

מכון שריד – שירותי מחקר והדרכה בע"מ  
Sarid Institute for Research and Consultation LTD

## סקר צרכנים ברשת

### נערך בהזמנת איגוד האינטרנט הישראלי

יולי 2015

**תקציר:** הדוח מסכם מחקר שנערך בקרב 628 משיבים המהווים מדגם מייצג של האוכלוסיה דוברת עברית בישראל (ובעלי גישה לאינטרנט). הסקר בחן היבטים שונים של צרכנות באינטרנט (כגון רכישות ברשת, ביצוע סקר מחירים ברשת ועוד).

מכון שריד מתמחה במתן פתרונות יישומיים באמצעות עריכת סקרים, ביצוע מחקרים סטטיסטיים, חקר ביצועים, ואיתור מידע אמין. המכון פועל במגוון רחב של תחומים וביניהם: תחום השיווק – סקרי שוק, סקרי קונספט, סקרים ומחקרים עיסקיים, תחום הרפואה והבריאות – סקרי תרופות, סקרים בנושא עמדה רפואית, תרבות ארגונית – סקרי שביעות רצון עובדים, סקרים ארגוניים, חברה ופוליטיקה – סקרי דעת קהל, סקרי בחירות.

המשרד הראשי ממוקם בשדרות משה שרת 33, קרית חיים. טל. 04-8413030. באינטרנט <http://www.sarid-ins.co.il>.



## סקר צרכנים באינטרנט

### רקע

המסמך הנוכחי מסכם תוצאותיו של מחקר בנושא צרכנות באינטרנט. המחקר מלמד על "הלך הרוח" של הישראלי העורך רכישות באינטרנט, או מבצע מחקר שוק באינטרנט לפני רכישה בחנות. בין היתר ניתן ללמוד מהמחקר – מהם החסמים לרכישה באינטרנט? מהם המניעים לרכישה באינטרנט? מה ישראלים רואים עצמם קונים באינטרנט, ומה לעולם לא יקנו באינטרנט? היתרונות והחסרונות של אתרי מסחר מקוון בארץ ובח"ל, והכנות לרכישות לקראת החגים, במחקר באינטרנט.

באמצעות המחקר ניתן להבין מהם החולשות ומהם החוזקות של המסחר המקוון בראיית הישראלי המצוי, מה שמאפשר לפנות אליו בצורה טובה יותר, כדי לשפר את המסחר המקוון של אתרים מקומיים בישראל.

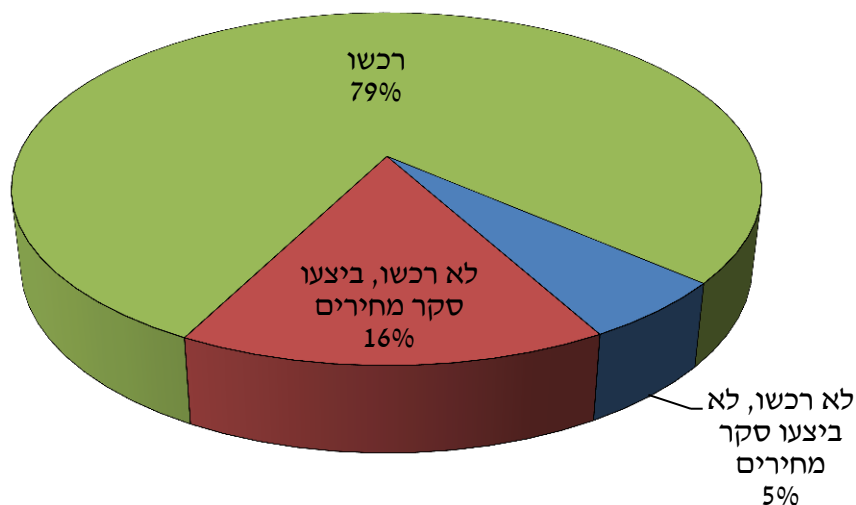
הסקר המוצג במסמך הנוכחי נערך במהלך חודש יולי 2015, בפאנל אינטרנטי, בקרב 628 משתתפים. מדגם מייצג של האוכלוסיה בישראל (הדוברת עברית, ובעלת גישה לאינטרנט). טעות דגימה עד 3.9%, ברווח בר סמך 95%. הסקר נערך בהזמנת אגוד האינטרנט הישראלי, ובחן היבטים שונים על הקשר שבין הצרכן הישראלי והרגלי הרכישה שלו באינטרנט. טווח הגילאים של המשיבים 18-86, ממוצע 40.73, סיי"ת 14.8. מגדר: 48% גברים, 52% נשים.

