

# BÖLÜM 13

## ÇEVİRİMİÇİ ALIŞVERİŞ BAĞIMLILIĞI

Ebru BAŞKAYA<sup>1</sup>

### GİRİŞ

Teknoloji alanındaki gelişmeler insanların sosyal ve kişisel hayatını oldukça etkilemekte ve kişiye iletişim kurmaktan bilgiye ulaşmaya kadar büyük kolaylıklar sağlamaktadır. Teknolojideki yenilikler ile internetin yayılım ve kullanım hızı artmaya devam etmektedir (1). İnternet kullanımındaki artış gündelik hayatta çok önemli bir noktaya gelmiş ve bununla birlikte bireylerin alışkanlıkları, gereksinimleri, beklentileri değişiklik göstermeye başlamıştır. Bu durum insanların alışveriş alışkanlıklarını çevrimiçi zemine kaydırma eğilimlerinde artışa neden olmuştur (2). Çevrimiçi alışveriş, günümüzde geleneksel alışverişe alternatif olarak onun yerini almaya başlamıştır (3). Çevrimiçi alışveriş ya da online alışveriş/e-alışveriş, kişilere internet üzerinden doğrudan bir şeyler satın alma olanağı sağlayan elektronik ticaretin bir çeşididir (4). Günümüzde alışverişin büyük bir kısmı internet üzerinden yapılmaktadır (5). Çevrimiçi alışveriş; kişilere istedikleri ürünleri en uygun fiyata bulabilme, fiyat arama ve karşılaştırma gibi kolaylıklar sağlamaktadır (6,7). Artık kişiler mağazaya gidip alışveriş yapmadan direkt internet üzerinden alışveriş

<sup>1</sup> Öğr. Gör. Dr., Uşak Üniversitesi, Sağlık Bakım Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Psikiyatri Hemşireliği, ebru.kurdal@usak.edu.tr

lanımı olmaksızın davranış üzerindeki kontrolün kaybedilmesi, yoksunluk ve tolerans gibi madde kullanım bozukluklarındaki belirtileri içerir. Davranışsal bağımlılıkların alt türleri bulunmaktadır. Bunlardan biri de çevrimiçi alışveriş bağımlılığıdır. Çevrimiçi alışveriş bağımlılığı; yavaş yavaş ortaya çıkan ve belirli bir süre sonra insanları etkisi altına alan davranışsal bir bağımlılık türüdür. Çevrimiçi alışveriş bağımlılığı diğer bağımlılık türleri gibi kişinin kendini iyi hissetmesi, değer görmesi, heyecan ve mutluluk duygularını daha yoğun yaşaması için başvurduğu davranışlarından biridir. Çevrimiçi alışveriş bağımlılığında satın alınan üründen çok satın almanın verdiği haz ön plandadır. Kişilerin kaygı, depresyon, stres gibi olumsuz duygularından kaçınmak için çevrimiçi alışverişe eğilimli oldukları görülmektedir. Ancak alışveriş yaptıktan sonra kişilerde pişmanlık, suçluluk, yalnızlık gibi olumsuz duyguların da yoğun şekilde yaşandığı bildirilmektedir. Günümüzde pandeminin etkisiyle kişilerin çevrimiçi alışverişi daha çok tercih ettikleri ifade edilmektedir. Yoğun olarak kullanılan çevrimiçi alışveriş bireyin günlük yaşamını, sosyal hayatını ve ekonomik durumunu olumsuz şekilde etkileyebilmektedir. Dolayısıyla çevrimiçi alışveriş bağımlılığının erken tanı ve tedavisi önem arz etmektedir.

## KAYNAKLAR

1. Pilatin A, Dilek Ö. Tüketicilerin online alışveriş alışkanlıklarının demografik özellikler bakımından incelenmesi Doğu Karadeniz şehirleri üzerinde bir araştırma. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 2021;13(1): 11-28.
2. Armağan E, Temel E. Türkiye’de online kompulsif alışveriş davranışı üzerine ampirik bir çalışma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 2018;20 (4): 621-653 DOI: 10.16953/deusosbil.346859
3. Wang ETG, Yeh HY, Jiang JJ. The relative weights of internet shopping fundamental objectives: Effect of lifestyle differences. *Psychology and Marketing*. 2006;23(5): 353-367.
4. Sequeira JP. A Study on "E- shopping trends in metropolitan cities of India with special reference to Bangalore City". *The International Journal of Business & Management*. 2015;3(7): 50-56.
5. Akram U, Hui P, Khan MK, Hashim M, Saduzai SK. Impulsive buying: a qualitative investigation of the phenomenon. *In Proceedings of the Tenth International Conference on Management Science and Engineering Management*, 24 August 2016, Springer, Singapore, (pp. 1383-1399).
6. Günüş S, Doğan Keskin A. Çevrimiçi alışveriş bağımlılığı: Belirtiler, nedenler ve etkiler. *ADDICTA: The Turkish Journal On Addictions*. 2016;3(3): 339-364.
7. Häubl G, Trifts V. Consumer decision making in online shopping environments: The effects of interactive decision aids. *Marketing Science*, 2000;19(1): 4-21.
8. Hsiao MH. Shopping mode choice: Physical store shopping versus e-shopping. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*. 2009;45(1): 86-95.
9. Mukhopadhyay A, Johar GV. Indulgence as self-reward for prior shopping restraint: a justification-based mechanism. *Journal of Consumer Psychology*. 2009;19(3): 334-45.

