



BRUMMER.DIKMAN  
MARKET RESEARCH & STRATEGY

# דוח מחקר: עמדות והרגלי קניה- בקניונים ובאונליין

מוגש ל **ebay**<sup>™</sup>  
אוקטובר 2016

- פרטי המחקר
  - סיכום ממצאים ליחסי ציבור
  - פירוט הממצאים
- ✓ חלק א' – תפיסת המחירים
  - ✓ חלק ב' – כמה קונים?
  - ✓ חלק ג' – סיבות לקניה בקניון ובאינטרנט
  - ✓ חלק ד' – מה קונים?
  - ✓ חלק ה' – איך קונים?



## מטרות המחקר

אפיון והבנת תהליך הקניה באינטרנט ובקניונים בקרב האוכלוסייה היהודית הבוגרת (גילאי 18-70).



## מועד ביצוע

ספטמבר 2016.



## מדגם

מדגם אקראי ומייצג של 500 מרואיינים, מהאוכלוסייה היהודית הבוגרת (גילאי 18-70).



## שיטת איסוף הנתונים

פאנל אינטרנט של חברת i-panel

# סיכום ממצאים ליחסי ציבור



## תפיסת המחירים

- שיעור החדירה של הקניונים והאינטרנט כמעט אבסולוטי – 97% מהציבור הישראלי קנו בקניונים בשנה האחרונה ו- 95% קנו באינטרנט בשנה האחרונה.
- מרבית הציבור מאמין כי הקניה באינטרנט משתלמת יותר מאשר הקניה בקניון:
- כ- 63% מהציבור מאמין כי הקניה באינטרנט משתלמת יותר ביחס לקנייה בקניון והיא זולה בכ- 35%.
- כ- 9% מהציבור מאמין שהקניה בקניון משתלמת יותר מהקניה באינטרנט ושהיא זולה בכ- 19%.
- הקניה באינטרנט היא כלי להתמודדות עם יוקר המחייה - הקניה באינטרנט נתפסת כפתרון טוב ליוקר המחיה ע"י 75% מהציבור, וזאת בניגוד לקניון שנתפס כפתרון טוב ע"י 6% בלבד.
- הקניה באינטרנט מאפשרת היצמדות לתקציב מתוכנן ואילו בקניון לרוב סך ההוצאה חורגת מהתקציב שתוכנן מראש:
- כ- 81% מהקונים באינטרנט דיווחו כי לרוב סך ההוצאה בקניות באינטרנט היא דומה לתקציב שתוכן מראש או יותר זולה לעומת כ- 40% מהקונים בקניון.
- מרבית הקונים בקניון (57%) דיווחו כי לרוב, כשהולכים לקניון, סך ההוצאה גבוהה מהתקציב שתוכן מראש בכ- 150 ₪. בקרב הקונים אשר חורגים מהתקציב המתוכנן מראש ניתן למצוא ייצוג יתר של נשים ומשקי בית עם ילדים.
- גם החריגה מהתקציב באינטרנט מתונה יותר ביחס לחריגה מהתקציב המתרחשת במהלך הקניות בקניון (בממוצע 91 ₪ חריגה באינטרנט).

## כמה קונים?

- כיום, היקף הקניות המתבצע בקניונים גבוה יותר ביחס לאינטרנט אך נימצא במגמת ירידה לעומת האצת האינטרנט:
- היחס בין הקניות בקניון מול האינטרנט עומד על כ- 62% בקניון מול 38% באינטרנט; שיעור הקניות באינטרנט גבוה יותר בקרב גברים, ובקרב גילאי 18-54.
- תדירות הרכישה בקניונים יותר גבוהה בהשוואה לאינטרנט; 3.5 פעמים בממוצע בחודש בקניון לעומת 2.8 באינטרנט.
- ההוצאה הממוצעת בקניון גבוהה יותר (460 ₪ בממוצע לקניה) לעומת ההוצאה הממוצעת בקניון (440 ₪ בממוצע לקניה). בחישוב שנתי מדובר על הוצאות גבוהות יותר בכ- 30% בקניון לעומת האינטרנט.
- מעניין לציין שבכל קניה, גם באינטרנט וגם בקניון, גברים מדווחים כי הם מוציאים יותר כסף, בהשוואה לנשים (באינטרנט – נשים מוציאות בממוצע כ- 382 ₪ לקניה, גברים 499 ₪, בקניון – נשים מוציאות בממוצע כ- 409 ₪, גברים 518 ₪).
- קרוב ל- 70% מדווחים כי כיום הם קונים באינטרנט יותר מאשר בעבר לעומת כ- 38% מהציבור אשר דיווחו כי כיום קונים בקניון פחות מאשר בעבר.
- נראה כי הצרכן הישראלי הינו "צרכן נבון" ושקול כלכלית, משום שקיימת התאמה בין תפיסות הציבור כלפי הפרשי המחירים ובין ההוצאה בפועל:
  - כ- 63% מהציבור מאמין כי הקניה באינטרנט משתלמת יותר ביחס לקנייה בקניון והיא זולה בכ- 35%
  - בחישוב שנתי, ההוצאות בקניון גבוהות יותר בכ- 30% לעומת האינטרנט.

# סיכום ממצאים ליחסי ציבור

## סיבות לקניה בקניון ובאינטרנט

- הקנייה באינטרנט ממוקדת יותר
  - הסיבה העיקרית לביקור באינטרנט היא לצורך קניה ספציפית (69%), בעוד שבקניונים הביקור נעשה גם לצורך קניה ספציפית (33%), שופינג כללי (32%) ובילוי (24%).
  - סה"כ נראה כי לצורך שופינג כללי יש עדיפות לקניון על פני האינטרנט (45% באינטרנט, 62% בקניונים), בעוד שבסיילים ההעדפה היא לאינטרנט על פני הקניון (60% באינטרנט, 42% בקניונים).

## יתרונות הקניה באינטרנט רבים ומגוונים לעומת הקניון

- קיימים יתרונות מרובים לקניה באינטרנט – מחיר (57%), זמינות (40%), מגוון (28%) ונוחות (26%), בעוד שלקניון יש יתרון עיקרי אחד – אפשרות "למשש את הפריט" (64%).
- החיסרון הבולט של האינטרנט הינו גם היתרון של הקניון – חוסר היכולת לגעת בסחורה (52%).
- החיסרון הבולט של הקניון הינו רמת המחירים (38%). חסרונות נוספים מתייחסים לחוויית קנייה – לא נוח/ עמוס/ רועש/ המוני (28%) ותחושת בזבוז זמן בנסיעות/ תורים/ המתנה לתאי מדידה וכו' (23%).

## תפיסת השירות באינטרנט גבוהה מזו של הקניון

- השירות באינטרנט נתפס כטוב יותר באופן מובהק (ממוצע 7.7, בסולם שבין 1 ל-10), בהשוואה לשירות בקניונים (7.3).



## מה קונים?

- רוב הקטגוריות (אופנה, מוצרי סופר, אקססוריז לבית, מוצרי קוסמטיקה, מוסיקה, תכשיטים, ציוד ספורט וקמפינג, מוצרי תינוקות וילדים) נקנות יותר בקניון (45%-63%), בעוד שכרטיסי קולנוע, גאדג'טים והזמנות מזון נקנים יותר באינטרנט (47%-69%).
- בקטגוריות של תכשיטים, גאדג'טים, ציוד ספורט וקמפינג ומוצרי תינוקות וילדים המחירים בקניון נתפסים כגבוהים משמעותית (170-230 ₪ בממוצע בקניה).

## איך קונים?

- 31% נוהגים לבצע חיפוש מקדים בקניון ואז לקנות באינטרנט, וכ- 28% נוהגים לחפש באינטרנט ואז לקנות בקניון.

