Sosyal ve Beşerî Bilimlerde

Güncel Araştırmalar-2024



Editör

Ferhat BERBER

LIVRE DE LYON

2024

Sosyal Bilimler

Sosyal ve Beşerî Bilimlerde Güncel Araştırmalar-2024

Editör
Ferhat BERBER

LIVRE DE LYON
Lyon 2024

Sosyal ve Beşerî Bilimlerde Güncel Araştırmalar-2024

Editör
Ferhat BERBER

LIVRE DE LYON
Lyon 2024

Sosyal ve Beşerî Bilimlerde Güncel Araştırmalar-2024

Editor • Assoc. Prof. Dr. Ferhat BERBER • Orcid: 0000-0002-9012-4087
Cover Design • Motion Graphics
Book Layout • Motion Graphics
First Published • December 2024, Lyon

e-ISBN: 978-2-38236-771-1
DOI: 10.5281/zenodo.14539855

copyright © 2024 by Livre de Lyon
All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise, without prior written permission from the Publisher. The author or authors of the relevant section are responsible for any copyright infringement that may occur due to the images and graphics used in the book. The editor or publisher does not assume responsibility in this regard.



Publisher • Livre de Lyon
Address • 37 rue marietton, 69009, Lyon France
website • http://www.livredelyon.com
e-mail • livredelyon@gmail.com



ÖNSÖZ

19. yüzyıldan itibaren yayılan pozitivist bilim anlayışı çerçevesinde, uzmanlaşmanın öne çıkarılması ile her disiplin kendi alt dallarındaki detaylara odaklandı. Fakat 21. Yüzyıldan itibaren varlığı ve yaşamı açıklamada disiplinlerin tek başına yeterli olmadığı görüldü. Önce interdisipliner, ardından multidisipliner yaklaşımlar hızla gelişti. Hatta öyle ki, felsefe olmadan fizik yapılamayacağı, geniş kitlelere yeniden hatırlatıldı.

Elinizdeki bu kitapta da farklı disiplinlerden, ancak hepsinin insan ve toplum davranışlarına odaklandığı bilimsel çalışmalar yer almaktadır. Hititlerin doğa ile bağından, Osmanlı'nın son döneminde çocuk eğitimine, deprem sonrası travmaların giderilmesinden, günümüzdeki tüketici davranışlarına, liderlik özelliklerinin çeşitli sektörlerdeki etkilerine, sağlık hizmetlerinin ekonomik boyutlarına ve yükselen bir trend olan gastronominin teknoloji ile ilişkisine kadar müteferrik konuları işleyen birçok cezbedici çalışmayı bir arada bulacaksınız.

Otuz farklı akademisyenin bahsedilen konular etrafında toplanan çalışmalarının hem bilim camiasına katkı sağlaması hem de keyifli ve faydalı okumalar yapmanız temennisi ve saygılarımızla…

Doç Dr. Ferhat BERBER

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ I

BÖLÜM I. HİTİT DÖNEMİ ANADOLU'SUNDA ASLİ AĞAÇLAR VE KULLANIM ALANLARI 1
Şükrü ÜNAR

BÖLÜM II. SAİT HALİM PAŞA'NIN ATATÜRK, VAHDETTİN VE MİLLİ MÜCADELE HAKKINDAKİ DÜŞÜNCELERİ 19
İkbâl VURUCU

BÖLÜM III. SIBYAN MEKTEPLERİ VE BU MEKTEPLERDE OKUTULAN BİR TARİH DERS KİTABI 37
Mehmet Ali TÜRKMENOĞLU

BÖLÜM IV. 19. YÜZYILDA KADIN VE SAĞLIK: TIBBİ UYGULAMALARIN KADIN İSTİHDAMI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ 71
Sümeyra ÇAY ÇAKIR

BÖLÜM V. ADANA HALKEVİ HALK DERSHANELERİ VE KURSLAR ŞUBESİ (1933-1951) 83
Erdem ÇANAK

BÖLÜM VI. ATATÜRK DÖNEMİ'NDE ETNİK KÖKENLİ İSYANLAR'IN TARİHİ VE SOSYOLOJİK YAPISI 103
Metin AKIZ

BÖLÜM VII. HZ. ALİ HAKKINDA ŞÎA HADİS LİTERATÜRÜNDE YER ALAN APOKRİF RİVAYETLER: BİHÂRÜ'L-ENVÂR ÖZELİNDE 125
Veli ABA

BÖLÜM VIII. AVFÎ'NİN LÜBÂBÜ'L-ELBÂB TEZKİRESİNDE ŞİİR VE ŞAİRE YÖNELİK DEĞERLENDİRMELERİ 135
Mehmet Nuri ÇINARCI

BÖLÜM IX. GİRESUN ÇEPNİLERİNİN DÜĞÜNLE İLGİLİ GELENEKSEL UYGULAMALARINDA DEĞİŞİM VE DÖNÜŞÜM 155
Abonoz KÜÇÜK

BÖLÜM X. DEPREM AFETİ SONRASI PSİKOSOSYAL DESTEKTE ÇOCUK GELİŞİMCİNİN ROLÜ 165
Mevlüde ÇAĞLAR & Oğuz EMRE

BÖLÜM XI. ŞİDDET, AİLE İÇİ ŞİDDET VE SOSYAL MEDYA İLİŞKİSİ: BİR ALANYAZIN TARAMASI 183
Bayram TOPAL

BÖLÜM XII. AZERBAYCAN EKONOMİK MODELİNİN GELİŞİMİNDE HAYDAR ALİYEV 209
Yunus EKİCİ

BÖLÜM XIII. BAĞIMSIZLIK SONRASI KIRGIZİSTAN ÜZERİNE GENEL BİR DEĞERLENDİRME 225
Dilara ÖZEL

BÖLÜM XIV. KAMU DİPLOMASİSİNİN OLUŞUMU VE 2000 SONRASI TÜRK KAMU DİPLOMASİSİ 233
Melis LAYIK & Adnan ERDAL

BÖLÜM XV. İLETİŞİM BİLİMLERİ ALANINDA TAMAMLANAN DOKTORA TEZLERİNDE ARAŞTIRMA YÖNTEMİ OLARAK NETNOGRAFİ KULLANIMININ ANALİZİ 255
Esmeray KARATAŞ

BÖLÜM XVI. ASKERİ LİDERLİĞİN İŞ YAŞAM DENGESİNE ETKİSİNDE YAŞAM DOYUMUNUN ARACI ROLÜ: KAVRAMSAL MODEL ÖNERİSİ 271
Fahri Alp ERDOĞAN

BÖLÜM XVII. YENİLİKÇİ YÖNETİM YAKLAŞIMI OLARAK KUANTUM LİDERLİK VE SAĞLIK SEKTÖRÜNE YANSIMALARI 287
Özgür ASLAN

BÖLÜM XVIII. SAĞLIK HİZMETLERİNİ DİĞER HİZMET İŞLETMELERİNDEN AYIRAN NEVİ ŞAHSINA MÜNHASIR ÖZELLİKLERİ 301
İzzet AYDEMİR & Mehmet Emin YAŞAR

BÖLÜM XIX. TÜRKİYE'DE MEDİKAL TURİZM KAPSAMINDA YAYIMLANMIŞ LİSANSÜSTÜ TEZLERİN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ 315
Bedriye Çilem SOYLU & Serkan TÜRKMEN

BÖLÜM XX. SIFIR STOK YÖNETİMİ: YENİ NESİL ÜRETİM SÜREÇLERİNDE TEDARİK VE TALEP DENGELEME 335
Bünyamin DALDIRAN

BÖLÜM XXI. LİTERATÜR VE İSTATİSTİKLERLE OTO TAMİRHANELERİNDE İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ 375
Filiz ARICAK

BÖLÜM XXII. YENİ İŞGÜCÜ PİYASALARININ YENİ ÇALIŞMA ŞEKLİ: EĞRETİ İSTİHDAM 387
Kemal YILDIZ

BÖLÜM XXIII. YENİLİKÇİ İŞ DAVRANIŞI, BİLİNÇLİ FARKINDALIK VE GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ ARASINDAKİ İLİŞKİLER: BİR YAPISAL EŞİTLİK MODELİ ÇALIŞMASI 397
Mustafa İsmet BAŞBOĞA & Ergün KARA

BÖLÜM XXIV. TÜRKİYE'DE DEMOGRAFİK YAŞLANMA VE İŞGÜCÜ ÜZERİNE ETKİLERİ 411
Mustafa NAL

BÖLÜM XXV. İZMİR İLİNDE TÜKETİCİLERİN KURU MEYVE ÜRÜNLERİNE YÖNELİK TÜKETİM VE SATIN ALMA DAVRANIŞLARI 431
Irmak YORGANCIOĞLU & Nuran KIZILTUĞ & Mürşide Çağla ÖRMECİ KART & Zerrin KENANOĞLU

BÖLÜM XXVI. GLOBAL MARKALARIN GERİLLA PAZARLAMA FAALİYETLERİ VE UYGULAMA ÖRNEKLERİ 455
Selda ENE & Sıla SAĞLAM HEPŞEN

BÖLÜM XXVII. BLOCKCHAIN TEKNOLOJİSİ VE KRİPTO PARANIN BANKACILIK SEKTÖRÜNE ETKİLERİ 481
Şehnaz BAKIR YİĞİTBAŞ

BÖLÜM XXVIII. CRITIC VE OCRA YÖNTEMLERİ İLE MEVDUAT BANKALARININ ETKİNLİKLERİNİN ANALİZİ 505
Yusuf ŞAHİN

BÖLÜM XXIX. TÜRK MUTFAK ŞEFLERİNİN YAPAY ZEKÂ VE ROBOTİK TEKNOLOJİLERİ KULLANMA NİYETLERİNİN TEKNOLOJİ KABUL MODELİ KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ 527
Zehra TANTALKAYA & Reha KILIÇHAN

CHAPTER XXX. AVUSTURYA-MACARİSTAN'IN BOSNA'YI İŞGALİ İLE DEĞİŞEN DÜZEN 563
Fahriye EMGİLİ & Sultan GÜRSOY

BÖLÜM XXIX

TÜRK MUTFAK ŞEFLERİNİN YAPAY ZEKÂ VE ROBOTİK TEKNOLOJİLERİ KULLANMA NİYETLERİNİN TEKNOLOJİ KABUL MODELİ KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ[1]

Evaluation of Turkish Kitchen Chefs' Intent to Use Artificial Intelligence and Robotic Technologies Within The Scope of The Technology Acceptance Model

Zehra TANTALKAYA[1] & Reha KILIÇHAN[2]

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi, Erciyes Üniversitesi, Kayseri, Türkiye,
E-mail: zehratantalkaya@gmail.com
ORCID: 0000-0002-8530-7006
[2]Doç. Dr., Kayseri Üniversitesi, Kayseri, Türkiye,
E-mail: rehakilichan@gmail.com
ORCID: 0000-0003-2570-5771

1. Giriş

Sanayileşmenin başlangıcından itibaren dünya genelindeki teknolojik gelişmeler, birçok endüstri için kritik bir rol oynamıştır. Özellikle "Endüstri 4.0" olarak adlandırılan dönemle birlikte teknoloji, yeni bir boyuta taşınmıştır. Endüstri 4.0; yapay zekâ, nesnelerin interneti ve robotik teknolojiler gibi alanlardaki hızlı gelişimleri içermektedir (Suleiman vd. 2022). Bu teknolojiler günlük yaşamda ayrılmaz bir parça haline gelmiştir.

1 Bu çalışma, Doç. Dr. Reha KILIÇHAN danışmanlığında yürütülen Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı öğrencisi Zehra TANTALKAYA'nın "Mutfak Şeflerinin Yapay Zekâ ve Robotik Teknolojileri Kullanma Niyetlerinin Teknoloji Kabul Modeli Kapsamında Değerlendirilmesi" başlıklı yüksek lisans tezi kapsamında gerçekleştirilmiştir. Sorumlu Yazar: Zehra TANTALKAYA

Dijitalleşme, yapay zekâ teknolojisinin sadece bilgi teknolojisi endüstrisinde değil, sağlık, ulaşım, savunma sanayi, eğitim gibi birçok sektörde kullanılmasını sağlamıştır (Nagaraj, 2020). Örneğin, otonom araçlarda, robot hemşirelerde, navigasyon sistemlerinde, sohbet robotlarında ve insana duyarlı yapay zekâya sahip bilgisayar oyunlarında yapay zekâ uygulamaları yaygınlaşmıştır (Russell ve Norvig, 2016).

