriškumas

Nr.	Klasteris	Vartotojų etnocentriškumas
I	Rafinuotieji	Neetnocentriški
II	Tradiciniai vyrai	Pusiau etnocentriški
III	Tradicinės moterys	Etnocentriški

Taigi pirmajam klasteriui buvo priskirti susituokę ir aukštas pajamas gaunantys 20-40 metų amžiaus vartotojai. Jų apsisprendimas pirkti yra dviejų žmonių reikalas – žmonos ir vyro. Šios grupės vartotojai mėgsta prabangius prekinius ženklus ir alternatyvų pasirinkimo galimybę, gerą kokybę, kaina jiems taip pat yra svarbi. Jie pirmenybę teikia Vakarų Europos, Japonijos ir D.Britanijos produktams. Jie taip pat gerai jaučia madą. Straipsnio autoriai teigia, kad šios grupės vartotojų poreikiai netgi yra tokie patys kaip jų kolegų iš Vakarų šalių. Taigi, šio klasterio atstovai yra neetnocentriški. Kitų dviejų grupių atstovai yra labiau etnocentriški, ir jų poreikiai nėra tokie aukšti (kokybės, kainos) atžvilgiu, kaip pirmosios grupės atstovų. Antrosios grupės vartotojai daugiausia vyrai, vienišiai, vyro sprendimu šeimoje perkami produktai, jiems nesvarbi galimybė rinktis tarp alternatyvų, nesvarbūs prestižiniai prekiniai ženklai, tačiau kokybė ir kaina labai svarbi, jie nemadingi ir renkasi turkiškus produktus. Tradicinės moterys – tai dažniausiai ištekėjusios 30-50 metų vartotojos, jos yra labai etnocentriškos, bet sprendimą pirkti priima kartu su vyru. Joms labai svarbi kokybė, bet ne taip kaip kaina. Jos gauna žemas pajamas ir renkasi iranietiškus, rusiškus, kinietiškus ir gruziniškus produktus.

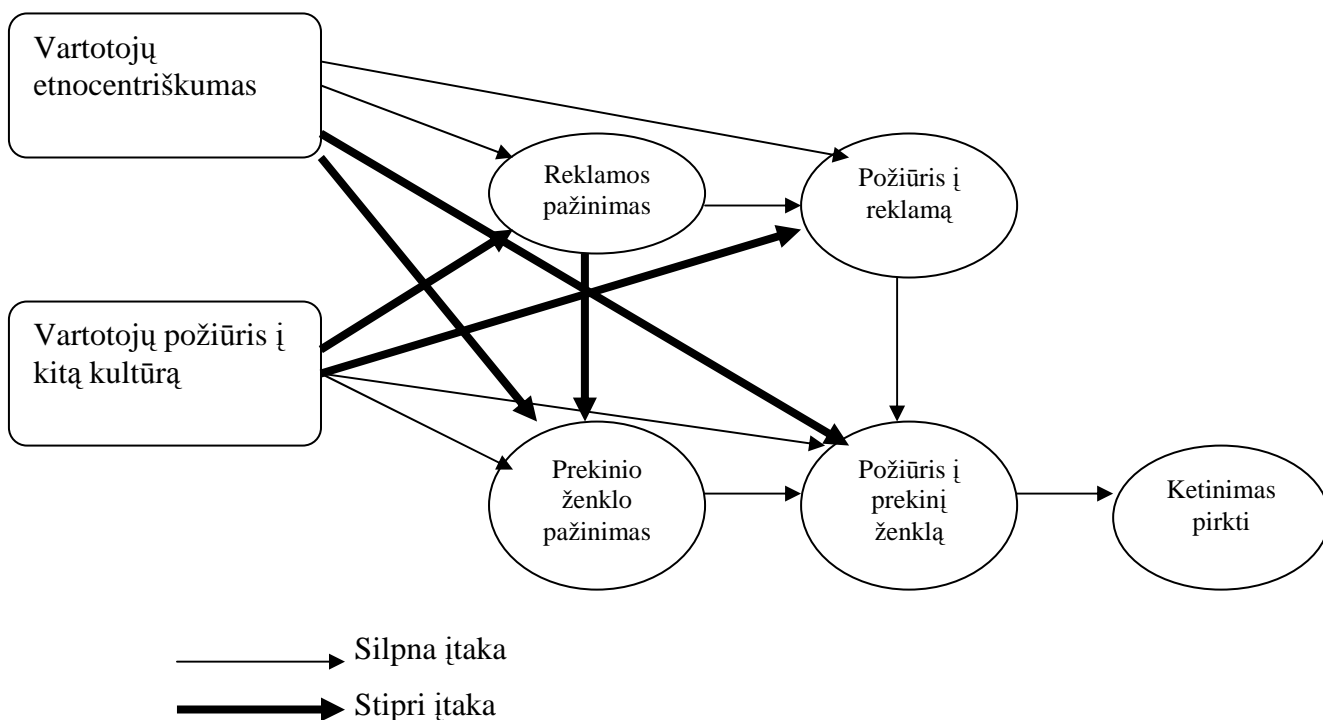
Tokias segmentavimo teorijas galima pritaikyti bet kokioje šalyje. Marketingo specialistams jos naudingos tuo, kad jie geriau gali pažinti šalies ir kultūros, į kurią norėtų skverbtis, vartotojus. Atsižvelgiant į šio klasifikavimo pobūdį, jį galima pritaikyti ne tik tirtose šalyse, bet ir bet kurioje kitoje. Šis segmentavimas vadinamas klasterių analize, taip pat dar vartotojus ir jų požiūrį į užsienio prekes straipsnio autoriai siūlo tirti pasitelkiant Lickerto skalę, ANOVA analizę ir kitus priimtinus metodus.

Taigi, atlikus marketingo tyrimus galima kurti ir reklamos strategiją, siekiant sudominti etnocentriškus vartotojus, priversti juos pakeisti nuomonę. Žinoma, prieš pradėdant ją kurti taip pat reikėtų atsižvelgti ir į tai, kaip etnocentriškas vartotojas gali į ją reaguoti, ir apskritai koks yra jo požiūris į tokio pobūdžio reklamą.

1.2.3. Etnocentrizmo įtaka požiūriui į kitos šalies reklamą

B.J. Moon teigimu, vartotojo psichologinis požiūris į kitos šalies kilmės reklamą nėra lengvai suprantamas ir iki galo iširtas. Nors atlikta nemažai tyrimų apie vartotojų požiūrį į reklamą, į prekinis ženklus, apie pirkimo ketinimus, tačiau tiesioginių tyrimų apie tokius dalykus užsienio reklamos atžvilgiu yra labai mažai arba išvis nėra. Taigi jis nagrinėja psichologinį reklamos apdorojimo procesą, kaip vartotojo etnocentriškumas lemia jo požiūrį į reklamą ir joje vaizduojamą kitą kultūrą. Moon sukūrė užsienio reklamos apdorojimo modelį, kuriame atspindi, kokią įtaką jos suvokimui daro vartotojų etnocentriškumas ir požiūris į kitą kultūrą. (žr. 5 paveikslą).

5 paveikslas. Užsienio reklamos apdorojimo procesas ir etnocentriškumas



Požiūris apibūdinamas kaip psichologinė tendencija, kuri yra išreiškiama įvertinant tam tikrą konkrečią esybę su pasitenkinimo ar nepasitenkinimo laipsniu (Eagly and Chaiken). Tuo tarpu vartotojo požiūris į svetimą kultūrą apibrėžiamas kaip psichologinė tendencija, kuri išreiškiama įvertinant gyvenimo būdą, vertybes ir tam tikros užsienio šalies/kultūros papročius vartojimo elgesio atžvilgiu (18, p.438). Vartotojai formuoja savo požiūrį į kitą kultūrą per tiesioginę patirtį – keliavimą, prekybą, mokslą, žiūrint filmus ar stebint pasaulio įvykius. Globalizacija vis labiau įtakoja tai, kad skirtingų kultūrų žmonės vis geriau pažįsta ir atpažįsta vieni kitus (18, p. 438). O viso to pasekmėmis Moon laiko požiūrio į kitas kultūras, etnines ir religines grupes, atsiradimą.

Kaip atskleidžiama 5 paveiksle, vartotojų etnocentrizmas stipriai įtakoja prekinio ženklo pažinimą reklamoje ir požiūrį į tą prekinį ženklą. Silpniau etnocentrizmas įtakoja reklamos pažinimą ir požiūrį į ją. Vadinasi, žiūrėdamas reklamą, etnocentriškas vartotojas gali ją atpažinti arba neatpažinti ir žiūrėti ne visai teigiamai, tuo tarpu, tikėtina, kad prekinį ženklą jis pažins ir iškart susidarys apie jį nuomonę. Taigi, Moon teigia, jog etnocentriškumo poveikis yra didesnis prekinio ženklo pažinimui ir požiūriui į jį, nei reklamos pažinimui ir požiūriui į ją. Tačiau turėdamas tam tikrą požiūrį į kitą kultūrą, vartotojas pirmiau atpažins pačią reklamą, ja susidomės ir susidarys nuomonę, o prekinis ženklas jam nebus toks svarbus.

Dar kartelį grįžtant prie reklamos ir vartotojo požiūrio reikėtų pradėti nuo ryšio tarp reklamos ir kultūros. Kultūra yra laikoma vienu iš pagrindinių reklamos elementų (18, p. 438). Moon prieina išvados, kad vartotojo požiūris į kitą kultūrą gali įtakoti ir požiūrį į tos kultūros reklamą vartotojo šalies kontekste. Taigi, jei vartotojas pozityviai nusiteikęs šalies A kultūros atžvilgiu, gali būti, kad tos šalies reklama jam irgi sukels teigiamą požiūrį.

Siedamas vartotojų etnocentriškumą su požiūriu į kitą kultūrą, Moon atranda reikšmingų sutapimų tame, kad kiekvienas atvejis turi savyje kultūrinių arba individualių faktorių, kurie įtakoja vartotojo reklamos apdorojimo procesą. Vis dėlto, reikia pripažinti, kad šie atvejai yra individualūs, skirtingi vienas kito atžvilgiu. Etnocentriškumas telkiasi į individo gimtąją šalį iš vidaus, o požiūris į užsienio kultūrą yra polinkis į konkrečią svetimą kultūrą (18, p. 438).

Teigdamas, kad etnocentriškumas stipriai veikia prekinio ženklo atpažinimą ir požiūrį į jį, o požiūris į kitą kultūrą – reklamos atpažinimą ir požiūrį į ją, Moon remiasi tuo, kad vartotojų etnocentriškumas pirmiausiai iššaukia neigiamas mintis ir požiūrį į importuojamus prekinis ženklus, bet jų požiūris į kultūrą pirmiau paveikia kultūrinių elementų ar kūrybinės reklamos prezentacijos suvokimą. Tai mokslininkas įrodo tuo, jog vartotojų etnocentriškumas pasireiškia įsitikinimais apie kitos šalies produktų pirkimo tinkamumą ar moralumą ir vartotojų įtvirtintą nešališkumą importuojamų produktų atžvilgiu, tai reiškia, kad pirmiau sužadindamos mintys ir požiūris į prekinis ženklus, o ne į reklamą.

Suprasti vartotojų atsaką į kitos šalies reklamą yra svarbu dėl daugelio priežasčių (18, p. 439):

PIRMA: etnocentrizmas gali iššaukti daug konkrečių požymių (pavyzdžiui, įsitikinimų), vartotojų viduje, kai jie žiūri reklaminius pranešimus, ir tai gali būti pirmuoju kriterijumi interpretuojant informaciją apie produktą (pavyzdžiui, kokybę) reklamoje ir taip įtakoti požiūrį į prekinį ženklą. Tuo metu, kai vartotojai mato kitos šalies reklamoje reklamuojamus jos produktus, etnocentriškumas gali sukelti neigiamų pažinimų ar emocijų, vartotojas gali įgauti nepalankų požiūrį į prekinio ženklo įvertinimą.

ANTRA: vartotojai yra linkę keisti savo požiūrį į kitą šalį ir jos kultūrą. Požiūris gali sukelti įvairiapusių jausmų, kai jie žiūri užsienio reklamą. Šie įvairiapusių jausmai gali transformuotis į požiūrį į reklamą, kuris palapsniui įtakos prekinio ženklo vertinimą ir ketinimą pirkti.

Apibendrinant galima teigti, jog siekdami išsiaiškinti, kokią marketingo komunikacijos strategiją užsienio šalyje kurti, marketingo specialistai be visų tradicinių dalykų turi atsižvelgti į tai, koks tos šalies vartotojų požiūris į kitą kultūrą ir koks jų etnocentriškumo lygis. Tuo tikslu yra naudingos įvairios vartotojų klasifikavimo ir segmentavimo strategijos, poreikio ir požiūrio tyrimai. Aukštas vartotojų etnocentriškumo laipsnis ir neigiamas požiūris į šalį, gali sukelti neigiamą reakciją ir į tos šalies reklamą, todėl naudinga būtų šalia to sukurti papildomų rėmimo strategijų, pabrėžiant tokias pačias produkto kokybės savybes, kaip ir vietinės gamybos produktų.

Taigi šiame skyriuje buvo aptariama vartotojų etnocentrizmo sąvoka, jo raida, išskirti veiksniai, aptarta kultūros įtaka vartotojų etnocentriškumui. Taip pat atskleisti etnocentrizmo tendencijų tyrinėjimai marketingo bei reklamos srityje. Norint labiau įsigilinti ir suprasti šiuos aspektus, reikėtų toliau panagrinėti tyrimus, kurie buvo atlikti nuo CETSCALE sukūrimo iki šių dienų pasaulyje, o taip pat ir Lietuvoje.

2. VARTOTOJŲ ETNOCENTRIZMO TYRIMAI

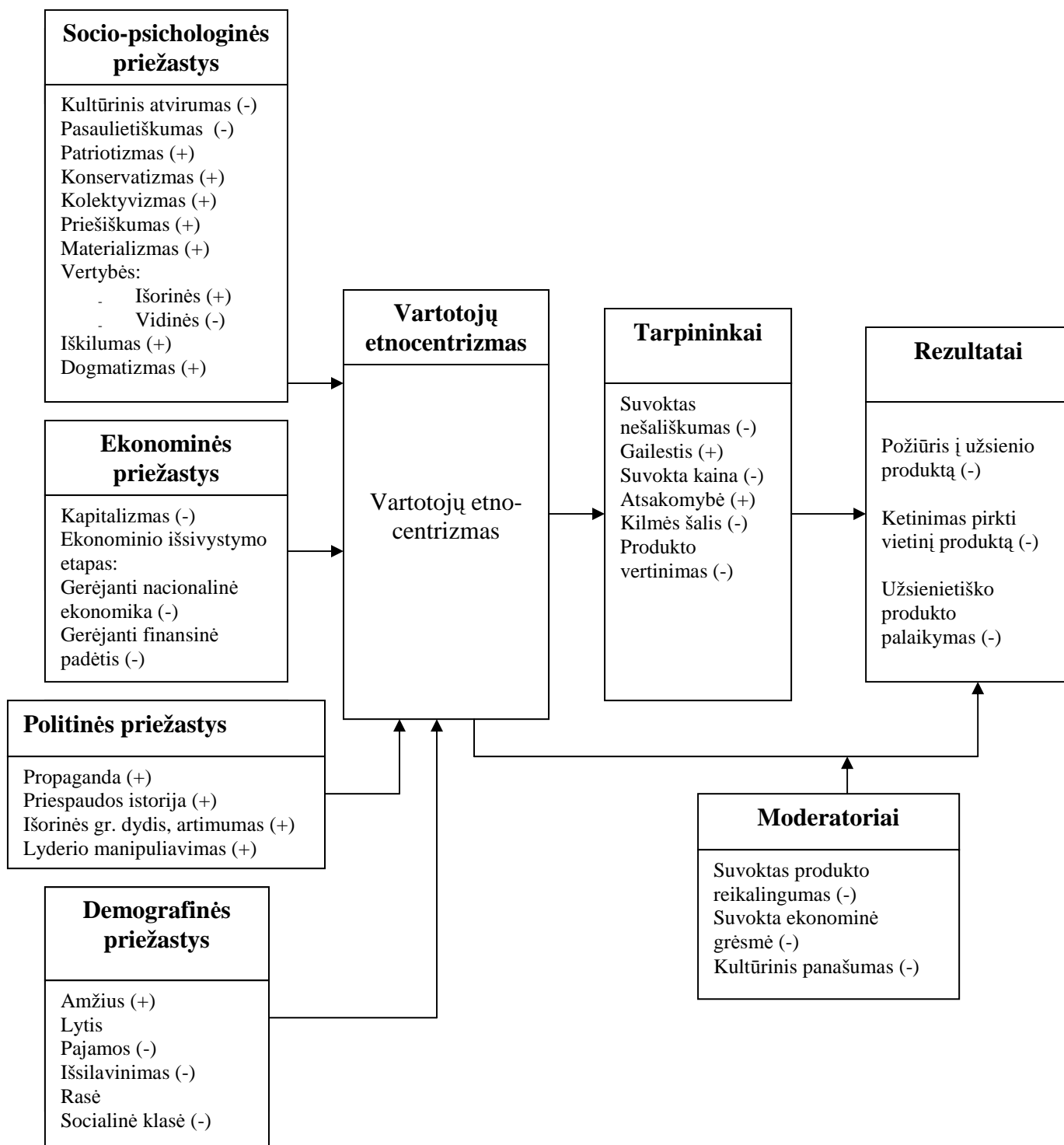
Antrasis šio darbo skyrius yra skirtas iki šiol visame pasaulyje atliktų vartotojų etnocentrizmo tyrimų ir jų rezultatų aptarimui. Čia pateikiamas susistemintas šių tyrimų rezultatų modelis, aptariami gauti rezultatai ir pateikiamos tolimesnės tyrimų galimybės. Taip pat šiame skyriuje išsamiai aptariami Lietuvoje atliktų vartotojų etnocentrizmo tyrimų rezultatai.

2.1. Vartotojų etnocentrizmo tyrimai pasaulyje

Po CETSCALE sukūrimo, 1987 m., prasidėjo vartotojų etnocentrizmo tyrimų epocha visame pasaulyje. Įvairios šalys vertė skalės teiginius į savo kalbą, bandė pritaikyti ją sau. Literatūroje nėra minima atvejų, kad skalės nebūtų buvę įmanoma pritaikyti kažkurios šalies vartotojams, ar ji būtų nepajėgi atskleisti vartotojų etnocentrizmo tendencijų. Lyginant skirtingas šalis ir vartotojų etnocentrizmo lygį jose, rezultatai skyrėsi ženkliai. Pavyzdžiui, pritaikius skalę išsivysčiusiose šalyse (JAV, Prancūzijoje, Vokietijoje ir Japonijoje), kuriose yra milžiniška vietinė rinka, o importuojamų produktų kiekis mažesnis, paaiškėjo, jog ten vartotojų etnocentrizmo lygis pagal CETSCALE ir polinkis pirkti vietinės gamybos produkciją yra daug didesnis, nei mažiau išsivysčiusiose šalyse (15, p. 210).

Taigi įvairių šalių vartotojų etnocentrizmas buvo matuojamas CETSCALE metodologija, tuo pačiu buvo nagrinėjami įvairūs etnocentrizmą lemiantys, jo stiprumą įtakojantys veiksniai. Mahesh N.Shankarmahesh savo straipsnyje „Vartotojų etnocentrizmas: jo priežasčių ir pasekmių jungiamoji apžvalga“ (angl. *Consumer ethnocentrism: an integrative review of its antecedents and consequences*) apjungė vartotojų etnocentrizmą lemiančius veiksnius, priežastis, tarpininkus ir viso to rezultatus, remdamasis iki šiol atliktais tyrimais. Jis sukūrė schemą, kurioje atsispindėjo ne tik vartotojų etnocentrizmo priežastys ir pasekmės, bet ir ryšiai tarp etnocentrizmo ir jį sukeliančio veiksnio, kuriuos atrado tyrinėtojai įvairiose šalyse (žr. 6 paveikslą).

6 paveikslas. Vartotojų etnocentrizmo priežastys ir pasekmės (20, p. 161)



6 paveikslas atskleidžia ne tik vartotojų etnocentrizmo priežastis ir pasekmes, bet ir daugumą šiomis temomis atliktų tyrimų. Minusai prie veiksnio reiškia, kad ryšys tarp veiksnio ir vartotojų etnocentrizmo yra neigiamas, t.y. pavyzdžiui, kuo žmogaus kultūrinis atvirumas yra stipresnis, tuo

jis yra mažiau etnocentriškas. Plusas reiškia teigiamą ryšį. Taigi šie ryšiai pasitvirtino arba iš dalies pasitvirtino tyrimų metu, iškelus hipotezes. Kadangi ne visi tyrimai vienodai atskleidė ryšius tarp vartotojų etnocentrizmo ir tam tikro veiksnio, autorius laikėsi daugumos principo (jei daugiau tyrimų atskleidė teigiamą ryšį, nei neigiamą, tai prie veiksnio buvo dedamas plusas). Apibendrinti ir papildyti gausne informacija vartotojų etnocentrizmo tyrimai aprašomi sekančiuose skyriuose.

2.1.1. Sociopsichologiniai veiksniai vartotojų etnocentrizmo tyrimuose

Sociopsichologiniais veiksniais galima būtų vadinti žmogaus nuostatas, požiūrį į kitas žmonių grupes, tautas, kultūras. Mahesh kultūrinį atvirumą, pasaulietiškumą, patriotizmą, konservatizmą, kolektyvizmą, priešišumą, materializmą ir kt. veiksnius priskyrė sociopsichologinėms priežastims, kurios įtakoja etnocentrizmo atsiradimą. 4 lentelėje (žr.p.27) eilės tvarka išdėstyti sociopsichologinių priežasčių ir vartotojų etnocentrizmo tyrimai, pateikiant išsamesnius paaiškinimus. Informacija šioje lentelėje, o taip pat ir tolimesnėse lentelėse (5-9) yra susisteminta pagal autoriaus pateiktus duomenis, papildyta ir pakoreguota, neiškraipant autoriaus atskleistos esmės.

4 lentelė. Sociopsichologiniai veiksniai vartotojų etnocentrizmo tyrimuose

Metai, šalis	Autorius	Ryšys tarp veiksnio ir vartotojų etnocentrizmo
1987, JAV 1989, JAV 1995, Korėja 2002, JAV	Shimp ir Sharma Howard Sharma et al. Suh ir Kwon	<u>Kultūrinis atvirumas</u> Apibrėžiamas kaip noras bendrauti su žmonėmis iš kitų kultūrų, pažinti jų istoriją, gyvenimo būdą ir kt. Dauguma autorių tyrinėję šį veiksnią atrado neigiamą ryšį tarp jo ir etnocentrizmo. Vis dėlto kultūrinis atvirumas buvo tiriamas gana supaprastinta forma, neatsižvelgiant į kitus veiksnius, todėl tyrimai nebuvo išsamūs ir tikslūs, taigi jų šioje srityje dar galima būtų atlikti daugiau.
1996, Austrija 2001, Turkija, Čekija	Rawwas et al. Balabanis et al.	<u>Pasaulietiškumas</u> Tai požiūris, kad pirmoje vietoje yra žmonija, neišskiriant jokių tautybių. Rawwas atrado, kad ryšys tarp pasaulietiško ir etnocentrizmo yra neigiamas, nors Balabanis, tyrinėjęs internacionalizmą (panašų į pasaulietišumą) jokių reikšmingų ryšių nesurado.
1978, D.Britanija 1988, JAV 1995, Korėja 1999, JAV 2001, Turkija, Čekija	Bannister, Saunders Han Sharma et al. Klein ir Ettenson Balabanis et al.	<u>Patriotizmas</u> Meilė ir pasiaukojimas savo šaliai. Dauguma mokslininkų, tyrinėję vartotojų etnocentrizmą ir patriotizmą, atrado teigiamą ryšį tarp jų, nors Bannister ir Saunders kaip tik išsiaiškino, kad britų patriotiškumas neturėjo jokios reikšmės jų sprendimams pirkti kasdienes prekes.
1972, JAV 1995, Korėja 2002, Turkija, Čekija	Anderson ir Cunningham Sharma et al. Balabanis et al.	<u>Konservatizmas</u> Iki šiol atlikti konservatizmo ir vartotojų etnocentrizmo tyrimai parodė, jog konservatyvūs žmonės yra etnocentriški, ir ypač kalbant apie užsienietišką produktų pirkimą.
1988, JAV 1990, Japonija 1994, JAV 1995, JAV	Ettenson et al. Nishina Strutton et al. Sharma et al.	<u>Kolektyvizmas</u> Buvo išsiaiškinta, kad žmonės, turintys kolektyvistinių tikslų, yra linkę būti etnocentriškesni už tuos, kurie yra individualistai.
1999, Kinija	Klein et al.	<u>Priešiškumas</u> Priešingai nei etnocentrizmas, priešiškus yra apibrėžiamas, kaip neigiamas požiūris į kažkurią konkrečią šalį, o ne į visas kitas užsienio šalis ir jų produktus. Vis dėlto ryšys tarp priešiško ir etnocentrizmo yra laikomas teigiamu.
2000, JAV, Prancūzija, Australija ir Meksika	Clarke et al.	<u>Materializmas</u> Buvo patvirtinta, kad materialistai yra etnocentriškesni, nes jų pagrindinėmis savybėmis galima laikyti savininkiškumą, egoizmą, nedosnumą ir pavydą, kas gali būti būdinga ir etnocentrikui.
2000, JAV, Prancūzija, Australija ir Meksika	Clarke et al.	<u>Vertybės</u> Kalbant apie vidines žmogaus vertybes, tokias kaip savigarba ir pasitenkinimas, nebuvo rasta jokio ryšio tarp jų ir vartotojų etnocentrizmo. Išorinės vertybės – malonumas, mėgavimasis gyvenimu ir buvimas visų gerbiamu, apskritai kalbant, tai individo polinkis į geresnį gyvenimą, materialius dalykus – yra susietos teigiamu ryšiu su etnocentrizmu.
1993, JAV	Olsen et al.	<u>Iškilumas</u> Tai terminas, kuris išreiškia žmonių suvokiamą grėsmę darbuotojams ar šalies pramonei. Atrastas teigiamas ryšys tarp jo ir etnocentrizmo, tačiau mokslininkai vis dar nesutaria dėlto, ar „iškilumas“ priskirtinas prie vartotojų etnocentrizmo priežasčių, ar prie moderatorių.
1972, JAV	Anderson ir Cunningham	<u>Dogmatizmas</u> Dogmatiškesni žmonės (tie, kurie mato pasaulį juoda ir balta spalvomis) yra labiau ir etnocentriškesni.

2.1.2. Ekonominiai veiksniai vartotojų etnocentrizmo tyrimuose

Kai kurie autoriai pabrėžia, kad ekonominių veiksnių įtaka tiriant vartotojų etnocentrizmą yra ypač svarbi. Nuo šalies ekonominio išsivystymo lygio ir kitų ekonominių veiksnių gali priklausyti vartotojų etnocentrizmo stiprumas. Lyginant išsivysčiusių ir besivystančių šalių vartotojus, teigiama, kad vietinės gamybos prekių poreikis yra kiek silpnesnis besivystančiose šalyse ir mažiau išsivysčiusiose, kur rinka yra perpildyta užsienio prekėmis (19, p.145). Išsivysčiusių šalių vartotojai yra linkę savos šalies produktus laikyti geresnės kokybės už importuojamus.

5 lentelė. Ekonominiai veiksniai vartotojų etnocentrizmo tyrimuose

Metai, šalis	Autorius	Ryšys tarp veiksnio ir vartotojų etnocentrizmo
1964, JAV	Rosenblatt	<u>Kapitalizmas</u> Dar 1964 m. buvo išsiaiškinta, kad ryšys tarp kapitalizmo ir vartotojų etnocentrizmo yra neigiamas.
1995, Lenkija, Rusija 1997, Rusija	Good ir Huddleston Durvasula	<u>Ekonominio išsivystymo etapas</u> Tiek žemo ekonominio išsivystymo lygyje, tiek ir gerėjant ekonomikai mokslininkai konstatavo teigiamą ryšį tarp lygio ir etnocentrizmo.
1999, JAV	Klein ir Ettenson	<u>Gerėjanti nacionalinė ekonomika</u> Neigiamas ryšys – kuo geresnė nacionalinė ekonomika, tuo mažesnis etnocentrizmo lygis.
1999, JAV	Klein ir Ettenson	<u>Gerėjanti finansinė padėtis</u> Neigiamas ryšys – kuo geresnė individuali finansinė padėtis, tuo mažesnis etnocentrizmo lygis.

2.1.3. Politiniai veiksniai vartotojų etnocentrizmo tyrimuose

Kalbant apie politinius veiksnius ir etnocentrizmą, nors jų svarba yra suvokiama, tyrimų apie juos iki šiol atlikta mažai. Iš visų trijų politinių veiksnių, išsamiau nagrinėtas ir atrasti teigiami ryšiai yra tarp priespaudos istorijos ir etnocentrizmo lygio. Kiti politiniai veiksniai yra mažai nagrinėti. Šia tema Mahesh siūlo analizuoti tokius dalykus, kaip politinės laisvės, demokratijos ar lyderio manipuliavimo poveikis vartotojų etnocentrizmui. Taip pat jaučiamas propagandos ir politinės istorijos, kaip vartotojų etnocentrizmo priežasčių, išsamesnis tyrimų stygius.

6 lentelė. Politiniai veiksniai vartotojų etnocentrizmo tyrimuose

Metai, šalis	Autorius	Ryšys tarp veiksnio ir vartotojų etnocentrizmo
1964, JAV	Rosenblatt	<u>Propaganda</u> Šis veiksnys nebuvo tyrinėjamas vartotojų etnocentrizmo tyrimuose, tačiau Rosenblatt teigė, kad politiniai lyderiai savo propagandos programose galėtų išreikšti etnocentrizmą kaip grėsmę savo grupei.
1995, Lenkija	Good ir Huddleston	<u>Priespaudos istorija</u> Mokslininkai teigė, kad šalių, kurios ilgą laiką gyveno priespaudoje, vartotojai yra labiau etnocentiški, nei tie, kurių šalys pačios buvo kada nors okupavusios.
1964, JAV	Rosenblatt	<u>Išorinės gr. dydis, artimumas ir lyderio manipuliavimas</u> Šie veiksniai buvo išreikšti kaip etnocentrizmo priežastys, tačiau išsamesnių tyrimų nebuvo atlikta.

2.1.4. Demografiniai veiksniai vartotojų etnocentrizmo tyrimuose

Kalbant apie demografinius vartotojų etnocentrizmą lemiančius veiksniai, dauguma tyrimų vieningai atskleidė, jog etnocentiškesni yra vyresnio amžiaus, žemesnio išsilavinimo, žemesnes pajamas gaunantys žmonės, moterys etnocentiškos labiau nei vyrai (žr. 7 lentelę). Tiesa, kalbant apie vartotojų etnocentrizmą ir rasę, buvo atlikta nedaug tyrimų, ir jų rezultatai prieštarauja vieni kitiems, į šį aspektą straipsnio autorius siūlo įsigilinti labiau ir paanalizuoti plačiau, tyrimus atlikti kitose multikultūrinėse šalyse.

7 lentelė. Demografiniai veiksniai vartotojų etnocentrizmo tyrimuose

Metai, šalis	Autorius	Ryšys tarp veiksnio ir vartotojų etnocentrizmo
1974, JAV 1988, JAV 1995, Lenkija 1996, Malta 1999, JAV 2001, Turkija 1985, JAV 1995, Korėja 2001, Čekija 1971, JAV 1978, D.Britanija	Dornoff et al. Han Good ir Huddleston Caruana Klein ir Ettenson Balabanis et al. Festervand et al. Sharma et al. Balabanis et al. Schooler Bannister ir Saunders	<u>Amžius</u> Yra atlikta labai daug tyrimų, iš kurių didžioji dalis patvirtino, jog jauni žmonės nėra tokie etnocentriški kaip vyresni. Tokius pačius rezultatus atskleidė ir tyrimai Baltijos šalyse, Čekijoje, Vengrijoje, Kroatijoje, Serbijoje, Bosnijoje ir Hercegovinoje, Juodkalnijoje ir kt.
1978, JAV 1986, Kanada 1998, JAV 1989, JAV 1995, Korėja 1995, Lenkija 1997, Kanada 1999, JAV 2001, Turkija 1974, JAV 1995, Rusija 1996, Malta 2001, Čekija 1978, D.Britanija	Eagly Festervand et al. Wall ir Heslop Han Howard Sharma et al. Good ir Huddleston Bruning Klein ir Ettenson Balabanis et al. Dornoff et al. Good ir Huddleston Caruana Balabanis et al. Banister ir Saunders	<u>Lytis</u> Taip pat dauguma tyrimų atskleidė, kad moterys vis dėlto yra labiau etnocentriškos nei vyrai, mokslininkų nuomone, taip yra todėl, kad moterys yra konservatyvesnės, prisitaikančios prie tradicijų. Tiesa D.Britanijoje tyrimas atskleidė, kad vyrai yra labiau etnocentriški nei moterys, perkant ilgo naudojimo prekes.
1974, JAV 1985, JAV 1990, Japonija 1995, Lenkija, Rusija 1996, Malta 1999, JAV 2001, Turkija 1988, JAV 2001, Čekija	Dornoff Festervand et al. Nishina Good ir Huddleston Caruana Klein ir Ettenson Balabanis et al. Han Balabanis et al.	<u>Išsilavinimas</u> Kalbant apie išsilavinimą ir vartotojų etnocentrizmą, dauguma tyrimų atskleidė, jog ryšys tarp jų yra neigiamas, t.y. kuo labiau išsilavinęs vartotojas, tuo jis yra mažiau etnocentriškas.
1995, Korėja 1996, Malta 1999, JAV 2001, Turkija 2001, Čekija 1995, Lenkija 1997, Kanada 1988, JAV 1987 Singapūras	Sharma Caruana Klein ir Ettenson Balabanis et al. Balabanis et al. Good ir Huddleston Bruning Han Tan ir Farley	<u>Pajamos</u> Dauguma tyrimų atskleidė neigiamą ryšį tarp vartotojo pajamų ir etnocentrizmo. Teigiama, kad turėdamas daugiau pinigų žmogus daugiau gali sau leisti: daugiau keliauja, domisi kitomis kultūromis, perka kitų šalių prekes, nors buvo tyrimų kurie visa tai paneigė. Pavyzdžiui, Tan ir Farley Singapūre atliktas tyrimas parodė, jog kuo didesnes pajamas gauna vartotojas, tuo labiau jis yra etnocentriškas.
1999, JAV 2002, Singapūras 2002, Australija	Klein ir Ettenson Piron Zarkada-Fraser ir Fraser	<u>Rasė</u> Šių tyrimų rezultatai prieštaraujantys vieni kitiems. Tyrimai buvo atlikti multi-kultūrinėse visuomenėse, tačiau visi rezultatai labai skyrėsi, todėl vieningos išvados apie ryšį su vartotojų etnocentrizmu prieiti negalima., būtina atlikti išsamesnius tyrimus.
1988, JAV 1996, Malta 1999, JAV	Han Caruana Klein ir Ettenson	<u>Socialinė klasė</u> Kalbant apie socialinę klasę, mokslininkai iškėlė hipotezę, kad didesnes pajamas gaunantys žmonės paprastai yra priskiriami ir aukštesnei klasei. Taigi vieni tyrimai patvirtino, kad aukštesnės socialinės klasės vartotojai yra mažiau etnocentriški (darbininkai etnocentriškesni už vidurinęją klasę), tuo tarpu Maltoje reikšmingų ryšių tarp klasės ir etnocentrizmo nerasta.

2.1.5. Vartotojų etnocentrizmo pasekmių tyrimai

Etnocentrizmo tyrinėtojai domėjosi ne tik vartotojų etnocentrizmo priežastimis, bet ir pasekmėmis. Buvo stengiamasi išsiaiškinti, ar vartotojų etnocentrizmas vis dėlto gali paskatinti pirkti vietinės gamybos produktus, o ne užsienietiškus. 8 lentelėje aptariamos galimos etnocentrizmo pasekmės ir jų tyrimų rezultatai.

8 lentelė. Vartotojų etnocentrizmo pasekmės

Metai, šalis	Autorius	Ryšys tarp veiksnio ir vartotojų etnocentrizmo
2001, Australija 1995, Korėja	Zarkada-Fraser ir Fraser Sharma et al.	<u>Požiūris į užsienio produktą</u> Kalbant apie vartotojo požiūrį į užsienio produktą ir etnocentrizmą, tyrimai patvirtino, kad ryšys tarp jų neigiamas, kuo vartotojas labiau etnocentriškas, tuo jis negatyviau žiūri į užsienietišką produktą.
1992, JAV 1993, JAV 1997, Kanada 1998, Kinija 2002, JAV	Herche Olsen et al. Bruning Klein et al. Suh ir Kwon	<u>Ketinimas pirkti (vietinius produktus)</u> Nors dauguma tyrimų atskleidė, jog ryšys tarp ketinimo pirkti vietinės gamybos produktus ir etnocentrizmo yra neigiamas, buvo tokių tyrimų, kurie parodė, jog nors vartotojas yra labai etnocentriškas, tačiau pirmiausia jam svarbi kaina, o tik po to šalis (Bruning, Kanada).
2002, Australija	Zarkada-Fraser ir Fraser	<u>Užsienietiško produkto palaikymas</u> Neigiamas ryšys tarp veiksnio ir etnocentrizmo. Australijoje paaiškėjo, jog etnocentriški vartotojai išreiškė priešišumą užsienietiškiems produktams ir netgi jų pardavimo centro kūrimui.
1993, JAV	Olsen et al.	<u>Suvoktas nešališkumas</u> Ryšys tarp vartotojų etnocentrizmo ir nešališkumo neigiamas, taip atsitinka todėl, kad suvokdamas grėsmę savo šalies ekonomikai, etnocentriškas vartotojas tarptautinę prekybą laiko nesąžininga.
1993, JAV	Olsen et al.	<u>Gailestis</u> Kalbant apie gailestį savo šalies žmonėms, kurie atsidurtų prastoje situacijoje (pavyzdžiui, netektų darbo), ryšys tarp jo ir etnocentrizmo yra teigiamas. Kuo etnocentriškesnis vartotojas, tuo didesnę gailestį jis jaus savo „grupės“ nariams.
1993, JAV	Olsen et al.	<u>Suvokta kaina</u> Olsen teigimu, kuo etnocentriškesnis vartotojas, tuo jam kaina yra mažiau svarbi. Vis dėlto, Bruning tyrimo metu paaiškėjo visai kitoks požiūris, etnocentriški vartotojai vis tiek pirmenybę suteikė pigesniems paslaugoms.
1993, JAV	Olsen et al.	<u>Atsakomybė</u> Ryšys tarp vartotojų etnocentrizmo ir atsakomybės perkant vietinės kilmės produktus buvo teigiamas. Kuo didesnę atsakomybę jaučia vartotojas už savo šalyje pagamintus produktus, tuo jis yra etnocentriškesnis.
1988, JAV 1998, JAV	Han Brodowsky	<u>Kilmės šalis</u> Mokslininkai etnocentrizmą laiko „kilmės šalies“ koncepcijos atsiradimo priežastimi, teigiama, kad žemo etnocentrizmo lygio žmonės remiasi šia koncepcija kaip stereotipu įvertindami užsienietiškus produktus. Taigi, kuo mažesnis etnocentrizmo lygis, tuo „kilmės šalies“ efektas apsisprendžiant, kurį prekę pirkti, yra didesnis.
1998, Kinija 2002, JAV 2000, JAV 2001, JAV 2001, Lenkija 2001, Lenkija 2002, Honkongas	Klein et al. Klein Kim ir Pysarchik Moon ir Jain Huddleston et al. Supphellen ir Rittenburg Yu ir Albaum	<u>Produkto vertinimas</u> Buvo vertinama skirtingose šalyse pagamintų produktų kokybė. Dauguma tyrimų parodė, kad labiau etnocentriški vartotojai kitų šalių produktus vertino prasčiau, net jei jų kokybė ir buvo šiek tiek geresnė. Tiesa, gerai žinomų prekinių ženklų produktų etnocentrizmas nepaveikė, vartotojai jiems suteikė pirmenybę (Kim ir Pysarchik, JAV).

