



International Conference on Smart Logistics

ICSL2022 | 24-25 November 2022, İstanbul

<http://www.ulk.ist/>



Tüketicilerin Otonom Araçlar Kullanılarak Yapılan Teslimat Hizmetlerine Adaptasyon Düzeyinin Belirlenmesi

Özet

Ph.D. Burak Yaprak
Bandırma Onyedi Eylül
University
byaprak@bandirma.edu.tr

İnternet tabanlı teknolojilerin gelişimi ve internet tabanlı teknolojilere erişimin kolaylaşması, bireylerin gündelik yaşamındaki rutinleri derinden etkilerken birer tüketici olarak bireylerin davranışlarını ve alışkanlıklarını da değiştirmektedir. İnternet tabanlı teknolojilerin yoğun kullanımının somut karşılığı olarak dijitalleşme, birçok sektörde iş yapma biçimlerini dönüştürmektedir. Söz gelimi, otomotiv endüstrisinde on yılı aşkın bir süredir araçların elektrifikasyon düzeyinin artmasının yanında araçların otonom sürüş kabiliyetleri de artmaktadır. Düşük düzeyde otonom sürüş kabiliyetine sahip araçlar yalnızca sürücüye şerit takibi gibi faydalar sağlasa da otonom sürüş kabiliyeti yüksek düzeyde olan araçlar sürüşün tamamını kendisi tamamlayabilmektedir. İşletmeler de dağıtım süreçlerinde, otonom otomobiller gibi karayolu araçlarını ve otonom drone gibi hava araçlarını kullanmaya başlamaktadır. Bu çalışma kapsamında, Teknolojiye Yatkinlik Teorisi yaklaşımı esas alınarak, tüketicilerin bu otonom araçlar aracılığıyla yapılan ürün teslimatı hizmeti alma niyetlerinde iyimserlik, yenilikçilik, güvensizlik ve rahatsızlık gibi faktörlerin etkisini ortaya koymak amaçlanmaktadır. Anket yoluyla toplanan veriler, kısmi en küçük kareler (PLS) yöntemi ile ve SmartPLS programı ile göre analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler:

Tüketici davranışı, Tüketici adaptasyonu, Akıllı ulaştırma sistemleri, Otonom teslimat, Teknolojiye yatkinlik teorisi

Determining The Level of Consumers Adaptation to Delivery Services Using Autonomous Vehicles

Abstract

The development of internet-based technologies and the ease of access to internet-based technologies deeply affect the routines of individuals, while also changing the behaviors and habits of



individuals as consumers. As a concrete response to the intensive use of internet-based technologies, digitalization transforms the way of doing business in many sectors. For example, in the automotive industry for more than a decade, the level of electrification of vehicles has increased, as well as the autonomous driving capabilities of vehicles. Although vehicles with low level of autonomous driving capability only provide benefits such as lane keeping to the driver, vehicles with high level of autonomous driving capability can complete the entire drive on their own. Firms are also starting to use on-road vehicles such as autonomous cars and aerial vehicles such as autonomous drones in their distribution processes. Based on the Theory of Technology Readiness approach, it is aimed to reveal the effects of factors such as optimism, innovation, insecurity and discomfort on consumers' intention to get product delivery services through these autonomous vehicles, within the scope of this study. The data collected through the survey were analyzed with the partial least squares (PLS) method and the SmartPLS.

Keywords:

Consumer behavior, Consumer adaptation, Intelligent transportation systems, Autonomous delivery, Theory of technology readiness

