

**Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου**

**Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης**

**Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών Διοίκηση, Τεχνολογία και Ποιότητα**

**Μεταπτυχιακή Διατριβή**



**Η Μέτρηση της Ποιότητας των Υπηρεσιών Παράδοσης Τροφίμων και της Χρήσης των Διαδικτυακών Εφαρμογών κατά την Διάρκεια της Πανδημίας Covid-19**

**Θάλεια Καμηλιέρη**

Επιβλέπων Καθηγητής  
**Δρ. Πάνος Μαρκόπουλος**

**Μάϊος 2021**

**Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου**

**Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης**

**Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών Διοίκηση, Τεχνολογία και Ποιότητα**

**Μεταπτυχιακή Διατριβή**

**Η Μέτρηση της Ποιότητας των Υπηρεσιών Παράδοσης Τροφίμων και  
της Χρήσης των Διαδικτυακών Εφαρμογών κατά την Διάρκεια της  
Πανδημίας Covid-19**

**Θάλεια Καμηλιέρη**

Επιβλέπων Καθηγητής  
**Δρ. Πάνος Μαρκόπουλος**

Η παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή υποβλήθηκε προς μερική εκπλήρωση των απαιτήσεων για απόκτηση μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών στη Διοίκηση, Τεχνολογία και Ποιότητα από τη Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου.

**Μάϊος 2021**



## Περίληψη

Οι ρυθμοί ανάπτυξης της βιομηχανίας τροφίμων σε όλο τον κόσμο έχουν δημιουργήσει ένα πρόσφορο έδαφος για εκατομμύρια καταναλωτές, που είναι πρόθυμοι να χρησιμοποιούν διαδικτυακές εφαρμογές με σκοπό την άμεση παραγγελία και παράδοση φαγητού (FDAs). Η διαδικασία παραγγελίας φαγητού που μπορεί να πραγματοποιηθεί μέσα από το διαδίκτυο, τα τελευταία χρόνια, έχει οδηγήσει πολλές επιχειρήσεις να υιοθετούν την εν λόγω πρακτική, ικανοποιώντας και τον πιο απαιτητικό πελάτη. Η πανδημία Covid-19 έχει επιφέρει αρνητικές επιπτώσεις τόσο στα οικονομικά, όσο και στα κοινωνικά, συστήματα συμπεριφοράς. Συγκεκριμένα, η εξάπλωση της υγειονομικής κρίσης έχει οδηγήσει στην ανάγκη να επανεξεταστούν οι τρόποι με τους οποίους παράγονται, διανέμονται και καταναλώνονται προϊόντα και αγαθά. Δεδομένου της υφιστάμενης κατάστασης λόγω της πανδημίας Covid 19, καθώς και ελάχιστων βιβλιογραφικών πηγών και μελετών, η παρούσα διατριβή έχει σκοπό τη διερεύνηση εκείνων των παραγόντων που επηρεάζουν τη πρόθεση των καταναλωτών για συνεχή χρήση των FDAs, το εύρος της αποδοχή τους, και την εξασφάλιση από πλευρά τους στην ποιοτικότερη παροχή υπηρεσιών. Η ανάλυση του δείκτη του επιπέδου ικανοποίησης των καταναλωτών, θα διερευνηθεί, χρησιμοποιώντας βασικούς παράγοντες που χαρακτηρίζουν τη συμπεριφορά των καταναλωτών. Στο πλαίσιο αυτής της παγκόσμιας αλλαγής, πρέπει να τονιστεί η αύξηση του αριθμού των καταναλωτών που αγοράζουν προϊόντα διατροφής μέσω διαδικτύου, προκειμένου να συμμορφωθούν με τους κανόνες που αποσκοπούν στον περιορισμό της κυκλοφορίας του ιού. Η ερευνητική μελέτη πραγματοποιήθηκε με τη συλλογή δεδομένων που προέκυψαν από ένα ανώνυμο ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο που διαμοιράστηκε μέσω κοινωνικών δικτύων και ηλεκτρονικών μηνυμάτων, κατά τους κρίσιμους μήνες της εξέλιξης της πανδημίας στην Ελλάδα. Η αναγκαιότητα της εν λόγω έρευνας, έγκειται στο γεγονός πως δεν υπάρχουν παρόμοιες μελέτες που προσπαθούν να κατανοήσουν την συμπεριφορά των καταναλωτών απέναντι σε τεχνολογικά μέσα και εργαλεία, όταν αυτά πρέπει να υιοθετηθούν με ασφαλή και άμεσο τρόπο.

**Λέξεις – Κλειδιά:** «FDAs, Covid-19, Δείκτης Ικανοποίησης, Συμπεριφορικοί Παράγοντες, Καταναλωτές, Διαδίκτυο, Υγειονομική Κρίση, Ποιότητα Υπηρεσιών Παράδοσης Φαγητού»

## Summary

The growth rates of the food industry around the world have created a breeding ground for millions of consumers, who are willing to use online applications for the purpose of direct ordering and delivery of food. In recent years, the process of ordering food that can be carried out over the internet, has led many businesses to adopt this practice, satisfying even the most demanding customer. The Covid-19 pandemic has had a negative impact on both economic and social behavioural systems. In particular, the spread of the health crisis has led to the need to reconsider the ways in which products and goods are produced, distributed and consumed. Given the current situation due to the Covid-19 pandemic, as well as the limited existence of bibliographic sources and studies, this thesis aims to explore those factors that influence consumers' continued intention to use food delivery applications and to better understand customer behaviour in better provision of such services. The analysis of the indicator of the level of consumer satisfaction will be investigated, using key factors that characterize consumer behaviour. Against the background of this Global Change, an increase in the number of consumers buying food products online should be emphasized because they are obliged to comply with the applied restrictions aimed at limiting the circulation of the virus. The research study was carried out by collecting data from an anonymous online questionnaire that was shared through social networks and e-mails, during the critical months of the development of the pandemic in Greece. The necessity of this research lies in the fact that there are no similar studies that try to understand the behaviour of consumers towards technological means and tools that have to be adopted in a safe and direct way.

**Keywords:** *"FDAs, Covid-19, Satisfaction Index, Behavioural Factors, Consumers, Internet, Health Crisis, Quality Of Food Delivery Services"*

## **Ευχαριστίες**

*Τον καθηγητή κο **Μαρκόπουλο Πάνο** που μου έδωσε την δυνατότητα να εφαρμόσω πολλές από τις γνώσεις που απέκτησα στην πορεία των χρόνων, αποκτώντας παράλληλα νέες, κατά την διάρκεια εκπόνησης της διπλωματικής αυτής.*

*Την οικογένειά μου και τον γιό μου **Μιχάλη**, που όλα αυτά τα χρόνια συνεχούς προσπάθειας ήταν δίπλα μου και στήριζαν τις επιλογές μου.*

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Περίληψη.....	4
Summary .....	5
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ .....	8
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ .....	8
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ .....	8
Κεφάλαιο 1 .....	10
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	10
1.1. Θεωρητική Προσέγγιση Μελέτης.....	10
1.2. Αντικείμενο και Στόχοι Έρευνας.....	13
1.3. Δομή και Περιεχόμενα Εργασίας .....	14
Κεφάλαιο 2 .....	16
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ .....	16
2.1. Διαδικτυακή Αγορά Αγαθών και Υπηρεσιών.....	16
2.3. Εννοιολογικός Προσδιορισμός Θεωρητικών Μοντέλων.....	20
2.3.1. Ενοποιημένη Θεωρία Χρήσης και Αποδοχής της Τεχνολογίας (UTAUT) .....	21
2.3.2. Μοντέλο Επιβεβαίωσης Προσδόκιμου (ECM).....	23
2.3.3. Μοντέλο συμβατότητας Τεχνολογίας-Εργασίας (TTF).....	24
2.3.4. Συζήτηση Θεωρητικών Πλαισίων .....	25
2.4. Θεμελίωση Ερευνητικών Μεταβλητών και Υποθέσεων .....	27
2.5. Προσδιορισμός Ερευνητικού Μοντέλου .....	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 .....	34
ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	34
3.1. Εισαγωγή - Μεθοδολογικό πλαίσιο έρευνας .....	34
3.2 Σκοπός και Ερευνητικά Ερωτήματα.....	35
3.3. Υλικό - Μέθοδος .....	36
3.3.1. Συλλογή και Ανάλυση Δεδομένων.....	37
3.3.2. Σχεδιασμός και Περιορισμοί της Έρευνας .....	38
3.3.2.1. Προσδιορισμός Μεταβλητών - Ερωτήσεων .....	38
3.3.2.2. Ηθική και Δεοντολογία - Περιορισμοί Έρευνας .....	40
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 .....	41
ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ .....	41
4.1. Περιγραφική Ανάλυση Ερωτηματολογίου .....	41
4.2 Αξιοπιστία κλιμάκων (Scale's Reliability).....	43
4.3. Περιγραφική – Δημογραφική Ανάλυση .....	45
4.4. Πίνακοειδείς Διασταυρώσεις.....	47
4.5. Συντελεστής Συσχέτισης (Pearson's Correlations).....	51
4.6. Ανάλυση Μονοπατιού (Path Analysis) - Πολλαπλή Παλινδρόμηση (Multiple Regression).....	52
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 .....	59
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	59
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 .....	63
ΣΥΝΟΨΗ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ – ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ .....	63
6.1 Προτάσεις.....	63
6.2 Περιορισμοί και Μελλοντική έρευνα .....	65
6.3 Σύνοψη .....	66
Ερωτηματολόγιο Έρευνας.....	69
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β.....	73
Πίνακας Ερωτήσεων.....	73
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ.....	74
Πίνακες Αποτελεσμάτων SPSS .....	74
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	98

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

---

Εικόνα 1. Αποτελέσματα έρευνας για παραλαβή φαγητού από κατάστημα vs παράδοση κατ' οίκον.....	18
Εικόνα 2. Αρχές ανάπτυξης των θεωρητικών μοντέλων αποδοχής της τεχνολογίας .....	21
Εικόνα 3. Τα χαρακτηριστικά του Μοντέλου UTAUT .....	22
Εικόνα 4. Μεταβλητές του Μοντέλου συμβατότητας Τεχνολογίας-Εργασίας (TTF).....	24

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

---

Πίνακας 1. Βιβλιογραφική Ανασκόπηση Ερευνητικών Μελετών – Πρόθεση Χρήσης Τεχνολογίας .....	26
Πίνακας 2. Δομή και χαρακτηριστικά έρευνας .....	37
Πίνακας 3. Ενδεικτική Ανάλυση Ερωτηματολογίου.....	43
Πίνακας 4. Δείκτης αξιοπιστίας - Scale's Reliability .....	44
Πίνακας 5. Ποσοστά δημογραφικών μεταβλητών.....	45
Πίνακας 6. Ποσοστά χρήσης, συχνότητα παραγγελίας, τρόποι πληρωμής .....	46
Πίνακας 7. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού; * Φύλο .....	47
Πίνακας 8. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού; * Ηλικία.....	48
Πίνακας 9. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού;*Απασχόληση.....	49
Πίνακας 10. Τρόπος πληρωμής στις διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού * Φύλο .....	49
Πίνακας 11. Χρήση Κινητού Τηλεφώνου * Ηλικία .....	50
Πίνακας 12. Χρήση Ηλεκτρονικού Υπολογιστή * Ηλικία .....	50
Πίνακας 13. Συσχετίσεις των μεταβλητών .....	51
Πίνακας 14. Αποτελέσματα γραμμικής παλινδρόμησης για την εξίσωση (1).....	54
Πίνακας 15. Αποτελέσματα γραμμικής παλινδρόμησης για την εξίσωση (2).....	55
Πίνακας 16. Αποτελέσματα γραμμικής παλινδρόμησης για την εξίσωση (3).....	55
Πίνακας 17. Τελικά αποτελέσματα των υποθέσεων.....	57
Πίνακας 18. Κριτήρια Εισαγωγής Μοντέλου – Υπό - ερωτήσεις & Βιβλιογραφικές Αναφορές.....	73

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

---

Σχήμα 1. Ερευνητικό Μοντέλο και Υποθέσεις*.....	33
---	----





# Κεφάλαιο 1

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Οι ρυθμοί ανάπτυξης της βιομηχανίας τροφίμων σε όλο τον κόσμο έχουν δημιουργήσει ένα πρόσφορο έδαφος για εκατομμύρια καταναλωτές, που είναι πρόθυμοι να χρησιμοποιούν διαδικτυακές εφαρμογές με σκοπό την άμεση παραγγελία και παράδοση τροφίμων. Δεδομένου της υφιστάμενης κατάστασης λόγω της πανδημίας Covid 19, καθώς και ελάχιστων βιβλιογραφικών πηγών και μελετών, η παρούσα διατριβή έχει σκοπό τη διερεύνηση εκείνων των παραγόντων που επηρεάζουν τη συνεχή πρόθεση των καταναλωτών για χρήση των εφαρμογών παράδοσης τροφίμων και την καλύτερη κατανόηση των συμπεριφορών των πελατών στην ποιοτικότερη παροχή τέτοιων υπηρεσιών. Η αναγκαιότητα της εν λόγω έρευνας, έγκειται στο γεγονός πως δεν υπάρχουν παρόμοιες μελέτες που προσπαθούν να κατανοήσουν την συμπεριφορά των καταναλωτών απέναντι σε τεχνολογικά μέσα και εργαλεία, όταν αυτά πρέπει να υιοθετηθούν με ασφαλή και άμεσο τρόπο.

### 1.1. Θεωρητική Προσέγγιση Μελέτης

Οι κινητές συσκευές έχουν υιοθετηθεί ευρέως και η χρήση τους έχει αυξηθεί σημαντικά παγκοσμίως. Σύμφωνα με μια έκθεση της παγκόσμιας ένωσης χρηστών κινητής τηλεφωνίας (Global System for Mobile Communications – GSMA)<sup>1</sup>, οι παγκόσμιοι χρήστες κινητών τηλεφώνων ξεπέρασαν τα 5, 1 δισεκατομμύρια το 2020 (GSMA, 2020). Η χρήση κινητών παραμένει ιδιαίτερα υψηλή και στην Ελλάδα, αφού το 36% του πληθυσμού διαθέτει κάποιο smartphone, ενώ οι χρήστες κινητών αποτελούν το 136% του πληθυσμού<sup>2</sup>. Τέλος το 40% των ελλήνων κατόχων κινητών τηλεφώνων έχει πρόσβαση στο internet μέσω της συσκευής τους.

Επιπρόσθετα, πολλές και ποικίλες υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας αναπτύσσονται και δραστηριοποιούνται σε διάφορους τομείς. Οι διαδικτυακές εφαρμογές παραγγελίας και διανομής τροφίμων (FDAs), έχουν αποκτήσει πρόσφατα αυξημένα ποσοστά χρήσης και δημοτικότητας προσφέροντας αμίδρομα οφέλη για τις επιχειρήσεις τροφοδοσίας

---

<sup>1</sup> Η ένωση GSM Association (αλλιώς και GSMA ή Global System for Mobile Communications), αποτελεί έναν βιομηχανικό οργανισμό που αντιπροσωπεύει παγκοσμίως σε ποσοστά, ενδιαφέροντα και ζητήματα των χρηστών κινητής τηλεφωνίας.

<sup>2</sup> [Η χρήση των social media από το κινητό στην Ελλάδα \(wedia.gr\)](http://www.wedia.gr)

και τους πελάτες, παρέχοντας εύκολη και αποτελεσματική online παραγγελία και offline υπηρεσίες παράδοσης. Σύμφωνα με τις εκθέσεις Statista<sup>3</sup> (2020), τα έσοδα παγκοσμίων από τα FDAs έσοδα αυξήθηκαν σε 107,4 δις. \$ σε σχέση με το προηγούμενο έτος και αναμένεται να ξεπεράσουν τα 164,5 δις. \$ μέχρι το 2024.

Εν τω μεταξύ, η νόσος Covid-19 ξέσπασε ως σοβαρή παγκόσμια πανδημία από τα τέλη του 2019, ξεκινώντας από την Κίνα τον Φεβρουάριο του 2020, ενώ στη συνέχεια επεκτάθηκε προοδευτικά παγκοσμίως (Tang et al., 2020). Σύμφωνα με έκθεση του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας (ΠΟΥ), μέχρι τις 21 Απριλίου 2021, υπήρχαν συνολικά 148.999.876 παγκοσμίως επιβεβαιωμένα κρούσματα λοιμώξεων Covid-19 και 3.140.115 θάνατοι (WHO, 2021). Κατά τη διάρκεια της υγειονομικής κρίσης, η χρήση μάσκας από το ευρύ κοινό, η κοινωνική αποστασιοποίηση, η αυτο-απομόνωση και άλλες ενέργειες αυτοπροστασίας προτάθηκαν από τον ΠΟΥ (2020), για την αποφυγή άμεσων και έμμεσων επαφών μεταξύ των ανθρώπων και για τη μείωση του κινδύνου μετάδοσης της νόσου (Aldaco et al., 2020).

Επιπλέον, δεδομένου των περιοριστικών μέτρων από την ελληνική κυβέρνηση κατά την διάρκεια της πανδημίας, καθώς και το κλείσιμο όλων των καταστημάτων εστίασης, ο εν λόγω τομέας υπέστη δραματικές ζημιές. Σύμφωνα με τα στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής (ΕΛΣΤΑΤ, 2020) στο σύνολο των επιχειρήσεων του κλάδου υπηρεσιών εστίασης, ο κύκλος εργασιών το τέταρτο τρίμηνο 2020 ανήλθε σε 716.414.682 ευρώ, σημειώνοντας μείωση 46,0% σε σχέση με το τέταρτο τρίμηνο 2019, όπου είχε ανέλθει σε 1.327.871.623 ευρώ.

Ωστόσο, παρά την αρνητική επίδραση της υγειονομικής κρίσης, που έχει επηρεάσει σημαντικά την προσφορά και τη ζήτηση της βιομηχανίας της εστίασης, βρέθηκαν και άλλοι εναλλακτικοί τρόποι που άλλαξαν τις καταναλωτικές συνήθειες των πολιτών και έδωσαν την δυνατότητα στις επιχειρήσεις να εισέλθουν στον χώρο της παράδοσης φαγητού. Έτσι, επιταχύνθηκε η μετατροπή και των επιχειρήσεων που δεν διέθεταν υπηρεσίες παράδοσης φαγητού, εκτός από την παραδοσιακή υπηρεσία στο κατάστημα, να παρέχουν τις εν λόγω υπηρεσίες, προκειμένου να επιβιώσουν στην κρίσιμη κατάσταση πανδημίας και να διατηρήσουν την βιωσιμότητα τους.

---

<sup>3</sup> Πηγή: [Statista - The Statistics Portal for Market Data, Market Research and Market Studies](#)

Εξίσου σημαντικά είναι και τα ευρήματα της ερευνητικής μελέτης που πραγματοποιήθηκε από το ΙΕΛΚΑ (Ινστιτούτο Έρευνας Λιανεμπορίου Καταναλωτικών Αγαθών) και το Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου (ELTRUN) του Οικονομικού Πανεπιστήμιο Αθηνών (ΟΠΑ) στα τέλη Αυγούστου 2020, σε δείγμα 750 ατόμων<sup>4</sup>. Όπως αναδείχθηκε από τα αποτελέσματα, κατά την περίοδο του lockdown, αυξήθηκαν σημαντικά τα ποσοστά χρήσης του ηλεκτρονικού εμπορίου από τους καταναλωτές, παγιώνοντας την κατάσταση που ήδη προϋπήρχε. Αναφορικά με την αγορά τροφίμων, στην ίδια έρευνα, η ηλεκτρονική υπηρεσία παράδοσης έτοιμου φαγητού παρουσιάζει νέα αύξηση αγγίζοντας το 38%, ποσοστό ιδιαίτερα υψηλό, μολονότι η περίοδος καταγραφής σχετιζόταν κατόπιν της παύσης του lockdown και της σταδιακής χαλάρωσης των μέτρων.

Κατά συνέπεια, οι παράγοντες που παρακινούν τους χρήστες να χρησιμοποιούν σε επαναλαμβανόμενο χρόνο τις εφαρμογές FDAs, υπό το πρίσμα της πανδημίας Covid-19, είναι απαραίτητοι για τους ιθύνοντες λήψης αποφάσεων, να κατανοήσουν τις απαιτήσεις και τις προσδοκίες των πελατών (Yeo et al., 2017). Όσον αφορά την υιοθέτηση των FDAs, οι πελάτες θεωρούν το επίπεδο απόδοσης, ως τον κύριο προσδιοριστή για την χρήση μιας σχετικής υπηρεσίας (Roh & Park, 2019). Επιπλέον, η ευκολία και η ποιότητα των υπηρεσιών, η ευκολία, η κοινωνική επιρροή και η ικανοποίηση, είναι επίσης σημαντικοί παράμετροι πρόθεσης υιοθέτησης των FDAs (Cho et al., 2019; Correa et al., 2019; Roh & Park, 2019). Σύμφωνα με μελέτες που έχουν πραγματοποιηθεί προγενέστερα, οι παράγοντες που συνεκτιμώνται με στόχο την συνεχή χρήση των εφαρμογών FDAs, είναι οι ανωτέρω μαζί με το επίπεδο απόδοσης (Yuan et al., 2016; Alghamdi et al., 2018; Chopdar & Sivakumar, 2019).

Κατά καιρούς έχουν χρησιμοποιηθεί και κατάλληλα μοντέλα για την αξιολόγηση του βαθμού επίδρασης των μεταβλητών και επηρεάζουν την ικανοποίηση των χρηστών. Ο Chong (2013) επέκτεινε το Μοντέλο Επιβεβαίωσης Προσδόκιμου (Expectancy Confirmation Model – ECM) και ο Marinković et al., (2020) τροποποίησε το μοντέλο της Ενοποιημένης Θεωρίας Χρήσης και Αποδοχής του Τεχνολογικού Μοντέλου (Unified Theory of Use and Acceptance of Technology mode – UTAUT), διαπιστώνοντας ότι η μεταβλητή του δείκτη εμπιστοσύνης, έχει επίσης σημαντικό αντίκτυπο στην πρόθεση

---

<sup>4</sup> Πηγή: [1 στους 2 χρήστες διαδικτύου πλέον αγοράζουν συστηματικά online | ΙΕΛΚΑ \(ielka.gr\)](https://www.ielka.gr)

χρήσης των χρηστών. Παράλληλα σύμφωνα με τον Yuan et al. (2016) ο συνδυασμός του ECM με το Μοντέλο Αποδοχής Τεχνολογίας (Technology Acceptance Model – TAM) και το Μοντέλο της Τεχνολογικής Εφαρμογής (Task-Technology Fit – TTF), η πρόθεση συνεχόμενης χρήσης των εν λόγω εφαρμογών καθορίζεται από την αντίληψη της τεχνολογικής εφαρμογής.

Δεδομένου ότι τα ανωτέρω μοντέλα, έχουν διερευνηθεί σε προηγούμενη χρονική περίοδο, απώτερος στόχος της παρούσας εργασίας, είναι να επικεντρωθεί σε παράγοντες που επηρεάζουν τη χρήση των FDAs, ειδικά υπό συνθήκες πανδημίας. Κατά συνέπεια, θα γίνει προσπάθεια να καλυφθούν τυχόν βιβλιογραφικά κενά παραγόντων που καθορίζουν την πρόθεση των χρηστών να χρησιμοποιούν FDAs κατά τη διάρκεια της υγειονομικής κρίσης. Έτσι τα ερευνητικά ευρήματα δύνανται να φανούν χρήσιμα σε εμπλεκόμενους να κατανοήσουν καλύτερα τις αντιλήψεις και τις συμπεριφορές των πελατών για την αποτελεσματική ανάπτυξη επιχειρηματικών στρατηγικών.

## **1.2. Αντικείμενο και Στόχοι Έρευνας**

Η παγκόσμια πανδημία Covid-19 κατέστησε προφανές το κρίσιμο ρόλο που διαδραματίζουν οι πλατφόρμες παράδοσης τροφίμων στη ζωή των σημερινών καταναλωτών, ενώ η ηλεκτρονική διανομή αυτών έγινε ένας από τους κύριους πρωταγωνιστές της λεγόμενης «καραντίνας» του 2020. Συνεπώς οι προκλήσεις της εποχής και ειδικότερα εν καιρώ πανδημίας ανάγκασε τις επιχειρήσεις να αυξήσουν ή σε ορισμένες περιπτώσεις να χτίσουν από το μηδέν την παρουσία τους στο Διαδίκτυο. Σκοπός της παρούσας διατριβής είναι η μέτρηση της ποιότητας των υπηρεσιών μεταφοράς και παράδοσης τροφίμων ως ασφαλέστερη εναλλακτική λύση. Η χρήση των διαδικτυακών εφαρμογών παραγγελίας και διανομής φαγητού (FDAs) πιστεύεται ότι είναι πολλές φορές περισσότερο προσανατολισμένη στον καταναλωτή και συνεπώς πιο χρήσιμη σε σχέση με την παραδοσιακή μορφή της. Στόχος της παρούσας ερευνητικής προσπάθειας είναι η εξέταση των στάσεων και των αντιλήψεων των καταναλωτών για την αξιολόγηση της απόδοσης των FDAs. Οι επιμέρους στόχοι που προκύπτουν είναι οι εξής:

1. Να εκτιμηθούν οι στάσεις των καταναλωτών για την αξιολόγηση της απόδοσης των FDAs,

2. Να αναδειχτούν οι αντιλήψεις των καταναλωτών σχετικά με την αξιολόγηση των FDAs,
3. Να εξεταστεί η σχέση των μεταβλητών του προσδόκιμου της απόδοσης με την πρόθεση των καταναλωτών στην χρήση των εν λόγω εφαρμογών,
4. Να προσδιοριστούν παράμετροι που σχετίζονται με την εμπιστοσύνη, ικανοποίηση, κοινωνική επιρροή και αντιληπτή χρήση της τεχνολογίας των καταναλωτών σε σχέση με τις FDAs.

Ως εκ τούτου, στην παρούσα διατριβή επιχειρείται να δημιουργηθεί ένα ολοκληρωμένο μοντέλο που ενσωματώνει μεταβλητές από τα προαναφερθέντα πρότυπα ECM, UTAUT και TTF, συνεκτιμώντας μεταβλητές που σχετίζονται με τα επίπεδα απόδοσης, το προσδόκιμο προσπάθειας, την κοινωνική επιρροή, την εμπιστοσύνη, την αντίληψη της τεχνολογικής εφαρμογής, την επιβεβαίωση, την ικανοποίηση και την μελλοντική χρήση, προκειμένου να διερευνηθούν οι προθέσεις των καταναλωτών απέναντι στις υπό εξέταση εφαρμογές.

### **1.3. Δομή και Περιεχόμενα Εργασίας**

Εξαιρώντας το παρόν πρώτο κεφάλαιο, το οποίο και αποτελεί την εισαγωγική περιγραφή της παρούσας διπλωματικής διατριβής και στο οποίο αποτυπώνονται οι στόχοι, και το αντικείμενο της, ακολουθεί το δεύτερο κεφάλαιο που αφορά την σύντομη βιβλιογραφική ανασκόπηση για τις εφαρμογές παραγγελίας και διανομής φαγητού (FDAs). Επίσης πραγματοποιείται μια περιγραφή του εννοιολογικού πλαισίου και εν συνεχεία αναλύονται τα μοντέλα που αναφέρθηκαν παραπάνω στην διαμόρφωση των τελικών μεταβλητών. Στη συνέχεια, παρουσιάζονται και αναλύονται οι καθοριστικοί παράγοντες ικανοποίησης των πελατών από την χρήση των FDAs. Στο επόμενο τρίτο κεφάλαιο παρουσιάζονται και περιγράφεται με αναλυτικό τρόπο η μεθοδολογία της πρωτογενούς έρευνας, το δομημένο ερωτηματολόγιο που δημιουργήθηκε για το σκοπό αυτό, καθώς και τα ερευνητικά ερωτήματα.

Στο τέταρτο κεφάλαιο της παρούσας εργασίας αποτυπώνονται τα ευρήματα που προέκυψαν από τις αναλύσεις του ερωτηματολογίου, μετά από την συλλογή και κατάλληλη επεξεργασία των δεδομένων. Ειδικότερα, αρχικά θα αναφερθούν τα αποτελέσματα από την περιγραφική ανάλυση των μεταβλητών και των ερωτήσεων που

διατυπώθηκαν, ενώ η έρευνα θα εστιάσει στα αποτελέσματα των μεθόδων που χρησιμοποιήθηκαν για την στατιστική ανάλυση των μεταβλητών (συσχετίσεις, γραμμική παλινδρόμηση, t-test). Στο πέμπτο κεφάλαιο της εργασίας πραγματοποιείται η αποτύπωση των τελικών συμπερασμάτων από την ανάλυση της έρευνας και συνεκτιμώντας τις αρχικές υποθέσεις, θα παρουσιαστούν οι προτάσεις για περαιτέρω έρευνα.

## **Κεφάλαιο 2**

# **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ**

### **2.1. Διαδικτυακή Αγορά Αγαθών και Υπηρεσιών**

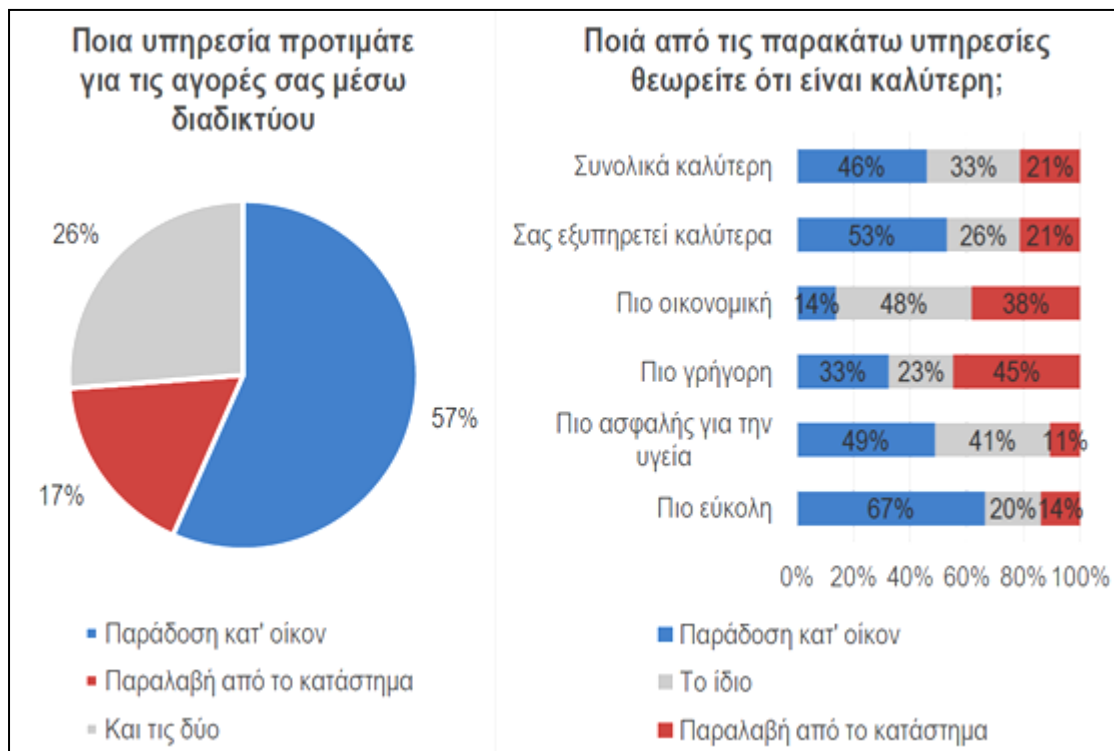
Η χρήση του Διαδικτύου στις πωλήσεις και αγορές αγαθών και υπηρεσιών έχει καταγράψει σημαντική και ετερογενή διάχυση μεταξύ ποικίλων προϊόντων, χωρών και διαφορετικών οικονομικών τομέων. Η αύξηση της χρήσης του Διαδικτύου ως πλατφόρμας που διευκολύνει την ανταλλαγή αγαθών και υπηρεσιών διευκολύνεται από τον αυξανόμενο αριθμό ιστότοπων ηλεκτρονικού εμπορίου, εφαρμογών κινητού εμπορίου (m-commerce), συστημάτων άμεσων πληρωμών και συστημάτων κινητών πληρωμών. Η λεγόμενη online to offline (O2O) διαδικασία, αναφέρεται σε μια μορφή ηλεκτρονικής υπηρεσίας παράδοσης τροφίμων, όπου οι καταναλωτές βλέπουν και ενδιαφέρονται για ένα προϊόν σε άμεση σύνδεση (online) και προχωρούν για να ολοκληρώσουν τις συναλλαγές εκτός σύνδεσης (offline). Η ηλεκτρονική παράδοση τροφίμων και εν λόγω πλατφόρμες που έχουν δημιουργηθεί για το σκοπό αυτό, αποτελούν συστήματα που έχουν επηρεαστεί σημαντικά από το ηλεκτρονικό εμπόριο και τη χρήση του Διαδικτύου για τη διεξαγωγή ηλεκτρονικών συναλλαγών. Σε όλο τον κόσμο, η άνοδος και η χρήση εφαρμογών και πλατφορμών παράδοσης τροφίμων, έχουν ξεσηκώσει τον τρόπο με τον οποίο αλληλεπιδρούν οι προμηθευτές τροφίμων και οι καταναλωτές. Οι εφαρμογές παράδοσης φαγητού (FDAs) αναφέρονται σε μια υπηρεσία κινητής τηλεφωνίας online-to-offline, η οποία αποτελεί το μέσο επαφής μεταξύ μιας άμεσης και αποτελεσματικής online παραγγελίας και μιας offline παράδοσης αγαθών και υπηρεσιών. Η χρήση και τα έσοδα που παράγονται από τα FDAs παρουσιάζουν αυξανόμενη τάση τα τελευταία χρόνια. Τα παγκόσμια έσοδα του FDA το 2018 ήταν 95,4 δισεκατομμύρια δολάρια και αυξήθηκαν σε 107, 4 δισεκατομμύρια δολάρια το 2019. Τα έσοδα αναμένεται να αυξηθούν στα 164, 5 δισεκατομμύρια δολάρια μέχρι το έτος 2024. Με την έναρξη της ανόδου και εξάπλωσης του κορονοϊού (Covid-19), τα προηγούμενα ποσά αναμένεται να αυξηθούν περισσότερο, δεδομένου των περιοριστικών μέτρων και των συνθηκών που επικράτησαν στις περισσότερες χώρες του κόσμου.



Έτσι κατά την διάρκεια της υγειονομικής κρίσης, υπήρξε αύξηση των διαδικτυακών συναλλαγών και της χρήσης των FDAs ως αποτέλεσμα των μέτρων που υιοθετούν τη χρήση συναλλαγών χωρίς μετρητά για την αγορά αγαθών και υπηρεσιών και για την αποφυγή άμεσης επαφής μεταξύ ανθρώπων. Η αύξηση της υιοθέτησης μεθόδων πληρωμής χωρίς μετρητά, οδήγησε στη δημιουργία πρόσθετων FDAs. Επιπρόσθετα, οι εν λόγω εφαρμογές ενισχύθηκαν επίσης, εκτός από τις μεθόδους πληρωμής με μετρητά, οι οποίες ήταν ήδη γνωστές μεταξύ των ετών 2016 και 2018, προς την πληρωμή μέσω κινητού τηλεφώνου, των λεγόμενων ψηφιακών πορτοφολιών και τις πληρωμές με κάρτες που κυριαρχούν εν μέσω της πανδημίας.

