

Η στάση του καταναλωτή απέναντι στο ηλεκτρονικό και παραδοσιακό εμπόριο.

Μια εμπειρική μελέτη στη βιομηχανία της γρήγορης μόδας.



Παντάλη Άννα (mba20019)

Μάρτιος 2021

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ
ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Περίληψη



Το ηλεκτρονικό εμπόριο πιο επίκαιρο από ποτέ:

- τεχνολογική ανάπτυξη
- COVID-19
- ενημερωμένοι και απαιτητικοί καταναλωτές

Βασικά τέσσερα (4) στοιχεία των δύο παραπάνω μέσων πραγματοποίησης αγορών που θα αναλυθούν σε αυτή τη διπλωματική εργασία: **1. Αναλωσιμότητα (perishability), 2. Έλλειψη-Σπανιότητα (scarcity), 3. Συσσώρευση (hoarding) και 4. Τιμή (price).**

Η εργασία αποτελεί εμπειρική έρευνα που πραγματοποιήθηκε με τη χρήση ερωτηματολογίου που μοιράστηκε μέσω mail και social media.

Αποτελέσματα:

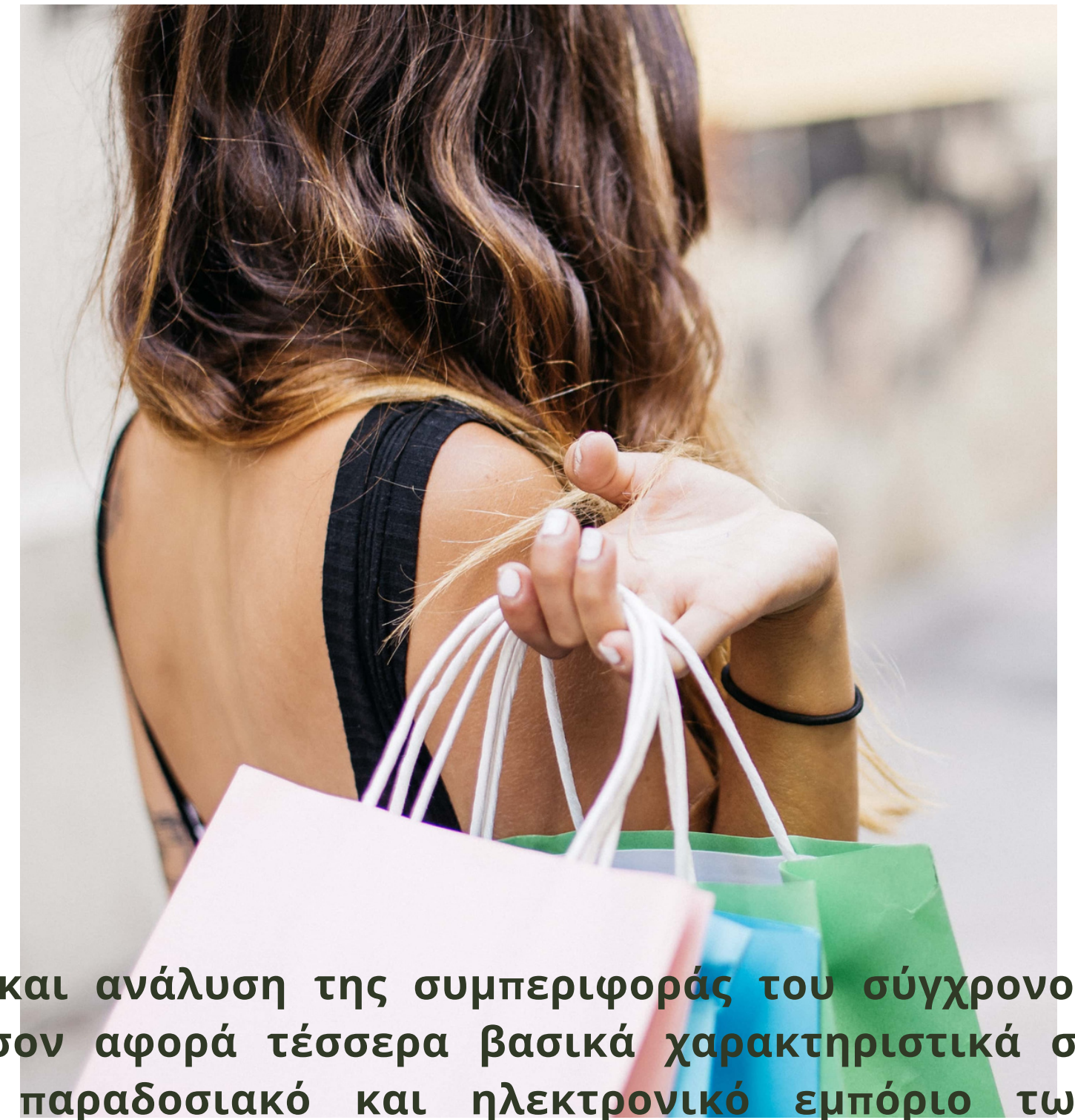
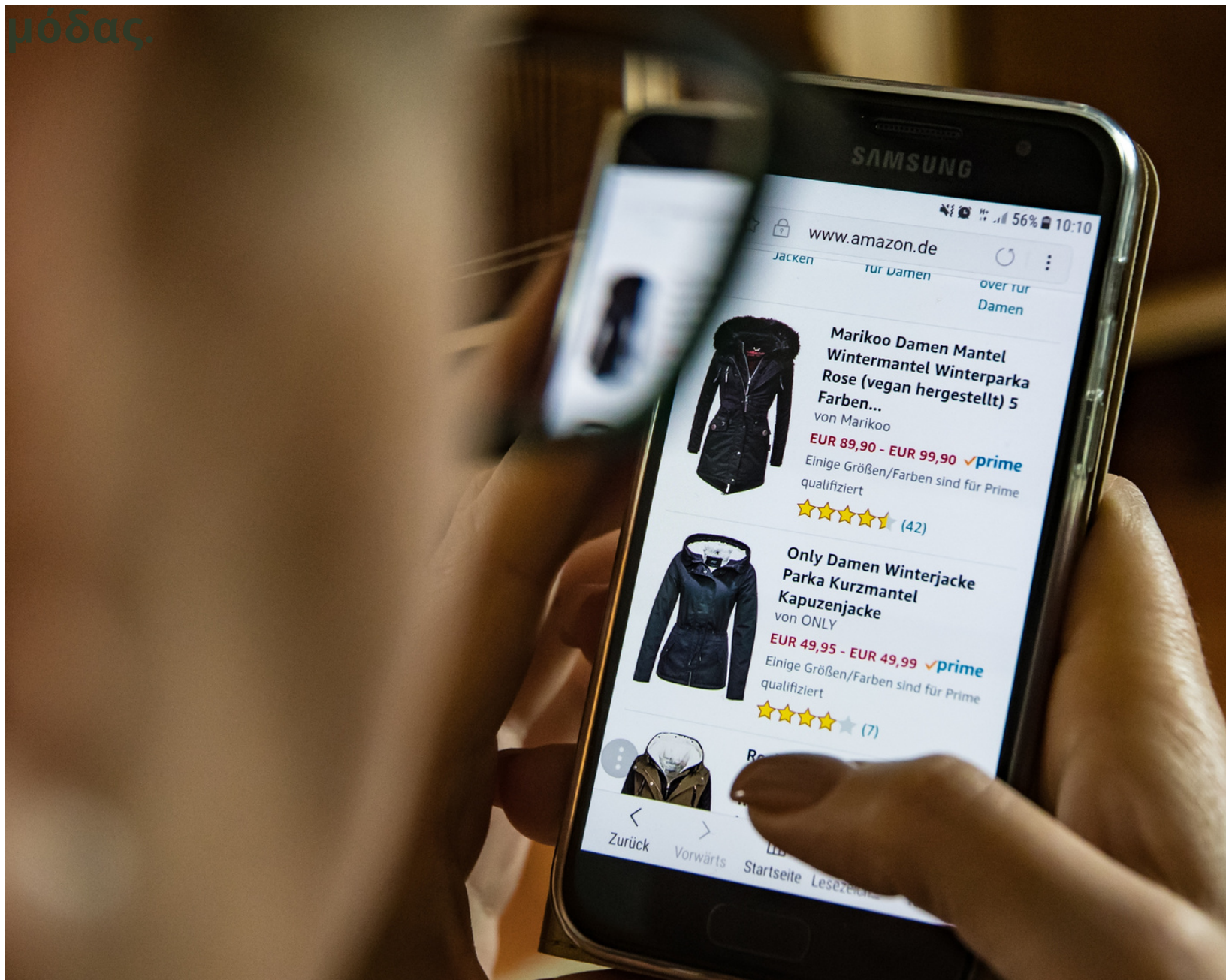
- Η μεγάλη αντιλαμβανόμενη αναλωσιμότητα εντός των καταστημάτων
- Η μικρή αντιλαμβανόμενη σπανιότητα εντός καταστημάτων
- Μια ουδετερότητα τόσο για την αντιλαμβανόμενη συσσώρευση προϊόντων όσο και για τη χαμηλή τιμή αυτών.