2.1.6. Tarpininkų sukeliamų pasekmių tyrimai

Kitas svarbus aspektas tyrinėjant vartotojų etnocentrizmą buvo išsiaiškinti tai, ką etnocentriškas vartotojas darytų, jei jam vietinės gamybos produktai būtų labai svarbūs, tačiau jie nebūtų gaminami jo šalyje. Kas atsitinka tuomet, kai produktas nėra ypatingai reikalingas, arba reikalingas, bet negaminamas vietos gamintojų. Mahesh iš atliktų ankstesnių tyrimų išskyrė tris veiksnius – reikalingumą, grėsmės suvokimą, kultūrinį panašumą – ir pavadino juos tarpininkais, kurie veikia galutinį etnocentriško vartotojo sprendimą. 9 lentelėje pateikiami tyrimų, kuriuose nagrinėtas žmogaus požiūris į produktą, rezultatai.

9 lentelė. Pasekmės, kurias sukelia tarpininkai

Metai, šalis	Autorius	Ryšys tarp veiksnio ir vartotojų etnocentrizmo
1995, Korėja	Sharma et al.	<u>Suvoktas produkto reikalingumas</u> Paaiškėjo, kad vartotojų etnocentrizmas sukelia neigiamą požiūrį į „nereikalingus“ užsienietiškus produktus. Vis dėlto, jei jie laikomi nepakeičiamais, vartotojo etnocentriškumas požiūrio pakeisti negali. Sharma išsiaiškino, kad kuo produktas yra mažiau reikalingas kasdieniniam naudojimui, tuo etnocentrizmas turi didesnės reikšmės požiūriui į tokio produkto importą (7, p. 3)
1995, Korėja	Sharma et al.	<u>Suvokta ekonominė grėsmė</u> Kalbant apie vartotojų etnocentrizmą ir ekonominės grėsmės suvokimą, mokslininkai nustatė, kad jei etnocentriškas vartotojas konkretų produktą suvokia kaip grėsmę ekonomikai, tuomet ir jo požiūris į jį negatyvus.
2000, Naujoji Zelandija 2004, D.Britanija	Watson ir Wright Balabanis ir Diamantopoulos	<u>Kultūrinis panašumas</u> Atlikę tyrimą Watson ir Wright išsiaiškino, kad etnocentriški vartotojai rinkęsi panašios kultūros šalies produktą, jei nebūtų galimybės pasirinkti savosios. Tokias pačias išvadas 2004 m. pateikė ir Balabanis su Diamantopoulos. Panašius rezultatus atskleidė ir 2005 m. atliktas Estijos ekonominių tyrimų instituto tyrimas apie estų valgymo įpročius ir maisto pirkimo preferencijas. Paaiškėjo, kad, jeigu reikėtų maisto produktus rinktis iš importuojamų prekių, estai rinkęsi kaimyninių šalių produkciją – Skandinavijos, Latvijos, Lietuvos.

Apibendrinant vartotojų etnocentrizmo priežasčių ir pasekmių temą, galima teigti, kad dar yra aspektų, kuriuos reikėtų panagrinėti plačiau, trūksta tyrimų apie vartotojų etnocentrizmą ir kultūrinį atvirumą, ekonomines, politines priežastis, rasę, kitų produktų vertybių suvokimą ir pirmenybės teikimą, atsakomybę prieš savo šalį, vartotojų etnocentrizmo tendencijas skirtingose produktų kategorijose. Taip pat galima įvairius veiksnius derinti tarpusavyje ir tirti vartotojų etnocentrizmą skirtingose situacijose. Vartotojų etnocentrizmo tyrimų yra atlikta ir Lietuvoje, jie pristatomi sekančiame skyriuje.

2.2. Vartotojų etnocentrizmo tyrimai Lietuvoje

Iš Lietuvoje atliktų vartotojų etnocentrizmo tyrimų galima paminėti tik keletą, tačiau jie yra gana reikšmingi ir atspindintys Lietuvos vartotojų etnocentriškumo lygį. Pirmuosius žingsnius šiuose tyrimuose žengė Virvilaitė ir Šalčiuvienė 2002 m., jos tikrino CETSCALE patikimumą Lietuvoje. Rezultatai buvo pakankamai geri. Lyginant su tokiomis šalimis kaip Japonija, JAV, Vokietija ir Prancūzija, kuriose buvo pakankamai aukšti patikimumo koeficientai, o žemiau buvo Lenkija, Rusija, Čekija, Turkija su Lietuva atsidūrė dar žemesnėse pozicijose (galbūt todėl, kad buvo tiriami studentai). Vis dėlto tai buvo pakankami rezultatai tolimesniems vartotojų etnocentrizmo matavimams vykdyti.

Taigi 2003 m. dar kartą patikrinus CETSCALE patikimumą ir pritaikomumą Lietuvoje buvo atliktas reikšmingas vartotojų etnocentrizmo stiprumo Lietuvoje tyrimas. Jo tikslas buvo atlikti vartotojų tendencijų testą CETSCALE pagalba. Autoriai iškėlė tokias tyrimo hipotezes (15, p.210):

1. Teigiamas ryšys yra tarp etnocentrizmo ir patriotizmo Lietuvoje, taip pat tarp patriotizmo ir amžiaus.
2. Vyresni vartotojai bus daug labiau etnocentriški, nei jaunesni.
3. Moterys Lietuvoje išreikš daug didesnes etnocentrizmo tendencijas nei vyrai.
4. Etnocentrizmas bus negatyviai susijęs su uždarbiu ir išsilavinimu.

Pirmiausia Cronbach alpha patikimumo matuokle buvo patikrintas skalės patikimumas. Vėliau originalūs CETSCALE klausimai buvo išversti į lietuvių kalbą, o kad būtų tiksliau, lietuviški tyrimo rezultatai vėl buvo išversti į anglų kalbą. CETSCALE teiginiai buvo pateikti 214-kai respondentų 2003 m. ir 234-iems respondentams 2004 m. (žr. 10 lentelę).

Etnocentrizmas

1. Lietuviai visuomet turėtų pirkti lietuviškus produktus, o ne užsienietiškus.
2. Tik tie produktai, kurių negamina Lietuvoje, turėtų būti importuojami.
3. Pirkite lietuviškas prekes – apsaugokite darbą Lietuvoje!
4. Lietuviškas produktas yra pats pirmiausias iš visų.
5. Pirkti užsienio prekes yra antilietuviška.
6. Pirkti užsienio prekes yra blogai, nes tai įtakoja lietuvių bedarbystės augimą.
7. Tikras lietuvis visuomet turėtų pirkti lietuviškus produktus.
8. Mes turėtume pirkti lietuviškas prekes, vietoj to, kad leistume kitoms šalims uždirbti iš mūsų kišenės.
9. Visuomet yra geriausia pirkti lietuviškus produktus.
10. Turėtų būti kuo mažiau pirkimų iš užsienio, išskyrus pačius būtiniausius.
11. Lietuviai neturėtų pirkti užsienio produktų, nes tai daro nuostolį Lietuvos verslui ir sukelia bedarbystę.
12. Visų importuojamų prekių įvežimas turėtų būti ribojamas.
13. Galbūt tai kainuos ir daugiau, tačiau aš renkuosi lietuvišką produktą.
14. Užsieniečiams turėtų būti uždrausta prekiauti mūsų rinkoje.
15. Užsienietiškus produktus reikėtų apmuitinti taip, kad kuo mažiau jų būtų įvežama į Lietuvą.
16. Mes turėtumėm pirkti tik tuos užsienietiškus produktus, kurių nėra Lietuvoje.
17. Lietuviai, kurie perka užsienio prekes, yra atsakingi už bedarbystės Lietuvoje didėjimą.

Patriotizmas

1. Aš norėčiau būti lietuviu, o ne jokios kitos šalies piliečiu.
2. Pasaulis būtų geresnis, jei visi žmonės būtų lietuviai.
3. Apskritai Lietuva yra geresnė, nei daugelis kitų šalių.

Pirma apklausos dalis buvo skirta vartotojų etnocentrizmo lygiui tirti, antroji – įvertinti patriotišką jų požiūrį.

Taigi šio tyrimo rezultatai atskleidė tokią informaciją:

- Tarp patriotizmo ir etnocentrizmo yra teigiamas ryšys, toks pat jis yra tarp vartotojo amžiaus ir patriotizmo jausmo.
- Vyresni lietuviai yra daug labiau etnocentriški už jaunesnius. Tyrimo autoriai išskyrė dvi stambias amžiaus grupes, kuriose etnocentrizmo lygis ženkliai keičiasi. Buvo atskirtos vartotojų iki 35 metų, kurie nėra labai arba visai nėra etnocentriški, ir nuo 35 metų amžiaus vartotojų, kurie yra etnocentriški, grupės.
- Taip pat pasitvirtino hipotezė, kad lietuvės moterys yra labiau etnocentriškos nei vyrai.
- Kalbant apie išsilavinimą ir etnocentrizmo lygį tyrimas atskleidė, kad tarp jų yra aiškus negatyvus ryšys. Vis dėlto tikrinant uždarbio dydį, tokio akivaizdaus ryšio nebuvo. Stipriausiai etnocentrizmo lygis pasireiškė tarp mažiausias pajamas (iki 500 Lt) gaunančių vartotojų. Nors atsikleidė neigiamas ryšys tarp uždarbio ir etnocentrizmo, jo vertė buvo daug mažesnė nei kitų demografinių veiksnių, todėl tyrimo autoriai numatė tolimesnės analizės,

kurioje, pavyzdžiui, būtų galima palyginti užsienio ir vietinių produktų kainas, reikalingumą.

Šis tyrimas atskleidė labai aukštą vartotojų etnocentrizmo skalės patikimumą, beveik tokį patį, kaip JAV. Autoriai išsiaiškino, kad didžiausią įtaką iš demografinių veiksnių etnocentrizmui turi amžius, o po jo – žmogaus lytis. Kadangi tyrimas atskleidė gana žemą lietuvių etnocentrizmo lygį, autorių nuomone, vien skalės panaudojimas nepadėtų išsiaiškinti vartotojų polinkio į produktus pagal grupes ar pagal šalį. Taigi kaip sekantį žingsnį vartotojų etnocentrizmo tyrimuose jie numatė etnocentrizmo ir kilmės šalies ryšių analizę.

Ryšys tarp vartotojų etnocentrizmo ir kilmės šalies suvokimo Lietuvoje buvo išnagrinėtas 2005 m. Tyrimo reikalingumą jo autoriai pagrindė tuo, kad ilgus metus socializmo veikta mūsų šalis po nepriklausomybės atkūrimo buvo tiesiog „užversta“ prekėmis iš užsienio, pradėjo kurtis įvairūs užsienio prekybos centrai, siūlantys importuotas prekes, ir ilgainiui tapo ne visai aišku, koks vartotojų požiūris į tas užsienietiškas prekes, kaip jie apsipirkinėja, kas lemia jų apsisprendimą.

Buvo iškeltos trys hipotezės (16, p. 8):

1. Etnocentriški vartotojai labiau pabrėžia kilmės šalies svarbą kaip produkto savybę, nei neetnocentriški, lyginant su kitomis produktų savybėmis.
2. Etnocentrizmas labiau paaiškina vartotojo preferencijas renkantis vietinės kilmės produktus nei demografiniai veiksniai.
3. Etnocentrizmas labiau paaiškina vartotojo preferencijas renkantis Centrinės ir Rytų Europos – Europos Sąjungos šalių, Vakarų Europos Sąjungos ar ne Europos Sąjungos šalių produktus nei demografiniai veiksniai.

Buvo apklausta 330 Lietuvos gyventojų. Apklausą sudarė demografiniai klausimai, taip pat respondentų buvo paprašyta įvertinti skirtingas produktų savybes pagal Likerto skalę nuo 1 iki 7, skirtingoms produktų kategorijoms. Autoriai išskyrė tokias produktų kategorijas kaip elektronikos prekės, batai ir drabužiai, asmens higienos prekės, buities valymo prekės, maistas ir gėrimai, buities įrankiai. Respondentai turėjo įvertinti tos pačios kategorijos produktus, išreikšdami savo nuomonę apie šalis, kuriose jie galėtų būti pagaminti. Šalimis pasirinktos pagrindinės importuotojos į Lietuvą. Taip pat respondentų buvo paprašyta įvertinti, kaip skirtingų šalių produktai atitinka jų lūkesčius. Respondentų vertinimai buvo tokie (žr. 11 lentelę):

11 lentelė. Šalių vertinimai pagal produktų kategorijas (Pagal 16, p. 13).

Šalis Produktų kategorija	Kinija	Čekija	Danija	Estija	Prancūzija	Vokietija	Italija	Japonija	Lietuva	Latvija	Lenkija	Rusija	D.Britanija	JAV
Televizoriai	12	9	5	10	6	2	8	1	7	11	13	14	4	3
Audio aparatura	10	8	5	12	6	2	7	1	9	11	14	13	3	4
Video aparatura	9-10	8	5-6	12	5-6	2	7	1	9- 10	11	13-14	13-14	4	3
Asmeniniai kompiuteriai	8	10	5	11	6	3	7	1	9	12	13	14	4	2
Buities prietaisai	11	8	5	10	7	2	6	1	9	12	13	14	4	3
Batai	14	6	5	10	2-3	2-3	4	9	8	11	13	12	1	7
Drabužiai	14	7	8	9	3	4	1	10	5	11	12-13	12-13	2	6
Asmeninės prekės	14	9	5	11	2	1	4	7	8	1	12	13	3	6
Buities valymo prekės	14	8	4	11	5	2	7	6	9	10	12	13	3	1
Vaisiai ir daržovės	13	6	10	3	4	5	8	11	1	2	9	12	7	14
Pieno produktai	13	7	4	3	6	5	9	12	1	2	8	11	10	14
Alus	14	2	4	7	8	3	10	13	1	5	9	11	6	12
Vynas	14	7	8	10	1	3	2	13	1	5	9	11	6	12
Gaivieji gėrimai	14	5	8	9	4	3	6	11	1	10	13	12	2	7

Šie vertinimai atskleidė, kad Japonija pirmauja elektroninių ir buitinių prekių kategorijose, po jos eina Vokietija, JAV ir D.Britanija. Batų kategorijoje geriausiai įvertinta D.Britanija, asmeninių prekių – Vokietija ir Latvija, aprangos kategorijoje geriausiai lietuviai įvertino itališkus drabužius. Prasčiausiai beveik visose kategorijose buvo vertinama Rusija, Kinija ir Lenkija. Žiūrint visų produktų kategorijų lygmeniu, savo šalies produktus lietuviai vertino trečioje vietoje po Vokietijos ir D.Britanijos (16, p.13).

Toliau analizuojant rezultatus, respondentai buvo suskirstyti į etnocentriškus ir neetnocentriškus, siekiant išsiaiškinti, ar tarp jų egzistuoja produktų vertinimo skirtumai. 12 lentelėje atspindėtas ne tik etnocentriškų ir neetnocentriškų vartotojų požiūris, bet ir suskirstymas į skirtingas vertinimo kategorijas (žr. p. 37).

12 lentelė. Šalių vertinimo grupės pagal vartotojų etnocentrizmą (16, p. 14)

Šalis	Iš viso	Etnocentriški	Neetnocentriški
Kinija	◇	◇	◇
Čekija	◆	◆	▼
Danija	◆	◆	▼
Estija	◆	◆	◆
Prancūzija	□	□	□
Vokietija	□	□	□
Italija	□	□	□
Japonija	▼	▼	▼
Lietuva	▼	▼	□
Latvija	◆	◆	◆
Lenkija	◇	◇	◇
Rusija	◇	◇	◇
D.Britanija	□	□	□
JAV	▼	▼	□

Skirtingą vertinimo kategoriją žymi skirtingi ženklai, iš viso susidarė keturios kategorijos. Akivaizdu, kad etnocentriški vartotojai kitaip suvokia vietinės gamybos produktus, vis dėlto abi grupės vienodai vertina Vakarų šalių ir Japonijos produktus. Etnocentriški vartotojai Lietuvoje pagamintus produktus vertina panašiai kaip japoniškus ir JAV produktus, tuo tarpu neetnocentriški vartotojai lietuviškus produktus prilygina didžiajai daliai Vakarų Europos valstybių ir taip pat JAV. Centrinės ir Rytų Europos valstybės (Čekija, Estija ir Latvija) patenka į vieną grupę su Danija, tuo tarpu rusiški, lenkiški ir kinietiški produktai patenka dar į kitą, žemesniąją, vertinimo kategoriją. Autoriai priėjo išvados, kad etnocentriški ir neetnocentriški vartotojai skirtingai žiūri į vietinės gamybos ir užsienio produktus, o jų požiūriai skiriasi ir produktų kategorijose.

Nors tyrimo rezultatai parodė, kad produktų kokybė, kaina ir prekinius ženklas buvo įvertinti kaip svarbesni už kilmės šalį, kilmės šalies svarba buvo didesnė etnocentriškiems vartotojams nei neetnocentriškiems. Etnocentriški vartotojai taip pat yra labiau jautrūs kainai. Straipsnio autorės priėjo išvados, kad tipinis etnocentriškas lietuvis yra vyresnis nei 35 metų, gauna mažesnes pajamas ir turi žemesnį išsilavinimą. Taip pat lietuviai, kalbant apie tuos produktus, kurie negaminami Lietuvoje, labiau vertina Vakarų Europos, JAV ir Japonijos produktus, o ne kaimyninių šalių.

Šiuose skyriuose buvo aptarta vartotojų etnocentrizmo sąvoka, veiksniai, priežastys, tyrimai bei tendencijos marketingo ir reklamos srityje, įvairiausi kiti iki šiol pasaulyje ir Lietuvoje atlikti vartotojų etnocentrizmą lemiančių veiksnių tyrimai. Remiantis šia teorine informacija, toliau bus vykdomas kokybinis tyrimas, padėsianti atskleisti ne tik vartotojų nuostatas, bet ir jų priežastis.

3. VARTOTOJŲ ETNOCENTRIZMAS PRODUKTŲ KATEGORIJOSE: TYRIMAS

Tolimesniam vartotojų etnocentrizmo temos nagrinėjimui pasirinktas kokybinis tyrimas, respondentų nuomonės atskleidimas kokybinio interviu metodu. 2005 m. Lietuvoje atliktas tyrimas buvo apie tai, kaip etnocentriški ir neetnocentriški žmonės vertina savo ir kitų šalių produktus pagal jų kainas, kokybės, dizaino ir kilmės šalies santykį. Tuo tarpu šis kokybinis tyrimas padės išsiaiškinti pagrindinius veiksnius apsisprendžiant, kurios šalies produktą pirkti, žmogaus pasitenkinimą ar nepasitenkinimą tiek lietuviškais, tiek užsienietiškais produktais. Ar skirsis žmogaus etnocentriškumo jausmas skirtingose produktų kategorijose, kokios priežastys lems vartotojo nusistatymą vienos ar kitos šalies produkcijos atžvilgiu. Tai tyrimas, kuris ne tik leis palyginti kiekybinius rezultatus su kokybiniais, bet ir padės interpretuoti kiekybinių tyrimų rezultatus.

Tyrimo metodologija

Šio tyrimo tikslas yra išsiaiškinti lietuvių etnocentrizmo nuostatas skirtingose produktų kategorijose.

Tyrimo vykdymui ir interviu klausimų formulavimui buvo pasirinktos tam tikros vartojimo prekių kategorijos, kurias gamina (bent jau oficialiai) Lietuvos gamintojai. Tokios kategorijos pasirinktos, atsižvelgiant į prieš tai Lietuvoje 2005 m. atlikto tyrimo metu nustatytas kategorijas, kai kurias jų sujungiant tarpusavyje, taip pat pridėdant naujų. Žemiau yra išvardintos prekių kategorijos ir lietuviški prekiniai ženklai ar gamintojai:¹

- 1) **TECHNIKA** – televizoriai Taurus, Šilelis (dabar surinkinėjami Turkijoje); šaldytuvai – Snaigė; virduliai ir kita aparatūra – Sirijus;
- 2) **BALDAI** – Vilniaus baldai, Klaipėdos baldai;
- 3) **DRABUŽIAI** ir **BATAI** – Utenos trikotažas, Audimas, Rožė, Verpstas, Lelija; Lituanica, Sabalin;
- 4) **KOSMETIKA** ir **ASMENS HIGIENOS PREKĖS** – Biok (Rasa, Margarita, Thai, Organic), Ineco (Vaiva M), Naujoji Ringuva (Smilė, Linea herbal, Tindi, Sano plus);
- 5) **MAISTO PRODUKTAI** – pagrinde, vaisiai ir daržovės – Kietaviškių, Pagirių šiltnamiai, ūkininkų siūloma produkcija; pieno produktai – Pieno žvaigždės, Rokiškio sūris, Žemaitijos pienas; ir kiti produktai, kuriuos gamina lietuviai.

¹ Informacija apie gamintojus ir prekinius ženklus yra rasta pasitelkus internetinę google paieškos sistemą.

- 6) GAIVIEJI IR ALKOHOLINIAI GĖRIMAI – gaivieji gėrimai – Neptūnas, Ras, Tichė; alus – Švyturio, Utenos, Kalnapilio, Ragučio, Vilkmergės; vynas ir kiti stipresni gėrimai – Anykščių vynas, Alita, Švyturys, Stumbras, Alita;

Remiantis 2005 m. Lietuvoje atliktu tyrimu, buvo nustatyta, kad prasčiausiai lietuviai vertina lietuviškus televizorius, techniką ir aparatūrą, avalynę bei drabužius ir asmens higienos prekes. Taigi turint omenyje tokius rezultatus, galima daryti prielaidą, kad ir šio tyrimo respondentai prasčiausiai vertins šių kategorijų prekes. Ši prielaida iššaukia tyrimo problemą, kurią galima būtų įvardinti kaip vartotojų etnocentriškumo tendencijų skirtumus skirtingose produktų kategorijose.

Remiantis teorine magistro darbo dalimi, iškeliami tokie kokybinio tyrimo uždaviniai:

1. Išanalizuoti respondentų etnocentriškumo laipsnį skirtingose produktų kategorijose.
2. Išsiaiškinti, kurių produktų kategorijų atžvilgiu respondentai yra labiausiai etnocentriški.
3. Išsiaiškinti, kokių kitų šalių produkciją vertina respondentai skirtingose produktų kategorijose.
4. Išsiaiškinti, kokie veiksniai lemia vartotojo apsisprendimą, nuomonę apie produktą.
5. Išsiaiškinti, ar būdamas etnocentriškas, žmogus dažniausiai ir pasirenka lietuvišką produktą.
6. Sužinoti respondentų nuomonę apie užsienietišką ir lietuvišką produktų reklamą.

Tyrimas vykdomas giluminio interviu būdu apklausiant 15 skirtingų demografinių charakteristikų žmonių. Žmonės pasirinkti remiantis teorijoje išskirtomis charakteristikomis pagal amžių, lytį, pajamas bei išsilavinimą. Remiantis 2003 m. Lietuvoje atliktu vartotojų etnocentrizmo tyrimu, etnocentriški turėtų būti šių charakteristikų žmonės:

- Vyresni nei 35 m;
- Moterys labiau nei vyrai;
- Mažesnes pajamas gaunantys;
- Žemesnį išsilavinimą turintys.

Taigi šiai kokybinei analizei atlikti ir pasirinkta daugiau šias charakteristikas atitinkančių žmonių, tačiau yra keletas ir į šią kategoriją neįeinančių respondentų, siekiant atskleisti išsamesnius rezultatus, įvairesnę nuomonę.

Tyrimo hipotezės yra tokios:

1. Vartotojo etnocentriškumas keisis skirtingose produktų kategorijose.
2. Labiausiai etnocentriški vartotojai bus maisto kategorijos atžvilgiu, o mažiausiai etnocentriški technikos atžvilgiu.
3. Kokybės suvokimas bus lemiamas veiksnys, vaidinantis didesnę vaidmenį už vartotojo etnocentriškumą, perkant tam tikrus produktus.

4. Skirsis respondento etnocentriškas požiūris ir veiksmai perkant produktus.

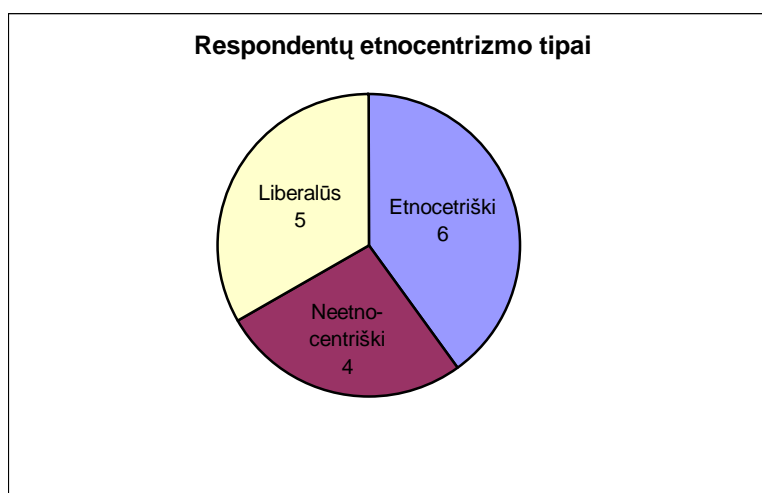
Siekiant atlikti kuo išsamesnę analizę ir efektyvesnius interviu su respondentais, pirmiausiai buvo atliktas žvalgybinis interviu su vienu respondentu. Tai 31 metų vyras, gaunantis vidutines pajamas, turintis nebaigtą aukštąjį išsilavinimą. Vėliau klausimai buvo šiek tiek koreguojami ir pateikti dar 10-čiai moterų ir 4-iems vyrams. Iš viso 15 respondentų. Sąmoningai rinktsi daugiau moterų, nei vyrų, daugiau vyresnių nei 35 metų žmonių, remiantis anksčiau minėtomis Lietuvoje atlikto kiekybinio tyrimo etnocentriškų vartotojų charakteristikomis.

Tyrimo rezultatai

Pirmiausiai atliekant kokybinį vartotojų etnocentrizmo tyrimą, buvo užduodami visiems respondentams bendri klausimai apie jų amžių, išsilavinimą bei pajamas. Jie padėjo palyginti ir įvertinti skirtingo amžiaus ir kitų demografinių charakteristikų žmonių požiūrį bei etnocentrizmo lygį.

Kadangi etnocentriškumo lygį pagal amžiaus grupes iki 35 ir nuo 35 metų lyginti nevisai logiška, nes buvo remiamasi ankstesniais tyrimais, kad vyresni žmonės, lyginant su jaunesniais yra ir labiau etnocentriški, taigi jų etnocentriškumo laipsnį galima atskleisti, remiantis O.Parts sukurtu etnocentriškų ir neetnocentriškų vartotojų skirstymu. Apklaustų respondentų etnocentrizmo tipai buvo paskirstyti tokiomis proporcijomis (žr. 7 pav.).

7 paveikslas. Respondentų etnocentrizmo tipai



Etnocentriškais įvardinti tie, kurie tiki, kad užsienietiškų produktų pirkimas skatina bedarbystę Lietuvoje, kenkia mūsų ekonomikai. Taip pat jie mano, kad reikėtų riboti užsienietiškų prekių įvežimą, bei laikosi nuomonės, kad tikras lietuvis turi pirkti lietuvišką produktą, o dažniausiai tokius ir perka patys. Tuo tarpu, liberaliais laikomi tie respondentai, kurie sakė, jog nebūtinai užsienietiškų prekių pirkimas skatina bedarbystę ar kenkia ekonomikai, tačiau reikėtų riboti jų

produktų įvežimą, kurie užgožia lietuvių gaminamus produktus, o įvežti reikėtų daugiau tokius produktus, kurių lietuviai negamina. Taip pat liberalūs vartotojai gana dažnai vadovaujasi nuostata, kad reikia pirkti lietuviškus produktus. Neetnocentriškiems šiame tyrime priskirti tie vartotojai, kurie mano, kad užsienietišku produktų pirkimas tikrai nekenkia Lietuvos ekonomikai ir neskatina bedarbystės, todėl jų įvežimo į Lietuvą riboti nereikėtų. Taip pat jie nesutiko su nuomone, kad tikras lietuvis turi pirkti tik lietuviškus produktus ir, žinoma, tokia nuostata nesivadovauja apsipirkdami. „L: Kodėl? B: Tai labai neįdomu. Be abejo aš lietuviškiems produktams skirčiau tokį dėmesį tikrai ypatingą, bet visų pirma, kad tai būtų, jeigu maisto produktas, tai kad būtų ir kokybė, ir kiekybė... Turėtų lietuviai stipriai pasitempti, ne tai, kad duotų, ką gali, va ką tikrai atlapom rankom kiša...“ (moteris, 58 m., aukštasis). Neetnocentriškiems vartotojams pirkti vien lietuviškas prekes ne tik neįdomu, bet ir nemodernu, taip pat dauguma teigė nepasitikintys lietuviškos produkcijos kokybe.

Siejant respondentų išsilavinimą, pastebėta, kad visi neetnocentriški vartotojai turi aukštąjį išsilavinimą. Tuo tarpu kalbant apie pajamas, pastebėta, kad tarp žemesnes pajamas gaunančių vartotojų nebuvo nei vieno neetnocentriško. Visi neetnocentriški vartotojai gauna vidutines pajamas, žemas pajamas gaunantieji respondentai buvo etnocentriški arba liberalieji. Taigi patvirtinamas faktas apie neigiamą ryšį tarp etnocentrizmo ir išsilavinimo bei tarp etnocentrizmo pajamų.

Po to sekė grupė klausimų apie etnocentrizmą, remiantis keliais vartotojų etnocentrizmo skalės teiginiais, siekiant išsiaiškinti, koks yra respondento etnocentriškumo lygis. 13 lentelė atspindi bendrus rezultatus, respondentų nuomonę apie užsienietišku produktų pirkimą, įvežimą į Lietuvą, patriotiškumo jausmus ir apskritai nuostatas.

13 lentelė. Vartotojų etnocentrizmas – bendri rezultatai

Lytis	Amžius	Ar užsieniškų produktų pirkimas skatina bedarbystę Lietuvoje?	Ar užsieniškų produktų pirkimas kenkia Lietuvos ekonomikai?	Ar reikia riboti užsieniškų produktų įvežimą į Lietuvą?	Tikras lietuvis turi pirkti tik lietuvišką produktą.	Ar vadovaujasi šia nuostata apsipirkdama (-s) ?
Moteris	25	Ne	Ne	Kai kurių	Taip	Tik maisto produktų
Moteris	26	Gali būti	Iš dalies	Prastos kokybės produktų	Iš dalies	Stengiasi
Vyras	31	Gali būti naudinga	Gali būti naudinga	Taip	Proto ribose	Dažnai
Moteris	34	Ne	Ne	Iš dalies	Ne	Ne
Vyras	39	Ne	Ne	Reikia kelti reikalavimus	Ne	Ne
Moteris	47	Ne	Įtakos yra	Ne	Absoliučiai ne	Ne
Moteris	49	Taip	Taip	Tų, kuriuos gamina lietuviai	Iš dalies	Taip
Vyras	53	Ne	Ne	Kinietišku	Taip	Kartais
Moteris	54	Taip	Taip	Taip	80 procentų taip	Stengiasi
Moteris	57	Taip	Taip	Konkurencija turi būti	Ne	Ne
Moteris	58	Ne	Ne	Reikia kelti kokybę	Ne	Ne
Vyras	68	Taip	Taip	Taip	Ne	Dažniausiai
Moteris	71	Taip	Taip	Taip	Taip	Taip
Vyras	73	Taip	Taip	Taip	Taip	Dažniausiai
Moteris	75	Ne	Ne	Ne	Ne, bet pati perka	Taip

Vertinant kokybine prasme, kodėl etnocentriški ir liberalūs respondentai į etnocentrizmą atskleidžiančius klausimus kai kuriais atvejais atsakė neigiamai arba iš dalies, galima plačiau paanalizuoti, kokios buvo tokių nuomonių priežastys.

Į klausimą “Kaip jums atrodo, ar užsieniškų prekių pirkimas neskatina bedarbystės Lietuvoje?” neigiamai atsakę respondentai buvo nuomonės, kad Lietuva yra maža ir ne taip gerai išsivysčiusi šalis, kuri galėtų gaminti visokią produkciją. Kadangi daug produktų Lietuvoje negaminama, todėl respondentai mano, kad ir bedarbystės tai paskatinti negali. Kaip tik, jei lietuviai gamina tam tikrus produktus mažesniais kaštais nei kitos šalys, tai gali keistis šiais produktais su kitomis šalimis, o tai tik mažina bedarbystę. „L: Sakykite, kaip jums atrodo, ar užsieniškų prekių pirkimas nepadidina bedarbystės Lietuvoje? J: Gali būti, kad tai susiję – užsieniškų prekių pirkimas ir bedarbystė. Galbūt galima pasvarstyti, kad tai skatina ir tokią „nematomą“ depresiją visuomenėje ir iš vis, yra kažkokia neapykanta jaučiama lietuviškoms prekėms dažnai, gal čia tik mūsų amžiaus grupėj toks jausmas likęs iš vaikystės, kai užsieninės, turkiškos ir panašiai... kramtoškės ir kitokie dalykai buvo įdomiau ir atrodė nei tuometiniai vietiniai gaminiai...“ (moteris, 26 m., aukštasis).

Klausimu “Ar užsienietišku produktų pirkimas nekenkia Lietuvos ekonomikai?” nuomonių buvo nedaug, respondentai, turintys nuomonę apie tai, manė, kad mūsų ekonomikai tai šiek tiek kenkia. Vis dėlto buvo nuomonė, kad ekonomikai tai gali būti ir naudinga ir ne, priklauso nuo to, kokios tai prekės, taip pat ir dėl bedarbystės. Jeigu įvežtos prekės slopina vietinių gamybą tada kenkia. Gamybą, anot respondento, slopina tos prekės kurios turi lietuviškų analogų, bet yra pigesnės, pavyzdžiui, užsienietiškas pigus alus skardinėse, kiniški rūbai, olandiškos gėlės, užsienietiškos bulvės ar obuoliai.

Klausimas “Kaip manote, ar reikėtų riboti užsienietišku produktų įvežimą į Lietuvą, siekiant sumažinti konkurenciją?” susilaukė nemažai nuomonių. Labiausiai panašumo buvo tame, kad dauguma respondentų buvo įsitikinę, jog riboti reikia ne visus produktus, o tokius, kurie gali slopinti lietuviškuosius – ypač naujas verslo šakas, kurios dar tik vystosi, pavyzdžiui, maisto pramonės, ypač pieno ir žemės ūkio produktų, kuriuos mes užauginame, pirmiausia, kad galima būtų parduoti savo, o paskui pirkti įvežtinius, taip pat kosmetikos. Vienos respondentės teigimu, reikėtų saugoti lengvosios pramonės šakas, nes jas užgožia kinietiška ar turkiška produkcija, kuri yra prastos kokybės. Buvo nuomonių, kad riboti užsienietišku produktų įvežimo nereikia, geriau kelti jiems griežtesnius reikalavimus, be to, yra įvairių žmonių, kuriems galbūt užsienietiški produktai patinka daug labiau nei lietuviški, konkurencija vis tiek turi būti.

Į patį etnocentriškiausią klausimą “Ar sutinkate su teiginiu, kad tikras lietuvis turi pirkti lietuviškus produktus, o ne užsienietiškus?” buvo taip pat įvairių atsakymų. Žmonės, atsakę neigiamai, rėmėsi tuo, kad nors ir stengiasi patys pirkti lietuvišką, bet yra tokių produktų, kurie negaminami Lietuvoje, ir apskritai, anot vieno respondento: „jei lietuvis patriotiškai nusiteikęs, pirks prekę vien tik todėl, kad ji lietuviška, nors kokybės, kainos ir kiti naudingumo rodikliai neigiamai kontrastuos užsienietišku prekių fone – čia jau absurdas arba fanatizmas geriausiu atveju” (vyras, 31 m. nebaigtas aukštasis). Apskritai kalbant apie produktų pirkimą, respondentai stengiasi pirkti lietuviškus produktus, tačiau pirkimo procese lemiamą vaidmenį be etnocentrizmo taip pat vaidina kokybė, kaina, išvaizda ir kt. Taip pat apsisprendimui turi įtakos žmogaus noras pažinti, pabandyti.

„L: Ar sutinkate su teiginiu, kad tikras lietuvis turi pirkti lietuviškus produktus, o ne užsienietiškus?
J: Iš dalies. Užsienietišku, kitokių norisi pabandyti, paragauti, ir pan. Su jais paskui galima palyginti lietuviškus. Bet, taip, aš manau, kad lietuvis turėtų pirmenybę teikti savo šalies produkcijai, tik nelabai tikiu, kad taip yra... bus ateityje. L: Kodėl nelabai tikite? J: Todėl, kad esame ES narė, mus pasiekia vis daugiau ir daugiau ES šalių produkcijos, ateityje jos gal bus ir dar daugiau, o Lietuva – nedidukė, mūsų gamintojus ar ūkininkus ne tik ES remia parama pagal įvairias priemones, bet, manau, ir apmokestina, visokios kvotos, reikalavimai, standartai... Tai gal ir neblogai, skatina pasitempti, stengtis, bet per tiek laiko žmonės pripras prie užsienio prekių, o jos, savo ruožtu, labiau čia įsigalės ir ras savo vietą bei vartotoją. O gal ir lietuviai jau mažiau grynai lietuviškos

produkcijos gamins vis labiau taikydami priėmimo kosmopolito ir lygiuodami į ES šalių produkciją...“ (moteris, 26 m, aukštasis). Iš tiesų vartotojo apsisprendimui ir nuomonei įtaką daro ir Lietuvos bei užsienio politika, tarptautiniai santykiai. Žmonės jaučia stiprią užsienio šalių įtaką, neišvengiamą jų produktų skverbimąsi į rinką, ir nors stengiasi laikytis etnocentriškų nuostatų, vis dažniau kyla abejonių, nepasitikima lietuviškų produktų kokybe. „D: Taigi sakau, negamina lietuviai visko, ko reikia, ir kokybė neatitinka. Ypač pramoninių prekių.“ (moteris, 34 m. aukštasis neuniversitetinis).

Toliau atliekant interviu buvo užduodami klausimai, skirti pagrindiniam šio tyrimo tikslui įgyvendinti, t.y. išsiaiškinti vartotojų etnocentrizmo lygį skirtingose produktų kategorijose. Toliau aptariamos bendros respondentų nuostatos apie kiekvieną produktų kategoriją atskirai.