Dünya genelinde yaşanan dijitalleşme ve robotlaşma süreci, turizm sektörünü de diğer sektörler gibi etkilemektedir. Dijital dönüşüm, turizm sektöründe özellikle son yıllarda hızlı bir ivme kazanmıştır. Bu dönüşüm kapsamında öne çıkan önemli teknolojilerden biri de robotlardır. Turizm sektöründe robotlar, konaklama işletmelerinden yiyecek ve içecek hizmetlerine kadar pek çok farklı alanda çeşitli görevleri etkili bir şekilde yerine getirmektedir. Turizm sektörünün alt sektörlerinin de dijitalleşme sürecinden büyük ölçüde etkilendiği gözlemlenmektedir (Buhalis ve Law, 2008). Yapay zekâ ve robotik teknolojiler gibi yeniliklerin hızla gelişmesi, birçok sektörü kökten değiştirmekte ve yeniliklere ayak uydurmayı zorunlu hale getirmektedir. Bu teknolojik dönüşüm, özellikle ağırlama endüstrisinin alt sektörlerinden biri olan yiyecek ve içecek işletmelerini de etkilemektedir. Bu sektörde hizmet sunumunun karmaşıklığı, teknolojik gelişmelere hızlı bir şekilde uyum sağlamayı gerektirmektedir. Bu bağlamda, mutfak şefleri gibi yiyecek ve içecek işletmelerinin ana aktörlerinin, gelişen teknolojilere karşı tutumları ve niyetleri önem kazanmaktadır.

Bu çalışma, mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojilerini kullanma niyetlerini teknoloji kabul modeli kapsamında değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Çalışmanın özgünlüğü, mevcut literatürde mutfak şeflerinin bu teknolojilere yönelik tutumlarını inceleyen güncel bir çalışmaya rastlanmamasından kaynaklanmaktadır. Çalışmanın sektör uygulayıcıları ve akademik çevrelere katkısı, mutfak şeflerinin bu teknolojileri kullanma niyetlerini anlamak ve gelecekteki araştırmalara yol göstermek açısından önemlidir. Çalışmada öncelikle kavramsal çerçeve özetlenmekte, ardından gerçekleştirilen alan araştırmasına ilişkin tüm detaylar ile elde edilen bulgular sunulmaktadır. Sonuç ve öneriler başlığı altında ise çalışmanın akademik çıktıları tartışılmakta, sektör uygulayıcılarına yönelik öneriler sunulmakta ve gelecek araştırmalara dönük önerilere yer verilmektedir.

2. Kavramsal Çerçeve

Endüstri 4.0'ın ortaya çıkmasıyla birlikte yapay zekâ ve robotik teknolojiler, sürekli gelişen sistemler olarak kabul edilmektedir. Robot kavramı, 1920'lere

kadar uzanan bir geçmişe sahip olmasına rağmen, o dönemdeki örnekler henüz iş kolaylaştıracak seviyede veya kullanışlı değildi. Ancak, robotlar 1980'lerden itibaren hizmet sektöründe ve üretimde daha etkin bir şekilde kullanılmaya başlandı. Yapay zekâ ise, robotik teknolojilere kıyasla daha yeni bir alan olup özellikle II. Dünya Savaşı'ndan sonra, 1950'lerde bilişim sistemleri alanında yapılan çalışmalar sonucunda tanıtılmaya başlanmıştır (Russell ve Norvig, 2016).

Yapay zekâ, insan zekâsıyla denk bilgisayar sistemleri oluşturma potansiyeline sahip karmaşık bir disiplin alanıdır. Ancak, bu konu uzmanlık alanı dışında kalan bireyler için genellikle zor anlaşılır bir yapıya sahiptir. Farklı alanlarda büyük etkiler yaratan yapay zekâ, akıllı sistemler konusunda ilerleme sağlamak için detaylı bir anlayış gerektirir. Bu, yapay zekânın tarihsel başarılarının değerlendirilmesini ve mevcut sınırlamalar doğrultusunda gerçekçi bir şekilde ele alınmasını içerir. Önceki araştırmalar, yapay zekâ teknolojilerine ilişkin kapsamlı genel değerlendirmeler sunmuştur (Smith, 1987). Yapay zekâ, özellikle akıllı üretim sistemlerinde kendini göstermektedir (Li vd., 2017). Bu disiplin, makinelerin insan davranışıyla ilişkili karmaşık sorunları çözmesine olanak tanır. İnsan bilgisini ve davranışlarını taklit etmek için bilgisayar tabanlı algoritmalar kullanılmaktadır (Bavakutty ve Salih, 2006). Özellikle turizm sektöründe, yapay zekâ otelcilik alanında yaygın olarak kullanılmakta ve robot teknolojileri bu uygulamaların başında gelmektedir. Robotlar, turizm sektörü ve alt bileşenlerinde hızla artan bir kullanım alanına sahip öncü teknolojiler olarak kabul edilmektedir (Kılıçhan ve Yılmaz, 2020). Bu bağlamda, bireylerin teknolojiyi kabul etme ve kullanma kararlarını etkileyen faktörleri anlamak son derece önem arz etmektedir. Davis'in geliştirdiği Teknoloji Kabul Modeli, algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan fayda gibi temel unsurlar aracılığıyla, kullanıcıların teknoloji kullanım niyetlerini anlamada önemli bir araç olmuştur (Davis, 1989). Venkatesh ve Davis (2000), bu modeli geliştirerek teknolojinin benimsenme süreçlerini daha iyi açıklamayı hedeflemiştir. Daha sonra geliştirilen Teknoloji Kabul Modelleri de bu konuda daha kapsamlı açıklamalar getirebilmek amacıyla ortaya konulmuştur.

Yiyecek ve içecek işletmeleri, hizmet sunumu açısından diğer sektörlere kıyasla daha karmaşık bir yapıya sahiptir. Ürünlerin üretimi, kalite kontrolü, paketlenmesi, hazırlanması ve servise sunulması gibi süreçler büyük dikkat ve özen gerektirir. Bu işletmelerdeki teknolojik yenilikler, özellikle yapay zekâ ve robotik teknolojilerin benimsenmesi, mutfak şefleri için önemli bir destekleyici unsur haline gelmiştir. Bu teknolojilerin mutfak şefleri tarafından ne kadar kabul edildiği, sektördeki rekabet avantajlarını ve iş süreçlerindeki potansiyel

iyileştirmeleri değerlendirmek açısından büyük öneme sahiptir. Mutfak şeflerinin ihtiyaçları, beklentileri ve bu teknolojilere olan yaklaşımları, tasarım ve uygulama süreçlerinde dikkate alınması gereken kritik faktörleri belirlemek için önemli bir unsurdur. Ancak, bu alanda gerçekleştirilen güncel araştırmalara ihtiyaç olduğu gözlemlenmektedir. Nitekim bu durum; mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojilere yönelik kabul düzeylerini ve bu teknolojilere adaptasyonlarını anlamak amacıyla daha fazla araştırmaya ihtiyaç olduğu şeklinde farklı araştırmacılar tarafından da bir gereklilik olarak belirtilmektedir (Sugiura vd., 2019; Çerkez ve Kızıldemir, 2020; Türkoğlu ve Yılmaz 2022). Gerek akademik çevrelere olabilecek katkıları gerekse sektör uygulayıcılarına mevcut durumu ortaya koyması ve gelecek adına plan politikalar yapılmasına yardımcı olabilecek bir kaynak oluşturulması adına bu konu bir araştırma problemi olarak tespit edilmiş bu çalışmaya konu olmuştur.

3. Alan Araştırması

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

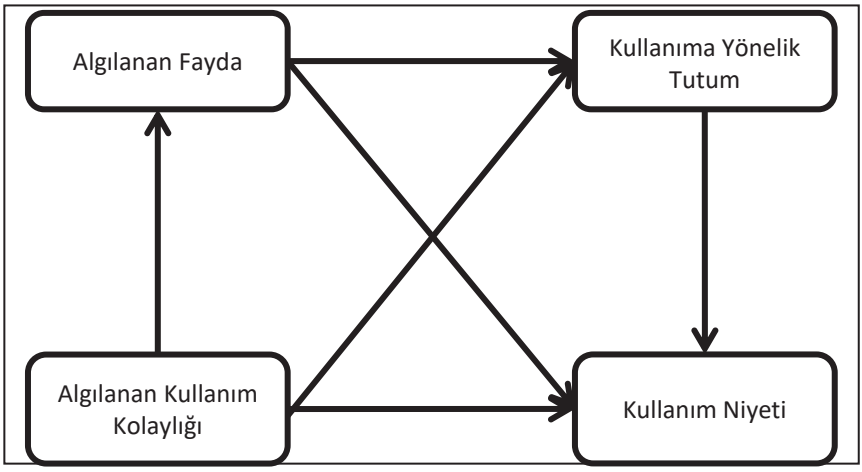
Kullanılmaya başlanan yapay zekâ uygulamaları, robotik teknolojiler ile mutfak şefleri bu teknolojik gelişmelerle doğrudan temas haline geçmiştir. Bu durum günümüzde henüz gelişmekte olan bir durum olmasına karşın gelecek yıllarda etkinliğinin artacağı hizmet sunumu açısından yaygın kullanılacağı düşünülmektedir (Webster ve Ivanov, 2019). Ayrıca, Kılıçhan ve Yılmaz (2020) çalışmalarında sadece misafirlerin değil turizm sektörü çalışanlarının da teknolojik gelişmelere yaklaşımlarının önemine vurgu yaparken bu gelişmelerin etkin kullanımı için işletme sahipleri, mutfak şefleri ve servis personelleri ile iş birliği içinde çalışmalar yürütülmesi gerektiği önerisinde bulunmuşlardır. Yapay zekâ ve robotik teknolojiler, geleneksel mutfak uygulamalarını kökten değiştirme potansiyeline sahiptir. Bu bağlamda, mutfak şeflerinin bu yenilikçi teknolojileri benimsemeleri ve kullanmaya niyetlenmeleri, önemli bir araştırma alanı haline gelmiştir (Türkoğlu ve Yılmaz, 2022). Bu çalışmanın temel amacı, mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojilerini kullanma niyetlerini değerlendirmektir.

Geleneksel mutfak uygulamaları, yaratıcılığa ve beceriye dayalı bir süreç içerirken, teknolojinin etkisi, bu sürecin otomasyonunu ve verimliliğini artırma potansiyeline işaret etmektedir. Mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojilerini benimsemelerini engelleyen veya teşvik eden faktörlerin anlaşılması, bu alandaki kilit sorunları ele alabilmek için kritik bir adımdır. Bu

faktörler arasında, algılanan kullanım kolaylığı, algılanan kullanım faydası, sosyal etkileşim, algılanan riskler ve önceki deneyimler yer almaktadır. Bu faktörler, mutfak şeflerinin bu teknolojileri kabul etme niyetlerini şekillendirebilir. Literatürdeki çalışmalar değerlendirildiğinde, turizm endüstrisinin lokomotifi konumunda olan yiyecek ve içecek sektörü özelinde gerçekleştirilen güncel çalışma eksikliği dikkat çekmektedir. Bununla beraber, bu konuda mutfak şefleri özelinde gerçekleştirilen yeterli düzeyde güncel bir akademik çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu bağlamda, çalışmanın literatürdeki bilgi eksikliğine katkı sağlaması ve sektör uygulayıcılarına çeşitli katkılar sağlaması bakımından önemli olduğu düşünülmektedir.

3.2. Araştırma Modeli

Literatür taramasından hareketle araştırma kapsamında ele alınan değişkenler arasındaki ilişkileri görselleştirmek amacıyla Şekil 1'de varsayılan araştırma modeli gösterilmektedir.



