

Панду Курніаван, Діді Ачджарі

Оцінка вподобань користувачів та конкуретних стратегій компаній Gojek і Grab на ринку замовлення поїздок Асоціації держав Південно-Східної Азії

Разом з розвитком сучасних економічних моделей, цифрові платформи стали майданчиками для полегшення взаємодії між користувачами. Одним з прикладів є платформа для замовлення поїздок, яка дозволяє взаємодію між користувачами, які, можливо, ніколи не зустрічалися. Метою дослідження є визначення критеріїв, під-критеріїв та альтернатив, що впливають на користувачів у виборі поїздки та формування масштабної стратегії компаній Gojek та Grab для конкуренції на ринку Асоціації держав Південно-Східної Азії, особливо в Індонезії, Таїланді, В'єтнамі та Сінгапурі. В рамках дослідження для збору даних було використано опитування, учасниками якої стали 377 клієнтів компаній Gojek і Grab. Основні критерії в кожній країні були отримані за допомогою методу процесу аналізу ієрархії та інструменту Expert Choice. Безпека, ціна та зручність використання були основними критеріями вибору платформи для замовлення поїздок в Індонезії, Таїланді та В'єтнамі. На відміну від цього, в Сінгапурі, крім безпеки, конфіденційність стала основним критерієм при виборі цих платформ. Для підвищення конкуренції між державами Південно-Східної Азії, компанії Gojek і Grab повинні вдосконалити критерії відносин з клієнтами, оскільки ці критерії можуть підвищити цінність компанії. Дослідження також показало, що компанія Grab домінує на ринку замовлення поїздок у Таїланді, В'єтнамі та Сінгапурі, оскільки вона впровадила горизонтальну стратегію, придбавши Uber. Компанія Gojek домінує на ринку тільки у своїй рідній країні, Індонезії, купуючи та впроваджуючи інновації в інтеграції з приміською лінією та запускаючи первинне публічне розміщення акцій. Дослідження показало, що все ще існує потреба у вдосконаленні вертикальних та горизонтальних стратегій та аутсорсингу для ефективної конкуренції на світовому ринку.

Ключові слова: стратегічний менеджмент, цифрова платформа, економіка спільного користування, процес аналізу ієрархії, послуги з замовлення поїздок

Класифікація JEL: M31, L92



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.