

## Perakendecilikte Self Servis Teknoloji Kullanımını Etkileyen Faktörler ve Sonuçları: Süpermarketlerde Self Servis Kasalar Üzerine Bir Çalışma<sup>1</sup> (Factors Affecting the Usage of Self-Service Technology in the Retailing and Their Results: A Study on Self-Service Checkout in Supermarkets)

Yasin GÜLTEKİN<sup>a</sup> Selin KÜÇÜKKANCABAŞ ESEN<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, BUBF, Çanakkale, Türkiye. [yasingultekin@comu.edu.tr](mailto:yasingultekin@comu.edu.tr)

<sup>b</sup> Trakya Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Edirne, Türkiye. [selink@trakya.edu.tr](mailto:selink@trakya.edu.tr)

MAKALE BİLGİSİ	ÖZET
<b>Anahtar Kelimeler:</b> Perakendecilik Self-Servis Teknoloji Self-Servis Kasalar  Gönderilme Tarihi 14 Şubat 2020 Revizyon Tarihi 1 Haziran 2020 Kabul Tarihi 15 Haziran 2020  <b>Makale Kategorisi:</b> Araştırma Makalesi	<b>Amaç</b> – Bu araştırmanın amacı Self servis teknolojileri kullanımını etkileyen faktörlerin incelenmesi ve işletmeler tarafından kaynakların verimli kullanılması için tercih edilen self servis teknoloji uygulamalarının, süpermarketlerde verimli kullanılması ve uygulanmasını sağlayacak stratejileri ve analizleri akademik olarak ortaya koymaktır. <b>Yöntem</b> – Araştırmanın verileri yapılandırılmış anket formu vasıtasıyla toplamda 425 tüketiciden süpermarketlerde yüz yüze toplanmıştır. Anketler self servis kasaları hayatında en az bir kez kullanmış tüketicilere uygulanmıştır. Elde edilen bu verilerin SPSS 20 ve AMOS 25 paket programları ile analizleri gerçekleştirilmiş ve raporlanmıştır. <b>Bulgular</b> – Yapısal eşitlik modeli kullanılarak yapılan hipotez testinin sonuçlarına göre ise, toplam 21 hipotezin 7 tanesi desteklenmemiş, geriye kalan 14 tane hipotezde ise değişkeler arası ilişkilerin öngörüldüğü gibi anlamlı olduğu bulgulanmıştır. <b>Tartışma</b> – Araştırma sonuçları bazı durumsal faktörlerin tüketicilerin tutumları ve algılanan davranışsal kontrolleri üzerinde anlamlı etkilere sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca araştırmada beklenildiği gibi tutum, algılanan davranışsal kontrol ve kullanım ve kullanım ve tavsiye etme davranışları arasında da olumlu ilişkiler olduğu ortaya konulmuştur.
ARTICLE INFO	ABSTRACT
<b>Keywords:</b> Retailing Self-Service Technology Self-Service Checkouts  Received 14 February 2020 Revised 1 June 2020 Accepted 15 June 2020  <b>Article Classification:</b> Research Article	<b>Purpose</b> – The aim of this research is to investigate the factors affecting the usage of the self-service technologies. Self-service technology applications preferred by organizations for using their resources efficiently, factors affecting use of SST should be examined, in order to put forward to provide efficient use in supermarkets strategies. <b>Design/methodology/approach</b> – Data of this study is collected by structured questionnaires and 425 consumers were contacted in person at supermarkets. The questionnaires were administered to consumers who have used the self-service checkout at least once in their whole life. The obtained data were analyzed and reported by SPSS 20 and AMOS 25 package programs. <b>Findings</b> – The results of the hypothesis testing demonstrate that 7 out of 21 hypotheses are unsupported but as expected the presumed relationships stated in remaining 14 hypotheses were significant. <b>Discussion</b> – Results provide evidence that some situational factors have a significant effect on consumers' attitudes and perceived behavioral control. Besides as expected it is found that there are positive relationships between attitudes, perceived behavioral control and SST usage and also between usage and likely to recommend SSTs.

<sup>1</sup>Bu çalışma Edirne Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı'nda Dr. Öğr. Üyesi Selin Küçükkancabaş Esen danışmanlığında Yasin Gültekin tarafından "Perakende Sektöründe Self Servis Teknoloji Uygulamalarının Kullanımını Etkileyen Faktörler ve Sonuçları: Süpermarketlerde Self Servis Kasa Kullanımı Üzerine Bir Çalışma" ismiyle tamamlanarak 14.10.2018 tarihinde savunulan doktora tezinden türetilmiştir.

### Önerilen Atf/ Suggested Citation

Gültekin, Y., Küçükkancabaş Esen, S. (2020). Perakendecilikte Self Servis Teknoloji Kullanımını Etkileyen Faktörler ve Sonuçları: Süpermarketlerde Self Servis Kasalar Üzerine Bir Çalışma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12 (2), 1622-1638.