



**FATİH SULTAN MEHMET VAKIF ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ  
PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI  
KLİNİK PSİKOLOJİ PROGRAMI**

**KOMPULSİF ÇEVİRİMİÇİ SATIN ALMA DAVRANIŞLARINDA  
GELİŞMELERİ KAÇIRMA KORKUSU VE YAŞAM DOYUMU  
ETKİSİNİN KUŞAKLAR AÇISINDAN İNCELENMESİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**BÜŞRA ŞAHİN**

**İSTANBUL, 2022**



**FATİH SULTAN MEHMET VAKIF ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ  
PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI  
KLİNİK PSİKOLOJİ PROGRAMI**

**KOMPULSİF ÇEVİRİMİÇİ SATIN ALMA DAVRANIŞLARINDA  
GELİŞMELERİ KAÇIRMA KORKUSU VE YAŞAM DOYUMU  
ETKİSİNİN KUŞAKLAR AÇISINDAN İNCELENMESİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**BÜŞRA ŞAHİN  
(200133015)**

**Danışman  
(Prof. Dr. Haşim Ercan Özmen)**

**İSTANBUL, 2022**

24/06/2022

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Psikoloji Anabilim Dalı Klinik Psikoloji Tezli yüksek lisans öğrencisi 200133015 numaralı Büşra ŞAHİN'in hazırladığı "Kompulsif Satın Alma Davranışlarında Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ve Yaşam Doyumu Etkisinin Kuşaklar Açısından İncelenmesi" konulu Yüksek Lisans tezi ile ilgili Tez Savunma Sınavı, 24/06/2022 Cuma günü saat 09:00'da yapılmış, sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin ~~Kabulüne Oy Çoğunluğu~~ **Oy Birliği** ile karar verilmiştir.

**Düzeltilme verilmesi halinde:**

Adı geçen öğrencinin Tez Savunma Sınavı .../.../20... tarihinde, saat ...:... da yapılacaktır.

**Tez adı değişikliği yapılması halinde:** Tez adının Kompulsif Gecirimsiz Satın Alma Davranışlarında Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ve Yaşam Doyumu Etkisinin Kuşaklar Açısından İncelenmesi şeklinde değiştirilmesi uygundur.

**Jüri Üyesi**

**Karar**

1. Prof. Dr. Haşim Ercan ÖZMEN (Danışman)
2. Doç. Dr. Melek ASTAR
3. Doç. Dr. Selma ARIKAN

...Kabul...  
...Kabul...  
...Kabul...

\*2. Danışman varsa doldurulması gerekmektedir.

## **BEYAN**

Bu tezin yazılmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğunu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğunu, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bağılı olduğum üniversite veya bir başka üniversitedeki başka bir çalışma olarak sunulmadığını beyan ederim.

Büşra ŞAHİN

## TEŞEKKÜR

Bu tezin yazılma sürecinde bilgi ve deneyimleri ile bana yol gösteren çok sevgili tez danışmanım Prof. Dr. Haşım Ercan Özmen'e teşekkürlerimi sunarım. Süreç boyunca desteklerini esirgemeyen değerli hocam Dr. Melek Astar'a teşekkür ederim. Varlıklarıyla bana güç veren aileme ve arkadaşlarıma teşekkür ederim.

Büşra ŞAHİN

# **KOMPULSİF ÇEVİRİMİÇİ SATIN ALMA DAVRANIŞLARINDA GELİŞMELERİ KAÇIRMA KORKUSU VE YAŞAM DOYUMU ETKİSİNİN KUŞAKLAR AÇISINDAN İNCELENMESİ**

**Büşra ŞAHİN**

## **ÖZET**

Bu çalışmanın amacı, kompulsif çevrimiçi satın alma davranışlarında gelişmeleri kaçırma korkusu ve yaşam doyumu etkisinin kuşaklar açısından incelenmesidir. Çalışmaya 18-57 yaş aralığında bulunan toplam 439 kişi katılmıştır. Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği, Yaşam Doyumu Ölçeği ve Kişisel Bilgi Formu kullanılmıştır. Kompulsif çevrimiçi satın alma, gelişmeleri kaçırma korkusu ve yaşam doyumu toplam puanları arasında korelasyon analizleri yapılmıştır. Kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile gelişmeleri kaçırma korkusu arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunurken kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile yaşam doyumu arasında ilişki bulunamamıştır. Gelişmeleri kaçırma korkusunun kompulsif çevrimiçi satın alma üzerindeki etkisini görmek için yapılan Basit Doğrusal Regresyon Analizi sonucunda, gelişmeleri kaçırma korkusunun kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmüştür. Analizden elde edilen sonuçlar literatür ışığında yorumlanmıştır.