Şekil 1: Araştırma Modeli

3.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırma kapsamında kolayda örnekleme tekniği kullanılmış olup bu yöntem araştırmanın zaman ve maliyet kısıtları da dikkate alındığında araştırmacının daha az maliyetle veri toplamasına da katkı sağlamıştır. Esasen, bu yöntem, araştırma evreninin erişilmesinin zor olduğu durumlarda kullanılan bir örnekleme tekniği olduğundan mutfak şeflerinin Türkiye'nin farklı illerinde

farklı işletmelerde çalıştıkları düşünüldüğünde ulaşılması zor olduğu için tercih edilmiştir. Araştırma kapsamında %5 hata payı ve %95 güven aralığında olmak üzere 384 mutfak şefine ulaşmak hedeflemiş olsa da mümkün olabilecek en fazla sayıda mutfak şefine ulaşmak ve araştırmaya destek vermelerini sağlamak amaçlanmıştır. Bu bilgilerden hareketle, araştırma evrenini Türkiye'de çalışan mutfak şefleri oluştururken, araştırma örneklemini evreni temsil etmeye en yakın sivil toplum örgütü Türkiye Aşçılar Federasyonu üyesi mutfak şefleri arasından araştırmaya katılmaya gönüllü olan mutfak şefleri oluşturmuştur.

3.4. Veri Toplama Aracı ve Süreci

Veri toplama aracı olarak kullanılan anket formunda ilk olarak katılımcıların demografik özellikleri ile mesleki deneyimlerine yönelik çoktan seçmeli ve açık uçlu sorulara verilmiştir. Ardından teknoloji kabulüne ilişkin ölçek ifadelerine yer verilmiştir. Bu noktada, anket formunda Davis (1985), Davis (1989), Davis, Bagozzi ve Warshaw (1989), Wu, Cheng, Yen ve Huang (2011) ile Al-Qeisi, Dennis, Alamanos ve Jayawardhena (2014)'in çalışmalarında kullandıkları ölçeklerden yararlanılmıştır.

Araştırmanın etik kurul izinlerinin alınmasının ardından, araştırmacı tarafından bizzat yürütülen bir saha çalışması gerçekleştirilmiştir. Veriler 14 Haziran 2023 ile 19 Ocak 2024 tarihleri arasında, kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak, araştırmaya katılmaya gönüllü, 18 yaş üzerindeki Türkiye Aşçılar Federasyonu üyesi toplam 446 mutfak şefinden oluşan bir örneklem üzerinden yüz yüze, bırak-topla ve çevrimiçi yöntemlerle toplanmıştır. Yeterli örneklem büyüklüğüne ulaşıldığı düşüncesiyle, 446 anketten elde edilen veriler istatistiksel analiz programlarına kodlanmış ve bir veri seti oluşturulmuştur. Ardından, elde edilen verilerin analizi için gerekli işlemler başlatılmıştır.

3.5. Sapan Analizi ve Normal Dağılım Testleri

Veri analizinin başlangıcında *Mahalanobis* uzaklık değeri kullanılarak sapan analizi gerçekleştirilmiştir (Aksu vd., 2017). *Mahalanobis* uzaklığı, bir deneğin diğer deneklerin merkezinden ne kadar uzakta olduğunu gösteren bir ölçüdür (Çokluk vd., 2012). Sapan analizi için bu uzaklık değeri kullanılmış ve t-testi yaklaşımı benimsenmiştir. Buna göre; 26 ifadeden oluşan ölçekte 23 adet uzaklık değeri tespit edilmiştir. Bu durumdaki anketler, veri setinden çıkarılmış ve analizler 423 adet kullanılabilir ankete dayanarak devam ettirilmiştir. Sapan analizinin ardından, normal dağılım testleri uygulanmıştır.

Tablo 1: Normal Dağılım Testleri

Boyutlar	n	Çarpıklık	Basıklık	*ShapiroWilk* (p)	*Kolmogorov Smirnov* (p)
Algılanan Fayda	423	-1,113	,519	,000	,000
Algılanan Kullanım Kolaylığı	423	-,808	,589	,000	,000
Kullanıma Yönelik Tutum	423	-384	-1,162	,000	,000
Kullanma Niyeti	423	-,886	,377	,000	,000

Test sonuçları değerlendirildiğinde verinin normal dağılım gösterdiği anlaşılmış (Tabachnick ve Fidell, 2013) ve verilerin parametrik testlere tabi tutulmasının daha güvenilir sonuçlar sağlayacağı düşünülmüş ve parametrik analizlerle devam edilmiştir.

3.6. Güvenilirlik Analizi

Araştırmada yer alan ölçeklerin güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 2'de gösterilmektedir. Araştırmada uygulanan güvenirlik analizi sonucuna göre, ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğu söylenebilmektedir (Kalaycı, 2010).

Tablo 2: Ölçeklerin Güvenilirlik Analizleri

Boyutlar	*Cronbach's* Alpha Değerleri
Algılanan Fayda	,977
Algılanan Kullanım Kolaylığı	,899
Kullanıma Yönelik Tutum	,968
Kullanma Niyeti	,955
Ölçeğin Tamamı	,947

3.7. Geçerlilik Analizi

Araştırmada geçerlilik analizi kapsamında açıklayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda, öncelikle *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) örneklem yeterliliği testi ve *Bartlett* Küresellik testi uygulanmıştır. KMO katsayısı (KMO=,924) olarak bulunmuş ve *Bartlett* Küresellik testi sonuçları da anlamlı olarak bulunmuştur (Kalaycı, 2010).

Tablo 3: Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler / Maddeler	Faktör Yük Değerleri				Eş Kökenlik	Öz Değeri	Açıklanan Varyans	Ortalama	Alfa
	1	2	3	4					
Algılanan Fayda									
AF1	,859				,818	11,082	48,181	3,81	,977
AF2	,801				,728			3,71	
AF3	,862				,832			3,93	
AF4	,858				,803			3,68	
AF5	,877				,859			3,73	
AF6	,898				,874			3,77	
AF7	,900				,856			3,83	
AF8	,895				,887			3,75	
AF9	,900				,859			3,89	
AF10	,896				,783			3,82	
Algılanan Kullanım Kolaylığı									
AKK1		,873			,783	4,208	18,294	2,91	,920
AKK2		,782			,733			3,68	
AKK3		,803			,660			2,92	
AKK4		,652			,619			3,59	
AKK5		,908			,835			3,42	
AKK6		,738			,716			3,64	
AKK7		,863			,763			3,33	
Kullanıma Yönelik Tutum									
KYT1			,929		,949	2,430	10,567	3,33	,968
KYT2			,921		,942			3,33	
KYT3			,909		,930			3,35	
Kullanma Niyeti									
KN1				,818	,908	1,198	5,211	3,57	,955
KN2				,798	,844			3,90	
KN3				,824	,916			3,53	

Faktör Çıkarma **Yöntemi:** Temel Bileşenler Analizi
Döndürme Yöntemi: Varimax
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem **Yeterliği:** ,924
Bartlett **Küresellik Testi için Ki-Kare:** 12246,333; sd: 253; p<0,000
Açıklanan Toplam Varyans: %82,252
Ölçeğin Tamamı için Güvenirlik Katsayısı: ,942

Faktörlerin saptanmasında, Temel Bileşen Analizi yöntemi ve faktör yapısını tespit etmek, yorumlanabilir faktörlere ulaşmak için *Varimax* tekniği seçilmiş ve faktör yükü ,40 üzerinde olan veriler göz önünde bulundurulmuştur. Yapılan analiz sonucunda üç ifade iki faktöre birden yüklenme ve tek başına faktör oluşturma gibi nedenlerle ölçekten çıkarılarak toplam 23 ifadeli ölçeğin son haline yeniden faktör analizi uygulanmış ve ölçeğin nihai faktör yapısı ortaya konulmuştur. Buna göre, açıklayıcı faktör analizi sonucunda ölçek ifadeleri dört boyutta toplanmıştır.

3.8. Araştırmanın Bulguları

3.8.1. Mutfak Şeflerinin Demografik Özellikleri ile Yapay Zekâ ve Robotik Teknolojileri Kullanma Davranışına İlişkin Bulgular

Tablo 4'te araştırmaya katılan mutfak şeflerinin demografik özellikleri ile mesleki deneyimlerine ilişkin bulgular sunulmaktadır. Tablo 4'teki veriler incelendiğinde, araştırmaya katılan mutfak şeflerinin ağırlıklı olarak 29 yaş ve altı, üniversite mezunu, çocuk sahibi olmayan, bekâr erkeklerden oluştuğu; otellerde, 6 yıl ve üzeri yıl tecrübeye sahip, günde 9 saat ve üzeri çalışan aşçılar oldukları anlaşılmaktadır.

Tablo 4: Mutfak Şeflerinin Demografik Özellikleri ve Mesleki Deneyimleri

Değişken	**Frekans (n)**	**Yüzde (%)**	**Değişken**	**Frekans (n)**	**Yüzde (%)**
Cinsiyet			**Çalışılan Pozisyon**		
Kadın	178	42,1	Aşçıbaşı	84	19,9
Erkek	245	57,9	Aşçıbaşı Yardımcısı	78	18,4
Toplam	423	100	Kısım Şefi	88	20,8
Yaş			Aşçı	173	40,9
29 Yaş ve Altı	200	47,3	*Toplam*	423	100
30-39 Yaş Arası	108	25,5	**Günlük Ortalama Çalışma Süresi**		
40 Yaş ve Üzeri	115	27,2	8 Saat ve Altı	170	40,2
Toplam	423	100	9 Saat ve Üzeri	253	59,8
Medeni Durum			*Toplam*	423	100
Evli	195	46,1	**Meslekteki Çalışma Süresi**		
Bekar	228	53.9	5 Yıl ve Altı	180	42,6
Toplam	423	100	6 Yıl ve Üzeri	243	57,4
Eğitim Düzeyi			*Toplam*	423	100
İlkokul	31	7,3	**Çalışılan İşletmenin Türü**		
Ortaokul	33	7,8	Otel	139	32,9
Lise	148	35	Restoran	134	31,7
Üniversite	183	43,3	Kamu Kuruluşları	74	17,5
Lisansüstü	28	6,6	Diğer*	76	18
Toplam	423	100	*Toplam*	423	100
Çocuk Sahibi Olma Durumu			*Pastane, Eğitim Mutfağı vb.		
Evet	176	41,6			
Hayır	247	58,4			
Toplam	423	100			

Tablo 5'te mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojileri kullanma davranışlarına ilişkin bulgulara yer verilmektedir. Veriler incelendiğinde, araştırmaya katılan mutfak şeflerinin bir kısmının hiç yapay zekâ ve robotik teknoloji kullanmadığı ancak buna karşın bir kısmının ise haftada altı ve üzeri kez bu teknolojileri kullandığı anlaşılmaktadır. Bunun sebebi olarak araştırmaya katılan şeflerin eğitim durumları gösterilebilir, öyle ki genel olarak sahada çalışan mutfak şeflerinin alaylı oldukları bilinmekte ancak çalışmada oldukça fazla sayıda

üniversite mezunu şefin katılım gösterdiği bilinmektedir. Diğer taraftan yapay zekâ ve robotik teknolojileri kullanan mutfak şeflerinin büyük bir çoğunluğunun bir-beş yıl süreyle kullandıkları anlaşılmaktadır. Bu yanıtlar, esasen bu teknolojilerin dünya genelinde yaygınlaşmaya başlamasıyla paralellik göstermektedir.

Tablo 5: Mutfak Şeflerinin Yapay Zekâ ve Robotik Teknolojileri Kullanma Davranışları

Değişken	**Frekans (n)**	**Yüzde (%)**
Yapay Zekâ ve Robotik Teknolojileri Kulllanım Sıklığı		
Hiç	170	40,2
Haftalık 1-5	93	22
Haftalık 6 ve Üzeri	160	37,8
Toplam	423	100
Yapay Zekâ ve Robotik Teknolojileri Kullanım Süresi		
Hiç	170	40,2
1-5 Yıl Arası	201	47,5
6 ve Üzeri Yıl	52	12,3
Toplam	423	100

3.8.2. Değişkenler Arası İlişkilere Yönelik Analizler

Mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojileri algılama ve kullanma eğilimleri arasındaki ilişkiyi incelemek üzere *Pearson* korelasyon katsayıları kullanılmış olup analiz sonuçları Tablo 6'da sunulmaktadır.

