

**Consumers' usage intentions of food delivery mobile applications in
Georgia - the impact of COVID-19 pandemic**

Sopio Kveladze

*A project/thesis submitted to the Faculty of Ilia State University Business, Technology
and Education Business School in fulfilment of the requirements for the degree of Master of
Business Administration.*

Thesis Supervisor: Professor Tamar Magalashvili

Ilia State University

Tbilisi, (2022)

Declaration

As the author of this paper, I declare that this thesis is an original report of my research and has been written by me. Due references have been provided on all supporting literature and resources. I declare that this thesis was composed by myself, that the work contained herein is my own except where explicitly stated otherwise in the text, and that this work has not been submitted for any other degree or professional qualification.

Sopio Kveladze

June 19, 2022

აბსტრაქტი

ადამიანების ყოველდღიური ცხოვრება შეიცვალა კოვიდ-19 პანდემიასთან გამკლავების დროს. ციფრულმა სამყარომ დიდი როლი ითამაშა და გააფართოვა საკვების მიწოდების ბაზარი საქართველოში. კვლევა მიზნად ისახავს პანდემიის პერიოდში ქართველ მომხმარებელთა ქცევის შესწავლას საკვების მიწოდების აპლიკაციებთან მიმართებაში. კვლევაში გამოყენებულია ტექნოლოგიის მიღებისა და გამოყენების ერთიანი თეორიის ჩარჩო. კვლევა ჩატარდა ონლაინ გამოკითხვის მეშვეობით საქართველოში. კვლევის საფუძველზე გამოიკითხა 196 მოხალისე. ჩატარდა აღწერილობითი ანალიზი დემოგრაფიული ფაქტორების და არჩეული მოდელის ცვლადების ღრმა ანალიზის მიზნით. გარდა ამისა, ჩატარდა ანალიზი ცვლადებს შორის კორელაციის შესასწავლად. კვლევამ დაასკვნა, რომ კოვიდ-19-ის მიმართ შიშს, შესრულების დონეს, სოციალურ გავლენას და ფუნქციურ დონეს დადებითი გავლენა ჰქონდა პანდემიის დროს მომხმარებელთა სურვილზე მომავალშიც გამოეყენებინათ აპლიკაცია. აპლიკაციის გამოყენებაზე პანდემიის დროს დადებითი გავლენა ჰქონდა ხელშემწყობ პირობებს. კვლევაში ასახულია მნიშვნელოვანი ფაქტორები მომხმარებლის ქცევის გასაანალიზებლად და გარდა ამისა, აღწერს დემოგრაფიული ფაქტორების გავლენას არჩეულ ცვლადებთან მიმართებაში. კვლევამ აჩვენა რომ, აპლიკაციის მომავალში გამოყენებაზე გავლენა ჰქონდათ უფრო მეტად ახალგაზრდებს, რომელთა თვიური შემოსავალი 2000 – 3000 ლარია. აგრეთვე, ხელშემწყობმა პირობებმა დიდი გავლენა იქონია მოხმარების ქცევაზე დაქორწინებულ ქალებს შორის, რომელთა თვიური შემოსავალი 3000 ლარზე მეტია.

საკვანძო სიტყვები: საკვების მიწოდების აპლიკაციები, ქცევითი მიზნები, გამოყენების ქცევა, კოვიდ-19 პანდემია, საქართველო

Abstract

People's daily life has been completely changed during coping with the COVID-19 pandemic. The digital world has played a huge role and moreover has extended the market of food delivery in Georgia. The research aims to explore the use of food delivery applications among Georgian respondents during the pandemic period and to evaluate aspects, which had the strongest influence on the user behavior and behavioral intention of consumers during the COVID-19 pandemic. The research framework was designed according to the UTAUT (The unified theory of acceptance and use of technology) model, with the integrated determinant of perceived fear of COVID-19. The study has been conducted with the survey strategy in Georgia. In the research, the data of the 196 volunteered participants have been analyzed. descriptive analysis has been conducted to deeply analyze the demographic and determinants of the chosen model according to the perceptions of respondents. Additionally, a multi-variance analysis has been done to explore the correlation between the variables and moreover the research has concluded that the perceived fear, performance expectancy, social influence, and export expectancy had a positive effect on the users' contentious intentions and facilitating conditions had a strong statistical influence on the use behavior during a pandemic. The research is beneficial for companies operating in the food delivery industry and the companies who are going to start to explore the market. The research explored which determinants are most important to analyze the user's behavior and moreover studied the impact of demographic factors. The strongest correlation on behavior intentions was among younger participants with a monthly income of 2000 – 3000 GEL. And moreover, the strongest impact of facilitating conditions on use behavior was among married females with higher than 3000 GEL monthly income.

Key Words: Food delivery applications, Behavioral intentions, Use behavior, COVID-19 pandemic, Georgia