



LOGO KOMPANIJE

Kvantitativno-kvalitativna analiza medijskog sadržaja
/period/

Terazije 3/6 , 11000 Beograd

+381 11 32 47 018, 32 47 020 tel / +381 11 322 888 2, 322 888 3 tel / +381 11 303 22 52 fax / +381 63 28 11 38 mobile

www.realtime.co.rs

Sadržaj

1. METODOLOGIJA.....	3
2. GENERALNI PREGLED	4
3. KOMPANIJA 1	6
4. KONKURENCIJA.....	12
5. KOMPARATIVNA ANALIZA	17
6. ZAKLJUČAK	19

1. Metodologija

PREDMET ANALIZE: medijska slika o izveštavanju medija o Kompaniji i konkurenciji.

VREMENSKI PERIOD:

PRAĆENI MEDIJI: štampani i elektronski mediji u Srbiji i regionu

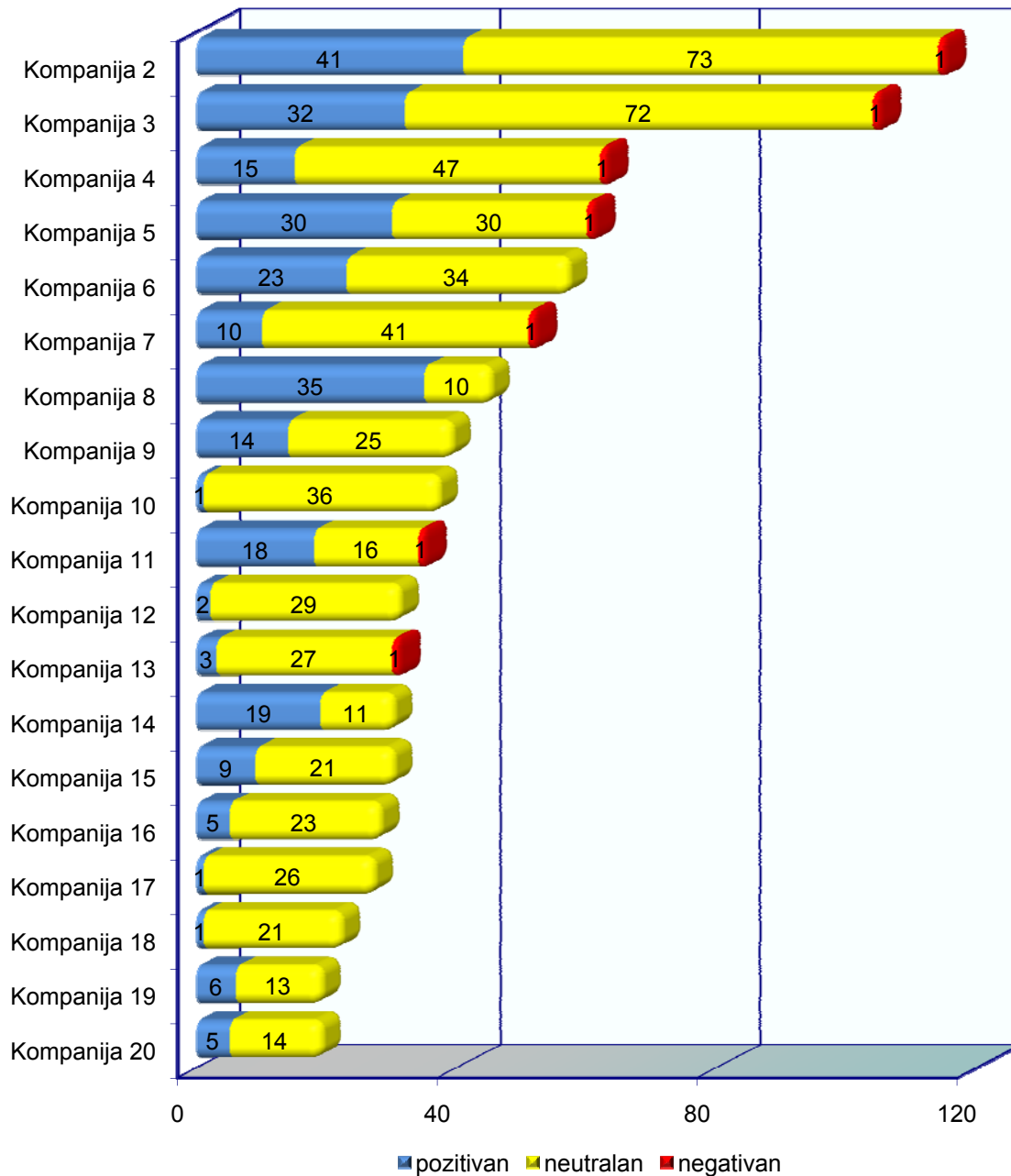
CILJ ANALIZE: evaluacija medijske slike o Kompaniji, kao i okruženja u kome posluje.

KRITERIJUMI: Data tema je obrađena sa sledećih aspekata-

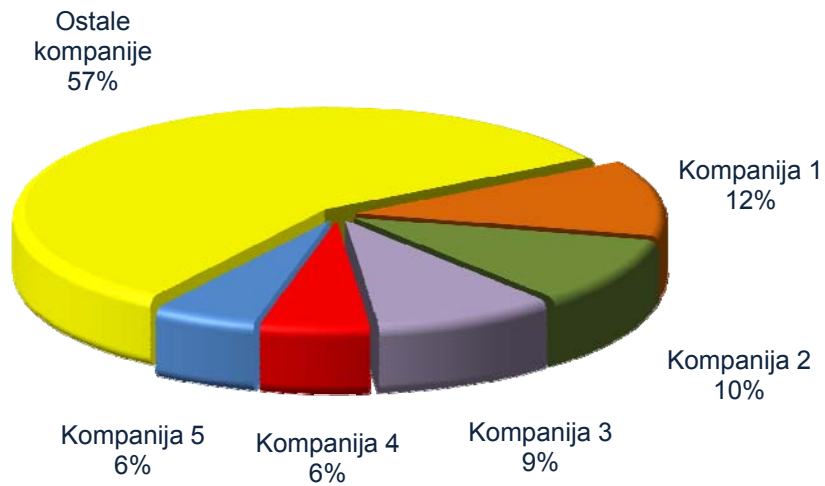
- Broj objava
- Analiza sadržaja: pozitivan/neutralan/negativan kontekst
- Kriterijumi: ključne medijske poruke, komunikacija sa medijima pojedinih kompanija, pozicioniranje Kompanije u okruženju u kome posluje.
- Mediji koji su najviše pratili tu temu - po vrsti i po tipu medija
- Novinari koji su izveštavali