Εισαγωγή

Θέμα εργασίας

Η ανάλυση της στάσης του σύγχρονου καταναλωτή και των προτιμήσεών του απέναντι στο παραδοσιακό και ηλεκτρονικό εμπόριο όσον αφορά τις εταιρείες γρήγορης

μόδας.



Σκοπός

- Η διερεύνηση και ανάλυση της συμπεριφοράς του σύγχρονου καταναλωτή όσον αφορά τέσσερα βασικά χαρακτηριστικά σε σχέση με το παραδοσιακό και ηλεκτρονικό εμπόριο των εταιρειών γρήγορης μόδας: α) αναλωσιμότητα, β) έλλειψη-σπανιότητα, γ) συσσώρευση και δ) τιμή.
- Η ανάλυση και σύγκριση της συμπεριφοράς του καταναλωτή απέναντι στο ηλεκτρονικό και παραδοσιακό εμπόριο αντικατοπτρίζοντας τις σύγχρονες τάσεις και στάσεις των καταναλωτών στο χώρο της γρήγορης μόδας.

Σχετική Βιβλιογραφία

**ΔΟΜΗ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ
ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ**

Δομή:

1. Γρήγορη μόδα
2. Συμπεριφορά καταναλωτή
3. Διαδίκτυο και γρήγορη μόδα
4. Κίνητρα αγοράς offline vs online
5. Συμπεριφορές και στάση του καταναλωτή εντός των φυσικών καταστημάτων γρήγορης μόδας
6. Διαδικτυακή Εμπιστοσύνη – Αφοσίωση – Επωνυμία

Ερευνητικά ερωτήματα:

1. Η αντιλαμβανόμενη αναλωσιμότητα είναι μεγαλύτερη εντός των καταστημάτων;
 2. Η αντιλαμβανόμενη σπανιότητα είναι μεγαλύτερη εντός των καταστημάτων;
 3. Η αντιλαμβανόμενη συσσώρευση προϊόντων είναι μεγαλύτερη εντός των καταστημάτων;
- Η αντιλαμβανόμενη χαμηλή τιμή είναι μεγαλύτερη στο ηλεκτρονικό εμπόριο

Σχετική βιβλιογραφία

01

ΑΝΑΛΩΣΙΜΟΤΗΤΑ

- Η συνεχής αλλαγή των προϊόντων καθώς και η σκόπιμη απαξίωση τους από τις εταιρείες γρήγορης μόδας σκοπό έχουν να παρακινήσουν τους καταναλωτές να αγοράζουν συνεχώς καινούργια προϊόντα (Byun και Sternquist, 2008)
- Τα προϊόντα γρήγορης μόδας είναι σταθερά αναλώσιμα, γιατί όταν το εμπόρευμα τελειώσει δεν μπορεί να αγοραστεί πουθενά αλλού και καμία άλλη χρονική στιγμή (Byun και Sternquist, 2012).

02

ΕΛΛΕΙΨΗ-ΣΠΑΝΙΟΤΗΤΑ

- Οι εταιρείες γρήγορης μόδας επίτηδες μειώνουν τα αποθέματα τους με σκοπό να εξασφαλίσουν ένα σύντομο κύκλο ανανέωσης προϊόντων και να ανοίξουν χώρο για τα καινούργια σχέδια τους (Dutta 2002). Άρα, κάθε προϊόν είναι περιορισμένο σε ποσότητα κάτι που το καθιστά άμεσα σε έλλειψη.
- Το αίσθημα της έλλειψης ενός προϊόντος αυξάνει την αντιλαμβανόμενη αξία αυτού και κατ'επέκταση αυξάνονται και οι πωλήσεις του προϊόντος (Cook και Yurchisin 2017).

03

ΣΥΣΣΩΡΕΥΣΗ

- Η συσσώρευση πολλών κωδικών στα καλάθια των καταναλωτών καθώς κάνουν τα ψώνια τους ακόμη κι αν δεν είναι σίγουροι αν θα ολοκληρώσουν στο τέλος την αγορά αυτών ή όχι (Byun και Sternquist, 2011).
- Αποπνέει ένα αίσθημα "here today, gone tomorrow", δηλ. ότι σήμερα αυτό που θέλεις είναι διαθέσιμο, αλλά αύριο όχι (Byun και Sternquist, 2012).