TECHNIKA – televizoriai ir šaldytuvai

Paklausus respondentų apie tai, kokia jų nuomonė apie lietuvišką techniką, beveik daugumos atsakymai buvo skeptiški, ypatingai kalbant apie lietuviškus televizorius. „D:...televizoriaus irgi nepirkčiau lietuviško, nes man atrodo, kad nors ir tobulėja viskas, bet dizainas man šiaip sau, mačiau Maksimoj. Žodžiu šalia tų visokių Samsungų tas Tauras man atrodė vargas, kaip kažkokia pigi kinietiška kopija. (Vyras, 39 metų, aukštasis). „M: Nepirkčiau. Labiau pasitikiu užsienietiškais televizoriais, lietuviški gana greitai genda.“ (Moteris, 25 metų, nebaigtas aukštasis). Tokią nuomonę pirmiausiai lėmė prasta anksčiau gamintų televizorių reputacija, ne vienas respondentas buvo turėjęs Taurą ar Šilėlį, tačiau kai kurie nusivylė, kai kurie teigė, kad nebepasitiki šiais televizoriais, o buvo tokių respondentų, kurie galvojo, kad Lietuvoje televizoriai iš viso nebegaminami. Kitos priežastys, dėl ko dauguma respondentų apie lietuviškus televizorius kalbėjo neigiamai, buvo lietuviško televizoriaus kokybės neatitikimas užsienietiškam, prastas dizainas, mažas pasirinkimas, televizoriai greitai genda. Buvo keletas respondentų, kurie teigė, kad pirktų lietuvišką televizorių, tačiau prieš tai gerai pagalvotų arba pirktų kaip žemesnės klasės televizorių, skirtą žiūrėti dirbant pašalinius darbus, kur nors virtuvėje ar sode. „S: Na galbūt aš pirksčiau lietuvišką televizorių tokį, kuris mane... nu... mažesnio dydžio, sakykim kaip anksčiau buvo lietuviški šilėliai, jie buvo geros kokybės ir... didelių nesu girdėjęs, kad būtų va dideli plokšti televizoriai, tokie kaip užsienietiški... va tokie lietuviški. Bet tokius mažesnius tai tikrai...“

Kalbant apie lietuviškus šaldytuvus, konkrečiai Snaigę, buvo labai įvairių nuomonių, praktiškai pusė teigiamų, pusė neigiamų. Respondentai buvo neigiamos nuomonės, nes nepasitiki lietuviškais šaldytuvais, mano, jog Lietuva yra per maža šalis, kad galėtų išvystyti aukštos kokybės techniką, taip pat buvo teigiama, kad Snaigė neatitinka respondento poreikių, šaldytuvas yra nemodernus, negražaus dizaino, taip pat daugelis turėjo Snaigę anksčiau ir buvo susidarę prastą nuomonę iš patirties. „R: Snaigė, kiek aš žinau, dabar jau yra ekonominės klasės, bet šiaip anksčiau

suvartodavo labai daug elektros energijos, antras dalykas, jie būdavo kažkokie nepatikimi, bėgdavo, ne taip šaldavo, bet manau, kad dabar yra pokyčių ir yra kainos ir kokybės santykių gal ir neblogų daiktų. Paprasčiausiai tokių dalykų dažnai neperki ir negali atspėti, kaip dabar yra geriau.“ (Moteris, 47 m., aukštasis). Kai kam Snaigės šaldytuvas paprasčiausiai netiko pagal matmenis, be to girdėjo, kad jo plastmasinės dalys greitai ir lengvai sulūžta. Teigiamą nuomonę apie tai turintys respondentai sakė, jog Snaigė turi pakankamai gerą reputaciją, kad žmonės, kurie turi tokius šaldytuvus, tikrai patenkinti, be to jiems pasirodė, kad lietuviškų šaldytuvų kainos yra priimtinesnės už užsienietiškus. Jeigu reikėtų palyginti, ar buvo daugiau teigiamų ar neigiamų nuomonių apie lietuviškus šaldytuvus, tai galima teigti, jog santykis buvo beveik toks pats, teigiamų nuomonių nežymiai daugiau, negu neigiamų. Tuo tarpu apie televizorius respondentai buvo labai prastos nuomonės. Deja, apie kitokią techniką respondentai neturėjo nuomonės, sakėsi, nežinantys nei fakto apie Sirijaus gaminamus virdulius, nei apie kitą lietuvišką namų techniką.

BALDAI

Lietuviški baldai daugeliui respondentų sukėlė teigiamas emocijas. Beveik visi paminėjo, kad Lietuvoje gaminami baldai yra geri, taip pat respondentai teigė, kad jie yra pigesni už užsienietiškus, gražūs, patogūs, geros kokybės, pritaikyti būtent mūsų skoniui ir mažiems butams. Taip pat buvo minima, kad lietuviškų baldų pasirinkimas dabar labai didelis, yra iš ko rinktis. Šių baldų minusais buvo įvardinti jų ne visada aukštos kokybės audiniai ir medžiagos, kartais per daug stilizuoti, sunku surasti tokį stilių, kuris tikrai patiktų. Žemesnes pajamas gaunantys respondentai išreiškė nuomonę, kad vis dėlto lietuviški baldai per brangūs jų kišenei. Bet apskritai vertinant respondentų pasisakymus apie lietuviškus baldus, jų kokybę ir norą juos pirkti, galima teigti, jog baldai vertinami geriau tiek už lietuviškus televizorius, tiek už šaldytuvus.

DRABUŽIAI ir BATAI

Apie lietuviškus drabužius buvo įvairių nuomonių, beveik po lygiai. Labiausiai vertinamas lietuviškas apatinis trikotažas, Audimo, Spartos, Utenos trikotažo ir Lelijos siuvami rūbai. Respondentai juos vertino dėl to, jog jie natūralesni, mažiau sintetikos, gerų audinių ir geros kokybės, patiko modeliai, nes jie neįmantrūs ir paprasti. Vis dėlto kitiems pasirodė, kad nors rūbai ir geri, tačiau sunku rasti tinkamų dydžių, kartais lietuviški drabužiai yra per daug senamadiški, šabloniniai. Deja, kalbant apie batus respondentai buvo prastesnės nuomonės, dauguma teigė, kad batai ne visai madingi, per daug paprasti, kietos odos, tačiau pakankamai geros kokybės, ypač žieminiai, nes yra tvirti ir atlaiko ne vieną sezoną. Vyresni žmonės turėjo palankesnę nuomonę nei jaunesni, be to galėjo daugiau pasakyti apie lietuviškus batus, nes žinojo daugiau, nei jaunesnieji. Be to, jiems nebuvo toks svarbus batų dizainas. Lyginant lietuvišką techniką, baldus ir drabužius

bei batus, geriausiai kol kas iš šių kategorijų respondentai įvertino baldus. Jų etnocentrizmo lygis šios kategorijos atžvilgiu buvo didžiausias.

KOSMETIKA ir ASMENS HIGIENOS

Kalbant apie lietuviškos kosmetikos plusus, buvo įvardinta, jog ji geriausiai subalansuota mūsų odai, labai natūrali, joje mažai konservantų, mažiau nei užsienietiškoje, be to ji yra nebrangi. Iš naudojamų kremų respondentai vardina Margaritos ir Rasos. Taip pat plačiai naudojami lietuviški šampūnai, nes jie nesukelia alergijos kaip kai kurie užsienietiški, bei ūkiški muilai. „T: Todėl, kad tikiu lietuviais, man atrodo, kad jie pagaminti iš grynų medžiagų, iš... be ... ne tokių kenksmingų chemikalų, kokius gamina užsienis. Jie yra ekologiškesni. Taip. Čia turiu išankstinę nuomonę.“ (vyras, 68 m., aukštasis). Tiesa, kitiems vyrams buvo sunkiau įvertinti lietuvišką kosmetiką ar kitas asmens higienos prekes, kai kurie net buvo girdėję, kad būna lietuviškos kosmetikos, ir tas informacijos trūkumas buvo įvardintas kaip minusas, kaip priežastis rinktis kitų šalių gaminius.

MAISTO PRODUKTAI

Lietuvišką maistą respondentai vertino labai gerai. Jų etnocentriškumo lygis čia buvo labai didelis. „M: ...jie pagaminti Lietuvoje iš lietuviškų maisto medžiagų, kurios labiausiai tinka lietuviams pagal geografinę platumą. Lietuvių organizmai pripratę būtent prie šio maisto. Aš visad perku lietuviškus maisto produktus...“ (moteris, 25 m., nebaigtas aukštasis). Dauguma sakė, kad netgi, jei kai kuriais atvejais lietuviškas maistas ir yra brangesnis už įvežtinį, jie pirmenybę vis tik teikia lietuviškiems produktams. Buvo minima, kad lietuviški vaisiai ir daržovės yra skaniausi, kvėpiantys, natūralūs, patikimi, be konservantų, tiesiog mielesni. „L: Kodėl tik lietuviškų? T: Todėl, kad Lietuvos žemės ūkis nėra dar toks nualintas, ir nėra dar taip chemizuotas ir užterštas, kaip yra užteršti jau išsivysčiusių šalių, modernių šalių, kurios vartoja modernias technologijas. Jos yra ir užkrėstos įvairiaisiais pesticidais, daug, kurie vartojami nuo kenkėjų. Lietuvoj tokių mastų dar nėra. Pasižiūrėkim Ispanijoj šiltnamiuose kaip dirba mūsų emigrantai. Kiek jie ten pila chemikalų ant pomidorų... L: O iš kur tai žinote? T: Per televizijos laidas matau. Tad atpuola bet koks noras pirkti ispanišką... Ispaniškus pomidorus. Lietuvoj galbūt dar vartoja tuos pesticidus, bet galbūt ne tokiais kiekiais ir ne tokiais mastais. O be to yra daug ekologiškų ūkių.“ (vyras, 68 m., aukštasis). Respondentai daug labiau pasitiki lietuviškais produktais, labai skeptiškai žiūri į kitų šalių pieno produkciją, nes mano, kad mūsų gamintojai siūlo tikrai pakankamą gaminių asortimentą. „J: Pieno produktai sveika. Lietuviški – sveika ir dar skanu. Perku tik lietuviškus jogurtus, pieną, sūrį, sūrelius. Tik lietuviškus. Užsieninių kiek teko ragauti, tiek labai nusivyliau – kažkokia keista konsistencija, neskanu...“ (moteris, 26 m., aukštasis). „D: ...Lietuvos pieno gamintojai siūlo pakankamai platų asortimentą produktų, nuo pieno iki sūrių, gamina net mano mėgiamą Bri sūrį...“

(moteris, 34 m., aukštasis neuniversitetinis). Kitų šalių produktus respondentai perka nebent, kai būna akcijos, arba tais atvejais, kai produktas negaminamas Lietuvoje, pavyzdžiui, prancūziški pelėsiniai sūriai. Taip pat užsienietiški maisto produktai perkami tuomet, kai respondentams smalsu paragauti naujo ar egzotiško skonio. Lyginant šią kategoriją su prieš tai minėtomis, čia vartotojų etnocentrizmo lygis yra pats didžiausias. Netgi neetnocietriški respondentai išreiškė nuomonę, kad pirmiausiai jie parduotuvėse ieško lietuviškos produkcijos, nes maisto produktų kategorijoje pasiūla yra tikrai didelė.

GAIVIEJI IR ALKOHOLINIAI GĖRIMAI.

Kalbant apie gairiuosius gėrimus, dažniausiai respondentų tarpe buvo minimas vanduo (Neptūno, Tichės, Rasos). Deja, apie vaisvandenius ir sultis buvo prastesnė nuomonė. Respondentai pasigenda natūralių sulčių – obuolių, pomidorų. Todėl iš lietuviškų dažniau perka vandenį.

Minint lietuvišką vyną, respondentų nuomonė buvo beveik vieninga – vynas prastas, neskanus, per saldus, spirituotas. Mėgstamas nebent tik putojantis vynas. Tokios nuomonės priežastis ta, kad respondentai teigė, jog Lietuvoje neauga vynuogės, iš kurių galima būtų pagaminti gerą, skanų, kokybišką vyną. „R: Lietuviškas vynas tikrai nelabai kaip, sakyčiau, nes jie kažkokie spirituoti ar pasaldinti. Manau todėl, kad mes žaliavos neturim tinkamos ir negalim pasigirti vynu.“ (moteris, 47 m., aukštasis). Netgi etnocietriški respondentai pasisakė prieš lietuvišką vyną. „A: Nu nežinau, gal jie spirituoti, vis tiek, sausi vynai yra geri kieno ten, prancūziški ar kokie. O jau mūsų vynai neturi gero skonio, tikrai neturi.“ (moteris, 73 m., nebaigtas vidurinis).

Alus po maisto produktų kategorijos užėmė antrą vietą visose kategorijose, nes respondentai tikrai labai etnocietriški šios kategorijos atžvilgiu. Pirmoje vietoje jie vertina savo šalies alų, nes jis yra skanus, yra daug rūšių, atitinka lietuvišką skonį. „D: Lietuuuviškas ☺ Mus vienija alus ir pergalės ☺ ☺ ☺“ (moteris, 34 m., aukštasis neuniversitetinis). Nors buvo ir viena kitokia nuomonė. „T: Esu blaivininkas, apie alų mažai išmanau... Esu ragavęs čekiško, vokiško, švediško, belgiško.. Man skanesni užsienietiški alūs. Lietuviški per daug man kartūs.“ (vyras, 68 m. aukštasis).

Apie kitus alkoholinius gėrimus buvo išreikšta mažiau nuomonių, nes daugeliui respondentų tai buvo nelabai aktuali tema. Visumoje stiprieji alkoholiniai gėrimai buvo įvertinti gerai – gero skonio, geros kokybės ir prieinamos kainos. Paminėti Stumbro, Glorijos, Alitos, Lietuvos prekiniai ženklai.

Aptarus visas šias produktų kategorijas, galima išvelgti akivaizdžius vartotojų etnocentrizmo lygio skirtumus jose. Tai patvirtina pirmąją hipotezę, kuri teigė, kad *vartotojų etnocentrizmas keisis skirtingose produktų kategorijose*. Šiuos vartotojų etnocietriškumo skirtumus galima įvertinti balais nuo 1 iki 6 (1 respondantai labai etnocietriški, 6 – respondantai neetnocietriški).

14 lentelė. Vartotojų etnocentrizmas produktų kategorijose

Kategorija	Etnocentrizmo lygis
Maisto produktai	1
Baldai	2
Gaivieji ir alkoholiniai gėrimai	3
Drabužiai ir batai	4
Kosmetika ir asmens higienos prekės	5
Technika – televizoriai ir šaldytuvai	6

Šioje lentelėje pateikiamas visų apklaustųjų respondentų etnocentrizmo lygis skirtingose produktų kategorijose, kurios išdėstytos eilės tvarka, nuo labiausiai iki mažiausiai vertinamos. Kaip rodo lentelė, labiausiai etnocentriški respondentai yra maisto kategorijos atžvilgiu, mažiausiai – technikos. Taigi patvirtinama antroji hipotezė, kuri teigė, kad *labiausiai etnocentriški vartotojai bus maisto kategorijos atžvilgiu, o mažiausiai etnocentriški technikos atžvilgiu*. Tokių rezultatų pagrindinėmis priežastimis galima įvardinti:

Maisto kategorija: lietuviai pasitiki maisto gamintojais, tiki jo natūralumu, šviežumu, mano, kad jis labiau atitinka jų skonį, poreikius, kokybę ir dažnai kainą, be to, maisto produktų pasiūla yra pakankamai didelė, yra iš ko rinktis. Anot, vieno prekybos centro komunikacijos direktoriaus, nuo 2003 m. iki 2007 m. lietuviškų vaisių ir daržovių pardavimo apimtis išaugo daugiau negu 3 kartus. "Pagrindinė priežastis – augintojai investavo į sandėliavimo įrangą. Prieš ketverius metus didžioji dalis augintojų derlių parduodavo iš karto. Ir tuomet su mielu noru būtumėme pirkę daugiau, tačiau nebuvo pasiūlos. Dabar mūsų partneriai gali užtikrinti daugumos vaisių ir daržovių tiekimą visus metus", – teigia jis. (26, p.1). I. Verbiene savo straipsnyje netgi teigia, kad šiuo metu socialinės reklamos lyg ir nebereikalingos – lietuviškos produkcijos poreikis akivaizdus. Palyginus su 2004 m., tyrimų duomenimis, kai 50 procentų lietuvių ūkininkų produkcijos keliaudavo į prekybos centrus (likusi į viešojo maitinimo įstaigas, turgus), 2005 m. prekybos centrai gaudavo 70 procentų, o 2006 m. net 90 procentų lietuviškų žemės ūkio gėrybių.

Technika: manoma, kad Lietuvoje technika yra pakankamai žemo lygio, neišvystyta dėl per mažos valstybės, mažo specialistų skaičiaus ir lėšų trūkumo. Taip pat technika turi prastą reputaciją dar iš praeities, savo kokybe, dizainu ir kaina nublankstanti prieš daugelį užsieniškų produktų.

Jei lygintume su ankstesniu, 2005 m. kiekybiniu tyrimu, rezultatai pagal produktų vertinimą nežymiai skiriasi (žr. 15 lentelę).

15 lentelė. Kiekybinių ir kokybinių rezultatų palyginimas

Šalis	Lietuva. Kiekybinis tyrimas (dešimtbalė sistema)
Produktų kategorija	
Televizoriai	7
Audio aparatūra	9
Video aparatūra	9-10
Asmeniniai kompiuteriai	9
Buities prietaisai	9
Batai	8
Drabužiai	5
Asmeninės prekės	8
Buities valymo prekės	9
Vaisiai ir daržovės	1
Pieno produktai	1
Alus	1
Vynas	1
Gaivieji gėrimai	1

Pavyzdžiui, kokybinio tyrimo respondentai lietuvišką vyną vertino labai prastai, jam tikrai neduotų pirmos vietos iš visų produktų. Požiūris į pieno produktus ir vaisius bei daržoves sutapo, taip pat sutapo požiūris į lietuvišką kosmetiką, nors iš tiesų tais metais tiek daug kosmetikos, kaip dabar, ir nebuvo, tačiau ir dabar kai kurie respondentai yra mažai apie ją girdėję.

Aptarus vartotojų etnocentrizmą skirtingose produktų kategorijose, reikėtų aptarti tai, kokių kitų šalių produkciją renkasi respondentai ir ją vertina, kokius prekinius ženklus dažniausiai mini, o taip pat reikėtų aptarti, kokių šalių produkcijos jie nevertina, nemėgsta bendrai ir skirtingose produktų kategorijose.

TECHNIKA:

Geriausiais televizorių gamintojais respondentai įvardino Rytų Azijos šalis – Japoniją, Korėją, o šaldytuvų – Vokietiją ir Italiją. Būtent šių šalių technika jie labiausiai pasitiki, nes mano, jog šios šalys yra pakankamai išvysčiusios savo technikos lygį ir turi gerą vardą rinkoje. Jeigu lygintume su 2005 m. Lietuvoje atliktu kiekybiniu tyrimu, ten gauti rezultatai ir čia išsakytos nuomonės sutampa, tiek technikos, tiek ir buities prietaisus vertindami ankstesnio tyrimo respondentai pasirinko taip pat Japoniją ir Vokietiją.

BALDAI:

Iš geresnių baldų gamintojų paminėti italai, tačiau pastebėta, kad nors jų dizainas ir gražus, tačiau baldai yra pakankamai brangūs. Taip pat respondentai minėjo lenkiškus, vokiškus,

rumuniškus, suomiškus, čekiškus ir net amerikietiškus baldus. Beje, už natūralumą buvo gerai įvertinti Baltarusijos baldai.

KOSMETIKA:

Kalbant apie kosmetiką, respondentai išskyrė prancūziškus kremus, baltarusiškus, rusiškus ir vokiškus šampūnus, švediškus muilus. Ankstesnis tyrimas taip pat parodė, jog vartotojai vertina vokišką bei prancūzišką kosmetiką ir kitas asmenines prekes.

DRABUŽIAI:

Labiausiai respondentai vertino Italijos, Danijos, Vokietijos ir netgi kai kuriuos kinietiškus drabužius. Lyginant su kiekybiniu tyrimu, kur respondentai pirmoje vietoje taip pat įvertino itališkus drabužius, galima teigti, jog jų nuomonės panašios, be itališkų dar buvo įvertinti angliški rūbai.

BATAI:

Neblogais buvo įvardinti lenkiški batai, šiek tiek geriau vertinamai itališki ir vokiški. Vis dėlto, lyginant su 2005 m. tyrimu, respondentų nuomonės skyrėsi. Ankstesnis tyrimas parodė, jog labiausiai žmonės vertina D.Britanijos, Prancūzijos ir Vokietijos gaminamus batus. Taigi nuomonė sutapo tik dėl vienos šalies.

MAISTAS:

Vaisius ir daržoves respondentai stengiasi pirkti išimtinai lietuviškus, tačiau jei nėra iš ko rinktis renkasi artimesnių šalių produkciją, arba tai, ką siūlo parduotuvė. Artimesnės šalies prioritetas išreiškiamas todėl, kad vartotojai mano, jog produktų nereikia ilgai gabenti, jie būna šviežesni, galbūt mažiau apipurkšti chemikalais. „L: O ką, jei tuo metu parduotuvėj nebūtų lietuviškų? J: Na, jei tokių nebūtų, tuomet gal lenkiškus ar latviškus, baltarusiškus, jei tokių būna.. lietuviški – mažiau nuodų ir jie natūralesni ir skanesni, nors skonis – subjektyvus dalykas... Jos tiesiog mūsų kaimynės, artimos, gal ne taip ilgai iki Lietuvos gabenti reikia produktus, taigi, reiktų manyt, kad juos mažiau ir purkštų visokiais chemikalais. Be to, klimatas panašus, ir šalys dar ne tokios pažengusios, kad visokiais nuodais nuodytų savo derlių... ir iš tų šalių tikiuosi panašaus skonio vaisių ir daržovių.“ (moteris, 26 m. aukštasis). Panašiai vaisiai ir daržovės buvo vertinami ir 2005 m. tyrime, kuriame respondentai pasisakė už latviškus ir estiškus produktus, beje tie patys rezultatai buvo gauti ir vertinant pieno produkciją.

Kalbant apie pieno produktus, daugelis taip pat perka praktiškai tik lietuviškus, tačiau mėgsta latviškus sūrelius, prancūziškus ir itališkus sūrius dėl skoninių savybių.

GĖRIMAI:

Iš gaiviųjų gėrimų paminėtos šalys, siūlančios natūralias sultis – tai Ukraina ir Gruzija, tuo tarpu kiekybinio tyrimo respondentai geriau vertino angliškus ir vokiškus gėrimus.

Tarp vynu gamintojų už gerą skonį įvertinti vokiečiai, italai, prancūzai, ispanai, dar ir už gerą kainą vertinami Čilės vynai. „: Kas įtakoja šią nuomonę? D: Išgirdau, pamačiau, paragavau ir patiko ☺ ta prasme, rekomendavo vieną vokišką vyną, ir tikrai neblogas buvo, eksperimentavau toliau, ir kol kas neteko nusivilti.. nors kiek aš ten jo ir geriu... Žodžiu, kaina atitiko kokybę ir skonį.“ (moteris, 34 m., aukštasis neuniversitetinis). Taip pat ir 2005 m. tyrimo respondentai gerai įvertino prancūzišką, itališką ir vokišką vynus.

Alaus mėgėjai skaniausiu alumi įvardino lietuvišką, po jo vokišką, čekišką, švedišką ir belgišką. Panašūs duomenys gauti ir kiekybiniame tyrime, tačiau pirmoje vietoje po lietuviško atsidūrė čekiškasis.

Kalbant apie stipresnius gėrimus, respondentai gerai įvertino švedišką ir rusišką degtinę, airišką viskį, graikišką konjaką. „E: Man patiko skonio savybės, poveikis organizmui, nebuvo sunkių pagirių, dėl degtinės.“ (vyras, 31 m., nebaigtas aukštasis).

Vis dėlto paklausus, ar tokią nuomonę įtakoja vien skonis ar kaina, žmonės atsakė, kad juos įtakoja tam tikri stereotipai, būtent kilmės šalies stereotipai. Literatūroje teigiama, kad lygiai taip pat, kaip vartotojai skirsto produktus į tam tikras kategorijas pagal kainą ar išvaizdą, jie, remdamiesi stereotipais, skirsto produktus ir pagal kilmės šalį [17, p. 154]. Pavyzdžiui, pagalvojus apie Šveicariją, daugeliui gali kilti asociacijos su laikrodžiais, o apie Belgiją – prisimintumėme belgišką šokoladą. Vieno tyrimo metu buvo pastebėta, kad skirtingos šalys žmonėms iš tiesų asocijuojasi su tam tikrais dalykais. Apibendrinus duomenis, gautos tokios išvados [17, p. 54]²:

Italija:	Pica, makaronai, Parmezano sūris, espresso kava, mada, menas, dizainas, Ferrari, kultūra, muzika, ledai, batai.
Vokietija:	Alus, dešrelės, rauginti kopūstai, automobiliai.
Olandija:	Medinės klumpės, sūris, vėjo malūnai, gėlių svogūnėliai, deimantai, kiaušiniai, bulvės, kava.
Didžioji Britanija:	Lietus, arbata, sumuštiniai, skrybėlės, trijų dalių kostiumai, viskis, kiaušininė su lašinukais.
Prancūzija:	Mada, kvėpalai, vynas, aukštoji mada, prancūziškos bandelės, konjakas, šampanas, česnakas, sūris, mašinos.
Japonija:	Žalia žuvis, kimono, ryžiai, sakė, mašinos, audio/video aparatūra, kameros, kopijavimo aparatai.

² Morello and Boerema, 1989.

JAV: Kukurūzų burbulės, dešrainiai, Coca-cola, didelės mašinos, doleris, žemės riešutai, spurgos, spraginti kukurūzai, mėšainiai, kramtoma guma, ketčupas, kepsniai su kaulu.

Žinoma, kiekvienam žmogui skirtinga šalis gali asocijuotis su skirtingais dalykais, tačiau respondentai, paklausti kodėl jie renkasi būtent tos šalies kokį nors produktą, dažnai paminėdavo, jog būtent ta šalis jiems su juo asocijuojasi, ir tai yra kaip savaime aiškus dalykas. Labiausiai stereotipai apie kilmės šalis pasireiškė kalbant apie sūrius, vynus, batus. Pavyzdžiui, kalbėdamas apie vynus, vienas respondentas teigė, kad jam italai ir vynas atrodo neatskiriami dalykai, kad ten vynas kuriamas meilei, ir šis stereotipas priverčia jį galvoti, jog itališkas vynas iš tiesų yra geras.

Tiesa, klausiant apie kitų šalių vertinamus produktus, respondentai minėjo ne tik šalis, bet ir atskirus prekinis ženklus (žr. 16 lentelę).

16 lentelė. Geriausiai įvertinti prekiniai ženklai

Produktų kategorija	Prekinis ženklas
Gaivieji ir alkoholiniai gėrimai	Schweps, Coca-cola, Čiumak, Absolut, San Marino, Metaxa
Drabužiai ir batai	Tomaris, Salamander
Kosmetika ir asmens higienos prekės	Nivea, Loreal, Safeguard, Fairy
Technika – televizoriai ir šaldytuvai	Philips, Samsung, Sony, Liebherr, Ardo

Tarp respondentų pasisakymų buvo nemažai minčių apie šalis, kurių produkcijos šie vartotojai nevertina arba yra nusivylę. Daugiausiai nusivylimo nuskambėjo kalbant apie kiniškus, lenkiškus ir turkiškus produktus, nes vartotojai teigė nepasitikintys kokybe. „A: Nu kaip maistą tai aš sakau, tiktai žiūriu, kad nusipirkti savos šalies. Pavyzdžiui, mėsa, jei matau, kad turguj vien lenkiška, tai net ir nežiūriu ir neperku jos. Lenkiško nenoriu maisto, man neskanūs nei mėsos gaminiai.“ (moteris, 73 m., nebaigtas vidurinis). Lietuviai nemėgsta lenkiško maisto, kiniškų ir turkiškų rūbų, buvo nusiskundimas itališkais batais, kurie, anot respondentės, yra brangūs ir nepritaikyti mūsų šalies klimatui. Lenkiško maisto respondentai teigė nevertinantys dėl susidariusio stereotipo, kad lenkai yra sukčiai, panašūs į „vietinius kinus“, o jų moterys netvarkingos, visą maistą ruošiančios nešvariomis rankomis. Tai labai kategoriškos išankstinės respondentų nuomonės. Taip pat nelabai vertinami lietuvių tarpe ispaniški pomidorai, todėl, kad jie yra prasto skonio, su chemikalais, kad nesugestų ilgai transportuojant. Beje, kalbant apie Ispaniją, buvo pora nusiskundimų ispaniškais baldais, respondentai buvo nepatenkinti kokybe ir itin didele kaina. Vis dėlto, jei kalbėtume apskritai apie produkto rinkimąsi ir kilmės šalį, respondentai teigė, kad kiekvienu atveju jų pasirinkimą lemia skirtingi veiksniai, pavyzdžiui, jei jie perka drabužius, tai ne taip svarbu, kas juos

gamina, bet svarbu, kad drabužis žmogui tinka ir patinka, panaši nuomonė buvo ir apie batus. Uždavus klausimą, kokį dėmesį respondentas skiria kilmės šaliai, atsakymų buvo įvairių, jie pateikiami pagal vartotojo etnocentriškumo laipsnį.

17 lentelė. Etnocentriško vartotojo dėmesys kilmės šaliai

Etnocentriškumo laipsnis	Ar didelį dėmesį skiria kilmės šaliai, pirkdami produktus (citos, kalba šiek tiek taisyta)
Etnocentriškas	Nu nejaugi ne... Žiūriu, gi sakiau, man maistas tai tik lietuviškas turi būti. Bet pirmoj vietoj, vaikelį, aš į kainą pasižiūriu, ką man įpirkt galima būtų... Ir aišku, imu tą, ką žinau jau... nu ir svarbiausia ne lenkiškas man.
Etnocentriškas	Nu kaip maistą tai aš sakau, tik tai žiūriu, kad nusipirkti savos šalies. Pavyzdžiui, mėsa, jei matau, kad turguj vien lenkiška, tai net ir nežiūriu ir neperku jos. Lenkiško nenoriu maisto, man neskanūs nei mėsos gaminiai. Nes žmonės sako, kad lenkų moterys yra tikros „terliūzės“, viską ima nešvariom rankom, prastai gamina ir t.t. Rusiškų tai majonezo nusiperku, rusiškas majonezas visai geras. O daugiau tai aš nežinau, ar čia būna rusiško maisto kokio labai.
Etnocentriškas	Apskritai atsižvelgiu į tai. Kaip? Jeigu šalis turi aukštai išvystytas technologijas ir tų gaminių senas gamybos tradicijas, kurios yra pagarsėjusios pasaulyje, tuomet man turi įtakos renkantis gaminį.
Etnocentriškas	Nu šimtą procentų nežiūriu, kad labai, nu kad tinka tai... nu aišku pirmiau pasižiūri taip, bet va kad ten konkrečiai žiūrėtum, tai ne visada.
Etnocentriškas	Nu... taip taip... Pirmiausiai tai žiūriu, kad produktas būtų vietinės gamybos.
Etnocentriškas	Skiriu dėmesį. Ir dažniausiai krepšelyje atsiduria lietuviški gaminiai.. Kažkaip stengiuosi ir kitiems dovanoti lietuviškus gaminius – ar saldinius, ar kosmetiką.

Iš pateiktų atsakymų matyti, kad etnocentriški vartotojai pirmiausiai stengiasi, kad krepšelyje dažniau atsidurtų lietuviški produktai, tačiau pakankamai dėmesio skiria kilmės šaliai, jie daugmaž žino kokios šalies produktų nenorėtų pirkti. Šalia kilmės šalies vertinimo, respondentai žiūri į kokybę ir kainą. Lyginant su ankstesniuoju, 2005 m. kiekybiniu tyrimu, etnocentriški vartotojai taip pat pasižymėjo didesniu svarbos kilmės šaliai išreiškimu.

18 lentelė. Liberalaus vartotojo dėmesys kilmės šaliai

Etnocentriškumo laipsnis	Ar didelį dėmesį skiria kilmės šaliai, pirkdami produktus (citatos, kalba šiek tiek taisyta)
Liberalus	Be abejo...žiūriu, kad nebūtų iš per toli vežtas. Nes va kaip tokių vaisių, kurie iš toli atkeliauja, taigi jie labai greitai supūva, jau parduotuvėse jie būna apipuvę... Pamačiau, ar ta šalis moka gaminti geros kokybės būtent tos rūšies produktus. Manau, kad kiekviena šalis, turėtų specializuotis tam tikrų produktų gamyboje. Tų produktų, kuriuos gali pagaminti mažiausiais kaštais ir geriausios kokybės.
Liberalus	Skiriu 25% dėmesio būtent į tai... likusieji sudaro kaina, kokybę ir papildomos sąlygos.
Liberalus	Hmm.... Stengiuosi kiniškų, jeigu galima, šiaip jau nepirkti, nes kažkodėl nepasitikiu jų kokybe. Manau, kad gali būti prastas. Amerikoniškų vengiu, nes irgi įtariu, kad gali būti prastos kokybės, netgi kiniški... Nes jie mėgsta visokius ten tokius dalykus. Tai arba lietuviškas, arba Europos sąjungos, sakykim, šalių. Tai tie dalykai atrodo patikimesni.
Liberalus	Aš nekreipiu dėmesio, aš jų neperku, ir nekreipiu dėmesio į tokius visiškai (aut.past. čia kalba apie užsienietiškus)... Tikrai nekreipiu dėmesio.
Liberalus	Mmm... aišku, o kaip? Kreipiu dėmesį? Nu gal turkų nelabai ten gali būti, lenkų kokybė irgi ne kokia. ...panešioji ir pamatai, kažkada tai esu turėjęs batus lenkiškus. Tai labai trumpai aš juos turėjau, basutes lenkiškas esu turėjęs... irgi labai trumpai. Va čekiškos basutės geros, iš avalynės netgi čekiška avalynė yra palyginus nebloga.

Lyginant su etnocentriškais respondentais, liberalieji taip pat daug dėmesio skiria produkto kilmės šaliai, tačiau ne taip kategoriškai ieško būtent lietuviškų prekių. Jie turi dar tvirtesnę nuomonę apie šalis, kurių produkciją vertina, ir kokių šalių produkcijos nepirktų. Jų apsisprendimą lemia tai, ar šalis nėra labai tolima (nereikia toli gabenti produkcijos), kokybė, kainas ir patikimumas.

19 lentelė. Neetnocentriško vartotojo dėmesys kilmės šaliai

Etnocentriškumo laipsnis	Ar didelį dėmesį skiria kilmės šaliai, pirkdami produktus (citas, kalba šiek tiek taisyta)
Neetnocentriškas	Paties produkto dažnai pasižiūriu, bet jau kaip pasakyt, jeigu man užėjo kokia tai tema, susitinkant su draugais, tai be abejo aš pasižiūriu, kad atitiktų taip sakant to vakaro norus ☺ Arba bent jau tada renkuosi tą, ką tikrai žinau, kad man tikrai patinka ir daugeliui patinka.
Neetnocentriškas	Pirmiausiai etiketėj tai žiūriu sudėtį. Po to jau gamybos šalį, kilmės šalį. Ji lemia turbūt mažiau kaip trečdalį, netgi trečdalį... Nėra nusistatymo prieš kurią nors šalį.
Neetnocentriškas	Ką aš žinau.... skiriu aišku, jei obuolys, žiūriu, kad ne koks lenkiškas, kur apipurškia chemikalais, jei rūbas, žiūriu, kad ne kinietiškas ir ne turkiškas, nors kaip sakiau, jau pas mus tai nieko gero neatveža...
Neetnocentriškas	Kad kažkaip tai kai žinai, tai ir nežiūri. Nors iš esmės tai... priklauso nuo produkto aišku. Svarbu kas? Nu kad man tinka ir patinka. Kas iš to, kad prekinis ženklas uždėtas geras, ar kad pagaminta kokioj Vokietijoje, bet jei man netinka, tai ir nieko gi nepakeisiu. Šiuo atveju kilmės šalis man nėra aktuali. Man aktuali kilmės šalis visokių įtartinais pigių maisto produktų, kur Maksimaj būna, tie Taupos, pavyzdžiui, kur anksčiau buvo, prekinis ženklas uždėtas lyg ir lietuviškas, bet kas ten viduj tai sunku pasakyti, kaina lyg ir nedidelė... o pasižiūri į kilmės šalį – ten kokia Ukraina, ar Lenkija, ir viskas tau aišku, neperku tokių šalių maisto... nes jis vežtas, kažkodėl pigus, neaišku, kiek vežtas, kiek stovėjęs ir kokiom sąlygom...

Lyginant su kitomis vartotojų grupėmis neetnocentriški respondentai mažiau dėmesio skiria kilmės šaliai, pirkdami produktą. Jų apsisprendimą labiau lemia situacija, produkto sudėtis, produkto tinkamumas, žinoma, viskas priklauso nuo paties produkto, tačiau visumoje ši žmonių grupė ypatingai prieš kažkurią kilmės šalį nusistačiusi nėra.

Apibendrinant išsakytas respondentų nuomones, galima teigti, kad jų apsisprendimą, kuri produktą pirkti pirmiausiai lemia produkto kokybė, ypač brangesnio, nes už didesnę kainą, žmonės tikisi ir geresnės kokybės. Taigi patvirtinama trečioji šio tyrimo hipotezė, kuri teigia, kad *kokybės suvokimas bus lemiamas veiksnys, vaidinantis didesnę vaidmenį už vartotojo etnocentriškumą, perkant tam tikrus produktus*. Dažniausiai minėti produktai, kurių kokybę vertino respondentai labiau, nei rėmėsi etnocentriškomis nuostatomis, buvo brangi technika, rūbai bei batai. Etnocentriškiems vartotojams taip pat svarbūs veiksniai buvo jų pilietinės nuostatos, kaina – ar žmogus gali įpirkti produktą (ypač tai pabrėžė žemesnes pajamas gaunantieji respondentai). Taip pat etnocentriški žmonės minėjo, kad kartais jaučia per mažą lietuviškų produktų pasirinkimo

asortimentą, dėl to tenka rinktis iš užsienietišku. Liberaliesiems vartotojams renkant išsienietiškus produktus įtakos turi šalies įvaizdis, produkto išvaizda, pakuotė, produkto gamintojo reputacija. Neetnocentriški respondentai teigė, kad be kokybės ir kainos dar dėmesį skiria įvairioms naujovėms iš užsienio, vien tik lietuvišką prekę jiems pirkti neįdomu, vilioja modernūs, nauji dalykai. Taip pat jų nuomonę lemia produkto reklama.

Paklausti apie tai, kaip juos veikia užsienio produktų reklama, etnocentriški ir liberalieji respondentai pateikė tokių atsakymų (žr. 20 lentelę).

20 lentelė. Etnocentriškų vartotojų požiūris į reklamą.