Είναι φυσικό και επακόλουθο πως η Ελλάδα δεν έμεινε αμέτοχη σε αυτές τις υπηρεσίες. Η παραγγελία φαγητού είναι η τρίτη (3<sup>η</sup>) δημοφιλέστερη υπηρεσία στην Ελλάδα (ELTRUN, 2020). Το online delivery φαγητού είναι μια πολύ δημοφιλής και αναπτυσσόμενη υπηρεσία στην Ελλάδα. Η εν λόγω έρευνα που πραγματοποιήθηκε από το Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου (ELTRUN) του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, έδειξε πως οι προτιμήσεις των ελλήνων καταναλωτών σε υπηρεσίες delivery και στην χρήση FDAs αγγίζουν το ποσοστό του 43% περίπου. Στην ίδια έρευνα, αναφέρεται πως οι Έλληνες ξοδεύουν ετησίως 1,5 δισεκατομμύριο ευρώ στην παραγγελία φαγητού είτε μέσω τηλεφώνου, είτε ηλεκτρονικά. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την εμφάνιση ολοένα και περισσότερων ηλεκτρονικών ιστοσελίδων και εφαρμογών, που κάνουν το online delivery πιο εύκολο από ποτέ (e-food, BOX, Wolt, κ.α). Οπότε είναι σαφές πως έχοντας δημιουργηθεί το πλαίσιο θεμελίωσης των FDAs, το βασικό ερώτημα σε σχέση με την παραγγελία φαγητού είναι αν είναι προτιμότερο να πραγματοποιείται τηλεφωνικά από τον καταναλωτή ή διαδικτυακά από μια πλατφόρμα εφαρμογής, κατασκευασμένη ειδικά για το σκοπό αυτό. Όπως η ανωτέρω έρευνα κατέδειξε από τα συνολικά έσοδα οι 500 χιλ. ευρώ προέρχονται από την ηλεκτρονική παραγγελία φαγητού, ενώ το υπόλοιπο από το 1,5 δισ. ευρώ, προέρχεται από τηλεφωνικές παραγγελίες (ELTRUN, 2020). Όμως όπως οι συγγραφείς (ELTRUN, 2020), αναφέρουν και υποστηρίζουν, το γεγονός αυτό δεν σημαίνει ότι τα ποσοστά των τηλεφωνικών παραγγελιών φαγητού δεν έχουν παρουσιάσει ποσοστά μείωσης.

Χαρακτηριστικά, δεδομένου ότι οι νέες γενιές χρησιμοποιούν καθημερινά τα κινητά τηλέφωνα και το πλήθος εφαρμογών που αυτά διαθέτουν, έχουν ήδη επιλέξει τον τρόπο παραγγελίας, που αυτός δεν είναι άλλος από τον διαδικτυακό. Ενδεικτικά, στην Εικόνα 1, αναφέρονται τα ποσοστά που δείχνουν, ότι οι τηλεφωνικές παραγγελίες καταγράφουν συνεχόμενη πτώση μέσα σε μια δεκαετία (στο 42% το 2020, από το 92% το 2011).



Εικόνα 1. Αποτελέσματα έρευνας για παραλαβή φαγητού από κατάστημα vs παράδοση κατ' οίκον<sup>5</sup>

Τα παραπάνω ευρήματα, αναδεικνύουν προβληματισμούς για πολλές επιχειρήσεις, αφού το online delivery και οι εφαρμογές παράδοσης φαγητού (food delivery apps – FDAs), έχουν αλλάξει τα δεδομένα των εποχών. Επίσης τα παραπάνω αποτελέσματα δείχνουν ότι η μετά-Covid-19 lock - down εποχή, χαρακτηρίζεται από υψηλότερη διείσδυση των διαδικτυακών αγορών, αλλά και των επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στον μετασχηματισμό αυτό για τις ανάγκες που δημιουργήθηκαν και δεδομένου του συνόλου των περιοριστικών μέτρων που παγιώθηκαν και συνεχίζουν και υφίστανται. Παράλληλα, η ήδη ώριμη αγορά της ηλεκτρονικής παραγγελίας έτοιμου φαγητού συνεχίζει να αναπτύσσεται με υψηλούς ρυθμούς.

## 2.2. Εφαρμογές Παραγγελίας και Διανομής Φαγητού (FDAs)

Στη διεθνή βιβλιογραφία μια σειρά μελετών επιχείρησε να διερευνήσει το θέμα της αξιολόγησης των εν λόγω διαδικτυακών εφαρμογών, καταδεικνύοντας τη σπουδαιότητά τους. Οι εφαρμογές υπηρεσιών παράδοσης φαγητού, ως αναδυόμενη τεχνολογία, παρέχει ένα κανάλι μεταξύ των επιχειρήσεων τροφοδοσίας και των πελατών, ενσωματώνοντας όλες εκείνες τις υπηρεσίες για γρήγορο και ασφαλή τρόπο παράδοσης αγαθών (Ray et al., 2019). Πολλές από αυτές τις διαδικτυακές εφαρμογές, είναι δημοφιλείς και έχουν υιοθετηθεί ευρέως τόσο σε διεθνές όσο και σε εγχώριο επίπεδο (Roh and Park, 2019). Επιπλέον, προκειμένου να προσαρμοστεί και να ξεπεραστεί η κατάσταση πανδημίας Covid-19, η διαδικασία παράδοσης χωρίς επαφή εφαρμόζεται ήδη και στην Ελλάδα, η οποία παραδίδει εκτός από φαγητό και τρόφιμα ή αγαθά στις πύλες των πελατών χωρίς άμεση επαφή.

Αυτές οι πρόσθετες υπηρεσίες δημιουργούν οφέλη πολλαπλών κατευθύνσεων για την αποτελεσματική διατήρηση της κοινωνικής αποστασιοποίησης κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19, εμπλουτίζοντας το εύρος υπηρεσιών και μειώνοντας το χωροχρονικό διάστημα των διαδικασιών πωλήσεων και κατανάλωσης (Liu and Wang, 2016). Ως εκ τούτου, η ποιότητα των υπηρεσιών αυτών, επηρεάζει σημαντικά τις αντιλήψεις των χρηστών. Αρκετές προηγούμενες μελέτες, έχουν επικεντρωθεί σε διάφορους παράγοντες που επηρεάζουν τις προθέσεις των χρηστών να υιοθετήσουν τέτοιες τεχνολογικές τάσεις. Ο Yeo et al. (2017) τόνισε τη χρησιμότητα και τα ποικίλα αντιληπτά κίνητρα ευκολίας ως σημαντικά επηρεάζοντας τις συμπεριφορικές προθέσεις του πελάτη να υιοθετήσει υπηρεσίες ηλεκτρονικής παράδοσης φαγητού. Επιπλέον, οι Roh και Park (2019) διαπίστωσαν ότι η χρησιμότητα, και η συμβατότητα, είναι σημαντικοί καθοριστικοί παράγοντες στην πρόθεση της υιοθέτησης υπηρεσιών παράδοσης τροφίμων μέσω του Διαδικτύου. Ο He et. al. (2018) έδειξε ότι η ικανοποίηση συνδέεται με την ποιότητα των τροφίμων και την αποτελεσματικότητα των υπηρεσιών, η οποία επηρεάζει σημαντικά την υιοθέτηση υπηρεσιών παράδοσης τροφίμων μέσω Διαδικτύου. Επιπρόσθετα ο Elvandari et. al. (2018) διαπίστωσε ότι η συμμόρφωση των παραγγελιών, η ποιότητα της παράδοσης, η ποιότητα των τροφίμων

---

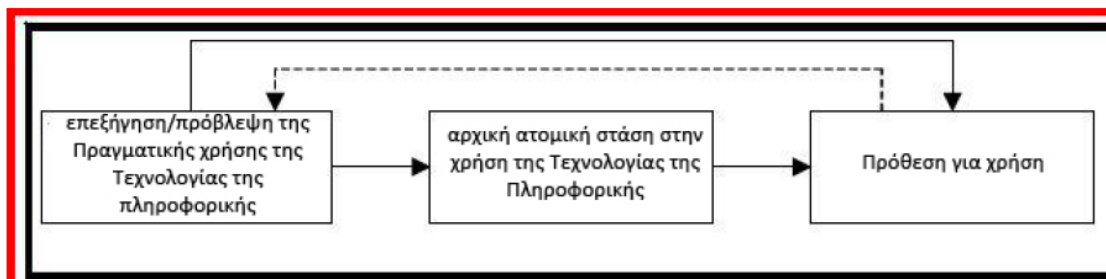
<sup>5</sup> Πηγή: [Παγιώνονται οι online αγοραστικές συνήθειες των καταναλωτών | IELKA \(ielka.gr\)](#)

και το κόστος είναι τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά που επηρεάζουν την πρόθεση χρήσης υπηρεσιών ηλεκτρονικής παράδοσης φαγητού. Επιπλέον, ο Ray et. al. (2019) εφάρμοσε τη θεωρία χρήσεων και ικανοποιήσεων και επικύρωσε ότι η εμπειρία των πελατών, η ευκολία χρήσης και το τεχνολογικό χαρακτηριστικό είχαν σημαντικές επιπτώσεις στη συμπεριφορική πρόθεση χρήσης των εν λόγω εφαρμογών. Ομοίως, ο Cho et al. (2019) συσχέτισε τις πολυδιάστατες αντιληπτικές αξίες με τη στάση να διερευνηθεί η πρόθεση χρήσης των εφαρμογών.

Ως εκ τούτου, σύμφωνα με προηγούμενες σχετικές έρευνες και τα χαρακτηριστικά των εφαρμογών παράδοσης τροφίμων, που σχετίζονται με την τρέχουσα κατάσταση της επιδημίας Covid-19, η μελέτη αυτή επικεντρώνεται σε τεχνολογικούς και ψυχικούς παράγοντες που επηρεάζουν τις προθέσεις χρήσης των πελατών, ενσωματώνοντας και λοιπές μεταβλητές, συμπεριλαμβανομένου του προσδόκιμου απόδοσης (Mun et al., 2017; Yeo et al., 2017; Roh και Park, 2019), του προσδόκιμου προσπάθειας (Ray et al., 2019), της κοινωνικής επιρροής (Roh and Park, 2019), του βαθμού ικανοποίησης (He et al., 2018) και του βαθμού επιβεβαίωσης (Yeo et al., 2017).

### **2.3. Εννοιολογικός Προσδιορισμός Θεωρητικών Μοντέλων**

Βιβλιογραφικά υπάρχουν αρκετά μοντέλα που περιγράφουν και επεξηγούν τον τρόπο με τον οποίο ένας χρήστης δύναται να αποδεχτεί μια νέα τεχνολογία. Τα μοντέλα αυτά είναι υπεύθυνα να μετρούν την πρόθεση χρήσης τεχνολογίας του εκάστοτε ατόμου, ενώ χρησιμοποιούν τους λεγόμενους ψυχολογικούς, κοινωνιολογικούς και λοιπούς παράγοντες εξηγώντας σε ποσοστό πάνω από 45% την διαφορά του βαθμού επίδρασης των μεταβλητών που επηρεάζουν την ικανοποίηση των χρηστών (Γεωργαλάς, 2009). Ανάμεσα στα μοντέλα αυτά είναι το Theory of Reasoned Action (TRA), Technology Acceptance Model (TAM), Motivational Model (MM), Theory of Planned Behavior (TPB), Task-technology fit model (TTF), Innovation Diffusion Theory (IDT), Social Cognitive Theory (SCT), Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) and Mobile Commerce Model (MC). Τα παραπάνω μοντέλα βασίζονται σε τρία (3) στάδια, όπως περιγράφονται από την Εικόνα 2.



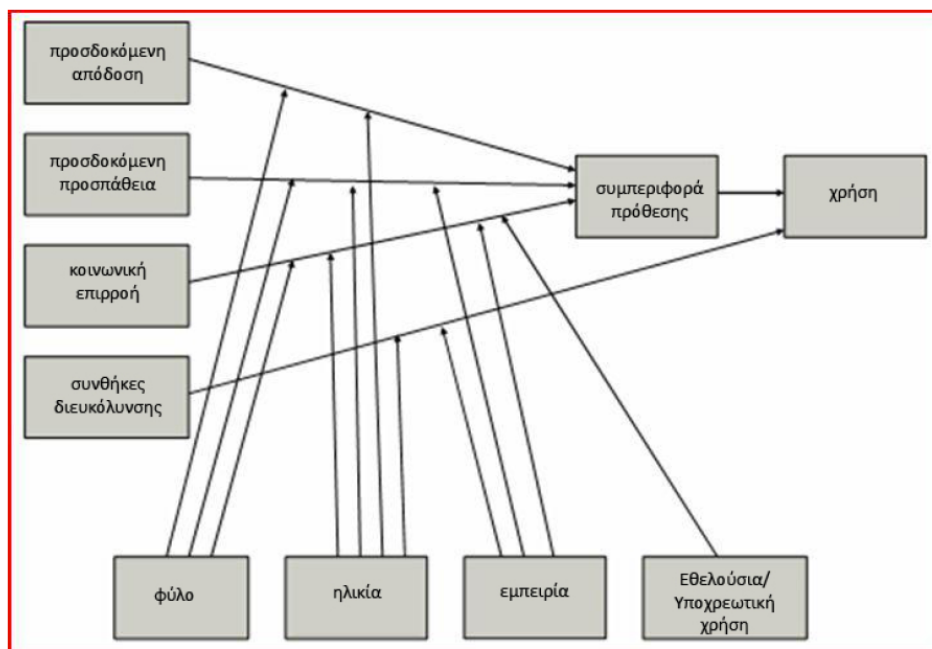
Εικόνα 2. Αρχές ανάπτυξης των θεωρητικών μοντέλων αποδοχής της τεχνολογίας<sup>6</sup>

Η γνώση των προαναφερθέντων μοντέλων παρέχει τη δυνατότητα επιλογής συγκεκριμένων μοντέλων ή και μεταβλητών των επιμέρους μοντέλων, αγνοώντας τις υπόλοιπες μεταβλητές γεγονός χρήσιμο για την σύνταξη ενός νέου μοντέλου (Γεωργαλάς, 2009). Σκόπιμο λοιπόν είναι, δεδομένου ότι στην παρούσα εργασία πραγματοποιούνται αναφορές σε τρία (3) θεωρητικά μοντέλα για την συλλογή των απαραίτητων παραμέτρων που επηρεάζουν τη χρήση των FDAs, να γίνει μια σύντομη επισκόπηση σε αυτά.

### 2.3.1. Ενοποιημένη Θεωρία Χρήσης και Αποδοχής της Τεχνολογίας (UTAUT)

Το Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), ως αντανάκλαση της θεωρίας της κοινωνικής γνώσης, είναι μια επέκταση του μοντέλου αποδοχής τεχνολογίας που αναπτύχθηκε από τους Venkatesh et al. (2003) για την πρόβλεψη της συμπεριφοράς των χρηστών να χρησιμοποιούν συστήματα νέας τεχνολογίας. Συγκεκριμένα, το μοντέλο UTAUT έχει μετασχηματιστεί βάσει μεταβλητών και έχει εφαρμοστεί ευρέως στην υιοθέτηση της κινητής τεχνολογίας. Για παράδειγμα, οι Khalilzadeh et al., (2017) τροποποίησαν το ανωτέρω μοντέλο για να επαληθεύσουν αν η εμπιστοσύνη συνδέεται με την ασφάλεια και τον κίνδυνο και επηρεάζει σημαντικά τις προθέσεις των πελατών να χρησιμοποιούν online πληρωμές μέσω κινητών τηλεφώνων. Επίσης ο Min et al., (2008) συνδύασε το μοντέλο με την παράμετρο της ικανοποίησης για την ανάλυση της υιοθέτησης του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Κίνα. Επιπλέον, το μοντέλο UTAUT έχει επίσης ενσωματωθεί με άλλα προκειμένου να διερευνηθεί η τεχνολογία των κινητών συσκευών (Zhou et al., 2010).

<sup>6</sup>Πηγή: (Γεωργαλάς, 2009)



**Εικόνα 3.9.** Ενοποιημένη Θεωρία Αποδοχής και Χρήσης της Τεχνολογίας - **Εικόνα 3. Τα χαρακτηριστικά του Μοντέλου UTAUT<sup>7</sup>**  
 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

Η Ενοποιημένη Θεωρία Αποδοχής και Χρήσης της Τεχνολογίας (UTAUT), όπως διαφαίνεται από την Εικόνα 3, αποτελείται από τέσσερις (4) άμεσες μεταβλητές καθορισμού της πρόθεσης το χρήστη και είναι οι α) προσδοκώμενη απόδοση, β) προσδοκώμενη προσπάθεια, γ) κοινωνική επιρροή και δ) συνθήκες διευκόλυνσης. Επιπρόσθετα, συνεκτιμώνται κι τέσσερις μεταβλητές ελέγχου που είναι το φύλο, η ηλικία, η εμπειρία και η υποχρεωτική/εθελούσια χρήση. Σε πολλές έρευνες παρατηρείται ο συνδυασμός μοντέλων προκειμένου την εξαγωγή συμπερασμάτων της πρόθεσης των χρηστών. Έτσι σύμφωνα με τους Oliveira et al., (2014) η ενσωμάτωση του UTAUT σε συνδυασμό με το μοντέλο Task-Technology Fit (TTF) και του μοντέλου εμπιστοσύνης (ITM), ανέδειξαν η εμπιστοσύνη, το προσδόκιμο απόδοσης, τα χαρακτηριστικά τεχνολογίας και η αντίληψη της τεχνολογικής εφαρμογής, είναι σημαντικοί παράγοντες πρόβλεψης για τη διατύπωση της πρόθεσης των χρηστών να υιοθετήσουν την διαδικασία τραπεζικών συναλλαγών μέσω κινητού (mobile banking). Επιπλέον, αρκετές μελέτες εφάρμοσαν το UTAUT για να διερευνήσουν την πρόθεση συνέχισης χρήσης της τεχνολογίας των κινητών από τους χρήστες (Chopdar and Sivakumar, 2019; Marinkonić et al., 2020). Ως εκ τούτου, το UTAUT ως μοντέλο υιοθέτησης προηγμένης τεχνολογίας μπορεί να εφαρμοστεί

<sup>7</sup>Πηγή: (Γεωργαλάς, 2009)

συνδέοντας πρόσθετες μεταβλητές ή ενσωματώνοντας και άλλες από λοιπά μοντέλα για να εξηγήσει τους παράγοντες που καθορίζουν την πρόθεση συνέχισης των χρηστών να χρησιμοποιούν τα FDAs κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19 με αποτελεσματικό και αποδοτικό τρόπο.

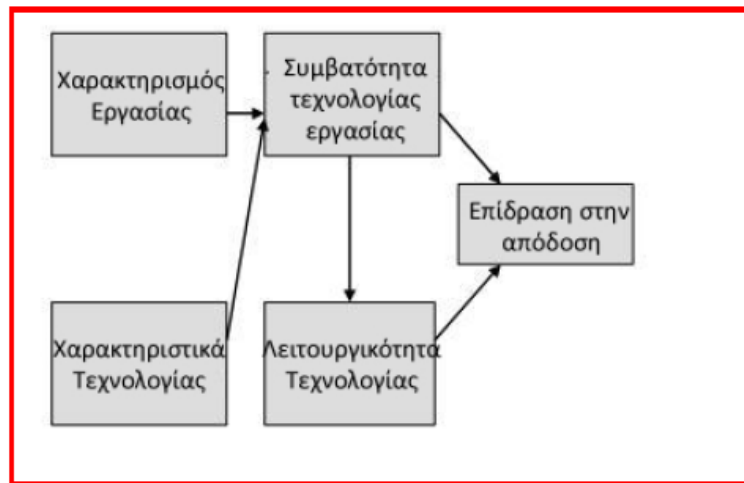
### **2.3.2. Μοντέλο Επιβεβαίωσης Προσδόκιμου (ECM)**

Το Expectancy Confirmation Model (ECM) προτάθηκε από τον Bhattacharjee (2001) και έχει τις ρίζες του στο θεωρητικό μοντέλο προσδοκίας – επιβεβαίωσης (expectation–confirmation theory – ECT) (Oliver, 1980). Αποτελείται από τρεις διαστάσεις, συμπεριλαμβανομένου του προσδόκιμου απόδοσης, της επιβεβαίωσης και της ικανοποίησης για την αξιολόγηση της πρόθεσης χρήσης των πληροφοριακών συστημάτων. Η ECM έχει εφαρμοστεί ευρέως σε διάφορες τεχνολογικές εφαρμογές των κινητών. Για παράδειγμα οι Hung et al., (2012) τροποποίησαν το ανωτέρω μοντέλο συνυπολογίζοντας τον παράγοντα της εμπιστοσύνης και απέδειξε ότι η ικανοποίηση και η εμπιστοσύνη των καταναλωτών είχαν σημαντικό αντίκτυπο στην πρόθεση χρήσης αγορών μέσω κινητών συσκευών. Ο Chong (2013) επέκτεινε το ECM με παραμέτρους όπως την αντιληπτή ευκολία χρήσης, την αντιληπτή απόλαυση, την εμπιστοσύνη και το αντιληπτό κόστος για να αναλύσει την ικανοποίηση των κινέζων καταναλωτών και τις προθέσεις χρήσης του σε εφαρμογές m-commerce.

Επιπλέον, το μοντέλο ECM μπορεί επίσης να ενσωματωθεί με άλλα μοντέλα για να διερευνήσει την πρόθεση χρήσης μιας τεχνολογίας. Όπως, η ενσωμάτωση ECM με το μοντέλο TAM εξηγεί τις προθέσεις χρήσης των καταναλωτών για διάφορες τεχνολογίες ηλεκτρονικών αγορών (m-shopping) (Shang and Wu, 2017) και ολοκληρωμένα συστήματα μάθησης (m-learning) (Alshurideh et al., 2020). Ομοίως, η έρευνα των Yuan et al. (2016) εξηγεί τις σημαντικές επιπτώσεις της ικανοποίησης, της αντίληψης της τεχνολογικής εφαρμογής και της προσαρμογής και των ενδεχόμενων κινδύνων στις προθέσεις χρήσης των καταναλωτών.

### 2.3.3. Μοντέλο συμβατότητας Τεχνολογίας-Εργασίας (TTF)

Το μοντέλο Task-Technology Fit προτάθηκε από τους Goodhue και Thompson (1995) για να βοηθήσει στον βαθμό επίδρασης στην εκτέλεση μεμονωμένων καθημερινών εργασιών αξιοποιώντας τεχνολογικά μέσα. Αναφορικά με τις πτυχές υιοθέτησης της τεχνολογίας, τα χαρακτηριστικά και οι λειτουργίες της, καθορίζουν την απόδοση των επιμέρους εργασιών και πληρούν τις ατομικές απαιτήσεις (Goodhue and Thompson, 1995). Συγκεκριμένα, στην παρούσα μελέτη, η πρόθεση συνεχούς χρήσης FDAs από τους καταναλωτές κατά τη διάρκεια της περιόδου της υγειονομικής κρίσης, καθορίζεται από τα χαρακτηριστικά των εν λόγω εφαρμογών (γρήγορες, άμεσες και ανέπαφες υπηρεσίες με στόχο την παραγγελία και διάθεση φαγητού), οι οποίες ταιριάζουν στις απαιτήσεις των χρηστών και διατηρούν την κοινωνική αποστασιοποίηση της ζήτησης υπό την πανδημική κατάσταση.



Εικόνα 4. Μεταβλητές του Μοντέλου συμβατότητας Τεχνολογίας-Εργασίας (TTF)<sup>8</sup>

Στην Εικόνα 4, αποτυπώνεται διαγραμματικά το μοντέλο TTF. Βασικός στόχος του μοντέλου είναι η συσχέτιση των δυνατοτήτων που παρέχει η τεχνολογία με τις απαιτήσεις της συγκεκριμένης εργασίας ή αλλιώς η εξακρίβωση της συμβατότητας της τεχνολογίας με την εργασία με καθοριστικούς παράγοντες τον χαρακτηρισμός της σχετικής εργασίας (job relevance) και τη ποιότητα απόδοσης (output quality)

<sup>8</sup> Πηγή: (Γεωργαλάς, 2009)



(Γεωργαλάς, 2009). Επιπλέον, το παραπάνω μοντέλο έχει εφαρμοστεί από διάφορες προηγούμενες μελέτες για την ανάλυση των συμπεριφορικών προθέσεων των χρηστών να υιοθετήσουν την τεχνολογία των κινητών συσκευών σε διαφορετικά πλαίσια, όπως το ηλεκτρονικό εμπόριο στον ασφαλιστικό κλάδο (Lee et al., 2007) και τα πληροφοριακά συστήματα (Junglas et al., 2008). Επιπλέον, το μοντέλο έχει επίσης ενσωματωθεί με άλλα μοντέλα για να εξηγήσει καλύτερα την υιοθέτηση της τεχνολογίας, όπως για παράδειγμα, σε συνδυασμό με το UTAUT για την ανάλυση του m – banking (Zhou et al., 2010).

#### **2.3.4. Συζήτηση Θεωρητικών Πλαισίων**

Σύμφωνα με τις προηγούμενες περιγραφές, το μοντέλο UTAUT επικεντρώνεται στην πρόβλεψη της αρχικής υιοθέτησης μιας νέας τεχνολογίας πληροφοριών από τις τεχνολογικές προσδοκίες των χρηστών και όχι από τις διανοητικές προσδοκίες, οι οποίες εξηγούν ασθενώς τις διανοητικές αντιλήψεις των χρηστών που καθορίζουν την πρόθεση συνεχούς χρήσης (Venkatesh et al., 2011). Συνεπώς, με βάση την βιβλιογραφική ανασκόπηση των προηγούμενων μελετών που σχετίζονται με τη συνεχή χρήση της τεχνολογίας των πληροφοριών, ο Πίνακας 1, αποτυπώνει τις πλέον πιο σχετικές με το αντικείμενο της παρούσας διπλωματικής έρευνας ενσωματώνοντας μεταβλητές εμπιστοσύνης, επιβεβαίωσης και ικανοποίησης ως νοητικές αντιλήψεις σε σχέση με τις τεχνολογικές αντιλήψεις για την ανάλυση της πρόθεσης των χρηστών να χρησιμοποιούν FDAs κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19. Συγκεκριμένα, ο βαθμός εμπιστοσύνης θεωρείται ως η γενική πεποίθηση των χρηστών για την χρήση τεχνολογίας, η οποία μετράται έναντι της αντίληψης του κινδύνου και της αβεβαιότητας και αντικατοπτρίζει θετικά την αντίληψη της ασφάλειας κατά την υιοθέτηση νέας τεχνολογίας (Khalilzadeh et al., 2017). Επιπλέον, οι μεταβλητές της επιβεβαίωσης και της ικανοποίησης που χρησιμοποιούνται στο μοντέλο ECM, μπορούν να περιγράψουν αποτελεσματικά τις προσδοκίες των χρηστών σχετικά με τη συνεχή χρήση της τεχνολογίας των πληροφοριών (Yuan et al., 2016; Almazroa & Gulliver, 2018).

Βιβλιογραφικές Μελέτες	Θεωρητικά Μοντέλα Αποδοχής Τεχνολογίας	Μεταβλητές
Hung et al., 2012	ECM	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα</li> <li>• Ικανοποίηση</li> <li>• Επιβεβαίωση</li> </ul>
Yuan et al., 2016	ECM TTF TAM	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Αντίληψη Τεχνολογίας – Προσαρμοστικότητα</li> <li>• Αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης</li> <li>• Επιβεβαίωση</li> <li>• Αντίληψη κινδύνου</li> <li>• Ικανοποίηση</li> </ul>
Alghamdi et al., 2018	UTT ECM	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Προσδοκώμενη απόδοση</li> <li>• Προσδοκώμενη προσπάθεια</li> <li>• Κοινωνική επιρροή</li> <li>• Διευκόλυνση συνθηκών</li> <li>• Ικανοποίηση</li> <li>• Επιβεβαίωση</li> <li>• Ετοιμότητα τεχνολογίας</li> <li>• Αποφυγή αβεβαιότητας</li> </ul>
Liubana-Cabanillas et al., 2018	UTAUT DOI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ικανοποίηση</li> <li>• Ποιότητα υπηρεσιών</li> <li>• Προσδοκώμενη προσπάθεια</li> <li>• Αντίληψη κινδύνου</li> <li>• Ευκολία</li> <li>• Κοινωνική αξία</li> </ul>
Alshurideh et al., 2020	ECM TAM	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης</li> <li>• Κοινωνική επιρροή</li> <li>• Επιβεβαίωση</li> <li>• Ικανοποίηση</li> <li>• Πρόθεση συνέχισης</li> </ul>
Marinković et al., 2020	UTAUT	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Προσδοκώμενη απόδοση</li> <li>• Προσδοκώμενη προσπάθεια</li> <li>• Κοινωνική επιρροή</li> <li>• Ικανοποίηση</li> <li>• Αντίληψη εμπιστοσύνης</li> <li>• Αντίληψη συμβατότητας</li> <li>• Συμμετοχή πελατών</li> <li>• Επιστημονική αξία</li> <li>• Συγκριτική αξία</li> </ul>
Tam et al., 2020	ECM UTAUT2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Επιβεβαίωση</li> <li>• Ικανοποίηση</li> <li>• Προσδοκώμενη απόδοση</li> <li>• Προσδοκώμενη προσπάθεια</li> <li>• Κοινωνική επιρροή</li> <li>• Διευκόλυνση συνθηκών</li> <li>• Κίνητρο ηδονής</li> <li>• Αξία τιμής</li> <li>• Συνήθεια</li> </ul>
Wang et al., 2020	UTAUT2 TAM	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Προσδοκώμενη απόδοση</li> <li>• Προσδοκώμενη προσπάθεια</li> <li>• Κίνητρο ηδονής</li> <li>• Κοινωνική επιρροή</li> <li>• Στάση</li> </ul>

Πίνακας 1. Βιβλιογραφική Ανασκόπηση Ερευνητικών Μελετών – Πρόθεση Χρήσης Τεχνολογίας

Επιπρόσθετα, σε σύγκριση με το UTAUT, το μοντέλο Task-Technology Fit επικεντρώνεται περισσότερο στις σχέσεις μεταξύ των χαρακτηριστικών εργασίας και χρήσης της τεχνολογίας καθώς και των επιπτώσεων στην απόδοση (Yuan et al., 2016). Ιδιαίτερα, το χαρακτηριστικό της ανέπαφης παράδοσης (zero contact) και ο τρόπος ευκολίας των FDAs, συμβάλλουν σημαντικά στην πρόθεση των χρηστών, που αντιλαμβάνονται τα τεχνολογικά και τα νοητικά οφέλη από τη χρήση FDAs υπό συνθήκες πανδημίας Covid-19. Ως εκ τούτου, τα τρία (3) παραπάνω μοντέλα UTAUT, ECM και το μοντέλο TTF δύνανται να συσχετίζονται μεταξύ τους και να αλληλοσυμπληρώνονται με στόχο την αξιολόγηση εκείνων των παραγόντων που επηρεάζουν την πρόθεση της συνεχούς χρήσης των καταναλωτών για τα FDAs στην διάρκεια της υφιστάμενης νόσου Covid-19.

#### **2.4. Θεμελίωση Ερευνητικών Μεταβλητών και Υποθέσεων**

Με βάση τα ανωτέρω προαναφερθέντα για την παρούσα διπλωματική, θα πραγματοποιηθεί ένας συνδυασμός μεταβλητών από τα μοντέλα UTAUT, TTF και ECM και οι οποίες περιγράφονται αναλυτικά παρακάτω. Αρχικά από το μοντέλο UTAUT θα χρησιμοποιηθούν οι μεταβλητές του προσδόκιμου απόδοσης (PE), του προσδόκιμου απόδοσης (EE), της κοινωνικής επιρροής (SI) και της εμπιστοσύνης (TR).

**Προσδόκιμο Απόδοσης – Performance Expectancy (PE):** Σύμφωνα με την UTAUT, το προσδόκιμο απόδοσης (PE) ορίζεται ως ο βαθμός στον οποίο ο χρήστης πιστεύει ότι η χρήση μιας συγκεκριμένης τεχνολογίας θα διευκολύνει την απόδοσή του σε μια συγκεκριμένη δραστηριότητα (Venkatesh et al., 2003). Το PE είναι ένας σημαντικός προγνωστικός παράγοντας για τον προσδιορισμό της πρόθεσης ενός χρήστη να υιοθετήσει μια νέα τεχνολογία. Συγκεκριμένα όπως διαφαίνεται σε πολλές μελέτες, οι χρήστες αντιλαμβάνονται την υψηλή πρόθεση από την χρήση των FDAs καθώς και την συνεχούς ανάγκης χρήσης τους (Mun et al., 2017; Yeo et al., 2017; Roh και Park, 2019).

Επιπρόσθετα, υπάρχει στατιστικά σημαντική θετική επίδραση στη συνεχή χρήση και άλλων εφαρμογών μέσω κινητών συσκευών, όπως οι εφαρμογές ανταλλαγής άμεσων μηνυμάτων και κοινωνικής δικτύωσης (Lai and Shi, 2015), ηλεκτρονικές συναλλαγές μέσω τραπεζών (Yuan et al., 2016) και εφαρμογές για ηλεκτρονικές αγορές (Chopdar και Sivakumar, 2019). Επιπλέον, η PE έχει επίσης σημαντική επίδραση στην ικανοποίηση

των καταναλωτών, επηρεάζοντας τις προθέσεις τους για συνεχής χρήση κινητών συσκευών (Tam et al., 2018). Όσον αφορά το μοντέλο UTAUT, μελέτες από τους Marinković et al. (2020) και Chong (2013), επαλήθευσαν ότι η PE είναι ένας σημαντικός προγνωστικός παράγοντας που επηρεάζει την πρόθεση και την ικανοποίηση στην αποδοτικότερη χρήση της τεχνολογίας.

**Προσδόκιμο Προσπάθειας – Effort Expectancy (EE):** Το προσδόκιμο προσπάθειας (EE) ως θεμελιώδης μεταβλητή του UTAUT, ορίζεται ως ο βαθμός ευκολίας που συνδέεται με τη χρήση μιας συγκεκριμένης τεχνολογίας από τους χρήστες (Venkatesh et al., 2003). Η EE επηρεάζει θετικά την πρόθεση των χρηστών να χρησιμοποιούν εφαρμογές για κινητά (Kang, 2014, Fang & Fang, 2016) και έχει επίσης αποδειχθεί η θετική επίδραση της και σε εφαρμογές FDAs (Ray et al., 2019).