04

ΤΙΜΗ

- Όσο περισσότερο οι καταναλωτές έχουν την αντίληψη ότι τα προϊόντα των εταιρειών γρήγορης μόδας έχουν χαμηλές, οικονομικές τιμές, τόσο περισσότερο αυξάνεται η συσσώρευση κωδικών στα καλάθια τους (Byun και Sternquist, 2008).

Μεθοδολογία

ΒΗΜΑ 01

- Δημιουργία ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου βασισμένο στη σχετική βιβλιογραφία
- Χρήση κλίμακας Likert

ΒΗΜΑ 02

- Επιλογή πληθυσμού της έρευνας και μέσω δειγματοληψίας επιλέχθη το δείγμα
- Δειγματοληψία μη πιθανότητας και συγκεκριμένα αυτή της βολικής δειγματοληψίας
- Πληθυσμός: εν δυνάμει καταναλωτές fast fashion στην ελληνική επικράτεια

ΒΗΜΑ 03

- Μετά τη συλλογή των απαντήσεων του δείγματος τα δεδομένα αναλύθηκαν μέσω στατιστικού προγράμματος και με τη χρήση στοχευόντων στατιστικών τεστ έγινε μια περιγραφική ανάλυση των ερωτήσεων και τέλος δόθηκαν τα συμπεράσματα
- Για την ανάλυση των ερωτήσεων έγινε χρήση εργαλείων όπως αυτά της απόλυτης και σχετικής συχνότητας (%) στο δείγμα, της μέσης τιμής και της τυπικής απόκλισης.
- Για την απάντηση των ερευνητικών ερωτημάτων χρησιμοποιήθηκε το ζευγαρωτό τεστ για τη σύγκριση μέσων τιμών
- Για την ανάλυση των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό πακέτο IBM SPSS STATISTICS 22

Συμπεράσματα

ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

01

ΑΝΑΛΩΣΙΜΟΤΗΤΑ

Βρέθηκε στατιστικά σημαντική διαφορά ανάμεσα στην αντιλαμβανόμενη αναλώσιμότητα μέσα σε ένα φυσικό κατάστημα και στον αντίστοιχο ηλεκτρονικό χώρο αγοράς, με το παραδοσιακό τρόπο αγοράς να δημιουργεί το αίσθημα μεγαλύτερης αναλωσιμότητας

02

ΣΠΑΝΙΟΤΗΤΑ

Βρέθηκε στατιστικά σημαντική διαφορά ανάμεσα στην αντιλαμβανόμενη σπανιότητα μέσα σε ένα φυσικό κατάστημα και στον αντίστοιχο ηλεκτρονικό χώρο αγοράς, με το παραδοσιακό τρόπο αγοράς να δημιουργεί το αίσθημα μικρότερης σπανιότητας.

03

ΣΥΣΣΩΡΕΥΣΗ

Δε βρέθηκε στατιστικά σημαντική διαφορά ανάμεσα στην αντιλαμβανόμενη συσσώρευση μέσα σε ένα φυσικό κατάστημα και στον αντίστοιχο ηλεκτρονικό χώρο αγοράς

04

ΤΙΜΗ

Δε βρέθηκε στατιστικά σημαντική διαφορά ανάμεσα στην αντιλαμβανόμενη χαμηλή τιμή μέσα σε ένα φυσικό κατάστημα και στον αντίστοιχο ηλεκτρονικό χώρο αγοράς

Πίνακες σύγκρισης μεταβλητών online-offline

Πίνακας 14, Έλεγχος σύγκρισης σπανιότητας

Σπανιότητα		Μέση Τιμή	Τυπική Απόκλιση	t statistic	sig
Κλίμακες	Παραδοσιακός Τρόπος	2,7714	,80661	-7,40	0,000
	Ηλεκτρονικός Τρόπος	3,4530	,85840		

Πίνακας 16, Έλεγχος σύγκρισης χαμηλής τιμής

Συσσώρευση		Μέση Τιμή	Τυπική Απόκλιση	t statistic	sig
Κλίμακες	Παραδοσιακός Τρόπος	3,6436	,60334	0,108	0,914
	Ηλεκτρονικός Τρόπος	3,6378	,68762		

