

探討食物外送 Apps 提供食品之健康程度、對平台信任感和重複使用

意願間關聯及環保包裝對食品健康程度的影響

陳妍安

2024/03/30

大綱

- 一、前言
- 二、材料和方法
- 三、結果與討論
- 四、結論

摘要

網路電商興起及 Covid-19 疫情影響，促進網路美食外送平台蓬勃發展，食藥署亦於 2022 研究美食外送平台訂餐潛在食品安全風險研析，來探討外送潛在食品安全風險 (陳等人, 2022)。故由此可見新興美食外送之食品安全相關風險探討重要性。研究文獻以調查食物外送 Apps 提供之食品健康度、消費者對平台信任感和重複使用平台意願間的關聯，並加入環境永續之環保的食品包裝進行探討。研究以調查以亞馬遜土耳其機器人 (MTurk) 做為收集相關數據之主要工具，共計蒐集了 343 份，利用 PROCESS model 7 以驗證研究假設後，結果顯示提供食品健康度與對平台信任感，在重複使用食物外送 Apps 意願上有正面影響，而環保包裝也可對食品健康度和信任感之間關係顯著影響，消費者對食品健康度高及高環保包裝組的信任感最高，而對食品健康度和環保包裝皆低組信任感最低，故由此可知提供之食品健康程度越高並配合使用環保包裝，可最大幅度的博取消費者信任感，亦可藉此增加重複使用平台意願，業者可藉此依循並能增進外送美食之食品安全之發展。