Συγκεκριμένα, στην παρούσα μελέτη, η EE αναφέρεται στην αντιλαμβανόμενη ευκολία των χρηστών να χρησιμοποιούν FDAs δημιουργώντας υψηλότερες προθέσεις και κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19. Επιπλέον, η EE έχει συνεκτιμηθεί και σε προηγούμενες μελέτες εξηγώντας την χρήση τεχνολογίας μέσω κινητών συσκευών (Venkatesh et al., 2011). Ωστόσο, μερικές μελέτες διαπίστωσαν ότι η EE είναι στατιστικά μη σημαντική σε χρήση τραπεζικών συναλλαγών (Yuan et al., 2016), ή εφαρμογών που σχετίζονται με ηλεκτρονικές αγορές (Chopdar και Sivakumar, 2019). Το γεγονός αυτό οφείλεται στο ότι χρήστες εξοικειώνονται ολοένα και περισσότερο με τις τεχνολογικές τάσεις και η EE δεν καθορίζει πλέον την πρόθεσή τους.

Από την άλλη πλευρά, η EE επικυρώνεται ως σημαντικά έμμεση επίδραση στη χρήση της τεχνολογίας, επηρεάζοντας άλλες μεταβλητές, όπως η PE και η ικανοποίηση (SA) (Yuan et al., 2016). Παρόμοια αποτελέσματα έχουν επαληθευτεί από προηγούμενες έρευνες σε διάφορους τομείς, όπως τα πληροφοριακά συστήματα (Kim & Malhotra, 2005; Shin et al., 2010). Επίσης και σύμφωνα με τους Marinković et al. (2020) εξετάστηκε ένα μοντέλο βασισμένο στο UTAUT και επικύρωσε ότι η EE είχε σημαντικό αντίκτυπο στην ικανοποίηση από την συνεχής χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου. Παρόμοια αποτελέσματα υποστηρίζονται από τους Yeh και Li (2009), Agrebi και Jallais (2015) και Shang και Wu (2017).

**Κοινωνική Επιρροή – Social Influence (SI):** Σύμφωνα με το μοντέλο UTAUT, η κοινωνική επιρροή (SI), ορίζεται ως ο βαθμός που οι χρήστες αποκτούν επιρροή από

τους άλλους (π.χ. οικογένειες, φίλους και συναδέλφους) και προθυμοποιούνται να χρησιμοποιήσουν μια συγκεκριμένη τεχνολογία (Venkatesh et al., 2003). Έτσι η SI καθορίζει σημαντικά την πρόθεση των χρηστών να χρησιμοποιήσουν μια υπηρεσία παράδοσης και διανομής φαγητού (Roh and Park, 2019). Επιπρόσθετα, η ίδια μεταβλητή έχει θετικό αντίκτυπο στους χρήστες που ασχολούνται με ιστότοπους κοινωνικών δικτύων και εφαρμογές γνωριμιών (Lai & Shi, 2015; Zhou & Li, 2014; Chopdar & Sivakumar, 2019). Επιπλέον, η SI όχι μόνο καθορίζει άμεσα την συνεχή πρόθεση των χρηστών, αλλά και διατυπώνει έμμεσα την διάθεση τους να χρησιμοποιούν συνεχώς την τεχνολογία των κινητών συσκευών, επηρεάζοντας την ικανοποίησή τους (Hsiao et al., 2016; Marinković et al., 2020).

**Εμπιστοσύνη – Trust (TR):** Η εμπιστοσύνη (TR) ορίζεται ως μια κατάσταση ατομικής πίστης, όσον αφορά τις προθέσεις και τις μελλοντικές ενέργειες που θα ακολουθήσουν από την κατάλληλη συμπεριφορά ακεραιότητας και ικανότητας των χρηστών απέναντι σε τεχνολογικά μέσα (Gefen, 2000, Grazioli & Jarvenpaa, 2000). Έτσι και στην παρούσα μελέτη, η μεταβλητή TR δύναται να διαμορφώσει σημαντικά την ψυχική προσδοκία των χρηστών να πιστεύουν ότι οι FDAs μπορούν να παρέχουν αξιόπιστες υπηρεσίες (Cho et al., 2019). Σε πολλές έρευνες η εμπιστοσύνη (TR) επικυρώνεται ως μια πρόσθετη μεταβλητή σε μια στατιστική ανάλυση, η οποία αντιπροσωπεύει την προσωπική αντίληψη των χρηστών και αντικατοπτρίζει την ασφάλεια που νιώθουν έναντι της αβεβαιότητας και του κινδύνου (Khalilzadeh et al., 2017; Hung et al., 2012; Zhou et al., 2017; Gao et al., 2015).

Ομοίως σε άλλες μελέτες η εμπιστοσύνη (TR) έχει αποδειχθεί ως στατιστικά σημαντική με θετικό πρόσημο επίδρασης της ικανοποίησης της υιοθέτησης της κινητής τεχνολογίας, όπως η τραπεζικές συναλλαγές (Liébana-Cabanillas et al., 2016), ιστότοποι για κινητά (Zhou et al., 2017) και πλατφόρμες ηλεκτρονικών αγορών (Gefen et al., 2000; Jarvenpaa et al., 2003; Chen & Li, 2017). Επιπλέον, η θετική επίδραση της εμπιστοσύνης δεν είναι μόνο στην πρόθεση συνεχούς χρήσης αλλά και στην ικανοποίηση για την εξήγηση της συμπεριφοράς των χρηστών απέναντι στις τεχνολογικές εξελίξεις (Dlodlo, 2014).

Εν συνεχεία βάσει του μοντέλου TTF, θα περιγραφεί και θα συνεκτιμηθεί η μεταβλητή της αντιλαμβανόμενης τεχνολογικής εφαρμογής (TTF).

**Αντιλαμβανόμενη Τεχνολογική Εφαρμογή – Perceived task-technology fit (TTF):**

Αποτελεί έναν κρίσιμο παράγοντα που συνοψίζεται στο μοντέλο TTF και η οποία επηρεάζει την υιοθέτηση της τεχνολογίας από τους χρήστες. Οι Goodhue και Thompson (1995) ισχυρίστηκαν ότι όσο υψηλότερη είναι η καταλληλότητα μεταξύ της απόδοσης μιας τεχνολογίας και των καθηκόντων και απαιτήσεων των χρηστών, τόσο μεγαλύτερη είναι η πιθανότητα υιοθέτησης της τεχνολογίας. Στην υφιστάμενη υγειονομική κρίση η ανωτέρω μεταβλητή αντιπροσωπεύει τα χαρακτηριστικά και τα πλεονεκτήματα των FDAs, που δημιουργεί τα κατάλληλα κίνητρα στους χρήστες να παραγγείλουν εύκολα αγαθά και υπηρεσίες ή καθημερινά φαγητό οποιαδήποτε στιγμή και σε οποιαδήποτε τοποθεσία. Ως εκ τούτου, η TTF διατυπώνει τον βαθμό των τεχνολογικών και διανοητικών προσδοκιών των χρηστών για τη συνεχή χρήση FDAs κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19. Τα αποτελέσματα της θετικής επίδραση της έχουν διαφανεί σε μελέτες που ασχολούνται με τραπεζικά προϊόντα (Yuan et al., 2016) και πληροφοριακά συστήματα (Larsen et al., 2009), καθώς και σε συστήματα αυτόματης μάθησης και γνώσης (Zhou et al., 2010; Oliveira et al., 2014).

Τέλος από το μοντέλο ECM, θα χρησιμοποιηθούν οι μεταβλητές της επιβεβαίωσης (COF), της ικανοποίησης (SA) και της μελλοντικής χρήσης (CI).

**Επιβεβαίωση - Confirmation (COF):** Η επιβεβαίωση (COF) ορίζεται ως ο βαθμός των αντιλήψεων των χρηστών για ένα σύστημα πληροφοριών να είναι σύμφωνοι με τις προηγούμενες προσδοκίες και τις πραγματικές επιδόσεις τους (Bhattacharjee, 2001). Από την άποψη του μοντέλου ECM, ο Bhattacharjee (2001) έδειξε ότι η COF ως σημαντικός παράγοντας προβλέπει το προσδοκώμενο απόδοσης (PE) και την ικανοποίηση που καθορίζει την πρόθεση του χρήστη να χρησιμοποιήσει το σύστημα πληροφοριών.

Στην παρούσα εργασία η μεταβλητή COF επιβεβαιώνεται ως ο βαθμός επιβεβαίωσης των χρηστών για τις των αρχικές προσδοκίες από την εφαρμογή των FDAs. Οι Lee και Kwon (2011) επικύρωσαν ότι η COF είχε σημαντική θετική επίδραση στην PE και την ικανοποίηση από την πρόθεση των χρηστών να χρησιμοποιούν υπηρεσίες που βασίζονται μέσω διαδικτύου. Παρόμοια αποτελέσματα έχουν επαληθευτεί με την εφαρμογή της ECM σε διάφορα τεχνολογικά συστήματα κινητών συσκευών,

όπως οι εφαρμογές e-banking (Yuan et al., 2016), και τα συστήματα μάθησης μέσω κινητού (Alshurideh et al., 2020).

**Ικανοποίηση - Satisfaction (SA):** Η ικανοποίηση (SA) ορίζεται ως το αποτέλεσμα της επίδρασης, βάσει συναισθημάτων και προσδοκιών από την χρήση και αξιολόγηση καταστάσεων των ατόμων (Oliver 1980). Σύμφωνα με την ECM, οι χρήστες θα ικανοποιηθούν εάν η απόδοση της υπηρεσίας υπερβεί τις προσδοκίες τους, γεγονός που οδηγεί σε θετική δράση για τη συνέχιση της χρήσης των FDAs (Yuan et al., 2016). Για παράδειγμα, οι Gao et al., (2015) διαπίστωσε τη σημαντική επίδραση της ικανοποίησης από την πρόθεση χρήσης των χρηστών με την βοήθεια κινητών συσκευών. Επιπλέον, η ικανοποίηση ως μια επιπλέον μεταβλητή του μοντέλου UTAUT βρέθηκε στατιστικά σημαντική και θετική για τις προθέσεις των χρηστών για τη χρήση της τεχνολογίας των πληροφοριών (Alghamdi et al., 2018).

Παρόμοια ευρήματα υποστηρίζονται και από άλλες μελέτες σχετικά με την πρόθεση χρήσης διαφορετικών τεχνολογιών, όπως το e-banking ( Liébana-Cabanillas et al., 2017; Susanto et al., 2016; Yuan et al., 2016), εφαρμογές για κινητά (Hsiao et al., 2016, Tam et al., 2018), πληρωμές με κινητά (Cao et al., 2018; Dlodlo, 2014) και το ηλεκτρονικό εμπόριο (Marinković et al., 2020).

**Μελλοντική Χρήση – Continuance Intention(CI):** Η θεωρία του ECM είναι ένα προεξέχον μοντέλο στη συμπεριφορά των καταναλωτών και στη βιβλιογραφία του ηλεκτρονικού μάρκετινγκ (Cho et al., 2019). Σύμφωνα με αυτό, το επίπεδο δυσαρέσκειας προς μια διαδικασία κατανάλωσης επηρεάζει την ικανοποίηση των χρηστών (Oliver, 1980). Η μεταβλητή της συνεχούς και μελλοντικής χρήσης (CI), είναι μια αντίληψη που οι καταναλωτές κατέχουν, αφού συγκρίνουν τις προσδοκίες τους πριν από την αγορά σε σχέση με την απόδοση, μετά την αγορά των καταναλωθέντων προϊόντων ή υπηρεσιών (Oliver, 1980). Όταν η απόδοση μετά την αγορά συναντά ή υπερβαίνει την προσδοκία πριν από την αγορά, λαμβάνει θετικό πρόσημο, οδηγώντας σε ικανοποιημένους καταναλωτές (Susanto et al., 2016).

Οι ικανοποιημένοι καταναλωτές θα έχουν μεγαλύτερη πιθανότητα να επαναγοράσουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες στο μέλλον. Όταν η απόδοση μετά την αγορά πέφτει κάτω από την προσδοκία πριν από την αγορά, λαμβάνει αρνητικό πρόσημο, συμβάλλοντας σε δυσαρεστημένους καταναλωτές (Susanto et al., 2016). Οι

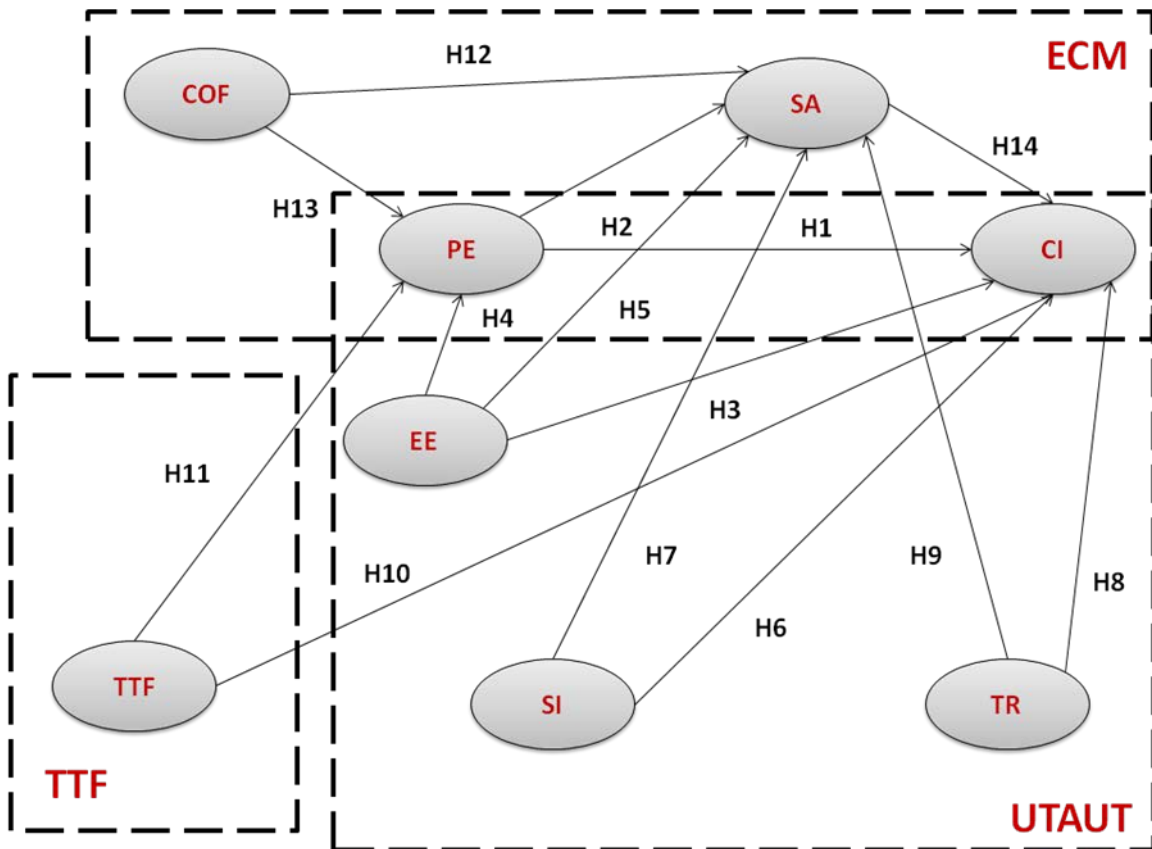
δυσανεστημένοι καταναλωτές θα αποφύγουν χρησιμοποιώντας τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες και πάλι στο μέλλον. Η προσδοκία προς τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες είναι ένας κρίσιμος παράγοντας (Susanto et al., 2016). Στην πραγματικότητα, οι καταναλωτές έχουν ήδη σχηματίσει κάποια προσδοκία προς ένα προϊόν ή μια υπηρεσία πριν από την αγορά. Αφού έχουν καταναλώσει το προϊόν ή την υπηρεσία, η προσδοκία τους θα καθορίσει το επίπεδο ικανοποίησής τους και τη μελλοντική πρόθεση επαναγοράς.

Δεδομένου ότι η προσδοκία διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στη συμπεριφορά κατανάλωσης, μελέτες έχουν χρησιμοποιήσει την προσδοκία για την αξιολόγηση της απόδοσης (Shao et al., 2018; Cho et al., 2019). Στη βιβλιογραφία η μεταβλητή IS, αποτέλεσε τη βάση ενός μοντέλου μετά την αποδοχή για να μελετήσει τη δυναμική των πεποιθήσεων και των στάσεων των χρηστών στη χρήση και επαναχρησιμοποίηση της τεχνολογίας (Susanto et al., 2016). Έτσι τονίστηκε ότι αυτή η προσδοκία στη χρήση μετά την κατανάλωση και η επιβεβαιωμένη προσδοκία στην αντιληπτή απόδοση χρήσης είναι σημαντικές διαστάσεις της αντιληπτής χρησιμότητας ως προσδοκία μετά την κατανάλωση. Η αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα και η επιβεβαίωση από την προηγούμενη χρήση επηρεάζουν σημαντικά την ικανοποίηση των χρηστών στην υιοθέτηση και χρήση μιας τεχνολογίας.

## **2.5. Προσδιορισμός Ερευνητικού Μοντέλου**

Σύμφωνα με την προηγούμενη βιβλιογραφία και τις προτεινόμενες υποθέσεις, το ερευνητικό μοντέλο που ενσωματώνει τις παραπάνω μεταβλητές από τον συνδυασμό των UTAUT, του ECM και του μοντέλου TTF και θα χρησιμοποιηθεί στην παρούσα διπλωματική, αποτυπώνεται στο παρακάτω Σχήμα 1.





Σχήμα 1. Ερευνητικό Μοντέλο και Υποθέσεις\*

\*(προσδόκιμο απόδοσης = Performance Expectancy (PE), προσδόκιμο προσπάθειας = Effort Expectancy (EE), κοινωνική επιρροή = Social Influence (SI), εμπιστοσύνη = Trust (TR), Αντίληψη τεχνολογικής εφαρμογής = Perceived task-technology fit (TTF), επιβεβαίωση = Confirmation (COF), ικανοποίηση = Satisfaction (SA), μελλοντική χρήση = Continuance Intention (CI))

Το παραπάνω ερευνητικό μοντέλο, θα αναλυθεί στο Κεφάλαιο 4, όπου θα πραγματοποιηθεί η μέθοδος της ανάλυσης μονοπατιού (path analysis). Θεωρείται προέκταση του μοντέλου παλινδρόμησης και χρησιμοποιείται για τον έλεγχο δύο ή περισσότερων αιτιολογικών μοντέλων (causal models). Οι μεταβλητές COF, EE, TTF, SI, TR θα παίξουν τον ρόλο των εξωγενών μεταβλητών ενώ οι υπόλοιπες μεταβλητές PE, SA και CI θα παίξουν τον ρόλο των ενδογενών μεταβλητών.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

### ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

#### 3.1. Εισαγωγή - Μεθοδολογικό πλαίσιο έρευνας

Παρουσιάζοντας στα προηγούμενα κεφάλαια, την συνολική ανασκόπηση της διεθνούς και ελληνικής βιβλιογραφίας γύρω από το ζήτημα των διαδικτυακών εφαρμογών παραγγελίας και διανομής φαγητού FDAs, εγείρονται ερωτήματα που σχετίζονται με ανάλυση και διερεύνηση της διαδικασίας επιλογής των κατάλληλων κριτηρίων δια των οποίων θα πραγματοποιηθεί η μέτρησης της ποιότητας των υπηρεσιών παράδοσης φαγητού και της χρήσης των FDAs στην Ελλάδα.

Σύμφωνα με το θεωρητικό πλαίσιο που εξετάστηκε στις προηγούμενες ενότητες, από τη διερεύνηση δηλαδή της διεθνούς και ελληνικής βιβλιογραφίας, διαφαίνονται έντονες οι ανάγκες της διαμόρφωσης μιας συνολικής και εις βάθος εικόνας του τρόπου με τον οποίο η ποιότητα των εν λόγω υπηρεσιών θα αποτελεί ασφαλέστερη εναλλακτική λύση για τους καταναλωτές και συνάμα να αποτελέσουν αντικείμενο μελέτης για την υιοθέτηση κατάλληλων στρατηγικών διαμόρφωσης των τεχνολογικών εξελίξεων στην Ελλάδα.

Εξάλλου, η εξέταση του εν λόγω θέματος βασίζεται στην έλλειψη ερευνών, δημιουργώντας αρκετά κενά στην ελληνική βιβλιογραφία. Έτσι για την ολοκλήρωση της συγκεκριμένης μελέτης, στόχος είναι και η ερευνητική προσέγγιση στην διαπίστωση των διαφόρων παραγόντων για την εξέταση των στάσεων και των αντιλήψεων των καταναλωτών για την αξιολόγηση της απόδοσης των FDAs. Για να επιτευχθούν οι καθορισμένοι στόχοι της έρευνας που αναφέρθηκαν στα προηγούμενα κεφάλαια, πρέπει να προηγηθεί μια σειρά υποθέσεων εργασίας, οι οποίες μπορεί να επαληθευθούν ή όχι. Οι υποθέσεις αυτές συνδέονται μεταξύ τους και όλες μαζί ανάγονται σε ένα κεντρικό πλαίσιο μέσα στο οποίο επιχειρείται να διερευνηθεί το επίπεδο της ικανοποίησης των καταναλωτών.

Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε ανήκει στην «αναλυτική» μέθοδο προσέγγισης και στοχεύει στον τρόπο με τον οποίο μπορούν α) να προσδιοριστούν ειδικότερα οι παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν την επιλογή των FDAs από τους

έλληνες καταναλωτές, β) να γίνει διαμόρφωση του κατάλληλου πλαισίου για τη διεξαγωγή μετρήσεων που θα επικυρώσουν τα θεωρητικά αποτελέσματα, γ) να γίνει ανάλυση των αποτελεσμάτων των μετρήσεων με απώτερο στόχο να την διαμόρφωση κατάλληλων μοντέλων ως προς την ποιοτικότερη παροχή των εν λόγω εφαρμογών.

Ειδικότερα σύμφωνα με την μεθοδολογία που υιοθετήθηκε αρχικά πραγματοποιήθηκε έρευνα στην ελληνική και ξένη βιβλιογραφία για την εύρεση πηγών και αναφορών σχετικές με το θέμα. Ακολούθησε η διαμόρφωση ενός ολοκληρωμένου online ερωτηματολογίου, με σκοπό να προκύψει μια αναλυτική εικόνα για την κατάσταση σχετικά με τη διαδικασία και τους παράγοντες επηρεασμού του έλληνα καταναλωτή. Έπειτα πραγματοποιήθηκε η διεξαγωγή έρευνας για τη συμπλήρωση των παραπάνω ερωτηματολογίων. Στην έρευνα συμμετείχαν έλληνες πολίτες, ανεξαρτήτου φύλου και ηλικίας. Ακολούθησε η αξιολόγηση και αρχική στατιστική ανάλυση των αποτελεσμάτων της έρευνας ερωτηματολογίων, ώστε να προκύψει η γενική εικόνα της διαδικασίας επιλογής. Τέλος πραγματοποιήθηκε μια εκτενής ανάλυση των στοιχείων που προέκυψαν από την παραπάνω έρευνα για την διαμόρφωση των παραγόντων που σχετίζονται θετικά, συμβάλλοντας στην καλύτερη χρήση των FDAs και στην ποιοτικότερη παροχή υπηρεσιών προσανατολισμένες στο ευρύ κοινό.

### **3.2 Σκοπός και Ερευνητικά Ερωτήματα**

Καθοριστικός σκοπός της παρούσας διπλωματικής είναι η μέτρηση της ποιότητας των υπηρεσιών παράδοσης τροφίμων και της χρήσης των διαδικτυακών εφαρμογών κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19. Όπως προαναφέρθηκε για την εξυπηρέτηση του σκοπού θα εφαρμοστεί πρωτογενής έρευνα με την χρήση δομημένου ερωτηματολογίου. Τα ερευνητικά ερωτήματα – στόχοι της διπλωματικής διατριβής είναι τα εξής:

- H1:** *Το προσδόκιμο απόδοσης (PE) επηρεάζει θετικά την μελλοντική χρήση (CI) των FDAs κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19.*
- H2:** *Το προσδόκιμο απόδοσης (PE) επηρεάζει θετικά την ικανοποίηση (SA) προς τη συνεχή χρήση FDAs κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19.*
- H3:** *Το προσδόκιμο προσπάθειας (EE) επηρεάζει θετικά την μελλοντική χρήση (CI) των FDAs κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19.*
- H4:** *Το προσδόκιμο προσπάθειας (EE) επηρεάζει θετικά το προσδόκιμο απόδοσης (PE) προς τη συνεχή χρήση FDAs κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19.*

- H5:** Το προσδόκιμο προσπάθειας (EE) επηρεάζει θετικά την ικανοποίηση (SA) για τη συνεχή χρήση FDAs κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19.
- H6:** Η κοινωνική επιρροή (SI) επηρεάζει θετικά την μελλοντική χρήση (CI) των FDAs κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19.
- H7:** Η κοινωνική επιρροή (SI) επηρεάζει θετικά την ικανοποίηση (SA) για τη συνεχή χρήση FDAs κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19.
- H8:** Η εμπιστοσύνη (TR) επηρεάζει θετικά την μελλοντική χρήση (CI) των FDAs κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19.
- H9:** Η εμπιστοσύνη (TR) επηρεάζει θετικά την ικανοποίηση (SA) για τη συνεχή χρήση FDAs κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19.
- H10:** Η αντίληψη τεχνολογικής εφαρμογής (TTF) επηρεάζει θετικά την μελλοντική χρήση (CI) των FDAs κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19.
- H11:** Η αντίληψη τεχνολογικής εφαρμογής (TTF) επηρεάζει θετικά το προσδόκιμο απόδοσης (PE) προς τη συνεχή χρήση FDAs κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19.
- H12:** Η επιβεβαίωση (COF) επηρεάζει θετικά την ικανοποίηση (SA) για τη συνεχή χρήση FDAs κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19.
- H13:** Η επιβεβαίωση (COF) επηρεάζει θετικά το προσδόκιμο απόδοσης (PE) προς τη συνεχή χρήση FDAs κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19.
- H14:** Η ικανοποίηση (SA) επηρεάζει θετικά την μελλοντική χρήση (CI) των FDAs κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19.

Τα ανωτέρω ερευνητικά ερωτήματα περιγράφησαν και αναλύθηκαν εκτενέστερα στο Κεφάλαιο 2, που αφορά την στατιστική επεξεργασία των δεδομένων.

### **3.3. Υλικό - Μέθοδος**

Σύμφωνα με πολλούς ερευνητές (Jennings, 2001; Cohen et al., 2011) οι πληροφορίες που πρωτογενώς αποτελούν το υλικό σε μια ερευνητική προσέγγιση, είναι υπεύθυνες για την διαμόρφωση και εξαγωγή των ορθών συμπερασμάτων. Επιπρόσθετα η συλλογή των δεδομένων, μπορούν εύκολα να παραχθούν μέσω του εκάστοτε ερευνητή μέσα από μεθόδους κατασκευασμένες για τον σκοπό αυτό, όπως ερωτηματολόγια, συνεντεύξεις, παρατηρήσεις (Bartholomew et.al., 2006). Εν συνεχεία η μεθοδολογία της

έρευνας μπορεί να δημιουργηθεί, ώστε να αποτυπώνει τους συγκεκριμένους ερευνητικούς σκοπούς.

### 3.3.1. Συλλογή και Ανάλυση Δεδομένων

Για την παρούσα έρευνα έγινε η επιλογή της δημιουργίας του ερωτηματολογίου μέσω της πλατφόρμας των online φορμών της Google, η οποία εκτός των άλλων, δίνει και την δυνατότητα εξαγωγής των αποτελεσμάτων σε διαγράμματα και υπολογιστικά φύλλα. Στην συνέχεια επιλέχθηκε η αποστολή του μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mails) και μέσω κοινωνικών δικτύων (social media), προκειμένου να συμπληρωθεί από τους ενδιαφερόμενους.

Επιλέχθηκαν κλειστού τύπου ερωτήσεις επιτρέποντας στους ερωτηθέντες να εκφράσουν τις πεποιθήσεις και στάσεις σχετικά με τον βαθμό ικανοποίησης από τα FDAs. Αρχικά δεν επιλέχθηκε κάποια άλλη μέθοδος, όπως η προσωπική συνέντευξη ή η εκτύπωση και διανομή του ερωτηματολογίου, αλλά δημιουργήθηκε το εν λόγω διαδικτυακό ερωτηματολόγιο, ώστε να εξασφαλιστεί η γρηγορότερη συμπλήρωση του. Στον παρακάτω Πίνακα 2, εμφανίζεται η δομή της έρευνας, όπως αυτή πραγματοποιήθηκε μέσω των ερωτηματολογίων για το πλήθος των ερωτηθέντων.

---

<b>Δομή Έρευνας</b>	
<b>Διαδικτυακές Εφαρμογές Παραγγελίας &amp; Διανομής Φαγητού (FDAs)</b>	
<b>Χρόνος Διεξαγωγής</b>	Η συλλογή των στοιχείων έγινε στο χρονικό διάστημα Ιανουάριος – Μάρτιος 2021
<b>Περιοχή</b>	Πανελλαδικά
<b>Πληθυσμός</b>	Άνδρες και γυναίκες 18 ετών και άνω
<b>Μέγεθος Δείγματος</b>	165 άτομα
<b>Τεχνική Συλλογής Πληροφοριών</b>	Online Ερωτηματολογίου
<b>Μέθοδος Δειγματοληψίας</b>	Απλή Τυχαία Δειγματοληψία

---

Πίνακας 2. Δομή και χαρακτηριστικά έρευνας

Επισημαίνεται πως επιλέχθηκε η απλή τυχαία δειγματοληψία, το δείγμα δηλαδή ήταν τυχαίο και απαρτιζόταν από άτομα ανεξαρτήτου φύλου, ηλικίας, εκπαίδευσης και

εισοδήματος που έχουν παραγγείλει έστω και μια φορά διαδικτυακά. Ένα απλό τυχαίο δείγμα είναι ένα τυχαία επιλεγμένο υποσύνολο ενός πληθυσμού. Σε αυτή τη μέθοδο δειγματοληψίας, κάθε μέλος του πληθυσμού έχει ακριβώς ίσες πιθανότητες να επιλεγεί. Αυτή η μέθοδος είναι η πιο απλή από όλες τις μεθόδους δειγματοληψίας πιθανότητας, δεδομένου ότι περιλαμβάνει μόνο μία τυχαία επιλογή και απαιτεί λίγη εκ των προτέρων γνώση για τον πληθυσμό. Επειδή χρησιμοποιεί τυχαιοποίηση, οποιαδήποτε έρευνα που εκτελείται σε αυτό το δείγμα θα πρέπει να έχει υψηλή εσωτερική και εξωτερική εγκυρότητα. Επιπλέον, με ένα αρκετά μεγάλο μέγεθος δείγματος (σύνολο 165 ερωτηματολογίων), ένα απλό τυχαίο δείγμα έχει υψηλή εξωτερική εγκυρότητα: αντιπροσωπεύει τα χαρακτηριστικά του μεγαλύτερου πληθυσμού<sup>9</sup>.

### **3.3.2. Σχεδιασμός και Περιορισμοί της Έρευνας**

#### **3.3.2.1. Προσδιορισμός Μεταβλητών - Ερωτήσεων**

Αρχικά θα αναφερθεί περιληπτικά η δομή των ερωτήσεων, που δημιουργήθηκαν στο online ερωτηματολόγιο (Παράρτημα Α). Οι ερωτήσεις αυτές είχαν ως στόχο, να επικεντρωθούν στον βαθμό ικανοποίησης των ελλήνων καταναλωτών από την χρήση των FDAs την περίοδο της πανδημίας Covid-19. Η έρευνα, όπως προαναφέρθηκε πραγματοποιήθηκε βάσει δομημένου ερωτηματολογίου για τη συλλογή δεδομένων, την ανάλυση των παραγόντων – μεταβλητών και την εξέταση των ερευνητικών υποθέσεων. Το ερωτηματολόγιο αποτελείτο από δύο μέρη. Το πρώτο μέρος επικεντρώθηκε σε δημογραφικές πληροφορίες των ερωτηθέντων χρησιμοποιώντας ερωτήσεις κλειστού τύπου, συμπεριλαμβανομένου του φύλου, της ηλικίας, της εκπαίδευσης, του επαγγέλματος και της συχνότητας χρήσης FDAs, κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19. Το δεύτερο μέρος, αποτελείται από τις μεταβλητές που έχουν προταθεί ως προβλεπόμενοι δείκτες μεταβλητότητας, όπως το προσδόκιμο επιδόσεων, τη κοινωνική επιρροή, την εμπιστοσύνη, την αντίληψη χρήσης της τεχνολογίας, την ικανοποίηση και άλλες. Είναι λογικό πως μέσα από μια πληθώρα υποψήφιων ερωτήσεων, τόσο από την συλλογή δευτερογενών πηγών και βιβλιογραφικών παρόμοιων αναφορών, επιλέχθηκαν εκείνες οι οποίες μπορούν να δώσουν απαντήσεις σε θέματα που σχετίζονται με την

---

<sup>9</sup> Πηγή: [Simple Random Sampling | Definition, Steps & Examples \(scribbr.com\)](https://www.scribbr.com/definition/simple-random-sampling/)

χρήση των FDAs (Παράρτημα Β). Επίσης υψίστης σημασίας ήταν και οι ερωτήσεις που αφορούσαν το βαθμό σπουδαιότητας και ικανοποίησης των ανωτέρω διαδικτυακών εφαρμογών, ξεχωριστά, βάσει συγκεκριμένων προδιαγραφών και κριτηρίων. Έτσι οι ερωτήσεις ήταν στοχευόμενες και επικεντρωνόντουσαν σε όλα εκείνα τα ζητήματα που σχετίζονται με τις στάσεις και αντιλήψεις των ερωτηθέντων.

Αναφορικά με την δομή του ερωτηματολογίου που χρησιμοποιήθηκε στην παρούσα έρευνα, αυτό αποτελείτο από τρία (3) μέρη ακολούθως: Το 1<sup>ο</sup> μέρος του ερωτηματολογίου (Δημογραφικά Στοιχεία) αφορά ερωτήσεις που αποσκοπούν στην διερεύνηση του προφίλ των ερωτηθέντων που συμμετέχουν στην έρευνα και των βασικών στοιχείων που διαθέτουν σχετικά με το φύλο, ηλικία, επίπεδο εκπαίδευσης, συνολικό μηνιαίο εισόδημα και απασχόληση. Αποτελείται από επτά (7) ερωτήσεις που αποσκοπούν στην καταγραφή των γενικών χαρακτηριστικών του προφίλ συμμετέχοντα, ενώ οι επιλογές απαντήσεων στις παραπάνω ερωτήσεις είναι κλειστού τύπου. Επιπρόσθετα ζητήθηκε να δηλωθεί και η χρήση κινητού τηλεφώνου ή ηλεκτρονικού υπολογιστή, για τον έλεγχο της πρόσβασης σε εφαρμογές παραγγελίας φαγητού.

