

Мухаммад Атікур Рахаман, Рупалі Діліп Тару, Аман Гупта, Вікаш Праджапат, Емран Ахмед

Чинники, що визначають наміри споживачів, які піклуються про своє здоров'я, використовувати фітнес-додатки

Метою статті є вивчення чинників, які впливають на наміри споживачів щодо використання фітнес-додатків. До цільової групи дослідження увійшли поточні користувачі фітнес-додатків. Процес збору даних було завершено за допомогою форми електронної пошти Google із супровідним листом; остаточний розмір вибірки становив 308 респондентів. Дані було отримано від поточних членів оздоровчих клубів і фітнес-центрів у м. Дакка, Бангладеш. Більшість респондентів були чоловіки (56%, $n = 308$), тоді як жінки склали 44%, $n = 134$. Використано п'ятибальну шкалу Лайкерта, де 1 означає «зовсім не згоден», а 5 – «повністю згоден». Для оцінювання гіпотез було використано програмне забезпечення аналізу даних SPSS. Для обґрунтування надійності змінних було використано значення альфи (α) Кронбаха. Чотири елементи вимірюють цінове значення; очікувана продуктивності, увага до здоров'я, забезпечення умов, гедонічна мотивація вимірюються двома елементами; самоефективність – трьома. Результати показують, що шість змінних позитивно і значною мірою впливають на намір споживачів використовувати фітнес-додатки. Загалом ці змінні можуть пояснити 55,50 % дисперсії в прогнозуванні поведінкових намірів використовувати фітнес-додатки. Також це дослідження може надати важливі підказки розробникам фітнес-додатків, які можуть серйозно вплинути на користувачів у плані використання ними таких програм.

Ключові слова: цінове значення, очікувана продуктивність, увага до здоров'я, самоефективність, забезпечення умов, гедонічна мотивація

Класифікація JEL: M31, M21, M30



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.