

A bannervakság vizsgálata egy tervezett kisvállalkozás szempontjából

A fogyasztókat ért külső ingerek jelentős részét teszik ki a reklámok és hirdetések, így vizsgálatom alapjául a fogyasztói társadalom tagjainak – ezen ingerekre adott – válaszreakciója szolgál. A fogyasztókban kialakult reklámvakság speciális esetét, a bannervakságot emelem ki jelen tanulmányban. A kutatásom célja az egyetemista fogyasztók banner-észlelését leginkább felkeltő bannertípus megtalálása alaki és tartalmi szempontból egy édesipari kisvállalkozás esetében. A dolgozatom címében szereplő bannervakság-jelenség negatív hatásainak csökkentéséhez járul hozzá a kutatási kérdésem megválaszolása, hiszen egy megfelelő bannerhirdetés használatával csökkenthető a bannervakság, így növelhető a bannerészlelési arány.

A primer kutatásom során egy fiktív cukrászda szempontjából figyelem a bannervakság hatásait. A kutatás módszertana három részből épült fel: egy kérdőívből, egy szemkamerás vizsgálatból és egy mélyinterjú jellegű beszélgetésből. A kutatásomat kvalitatív jelleggel folytattam le, így a kis elemszám és a nehezen számszerűsíthető adatok miatt statisztikai elemzésekre nem került sor.

A munkám eredményeként kapott információk alapján a cukrászipari kisvállalkozások online hirdetési formájának elsősorban beágyazott bannertípust javaslak. Ezen hirdetés háttérszíne a citromsárga mélyebb árnyalatait jelenítse meg, és tartalmi szempontból a banner 2/3-át egy árusított termék foglalja el, a fennmaradó 1/3 részen pedig érdemes feltüntetni a sütemény árát, illetve a cukrászda címét.

Piros Anna Sára (SZTE Móra Ferenc Szakkollégium)

A gyermekvállalás és a nemi szerepek hatása a copreneurshipekben

Kutatásom célja annak felderítése, hogy a gyermekvállalás hogyan hat a copreneurshipekre, azaz a közösen vállalkozó élettársakra/házastársakra, mind a vállalkozás, mind a háztartás szempontjából; mik a jellemző szerepek egy ilyen pár életében a munkában és a magánéletben, ezek a szerepek hogyan hatnak a munkamegosztásra és a vállalkozás működésére, valamint a család bővülése és az azzal járó új feladatok, felelősségek milyen változásokat idéznek elő.

Az eltérő kultúráktól függetlenül az együtt vállalkozó pároknál a nemi szerepek jellemzően a tradicionális mintát követik: a nő a háztartásért, a gyermek- és idősgondozásért felel, míg a férfi a munkában tölt be irányító szerepet. Összehasonlító kutatások bizonyítják, hogy ez a tradicionális modell szignifikánsan kisebb mértékben jellemző azokra a házaspárokra/élettársakra, akiknek a karrierje nem fonódik össze (dual-career couples), tehát a copreneurshipek a modernizáció ellenére megőrzik a hagyományos nemi szerepeket.