Respondentas	Klausimas: Kaip jus veikia užsienio produktų reklama?
68 metų vyras	Visai neveikia. Kodėl? Apskritai niekada neteikiu reikšmės reklamai, perku tai, ko reikia. Reklama gali veikti daugiau teigiamai nei neigiamai. Jei reklamuojama, ji sukelia abejonių reklamuojamo produkto verte ir kokybe. Ir tas pats, ar užsienietišku ar lietuvišku produktų reklama.
54 metų moteris	Kad daugiau reklamuoja užsienietiškus, reikėtų kaip tik, kad mūsų reklamuotų. ...Visokius užsienietiškus labiau kiša nei lietuviškus, pusės mes net nežinome, ką turime čia Lietuvoje.
49 metų moteris	Reklama gal kažkiek ir veikia, tu žinai, kad yra kažkoks produktas. Bet jinai nuslepia, kad užsienietiškuose produktuose yra labai daug ir priedų visokių, konservantų... Todėl vertinu labiau lietuviškus. O reklama – tik tiek, kad pasižiūriu... Lina: Bet skeptiškai nežiūrite į tai, kad gal užsienis kartais daugiau reklamuojasi... Vis tiek, reklama yra reklama... maždaug pasižiūri tokiu požiūriu, kad kažkas tai iš tos reklamos – televizija – išsilaiko. ...nelabai kreipiu dėmesį, neveikia manęs, tiesiog informuoja, jeigu aš domiuosi.
26 metų mergina	Apskritai reklama veikia neigiamai, bet, jei ji įdomi ar juokinga, tai nelabai kreipiu dėmesį į reklamuojamą objektą kaip į tokį, o tiesiog pasižiūriu ar paskaitau tai kaip trumpą linksmą filmuką ar humoristinį užrašą. Aš manau, kad trūksta būtent lietuviškų produktų reklamos, mes nežinome daug dalykų, daug lietuviškos produkcijos iškeliauja į užsienį, ir ten yra vertinama, o čia ne... nes niekas apie ją ir nežino, vat.
25 metų mergina	Žiūrint kokia, ta prasme, jei kokia nors įkyri tai išvis negaliu žiūrėti. Bet iš tikrųjų visą laiką pirmą kartą pamačiusi nematytą reklamą, susidomiu, paklausau apie ką, kokias naujienas pristato. Aš nieko labai prieš ja neturiu, bet jei kalbėtume apie lietuviškų produktų reklamą, tai sakyčiau, jos ganėtinai mažai pamatau, ją tarsi užgožia tos kitos reklamos. Gal lietuviški produktai ir taip nelabai pigūs, tai ir ant reklamos sutaupo, o gal aš tiesiog nelabai pastebiu, ar atsiduriu ne tuo momentu ir ne toje vietoje, kurioje ta reklama manęs laukia.
53 metų vyras	Tai kad aš nežiūriu tos reklamos, stengiuosi perjungti į kitą kanalą, manęs neveikia visiškai niekaip. Man jeigu nepatinka tas produktas, gali reklamuot kiek tu nori.
57 metų moteris	Visokia reklama veikia blogai, erzina. ...jeigu reklama ta būna išradinga, kokia nors neįkyri, tai tada gerai, bet jeigu jinai yra tokia kvaila, sakykime, kaip Ežio, tai jinai tikrai nervina. Labiau už bet kokią, jeigu bus užsieninė, tokia subtilesnė reklama, nes reklama savaime jau dažnai yra labai įkyri ir erzinti.

Daugelis respondentų atsakė, kad reklama apskritai jų neveikia arba veikia neigiamai, todėl jie stengiasi į ją daug dėmesio nekreipti, tačiau buvo išreikštas lietuviškų produktų reklamos trūkumas, palyginus su užsienietišku. Etnocentriškieji vartotojai mano, kad lietuviškos reklamos turėtų būti daugiau negu užsienietiškos, taip jie daugiau sužinotų apie Lietuvoje gaminamą produkciją, kuri kartais užsienyje yra geriau vertinama nei čia, Lietuvoje, nes yra mažiau žinoma.

Paskutinis aspektas, kurį reikėtų aptarti yra tai, ar skiriasi respondentų požiūris nuo veiksmų perkant produktus. Etnocentriški vartotojai beveik į visus klausimus apie etnocentriškas tendencijas atsakė teigiamai, tačiau įdomu, ar jie taip elgiasi pirkdami produktus, taip pat įdomi nuomonė ir neetnocentriškų respondentų. Duomenys, atspindintys vartotojų veiksmus apsiperkant, pateikiami sekančioje lentelėje (žr. p. 58).

21 lentelė. Vartotojų elgesys apsiperkant.

Lytis	Amžius	Etnocentrizmo lygis	Ar vadovaujasi etnocentrizmo nuostata apsipirkdama (-s) ?	Kodėl tokia nuomonė?
Moteris	25	Liberali	Tik maisto produktų	Aš visada perku lietuviškus maisto produktus. Dėl kitų prekių manau, galime pirkti ir užsienietiškas. ...ypač akį traukia visokios naujovės iš užsienio, modernios prekės, technika, baldai, kvepalai ir t.t. Atvežtiniai maisto produktai pilni chemijos, neskanūs. Be to, esu labiau pripratus prie lietuviško skonio...
Moteris	26	Etnocentriška	Stengiasi	Labai stengiuosi. Nebent kaina labai labai skiriasi lietuviškų produktų nenaudai. ...lietuviški produktai, bent kai kurių sričių, kokybiškesni, pvz., maistas su mažiau konservantų ir visokių pesticidų, greičiau atvežamas ir geriau laikosi ir pan. Tas pat ir su kosmetika. Kita produkcija – dėl to, jog kai perku lietuviškus drabužius ir kitką, jaučiu, kad nors kažkaip palaikau savo šalies gamintojus ir amatininkus ir taip padedu jiems išsilaikyti.
Vyras	31	Liberalus	Dažnai	... vengiu įvežtinių prekių jei yra lietuviškų alternatyva panašia kaina ir kokybe. ...priklauso nuo prekių vertingų savybių, prekių kainos, jei lietuviška 2 kartus brangesnė už įvežtinę, o savybės analogiškos ar panašios - lietuviška prekė liktų gulėti lentynoje. Tam tikrų įvežtinių prekių Lietuvoje nė negamina, pavyzdžiui, higieniniai paketai, automobiliai ar kompiuterių dalys...
Moteris	34	Neetnocentriška	Ne	Nes lietuviai negamina visko, ko reikia, ir kokybė neatitinka. Ypač pramoninių prekių. Veiksnius įtakoja kaina ir kokybė.
Vyras	39	Neetnocentriškas	Ne	Nesivadovauju, nors pirmenybę lietuviškam maistui teikiu. Todėl... kad man atrodo, kad mūsų maistas pakankamai geros kokybės, nebrangus ir... mums pritaikytas, mažiau chemijos gal... natūralesnis ir šviežesnis.
Moteris	47	Neetnocentriška	Ne	Tai nėra gerai, turi būti pasirinkimas, ir žmogaus norai, ir jos supratimas, poreikiai, pirmiausia... Visa tai lemia pirmiausia kokybę, ar tau reikalingas daiktas...
Moteris	49	Etnocentriška	Taip	Manau, kad kiekvienas lietuvis privalo patriotiškumo savo jausmą išlaikyti, pirkdamas produktus taip pat.
Vyras	53	Liberalus	Kartais	Nesivadovauju, kai nėra pasirinkimo, ne viską gamina tą, ką nori... Arba bent jau norisi išbandyti ką nors naujo
Moteris	54	Etnocentriška	Stengiasi	Nu vis tiek savo produkciją žiūri, kur lietuviški, bet ten gali ir meluoti...
Moteris	57	Liberali	Ne	Yra dalykų, kuriuos aš perku tik lietuviškus, netgi gal net ne iš patriotizmo, bet iš įsitikinimo, kad jie gal yra kokybiškesni, pavyzdžiui, daržovės, kai jų jau yra, ar ką, bet šiaip nesu linkus manyt, kad būtinai reikia pirkt tik lietuvišką. ...pagal įvairius kriterijus, nebūtinai lietuvišką. Ir šia nuostata pirkdama produktus nesivadovauju. Geras prekes, kurios man tinka pagal kokybę ir kainą, žinoma, perku lietuviškas, jeigu jų yra, bet jeigu ne, aš perku ir kitokias.
Moteris	58	Neetnocentriška	Ne	Be abejo aš lietuviškiems produktams skirčiau dėmesį tikrai ypatingą, bet visų pirma, kad tai būtų, jeigu maisto produktas, tai ir kokybė, ir kiekybė... Turėtų lietuviai stipriai pasitempti, ne tik tai, ką „atlapom“ rantom kiša.
Vyras	68	Etnocentriškas	Dažniausiai	Tokią nuomonę lemia pilietiniai veiksniai daugiausiai.
Moteris	71	Etnocentriška	Taip	Nu bendrai tai taip, aš stengiuosi valgyti daugumoj tai tik lietuvišką maistą.
Vyras	73	Etnocentriškas	Dažniausiai	Nu tai kai nuo manęs nepriklauso... maistą visą lietuvišką, nes taip esu pripratęs. Man nėra geriau, kaip tai, ką aš jau žinau, valgiau ir... ir pažįstu.
Moteris	75	Liberalus	Taip	Jeigu man patinka šitas daiktas, aš nusipirksiu tokį... Aš perku pati lietuviškus, nes man kitokių nereikia, aš jų nepažįstu ir viskas.

Taigi, kaip rodo lentelė, etnocentriški žmonės tikrai stengiasi pirkti tuos lietuviškus produktus, kurie yra gaminami Lietuvoje, tačiau omenyje dažniausiai jie turi maisto produktus. Neetnocentriški žmonės vertina lietuvišką maistą, tačiau galvoja, kad pirkti visus lietuviškus produktus nėra gerai, reikia išbandyti ir naujų dalykų, siekiant pilnai patenkinti savo poreikius. Be to, kalbėti apskritai apie visus produktus negalima, nes yra nemažai produkcijos, kurios Lietuva negamina (automobiliai, kompiuteriai, technika, kvepalai ir t.t.), todėl respondentai, į tai atsižvelgdami ir pateikia tokią nuomonę. Taigi siejant ketvirtąją hipotezę, kuri teigia, kad „*Skirsis respondento etnocentriškas požiūris ir veiksmai perkant produktus*”, su gautais rezultatais, galima teigti, kad ji pasitvirtino tik iš dalies, nes turėdami nuomonę, kad užsienišką produktą pirkti negerai, respondentai vis dėlto ir stengiasi pirkti lietuviškus, visuomet jiems skiria prioritetą, tačiau, kai nėra pasirinkimo, ar kaina neatitinka kokybės, arba tiesiog norisi išbandyti kažką naujo, perkamas užsienišką produktą, ir patriotiškos nuostatos pamiršamos.

Tyrimo išvados

Tyrimo rezultatai patvirtino, kad vartotojų etnocentrizmo laipsnis skirtingose produktų kategorijose skiriasi. Šio tyrimo respondentai pasirodė labiausiai etnocentriški maisto produktų kategorijose atžvilgiu, o mažiausiai – lietuviškos namų technikos atžvilgiu. Lietuviškais maisto produktais vartotojai pasitiki, tiki jo natūralumu, šviežumu ir jaučia pakankamą pasirinkimą. Apie techniką respondentai labai prastos nuomonės dėl to, kad ji ne taip gerai išvystyta, kaip kitų šalių technika, ji turi prastą reputaciją ir jos kaina neatitinka kokybės.

Televizorių srityje geriausiai buvo įvertintos Rytų Azijos šalys – Japonija ir Korėja; šaldytuvų srityje – Vokietija ir Italija; baldų srityje – Italija, Vokietija, Lenkija, Rumunija, Suomija, Čekija, už natūralumą – Baltarusija; labiausiai vertinama kosmetika iš Prancūzijos, taip pat vertinami vokiški, rusiški, baltarusiški šampūnai, švediški muilai; vertinami drabužiai iš Italijos, Danijos, Vokietijos; batai – itališki, vokiški, lenkiški; maistas – artimesnių kaimyninių šalių; gaivieji gėrimai – Ukrainos, Gruzijos; labiausiai vertinami vynai iš Vokietijos, Italijos, Prancūzijos, Ispanijos, Čilės; alus – vokiškas, čekiškas; degtinė – švediška ir rusiška, o taip pat vertinamas airiškas viskis ir graikiškas konjakas

Apskritai kalbant apie tai, kurių šalių produkcija žmonės yra nusivylę ir nevertina, buvo paminėta Kinija, Turkija ir Lenkija.

Kalbant apie tai, kas lemia užsienio šalių vertinimą, dauguma respondentų atsakė, kad tai lemia, ne tik patirtis, bet ir stereotipai, kurių žmonės laikosi apie konkrečią šalį. Etnocentriški vartotojai, rinkdamiesi produktą, pirmiausiai ieško lietuviškos prekės, jie daugiaž žino, kokios šalies produktą nenorėtų pirkti, šalia kilmės šalies vertinimo jie žiūri į kokybę ir kainą. Liberalieji

virtotojai taip pat daug dėmesio skiria produkto kilmės šaliai, tačiau ne taip primygtinai ieško tik lietuviškų produktų, nors jie turi dar tvirtesnę nuomonę apie šalis, kurių produkciją vertina. Jų apsisprendimą lemia tai, ar šalis, kurios produktą jie perka nėra labai tolima, taip pat produkto kokybė, kaina ir patikimumas. Neetnocentriški respondentai kilmės šaliai skiria mažiausiai dėmesio, pirkdami produktą. Jų apsisprendimą lemia situacija, produkto sudėtis, tinkamumas, apskritai ši grupė prieš kurią nors šalį nėra nusistačiusi neigiamai.

Apskritai turint omenyje veiksnius, kurie lemia vartotojų apsisprendimą pirkti produktą, dažniausiai buvo minima kokybė. Respondentai paminėjo, jog labiausiai jie žiūri į brangios technikos, rūbų ir batų kokybę. Etnocentriški respondentai teigė, kad jiems taip pat kaip ir kokybė bei kaina yra svarbios pilietinės nuostatos. Vis dėlto, jie jaučia per mažą kai kurių lietuviškų prekių asortimento pasiūlą.

Kalbant apie požiūrį ir tikruosius veiksmus apsiperkant, paaiškėjo, kad etnocentriški žmonės tikrai stengiasi pirkti tuos lietuviškus produktus, kurie yra gaminami Lietuvoje, nors dažniausiai tai būna maisto produktai. Neetnocentriški žmonės vertina lietuvišką maistą, tačiau galvoja, kad pirkti visus lietuviškus produktus neįdomu, reikia išbandyti ir naujų dalykų, siekiant pilnai patenkinti savo poreikius, be to, yra nemažai prekių, kurių Lietuvos gamintojai negamina ar nemoka kokybiškai gaminti, o tai ir įtakoja tokią respondentų nuomonę.

Tyrimas atskleidė, kad daugumos respondentų reklama apskritai neveikia arba veikia neigiamai, nerpiklausomai nuo to, ar reklamuojamas lietuviškas, ar užsienietiškas produktas. Vis dėlto buvo išreikšta ne viena nuomonė, kad lietuviškų produktų reklamos yra mažiau, nei užsienietišku, todėl respondentai mažiau žino apie lietuviškus produktus.

Kalbant apie tyrimo hipotezes, beveik visos hipotezės pasitvirtino, išskyrus paskutiniąją, kuri teigė, jog skiriasi respondento etnocentriškas požiūris ir veiksmai perkant produktus, nes iš tiesų etnocentriški vartotojai pabrėžė, kad maisto produktus jie stengiasi visuomet pirkti tik lietuviškus, kaip ir tuos, kurie gaminami Lietuvoje ir atitinka kokybę. Taigi požiūris ir veiksmai tam tikromis situacijomis sutampa.

IŠVADOS

Vartotojų etnocentrizmas yra jų įsitikinimas apie tinkamumą ir moralumą pirkti kitos šalies produktus bei pirmenybės savo šalyje pagamintiems produktams teikimas. Etnocentiškas vartotojas yra labiau linkęs rinktis ir vartoti savo šalyje pagamintus produktus, o kitos šalies produktų pirkimas jam gali pasirodyti nemoralus ir netinkamas. Etnocentiški vartotojai mano, kad kitos šalies produktų pirkimas neigiamai veikia vidaus ekonomiką, veda prie bedarbystės ir paprasčiausiai tai yra nepatriotiška.

1987 m., buvo sukurta *vartotojų etnocentrizmo skalė* – *CETSCALE*. Ši skalė buvo skirta vartotojų etnocentrizmui JAV matuoti. Skalė tiko to meto marketingo specialistams, kuriems buvo siūloma jos reikšmes susieti su tokiais kintamaisiais, kaip demografinių ir gyvenimo stiliaus kintamųjų kombinacija, marketingo komunikacijos programas nukreipti į tuos segmentus, kuriuos įmanoma pasiekti parinkus tinkamus kanalus ir parduotuves. Taip pat autoriai pabrėžė ypatingą vartotojų etnocentrizmo skalės naudingumą regioniniam marketingui ir geografiniam segmentavimui. Vėliau *CETSCALE* pritaikė daugelis šalių, ir buvo sukurta nemažai reikšmingų vartotojų etnocentrizmo tendencijų tyrimų.

Vartotojų etnocentrizmą gali įtakoti įvairiausi veiksniai – socio-psichologiniai, ekonominiai, politiniai ir demografiniai. Etnocentrizmas gali įtakoti vartotojo požiūrį, produkto vertinimą ar net pirkimo ketinimus.

Kalbant apie vartotojų etnocentiškumo tendencijas skirtingose šalyse, sutinkama, kad jo intensyvumas gali skirtis ne tik kitoje šalyje, bet ir tos pačios šalies regione. Siekdami geriau pažinti šalis ir kultūras, į kurių rinkas stengiasi įsiskverbti, marketingo specialistai segmentuoja vartotojus į rinkos segmentus. Šis metodas tinka ir etnocentrizmo tendencijoms tirti.

Iš tiesų vartotojo požiūris į kitos šalies kilmės reklamą nėra lengvai suprantamas ir iki galo ištirtas. Stinga išsamesnių tyrimų, kaip etnocentiškas vartotojas reaguoja ir suvokia užsienio reklamą. Suprasti vartotojų atsaką į kitos šalies reklamą yra svarbu todėl, kad etnocentrizmas gali iššaukti įvairią reakciją ir tapti lemiamu veiksniumi interpretuojant informaciją apie produktą (pavyzdžiui, kokybę) reklamoje ir taip įtakoti požiūrį į prekinį ženklą. Vartotojų etnocentrizmas stipriai įtakoja prekinio ženklo pažinimą reklamoje ir požiūrį į tą prekinį ženklą. Silpniau etnocentrizmas įtakoja reklamos pažinimą ir požiūrį į ją.

Tyrimai Lietuvoje atskleidė, kad lietuviai nėra ypatingai etnocentiški, tačiau tipišku etnocentriku autoriai pavadino vyresnį nei 35 metų žmogų, gaunantį žemesnes pajamas, turintį žemesnį išsilavinimą. Moterys Lietuvoje išreiškė didesnes etnocentrizmo tendencijas. Autoriai priėjo išvados, kad etnocentiški ir neetnocentiški vartotojai skirtingai žiūri į vietinės gamybos ir užsienio produktus, o jų požiūriai skiriasi ir produktų kategorijose.

Šio magistro darbo kokybinis tyrimas padėjo atskleisti lietuvių etnocentrizmo skirtumus produktų kategorijose ir tokių nuostatų priežastis. Etnocentriški vartotojai visose produktų kategorijose pirmiausiai ieško lietuviškos prekės, ypatingai didelį dėmesį skiria produkto kilmės šaliai, tuo tarpu neetnocentriški vartotojai prieš konkrečią šalį nėra nusistatę, jų apsisprendimą lemia situacija, produkto sudėtis ir tinkamumas.

Labiausiai etnocentrizmas išreikštas maisto produktų kategorijoje, nes vartotojai pasitiki gamintojais, maisto šviežumu, natūralumu. Yra pakankama maisto produkcijos pasiūla ir prieinama kaina.

Mažiausiai etnocentriški lietuviai technikos atžvilgiu todėl, kad, jų nuomone, technika Lietuvoje labai žemo lygio, neišvystyta, Lietuva turi per mažai specialistų ir lėšų technikos tobulinimui. Respondentų nuomonę taip pat lėmė prasta šios rūšies produktų reputacija, išlikusi nuo tarybinių laikų.

Kaip vieną iš pakankamai žemo etnocentrizmo lygio tam tikrose kategorijose priežasčių galima įvardinti informacijos apie lietuviškus produktus stygių. Tyrimas atskleidė, kad vartotojai pasigenda lietuviškų produktų reklamos, nes ją labai dažnai užgožia užsienietiškų produktų reklama.

Žiūrint iš tarptautinio marketingo perspektyvos, kaip sumažinti vartotojų etnocentrišką nusistatymą yra kiekvieno į svetimą rinką einančio subjekto klausimas. Lietuvos gamintojams tai taip pat aktualus klausimas, norint skverbtis į užsienio rinkas. Mokslininkai rekomenduoja pirmiausiai „kovoti“ tose pačiose prekių kategorijose, t.y. savo gaminamoms prekėms ieškoti alternatyvų ir atskleisti tų prekių pranašumą prieš vietinės gamybos prekes. Taip pat yra siūloma mažinti importuojamų produktų kainas, pabrėžiant, kad jie pigesni už vietinius produktus, tačiau kokybė yra gera ar netgi geresnė. Ir dar vienas siūlomas variantas, kaip sumažinti etnocentrišką nusistatymą, yra perkelti gamybos procesą į tą šalį, kuriai bus parduodami produktai. Taip užsienietiškos prekės turėtų tam tikrą ryšį su ta šalimi, nes būtų gaminamos pagal vietinius reikalavimus ir atitiktų vietinius standartus, kas sąlygotų geresnius produkto vertinimus, ypač tarp etnocentriškų vartotojų. Žinoma, tokia galimybė įmanoma ir reali didesnę pasiūlą ir gerą pelną turinčiai kompanijai, kuriai iš tiesų ir pačiai finansiškai labiau apsimokėtų pradėti gaminti svečioje šalyje.

Kalbant apie užsienio produktų skverbimąsi ir įsitvirtinimą Lietuvoje, užsienietiški produktai laimi todėl, kad juos gaminančios organizacijos turi pakankamai lėšų produktų reklamavimui, kai kurie užsienietiški produktai yra geriau žinomi už lietuviškus. Tačiau Lietuvos gamintojams tereiktų pozicijuoti savo prekes kaip lietuviškas, investuoti pinigų į kokybės vystymą ir reklamą, o tai jau etnocentriškus vartotojus paskatintų pirkti, informuotų, neetnocentriškiems sukeltų teigiamų minčių apie lietuviškos produkcijos kokybę.

NAUDOTOS LITERATŪROS IR ŠALTINIŲ SĄRAŠAS

1. ABAD, Juan Carlos Gazques; CASTILLO, David Jimenez; and TAULET, AMparo Cervera. Ethnocentrism influence of consumer behavior: antecedents, consequences and measurement scales. [interaktyvus]. Università Ca' Foscari Venezia [žiūrėta 2007 m. kovo 26 d.]. Prieiga per: <http://venus.unive.it/dea/ricerca/convegni/markpa05/Materiali/Paper/Fr/GAZQUEZ%20_JIMENEZ%20_CERVERA.pdf>
2. BALABANIS, George; DIAMANTOPOULOS, Adamantios; MUELLER, Renen Dantiste; and MELEWAR, T.C. The impact of Nationalism, patriotism and internationalism on consumer ethnocentric tendencies. [interaktyvus]. Iš *Journal of international business studies*. 2001, vol. 32,1, p. 157-175. [žiūrėta 2007 m. kovo 26 d.]. Prieiga per: EBSCO.
3. DMITROVIC, Tanja and VIDA, Irena. Saliency of product origin information in consumer choices. Iš *Management*. [interaktyvus] 2007, vol. 12, p.1-23. [žiūrėta 2007 m. gruodžio 10]. Prieiga per: EMERALD.
4. GOOD, K.Linda and HUDDLESTON, Patricia. Ethnocentrism of polish and russian consumers: are feelings and intentions related? [interaktyvus]. Iš *InernationalMarketing review*. MCB University press, 1995, vol.12, p. 35-48. [žiūrėta 2007 m. kovo 26 d.]. Prieiga per: EBSCO.
5. HAN, C.Min. The role of consumer patriotism in the choise of domestic versus foreign products [interaktyvus]. Iš *Journal of advertising research*. 1988, p. 25-32. [žiūrėta 2007 m. kovo 26 d.]. Prieiga per: EBSCO.
6. HERCHE, Joel. Ethnocentric tendencies, marketing strategy and import purchase behaviour [interaktyvus]. Iš *International marketing review*. 1994, MCB University press, vol.11, no.3, p. 4-16. [žiūrėta 2007 m. kovo 26 d.]. Prieiga per: EBSCO.
7. HUDDLESTON, Patricia; GOOD, Linda; and STOEL, Leslie. Consumer ethnocentrism, product necessity and Polish consumer's perceptions of quality. [interaktyvus]. Iš *International Journal of Retail and Distribution Management*. 2001, vol.29, No.5., p.236-246. [žiūrėta 2007 m. gruodžio 10]. Prieiga per: EMERALD.
8. YENIYURT, Sengun and TOWNSEND, Janell. Does the culture explain acceptance of new products in a country? [interaktyvus] Iš *International Marketing Review*. 2003, vol.20, No.4, p.377-396. [žiūrėta 2007 m. gruodžio 10]. Prieiga per: EMERALD.
9. YOO, Bonghee and DONTU Naveen. The effect of personal cultural orientation on consumer ethnocentrism: evaluations and behaviors of U.S. consumers toward Japanese products [interaktyvus]. Iš *Journal of interantional consumer marketing*. 2005, vol.18(1/2), p. 7-44. [žiūrėta 2008 m. kovo 10]. Prieiga per: <<http://www.hawoerthpress.com/web/JICM>>

10. KAYNAK, Erdener and KARA, Ali. An examination of the relationship among consumer lifestyles, ethnocentrism, knowledge structures, attitudes and behavioral tendencies: a comparative study in two CIS states. [interaktyvus]. Iš *International journal of advertising*. Advertising association, 2001, vol. 20, p.455-482. [žiūrėta 2007 m. kovo 26 d.]. Prieiga per: EBSCO.
11. KAYNAK, Erdener and KARA, Ali. Consumer perceptions of foreign products. An analysis of product-country images and ethnocentrism. [interaktyvus] Iš *European Journal of Marketing*. 2002, vol.36, No.7/8, p.928-949. [žiūrėta 2007 m. gruodžio 10]. Prieiga per: EMERALD.
12. KHAN, Naved Mohammed and RIZVI, Raza Shamseen. Consumer ethnocentrism: relevance and implications for marketers [interaktyvus]. Iš *The Icfai journal of consumer behaviour*. Vol. III, No. 1, 2008. p.52-63. [žiūrėta 2008 m. kovo 15]. Prieiga per: EBSCO.
13. KLEIN, Jill Gabriele; ETTENSON Richard; and MORRIS, M. Marlene. The animosity model of foreign product purchase: an empirical test in the people's republic of China [interaktyvus]. Iš *Journal of marketing*. 1998, vol. 62, p. 89-100. [žiūrėta 2007 m. gegužės 26 d.]. Prieiga per: EBSCO.
14. LANTZ, Garold. The country-of-origin effect and social identity: the ways an individual's national identity affects product preferences [interaktyvus]. 1998 [žiūrėta 2007 m. gegužės 26 d.]. Prieiga per: EBSCO.
15. MOCKAITIS, Audra and PRANULIS, Vytautas. A Test and Validation of the Cetscale in Lithuania. *Proceedings of the 12th Annual Conference on Marketing and Business Strategies for Central and Eastern Europe*. December 2-4, 2004, Vienna, Austria, p.208-218.
16. MOCKAITIS, Audra and ŠALČIUVIENĖ, Laura. The relationship between Lithuanian consumer ethnocentrism and country of origin perceptions. Iš *Landscapes and Mindscapes in a Globalized World* [Elektroninis išteklius]: 31st EIBA Annual Conference, December 10-13, 2005, Oslo, Norway. Oslo, 2005. 21 p.
17. MOOIJ, Marieke de. *Global Marketing and Advertising: understanding Cultural paradoxes*. 2nd ed. London: Sage Publications, 2005. 269 p. ISBN 1-4129-1476-0.
18. MOON, Byeong-Joon. The roles of consumer ethnocentricity and attitude toward a foreign culture in processing foreign country-of-origin advertisements [interaktyvus]. Iš *Advances in consumer research*. 1996, vol 23, p. 436-439. [žiūrėta 2007 m. kovo 26 d.]. Prieiga per: EBSCO.
19. PARTS, Oliver. The measurement of consumer ethnocentrism and COO effect in consumer research. Iš *Transformations in Business and Economics*. Vilniaus universitetas, 2007, vol.6, No.1 (11), p.139-154, ISSN 1648-4460.

20. SHANKARMAHESH, N. Mahesh. Consumer ethnocentrism: an integrative review of its antecedents and consequences. [interaktyvus]. Iš *International Marketing Review*. 2006, vol.23, No.2, p.146-172. [žiūrėta 2007 m. gruodžio 10]. Prieiga per: EMERALD.
21. SHIMP, A. Terence. Consumer ethnocentrism: the concept and a preliminary empirical test. [interaktyvus]. Iš *Advances in Consumer Research*, 1984, Vol. 11 Issue 1, p285-290. [žiūrėta 2007 m. gruodžio 10]. Prieiga per: EBSCO.
22. SHIMP, A.terence and SHARMA, Subhach. Consumer ethnocentrism: construction and validation of the CETSCALE. [interaktyvus] Iš *Journal of Marketing Research*. 1987, vol XXIV, p. 280-289. [žiūrėta 2007 m. kovo 26 d.]. Prieiga per: EBSCO.
23. SUPHELLEN, Magne and GRONHAUG, Kjell. Building foreign brand personalities in Russia: the moderating effect of consumer ethnocentrism. [interaktyvus] Iš *International Journal of advertising*. 2003, vol. 22, p. 203-226). [žiūrėta 2007 m. kovo 26 d.]. Prieiga per:EBSCO.
24. SUPHELLEN, Magne and RITTENBURG Terri. Consumer ethnocentrism when foreign products are better [interaktyvus]. Iš *Psychology and Marketing*. John Wiley and Sons, 2001, vol. 18(9), p. 907-927. [žiūrėta 2007 m. kovo 26 d.]. Prieiga per: EBSCO.
25. UELTSCHY, Linda. Brand perceptions as influenced by consumer ethnocentrism and country-of-origin effects. [interaktyvus]. Iš *The journal of marketing management*. 1998, spring-summer, p. 12-21. [žiūrėta 2007 m. kovo 26 d.]. Prieiga per: EBSCO.
26. VERBIENĖ. Irma. Lietuviškos gėrybės tapo rinkodaros akcentu [interaktyvus]. Iš *Verslo žinios*, 2007.09.20. Nr. 178, 2p., Dienos tema. [žiūrėta 2008 m. kovo 10 d.]. Prieiga per: <<http://wap.vz.lt/archyvas/news.php?strid=1002&id=784218>>.
27. WATSON, J.John. Consumer ethnocentrism and attitudes toward domestic and foreign products [interaktyvus]. Iš *European Journal of Marketing*. 2000, MCB University press, vol 34, no. 9/10, p. 1149-1166. [žiūrėta 2007 m. kovo 26 d.]. Prieiga per: EBSCO.

Consumer ethnocentrism in different product categories (summary)

Author: Lina Mostvilaitė, communication sciences, 2nd course.

It's been not so long time ago, when Lithuania regained it's Independency and many advertising and marketing campaigns were started. They agitated consumers to buy Lithuanian product, to be patriotic and help to raise its economy in order to become economically independent and developed country. Nevertheless, all these campaigns calmed down, or just were forgotten. New supermarkets started building up, all the roads from abroad to Lithuania were opened, and many products from there came to us. So, today is becoming less and less clear, what is consumer's attitude towards Lithuanian made products and those foreign goods, what factors have an influence on product choices. It is also interesting, what part in their decision-making plays consumer ethnocentrism. Does consumer ethnocentrism change in different product categories?

The aim of this Masterwork is to find out consumer ethnocentrism differencies in different product categories.

For this reason we have to do these tasks:

- To reveal the concept of consumer ethnocentrism and his development.
- To define the antecedents of consumer ethnocentrism and evaluate relationship between them and consumer attitude towards other cultures, their products and buying intentions referring to some research made before.
- To review consumer ethnocentrism research in marketing and advertising sphere, consumer behavior in practical and theoretical backgrounds.
- To define Lithuanian consumer ethnocentrism tendencies, which were found in previous research in 2003 and 2005.
- To reveal and describe Lithuanian consumer ethnocentrism degree in different product categories by making some qualitative-empirical research.

There were made some conclusions after the study of theoretical material and qualitative-empirical analysis. There was found, that the degree of consumer ethnocentrism in product categories is different, Lithuanian consumers are most ethnocentric in food category and least ethnocentric in technical equipment category. Speaking about decision-making process of ethnocentric consumers, there was found, that firstly they look for Lithuanian made products, they firmly know, which country products they wouldn't prefer to buy, whereas non-ethnocentric consumers pay least attention to country of origin. Research revealed that Lithuanian consumers don't value Chinese, Turkish and Polish products. Speaking about consumers attitude and actions in buying process, there was found, that ethnocentric people always want and attempt to buy

Lithuanian products. However, too little range of Lithuanian products or no choice of Lithuanian products at all, are the main reasons of that, that ethnocentric consumers have to buy imported goods. There was also revealed that Lithuanian consumers feel the lack of information and advertising of Lithuanian made products.

This work may be useful for marketing specialists in their marketing communication strategies and for those, who would like better to understand ethnocentric consumer behavior.

*Magistro darbo „Vartotojų etnocentrizmas skirtingose produktų kategorijose”
priedai*

Linos Mostvilaitės, komunikacijos mokslai, 2008 m.

1 priedas. Interviu klausimų pavyzdys

1. Koks yra jūsų amžius, išsilavinimas ir pajamos, turint omenyje – žemos, vidutinės, aukštos.
2. Kaip jums atrodo, ar užsieniškų prekių pirkimas neskatina bedarbių Lietuvoje, nekenkia Lietuvos ekonomikai?
3. Kaip manote, ar reikėtų riboti užsieniškų produktų įvežimą į Lietuvą, siekiant sumažinti konkurenciją?
4. Ar sutinkate su teiginiu, kad tikras lietuvis turi pirkti lietuviškus produktus, o ne užsieniškus? Kodėl?
5. Ar jūs vadovaujatės šia nuostata pirkdami produktus?
6. Kokie veiksniai lemia jūsų tokią nuomonę?
7. Yra 6 produktų kategorijos, norėčiau sužinoti jūsų nuomonę apie kiekvieną:
8. Ar manote, jog reikėtų pirkti lietuvišką, o ne užsienišką aparatūrą? ar perkate lietuvišką namų techniką, aparatūrą, tokią kaip Snaigės šaldytuvas, ar Sirijaus virdulys? Kas įtakoja tokią jūsų nuomonę? Kokie veiksniai įtakoja jūsų nuomonę?
9. Ar manote, jog reikėtų pirkti lietuviškus, o ne užsieniškus baldus? Ar perkate lietuviškus baldus? Kokie veiksniai įtakoja jūsų nuomonę?
10. Ar manote, jog reikėtų pirkti lietuviškus, o ne užsieniškus drabužius? Ar perkate tokius? Kokie veiksniai įtakoja jūsų nuomonę?
11. Ar manote, jog reikėtų pirkti lietuvišką kosmetiką ir asmens higienos prekes? Ar perkate juos? Kokie veiksniai įtakoja jūsų nuomonę?
12. Ką manote apie lietuviškus vaisius? Kokios šalies produktus pirktumėte? Kokie veiksniai įtakoja jūsų nuomonę?
13. Ką manote apie pieno produktus? Kokios šalies produktus pirktumėte? Kokie veiksniai įtakoja jūsų nuomonę?
14. STIPRIEJI GĖRIMAI – Kokia nuomonė apie tai? Kokie veiksniai įtakoja jūsų nuomonę?
15. GAIVIEJI GĖRIMAI – Kokia nuomonė apie tai? Kokie veiksniai įtakoja jūsų nuomonę?
16. Apskritai kalbant, ar didelį dėmesį skiriate kilmės šaliai, pirkdami produktą?
17. Kaip jus veikia užsienio produktų reklama palyginus su lietuviškų produktų?

2 priedas. Interviu išrašų medžiaga

Interviu su 25 metų moterimi.

Lina: Laba diena. Šiuo interviu norėčiau išsiaiškinti jūsų etnocentriškumo lygį, požiūrį į tam tikras produktų grupes. Tai gi pradėsime nuo bendrų klausimų. Koks yra jūsų amžius, išsilavinimas ir pajamos, jei rinktumėmės iš šių variantų – žemos, vidutinės ar aukštos?

M: Sveiki, man 25 m, nebaigtas aukštasis, pajamos žemos.

Lina: Sakykite, kaip jums atrodo, ar užsienietiškų prekių pirkimas neskatina bedarbystės grėsmės Lietuvoje, nekenkia mūsų šalies ekonomikai?

M: Mmm.... Manau, kad ne.... Atvirkščiai! Jei lietuviai gamina tam tikrus produktus mažesniais kaštais nei kitos šalys, tai gali mainytis šiais produktais su kitomis šalimis. Tai kaip tik mažina bedarbystę.

Lina: O kaip manote, kokiais produktais Lietuva galėtų pasimainyti? Ir su kokiais šalimis?

M: Na... pavyzdžiui, drabužius gi pas mus siuva, pakankamai pigiai, ir tikrai kokybiškai, o juos girdėjau, kad veža į įvairias šalis, pavyzdžiui, į Švediją, Norvegiją... bijau ir sumeluot, bet girdėjau, kad į Skandinaviją išveža ir parduoda aukštom kainom. Dar žinau, kad veža pieno produkciją, į Rusiją, Baltijos šalis, tik pavyzdžiui nežinau, man tai nelabai jau čia tie mainai patinka. Neperku aš nei tų sūrelių latviškų, nei estiškų jogurtų.

Lina: O kodėl?

M: Nu nes mūsų pieno produktai tai tikrai yra pakankamai geri, skanūs, didelė įvairovė, be to jie yra švieži, ko negalėčiau pasakyti apie užsienietiškus, juos vien kol atveža... iš kokios nors Estijos pavyzdžiui, taigi ir savikaina didelė, ir turbūt dar konservantų pridėta, kad nesugestų.

Lina: Aišku, o kaip manote, ar reikėtų riboti užsienietiškų produktų įvežimą į Lietuvą, siekiant sumažinti mūsų konkurenciją su jais?

M: Manau, kad kai kurie produktai turėtų būti ribojami, kad apsaugotume naujas verslo šakas, kurios tik pradėjo vystytis.

Lina: Aišku, ar galėtumėte išvardinti jas?

M: Tokias pramonės šakas, kaip... maisto pramonė... iš Lenkijos įvežama vištiena, obuoliai...Latviški sūreliai ir tt. Jei neklystu, tai žemės ūkio produkcijai leidžiamos subsidijos Europos Sąjungoje...Taip pat kosmetikos pramonė...tarkim baltarusiška kosmetika daug pigesnė nei lietuviška, taigi sukelia rimtą konkurenciją lietuviškoms prekėms. Kosmetikai ir neskatina šios pramonės šakos vystymosi. Bet tiesą sakant, čia nevisai tinkamas pavyzdys, nes šios pramonės šakos nelabai naujos...nežinau, čia daugiau iš vadovėlio kažkokio ištraukiau mintį...

Lina: Na kaip ten bebūtų kosmetikos pramonę galėtume pavadinti nauja, ne taip seniai ji buvo pradėta gaminti, palyginus su užsieniu. Ar sutinkate su teiginiu, kad tikras lietuvis turi pirkti lietuviškus produktus, o ne užsienietiškus? Kodėl?

M: Manau, kad taip, ypač kalbant apie maisto produktus. Jie pagaminti Lietuvoje iš lietuviškų maisto medžiagų, kurios labiausiai tinka lietuviams pagal geografinę platumą. Lietuvių organizmai pripratę būtent prie šio maisto. Aš visad perku lietuviškus maisto produktus. Kai dėl kitų prekių, tai manau, galime pirkti ir užsienietiškas.

Lina: O kokios kitos prekės?

M: Praktiškai manyčiau visos, ypač akį traukia visokios naujovės iš užsienio, modernios prekės, technika, baldai, kvėpalai ir t.t.

Lina: Ar galite pagrįsti savo nuomonę dėl ko perkate tik lietuviškus maisto produktus?

M: Atvežtiniai maisto produktai pilni chemijos, neskanūs. Be to, esu labiau pripratus prie lietuviško skonio...