2. Generalni pregled

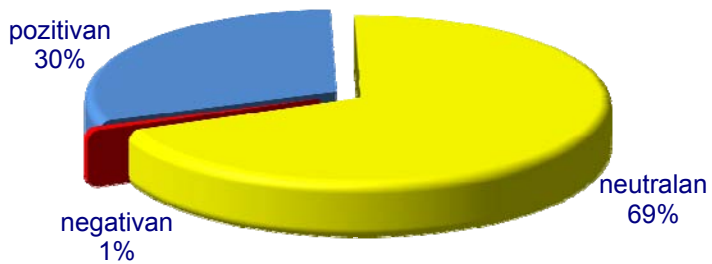
Grafikon 2.1: Distribucija objava po temama



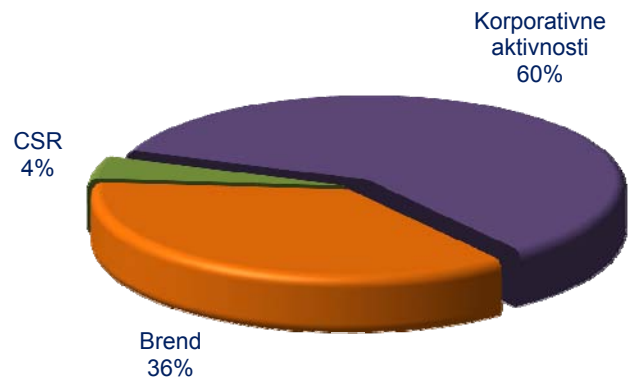
Grafikon 2.2: Medijski najzastupljenije kompanije /procentualno/