### תוצאות הסקר

*האם בשנה האחרונה רכשת באינטרנט או שביצעת סקר מחירים באינטרנט?*

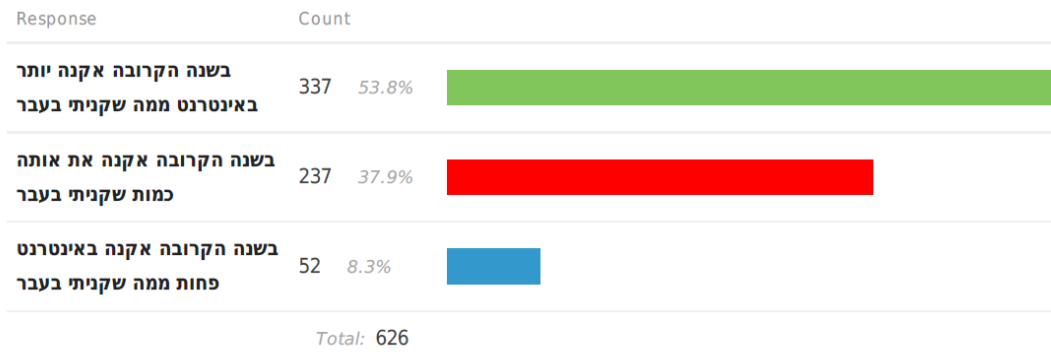
ניתן לראות שבפרק זמן של שנה, כ-80% מהאוכלוסיה מבצעים רכישות באינטרנט, ועוד כ-15% מבצעים סקר מחירים באינטרנט. עוד כ-5% לא ביצעו רכישות או סקר מחירים באינטרנט בפרק הזמן של השנה האחרונה.

■ רכשו ■ לא רכשו, ביצעו סקר מחירים ■ לא רכשו, לא ביצעו סקר מחירים



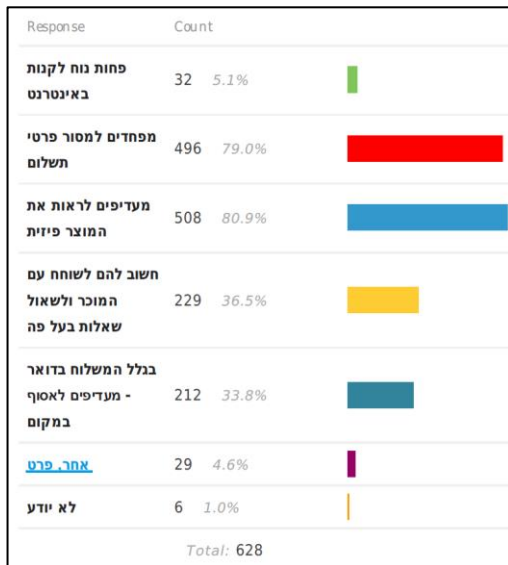
להערכתך, האם היקף הרכישה שלך באינטרנט בשנה הקרובה צפוי לגדול, לקטון או לא להשתנות?

מעל מחצית מהציבור מעריך שתדירות הרכישות ברשת תעלה (כ-54%), ועוד כ-38% מעריכים שתדירות הרכישות ברשת לא תשתנה.

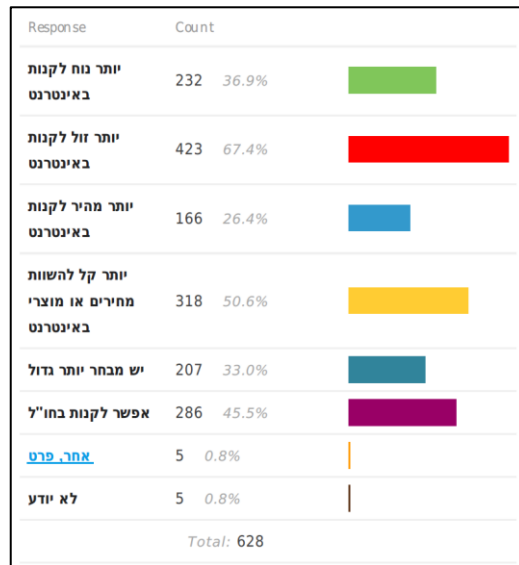


מהם הסיבות שאנשים מסוימים....