Το 2<sup>ο</sup> μέρος του ερωτηματολογίου (χαρακτηριστικά χρήσης των FDAs) απαρτίζεται από δύο (2) ερωτήσεις, οι οποίες αποσκοπούν στην συγκέντρωση γενικών πληροφοριών για την συχνότητα χρήσης των FDAs καθώς και τις μεθόδους πληρωμής από τους ερωτηθέντες. Στο 3<sup>ο</sup> και τελευταίο μέρος του ερωτηματολογίου, αποτυπώνονται ερωτήσεις κλειστού τύπου, στο σύνολο τριάντα δύο (32) που αφορούν την στάση και την αντίληψη των συμμετεχόντων για τις εφαρμογές FDAs. Σε κάθε μεταβλητή που ετέθησαν στην έρευνα (οκτώ (8) στο σύνολο), αντιστοιχούν τέσσερις (4) ερωτήσεις που σχετίζονται με αυτές. Για το σκοπό αυτό και σύμφωνα με τον μεγάλο αριθμό των στοιχείων μέτρησης, μια κλίμακα πέντε σημείων φαίνεται να είναι λιγότερο συγκεχυμένη και λιγότερο χρονοβόρα για τους συμμετέχοντες ώστε να αυξήσουν το ποσοστό ανταπόκρισης τους στις απαντήσεις. Έτσι, όλοι οι δείκτες που θα χρησιμοποιηθούν στην έρευνα θα μετρηθούν χρησιμοποιώντας την κλίμακα Likert πέντε σημείων<sup>10</sup>, η οποία κυμαίνεται από το έντονα Διαφωνώ = "1" έως το έντονα Συμφωνώ = "5". Έτσι μέσω των απαντήσεων του συμμετέχοντα δύναται να καταγραφεί ο βαθμός

---

<sup>10</sup> Likert-Type Scale Response Anchors Citation: Vagias, Wade M. (2006). Likert-type scale response anchors. Clemson International Institute for Tourism & Research Development, Department of Parks, Recreation and Tourism Management. Clemson University. Πηγή: [Likert-Type Scale Items \(clemson.edu\)](http://www.clemson.edu/~tourism/likert-type-scale-items)

ικανοποίησης και σπουδαιότητας σε όλες τις ερωτήσεις που σχετίζονταν με την χρήση των FDAs.

### **3.3.2.2. Ηθική και Δεοντολογία - Περιορισμοί Έρευνας**

Οι κύριοι περιορισμοί της έρευνας σχετίζονται με την φύση της ανθρώπινης δραστηριότητας που ερευνάται (Bartholomew et.al, 2006). Οι ερωτώμενοι έχουν δυσκολία να απαντήσουν γενικά στην έρευνα. Μπορεί η επιλογή του online ερωτηματολογίου να εξασφαλίζει την πλήρη και γρήγορη συμπλήρωση κάθε ερωτηματολογίου, αλλά παρά ταύτα παρατηρήθηκε ότι ένα ποσοστό 3,5% όσων ακολούθησαν τον σύνδεσμο της έρευνας [ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ \(google.com\)](https://forms.gle/PD7Qj6cYrSMNbXtw6)<sup>11</sup> δεν ολοκλήρωσαν το ερωτηματολόγιο. Στη συγκεκριμένη έρευνα δεν τίθενται ηθικοί κίνδυνοι. Η συμμετοχή στην έρευνα ήταν εθελοντική. Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε ήταν ανώνυμο και δεν περιείχε προσωπικά στοιχεία φυσικών προσώπων από τα οποία θα μπορούσε να αποκαλυφθεί με οποιοδήποτε τρόπο η ταυτότητα των συμμετεχόντων. Η δε ηλεκτρονική πλατφόρμα που χρησιμοποιήθηκε διασφάλιζε την ανωνυμία και προστασία των ερωτώμενων. Οι απαντήσεις ήταν απόλυτα εμπιστευτικές και μόνο η υποφαινόμενη είχε πρόσβαση σε αυτές και η χρήση τους πραγματοποιήθηκε αποκλειστικά για ερευνητικούς σκοπούς. Καμία μεμονωμένη πληροφορία σχετικά με φυσικό πρόσωπο δεν θα δημοσιευθεί, παρά μόνο τα τελικά αποτελέσματα της έρευνας. Η ανωνυμία των συμμετεχόντων και το προσωπικό απόρρητο τηρήθηκε στο ακέραιο καθ' όλη τη διάρκεια της έρευνας, από την έναρξη έως και την συγγραφή της, αλλά και μετά το πέρας αυτής, και δεσμεύει εμένα προσωπικά και όλους όσους έρθουν σε επαφή με τα δεδομένα.

---

<sup>11</sup><https://forms.gle/PD7Qj6cYrSMNbXtw6>



# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

## ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ

### 4.1. Περιγραφική Ανάλυση Ερωτηματολογίου

Βάσει του δομημένου ερωτηματολογίου που συντάχθηκε με τις μεταβλητές και κατόπιν της συλλογής των δεδομένων, το τελικό δείγμα αποτέλεσαν 165 χρήστες – καταναλωτές. Τα ερωτηματολόγια συμπληρώθηκαν διαδικτυακά και οι περισσότερες μεταβλητές κωδικοποιήθηκαν βάσει της 5-point Likert Scale με επιλογές από ένα (1) έως και (5) διατακτικής κλίμακας. Ο Πίνακας 1, παρουσιάζει ενδεικτική ανάλυση των ερωτήσεων που συλλέχτηκαν και μετασηματίστηκαν βάσει του στατιστικού λογισμικού πακέτου IBM SPSS v.21.0. Εν συνεχεία και για στατιστικούς λόγους βρέθηκαν οι μέσοι (mean variables) των μεταβλητών, προσδόκιμο απόδοσης (Performance expectancy- PE), προσδόκιμο προσπάθειας (Effort expectancy - EE), κοινωνική επιρροή (Social influence - SI), εμπιστοσύνη (Trust - TR), αντίληψη τεχνολογικής εφαρμογής (Perceived task-technology fit - TTF), επιβεβαίωση (Confirmation – COF), ικανοποίηση (Satisfaction - SA) και μελλοντική χρήση (Continuance intention - CI) που αναφέρονται και δημιούργησαν τις παραπάνω υποθέσεις/ερευνητικά ερωτήματα.

Κωδικός Ερώτησης	Ερώτηση	Κωδικοποίηση	Είδος Μεταβλητής
Gender	Φύλο	{1, Άνδρας}...	Nominal
Age	Ηλικία	{1, έως 25}...	Ordinal
Education_level	Επίπεδο εκπαίδευσης	{1, Βασική εκπαίδευση}...	Nominal
Monthly_Income	Συνολικό Μηνιαίο Εισόδημα	{1, Έως 500 €}...	Ordinal
Occupation	Απασχόληση	{1, Δημόσιος Υπάλληλος}...	Nominal
Mobile_use	Χρήση Κινητού Τηλεφώνου	{0, ΟΧΙ}...	Nominal
PC_use	Χρήση Ηλεκτρονικού Υπολογιστή	{0, ΟΧΙ}...	Nominal
FDAs_use	Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού;	{1, Καθόλου κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19}...	Ordinal
FDAs_payment_method	Ο τρόπος πληρωμής στις διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού γίνεται με:	{1, Μεταφορά Χρημάτων}...	Nominal
PE_1	Οι FDAs είναι χρήσιμες κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19	{1, Διαφωνώ}...	Ordinal
PE_2	Οι FDAs είναι εύχρηστες για τη παραγγελία και τη παραλαβή αγαθών κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19	{1, Διαφωνώ}...	Ordinal
PE_3	Χρησιμοποιώντας τις FDAs βελτιώνεται η διαδικασία της παραγγελίας και παραλαβής	{1, Διαφωνώ}...	Ordinal

	φαγητού		
PE_4	Χρησιμοποιώντας τις FDAs βελτιώνεται ο βαθμός αποτελεσματικότητας της παραγγελίας και παραλαβής φαγητού κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19	{1, Διαφωνώ}...	Ordinal
EE_1	Η εκμάθηση και χρήση των FDAs είναι εύκολη	{1, Διαφωνώ}...	Ordinal
EE_2	Τα βήματα λειτουργίας των FDAs είναι εύκολα	{1, Διαφωνώ}...	Ordinal
EE_3	Είναι εύκολο να γίνει κάποιος επιδέξιος χρήστης των FDAs	{1, Διαφωνώ}...	Ordinal
EE_4	Η αλληλεπίδραση με τις FDAs είναι σαφής και κατανοητή	{1, Διαφωνώ}...	Ordinal
SI_1	Οι άνθρωποι του κοινωνικού μου περιγύρου (μέλη οικογένειας, φίλοι, συνάδελφοι) συνιστούν την χρήση των FDAs κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19	{1, Διαφωνώ}...	Ordinal
SI_2	Οι άνθρωποι του κοινωνικού μου περιγύρου θεωρούν ωφέλιμες τις FDAs κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19	{1, Διαφωνώ}...	Ordinal
SI_3	Οι άνθρωποι του κοινωνικού μου περιγύρου πιστεύουν ότι είναι καλή η ιδέα η χρήση των FDAs κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19	{1, Διαφωνώ}...	Ordinal
SI_4	Οι άνθρωποι του κοινωνικού μου περιγύρου με παροτρύνουν να κάνω χρήση των FDAs	{1, Διαφωνώ}...	Ordinal
TR_1	Οι FDAs είναι αξιόπιστες	{1, Διαφωνώ}...	Ordinal
TR_2	Οι FDAs λαμβάνουν υπόψη τα «θέλω» των πελατών	{1, Διαφωνώ}...	Ordinal
TR_3	Μπορώ με ασφάλεια να κάνω χρήση των FDAs	{1, Διαφωνώ}...	Ordinal
TR_4	Οι πληροφορίες που παρέχονται μέσω των FDAs είναι αξιόπιστες	{1, Διαφωνώ}...	Ordinal
TTF_1	Οι λειτουργίες των FDAs είναι κατανοητές σε μένα	{1, Διαφωνώ}...	Ordinal
TTF_2	Οι λειτουργίες των FDAs είναι κατάλληλες για να με βοηθήσουν να παραγγείλω	{1, Διαφωνώ}...	Ordinal
TTF_3	Οι λειτουργίες των FDAs πληρούν τις απαιτήσεις μου για να παραγγείλω	{1, Διαφωνώ}...	Ordinal
TTF_4	Οι λειτουργίες των FDAs είναι ασφαλείς για να με βοηθήσουν να παραγγείλω	{1, Διαφωνώ}...	Ordinal
COF_1	Η εμπειρία στην χρήση των FDAs είναι καλύτερη από ότι περίμενα	{1, Διαφωνώ}...	Ordinal
COF_2	Οι λειτουργίες των FDAs είναι καλύτερες από ότι περίμενα	{1, Διαφωνώ}...	Ordinal
COF_3	Οι παρεχόμενες υπηρεσίες των FDAs είναι καλύτερες από ότι περίμενα κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19	{1, Διαφωνώ}...	Ordinal
COF_4	Συνολικά, επιβεβαιώθηκαν οι περισσότερες προσδοκίες μου από τη χρήση των FDAs	{1, Διαφωνώ}...	Ordinal
SA_1	Είμαι πολύ ικανοποιημένος που οι FDAs πληρούν τις απαιτήσεις μου κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19	{1, Διαφωνώ}...	Ordinal
SA_2	Είμαι ικανοποιημένος με την αποτελεσματικότητα των FDAs κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19	{1, Διαφωνώ}...	Ordinal
SA_3	Η αλληλεπίδρασή μου με τις FDAs είναι πολύ ικανοποιητική	{1, Διαφωνώ}...	Ordinal
SA_4	Έκανα το σωστό χρησιμοποιώντας τις FDAs κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19	{1, Διαφωνώ}...	Ordinal
CI_1	Σκοπεύω να συνεχίσω να χρησιμοποιώ τις FDAs κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-	{1, Διαφωνώ}...	Ordinal

	19		
CI_2	Εάν είχα την δυνατότητα, θα παράγγελα συνεχώς μέσω των FDAs	{1, Διαφωνώ}...	Ordinal
CI_3	Είμαι ανοιχτός στο ενδεχόμενο συνεχόμενης χρήσης των FDAs	{1, Διαφωνώ}...	Ordinal
CI_4	Είμαι πρόθυμος να χρησιμοποιώ τις FDAs στο μέλλον, συνεχώς	{1, Διαφωνώ}...	Ordinal
AVG_PE	Προσδόκιο απόδοσης (Performance expectancy- PE)	None	Scale
AVG_EE	Προσδόκιο προσπάθειας (Effort expectancy - EE)	None	Scale
AVG_SI	Κοινωνική επιρροή (Social influence - SI)	None	Scale
AVG_TR	Εμπιστοσύνη (Trust - TR)	None	Scale
AVG_TTF	Αντίληψη Τεχνολογικής Εφαρμογής (Perceived task-technology fit - TTF)	None	Scale
AVG_COF	Επιβεβαίωση (Confirmation – COF)	None	Scale
AVG_SA	Ικανοποίηση (Satisfaction - SA)	None	Scale
AVG_CI	Μελλοντική Χρήση (Continuance intention - CI)	None	Scale

**Πίνακας 3. Ενδεικτική Ανάλυση Ερωτηματολογίου**

Εν συνεχεία πραγματοποιήθηκε κατάλληλη στατιστική ανάλυση που περιλάμβανε παρουσίαση ποσοστών και αποτελεσμάτων των δημογραφικών στοιχείων που συλλέχθηκαν και των ερωτήσεων που αφορούν την ικανοποίηση των ερωτηθέντων, ανάλυση αξιοπιστίας ερωτηματολογίου, έλεγχος κανονικότητας δείγματος, συσχετίσεις μεταξύ των επιλεχθέντων μεταβλητών και ανάλυση γραμμικής παλινδρόμησης (Παράρτημα Γ). Επισημαίνεται πως η διαδικασία των παραπάνω ελέγχων, οφείλεται και στην επιλογή ενός κατάλληλου δείγματος, προκειμένου να αποφευχθεί η μεροληψία και να αυξηθεί η ακρίβεια των μετρήσεων. Στην παρούσα εργασία, όπως και προαναφέρθηκε σε προηγούμενη ενότητα, το δείγμα είναι τυχαίο (με την έννοια ότι κάθε μέλος του έχει ίση πιθανότητα να επιλεγεί με κάθε άλλο μέλος) και αρκετά μεγάλο, έτσι ώστε τα αποτελέσματα να είναι πιο ακριβή. Έτσι επειδή το υπό εξέταση δείγμα ( $n=165$ ) είναι πάνω από 30 ( $n \geq 30$ ), τότε ισχύει το Κεντρικό Οριακό Θεώρημα και η κατανομή δειγματοληψίας του μέσου είναι κανονική, ανεξάρτητα από την υποκείμενη κατανομή του πληθυσμού.

#### 4.2 Αξιοπιστία κλιμάκων (Scale's Reliability)

Ο έλεγχος της αξιοπιστίας των κλιμάκων που χρησιμοποιήθηκαν, έγινε με το εργαλείο ανάλυσης Cronbach  $\alpha$  (Alpha), ο οποίος συνολικά για τις υπό εξέταση μεταβλητές ήταν  $0,96 > 0,70$ . Επιπρόσθετα στον Πίνακα 4 παρουσιάζονται και οι συντελεστές αξιοπιστίας για κάθε μεταβλητή ξεχωριστά, που συμμετέχει στην έρευνα.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,960	49

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	N of Items	Μεταβλητές
0,783	4	Προσδόκιμο απόδοσης (Performance expectancy- PE)
0,822	4	Προσδόκιμο προσπάθειας (Effort expectancy - EE)
0,531	4	Κοινωνική επιρροή (Social influence - SI)
0,807	4	Εμπιστοσύνη (Trust - TR)
0,845	4	Αντίληψη Τεχνολογικής Εφαρμογής (Perceived task-technology fit - TTF)
0,853	4	Επιβεβαίωση (Confirmation – COF)
0,904	4	Ικανοποίηση (Satisfaction - SA)
0,790	4	Μελλοντική Χρήση (Continuance intention - CI)

**Πίνακας 4. Δείκτης αξιοπιστίας - Scale's Reliability**

Όπως είναι κατανοητό, πριν την αρχική στατιστική ανάλυση των δεδομένων και των ερευνητικών ερωτημάτων, είναι σκόπιμος ο έλεγχος της αξιοπιστίας της πληροφορίας που προκύπτει από το ερωτηματολόγιο, γεγονός που καταδεικνύει τον καλό σχεδιασμό του. Ο συντελεστής αξιοπιστίας Cronbach alpha ( $\alpha$ ) πληροφορεί για την αξιοπιστία των κλιμάκων – παραγόντων που χρησιμοποιήθηκαν. Ο συνολικός συντελεστής Cronbach  $\alpha$  (Alpha), για όλες τις μεταβλητές είναι: 0,960. Το “alpha” είναι αρκετά υψηλό και συμπεραίνεται ότι η αξιοπιστία της κλίμακας είναι πολύ υψηλή, (η κλίμακα θεωρείται αξιόπιστη όταν ο Cronbach  $\alpha$  ξεπερνά το 0,70). Το συνολικό ποσό των 49 items (0,960 (> 0,70)) δηλώνει την αξιοπιστία της συγκεκριμένης έρευνας (Carlbbring et al., 2007). Επιπλέον σύμφωνα με την πληροφορία που παρέχει η στήλη alpha if item deleted παρατηρείται ότι δεν υπάρχουν μεγάλες μεταβολές στην τιμή του συντελεστή  $\alpha$  όταν μια μεταβλητή από τις οκτώ (8) δεν συμπεριληφθεί στην ανάλυση. Εάν μια μεταβλητή δεν συμπεριληφθεί, συγκεκριμένα η κοινωνική επιρροή (SI) που έχει το χαμηλότερο συντελεστή, ο συντελεστής κυμαίνεται στο 0,932 με χαμηλότερη τιμή το 0,894. Υψηλές αποκλίσεις στην τιμή του συντελεστή με την αφαίρεση κάποιας μεταβλητής (item) που να χρήζουν περαιτέρω ανάλυσης δεν παρατηρούνται.

### 4.3. Περιγραφική – Δημογραφική Ανάλυση

Δεδομένου ότι η μελέτη αυτή στοχεύει να είναι αντιπροσωπευτική του ελληνικού πληθυσμού, εφαρμόστηκε δειγματοληψία ποσοστών με βάση πέντε (5) δημογραφικές μεταβλητές, ηλικία, φύλο, επίπεδο εκπαίδευσης, επάγγελμα και συνολικό μηνιαίο καθαρό εισόδημα. Τα συνολικά ποσοστά των εν λόγω μεταβλητών παρουσιάζονται στο Πίνακα 5. Αναφορικά με αυτά που χρησιμοποιήθηκαν στην ανάλυση, το 49,1% των ερωτηθέντων είναι άνδρες και το 50,9% γυναίκες. Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων είναι έως 25 ετών (34,5%), ενώ σε ποσοστό 34,4% έχουν μηνιαίο εισόδημα περίπου 500 – 1000 ευρώ (Πίνακας 5).

<b>Ποσοστά Δημογραφικών Μεταβλητών</b>		
<b>Κριτήρια</b>	<b>Χαρακτηριστικά</b>	<b>Ποσοστά (%)</b>
<b>Φύλο</b>	Άνδρας	49,1
	Γυναίκα	50,9
<b>Ηλικία</b>	Έως 25 ετών	34,5
	26-35 ετών	13,9
	36-45 ετών	23,6
	46-55 ετών	18,8
	> 55 ετών	9,1
<b>Μηνιαίο Εισόδημα</b>	Έως 500 €	28,0
	500 – 1000 €	34,4
	1000-1500 €	25,5
	>1500 €	12,1
<b>Επίπεδο Εκπαίδευσης</b>	Βασική Εκπαίδευση	33,9
	Πτυχίο	49,7
	Μεταπτυχιακό	13,3
	Διδακτορικό	3,0
	Δημόσιος Υπάλληλος	14,9
<b>Επάγγελμα</b>	Ιδιωτικός Υπάλληλος	38,5
	Φοιτητής	22,4
	Άνεργος	8,7
	Συνταξιούχος	6,2
	Ελεύθερος Επαγγελματίας	8,1
	Άλλο	1,2

**Πίνακας 5. Ποσοστά δημογραφικών μεταβλητών**

Σε αντιπαραβολή με έρευνα του Ray et al., (2019), το ποσοστό των FDAs χρηστών ηλικίας μεταξύ 19 και 35 ήταν 73.9% και από τον Πίνακα 5, παρατηρείται ότι το ποσοστό του ηλικιακού εύρους (περίπου 50%), είναι έως 35 ετών (ποσοστό της τάξεως 48,4%). Επιπρόσθετα σε ποσοστό 66% των συμμετεχόντων διαθέτουν πτυχίο ή πτυχία, επειδή αυτή η ομάδα είναι πιο ενεργή στα social media και δύναται να επιτύχει

ένα υψηλό ποσοστό ανταπόκρισης. Εν τω μεταξύ, οι πιέσεις εργασίας και η μελέτη τους επιταχύνουν την εμπειρία τους από την παραγγελία τροφίμων μέσω FDAs (ΕΛΣΤΑΤ, 2020). Οι ιδιωτικοί υπάλληλοι και οι φοιτητές, είναι οι δύο κύριες ομάδες ερωτηθέντων με τα ποσοστά 38,5% και 22,4% αντίστοιχα. Στον παρακάτω Πίνακα 6, παρατίθενται και τα αποτελέσματα από τις ερωτήσεις για τα ποσοστά χρήσης κινητού και ηλεκτρονικού υπολογιστή, καθώς και τις δυνατότητες χρήσης των υπηρεσιών παραγγελίας φαγητού (συχνότητα παραγγελιών και τρόποι πληρωμής).

<b>Ποσοστά Χρήση, Συχνότητα Παραγγελίας, Τρόποι Πληρωμής</b>		
<b>Κριτήρια</b>	<b>Χαρακτηριστικά</b>	<b>Ποσοστά (%)</b>
<b>Χρήση Κινητού Τηλεφώνου</b>	ΝΑΙ	<b>98,2</b>
	ΟΧΙ	<b>1,2</b>
<b>Χρήση Ηλεκτρονικού Υπολογιστή</b>	ΝΑΙ	<b>91,5</b>
	ΟΧΙ	<b>8,5</b>
<b>Συχνότητα Παραγγελίας μέσω FDAs</b>	Τουλάχιστον μια φορά κάθε τρεις ημέρες	<b>19,4</b>
	Τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα	<b>27,3</b>
	Τουλάχιστον μια φορά το δεκαπενθήμερο	<b>11,5</b>
	Τουλάχιστον μια φορά το μήνα	<b>10,3</b>
	Σπάνια	<b>23,6</b>
	Καθόλου κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19	<b>7,9</b>
	Μεταφορά Χρημάτων	<b>2,5</b>
<b>Τρόποι Πληρωμής</b>	Χρεωστική Κάρτα	<b>31,7</b>
	Πιστωτική Κάρτα	<b>14,3</b>
	Paypal/Prepaid Κάρτα	<b>5,0</b>
	Μετρητοίς κατά την παράδοση	<b>46,6</b>

**Πίνακας 6. Ποσοστά χρήσης, συχνότητα παραγγελίας, τρόποι πληρωμής**

Σύμφωνα με τα ευρήματα του ανωτέρω πίνακα, σε ποσοστό 98,2% και 91,5% οι ερωτηθέντες χρησιμοποιούν κινητό τηλέφωνο και ηλεκτρονικό υπολογιστή, αντίστοιχα, δίνοντας τους την ευκαιρία να κάνουν χρήση και των FDAs. Επίσης, σε ποσοστό 27,3% τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα, παραγγέλνουν μέσω FDAs, ενώ σε μόλις ποσοστό 7,9% δεν χρησιμοποίησαν τον εν λόγω τρόπο για παραγγελία κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19. Τα αποτελέσματα αυτά εναρμονίζονται με το γεγονός πως υπήρξε μεγάλο ποσοστό ατόμων, δεδομένου των περιοριστικών μέτρων που επέλεξαν να παραγγέλνουν μέσω των εφαρμογών. Επίσης, κάτι το οποίο θα διερευνηθεί

αναλυτικότερα παρακάτω, σε ποσοστό 46,4% οι συμμετέχοντες της έρευνας προτιμούν να πληρώνουν μετρητοίς κατά την παράδοση και το υπόλοιπο χρησιμοποιώντας τρόπους, όπως μεταφορά χρημάτων, μέσω χρεωστικής ή πιστωτικής κάρτας. Σε μικρό ποσοστό κυμαίνεται η επιλογή μιας prepaid κάρτας, που αποτελεί και την πιο ασφαλέστερη μέθοδος για online πληρωμές. Παρόλο αυτά, ακόμα και σήμερα, διαφαίνεται η έλλειψη εμπιστοσύνης του ελληνικού κοινού στις εφαρμογές αυτές για άμεση πληρωμή μέσω online μεθόδων.

#### 4.4. Πινακοειδείς Διασταυρώσεις

Με τις πινακοειδείς διασταυρώσεις, ο ερευνητής έχει τη δυνατότητα να λάβει περισσότερες πληροφορίες για τις μεταβλητές της έρευνας. Τα στοιχεία που προκύπτουν προέρχονται από τη διασταύρωση δυο μεταβλητών και η περιγραφική ανάλυση γίνεται πιο λεπτομερής. Ειδικότερα, στην παρούσα έρευνα μπορούν να αποκαλυφθούν περισσότερες λεπτομέρειες, βάσει των δημογραφικών μεταβλητών και των ερωτήσεων που σχετίζονται με την χρήση κινητού τηλεφώνου και ηλεκτρονικού υπολογιστή καθώς και την συχνότητα παραγγελιών μέσω FDAs κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19 και των μεθόδων πληρωμής.

			Φύλο		Total
			Ανδρας	Γυναίκα	
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού;	Καθόλου κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19	Count	4	9	13
		% of Total	2,4%	5,5%	7,9%
	Σπάνια	Count	16	23	39
		% of Total	9,7%	13,9%	23,6%
	Τουλάχιστον μια φορά το μήνα	Count	7	10	17
		% of Total	4,2%	6,1%	10,3%
	Τουλάχιστον μια φορά το δεκαπενθήμερο	Count	7	12	19
		% of Total	4,2%	7,3%	11,5%
	Τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα	Count	28	17	45
		% of Total	17,0%	10,3%	27,3%
	Τουλάχιστον μια φορά κάθε τρεις ημέρες	Count	19	13	32
		% of Total	11,5%	7,9%	19,4%
	Total	Count	81	84	165
		% of Total	49,1%	50,9%	100,0%

Πίνακας 7. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού; \* Φύλο

			Ηλικία					Total
			έως 25	26-35	36-45	46-55	> 55	
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού;	Καθόλου κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19	Count	0	0	6	7	0	13
		Expected Count	4,5	1,8	3,1	2,4	1,2	13,0
		% of Total	0,0%	0,0%	3,6%	4,2%	0,0%	7,9%
	Σπάνια	Count	6	1	13	11	8	39
		Expected Count	13,5	5,4	9,2	7,3	3,5	39,0
		% of Total	3,6%	0,6%	7,9%	6,7%	4,8%	23,6%
	Τουλάχιστον μια φορά το μήνα	Count	5	3	4	3	2	17
		Expected Count	5,9	2,4	4,0	3,2	1,5	17,0
		% of Total	3,0%	1,8%	2,4%	1,8%	1,2%	10,3%
	Τουλάχιστον μια φορά το δεκαπενθήμερο	Count	6	3	5	4	1	19
		Expected Count	6,6	2,6	4,5	3,6	1,7	19,0
		% of Total	3,6%	1,8%	3,0%	2,4%	0,6%	11,5%
	Τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα	Count	18	8	9	6	4	45
		Expected Count	15,5	6,3	10,6	8,5	4,1	45,0
		% of Total	10,9%	4,8%	5,5%	3,6%	2,4%	27,3%
	Τουλάχιστον μια φορά κάθε τρεις ημέρες	Count	22	8	2	0	0	32
		Expected Count	11,1	4,5	7,6	6,0	2,9	32,0
		% of Total	13,3%	4,8%	1,2%	0,0%	0,0%	19,4%
Total	Count	57	23	39	31	15	165	
	Expected Count	57,0	23,0	39,0	31,0	15,0	165,0	
	% of Total	34,5%	13,9%	23,6%	18,8%	9,1%	100,0%	

**Πίνακας 8. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού; \* Ηλικία**

Από τους ανωτέρω Πίνακες 7 και 8, παρατηρείται πως κατανέμεται το ποσοστό των συμμετεχόντων ανάλογα με το φύλο και την ηλικία, ως προς την ερώτηση της συχνότητας παραγγελίας φαγητού μέσω των εφαρμογών FDAs. Διαπιστώνεται ότι σε ποσοστό 28,5% των ανδρών παραγγέλνουν περισσότερο, κατά την διάρκεια της πανδημίας (τουλάχιστον μια φορά κάθε τρεις ημέρες – μια φορά την εβδομάδα), έναντι των γυναικών 18,2%. Ο εύκολος, γρήγορος και άμεσος τρόπος των εφαρμογών δημιουργεί θετικά και περισσότερα κίνητρα στους άνδρες να κάνουν χρήση αυτών. Επίσης αυτοί είναι και πιο εξοικειωμένοι με τέτοιου είδους εφαρμογές. Επιπρόσθετα, είθισται οι μικρότερες ηλικιακές ομάδες να προτιμούν περισσότερο τις εν λόγω εφαρμογές, αφού γνωρίζουν καλύτερα να τις χρησιμοποιούν (τουλάχιστον μια φορά κάθε



τρεις ημέρες την χρησιμοποιούν σε ποσοστό 18,1% έως και 35 ετών), ενώ το 11,5% πάνω από 46 ετών σπάνια τις χρησιμοποιούν (Πίνακας 8).

			Απασχόληση							Total
			Δημόσιος Υπάλληλος	Ιδιωτικός Υπάλληλος	Φοιτητής	Άνεργος	Συνταξιούχος	Ελεύθερος Επαγγελματίας	Άλλο	
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού;	Καθόλου κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19	Count	5	3	0	3	0	1	0	12
		% of Total	3,1%	1,9%	0,0%	1,9%	0,0%	0,6%	0,0%	7,5%
	Σπάνια	Count	9	10	6	4	5	5	0	39
		% of Total	5,6%	6,2%	3,7%	2,5%	3,1%	3,1%	0,0%	24,2%
	Τουλάχιστον μια φορά το μήνα	Count	1	6	5	1	2	2	0	17
		% of Total	0,6%	3,7%	3,1%	0,6%	1,2%	1,2%	0,0%	10,6%
	Τουλάχιστον μια φορά το δεκαπενθήμερο	Count	4	9	4	1	1	0	0	19
		% of Total	2,5%	5,6%	2,5%	0,6%	0,6%	0,0%	0,0%	11,8%
	Τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα	Count	4	17	12	5	2	3	1	44
		% of Total	2,5%	10,6%	7,5%	3,1%	1,2%	1,9%	0,6%	27,3%
Τουλάχιστον μια φορά κάθε τρεις ημέρες	Count	1	17	9	0	0	2	1	30	
	% of Total	0,6%	10,6%	5,6%	0,0%	0,0%	1,2%	0,6%	18,6%	
Total	Count	24	62	36	14	10	13	2	161	
	% of Total	14,9%	38,5%	22,4%	8,7%	6,2%	8,1%	1,2%	100,0%	

Πίνακας 9. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού;\* Απασχόληση

			Φύλο		Total
			Άνδρας	Γυναίκα	
Ο τρόπος πληρωμής στις διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού γίνεται με:	Μεταφορά Χρημάτων	Count	4	0	4
		% of Total	2,5%	0,0%	2,5%
	Χρεωστική Κάρτα	Count	24	27	51
		% of Total	14,9%	16,8%	31,7%
	Πιστωτική Κάρτα	Count	11	12	23
		% of Total	6,8%	7,5%	14,3%
	Paypal / Prepaid Κάρτα	Count	4	4	8
		% of Total	2,5%	2,5%	5,0%
	Μετρητοίς κατά την παράδοση	Count	37	38	75
		% of Total	23,0%	23,6%	46,6%
Total	Count	80	81	161	
	% of Total	49,7%	50,3%	100,0%	

Πίνακας 10. Τρόπος πληρωμής στις διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού \* Φύλο

Από τον Πίνακα 9, παρατηρείται πως τα μεγαλύτερα ποσοστά που κάνουν περισσότερο χρήση των FDAs αφορούν τους ιδιωτικούς υπαλλήλους και τους φοιτητές, αφού όπως προαναφέρθηκε, αυτό οφείλεται στην φύση της δουλειάς τους και των συνεχόμενων ωρών μελέτης (ποσοστό 18,1% τουλάχιστον μια εβδομάδα). Επίσης, είναι σαφές από τις πινακοειδείς διασταυρώσεις των ερωτήσεων, πως τόσο οι άνδρες, όσο και οι γυναίκες προτιμούν την πληρωμή των παραγγελιών με μετρητά (ποσοστά 23% και 23,6% αντίστοιχα) και ασχολούνται λιγότερο με την μεταφορά χρημάτων ή πληρωμή μέσω χρεωστικής κάρτας, δηλ. αποφεύγουν να κάνουν χρήση των καρτών και γενικότερα των χρημάτων μέσω διαδικτύου (σε ποσοστό 17,4% οι άνδρες και 16,8% οι γυναίκες).

			Ηλικία					Total
			έως 25	26-35	36-45	46-55	> 55	
Χρήση Κινητού Τηλεφώνου	OXI	Count	0	0	0	0	2	2
		% of Total	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%	1,2%
	NAI	Count	57	23	39	31	13	163
		% of Total	34,5%	13,9%	23,6%	18,8%	7,9%	98,8%
Total	Count	57	23	39	31	15	165	
	% of Total	34,5%	13,9%	23,6%	18,8%	9,1%	100,0%	

**Πίνακας 11. Χρήση Κινητού Τηλεφώνου \* Ηλικία**

			Ηλικία					Total
			έως 25	26-35	36-45	46-55	> 55	
Χρήση Ηλεκτρονικού Υπολογιστή	OXI	Count	2	1	1	3	7	14
		% of Total	1,2%	0,6%	0,6%	1,8%	4,3%	8,5%
	NAI	Count	55	22	38	27	8	150
		% of Total	33,5%	13,4%	23,2%	16,5%	4,9%	91,5%
Total	Count	57	23	39	30	15	164	
	% of Total	34,8%	14,0%	23,8%	18,3%	9,1%	100,0%	

**Πίνακας 12. Χρήση Ηλεκτρονικού Υπολογιστή \* Ηλικία**

Από τους παραπάνω τελευταίους Πίνακες 11 και 12, διαπιστώνεται εύκολα, ότι η χρήση κινητού τηλεφώνου και ηλεκτρονικού υπολογιστή είναι περισσότερο διαδεδομένη στις μικρότερες ηλικίες, αφού είναι εξοικειωμένοι με τις νέες τεχνολογίες (ποσοστό της τάξεως 34%), που συσχετίζεται με έρευνες, ότι σε υψηλά ποσοστά οι άνδρες συμφωνούν με την άποψη ότι ακολουθούν τις νέες τεχνολογίες (επίδραση της μεταβλητής TTF) (Shao et al., 2018; Cho et al., 2019). Επίσης παρατηρείται ότι σε μεγαλύτερο ποσοστό οι άνδρες δοκιμάζουν προϊόντα νέων τεχνολογιών μαζί με φίλους και γνωρίζουν περισσότερα πράγματα για αυτές (επίδραση της μεταβλητής SI) (Shao et al., 2018).

