

Санг Ву Мінь, Уєн Фанг Нгуєн Тао, Кхан Труонг Тан, Пхунг Фам Ван

## **Вплив корпоративної соціальної відповідальності на намір здійснити повторну покупку: Опосередкований ефект задоволення**

Дослідження оцінює вплив корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) на задоволеність клієнтів та намір здійснити повторну покупку у сфері швидкої їжі у В'єтнамі. У цьому дослідженні використані кількісні методи дослідження з вибіркою із 414 клієнтів у віці 18 років і старше, які користувалися послугами сфери швидкої їжі у В'єтнамі. Первинні дані були зібрані ґрунтуючись на готовність клієнтів надавати інформацію, переходячи за посиланням на анкети, які були розміщені на платформах таких соціальних мереж, як Facebook і Zalo. Моделювання структурних рівнянь та аналіз опосередкованих ефектів були використані для перевірки кореляції між компонентами дослідницької моделі. Результати дослідження виявили три компоненти КСВ, включно із громадською відповідальністю, екологічною відповідальністю та етичною відповідальністю в бізнесі, які безпосередньо та позитивно впливають на задоволеність клієнтів. Результати підтверджують опосередкований вплив задоволеності на кореляцію між компонентами КСВ (громадська, екологічна та етична відповідальність) та наміром здійснити повторну покупку; це питання аналізували дуже мало попередніх досліджень. Ці результати теоретично доповнюють літературу, підтверджуючи три компоненти КСВ із погляду споживача в бізнесі швидкого харчування, включно із громадською, екологічною та етичною відповідальністю. Необхідно розширити теорію чинників, що впливають на задоволеність клієнтів, і просувати причинно-наслідковий маркетинг, просоціальну поведінку й теорію конкурентних переваг. Що стосується управлінського внеску, брендам швидкого харчування пропонується інвестувати й активізувати більше заходів із підтримки КСВ.

**Ключові слова:** корпоративна соціальна відповідальність, громадська відповідальність, екологічна відповідальність, етична відповідальність, задоволеність, намір здійснити повторну покупку

**Класифікація JEL:** M30, M31



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.