מעדיפים לא לרכוש באינטרנט?\*



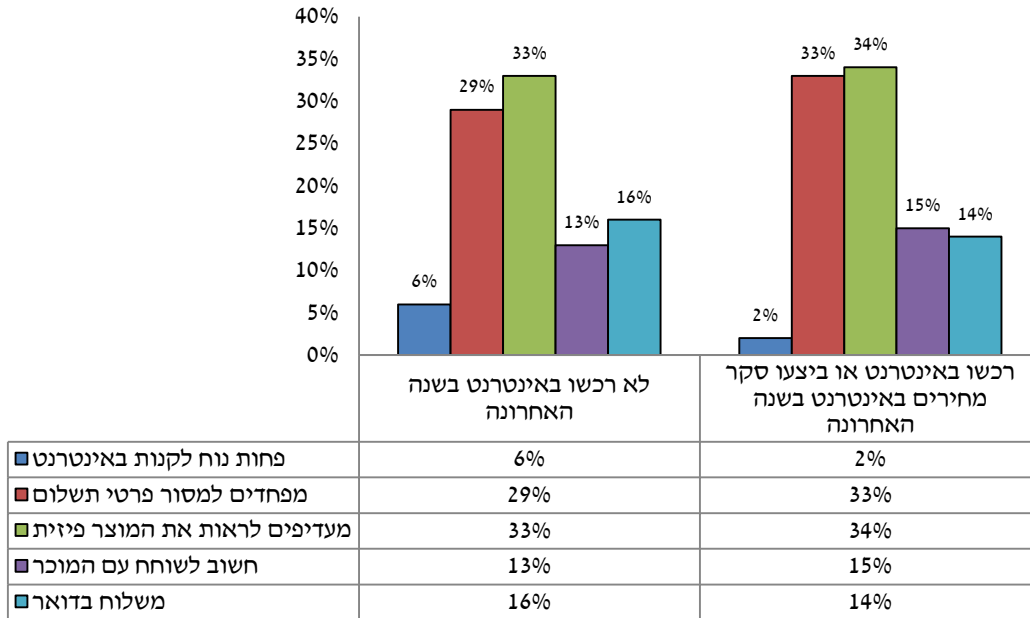
מעדיפים לרכוש באינטרנט?\*



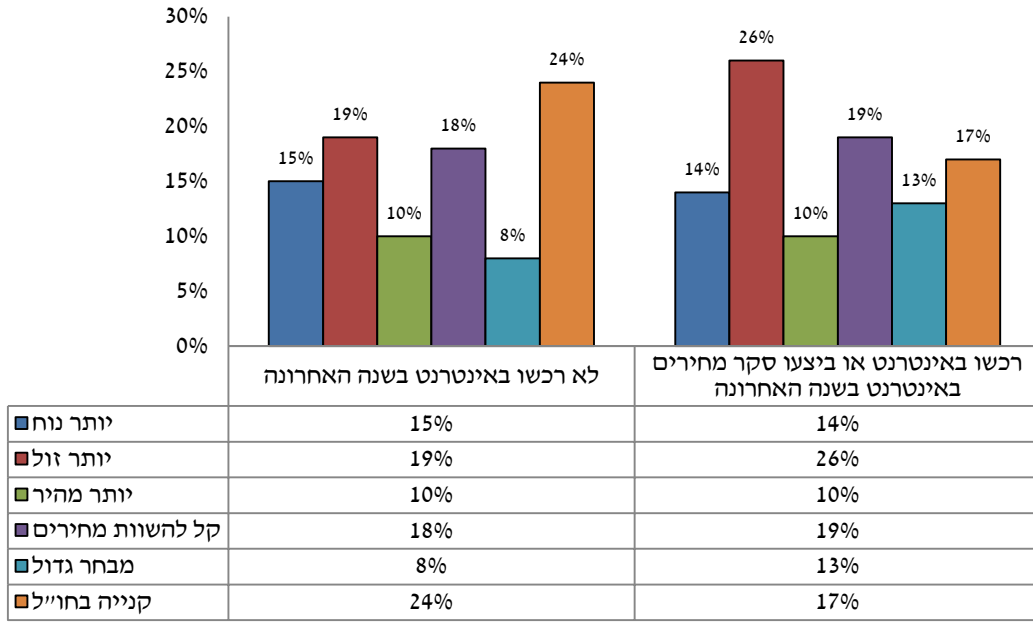
\* סכום האחוזים מעל 100% משום שניתן היה לבחור יותר מתשובה אחת אפשרית.