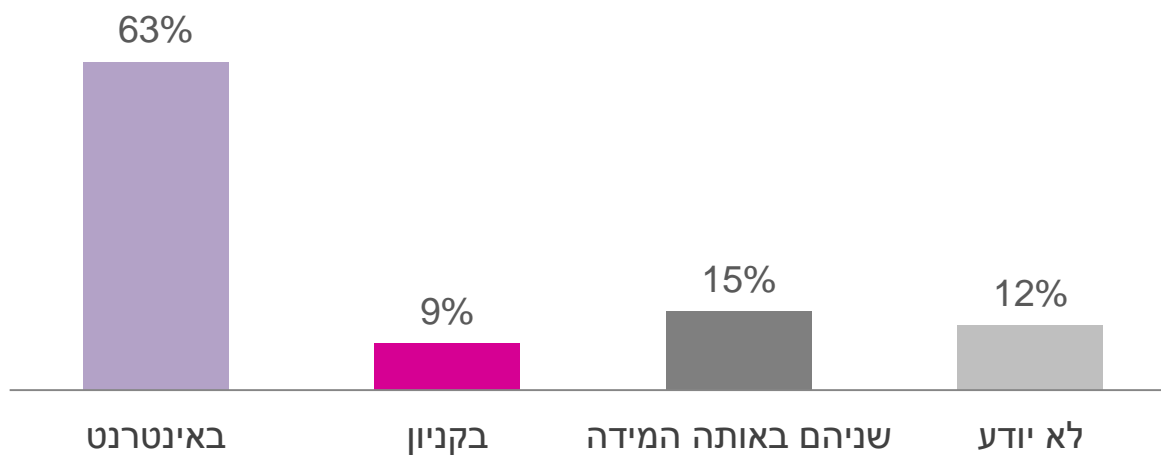


# חלק א': תפיסת המחירים



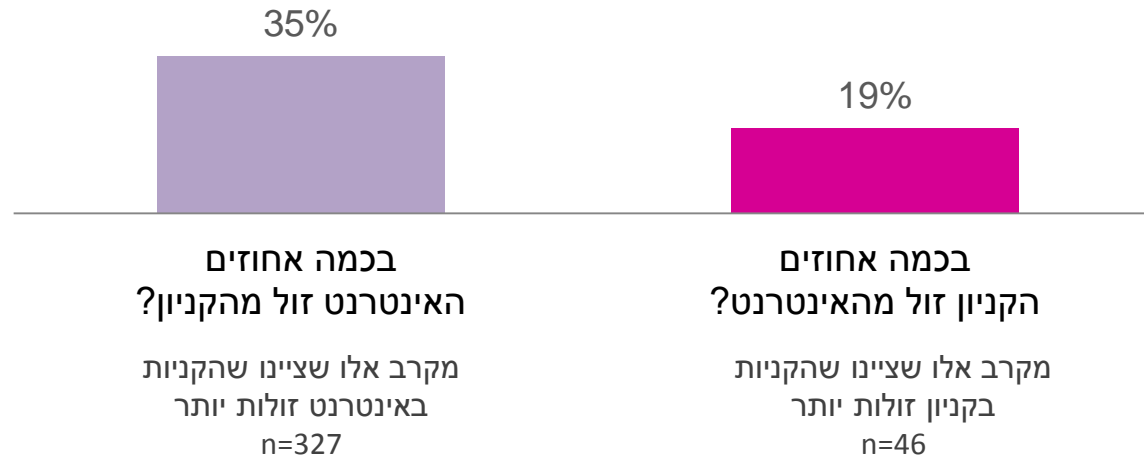
# מרבית הציבור תופס את הקנייה באינטרנט כמשתלמת יותר ביחס לקניה בקניון

איפה יותר משתלם לקנות בקניון או באינטרנט?



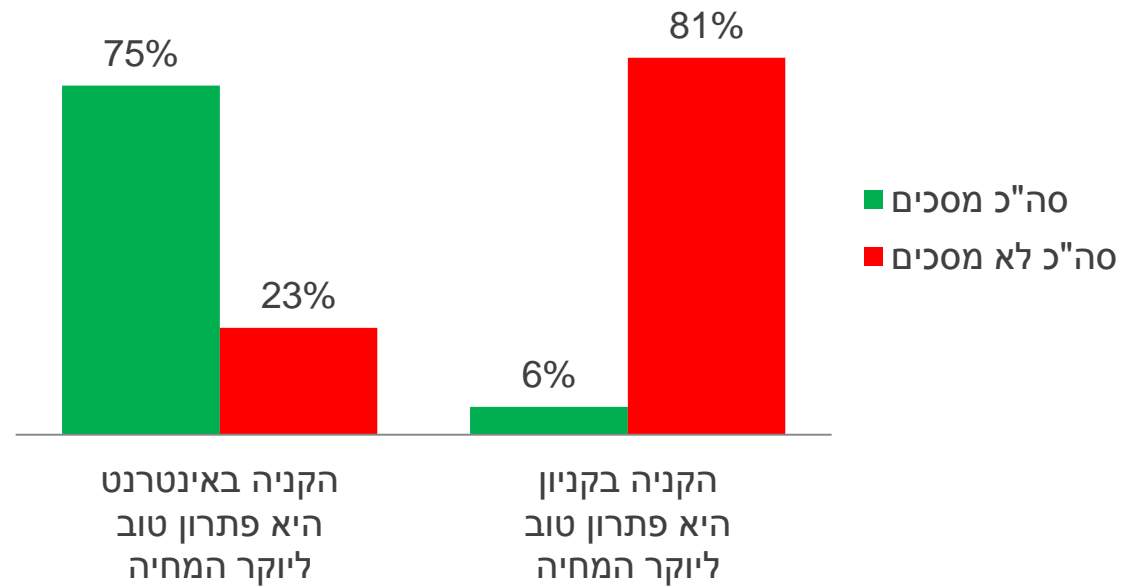
# הקנייה באינטרנט נתפסת כזולה מהקנייה בקניון בכ- 35% בממוצע

בכמה אחוזים הקניות זולות יותר?  
ממוצע, בקרב הטוענים כי באינטרנט/ בקניון משתלם יותר



# בקרב מרבית הציבור, הקניה באינטרנט נתפסת כפתרון טוב ליוקר המחיה.

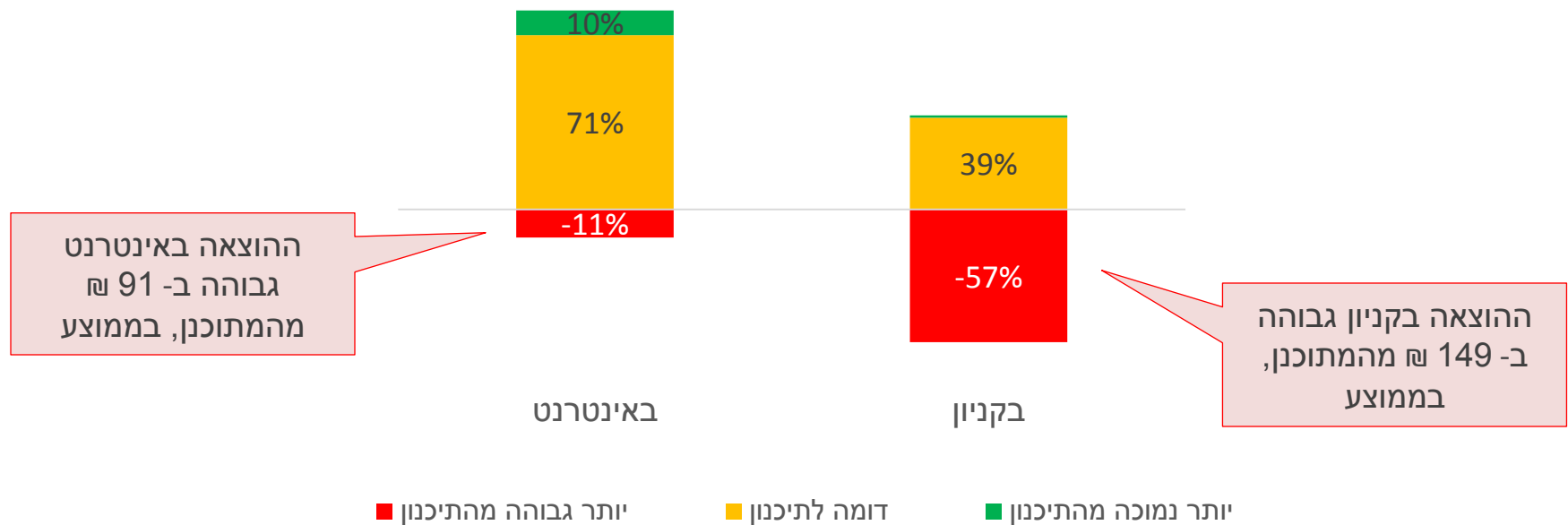
## הקניה באינטרנט/בקניון היא פתרון טוב ליוקר המחיה



