

# אינטראקציה בין גיל ומין הפרזנטור מנבאת כוונת קנייה

מבט אבולוציוני על צריכה וקריירה, בהנחיית ד"ר סיגל תפארת

שחר דוד ושי דרור

**מבוא:** לפי הגישה האבולוציונית קיימים הבדלים בין גברים לנשים בבחירת בן זוג לטווח ארוך. נשים

מחפשות גבר שיוכל להבטיח להן ולצאצאיהן הגנה מירבית. מסיבה זו נשים יעדיפו גברים בעלי סטאטוס ומשאבים. כיוון שרכישת משאבים וסטאטוס הינה תהליך ארוך טווח, נשים מעדיפות גברים מבוגרים על פני גברים צעירים. גברים, לעומת זאת, מעוניינים בנשים המסוגלות ללדת להם ילדים. לכן, עבור גברים, גורם החשוב בבחירת בת זוג הוא הפוריות. מסיבה זו גברים מעדיפים נשים צעירות על פני נשים מבוגרות.

מחקרים בהתנהגות צרכנים מצאו כי גיל הפרזנטור הינו גורם המשפיע על הצרכן. בדרך כלל, קיימת נטייה להשתמש בפרזנטורים צעירים בפרסומות ללא קשר לגילו של קהל היעד, כיוון שמבוגרים נתפסים במדיה כפחות אטרקטיביים. למרות חשיבותם של פרזנטורים, לא נמצאו מחקרים הבודקים את ההשפעה הצרכנית של גיל הפרזנטור תוך התייחסות למגדר.

**משוער כי תהיה אינטראקציה בין מין הפרזנטור לגילו, כך**

**שנשים יעדיפו גבר מבוגר כפרזנטור ואילו גברים יעדיפו אשה צעירה.**

**שיטה:** 202 נשאלים (50% גברים) מילאו שאלון בתכנת ה-Qualtrics בו הם נתבקשו לדרג פרסומות של 3 מוצרי צריכה: מים בטעם מנטה, מסטיק וחטיף אנרגיה. הגברים הוקצו רנדומלית לשני תנאים:

פרזנטוריות מבוגרות ופרזנטוריות צעירות. ההבדל בין שני התנאים נעשה באמצעות תוכנת Photoshop שבאמצעותה הוחלקו קמטים ושונה צבע השער של התמונות המקוריות של הנשים המבוגרות. באותו אופן הוקצו גם הנשים לשני תנאים: פרזנטורים מבוגרים וצעירים. השאלות שנשאלו על כל אחד מן המוצרים הן "עד כמה אהבת את המותג?" "עד כמה אתה חושב שהמותג מוצלח?" ו"במידה ומחיר המוצר סביר עבורך, עד כמה היית מעוניין לרכוש אותו?"



**ממצאים ודיון:** כמשוער, לא נמצא אפקט עיקרי למין

הנבדק  $F(1, 197) = 0.20, p = .65$  או לגיל הפרזנטור  $F(1, 197) = 0.28, p = .60$ . כמשוער, נמצאה אינטראקציה בין מין הנבדק לגיל הפרזנטור  $F(1, 197) = 5.46, p = .02$ . נשים העידו על כוונת קנייה גבוהה יותר כאשר הפרזנטור היה מבוגר ואילו גברים העידו על כוונת קנייה גבוהה יותר כאשר הפרזנטורית הייתה צעירה. לממצאים יש השלכות על בחירת פרזנטור בפרסומות.