Lina: Gerai toliau kalbėsime apie kiekvieną produktų grupę daugiau. Yra 12 vartojimo produktų kategorijų, norėčiau sužinoti jūsų nuomonę apie kiekvieną:

TELEVIZORIAI – Ar manote, jog reikėtų pirkti lietuviškus, o ne užsienietiškus televizorius? ar pirktumėte lietuvišką televizorių?

M: Nepirkčiau. Labiau pasitikiu užsienietiškais televizoriais, lietuviški gana greitai genda.

Lina: Iš kur žinote, kad genda?

M: Turėjo tėvai. Nors... iš kitos pusės, tai taisėm mes jį gal tik pora kartų, o tarnavo tai 15 metų. Bet šiaip, kažkokia nuostata. Man atrodo, kad lietuviai dar ne taip gerai išmano tą visą techniką, kaip japonai. Japoniški televizoriai man atrodo geriausi, o va mačiau LCD lietuvišką, berods Taurus buvo, nepamenu, parduotuvėj, tai jis net prekinės išvaizdos neturėjo, palyginus su kitais. Kažkoks pilkas, prastos plastmasės, o ir dizainas ne per labiausiai, tai žinot, ką jau tada ir galvoti apie kokybę jų.

Lina: NAMŲ TECHNIKA IR APARATŪRA – Ar perkate lietuvišką namų techniką, aparatūrą, tokią kaip Snaigės šaldytuvas, ar Sirijaus virdulys?

M: Dėl namų technikos, nesu tikra... net labiau pasitikiu užsienietiška. Vėlgi kaip ir apie televizorius manau, kad Lietuva yra maža šalis, todėl neturi išteklių, kad atliktų įvairius tyrimus ir išvystytų aukštos kokybės techniką.

Lina: Suprantu, tuomet kita kategorija – BALDAI – juk baldus gamina daug gamintojų Lietuvoje ir netgi gerai žinomų. Ką manote apie šią kategoriją? Ar pirktumėte?

M: Manau, kad taip. Daugeliu atveju. Nes nereikia transportuoti iš kitų šalių, taigi kainuoja pigiau. Be to, jei reikia taisyti, vėlgi nereikia niekur transportuoti. Ypač geri ir gražūs minkštieji baldai, turiu namie komplektą, gamintojas Panevėžy berods, Grafų baldai, tai tikrai super ☺ O spintos stumdomom durim irgi labai geros, tik girdėjau, kad tuos profilius yra pigiau ir kitas medžiagas atsivežti iš užsienio, netgi iš Kinijos.

Lina: Tai čia jau gaunasi nebe visai lietuviški.

M: Na taip, bet čia natūralu, juk taip ir kaštai sutaupomi, ir šiaip, manau, kad daug kas taip daro. Svarbiausia, kur tą pačią spintą projektuoja ir kuria ☺

Lina: O DRABUŽIAI – Ar manote, jog reikėtų pirkti lietuviškus, o ne užsienietiškus drabužius? Ar perkate tokius?

M: Kaip kada...priklauso. Kai kurie lietuvių dizaineriai negarantuoja kokybės, bet užkelia kainas, kai kurių kokybė prasta, net ir žema kaina, o kai kurie visai neblogai siuva.

Lina: Gal galite paminėti tuos prastai siuvančius ir „nebloguosius“?

M: Kai kurie Spartos drabužiai man patikdavo, Audimo neblogi, o Utenos trikotažas tik pastaruoju metu pasidarė daugmaž pakenčiamas, anksčiau tikrai man nepatiko nei spalvos, nei kokybė už siūlomą kainą. Lelijos drabužiai gerokai per brangūs ir negražūs... iš dizainerių, tai tikrai turi talentą Pogrebnojus ir Simanavičiūtė bei Statkevičius.

Lina: BATAI – Ką manote apie lietuviškus batus?

M: Vėlgi, priklauso. Manau, kad žieminiai batai yra labai geri ir lietuviški, nes pritaikyti šaltam klimatui. Vasarinius, gal būt rinkčiausi itališkus, jų dizainas gražesnis. Tačiau vėlgi, priklauso...

Lina: KOSMETIKA ir ASMENS HIGIENOS PREKĖS

M: Man patinka lietuviška kosmetika, joje nedaug konservantų.

Lina: O kokią naudojate?

M: Man patinka Rasa ir Margarita.

Lina: O muilai ir kitos švaros priemonės?

M: Hmm... nelabai žinau lietuviškų... Ai, gal Ringuva, mačiau vonioj padėtas ūkiškas muilas, reiškias mama perka hi hihi (juokiasi).

Lina: VAISIAI IR DARŽOVĖS – Ką manote apie lietuviškus vaisius?

M: Kaip jau minėjau, man skaniausi lietuviški vaisiai, nors ir ne egzotiški, bet kvepiantys ir sveiki.

Lina: O daržovės, ką darote kai žiemos metu nėra lietuviškų?

M: Va čia tai sudėtinga, iš tikrųjų tai mama žiemai prikonservuoja visokių daržovių, tai va jas ir valgom dažniausiai. Nebent būna kokia šventė, tai tada perkam šviežius pomidorus ar agurkus.

Lina: O kokios šalies tai būna?

M: Šiaip nelabai žiūriu, man rodos dažniausiai būna ispaniški arba lenkiški, bet jau tokie jie man plastmasiniai, kad sakau, net nesinori pirkti. Visai be skonio, o dažnai ir netgi supuvę. Nesuprantu, šlamštą kažkokį atveža tos parduotuvės...

Lina: Na, o PIENO PRODUKTAI – Ką manote apie pieno produktus? Kokios šalies produktus pirtumėte, jei lentynose nebūtų lietuviškų?

M: Visad perku TIK lietuviškus pieno produktus, jie skaniausi ir be konservantų. Geriau nepirkčiau jokių, nei pirkčiau užsienietišką.

Lina: Na, o ALUS – Ką manote apie lietuvišką alų? Kokios šalies alų vertinate po jo?

M: Tikrai skanesnis nei daugelis kitų, nors ir nesu alaus mėgėja. Manau, pas mus auga apyniai, todėl ir alus skanus. Kadangi nelabai mėgstu, tai negaliu pasakyti, kokį vertinu po lietuviško.

Lina: VYNAS ir KITI ALKOHOLINIAI NESTIPRŪS GĖRIMAI – Ką manote apie lietuvišką vyną?

M: Dėl vyno tai...nelabai mėgstu lietuvišką.

Lina: Kodėl?

M: Taigi jei vynuogių, tai pas mus jos net neauga, koks ten gali būti vynas, ir šiaip tai kiek anksčiau tekdavo domėtis, tai lietuviškas vynas gaminamas iš sulčių ir spirito, tai ir laipsnių daug ir skonis nenatūralus.

Lina: O kokios šalies mėgstate?

M: Kažkaip skaniau ispaniškas, itališkas ar prancūziškas, nes ten kultūra vyno, vynuogės auga.... Beje Kagoras visai neblogas, mano tėvai tai tik tokį ir perka. Aš tai mėgstu naujienas visokias, man įdomūs ir kitų šalių skoniai, ypač tų, kur vyno kultūra išsivysčiusi nuo seno.

Lina: O kaip kiti gėrimai, sidras, miksai?

M: Žinokit irgi nelabai geriu, bet draugai mano tiksliau draugės tai pastoviai geria sidrą ar miksus, tai manau, kad neblogi jie, o skonis irgi geras.

Lina: STIPRIEJI GĖRIMAI – Kokia nuomonė apie tai?

M: Nelabai turiu nuomonės, nes nevartoju.

Lina: Tuomet GAIVIEJI GĖRIMAI – Kokia nuomonė apie juos?

M: vėlgi...obuolių sultys, skaniausios šviežios ir lietuviškos. Koncentruotų apelsinų ir kitų vaisių šulčių su konservantais nemėgstu...o kai dėl kolos ir kitų limonadų, tai taip pat nevartoju, nesvarbu ar lietuviškų, ar užsienietiškų. Bet va pomidorų sultys tai prastos, iš kažkokios pastos pagamintos, netikros, tai aš perku ukrainietiškas berods, dabar tiksliai negaliu pasakyti Čiuvak vadinasi, tai ten visiškai grynios sultys pomidorų, be druskos ir be konservantų. Gaila tik kad dingsta iš mūsų parduotuvių, kuo toliau tuo sunkiau surasti jų.

Lina: Apskritai kalbant, ar didelį dėmesį skiriate kilmės šaliai, pirkdami produktą?

M: Be abejo...žiūriu, kad nebūtų iš per toli vežtas. Nes va kaip tokių vaisių, kurie iš toli atkeliauja, taigi jie labai greit supūva, jau parduotuvėse jie būna apipuvę... Pamažiau, ar ta šalis moka gaminti geros kokybės būtent tos rūšies produktus. Manau, kad kiekviena šalis, turėtų specializuotis tam tikrų produktų gamyboje. Tų produktų, kuriuos gali pagaminti mažiausiais kaštais ir geriausios kokybės.

Lina: O kaip jus veikia užsienio produktų reklama?

M: Žiūrint kokia, ta prasme, jei kokia nors įkyri tai išvis negaliu žiūrėti. Bet iš tikrųjų visą laiką pirmą kartą pamačiusi nematytą reklamą, susidomiu, paklausau apie ką, kokias naujienas pristato. Aš nieko labai prieš ja neturiu, bet jei kalbėtume apie lietuviškų produktų reklamą, tai sakyčiau, jos

ganėtinai mažai pamatau, ją tarsi užgožia tos kitos reklamos. Gal lietuviški produktai ir taip nelabai pigūs, tai ir ant reklamos sutaupo, o gal aš tiesiog nelabai pastebiu, ar atsiduriu ne tuo momentu ir ne toje vietoje, kurioje ta reklama manęs laukia (juokiasi).

Lina: Visko gali būti :D Aišku, ačiū jums už įdomią nuomonę ir viso geriausio.

Interviu su 26 metų mergina.

Lina: Laba diena, šiandien norėčiau pasišnekėti su jumis vartotojų etnocentrizmo tema, sužinoti jūsų nuomonę apie tam tikras produktų kategorijas, jų pirkimą. Taigi, koks yra jūsų amžius, išsilavinimas ir pajamos, turint omenyje – žemos, vidutinės, aukštos?

J: Sveiki, man 26 metai, išsilavinimas aukštasis, pajamos – vidutinės arba žemos, nežinau, kaip traktuoti.

Lina: Sakykite, kaip jums atrodo, ar užsieniškų prekių pirkimas nepadidina bedarbystės grėsmės Lietuvoje, nežlugdo mūsų ekonomikos?

J: Gali būti, kad tai susiję – užsieniškų prekių pirkimas ir bedarbystė. Galbūt galima pasvarstyti, kad tai skatina ir tokią „nematomą“ depresiją visuomenėje ir iš vis, yra kažkokia neapykanta jaučiama lietuviškoms prekėms dažnai, gal čia tik mūsų amžiaus grupėj toks jausmas likęs iš vaikystės, kai užsieninės, turkiškos ir panašiai... kramtoškės ir kitokie dalykai buvo įdomiau ir atrodė nei tuometiniai vietiniai gaminiai.....nors nežinau, pagalvojau tik ir prisvaigau. ☺

Lina: O kaip dabar? Ar įdomūs importiniai dalykai? Iš kokių šalių?

J: Žinoma, kad įdomūs ir dabar, tik turbūt padaugėjo šalių, kurios noriai gabena savo produkciją į Lietuvą, yra daugiau iš ko rinktis, ir pasikeitė požiūris – mažiau vertinu rytų šalių gaminius – turkiškus, kiniškus, rusiškus, įdomesni iš tolimesnių, egzotiškesnių šalių. Taip pat įdomūs yra ir lietuviški gaminiai. Juk lietuviai irgi imasi vis kažko naujo, prigalvoja tai naujų receptų, tai įpakavimų ar panašiai... Vaikystėj tai buvo labiau bandos instinktas tos visos kramtomos ir saldainiai, „fantikų“ rinkimai ir panašiai. Dabar dėmesys krypsta į kainą, kokybę, įdomumą, išskirtinumą ir t.t. Nors tai turbūt galioja tik maistui, pavyzdžiui, vaisiams – visada norisi paragauti visokių ličių, kinkanų, datulių, anakardžių riešutų ir pan.

Lina: Kaip manote, ar reikėtų riboti užsienietiškų produktų įvežimą į Lietuvą, siekiant sumažinti konkurenciją?

J: Riboti reikėtų nebent visokio šlamšto įvežimą. Kita vertus, importinės prekės dažnai būna net pigesnės nei lietuviškos, tad gali būti ir dar blogiau – išvis kai kurių lietuviškų produktų galima bus neįpirkti... šalia užsienio šlamšto lietuviški dalykai dažnai atrodo solidesni.

Lina: Ką vadiniate šlamštu? Kokios šalies tai produktai?

J: hmmm... šlamštas, mano nuomone, tai visokios nesąmonės, kurių žmogui iš tikrųjų nereikia, bet jis neatsispiria jai dėl įvairių priežasčių – pigus daikčiukas, pasitaiko po ranka, suveikia reklama ar sezonas ir panašiai, pavyzdžiui, plastmasiniai velykiniai kiaušiniai, kiškučiai, dirbtinės gėlės, dekoracijos, statulėlės ir t.t. Čia aš kalbu apie tokius daiktus, kurie kainuoja 2-3 lt ir panašiai, o ne apie Faberge briliantais inkrustuotus kiaušinius, nors ir tokie nesuprantu, kam reikalingi ☺ čia tik mano nuomonė... Man rodos, dažniausiai tai būna kiniškos, turkiškos, baltarusiškos prekės.

Lenkiškos gal dar... Taip pat šlamšto pilnos visokios Maksimos, Rimi, Iki, Norfos – kojinės, kurių priversti vežimai ir jų neįmanoma net rasti poros toje krūvoje, kurios jau parduodamos išsitampiusios – kiniškos.. Technika baltarusiška, rusiška, pigi ir nekokybiška – taip pat priskirčiau tai šlamštui. Pavyzdžiui, tokia bulvių tarkavimo mašina „Žuravinka“ (rusiškais raidėmis), tai tarkuoja viską per kraštus, prie jos derėtų pardavinėti ir super valantį įrenginį visiems virtuvėms kampams išvalyti, kiek su ja būdavo vargo. Tai vadinu šlamštu irgi...

Lina: Ar sutinkate su teiginiu, kad tikras lietuvis turi pirkti lietuviškus produktus, o ne užsienietiškus? Kodėl?

J: Iš dalies. Užsienietiškų, kitokių norisi pabandyti, paragauti, ir pan. Su jais paskui galima palyginti lietuviškus. Bet, taip, aš manau, kad lietuvis turėtų pirmenybę teikti savo šalies produkcijai, tik nelabai tikiu, kad taip yra... bus ateityje.

Lina: Kodėl nelabai tikite?

J: Todėl, kad esame ES narė, mus pasiekia vis daugiau ir daugiau ES šalių produkcijos, ateityje jos gal bus ir dar daugiau, o Lietuva – nedidukė, mūsų gamintojus ar ūkininkus ne tik ES remia parama pagal įvairias priemones, bet, manau, ir apmokestina, visokios kvotos, reikalavimai, standartai... Tai gal ir neblogai, skatina pasitempti, stengtis, bet per tiek laiko žmonės pripras prie užsienio prekių, o

jos, savo ruožtu, labiau čia įsigalės ir ras savo vietą bei vartotoją. O gal ir lietuviai jau mažiau grynai lietuviškos produkcijos gamins vis labiau taikydami priė vartotojo kosmopolito ir lygiuodami į ES šalių produkciją...

Lina: Ar jūs vadovaujatės nuostata, kad tikras lietuvis turi pirkti lietuvišką prekę, pirkdama produktus?

J: Labai stengiuosi. Nebent kaina labai labai skiriasi lietuviškų produktų nenaudai.

Lina: Vadinas, jūsų nuomonę labiausiai lemia kaina, o kokie dar veiksniai lemia jūsų tokią nuomonę?

J: Faktai, tikiuosi, tai ne mitai – lietuviški produktai, bent kai kurių sričių, kokybiškesni, pvz., maistas su mažiau konservantų ir visokių pesticidų, greičiau atvežamas ir geriau laikosi ir pan. Tas pat ir su kosmetika. Kita produkcija – dėl to, jog kai perku lietuviškus drabužius ir kitką, jaučiu, kad nors kažkaip palaikau savo šalies gamintojus ir amatininkus ir taip padedu jiems išsilaikyti. Nors, suprantu, kad tai naivus mąstymas, bet jis teikia šiek tiek pasitenkinimo ☺

Lina: Gerai, jei jau pradėjote pati nuo konkrečių produktų, tai norėčiau pakalbėti apie konkrečias jų kategorijas.

TELEVIZORIAI – Ar manote, jog reikėtų pirkti lietuviškus, o ne užsienietiškus televizorius? ar pirktumėte lietuvišką televizorių.

J: Na, televizorių lietuviškų jau turėjau, dabar turiu ne lietuvišką, bet mažai žiūriu ir neperku, tai nežinau, ką ir atsakyti.

Lina: Į ką atsižvelgtumėte svarstydamas pirkti ar ne lietuvišką televizorių?

J: Pirkdama atsižvelgčiau į kainos ir kokybės santykį ir šiaip... visokių naujovių buvimą jame..

Lina: NAMŲ TECHNIKA IR APARATŪRA – Ar manote, jog reikėtų pirkti lietuvišką, o ne užsienietišką aparatūrą?

J: Reikėtų pirkti lietuvišką. Pvz., snaigės technika turi gerą reputaciją ir tikrai nemanau, kad yra blogesnė už užsienietišką.

Lina: O kokios firmos šaldytuvas pas jus stovi?

J: ARDO. Ar ne itališkas...

Lina: O ar žinote, kad yra gaminami lietuviško prekinio ženklo Sirijus virduliai?

J: Sirijus kol kas man asocijuojasi tik su elementais, tai nežinau, ar ryžčiausi pirkti brangią techniką, bet kokį virdulį – tikrai taip.

Lina: Kokie veiksniai lemia tokią jūsų nuomonę?

Lina: Veiksniai...lietuviška technika turėtų būti neblogo kokybės prasme, nes daug girdžiu apie lietuvių pasiekimus visokiose mokslo ir technikos srityse, dėl to darau tokias išvadas. Taip pat – užsieninės technikos dažni gedimai. O, pamenu, turėjom siurblių „Audra“, tai siurbė ilgai ir visai gerai (na, tuo metu taip atrodė).

Lina: BALDAI – Ar perkate lietuviškus baldus? Ar žinote prekinius ženklus?

J: Deja, lietuviškų baldų firmų, prekinių ženklų nežinau, bet virtuvėje dabar esantys baldai – lietuviški, nupiešti, pagaminti ir sumontuoti vietinių gamintojų, tik, matyt, negarsių. Man labai gražūs ir patogūs ☺ Šiaip užsienietiški baldai, rodomi kataloguose, man atrodo per daug pompastiški ir visai nepatogūs, net nenaudingi, sunkiai randantys vietą namuose ir skirti tik vaizdui.... O mūsų vietiniai gamintojai gal kiek geriau žino savo tautos skonį, pajamas, gerai įsivaizduoja butų ar namų išplanavimą ir šiaip rinkoje geriau gaudosi, todėl gali gaminti visai patogius ir gerus baldus bei už prieinamą kainą.

Lina: DRABUŽIAI – Ar manote, jog reikėtų pirkti lietuviškus, o ne užsienietiškus drabužius?

J: Kad reikia gal ir nepasakysi, bet kad verta, tai taip. Juk jie natūralesni, juose mažiau sintetikos, na, bent man tikrai „Lelijoje“ tenka retai matyti sintetinių drabužių. Kalbant apie dizainerius – jie tikrai originalūs ir talentingi, tad jų drabužiai gražūs.

Lina: O kokius drabužius perkate dažniausiai?

J: Negalėčiau dabar išskirti... Perku ir lietuviškus, ir užsieninius.

Lina: Kokios šalies ar parduotuvės drabužius vertinate ir kodėl?

J: Pastaruoju metu daugiausia „skudurų“ turiu iš Lindex, Zara parduotuvių. Beje, galiu paminėti, kad iš Zaros džinsai visai nelaiko – nudyla per pusmetį. Megztinis vilnonis neapsipūkavęs išbuvo iki skalbimo... bet vis tiek ten gražu, pataikau ant išpardavimų, ir neatsispiriu. Ai, dar turiu su dydžiais bėdų, tai jei ką randu labiau tinkamo ir reikalingo, pasiimu... Anksčiau daug turėjau iš Utenos trikotažo gaminių. Taip pat porą dalykėlių iš lietuviškos, berods, parduotuvės, man rodos, ten ir gamina lietuviai, „Elvazija“ ar „Elva“ ar kažkaip panašiai, neprisimenu pavadinimo....

Lina: BATAI – Ar perkate lietuviškus?

J: Lietuviški batai tvirti, tik gal ne visada labai madingi ☺ turėjau lietuviškų batų, tai laikė labai ilgai. O užsieniniai plyšta kas sezoną. Labai sunku su užsieniniais, kokybės prasme. Čia nuomonę tiesiogiai įtakoja patirtis....

Lina: Kurio gamintojo batai tai buvo?

J: Tie kurie greit plyšta, tai buvo italų. Lenkų ar vokiečių batai dar truputį laiko ilgiau. Lietuviški – aš neprisimenu gamintojo, o parduotuvė vadinosi tiesiog „Lietuviška avalynė“, man rodos...

Lina: KOSMETIKA ir ASMENS HIGIENOS PREKĖS – Ar manote, jog reikėtų pirkti lietuvišką kosmetiką ir asmens higienos prekes?

J: Gal ir vertėtų, aš perku. Perku Margarita, Rasa, vaikišką muilą Tindi, kartais ir lietuvišką buitinę chemiją – valiklius ir pan. su lietuviška kosmetika kaip ir su maistu. Mūsų krašto, mūsų odai ir mūsų poreikiams turbūt geriausiai „subalansuota“. Taip pat mažiau konservantų ir neigiamų priedų. Taip pat ir su buitine chemija. Be to, nebrangu.

Lina: VAISIAI IR DARŽOVĖS – Ką manote apie lietuviškus vaisius?

J: Lietuviški vaisiai ir daržovės – geriausi. Pirmiausia perku ir pirkčiau lietuviškus.

Lina: O ką, jei tuo metu parduotuvėj nebūtų lietuviškų?

J: Na, jei tokių nebūtų, tuomet gal lenkiškus ar latviškus, baltarusiškus, jei tokių būna.. lietuviški – mažiau nuodų ir jie natūralesni ir skanesni, nors skonis – subjektyvus dalykas ...

Lina: Kodėl paminėjote būtent šias šalis? Su kuo jos jums asocijuojasi?

J: Jos tiesiog mūsų kaimynės, artimos, gal ne taip ilgai iki Lietuvos gabenti reikia produktus, taigi, reiktų manyti, kad juos mažiau ir purkštų visokiais chemikalais. Be to, klimatas panašus, ir šalys dar ne tokios pažengusios, kad visokiais nuodais nuodytų savo derlių... ir iš tų šalių tikiuosi panašaus skonio vaisių ir daržovių.

Lina: PIENO PRODUKTAI – Ką manote apie lietuviškus ir apie užsienietiškus pieno produktus?

J: Pieno produktai sveika. Lietuviški – sveika ir dar skanu. Perku tik lietuviškus jogurtus, pieną, sūrį, sūrelius. Tik lietuviškus. Užsieninių kiek teko ragauti, tiek labai nusivyliau – kažkokia keista konsistencija, neskanu...

Lina: ALUS – Ką manote apie lietuvišką alų? Kokios šalies alų vertinate po jo?

J: Apie lietuvišką alų žino jau visas pasaulis. Man jis skanus ir kitokio Lietuvoje ir neperku. Galiu pareklamuoti „Švyturio“ baltą alų – kito tokio nėra. Po jo – dar Bavaria, tai turbūt vokiškas, buvo skanus, tik brangus...

Lina: VYNAS ir KITI ALKOHOLINIAI NESTIPRŪS GĖRIMAI – Ką manote apie lietuvišką vyną?

J: Lietuviško vyno turbūt nesu gėrus... Ai lietuviškas putojantis vynas – patinka.

Lina: Tuomet kurios šalies vertinate?

J: itališkas, ispaniškas, Čilės. Šituos perku ir jie skanūs. Ir nebrangūs. Kitų šalių ir neperku. A, nebent rusišką šampaną ☺

Lina: STIPRIEJI GĖRIMAI – O kokia nuomonė apie stipriuosius gėrimus?

J: Gera. Kaip ir apie alų. Senos tradicijos, didelė įvairovė, daug skonių, kaina gera. Geriausias dalykas – Žalios devynerios. Kitų šalių tokio balzamuko nežinau.

Lina: GAIVIEJI GĖRIMAI – Kokia nuomonė apie tai? Kuriuos renkatės?

J: Gaiviųjų perku tik vandenį, dažniausiai Tichė, taigi – lietuvišką. Vėlgi – savas skanesnis.

Lina: Apskritai kalbant, ar didelį dėmesį skirate kilmės šaliai, pirkdami produktą?

J: Skiriu dėmesį. Ir dažniausiai krepšelyje atsiduria lietuviški gaminiai.. Kažkaip stengiuosi ir kitiems dovanoti lietuviškus gaminius – ar saldinius, ar kosmetiką.

Lina: Bet jei kalbėtume apie produktus, kurie negaminami Lietuvoje, kokius užsieniškų vertinate? Arba kitaip paklausus, gal yra produktų, apie kuriuos JUMS viską pasako kilmės šalis, ir kitų alternatyvų net nesvarstote?

J: Vynas – Čilė, Ispanija, Prancūzija – pasako viską ☺ senos tradicijos, vynuogės auga. Technika – Japonija. Nuo seno garsėja. Automobiliai – saugūs – asocijuojasi su Prancūzija. Automobiliai, šiaip geri, asocijuojasi su Japonija. Žalioji arbata – jei kilmės šalis Kinija ar Japonija, neabejoju. Nors dabar pasimečiau – jei koks Lipton, Tetley ar DILMAH irgi surenka iš Kinijos žalią arbatą, o supakuoja ją savo šaly (kokia gal Anglija tai, net nežinau), tai ką laikyti kilmės šalimi – vis tiek perskaitai, kad arbata tai iš Kinijos? Tai ir gerai, taip ir turi būti, fasuoja bet kas, svarbu, kad būtų tikra arbata. Šokoladas – belgiškas.... (ilga pauzė). Nors tai jau stereotipas, nors gal ir teisingas, bet iš tiesų geras ir lietuviškas, ir rusiškas, ir latviškas šokoladas. Alus – jei lietuviškas, alternatyvų nesvarstau ☺ Į kiniškus produktus iškart žiūriu skeptiškai.

Nors kitąkart ir kai kilmės šalis daug pasako apie produktą, vis tik imu ir pabandau kažką kitką, tik tam, kad pabandyčiau.

Lina: Ar būdama pakankamai etnocentriškos nuomonės, tikrovėje užsieniškų produktų ir neperkate?

J: Jau minėjau, kad dažniausiai perku BŪTENT lietuviškus produktus. Gal tai ne tiek moralė, kiek patriotizmas ir noras palaikyti savus gamintojus, paskatinti. Tik taip tobulėsime..

Lina: O kaip jus veikia užsienio produktų reklama?

J: Apskritai reklama veikia neigiamai ☺ bet jei ji įdomi ar juokinga, tai nelabai kreipiu dėmesį į reklamuojamą objektą kaip į tokį, o tiesiog pasižiūriu ar paskaitau tai kaip trumpą linksmą filmuką ar humoristinį užrašą. Aš manau, kad trūksta būtent lietuviškų produktų reklamos, mes nežinome daug dalykų, daug lietuviškos produkcijos iškeliauja į užsienį, ir ten yra vertinama, o čia ne... nes niekas apie ją ir nežino, vat.

Lina: Aišku, tai tam kartui tiek. Dėkoju už atsakymus, geros dienos.

J: Prašom, gėles į vazoną ir į balkoną.

Interviu su 31 metų vyru.

Lina: Laba diena, šio interviu metu aš norėčiau sužinoti jūsų nuomonę apie Lietuvoje pagamintus produktus ir jūsų etnocentriškumo laipsnį. Taigi pirmasis klausimas būtų - koks yra jūsų amžius, išsilavinimas ir pajamos, turint omenyje – žemos, vidutinės, aukštos.

Edvardas: Amžius 31 m., išsilavinimas nebaigtas aukštasis, pajamos vidutinės.

Lina: Kaip jums atrodo, ar užsienietišku prekių pirkimas neskatina bedarbystės Lietuvoje, nekenkia mūsų ekonomikai?

Edvardas: Ekonomikai tai gali būti ir naudinga ir ne, priklauso kokios tai prekės, taip pat ir dėl bedarbystės. Jeigu įvežtos prekės slopina vietinių gamybą tada kenkia...

Lina: Gal paminėtumėte pavyzdžių, kokios prekės, jūsų nuomone, slopina gamybą?

Edvardas: Gamybą slopina tos prekės kurios turi lietuviškų analogų, bet yra pigesnės.

Lina: Pavyzdžiui.

Edvardas: Reik pagalvoti... mačiau pigų iveržtinį alų skardinėse, po litą kažkur.. na drabužiai kiniški, jogurtai.. reik pagalvot dar... gal gėlės olandiškos... ar va va bulvės... obuoliai, bet čia tik spėjimas. Apatinis trikotažas dar.

Lina: Kaip manote, ar reikėtų riboti šių produktų įvežimą į Lietuvą, siekiant sumažinti konkurenciją?

Edvardas: Taip.

Lina: Ar sutinkate su teiginiu, kad tikras lietuvis turi pirkti lietuviškus produktus, o ne užsienietiškus?

Edvardas: Proto ribose.

Lina: Gal galite plačiau pakomentuoti – proto ribose – tai tam tikri produktai ar tam tikras kiekis, ar kaip?

Edvardas: Turiu omenyje naudą. Jei lietuvis, patriotiškai nusiteikęs, pirsks prekę vien tik todėl, kad ji lietuviška, nors kokybės, kainos ir kiti naudingumo rodikliai neigiamai kontrastuos užsienietišku prekių fone – čia jau absurdas arba fanatizmas geriausiu atveju.

Lina: Ar bent retkarčiais jūs vadovaujatės šia nuostata pirkdami produktus? Kad aš esu lietuvis, kodėl turėčiau pirkti pavyzdžiui lenkišką prekę.

Edvardas: taip ir gana dažnai tuo vadovaujuosi, vengiu įvežtinių prekių jei yra lietuviškų alternatyva panašia kaina ir kokybe.

Lina: Na tikriausiai viskas priklauso ir nuo pačios prekės? Nuo produkto kategorijos, ar ne?

Edvardas: priklauso nuo prekės vertingų savybių, prekės kainos, jei lietuviška 2 kartus brangesnė už įvežtinę, o savybės analogiškos ar panašios - lietuviška prekė liktų gulėti lentynoje.

Lina: Ar galite pateikti pavyzdį?

Edvardas: Atvirai sakant, negaliu. Daugumoje atveju, man atrodo konkurencijos ar pasirinkimo būtinybės nėra. Tam tikrų įvežtinių prekių Lietuvoje nė negamina, pavyzdžiui, higieniniai paketai, automobiliai ar kompiuterių dalys, o tam tikras prekes gamina Lietuvoje, bet neveža iš užsienio, daugumoje maisto produktai, ir tik dalis prekių konkuruoja – darbužiai, lengvoji pramonė, tam tikri pieno produktai, jogurtai tarkim.

Lina: Suprantu, dabar norėčiau išskirti tam tikras produktų kategorijas ir paklausti jūsų nuomonės apie jų pirkimą, bei veiksnius, kurie lemia apsisprendimą, galbūt kažkurioms kategorijoms jūs jaustumėtės labiau etnocentriškas. TELEVIZORIAI – Ar manote, jog reikėtų pirkti lietuviškus, o ne užsienietiškus televizorius? ar pirtumėte lietuvišką televizorių? Taurą, Šilėlį.

Edvardas: Pirkčiau jei jis prilygtų kokybe įvežtiniam.

Lina : Ar manote, kad neprilygsta?

Edvardas: kai kuriais atvejais gal ir pranoksta, kai kuriais yra žymiai brangesnis, o kai kur Hi-tech atveju ženkliai nusileidžia įvežtiniam manau.

Lina: Nelabai suprantu, ką turite omeny?

Edvardas: Na, kad ir LCD televizoriai, ši technologija man rodos buvo taikoma „Panevėžio ekrane“, bet prekės žymiai brangesnės už įvežtines, dėl to ir sustabdė gamybą.

Lina: Kita kategorija NAMŲ TECHNIKA IR APARATŪRA – ar perkate lietuvišką namų techniką, aparatūrą, tokią kaip Snaigės šaldytuvas, ar Sirijaus virdulys?

Edvardas: Deja ne.

Lina: Bet jei reiktų rinktis ateityje, ar svarstytumėte lietuviškus variantus? ☺

Edvardas: Galbūt.

Lina: Apskritai kalbant apie techniką, kokį gamintoją ar šalį įvardintumėte kaip lyderį?

Edvardas: Manau Rytų Azijos šalys apskritai, bet lyderė, žinoma, Japonija.

Lina: O kokia jūsų nuomonė apie lietuviškus baldus?

Edvardas: Gera.

Lina: Gal išvardintumėte pora veiksmų, kurie įtakojo tokią jūsų nuomonę?

Edvardas: Patraukli kaina, kokybė gera.. Dauguma furnitūros detalių yra importuojama iš Vokietijos, Italijos.. Minkšti baldai išties gražūs, kokybiški ir plataus asortimento.

Lina: Kosmetika ir asmens higienos prekės, ar žinote lietuviškų prekinių ženklų?

Edvardas: Dabar sunku prisiminti

Lina: Na iš kosmetikos tai pavyzdžiui, Rasa, Margarita, iš muilų Sano plus, Ringuva. Ar turite kokią nuomonę apie tai?

Edvardas: Deja ne, nes šių prekių neesu pirkęs ir kai kurių pavadinimus girdžiu pirmąsyk.

Lina: VAISIAI IR DARŽOVĖS - ar turite kokių prioritetų šalims?

Edvardas: Stengiuos valgyti vietinę produkciją, ja labiau pasitikiu.

Lina: Pagrįskite kodėl?

Edvardas: Elementaru – tai greitai gendantys produktai. Manau, kad vietinė produkcija čia laimi.

Lina: O kai parduotuvėje nerandate norimos lietuviškos prekės iš šios kategorijos, tai kokios šalies renkatės tuomet?

Edvardas: Jei panaši kaina ir tarkim gulėtu: latviška, lenkiška, rusiška, vokiška ar kitą rinkčiau latvių, po to gal estų..

Lina: O kokį skirtumą jūs išvelgiate tarp latviško ir lenkiško? Kuo jums nepatinka lenkiški jogurtai?

Edvardas: Yra stereotipas, kad lenkai sukčiai, kažkas panašaus į vietinius kinus, kurie užtvindo rinką pigia ir nekokybiška produkcija. Aš tuo stereotipu ir vadovaujuosi. Suprantu, kad iracionalu, bet kol kas niekas neįtikino, kad klystu.

Lina: PIENO PRODUKTAI - ką manote apie lietuviškus? Ar perkate užsienietiškus?

Edvardas: Tokius greit gendančius produktus apskritai stangiuos pirkti išimtinai vietinių gamintojų

Lina: Tiesa, grįžtant prie prieš tai išsakytos nuomonės, ar jūsų nuomonė tokia, kad latviški produktai geresni, nei lenkiški ar ispaniški?

Edvardas: Taip.

Lina: ALUS – Ką manote apie lietuvišką alų? Kokios šalies alų vertinate po jo?

Edvardas: Deja nevartoju alaus.

Lina: Vadinasi, apie kitus alkoholinius gėrimus net neverta klausti. Bet nuomonę gal bendrą esate susidaręs, gal girdėjęs iš aplinkinių?

Edvardas: Na bendrą nuomonę turiu, o ir kažkada esu vartojęs alkoholi.

Lina: Tai kokia nuomonė apie lietuvišką alkoholi? Ar lentynose dairydavotės tik lietuviškų ar kaip tik daugiau užsienietiškų? Neatsižvelgiant į kainas.

Edvardas: Jei kalbėtume apie alų tai pirmenybė tikrai lietuviškam produktui, dėl degtinės – manau prioritetas švedų absoliutui, vynai italų, prancūzų..

Lina: Kas vaidindavo esminį vaidmenį renkantis švedišką, o ne rusišką degtinę? Italų, o ne ispanų vyną?

Edvardas: Man patiko skonio savybės, poveikis organizmui, nebuvo sunkių pagirių, dėl degtinės. Italų vynas tiesiog gal iracionalūs sentimentai bei stereotipai. Man atrodo, kad italai ir vynas neatskiriami dalykai.

Lina: Na ir paskutinės 2 kategorijos - drabužiai ir batai. Ar turite lietuviškų drabužių ar batų? Ar girdėję kokių nors atsiliepimų?

Edvardas: Taip, turiu "Lelijos" drabužių ir apskritai drabužius lietuviškus vertinu teigiamai, esu patenkintas, dėl batų nežinau, perku daugiau įvežtinę produkciją.

Lina: O kokios šalies ar gamintojo batus vertinate?

Edvardas: Perku atsižvelgdamas į kainos ir kokybės santykį, šalis šiuo atveju nėra svarbi, bet lietuviški kol kas nepasitaikė su patraukliu kokybės ir kainos santykiu.

Lina: Apskritai kalbant, ar didelį dėmesį skiriate kilmės šaliai, pirkdami produktą?

Edvardas: Skiriu 25% dėmesio būtent į tai... likusieji sudaro kainą, kokybę ir papildomas sąlygas.

Lina: O kaip su moralės jausmu perkant užsienišką produktą? Ar kada nors pamąstot?

Edvardas: Nematau čia jokių moralės dilemų.

Lina: Supratau. Ką gi, ačiū jums už atsakymus ir geros dienos.

Edvardas : Ačiū Jums už įdomius klausimus ir sėkmės tyrimuose.

Interviu su 34 metų moterimi

Lina: Šis interviu bus apie tai, kokius produktus jūs perkate. Kokiems produktams teikiate pirmenybę – lietuviškiems ar užsienietiškiems, ir apskritai kokia jūsų nuomonė apie tai. Bet pirmiausiai norėčiau užduoti bendrus klausimus, koks jūsų amžius, išsilavinimas ir pajamos (žemos, vidutinės ar aukštos)?

D: Koks mano amžius? Hmm. 34 berods 😊 išsilavinimas... Ką aš žinau... tas aukštasis neuniversitetinis, pajamos vidutinės.

Lina: Dabar jūsų nuomonė... Kaip jums atrodo, ar užsienietišku prekių pirkimas neskatina bedarbystės Lietuvoje?

D: Ne.

Lina: Ir nekenkia Lietuvos ekonomikai?

D: Ne.

Lina: Kodėl?

D: Lietuviai negamina visko, ko reikia.

Lina: O šiaip ar nemanote, kad reiktų kartais riboti įvežimą užsienietišku produktų? Dėl konkurencijos.

D: Iš dalies galbūt taip, bet apie tai, ta prasme, reiktų labai jau rimtai pagalvoti. Kokie tai yra produktai. Nu ta prasme ten tie žemės ūkio produktai, manyčiau, kad lietuviški yra geresni.

Lina: Ar sutinkate su teiginiu, kad tikras lietuvis turi pirkti tik lietuviškus produktus, o ne užsienietiškus?

D: NE.

Lina: Kodėl?