Tablo 6: Değişkenler Arasındaki Korelasyon Analizi Sonuçları

		AF	**AKK**	**KYT**	**KN**
Algılanan Fayda (AF)	**Pearson r**	1	,295**	,410**	,591**
	p		,000	,000	,000
Algılanan Kullanım Kolaylığı (AKK)	**Pearson r**		1	,067	,262**
	p			,170	,000
Kullanıma Yönelik Tutum (KYT)	**Pearson r**			1	,532**
	p				,000
Kullanma Niyeti (KN)	**Pearson r**				1
	p				,000

*N=423; ** Korelasyon p<0,01 düzeyinde anlamlıdır (iki uçlu).

Korelasyon analizi sonuçlarına göre algılanan fayda ile algılanan kullanım kolaylığı arasında orta düzeyde pozitif bir ilişki bulunmuştur (r=0,295, p<0,01). Algılanan fayda ile kullanıma yönelik tutum arasında orta düzeyde pozitif bir ilişki tespit edilmiştir (r=0,410, p<0,01). Ayrıca, algılanan fayda ile kullanma niyeti arasında yüksek düzeyde pozitif bir ilişki bulunmuştur (r=0,591, p<0,01). Algılanan kullanım kolaylığı ile kullanıma yönelik tutum arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir (r=0,067, p>0,05). Ancak, algılanan kullanım kolaylığı ile kullanma niyeti arasında orta düzeyde pozitif bir ilişki bulunmuştur (r=0,262, p<0,01). Kullanıma yönelik tutum ile kullanma niyeti arasında yüksek düzeyde pozitif bir ilişki bulunmuştur (r=0,532, p<0,01). Bu sonuçlar, mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojileri algılama düzeylerinin, bu teknolojileri kullanma niyetleri ile ilişkili olduğunu göstermektedir. Korelasyon analizi sonucunda ilişki bulunan değişkenlerin birbirleri üzerindeki etkilerini incelemek amacıyla basit doğrusal regresyon analizi uygulanmıştır.

Mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojileri kullanım kolaylığı algılarının, bu teknolojilere yönelik algıladıkları fayda üzerindeki etkisini incelemek amacı ile gerçekleştirilen regresyon analizi sonuçları Tablo 7'de gösterilmektedir. Algılanan fayda ile algılanan kullanım kolaylığı arasındaki etkiyi inceleyen regresyon analizinin sonuçlarına göre, mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojileri kullanım kolaylığı algısı ile bu teknolojilere yönelik algıladıkları fayda arasında pozitif ve anlamlı bir etki olduğu ortaya çıkmıştır. Modelin R kare değeri %8,7 olarak hesaplanmıştır, yani algılanan kullanım kolaylığı algısının algılanan fayda üzerindeki varyansın yaklaşık %8,7'sini açıkladığı görülmektedir. Bu, yapay zekâ ve robotik teknolojilerinin mutfak şefleri tarafından kolay kullanılabilir bulunmasının, bu teknolojilerin sağladığı faydaların daha olumlu algılanmasına katkıda bulunduğunu göstermektedir.

Tablo 7: Algılanan Kullanım Kolaylığı ve Algılanan Fayda Arasındaki Basit Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Model	**Standardize Edilmemiş Katsayılar**		**Standardize Edilmiş Katsayılar**	**T Değeri**	**P Anlam Düzeyi**
	B	**Std. Hata**	**Beta**		
(Sabit)	2,702	,179		15,114	,000
Algılanan Kullanım Kolaylığı	,325	,051	,295	6,337	,000
Bağımlı Değişken: Algılanan Fayda					
R: ,295**; R^2:** ,087**; Düzeltilmiş R^2:** ,085**; Model için F:** 40,157**; p=** ,000**; s.d.:** 1; **Durbin-Watson:** 1,505					

Mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojileri kullanım kolaylığı algısının, bu teknolojiyi kullanma tutumları üzerindeki etkisini test etmek üzere gerçekleştirilen regresyon analizi sonuçları Tablo 8'de gösterilmektedir.

Tablo 8: Algılanan Kullanım Kolaylığı ve Kullanıma Yönelik Tutum Arasındaki Basit Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar	T Değeri	P Anlam Düzeyi
	B	Std. Hata	Beta		
(Sabit)	3,024	,236		12,817	,000
Algılanan Kullanım Kolaylığı	,093	,068	,067	1,373	,170
Bağımlı Değişken: Kullanıma Yönelik Tutum					
R: ,067**; R^2:** ,004**; Düzeltilmiş R^2:** ,002**; Model için F:** 1,886**; p=** ,170**; s.d.:** 1; **Durbin-Watson:** 1,818					

Bu regresyon analizi sonuçlarına göre, algılanan kullanım kolaylığının bağımlı değişken olan kullanıma yönelik tutum üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamlı değildir (p=0,170). Modelin R^2 değeri çok düşük olduğu için (%0,4), algılanan kullanım kolaylığının kullanıma yönelik tutumu açıklamada çok az bir varyansın olduğunu göstermektedir. Bu durum, algılanan kullanım kolaylığının kullanıma yönelik tutum üzerindeki etkisinin zayıf veya belirsiz olduğunu düşündürebilir. Analizin sonuçlarına göre, sabit katsayısı 3,024'tür. Bu, algılanan kullanım kolaylığının sabit olmayan faktörlerin etkisi dışında kullanıma yönelik tutumda değişimi açıklamada zayıf bir rol oynadığını gösterebilir. Ancak, algılanan kullanım kolaylığı katsayısı pozitif bir değere sahiptir (0,067), yani algılanan kullanım kolaylığı arttıkça kullanıma yönelik tutum da artma eğiliminde olabilir, ancak bu etki istatistiksel olarak anlamlı değildir. Sonuç olarak, bu analiz, algılanan kullanım kolaylığının kullanıma yönelik tutum üzerindeki etkisinin istatistiksel olarak zayıf olduğunu göstermektedir. Bu bulgular, bu iki değişken arasındaki ilişkinin karmaşık veya belirsiz olabileceğini düşündürebilir ve daha fazla araştırmayı gerektirebilir.

Mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojilerini kullanma konusundaki algılarının, bu teknolojileri kullanma niyetlerine etkisini test etmek üzere gerçekleştirilen regresyon analizi sonuçları Tablo 9'da gösterilmektedir.

Tablo 9: Algılanan Kullanım Kolaylığı ve Kullanma Niyeti Basit Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar	T Değeri	P Anlam Düzeyi
	B	Std. Hata	Beta		
(Sabit)	2,714	,178		15,262	,000
Algılanan Kullanım Kolaylığı	,284	,051	,262	5,574	,000
Bağımlı Değişken: Kullanım Niyeti					
R: ,262**; R^2:** ,069**; Düzeltilmiş R^2:** ,067**; Model için F:** 31,064**; p=** ,000**; s.d.:** 1; **Durbin-Watson:** 1,773					

Yapılan regresyon analizi sonucuna göre, mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojileri kullanım kolaylığı algıları ile bu teknolojileri kullanma niyetleri arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir (Beta=,262, p<0,001). Bulgular, algılanan kullanım kolaylığının artmasıyla birlikte mutfak şeflerinin bu teknolojileri kullanma niyetlerinin de arttığını göstermektedir (R=0,262). Ayrıca, regresyon modelinin anlamlı olduğu ve algılanan kullanım kolaylığının, kullanım niyetini açıklamada önemli bir katkı sağladığı belirlenmiştir. Bu bulgular, mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojilerine olan kullanım niyetlerinin, algıladıkları kullanım kolaylığı ile güçlü bir şekilde etkisi olduğunu göstermektedir. Bu durum da yapay zekâ ve robotik teknolojilerinin mutfak şefleri tarafından benimsenmesi ve kullanılmasının, kullanım kolaylığına bağlı olduğunu ve kolaylık algısının artmasıyla birlikte olumlu bir tutum oluşturulabileceğini göstermektedir. Bu bulgu, yapay zekâ ve robotik teknolojilerinin mutfak endüstrisinde yaygınlaşması için kullanıcı deneyiminin iyileştirilmesinin önemini vurgulamaktadır. Kullanıcı dostu ara yüzlerin tasarlanması ve kullanıcı eğitimlerinin sağlanması gibi adımlar, mutfak şeflerinin bu teknolojilere karşı daha olumlu bir tutum geliştirmelerine yardımcı olabilir.

Algılanan faydanın mutfak şeflerinin bu teknolojiyi kullanma tutumları üzerindeki etkisini test etmek üzere gerçekleştirilen regresyon analizi sonuçları Tablo 10'da gösterilmektedir.

Tablo 10: Algılanan Kullanım Kolaylığı ve Kullanıma Dair Tutumlar Basit Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar	T Değeri	P Anlam Düzeyi
	B	Std. Hata	Beta		
(Sabit)	1,369	,178		15,262	,000
Algılanan Fayda	,284	,051	,262	5,574	,000
Bağımlı Değişken: Kullanıma Yönelik Tutum					
R: ,410**; R^2:** ,168**; Düzeltilmiş R^2:** ,166**; Model için F:** 85,261**; p=** ,000**; s.d.:** ; **Durbin-Watson:** 1,887					

Tablo 10'daki basit doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre, algılanan kullanım kolaylığı ile kullanıma dair tutumlar arasındaki etki incelenmiştir. Analiz sonuçlarına göre, algılanan kullanım kolaylığının bağımlı değişken olan kullanıma yönelik tutumları pozitif yönde etkilediği gözlemlenmiştir. Yapılan regresyon analizi, algılanan kullanım kolaylığının artmasıyla birlikte mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojileri kullanmaya dair tutumlarının olumlu yönde geliştiğini ortaya koymaktadır. R değeri 0,410 olarak hesaplanmıştır, bu da algılanan kullanım kolaylığı ile kullanıma dair tutumlar arasında orta düzeyde pozitif bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojileri kullanma hususunda algıladıkları faydanın kullanım niyeti üzerindeki etkisini test etmek üzere gerçekleştirilen regresyon analizi sonuçları Tablo 11'de gösterilmektedir. Analiz sonuçları, mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojilerinin kullanım niyetlerini belirlemede algıladıkları faydanın önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre, algılanan faydanın artması, kullanım niyetinin de arttığını işaret etmektedir (β=0,591, $p<0,001$). Modelin R^2 değeri %34,9 olarak bulunmuştur, bu da algılanan faydanın kullanım niyetini %34,9 oranında açıkladığını göstermektedir. Elde edilen bulgular, algılanan faydanın artmasının, mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojilerini kullanmaya yönelik niyetlerini güçlendirdiğini ortaya koymaktadır ($p<0,001$).

Tablo 11: Algılanan Faydanın Kullanım Niyeti Üzerine Etkisine Yönelik Basit Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar	T Değeri	P Anlam Düzeyi
	B	Std. Hata	Beta		
(Sabit)	1,461	,152		9,586	,000
Algılanan Fayda	,582	,039	,591	15,025	,000
Bağımlı Değişken: Kullanım Niyeti					
R: ,591**; R^2:** ,349**; Düzeltilmiş R^2:** ,348**; Model için F:** 225,751**; p=** ,000**; s.d.:** 1; **Durbin-Watson:** 2,003					

Mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojileri kullanıma dair tutumları, bu teknolojiyi kullanma niyetleri üzerindeki etkisini test etmek üzere gerçekleştirilen regresyon analizi sonuçları Tablo 12'de gösterilmektedir.