ניתן לראות שהמניעים העיקריים לרכישה באינטרנט הינם **מחיר זול יותר** (67%), קלות רבה יותר **להשוואת מחירים** (50%), והאפשרות לקנות **בשווקים זרים** (45%).

**מעדיפים לא לרכוש :** השוואה בין משיבים שרכשו בשנה האחרונה (n=495) או שביצעו סקר מחירים, אבל לא רכשו בפועל (n=98) לבין משיבים שלא רכשו בשנה האחרונה (n=35). ישנם מספר הבדלים קטנים בין האוכלוסיות, כאשר אנשים שרכשו או ביצעו סקר מחירים באינטרנט, ציינו יותר את הנושא של פחד ממסירת פרטי תשלום, ולעומתם, אנשים שלא רכשו באינטרנט בשנה האחרונה ציינו יותר את הנושא של נוחות "פחות נוח לקנות באינטרנט".

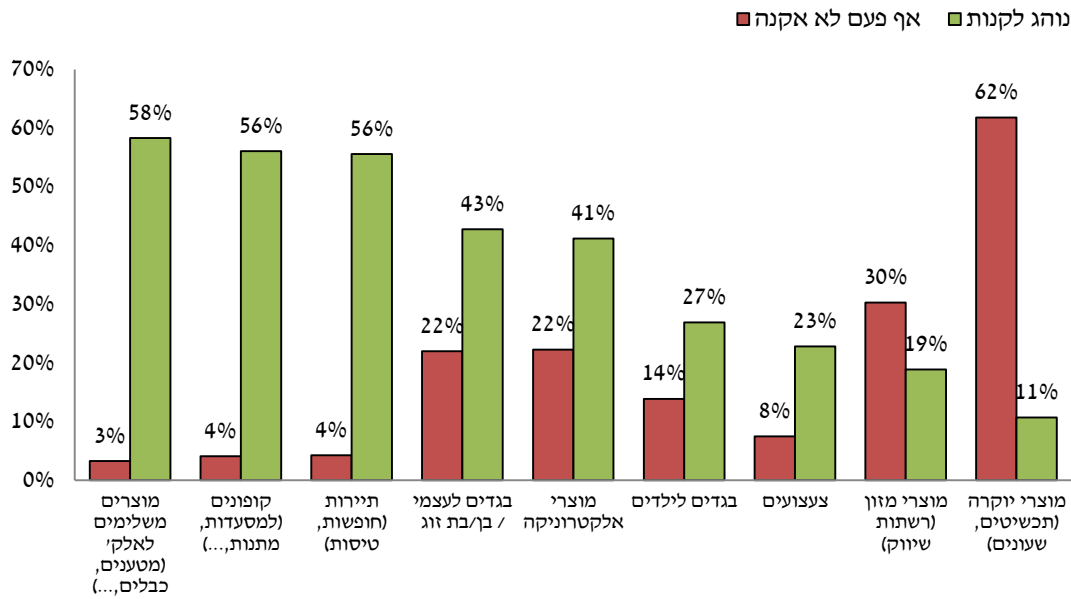


**מעדיפים לרכוש** : השוואה בין משיבים שרכשו בשנה האחרונה (n=495) או שביצעו סקר מחירים, אבל לא רכשו בפועל (n=98) לבין משיבים שלא רכשו בשנה האחרונה (n=35). ניתן לזהות מספר הבדלים בעלי מובהקות סטטיסטית בתפיסות בין האוכלוסיות: משיבים שרכשו או ביצעו סקר מחירים ציינו יותר את נושא המחיר ("יותר זול לקנות באינטרנט") ואת נושא המבחר הגדול יותר. הבדל נוסף הוא בכך שאנשים שרכשו או ביצעו סקר מחירים באינטרנט בשנה האחרונה ציינו פחות את "קנייה בחו"ל" כיתרון (אף על פי שהבדל זה אינו מובהק סטטיסטית).