D: Taigi sakau, negamina lietuviai visko, ko reikia, ir kokybė neatitinka. Ypač pramoninių prekių.

Lina: O kokie dar veiksniai, jūsų nuomone, gali tai lemti? Jūsų atveju.

D: Kokybė ir kaina. Visų pirma kokybė, paskui kaina.

Lina: Aišku, tai kad būtų aiškiau, norėčiau paklausti apie kiekvieną produktų kategoriją atskirai. Tai pirmiausiai lietuviška technika – televizoriai, šaldytuvai...

D: Minusas, visiškas.

Lina: O kokią vertintumėt? Kokios šalies ar prekinio ženklo... televizorius pavyzdžiui.

D: Televizorius – Philipsas tikrai. Kas dar...

Lina: O kas pavyzdžiui lėmė, kad Philipsas? Skaitėt kažkur...

D: Ne, kiek turėjom, tai patys geriausi.

Lina: O šaldytuvai?

D: O šaldytuvai tai arba Gorenje arba Liebherris.

Lina: O apie Snaigę ką esi girdėjusi?

D: Snaigę turėjom, ačiū dievui, 15 metų ☺ tarybiniais laikais, bet tai... Dabar jie neatitinka mano poreikių.

Lina: Mhm... lietuviški baldai.

D: Nu praktiškai pas mus namuose vien lietuviški. Vietos gamybos.

Lina: Na ir kaip kokybė?

D: Gerai, ir dizainas geras, patinka. Yra tikrai iš ko rinktis, ir nematau būtinybės ieškoti užsienietišku.

Lina: Lietuviški drabužiai ir batai.

D: Batai visiškai neigiamai, drabužiai, sakysim, gana teigiamai. Lelija, pavyzdžiui.

Lina: Lelija, o batus kokios šalies perkate?

D: Mmm.. turbūt italų daugiau.

Lina: Kodėl italų?

D: Tai irgi išvaizda... kas dar? Kaina turbūt prieinama, atitinka kokybę. O lietuviški tai labai nepatogūs...

Lina: Kosmetiką lietuvišką ar naudojate?

D: Jo. Naudoju lietuviškus šampūnus. Ta prasme plaukų priemonės, o ten toliau... Pas mus šeimoje kiekvienas turi sau atskirą šampūną, vienas kiaušininis, kitas dilgėlių, trečias alaus 😊

Lina: O kaip muilai?

D: Muilai – švedų daugiausiai.

Lina: O kaip namų priežiūros priemonės?

D: O namų priežiūros šita, tai naudoju tą... kaip jis – Fairy 😊

Lina: O kokia nuomonė apie lietuviškus maisto produktus?

D: Maisto produktus perku lietuviškus, daugumoj...

Lina: Gerai, tarkim, situacija tokia – žiema, parduotuvėje nėra lietuviškų pomidorų...

D: Nu pomidorai tai, jeigu nėra, tai perki, kokie yra, bet jeigu, aišku, kad imu lietuviškus.

Lina: O obuoliai... Kokių nepirktum? Kokios šalies?

D: Tokie, kurie žvilga tiesiog ☺

Lina: mhm.. Bet tai kokie jie būna?

D: Neįsivaizduoju... Kokie ten būna?

Lina: Gal lenkiški?

D: Nu šiaip daugumoj, bet būna kokie dar? Ispaniški? Man atrodo jie atveža... Tai va tokių vaškinių niekada neperku.

Lina: O latviškus pieno produktus, arba lenkiškus?

D: Latviškus tai tik sūrelius. Karumsai ☺ lenkiškų tikrai ne, nieko skanaus sau nesu radus, o gerai ir neieškojau. Lietuvos pieno gamintojai siūlo pakankamai platų asortimentą produktų, nuo pieno iki sūrių, gamina net mano mėgiamą Bri sūrį...

Lina: Gaivieji gėrimai lietuviški.

D: Nea. Mineralinis nebent.

Lina: Ar geriau užsienietiški?

D: Nu tai tuos, sakysim, Schwepsus, tą liniją visą, Coca cola, Pepsi cola, o iš mineralinių tik lietuviški.

Lina: Alus ☺

D: Lietuuuviškas ☺ Mus vienija alus ir pergalės ☺ ☺ ☺

Lina: O kaip vynas lietuviškas?

D: Ne, nepatinka man. Spiritizuotas jisai, o vynuogių pas mus tokių tinkamų nelabai auga gi. Man vokiški patinka.

Lina: Kas įtakoja šią nuomonę?

D: Išgirdau, pamačiau, paragavau ir patiko ☺ ta prasme, rekomendavo vieną vokišką vyną, ir tikrai neblogas buvo, eksperimentavau toliau, ir kol kas neteko nusivilti.. nors kiek aš ten jo ir geriu... Žodžiu, kaina atitiko kokybę ir skonį.

Lina: O tie stipresnieji gėrimai? Ar lietuviški atitinka tavo poreikius?

D: Jo, normaliai.

Lina: Mhm... Ir apskritai kalbant, ar didelį dėmesį skiriate kilmės šaliai, pirkdami produktą? Ar žiūrite į etiketę?

D: Kad kažkaip tai kai žinai, tai ir nežiūri. Nors iš esmės tai... priklauso nuo produkto aišku.

Lina: Nu pavyzdžiui, drabužiai. Imi dėl prekinio ženklo labiau ar kaip?

D: Nea, nekreipiu dėmesio.

Lina: O kas svarbu?

D: Svarbu kas? Nu kad man tinka ir patinka. Kas iš to, kad prekinis ženklas uždėtas geras, ar kad pagaminta kokioj Vokietijoje, bet jei man netinka, tai ir nieko gi nepakeisiu. Šiuo atveju kilmės šalis man nėra aktuali. Man aktuali kilmės šalis visokių įtartinais pigių maisto produktų, kur Maksimoj būna, tie Taupos, pavyzdžiui, kur anksčiau buvo, prekinis ženklas uždėtas lyg ir lietuviškas, bet kas

ten viduj tai sunku pasakyti, kaina lyg ir nedidelė... o pasižiūri į kilmės šalį – ten kokia Ukraina, ar Lenkija, ir viskas tau aišku, neperku tokių šalių maisto... nes jis vežtas, kažkodėl pigus, neaišku, kiek vežtas, kiek stovėjęs ir kokiom sąlygom... tai va.

Lina: Kaip jus veikia užsienio produktų reklama, lyginant su lietuviškų?

D: Niekaip, nei vienų, nei kitų.

Lina: Tai labiau neigiamai?

D: Nu kaip... kaip reklama tai jo, bet tai šiaip tai... jei nervina, tai stengiuosi nekreipti dėmesio, išeiti, nesiklausyti, ar nežiūrėti. O šiaip, sakyčiau, kad lietuviai savo gerą produkciją reklamuoja mažiau, nei užsienietiškus dalykus. Man atrodo, kad daug ko mes ir nežinome, enamtome, nepastebime, o gal ir nenorime pastebėti.

Lina: Aišku, tai tiek klausimų.

Interviu su 39 metų vyru

Lina: Sveiki, šio interviu tema yra apie tai, kokias prekes jūs dažniausiai perkate – lietuviškas ar užsienietiškas, koks jūsų požiūris į jas, kokie veiksniai lemia jūsų apsisprendimą. Tačiau pradžiai užduosiu bendrą klausimą: koks yra jūsų amžius, išsilavinimas ir pajamos, turint omenyje – žemos, vidutinės, aukštos.

D: Sveiki, man 39 metai... mm... išsilavinimas aukštasis. Pajamos nežinau gal... vidutinės matyt, gal šiek tiek daugiau nei vidutinės, bet ir ne visai aukštos.

Lina: Sakykite, kaip jums atrodo, ar užsienietiškų prekių pirkimas neskatina bedarbystės Lietuvoje, nekenkia Lietuvos ekonomikai?

D: Nesąmonė.

Lina: Kodėl taip manote?

D: Visų pirma gamintojų atžvilgiu, tai skatina juos pasistengti, bent jau turi skatinti, nes išskyla kaip ir grėsmė jų prekėms, sunkiau jas parduoti, bet ta konkurencija sveika. Tik reikia pamąstyti, daugiau mąstyti kaip išsisukti, ir nebus tos bedarbystės. O ekonomiką tikrai kelia šitie produktai, vis tiek juk pelnas kažkoks gaunamas, vyksta mainai visokie, žmonės dirba, ir dirba patys lietuviai taip pat... Tai va.

Lina: O kaip manote, ar reikėtų riboti užsienietiškų produktų įvežimą į Lietuvą, siekiant sumažinti konkurenciją?

D: Man tai žinai, kas labiausiai nepatinka, kad čia yra priversta visokio šlamšto, kad ta Lietuvėlė perpildyta visokiom prekėm iš užsienio, bet antrarūšėm tiesiog, prastos kokybės... Čia nieko nebenusipirksi kokybiško – maistas pasenęs, sugedęs, apipuvęs, daiktai kažkokie brokuoti, genda

greitai, drabužiai – šakės, išskalbei ir susitraukė, arba kreivai pasiūti. Bet tai aš net nekalbu apie parduotuvinius, parduotuvėse išvis toks šlamštas, sau drabužių išvis nerandu, viskas pilka, juoda, baisus stilius, kainos sukeltos. Tai va. Va tokių tai reiktų riboti, reikia gerus daiktus įvežti, kelti griežtesnius kokybės reikalavimus.

Lina: Gal galėtumėte pateikti pavyzdį iš savo patirties? Kad ir apie tuos drabužius?

D: Tai jo, nusipirkau va ne per seniausiai džemperį... ir tai ne iš parduotuvės, o iš Danijos, atvežtas. Užrašyta, kad iš Kašmyro kolekcijos, tai jau kokybė turėtų būti labai gera. Ir ką... išploviau, dar pagal instrukciją, 30 laipsnių temperatūroj, apsivilkau – spalvos nebėra, rankovės susitraukė, visas apsivėlė, tikras šlamštas.... O dar pirkau šeštadienį džinsus. Suplojau 220 Lt, firminėj parduotuvėj, Wranglerius. Parsinešiau, žiūriu – pagaminta Turkijoje, pagal lenkų užsakymą... Tai visai susinervinau, ant kiek savikaina jų išaugus, o ką tie turkai. Kokia ten jau ta kokybė. Metus atnešiot tai gerai bus, pernai buvau Turkijoje, tai Replay džinsus ten nusipirkau, už 100 Lt, aišku “paddielka” tipo, bet sėkmingai atnešiojau. O čia nuėjau į parduotuvę, nes tikėjau, kad geros kokybės rasiu, o va radau turkišką...

Lina: Tai pirkdamas nematėt, kad turkų gamybos?

D: Nu nemačiau.

Lina: Jei būtumėt matęs?

D: Nu žinok, jei būčiau matęs, tai tikrai būčiau nepirkęs.

Lina: Kodėl?

D: Todėl, kad man gaila pinigų, kai žinau, kokia tų džinsų savikaina, ir kad kokybė neatitinka tokios kainos.

Lina: Aišku, o sakykit, ar sutinkate su teiginiu, kad tikras lietuvis turi pirkti lietuviškus produktus, o ne užsienietiškus?

D: Nesutinku.

Lina: Kodėl?

D: Todėl. Kas kam patinka, tas tegu tą ir perka. Čia tas mūsų patriotizmas mums nepagelbės. Nuo užsienio negali atsiriboti... ką ta Lietuvėlė be užsienio ir darytų, parama mums gaunasi tas užsienis.

Lina: Vadinasi, jūs negalvojate apie patriotizmą, pirkdamas produktus?

D: Negalvoju... tikrai, nors pirmenybę lietuviškam maistui teikiu.

Lina: Kodėl?

D: Todėl... kad man atrodo, kad mūsų maistas pakankamai geros kokybės, nebrangus ir... nu mums pritaikytas, mažiau chemijos gal... natūralesnis ir šviežesnis.

Lina: Na, galbūt ne tik apie maistą palankiau galvojate, būtų įdomu sužinoti nuomonę apie įvairias produktų kategorijas. Taigi pirmiausiai, ką manote apie lietuvišką namų techniką, aparatūrą, tokią kaip Tauro televizorius, Snaigės šaldytuvus, ar Sirijaus virdulys?

D: Kas čia per virdulys? Pirmąkart girdžiu, nežinau tokio, ir nepirkčiau tikrai.

Lina: Kodėl gi?

D: Nes nesu informuotas apie tokius produktus... Televizoriaus irgi nepirkčiau lietuviško, nes man atrodo, kad nors ir tobulėja viskas, bet dizainas man šiaip sau, mačiau Maksimoj. Žodžiu šalia tų visokių Samsungų tas Tauras man atrodė varganas, kaip kažkokia pigi kinietiška kopija.

Lina: Ar Kinija jums asocijuojasi su prasta kokybe?

D: Jo. Nuo žaislų iki elektronikos – pigūs, vienkartiniai... šiukšlės žodžiu.

Lina: Labai kategoriška nuomonė ☺ O ką manote apie lietuviškus šaldytuvus Snaigė?

D: Snaigė... nežinau, nepirkčiau, turėjom 15 metų, bet dabar nori jau būt moderniems, tai nusipirkom vokišką.

Lina: O kodėl vokišką, o ne lietuvišką?

D: Net nežinau, pakankamai sena firma Liebheris, kažkaip gerų atsiliepimų girdėjom, be to dizainas buvo kaip tik mums, nu pagal interjerą. O iš Snaigių tai tik akį užmetėm, dizainas pakankamai paprastas, gal net per prastas mūsų interjerui ☺

Lina: Aišku, na o kokia nuomonė apie lietuviškus baldus?

D: Vat apie lietuviškus baldus tai galiu pasakyti gerai... nes man tai patiko. Pirkau minkštą dalį į svetainę. Lietuviškas, pas mus gamintas, medžiagos tik įvežtinės, bet labai gražus, ir kaina buvo prieinama, žodžiu įsipaišė jis į mūsų mažą kambarėlį kaip reikalas.

Lina: O kokios šalies baldų nepirktumėte?

D: Mmm.. ai, taigi va lovą turiu, miegamojo, tipo ispaniška, bet koks šlamštas, nuo pat pirmos dienos grotelės girgžda, ir keitėm, kas svarbiausia, tai šitos antros dar labiau pradėjo girgždėti.... Pirkau tai aš tą lovą, nes dizainas patiko, nu bet tai... nu tokius pinigus sumokėjau, ir negaliu dabar normaliai miegoti... vertiesi ir girgžda... tai ir prabundi naktį.

Lina: O kokia nuomonė apie lietuviškus drabužius? Ar perkate?

D: ... Perku tik trikotažą, apatinių, kojines dar. O šiaip tai kostiumų neperku, nors kiek girdėjau, brangūs gana. Vat... o visi kiti rūbai tai man netinka, ne mano stilius, labai jau vaikiški, sportiniai tokie, tai neperku.

Lina: Kokius perkate?

D: Tokius, kur man tinka, dažniausiai tai iš užsienio parvežtus, gerų prekinių ženklų ta prasme... Iš Italijos, Danijos, Vokietijos... Bet tai kaip minėjau, ir tokie nuvilia.

Lina: O ką galvojate apie lietuviškus batus?

D: Absoliučiai nieko, nematau parduotuvėse, tai ir nesidomiu, man patys geriausi yra Salamander – vokiški, bet labai brangūs tie vyriški batai... kas dar čia...

Lina: Kas lemia apsisprendimą, kurio gamintojo batus pirkti?

D: Pff... Patirtis, dizainas, kainos ir kokybės santykis... Bet tai svarbiausia, kad jie man tiktų.

Lina: Kaip jums lietuviška kosmetika – kremai, šampūnai, dušo želė?

D: Tiesą pasakius tai pas mane nėra lietuviškos visai, pas mane vokiški visokie dalykėliai, bet... esu girdėjęs, kad Margaritos kremai tai labai geri, be konservantų, natūralūs... ir dar šampūnai geri. Aj tiesa, turiu kondicionierių plaukams lietuvišką. Bet jis mano plaukams netinka, kaip šienas pasidaro...

Lina: Lietuviški vaisiai, daržovės – kaip?

D: Kuo puikiausiai, tik brangoki, kaip išauginti Lietuvoj... Apskritai tas mūsų maistas brangus labai dabar....

Lina: O pieno produkcija? Ar perkate kitų šalių?

D: Nu jau tikrai ne, nebent sūrius – pelėsinius tuos, prancūzų, kieno ten...

Lina: Ir kaip jums?

D: Tiesą pasakius tai... labai retai būna šviežių, tai, kas ten guli šaldytuvuose tai pageltę visi, supeliję nuo stovėjimo, tai va retai imu, nebent matau, kad šviežiai atpjautas ir supakuotas.

Lina: Kokia nuomonė apie gaiviuosius lietuviškus gėrimus, vandenį?

D: Vanduo lietuviškas.... geras, perku aš Neptūną, tiche. Limonadų jokių neperku, ieškau natūralių sulčių, bet lietuviškų nerandu, tai kokias ten.... ukrainietiškos berods.

Lina: O lietuviški vynai?

D: Lietuviški vynai – tas pats kas kinietiški ☺ neįmanoma gerti... neperku ir nenoriu net.

Lina: O kokios šalies perkate?

D: Nu kokios Čilės, Prancūzijos. Dažnai akcijų ar naujienų ieškau...

Lina: Aišku, o kaip alus?

D: Puikiai, Švyturio Ekstra ☺ kitų nereikia.

Lina: O brendžiai, degtinė?

D: Degtinė labiau rusiška man ar švediška. Brendį gerdavau anksčiau lietuvišką, dabar nežinau, nebėgaliau gerti, nes bloga nuo jo būna kitą dieną, jaučiu, kad suprastėjo visai...

Lina: O tai kokios šalies vertintumėt?

D: Man dabar labiausiai patinka graikiška Metaxa, kai paragavau, tai visi kiti neskanūs pasidarė. Dar nieko airiškas viskis, iš visų viskių airiški man labiausiai.... skonis ta prasme.

Lina: O apskritai kalbant, ar didelį dėmesį skiriate kilmės šaliai, pirkdami produktą?

D: Ką aš žinau.... skiriu aišku, jei obuolys, žiūriu, kad ne koks lenkiškas, kur apipurškia chemikalais, jei rūbas, žiūriu, kad ne kinietiškas ir ne turkiškas, nors kaip sakiau, jau pas mus tai nieko gero neatveža...

Lina: Ir paskutinis klausimas - kaip jus veikia užsienio produktų reklama, palyginus su lietuviškų?

D: Nei viena, nei kita nedomina manęs. Ir beje, galiu pastebėti, kad lietuviškos reklamos mažiau, vis kiša tuos užsienietiškus daiktus... Kodėl nežinau nieko apie tą ... apie tą patį Sirijaus virdulį, nes nieko nemačiau, negirdėjau jokios reklamos. Tai va tokie ir dalykai....

Lina: Na aišku tuomet, ačiū už jūsų nuomonę.

Interviu su 47 metų moterimi

Lina: Taigi pradėsime nuo visiems bendro klausimo – koks yra jūsų amžius, išsilavinimas ir pajamos, turint omenyje – žemos, vidutinės, aukštos.

R: Amžius iki 50 metų... nuo 45 iki 50 gerai? ☺ Ir... išsilavinimas aukštasis, medicininis, galima sakyti, pajamos vidutinės.

Lina: Kaip jums atrodo, ar užsieniškų prekių pirkimas neskatina bedarbystės Lietuvoje?

R: Nemanau, kad tai vien tikrai prekių pirkimas... užsieniškų būtų pagrindinė tema bedarbystės.

Lina: O kaip atrodo, ar nekenkia ekonomikai, jeigu mes daugiau perkame užsienio prekes?

R: Manau, kad įtakos turi tam.

Lina: Ar kalbant apie visas, ar apie kažkurias labiau?

R: Nu visų pirma mūsų ekonomika ir negamina visų, pramonė negamina visų prekių, antra vis viena žmonės renkasi pagal kokybę, pagal patinkantį daiktą jam, o ne pagal tai, kur jis yra pagamintas.

Lina: Kaip manote, ar reikėtų riboti užsieniškų produktų įvežimą į Lietuvą, siekiant sumažinti konkurenciją?

R: Manau, kad tikrai ne.

Lina: Kodėl?

R: Todėl, kad konkurencija yra sveika, ir atsiranda ir Lietuvos gamintojams pavyzdys į ką lygiuotis ir stengtis, ir mažinti kainas.

Lina: Ar sutinkate su teiginiu, kad tikras lietuvis turi pirkti lietuvišką prekę, o ne užsienietišką?

R: Absoliučiai ne.

Lina: Kodėl?

R: Tai nėra gerai, turi būti pasirinkimas, ir žmogaus norai, ir jos supratimas, poreikiai, pirmiausia...

Lina: O šiaip kokie veiksniai lemia jūsų nuomonę renkantis produktą?

R: Pirmiausia kokybė, ar tau reikalingas daiktas...

Lina: Aišku, tai gal tuomet atskirai pakalbėkime apie kiekvieną produktų kategoriją. Pirmiausiai, lietuviška technika. Kokia jūsų nuomonė apie lietuviškus televizorius? Ar pirktumėte lietuviškus?

R: Kiek aš žinau, tai dabar nėra vien lietuviškų televizorių, jie yra surenkami... ir šiaip, nemanau, kad jie gali būti blogesni, nei pagaminta Kinijoje ar dar kažkur. Ir jeigu jo techniniai parametrai, manau, kad čia apie techninius dalykus gal ir reikėtų žinoti daugiau, ką perki. Neperki vien dizaino, o daiktą, kuris turėtų atitikti tavo reikalavimus.

Lina: O koks jūsų televizorius?

R: Hi ☺ geras, Samsungas.

Lina: Na, o kokia nuomonė apie lietuviškus šaldytuvus – Snaigė?

R: Snaigė, kiek aš žinau, dabar jau yra ekonominės klasės, bet šiaip anksčiau suvartodavo labai daug elektros energijos, antras dalykas, jie būdavo kažkokie nepatikimi, bėgdavo, ne taip šaldavo, bet manau, kad dabar yra pokyčių ir yra kainos ir kokybės santykių gal ir neblogų daiktų. Paprasčiausiai tokių dalykų dažnai neperki ir negali atspėti, kaip dabar yra geriau.

Lina: Kaip jums patinka lietuviški baldai?

R: Mano nuomonė visai nebloga apie juos, jų gal dizainas ir visokios medžiagos ne visą laiką būna tinkamos ir ten aukščiausios klasės, bet pavyzdžiui, patogumo, pritaikymo mūsų aplinkai, mūsų mažiem butam ir visa kita yra tikrai apgalvoti ir atitinkantys mūsų poreikius.

Lina: O kokios dar šalies baldus vertintumėte?

R: Vat nežinau, iš seniau buvo čekiškos kažkokios virtuvės ir buvo labai geros palyginus, jeigu taip kitaip, o dabar nežinau... tikrai negalėčiau pasakyti.

Lina: Ką manote apie lietuviškus drabužius?

R: Apskritai tai gerai galvoju apie lietuviškus drabužius, jie yra tikrai neblogi, galbūt kiek šablonuoti, senamadiški kai kurie, bet pasiūti gan kokybiškai ir pasiūti iš dar geresnių audinių, negu mums siūlo kiti gamintojai.

Lina: O ar yra toks gamintojas ar šalis, kurių drabužių nepirktumėte? Galbūt esate nusivylusi...

R: Negalėčiau pasakyti, kad drabužis galėtų nuvilti, čia yra neilgai naudojamas dalykas, dažnai keičiamas ir dažnai ne tik poreikiams, bet ir pasitenkinimui kokiam nors perkami.

Lina: O ką galvojate apie lietuviškus batus?

R: Na... deja, lietuviški batai, nors ir stiprūs, bet deja tokie senamadiški, bet nieko geresnio negalėčiau pasakyti ir apie itališkus batus, kurie visiškai netinka nei mūsų klimatui, nei gatvėms ir panašiai... Visai neblogi man pavyzdžiui yra lenkiški batai, pagal mano poreikius. Jie yra ir tvirtesni, ir... gan gerai nukopijuoti nuo kažkurių dizainerių garsių.

Lina: Kaip vertinate lietuvišką kosmetiką? Ne tik kremai, bet ir šampūnai, dušo želė, muilai...

R: Tai yra nu... paprasti, manau, be didelių išmonių ir ne tokie brangūs, daug kur manau naudojami. Ir čia jau tikrai gali pasirinkti, nes dabar gamintojų, kiek žinau yra, ir ne viskas čia tiktai gaminama, bet ir žaliavas perka iš kitur. Taip kad nieko blogo nematau lietuviškoj kosmetikoj.

Lina: Maisto produktai – kokius dažniau perkate – lietuviškus ar užsienietiškus?

R: Maisto produktus tai praktiškai visus lietuviškus, retai kada ten kažkokius įmantresnius, arba supakuotus jau užsienietiškus.

Lina: O ar turite apie kuriuos nors užsienietiškus produktus prastą nuomonę?

R: Ne, tokios nuomonės neturiu, nes paprastai maisto produktams yra aukšti reikalavimai, manau, kad jie geri, gal kiek daugiau konservantų, ir mums neįprastas skonis gali būti.

Lina: Ką manote apie lietuviškus gaiviuosius gėrimus?

R: Nežinau, gaivieji gėrimai man išvis yra neaiškus gėrimas, daug stengiuosi nepirkti, ir šiaip daugiau lietuviškus.

Lina: Na, vandenį turbūt?

R: Taip.

Lina: O kaip lietuviškas alus?

R: Geras ☺ Geras, patinka iš tikrųjų ir tikrai manau nenusileidžia. Nors aš nesu alaus žinovas, bet turbūt mažai kuo nusileidžia kitiems alum. Gal kiek per mažai rūšių kaip tikram alaus mėgėjui.

Lina: O kaip jums lietuviškas vynas?

R: Lietuviškas vynas tikrai nelabai kaip, sakyčiau, nes jie kažokie spirituoti ar pasaldinti. Manau todėl, kad mes žaliavos neturim tinkamos ir negalim pasigirti vynu.

Lina: O kokios tuomet šalis vyną vertintumėte?

R: Dabar pamėgau Čilės vyną... Jis yra pigesnis ir gal kokybiškas. Prancūziškas...

Lina: Na, o kaip stipresni gėrimai? Ar jūsų nuomone mūsų brendžiai ir degtinės prilygsta užsienietiškiems?

R: Manau, kad neblogi gal, prilygsta... Nesu didelis žinovas ☺

Lina: Apskritai kalbant, ar didelį dėmesį skiriate kilmės šaliai, pirkdama produktą?

R: Pirmiausiai etiketėj tai žiūriu sudėtį. Po to jau gamybos šalį, kilmės šalį.

Lina: Kiek jinai lemia jūsų apsisprendimą?

R: Turbūt mažiau kaip trečdalį, netgi trečdalį... Nėra nusistatymo prieš kurią nors šalį.

Lina: Kaip jus veikia užsienio produktų reklama palyginus su lietuviškų produktų reklama? Ar yra koks skirtumas?

R: Manau, kad šituo atveju yra didelis skirtumas. Didelės užsienio kompanijos ir didelės reklamos galingas leidžia. Ir atskleidžia daug apie produktą.

Lina: O kaip manote, daugiau yra lietuviškų ar užsienietišκών produktų reklamų?

R: Aš manau, kad užsienietišκών daug daugiau... Kas čia gali leisti sau tiek reklamuoti, kaip tokį Actimelį, lietuviškus produktus.

Lina: Na taip. Ką gi, ačiū už atsakymus.

Interviu su 49 metų moterimi

Lina: Sakykite, koks jūsų amžius, išsilavinimas ir pajamos (žemos, vidutinės, aukštos).

S: Išsilavinimas mano yra aukštesnysis, man yra 49 metai. Pajamos vidutinės.

Lina: Kaip jums atrodo, ar užsieniškų prekių pirkimas neskatina bedarbių Lietuvoje, nekenkia Lietuvos ekonomikai?

S: Manau, kad kenkia... ir skatina aišku.

Lina: Visų prekių, ar yra kažkokios konkrečios kategorijos?

S: Nuuu, manau, kad visų. Mes turime savo palaikyti kažkaip tai ekonomiką.

Lina: O kaip manote, ar reikėtų riboti užsieniškų produktų įvežimą į Lietuvą, siekiant sumažinti konkurenciją?

S: Manau, kad reiktų riboti tų užsieniškų produktų, sakykim, kurių mes neturim. Kurių mes negaminam.

Lina: Tai kaip tik neriboti gal?

S: Taip.

Lina: Riboti tuos, kuriuos turim?

S: Jo. Taip.

Lina: Pavyzdžiui?

S: Nu pavyzdžiui... nu mūsų vat, sakykim, pieno produktai visi, tai tikrai užsienietiškus reiktų riboti, lietuviškus skatinti tikrai... Tai, ką mes užauginam, sakykim, daržovės ten, vaisius, kuriuos mes užauginam, pirmiausia, kad mes savo galėtumėm parduoti, o paskui tik įvežtinius pirkti.

Lina: O pramonė?

S: Nu pramonė irgi taip pat... Sakykim, mūsų produkcija, kuri yra geros kokybės, lengvosios pramonės, pavyzdžiui, tai ją užgožia kinietiška produkcija, kuri yra prastos kokybės, turkiška produkcija... irgi...

Lina: Ar sutinkate su teiginiu, kad tikras lietuvis turi pirkti lietuviškus produktus, o ne užsienietiškus?

S: Nu iš dalies sutinku.

Lina: Kodėl?

S: Nu...

Lina: Ar dėl to, kad tikras lietuvis turi pirkti, ar kaip...

S: Manau, kad kiekvienas lietuvis privalo patriotiškumo savo jausmą išlaikyti, pirkdamas produktus taip pat.

Lina: O, kas jei nėra Lietuvoje? Negamina?

S: Nu jeigu nėra ir jeigu, sakykim, arba neatitinka kokybės, aišku renkiesi vis tiek dėl kokybės, nes mes neesam tiek turtingi, kad galėtumėm sau leisti daug kartų pirkti pigią ir blogos kokybės produkciją.

Lina: Ar jūs vadovaujate šia nuostata pirkdama produktus?

S: Taip.

Lina: O kokie dar veiksniai lemia tokią gana etnocentrišką jūsų nuomonę?

S: ...

Lina: Gal vaikystėj kas nors mokė to, ar šiaip žmonės įtakojo, iš kur tas patriotiškumo jausmas?

S: Na turbūt tas patriotiškumo jausmas tai labiausiai atsirado su Lietuvos nepriklausomybe. Išugdytas.

Lina: Mhm... Na o dabar apie kiekvieną produktų kategoriją norėčiau paklausti jūsų nuomonės. Tai pirmiausiai lietuviška technika – televizoriai – kokia nuomonė? Ar pirtumėte lietuvišką?

S: Na galbūt aš pirkčiau lietuvišką televizorių tokį, kuris mane... nu... mažesnio dydžio, sakykim kaip anksčiau buvo lietuviški šileliai, jie buvo geros kokybės ir... didelių nesu girdėjęs, kad būtų va dideli plokšti televizoriai, tokie kaip užsienietiški... va tokie lietuviški. Bet tokius mažesnius tai tikrai...

Lina: O šaldytuvai – Snaigė?

S: Nu Snaigės šaldytuvai irgi yra gana neblogi. Manau, kad ir kaina netgi priimtina....

Lina: O ar esate girdėjusi, kad Sirijus dabar gamina virdulius, plaukų džiovintuvus?

S: Nu kad lyg ir nesu pirkus, nesu girdėjęs... Sirijus, kiek žinau, gamina lietuviškas baterijas...

Lina: Taip, bet ne tik jas ☺

S: Mm... Nu negirdėjau ir nesu pirkusi Kažkaip nėra poreikio dabar.

Lina: Kokia nuomonė apie mūsų lietuviškus baldus?

S: Baldai lietuviški yra gana neblogi. Žinau, kad net yra vertinami užsienyje gerai.

Lina: O ar turite lietuviškų baldų?

S: Na taip, mūsų visi baldai beveik lietuviški.

Lina: O šiaip apie kokių dar šalių baldus esate palankios nuomonės?

S: Nu manau, kad lenkiški baldai yra neblogi, rumuniški neblogi... apie ispaniškus dabar jau nebesu tokios geros nuomonės, bet jeigu yra užsienietiški baldai geri, tai jie yra nepaprastai brangūs.

Lina: O kodėl apie ispaniškus esate blogos nuomonės?

S: Nu todėl, kad nusipirkom sekciją, ir gana brangi, o kokybė tai gana prastoka.

Lina: Aišku, o kokia nuomonė apie lietuviškus drabužius ir batus?

S: Batai, nesu geros nuomonės apie lietuviškus batus, nes kiek jau teko turėti batų, tai labai kieta oda, ir nelabai nuomonė apie batus.

Lina: O kokios šalies batus perkate?

S: Nu kokie pasitaiko, tiesiog ne pagal šalį dažniausiai perku, o pagal tai, kaip jie tinka mano kojai. O drabužiai... drabužius mėgstu daugiau iš natūralių pluoštų, nu ir priklausomai nuo kokybės.

Lina: Na o kokia nuomonė apie lietuviškus?

S: Apie lietuviškus, tai Utenos trikotažo, pavyzdžiui, apatinis trikotažas yra labai neblogas... taip ir.. nu yra neblogų...

Lina: O kokios šalies gamintojos drabužių tikrai nepirktumėte, jei pamatytumėte parduotuvėje?

S: Nu visuomet taip jau, ne su dideliu noru, kai pamatau, kad Kinija užrašyta, tai taip jau... nelabai noriu pirkti.

Lina: O kas įtakoja – patirtis, ar kas kita?

S: Patirtis... kokybė pirmiausiai.

Lina: O kaip kosmetika lietuviška ir kitos higienos prekės?

S: Lietuviška kosmetika, mano manymu, yra nebloga, nes jinai pritaikyta mūsų šalies klimatui. Kremai yra neblogi Biok, muilai, dušo želė su įvairiais priedais.

Lina: Tai tokius ir perkate?

S: Taip.

Lina: Na o ką manote apie maisto produktus?

S: Nu o maisto produktus mes tikrai pagrinde stengiamės pirkti lietuviškus.

Lina: O jeigu nebūna? Daržovių žiemą kai nėra lietuviškų.

S: Na tai žiūrim, pomidorus aišku perkam ir ispaniškus, bet jau jų mažiau. Sakykim, jeigu renkamės tarp lietuviškų pomidorų ir ispaniškų, tai visuomet pirmenybę teikiu lietuviškiem, nors kitąkart jie būna ir brangesni. Vis dėlto tie ispaniški neatitinka to skonio, jie išvis yra beskoniai, arba neskanūs palyginus su mūsųškiais, be to, dažnai pusė jų jau parduotuvėj būna supuvusių...

Lina: O kaip vaisiai? Kokių vaisių nepirktumėte? Kokios gal konkrečios šalies, būtent tų kurie auga ir pas mus.

S: Nu vat obuolių mes stengiamės nepirkti importinių, stengiamės... jeigu parduotuvėj yra lietuviškų tai pirmiausiai žiūrim lietuviškų, ta prasme kokybė skiriasi...

Lina: Kodėl importiniams sakote ne?

S: Todėl, kad jie paprastai būna padengti kažkokiom tai medžiagom, kad apsaugotų jų kokybę... cheminėm medžiagom. Vis tik lietuviški vaisiai yra natūralūs ir nežinau... Nors tie ir ilgiau laikosi, bet lietuviški yra šimtą kartų geriau.

Lina: Kokius gaiviuosius gėrimus dažniausiai perkate?

S: Dažniausiai mes perkam vandenį, negazuotą, gazuotą vandenį perkam Borjomi, nes jį sveika gerti. Va

Lina: O sultis?

S: Sultis labai retai perkam, paprastai stengiamės natūralias pirkti, arba spaudžiamės patys...

Lina: O kokios tai šalies sultys?

S: Ukrainietiškas perkam pomidorų sultis... Ir granatų sultys, man atrodo, ten Gruzijoje pagamintos...

Lina: Na ir kaip jos jums?

S: Tos, kurios natūralios, tai jos tikrai geros...

Lina: O kokia nuomonė apie stipresnius gėrimus, alkoholinius, lietuviškus? Pavyzdžiui, vynai.

S: Vynai man nelabai patinka, kadangi tiesiog man jie per stiprūs. Vynas būna 16 laipsnių stiprumo, Anykščių vynas yra spiritizuotas, o aš tokių išvis negeriu. O natūralus man irgi nelabai patinka... O šiaip jau aš mėgstu lengvesnius vynus.

Lina: O kokios šalies?

S: Dažniausiai vokiškas... Arba prancūziškas.

Lina: O alus?

S: Alus, pavyzdžiui, man Švyturio alus labai patinka. Manau, kad jisai geras yra.

Lina: O užsienietiškų kokių nors perkate?

S: Mmm... labai retai...

Lina: O kaip lietuviška degtinė ir brendžiai?

S: Nu aš kiek žinau lietuviška Stumbro degtinė visai yra nebloga, bet kadangi aš jos beveik nevartoju, tai nelabai ir domiuosi.

Lina: Apskritai kalbant, ar didelį dėmesį skirate kilmės šaliai, pirkdama produktą?

S: Nuu... taip taip... Pirmiausiai tai žiūriu, kad produktas būtų vietinės gamybos.

Lina: O kaip jus veikia užsienio produktų reklama, jeigu lygintume su lietuviškų produktų?

S: Nu reklama jinai gal kažkiek ir veikia, tu žinai, kad yra kažkoks produktas. Bet jinai nuslepia, kad užsienietiškuose produktuose yra labai daug ir priedų visokių, konservantų... Todėl vertinu labiau lietuviškus. O reklama – tik tiek, kad pasižiūriu...

Lina: O jei lygintume, ar yra daugiau užsienietišku produktų reklamos, ar lietuviškų?

S: Mmm... nu kad gal lietuviškos reklamos daugiau, bet pakanka ir užsienietiškos...

Lina: Bet skeptiškai nežiūrite į tai, kad gal užsienis kartais daugiau reklamuojasi...

S: Nu vis tiek, reklama yra reklama... maždaug pasižiūri tokiu požiūriu, kad kažkas tai iš tos reklamos – televizija – išsilaiko.

Lina: Nu bet yra ir spausdinta reklama... Prekybos centruose.

S: Nu nelabai kreipiu dėmesį, neveikia manęs, tiesiog informuoja, jeigu aš domiuosi.

Lina: Aišku, ačiū.

Interviu su 53 metų vyru

Lina: Pradėsime interviu apie vartotojų etnocentrizmą nuo bendrų klausimų, apie tai, koks yra jūsų amžius, išsilavinimas ir pajamos – žemos, vidutinės ar aukštos.

T: Penkiasdešimt trys.... Spec... Aukštesnysis dabar skaitosi. Pajamos vidutinės.

Lina: Kaip jums atrodo, ar užsieniškų prekių pirkimas neskatina bedarbystės Lietuvoje, nekenkia Lietuvos ekonomikai?

T: Neskatina.

Lina: Kodėl?

T: Už tai, kad lietuviškų gerų nėra.

Lina: O kokių pavyzdžiui?

T: Nu... tai nėra nei technikos geros, nei mašinų, nei elektronikos, daug ko nėra.

Lina: Kaip manote, ar reikėtų riboti užsieniškų produktų įvežimą į Lietuvą, siekiant sumažinti konkurenciją?

T: Nebent kinietišku.

Lina: O kodėl kinietišku?

T: Nu.. prasta kokybė.

Lina: O iš kur žinote, kad prasta kokybė?

T: Esu turėjęs.

Lina: Na, o konkrečiau, apie kokį produktą kalbant?

T: Nu dabar neprisimenu...

Lina: Drabužiai?

T: Drabužiai, žaislai nekokybiški, elektros prekės nekokybiškos, nu daug prekių yra...

