

פרויקט גמר תואר ראשון B.Sc., הפקולטה לניהול טכנולוגיה  
תשע"ד

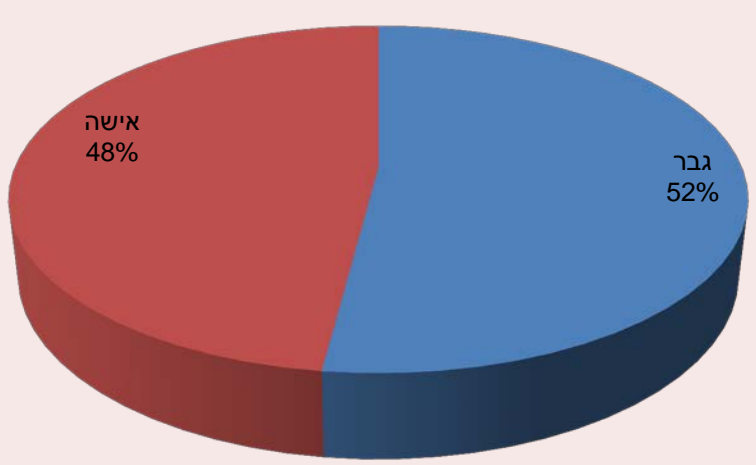
מאפייני אתרים ויישומים לקנייה מקוונת המשפיעים  
על קבלת החלטות הקנייה של צרכנים

מציגים: חיים סבח ותריין ויצמן מנחה אקדמי: ד"ר גילה אלברט

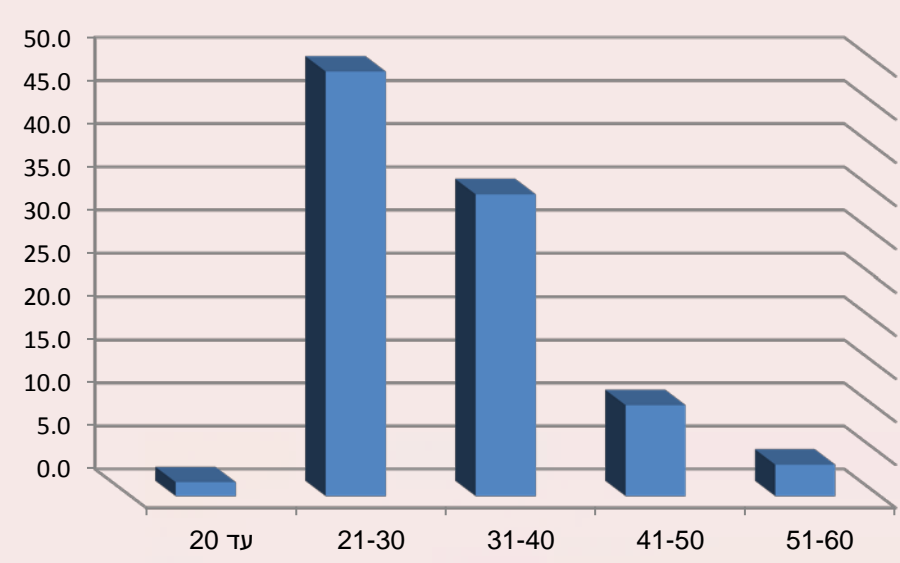
מדגם

253 נשאלים

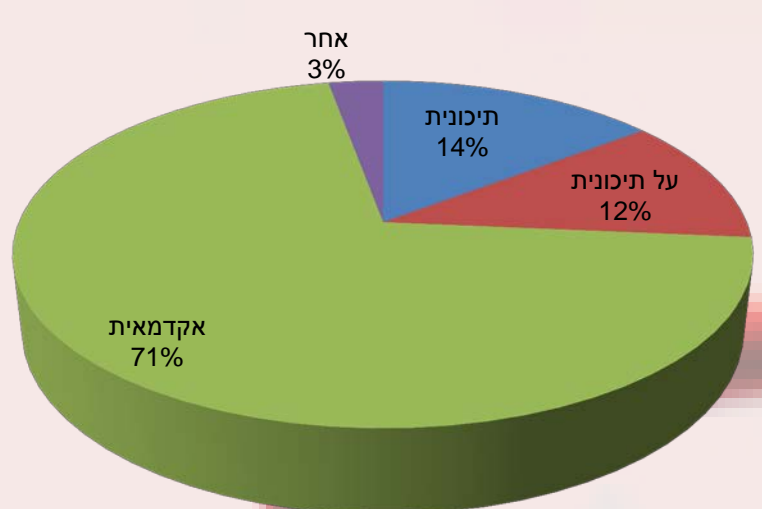
52% גברים



49.2% בגילאי 21-30



71% אקדמאים



הבעיה

למרות הטכנולוגיה המתפתחת וההשקעה העצומה, מנגנון קבלת החלטות של הצרכן וניהול הסיכונים מפריע להתרחבות של הקנייה המקוונת. החנויות הפיסיות הן עדיין הבחירה הראשונה של מרבית הקונים.

מטרת המחקר

לבחון את המאפיינים באתר הקניות או ביישום המשפיעים על נכונות הצרכן לבצע רכישה מקוונת.

השערות המחקר

השערה מרכזית:

קיים קשר בין מאפייני האתר/היישום לבין נכונות הצרכן לבצע רכישה.

תתי השערות:

בתתי ההשערות נבדוק את הקשר בין כל אחד ממאפייני האתר/היישום לבין לנכונות הצרכן לבצע רכישה. לדוגמא:  
H3: קיים קשר חיובי בין המחשה ויזואלית טובה של המוצר לבין נכונות הצרכן לבצע רכישה.  
H4: קיים קשר חיובי בין שימוש ב-PayPal לבין נכונות הצרכן לבצע רכישה.