Πίνακας 13, Έλεγχος σύγκρισης αναλωσιμότητας

Αναλωσιμότητα		Μέση Τιμή	Τυπική Απόκλιση	t statistic	sig
Κλίμακες	Παραδοσιακός Τρόπος	3,7987	,58827	9,20	0,000
	Ηλεκτρονικός Τρόπος	3,0545	,97645		

Πίνακας 15, Έλεγχος σύγκρισης συσσώρευσης

Συσσώρευση		Μέση Τιμή	Τυπική Απόκλιση	t statistic	sig
Κλίμακες	Παραδοσιακός Τρόπος	3,0107	,90334	-1,37	0,171
	Ηλεκτρονικός Τρόπος	3,1231	1,11748		

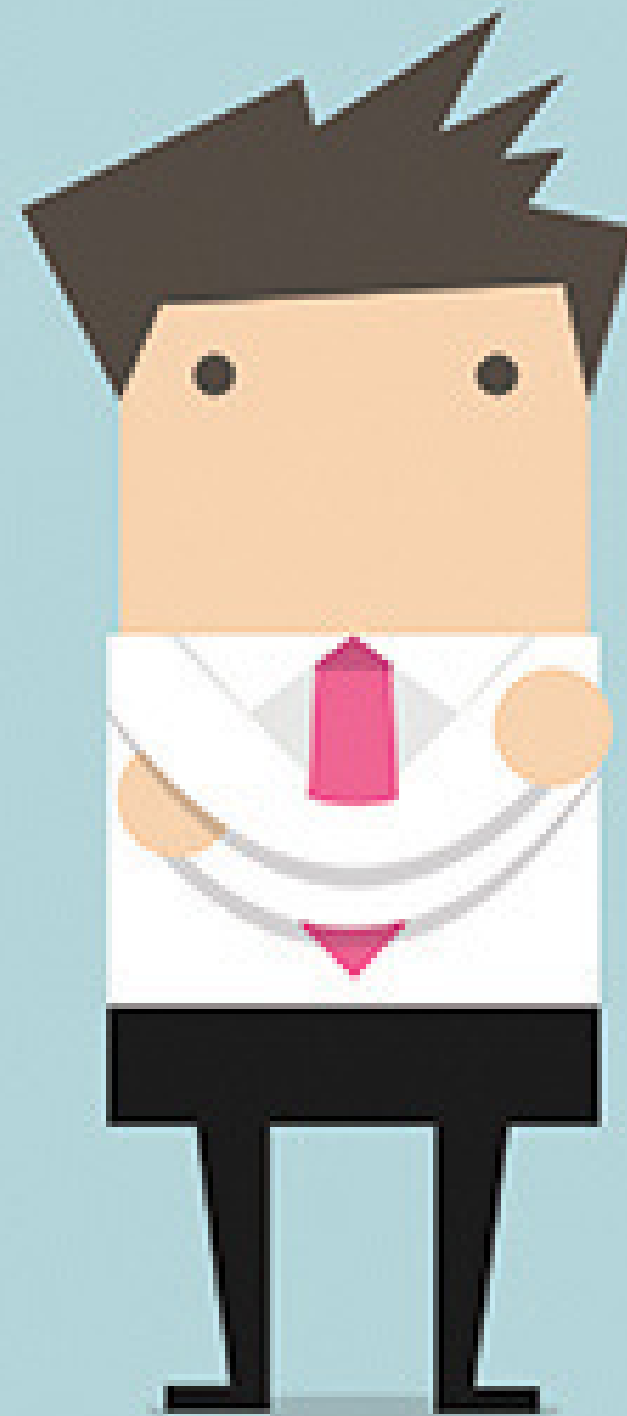
Περιορισμοί έρευνας

Προτάσεις για μελλοντική έρευνα

- Περιορισμένη διανομή ερωτηματολογίου-περιοχές
 - Σύντομο χρονικό διάστημα συλλογής αποτελεσμάτων
 - Μικρός σχετικά αριθμός συμμετεχόντων
 - Εμπειρική έρευνα-fast fashion
-
- Online-offline-fast fashion vs slow fashion
 - Κίνητρα καταναλωτών fast fashion-online vs offline
 - Στάση καταναλωτή απέναντι στο ηλεκτρονικό εμπόριο εν μέσω πανδημίας και τα πιθανά μελλοντικά αποτελέσματα του

ONLINE

OFFLINE



Σας ευχαριστώ
πολύ!