# הקניה באינטרנט מאפשרת היצמדות לתקציב מתוכנן ואילו בקניון לרוב סך ההוצאה חורגת מהתקציב שתוכנן מראש.

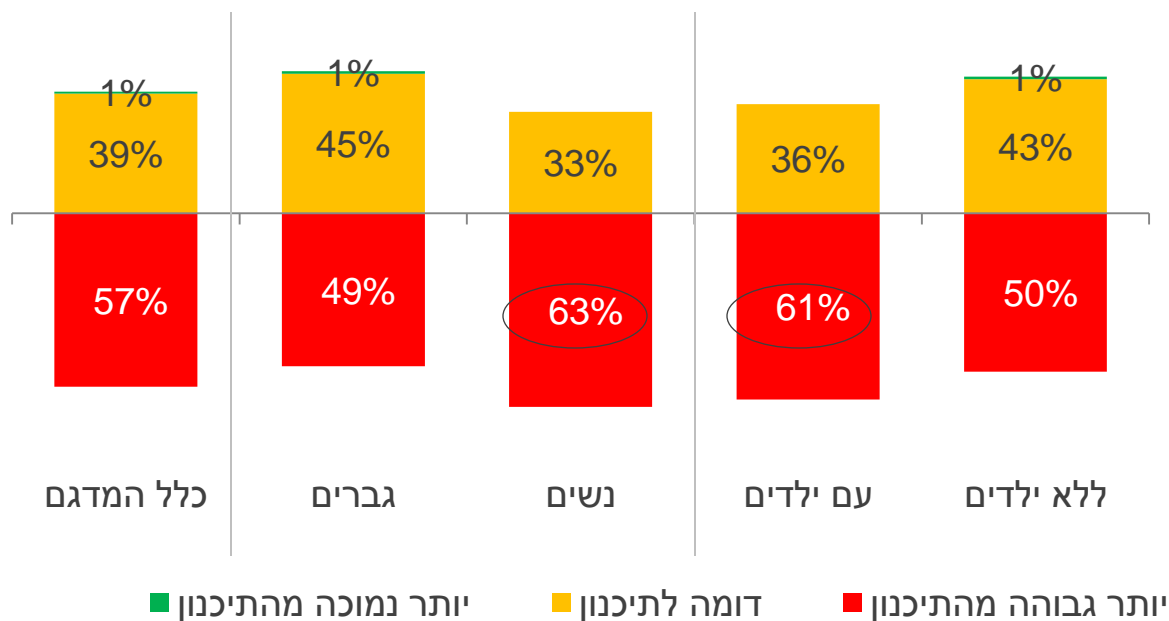
גם החריגה מהתקציב בקנייה באינטרנט יותר מתונה ביחס לחריגה מהתקציב המתרחשת במהלך קניות בקניון.

## ההוצאה בפועל מול התכנון



# מי מוציא יותר מהמתוכנן בקניון? ייצוג בולט לנשים, ומשקי בית עם ילדים.

## קניות בקניון - ההוצאה בפועל מול התכנון פילוח לפי קהלים

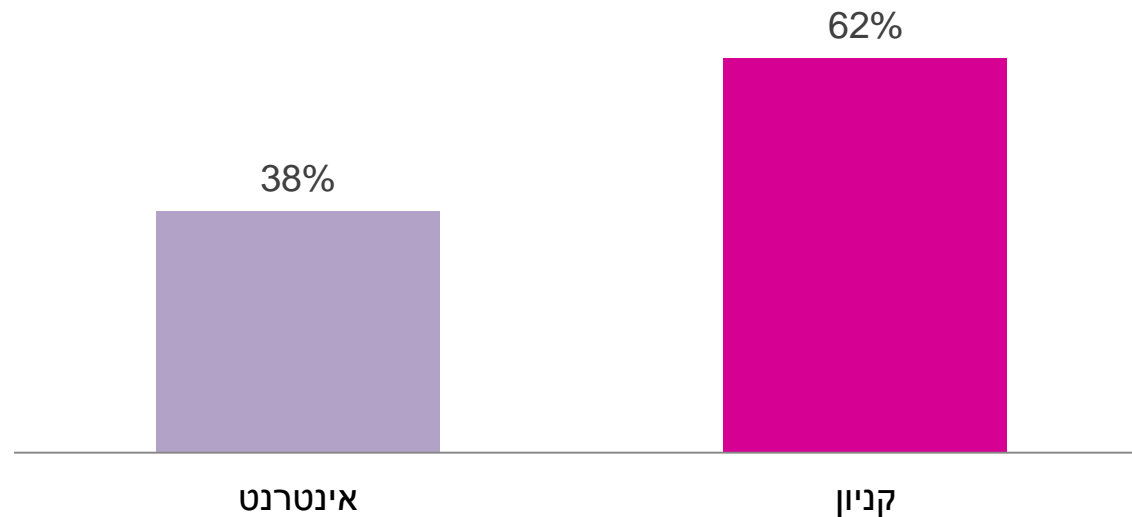


# חלק ב': כמה קונים?



כיום החלוקה בין הקניות בקניון לעומת האינטרנט עומד על יחס של כ- 60% - 40% לטובת הקניון.

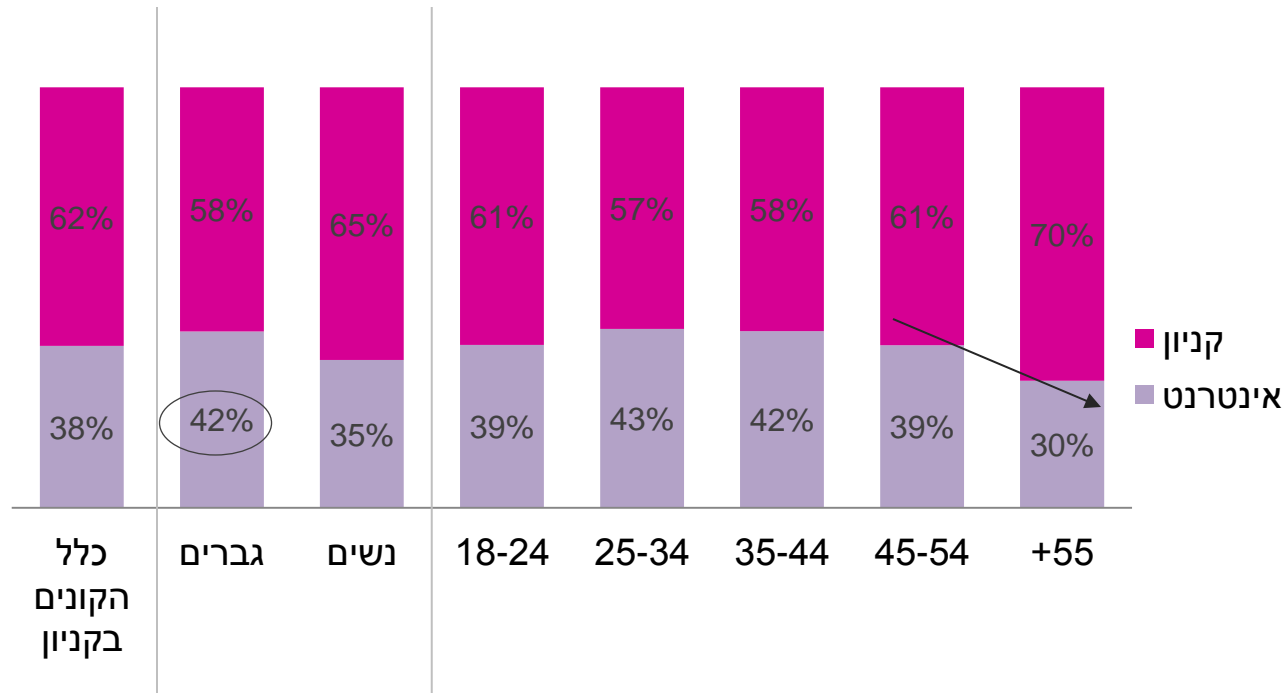
חלוקת הרכישות הכוללת – אינטרנט לעומת קניון