Lina: Ar sutinkate su teiginiu, kad tikras lietuvis turi pirkti lietuviškus produktus, o ne užsienietiškus?

T: Sutinku.

Lina: Kodėl?

T: Turi būti patriotas.

Lina: Ar jūs vadovaujate šia nuostata pirkdami produktus?

T: Kaip kada.

Lina: O kada nesivadovaujate?

T: Nu kai nėra pasirinkimo, ne viską gamina tą, ką nori... Arba bent jau išbandyt norisi nu.

Lina: Gerai, tuomet paklausiu konkrečiau apie kiekvieną produktų kategoriją, gal bus lengviau prisiminti. Ką manote apie lietuvišką techniką? Pirmiausiai televizorius.

T: Tai kad tų lietuviškų televizorių nebėra, viskas, paskutinę gamyklą uždarė.

Lina: Na Taurus vis dar gaminamas.

T: Tauras geras būdavo, Šilelis – geras televizorius mažiukas.

Lina: Tai ar pirktumėt lietuvišką?

T: Nu pagalvočiau dar.

Lina: O kokios šalies televizoriams skiri pirmenybę? Kokie televizoriai atrodo geriausi?

T: Nu geriausias nežinau, bet šiaip japoniškas geriausias būtų variantas.

Lina: O kaip jums lietuviški šaldytuvai Snaigė? Kokia nuomonė, ar pirktumėt?

T: Neturėjau gyvenime Snaigės ir šituo klausimu neturiu nuomonės.

Lina: O lietuviški baldai?

T: Mmm... neblogi.

Lina: O ar turite lietuviškų baldų?

T: Ne. Sekcija ispaniška, o kiti baldai tai savo gamybos, bet iš ne lietuviškų medžiagų, nes tais laikais dar nebūdavo lietuviškų medžiagų, kai pirkome. Virtuvė suomiška.

Lina: Na o kaip jums tų vietinio surinkimo baldų kokybė? Gera?

T: Nu... ne visai. Yra prie ko prisikabinti.

Lina: O kokios šalies baldus vertintumėte labiausiai.

T: Nu... gal... šiaip tai lietuviški baldai nėra blogi. Dabar kokius gamina, tik kad mes neturime jų, šiaip girdėjęs iš aplinkinių, kas turi. Jei vertinčiau dabar pagal kainą, tai galiu sakyti, kad lietuviškus ir vertinčiau.

Lina: Ar teko pirkti lietuviškų rūbų?

T: Teko.

Lina: Ir kokia nuomonė?

T: Nebloga, lietuviški kostiumai man patinka, Lelijos.

Lina: Batai lietuviški kaip?

T: Ne.

Lina: Kodėl?

T: Todėl, kad nesu turėjęs.

Lina: Tai čia išeina kaip ir nuostata tokia jūsų?

T: Nesu turėjęs ir nežinau...

Lina: O pagal kokius kriterijus renkatės batus?

T: Pagal patogumą, kaip ant kojos jaučiasi... Nesivaikau mados, bet... žiūriu, kaip ant kojos patogų, tiek.

Lina: Lietuviška kosmetika kaip?

T: Nesinaudoju.

Lina: O šampūnai? Ar dušo želė?

T: Dušo želė naudojuosi, bet kieno gamybos nežiūriu.

Lina: Supratau, maisto produktai? Kokius dažniausiai perkate? Kokiai šaliai pirmenybę teikiate?

T: (juokiasi) nežinau...

Lina: Na vis tiek turguj perkate, vaisiai, daržovės...

T: Turguj neperku, pagrinde parduotuvėj. Vaisius perku visokius, bet tokius, kokių tuo metu yra, tuo metu laiku. Kokie yra tokius ir perku.

Lina: Žodžiu, nesvarbu, jeigu būtų lenkiški, irgi pirktumėt?

T: Nu jeigu lietuviškų nėra, tai perki lenkiškus, bet tada reikia skūrą nusilupsti. ☺ Bent jau obuolių. Nes jie ten padengti kažkokia chemija.

Lina: O kaip pieno produkcija?

T: Pagal kraujo grupę negaliu.

Lina: ☺

T: Gal išskyrus varškę šiek tiek... grūdėta

Lina: Bet lietuviška?

T: Taip, šita lietuviška.

Lina: Ką manote apie gaiviuosius lietuviškus gėrimus?

T: Alus – gaivieji gėrimai?

Lina: Ne ☺ prieisim ir prie jo. Vanduo?

T: Nu vanduo – Neptūnas.

Lina: O sultys?

T: Sulčių... sultis pats spaudžiu. Bet vaisiai tai nelietuviški – greipfrutai, apelsinai, obuoliai...

Lina: Na o ką apie alų manote?

T: Alų geriu tik Švyturio ekstra.

Lina: O kokį vertintumėt po lietuviško? Kokios dar šalies?

T: Užsienietišką? Užsienietiškas gal vokiškas neblogas.

Lina: O kaip jums lietuviškas vynas?

T: Hmmm... nežinau, šiaip vynų nemėgstu, tai... Net nežinau, koks lietuviškas yra vynas, nesu ragavęs. Ai, tas Šilelis kur buvo nebent kažkada, bet labai senai.

Lina: Nors ir nemėgstate vynų, bet vis tiek juk tenka pirkti kartais, per kokias šventes, tai kokios šalies tuomet perkate?

T: Nu šiaip tai pirmoj vietoj vokišką perku, nes patikrintas jau jis – skanus ir nebrangus. Dar perku ispanišką.

Lina: O kaip degtinė lietuviška?

T: Samagonas? ☺ Samagonas gerai.

Lina: Brendžiai, pavyzdžiui.

T: Geri, nebloga kokybė.

Lina: O kitos šalies kokios nors?

T: Airių viskis, pagrinde.

Lina: Kodėl būtent airių?

T: Viskių daugiau niekas negamina praktiškai...

Lina: Škotai.

T: Nu škotai, airiai, tai čia tas pats regionas.

Lina: Na nevisai, bet kas pagrinde suveikia renkantis?

T: Pagrinde tai skonis, airiškas man skanesnis, sodresnis toks, nei škotiškas.

Lina: Apskritai kalbant, ar didelį dėmesį skiriate kilmės šaliai, pirkdami produktą?

T: Mmm... aišku, o kaip? Kreipiu dėmesį?

Lina: O kokios dar šalies produkciją paminėtum be Kinijos, kad ji prasta? Nuo maisto iki drabužių...

T: Nu gal turkų nelabai ten gali būti, lenkų kokybė irgi ne kokia.

Lina: O kas įtakoja nuomonę, kad, pavyzdžiui, lenkų kokybė yra ne kokia?

T: Patirtis.

Lina: Su kuo? ☺

T: Nu panešioji ir pamatai, kažkada tai esu turėjęs batus lenkiškus. Tai labai trumpai aš juos turėjau, basanoškes lenkiškas esu turėjęs... irgi labai trumpai. Va čekiškos basanoškės geros, iš avalynės netgi čekiška avalynė yra palyginus nebloga.

Lina: Kaip jus veikia užsienio produktų reklama? Ar skiriasi požiūris į užsienietiško ir į lietuviško produkto reklamą?

T: Tai kad aš nežiūriu tos reklamos, stengiuosi perjungti į kitą kanalą, manęs neveikia visiškai niekaip. Man jeigu nepatinka tas produktas, gali reklamuot kiek tu nori.

Lina: Aišku, vadinasi ir skirtumų jokių nepaminėsite ☺ Ačiū.

Interviu su 54 metų moterimi

Lina: Pradžiai bendras klausimas – koks jūsų amžius, išsilavinimas ir pajamos – žemos, vidutinės ar aukštos?

AL: 54 metai, vidurinis, vidutinės.

Lina: Kaip jums atrodo, ar užsieniškų prekių pirkimas neskatina bedarbystės Lietuvoje, nekenkia Lietuvos ekonomikai?

AL: Kaip čia pasakyt... Taip aišku kenkia, geriau lietuviškus produktus pirkti, tuos, kurie yra gaminami Lietuvoje.

Lina: O visais atvejais, ar manote, kad yra išimčių kokių?

AL: Nu, gal ir yra kokių pavyzdžių, kad ir tie (užsieniškai geresni), bet. Pavyzdžiui, visi ten maisto produktai – taigi mūsų geresni.

Lina: Kaip manote, ar reikėtų riboti užsieniškų produktų įvežimą į Lietuvą, siekiant sumažinti konkurenciją?

AL: Reikėtų. Vat būtent maisto, nes mes jo prisigaminame pakankamai ir geros kokybės.

Lina: Ar sutinkate su teiginiu, kad tikras lietuvis turi pirkti lietuviškus produktus, o ne užsieniškus?

AL: Ne gal.

Lina: Kodėl?

AL: Kad tik lietuviškus... Nu kodėl, gali žmogui patikti lietuviui ir kokia užsienietiška prekė. Nu čia gali kokių 80 procentų va taip va.

Lina: Ar jūs vadovaujatės šia nuostata pirkdami produktus?

AL: Nu vis tiek savo produkciją žiūri, kur lietuviški, bet ten gali ir meluot. Pavyzdžiui, mėsą kur turguj pardavinėja, taigi gali ir nepasakyt tiesos, iš kur atsivežė.

Lina: Kokie veiksniai lemia jūsų apsisprendimą perkant?

AL: Nu kaip ir pakavimas, ir kokybė... Nu aišku viskas, bendras vaizdas. Nu jeigu gulės ten kokiam popieriuje, taigi nepirksi, kiekvienas perka kur geresnę, kur gražiau atrodo... Nu ir į kainą aišku pasižiūriu, bet dažniau į išvaizdą ir kokybę.

Lina: Aišku, dabar yra keletas produktų kategorijų. Norėčiau paklausinėti apie kiekvieną atskirai. Pirmiausiai apie lietuvišką techniką – televizorius.

AL: Nu kad aš neturėjus, bet kai šitas Ekranas buvo Panevėžio, taigi geri televizoriai.

Lina: O kokio gamintojo televizorius pas jus?

AL: Samsung.

Lina: Ar patenkinta kokybe?

AL: Gerai, jau kiek, aštunti metai pas mus eina.

Lina: O lietuviški šaldytuvai Snaigė? Ar pirtumėt?

AL: Dabar pas mane tas Minskas yra, kur buvo didelis. Bet Snaigė yra geri šaldytuvai. Vat pas drauges, kurias yra, tai labai patenkintos. Tai ir aš pirkčiau, jeigu būtų reikalas.

Lina: Ką manote apie lietuviškus baldus?

AL: Geri baldai lietuviški.

Lina: Ar turite?

AL: Turiu. Minkštą dalį, svetainės sekciją. Aišku, gal jau išėjo iš mados dizainas, bet laiko tai tikrai gerai. Jeigu reiktų dabar ieškoti, tai ir toliau žiūrėčiau lietuviškus, nes užsienietiški yra brangesni.

Lina: Bet šiaip turbūt turite savo nuomonę ir apie užsienietiškus?

AL: Gal vokiečių, net nežinau.

Lina: Lietuviški drabužiai.

AL: Trikotažas geras, linas.

Lina: Ar perkate lietuviškus?

AL: Nu vat apatinius tai perku, o šiaip daugiausiai tai iš padėvėtų...

Lina: O kokia nuomonė apie lietuviškus batus?

AL: Aš tai neturiu tokių, bet va draugė pirko, tai labai patiko, ir vyrui, va kur lietuviška avalynė, ir sau nusipirko. Tai labai patenkinta, labai patogūs, labai geri, sakė batai.

Lina: O jūs kokius perkate?

AL: Turiu lenkiškus.

Lina: Ir kaip nuomonė?

AL: Neblogi lenkiški. Man patinka lenkiška avalynė.

Lina: O lietuviška kosmetika kaip? Ar naudojate?

AL: Margarita naudoju.

Lina: O kaip šampūnai, dušo želė?

AL: Šitų lietuviškų nenaudoju.

Lina: O kokius?

AL: Nu palauk, kieno ten yra šitas, Loreal ten, Nivea. Nivea tai vokiečių, o Loreal tie prancūziški.

Lina: Maisto produktai. Kokiems pirmenybę teikiate – lietuviškiems ar užsienietiškiems?

AL: Lietuviškiems.

Lina: O jeigu nebūna, pavyzdžiui, pomidorų lietuviškų žiemą?

AL: Tai yra dabar lietuviškų... nu galima lenkiškus pirkti. Galima kitokius nusipirkti, bet taigi būna, mūsų gi augina dabar Pagirių šiltnamiuose.

Lina: O kaip mėsa? Lietuvišką visada perkate, ar nesvarbu?

AL: Lietuvišką, o kalakutieną tai turbūt, va kaip dabar, tai lenkišką. Nes va mano draugės sesuo ten, tai va ji augina labai daug kalakutų, ten tūkstančiais... tai gal ir veža iš ten, bet taip tai vis tiek, kai perki vat...

Lina: O pieno produktai?

AL: Savo, tiktai savo.

Lina: Ką manote apie lietuviškus vynus?

AL: Aš negeriu vyno ☺

Lina: O tada apie stipresnius gėrimus, lietuviškus.

AL: Lithuania geriu ☺

Lina: O šiaip kokybės klausimas?

AL: Gera šita ☺

Lina: Apskritai kalbant, ar didelį dėmesį skiriate kilmės šaliai, pirkdami produktą?

AL: Nu šimtą procentų nežiūriu, kad labai, nu kad tinka tai... nu aišku pirmiau pasižiūri taip, bet va kad ten konkrečiai žiūrėtum ten, tai ne visada.

Lina: O ar yra šalis, prieš kurią būtumėt nusistačius, pamatote kur pagamintas produktas ir padedate atgal į lentyną, ar pakabinate ant pakabos, jei rūbas?

AL: Ai net nežinau žinok.

Lina: Kaip kinietiški?

AL: Kinietišku yra kokybišku.

Lina: Turkiški?

AL: Ai va turkiški nelabai. O kinietiški taigi irgi būna geresnių daiktų, kokybišku.

Lina: O kodėl turkų ne?

AL: Ai kažkokie turkų tie drabužiai, kai skalbi, tai ir viskas, pasidaro kaip maišas...

Lina: Kaip jus veikia užsienio produktų reklama palyginus su lietuvišku?

AL: Kad daugiau reklamuoja užsienietiškus, reikėtų kaip tik, kad mūsų reklamuotų.

Lina: Tai netgi galima būtų teigti, kad jūs reaguojate skeptiškai į tai.

AL: Nu tai aišku, nu taip. Visokius užsienietiškus labiau kiša nei lietuviškus, pusės mes net nežinome, ką turime čia Lietuvoje.

Lina: Aišku, ačiū už nuomonę.

Interviu su 57 m. moterimi

Lina: Laba diena, šio interviu metu aš norėčiau sužinoti jūsų nuomonę apie Lietuvoje pagamintus produktus ir jūsų etnocentriškumo laipsnį. Taigi pirmasis klausimas būtų - koks yra jūsų amžius, išsilavinimas ir pajamos, turint omenyje – žemos, vidutinės, aukštos.

R: Sveiki, man 57 metai, išsilavinimas aukštasis, pajamos vidutinės.

Lina: Kaip jums atrodo, ar užsienietiškų prekių pirkimas neskatina bedarbystės Lietuvoje, nekenkia Lietuvos ekonomikai?

R: Manau.... ir padidina, ir suduoda smūgį.

Lina: O kodėl? Kaip manote?

R: Todėl, kad jeigu neperkamos lietuviškos prekės, tai vadinasi, reikia jų gaminti mažiau arba visai nereikia gaminti... čia elementaru....

Lina: O tas smūgis.... Stiprus?

R: Dėl stiprumo nežinau, čia reikia konkrečios analizės, kiek kas kam kenkia.

Lina: Gerai, toliau, kaip manote, ar reikėtų riboti užsienietiškų produktų įvežimą į Lietuvą, siekiant sumažinti konkurenciją?

R: Mmm nežinau ar reikėtų čia riboti, nes konkurencija vis tiek turi būti. Aišku tai, kad yra užsienietiškų prekių Lietuvos gamintojams tai atsiliepia gal ir blogai, bet tokie suvaržymai, kas ten kažko neleis įvežti ar ką.... Ar čia, tai yra tikrai gerai... nežinau. Tiesiog neturiu nuomonės tokiu klausimu.

Lina: Ar sutinkate su teiginiu, kad tikras lietuvis turi pirkti lietuviškus produktus, o ne užsienietiškus? Kodėl?

R: Nea, aš su tokia nuomone nesutikčiau. Yra dalykų, kuriuos aš perku tik lietuviškus iš.. ir netgi gal net ne iš patriotizmo, bet iš įsitikinimo, kad jie gal yra kokybiškesni, pavyzdžiui, daržovės, kai jų jau yra, ar ką, bet šiaip nesu linkus manyt, kad būtinai reikia pirkt tik lietuvišką. Perki ir renkiesi pagal kokybę, kainą ir daugelį kitų kriterijų.

Lina: Vadinasi šie kriterijai kaip ir yra atsakymas į klausimą “kodėl”?

R: Nu taip, todėl, pagal įvairius kriterijus, nebūtinai lietuvišką. Ir šia nuostata pirkdama produktus nesivadovauju. Geras prekes, kurios man tinka pagal kokybę ir kainą, žinoma, perku lietuviškas, jeigu jų yra, bet jeigu ne, aš perku ir kitokias.

Justė: Tai kokybė ir kaina jums kaip ir yra pagrindiniai veiksniai, lemiantys apsisprendimą?

R: Taip. Ir išvaizda pagaliau, kitą sykį žiūri kokia prekė

Lina: Toliau kalbėsime apie atskiras produktų kategorijas ir jūsų požiūrį į jas. Taigi pirmiausiai televizoriai. Ar perkate lietuviškus? Kokia nuomonė apie tai?

R: Ne, aš televizoriaus neperku lietuviško, tik turėjau lietuvišką Taurą seniai, ir labai su juo man buvo nepasisekė, todėl po to aš perku nebe lietuviškus televizorius, o... atsižvelgiu į firmas, sakykim Philips, Sony.... Atrodo patikimi. Ir iš praktikos aš žinau, nes tokius turėjau, ir su jais problemų tikrai jokių nebuvo... Va.

Lina: O kas su tuo Tauru nepasisekė?

R: Taigi sudegė tenais vos nupirktas ir apskritai... ir po to ten mums reikėdavo taisyti ir taisyti. Todėl renkuosi tokius patikimų gamintojų.

Lina: O tokio kaip Philips nereikėjo taisyti nei karto?

R: Ne, nereikėjo. Philips, Sony, ką mes turime, viskas veikia labai gerai. Tai vat... aš sakau, ne aš lietuviško televizoriaus nepirkčiau, nepasitikiu kokybe...

Lina: Net ir šiais laikais?

R: Net ir šiais laikais, aš nežinau, kokia jų kokybė, nes ta prekė vis tiek yra pakankamai brangi, kainuoja, ir aš noriu turėti tai, kas man garantuoja kokybę. Aš žinau, kad Philips yra sena, patikima firma.

Lina: Bet Taurus irgi sena.

R: Bet aš iš praktikos įsitikinau, kad blogai jisai man veikė, o Philipsas man veikė gerai, todėl aš nusipirkau ir kitą Philipsą, vietoj to, nes man jis gerai veikė. Aš manau, kad kokybė ir kaina yra tinkamas santykis, viskas tai, ko man reikia.

Lina: O ką manote apie kitą namų techniką, pavyzdžiui ar perkate lietuviškus šaldytuvus Snaigę, ar pirtumėte virdulį Sirijus?

R: Ne, neperku, apie šaldytuvus apskritai nesu blogos nuomonės Snaigė, bet man jie tiesiog netinka pagal matmenis, kadangi mano specifinė maža virtuvė, jie man tiesiog per dideli... Todėl aš Snaigės nepirkau, nusipirkau tokį, kurį man pardavėjai siūlo tinkamą mano poreikiams. Nors, tiesą sakant, Snaigė irgi iš to, ką esu mačiusi pas kitus žmones, nesu labai sužavėta, ir ten plastmasės lūžta ir visokių tokių dalykų... O kitokios buitinės technikos lietuviškos irgi neturiu, virdulių... tai apskritai kadangi ne nenaudoju elektrinių, tai nepirkčiau nei Sirijaus, nei jokio kito ☺

Lina: Ar perkate lietuviškus baldus? Kokia nuomonė apie juos?

R: Taip, lietuviškus baldus perku, kadangi jie yra pakankamai kokybiški, gražūs... ir pigesni, sakykim ten už kokius itališkus ar ką... tikrai galima pasirinkti.... aš nematau, ką jiems prikišti, o užsieniniai... tiesą sakant nelabai aš ten tuo domiuos, bet kiek yra tekę užmest akį, jie yra gerokai brangesni ir tokiam vidutiniam vartotojui praktiškai jau tikrai per brangūs, o lietuviški, lietuviškų yra pakankamai kokybiškų ir gražių baldų.

Lina: O kokie lietuviški baldai, kokius turite omeny, virtuvės?

R: Hmm, kokių markių, markių, tiesa sakant, aš net nežinau. Nu spinta pavyzdžiui Vilniaus baldų virtuvėj, toliau svetainės komplektas... Nu ir ką, kiek pažiūriu parduotuvėj, baldų yra, yra iš ko rinktis.

Lina: O drabužiai, kokius perkate?

R: Perku drabužius ir lietuviškus, jeigu pasitaiko geri, ir užsienietiškus. Tiesiog žiūriu ar tinka, ar kokybiški...

Lina: Ar patinka...

R: Ar patinka... Ir kainą žiūriu, bet aišku žinau, kad kiniška prekė, net jeigu jinai ir pigesnė, jinai nieko nelaikys, yra graži tikrai, kol parsineši ir porasyk apsivelki papratai ir... čia tiesiog einu ir renkuosi pagal kokybę, kainą, patinka ar nepatinka ir ar tinka, žinoma.

Lina: O Lelija, Šatrija, ką manote?

R: Lelija, Šatrija – būna labai gražių drabužių ir būna ir nelabai kokių.

Lina: Na, o jeigu būtų situacija, kad rastumėt Šatrijos ir Vero modos kelnes, tokio pačio gražumo, tai kokias pirtumėt?

R: Ai, jei tokio paties analogiškai, tai žinoma nusipirkčiau Šatrijos. Kodėl ne? Jei yra tinkamas lietuviškas darbužis niekada neatsisakysiu imti ir apsipirkti.

Lina: Gerai, batai. Ką manote apie juos, ar lietuviui derėtų pirkti lietuviškus?

R: Irgi nemanau, kad reikėtų iš kažkokio principo pirkti vien lietuviškus, bet jeigu jie man tinkami ir geri, perku. Perku, nors nėra... būna jų ir pakankamai gražių, nebrangių ir lengvų jau dabar, bet ir kokybė, tiesą sakant, va tos basutės, kur išsisukau koją, išsitampiusios lietuviškos.

Lina: Tai jos geros?

R: Nu jos išsitampė taip sakant, tokios kokybės kaip, bet šiaip pakankamai dailios, ir kaina... Kodėl? Nu jeigu pasitaiko tinkami ir gražūs, viską perku lietuviškus...

Lina: Kosmetika ir asmens higienos prekės. Ar perkate lietuviškus?

R: Na, iš principo, kad lietuviška, neperku, bet pasiklausydama reklamos, kad lietuviška yra ten kai kas natūralu, be konservantų, be to.... tai ... vartoju ir Margaritos kai kurią ten kosmetiką, nu kai ką Rasos, ir vaikišką muilą praustis, tokius dalykus... Naudoju, bet ne iš principo, tiesiog pasiklausydama, kad tas turi bene didžiausią įtaką, kad tai kad yra, kaip sakoma, natūralesnė, mažiau konservantų yra ir panašiai...

Lina: Bet čia ne dėl patriotizmo viskas vyksta, o dėl reklamos, taip? Perkate lietuvišką.

R: Ne nu taip, kaip pasakyt, ne iš kažkokio patriotizmo...

Lina: Vaisiai ir daržovės.

R: Vaisius stengiuosi pirkti lietuviškus, jeigu sakykim, pomidorus, agurkus, jeigu bus ispaniški.. jeigu bus lietuviški šalia, niekada nepirksiu ispaniškų.

Lina: Bet lietuviški brangūs būna...

R: Tai vat aš jau geriau perku brangesnį ten, šiek tiek, bet lietuviškus šitus. Ar obuolius ten, vaisius, daržoves, taip stengiuos, todėl, ką manau, kad jie yra mažiau prifarširuoti chemijos, natūralesni... mielesni. Šituos dalykus tai jau taip, tikrai, žiūriu visada lietuvišką. Ir bulvės jeigu yra, stengiuos lietuvišką pirkti.

Lina: Pieno produktai.

R: Lietuviški. Perku lietuviškus, pieno produktus perku lietuviškus.

Lina: O kokios šalies pirtumėte, jei nebūtų lentynoje tuo metu lietuviško?

R: Tiesą sakant nenorėčiau pirkti, nebent per akcijas sūrelius, kai būna IKI ☺ ten kokie nors estiški, ar dar kokie, nu kartais ten... dar suomišką, nu tas Gefillus, suomiškas, a ne? Arba Danone, Activia, ne Activia, kieno ten? Va Danone kartais, bet iš esmės tai lietuviškus.

Lina: Kodėl?

R: Nu čia jau jie kažkaip man artimesni. Žinoma, kiekvieną kartą parduotuvėj negalvoju apie tai, kad čia reik paremt lietuvių gamintojus, bet tiesiog tai yra savi produktai, atrodo patikimi vat, kažkaip...

Lina: Alus, ką manote apie lietuvišką alų?

R: Skanus ☺

Lina: Kokios šalies alų vertinate po jo?

R: Lietuvišką iš tikrųjų labiausiai vertinu, o dar koks, tiesą sakant, nelabai žinau ten jų rūšių... Nu taip yra jų skanių, vieną, kitą, bet tai čia atsitiktinai tiktai, šiaip tai pirmoj vietoj lietuviškas.

Lina: O kas įtakoja toki jūsų požiūrį, vien tik skoninės savybės? O Švyturio reklamos, krepšinis švyturio palaikomas?

R: Ne, krepšinis man švyturio palaikomas nesukelia jokių emocijų, aš manau, čia yra apskritai nesusipratimas, tas, kad mus vienija alus ir pergalės.

Lina: Tai Švyturys yra rėmėjas.

R: Tai gerai, tegu jisai remia, aš manau, kad jį irgi paremia tauta pakankamai, o po to jisai gali remti krepšinį. Jau netgi privalo...

Lina: Kokia jūsų nuomonė apie lietuvišką vyną?

R: Apie lietuvišką vyną tiesą sakant esu prastos nuomonės. Nes tokį vyną, koks gaminamas, bent jau kiek aš žinau Lietuvoj tas, paprastai spirituotas vinas, tai jisai man yra visiškai ne, nepriimtinas, ir aš jo niekada neperku ir negeriu. Manau, kad Lietuva nėra vynu šalis.

Lina: Kokių šalių vyną vertinate?

R: Ispanijos, Italijos, Prancūzijos, Čilės.

Lina: Kodėl?

R: Dėl skoninių savybių. Skonio ir kainos. O lietuviškas vynas tai turėtų būti, kaip būdavo naminiai, obuolių... o pirktiniai kažkokie tai, kur būdavo Anykščių, jie spirituoti ir... ne, čia jau yra ne... Ne vynai.

Lina: Na, o kaip stiprieji gėrimai?

R: Manau, kad lietuviška, pavyzdžiui, degtinė yra visai nebloga.. Aš pagal skonį sprendžiu.

Lina: Kokių šalių degtinę dar esate ragavusi?

R: Nu esu suomišką ragavusi... berods šita, Absolutas, jo. Tai čia suomių ar ne suomių, nežinau tiesą sakant.

Lina: Švediška.

R: Mmm. Lenkiškos esu... rusiškos esu aišku ragavus, rusiška irgi nebloga būna.

Lina: O kokią dažniau perkate?

R: Perku lietuvišką.

Lina: Kodėl? Jei rusiška, kaip sakote, nebloga?

R: Tai pas mus jos nelabai gal čia kaip ir yra..

Lina: Na Kaznacheyskaja.

R: Ai, rusiška aš labiau pripažįstu kaip suvenyrą. Tiek Rusijos, tiek kitų kraštų perkama ir parsivežama kaip suvenyras. O šiaip jau, kadangi lietuviška yra pakankamai gera, tai kai perku, tai ir perku lietuvišką.

Lina: O kiek tame dalyvauja etnocentrizmas, kad jūs perkate būtent lietuvišką?

R: Naa... jeigu... tą tokią pasitikėjimą preke lietuviška laikysim etnocentrizmu, tai galima sakyti, kad juo remdamasi perku ☺ Nors kaip tik reikėtų slopinti lietuviškus gamintojus... ☺ alkoholio...

Lina: Na, o gaivieji gėrimai?

R: Gaiviųjų gėrimų tai tiesą sakant, aš jų nelabai geriu, ir todėl nelabai turiu tos nuomonės. Nelabai ką turiu pasakyti, todėl, kad geriu vandenį arba sultis, o visų tų gaiviųjų gėrimų nelabai...

Lina: Na, sultys irgi yra gaivusis gėrimas. Lietuviškos sultys yra. Šaltalankių pavyzdžiui...

R: Na, kažkaip saldu, nelabai, nelabai.

Lina: Kodėl?

R: Dėl skonio, tiesą sakant. Kažkaip saldoka būna, ne... Apskritai apie šią kategoriją neturiu nuomonės, negalvoju nieko. Nevartoju... esu pirkusi keletą kartų. O kiek yra tų lietuviškų sulčių?

Lina: Rasa yra tokia.

R: Aaaa, Rasą perku, taip. Atsiprašau, pamiršau. Rasą perku.

Lina: Apskritai kalbant, ar didelį dėmesį skiriate kilmės šaliai, pirkdami produktą?

R: Hmm.... Stengiuosi kiniškų, jeigu galima, šiaip jau nepirkti, nes kažkodėl nepasitikiu jų kokybe. Manau, kad gali būti prastas. Amerikoniškų vengiu, nes irgi įtariu, kad gali būti prastos kokybės, netgi kiniški... Nes jie mėgsta visokius ten tokius dalykus. Tai arba lietuviškas, arba Europos sąjungos, sakykim, šalių. Tai tie dalykai atrodo patikimesni.

Lina: Bet tai tokios Europos Sąjungos šalys kaip Čekija, Slovakija...

R: Nu tai Čekija, Slovakija, aš prieš jas nieko neturiu. Gal prieš lenkus kažkodėl labiau. Latviai nieko, bet latviško pieno aš neperku, perku lietuvišką.

Lina: Ar manote, kad užsienietiškus produktus pirkti yra nemoralu, negerai?

R: Ne, aš taip nemanau. Pirkti tokius, kai kurių produktų apskritai nėra lietuviškų, kurie man reikalingi, nu tarkime alyvuogės... Dar ten ką nors, bet yra tokie įprasti produktai, sakykime aš... dešrų ten tokių, įvairių mėsos gaminių, savotiškų kokių nors užsieninių nelinkusi pirkti... Ir arba žalią mėsą irgi.. Man visada geriau jau ir patikimiau atrodo, jeigu ji yra lietuviška, o ne iš Lenkijos ten atvežta, o ne iš kažkur. Vat tokie dalykai, grynai tikri, ar daržovės, ar pieno produktai. Viskas tas yra geriau man, kai lietuviški. Arba ten kokia duona... lietuviška, bet apskirtai, kad ten tokio principo, kad nemoralu pirkti užsieninių produktų tai ne, neturiu. Daugeliui žmonių tai visų pirma lemia ne moralė, o kaina. Žmogus nori pirkti tai, kas pigiau, neabejotinai. Aš daugelį produktų ir renkuos lietuviškų. Ir net gal be kažkokio principo, tiesiog... savi marškiniai arčiau kūno.

Lina: Kaip jus veikia užsienio produktų reklama?

R: Visokia reklama veikia blogai, erzina.

Lina: Bet kai reklamuoja Ežį ir kaip reklamuoja Vodafone. Tai jūs reaguojate skirtingai kaip nors?

R: ☺ Tiesą sakant į reklamą aš reaguju čia ne, jeigu reklama ta būna išradinga, kokia nors neįkyri, tai tada gerai, bet jeigu jinai yra tokia kvaila, sakykime, kaip Ežio, ☺ tai jinai tikrai nervina. Labiau už bet kokią, jeigu bus užsieninė, tokia subtilesnė reklama, nes reklama savaime jau dažnai yra labai įkyri ir erzinti.

Lina: Ačiū.

Interviu su 58 metų moterimi

Lina: Taigi interviu tema yra apie tai, kokius produktus jūs perkate – lietuviškus daugiau, ar užsienietiškus – ir koks apskritai yra jūsų požiūris į juos. Ir pradėsime nuo bendrų klausimų, koks jūsų amžius, išsilavinimas ir pajamos – žemos, vidutinės ar aukštos?

B: Mhm... Amžius 58 metai, išsilavinimas – aukštasis, pajamos vidutinės.

Lina: Taip, kaip jums atrodo, ar užsienietiškų prekių pirkimas neskatina bedarbystės Lietuvoje, kad pirkdami daugiau užsienietiškų prekių, mes kenkiame savo ekonomikai.

B: Nea. Man taip neatrodo.

Lina: Mhm, o kaip manote, ar reikėtų riboti užsienietiškų produktų įvežimą į Lietuvą? Norint, kad sumažėtų konkurencija.

B: Ne konkurencija, bet kokybės reikalavimus kelti... Kad būtų įvežama aukštos kokybės produktai. Be jokių ten priedų ir chemikalų.

Lina: Tai čia apie maistą, taip?

B: Apie maistą. O jeigu apie pramonines prekes, taip pat kad būtų aukštos kokybės, o ne tai, kad parsinešei namo, o paskui tik į šiukšlių dėžę belieka nuleisti.

Lina: Ar galėtumėt pateikti pavyzdžių, kuo esate nusivylusi anksčiau?

B: Uoj esu... daug nusivylus. Batais, rodos pasimatuoja ten...

Lina: O koks gamintojas buvo?

B: Pradedant net italų čekoslovakų firma Bata. Gal vienintelius išskirčiau, kur geresni batai Salamanderio, nu dar Tomaris. Bet ir tai ne visada...

Lina: Ar sutinkate su teiginiu, kad tikras lietuvis turi pirkti lietuviškus produktus, o ne užsienietiškus?

B: Ne, nesutinku.

Lina: Kodėl?

B: Tai labai neįdomu. Be abejo aš lietuviškiem produktam skirčiau tokį dėmesį tikrai ypatingą, bet visų pirma, kad tai būtų, jeigu maisto produktas, tai kad būtų ir kokybė, ir kiekybė... Turėtų lietuviai stipriai pasitempti, ne tai, kad duotų, ką gali, va ką tiktai atlapom rankom kiša, bet... dar kažkokią mintį nutraukiau ☺

Lina: Tai gal prisiminsite, nes aš kaip tik dabar apie atskiras produktų kategorijas paklausiu. Tai, pavyzdžiui, ką manote apie lietuvišką techniką? Televizorius, šaldytuvus?

B: Mmm... neperku tokių produktų Lietuvos gamybos.. ir pati... ir manau, kad jeigu tai būtų, atitiktų bent jau tiem reikalavimam, kada lygini su užsienietiškais, tai galbūt ir pirkčiau.

Lina: O kokios šalies jums atrodo geri televizoriai?

B: Geri... hmmm.... galbūt aš žiūriu nelabai į kokios šalies, bet, jeigu televizorius, tokio kokio aš norėčiau tai, kad būtų jau aštunta ar devinta klasė. Tai sakykim, ir prieinamesnė kaina to, o jeigu sakykim, dar kažkokių kitokių produktų...

Lina: O į prekinius ženklus žiūrite?

B: Prekiniai ženklai... labai atsainiai aš į juos žiūriu, nes tai tiktai pridėta pinigų suma. O po tuo dažnai slepiasi arba padirbtos prekės, arba ten nėra tos kokybės, kurios tu norėtum, jeigu jau tu išgirdai tą vardą. Aš jais nusivylusi, atvirai pasakius.

Lina: Tai, vadinasi, tokie dalykai, kaip šaldytuvai Snaigė...

B: Nea... nors ir nesakyčiau, kad jie blogi, jie tikriausiai yra ir gana neblogi, bet man tai nėra ir tokio poreikio, sakykim, kaip atskirai turėti savo šaldytuvą, bet galbūt ne Snaigę aš irgi pirkčiau.

Lina: Gerai, tai dabar apie baldus, ką apie lietuviškus baldus manote?

B: Apie lietuviškus baldus – per daug stilizuoti, ir nėra stiliaus, kuris mane patenkintų. Nėra tokio.

Lina: Kokius...

B: Labiausiai aš išskirčiau Minijos baldus, iš lietuviškų, kuriems vat... bet ir tų jau atsikratau!

Lina: O kaip kitų šalių baldų dizainas?

B: Mmm, dizaino yra gražaus. Ir tame tarpe amerikonų man patiko dizainas, Skrajoje yra, ir italų kai kas... tikrai patiko, ir... labai sakyčiau neblogas dizainas ir kokybė, kadangi mane domina ažuolas... baltarusių. Atiduočiau jiems pirmą vietą.

Lina: O gal yra toks gamintojas ar šalis, kurios baldų nenorėtumėt pirkti? Kur tikrai galvojate, kad baldų kokybė prasta.

B: Nu kad ne... kad aš keletą parodų taip stebėjau ir pirkau vat ir rumunų gamybos produktų ir tikrai patenkinta, natūraliais produktais. Aišku pirmiausia tai reikia, jeigu kokybė, iš natūralių medžiagų, tai yra ir kokybė ir dizainas dažnai, bet jeigu iš suklijuotų dalykų, tai vienkartiniai daiktai.

Lina: Aišku, kaip lietuviški drabužiai ir batai?

B: Visiškai ignoruoju. Batai – negali užsidėti, nes bus kojos kruvinos. ☺ O drabužiai tiesiog neatitinka mano dydžių... Nėra tokios išmieros, kuri... kaip pasakyt, būtų pasiuvama man.

Lina: Kokios šalies dažniausiai randate drabužių sau?

B: Vokiečių. Ten ir kokybė gera, ir kaina atitinka, ir dydžių sau tinkamų randu. Beje, mūsų parduotuvėse sunku ką nors rasti, tai siunčiuosi internetu.

Lina: Kosmetika ir kitos asmens higienos prekės.

B: Kosmetika... Kosmetikai aš esu labai reikli... mažai jos naudoju. Pripažįstu šiek tiek prancūzų... kosmetiką...

Lina: Bet, pavyzdžiui, kodėl prancūzų? Ar dėl to, kad jums labai tinka, ar kas nors prieš tai rekomendavo?

B: Ne, tiesiog pati kadangi dirbu su kosmetika, labai daug, ir iš įvairių šalių kada jie vežė, ir kada aš ją visą išbandžiau, sakykim... tai pagal kokybę ir mano norą ir skonį, man labiausiai tinka.

Lina: Supratau. Ir maisto produktai lietuviški, kaip?

B: Lietuviški... yra skanių sūrių... Samsono mėsos produktai – neblogi... tikrai neblogi. Bet tiktai tiek, kad aš pasigendū ir tada paimu etiketę ir pamatau tuos priedus, kurių ten galėtų nebūti, tai ir vėlgi dažnai padedu atgal ir nueinu.

Lina: O, pavyzdžiui, kitos šalies kokios nors kokius pieno produktus pirktumėte, jei taip atsitiktų, kad nerandate reikiamo lietuviško?

B: Nepirkčiau jokios kitos šalies pieno produktų, gal išskyrus sūrių. Sakykim tiek italų sūrių, tiek prancūzų.