Grafikon 2.3: Ukupan broj objava po tonu

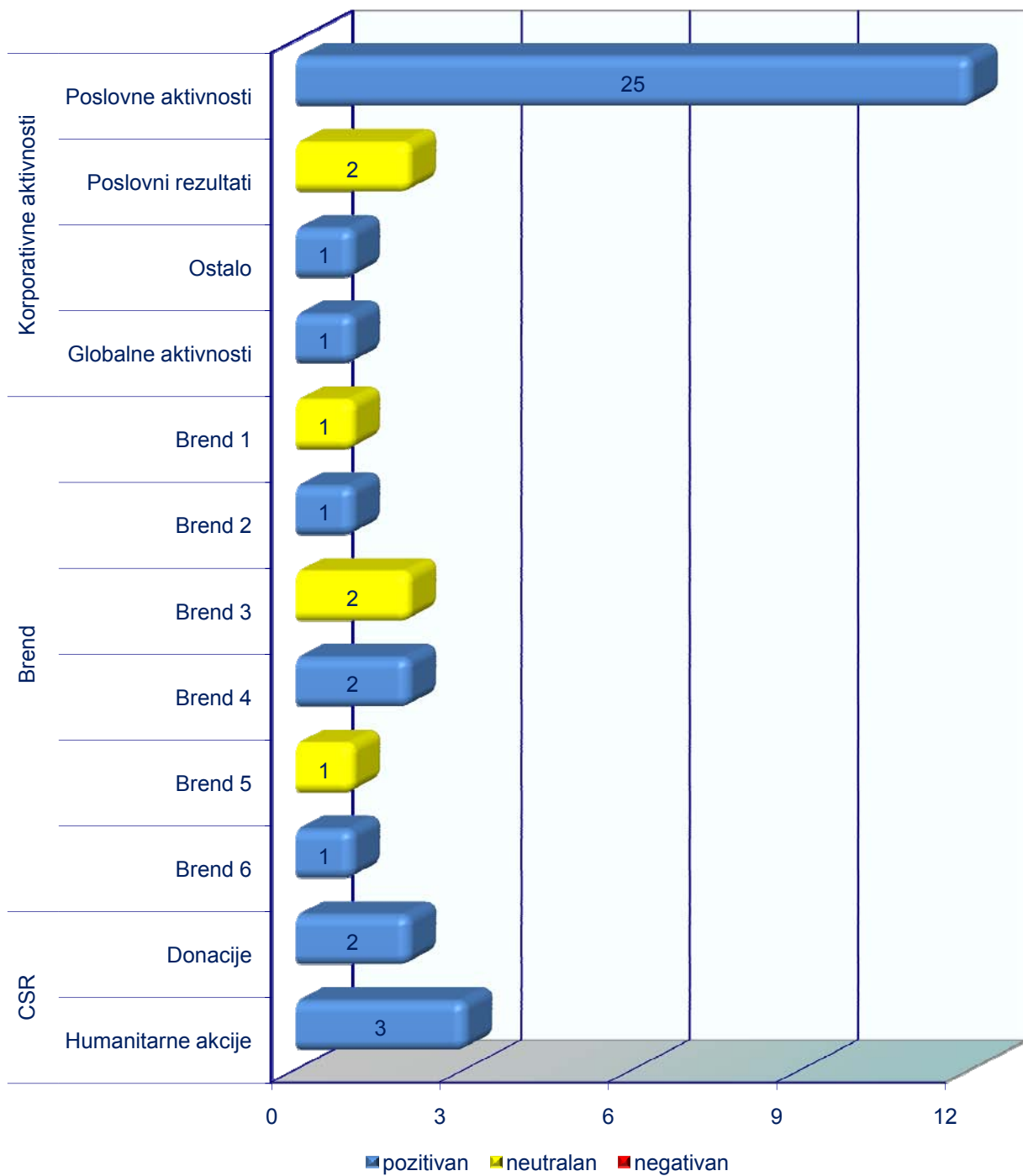


Grafikon 2.4: Tema izveštaja



3. Kompanija 1

Grafikon 3.1: Ukupan broj objava po kategorijama



Grafikon 3.2: Ukupan broj objava po tonu /procentualno/

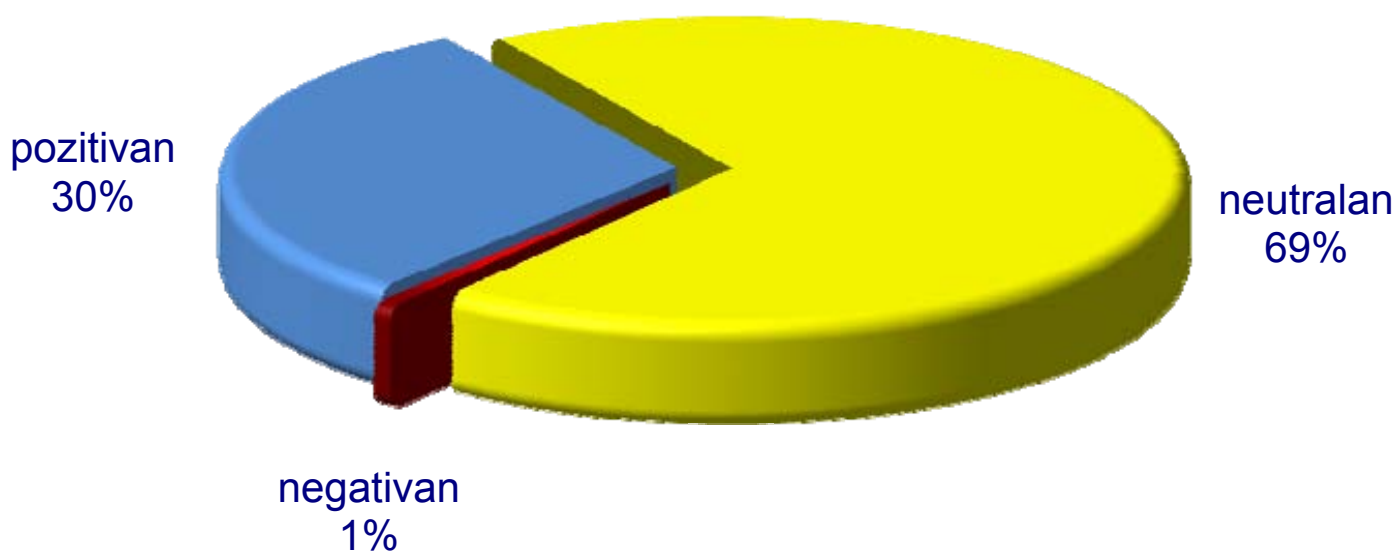


Tabela 3.1: Raspodela objava po tipu medija

TIP MEDIJA	IZVEŠTAJI
Štampani	24
Elektronski	7
UKUPNO	31

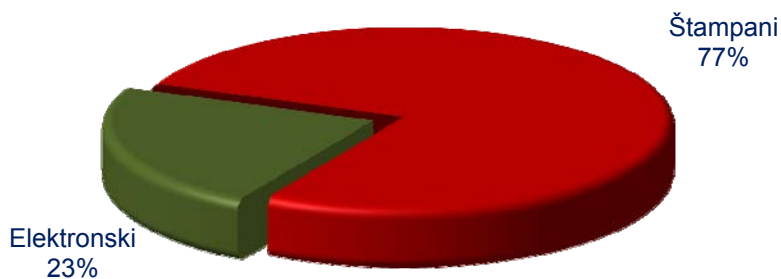
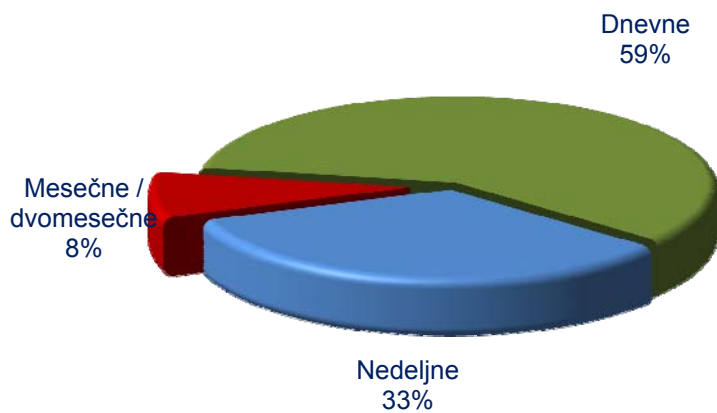


Tabela 3.2: Raspodela objava po vrsti štampanih medija

ŠTAMPANI TIP MEDIJA	IZVEŠTAJI
Dnevne	14
Nedeljne	8
Mesečne / dvomesečne	2
UKUPNO	24