10. Maraz A, Griffiths MD, Demetrovics Z. The prevalence of compulsive buying: a meta-analysis. *Addiction*. 2016;111(3): 408-419.
11. Bleuler E. Textbook of Psychiatry. New York: Macmillan, 1924.
12. Dittmar H. (2004). Understanding and diagnosing compulsive buying. In R. Coombs (ed.), *Handbook of addictive disorders: A practical guide to diagnosis and treatment* New York: Wiley; 2004. pp. 411-450.
13. Lim ET, Cyr D. Modeling hedonic consumption behaviors in online shopping. (Ed.: SIGHCI 2009 Proceedings.4), <http://aisel.aisnet.org/sighci2009/4>, (Erişim Tarihi: 24.01.2022).
14. Adomaviciute K. Relationship between utilitarian and hedonic consumer behavior. *Economics and Management*. 2013;18(4): 754-760.
15. Türkmen İ, Erten Ş. (2020). Materyalizmin tüketim alışkanlıkları üzerine etkisi. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 2020;20(3): 615-639. doi: 10.11616/basbed.v20i56819.748166
16. Lu J, Liu Z, Fang Z. Hedonic products for you, utilitarian products for me. *Judgment and Decision Making*. 2016;11(4): 332-341
17. Christenson GA, Faber RJ, DeZwaan M, Raymond NC, Specker SM, Ekern MD. et al. Compulsive buying. Descriptive characteristics and psychiatric comorbidity. *Journal of Clinical Psychiatry*, 1994;55: 5–11.
18. McElroy SL, Keck PE, Phillips KA. Kleptomania, compulsive buying, and binge-eating disorder. *Journal of Clinical Psychiatry*. 1995;56 (suppl 4): 14–26.
19. Dell'Osso B, Allen A, Altamura AC, Buoli M, Hollander E. Impulsive–compulsive buying disorder: Clinical overview. *Australian & New Zealand Journal of Psychiatry*. 2008;42(4): 259-266.
20. TÜİK. *Hanehalkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması* [Online]. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437) (Erişim tarihi: 25.01.2022).
21. Karahan M, Yıldırım Z. Üniversite öğrencilerinin elektronik ticarete ilişkin tutum ve kaygılarının ölçülmesi. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*. 2020;10(2): 123-141
22. Kirezli Ö, Arslan FM. Analyzing motivational determinants of shopping addiction tendency. *Ege Academic Review*. 2019;19(1): 61-74. DOI: 10.21121/eab.2019148775.
23. Manchiraju S, Sadachar A, Ridgway JL. The Compulsive Online Shopping Scale (COSS): Development and validation using panel data. *International Journal of Mental Health Addiction*. 2016;15: 209-223.
24. Black DW. A review of compulsive buying disorder. *World Psychiatry*. 2007; 6(1): 14–18.
25. Hussain AH, Bohari AM. The use of high-speed internet as a platform for compulsive online buying: A case of study of post-graduate students in Malaysia. *Geografia Online Malaysia Journal of Society and Space*. 2012;8(7): 32-43.
26. Andreassen CS. Online social network site addiction: A comprehensive review. *Current Addiction Reports*. 2015;2(2): 175-184.
27. Patwardhan P, Yang J. Internet dependency relations and online consumer behavior: a media system dependency theory perspective on why people shop, chat, and read news online. *Journal of Interactive Advertising*. 2003; 3(2): 57-69.
28. Yakın V, Aytekin P. İnternet Bağımlılığının Online Kompulsif Ve Online Anlık Satın Alma Davranışlarına Etkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*. 2019;20(1): 199-222.