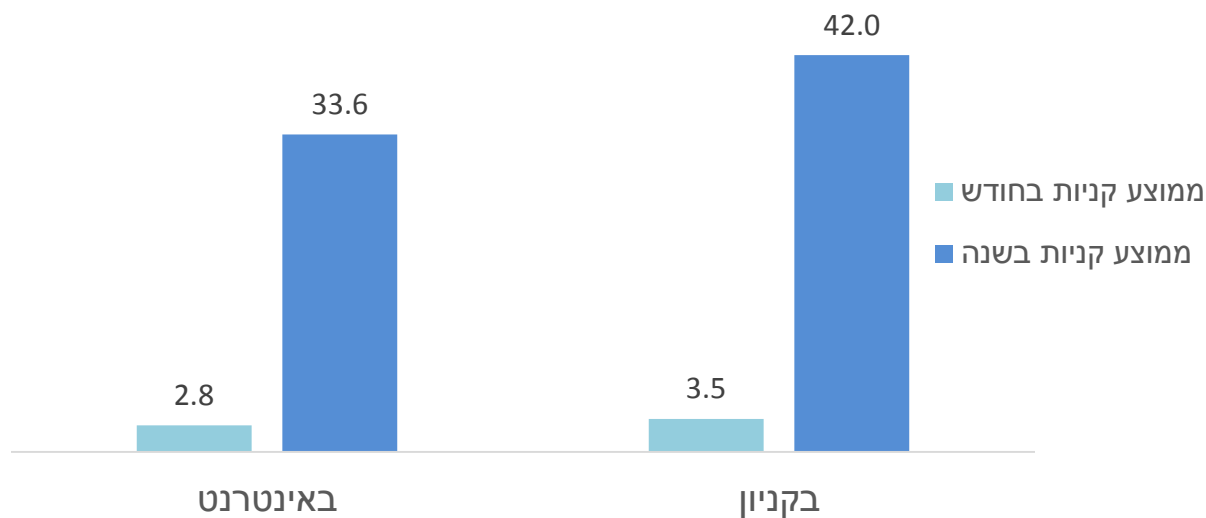
# גברים, ביחס לנשים, נוטים לקנות יותר באינטרנט. הקניות באינטרנט פחות פופולאריות בקרב גברים ונשים בגילאי +55.

## חלוקת הרכישות הכוללת – אינטרנט לעומת קניון



# תדירות הקנייה הממוצעת גבוהה יותר בקניונים לעומת האינטרנט

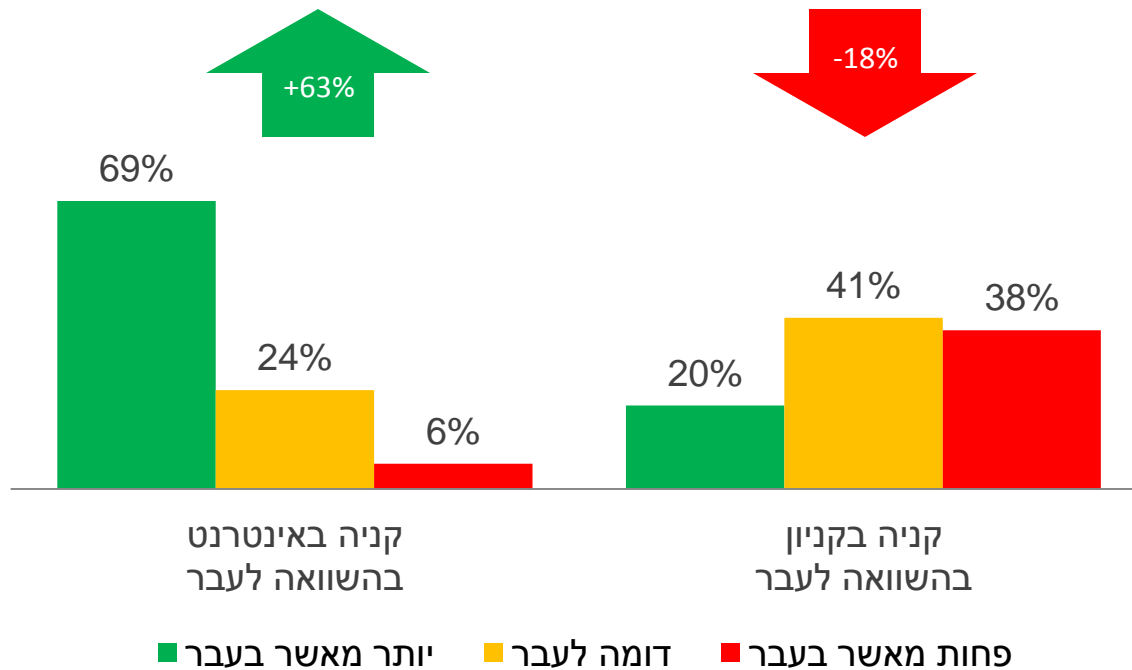
## תדירות קניה ממוצעת



# מגמת עליה בקניות באינטרנט לעומת מגמת ירידה בקניות בקניונים.

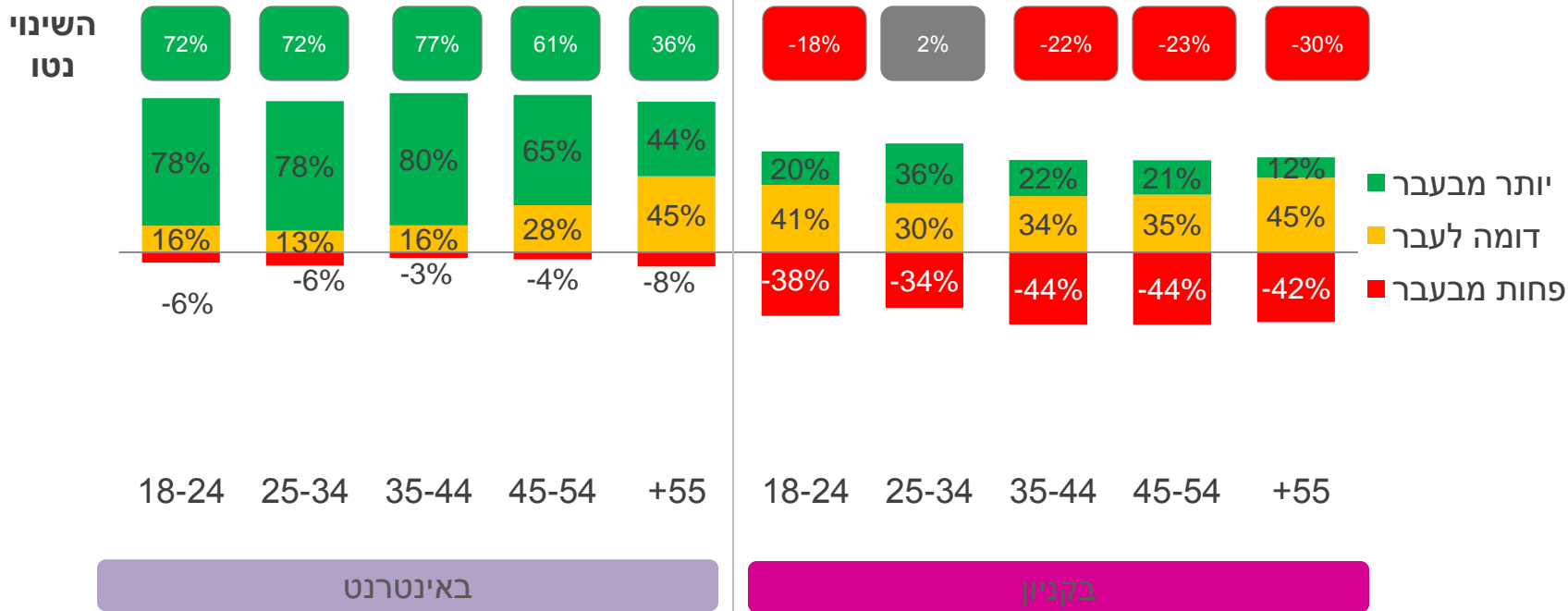
## קניה באינטרנט ובקניונים – בהשוואה לעבר