**מה אתה נוהג לקנות באינטרנט? מה אף פעם לא תרכוש באינטרנט?**

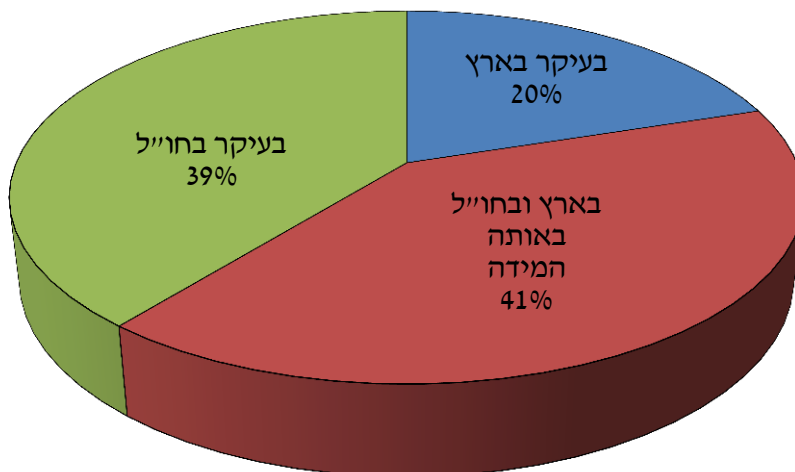
(על כלל המשיבים, סכום האחוזים מעל 100% משום שניתן היה לבחור יותר מאפשרות אחת)



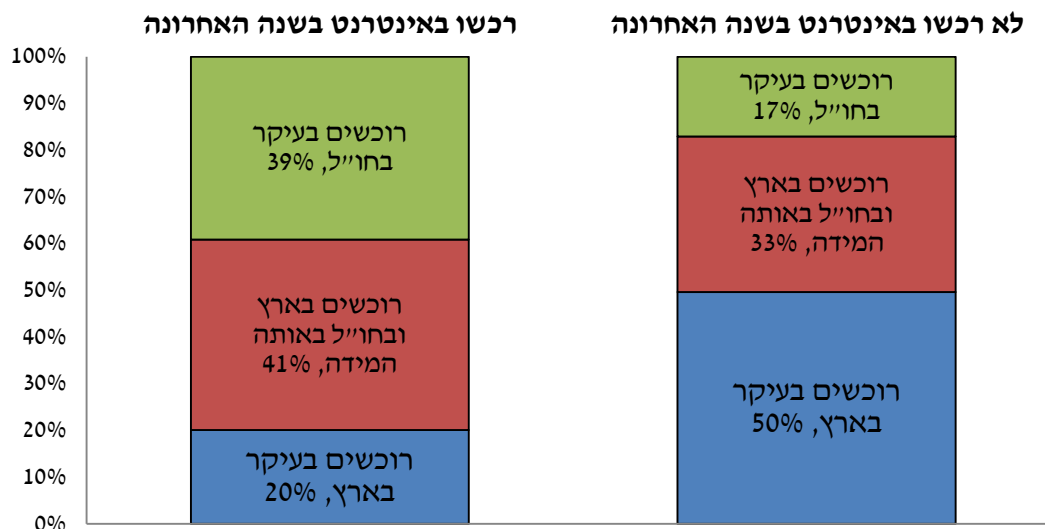
מעל מחצית מהמשיבים ציינו שהם נוהגים לקנות מוצרים משלימים לאלקטרוניקה, מוצרי תיירות, וקופונים. כ-40% ציינו שקונים בגדים לעצמם או בן/בת זוג, ומוצרי אלקטרוניקה. רק כ-20% ציינו שקונים מוצרי מזון (רשתות שיווק), בעוד ש-30% ציינו שאף פעם לא יקנו מוצרי מזון באינטרנט. מעל 60% ציינו שלא יקנו מוצרי יוקרה (תכשיטים ושעונים באינטרנט).

**האם אתה רוכש באתרים בארץ או באתרים בחו"ל? (משיבים שרכשו בפועל בשנה האחרונה)**

כ-40% ציינו שרוכשים בעיקר בחו"ל, ועוד כ-40% ציינו שרוכשים בארץ ובחו"ל באותה המידה. רק 20% רוכשים בעיקר באתרים בארץ.



