



שם הפרויקט		מס' פרויקט
ניתוח התנהגות מארגני תחרויות אונליין		2021-01-202
מנחה שותף	מנחה אקדמי	
---	ד"ר אלה שגב	
חברי הצוות		
נופר חזן	מאי גביש	נועה גל
Hazno@post.bgu.ac.il	may17gavish@gmail.com	noagilgu@post.bgu.ac.il

## תקציר

פלטפורמות תחרויות מיקור המונים מקוונות, בפרט תחרויות עיצוב, הולכות וצוברות תאוצה בשנים האחרונות. מטרת הפרויקט הנוכחי היא לבחון את החלטות מארגני התחרויות בשלב הראשוני והעיקרי של פעילותם והוא פתיחת התחרות. עד לפרויקט זה בוצעו מחקרים רבים אשר עסקו בנושא תחרויות מיקור המונים אונליין אך מחקרים אלו התמקדו בעיקר באופן התנהגותם של המשתתפים בתחרות. אופי הפרויקט הינו מחקר מגשש והשערות המחקר גובשו עם התקדמותו ובחינת הנתונים. המחקר החל בהבנה תיאורטית של עולם התוכן והגורמים המשפיעים על התנהגות מארגני התחרויות מהשערות ומחקרים קודמים שבוצעו. במקביל לכך, נבנה מאגר נתונים המכיל את הפרמטרים הדרושים משני אתרים - LogoMyWay ו-LogoContest. במהלך דליית הנתונים, גובשו מאפייני הפעולה החשובים ונוסחו שלוש השערות מחקר עיקריות. שתי ההשערות הראשונות בחנו את ההשפעה של סוגי התחרויות הקיימות כרגע באתר, כמות ההגשות בתחרויות השונות, גדלי הפרסים המוצעים באתר ומשך הזמן שנותר לתחרויות השונות על סוג התחרות וגודל הפרס שקובע מארגן התחרות. ההשערה השלישית בחנה את ההשפעה של סוגי התחרויות הקיימות כרגע באתר ומשך הזמן שנותר לתחרויות השונות על אורך התחרות שקובע המארגן. בשלב השני בוצעו ניתוחים סטטיסטיים. הניתוח כלל סטטיסטיקה תיאורית מעמיקה עבור כל אחד מהאתרים ובנייה של מודלי רגרסיה שמטרתם לבחון את טיב ועוצמת הקשר בין כל פרמטר שנמדד לבין אסטרטגיית הפעולה של מארגני התחרויות בפועל. במודל הראשון, נוכחנו לראות כי הגורמים המשפיעים על סוג התחרות בפועל הם סוגי התחרויות הקיימות כרגע באתר באינטראקציה עם משך הזמן שנותר לתחרויות השונות (האחוזונים ה-25 וה-75). המובהק מבניהם הוא המשתנה בעל האינטראקציה עם האחוזון ה-25, כאשר משתנה זה מראה על קשר ישר בין השניים ועומד בניגוד להשערותנו. במודל השני, קיבלנו כי בפועל הגורמים המשפיעים על גודל הפרס הממוצע הם גדלי הפרסים המוצעים באתר (מקסימום והאחוזון ה-75) ואינטראקציה בין האחוזון ה-75 גדלי הפרסים לבין האחוזון ה-75 של כמות ההגשות בתחרויות השונות, כולם מובהקים. כפי ששיערנו, גדלי הפרסים המוצעים כרגע באתר אכן משפיעים על גודל הפרס המוצע בתחרות שתפתח בצורה ישרה. מנגד, כמות ההגשות בתחרויות השונות באינטראקציה עם גדלי הפרסים המוצעים כרגע באתר משפיעים על גודל הפרס המוצע בתחרות שתפתח בצורה הפוכה בניגוד להשערותינו. במודל השלישי, התקבל כי הגורמים המשפיעים על אורך התחרות באופן מובהק הם משך הזמן הנותר לתחרויות (מקסימום, חציון והאחוזון ה-75) ואילו האינטראקציה בין אחוז התחרויות הסגורות באתר לבין האחוזון ה-75 של משך הזמן שנותר לתחרויות באתר גם היא נותרה במודל אך אינה מובהקת. נוכחנו לגלות כי משך הזמן שנותר לתחרויות השונות משפיע על האורך שייקבע לתחרות שתפתח בצורה ישרה כפי ששיערנו. בניגוד לזאת, סוגי התחרויות הקיימות כרגע באתר באינטראקציה עם משכי הזמנים שנותרו לתחרויות שפתוחות באתר משפיעים על משך הזמן שייקבע לתחרות שתפתח בצורה הפוכה, למרות השערותנו כי הקשר הוא ישר. התוצאות שהתקבלו אמנם נתמכות על פי מובהקות המשתנים אך המשמעות היישומית נמוכה מכיוון שהמודלים שהתקבלו הינם בעלי רמת התאמה נמוכה מאוד, על כן נדרשים מחקרים נוספים על מנת לבסס את התוצאות שהתקבלו.

**מילות מפתח:** מיקור המונים, תחרויות עיצוב מקוונות, מארגני תחרויות, ניתוח התנהגות.