#### 4.5. Συντελεστής Συσχέτισης (Pearson's Correlations)

Η ανάλυση συσχέτισης των μέσων των μεταβλητών του δείγματος βασίστηκε στον συντελεστή Pearson's, ερευνώντας έτσι το κατά πόσο οι κωδικοποιημένες μεταβλητές (PE,EE,SI,TR,TTF,COF,SA,CI) και σύμφωνα με τις αρχικές υποθέσεις που ετέθησαν, έχουν συσχέτιση μεταξύ τους. Έτσι ο βαθμός και η ένταση της σχέσης των μεταβλητών, παρουσιάζονται στον Πίνακα 13. Επισημαίνεται πως ο συντελεστής συσχέτισης Pearson προϋποθέτει πως οι μεταβλητές κατανέμονται κανονικά στον πληθυσμό, κάτι το οποίο εδώ ισχύει αφού το δείγμα είναι  $n=165 > 30$ , η κατανομή θεωρείται κανονική.

		Προσδόκιμο απόδοσης (Performance expectancy- PE)	Προσδόκιμο προσπάθειας (Effort expectancy - EE)	Κοινωνική επιρροή (Social influence - SI)	Εμπιστοσύνη (Trust - TR)	Αντίληψη Τεχνολογικής Εφαρμογής (Perceived task-technology fit - TTF)	Επιβεβαίωση (Confirmation - COF)	Ικανοποίηση (Satisfaction - SA)	Μελλοντική Χρήση (Continuance intention - CI)
Προσδόκιμο απόδοσης (PE)	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)								
Προσδόκιμο προσπάθειας (EE)	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	<b>,602**</b>							
Κοινωνική επιρροή (SI)	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	<b>,381**</b>	<b>,334**</b>						
Εμπιστοσύνη (TR)	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	<b>,554**</b>	<b>,700**</b>	<b>,286**</b>					
Αντίληψη Τεχνολογικής Εφαρμογής (TTF)	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	<b>,638**</b>	<b>,768**</b>	<b>,203**</b>	<b>,762**</b>				
Επιβεβαίωση (COF)	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	<b>,644**</b>	<b>,689**</b>	<b>,335**</b>	<b>,687**</b>	<b>,761**</b>			
Ικανοποίηση (SA)	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	<b>,657**</b>	<b>,727**</b>	<b>,408**</b>	<b>,727**</b>	<b>,798**</b>	<b>,852**</b>		
Μελλοντική Χρήση (CI)	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	<b>,536**</b>	<b>,489**</b>	<b>,470**</b>	<b>,576**</b>	<b>,596**</b>	<b>,617**</b>	<b>,710**</b>	
		<b>,000</b>	<b>,000</b>	<b>,000</b>	<b>,000</b>	<b>,000</b>	<b>,000</b>	<b>,000</b>	<b>,000</b>

Πίνακας 13. Συσχετίσεις των μεταβλητών

\*\**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).*

Από τα αποτελέσματα του παραπάνω Πίνακα 13, προκύπτει πως οι περισσότερες συσχετίσεις που προκύπτουν μεταξύ των μεταβλητών αυτές είναι θετικές και στατιστικά σημαντικές σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας  $\alpha=0.01$ . Αναφορικά με τις ισχυρές θετικές συσχετίσεις, η προσδοκώμενη προσπάθεια (EE) έχει ισχυρή θετική και στατιστικά σημαντική συσχέτιση την εμπιστοσύνη (TR) ( $r = 0,700$  και  $p=0,000<0,01$ ), με την μεταβλητή της αντιλαμβανόμενης τεχνικής εφαρμογής ( $r = 0,768$  και  $p=0,000<0,01$ ) και την μεταβλητή της ικανοποίησης (SA) ( $r = 0,727$  και  $p=0,000<0,01$ ). Επιπλέον η εμπιστοσύνη (TR) είναι ισχυρά θετική και στατιστικά σημαντική με την μεταβλητή της αντιλαμβανόμενης τεχνικής εφαρμογής ( $r = 0,762$  και  $p=0,000<0,01$ ), και θετικά στατιστικά σημαντική με την μεταβλητή της ικανοποίησης (SA) ( $r = 0,727$  και  $p=0,014<0,05$ ). Η μεταβλητή της αντιλαμβανόμενης τεχνικής εφαρμογής είναι ισχυρά θετικά και στατιστικά σημαντική με την μεταβλητή της επιβεβαίωσης (COF) ( $r = 0,761$  και  $p=0,000<0,01$ ) και με την μεταβλητή της ικανοποίησης (SA) ( $r = 0,798$  και  $p=0,000<0,01$ ). Επίσης στατιστικά σημαντική βρέθηκε η μεταβλητή της επιβεβαίωσης με την ικανοποίηση ( $r = 0,852$  και  $p=0,000<0,01$ ), καθώς και η μεταβλητή της ικανοποίησης (SA) με την μεταβλητή της μελλοντικής και συνεχούς χρήσης των FDAs (CI) ( $r = 0,710$  και  $p=0,000<0,01$ ). Επισημαίνεται πως η μεταβλητή continuance intention (CI) είναι θετικά και στατιστικά σημαντική με όλες τις υπόλοιπες μεταβλητές.

#### **4.6. Ανάλυση Μονοπατιού (Path Analysis) - Πολλαπλή Παλινδρόμηση (Multiple Regression)**

Η ανάλυση μονοπατιού (path analysis) θεωρείται προέκταση του μοντέλου παλινδρόμησης και χρησιμοποιείται για τον έλεγχο δύο ή περισσότερων αιτιολογικών μοντέλων (causal models). Το μοντέλο της path analysis απεικονίζεται διαγραμματικά με βέλη τα οποία αντιπροσωπεύουν την σχέση αιτίας – αιτιατού. Σύμφωνα με το ερευνητικό μοντέλο που δημιουργήθηκε στην ενότητα 2.5 του Κεφαλαίου 2, θα εφαρμοστεί η ανάλυση παλινδρόμησης για καθεμία από τις μεταβλητές του μοντέλου ως εξαρτημένη και με τις υπόλοιπες να παίζουν το ρόλο των ανεξάρτητων μεταβλητών. Έτσι η κάθε μεταβλητή του μοντέλου περιλαμβάνει ένα (1) άμεσα μονοπάτια και δύο (2) συσχετισμένα μονοπάτια με ενδογενείς μεταβλητές. Το εν λόγω ερευνητικό μοντέλο περιλαμβάνει τις εξωγενείς μεταβλητές, δηλ. εκείνες στις οποίες δεν καταλήγει κάποιο

βέλος και είναι οι μεταβλητές COF, TTF, SI, TR, EE και τις ενδογενείς μεταβλητές PE, CI και SA, δηλ. εκείνες στις οποίες καταλήγει κάποιο βέλος. Μέσω των αρχικών υποθέσεων που ετέθησαν, προκύπτουν οι παρακάτω τρεις (3) εξισώσεις, προκειμένου να πραγματοποιηθεί η ανάλυση της παλινδρόμησης, ακολουθώντας το ερευνητικό μοντέλο που προτάθηκε για το σκοπό αυτό. Έτσι θα διαπιστωθεί σε τι ποσοστό επηρεάζονται οι ενδογενείς μεταβλητές σε σχέση με τις υπόλοιπες.

$$\text{Μελλοντική χρήση (CI)} = \alpha + \beta_{11} * \text{προσδόκιμο απόδοσης (PE)} + \beta_{12} * \text{προσδόκιμο προσπάθειας (EE)} + \beta_{13} * \text{κοινωνική επιρροή (SI)} + \beta_{14} * \text{εμπιστοσύνη (TR)} + \beta_{15} * \text{αντίληψη τεχνολογικής εφαρμογής (TTF)} + \beta_{16} * \text{ικανοποίηση (SA)}$$

(εξίσωση 1)

$$\text{Ικανοποίηση (SA)} = \alpha + \beta_{21} * \text{προσδόκιμο απόδοσης (PE)} + \beta_{22} * \text{προσδόκιμο προσπάθειας (EE)} + \beta_{23} * \text{κοινωνική επιρροή (SI)} + \beta_{24} * \text{εμπιστοσύνη (TR)} + \beta_{25} * \text{επιβεβαίωση (COF)}$$

(εξίσωση 2)

$$\text{Προσδόκιμο απόδοσης (PE)} = \alpha + \beta_{31} * \text{προσδόκιμο προσπάθειας (EE)} + \beta_{32} * \text{αντίληψη τεχνολογικής εφαρμογής (TTF)} + \beta_{33} * \text{επιβεβαίωση (COF)}$$

(εξίσωση 3)

Για την **εξίσωση 1**, κατόπιν εκτέλεσης της γραμμικής παλινδρόμησης τα εξής αποτελέσματα προκύπτουν:

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,760 <sup>a</sup>	,747	,751	,671

a. Predictors: (Constant), Ικανοποίηση (Satisfaction - SA), Κοινωνική επιρροή (Social influence - SI), Προσδόκιμο απόδοσης (Performance expectancy- PE), Εμπιστοσύνη (Trust - TR), Προσδόκιμο προσπάθειας (Effort expectancy - EE), Αντίληψη Τεχνολογικής Εφαρμογής (Perceived task-technology fit - TTF)

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	<b>95,932</b>	<b>6</b>	<b>15,989</b>	<b>35,498</b>	<b>,000<sup>b</sup></b>
Residual	70,264	156	,450		
Total	166,196	162			

a. Dependent Variable: Μελλοντική Χρήση (Continuance intention - CI)

b. Predictors: (Constant), Ικανοποίηση (Satisfaction - SA), Κοινωνική επιρροή (Social influence - SI), Προσδόκιμο απόδοσης (Performance expectancy- PE), Εμπιστοσύνη (Trust - TR), Προσδόκιμο προσπάθειας (Effort expectancy - EE), Αντίληψη Τεχνολογικής Εφαρμογής (Perceived task-technology fit - TTF)

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,451	,327		-1,380	,169
Προσδόκιμο απόδοσης (Performance expectancy- PE)	<b>,145</b>	<b>,091</b>	<b>,120</b>	<b>1,603</b>	<b>,011</b>
Προσδόκιμο προσπάθειας (Effort expectancy - EE)	-,255	,113	-,202	-2,265	,025
Κοινωνική επιρροή (Social influence - SI)	,275	,072	,235	3,821	,000
Εμπιστοσύνη (Trust - TR)	,170	,113	,131	1,513	,032
Αντίληψη Τεχνολογικής Εφαρμογής (Perceived task-technology fit - TTF)	,201	,135	,164	1,492	,038
Ικανοποίηση (Satisfaction - SA)	,576	,127	,457	4,535	,000

a. Dependent Variable: Μελλοντική Χρήση (Continuance intention - CI)

#### Πίνακας 14. Αποτελέσματα γραμμικής παλινδρόμησης για την εξίσωση (1)

Για την **εξίσωση 2**, κατόπιν εκτέλεσης της γραμμικής παλινδρόμησης τα εξής αποτελέσματα προκύπτουν:

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	<b>,890<sup>a</sup></b>	<b>,792</b>	<b>,785</b>	<b>,373</b>

a. Predictors: (Constant), Επιβεβαίωση (Confirmation - COF), Κοινωνική επιρροή (Social influence - SI), Προσδόκιμο απόδοσης (Performance expectancy- PE), Εμπιστοσύνη (Trust - TR), Προσδόκιμο προσπάθειας (Effort expectancy - EE)

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 <b>Regression</b>	<b>82,871</b>	<b>5</b>	<b>16,574</b>	<b>119,442</b>	<b>,000<sup>b</sup></b>
Residual	21,786	157	,139		
Total	104,656	162			

a. Dependent Variable: Ικανοποίηση (Satisfaction - SA)

b. Predictors: (Constant), Επιβεβαίωση (Confirmation - COF), Κοινωνική επιρροή (Social influence - SI), Προσδόκιμο απόδοσης (Performance expectancy- PE), Εμπιστοσύνη (Trust - TR), Προσδόκιμο προσπάθειας (Effort expectancy - EE)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-,259	,179		-1,446	,150
	Προσδόκιο απόδοσης (Performance expectancy- PE)	,074	,050	,077	1,486	,139
	<b>Προσδόκιο προσπάθειας (Effort expectancy - EE)</b>	<b>,149</b>	<b>,058</b>	<b>,148</b>	<b>2,584</b>	<b>,011</b>
	<b>Κοινωνική επιρροή (Social influence - SI)</b>	<b>,089</b>	<b>,037</b>	<b>,096</b>	<b>2,389</b>	<b>,018</b>
	<b>Εμπιστοσύνη (Trust - TR)</b>	<b>,186</b>	<b>,058</b>	<b>,180</b>	<b>3,224</b>	<b>,002</b>
	<b>Επιβεβαίωση (Confirmation - COF)</b>	<b>,565</b>	<b>,060</b>	<b>,545</b>	<b>9,371</b>	<b>,000</b>

a. Dependent Variable: Ικανοποίηση (Satisfaction - SA)

**Πίνακας 15. Αποτελέσματα γραμμικής παλινδρόμησης για την εξίσωση (2)**

Για την **εξίσωση 3**, κατόπιν εκτέλεσης της γραμμικής παλινδρόμησης τα εξής αποτελέσματα προκύπτουν:

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	<b>,696<sup>a</sup></b>	<b>,484</b>	<b>,475</b>	<b>,606</b>

a. Predictors: (Constant), Επιβεβαίωση (Confirmation - COF), Προσδόκιο προσπάθειας (Effort expectancy - EE), Αντίληψη Τεχνολογικής Εφαρμογής (Perceived task-technology fit - TTF)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	<b>Regression</b>	<b>54,822</b>	<b>3</b>	<b>18,274</b>	<b>49,764</b>	<b>,000<sup>b</sup></b>
	Residual	58,386	159	,367		
	Total	113,208	162			

a. Dependent Variable: Προσδόκιο απόδοσης (Performance expectancy- PE)

b. Predictors: (Constant), Επιβεβαίωση (Confirmation - COF), Προσδόκιο προσπάθειας (Effort expectancy - EE), Αντίληψη Τεχνολογικής Εφαρμογής (Perceived task-technology fit - TTF)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	,807	,263		3,063	,003
	<b>Προσδόκιο προσπάθειας (Effort expectancy - EE)</b>	<b>,219</b>	<b>,097</b>	<b>,209</b>	<b>2,265</b>	<b>,025</b>
	<b>Αντίληψη Τεχνολογικής Εφαρμογής (Perceived task-technology fit - TTF)</b>	<b>,235</b>	<b>,105</b>	<b>,232</b>	<b>2,247</b>	<b>,026</b>
	<b>Επιβεβαίωση (Confirmation - COF)</b>	<b>,349</b>	<b>,098</b>	<b>,323</b>	<b>3,567</b>	<b>,000</b>

a. Dependent Variable: Προσδόκιο απόδοσης (Performance expectancy- PE)

**Πίνακας 16. Αποτελέσματα γραμμικής παλινδρόμησης για την εξίσωση (3)**

Σύμφωνα με τις παραπάνω αναλύσεις, προκύπτουν αρχικά τα αποτελέσματα για τον συντελεστή συσχέτισης  $R^2$ , κάθε μοντέλου εξίσωσης ξεχωριστά, που δείχνει το ποσοστό της διακύμανσης της εξαρτημένης μεταβλητής που «εξηγείται» από τις ανεξάρτητες εξωγενείς μεταβλητές (He et al., 2018). Επομένως για το μοντέλο της εξίσωσης (1), από τον Πίνακα 14, συμπεραίνεται ότι το 75,1% της διακύμανσης της μεταβλητής μελλοντική και συνεχούς χρήσης (CI), εξηγείται από τις μεταβλητές προσδόκιμο απόδοσης (PE), προσδόκιμο προσπάθειας (EE), κοινωνική επιρροή (SI), εμπιστοσύνη (TR), αντιλαμβανόμενη τεχνολογική εφαρμογή (TTF) και ικανοποίηση (SA). Ο πίνακας της ανάλυσης διακύμανσης (ANOVA) δείχνει τη συνολική σημαντικότητα του μοντέλου της εξίσωσης (1). Το  $F = 35,498$  ( $p < 0,001$ ) είναι στατιστικά σημαντικό σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας  $\alpha = 0,001$ . Επομένως το μοντέλο είναι στατιστικά σημαντικό. Επιπλέον οι πέντε (5) από τις έξι (6) ενδογενείς μεταβλητές είναι στατιστικά σημαντικές, δεχόμενοι ότι η κοινωνική επιρροή (SI) ( $\beta = 0,275$ ,  $p < 0,001$ ) και η ικανοποίηση (SA) ( $\beta = 0,576$ ,  $p < 0,001$ ) επηρεάζουν στατιστικά σημαντικά και θετικά την μεταβλητή CI, καθώς και οι μεταβλητές PE ( $\beta = 0,145$ ,  $p = 0,011 < 0,05$ ), TR ( $\beta = 0,170$ ,  $p = 0,032 < 0,05$ ) και TTF ( $\beta = 0,201$ ,  $p = 0,038 < 0,05$ ), ενώ η μεταβλητή προσδόκιμο προσπάθειας (EE) την επηρεάζει αρνητικά ( $\beta = -0,255$ ,  $p = 0,025 < 0,05$ ). Έτσι, οι υποθέσεις H1, H6, H8, H10 και H14 επικυρώνονται αντίστοιχα.

Αναφορικά με το μοντέλο της εξίσωσης (2), από τον Πίνακα 15, συμπεραίνεται ότι το 78,5% της διακύμανσης της μεταβλητής ικανοποίηση (SA), εξηγείται από τις μεταβλητές προσδόκιμο απόδοσης (PE), προσδόκιμο προσπάθειας (EE), κοινωνική επιρροή (SI), εμπιστοσύνη (TR) και επιβεβαίωση (COF). Ο πίνακας της ανάλυσης διακύμανσης (ANOVA) δείχνει τη συνολική σημαντικότητα του μοντέλου της εξίσωσης (2). Το  $F = 119,442$  ( $p < 0,001$ ) είναι στατιστικά σημαντικό σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας  $\alpha = 0,001$ . Επομένως το μοντέλο είναι στατιστικά σημαντικό. Επιπλέον οι τέσσερις (4) από τις πέντε (5) ενδογενείς μεταβλητές είναι στατιστικά σημαντικές, καταδεικνύοντας ότι η ικανοποίηση επηρεάζεται σημαντικά από το προσδόκιμο προσπάθειας ( $\beta = 0,149$ ,  $p = 0,011 < 0,05$ ), την κοινωνική επιρροή ( $\beta = 0,089$ ,  $p = 0,018 < 0,05$ ), την εμπιστοσύνη ( $\beta = 0,186$ ,  $p = 0,002 < 0,05$ ) και την επιβεβαίωση ( $\beta = 0,565$ ,  $p < 0,001$ ). Επομένως, επιβεβαιώνονται οι υποθέσεις H5, H7, H9 και H12.



Τέλος, σύμφωνα με το μοντέλο της εξίσωσης (3), από τον Πίνακα 16, συμπεραίνεται ότι το 47,5% της διακύμανσης της μεταβλητής προσδόκιμο απόδοσης (PE), εξηγείται από τις μεταβλητές προσδόκιμο προσπάθειας (EE), αντίληψη της τεχνολογικής εφαρμογής (TTF) και την επιβεβαίωση (COF). Ο πίνακας της ανάλυσης διακύμανσης (ANOVA) δείχνει τη συνολική σημαντικότητα του μοντέλου της εξίσωσης (3). Το  $F = 49,764$  ( $p < 0,001$ ) είναι στατιστικά σημαντικό σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας  $\alpha = 0,001$ . Επομένως το μοντέλο είναι στατιστικά σημαντικό. Επιπλέον και οι τρεις (3) ενδογενείς μεταβλητές είναι στατιστικά σημαντικές, καταδεικνύοντας ότι η απόδοση επηρεάζεται σημαντικά από το προσδόκιμο προσπάθειας ( $\beta=0,219$   $p=0,025 < 0,05$ ), την TTF ( $\beta=0,235$ ,  $p=0,026 < 0,05$ ) και την επιβεβαίωση ( $\beta=0,349$ ,  $p < 0,001$ ). Επομένως, επιβεβαιώνονται οι υποθέσεις H4, H11 και H13. Σύμφωνα με τα παραπάνω αποτελέσματα των Πινάκων, αποτυπώνονται οι αρχικές υποθέσεις H1 – H14 και ποιες από αυτές είναι στατιστικά σημαντικές σε επίπεδο σημαντικότητας  $\alpha=0,001$  ή  $0,05$  (Πίνακας 17).

Αποτελέσματα Path Analysis							
Υποθέσεις	Διαδρομή	Πρόσημο Σχέσης	$\beta$	Τυπικό σφάλμα S.E.	t-values	Στατιστική Σημαντικότητα (sig) – p-values	Αποτέλεσμα
H1	PE→CI	+	,145	,091	1,603	,011	δεκτή
H2	PE→SA	+	,074	,050	1,486	,139	απορρίπτεται
H3	EE→CI	-	-,255	,113	-2,265	,025	απορρίπτεται
H4	EE→PE	+	,219	,097	2,265	,025	δεκτή
H5	EE→SA	+	,149	,058	2,584	,011	δεκτή
H6	SI→CI	+	,275	,072	3,821	,000	δεκτή
H7	SI→SA	+	,089	,037	2,389	,018	δεκτή
H8	TR→CI	+	,170	,113	1,513	,132	δεκτή
H9	TR→SA	+	,186	,058	3,224	,002	δεκτή
H10	TTF→CI	+	,201	,135	1,492	,138	δεκτή
H11	TTF→PE	+	,235	,105	2,247	,026	δεκτή
H12	COF→SA	+	,565	,060	9,371	$p < 0,001$	δεκτή
H13	COF→PE	+	,349	,098	3,567	$p < 0,001$	δεκτή
H14	SA→CI	+	,576	,127	4,535	$p < 0,001$	δεκτή

Πίνακας 17. Τελικά αποτελέσματα των υποθέσεων

Οι δώδεκα (12) από τις δεκατέσσερις (14) αρχικές υποθέσεις, είναι αποδεκτές επηρεάζοντας θετικά τις οριζόμενες στο μοντέλο εξωγενείς μεταβλητές. Αναφορικά με την ενσωμάτωση και των μεταβλητών ελέγχου, για παράδειγμα το φύλο, ηλικία, εκπαίδευση, που αφορά τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος, παρατηρείται

ότι δεν υπάρχει αύξηση στο ποσοστό διακύμανσης των παραπάνω εξισώσεων του συνολικού μοντέλου. Επιπρόσθετα κατά την εισαγωγή αυτών παρατηρήθηκαν χαμηλότερα ποσοστά διακύμανσης και στις περισσότερες περιπτώσεις δεν ερμηνεύονταν σωστά οι υπόλοιπες μεταβλητές.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η διερεύνηση των στάσεων των καταναλωτών για τη διαδικασία της αξιολόγησης των διαδικτυακών εφαρμογών παράδοσης τροφίμων αποτελεί ζήτημα μείζονος σημασίας για το μάνατζμεντ στο χώρο της εστίασης. Τον τελευταίο χρόνο και λόγω της πανδημίας Covid-19, έχει παρατηρηθεί αύξηση των διαδικτυακών παραγγελιών και της παράδοσης αγαθών και φαγητού από τους καταναλωτές. Μέσα από την συγκεκριμένη ερευνητική προσπάθεια επιδιώχθηκε να αναδειχθεί ότι οι καταναλωτές πρέπει να χρησιμοποιούν όχι μόνο τους παραδοσιακούς τρόπους για την παραγγελία φαγητού αλλά και να αλληλεπιδρούν με τις τεχνολογικές εξελίξεις, όταν αυτές είναι ικανές να βοηθήσουν σε κρίσιμες περιόδους, όπως αυτής της υφιστάμενης πανδημίας. Η διερεύνηση και αποτύπωση των αντιδράσεων των καταναλωτών συμβάλλει στην καλύτερη χρήση των εν λόγω εφαρμογών και στην ποιοτικότερη παροχή υπηρεσιών που προσανατολίζονται για το κοινό καλό.

Σύμφωνα με την path analysis, μπορεί να συναχθεί το συμπέρασμα ότι πέντε (5) από τις έξι (6) μεταβλητές (PE, SI, TR, TTF και SA) προέκυψαν ως στατιστικά σημαντικές προγενέστερες της πρόθεσης συνεχούς και μελλοντικής χρήσης των FDAs κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19, με την ικανοποίηση να έχει την πιο ισχυρή θετικά και στατιστικά σημαντική ουσιαστική επίδραση στην πρόθεση συνεχούς χρήσης. Αυτό το αποτέλεσμα επιβεβαιώνει προηγούμενες μελέτες που σχετίζονται με τη συνέχιση της υιοθέτησης τεχνολογιών μέσω κινητών συσκευών και υπηρεσιών (Dlodlo, 2014; Yuan et al., 2016; Cao & Niu, 2019; Marinković et al., 2020).

Επιπλέον, επιβεβαίωσε ότι η ικανοποίηση είναι ένας σημαντικός καθοριστικός παράγοντας για τις προθέσεις παραγγελίας και χρήσης των υπηρεσιών FDAs των χρηστών (Elvandari et al., 2018). Επομένως, η παρακολούθηση και η βελτίωση των χρηστών από την ικανοποίηση μέσω την παροχή υψηλής ποιότητας υπηρεσιών για την κάλυψη των απαιτήσεων των πελατών είναι βασικές και κατάλληλες προσεγγίσεις για τους παρόχους FDAs, προκειμένου να διατηρήσουν ενεργή επαφή με τους πελάτες κατά τη διάρκεια της πανδημίας. Επιπρόσθετα, μπορούν να συμβάλλουν και στην βιώσιμη διατήρηση της μελλοντικής ανάπτυξης των FDAs ικανοποιώντας τις τεχνολογικές και

λοιπές προσδοκίες των πελατών. Το TTF είναι ο δεύτερος πιο κρίσιμος δείκτης που επηρεάζει το CI, επαληθεύοντας ότι αυτός διαδραματίζει ουσιαστικό ρόλο όχι μόνο στον προσδιορισμό της πρόθεσης των χρηστών να υιοθετήσουν την τεχνολογία (Zhou et al., 2010), αλλά και στην επεξήγηση της συνεχούς πρόθεσης χρήσης των FDAs (Larsen et al., 2009; Lin, 2012).

Επιπλέον, οι προηγούμενες βιβλιογραφικές έρευνες που σχετίζονται με την υιοθέτηση των FDAs έχουν επικεντρωθεί στις αντιλήψεις των χρηστών ή στα χαρακτηριστικά των τεχνολογιών (Cho et al., 2019; Roh & Park, 2019), οι οποίες είναι ανεπαρκείς για την ανάλυση της καταλληλότητας μεταξύ της αντίληψης των χρηστών και των χαρακτηριστικών της τεχνολογίας. Η αντιλαμβανόμενη τεχνολογική εφαρμογή (TTF) προσδιορίζεται σημαντικά από τα τεχνολογικά χαρακτηριστικά (Oliveira et al., 2014). Συγκεκριμένα, με βάση τα χαρακτηριστικά των FDAs, την αυστηρή παρακολούθηση των διαδικασιών εξυπηρέτησης και τις πρόσθετες λειτουργίες, όπως η παράδοση καθημερινών αναγκών και η παράδοση χωρίς επαφή, διατυπώνει σημαντικά την πρόθεση των πελατών να χρησιμοποιούν FDAs υπό την κατάσταση πανδημίας Covid-19.

Έτσι, οι ιθύνοντες λήψης αποφάσεων, θα πρέπει να αναλύσουν και να προσδιορίσουν με ποιο τρόπο το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό της τεχνολογίας μπορεί να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις των χρηστών σε συγκεκριμένα πλαίσια, αυξάνοντας την πρόθεση χρήσης των πελατών. Από τα ευρήματα, βρέθηκε και η στατιστική σημαντικότητα της μεταβλητής TTF που καθορίζει επίσης σημαντικά την μεταβλητή της απόδοσης (PE) (Zhou et al., 2010; Oliveira et al., 2014; Yuan et al., 2016). Έτσι υποδεικνύεται ότι όταν τα ειδικά χαρακτηριστικά ή οι λειτουργίες του FDAs ικανοποιούν τις απαιτήσεις των πελατών για πρόσβαση σε παραγγελίες φαγητού ή καθημερινές ανάγκες σε ασφαλές περιβάλλον κατά τη διάρκεια της πανδημικής περιόδου, οι πελάτες θα αισθάνονται ότι τα FDAs είναι χρήσιμα και συμβατά (Roh & Park 2019). Ως εκ τούτου, οι ενδιαφερόμενοι φορείς των FDAs θα πρέπει να επιμείνουν επικεντρώνοντας στις ανάγκες των χρηστών και να βελτιώσουν τις υπηρεσίες ή τις λειτουργίες για να αυξήσουν την αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα των υπηρεσιών και να ανταποκριθούν καλύτερα στις απαιτήσεις των χρηστών, διατηρώντας έτσι τη συνέχιση της χρήσης των εν λόγω εφαρμογών.

Επιπρόσθετα η μεταβλητή της επιβεβαίωσης (COF) επηρεάζει θετικά και στατιστικά σημαντικά τις μεταβλητές της απόδοσης (PE) και της ικανοποίησης (SA) (Πίνακας 17). Παρόμοια αποτελέσματα έχουν υποστηριχθεί σε προηγούμενες μελέτες (Lee and Kwon, 2011; Alshurideh et al., 2020). Ο δείκτης της επιβεβαίωσης (COF) αντικατοπτρίζει τις προσδοκίες των χρηστών που διατυπώθηκαν από την προηγούμενη εμπειρία τους με εφαρμογές FDAs, γεγονός που εξηγεί τις τεχνολογικές και λοιπές επιπτώσεις στην πρόθεση των πελατών να χρησιμοποιούν τις FDAs. Έτσι, οι πάροχοι των εν λόγω εφαρμογών θα πρέπει να κατανοήσουν τις προσδοκίες των χρηστών και να βελτιώσουν την αποτελεσματικότητα και την αξιοπιστία των υπηρεσιών ηλεκτρονικής παραγγελίας και παράδοσης με βάση τις απαιτήσεις των χρηστών και τις δεδομένες καταστάσεις που ανά καιρούς μπορεί να συμβούν.

Αυτά τα ευρήματα υποδεικνύουν ότι η ποιότητα και η λειτουργικότητα των FDAs επηρεάζουν την αντιλαμβανόμενη ικανοποίηση των χρηστών και την πρόθεση συνέχισης της χρήσης του FDAs κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19. Ως εκ τούτου, οι πάροχοι τέτοιων υπηρεσιών, πρέπει να εγγυώνται την απόδοση και τη χρηστικότητα των FDAs οι οποίες θα είναι κατάλληλες να αντικατοπτρίζουν τις επιθυμίες και τα θέλω των χρηστών, παρέχοντας αποδοτικότερες υπηρεσίες παραγγελίας και παράδοσης με ασφάλεια και διασφάλιση ποιότητας.

Επιπλέον, αυτή η μελέτη αναδεικνύει και την επίδραση του παράγοντα εμπιστοσύνη (TR), στην πρόθεση και επιθυμία των χρηστών να συνεχίζει να χρησιμοποιεί FDAs, η οποία είναι σύμφωνη με προηγούμενα ευρήματα (Dlodlo, 2014). Έτσι, συμπεραίνεται ότι η αξιοπιστία, η ταχύτητα και η εξατομίκευση της υπηρεσίας FDA καθορίζουν την εμπιστοσύνη των πελατών για τη χρήση FDAs κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19. Έτσι, οι πάροχοι FDAs θα πρέπει να βελτιώσουν τις εξατομικευμένες υπηρεσίες και να παρακολουθούν τις διαδικασίες ηλεκτρονικής παραγγελίας φαγητού και παράδοσης για να εξασφαλίσουν την ποιότητα και την αξιοπιστία των υπηρεσιών, αυξάνοντας την εμπιστοσύνη του πελάτη.

Ομοίως, η κοινωνική επιρροή (SI) και στην παρούσα έρευνα, επιβεβαιώνεται ότι είναι καθοριστικός παράγοντας της ικανοποίησης και την συνεχούς πρόθεσης εξηγώντας και την μελλοντική χρήση (CI) των FDAs, κάτι το οποίο ομοίως υποστηρίζεται από προηγούμενες μελέτες σε διάφορα πλαίσια υιοθέτησης της

τεχνολογίας αντίστοιχα (Roh & Park, 2019; Zhou & Li, 2014; Lai & Shi, 2015; Hsiao et al., 2016). Όσον αφορά τον σημαντικό ρόλο της κοινωνικής επιρροής (SI), οι πάροχοι FDAs και λοιπές επιχειρήσεις εστίασης πρέπει να δημιουργήσουν το κατάλληλο μάρκετινγκ μέσω των κοινωνικών δικτύων (Zhu, et al., 2017; Chopdar & Sivakumar, 2019). Το κοινωνικό μάρκετινγκ θα πρέπει να εφαρμοστεί για να προωθήσει τα οφέλη των FDAs που σχετίζονται με την κατάσταση πανδημίας, προκειμένου να δημιουργήσει μια αξιόπιστη φήμη των FDAs για την αύξηση της ικανοποίησης των πελατών και της πρόθεσης χρήσης συνέχισης (Chopdar & Sivakumar, 2019; Marinković et al., 2020).

Ωστόσο, η απόδοση (PE) δεν επιδρά στατιστικά σημαντικά στην ικανοποίηση (SA) και επίδραση της προσπάθειας (EE) είναι αρνητική ως προς την πρόθεση συνεχούς χρήσης (CI) των FDAs. Αυτά τα αποτελέσματα είναι ενάντια σε προηγούμενα ευρήματα (Fang & Fang, 2016; Marinković et al., 2020), αλλά σύμφωνα με τα αποτελέσματα των Yuan et al. (2016) και Chopdar & Sivakumar (2019). Επειδή οι χρήστες απέκτησαν αρκετή εμπειρία από την προηγούμενη χρήση των FDAs, η αναγνώριση και η εξοικείωση των FDAs θα αυξηθεί από την εμπειρία χρήσης τους.