Grafikon 4.3: Ukupan broj objava po medijima

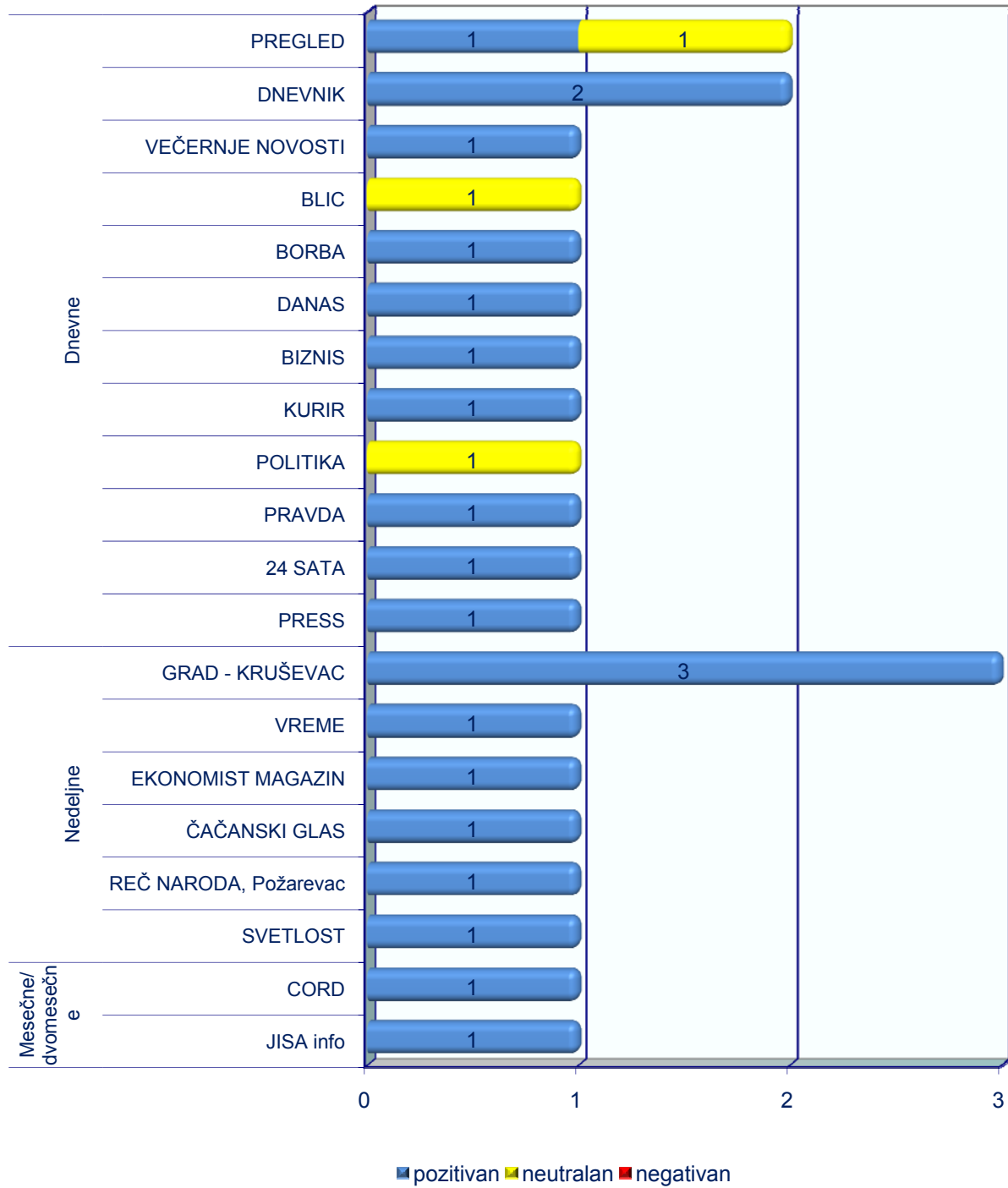
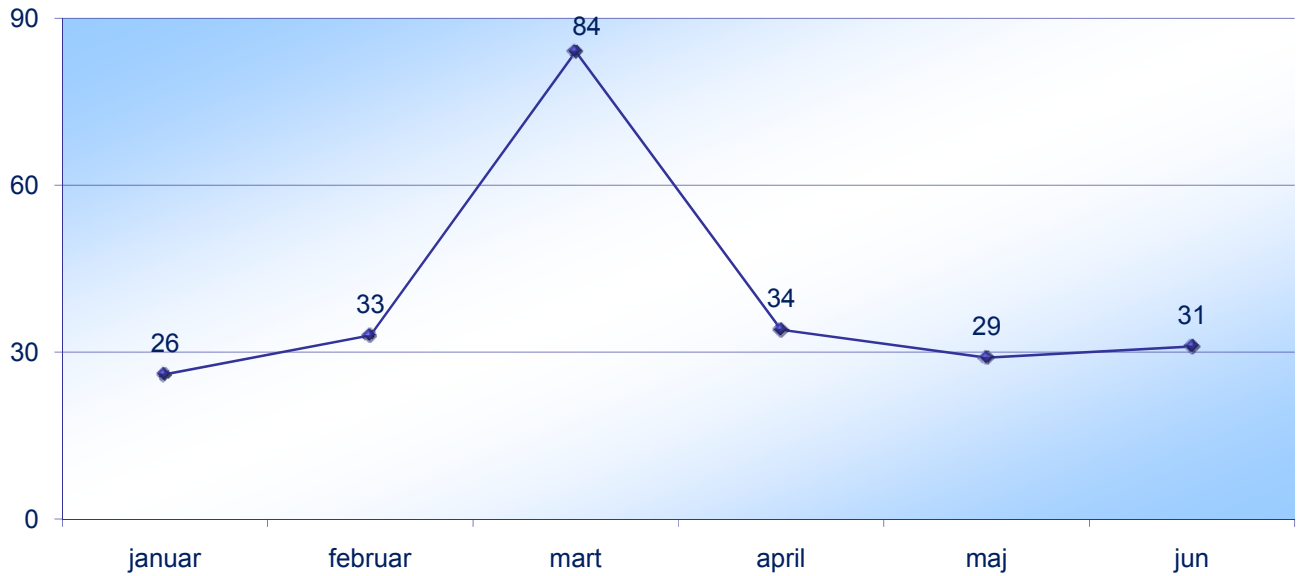


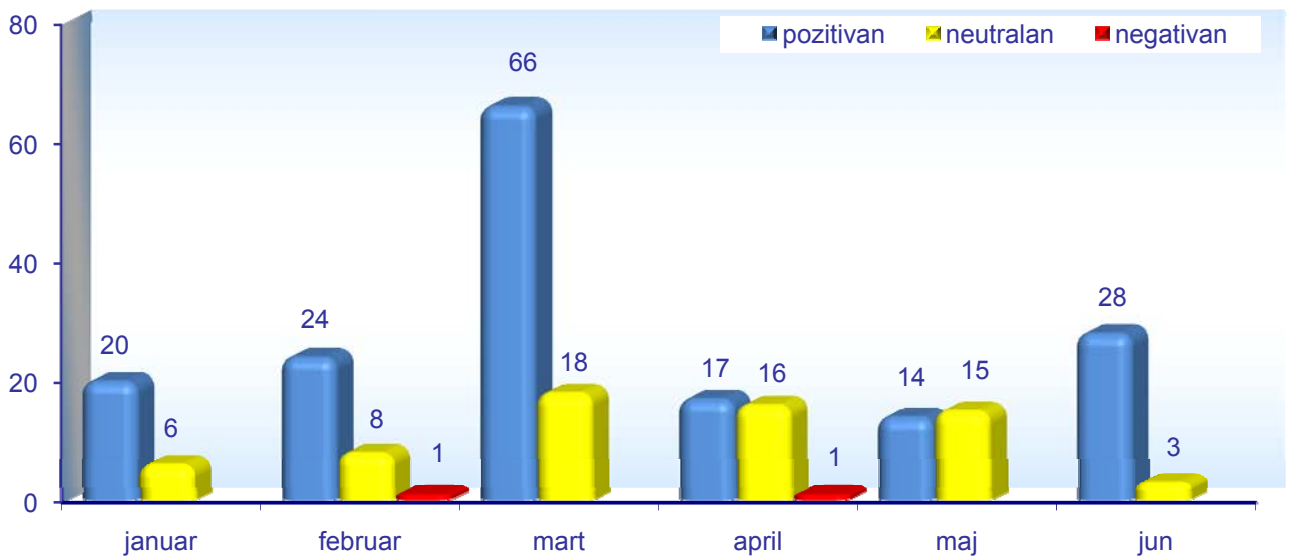
Tabela 4.3: Autori o Kompaniji 1

Medij	Novinar / Agencija	pozitivan	neutralan	negativan	Ukupno
PREGLED	Lj. K.	1			1
	Radovan Radović		1		1
VEČERNJE NOVOSTI	S. M.	1			1
ČAČANSKI GLAS	G. D.	1			1
DANAS	R. D.	1			1
DNEVNIK	D. Vujošević	1			1
GRAD - KRUŠEVAC	N. G.	1			1
KURIR	R. K.	1			1
POLITIKA	R. D.		1		1
PRAVDA	P. A.	1			1
BLIC	Danijela Nišavić		1		1
SVETLOST	N. G.	1			1
TV B92	Marija Antić	1			1
Ukupno		10	3	0	13