Lina: Mhm. O kodėl būtent šių šalių sūrius paminėjote?

B: Skonis patinka, ir šiaip, tokie, kokie jie yra, man tikrai patinka.

Lina: O gaivieji gėrimai? Ar perkate lietuviškus?

B: Nepripažįstu nei lietuviškų gaiviųjų gėrimų, nei užsienietiškų. Jokių Kokakolų, jokių Pepsikolų, jokių šitų, dėl manęs tai čia chemija. Sultis, jei man reikia aš pati išsispaudžiu, auginu ir obuolius, ir morkas ir šiaip daržoves ir vaisius pati. Taigi stengiuos kuo mažiau tokių dalykų pirkti.

Lina: O vanduo kaip? Perkate?

B: Vanduo... perku, taip. Perku ir negazuotą.

Lina: Kokį? Lietuvišką?

B: Lietuvišką, visoki, kokį randu parduotuvėj. Nes būna ne tik lietuviškas, kartais ir nelietuvišką prigriebiu, kas po ranka pasitaiko.

Lina: O kaip vynas lietuviškas?

B: Visiškai prastas. Kadangi aš natūralaus jo, kaip tokio, jau ir nerandu... Anykščių vynas pagedo visiškai. O sakykim visų tų su alkoholiu vynu, jie manęs nepatenkina, jo tokio galėtų ir iš viso nebūti.

Lina: Kokios šalies vertinate?

B: Italų... Itaaaalų, San Marino ☺ labai patiko, ir labai patinka, nors yra neblogų ir prancūziškų, ir ispaniškų neblogų, ir San Marino vynu, kurį gėriau, tai tiesiog sapnuoju... ☺

Lina: Supratau, o šiaip stipresni gėrimai? Degtinės, brendžiai?

B: Neee... dėl manęs jų gali nebūti.

Lina: Aišku, ir šiaip apskritai kalbant, ar didelį dėmesį skiriate kilmės šaliai, paties produkto?

B: Paties produkto dažnai pasižiūriu, bet jau kaip pasakyti, jeigu man užėjo kokia tai tema, susitinkant su draugais, tai be abejo aš pasižiūriu, kad atitiktų taip sakant to vakaro norus ☺ Arba bent jau tada renkuosi tą, ką tikrai žinau, kad man tikrai patinka ir daugeliui patinka.

Lina: Ir paskutinis klausimas, kaip jus veikia užsienio produktų reklama?

B: Sakyčiau, ta reklama manęs neveikia niekaip, ir aš net piktinuosi į ją žiūrėti.

Lina: Bet nesvarbu net ar lietuvišką produktą ar užsienietišką reklamuoja?

B: Visiškai... už tai, kad manau, pirmiausia žmogus nuėjęs į parduotuvę turi tą reklamą pamatyti, matyti galbūt aiškesnę ją, iš ko jis pagamintas, kaip jis pagamintas... Ar ir kur pagamintas, o tai, ką kiša per televizorių, kad kartais nežinai, kas ją reklamuoja ir kodėl.

Lina: Aišku, gerai, tai tiek tada šiam kartui.

Interviu su 68 metų vyru

Lina: Laba diena, norėčiau jus pakalbinti vartotojų etnocentrizmo tema, apie tai, kokius produktus jūs dažniausiai perkate – lietuviškus ar užsienietiškus, ir apskritai, kokia jūsų nuomonė apie tai. Taigi pradžiai bendrieji klausimai. Koks yra jūsų amžius, išsilavinimas ir pajamos, turint omenyje – žemos, vidutinės, aukštos.

T: Laba diena, mano amžius yra 68 metai, išsilavinimas – aukštasis, pajamos – vidutinės.

Lina: kaip jums atrodo, ar užsienietišku prekių pirkimas neskatina bedarbystės Lietuvoje, nekenkia mūsų ekonomikai?

T: Kaip tik taip.

Lina: Kodėl?

T: Todėl, kad lietuviškos prekės geresnės.

Lina: Bet kad užsienietišku daugiau...

T: Taip, asortimentas didesnis, bet lietuviškos yra patikimesnės.

Lina: Kaip manote, ar reikėtų riboti užsienietišku produktų įvežimą į Lietuvą, siekiant sumažinti konkurenciją?

T: Taip, reikėtų riboti prastų prekių įvežimą.

Lina: Kodėl?

T: Todėl, kad bus daug apgautų vartotojų, jei įvežinės daug visokio šlamšto, tokio, kaip supuvę vaisiai, ar vienkartiniai rūbai, arba greitai gendantį technika...

Lina: Ar sutinkate su teiginiu, kad tikras lietuvis turi pirkti lietuviškus produktus, o ne užsienietiškus?

T: Nesutinku, nebūtinai... jeigu geras produktas užsienietiškas, gali pirkti ir taip, ir užsienietišką prekę, bet... prioritetą teikčiau Lietuviškai prekei.

Lina: Kodėl ☺ ?

T: Todėl, kad esu lietuvis, ir lietuviškų prekių kokybe tikiu.

Lina: Ar vadovaujatės šia nuostata, pirkdami produktus?

T: Dažniausiai vadovaujuos.

Lina: O kokie veiksniai lemia tokią jūsų nuomonę?

T: Mmmm... Pilietiniai daugiausia...

Lina: Na pavyzdžiui?

T: Pavyzdžiui? Noriu prisidėti bent tuo prie Lietuvos ekonomikos stiprėjimo.

Lina: Toliau kalbėsime apie atskiras produktų kategorijas ir jūsų požiūrį į jas. Kokia jūsų nuomonė apie lietuviškus televizorius?

T: Kadangi lietuviškų televizorių asortimentas yra labai menkas, ir nežinau ar yra jau dabar jų, todėl renkuosi užsienietišką televizorių, kadangi yra iš ko rinktis.

Lina: Tai nei vieno lietuviško televizoriaus dabar nežinote?

T: Dabar nežinau? Buvo Tauras, dabar nežinau... kadangi bankrutavo lietuviškų televizorių gamyklos.

Lina: Kokia jūsų nuomonė apie kitą lietuvišką techniką? Ar perkate lietuvišką namų techniką, aparatūrą, tokią kaip Snaigės šaldytuvas, ar Sirijaus virdulys?

T: Mano nuomonė... aš vadovaujuosi kokybės principu. Nesvarbu man estetinė išvaizda, man svarbu, kad būtų saugus, grynos medžiagos, patikimas ir patogus.

Lina: Tai ar pirtumėte lietuvišką aparatūrą?

T: Jeigu būtų tinkama, pirkčiau....

Lina: O kokia yra tinkama?

T: Neįsivaizduoju, kadangi nėra lietuviškų.

Lina: Na o ar Snaigę pirtumėt?

T: Pirkčiau, kadangi Snaigė iš seno turi neblogą reputaciją. Turėjo, ir visai nieko, buvo gera.

Lina: Ką manote apie lietuviškus baldus?

T: Oi lietuviški baldai geri.

Lina: Ar perkate?

T: Taip, lietuvių baldų meistrai yra pagarsėję pasauly.

Lina: Gal paminėtumėte nors vieną meistrą, ar kokį baldų gamintoją?

T: Hmm... Ne... aš mažai perku ir nežinau jų ☺

Lina: Tai iš kur žinote, kad pagarsėję pasaulyje?

T: Todėl, kad eksportui daug gaminama ir geri atsiliepimai.

Lina: Aaaa...

T: Apie baldus lietuviškus...

Lina: O kur tuos atsiliepinus gerus girdėjote?

T: Iš spaudos... iš per radiją dažnai girdžiu.

Lina: Gerai, drabužiai. Kokius perkate drabužius?

T: Lietuviškus.

Lina: Kodėl?

T: Todėl, kad man patinka lietuviški modeliai.

Lina: Ką jūs turite lietuviško?

T: Lietuviški drabužiai yra ne tokie įmantrūs, paprasti, be iššūkių... Aš esu tokio amžiaus ir tokių nuostatų, kad mada man neturi reikšmės.

Lina: O ką manote apie lietuviškus batus?

T: Oi apie lietuviškus batus buvau geros nuomonės ir juos pirkdavau visada.

Lina: O dabar?

T: Dabar iš viso neperku.

Lina: Bet turite lietuviškų batų?

T: Šiuo metu turiu vienus, kurie man laiko jau 20 metų. Tuo tarpu užsienietiški ir kelių dienų neatlaiko. O lietuviški nors ir neypatingai gražūs, bet laiko labai gerai.

Lina: O kodėl dabar neperkate?

T: Perku dabar užsienietiškus daugiau, nes lietuviškų labai mažas asortimentas... Yra daug neblogų ir užsienietiškų.

Lina: Tai lietuviškų neperkate dėl mažo asortimento?

T: Nėra, mažai prekiauja, sunku rasti.

Lina: Mmmm.. Bet pirktumėte?

T: Pirkčiau, jeigu tik rasčiau.

Lina: Aišku, kosmetika ir higienos prekės, ką manote?

T: Tik lietuviška.

Lina: Kodėl?

T: Todėl, kad tikiu lietuviais, man atrodo, kad jie pagaminti iš grynų medžiagų, iš... be ... ne tokių kenksmingų chemikalų, kokius gamina užsienis. Jie yra ekologiškesni. Taip. Čia turiu išankstinę nuomonę.

Lina: Tai čia tik dėl to?

T: Taip.

Lina: Ką manote apie lietuviškus vaisius ir daržoves?

T: Tik lietuviškus, vaisius, iki šiol apskritai parduotuvėse ieškau tik lietuviškų maisto produktų, vaisių, daržovių ir mėsos gaminių.

Lina: Kodėl tik lietuviškų?

T: Todėl, kad Lietuvos žemės ūkis nėra dar toks nualintas, ir nėra dar taip chemizuotas ir užterštas, kaip yra užteršti jau išsivysčiusių šalių, modernių šalių, kurios vartoja modernias technologijas. Jos

yra ir užkrėstos įvairiausiai pesticidais, daug, kurie vartojami nuo kenkėjų. Lietuvoj tokių mastų dar nėra. Pasižiūrėkim Ispanijoje šiltnamiuose kaip dirba mūsų emigrantai. Kiek jie ten pila chemikalų ant pomidorų...

Lina: O iš kur tai žinote?

T: Per televizijos laidas matau. Tad atpuola bet koks noras pirkti ispanišką... Ispaniškus pomidorus. Lietuvoj galbūt dar vartoja tuos pesticidus, bet galbūt ne tokiais kiekiais ir ne tokiais mastais. O be to yra daug ekologiškų ūkių.

Lina: O tai sakydamas jūs tik manote, bet nežinote ir tikitės, kad jie mažiau naudoja tų chemikalų? Ar tai kaip išankstinė nuomonė?

T: Gal, nesu tikras, bet taip manau o be to skonis yra man atrodo geresnis lietuviškų pomidorų, ypač tas paaiškėja, kai pora savačių pabūni užsienyje ir pavalgai jų produktus, ir iškart pasiilgsti lietuviškų produktų. Kurie jau būnant užsienyje atrodo, kad lietuviškas maistas pranoksta užsienio.

Lina: O ką manote apie pieno produktus? Kokius produktus perkate?

T: Lietuviškus produktus, ypač Žemaitijos pieną perku, ekologišką ir labai skaniai geriu ☺ Nors jis brangus, bet skanus.

Lina: Kodėl perkate, tik dėl skonio?

T: Kad skanu..

Lina: O ar esate ragavęs kitų šalių, pavyzdžiui, latvišką, lenkišką pieną?

T: Ne, neragavau.

Lina: Tai iš kur žinote, kad jų ne toks skanus arba ne toks kokybiškas?

T: Nu nemačiau tokių, nepasitaikė man... Bet... stengiuosi užsienyje nevirtoti pieno produktų, ir be to mėgstu grynus pieno produktus, o ne kokius jogurtus, įvairius surogatus, pagamintus iš pieno.

Lina: Bet ar pirktumėte kitos šalies pieno produktus?

T: Tik dėl smalsumo, o vartojimui niekada.

Lina: Alus. Ką manote apie lietuvišką alų?

T: Esu blaivininkas, apie alų mažai išmanau... Esu ragavęs čekiško, vokiško, švediško, belgiško.. Man skanesni užsienietiški alūs. Lietuviški per daug man kartūs.

Lina: O kaip jums lietuviškas vinas?

T: Kad lietuviško sauso vyno nesu matęs prekyboje.

Lina: Na tai galite pakalbėti apie putojantį vyną.

T: Nee... niekada negeriu putojančio vyno, nemėgstu, nevartoju šampano ir putojančių gėrimų, tad negaliu pasakyti nieko. Šiaip užsienietiškus vertinu... Kadangi mes negaminame jo, net neauginame vynuogių.

Lina: Kokios šalies vertinate vyną?

T: Neišskirsiu nei jokios, svarbu, kad vinas būtų sausas, ne koks surogatas, šiek tiek geresnės kokybės, ne visiškai pigus, ir.... raudonas.

Lina: O lietuviški stipresnieji gėrimai?

T: Neperku jokių gėrimų, bet jeigu tenka kur proga ragauti, žinoma vertinu lietuviškus. Apskritai esu ragavęs Absolut.

Lina: O rusiškų?

T: Rusiški man nesiskiria nuo lietuviškų, o Absolut yra labai... gera. Skiriasi, iš tikrųjų aukštos kokybės.

Lina: O Finlandia?

T: Negėriau Finlandia... Neragavau, nežinau...

Lina: O visokie romai, brendžiai...

T: Aš pirmenybę teikiu Glorijai – Stumbro brendžiui, šiaip Metaxa kažkada Graikijoje būnant, ragavau, patiko.

Lina: Na bet jeigu lygintume lietuviškus ir užsienietiškus?

T: Tai reiktų klausti šito, tas kas geria. Be to mano skonis nėra išlavintas, ir aš negaliu atsakyti į šitą klausimą kompetentingai ☺

Lina: Tai gal tuomet apie gaiviuosius, ar perkate?

T: Perku.

Lina: Kodėl?

T: Todėl, kad skanūs, man skanūs Tichės pagrindu pagaminti gaivieji gėrimai, Gaja ir panašiai... gira.. Kitų neperku, ir kitų šalių tuo labiau...

Lina: Apskritai kalbant, ar didelį dėmesį skiriate kilmės šaliai, pirkdami produktą?

T: Apskritai atsižvelgiu į tai. Kaip? Jeigu šalis turi aukštai išvystytas technologijas ir tų gaminių senas gamybos tradicijas, kurios yra pagarsėjusios pasaulyje, tuomet man turi įtakos renkantis gaminį.

Lina: Ar būdamas nuomonės, kad užsienietiškus produktus pirkti yra nemoralu, tikrovėje jų ir neperkate? Ar manote, kad užsienietiškus produktus yra nemoralu, negerai?

T: Ne, nesivadovauju etiniais sumetimais rinkdamasis lietuvišką ar kitos šalies produkcija. Tai, man rodos, neturi nieko bendra su etika ir morale.

Lina: Kaip jus veikia užsienio produktų reklama?

T: Visai neveikia. Kodėl? Apskritai niekada neteikiu reikšmės reklamai, perku tai, ko reikia. Reklama gali veikti daugiau teigiamai nei neigiamai. Jei reklamuojama, ji sukelia abejonių reklamuojamo produkto verte ir kokybe. Ir tas pats, ar užsienietišką ar lietuvišką produktų reklama.

Interviu su 71 metų moterimi

Lina: Sakykite pradžiai, koks jūsų amžius, išsilavinimas ir pajamos (žemos, vidutinės, aukštos).

A: Koks jūsų....

Lina: Amžius.

A: Amžius 71-neri metai, išsilavinimas – nebaigtas vidurinis, o pajamos žemos.

Lina: Mhm, sakykite, kokia jūsų nuomonė, kaip atrodo, ar užsienietišką prekių pirkimas neskatina bedarbystės Lietuvoje, nekenkia mūsų ekonomikai?

A: Nu tikriausiai, kad kenkia, ar nekenkia?....

Lina: Visų prekių? Būtent užsienietišką, ar ten tam tikros kategorijos gali būti?

A: Mmmm.... maisto...

Lina: O kaip manote, ar reikėtų riboti jų įvežimą į Lietuvą, jeigu kenkia? Kad mūsų ekonomika geriau vystytųsi.

A: Tai žinoma, kad reikia riboti. Kaimo žmonės pavyzdžiui juk neturi kur produkcijos atiduoti, parduoti. Tai žinoma, kad negerai.

Lina: Tai ar sutinkate su teiginiu, kad tikras lietuvis turėtų pirkti lietuvišką prekę?

A: Taip. Sutinku.

Lina: Ir kodėl?

A: Ypatingai maistą, vis tiek mūsų maistas yra skanesnis.

Lina: O ar vadovaujate šia nuostata pirkdama produktus?

A: Nu bendrai tai taip, aš stengiuosi valgyti daugumoj tai tik lietuvišką maistą.

Lina: Tai maistas, o dabar pavyzdžiui, jeigu technika – televizoriai yra pas mus, šaldytuvai...

A: Nu.. technika tai gal ir ne visai.... Man sunku šitai spręst, bet tai technika gal mūsų prastesnė šiek tiek yra, ar ne?

Lina: Tai ar pirktumėt lietuvišką televizorių?

A: Nu turėjau kada tai Taurą, bet tai...

Lina: Kokia nuomonė?

A: Nu gal kad ir ne visai, tais laikais ir pasirinkimo nebuvo, buvo vienos rūšies ir džiaugėmės, kad gaunam progą įsigyti, o dabar, kai galima rinktis, tikrai nesirinkčiau Tauro. Jo kokybė ne kokio...

Lina: O jei šaldytuvas būtų lietuviškas – Snaigė?

A: Aš turėjau Snaigę, nu bendrai tai geras buvo, 20 metų tam šaldytuvui, ir dabar dar dirba. Bet žinai, anksčiau kaip... ta išvaizda ne kokio jų buvo. Dabar jau geriau, gal ir nusipirkčiau vėl Snaigę, bet pasitikėjimo apskritai lietuviška technika mažai.

Lina: O lietuviški baldai?

A: Tai kad labai brangūs ☺ jeigu gražūs, taigi labai brangūs lietuviški baldai. Bendrai tai labai brangūs lietuviški baldai yra, ar ne?

Lina: O turit kokių baldų lietuviškų?

A: Aš tai va lenkiškus nusipirkau.

Lina: Ir kokia nuomonė?

A: Nu lenkų ta tokia...

Lina: Būtent apie baldus.

A: Apie baldus būtent, nu jų kokybė gal ir nėra labai gera, bet kaina prieinamesnė, mūsų jeigu gražesnis baldas, tai labai brangus yra. Aš va žiūrėjau kad ir sofą ar ką, tai brangūs jie, jeigu gražūs.

Lina: Gerai, tada drabužiai ir batai? Ar perkate kokius lietuviškus?

A: Hmm, žinai tokiam amžiui kaip ir nebe tiek jau ir reikia, nu bet avalynę bendrai tai lietuvišką nešioju, va ir žieminius batus ir rudeninius, galima sakyti, kad ir patenkinta esu. O drabužiai nu kad per daug jų kaip ir nebereikia, tai...

Lina: Kur perkate rūbus?

A: Nu Gariūnuose esu pirkus, parduotuvėj...

Lina: Tai kad ten turbūt lietuviškų nelabai yra.

A: Nu jo, bet žodžiu siūtas kelnes tai lietuviškas perku turguj, Kalvarijų. Nu o šiaip kaip...

Lina: O kaip kokybė?

A: Tai ką čia, kad aš nenusimanau apie kokybę ☺ ką aš žinau.

Lina: O kosmetika pavyzdžiui lietuviška, dabar daug yra visokios.

A: Ai nu aš kosmetikos kad nelabai naudojuosi, tai žinai, sunku pasakyt.

Lina: O muilai, pavyzdžiui?

A: Muilai tai bendrai tai importinius perku kažkokius. Man šitas va patinka... mmm... Safeguard. Toks yra?

Lina: Yra.

A: Va šitas man patinka, iš senesnių laikų dar turėjau.

Lina: O ūkiškas muilas?

A: Ūkišką tai lietuvišką perku, lietuvišką ūkišką, jo. Ne tiek ten daug jo reikia, bet perku.

Lina: O šampūnai lietuviški?

A: Šampūnus irgi labiau mėgstu arba baltarusiškus, arba, nes man nuo importinių labai plaukai elektrinasi.

Lina: O baltarusiški geriau?

A: O baltarusiškas arba rusiškas, arba mūsų kitą kartą nusiperku, o importiniai gal kokį kartą ir būtų nieko, bet labai elektrinasi plaukai, nežinau... gal per plonas plaukas labai.

Lina: Na, o dabar apie maistą jūsų nuomonė kokia?

A: Maisto produktai, aš vis tik viską lietuviška perku.

Lina: O sakykit, tarkim dabar daržovės būtų parduotuvėje, žiemą, kai nėra pasirinkimo, nėra lietuviškų. Tai kokio šalies tokiu atveju renkatės? Pomidorai, agurkai.

A: Nu vat pomidorų tai nusipirkau dabar, ispaniški man atrodo. Tie ilgu stiebu, o vasarą, kaip žinai, savo turim. O šiaip tai kaip ir nereikia tokių, tai ir nelabai žinau, ką pasakyti apie šitą.

Lina: O pieno produktai?

A: Pieno produktus aš tiktai pripažįstu lietuviškus. Nu dar latviškus, kaip kada nusiperku jogurtą kokį. O šiaip aš net nekreipiu dėmesio į kitus, aš žiūriu savo produktus.

Lina: Na, o pavyzdžiui, gaivieji gėrimai. Ar perkate sultis, vandenį?

A: Tiktai mineralinį perku, aš tų saldžių, niekada aš jų.

Lina: O kokį vandenį?

A: Mineralinį – Rasa, Druskininkai, nu čia jau jų įvairių būna.

Lina: Tai irgi dažniausiai lietuviškus?

A: Iš tikrųjų taip, daugumoj lietuviškus.

Lina: O stiprieji gėrimai? Kokie nuomonė apie lietuviškus?

A: Baltą degtinę tai tiktai lietuvišką perku. Kai reikalas yra, o šiaip...

Lina: O apie vyną?

A: Nu ne, vynai tai gal nelabai lietuviški.

Lina: Kodėl?

A: Nu nežinau, gal jie spirituoti, vis tiek, sausi vynai yra geri kieno ten, prancūziški ar kokie. O jau mūsų vynai neturi gero skonio, tikrai neturi.

Lina: Na o alus?

A: Nu alų kai perku, labai retai, bet lietuvišką.

Lina: Aišku, apskritai jeigu kalbant, ar didelį dėmesį skirate produkto kilmės šaliai?

A: Nu kaip maistą tai aš sakau, tiktai žiūriu, kad nusipirkti savos šalies. Pavyzdžiui, mėsa, jei matau, kad turguj vien lenkiška, tai net ir nežiūriu ir neperku jos. Lenkiško nenoriu maisto, man neskanūs nei mėsos gaminiai

Lina: O kodėl taip?

A: Nes žmonės sako, kad lenkų moterys yra tikros terliūzės, viską ima nešvariom rankom, prastai gamina ir t.t.

Lina: Na, o jei kalbėtume pavyzdžiui apie kinietišką kažkokį daiktą...

A: Oi ne. Neperku jokių.

Lina: O rusiškų produktų kokių?

A: Rusiškų tai majonezo nusiperku, rusiškas majonezas visai geras. O daugiau tai aš nežinau, ar čia būna rusiško maisto kokio labai.

Lina: Nu... vaistus girdėjau perka daug, turguje.

A: Nu ne, žinok, vaistų aš niekad neperku turguj, nes pagal kompensuojamą tą knygutę išrašo ir perku vaistinėj. Vaistai visi yra tai lenkiški tai vokiški, tai dar kažkokie, bet čia jau man jų išrašo. O turguj tai niekada neperku. Perku tik mėsą, pieno produktus, drabužius turguj.

Lina: Aišku, tai tada tiek, ačiū.

Interviu su 73 metų vyru

Lina: Laba diena, norėčiau jus pakalbinti vartotojų etnocentrizmo tema...

S: Ko tokio?

Lina: Na jūsų patriotiškumo tema, apie tai, kokius produktus jūs vertinate labiau – ar lietuviškus ar užsienietiškus. Bet pradžia norėčiau sužinoti jūsų amžių, išsilavinimą, ir kokios pajamos.

S: A... tai aš tai patriotas... pajamos, pajamos mano tai pensija, gaunu... amžius 73 metai, keturis skyrius baigiau, ir ir išvežė visus Rusijon...

Lina: Kaip jums atrodo, jeigu mes, lietuviai, perkame daug užsienietišku prekių, o mažai lietuviškų, ar tai neskatina bedarbystės, nekenkia mūsų ekonomikai?

S: Nu... tai aišku, kad skatina ir kenkia.

Lina: Kokie veiksniai įtakoja jūsų šią nuomonę?

S: Nu tai paimekim mūsų ūkininkus, taigi jiems sunku savo produktus išparduoti, jei daug kas perka importinius, tai vat ir eina jie į minusą. O fabrikai mūsų, tai ką, kiek žmonių atleista, todėl, kad dabar priveža importinių, pigesnių daiktų... Ir be darbo sėdi visi, prasigėrę... ar užsienin išvažiuo.

Lina: Tai kaip manote, ar reikėtų riboti užsienietišku produktų įvežimą į Lietuvą, siekiant sumažinti konkurenciją?

S: Aš manau.

Lina: Visų prekių?

S: Nu ne, nu kodėl visų. Tai reikia žmonėms ir importinių. Reikia tų mažinti, kur yra pas mus gaminama. Išvis kai dėl manęs, tai tų importinių gali ir nebūti, jau kiek čia man senam ir reikia.

Lina: Ar sutinkate su teiginiu, kad tikras lietuvis turi pirkti lietuviškus produktus, o ne užsienietiškus?

S: Kai dėl manęs tai čia apie mane šitas pasakymas. Bet už kitus tai kodėl... Nu jei jiems taip reikia, tegu perka ir kitokius tuos, iš užsienio.

Lina: Tai ar jūs pirkdamas produktus vadovaujatės nuostata, kad aš lietuvis, aš perku lietuvišką.

S: Nu dažniausiai taip.

Lina: O kada ne?

S: Nu tai kai nuo manęs nepriklauso... Šiandien buvau poliklinikoje, tai prirašė vaistų dabar man tų nuo spaudimo kažkokių, tai ką aš ten žinau, primarginta paukščių kalbom kažkokiom, tai tiksliai importiniai, ne lietuviški.

Lina: O kada dar?

S: Mmm... tai kad ir nežinau dabar. Nu aš sakau, aš einu į turgų daugiausiai pirkt, tai pas bobeles visokias, maistą visą lietuvišką, nes taip esu pripratęs. Man nėra geriau, kaip tai, ką aš jau žinau, valgiau ir... ir pažįstu.

Lina: O jeigu ne maistas. Ar vadovaujatės patriotiškumo nuostata?

S: Tai ne maistas tai kas?

Lina: Na, gerai, kaip tik priėjom prie klausimų apie atskiras produktų kategorijas, tai tuomet pasakykit man savo nuomonę apie lietuvišką techniką – televizorius.

S: Ooo... televizoriai tai... turėjau visą gyvenimą Taurą, ilgai ėjo... bet dukra dabar kažkokį importinį pastatė... su spalvom. Pats tai matai nenusimanau toj technikoje, aš prie kulinarijos visą gyvenimą pradirbau.

Lina: Aišku, o ar ką esat girdėjęs apie šaldytuvus Snaigė?

S: Taigis stovi pas mane Snaigė.

Lina: Na ir kaip?

S: Man tai gerai, tik labai prišąla paskutiniu metu, reiks naują pirkt.

Lina: Tai kokį pirksite?

S: Tai tik tokį, lietuvišką.

Lina: Kodėl?

S: Tai tie importiniai man per brangūs, kur jau čia man importinis.

Lina: O ar žinote, kokia šalis gamina geriausius šaldytuvus?

S: Ką aš žinau... gal kokias... kokias Vokietija, nežinau žinok, vaike.

Lina: Gerai, ar turite lietuviškų baldų?

S: Nu taip, visi pas mane lietuviški. Kitoniškų ir nėra.

Lina: Na ir kokias nuomonė?

S: Gera nuomonė. Jau man tai tikrai lietuviški, kai persikraustėm butan, kai nusipirkom, tai taip iki šiol čia stovi.. kiek dabar čia metų, gal jau kokių 20 metų jie pas mus stovi. Ale aišku jau tokie pavargę, bet man užteks jau... kiek jau čia man beliko...

Lina: O kokius drabužius perkate?

S: Aj kad ir žinai, jau nebeperku aš. Kiek man ten reikia. Jau kai visai nusinešioja, tai dukra iš skuduryno parneša ir va...

Lina: O ar esate kada pirkęs lietuviškus?

S: Taip. Kostiumą turėjau lietuvišką, geras buvo.. Dabar tai turiu iš skuduryno vieną, tai nesulyginsi... Kaip maišas.. aj... kaip man seniui tai gerai. Ai turguj tai kojinių perku, tai tik lietuviškas. Yra ten viena bobelė stovi, tai pas ją tik ir perku, iš fabriko atneša man. Šiaip dukra daug nuperka. Tai... ką aš žinau, nežiūriu net kokie ten.

Lina: Na o kokius batus nešiojate?

S: Mmm.. žieminiai tai lietuviški pas mane, Lituánicos... Daug metų jau, kur jau... bet šilta, gerai. O dabar tai praeitą savaitę turguj lenkiškus pasiėmiau.

Lina: Na ir kaip jums kokybė?

S: Žinai, kad ir nelabai. Kažkaip kojai negerai ir viskas. Pritrynė, tai dabar vėl su žieminiais einu... Pritepiu muilo, ištempiau, gal prasitemps...

Lina: O kokį šampūną ar muilą naudojate?

S: Tu žinai, vaike, aš galvą plaunu su ūkišku muilu, visą gyvenimą...

Lina: Lietuvišku?

S: Lietuvišku, taip. Ir nei pleiskanų yra, ir plaukai geri, o tų importinių visokių net nežiūriu ir nežinau...

Lina: Na o kokius perkate vaisius, daržoves, pieno produktus?

S: Aš iš ūkininkų mūsų perku... tik lietuviškus, ir mėsą ir kiaušinius... Laiko turiu, tai visada žiūriu ir klausiu, kad nebūtų man lenkiški.

Lina: O kodėl ne lenkiški?

S: Vaike, ir tu tų lenkiškų nepirk. Kiek per radiją sakė, ten gi gripai pas juos visokie buvo, kas čia žino, ko mums priveža. O obuoliai jų ten kažkokie chemikalais padengti, net blizga... Neperku maisto importinio, niekada.

Lina: Na, o ką manote apie lietuviškus gaiviuosius gėrimus?

S: A ką aš žinau, neperku visai. Aš vandenį geriu... iš krano... arbatą geriu melisos, mėtos, čiobrelių. Iš sodo dukra parveža man. Kompotą kokį išsiverdu, iš obuolių, ar kas po ranka papuola, ne bėda man. O tų neaiškių visokių aš neperku. Tai nieko negaliu pasakyti ta tema.

Lina: O kaip jums lietuviškas vynas?

S: Nežinau, vyną tai pats pasidarau, žinok. Turiu ir dabar iš serbentų pasidaręs. Aš pats moku, tai man nereik pirkt.

Lina: O kaip alus jums?

S: Nelabai geriu... alaus, man geriau šnapsas.

Lina: Ir kokį perkate?

S: Tai kad ir neperku, parveža žentas... samanėlės.. Tai pasidarau gero antpiliuko... Užsipilu dilgėlių, dar kokios žievės ažuolo, ir geriau, nei pirktinis.

Lina: Bet vis tiek kokia nuomonė, jei lygintumėm lietuvišką alkoholį ir importinį?

S: Lietuviškas geriau... Tai jau neabejoju.

Lina: Kodėl?

S: Nu todėl, kad tie importiniai ir brangūs labai... Ir taip, jau gėrimų šitų visų lietuviai tai moka... moka padaryti.

Lina: Apskritai kalbant, ar labai žiūrite į produkto kilmės šalį, pirkdamas?

S: Nu niaugi ne... Žiūriu, gi sakiau, man maistas tai tik lietuviškas turi būti. Bet pirmoj vietoj, vaikelį, aš į kainą pasižiūriu, ką man įpirkt galima būtų... Ir aišku, imu tą, ką žinau jau... nu ir bele ne lenkiškas man.

Lina: Tai kodėl gi toks nusistatymas prieš tuos lenkus?

S: Nu... iš seno man jie nepatinka, kažkokie grubūs, atgrubnagiai jie man. Nemėgstu ir viskas.

Lina: Aišku, ačiū jums už nuomonę.

Interviu su 75 moterimi

Lina: Pradžiai norėčiau užduoti bendrą klausimą, o vėliau aiškinsimės, kokius produktus jūs perkate – lietuviškus daugiau, ar užsienietiškus – ir koks apskritai yra jūsų požiūris į juos. Ir pradėsime nuo bendrų klausimų, koks jūsų amžius, išsilavinimas ir pajamos – žemos, vidutinės ar aukštos?

JD: Keturi skyriai... anksčiau buvo taip, dabar keturios klasės. O tada buvo skyriai – keturi skyriai...

Lina: O amžius jūsų?

JD: Mano amžius – 75 metai, pajamos žemos.

Lina: Kaip jums atrodo, ar užsienietiškų prekių pirkimas neskatina bedarbystės Lietuvoje?

JD: Nemanau.

Lina: Ar nekenkia Lietuvos ekonomikai, jei mes perkame užsienietiškas labiau?

JD: Aš neperku užsienietiškų, perku lietuvišką viską.

Lina: Kaip manote, ar reikėtų riboti užsienietiškų produktų įvežimą į Lietuvą, siekiant sumažinti konkurenciją?

JD: Ne, nemanau.

Lina: Kodėl?

JD: Tegu atveža, maža kas nori užsienietiško...

Lina: Ar sutinkate su teiginiu, kad tikras lietuvis turi pirkti lietuviškus produktus, o ne užsienietiškus?

JD: Nemanau šitaip...

Lina: Kodėl?

JD: Todėl... jeigu man patinka šitas daiktas, aš nusipirksiu tokį, jei man patinka tuo momentu lenkiška skarelė, tai aš ją ir pasiimsiu. Bet aš čia tik kaip pavyzdį sakau, nes man tai geriau lietuviška viskas.

Lina: Tai ar jūs vadovaujatės šia nuostata pirkdami produktus?

JD: Aš nesivadovauju šita nuostata, bet perku pati lietuviškus, nes man kitokių nereikia, aš jų nepažįstu ir viskas.

Lina: Dabar norėčiau sužinoti jūsų nuomonę apie atskiras produktų kategorijas. Pirmiausiai tai lietuviška technika – lietuviški televizoriai. Kokia jūsų nuomonė apie tai?

JD: Aš turiu nusipirkusi lietuvišką ir man labai patinka.

Lina: Tai ir ateityje pirktumėte, jeigu tik jums jo prisireiktų?

JD: Taip.

Lina: O pavyzdžiui, šaldytuvai lietuviški?

JD: Turiu ne lietuvišką.

Lina: O gal esate girdėjusi kokių atsiliepimų apie juos?

JD: Girdėjusi esu, kažkada tai buvom turėję... Visai gerai buvo.

Lina: O ar girdėjote, kad Sirijus gamina virdulius - lietuviškus?

JD: O kokį aš turiu? Koks mano virdulys... nebeprisimenu, klausyk... bet labai geras.

Lina: Kokia nuomonė apie lietuviškus baldus?

JD: Kodėl gi, visai gera nuomonė, gražūs.

Lina: O ar turite lietuviškų?

JD: Pas mane visi baldai lietuviški, viskas lietuviška yra.

Lina: O ar pirktumėte kitos šalies baldus, jei dabar prisireiktų?

JD: Nepirkčiau, labai brangu man.

Lina: O ar brangūs užsienietiški, ar ir lietuviški.

JD: Brangūs ir tie ir tie, mano kišenei jau... bet manau, kad vis tiek, tie užsienietiški tai dar brangesni.

Lina: Aišku, o ką manote apie lietuviškus drabužius?

JD: Kaip čia pasakius tau... kažkaip aš kai pati moku pasidaryti, tai man... pati pasidarau ką reikia.

Lina: O batai? Kokius batus perkate?

JD: Ech... visai buvo klausyk, turiu ir šitokių, ir lietuviškų turiu. Negaliu išskirti dabar, kurie geresni, visi man geri.

Lina: Kosmetika lietuviška?

JD: Nenaudoju visai.

Lina: O muilai? Šampūnai?

JD: Šampūnus aš lietuviškus, man netinka importiniai nei kokie. Man labai galvą niežti...

Lina: N, o maisto produktai?

JD: Maisto produktai... Nu... maisto produktus aš tik lietuviškus perku, neperku jokių kitų.

Lina: Na, o jeigu žiemą nėra daržovių lietuviškų kokių?

JD: Aš savo sodą turiu ir pati užsiauginu ☺

Lina: Tai o žiemą?

JD: Importinių aš niekada neperku. Aš pasisodinau, ir man užtenka... aš ir dabar dar turiu, ir morkų turiu, ir salierų, ir bulvių – viską turiu savo.

Lina: Aišku, o apie alkoholinius gėrimus kokia nuomonė? Pavyzdžiui, lietuviškas vynas?

JD: Nu tai aš tik lietuvišką perku, jeigu reikia. Nepažįstu aš ten tų kitų, nesuprantu nieko.

Lina: O ar skanu?

JD: Skanu.

Lina: O degtinė?

JD: Ir degtinę perku lietuvišką.

Lina: O ar esate reagavusi užsienietiškos?

JD: Esu...

Lina: Ir kaip? Kokia patiko?

JD: Aš jau dabar nebeprisimenu, žinok, pati nesu pirkusi, bet padovanotą turėjau... Manau, kad ten rusiška buvo.

Lina: Apskritai kalbant, ar didelį dėmesį skiriate kilmės šaliai, pirkdami produktą?

JD: Aš nekreipiu dėmesio, aš jų neperku, ir nekreipiu dėmesio į tokius visiškai... Tikrai nekreipiu dėmesio.

Lina: Tai reiškias jūs esate labai etnocentriška ☺

JD: Taip ☺ Aš tikrai... niekada nežiūriu į etiketes, iš kur ten kas atvežta, aš imu tik tai ką žinau, kas lietuviška ir aišku.

Lina: O kodėl taip yra? Čia kaip kažkoks įsitikinimas ar kaip?

JD: Taip. Aš įsitikinus, kad mūsų yra geriau.

Lina: O kas lėmė tokį jūsų įsitikinimą?

JD: Nuuu... niekas nelėmė, man patinka, ir aš perku tai. Aš einu dabar ir mėsą žiūriu, yra ten ir latviška, estiška ir va tokia... Aš niekad neperku tiesiog, perku savo ir viskas.

Lina: Čia jau turbūt net nuo vaikystės...

JD: Taip. Taip, aš va dabar einu pasižiūri, gi visokios yra, aš pasižiūriu, jei nelietuviška, aš neperku. Ir man nesvarbu, iš kur jinai, man nepatinka. Aš kai einu vištą pirkti ar ką, tai aš tada klausiu, nueinu kiaušinių pirkti, tai dabar gi visokių tų lenkiškų yra... aš žiūriu, kur yra lietuviški.

Lina: O lenkiški kodėl? Bloga nuomonė?

JD: Nu... Nieko gero, neperku aš jų ir viskas, taip jau nusistačius, ir įsitikinus. Aš žinok jų ir nenoriu.

Lina: Aišku, na tai ir viskas tuomet, dėkoju už jūsų įdomią nuomonę.

JD: Prašom.