מעניין להשוות בין רוכשים בפועל בשנה האחרונה, לבין משיבים שלא רכשו בשנה האחרונה. משיבים שדיווחו שרכשו בשנה האחרונה, נוטים יותר לכיוון רכישות בעיקר בחו"ל (39% לעומת 17% או בחו"ל ובארץ באותה המידה (41% לעומת 33%) מאשר משיבים שצינו שלא רכשו בשנה האחרונה, שנוטים לרכוש יותר בארץ (הבדל מובהק סטטיסטית  $p < .05$ ). יש להניח שככל שרוכשים יותר תדיר, הנטייה היא לרכוש באתרים בחו"ל.



היתרונות העיקריים ברכישה...

בקרב המשיבים שצינו העדפה לרכישה במקום מסויים (n=169 רוכשים בעיקר בארץ, n=221 רוכשים בעיקר בחו"ל)

בארץ לעומת בחו"ל				בחו"ל לעומת בארץ			
Response	Count	Percentage	Bar	Response	Count	Percentage	Bar
מחיר	24	14.2%	Green	מחיר	209	94.6%	Green
מבחר	25	14.8%	Red	מבחר	144	65.2%	Red
נוחות	89	52.7%	Blue	נוחות	57	25.8%	Blue
אמון (סומך יותר על אתרים בישראל)	101	59.8%	Yellow	אמון (סומך יותר על אתרים בחו"ל)	28	12.7%	Yellow
אחר-פרט	21	12.4%	Dark Blue	אחר-פרט	3	1.4%	Dark Blue
Total: 169				Total: 221			

ניתן לזהות הבדלים משמעותיים. האמון באתרים נתפס כגבוה הרבה יותר כאשר מדובר ברוכשים בארץ, ובאופן דומה גם הנוחות של הרכישה מדורגת גבוהה בקרב רוכשים בארץ. רוכשים בחו"ל מדרגים את המחיר והמבחר כיתרונות משמעותיים.








איפה אתה עושה סקר מחירים לפני שאתה רוכש מוצרים?

סכום האחוזים מעל 100% משום שניתן היה לבחור ביותר מאפשרות אחת. בקרב המשיבים שציינו שרכשו או ביצעו סקר מחירים בשנה האחרונה.

**מרבית המשיבים (76%) ציינו שהם מבצעים סקר מחירים באתרי השוואת מחירים כדוגמת Zap.**

**כשליש (34.7%) ציינו שהם מבצעים את ההשוואה באתרי החברות שמוכרות את המוצרים.**

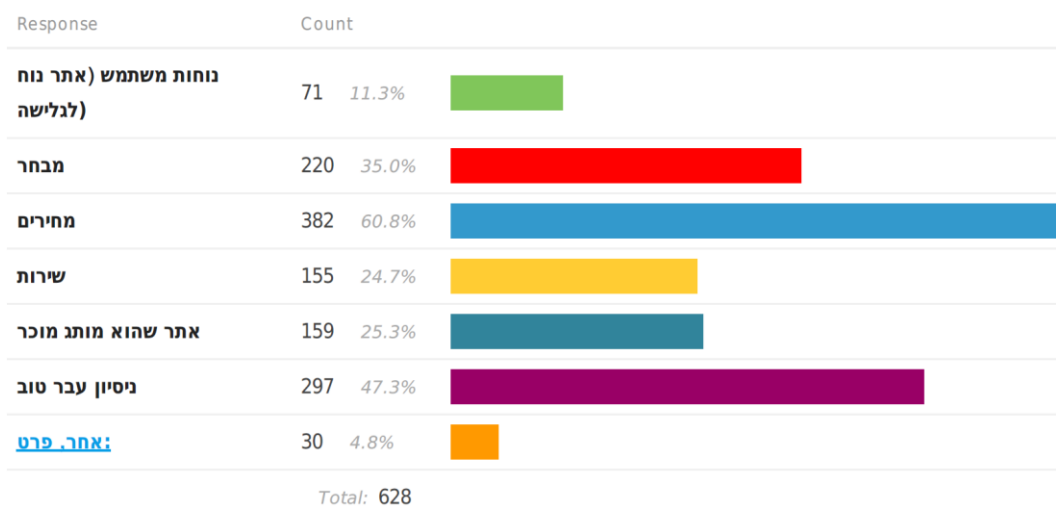
כ-20% ציינו שמבצעים את סקר המחירים בחנויות בפועל, ועוד כ-20% ציינו שמתמשים ברשתות חברתיות כגון Facebook.