Tablo 12: Kullanıma Yönelik Tutumun Kullanım Niyeti Üzerindeki Etkisi Yönelik Basit Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar	T Değeri	P Anlam Düzeyi
	B	Std. Hata	Beta		
(Sabit)	2,284	,116		19,768	,000
Kullanıma Yönelik Tutum	,415	,032	,532	12,897	,000
Bağımlı Değişken: Kullanım Niyeti					
R: ,532**; R^2:** ,283**; Düzeltilmiş R^2:** ,281**; Model için F:** 166,334**; p=** ,000**; s.d.:** 1; **Durbin-Watson:** 2,040					

Regresyon analizi sonuçlarına göre, mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojileri kullanıma dair tutumları ile bu teknolojiyi kullanma niyetleri arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir (Beta=0.532, $p<0,001$). Modelin genel istatistiksel anlamlılığına bakıldığında (F=166,334,

p<0,001), kullanılan bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki varyansın yaklaşık %28,3'ünü açıkladığı görülmektedir (R^2=0,283). Bu bulgular, mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojilerini kullanma niyetlerinin, bu teknolojiye karşı tutumlarına bağlı olarak pozitif yönde etkilendiğini göstermektedir.

3.8.3. Değişkenler Arası Farklılıklara Yönelik Analizler

Bu başlık altında, t-testi ve ANOVA kullanılarak mutfak şeflerinin demografik özellikleri ve mesleki deneyimleri ile yapay zekâ ve robotik teknolojileri kullanma davranışları arasındaki farklılıklar incelenmiştir.

Mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojileri kabulünün cinsiyet değişkenine göre karşılaştırılmasına ilişkin gerçekleştirilen t-testi sonuçları Tablo 13'te gösterilmektedir.

Tablo 13: Cinsiyet Değişkenine Göre t-testi Sonuçları

Değişken	Cinsiyet	n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	t Değeri	Serbestlik Derecesi	p Anlamlılık Düzeyi
AF	Kadın	178	3,86	1,008	1,147	421	,252
	Erkek	245	3,74	1,092			
AKK	Kadın	178	3,29	,988	-1,187	421	,236
	Erkek	245	3,40	,941			
KYT	Kadın	178	3,41	1,359	,927	421	,355
	Erkek	245	3,28	1,321			
KN	Kadın	178	3,79	,942	2,043	421	,042
	Erkek	245	3,58	1,102			

*n:423; Güven Aralığı: %95; Anlamlılık düzeyi: p<0,05.

**Levene's Test: AF (p=,332 ve p>0,05), AKK (p=,459 ve p>0,05), KYT (p=,552 ve p>0,05), KN (p=,058 ve p>0,05).

Kadın ve erkek katılımcılar arasındaki farklılıklar t-testi kullanılarak değerlendirilmiştir. Algılanan fayda değişkeni için kadınların aritmetik ortalaması 3,86 ve standart sapması 1,008 iken, erkeklerde ise bu değerler sırasıyla 3,74 ve 1,092 olarak hesaplanmıştır. Yapılan t-testi sonucunda elde edilen t değeri 1,147 ve p değeri 0,252'dir, bu da cinsiyet arasında algılanan fayda açısından anlamlı bir farklılık olmadığını göstermektedir. Algılanan kullanım kolaylığı ve kullanma niyeti değişkenleri için de benzer şekilde

kadınlar ile erkekler arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır (sırasıyla t=-1,187 ve p=0,236; t=2,043 ve p=0,042). Ancak, kullanıma yönelik tutum değişkeninde kadınlar ile erkekler arasında anlamlı bir farklılık saptanmamıştır (t=0,927, p=0,355). Bu sonuçlar, cinsiyetin algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı, kullanıma yönelik tutum ve kullanma niyeti açısından belirleyici bir faktör olmadığını göstermektedir. Ayrıca, *Levene's Test* sonuçları da incelenen değişkenler için cinsiyet grupları arasında homojen varyans önerisinde bulunmaktadır (p>0,05).

Mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojileri kabulünün yaş grupları değişkenine göre karşılaştırılmasına ilişkin gerçekleştirilen ANOVA sonuçları Tablo 14'de gösterilmektedir. *Levene's Test* sonuçlarına göre, analizde kullanılan değişkenlerin varyansları homojendir. Algılanan fayda değişkeni için yapılan ANOVA analizi sonuçlarına göre, yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık saptanmamıştır (F=2,717, p=0,067). *Tukey* çoklu karşılaştırma testi sonuçlarına göre, yaş grupları arasında fark olmadığı görülmüştür. Algılanan kullanım kolaylığı ve kullanıma yönelik tutum değişkenleri açısından yapılan ANOVA analizi sonuçlarına göre de yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir (sırasıyla F=1,159, p=0,315; F=2,054, p=0,130). *Tukey* çoklu karşılaştırma testi sonuçlarına göre, yaş grupları arasında herhangi bir fark bulunmamıştır. Kullanma niyeti değişkeni için ise yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir (F=0,371, p=0,690). *Tukey* çoklu karşılaştırma testi sonuçlarına göre, yaş grupları arasında herhangi bir fark tespit edilmemiştir.

Tablo 14: Yaş Grubu Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları

Değişken	Yaş Grupları		n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	*F* Değeri	p Anlamlılık Düzeyi	Çoklu Karşılaştırma
AF	A	18-29 Yaş Arası	200	3,73	1,048	2,717	,067	Tukey Fark Yok
	B	30-39 Yaş Arası	108	3,70	1,128			
	C	40 Yaş ve Üzeri	115	3,99	,988			
AKK	A	18-29 Yaş Arası	200	3,33	,934	1,159	,315	Tukey Fark Yok
	B	30-39 Yaş Arası	108	3,29	1,032			
	C	40 Yaş ve Üzeri	115	3,47	,939			
KYT	A	18-29 Yaş Arası	200	3,28	1,349	2,054	,130	Tukey Fark Yok
	B	30-39 Yaş Arası	108	3,22	1,356			
	C	40 Yaş ve Üzeri	115	3,55	1,284			
KN	A	18-29 Yaş Arası	200	3,67	1,042	,371	,690	Tukey Fark Yok
	B	30-39 Yaş Arası	108	3,60	1,056			
	C	40 Yaş ve Üzeri	115	3,72	1,034			

*n:423; Güven Aralığı: %95; Anlamlılık düzeyi: p<0,05

**Levene's Test: AF (p=,217 ve p>0,05), AKK (p=,275 ve p>0,05), KYT (p=,398 ve p>0,05), KN (p=,971 ve p>0,05)

Mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojileri kabulünün medeni durum değişkenine göre karşılaştırılmasına gerçekleştirilen t-testi sonuçları Tablo 15'te gösterilmektedir.

Tablo 15: Medeni Durum Değişkenine Göre t-testi Sonuçları

Değişken	Medeni Durum	n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	t Değeri	Serbestlik Derecesi	p Anlamlılık Düzeyi
AF	Evli	195	3,85	1,075	1,103	421	,271
	Bekâr	228	3,74	1,042			
AKK	Evli	195	3,37	,977	,225	421	,822
	Bekâr	228	3,35	,950			
KYT	Evli	195	3,37	1,332	,550	421	,583
	Bekâr	228	3,30	1,343			
KN	Evli	195	3,66	1,045	-,046	421	,964
	Bekâr	228	3,67	1,041			

*n:423; Güven Aralığı: %95; Anlamlılık düzeyi: p<0.05.
**Levene's Test: AF (p=,771 ve p>0,05), AKK (p=,373 ve p>0,05), KYT (p=,880 ve p>0,05), KN (p=,911 ve p>0,05)

Katılımcılar evli ve bekâr olmak üzere iki gruba ayrılmıştır. Algılanan fayda değişkeni için yapılan t-testi sonuçlarına göre, evli ve bekâr katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (t=1,103, df=421, p=0,271). Algılanan kullanım kolaylığı ve kullanıma yönelik tutum değişkenleri açısından yapılan t-testi sonuçlarına göre de evli ve bekâr katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık saptanmamıştır (sırasıyla t=0,225, df=421, p=0,822 ve t=0,550, df=421, p=0,583). Kullanma niyeti değişkeni için yapılan t-testi sonuçlarına göre ise evli ve bekâr katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir (t=-0,046, df=421, p=0,964). *Levene's Test* sonuçlarına göre, analizde kullanılan değişkenlerin varyansları homojendir.

Mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojileri kabulünün eğitim düzeyi değişkenine göre karşılaştırılmasına ilişkin gerçekleştirilen ANOVA sonuçları Tablo 16'da gösterilmektedir.

Tablo 16: Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları

Değişken	Eğitim Düzeyi		n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	*F* Değeri	p Anlamlılık Düzeyi	Çoklu Karşılaştırma
AF	A	İlkokul	31	3,93	1,078	1,482	,207	Tukey Fark Yok
	B	Ortaokul	33	4,11	1,037			
	C	Lise	148	3,67	1,057			
	Ç	Üniversite	183	3,79	1,039			
	D	Lisansüstü	28	3,91	1,142			
AKK	A	İlkokul	31	3,07	1,143	1,217	,303	Tukey Fark Yok
	B	Ortaokul	33	3,36	,899			
	C	Lise	148	3,35	1,009			
	Ç	Üniversite	183	3,37	,896			
	D	Lisansüstü	28	3,62	,956			
KYT	A	İlkokul	31	3,62	1,307	1,563	,183	Tukey Fark Yok
	B	Ortaokul	33	3,22	1,399			
	C	Lise	148	3,26	1,279			
	Ç	Üniversite	183	3,29	1,385			
	D	Lisansüstü	28	3,83	1,202			
KN	A	İlkokul	31	3,90	,887	,858	,489	Tukey Fark Yok
	B	Ortaokul	33	3,49	1,109			
	C	Lise	148	3,64	1,022			
	Ç	Üniversite	183	3,65	1,081			
	D	Lisansüstü	28	3,85	,962			

*n:423; Güven Aralığı: %95; Anlamlılık düzeyi: p<0,05;
**Levene's Test: AF (p=,997 ve p>0,05) AKK (p=,127 ve p>0,05) KYT (p=,286 ve p>0,05) KN (p=,604 ve p>0,05)

Katılımcılar, eğitim düzeylerine göre "İlkokul", "Ortaokul", "Lise", "Üniversite" ve "Lisansüstü" kategorilerine ayrılmıştır. Algılanan fayda değişkeni için yapılan ANOVA sonuçlarına göre, eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir (F=1,482, df=4, p=0,207). Algılanan kullanım kolaylığı, kullanıma yönelik tutum ve kullanma niyeti değişkenleri açısından yapılan ANOVA sonuçlarına göre de eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık saptanmamıştır. *Levene's Test* sonuçlarına göre, analizde kullanılan değişkenlerin varyansları homojendir.

Mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojileri kullanma niyetlerinin çocuk sahibi olma durumu değişkenine göre karşılaştırılmasına ilişkin gerçekleştirilen t-testi sonuçları Tablo 17'de gösterilmektedir.

Tablo 17: Çocuk Sahibi Olma Durumu Değişkenine Göre t-testi Sonuçları

Değişken	Çocuk Sahibi Olma Durumu	n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	t Değeri	Serbestlik Derecesi	p Anlamlılık Düzeyi
AF	Evet	176	3,89	1,032	1,673	421	,095
	Hayır	247	3,72	1,072			
AKK	Evet	176	3,38	,969	,496	421	,620
	Hayır	247	3,34	,958			
KYT	Evet	176	3,38	1,312	,633	421	,527
	Hayır	247	3,30	1,355			
KN	Evet	176	3,70	1,045	-,586	421	,558
	Hayır	247	3,64	1,040			

*n:423; Güven Aralığı: %95; Anlamlılık düzeyi: p<0,05;
**Levene's Test: AF (p=,637 ve p>0,05) AKK (p=,651 ve p>0,05) KYT (p=,663 ve p>0,05) KN (p=,950 ve p>0,05)

Algılanan fayda değişkeni için yapılan t-testi sonuçlarına göre, çocuk sahibi olma durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir (t=1,673, df=421, p=0,095). Algılanan kullanım kolaylığı, kullanıma yönelik tutum ve kullanma niyeti değişkenleri açısından yapılan t-testi sonuçlarına göre de çocuk sahibi olma durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Levene's testi sonuçları da incelendiğinde, gruplar arasında homojen varyans olduğu görülmüştür.

Mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojileri kabulünün çalışma pozisyonu değişkenine göre karşılaştırılmasına ilişkin gerçekleştirilen ANOVA sonuçları Tablo 18'de gösterilmektedir.

Algılanan fayda değişkeni için yapılan ANOVA analizi sonucunda, çalışma pozisyonları arasında anlamlı bir farklılık belirlenmiştir (F=4,318, p=0,005). *Tamhane* çoklu karşılaştırma testi sonuçlarına göre, aşçıbaşılar ile aşçılarda anlamlı bir farklılık saptanmıştır (p=0,001), ancak aşçıbaşılar ile aşçıbaşı yardımcıları arasında ve kısım şefleri ile aşçılar arasında farklılık tespit edilmemiştir. Algılanan kullanım kolaylığı ve kullanıma yönelik tutum değişkenleri açısından yapılan ANOVA analizi sonuçlarına göre ise çalışma pozisyonları arasında anlamlı bir farklılık saptanmamıştır (sırasıyla F=0,862, p=0,461; F=1,208, p=0,306). Kullanma niyeti değişkeni için ise çalışma pozisyonları arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur (F=2,998, p=0,031). *Tamhane* çoklu karşılaştırma testi sonuçlarına göre, aşçıbaşılar ile aşçılar

arasında ve aşçıbaşılar ile aşçıbaşı yardımcıları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir (sırasıyla p=0,019 ve p=0,028).

Tablo 18: Çalışılan Pozisyon Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları

Değişken	Çalışılan Poziyonu		n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	p Anlamlılık Düzeyi	Çoklu Karşılaştırma
AF	A	Aşçıbaşı	84	3,77	1,190	4,318	,005	Tamhane Fark Var
	B	AşçıbaşıYardımcısı	78	4,11	,804			
	C	Kısım Şefi	88	3,88	,927			
	Ç	Aşçı	173	3,61	1,120			
AKK	A	Aşçıbaşı	84	3,27	1,102	,862	,461	Tamhane Fark Yok
	B	Aşçıbaşı Yardımcısı	78	3,25	,926			
	C	Kısım Şefi	88	3,38	,970			
	Ç	Aşçı	173	3,43	,899			
KYT	A	Aşçıbaşı	84	3,24	1,382	1,208	,306	Tukey Fark Yok
	B	Aşçıbaşı Yardımcısı	78	3,58	1,216			
	C	Kısım Şefi	88	3,37	1,358			
	Ç	Aşçı	173	3,26	1,352			
KN	A	Aşçıbaşı	84	3,49	1,229	2,998	,031	Tamhane Fark var
	B	Aşçıbaşı Yardımcısı	78	3,92	,851			
	C	Kısım Şefi	88	3,77	1,017			
	Ç	Aşçı	173	3,59	1,015			

*n:423; Güven Aralığı: %95; Anlamlılık düzeyi: p<0,05

**Levene's Test: AF (p=,002 ve p>0,05), AKK (p=,035 ve p>0,05), KYT (p=,174 ve p>0,05), KN (p=,005 ve p>0,05)

Mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojileri kabulünün günlük ortalama çalışma süresi değişkenine göre karşılaştırılmasına ilişkin gerçekleştirilen t-testi sonuçları Tablo 19'da gösterilmektedir.

Tablo 19: Günlük Ortalama Çalışma Süresine Göre t-testi Sonuçları

Değişken	Günlük Çalışma Süresi	n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	*t* Değeri	Serbestlik Derecesi	p Anlamlılık Düzeyi
AF	8 Saat ve Altı	170	3,76	1,051	-,567	421	,571
	9 Saat ve Üzeri	253	3,82	1,063			
AKK	8 Saat ve Altı	170	3,34	,998	-,224	421	,823
	9 Saat ve Üzeri	253	3,36	,938			
KYT	8 Saat ve Altı	170	3,28	1,339	-,648	421	,518
	9 Saat ve Üzeri	253	3,37	1,337			
KN	8 Saat ve Altı	170	3,62	1,023	-,742	421	,458
	9 Saat ve Üzeri	253	3,70	1,055			

*n:423; Güven Aralığı: %95; Anlamlılık düzeyi: p<0,05.
**Levene's Test: AF (p=,870 ve p>0,05) AKK (p=,252 ve p>0,05) KYT (p=,834 ve p>0,05) KN (p=,680 ve p>0,05)

Katılımcılar, günlük çalışma sürelerine göre "8 saat ve altı" ve "9 saat ve üzeri" olarak iki gruba ayrılmıştır. Algılanan fayda değişkeni için yapılan t-testi sonuçlarına göre, "8 saat ve altı" ile "9 saat ve üzeri" çalışma süresine sahip katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir (t=-0,567, df=421, p=0,571). Algılanan kullanım kolaylığı, kullanıma yönelik tutum ve kullanma niyeti değişkenleri açısından yapılan t-testi sonuçlarına göre de "8 saat ve altı" ile "9 saat ve üzeri" çalışma süresine sahip katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık saptanmamıştır.

Mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojileri kabulünün meslekteki çalışma süresi değişkenine göre karşılaştırılmasına ilişkin gerçekleştirilen t-testi sonuçları Tablo 20'de gösterilmektedir. Katılımcılar, meslekteki sürelerine göre "5 yıl ve altı" ve "6 yıl ve üzeri" olarak iki gruba ayrılmıştır. Algılanan fayda değişkeni için yapılan t-testi sonuçlarına göre, "5 yıl ve altı" ile "6 yıl

ve üzeri" meslekteki süreye sahip katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir (t=-1,670, df=356, p=0,096). Algılanan kullanım kolaylığı, kullanıma yönelik tutum ve kullanma niyeti değişkenleri açısından yapılan t-testi sonuçlarına göre de "5 yıl ve altı" ile "6 yıl ve üzeri" meslekteki süreye sahip katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık saptanmamıştır. *Levene's Test* sonuçlarına göre, analizde kullanılan değişkenlerin varyansları homojendir.

Tablo 20: Meslekteki Çalışma Süresine Göre t-testi Sonuçları

Değişken	Meslekteki Süre	n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	*t* Değeri	Serbestlik Derecesi	p Anlamlılık Düzeyi
AF	5 Yıl ve Altı	180	3,69	1,132	-1,670	356	,096
	6 Yıl ve Üzeri	243	3,87	,995			
AKK	5 Yıl ve Altı	180	3,28	,964	-1,450	421	,148
	6 Yıl ve Üzeri	243	3,41	,958			
KYT	5 Yıl ve Altı	180	3,22	1,370	-1,480	421	,140
	6 Yıl ve Üzeri	243	3,42	1,308			
KN	5 Yıl ve Altı	180	3,63	1,062	-,579	421	,563
	6 Yıl ve Üzeri	243	3,69	1,028			

*n**:** 423; Güven Aralığı: %95; Anlamlılık düzeyi: p<0,05.

**Levene Test: AF (p=,019 ve p>0,05), AKK (p=,882 ve p>0,05), KYT (p=,186 ve p>0,05), KN (p=,614 ve p>0,05).

Mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojileri kabulünün işletme türü değişkenine göre karşılaştırılmasına ilişkin gerçekleştirilen ANOVA sonuçları Tablo 21'de gösterilmektedir. Algılanan fayda değişkeni için yapılan ANOVA sonuçlarına göre, işletme türleri arasında anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir (F=0,729, df=3, p=0,535). Algılanan kullanım kolaylığı, kullanıma yönelik tutum ve kullanma niyeti değişkenleri açısından yapılan ANOVA sonuçlarına göre de işletme türleri arasında anlamlı bir farklılık saptanmamıştır. *Levene's Test* sonuçlarına göre, analizde kullanılan değişkenlerin varyansları homojendir.

Tablo 21: Çalışılan İşletme Türü Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları

Değişken	İşletme **Türü**		n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	*F* Değeri	p Anlamlılık Düzeyi	Çoklu Karşılaştırma
AF	A	Otel	139	3,71	1,024	,729	,535	Tukey Fark Yok
	B	Restoran	134	3,80	1,106			
	C	Kamu Kur.	74	3,78	1,085			
	Ç	Diğer*	76	3,93	1,009			
AKK	A	Otel	139	3,36	,936	,366	,778	Tukey Fark Yok
	B	Restoran	134	3,39	,951			
	C	Kamu Kur.	74	3,25	1,062			
	Ç	Diğer*	76	3,38	,935			
KYT	A	Otel	139	3,29	1,337	,943	,420	Tukey Fark Yok
	B	Restoran	134	3,49	1,336			
	C	Kamu Kur.	74	3,26	1,357			
	Ç	Diğer*	76	3,22	1,317			
KN	A	Otel	139	3,65	,968	1,661	,175	Tamhane Fark Yok
	B	Restoran	134	3,81	1,084			
	C	Kamu Kur.	74	3,49	1,212			
	Ç	Diğer*	76	3,62	,892			

*Diğer: Pastane, Eğitim Mutfağı, vb.

**n:423; Güven Aralığı: %95; Anlamlılık düzeyi: p<0,05

***Levene's Test: AF (p=,634 ve p>0,05), AKK (p=,506 ve p>0,05), KYT (p=,999 ve p>0,05), KN (p=,016 ve p>0,05)

Mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojileri kabulünün kullanma davranışı değişkenine göre karşılaştırılmasına ilişkin gerçekleştirilen ANOVA sonuçları Tablo 22'de gösterilmektedir.

Tablo 22: Yapay Zekâ ve Robotik Teknolojilerin Haftalık Olarak Kullanım Sıklığına İlişkin ANOVA Sonuçları

Değişken	Haftalık Kul. Sıklığı		n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	*F* Değeri	p Anlamlılık Düzeyi	Çoklu Karşılaştırma
AF	A	Hiç Kullanılmıyor	170	3,52	1,184	13,472	,000	Tamhane Fark var.
	B	1-5 kez	93	3,75	,986			
	C	6 ve Üzeri Kez	160	4,11	,859			
AKK	A	Hiç Kullanılmıyor	170	3,51	,975	9,398	,000	Tukey Fark var.
	B	1-5 kez	93	3,52	,885			
	C	6 ve Üzeri Kez	160	3,10	,940			
KYT	A	Hiç Kullanılmıyor	170	3,13	1,431	5,174	,006	Tamhane Fark var
	B	1-5 kez	93	3,26	1,253			
	C	6 ve Üzeri Kez	160	3,59	1,242			
KN	A	Hiç Kullanılmıyor	170	3,45	1,084	9,517	,000	Tukey Fark var
	B	1-5 kez	93	3,60	1,049			
	C	6 ve Üzeri Kez	160	3,94	,933			

*n:423; Güven Aralığı: %95; Anlamlılık düzeyi: p<0,05

**Levene's Test: AF (p=,000 ve p>0,05) AKK (p=,664 ve p>0,05) KYT (p=,005 ve p>0,05) KN (p=,175 ve p>0,05)

Tablo 22'deki sonuçlar incelendiğinde, algılanan fayda ile haftalık kullanım sıklığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülmektedir (F=13,472, p<0,05). *Tamhane* testine göre, "hiç kullanılmıyor" ile diğer iki grup arasında anlamlı farklar bulunmuştur. Bu durum, yapay zekâ ve robotik teknolojilerin daha sık kullanıldıkça algılanan faydanın arttığını gösterebilir. Algılanan kullanım kolaylığı ile haftalık kullanım sıklığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır (f=9,398, p<0,05). *Tukey* testine göre, "hiç kullanılmıyor" ile "6 ve üzeri kez" grupları arasında anlamlı farklar bulunmuştur. Bu durum da teknolojinin daha sık kullanıldıkça algılanan kullanım kolaylığının azaldığını gösterebilir. Kullanıma yönelik tutum ile haftalık kullanım sıklığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır (F=5,174, p<0,05). *Tamhane* testine göre, tüm haftalık kullanım sıklığı grupları arasında anlamlı farklar bulunmuştur. Bu da teknolojinin kullanım sıklığına bağlı olarak algılanan tutumları etkilediğini gösterebilir. Kullanma niyeti ile haftalık kullanım sıklığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır (F=9,517, p<0,05). *Tukey* testine göre, "hiç kullanılmıyor" ile

diğer iki grup arasında anlamlı farklar bulunmuştur. Bu da teknolojinin kullanım sıklığına bağlı olarak kullanma niyetini etkilediğini gösterebilir. Bu sonuçlar, yapay zekâ ve robotik teknolojilerin haftalık olarak değişen kullanım sıklığına bağlı olarak algılanan fayda, kullanım kolaylığı, tutum ve niyet üzerinde farklı etkileri olduğunu göstermektedir.

Mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojileri kabulünün kullanma davranışı değişkenine göre karşılaştırılmasına gerçekleştirilen ANOVA sonuçları Tablo 23'te gösterilmektedir. ANOVA testi sonuçlarına göre, yapay zekâ ve robotik teknolojilerini ne kadar süredir kullandıkları ile yapay zekâ ve robotik teknolojilerinin kabulü arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Her bir değişken için kullanım yılına göre gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklar tespit edilmiştir. Algılanan fayda ile kullanım yılları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($F=13,472$, $p<0,05$). Çoklu karşılaştırma testine göre, her üç kullanım yılı grubu arasında da anlamlı farklar bulunmuştur. Bu, yapay zekâ ve robotik teknolojilerin kullanımının zamanla algılanan fayda üzerinde değişikliklere neden olduğunu gösterebilir. Algılanan kullanım kolaylığı ile kullanım yılları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($F=9,398$, $p<0,05$). *Tukey* testine göre, "hiç kullanılmıyor" ile diğer iki grup arasında anlamlı farklar bulunmuştur. Bu da teknolojinin kullanım süresinin algılanan kullanım kolaylığı üzerinde etkili olduğunu gösterebilir. Kullanıma yönelik tutum ile kullanım yılları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($F=5,174$, $p<0,05$). *Tamhane* testine göre, tüm kullanım yılı grupları arasında anlamlı farklar bulunmuştur. Bu da teknolojinin zamanla algılanan tutumları etkilediğini gösterebilir. Kullanma niyeti ile de kullanım yılları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($F=9,517$, $p<0,05$). *Tukey* testine göre, "hiç kullanılmıyor" ile diğer iki grup arasında anlamlı farklar bulunmuştur. Bu da teknolojinin zamanla kullanma niyetini etkilediğini gösterebilir.

Tablo 23: Yapay Zekâ ve Robotik Teknolojilerin Kullanım Yılına İlişkin ANOVA Sonuçları

Değişken	Kullanım Yılı		n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	p Anlamlılık Düzeyi	Çoklu Karşılaştırma
AF	A	Hiç Kullanılmıyor	170	3,52	1,184	13,472	,000	Tamhane Fark var.
	B	1-5 Yıl	201	3,90	,900			
	C	6 ve Üzeri Yıl	52	4,25	,962			
AKK	A	Hiç Kullanılmıyor	170	3,51	,975	9,398	,002	Tukey Fark var.
	B	1-5 Yıl	201	3,32	,902			
	C	6 ve Üzeri Yıl	52	2,99	1,043			
KYT	A	Hiç Kullanılmıyor	170	3,13	1,431	5,174	,001	Tamhane Fark var.
	B	1-5 Yıl	201	3,36	1,262			
	C	6 ve Üzeri Yıl	52	3,92	1,126			
KN	A	Hiç Kullanılmıyor	170	3,45	1,084	9,517	,000	Tukey Fark var.
	B	1-5 Yıl	201	3,74	,990			
	C	6 ve Üzeri Yıl	52	4,10	,932			

*n:423; Güven Aralığı: %95; Anlamlılık düzeyi: p<0,05.

**Levene's Test: AF (p=,000 ve p>0,05), AKK (p=,493 ve p>0,05), KYT (p=,000 ve p>0,05), KN (p=,217 ve p>0,05).

Bu sonuçlar, yapay zekâ ve robotik teknolojilerin kullanımının zamanla değişen dinamiklere sahip olduğunu ve kullanım süresinin algılanan fayda, kullanım kolaylığı, tutum ve niyet üzerinde etkili olduğunu göstermektedir.

4. Sonuç ve Öneriler

Mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojileri kullanma niyetleri, teknoloji kabul modeli çerçevesinde değerlendirildiğinde, bir dizi faktörün etkisi altında olduğu görülmektedir. Bu faktörler, şeflerin algıladıkları fayda, algıladıkları kullanım kolaylığı, tutumları ve niyetleri olarak sıralanabilir. Öncelikle, mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojileri kullanma niyetlerini belirleyen faktörlerden biri algılanan faydadır. Şefler, bu teknolojilerin işlerini nasıl kolaylaştırabileceğini ve verimliliği nasıl artırabileceğini değerlendirmektedirler. Bunun yanı sıra, algılanan kullanım kolaylığı da önemli bir faktördür. Şefler, teknolojilerin kullanımının ne kadar basit olduğunu ve iş akışlarını nasıl etkilediğini değerlendirerek niyetlerini şekillendirmektedirler.

Tutumlar da mutfak şeflerinin teknolojileri kullanma niyetlerini etkileyen önemli bir faktördür. Şeflerin teknolojilere karşı olumlu bir tutum geliştirmesi, bu teknolojileri kullanma niyetlerini artırabilir. Ayrıca, niyetlerini belirleyen bir diğer faktör de sosyal normlardır. Eğer şefler, çevrelerindeki diğer şeflerin veya meslektaşlarının bu teknolojileri kullanma eğiliminde olduklarını algılarsa, kendi niyetlerini de bu yönde şekillendirebilirler. Sonuç olarak, mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojileri kullanma niyetleri, teknoloji kabul modeli kapsamında değerlendirildiğinde, algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı, tutum ve sosyal normların etkili olduğu görülmektedir. Bu faktörlerin dikkate alınması, şeflerin bu teknolojileri benimsemesi ve kullanması açısından önemlidir. Bu nedenle, mutfak endüstrisinde teknoloji kabulünü anlamak ve teşvik etmek için bu faktörlerin üzerinde durulması gerekmektedir.

Araştırmanın Kuramsal Çıktıları

Yapay zekâ ve robotik teknolojiler, endüstri devrimlerinin hızlandırdığı teknolojik ilerlemenin bir sonucu olarak hayatımıza girmiştir. Endüstri 4.0 ile bu teknolojilerin kullanımı daha da yaygınlaşmış ve işletmelerin iş yapma şekillerini temelden değiştirmiştir. Yapay zekâ, insan zekâsını taklit eden ve çeşitli alanlarda kullanılan bir teknolojidir. Gelişen algoritmalar ve artan hesaplama gücüyle birlikte, yapay zekâ uygulamaları daha karmaşık hale gelmiş ve hemen hemen her sektörde kullanım potansiyeli göstermiştir. Yiyecek ve içecek işletmeleri de bu teknolojilerden faydalanmaktadır. Satış tahminlemesi, envanter yönetimi, müşteri ilişkileri yönetimi gibi alanlarda yapay zekâ kullanımı, işletmelere rekabet avantajı sağlamaktadır. Robotik teknolojiler ise fiziksel görevleri yerine getiren mekanik sistemlerin geliştirilmesiyle ilgilidir. Endüstriyel robotlar, üretim süreçlerini otomatikleştirerek verimliliği artırmakta ve iş gücünden tasarruf sağlamaktadır. Yiyecek ve içecek işletmelerinde, otomatikleştirilmiş üretim hatları ve paketleme sistemleri gibi robotik teknolojilerin kullanımı, üretim süreçlerini optimize etmektedir. Literatürde yapılan çalışmalar, yapay zekâ ve robotik teknolojilerin işletmeler üzerindeki etkilerini incelemektedir. Bu çalışmalar, bu teknolojilerin işletme performansını artırabileceğini, maliyetleri düşürebileceğini ve müşteri memnuniyetini artırabileceğini göstermektedir. Sonuç olarak, yapay zekâ ve robotik teknolojilerin hızla gelişen ve değişen iş dünyasında önemli bir rol oynadığı açıktır. İşletmeler, bu teknolojilere uyum sağlayarak rekabet avantajı elde edebilir ve sürdürülebilir bir başarı için temel taşlarını oluşturabilirler.

Teknoloji kabulü, günümüz iş dünyasında giderek daha önemli hale gelmektedir. Bu kavram, işletmelerin yeni teknolojileri nasıl benimsediğini

ve bu teknolojilerin kullanımını ne ölçüde kabul ettiklerini anlamak için kullanılmaktadır. Gerekçeli eylem teorisi, planlı davranış teorisi ve yeniliklerin yayılması teorisi gibi temel teoriler, teknoloji kabulünün anlaşılmasına yardımcı olmaktadır. Gerekçeli eylem teorisi, bireylerin davranışlarını belirleyen faktörleri açıklamak için kullanılır. Planlı davranış teorisi ise bireylerin davranışlarını planlama sürecine dayalı olarak açıklar. Bu teoriler, teknoloji kabulünde bireylerin tutumlarının, öznel normların ve algılanan davranışsal kontrolün rolünü vurgular. Yeniliklerin yayılması teorisi, yeni bir teknolojinin nasıl yayıldığını ve kabul edildiğini anlamak için kullanılır. Bu teori, yenilikleri kabul edenlerin davranışlarını ve bu sürecin ne şekilde gerçekleştiğini açıklar. Teknoloji kabulünü inceleyen modeller, bu teorileri temel alarak teknoloji kabul sürecini daha detaylı bir şekilde inceler. Teknoloji kabul modeli, dışsal değişkenlerin, algılanan faydanın, algılanan kullanım kolaylığının, tutumun ve niyetin teknoloji kabul sürecindeki rolünü vurgular. Bu model, teknoloji kabulünü anlamak ve yönetmek için önemli bir araçtır. Literatürde yapılan çalışmalar, teknoloji kabulü üzerine birçok farklı modelin geliştirildiğini ve bu modellerin işletmelerin teknoloji kabul sürecini anlamak ve yönetmek için etkili birer araç olduğunu göstermektedir. Bu çalışmalar, teknoloji kabulünün işletmelerin rekabet avantajı elde etmesine ve sürdürülebilir bir başarı için temel oluşturmasına yardımcı olabilir. Sonuç olarak, teknoloji kabulü, işletmelerin rekabet gücünü artırmak ve sürdürmek için önemli bir faktördür. İşletmeler, bu süreci anlamak ve etkili bir şekilde yönetmek için teknoloji kabul modellerini kullanabilirler. Bu modeller, işletmelere yeni teknolojileri nasıl benimseyeceklerini ve bu teknolojileri nasıl kullanacaklarını anlamalarında yardımcı olabilir.

Araştırmanın Uygulayıcılara Dönük Çıktıları ve Öneriler

Mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojileri kullanma niyetlerinin teknoloji kabul modeli kapsamında değerlendirilmesi sonucunda sektör uygulayıcılarına yönelik aşağıdaki çıktılar ve öneriler sunulabilir:

• *Teknoloji Kabulünü Teşvik Etmek İçin Eğitim ve Farkındalık Oluşturma:* Bulgular, mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojileri kullanma niyetlerini etkileyen faktörleri belirleyebilir. Bu bilgiler temelinde, sektördeki uygulayıcılara yönelik eğitim ve farkındalık programları düzenlenebilir. Şeflere, bu teknolojilerin sağladığı faydalar ve kullanım kolaylıkları hakkında bilgi verilerek kabul süreci teşvik edilebilir.

• *Uygun Teknoloji Seçimi ve Entegrasyonu İçin Rehberlik:* Araştırma sonuçları, hangi yapay zekâ veya robotik teknolojilerin mutfak işletmeleri için daha uygun olduğunu belirleyebilir. Uygulayıcılara, ihtiyaçlarına ve işletme özelliklerine en uygun teknolojilerin seçimi ve entegrasyonu konusunda rehberlik sağlanabilir.

• *Mevcut Süreçlerde Verimliliği Artırmak İçin İyileştirmeler:* Bulgular, mutfak şeflerinin teknoloji kabul sürecini etkileyen zorlukları ve engelleri ortaya koyabilir. Bu bilgiler ışığında, mevcut iş süreçlerinde yapılacak iyileştirmeler ve teknoloji entegrasyonuyla verimliliğin artırılması hedeflenebilir.

