

Мохаммед Джульфікар Алі, Мохаммед Атікур Рахаман, Васіб Бін Латіф, Ісса Ахмед, Мохаммед Мобарак Карім

Чинники, що визначають мотивацію споживачів до використання онлайн-додатків для доставки їжі: Емпіричне дослідження в Бангладеш

Мета дослідження – виявити чинники, що впливають на поведінкові наміри споживачів використовувати онлайн-додатки для доставки їжі в Бангладеш. Для розрахунку відповідної інформації використані MS Excel та SPSS. Цільовою аудиторією цього дослідження є поточні користувачі онлайн-додатків для доставки їжі в Бангладеш. Остаточний розмір вибірки становить 368 осіб, водночас частота відповідей становить 92%. Інформація була зібрана серед респондентів з допомогою вебопитування в Google Forms. Зважаючи на характер об'єкта дослідження, використаний метод цілеспрямованої вибірки, який є кількісним і дослідницьким. Результати показують, що п'ять чинників впливають на намір споживачів використовувати додатки для доставки їжі. Отримані результати демонструють, що соціальний вплив, сприйнята довіра, сприйнята безпека, очікувана продуктивність та очікувані зусилля суттєво впливають на наміри споживачів використовувати додатки для доставки їжі. Дослідження також показало, що сприйнята довіра є найсильнішим предиктором намірів використання серед п'яти чинників. Однак, після широкого огляду літератури, виявлено, що лише декілька статей досліджують цей контекст, тому є прогалини у вивченні ключових чинників, що впливають на мотивацію користувачів використовувати онлайн-додатки для доставки їжі в Бангладеш. Тому це дослідження може виявитися незамінним для операторів додатків доставки, урядових і неурядових організацій, підприємств і дослідників під час розроблення політики та стратегій, спрямованих на формування в споживачів намірів використовувати онлайн-додатки для доставки їжі.

Ключові слова: додатки для доставки їжі, мотивація, очікуване сприйняття, очікувані зусилля, соціальний вплив, сприйнята довіра, сприйнята безпека

Класифікація JEL: M30, M31, M20



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.