



Τεχνολογικό
Πανεπιστήμιο
Κύπρου

Τμήμα Επικοινωνίας και
Σπουδών Διαδικτύου

Πτυχιακή εργασία

Θέμα: Το διαδίκτυο ως εργαλείο αναζήτησης πληροφοριών πριν
προβούν οι καταναλωτές σε OnLine αγορές

Ειρήνη Βίκτωρος

Λεμεσός, Μάιος 2023

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΥΠΡΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΜΕΣΩΝ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

Πτυχιακή εργασία

Το διαδίκτυο ως εργαλείο αναζήτησης πληροφοριών πριν
προβούν οι καταναλωτές σε online αγορές

της

Ειρήνης Βίκτωρος

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια

Δρ. Γιούλα Μελανθίου

Λεμεσός, Μάιος 2023

Πνευματικά δικαιώματα

Copyright © Ειρήνη Βίκτωρος, 4^ο έτος Σουδών, 2023

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Επικοινωνίας και Σπουδών Διαδικτύου του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω ιδιαίτερα την κυρία Δρ. Γιούλα Μελανθίου για την εξαιρετική υποστήριξη και τις σημαντικές συμβουλές της στην ολοκλήρωση της πτυχιακής με τον κατάλληλο τρόπο. Ακόμη, θα ήθελα επίσης να ευχαριστήσω τον Δρ. Κώστα Γεμενή και τον Δρ. Θεοδοσίου Ζήνωνα, για την πλήρη επίβλεψη της πτυχιακής και για τη σημαντική καθοδήγηση που μου έδωσαν κατά τη διάρκεια της ολοκλήρωσης της πτυχιακής.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός της συγκεκριμένης εργασίας είναι να μελετήσει πως το διαδίκτυο βοηθά τους καταναλωτές να αναζητήσουν πληροφορίες πριν προβούν σε μια OnLine αγορά.

Ο τρόπος που επιλέξαμε να μελετήσουμε την συγκεκριμένη έρευνα είναι μέσω ποσοτικής ανάλυσης με ερωτηματολόγιο στο οποίο απάντησαν 151 άτομα άντρες και γυναίκες, με την βοήθεια του προγράμματος SPSS είδαμε ποιες μεταβλητές είναι στατιστικά σημαντικές.

Η δομή της πτυχιακής μου έρευνας είναι, στο πρώτο κεφάλαιο υπάρχει μια μικρή αναφορά για το πως οι καταναλωτές χρησιμοποιούν το διαδίκτυο. Στη συνέχεια στο δεύτερο κεφάλαιο, μέσα από ευρήματα στο διαδίκτυο από άλλες ακαδημαϊκές έρευνες παρουσιάζεται επίσης και το ποια αποτελέσματα βγήκαν από αυτές. Το τρίτο κεφάλαιο, είναι η μεθοδολογία της έρευνας και ο τρόπος με τον οποίο βγήκαν τα αποτελέσματα. Επίσης, στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα βασικά ευρήματα που βγήκαν μέσα από την συγκεκριμένη έρευνα και οι αναλύσεις που έγιναν. Στο πέμπτο κεφάλαιο, συνοψίζονται τα αποτελέσματα και τέλος, στο έκτο βλέπουμε τα γενικά κύρια συμπεράσματα μέσα από την έρευνα σε σύγκριση με άλλες.

Σύμφωνα με τα κύρια αποτελέσματα της έρευνας που θα ακολουθήσει στη συνέχεια, φαίνεται ότι η ευκολία αγοράς και η εξοικονόμηση χρόνου είναι οι πιο κύριοι παράγοντες για το πως οι Κύπριοι καταναλωτές προβαίνουν σε online αγορές, έτσι αυτό θα παρουσιαστεί μέσα από συγκεκριμένες μεταβλητές στην συνέχεια της έρευνας.

Λέξεις κλειδιά:

Online shopping; Reviews; online purchase intention; eWOM; Usefulness Purchase online shopping

ABSTRACT

The purpose of this paper is to study how the internet helps consumers search for information before making an online purchase.

The way we chose to study this research is through a quantitative analysis with a questionnaire to which 151 men and women responded, with the help of the SPSS program we saw which variables are statistically significant.

The structure of my degree research is in the first chapter there is a little mention of how consumers use the internet. Then in the second chapter, through findings on the internet from other academic research, we present what results came out of them. The third chapter is the methodology of the research and how the results came out. Also, the fourth chapter presents the main findings that came out through this research and the analyses that were made. In the fifth chapter, the results are summarized and finally, in the sixth we see the General main conclusions through the research compared to others.

According to the main results of the survey that will follow, it seems that ease of purchase and time savings are the most important factors for how Cypriot consumers shop online, so this will be presented through specific variables in the follow-up survey.

Keywords:

Online shopping; Reviews; online purchases intention; eWOM; Usefulness Purchase online shopping