29. Kuss DJ, Griffiths MD, Binder JF. Internet addiction in students: Prevalence and risk factors. *Computers in Human Behavior*. 2013; 29(3): 959-966.
30. Lee YJ, Park JK. The mediating role of consumer conformity in e-compulsive buying. *Advances in Consumer Research*. 2008;35: 387-392.
31. Raab G, Eldger CE, Neuner M, Weber B. A neurological study of compulsive buying behavior. *Journal of Consumer Policy*. 2011;34(4): 401-413
32. Bal F, Okkay İ. İnternet tabanlı sorunlu alışveriş davranışı: Çevrimiçi alışveriş bağımlılığı. *Bağımlılık Dergisi*. 2022;23(1): 1-1.
33. Koufaris M, Kambil A, Labarbera P. Consumer behavior in web-based commerce: An Empirical study. *International Journal of Electronic Commerce*. 2001; 6(2): 115-138.
34. Jayawardhena C. Personal values' influence on e-shopping attitude and behavior. *Internet Research*. 2004;14(2): 127-138.
35. Rose S, Dhandayudham A. Towards an understanding of internet-based problem shopping behaviour: The concept of online shopping addiction and its proposed predictors. *Journal of Behavioral Addictions*. 2014;3(2): 83-89.
36. Davenport K, Houston JE, Griffiths MD. Excessive eating and compulsive buying behaviours in women: An empirical pilot study examining reward sensitivity, anxiety, impulsivity, self-esteem and social desirability. *International Journal of Mental Health and Addiction*. 2012;10(4): 474-489.
37. Lee S, Park J, Lee S. The interplay of internet addiction and compulsive shopping behaviors. *Social Behavior and Personality*. 2016;44(11): 1901-1912
38. La Rose R, Eastin MS. (2002). Is online buying out of control? Electronic commerce and consumer self-regulation. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*. 2002;46(4): 549-564.
39. Baumeister RF. Yielding to temptation: Self-control failure, impulsive purchasing, and consumer behavior. *Journal of Consumer Research*. 2002;28: 670-676
40. Lin A, Gregor S, Ewing M. Developing a scale to measure the enjoyment of web experiences. *Journal of Interactive Marketing*. 2008;22(4): 40-57.
41. Hart C, Farrell AM, Stachow G, Reed G, Cadogan JW. Enjoyment of the shopping experience: Impact on customers' repatronage intentions and gender influence. *The Services Industry Journal*. 2007;27(5): 583-604
42. Lejoyeux M, Weinstein A. Compulsive buying. *The American Journal of Drug and Alcohol Abuse*. 2010; 36: 248-253
43. Thompson ER, Prendergast GP. The influence of trait effect and the five-factor personality model on impulse buying. *Personality and Individual Differences*. 2015;76: 216-221. doi: 10.1016/j.paid.2014.12.025.
44. Andreassen CS, Griffiths MD, Gjertsen SR, Krossbakken E, Kvam S, Pallesen S. The relationships between behavioral addictions and the five-factor model of personality. *Journal of behavioral addictions*, 2013;2(2): 90-99.
45. Uygun M, Özçifçi V, Divanoğlu SU. Tüketicilerin online alışveriş davranışını etkileyen faktörler. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*. 2011;3(2): 373-385.

46. Sohn SH, Choi YJ. Phases of shopping addiction evidenced by experiences of compulsive buyers. *International Journal of Mental Health and Addiction*. 2013;12(3): 243-254
47. Chen Y, Zhang L. Influential factors for online impulse buying in China: A model and its empirical analysis. *International Management Review*. 2015: 57-60.
48. Pir EÖ. Üniversite öğrencilerinin hedonistik eğilimleri ve duygusal istikrarlılıklarının alışveriş bağımlılıklarına etkisinde finansal öz yetkinliklerinin rolü. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*. 2019;13(19): 815-851.
49. Lam LT, Lam MK. The association between financial literacy and problematic internet shopping in a multinational sample. *Addictive Behaviors Reports*. 2017;6: 123-127.
50. Ayazoğlu BA, Aksu M, Ünübol H, Sayar GH. Alışveriş bağımlılığı. *Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi Etkileşim*. 2019;4: 44-64. <https://doi.org/10.32739/etkilesim.2019.4.63>
51. Mueller A, Mitchell JE, Mertens C, Mueller U, Silbermann A, Burgard M, de Zwaan, M. Comparison of treatment seeking compulsive buyers in Germany and the United States. *Behaviour Research and Therapy*. 2007; 45(7): 1629-1638.
52. Black DW, Repertinger S, Gaffney GR, Gabel J. Family history and psychiatric comorbidity in persons with compulsive buying: preliminary findings. *American Journal of Psychiatry*. 1998; 155(7): 960-963.
53. McElroy SL, Keck PE, Pope HG, Smith JM, Strakowski SM. Compulsive buying: a report of 20 cases. *Journal of Clinical Psychiatry*. 1994; 55: 242-248.
54. Lejoyeux M, Haberman N, Solomon J, Adès J. Comparison of buying behaviour in depressed patients presenting with or without compulsive buying. *Comprehensive Psychiatry*. 1999;40(1): 51-56
55. Schlosser S, Black DW, Repertinger S, Freet D. Compulsive buying: demography, phenomenology, and comorbidity in 46 subjects. *General Hospital Psychiatry*. 1994;16 (3): 205-212.
56. Grant JE, Levine L, Kim D, Potenza MN. Impulse control disorders in adult psychiatric inpatients. *American Journal of Psychiatry*. 2005;162(11): 2184-2188
57. Grant JE, Potenza MN. Gender-related differences in individuals seeking treatment for kleptomania. *CNS Spectrums*. 2008;13(3): 235-245.
58. Grant JE, Brewer JA, Potenza MN. The neurobiology of substance and behavioral addictions. *CNS Spectrums*. 2006;11(2): 924-930
59. Johnson T, Attmann J. Compulsive buying in a product specific context: Clothing. *Journal of Fashion Marketing and Management*. 2009;13(3): 394-405
60. Ridgway NM, Kukar-Kinney M, Monroe KB. An expanded conceptualization and a new measure of compulsive buying. *Journal of consumer Research*. 2008; 35(4): 622-639.