Grafikon 4.4: Prikaz objava po mesecima (zbirno)

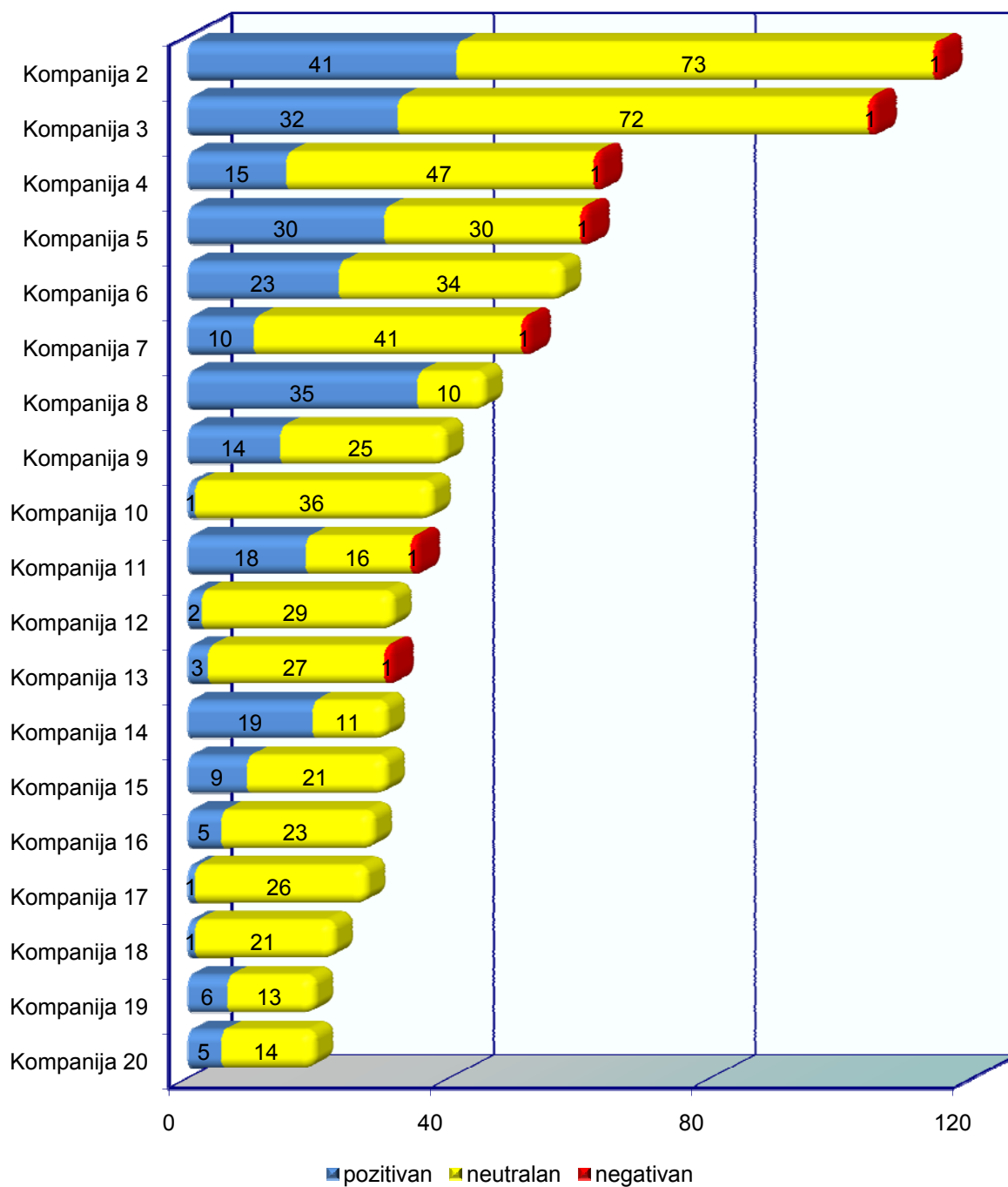


Grafikon 4.5: Prikaz objava po mesecima (po tonu izveštavanja)