השינוי נטו



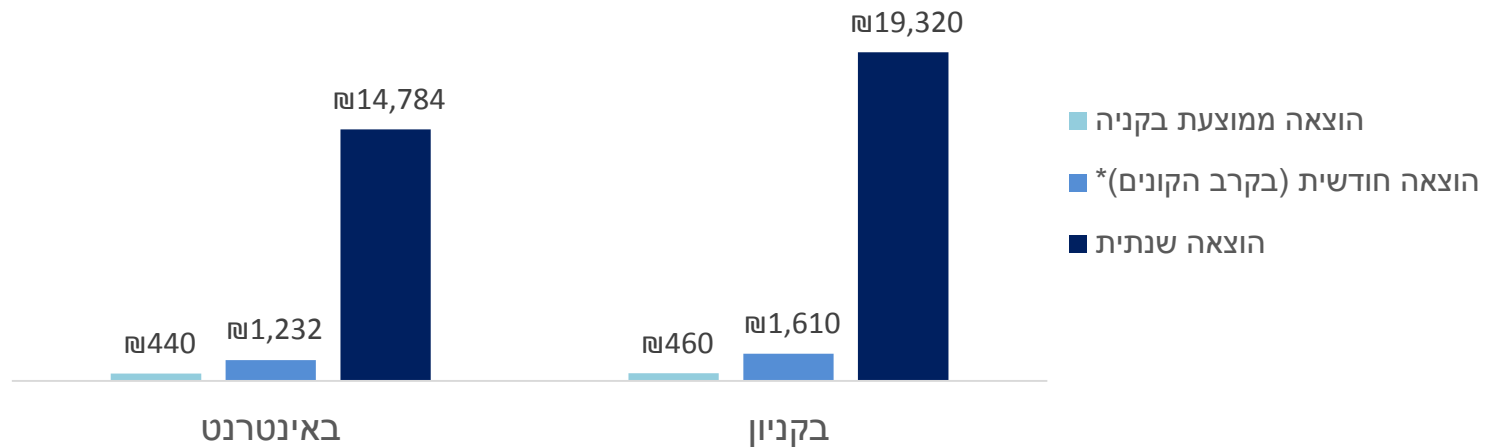
# מגמת העלייה בקניות באינטרנט בולטת בעיקר עד גיל 54.

## מגמות קניה – פילוח לפי גיל



ההוצאה הממוצעת בקניון גבוהה מההוצאה הממוצעת באינטרנט.  
בחישוב שנתי מדובר על פער של כ- 30% יותר בהוצאות בקניון לעומת האינטרנט (גם בגלל ההוצאה הגבוהה יותר בכל קניה, וגם בגלל תדירות הביקור הגבוהה יותר בקניונים).

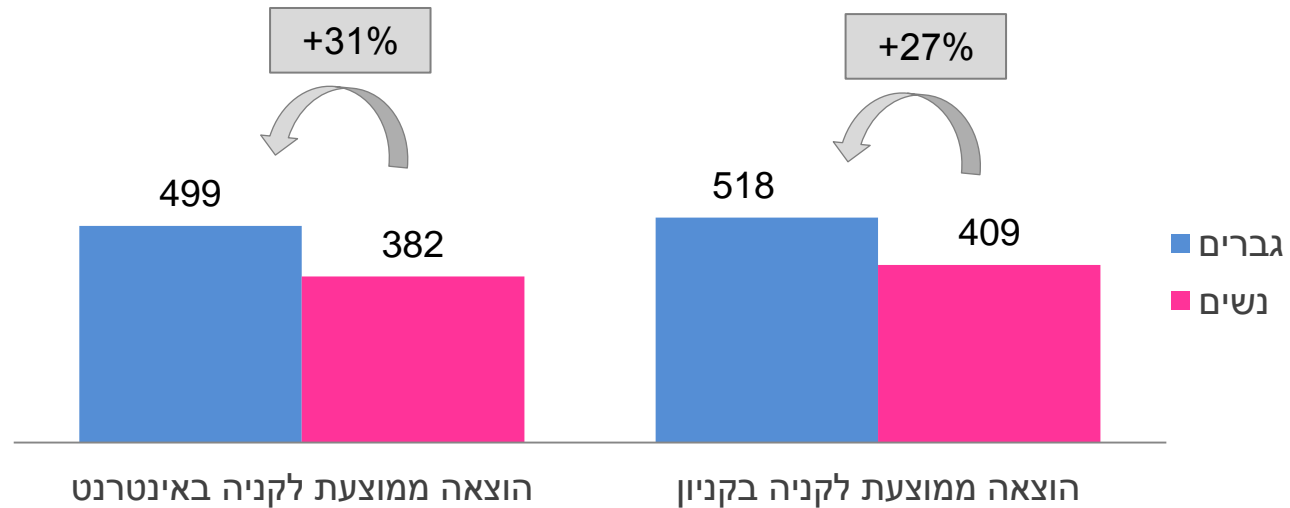
### הוצאה ממוצעת (₪)



- הוצאה חודשית חושבה לפי מכפלה של הוצאה ממוצעת בקניה האחרונה בתדירות הקניה.
- באינטרנט – תדירות ממוצעת של 2.8 פעמים בחודש, בקניון – תדירות ממוצעת של 3.5 פעמים בחודש

בכל קניה, גם באינטרנט וגם בקניון, גברים מוציאים יותר מנשים.

