



www.infonia.hu

Minden jog fenntartva!

Kutatási Jelentés archívum

27-28. szám - tartalom

INFORMÁCIÓGAZDASÁG

Az internet marketingkommunikációs alkalmazása és megítélése

A kutatás azt vizsgálta, hogy az interneten elérhető vállalatok milyen ismeretekkel rendelkeznek az online marketingről, milyen online marketingkommunikációs eszközöket alkalmaznak, és hogyan ítélik meg ezt a kommunikációs csatornát. Az internetes megjelenés minden ötödik vállalat szerint semmilyen plusz bevételt nem jelent, míg közel 50%-uk a vállalati bevételek mindössze 1-5%-át tulajdonítja az online jelenlétnek. Mindenképpen előremutató jel viszont, hogy a weboldallal rendelkező cégek 50%-a tervezi növelni az online marketing- és reklámeszközökre fordított kiadásait a 2004-es évben.

Szent István Egyetem

Website-ok minőségbiztosításának ígéretes új módszerei: automatikus site-értékelő eljárások

Az internet hatalmas és szinte áttekinthetetlen bősége miatt a felhasználók egyértelmű, jól kezelhető, világos szerkezetű website-okat igényelnek; egy site minőségbiztosítása a legszorosabb kapcsolatban van a felhasználói felület használhatóságával. A szerzők vázlatosan áttekintik egy korábbi – WAP-os forgalmi adatok elemzésén alapuló – kutatás módszertani tapasztalatait, amelynek tanulságaihoz kapcsolódva az automatikus website-értékelő módszerek és eszközök fejlesztésének fontossága mellett érvelnek; nagy vonalakban áttekintik az automatikus website-értékelő módszereket és fejlődési trendjeiket. Végül beszámolnak egy saját, automatikus logfájl-elemzésen alapuló, korszerű útvonalkövető és -elemző eszköz fejlesztéséről.

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Ergonómia és Pszichológia Tanszék

A K+F és az innováció magyarországi finanszírozási-ösztönzési rendszerének vizsgálata

Viharosan fejlődő és feltartóztathatatlanul globalizálódó világunkban azok az országok és régiók tudnak erős gazdaságot fenntartani, amelyek lépést tartanak a többiek fejlődésével, és nemcsak meg tudják őrizni versenyképességüket, hanem annak

fokozására is képesek. Ennek legfontosabb hajtóereje a folyamatos megújítás, az innováció. Az innováció létrejöttének számos kritériuma közül az innovációs folyamatban egyre erősebb szerepet betöltő innovációosztönzés szerepével, működésének és intézményrendszerei működtetésének európai és hazai tapasztalataival foglalkozunk.
Széchenyi István Egyetem

Az európai kutatási térség és Magyarország helyzetének összehasonlító vizsgálata
Szent István Egyetem – Információs Társadalom- és Trendkutató Központ

ELEKTRONIKUS KERESKEDELEM

Webhasználat-bányászat

Felhasználói szokások detektálása az elektronikus kereskedelemben

Az elektronikus kereskedelemmel foglalkozó vállalatok egyre több adattal rendelkeznek ügyfeleikről, vásárlóikról, hiszen azok rengeteg „információmorzsát” hagynak maguk után internetes látogatásaik során. A cégek általában nem sok energiát fektetnek abba, hogy ezen „nyomokból” mélyebb információkat nyerjenek ki, többnyire megelégednek az alapstatisztikák lekérdezésével. Az adatbányászat fokozatos térnyerése azonban hasznos módszerekkel bővítette az eddigi szegényes eszköztárat. A következőkben ezek a módszerek kerülnek bemutatásra, részletesen kitérve az adatelőkészítés nehézségeire is.
BME GTK Információ- és Tudásmenedzsment Tanszék

A kőtáblától az elektronikus könyvig

Az e-book témája meglehetősen alulreprezentált a hazai szakirodalomban és köztudatban, pedig, figyelembe véve a technológiában rejlő lehetőségeket, az elektronikus könyv rövid távon kiegészítheti, hosszú távon felválthatja a hagyományos könyvek világát. Az elmúlt években a zeneipar válságos időszakot élt át, de úgy látszik, hogy sikerült reális üzleti modellek implementálásával fizetésre bírni az interneten már tömörített fájlokban gondolkodó fogyasztókat. Ha megjelennek elérhető áron a teljes funkcionalitást és a hagyományos könyvek kényelmét nyújtó elektronikus könyvolvasók, akkor hasonló helyzet fog előállni, mint a zeneiparban a hordozható MP3-lejátszók és a pénzért letölthető zenei fájlok modelljével.

Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem

TRENDEK AZ INFORMÁCIÓS ÉS KOMMUNIKÁCIÓS TECHNOLÓGIÁK HASZNÁLATÁBAN

Magyarországi civil szervezetek informatikai és egyéb kommunikációs jellemzői

A Nonprofit Információs és Oktató Központ Alapítvány 2003 őszén indította el nonprofit szervezetek kommunikációja kutatását, hogy feltérképezze a magyarországi szervezetek kommunikációs szokásait, eszközellátottságát és eszközhasználatát, különös tekintettel az információtechnológiára. Célja ennek segítségével olyan javaslatokat, ajánlásokat kidolgozni a hazai civil szervezetek és a szférát körülvevő társadalmi-intézményi közeg számára, melyek segítségével a civil szervezetek munkájukat, feladataik ellátását javíthatják azáltal, hogy kommunikációjuk hatékonyabbá válik, informatikai eszközellátottságuk és eszközhasználatuk, ehhez való képességük fejlődik.
Nonprofit Információs és Oktató Központ (NIOK) Alapítvány

Teleházak empirikus vizsgálata Békés, Csongrád és Bács-Kiskun Megyében

Az elmúlt évtizedben Magyarországon a teleházak száma dinamikusan emelkedett, és világviszonylatban is igen előkelő helyet foglalunk el a lakosság számához viszonyított teleházak mennyiségében. A 2003-2004 fordulóján, a Dél-Alföldön végzett felmérés azt

vizsgálta, hol tart a magyar teleházmozgalom, hogyan működnek a teleházak, milyen követhető bevált gyakorlatok léteznek, és mit kellene tenni azért, hogy a teleházak a rendelkezésre álló erőforrásokat maximálisan kihasználva, az ügyfeleik érdekében hatékonyan és magas színvonalon működjenek. A kutatók tapasztalatai megerősítették a teleházak általános szükségességét és különös fontosságukat vidéken, az elmaradottabb régiókban és a hátrányos helyzetű csoportok szolgálatában.

SEED Kisvállalkozás-fejlesztési Alapítvány