HP uuring: rohelisega saab inimese nõusse

17 years ago- 19.08.2009 By AM



Ootamatult on HP tulnud välja pressiteatega, mis ei tutvusta mõnd uut toodet, vaid räägib värvipsühholoogiast. Inimesed reageerivad positiivsemalt rohelisega kirjutatule, samas kui punane tekitab kõige vastakamaid arvamusi, näitab HP ulatuslik rahvusvaheline uuring.

HP teatel viidi uuring läbi tööealise elanikkonna seas üheksas riigis ning selle aluseks oli rida neutraalseid avaldusi, mis olid kirjutatud erineva värviga ning mille põhjal vastajad said oma suhtumist näidata.

Tulemused näitavad, mis rolli mängivad värvid otsuste tegemisel ning inimeste mõjutamisel. Enam kui pool vastanutest (53 protsenti) nõustus väidetega, mis olid rohelises kirjas, samas kui musta puhul oli vastav näitaja 39.

Uuring näitas, et kõige suurem seisukohtade lahknemine toimus punase värvi puhul: punasega märgitu andis vastuolulisi (kas täielik nõusolek või täielik mittenõustumine) seisukohti kolm korda rohkem kui näiteks mustaga kirjutatu (vastavalt 29 ja 10 protsenti). Kõige ükskõiksemalt suhtuti sinise ja mustaga kirjutatusse, mille väidete osas ei võtnud seisukohta vastavalt 47 ja 43 protsenti vastanutest, samas kui rohelise puhul oli see näitaja 28 ja punasel 19 protsenti.

HP pilditöötluse ja printimise grupi juht Põhja- ja Baltimaades Jari Rinne selgitas, et kuigi uuringut ei saa pidada teaduslikuks annab see aimu, mis mõju avaldavad värvid inimeste otsustusvõimele.

”Inimeste arusaam värvidest ning neile reageerimine võib olla väga erinev ning keeruline analüüsida. Uuringu tulemused näitavad, et punane värv tekitab kõige vastakamaid seisukohti, kuid siiski paneb punane inimesi rohkem nõustuma (47 protsenti vastajatest) kui must (39 protsenti väidetega nõustujaid) või sinine (36 protsenti),” ütles Rinne.

“Uuringust võib järeldada, millist mõju avaldab värv inimeste kaasamisele, mõjutatavusele ning isegi otsustamisprotsessidele. Mõjud ettevõtluse kontekstis on väga haaravad. Ettevõtluses on värvidel tõeliselt oluline tähendus firmadele, kes soovivad saada teatud vastukaja või siis lihtsalt konkurentidest eristuda,” lisas Rinne.

Maailma suurim printimise ja pilditöötluse tehnoloogia tootja HP viis uuringu läbi eesmärgiga mõista paremini värvide mõju otsustusprotsessis. Tulemused aitavad ettevõtetel paremini aru saada, kuidas erinevad rühmad reageerivad värvidele ning selle põhjal parandada värvide kasutamist sise- ja väliskommunikatsioonis.

Uuringu käigus küsitleti 2000 töölkäivat inimest vanuses 16-55 Ühendkuningriigis, Prantsusmaal, Saksamaal, Itaalias, Hispaanias, Hollandis, Rootsis, Lõuna-Aafrika Vabariigis ja Venemaal. Sõltumatu veebiuuringute firma ToLuna küsitlus toimus tänavu kevadel.

- Uudised
- Printerid