Ως εκ τούτου, η ευκολία ενός χρήστη δεν θα καθορίζει πλέον την ικανοποίηση του και την πρόθεση συνέχισης μετά την αρχική υιοθέτηση του FDAs. Επιπλέον, κατά τη διάρκεια της υφιστάμενης υγειονομικής κρίσης, άλλα χαρακτηριστικά γνωρίσματα των εν λόγω εφαρμογών, όπως, ασφάλεια, αξιοπιστία και αποδοτικότητα, ως σημαντικότεροι καθοριστικοί παράγοντες μπορούν να παρέχουν περισσότερα οφέλη για τους χρήστες, οι οποίοι επηρεάζουν αμεσότερα την ικανοποίηση και την συνεχή και μελλοντική πρόθεση χρήσης τους.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6**

### **ΣΥΝΟΨΗ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ – ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ**

#### **6.1 Προτάσεις**

Η παρούσα μελέτη συμβάλλει βιβλιογραφικά εφαρμόζοντας μια εμπειρική έρευνα και εξετάζοντας εκείνους τους παράγοντες που επηρεάζουν την πρόθεση χρήσης των FDAs κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19. Κατά συνέπεια, η μελέτη εμπλουτίζει τη βιβλιογραφία γύρω από την χρήση της τεχνολογίας σε μια κατάσταση έκτακτης ανάγκης, ειδικά κατά τη διάρκεια μιας πανδημίας. Τα θεωρητικά μοντέλα που χρησιμοποιούνται στο χώρο της τεχνολογίας, όπως το UTAUT, το ECM και το μοντέλο Task-Technology Fit (TTF), ενσωματώνονται αρχικά για να σχηματίσουν ένα ολοκληρωμένο μοντέλο σε αυτή τη μελέτη, ενώ το προτεινόμενο μοντέλο εξηγεί ιδιαίτερα τους τεχνολογικούς, κοινωνικούς και ψυχολογικούς παράγοντες που επηρεάζουν την πρόθεση συνεχούς χρήσης των FDAs από τους καταναλωτές, κατά τη διάρκεια της υγειονομικής κρίσης. Συγκεκριμένα, το TTF ως επέκταση του μοντέλου UTAUT, εξηγεί αποτελεσματικά τα τεχνολογικά χαρακτηριστικά εκείνα, που διαμορφώνουν σημαντικά τις αντιλήψεις και τις συμπεριφορές των χρηστών. Εν τω μεταξύ, οι προτεινόμενες μεταβλητές του αναθεωρημένου μοντέλου UTAUT, καθώς η επέκταση των ορίων του μοντέλου ECM, εξηγούν συμπληρωματικά τις τεχνολογικές αντιλήψεις των χρηστών όχι μόνο καθορίζοντας την πρόθεση χρήσης των χρηστών, αλλά και επηρεάζοντας την ικανοποίησή τους. Επιπλέον, το μοντέλο ECM αναλύει την συνεχής πρόθεση για χρήση κυρίως από την σκοπιά των ψυχολογικών κινήτρων, συμπληρώνοντας το UTAUT και το μοντέλο TTF. Έτσι, το προτεινόμενο ολοκληρωμένο μοντέλο, μπορεί να συμβάλει σημαντικά στην αναδυόμενη βιβλιογραφία σχετικά με τη συνέχιση της χρήσης της τεχνολογίας των πληροφοριών.

Ως εκ τούτου, οι μελλοντικές έρευνες μπορεί να δώσουν μεγαλύτερη προσοχή σε χαρακτηριστικά που σκοπίμως επιδρούν στην καλύτερη και αποτελεσματικότερη λειτουργία της τεχνολογίας, η οποία μπορεί να προσαρμόσει μια συγκεκριμένη κατάσταση, ως προγενέστερη των αντιλήψεων και συμπεριφορών των χρηστών. Εν τω μεταξύ, η ενσωμάτωση περισσότερων τεχνολογικών αντιλήψεων των χρηστών είναι ένα

αποτελεσματικό πρότυπο για να εξηγηθούν οι προθέσεις χρήσης των FDAs. Επιπλέον, τέσσερις κύριες πρακτικές επιπτώσεις έχουν αποδειχθεί σε αυτή τη μελέτη. Πρώτον, η τρέχουσα έρευνα ενισχύει τις υπάρχουσες γνώσεις και τα οφέλη των FDAs, ειδικά στο πλαίσιο έκτακτης ανάγκης και συνθηκών πανδημίας. Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι τα οφέλη της λειτουργίας παράδοσης φαγητού, χωρίς επαφή, μέσω των FDAs διαμορφώνουν τις αντιλήψεις και τη συμπεριφορά των χρηστών, οι οποίες μαζί με τους υπόλοιπους παράγοντες που εξετάστηκαν, επηρεάζουν από κοινού την πρόθεση των χρηστών να χρησιμοποιούν FDAs.

Δεύτερον, αυτή η μελέτη αναδεικνύει θέματα που οι πάροχοι των FDAs και οι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων εστίασης πρέπει να λάβουν υπόψη τους. Είναι αναγκαίο, να κατανοήσουν τις προθέσεις για συνεχής και μελλοντική χρήση από τους πελάτες τους, όπως αναδεικνύεται μέσω παραγόντων που σχετίζονται με την ικανοποίηση, την αντιλαμβανόμενη εφαρμογή της τεχνολογίας, την εμπιστοσύνη, το προσδόκιμο απόδοσης, την επιβεβαίωση και την κοινωνική επιρροή.

Συγκεκριμένα, η ικανοποίηση, ως ο σημαντικότερος καθοριστικός παράγοντας της πρόθεσης χρήσης των πελατών, σχετίζεται στατιστικά σημαντικά από την κοινωνική επιρροή, την προσδοκώμενη προσπάθεια και την εμπιστοσύνη καθώς και την επιβεβαίωση. Στο πλαίσιο αυτό, η αίσθηση της καταλληλότητας μεταξύ του χαρακτηριστικού της τεχνολογίας και των απαιτήσεων των χρηστών διαδραματίζει επίσης σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση των αντιλήψεων και της συμπεριφοράς των πελατών. Κατά συνέπεια, τα ενδιαφερόμενα μέρη θα πρέπει να επικεντρωθούν στην αξιοποίηση του ιδιαίτερου χαρακτηριστικού ή της λειτουργίας της τεχνολογίας και στη διατήρηση της ποιότητας, της αξιοπιστίας και της αποτελεσματικότητας των υπηρεσιών για τη βελτιστοποίηση της εμπειρίας των χρηστών και την επίτευξη υψηλότερης ικανοποίησης των πελατών, αυξάνοντας έτσι την αποδοχή της συνέχειας μεταξύ του πληθυσμού-στόχου τους σε μια συγκεκριμένη κατάσταση και μελλοντική ανάπτυξη.

Τρίτον, η μελέτη αυτή θα μπορούσε να είναι πολύτιμη για τις αναπτυσσόμενες εταιρείες του κλάδου, τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής, τους κυβερνητικούς φορείς και τους ιδιωτικούς παρόχους υπηρεσιών που εμπλέκονται στην βιομηχανία παράδοσης φαγητού. Τα FDAs έχουν γίνει όλο και πιο δημοφιλείς και αποτελούν, όπως έδειξε και η έρευνα, σημαντικές πλατφόρμες σε μια συγκεκριμένη κατάσταση έκτακτης ανάγκης.



Επιπρόσθετα, η δημοτικότητα τους καθορίζεται από την αυξανόμενη προθυμία των πελατών να απολαμβάνουν φαγητό στο σπίτι καθώς και την αυτοπροστασία κατά τη διάρκεια της πανδημίας, η οποία έχει επίσης διαμορφώσει νέες καταναλωτικές συνήθειες για συνεχή χρήση.

Τέλος, τα ευρήματα αυτής της μελέτης θα μπορούσαν να εφαρμοστούν ως αναφορές για άλλες βιομηχανίες υπηρεσιών που βασίζονται σε εφαρμογές άμεσης εξυπηρέτησης προς τον χρήστη, όπως υπηρεσίες online real estate και online υπηρεσίες φιλοξενίας, ειδικότερα στην Ελλάδα, που ο κλάδος του τουρισμού αποτελεί έναν από τους πιο σημαντικούς στην οικονομία της χώρας. Οι σχετικές επιχειρήσεις θα μπορούσαν να αξιοποιήσουν τα ευρήματα αυτής της μελέτης για να αναπτύξουν κατάλληλες στρατηγικές ενσωματώνοντας συγκεκριμένα τεχνολογικά χαρακτηριστικά με τις τεχνολογικές και λοιπές αντιλήψεις των πελατών για την επέκταση της αγοράς τους και την οικοδόμηση μιας καλύτερης βιώσιμης πελατειακής βάσης όχι μόνο σε καταστάσεις κρίσεων αλλά και για μελλοντική ανάπτυξη.

## **6.2 Περιορισμοί και Μελλοντική έρευνα**

Οι κύριοι περιορισμοί της παρούσας διπλωματικής εστιάζονται αρχικά στο γεγονός πως η έρευνα πραγματοποιήθηκε κυρίως στους χρήστες που διαμένουν στο αστικό κέντρο της Αττικής και ενδεχομένως τα αποτελέσματα αυτής της μελέτης ενδέχεται να μην είναι γενικεύσιμα σε διαφορετικές περιοχές, για παράδειγμα στην περιφέρεια της Ελλάδας. Ως εκ τούτου, συνιστάται η μελλοντική έρευνα να δώσει προσοχή σε διαφορετικές περιοχές ή ακόμα και άλλες χώρες. Επιπλέον, οι συγκρίσεις μεταξύ των πολιτισμών ενθαρρύνονται επίσης ιδιαίτερα.

Δεύτερον, η μελέτη αυτή διεξάγει μόνο βραχυπρόθεσμα την αντανάκλαση της αντίληψης των χρηστών για τη συνέχιση της χρήσης των FDAs, ειδικά σε μια συγκεκριμένη κατάσταση και περίοδο (Covid-19). Σύμφωνα με τη χωροχρονική δυναμική της συμπεριφοράς και της πρόθεσης του ατόμου, η μελλοντική έρευνα μπορεί να εφαρμόσει διαχρονικές και πειραματικές μεθόδους για να διερευνήσει τις αντιλήψεις των χρηστών σε διαφορετικές καταστάσεις και να διερευνήσει την αιτιότητα με την

πάροδο του χρόνου και να κάνει συγκρίσεις, για να εξηγήσει πληρέστερα τις προθέσεις χρήσης της τεχνολογίας από τους χρήστες.

Τέλος η τρέχουσα μελέτη, εστιάζεται στις εφαρμογές FDAs γενικά και τυχόν διάκριση και εξέταση των χαρακτηριστικών σε διαφορετικές πλατφόρμες FDAs, όπως e-food και BOX θα μπορούσε να δώσει διαφορετικά αποτελέσματα, συγκρίσιμα μεταξύ τους. Κατά συνέπεια, το ερευνητικό μοντέλο θα μπορούσε να γενικευθεί για να εφαρμοστεί στη διάκριση των διαφορετικών πλατφορμών FDA, διαφορετικών ενδιαφερομένων, για παράδειγμα ιδιοκτήτες επιχειρήσεων, πάροχοι υπηρεσιών και λοιπών διαδικτυακών υπηρεσιών.

### 6.3 Σύνοψη

Συμπερασματικά, στο ολοένα αναπτυσσόμενο περιβάλλον της ανάπτυξης των εφαρμογών παράδοσης φαγητού (FDAs), ένας αυξανόμενος αριθμός μελετητών έχει προσελκύσει την προσοχή τους. στην παρούσα διπλωματική έγινε μια προσπάθεια εφαρμογής εμπειρικής έρευνας με αρκετά υψηλή επεξηγηματική εξέταση των παραγόντων που επηρεάζουν την πρόθεση συνεχούς χρήσης των FDAs κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19, που εξακολουθεί και υφίσταται, η οποία συμβάλλει σημαντικά στη βιβλιογραφία της συνεχιζόμενης υιοθέτησης της τεχνολογίας των πληροφοριών.

Προτείνοντας ένα ολοκληρωμένο μοντέλο που ενσωματώνει χαρακτηριστικά και παράγοντες από το UTAUT, το ECM και το TTF διερεύνησε 165 χρήστες των FDAs στην Ελλάδα, χρησιμοποιώντας ποσοτικές ερευνητικές μεθόδους. Το ερευνητικό μοντέλο αποτελείται από επτά (7) παράγοντες, το προσδόκιμο απόδοσης, το προσδόκιμο προσπάθειας, την κοινωνική επιρροή, την εμπιστοσύνη, την αντιλαμβανόμενη τεχνολογία εφαρμογής, την επιβεβαίωση και την ικανοποίηση προκειμένου να διερευνήσει τους προσδιοριστές της συνεχούς και μελλοντικής πρόθεσης από την χρήση των FDAs κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19. Το μοντέλο μέτρησης καταδεικνύει καλή αξιοπιστία και εγκυρότητα σε επαρκή ευρήματα. Τα αποτελέσματα αυτής της μελέτης καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι η πρόθεση συνέχισης των πελατών να χρησιμοποιούν FDAs κατά τη διάρκεια της πανδημίας COVID-19 δεν καθορίζεται μόνο σημαντικά από την ικανοποίηση, αλλά επηρεάζεται επίσης δραματικά από το

προσδόκιμο απόδοσης, την κοινωνική επιρροή, την εμπιστοσύνη και την αντιλαμβανόμενη τεχνολογική εφαρμογή. Επιπλέον, είναι απαραίτητο να τονιστεί ότι η μεταβλητή TTF διαδραματίζει κρίσιμο ρόλο για τη διαμόρφωση των τεχνολογικών αντιλήψεων των χρηστών, όταν η τεχνολογία αποτελεί ευεργετικό χαρακτηριστικό υπό μια συγκεκριμένη κατάσταση. Επιπρόσθετα το προσδόκιμο της προσπάθειας παίζει σημαντικό ρόλο στην απόδοση και την ικανοποίηση του χρήστη.

Ωστόσο, αυτή η μελέτη δεν βρίσκει ισχυρές συσχετίσεις μεταξύ του προσδόκιμου προσπάθειας και τις εμπιστοσύνης, η του προσδόκιμο απόδοσης με άλλες μεταβλητές, όπως ικανοποίηση και πρόθεση συνέχισης. Επιπλέον, η μελέτη αυτή συμβάλλει συνδέοντας και επεξηγώντας συμπληρωματικά τις τεχνολογικές, κοινωνικές και ψυχολογικές αντιλήψεις των χρηστών που καθορίζουν την πρόθεση χρήσης των FDAs. Οι σχετικές έρευνες και οι ενδιαφερόμενοι θα πρέπει να συνδυάζουν συγκεκριμένα χαρακτηριστικά με τις ανωτέρω μεταβλητές προκειμένου να αναλύουν και να κατανοούν τη συμπεριφορά των χρηστών και την συνεχή και μελλοντική πρόθεση των εν λόγω εφαρμογών.



# ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α

## Ερωτηματολόγιο Έρευνας



ΑΝΟΙΚΤΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΥΠΡΟΥ  
ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ  
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ  
«ΔΙΟΙΚΗΣΗ, ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΠΟΙΟΤΗΤΑ»

### ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

**ΘΕΜΑ: “Η μέτρηση της ποιότητας των υπηρεσιών παράδοσης τροφίμων και της χρήσης των διαδικτυακών εφαρμογών κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19”**

*Αγαπητέ/η κύριε/κυρία,*

Το Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «ΔΙΟΙΚΗΣΗ, ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΠΟΙΟΤΗΤΑ», της Σχολής Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου, διεξάγει έρευνα υπό τον τίτλο “Η μέτρηση της ποιότητας των υπηρεσιών παράδοσης τροφίμων και της χρήσης των διαδικτυακών εφαρμογών κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19”, με στόχο τη μέτρηση της ποιότητας των εν λόγω υπηρεσιών ως ασφαλέστερη εναλλακτική λύση. Η χρήση των διαδικτυακών εφαρμογών παραγγελίας και διανομής φαγητού (FDAs) πιστεύεται ότι είναι πολλές φορές περισσότερο προσανατολισμένη στον καταναλωτή και συνεπώς πιο χρήσιμη σε σχέση με την παραδοσιακή μορφή της. Στόχος της παρούσας ερευνητικής προσπάθειας είναι η εξέταση των στάσεων και των αντιλήψεων των καταναλωτών για την αξιολόγηση της απόδοσης των FDAs.

Αυτή η πρωτοπόρα ερευνητική προσπάθεια για τον Ελληνικό χώρο στηρίζεται στη συλλογή δομημένου ερωτηματολογίου που συμπληρώνεται διαδικτυακά από τους ενδιαφερόμενους. Μέσα από την συγκεκριμένη ερευνητική προσπάθεια επιδιώκεται να αναδειχθεί ότι οι καταναλωτές πρέπει να χρησιμοποιούν όχι μόνο τους παραδοσιακούς τρόπους για την αγορά φαγητού αλλά και να αλληλεπιδρούν με τις τεχνολογικές εξελίξεις, όταν αυτές είναι ικανές να βοηθήσουν σε κρίσιμες περιόδους, όπως αυτής της πανδημίας. Η διερεύνηση και αποτύπωση των αντιδράσεων των καταναλωτών θα συμβάλει στην καλύτερη χρήση των εν λόγω εφαρμογών και στην ποιοτικότερη παροχή υπηρεσιών που προσανατολίζονται για το κοινό καλό.

Θεωρώντας τη δική σας **προσωπική συνεισφορά** στην έρευνα ιδιαίτερα σημαντική, θα επιθυμούσαμε στη συμπλήρωση του εν λόγω δομημένου ερωτηματολογίου με χρόνο διάρκειας μικρότερου των πέντε λεπτών. Είμαστε βέβαιοι ότι αναγνωρίζετε τη χρησιμότητα της έρευνας, ενώ το κύρος και η αξιοπιστία του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου, εξασφαλίζουν την **εμπιστευτικότητα** και **εχεμύθεια** στην ανάλυση των στοιχείων που θα συγκεντρωθούν.

*Σας ευχαριστούμε πολύ για την ανταπόκρισή σας.*

*Με εκτίμηση,  
Καμηλιέρη Θάλεια*

**1. Βασικά Δημογραφικά Χαρακτηριστικά**

Παρακαλώ, συμπληρώστε τα παρακάτω δημογραφικά στοιχεία για εσάς (Παρακαλώ δείξτε (X)):

Φύλο	Ανδρας <input type="checkbox"/>	Γυναίκα <input type="checkbox"/>			
Ηλικία	έως 25 <input type="checkbox"/>	26-35 <input type="checkbox"/>	36-45 <input type="checkbox"/>	46-55 <input type="checkbox"/>	> 55 <input type="checkbox"/>
Επίπεδο εκπαίδευσης	Βασική εκπαίδευση <input type="checkbox"/>	Πτυχίο <input type="checkbox"/>	Μεταπτυχιακό <input type="checkbox"/>	Διδακτορικό <input type="checkbox"/>	
Συνολικό Μηνιαίο Εισόδημα	Έως 500 € <input type="checkbox"/>	500-1000 € <input type="checkbox"/>	1000-1500 € <input type="checkbox"/>	> 1500 € <input type="checkbox"/>	
Απασχόληση	Δημόσιος Υπάλληλος <input type="checkbox"/>	Ιδιωτικός Υπάλληλος <input type="checkbox"/>	Φοιτητής <input type="checkbox"/>	Ανεργος <input type="checkbox"/>	Συνταξιούχος <input type="checkbox"/>
	Ελεύθερος Επαγγελματίας <input type="checkbox"/> Άλλο: .....				
Χρήση Κινητού Τηλεφώνου	NAI <input type="checkbox"/> OXI <input type="checkbox"/>				
Χρήση Ηλεκτρονικού Υπολογιστή	NAI <input type="checkbox"/> OXI <input type="checkbox"/>				

**2. Χαρακτηριστικά Χρήσης των Υπηρεσιών Παραγγελίας Φαγητού**

Σχετικά με τις δυνατότητες χρήσης των υπηρεσιών παραγγελίας φαγητού παρακαλώ επιλέξτε την κατάλληλη απάντηση στις παρακάτω ερωτήσεις (Παρακαλώ δείξτε (X)):

1. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού;

- Τουλάχιστον μια φορά κάθε τρεις ημέρες
- Τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα
- Τουλάχιστον μια φορά το δεκαπενθήμερο
- Τουλάχιστον μια φορά το μήνα
- Σπάνια
- Καθόλου κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19

2. Ο τρόπος πληρωμής στις διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού γίνεται με:

- Μεταφορά Χρημάτων
  - Χρεωστική Κάρτα
  - Πιστωτική Κάρτα
  - Paypal / Prepaid Κάρτα
  - Μετρητοίς κατά την παράδοση
- Άλλο:.....

### 3. Βαθμός Ικανοποίησης των Υπηρεσιών Παραγγελίας Φαγητού

Σχετικά με τον βαθμό ικανοποίησης από την χρήση των διαδικτυακών υπηρεσιών παραγγελίας φαγητού, παρακαλώ σημειώστε το βαθμό που αντικατοπτρίζουν με ακρίβεια οι κάτωθι προτάσεις στην παρούσα κατάσταση της πανδημίας Covid-19 (Παρακαλώ δείξτε (X)):

*όπου FDAs = εφαρμογές παραγγελίας και διανομής φαγητού*

	Διαφωνώ		Συμφωνώ		
	1	2	3	4	5
<b>Προσδόκιμο απόδοσης (Performance expectancy- PE)</b>					
Οι FDAs είναι χρήσιμες κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Οι FDAs είναι εύχρηστες για τη παραγγελία και τη παραλαβή αγαθών κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρησιμοποιώντας τις FDAs βελτιώνεται η διαδικασία της παραγγελίας και παραλαβής φαγητού.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρησιμοποιώντας τις FDAs βελτιώνεται ο βαθμός αποτελεσματικότητας της παραγγελίας και παραλαβής φαγητού κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Προσδόκιμο προσπάθειας (Effort expectancy - EE)</b>	1	2	3	4	5
Η εκμάθηση και χρήση των FDAs είναι εύκολη.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Τα βήματα λειτουργίας των FDAs είναι εύκολα.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Είναι εύκολο να γίνει κάποιος επιδέξιος χρήστης των FDAs.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Η αλληλεπίδραση με τις FDAs είναι σαφής και κατανοητή.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Κοινωνική επιρροή (Social influence - SI)</b>	1	2	3	4	5
Οι άνθρωποι του κοινωνικού μου περιγύρου (μέλη οικογένειας, φίλοι, συνάδελφοι) συνιστούν την χρήση των FDAs κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Οι άνθρωποι του κοινωνικού μου περιγύρου θεωρούν ωφέλιμες τις FDAs κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Οι άνθρωποι του κοινωνικού μου περιγύρου πιστεύουν ότι είναι καλή η ιδέα η χρήση των FDAs κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Οι άνθρωποι του κοινωνικού μου περιγύρου με παροτρύνουν να κάνω χρήση των FDAs.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Εμπιστοσύνη (Trust - TR)</b>	1	2	3	4	5
Οι FDAs είναι αξιόπιστες.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Οι FDAs λαμβάνουν υπόψη τα «θέλω» των πελατών.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μπορώ με ασφάλεια να κάνω χρήση των FDAs.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Οι πληροφορίες που παρέχονται μέσω των FDAs είναι αξιόπιστες.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Αντίληψη Τεχνολογικής Εφαρμογής (Perceived task-technology fit - TTF)</b>	1	2	3	4	5
Οι λειτουργίες των FDAs είναι κατανοητές σε μένα.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Οι λειτουργίες των FDAs είναι κατάλληλες για να με βοηθήσουν να παραγγείλω.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Οι λειτουργίες των FDAs πληρούν τις απαιτήσεις μου για να παραγγείλω.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Οι λειτουργίες των FDAs είναι ασφαλείς για να με βοηθήσουν να παραγγείλω.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Επιβεβαίωση (Confirmation – COF)</b>	1	2	3	4	5
Η εμπειρία στην χρήση των FDAs είναι καλύτερη από ότι περίμενα.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Οι λειτουργίες των FDAs είναι καλύτερες από ότι περίμενα.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Οι παρεχόμενες υπηρεσίες των FDAs είναι καλύτερες από ότι περίμενα κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Συνολικά, επιβεβαιώθηκαν οι περισσότερες προσδοκίες μου από τη χρήση των FDAs.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Ικανοποίηση (Satisfaction - SA)</b>	1	2	3	4	5
Είμαι πολύ ικανοποιημένος που οι FDAs πληρούν τις απαιτήσεις μου κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Είμαι ικανοποιημένος με την αποτελεσματικότητα των FDAs κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Η αλληλεπίδρασή μου με τις FDAs είναι πολύ ικανοποιητική.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Έκανα το σωστό χρησιμοποιώντας τις FDAs κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μελλοντική Χρήση (Continuance intention - CI)	1	2	3	4	5
Σκοπεύω να συνεχίσω να χρησιμοποιώ τις FDAs κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Εάν είχα την δυνατότητα, θα παράγγελνα συνεχώς μέσω των FDAs.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Είμαι ανοιχτός στο ενδεχόμενο συνεχόμενης χρήσης των FDAs.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Είμαι πρόθυμος να χρησιμοποιώ τις FDAs στο μέλλον, συνεχώς.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ ΠΟΛΥ ΓΙΑ ΤΟ ΧΡΟΝΟ ΠΟΥ ΔΙΑΘΕΣΑΤΕ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ**

*Αν επιθυμείτε να σας κοινοποιηθούν τα αποτελέσματα της έρευνας, παρακαλώ σημειώστε τα στοιχεία σας: \_\_\_\_\_ e-mail: \_\_\_\_\_*



## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β

### Πίνακας Ερωτήσεων

Κριτήρια	Ερωτήσεις	Βιβλιογραφικές Αναφορές
<b>Προσδόκιμο απόδοσης (Performance expectancy-PE)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Οι FDAs είναι χρήσιμες κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19.</li> <li>2. Οι FDAs είναι εύχρηστες για τη παραγγελία και τη παραλαβή αγαθών κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19.</li> <li>3. Χρησιμοποιώντας τις FDAs βελτιώνεται η διαδικασία της παραγγελίας και παραλαβής φαγητού.</li> <li>4. Χρησιμοποιώντας τις FDAs βελτιώνεται ο βαθμός αποτελεσματικότητας της παραγγελίας και παραλαβής φαγητού κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19.</li> </ol>	Alghamdi et al., 2018 Bhattacharjee, 2001 Marinković et al., 2020 Shao et al., 2018
<b>Προσδόκιμο προσπάθειας (Effort expectancy-EE)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Η εκμάθηση και χρήση των FDAs είναι εύκολη.</li> <li>2. Τα βήματα λειτουργίας των FDAs είναι εύκολα.</li> <li>3. Είναι εύκολο να γίνει κάποιος επιδέξιος χρήστης των FDAs.</li> <li>4. Η αλληλεπίδραση με τις FDAs είναι σαφής και κατανοητή.</li> </ol>	Cho et al., 2019 Litbana-Cabanillas et al., 2018 Venkatesh et al., 2003 Wang et al., 2020
<b>Κοινωνική επιρροή (Social influence-SI)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Οι άνθρωποι του κοινωνικού μου περιγύρου (μέλη οικογένειας, φίλοι, συνάδελφοι) συνιστούν την χρήση των FDAs κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19.</li> <li>2. Οι άνθρωποι του κοινωνικού μου περιγύρου θεωρούν ωφέλιμες τις FDAs κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19.</li> <li>3. Οι άνθρωποι του κοινωνικού μου περιγύρου πιστεύουν ότι είναι καλή η ιδέα η χρήση των FDAs κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19.</li> <li>4. Οι άνθρωποι του κοινωνικού μου περιγύρου με παροτρύνουν να κάνω χρήση των FDAs.</li> </ol>	Yuan et al., 2016 Zhou et al., 2010 Hung et al., 2012 Tam et al., 2020 Cho et al., 2019 Litbana-Cabanillas et al., 2018
<b>Εμπιστοσύνη (Trust - TR)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Οι FDAs είναι αξιόπιστες.</li> <li>2. Οι FDAs λαμβάνουν υπόψη τα «θέλω» των πελατών.</li> <li>3. Μπορώ με ασφάλεια να κάνω χρήση των FDAs.</li> <li>4. Οι πληροφορίες που παρέχονται μέσω των FDAs είναι αξιόπιστες.</li> </ol>	Alshurideh et al., 2020 Roh & Park, 2019 Tam et al., 2020 Zhu et al., 2017
<b>Αντίληψη Τεχνολογικής Εφαρμογής (Perceived task-technology fit -TTF)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Οι λειτουργίες των FDAs είναι κατανοητές σε μένα.</li> <li>2. Οι λειτουργίες των FDAs είναι κατάλληλες για να με βοηθήσουν να παραγγείλω.</li> <li>3. Οι λειτουργίες των FDAs πληρούν τις απαιτήσεις μου για να παραγγείλω.</li> <li>4. Οι λειτουργίες των FDAs είναι ασφαλείς για να με βοηθήσουν να παραγγείλω.</li> </ol>	Alshurideh et al., 2020 Alghamdi et al., 2018 Hung et al., 2012 Litbana-Cabanillas et al., 2018 Yuan et al., 2016
<b>Επιβεβαίωση (Confirmation-COF)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Η εμπειρία στην χρήση των FDAs είναι καλύτερη από ότι περίμενα.</li> <li>2. Οι λειτουργίες των FDAs είναι καλύτερες από ότι περίμενα.</li> <li>3. Οι παρεχόμενες υπηρεσίες των FDAs είναι καλύτερες από ότι περίμενα κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19.</li> <li>4. Συνολικά, επιβεβαιώθηκαν οι περισσότερες προσδοκίες μου από τη χρήση των FDAs.</li> </ol>	Roh & Park, 2019 Tam et al., 2020 Litbana-Cabanillas et al., 2018 Bhattacharjee, 2001
<b>Ικανοποίηση (Satisfaction-SA)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Είμαι πολύ ικανοποιημένος που οι FDAs πληρούν τις απαιτήσεις μου κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19.</li> <li>2. Είμαι ικανοποιημένος με την αποτελεσματικότητα των FDAs κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19.</li> <li>3. Η αλληλεπίδρασή μου με τις FDAs είναι πολύ ικανοποιητική.</li> <li>4. Έκανα το σωστό χρησιμοποιώντας τις FDAs κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19.</li> </ol>	Wang et al., 2020 Zhu et al., 2017 Tam et al., 2020 Cho et al., 2019 Bhattacharjee, 2001
<b>Μελλοντική Χρήση (Continuance intention-CI)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Σκοπεύω να συνεχίσω να χρησιμοποιώ τις FDAs κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19.</li> <li>2. Εάν είχα την δυνατότητα, θα παράγγελα συνεχώς μέσω των FDAs.</li> <li>3. Είμαι ανοιχτός στο ενδεχόμενο συνεχόμενης χρήσης των FDAs.</li> <li>4. Είμαι πρόθυμος να χρησιμοποιώ τις FDAs στο μέλλον, συνεχώς.</li> </ol>	Alghamdi et al., 2018 Bhattacharjee, 2001 Marinković et al., 2020 Venkatesh et al., 2003 Zhu et al., 2017

**Πίνακας 18. Κριτήρια Εισαγωγής Μοντέλου – Υπό - ερωτήσεις & Βιβλιογραφικές Αναφορές**

# ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ

## Πίνακες Αποτελεσμάτων SPSS

### Πίνακες Συχνοτήτων για όλες τις ερωτήσεις

		Φύλο			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ανδρας	81	49,1	49,1	49,1
	Γυναίκα	84	50,9	50,9	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

		Ηλικία			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	έως 25	57	34,5	34,5	34,5
	26-35	23	13,9	13,9	48,5
	36-45	39	23,6	23,6	72,1
	46-55	31	18,8	18,8	90,9
	> 55	15	9,1	9,1	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

		Επίπεδο εκπαίδευσης			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Βασική εκπαίδευση	56	33,9	33,9	33,9
	Πτυχίο	82	49,7	49,7	83,6
	Μεταπτυχιακό	22	13,3	13,3	97,0
	Διδακτορικό	5	3,0	3,0	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

		Συνολικό Μηνιαίο Εισόδημα			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Έως 500 €	44	26,7	28,0	28,0
	500-1000 €	54	32,7	34,4	62,4
	1000-1500 €	40	24,2	25,5	87,9
	> 1500 €	19	11,5	12,1	100,0
	Total	157	95,2	100,0	
Missing	999	8	4,8		
Total	165	100,0			

		Απασχόληση			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Δημόσιος Υπάλληλος	24	14,5	14,9	14,9
	Ιδιωτικός Υπάλληλος	62	37,6	38,5	53,4
	Φοιτητής	36	21,8	22,4	75,8
	Άνεργος	14	8,5	8,7	84,5
	Συνταξιούχος	10	6,1	6,2	90,7
	Ελεύθερος Επαγγελματίας	13	7,9	8,1	98,8
	Άλλο	2	1,2	1,2	100,0
	Total	161	97,6	100,0	
Missing	999	4	2,4		
Total	165	100,0			

		Χρήση Κινητού Τηλεφώνου			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OXI	2	1,2	1,2	1,2
	NAI	163	98,8	98,8	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

**Χρήση Ηλεκτρονικού Υπολογιστή**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	OXI	14	8,5	8,5	8,5
Valid	NAI	150	90,9	91,5	100,0
	Total	164	99,4	100,0	
Missing	999	1	,6		
	Total	165	100,0		

**Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού:**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Καθόλου κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19	13	7,9	7,9	7,9
	Σπάνια	39	23,6	23,6	31,5
	Τουλάχιστον μια φορά το μήνα	17	10,3	10,3	41,8
Valid	Τουλάχιστον μια φορά το δεκαπενθήμερο	19	11,5	11,5	53,3
	Τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα	45	27,3	27,3	80,6
	Τουλάχιστον μια φορά κάθε τρεις ημέρες	32	19,4	19,4	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

**Ο τρόπος πληρωμής στις διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού γίνεται με:**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Μεταφορά Χρημάτων	4	2,4	2,5	2,5
	Χρεωστική Κάρτα	51	30,9	31,7	34,2
	Πιστωτική Κάρτα	23	13,9	14,3	48,4
Valid	Paypal / Prepaid Κάρτα	8	4,8	5,0	53,4
	Μετρητοίς κατά την παράδοση	75	45,5	46,6	100,0
	Total	161	97,6	100,0	
Missing	999	4	2,4		
	Total	165	100,0		

**Οι FDAs είναι χρήσιμες κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Διαφωνώ	2	1,2	1,2	1,2
	Μάλλον Διαφωνώ	9	5,5	5,5	6,7
Valid	Ούτε Σύμφωνο - Ούτε Διαφωνώ	33	20,0	20,0	26,7
	Μάλλον Συμφωνώ	48	29,1	29,1	55,8
	Συμφωνώ	73	44,2	44,2	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

**Χρησιμοποιώντας τις FDAs βελτιώνεται η διαδικασία της παραγγελίας και παραλαβής φαγητού**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Διαφωνώ	3	1,8	1,8	1,8
	Μάλλον Διαφωνώ	10	6,1	6,1	7,9
Valid	Ούτε Σύμφωνο - Ούτε Διαφωνώ	41	24,8	25,0	32,9
	Μάλλον Συμφωνώ	59	35,8	36,0	68,9
	Συμφωνώ	51	30,9	31,1	100,0
	Total	164	99,4	100,0	
Missing	999	1	,6		
	Total	165	100,0		

