



Potansiyel Tüketicilerin 3D Baskılı Yiyeceklere Yönelik Algılarının Davranışsal Niyete Etkisi: Çeşitlilik Arayışının Düzenleyici Rolü (The Effect of Potential Consumers' Perceptions of 3D Printed Foods on Behavioral Intention: The Moderating Role of Variety Seeking) **

* Evrim YILDIZ ^a , Lütfi BUYRUK ^b 

^a Sivas Cumhuriyet University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Sivas/Türkiye

^b Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Nevşehir/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 05.03.2023

Kabul Tarihi: 20.03.2024

Anahtar Kelimeler

3D yazarıcı

3D baskılı yiyecek

Davranışsal niyet

Çeşitlilik arayışı

Öz

Üç boyutlu yiyecek baskısı uygulamaları her bir yiyeceğe kendine has nitelik kazandırarak yiyeceklerin kişiselleştirilmesine imkân tanımaktadır. Kişiye özel yiyeceklere olan talebin artması ile üç boyutlu baskılı yiyecekler yaygınlaşmaya başlamıştır. Buna göre tüketicilerin üç boyutlu baskılı yiyeceklere yönelik değerlendirmelerinin araştırılmasının önem kazandığı ifade edilebilir. Bu kapsamda bu çalışmanın amacı, potansiyel tüketicilerin üç boyutlu baskılı yiyeceklere yönelik algılarının ve bu algıların davranışlara etkisinin ortaya çıkartılmasıdır. Araştırmanın bir diğer amacı ise bu etkide çeşitlilik arayışı eğiliminin düzenleyici rolünün araştırılmasıdır. Bu bağlamda anket vasıtasıyla 543 geçerli veri elde edilmiştir. Veriler SmartPLS programı ile yapısal eşitlik modeli kapsamında (PLS-SEM) analiz edilmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre üç boyutlu baskılı yiyeceklerden algılanan nitelikler, davranışsal niyetin oluşumunda etkili olmaktadır. Nitekim çeşitlilik arayışı eğiliminin üç boyutlu baskılı yiyecek nitelikleri ve davranışsal niyet arasındaki etkide herhangi bir düzenleyici rolü tespit edilememiştir. Ulaşılan sonuçlar kapsamında, henüz yeni bir uygulama sayılabilecek üç boyutlu baskılı yiyeceklerin tüketiciler tarafından yeterince bilinmediğinden, bu yiyeceklerin niteliklerinin ön plana çıkartılarak tanıtılmasına önem verilmesi gerektiği önerilebilir.

Keywords

3D printer

3D printed food

Behavioral intention

Variety seeking

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

Abstract

Three-dimensional food printing allows foods to be personalized by giving each food unique attribute. As the demand for personalized foods has increased, three-dimensional printed foods have become widespread. In this context, it can be stated that it has become important to investigate consumers' evaluations of three-dimensional printed foods. Therefore, the aim of this study is to reveal the impact of potential consumers' perceptions of three-dimensional printed foods on behavioral intention. Another aim is to investigate the moderating effect of variety seeking. Based on these, 543 valid data were obtained through a survey and analyzed using structural equation modeling with the SmartPLS program (PLS-SEM). According to the results, three-dimensional printed foods attributes have effect on behavioral intentions. On the other hand, moderating role of variety seeking cannot be determined. Therefore, it can be suggested that since three-dimensional printed foods, which can be considered a new application, are not known enough and importance should be given to promoting these foods by highlighting their attributes.

* Sorumlu Yazar

E-posta: evrimxyildiz@gmail.com (E. Yıldız)

** Bu çalışma Evrim Yıldız tarafından hazırlanan doktora tezinden üretilmiştir.