### כמה הוציאו בקניה האחרונה? (ש)



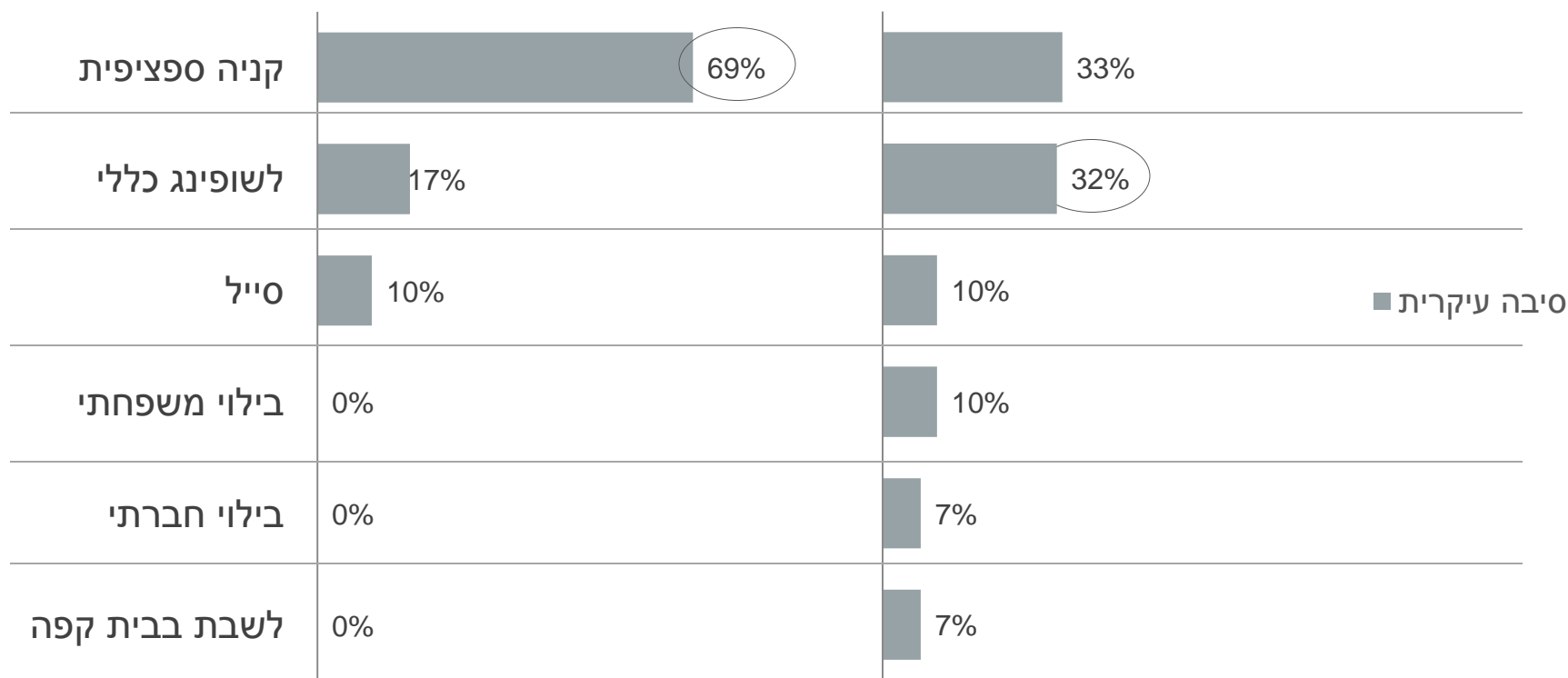
# חלק ג': סיבות לקניה בקניון ובאינטרנט



# הביקור באינטרנט הוא בעיקר לצורך קניה ספציפית, בעוד שהקניה בקניונים היא גם ספציפית וגם למטרת שופינג כללי.

## סיבה עיקרית לביקור באתרי אינטרנט

## סיבה עיקרית לביקור בקניון



הבדל מובהק של הקניונים לעומת האינטרנט

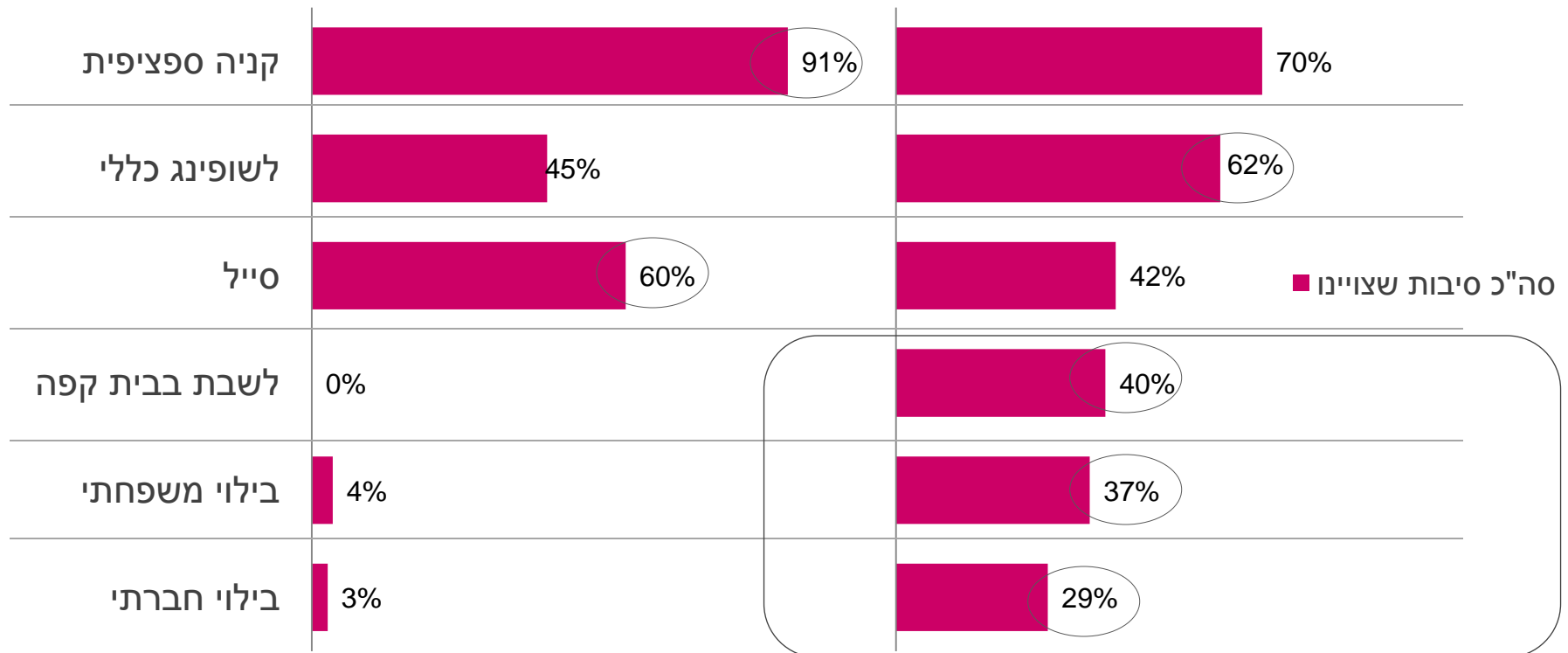




# הביקור בקניונים נעשה גם למטרות בילוי, ולא לקניות בלבד.

## סה"כ הסיבות לביקור באתרי אינטרנט

## סה"כ הסיבות לביקור בקניון

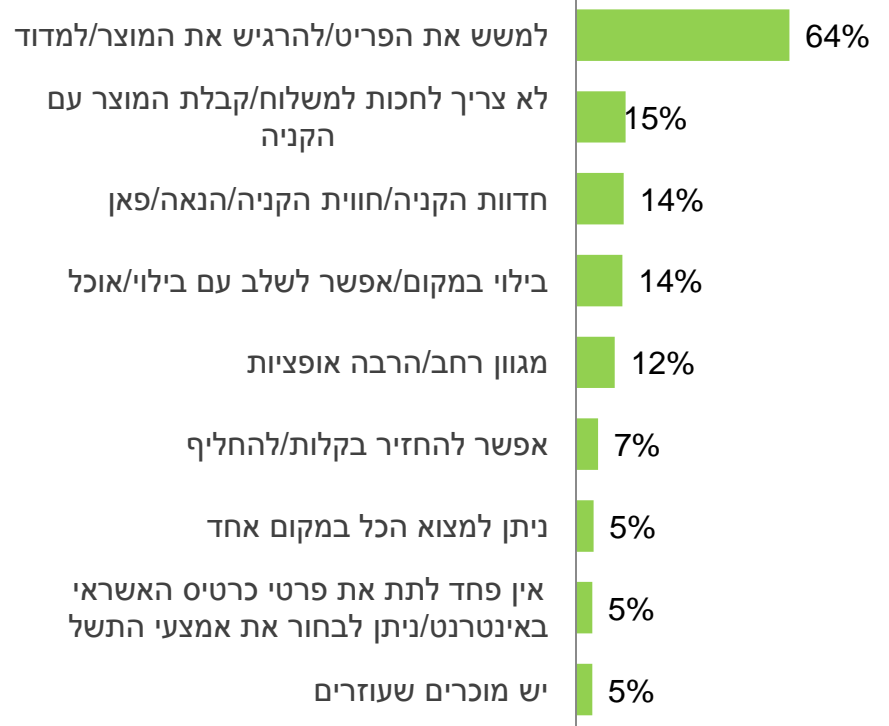