**Χρησιμοποιώντας τις FDAs βελτιώνεται ο βαθμός αποτελεσματικότητας της παραγγελίας και παραλαβής φαγητού κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Διαφωνώ	3	1,8	1,9	1,9
	Μάλλον Διαφωνώ	12	7,3	7,4	9,3
Valid	Ούτε Σύμφωνο - Ούτε Διαφωνώ	45	27,3	27,8	37,0
	Μάλλον Συμφωνώ	63	38,2	38,9	75,9
	Συμφωνώ	39	23,6	24,1	100,0
	Total	162	98,2	100,0	
Missing	999	3	1,8		
	Total	165	100,0		

**Οι FDAs είναι εύχρηστες για τη παραγγελία και τη παραλαβή αγαθών κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Διαφωνώ	3	1,8	1,9	1,9
	Μάλλον Διαφωνώ	6	3,6	3,7	5,6
	Ούτε Σύμφωνο - Ούτε Διαφωνώ	34	20,6	21,0	26,5
	Μάλλον Συμφωνώ	55	33,3	34,0	60,5
	Συμφωνώ	64	38,8	39,5	100,0
	Total	162	98,2	100,0	
Missing	999	3	1,8		
	Total	165	100,0		

**Η εκμάθηση και χρήση των FDAs είναι εύκολη**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Διαφωνώ	1	,6	,6	,6
	Μάλλον Διαφωνώ	7	4,2	4,3	4,9
	Ούτε Σύμφωνο - Ούτε Διαφωνώ	26	15,8	15,9	20,7
	Μάλλον Συμφωνώ	66	40,0	40,2	61,0
	Συμφωνώ	64	38,8	39,0	100,0
	Total	164	99,4	100,0	
Missing	999	1	,6		
	Total	165	100,0		

**Τα βήματα λειτουργίας των FDAs είναι εύκολα**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Μάλλον Διαφωνώ	7	4,2	4,3	4,3
	Ούτε Σύμφωνο - Ούτε Διαφωνώ	33	20,0	20,2	24,5
	Μάλλον Συμφωνώ	61	37,0	37,4	62,0
	Συμφωνώ	62	37,6	38,0	100,0
		Total	163	98,8	100,0
Missing	999	2	1,2		
	Total	165	100,0		

**Είναι εύκολο να γίνει κάποιος επιδέξιος χρήστης των FDAs**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Μάλλον Διαφωνώ	10	6,1	6,1	6,1
	Ούτε Σύμφωνο - Ούτε Διαφωνώ	36	21,8	22,0	28,0
	Μάλλον Συμφωνώ	62	37,6	37,8	65,9
	Συμφωνώ	56	33,9	34,1	100,0
		Total	164	99,4	100,0
Missing	999	1	,6		
	Total	165	100,0		

**Η αλληλεπίδραση με τις FDAs είναι σαφής και κατανοητή**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Μάλλον Διαφωνώ	9	5,5	5,5	5,5
	Ούτε Σύμφωνο - Ούτε Διαφωνώ	40	24,2	24,4	29,9
	Μάλλον Συμφωνώ	67	40,6	40,9	70,7
	Συμφωνώ	48	29,1	29,3	100,0
		Total	164	99,4	100,0
Missing	999	1	,6		
	Total	165	100,0		

**Οι άνθρωποι του κοινωνικού μου περιγύρου (μέλη οικογένειας, φίλοι, συνάδελφοι) συνιστούν την χρήση των FDAs κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Διαφωνώ	2	1,2	1,2	1,2
	Μάλλον Διαφωνώ	22	13,3	13,3	14,5
	Ούτε Σύμφωνο - Ούτε Διαφωνώ	59	35,8	35,8	50,3
	Μάλλον Συμφωνώ	50	30,3	30,3	80,6
	Συμφωνώ	32	19,4	19,4	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

**Οι άνθρωποι του κοινωνικού μου περιγύρου θεωρούν ωφέλιμες τις FDAs κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Διαφωνώ	2	1,2	1,2
	Μάλλον Διαφωνώ	11	6,7	7,9
	Ούτε Σύμφωνο - Ούτε Διαφωνώ	60	36,4	44,2
	Μάλλον Συμφωνώ	51	30,9	75,2
	Συμφωνώ	41	24,8	100,0
	Total	165	100,0	100,0

**Οι άνθρωποι του κοινωνικού μου περιγύρου πιστεύουν ότι είναι καλή η ιδέα η χρήση των FDAs κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Διαφωνώ	2	1,2	1,2
	Μάλλον Διαφωνώ	13	7,9	9,1
	Ούτε Σύμφωνο - Ούτε Διαφωνώ	61	37,0	46,3
	Μάλλον Συμφωνώ	56	33,9	80,5
	Συμφωνώ	32	19,4	100,0
	Total	164	99,4	100,0
Missing	999	1	,6	
Total		165	100,0	

**Οι άνθρωποι του κοινωνικού μου περιγύρου με παροτρύνουν να κάνω χρήση των FDAs**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Διαφωνώ	11	6,7	6,7
	Μάλλον Διαφωνώ	22	13,3	20,0
	Ούτε Σύμφωνο - Ούτε Διαφωνώ	62	37,6	57,6
	Μάλλον Συμφωνώ	43	26,1	83,6
	Συμφωνώ	27	16,4	100,0
	Total	165	100,0	100,0

**Οι FDAs είναι αξιόπιστες**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Διαφωνώ	1	,6	,6
	Μάλλον Διαφωνώ	7	4,2	4,9
	Ούτε Σύμφωνο - Ούτε Διαφωνώ	43	26,1	31,1
	Μάλλον Συμφωνώ	76	46,1	77,4
	Συμφωνώ	37	22,4	100,0
	Total	164	99,4	100,0
Missing	999	1	,6	
Total		165	100,0	

**Οι FDAs λαμβάνουν υπόψη τα «θέλω» των πελατών**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Διαφωνώ	2	1,2	1,2
	Μάλλον Διαφωνώ	14	8,5	9,8
	Ούτε Σύμφωνο - Ούτε Διαφωνώ	52	31,5	41,5
	Μάλλον Συμφωνώ	59	35,8	77,4
	Συμφωνώ	37	22,4	100,0
	Total	164	99,4	100,0
Missing	999	1	,6	
Total		165	100,0	

**Μπορώ με ασφάλεια να κάνω χρήση των FDAs**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Διαφωνώ	1	,6	,6
	Μάλλον Διαφωνώ	9	5,5	6,1
Valid	Ούτε Σύμφωνο - Ούτε Διαφωνώ	50	30,3	36,6
	Μάλλον Συμφωνώ	59	35,8	72,6
	Συμφωνώ	45	27,3	100,0
	Total	164	99,4	100,0
Missing	999	1	,6	
	Total	165	100,0	

**Οι πληροφορίες που παρέχονται μέσω των FDAs είναι αξιόπιστες**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Διαφωνώ	1	,6	,6
	Μάλλον Διαφωνώ	15	9,1	9,8
Valid	Ούτε Σύμφωνο - Ούτε Διαφωνώ	56	33,9	43,9
	Μάλλον Συμφωνώ	60	36,4	80,5
	Συμφωνώ	32	19,4	100,0
	Total	164	99,4	100,0
Missing	999	1	,6	
	Total	165	100,0	

**Οι λειτουργίες των FDAs είναι κατανοητές σε μένα**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Μάλλον Διαφωνώ	10	6,1	6,1
	Ούτε Σύμφωνο - Ούτε Διαφωνώ	26	15,8	22,1
Valid	Μάλλον Συμφωνώ	49	29,7	52,1
	Συμφωνώ	78	47,3	100,0
	Total	163	98,8	100,0
Missing	999	2	1,2	
	Total	165	100,0	

**Οι λειτουργίες των FDAs είναι κατάλληλες για να με βοηθήσουν να παραγγείλω**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Διαφωνώ	1	,6	,6
	Μάλλον Διαφωνώ	7	4,2	4,9
Valid	Ούτε Σύμφωνο - Ούτε Διαφωνώ	30	18,2	23,2
	Μάλλον Συμφωνώ	56	33,9	57,3
	Συμφωνώ	70	42,4	100,0
	Total	164	99,4	100,0
Missing	999	1	,6	
	Total	165	100,0	

**Οι λειτουργίες των FDAs πληρούν τις απαιτήσεις μου για να παραγγείλω**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Διαφωνώ	2	1,2	1,2
	Μάλλον Διαφωνώ	12	7,3	8,5
Valid	Ούτε Σύμφωνο - Ούτε Διαφωνώ	38	23,0	31,7
	Μάλλον Συμφωνώ	56	33,9	65,9
	Συμφωνώ	56	33,9	100,0
	Total	164	99,4	100,0
Missing	999	1	,6	
	Total	165	100,0	

**Οι λειτουργίες των FDAs είναι ασφαλείς για να με βοηθήσουν να παραγγείλω**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Διαφωνώ	1	,6	,6
	Μάλλον Διαφωνώ	9	5,5	6,1
Valid	Ούτε Σύμφωνο - Ούτε Διαφωνώ	35	21,2	27,4
	Μάλλον Συμφωνώ	70	42,4	70,1
	Συμφωνώ	49	29,7	100,0
	Total	164	99,4	100,0
Missing	999	1	,6	
	Total	165	100,0	

**Η εμπειρία στην χρήση των FDAs είναι καλύτερη από ότι περίμενα**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Μάλλον Διαφωνώ	8	4,8	4,9	4,9
	Ούτε Σύμφωνο - Ούτε Διαφωνώ	58	35,2	35,6	40,5
	Μάλλον Συμφωνώ	66	40,0	40,5	81,0
	Συμφωνώ	31	18,8	19,0	100,0
	Total	163	98,8	100,0	
Missing	999	2	1,2		
Total		165	100,0		

**Οι λειτουργίες των FDAs είναι καλύτερες από ότι περίμενα**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Διαφωνώ	2	1,2	1,2	1,2
	Μάλλον Διαφωνώ	8	4,8	4,9	6,2
	Ούτε Σύμφωνο - Ούτε Διαφωνώ	51	30,9	31,5	37,7
	Μάλλον Συμφωνώ	69	41,8	42,6	80,2
	Συμφωνώ	32	19,4	19,8	100,0
Total		162	98,2	100,0	
Missing	999	3	1,8		
Total		165	100,0		

**Οι παρεχόμενες υπηρεσίες των FDAs είναι καλύτερες από ότι περίμενα κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Διαφωνώ	1	,6	,6	,6
	Μάλλον Διαφωνώ	13	7,9	8,0	8,6
	Ούτε Σύμφωνο - Ούτε Διαφωνώ	50	30,3	30,7	39,3
	Μάλλον Συμφωνώ	63	38,2	38,7	77,9
	Συμφωνώ	36	21,8	22,1	100,0
Total		163	98,8	100,0	
Missing	999	2	1,2		
Total		165	100,0		

**Συνολικά, επιβεβαιώθηκαν οι περισσότερες προσδοκίες μου από τη χρήση των FDAs**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Διαφωνώ	2	1,2	1,2	1,2
	Μάλλον Διαφωνώ	7	4,2	4,3	5,5
	Ούτε Σύμφωνο - Ούτε Διαφωνώ	57	34,5	35,0	40,5
	Μάλλον Συμφωνώ	63	38,2	38,7	79,1
	Συμφωνώ	34	20,6	20,9	100,0
Total		163	98,8	100,0	
Missing	999	2	1,2		
Total		165	100,0		

**Είμαι πολύ ικανοποιημένος που οι FDAs πληρούν τις απαιτήσεις μου κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Διαφωνώ	2	1,2	1,2	1,2
	Μάλλον Διαφωνώ	11	6,7	6,7	8,0
	Ούτε Σύμφωνο - Ούτε Διαφωνώ	45	27,3	27,6	35,6
	Μάλλον Συμφωνώ	73	44,2	44,8	80,4
	Συμφωνώ	32	19,4	19,6	100,0
Total		163	98,8	100,0	
Missing	999	2	1,2		
Total		165	100,0		

**Είμαι ικανοποιημένος με την αποτελεσματικότητα των FDAs κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Διαφωνώ	3	1,8	1,8	1,8
	Μάλλον Διαφωνώ	8	4,8	4,9	6,7
	Ούτε Σύμφωνο - Ούτε Διαφωνώ	43	26,1	26,4	33,1
	Μάλλον Συμφωνώ	71	43,0	43,6	76,7
	Συμφωνώ	38	23,0	23,3	100,0
Total		163	98,8	100,0	
Missing	999	2	1,2		
Total		165	100,0		

**Η αλληλεπίδρασή μου με τις FDAs είναι πολύ ικανοποιητική**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Διαφωνώ	2	1,2	1,2	1,2
	Μάλλον Διαφωνώ	13	7,9	8,0	9,2
	Ούτε Σύμφωνο - Ούτε Διαφωνώ	49	29,7	30,1	39,3
	Μάλλον Συμφωνώ	66	40,0	40,5	79,8
	Συμφωνώ	33	20,0	20,2	100,0
	Total	163	98,8	100,0	
Missing	999	2	1,2		
	Total	165	100,0		

**Έκανα το σωστό χρησιμοποιώντας τις FDAs κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Διαφωνώ	3	1,8	1,8	1,8
	Μάλλον Διαφωνώ	8	4,8	4,9	6,7
	Ούτε Σύμφωνο - Ούτε Διαφωνώ	50	30,3	30,7	37,4
	Μάλλον Συμφωνώ	62	37,6	38,0	75,5
	Συμφωνώ	40	24,2	24,5	100,0
	Total	163	98,8	100,0	
Missing	999	2	1,2		
	Total	165	100,0		

**Σκοπεύω να συνεχίσω να χρησιμοποιώ τις FDAs κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Διαφωνώ	2	1,2	1,2	1,2
	Μάλλον Διαφωνώ	12	7,3	7,4	8,6
	Ούτε Σύμφωνο - Ούτε Διαφωνώ	35	21,2	21,5	30,1
	Μάλλον Συμφωνώ	54	32,7	33,1	63,2
	Συμφωνώ	60	36,4	36,8	100,0
	Total	163	98,8	100,0	
Missing	999	2	1,2		
	Total	165	100,0		

**Εάν είχα την δυνατότητα, θα παράγγελα συνεχώς μέσω των FDAs**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Διαφωνώ	10	6,1	6,1	6,1
	Μάλλον Διαφωνώ	28	17,0	17,0	23,0
	Ούτε Σύμφωνο - Ούτε Διαφωνώ	41	24,8	24,8	47,9
	Μάλλον Συμφωνώ	40	24,2	24,2	72,1
	Συμφωνώ	46	27,9	27,9	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

**Είμαι ανοιχτός στο ενδεχόμενο συνεχόμενης χρήσης των FDAs**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Διαφωνώ	8	4,8	4,8	4,8
	Μάλλον Διαφωνώ	21	12,7	12,7	17,6
	Ούτε Σύμφωνο - Ούτε Διαφωνώ	41	24,8	24,8	42,4
	Μάλλον Συμφωνώ	51	30,9	30,9	73,3
	Συμφωνώ	44	26,7	26,7	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

**Είμαι πρόθυμος να χρησιμοποιώ τις FDAs στο μέλλον, συνεχώς**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Διαφωνώ	8	4,8	4,8	4,8
	Μάλλον Διαφωνώ	19	11,5	11,5	16,4
	Ούτε Σύμφωνο - Ούτε Διαφωνώ	39	23,6	23,6	40,0
	Μάλλον Συμφωνώ	58	35,2	35,2	75,2
	Συμφωνώ	41	24,8	24,8	100,0
	Total	165	100,0	100,0	



Προσδόκιο απόδοσης (Performance expectancy- PE)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	,6	,6	,6
1	1	,6	,6	1,2
2	1	,6	,6	1,8
2	4	2,4	2,4	4,2
3	2	1,2	1,2	5,5
3	5	3,0	3,0	8,5
3	11	6,7	6,7	15,2
3	18	10,9	10,9	26,1
Valid 4	11	6,7	6,7	32,7
4	8	4,8	4,8	37,6
4	28	17,0	17,0	54,5
4	17	10,3	10,3	64,8
4	2	1,2	1,2	66,1
5	17	10,3	10,3	76,4
5	9	5,5	5,5	81,8
5	30	18,2	18,2	100,0
Total	165	100,0	100,0	

Προσδόκιο προσπάθειας (Effort expectancy - EE)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	,6	,6	,6
2	1	,6	,6	1,2
2	5	3,0	3,0	4,3
3	2	1,2	1,2	5,5
3	2	1,2	1,2	6,7
3	15	9,1	9,1	15,9
3	10	6,1	6,1	22,0
Valid 3	1	,6	,6	22,6
4	10	6,1	6,1	28,7
4	12	7,3	7,3	36,0
4	32	19,4	19,5	55,5
4	10	6,1	6,1	61,6
5	12	7,3	7,3	68,9
5	14	8,5	8,5	77,4
5	37	22,4	22,6	100,0
Total	164	99,4	100,0	
Missing System	1	,6		
Total	165	100,0		

Κοινωνική επιρροή (Social influence - SI)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	,6	,6	,6
1	1	,6	,6	1,2
2	2	1,2	1,2	2,4
2	5	3,0	3,0	5,5
2	4	2,4	2,4	7,9
3	7	4,2	4,2	12,1
3	1	,6	,6	12,7
3	9	5,5	5,5	18,2
Valid 3	38	23,0	23,0	41,2
3	6	3,6	3,6	44,8
4	12	7,3	7,3	52,1
4	12	7,3	7,3	59,4
4	29	17,6	17,6	77,0
4	6	3,6	3,6	80,6
5	9	5,5	5,5	86,1
5	7	4,2	4,2	90,3
5	16	9,7	9,7	100,0
Total	165	100,0	100,0	

**Εμπιστοσύνη (Trust - TR)**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	2	1,2	1,2	1,2
2	4	2,4	2,4	3,7
2	1	,6	,6	4,3
3	2	1,2	1,2	5,5
3	7	4,2	4,3	9,8
3	21	12,7	12,8	22,6
3	16	9,7	9,8	32,3
Valid 4	20	12,1	12,2	44,5
4	13	7,9	7,9	52,4
4	26	15,8	15,9	68,3
4	14	8,5	8,5	76,8
5	14	8,5	8,5	85,4
5	4	2,4	2,4	87,8
5	20	12,1	12,2	100,0
Total	164	99,4	100,0	
Missing System	1	,6		
Total	165	100,0		

**Αντίληψη Τεχνολογικής Εφαρμογής (Perceived task-technology fit - TTF)**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	4	2,4	2,4	2,4
2	2	1,2	1,2	3,7
3	5	3,0	3,0	6,7
3	3	1,8	1,8	8,5
3	13	7,9	7,9	16,5
3	12	7,3	7,3	23,8
Valid 4	5	3,0	3,0	26,8
4	11	6,7	6,7	33,5
4	31	18,8	18,9	52,4
4	12	7,3	7,3	59,8
5	12	7,3	7,3	67,1
5	15	9,1	9,1	76,2
5	39	23,6	23,8	100,0
Total	164	99,4	100,0	
Missing System	1	,6		
Total	165	100,0		

**Επιβεβαίωση (Confirmation – COF)**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	2	1,2	1,2	1,2
2	4	2,4	2,5	3,7
2	1	,6	,6	4,3
3	3	1,8	1,8	6,1
3	4	2,4	2,5	8,6
3	22	13,3	13,5	22,1
3	22	13,3	13,5	35,6
Valid 4	15	9,1	9,2	44,8
4	12	7,3	7,4	52,1
4	34	20,6	20,9	73,0
4	10	6,1	6,1	79,1
5	8	4,8	4,9	84,0
5	8	4,8	4,9	89,0
5	18	10,9	11,0	100,0
Total	163	98,8	100,0	
Missing System	2	1,2		
Total	165	100,0		

**Ικανοποίηση (Satisfaction - SA)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	2	3	1,8	1,8	1,8
	2	2	1,2	1,2	3,1
	2	3	1,8	1,8	4,9
	3	4	2,4	2,5	7,4
	3	6	3,6	3,7	11,0
	3	22	13,3	13,5	24,5
	3	14	8,5	8,6	33,1
Valid	4	9	5,5	5,5	38,7
	4	15	9,1	9,2	47,9
	4	38	23,0	23,3	71,2
	4	10	6,1	6,1	77,3
	5	8	4,8	4,9	82,2
	5	12	7,3	7,4	89,6
	5	17	10,3	10,4	100,0
	Total	163	98,8	100,0	
Missing	System	2	1,2		
	Total	165	100,0		

**Μελλοντική Χρήση (Continuance intention - CI)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	1	2	1,2	1,2	1,2
	1	1	,6	,6	1,8
	2	3	1,8	1,8	3,6
	2	1	,6	,6	4,2
	2	9	5,5	5,5	9,7
	2	5	3,0	3,0	12,7
	3	6	3,6	3,6	16,4
	3	6	3,6	3,6	20,0
	3	21	12,7	12,7	32,7
Valid	3	6	3,6	3,6	36,4
	4	13	7,9	7,9	44,2
	4	10	6,1	6,1	50,3
	4	27	16,4	16,4	66,7
	4	9	5,5	5,5	72,1
	4	1	,6	,6	72,7
	5	6	3,6	3,6	76,4
	5	5	3,0	3,0	79,4
	5	34	20,6	20,6	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

## Πίνακοειδείς Διασταυρώσεις Ερωτήσεων

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού; * Φύλο	165	100,0%	0	0,0%	165	100,0%
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού; * Ηλικία	165	100,0%	0	0,0%	165	100,0%
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού; * Επίπεδο εκπαίδευσης	165	100,0%	0	0,0%	165	100,0%
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού; * Συνολικό Μηνιαίο Εισόδημα	157	95,2%	8	4,8%	165	100,0%
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού; * Απασχόληση	161	97,6%	4	2,4%	165	100,0%
Ο τρόπος πληρωμής στις διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού γίνεται με: * Φύλο	161	97,6%	4	2,4%	165	100,0%
Ο τρόπος πληρωμής στις διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού γίνεται με: * Ηλικία	161	97,6%	4	2,4%	165	100,0%
Ο τρόπος πληρωμής στις διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού γίνεται με: * Επίπεδο εκπαίδευσης	161	97,6%	4	2,4%	165	100,0%
Ο τρόπος πληρωμής στις διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού γίνεται με: * Συνολικό Μηνιαίο Εισόδημα	153	92,7%	12	7,3%	165	100,0%
Ο τρόπος πληρωμής στις διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού γίνεται με: * Απασχόληση	157	95,2%	8	4,8%	165	100,0%
Χρήση Κινητού Τηλεφώνου * Φύλο	165	100,0%	0	0,0%	165	100,0%
Χρήση Κινητού Τηλεφώνου * Ηλικία	165	100,0%	0	0,0%	165	100,0%
Χρήση Κινητού Τηλεφώνου * Επίπεδο εκπαίδευσης	165	100,0%	0	0,0%	165	100,0%
Χρήση Κινητού Τηλεφώνου * Συνολικό Μηνιαίο Εισόδημα	157	95,2%	8	4,8%	165	100,0%
Χρήση Κινητού Τηλεφώνου * Απασχόληση	161	97,6%	4	2,4%	165	100,0%
Χρήση Ηλεκτρονικού Υπολογιστή * Φύλο	164	99,4%	1	0,6%	165	100,0%
Χρήση Ηλεκτρονικού Υπολογιστή * Ηλικία	164	99,4%	1	0,6%	165	100,0%
Χρήση Ηλεκτρονικού Υπολογιστή * Επίπεδο εκπαίδευσης	164	99,4%	1	0,6%	165	100,0%
Χρήση Ηλεκτρονικού Υπολογιστή * Συνολικό Μηνιαίο Εισόδημα	156	94,5%	9	5,5%	165	100,0%
Χρήση Ηλεκτρονικού Υπολογιστή * Απασχόληση	160	97,0%	5	3,0%	165	100,0%

Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού; \* Φύλο Crosstabulation

		Φύλο		Total	
		Άνδρας	Γυναίκα		
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού;	Καθόλου κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19	Count	4	9	13
		Expected	6,4	6,6	13,0
		Count	2,4%	5,5%	7,9%
		% of			
		Total	16	23	39
	Σπάνια	Count	19,1	19,9	39,0
		Expected			
		Count	9,7%	13,9%	23,6%
		% of			
		Total	7	10	17
	Τουλάχιστον μια φορά το μήνα	Count	8,3	8,7	17,0
		Expected			
		Count	4,2%	6,1%	10,3%
		% of			
		Total	7	12	19
	Τουλάχιστον μια φορά το δεκαπενθήμερο	Count	9,3	9,7	19,0
		Expected			
		Count	4,2%	7,3%	11,5%
		% of			
		Total	28	17	45
Τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα	Count	22,1	22,9	45,0	
	Expected				
	Count	17,0%	10,3%	27,3%	
	% of				
	Total	19	13	32	
Τουλάχιστον μια φορά κάθε τρεις ημέρες	Count	15,7	16,3	32,0	
	Expected				
	Count	11,5%	7,9%	19,4%	
	% of				
	Total	81	84	165	
Total	Count	81,0	84,0	165,0	
	Expected				
	Count	49,1%	50,9%	100,0%	
	% of				
	Total				

Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού; \* Ηλικία Crosstabulation

		Ηλικία					Total	
		έως 25	26-35	36-45	46-55	> 55		
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού;	Καθόλου κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19	Count	0	0	6	7	0	13
	Expected	4,5	1,8	3,1	2,4	1,2	13,0	
	% of Total	0,0%	0,0%	3,6%	4,2%	0,0%	7,9%	
	Σπάνια	Count	6	1	13	11	8	39
	Expected	13,5	5,4	9,2	7,3	3,5	39,0	
	% of Total	3,6%	0,6%	7,9%	6,7%	4,8%	23,6%	
	Τουλάχιστον μια φορά το μήνα	Count	5	3	4	3	2	17
	Expected	5,9	2,4	4,0	3,2	1,5	17,0	
	% of Total	3,0%	1,8%	2,4%	1,8%	1,2%	10,3%	
	Τουλάχιστον μια φορά το δεκαπενθήμερο	Count	6	3	5	4	1	19
	Expected	6,6	2,6	4,5	3,6	1,7	19,0	
	% of Total	3,6%	1,8%	3,0%	2,4%	0,6%	11,5%	
	Τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα	Count	18	8	9	6	4	45
	Expected	15,5	6,3	10,6	8,5	4,1	45,0	
	% of Total	10,9%	4,8%	5,5%	3,6%	2,4%	27,3%	
	Τουλάχιστον μια φορά κάθε τρεις ημέρες	Count	22	8	2	0	0	32
	Expected	11,1	4,5	7,6	6,0	2,9	32,0	
	% of Total	13,3%	4,8%	1,2%	0,0%	0,0%	19,4%	
	Total	Count	57	23	39	31	15	165
	Expected	57,0	23,0	39,0	31,0	15,0	165,0	
% of Total	34,5%	13,9%	23,6%	18,8%	9,1%	100,0%		

**Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού; \* Επίπεδο εκπαίδευσης Crosstabulation**

			Επίπεδο εκπαίδευσης				Total
			Βασική εκπαίδευση	Πτυχίο	Μεταπτυχιακό	Διδακτορικό	
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού;	Καθόλου κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19	Count	4	6	2	1	13
		Expected Count	4,4	6,5	1,7	,4	13,0
		% of Total	2,4%	3,6%	1,2%	0,6%	7,9%
	Σπάνια	Count	12	20	4	3	39
		Expected Count	13,2	19,4	5,2	1,2	39,0
		% of Total	7,3%	12,1%	2,4%	1,8%	23,6%
	Τουλάχιστον μια φορά το μήνα	Count	7	7	3	0	17
		Expected Count	5,8	8,4	2,3	,5	17,0
		% of Total	4,2%	4,2%	1,8%	0,0%	10,3%
	Τουλάχιστον μια φορά το δεκαπενθήμερο	Count	7	8	4	0	19
		Expected Count	6,4	9,4	2,5	,6	19,0
		% of Total	4,2%	4,8%	2,4%	0,0%	11,5%
	Τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα	Count	17	21	6	1	45
		Expected Count	15,3	22,4	6,0	1,4	45,0
		% of Total	10,3%	12,7%	3,6%	0,6%	27,3%
	Τουλάχιστον μια φορά κάθε τρεις ημέρες	Count	9	20	3	0	32
		Expected Count	10,9	15,9	4,3	1,0	32,0
		% of Total	5,5%	12,1%	1,8%	0,0%	19,4%
	Total	Count	56	82	22	5	165
		Expected Count	56,0	82,0	22,0	5,0	165,0
% of Total		33,9%	49,7%	13,3%	3,0%	100,0%	

**Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού; \* Συνολικό Μηνιαίο Εισόδημα Crosstabulation**

		Συνολικό Μηνιαίο Εισόδημα				Total	
		Έως 500 €	500– 1000 €	1000- 1500 €	> 1500 €		
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού;	Καθόλου κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19	Count	2	5	4	1	12
	Expected Count	3,4	4,1	3,1	1,5	12,0	
	% of Total	1,3%	3,2%	2,5%	0,6%	7,6%	
	Σπάνια	Count	8	11	13	6	38
	Expected Count	10,6	13,1	9,7	4,6	38,0	
	% of Total	5,1%	7,0%	8,3%	3,8%	24,2%	
	Τουλάχιστον μια φορά το μήνα	Count	4	6	5	1	16
	Expected Count	4,5	5,5	4,1	1,9	16,0	
	% of Total	2,5%	3,8%	3,2%	0,6%	10,2%	
	Τουλάχιστον μια φορά το δεκαπενθήμερο	Count	4	5	6	3	18
	Expected Count	5,0	6,2	4,6	2,2	18,0	
	% of Total	2,5%	3,2%	3,8%	1,9%	11,5%	
	Τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα	Count	14	13	9	6	42
	Expected Count	11,8	14,4	10,7	5,1	42,0	
	% of Total	8,9%	8,3%	5,7%	3,8%	26,8%	
	Τουλάχιστον μια φορά κάθε τρεις ημέρες	Count	12	14	3	2	31
	Expected Count	8,7	10,7	7,9	3,8	31,0	
	% of Total	7,6%	8,9%	1,9%	1,3%	19,7%	
	Total	Count	44	54	40	19	157
	Expected Count	44,0	54,0	40,0	19,0	157,0	
	% of Total	28,0%	34,4%	25,5%	12,1%	100,0%	



Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού; \* Απασχόληση Crosstabulation

			Απασχόληση							Total
			Δημόσιος Υπάλληλος	Ιδιωτικός Υπάλληλος	Φοιτητής	Άνεργος	Συνταξιούχος	Ελεύθερος Επαγγελματίας	Άλλο	
Καθόλου κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19	Count		5	3	0	3	0	1	0	12
	Expected Count		1,8	4,6	2,7	1,0	,7	1,0	,1	12,0
	% of Total		3,1%	1,9%	0,0%	1,9%	0,0%	0,6%	0,0%	7,5%
Σπάνια	Count		9	10	6	4	5	5	0	39
	Expected Count		5,8	15,0	8,7	3,4	2,4	3,1	,5	39,0
	% of Total		5,6%	6,2%	3,7%	2,5%	3,1%	3,1%	0,0%	24,2%
Τουλάχιστον μα φορά το μήνα	Count		1	6	5	1	2	2	0	17
	Expected Count		2,5	6,5	3,8	1,5	1,1	1,4	,2	17,0
	% of Total		0,6%	3,7%	3,1%	0,6%	1,2%	1,2%	0,0%	10,6%
Τουλάχιστον μα φορά το δεκαπενθήμερο	Count		4	9	4	1	1	0	0	19
	Expected Count		2,8	7,3	4,2	1,7	1,2	1,5	,2	19,0
	% of Total		2,5%	5,6%	2,5%	0,6%	0,6%	0,0%	0,0%	11,8%
Τουλάχιστον μα φορά την εβδομάδα	Count		4	17	12	5	2	3	1	44
	Expected Count		6,6	16,9	9,8	3,8	2,7	3,6	,5	44,0
	% of Total		2,5%	10,6%	7,5%	3,1%	1,2%	1,9%	0,6%	27,3%
Τουλάχιστον μα φορά κάθε τρεις ημέρες	Count		1	17	9	0	0	2	1	30
	Expected Count		4,5	11,6	6,7	2,6	1,9	2,4	,4	30,0
	% of Total		0,6%	10,6%	5,6%	0,0%	0,0%	1,2%	0,6%	18,6%
Total	Count		24	62	36	14	10	13	2	161
	Expected Count		24,0	62,0	36,0	14,0	10,0	13,0	2,0	161,0
	% of Total		14,9%	38,5%	22,4%	8,7%	6,2%	8,1%	1,2%	100,0%

Ο τρόπος πληρωμής στις διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού γίνεται με: * Φύλο Crosstabulation					
			Φύλο		Total
			Ανδρας	Γυναίκα	
Ο τρόπος πληρωμής στις διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού γίνεται με:	Μεταφορά Χρημάτων	Count	4	0	4
		Expected Count	2,0	2,0	4,0
		% of Total	2,5%	0,0%	2,5%
	Χρεωστική Κάρτα	Count	24	27	51
		Expected Count	25,3	25,7	51,0
		% of Total	14,9%	16,8%	31,7%
	Πιστωτική Κάρτα	Count	11	12	23
		Expected Count	11,4	11,6	23,0
		% of Total	6,8%	7,5%	14,3%
	Paypal / Prepaid Κάρτα	Count	4	4	8
		Expected Count	4,0	4,0	8,0
		% of Total	2,5%	2,5%	5,0%
	Μετρητοίς κατά την παράδοση	Count	37	38	75
		Expected Count	37,3	37,7	75,0
		% of Total	23,0%	23,6%	46,6%

Ο τρόπος πληρωμής στις διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού γίνεται με: * Ηλικία Crosstabulation								
			Ηλικία					Total
			έως 25	26-35	36-45	46-55	> 55	
Ο τρόπος πληρωμής στις διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού γίνεται με:	Μεταφορά Χρημάτων	Count	4	0	0	0	0	4
		Expected Count	1,4	,6	,9	,7	,4	4,0
		% of Total	2,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,5%
	Χρεωστική Κάρτα	Count	15	10	14	8	4	51
		Expected Count	18,1	7,3	12,0	8,9	4,8	51,0
		% of Total	9,3%	6,2%	8,7%	5,0%	2,5%	31,7%
	Πιστωτική Κάρτα	Count	7	2	5	6	3	23
		Expected Count	8,1	3,3	5,4	4,0	2,1	23,0
		% of Total	4,3%	1,2%	3,1%	3,7%	1,9%	14,3%
	Paypal / Prepaid Κάρτα	Count	2	2	4	0	0	8
		Expected Count	2,8	1,1	1,9	1,4	,7	8,0
		% of Total	1,2%	1,2%	2,5%	0,0%	0,0%	5,0%
	Μετρητοίς κατά την παράδοση	Count	29	9	15	14	8	75
		Expected Count	26,6	10,7	17,7	13,0	7,0	75,0
		% of Total	18,0%	5,6%	9,3%	8,7%	5,0%	46,6%
Total	Count	57	23	38	28	15	161	
	Expected Count	57,0	23,0	38,0	28,0	15,0	161,0	
	% of Total	35,4%	14,3%	23,6%	17,4%	9,3%	100,0%	