סך הכל 10 תתי השערות

סטטיסטיקה תיאורית

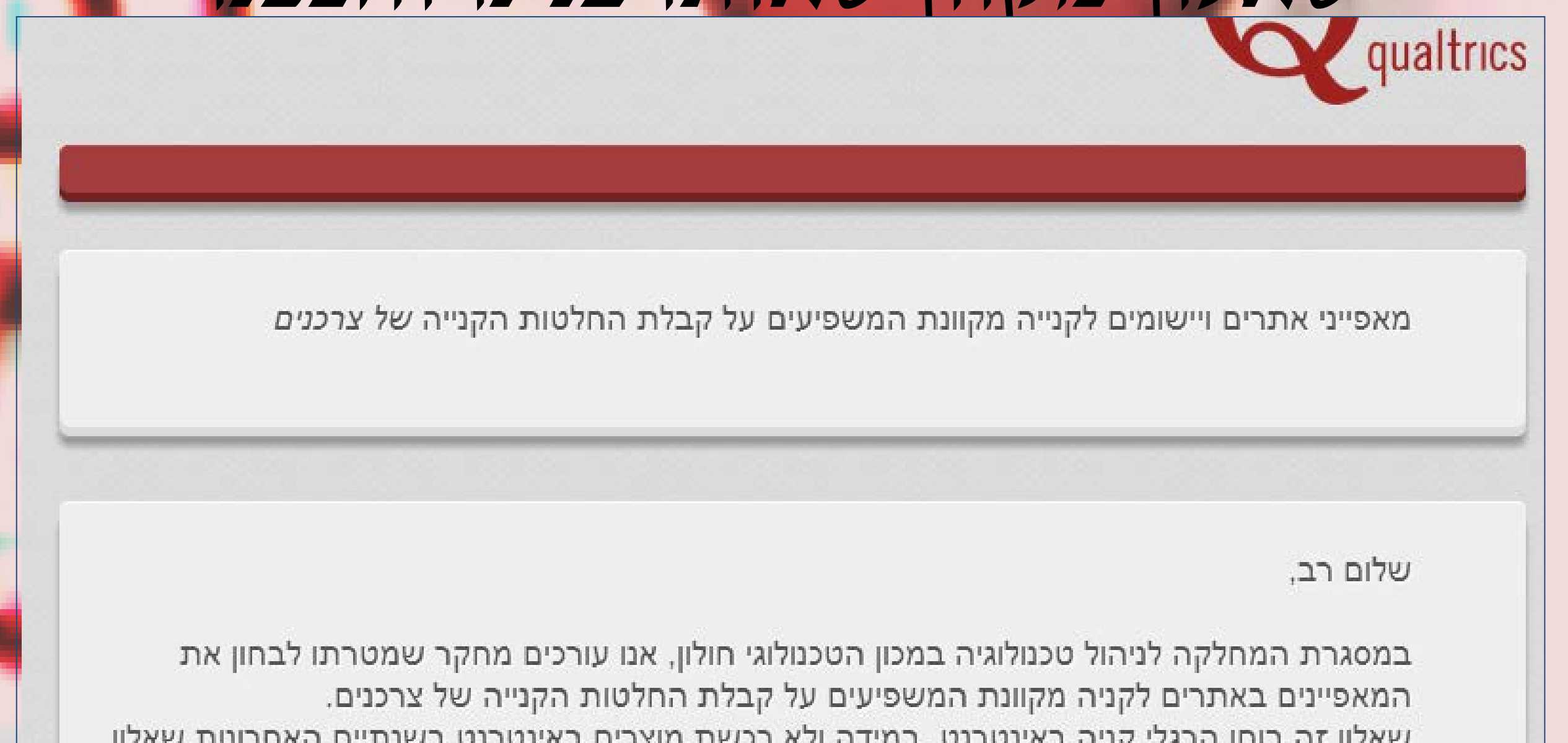
כן	לא	האם אתה רוכש/ רכשת מוצרים באינטרנט בשנתיים האחרונות?
90.7%	9.3%	האם אתה רוכש/ רכשת מוצרים באינטרנט בשנתיים האחרונות?
48.2%	53.4%	רכישת מוצרי אופנה
46.6%	53.4%	רכישת מוצרי גאדג'טים
38.3%	61.7%	רכישת מוצרי תיירות
13.8%	86.2%	רכישת מוצרי כלי בית
13.8%	86.2%	רכישת מוצרי ריהוט
38.3%	61.7%	רכישת מוצרי חשמל
27.3%	72.7%	רכישת מוצרים אחרים

ממצאים

כלל המשתנים הסבירו 11% שונות מסכום הקניה באופן מובהק ( $F(3,199)=8.171, p<.05$ ). המחשה הוויזואלית טובה ותשלום ב-pay pal נמצאו בקשרים חיוביים עם כוונת הרכישה בעוד שבעיות בתפעול הניבו קשר שלילי עם סכום הקניה. שאר השערות המחקר לא אוששו.

כלי המחקר

שאלון מקוון שאותו בנינו והפצנו



דיון ומסקנות

- ✓ הצגה ויזואלית טובה של המוצר תתרום להעלאת הרכישות באתר
  - ✓ אפשרות לתשלום ב-PayPal תתרום להעלאת הרכישות באתר
  - ✓ היעדר בעיות תפעול באתר תתרום להעלאת הרכישות באתר
- נמליץ לבעלי העסקים להתמקד במאפיינים אלה על מנת להגביר את ביטחון הקונים ולטפח את כוונת הרכישה.