Response	Count		
לא עושה סקר מחירים	46	7.8%	
(בחנויות בפועל) (לא באינטרנט)	114	19.2%	
באתרי השוואת מחירים (כגון Zap)	451	76.1%	
ישר באתרי החברות שמוכרות את המוצרים	206	34.7%	
ברשתות חברתיות (כגון Facebook)	116	19.6%	
Whatsapp בקבוצות	36	6.1%	
<a href="#">במקורות אחרים. פרט</a>	11	1.9%	
Total:		593	



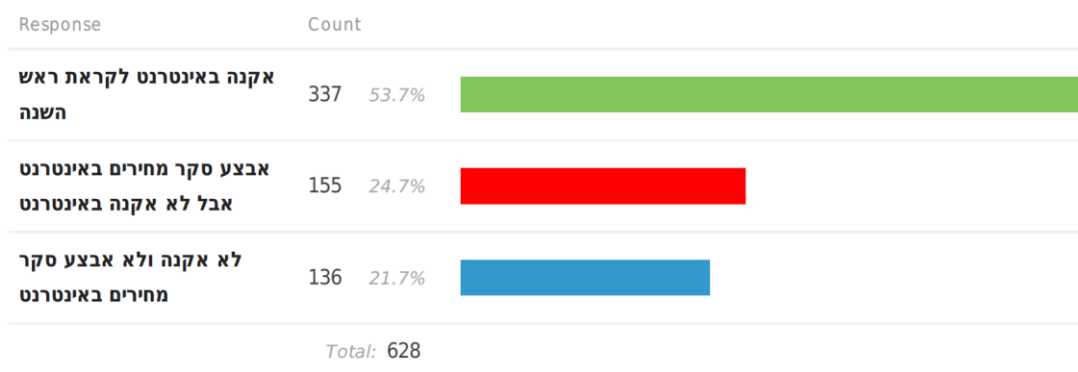
חשוב על אתר הקניות באינטרנט המועדף עליך. מהן הסיבות שאתה מעדיף לרכוש דווקא באתר זה?

סכום האחוזים מעל 100% משום שניתן היה לבחור ביותר מאפשרות אחת. ניתן לראות שהסיבות העיקריות להעדפה לאתר מסוים הן: מחירים (60%), וניסיון עבר טוב (47%). המבחר גם הוא משחק תפקיד משמעותי (35%). למרבה ההפתעה, רק 11% ציינו "נוחות משתמש".



לקראת קניות ראש השנה, האם תבצע סקר מחירים באינטרנט ו/או תקנה באינטרנט?

מעל מחצית מהמשיבים (54%) ציינו שיקנו באינטרנט לקראת ראש השנה. עוד כרבע (25%) ציינו שיבצעו סקר מחירים, אך לא יקנו באינטרנט.



נתוני רקע דמוגרפי של המשתתפים בסקר

51.8%	נשים	מגדר
48.2%	גברים	
52%	חילוני	מידת דתיות
30%	מסורתית	
13%	דתי	
5%	חרדי	
17%	הרבה מתחת למוצע	הכנסה ביחס למוצע
20%	מעט מתחת למוצע	
29%	ממוצעת	
25%	מעט מעל למוצע	
9%	הרבה מעל למוצע	
22%	רווק/ה	מצב משפחתי
63%	נשוי/אה	
8%	פרודה / גרושה / אלמנה / חד הורית	
6%	גרה עם בן/בת הזוג	
1%	מסרבת/לענות	
18	מינימום	גיל
86	מקסימום	
40.73	ממוצע	
14.8	ס"ת	
<1%	יסודית או פחות	השכלה
10%	תיכונית ללא תעודת בגרות	
22%	תיכונית עם תעודת בגרות	
22%	על תיכונית ללא תואר אקדמי	
34%	תואר אקדמי ראשון	
12%	תואר שני ומעלה	
<1%	מסרב	
11%	ירושלים והסביבה (02)	אזור מגורים
36%	תל אביב וגוש דן (03)	
23%	חיפה והצפון (04)	
20%	השפלה והדרום (08)	
10%	אזור השרון והשומרון (09)	