4. Konkurencija

Grafikon 4.1: Distribucija objava po temama



Grafikon 4.2: Distribucija objava po tonu

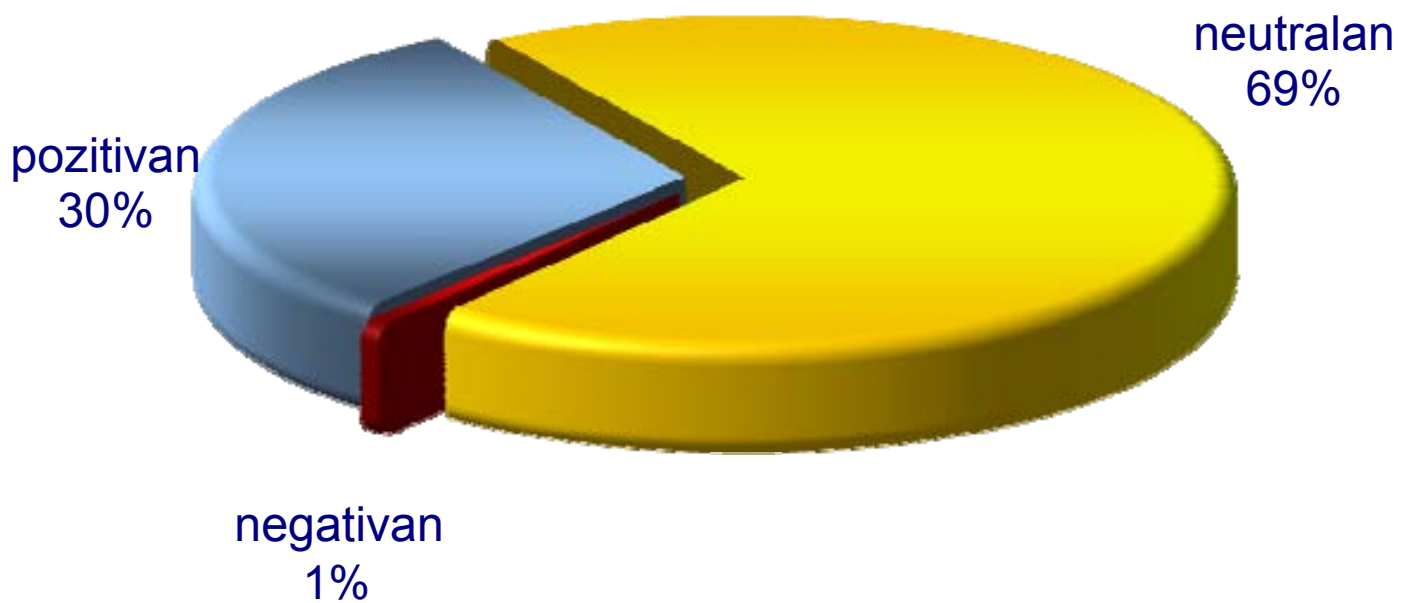


Tabela 4.1: Raspodela objava po tipu medija

TIP MEDIJA	IZVEŠTAJI
Štampani	24
Elektronski	7
UKUPNO	31

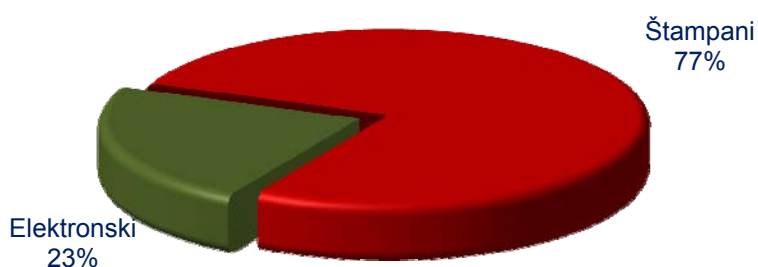
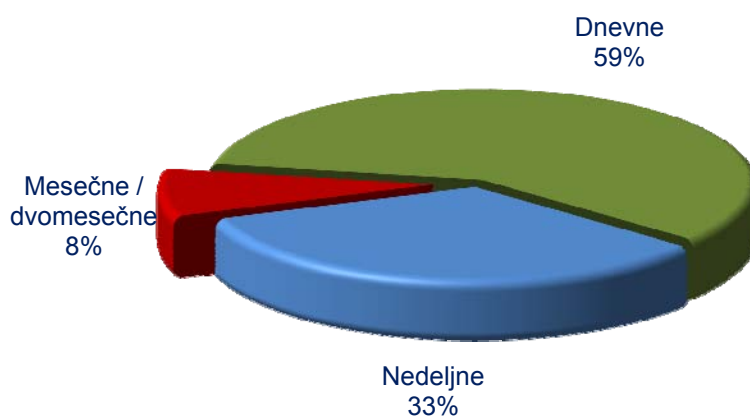


Tabela 4.2: Raspodela objava po vrsti štampanih medija

ŠTAMPANI TIP MEDIJA	IZVEŠTAJI
Dnevne	14
Nedeljne	8
Mesečne / dvomesečne	2
UKUPNO	24