• *Etkin Ekip ve Kaynak Yönetimi İçin Stratejiler:* Teknoloji kabulü, genellikle organizasyonel değişim ve ekip yönetimiyle de ilgilidir. Araştırma sonuçları, şeflerin teknoloji kullanımıyla ilgili endişelerini ve ihtiyaçlarını belirleyerek, etkin ekip yönetimi ve kaynak planlaması için stratejiler geliştirilebilir.

• İnovasyon ve Rekabet Avantajı Sağlamak: Yapay zekâ ve robotik teknolojilerin etkin kullanımı, mutfak işletmelerine inovasyon ve rekabet avantajı sağlayabilir. Bu kapsamda, araştırma bulgularıyla uyumlu olarak, sektördeki uygulayıcılara inovasyon odaklı yaklaşımlar ve rekabet stratejileri önerilebilir.

• *Sürekli İyileştirme ve Adaptasyon İçin Destek:* Teknolojik gelişmeler sürekli olarak ilerlediğinden, mutfak işletmeleri için önemli olan sürekli iyileştirme ve adaptasyon süreçlerini desteklemek gerekmektedir. Araştırma sonuçları, bu süreçlerdeki zorlukları ve başarı faktörlerini belirleyerek, sektör uygulayıcılarına destek olabilir.

Sonuç olarak, mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojileri kullanma niyetlerinin teknoloji kabul modeli çerçevesinde değerlendirilmesi, sektördeki uygulayıcılara yönelik önemli çıktılar ve öneriler sunabilir. Bu öneriler, teknolojiyi daha etkin ve verimli bir şekilde kullanarak işletmelerin rekabet gücünü artırmalarına yardımcı olabilir.

Gelecek Araştırmalara Yönelik Öneriler

Mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojileri kullanma niyetlerinin teknoloji kabul modeli kapsamında değerlendirilmesi sonucunda elde edilen bulgulardan hareketle aşağıdaki şekilde gelecek araştırmalara yönelik çeşitli öneriler sunulabilir:

• *Farklı Sektörlerdeki Uygulamaların Karşılaştırılması:* Gelecekte yapılacak araştırmalar, farklı sektörlerdeki profesyonellerin yapay zekâ ve

robotik teknolojileri kabulü üzerine odaklanabilir. Mutfak şeflerinin yanı sıra, sağlık, eğitim, otomotiv gibi sektörlerde çalışan profesyonellerin teknoloji kabul süreçlerini karşılaştıran çalışmalar önemli olabilir.

• *Teknoloji Kabulüne Etki Eden Dış Faktörlerin İncelenmesi:* Gelecekteki araştırmalar, mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojileri kabulünü etkileyen dış faktörleri daha ayrıntılı bir şekilde inceleyebilir. Örneğin, kültürel, ekonomik veya yasal faktörlerin teknoloji kabul sürecine olan etkisi üzerine odaklanabilir.

• *Zaman İçindeki Değişimlerin İncelenmesi:* Teknoloji kabulü dinamik bir süreçtir ve zamanla değişebilir. Gelecekte yapılacak araştırmalar, mutfak şeflerinin teknoloji kullanım niyetlerinin zaman içinde nasıl evrildiğini ve değiştiğini gözlemleyebilir. Bu tür bir araştırma, uzun vadeli trendleri ve teknoloji kabulü dinamiklerini anlamamıza yardımcı olabilir.

• *Alternatif Model ve Yaklaşımların Değerlendirilmesi:* Teknoloji kabul modeli dışında farklı teorik çerçeveler veya yaklaşımların mutfak şeflerinin teknoloji kullanma niyetlerini anlamak için nasıl kullanılabileceği üzerine odaklanan araştırmalar yapılabilir. Farklı modellerin veya yaklaşımların sağladığı bakış açıları, teknoloji kabul sürecini daha geniş bir perspektiften değerlendirebilir.

• Çoklu Metodların Kullanılması: Gelecekte yapılacak araştırmalar, mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojileri kullanma niyetlerini anlamak için farklı veri toplama yöntemlerini kullanabilir. Nitel ve nicel verilerin bir arada kullanılması, daha kapsamlı ve derinlemesine bir analiz sağlayabilir.

• *Uygulamalı Alanlara Odaklanma:* Gelecekteki araştırmalar, elde edilen bulguları doğrudan uygulamaya dökebilecek şekilde tasarlanabilir. Mutfak şeflerinin teknoloji kabulü üzerine yapılan araştırmaların, endüstriyel uygulamalara ve işletme stratejilerine nasıl katkı sağlayabileceği üzerinde odaklanılabilir.

Bu öneriler, mutfak şeflerinin yapay zekâ ve robotik teknolojileri kullanma niyetlerini daha derinlemesine anlamak ve teknoloji kabul sürecini geliştirmek için gelecekte yapılacak araştırmalar için yol gösterici olabilir.

Kaynakça

Aksu, G., Eser, M. T., & Güzeller, C. O. (2017). *Açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi ile yapısal eşitlik modeli uygulamaları*. Detay Yayıncılık.

Al-Qeisi, K., Dennis, C., Alamanos, E., & Jayawardhena, C. (2014). Website design quality and usage behavior: Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *Journal of Business Research*, 67(11), 2282-2290.

Bavakutty, M. ve Salih, M. (2006). Research on Library Computerisation, 1st ed., Ess Ess Publications.

Buhalis, D., & Law, R. (2008). progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the internet -the state of etourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623.

Çerkez, M., & Kızıldemir, Ö. (2020). Yiyecek–içecek işletmelerinde yapay zekâ kullanımı. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 4(2),* 1264-1278.

Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., & Büyüköztürk, Ş. (2012). Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: SPSS ve LISREL uygulamaları. Pegem akademi.

Davis, B., Lockwood, A., Alcott, P. ve Pantelidis, I. (1985). Food and Beverage Management.

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly, 13(3),* 319-340.

Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science, 35(8),* 982-1003.

Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. Asil Yayınları.

Kılıçhan, R., & Yılmaz, M. (2020). Artificial intelligence and robotic technologies in tourism and hospitality industry. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (50),* 353-380.

Li, B. H., Hou, B. C., Yu, W. T., Lu, X. B. ve Yang, C. W. (2017). Applications of artificial intelligence in intelligent manufacturing: a review. *Frontiers of Information Technology & Electronic Engineering*, 18(1), 86-96.

Nagaraj, S. (2020). Marketing analytics for customer engagement: a viewpoint. *International Journal of Information Systems and Social Change, 11(2),* 41-55.

Russell, S. J., & Norvig, P. (2016). *Artificial intelligence: A modern approach*. Pearson Education Limited.

Sugiura, A., Kitama, T., Toyoura, M., & Mao, X. (2019). The use of augmented reality technology in medical specimen museum tours. *Anatomical Sciences Education, 12(5),* 561-571.

Suleiman, Z., Shaikholla, S., Dikhanbayeva, D., Shehab, E., & Turkyilmaz, A. (2022). Industry 4.0: Clustering of concepts and characteristics. *Cogent Engineering, 9(1),* 2034264.

Smith, L. C. (1987). Artificial intelligence and information retrieval. *Annual review of information science and technology*, 22, 41-77.

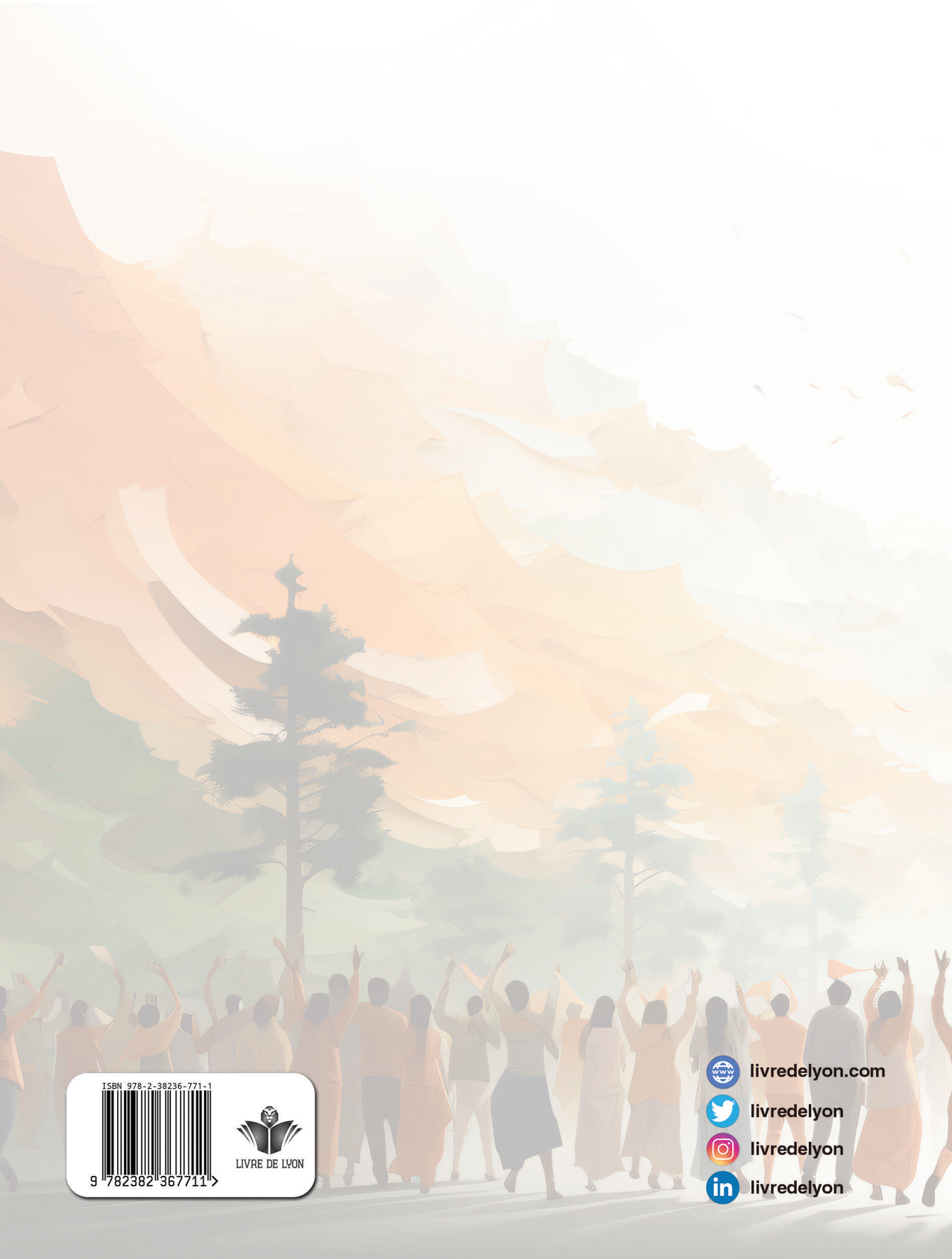
Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics.* United States: Pearson Education.

Türkoğlu, H., & Yılmaz, G. (2022). The place and importance of artificial intelligence in the gastronomy sector. *Gazi University Journal of Science Part C: Design and Technology, 10(4),* 1070-1082.

Webster, C., & Ivanov, S. (2019). What do people think robots should do in hospitality and tourism? Preliminary findings from a global study of market segments. C. Flavián (Ed.). Proceedings of the AIRSI2019 Conference Artificial Intelligence and Robotics in Service Interactions: Trends, Benefits, and Challenges, içinde (ss 55-71). AIRSI2019 Proceedings Book.

Wu, C. S., Cheng, F. F., Yen, D. C., & Huang, Y. W. (2011). User acceptance of wireless technology in organizations: A comparison of alternative models. *Computer Standards & Interfaces, 33(1),* 50-58.

Venkatesh, V. & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science, 46(2),* 186-204.



ISBN 978-2-38236-771-1

LIVRE DE LYON

livredelyon.com

livredelyon

livredelyon

livredelyon