

DÜZELTME MAKALESİ

Düzenleme Yapılacak Makale Künyesi: Cesur, M. & Armutcu, B. (2023). Yapay Zekanın Yeşil Ürün Satın Alma Davranışına Etkisi. Journal of Public Economy and Public Financial Management, 3(2), 39-54.

Düzeltilme Notu: Yukarıda künyesi yer alan makalenin Mustafa CESUR tarafından hazırlanan yüksek lisans tezinden türetildiğinin çalışmada ifade edilmediği belirtilmiş ve eklenecek bir dipnot ile açıklama eklenmesi talep edilmiştir.

YAPAY ZEKANIN YEŞİL ÜRÜN SATIN ALMA DAVRANIŞINA ETKİSİ¹

Mustafa CESUR², Barış ARMUTCU³

Makale İlk Gönderim Tarihi / Recieved (First): 08.09.2023 **Makale Kabul Tarihi / Accepted:** 18.09.2023

Atf/©: Cesur, M. & Armutcu, B. (2023). Yapay Zekanın Yeşil Ürün Satın Alma Davranışına Etkisi. Journal of Public Economy and Public Financial Management, 3(2), 39-54.

Özet

Son yıllarda, çevresel sürdürülebilirlik konusunda artan bir endişenin olması ve tüketicilerin artan çevre bilinci, tüketicilerin satın alma davranışlarını değiştirmektedir. Bu durum son yıllarda tüketicilerin yeşil ürünlere olan talebini artırmış ve işletmelere ve hükümetlere yeşil üretimi benimseme konusunda baskı yapmasına neden olmuştur. Bu açıdan yapılan bu çalışma, yapay zekanın tüketicilerin yeşil ürün satın alma davranışı üzerindeki etkisine odaklanmaktadır. Uyarıcı-organizma- tepki modeline dayanan bu çalışma, yapay zekanın tüketicilerin yeşil ürün satın alma davranışları üzerindeki etkisini yapay zeka pazarlama çabaları (bilgi, erişilebilirlik ve özelleştirme) ile incelemektedir. Ayrıca çalışma kapsamında yapay zeka pazarlama çabalarının marka deneyimine olan etkisi de araştırılmıştır. Bu kapsamda katılımcılardan yüz yüze anket yöntemiyle toplanan veriler Smart PLS4 ve SPSS 26 programları kullanılarak analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonuçlarına göre yapay zeka pazarlama çabaları (bilgi, erişilebilirlik, etkileşim ve özelleştirme) unsurlarının tümünün marka deneyimi ve satın alma niyetleri üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. Ayrıca çalışma kapsamında tespit edilen bir diğer önemli bulgu ise marka deneyiminin tüketicilerin satın alma niyetlerini olumlu olarak etkilediği bulgusudur.

Anahtar Kelimeler: Yapay Zeka, Yeşil ürün, Satın Alma Davranışı, Çevre, Çevresel Sürdürülebilirlik

THE EFFECT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ON GREEN PRODUCT PURCHASING BEHAVIOUR

Abstract

In recent years, there has been a growing concern about environmental sustainability and consumers' increasing environmental awareness is changing their purchasing behaviour. This has increased consumer demand for green products and put pressure on businesses and governments to adopt green production. In this context, this study focuses on the impact of artificial intelligence on consumers' green product purchase behaviour. Based on the stimulus-organism-response model, this study examines the impact of AI on consumers' green product purchase behaviour through marketing efforts (information, accessibility and customisation). In addition, the impact of AI marketing efforts on brand experience is also investigated within the scope of the study. In this context, the data collected from the participants by face-to-face survey method were analysed using Smart PLS4 and SPSS 26 programs. The results of the analysis show that all elements of AI marketing efforts (information, accessibility, interaction and personalisation) are effective on brand experience and purchase intention. In addition, another important finding of the study is that brand experience positively affects consumers' purchase intentions.

Keywords: Artificial Intelligence, Green Product, Purchasing Behaviour, Environment, Environmental Sustainability

¹ Bu çalışma Mustafa CESUR tarafından Dr. Öğr. Üyesi Barış ARMUTÇU danışmanlığında Iğdır Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı bünyesinde hazırlanan “Yapay Zekâ ve Tüketici Davranışı” başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

² Arş.Gör., Iğdır Üniversitesi, Tıbbi Hizmetler ve Teknikler Bölümü, mustafa.cesur@igdir.edu.tr

³ Dr.Öğr.Üyesi, Iğdır Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, b.armutcu2765@gmail.com, ORCID: 0000-0002- 4865-026X