Ο τρόπος πληρωμής στις διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού γίνεται με: \* Επίπεδο εκπαίδευσης Crosstabulation

		Επίπεδο εκπαίδευσης				Total	
		Βασική εκπαίδευση	Πτυχίο	Μεταπτυχιακό	Διδακτορικό		
Ο τρόπος πληρωμής στις διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού γίνεται με:	Μεταφορά Χρημάτων	Count	3	1	0	0	4
	Expected	1,3	2,0	,5	,1	4,0	
	Count	1,9%	0,6%	0,0%	0,0%	2,5%	
	% of						
	Total						
	Χρεωστική Κάρτα	Count	11	30	8	2	51
	Expected	16,8	26,0	6,7	1,6	51,0	
	Count	6,8%	18,6%	5,0%	1,2%	31,7%	
	% of						
	Total						
	Πιστωτική Κάρτα	Count	8	10	5	0	23
	Expected	7,6	11,7	3,0	,7	23,0	
	Count	5,0%	6,2%	3,1%	0,0%	14,3%	
	% of						
	Total						
	Paypal / Prepaid Κάρτα	Count	2	4	2	0	8
	Expected	2,6	4,1	1,0	,2	8,0	
	Count	1,2%	2,5%	1,2%	0,0%	5,0%	
	% of						
	Total						
Μετρητοίς κατά την παράδοση	Count	29	37	6	3	75	
Expected	24,7	38,2	9,8	2,3	75,0		
Count	18,0%	23,0%	3,7%	1,9%	46,6%		
% of							
Total							
Total	Count	53	82	21	5	161	
Expected	53,0	82,0	21,0	5,0	161,0		
Count	32,9%	50,9%	13,0%	3,1%	100,0%		
% of							
Total							

Ο τρόπος πληρωμής στις διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού γίνεται με: \* Συνολικό Μηνιαίο Εισόδημα

Crosstabulation

		Συνολικό Μηνιαίο Εισόδημα				Total
		Έως 500 €	500- 1000 €	1000- 1500 €	> 1500 €	
Ο τρόπος πληρωμής στις διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού γίνεται με:	Count	0	2	1	0	3
	Expected	,8	1,0	,8	,4	3,0
	Count					
	% of	0,0%	1,3%	0,7%	0,0%	2,0%
	Total					
	Count	16	19	10	6	51
	Expected	14,3	17,3	13,0	6,3	51,0
	Count					
	% of	10,5%	12,4%	6,5%	3,9%	33,3%
	Total					
	Count	4	7	7	3	21
	Expected	5,9	7,1	5,4	2,6	21,0
	Count					
	% of	2,6%	4,6%	4,6%	2,0%	13,7%
	Total					
	Count	0	4	3	0	7
	Expected	2,0	2,4	1,8	,9	7,0
	Count					
	% of	0,0%	2,6%	2,0%	0,0%	4,6%
	Total					
Count	23	20	18	10	71	
Expected	20,0	24,1	18,1	8,8	71,0	
Count						
% of	15,0%	13,1%	11,8%	6,5%	46,4%	
Total						
Count	43	52	39	19	153	
Expected	43,0	52,0	39,0	19,0	153,0	
Count						
% of	28,1%	34,0%	25,5%	12,4%	100,0%	
Total						

Ο τρόπος πληρωμής στις διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού γίνεται με: \* Απασχόληση Crosstabulation

		Απασχόληση							Total
		Δημόσιος Υπάλληλος	Ιδιωτικός Υπάλληλος	Φοιτητής	Άνεργος	Συνταξιούχος	Ελεύθερος Επαγγελματίας	Άλλο	
Ο τρόπος πληρωμής στις διαδικτυακές υπηρεσίες παραγγελίας φαγητού γίνεται με:	Count	0	1	2	0	0	0	0	3
	Expected								
	Μεταφορά Χρημάτων	,4	1,2	,7	,3	,2	,2	,0	3,0
	Count								
	% of	0,0%	0,6%	1,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,9%
	Total								
	Count	4	25	7	7	3	3	1	50
	Expected								
	Χρεωστική Κάρτα	7,0	19,4	11,5	4,5	3,2	3,8	,6	50,0
	Count								
	% of	2,5%	15,9%	4,5%	4,5%	1,9%	1,9%	0,6%	31,8%
	Total								
	Count	2	11	7	0	2	1	0	23
	Expected								
	Πιστωτική Κάρτα	3,2	8,9	5,3	2,1	1,5	1,8	,3	23,0
	Count								
	% of	1,3%	7,0%	4,5%	0,0%	1,3%	0,6%	0,0%	14,6%
	Total								
	Count	2	4	1	0	0	1	0	8
	Expected								
Paypal / Prepaid	1,1	3,1	1,8	,7	,5	,6	,1	8,0	
Count									
% of	1,3%	2,5%	0,6%	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%	5,1%	
Total									
Count	14	20	19	7	5	7	1	73	
Expected									
Μετρητοίς κατά την παράδοση	10,2	28,4	16,7	6,5	4,6	5,6	,9	73,0	
Count									
% of	8,9%	12,7%	12,1%	4,5%	3,2%	4,5%	0,6%	46,5%	
Total									
Count	22	61	36	14	10	12	2	157	
Expected									
Total	22,0	61,0	36,0	14,0	10,0	12,0	2,0	157,0	
Count									
% of	14,0%	38,9%	22,9%	8,9%	6,4%	7,6%	1,3%	100,0%	
Total									

**Χρήση Κινητού Τηλεφώνου \* Φύλο Crosstabulation**

			Φύλο		Total
			Ανδρας	Γυναίκα	
Χρήση Κινητού Τηλεφώνου		Count	2	0	2
	OXI	Expected Count	1,0	1,0	2,0
		% of Total	1,2%	0,0%	1,2%
		Count	79	84	163
	NAI	Expected Count	80,0	83,0	163,0
		% of Total	47,9%	50,9%	98,8%
Total		Count	81	84	165
		Expected Count	81,0	84,0	165,0
		% of Total	49,1%	50,9%	100,0%

**Χρήση Κινητού Τηλεφώνου \* Ηλικία Crosstabulation**

			Ηλικία					Total
			έως 25	26-35	36-45	46-55	> 55	
Χρήση Κινητού Τηλεφώνου		Count	0	0	0	0	2	2
	OXI	Expected Count	,7	,3	,5	,4	,2	2,0
		% of Total	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%	1,2%
		Count	57	23	39	31	13	163
	NAI	Expected Count	56,3	22,7	38,5	30,6	14,8	163,0
		% of Total	34,5%	13,9%	23,6%	18,8%	7,9%	98,8%
Total		Count	57	23	39	31	15	165
		Expected Count	57,0	23,0	39,0	31,0	15,0	165,0
		% of Total	34,5%	13,9%	23,6%	18,8%	9,1%	100,0%

**Χρήση Κινητού Τηλεφώνου \* Επίπεδο εκπαίδευσης Crosstabulation**

			Επίπεδο εκπαίδευσης				Total
			Βασική εκπαίδευση	Πτυχίο	Μεταπτυχιακό	Διδακτορικό	
Χρήση Κινητού Τηλεφώνου		Count	1	1	0	0	2
	OXI	Expected Count	,7	1,0	,3	,1	2,0
		% of Total	0,6%	0,6%	0,0%	0,0%	1,2%
		Count	55	81	22	5	163
	NAI	Expected Count	55,3	81,0	21,7	4,9	163,0
		% of Total	33,3%	49,1%	13,3%	3,0%	98,8%
Total		Count	56	82	22	5	165
		Expected Count	56,0	82,0	22,0	5,0	165,0
		% of Total	33,9%	49,7%	13,3%	3,0%	100,0%

**Χρήση Κινητού Τηλεφώνου \* Συνολικό Μηνιαίο Εισόδημα Crosstabulation**

		Συνολικό Μηνιαίο Εισόδημα				Total
		Έως 500 €	500-1000 €	1000-1500 €	> 1500 €	
Χρήση Κινητού Τηλεφώνου	Count	0	1	1	0	2
	OXI Expected Count	,6	,7	,5	,2	2,0
	% of Total	0,0%	0,6%	0,6%	0,0%	1,3%
	Count	44	53	39	19	155
	NAI Expected Count	43,4	53,3	39,5	18,8	155,0
	% of Total	28,0%	33,8%	24,8%	12,1%	98,7%
Total	Count	44	54	40	19	157
	Expected Count	44,0	54,0	40,0	19,0	157,0
	% of Total	28,0%	34,4%	25,5%	12,1%	100,0%

**Χρήση Κινητού Τηλεφώνου \* Απασχόληση Crosstabulation**

		Απασχόληση							Total
		Δημόσιος Υπάλληλος	Ιδιωτικός Υπάλληλος	Φοιτητής	Άνεργος	Συνταξιούχος	Ελεύθερος Επαγγελματίας	Άλλο	
Χρήση Κινητού Τηλεφώνου	Count	0	0	0	0	2	0	0	2
	Expected	,3	,8	,4	,2	,1	,2	,0	2,0
	OXI % of Total	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%	0,0%	0,0%	1,2%
	Count	24	62	36	14	8	13	2	159
	Expected	23,7	61,2	35,6	13,8	9,9	12,8	2,0	159,0
	NAI % of Total	14,9%	38,5%	22,4%	8,7%	5,0%	8,1%	1,2%	98,8%
Total	Count	24	62	36	14	10	13	2	161
	Expected	24,0	62,0	36,0	14,0	10,0	13,0	2,0	161,0
	% of Total	14,9%	38,5%	22,4%	8,7%	6,2%	8,1%	1,2%	100,0%

**Χρήση Ηλεκτρονικού Υπολογιστή \* Φύλο Crosstabulation**

			Φύλο		Total
			Ανδρας	Γυναίκα	
Χρήση Ηλεκτρονικού Υπολογιστή	OXI	Count	5	9	14
		Expected Count	6,8	7,2	14,0
		% of Total	3,0%	5,5%	8,5%
	NAI	Count	75	75	150
		Expected Count	73,2	76,8	150,0
		% of Total	45,7%	45,7%	91,5%
Total	Count	80	84	164	
	Expected Count	80,0	84,0	164,0	
	% of Total	48,8%	51,2%	100,0%	

**Χρήση Ηλεκτρονικού Υπολογιστή \* Ηλικία Crosstabulation**

			Ηλικία					Total
			έως 25	26-35	36-45	46-55	> 55	
Χρήση Ηλεκτρονικού Υπολογιστή	OXI	Count	2	1	1	3	7	14
		Expected Count	4,9	2,0	3,3	2,6	1,3	14,0
		% of Total	1,2%	0,6%	0,6%	1,8%	4,3%	8,5%
	NAI	Count	55	22	38	27	8	150
		Expected Count	52,1	21,0	35,7	27,4	13,7	150,0
		% of Total	33,5%	13,4%	23,2%	16,5%	4,9%	91,5%
Total	Count	57	23	39	30	15	164	
	Expected Count	57,0	23,0	39,0	30,0	15,0	164,0	
	% of Total	34,8%	14,0%	23,8%	18,3%	9,1%	100,0%	

**Χρήση Ηλεκτρονικού Υπολογιστή \* Επίπεδο εκπαίδευσης Crosstabulation**

			Επίπεδο εκπαίδευσης				Total
			Βασική εκπαίδευση	Πτυχίο	Μεταπτυχιακό	Διδακτορικό	
Χρήση Ηλεκτρονικού Υπολογιστή	OXI	Count	11	3	0	0	14
		Expected Count	4,7	7,0	1,9	,4	14,0
		% of Total	6,7%	1,8%	0,0%	0,0%	8,5%
	NAI	Count	44	79	22	5	150
		Expected Count	50,3	75,0	20,1	4,6	150,0
		% of Total	26,8%	48,2%	13,4%	3,0%	91,5%
Total	Count	55	82	22	5	164	
	Expected Count	55,0	82,0	22,0	5,0	164,0	
	% of Total	33,5%	50,0%	13,4%	3,0%	100,0%	



Χρήση Ηλεκτρονικού Υπολογιστή \* Συνολικό Μηνιαίο Εισόδημα Crosstabulation

		Συνολικό Μηνιαίο Εισόδημα				Total
		Έως 500 €	500-1000 €	1000-1500 €	> 1500 €	
Χρήση Ηλεκτρονικού Υπολογιστή	Count	5	5	3	0	13
	OXI Expected Count	3,7	4,5	3,3	1,6	13,0
	% of Total	3,2%	3,2%	1,9%	0,0%	8,3%
Υπολογιστή	Count	39	49	36	19	143
	NAI Expected Count	40,3	49,5	35,8	17,4	143,0
	% of Total	25,0%	31,4%	23,1%	12,2%	91,7%
Total	Count	44	54	39	19	156
	Expected Count	44,0	54,0	39,0	19,0	156,0
	% of Total	28,2%	34,6%	25,0%	12,2%	100,0%

Χρήση Ηλεκτρονικού Υπολογιστή \* Απασχόληση Crosstabulation

		Απασχόληση						Total	
		Δημόσιος Υπάλληλος	Ιδιωτικός Υπάλληλος	Φοιτητής	Άνεργος	Συνταξιούχος	Ελεύθερος Επαγγελματίας		Άλλο
Χρήση Ηλεκτρονικού Υπολογιστή	Count	0	4	2	2	5	1	0	14
	Expected	2,1	5,4	3,2	1,2	,9	1,1	,2	14,0
	OXI % of Total	0,0%	2,5%	1,3%	1,3%	3,1%	0,6%	0,0%	8,8%
Υπολογιστή	Count	24	58	34	12	5	11	2	146
	Expected	21,9	56,6	32,9	12,8	9,1	11,0	1,8	146,0
	NAI % of Total	15,0%	36,3%	21,3%	7,5%	3,1%	6,9%	1,3%	91,3%
Total	Count	24	62	36	14	10	12	2	160
	Expected	24,0	62,0	36,0	14,0	10,0	12,0	2,0	160,0
	% of Total	15,0%	38,8%	22,5%	8,8%	6,3%	7,5%	1,3%	100,0%

## BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- [1]. Agrebi, S., Jallais, J. (2015). 'Explain the Intention to use Smartphones for Mobile Shopping', *Journal of Retailing and Consumer Services* 22: 16–23.
- [2]. Akgün, E., Monios, J., (2018). Chapter Seven - Institutional Influences on the Development of Urban Freight Transport Policies by Local Authorities, Editor(s): Yoram Shifan, Maria Kamargianni, *Advances in Transport Policy and Planning*, Academic Press, Vol 1, p 169-195, <https://doi.org/10.1016/bs.atpp.2018.07.004>.
- [3]. Aldaco, R., Hoehn, D., Laso, J., Margallo, M., Ruiz-Salmón, J., Cristobal, J., Kahhat, R., Villanueva-Rey, P., Bala, A., Batlle-Bayer, L., Fullana-i-Palmer, P., Irabien, A., Vazquez-Rowe, I. (2020). 'Food waste management during the COVID-19 outbreak: a holistic climate, economic and nutritional approach,' *Science of The Total Environment*, Volume 742, 140524,
- [4]. Alghamdi, Ahmed & Elbeltagi, Ibrahim & Elsetouhi, Ahmed & Haddoud, Mohamed. (2018). Antecedents of continuance intention of using Internet banking in Saudi Arabia: A new integrated model. *Strategic Change*. 27. 231-243. 10.1002/jsc.2197.
- [5]. Almazroa, M., Gulliver, S. (2018). Understanding the usage of mobile payment systems- The impact of personality on the continuance usage. 2018 4th International Conference on Information Management (ICIM), 188-194.
- [6]. Alshurideh, M., Al Kurdi, B., Salloum, S.A. (2020). 'Examining the Main Mobile Learning System Drivers' Effects: A Mix Empirical Examination of Both the Expectation-Confirmation Model (ECM) and the Technology Acceptance Model (TAM)', *Advances in Intelligent Systems and Computing*, 1058: 406–417.
- [7]. Bartholomew, L. K., Parcel, G. S., Kok, G., Gottlieb, N. (2006). *Intervention mapping: Designing theory and evidence-based health promotion programs*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- [8]. Bhattacharjee, A. (2001). 'Understanding information systems continuance: An expectation-confirmation model', *MIS Quarterly* 25(3): 351–370.
- [9]. Cai, R., Leung, X.I. (2020). 'Mindset matters in purchasing online food deliveries during the pandemic: The application of construal level and regulatory focus theories,' *International Journal of Hospitality Management*, Volume 91, 102677.
- [10]. Cao, Q., Niu, X. (2019). 'Integrating context-awareness and UTAUT to explain Alipay user adoption', *International Journal of Industrial Ergonomics*. Elsevier, 69(March 2018): 9–13.
- [11]. Cao, X., Yu, L., Liu, Z., Gong, M., Adeel, L. (2018). 'Understanding Mobile Payment Users' Continuance Intention: A Trust Transfer Perspective', *Internet Research* 28 (2): 456–476.
- [12]. Carlbring, P., et al. (2007). Internet vs. paper and pencil administration of questionnaires commonly used in panic/agoraphobia research. *Comput. Hum. Behav.* 23, 1421–1434.
- [13]. Chen, Hsuan-Ting & Li, Xueqing. (2017). The Contribution of Mobile Social Media to Social Capital and Psychological Well-Being: Examining the Role of Communicative Use, Friending and Self-Disclosure. *Computers in Human Behavior*. 75. 10.1016/j.chb.2017.06.011.
- [14]. Cho, M., Bonn, M.A. and Li, J. (2019). 'Differences in perceptions about food delivery apps between single-person and multi-person households', *International Journal of Hospitality Management*. Elsevier, 77(June 2018): 108–116.
- [15]. Chong, A.Y.L. (2013). 'Understanding Mobile Commerce Continuance Intentions: An Empirical Analysis of Chinese Consumers', *Journal of Computer Information Systems* 53 (4): 22–30.
- [16]. Chopdar, P.K., Sivakumar, V.J. (2019). 'Understanding continuance usage of mobile shopping applications in India: the role of espoused cultural values and perceived risk', *Behaviour and Information Technology*. Taylor & Francis, 38(1): 42–64.

- [17]. Cohen, L. Manion, L., Morrison, K. (2011). *Research Methods in Education*, 7th edition London: Routledge, ISBN 13:978-0-415-58336-7.
- [18]. Correa, J., Garzón, W., Brooker, P., Sakarkar, P., Carranza, S.S., Yunado, L., Rincón, A. (2019). 'Evaluation of collaborative consumption of food delivery services through web mining techniques,' *Journal of Retailing and Consumer Services*, Volume 46, Pages 45-50.
- [19]. Dlodlo, N. (2014). 'The relationships among service quality, Trust, User satisfaction and post-adoption intentions in M-payment services', *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(23): 165–175.
- [20]. ELTRUN. (2020). Ετήσια Έρευνα Ηλεκτρονικού Εμπορίου, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, [Διαδίκτυο] Διαθέσιμο σε: [2017\\_ELTRUN.pdf \(aueb.gr\)](#) [Πρόσβαση 19 Απριλίου 2021].
- [21]. Elvandari, C.D.R., Sukartiko, A.C. and Nugrahini, A.D. (2018). 'Identification of Technical Requirement for Improving Quality of Local Online Food Delivery Service in Yogyakarta', *Journal of Industrial and Information Technology in Agriculture*, 1(2), p. 1.
- [22]. Fancello, G., Paddeu, D., Fadda, P. (2017). 'Investigating last food mile deliveries: A case study approach to identify needs of food delivery demand,' *Research in Transportation Economics*, Volume 65, Pages 56-66.
- [23]. Fang, I.C., Fang, S.C. (2016). 'Factors Affecting Consumer Stickiness to Continue Using Mobile Applications', *International Journal of Mobile Communications* 14 (5): 431–453.
- [24]. Gao, L., Waechter, K.A., Bai, X. (2015). 'Understanding consumers' continuance intention towards mobile purchase: A theoretical framework and empirical study - A case of China', *Computers in Human Behavior*. Elsevier Ltd, 53: 249–262.
- [25]. Gefen, D. (2000). 'E-commerce: The role of familiarity and trust', *Omega*, 28(6): 725–737.
- [26]. Gefen, D., Straub, D.W., Boudreau, M.C. (2000). 'Structural equation modelling and regression: guidelines for research practice', *Communications of the Association for Information Systems*, 4(7), 1-70.
- [27]. Goodhue, L.D., Thompson, L.R. (1995). 'Task-technology fit and individual performance.' *MIS Quarterly*, 19, 213- 236.
- [28]. Grazioli, S., Jarvenpaa, S.L. (2000). 'Perils of Internet fraud: An empirical investigation of deception and trust with experienced Internet consumers', *IEEE Transactions on Systems, Man, and Cybernetics Part A: Systems and Humans.*, 30(4): 395–410.
- [29]. GSMA. (2020). [Διαδίκτυο] Διαθέσιμο σε: [GSMA - Representing the worldwide mobile communications industry](#), [Πρόσβαση 18 Απριλίου 2021].
- [30]. Haque, M.D.R., Parr, N., Muhidin, S. (2020). 'The effects of household's climate-related displacement on delivery and postnatal care service utilization in rural Bangladesh,' *Social Science & Medicine*, Volume 247.
- [31]. He, Z., Han, G., Cheng, T.C.E., Fan, B., Dong, J. (2018). 'Evolutionary food quality and location strategies for restaurants in competitive online-to-offline food ordering and delivery markets: An agent-based approach.' *Int. J. Prod. Econ.*
- [32]. He, Z., Han, G., Cheng, T.C.E., Fan, B., Dong, J. (2018). 'Evolutionary food quality and location strategies for restaurants in competitive online-to-offline food ordering and delivery markets: An agent-based approach.' *Int. J. Prod. Econ.*
- [33]. Hsiao, C.H., Chang, J.J., Tang, K.Y. (2016), 'Exploring the Influential Factors in Continuance Usage of Mobile Social Apps: Satisfaction, Habit, and Customer Value Perspectives.' *Telematics and Informatics* 33: 342–355.
- [34]. Hung, M.C., Yang, S.T., Hsieh, T. (2012). 'AN examination of the determinants of mobile shopping continuance, *International Journal of Electronic Business Management*, 10(1): 29–37.
- [35]. Jarvenpaa, S.L., Lang, K.R., Takeda, Y., Tuunainen, V.K. (2003). 'Mobile commerce at crossroads', *Communications of the ACM*, 46(12), 41–44.

- [36]. Jennings, D. (2001). PowerGen: planning and strategic change. *Strat. Change*, 10: 391-401. <https://doi.org/10.1002/jsc.548>
- [37]. Junglas, I., Abraham, C., Watson, R.T. (2008). 'Task-technology fit for mobile locatable information systems.' *Decision Support Systems* 45(4): 1046–1057.
- [38]. Kang, S. (2014). 'Factors Influencing Intention of Mobile Application use', *International Journal of Mobile Communications* 12 (4): 360–379.
- [39]. Khalilzadeh, J., Ozturk, A.B., Bilgihan, A. (2017). 'Security-related factors in extended UTAUT model for NFC based mobile payment in the restaurant industry', *Computers in Human Behavior*. Elsevier Ltd, 70(2017): 460–474.
- [40]. Kim, S.S., Malhotra, N.K. (2005). 'A longitudinal model of continued IS use: An integrative view of four mechanisms underlying postadoption phenomena.' *Management Science* 51(5): 741–755.
- [41]. Laguna, L., Fizman, S., Puerta, P., Chaya, C., Tárrega, A. (2020). 'The impact of COVID-19 lockdown on food priorities. Results from a preliminary study using social media and an online survey with Spanish consumers,' *Food Quality and Preference*, Volume 86, 104028.
- [42]. Lai, I.K.W., Shi, G. (2015). 'The Impact of Privacy Concerns on the Intention for Continued use of an Integrated Mobile Instant Messaging and Social Network Platform', *International Journal of Mobile Communications* 13 (6): 641–669.
- [43]. Larsen, T.J., Sjørebø, A.M., Sjørebø, Ø. (2009). 'The role of task technology fit as users' motivation to continue information system use. *Computers in Human Behavior* 25(3): 778–784.
- [44]. Lee, M.K.O., Cheung, C.M.K., Chen, Z. (2007). 'Understanding user acceptance of multimedia messaging services: An empirical study.' *Journal of the American Society for Information and Technology* 58(13): 2066–2077
- [45]. Lee, Y., Kwon, O. (2011). 'Intimacy, familiarity and continuance intention: An extended expectation-confirmation model in web-based services.' *Electronic Commerce Research and Applications* 10(3): 342–357.
- [46]. Liébana-Cabanillas, F., Muñoz-Leiva, F., Sánchez-Fernández, J., Viedma-Del Jesús, M.I. (2016). 'The moderating effect of user experience on satisfaction with electronic banking: empirical evidence from the Spanish case', *IseB*, 14 (1), 141–165.
- [47]. Lin, W.S. (2012). 'Perceived fit and satisfaction on web learning performance: IS continuance intention and task-technology fit perspectives', *International Journal of Human-Computer Studies* 70(7): 498–507.
- [48]. Liu, G., Agostinho, F., Duan, H., Song, G., Wang, X., Giannetti, F., Santagata, R., Casazza, M., Lega, M. (2020). 'Environmental impacts characterization of packaging waste generated by urban food delivery services. A big-data analysis in Jing-Jin-Ji region (China),' *Waste Management*, Volume 117, Pages 157-169.
- [49]. Liu, S., Wang, J. (2016) 'The Internet Society in China: A 2016 Report.' China Renmin University Press, Beijing, China.
- [50]. Marinković, V., Đorđević A., Kalinić, Z. (2020). The moderating effects of gender on customer satisfaction and continuance intention in mobile commerce: a UTAUT-based perspective, *Technology Analysis & Strategic Management*, 32:3, 306-318, DOI:10.1080/09537325.2019.1655537
- [51]. Min, Q., Ji, S., Qu, G. (2008). 'Mobile Commerce User Acceptance Study in China- A Revised UTAUT Model', *Tsinghua Science and Technology*, 13(3): 257–264.
- [52]. Mok, W.K., Tan, Y.X., Chen, W.N. (2020). 'Technology innovations for food security in Singapore: A case study of future food systems for an increasingly natural resource-scarce world,' *Trends in Food Science & Technology*, Volume 102, Pages 155-168.
- [53]. Mun, Y.P., Khalid, H., Nadarajah, D. (2017), 'Millennials' Perception on Mobile Payment Services in Malaysia', *Computer Science*. Elsevier B.V., 124: 397–404.

- [54]. Ojha, M.K. (2020). 'Quality of service delivery at railway platforms: A case of Allahabad junction railway station,' *Case Studies on Transport Policy*, Volume 8, Issue 3, Pages 1087-1095.
- [55]. Oliver, R.L. (1980). 'A Cognitive Model for the Antecedents and Consequences of Satisfaction.' *Journal of Marketing Research* 17 (4): 460–469.
- [56]. Ray, A., Dhir, A., Bala, P.K., Kaur, P. (2019). 'Why do people use food delivery apps (FDA)? A uses and gratification theory perspective', *Journal of Retailing and Consumer Services*. Elsevier Ltd, 51(March): 221–230.
- [57]. Rentetakos, A. (2020). Η χρήση των social media από το κινητό στην Ελλάδα, [Διαδίκτυο] Διαθέσιμο σε: [Η χρήση των social media από το κινητό στην Ελλάδα \(wediamedia.gr\)](http://wediamedia.gr) [Πρόσβαση 7 Απριλίου 2021].
- [58]. Rodrigues, CM., Bastos, L.G., Stangherlin, G., Stedefeldt, E., Cunha, D., Saccol, A., (2020). 'Sanitary, nutritional, and sustainable quality in food services of Brazilian early childhood education schools,' *Children and Youth Services Review*, Volume 113, 104920.
- [59]. Roh, M., Park, K. (2019). 'Adoption of O2O food delivery services in South Korea: The moderating role of moral obligation in meal preparation', *International Journal of Information Management*. Elsevier, 47(September 2018): 262–273.
- [60]. Shang, D., Wu, W. (2017). 'Understanding Mobile Shopping Consumers' Continuance Intention.' *Industrial Management & Data Systems* 117 (1): 213–227.
- [61]. Shao, Z., Zhang, L., Li, X., Guo, Y. (2018). 'Antecedents of Trust and Continuance Intention in Mobile Payment Platforms: The Moderating Effect of Gender', *Electronic Commerce Research and Applications*. Elsevier, 33.
- [62]. Shin, Y.M., Lee, S.C., Shin, B., Lee, H.G. (2010). 'Examining influencing factors of post-adoption usage of mobile Internet: Focus on the user perception of supplier-side attributes.' *Information Systems Frontiers* 12(5): 595–606.
- [63]. Statista. (2020). The Statistics Portal for Market Data, Market Research and Market Studies, [Διαδίκτυο] Διαθέσιμο σε: [Statista - The Statistics Portal for Market Data, Market Research and Market Studies](https://www.statista.com) [Πρόσβαση 19 Απριλίου 2021].
- [64]. Steever, Z., Karwan, M., Murray, C. (2019). 'Dynamic courier routing for a food delivery service,' *Computers & Operations Research*, Volume 107, Pages 173-188.
- [65]. Susanto, HT., Aries & Chang, Luke Younghoon & Ha, Young. (2016). Determinants of Continuance Intention to Use the Smartphone Banking Services: An Extension to the Expectation-Confirmation Model. *Industrial Management & Data Systems*. 116. 508-525.
- [66]. Tam, C., Santos, D., Oliveira, T. (2018). 'Exploring the Influential Factors of Continuance Intention to use Mobile Apps: Extending the Expectation Confirmation Model.' *Information Systems Frontiers* in press.
- [67]. Thomas, L. (2020). An introduction to simple random sampling Published on August 28, 2020. Revised on October 2, 2020, [Διαδίκτυο] Διαθέσιμο σε: [Simple Random Sampling | Definition, Steps & Examples \(scribbr.com\)](https://www.scribbr.com/definition/simple-random-sampling/) [Πρόσβαση 19 Απριλίου 2021].
- [68]. Tuomi, A., Tussyadiah, L. (2020). 'Building the sociomateriality of food service,' *International Journal of Hospitality Management*, Volume 89, 102553.
- [69]. Vagias, Wade M. (2006). Likert-type scale response anchors. Clemson International Institute for Tourism & Research Development, Department of Parks, Recreation and Tourism Management. Clemson University, [Διαδίκτυο] Διαθέσιμο σε: [Likert-Type Scale Items \(clemson.edu\)](http://www.clemson.edu/iiatourism/likert-type-scale-items/) [Πρόσβαση 10 Απριλίου 2021].
- [70]. Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B., Davis, F.D. (2003). 'User acceptance of information technology: Toward a unified view', *MIS Quarterly*, 27(3): 425–478.
- [71]. Venkatesh, V., Thong, J.Y., Chan, F.K., Hu P.J.H., Brown, S.A. (2011). 'Extending the Two-Stage Information Systems Continuance Model: Incorporating UTAUT Predictors and the Role of Context.' *Information Systems Journal*, 21(6): 527–555.

- [72]. WHO, (2021). WHO Coronavirus (COVID-19) Dashboard, [Διαδίκτυο] Διαθέσιμο σε: [WHO Coronavirus \(COVID-19\) Dashboard | WHO Coronavirus \(COVID-19\) Dashboard With Vaccination Data](#) [Πρόσβαση 28 Απριλίου 2021].
- [73]. Wu, J., Hsiao, H. (2021). 'Food quality and safety risk diagnosis in the food cold chain through failure mode and effect analysis,' *Food Control*, Volume 120, 107501.
- [74]. Yeh, Y.S., Li, Y.M. (2009). 'Building Trust in m-Commerce: Contributions from Quality and Satisfaction.' *Online Information Review* 33 (6): 1066–1086
- [75]. Yeo, V., Goh, S.W., Rezaei, S. (2017). 'Consumer experiences, attitude and behavioral intention toward online food delivery (OFD) services,' *Journal of Retailing and Consumer Services*, Volume 35, Pages 150-162.
- [76]. Zhang, Y., Huang, Y., Wang, Y., Casey, T.W. (2020). 'Who uses a mobile phone while driving for food delivery? The role of personality, risk perception, and driving self-efficacy,' *Journal of Safety Research*, Volume 73, Pages 69-80.
- [77]. Zhou, H., Guanghua, H., Cheng, TCE., Fan, B., Dong, J. (2019). 'Evolutionary food quality and location strategies for restaurants in competitive online-to-offline food ordering and delivery markets: An agent-based approach,' *International Journal of Production Economics*, Volume 215, Pages 61-72.
- [78]. Zhou, T., Li, H. (2014). 'Understanding Mobile SNS Continuance Usage in China from the Perspectives of Social Influence and Privacy Concern', *Computers in Human Behavior* 37: 283–289.
- [79]. Zhou, T., Lu, Y., Wang, B. (2010). 'Integrating TTF and UTAUT to explain mobile banking user adoption', *Computers in Human Behavior*. Elsevier Ltd, 26(4): 760–767.
- [80]. Zhu, D.H., Lan, L.Y., Chang, Y.P. (2017). 'Understanding the Intention to Continue Use of a Mobile Payment Provider: An Examination of Alipay Wallet in China', *International Journal of Business and Information*, 12(4): 369–390.
- [81]. Γεωργαλάς, Γ. (2009). Προσδιορισμός Μοντέλου Μέτρησης Επιπέδου Αποδοχής Κινητών Protals από χρήστες κινητής τηλεφωνίας, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, [Διαδίκτυο] Διαθέσιμο σε: <https://hellenicus.lib.aegean.gr/bitstream/handle/11610/14694/file0.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [Πρόσβαση 9 Μαΐου 2021].
- [82]. ΕΛΣΤΑΤ. (2021). Εξέλιξη κύκλου εργασιών επιχειρήσεων παροχής καταλύματος και υπηρεσιών εστίασης, [Διαδίκτυο] Διαθέσιμο σε: <https://www.statistics.gr/documents/20181/d3440cc3-46dd-8608-5abb-2cb01fd02fed> [Πρόσβαση 28 Απριλίου 2021].
- [83]. ΙΕΛΚΑ. (2020). 1 στους 2 χρήστες διαδικτύου πλέον αγοράζουν συστηματικά online, [Διαδίκτυο] Διαθέσιμο σε: [1 στους 2 χρήστες διαδικτύου πλέον αγοράζουν συστηματικά online | ΙΕΛΚΑ \(ielka.gr\)](#) [Πρόσβαση 19 Απριλίου 2021].
- [84]. ΙΕΛΚΑ. (2020). Παγιώνονται οι online αγοραστικές συνήθειες των καταναλωτών | ΙΕΛΚΑ (ielka.gr), [Διαδίκτυο] Διαθέσιμο σε: [Παγιώνονται οι online αγοραστικές συνήθειες των καταναλωτών | ΙΕΛΚΑ \(ielka.gr\)](#) [Πρόσβαση 19 Απριλίου 2021].