# יתרונות מרובים לקניה באינטרנט – מחיר, זמינות, מגוון ונוחות, בעוד שלקניון יש יתרון עיקרי אחד – אפשרות "למשש את הפריט".

## יתרונות הקניה באינטרנט



## יתרונות הקניה בקניון

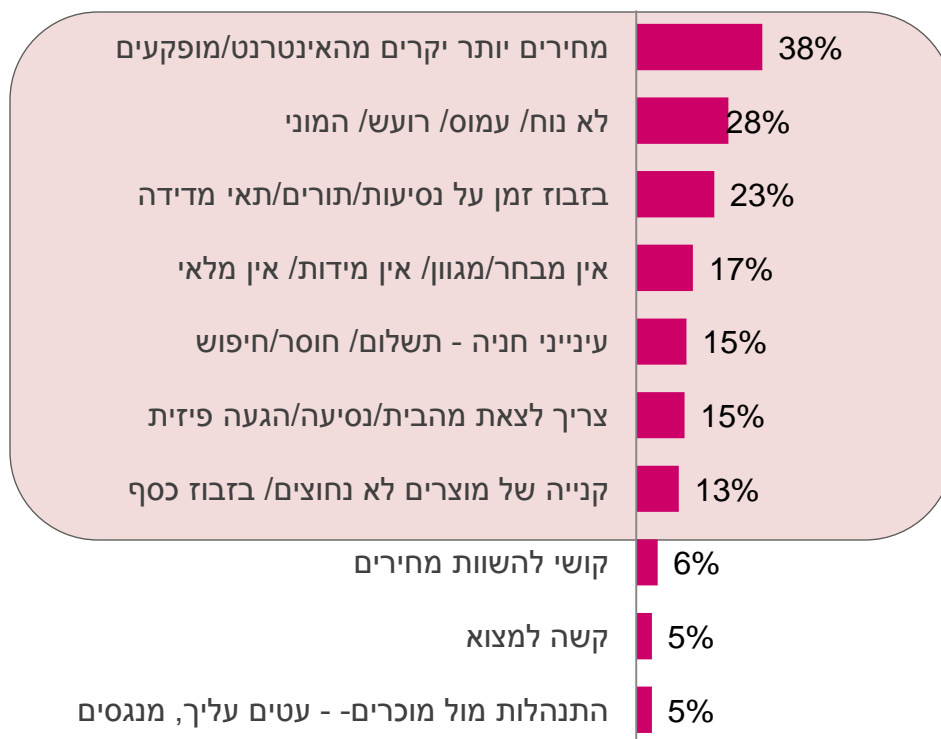


# חסרונות האינטרנט מתמקדים בעיקר בחוסר היכולת לגעת בסחורה ובזמן האספקה הארוך, בעוד שחסרונות הקניון מתמקדים בעיקר במחירים, חוסר הנוחות ובזבז הזמן.

## חסרונות הקניה באינטרנט

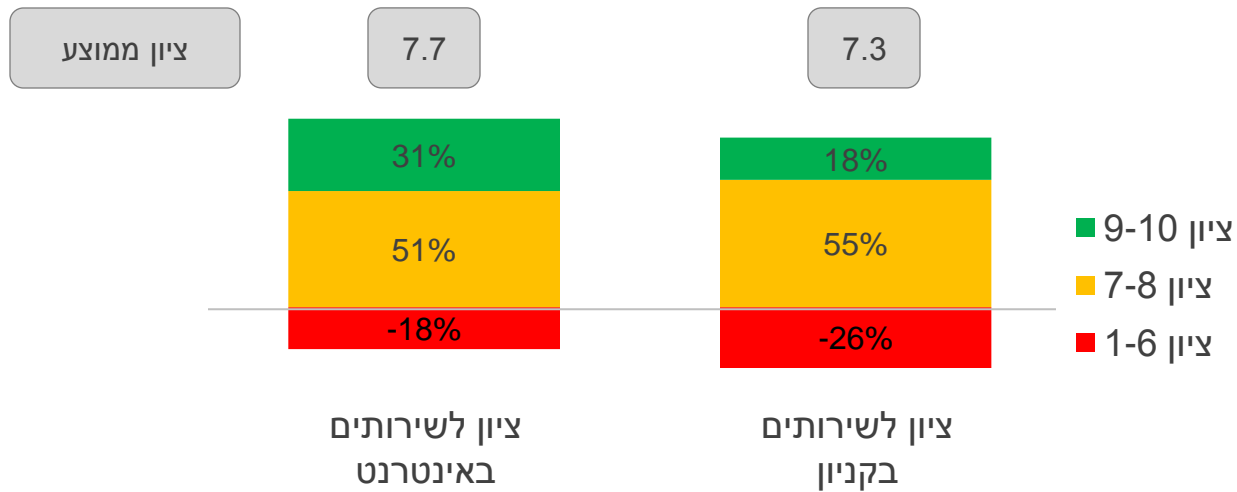


## חסרונות הקניה בקניון



השירות באינטרנט נתפס כטוב יותר באופן מובהק מהשירות בקניונים עם כ- 82% מהציבור אשר הביעו שביעות רצון גבוהה (ציון +7) מהשירות באינטרנט לעומת כ- 73% אשר הביעו שביעות רצון גבוהה מהשירות בקניונים.