Grafikon 4.3: Ukupan broj objava po medijima

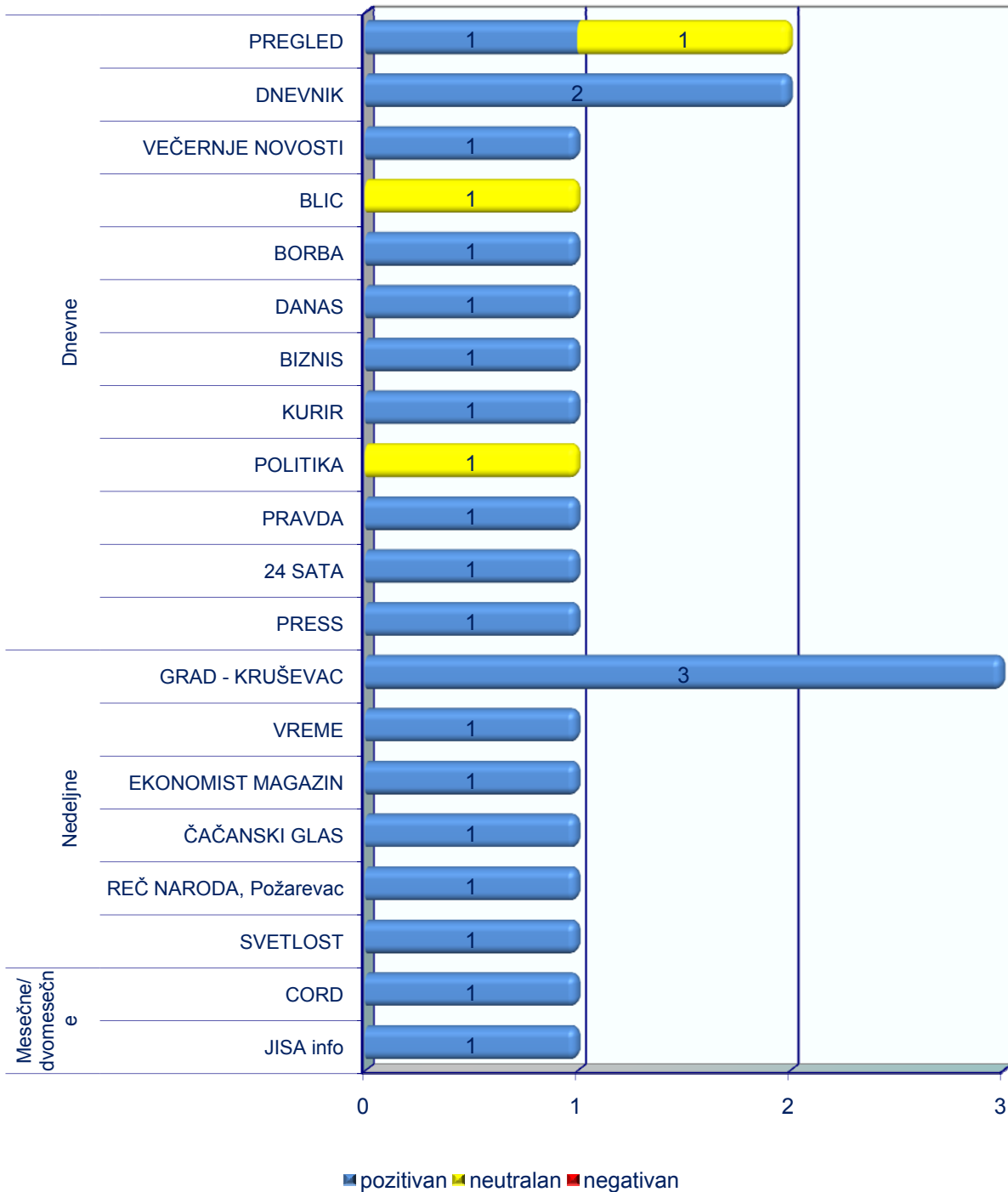
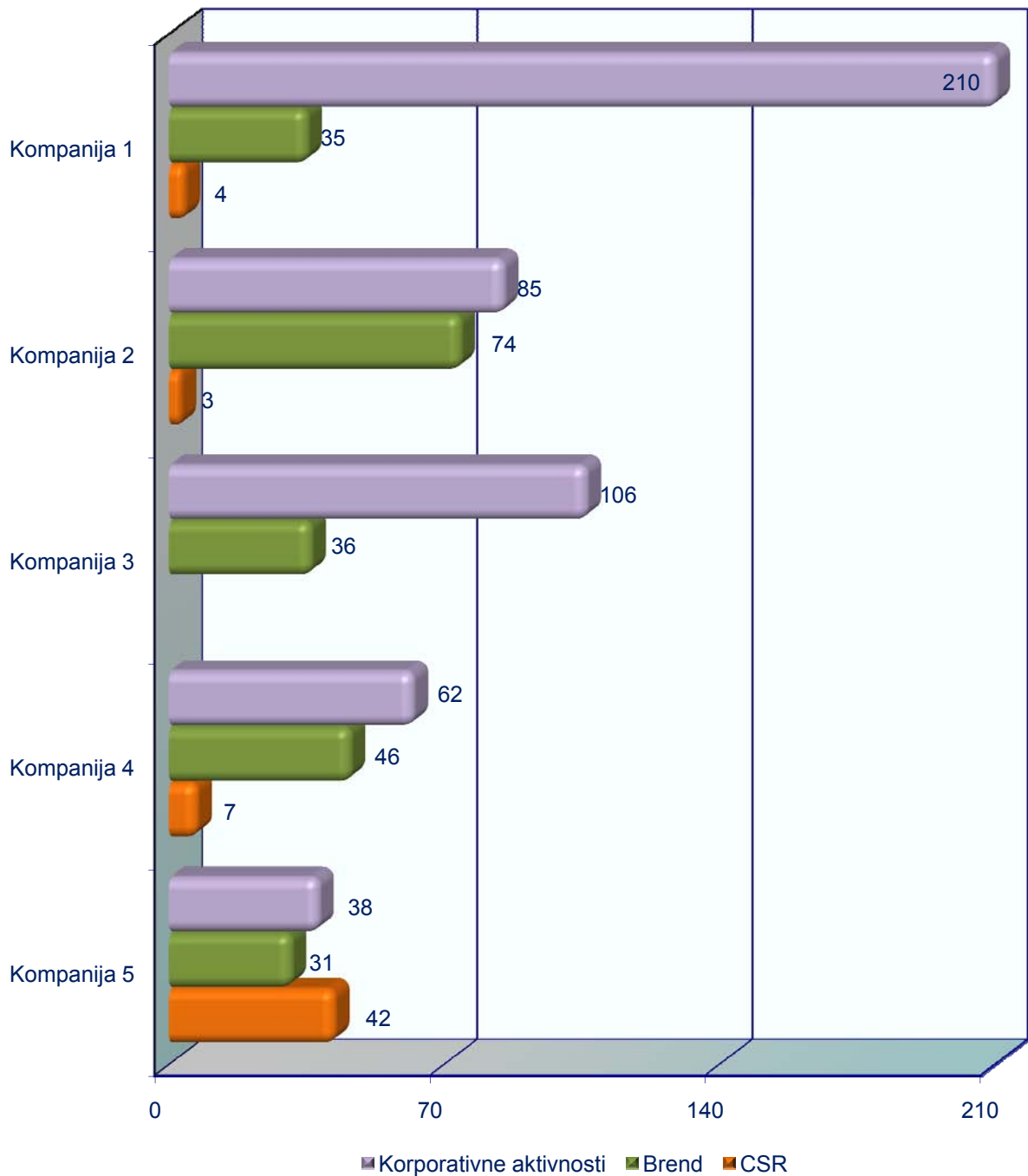