### ציון לשירות באינטרנט ובקניונים



# חלק ד': מה קונים?

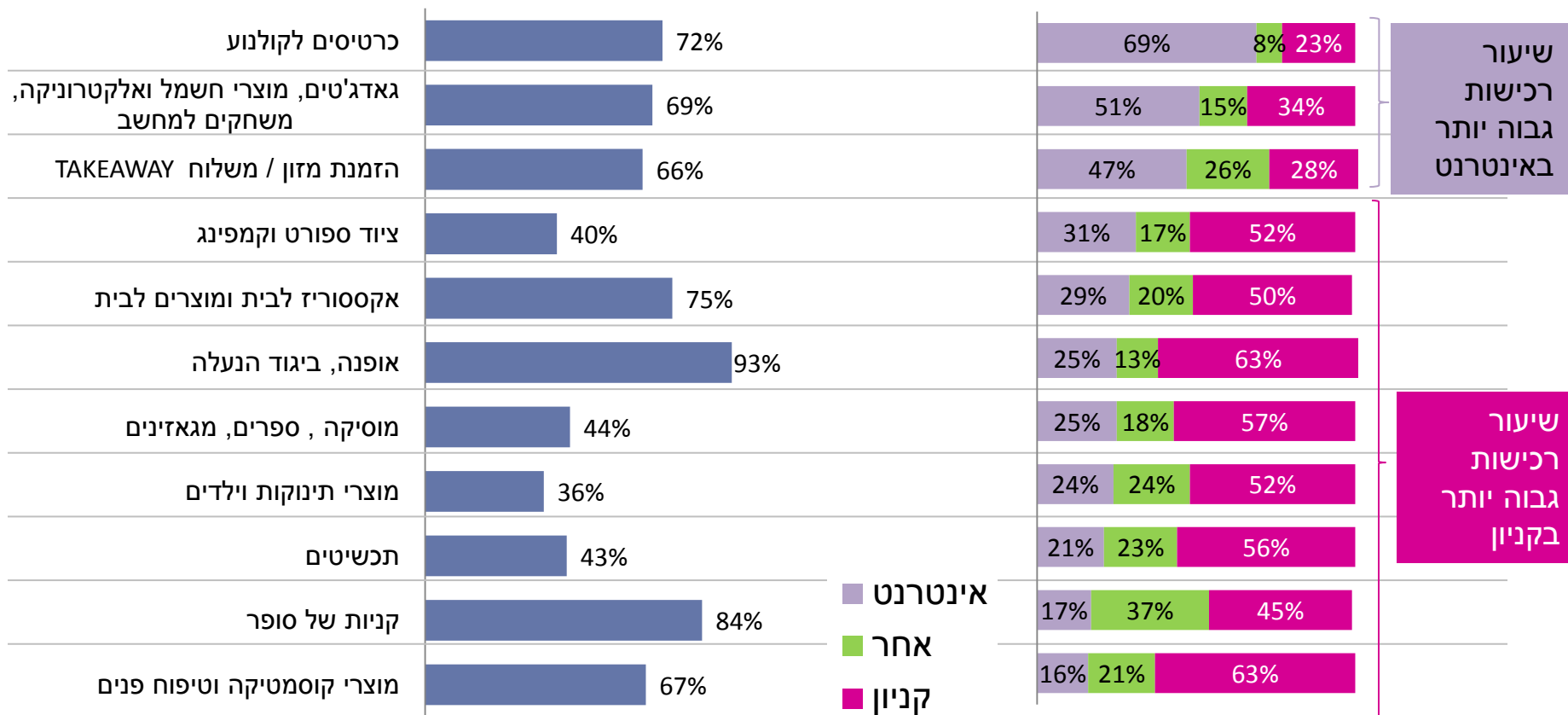


# רוב הקטגוריות נקנות יותר בקניון (45%-63%), בעוד שכרטיסי קולנוע, גאדג'טים והזמנות מזון יותר באינטרנט (47%-69%).

## אחוז הקונים – כל אחת מהקטגוריות

## היכן קונים?

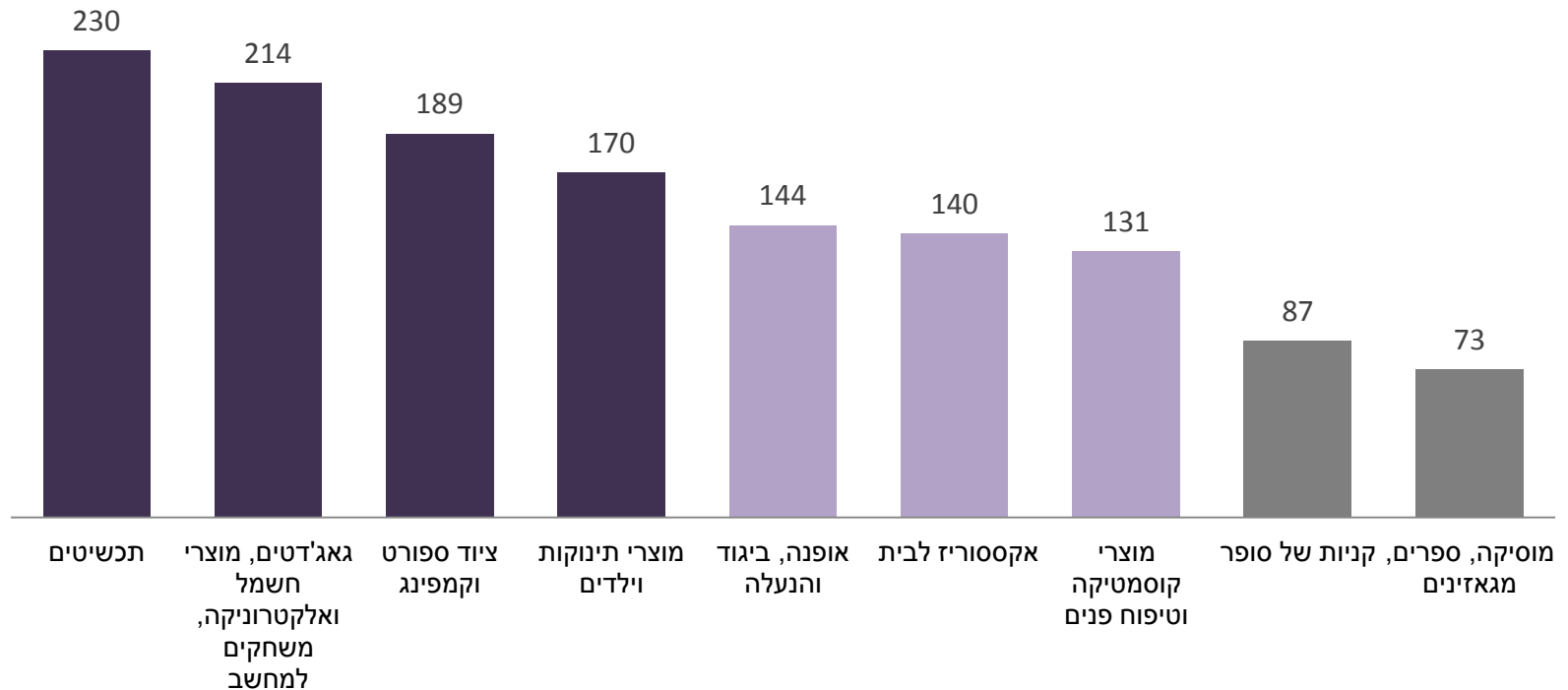
(מקרב הקונים כל אחת מהקטגוריות)



בקטגוריות של תכשיטים, גאדג'טים, ציוד ספורט וקמפינג ומוצרי תינוקות וילדים המחירים בקניון נתפסים כגבוהים משמעותית יותר לעומת הקניון (170-230 ₪ בממוצע בקניה).

### בכמה המחירים בקניון יקרים יותר?

(מקרב אלו שציינו כי המחירים בקניון יקרים יותר בכל אחת מהקטגוריות)



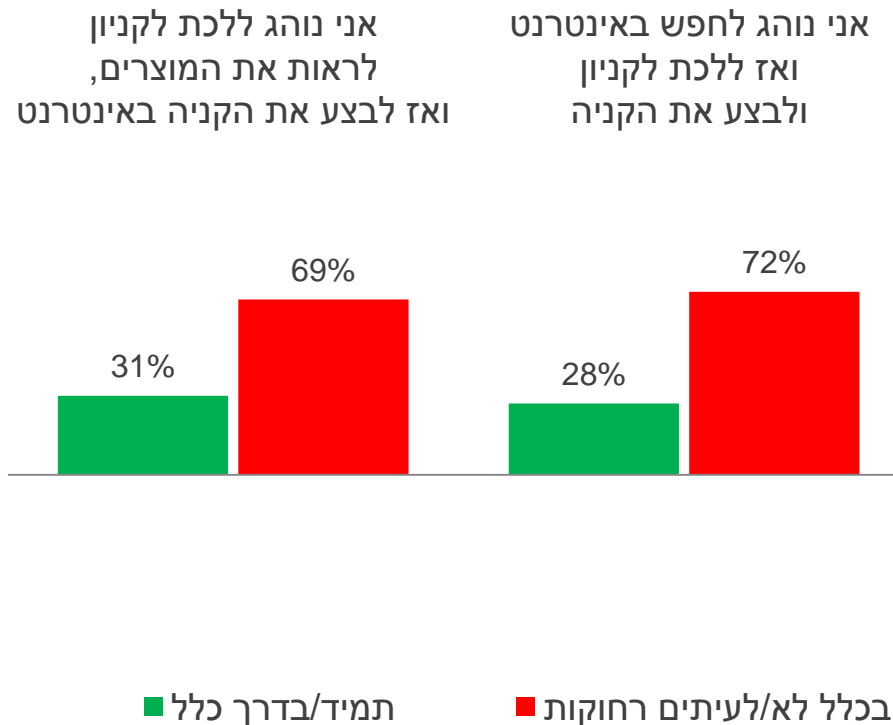
# חלק ה': איך קונים?





# 31% נוהגים לבצע חיפוש מקדים בקניון ואז לקנות באינטרנט, וכ- 28% נוהגים לחפש באינטרנט ואז לקנות בקניון.

## חיפוש מקדים באינטרנט/בקניון





# BRUMMER.DIKMAN

MARKET RESEARCH & STRATEGY

MICHAL BRUMMER

050-3109010 | [michal@brummer-dikman.com](mailto:michal@brummer-dikman.com)  
[www.brummer-dikman.com](http://www.brummer-dikman.com)

MIRI DIKMAN

054-9202071 | [miri@brummer-dikman.com](mailto:miri@brummer-dikman.com)  
[www.brummer-dikman.com](http://www.brummer-dikman.com)