Tabela 4.3: Autori o konkurenciji

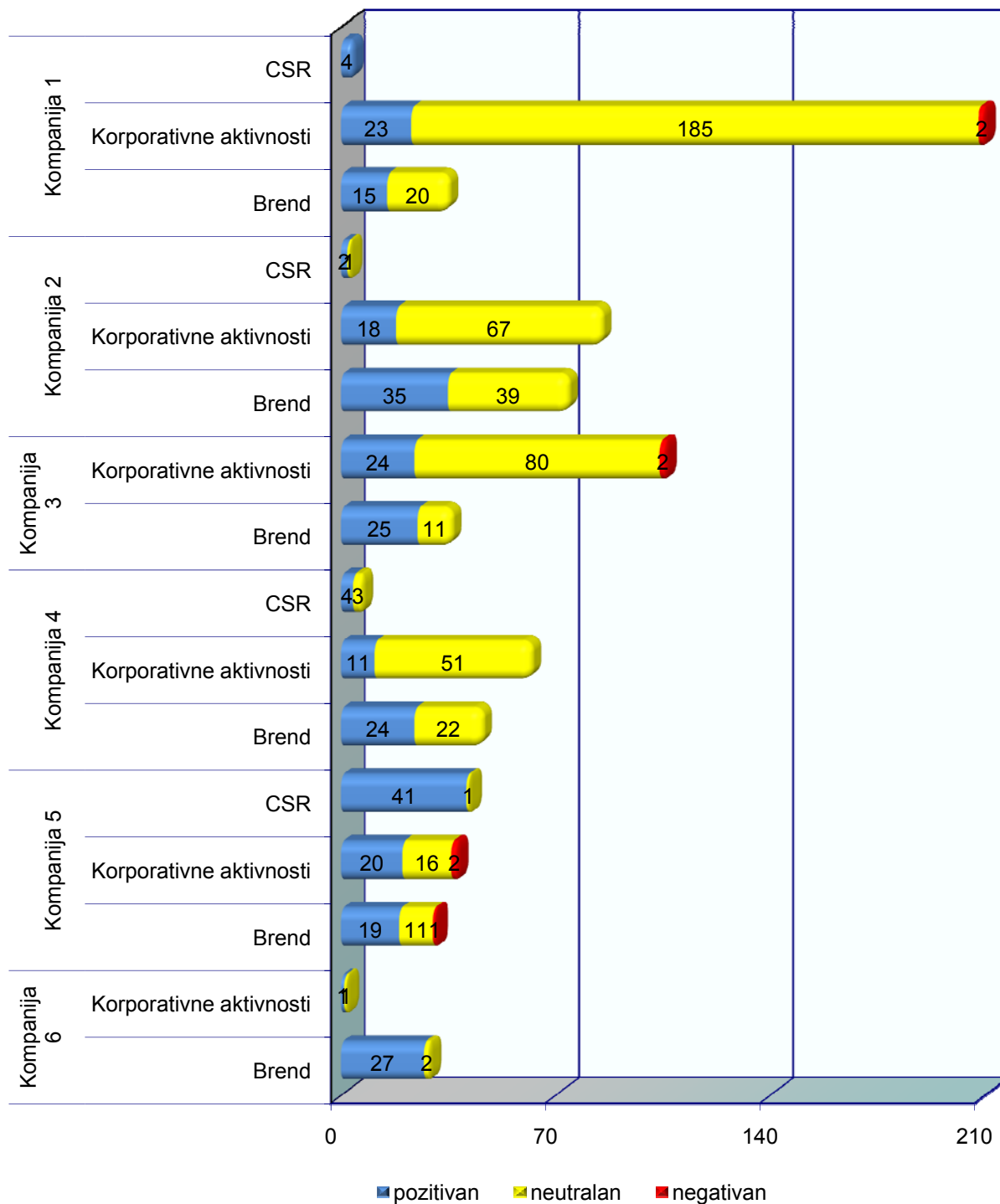
Media	Autor/Agencija	pozitivan	neutralan	negativan	Ukupno
DNEVNIK	Ranka Dautovic	3			3
	Snezana Nikolic		1		1
	Nenad Gujanic		1		1
	S. B.		1		1
DANAS	S. S.		1		1
	Beta		1		1
	Jovanka Zurkovic		1		1
	Mirjana N. Stevanovic		1		1
BILTEN Opstine Paracin	P. B. I.		4		4
POLITIKA	Rajna Popovic		1		1
	D. Todorovic		1		1
	J. S.	1			1
GLAS JAVNOSTI	Zoran Stojkovic		2		2
VESTI, Užice	R. P.	1			1
ALO!	S. Dj.		1		1
KURIR	Srna		1		1
BIZNIS	M. O.		1		1
PREDUZECE	Stevan Veljovic	1			1
PREGLED	Beta		1		1
SREMSKE NOVINE	Z. G. Stefanovic		1		1
Ukupno		6	20	0	26

5. Komparativna analiza

Grafikon 5.1: Kompanija1 vs. konkurencija /kompanije sa najvećim brojem objava/



Grafikon 5.2: Kompanija1 vs. konkurencija /kompanije sa najvećim brojem objava/



6. Zaključak

U posmatranom periodu o Kompanijama u Srbiji i regionu mediji su izveštavali sa ukupno 112 objava. Kao i predhodnih meseci najveći publicitet dobila je Kompanija 1 (61 izveštaj), što je za 61 odsto veći broj objava u odnosu na maj (38). I ostale kompanije koje posluju na srpskom tržištu beleže veću zastupljenost u medijima, pri čemu najveći broj izveštaja beleži kompanija Kompanija 2 (40).

Kompanija 1. Kompanija 1 je u ovom periodu, pored inteziviranja komunikacije, zabeležila i porast udela pozitivnih objava za oko 2,5 puta u odnosu na prethodni mesec. Jun karakterišu objave o ulaganjima kompanije u zaštitu životne sredine (18 izveštaja), pri čemu je u medijima Kompanija 1 percipirana kao kompanija koja vodi računa o životnom prostoru u kome posluje. Prema rečima prvog čoveka Kompanije 1, trend ulaganja u „tehnološke procese koji za cilj imaju unapređenje životne sredine“ biće nastavljen i u narednom periodu. „Poštujući poslovnu politiku nastavićemo realizovanje projekata od važnosti za ekologiju. Nizom akcija i finansijskih ulaganja ukazaćemo na izuzetan značaj očuvanja životnog prostora“. (*Vreme*, 12. jun) Ove objave, pored afirmativnog tona, karakterišu i „jaki“ blokovi naslova („Kompanija 1 nastavlja da ulaže u ekologiju“, „Kompanija 1 za ekologiju četiri miliona evra ...) Veliku pažnju mediji su posvetili i formiranju Foruma poslovnih lidera Srbije, organizaciji za razvoj društveno odgovornog poslovanja, čiji je jedan od osnivača i Kompanija 1 (14 objava). Generalno posmatrano, objave o aktivnostima Kompanije 1 su pretežno pozitivne konotacije, 62 odsto, naspram 36 odsto neutralnih objava. Najveći broj izveštaja plasirali su štampani mediji (72 odsto), dok su elektronski mediji učestvovali sa 17 priloga, odnosno 28 odsto.

Konkurencija. O aktivnostima konkurencije izveštavano je u 40 objava, što je za gotovo tri puta veći broj objava u odnosu na maj (12). Izveštaji su pretežno neutralnog konteksta (70 odsto), dok negativnih objava nije bilo. Najveći broj objava imao je za temu poslovne aktivnosti kompanija. Štampani mediji su prednjačili u izveštavanju sa 65 odsto, pri čemu su najveći broj izveštaja objavili dnevni listovi (53 odsto od ukupnog broja). Pojedinačno posmatrano, konkurencija je najveći prostor dobila u novosadskom dnevnom listu *Dnevnik* (7 objava), dok se kod elektronskih medija u junu istakao web portal *e-kapija* (4), koliko ima i dnevni list *Danas*.