**Anahtar kelimeler;** kompulsif satın alma davranışı, çevrimiçi satın alma, yaşam doyumu, gelişmeleri kaçırma korkusu, kuşak

**THE EXAMINATION OF THE EFFECT OF LIFE  
SATISFACTION AND FEAR OF MISSING OUT IN  
COMPULSIVE ONLINE SHOPPING BEHAVIORS IN TERMS  
OF GENERATIONS**

**Büşra ŞAHİN**

**ABSTRACT**

The aim of this study is to analyze the effects of fear of missing out and life satisfaction in compulsive online shopping behaviors in terms of generations. A total of 439 people between the ages of 18-57 participated in the study. Compulsive Online Shopping Scale, Fear of Missing Out Scale, Life Satisfaction Scale and Personal Information Form were used.

The correlation analysis was performed for compulsive online shopping, fear of missing out and life satisfaction. According to results of the analyses, a positive and significant relationship has been found between compulsive online shopping and fear of missing out, but no relationship was found between compulsive online shopping and life satisfaction. As a result of the simple linear regression analysis performed to see the effect of fear of missing out on compulsive online shopping, it was seen that fear of missing out was a significant predictor of compulsive online shopping. The results obtained from the analysis were interpreted in the light of the literature.

**Key words;** compulsive shopping, online shopping, life satisfaction, fear of missing out, generation,

## ÖNSÖZ

Bu tez çalışmasının amacı, kompulsif çevrimiçi satın alma davranışlarında etkisi olduğu düşünülen gelişmeleri kaçırma korkusu ve yaşam doyumu etkisinin kuşaklar açısından incelenmesidir. Gerekli analizler 439 katılımcının verisiyle gerçekleştirilmiştir. Çalışmada Kişisel Bilgi Formu, Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği ve Yaşam Doyumu Ölçeği kullanılmıştır.

Çalışma süresince verdiği fikirler ve katkılarından ötürü değerli danışman hocama, kıymetli aileme, anketlerin katılımcılara ulaştırılmasında yardımlarını esirgemeyen akrabalarım ve arkadaşlarıma ayrıca zaman ayırıp araştırmaya katkı sunan tüm katılımcılara teşekkür ederim.

Haziran, 2022

Büşra Şahin



## İÇİNDEKİLER

|   |      |
|---|------|
| ÖZET.....   | v    |
| ABSTRACT .....  | vi   |
| ÖNSÖZ.....  | vii  |
| TABLO LİSTESİ .....   | x    |
| ŞEKİL LİSTESİ.....  | xiii |
| KISALTMALAR .....   | xiv  |
| GİRİŞ .....   | 1    |
| BİRİNCİ BÖLÜM.....  | 4    |
| 1. KURAMSAL ÇERÇEVE.....  | 4    |
| 1.1. KOMPULSİF SATIN ALMA DAVRANIŞI.....  | 4    |
| 1.1.1. Kompulsif Tüketim.....   | 4    |
| 1.1.2. Kompulsif Satın Alma Davranışı.....  | 5    |
| 1.1.2.1. Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışı.....                                | 8    |
| 1.1.2.2. Kompulsif Satın Alma Davranışı ve Demografik Değişkenler .....               | 10   |
| 1.2. GELİŞMELERİ KAÇIRMA KORKUSU.....   | 13   |
| 1.2.1. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu.....   | 13   |
| 1.2.1.1. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ve Demografik Değişkenler .....                  | 15   |
| 1.2.1.2. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ve Kompulsif Satın Alma Davranışı İlişkisi ..... | 16   |
| 1.3. YAŞAM DOYUMU.....  | 17   |
| 1.3.1. Yaşam Doyumu .....   | 17   |
| 1.3.1.1. Yaşam Doyumu ve Demografik Değişkenler.....                                  | 19   |
| 1.3.1.2. Yaşam Doyumu ve Kompulsif Satın Alma Davranışı İlişkisi.....                 | 20   |
| 1.4. KUŞAK KAVRAMI .....  | 21   |
| 1.4.1. Literatürde Kuşak Kavramı .....  | 21   |
| 1.4.2. Kuşakların Sınıflandırılması .....   | 23   |
| 1.4.2.1. X Kuşağı.....  | 24   |

|   |           |
|---|-----------|
| 1.4.2.2. Y Kuşığı.....  | 25        |
| 1.4.2.3. Z Kuşığı.....  | 26        |
| 1.5. AMAÇ .....   | 27        |
| <b>İKİNCİ BÖLÜM.....</b>  | <b>28</b> |
| <b>2. YÖNTEM.....</b>   | <b>28</b> |
| 2.1. KATILIMCILAR .....   | 28        |
| 2.2. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI.....                                       | 28        |
| 2.2.1. Kişisel Bilgi Formu .....                                      | 28        |
| 2.2.2. Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği (KÇSAÖ).....             | 28        |
| 2.2.3. Sosyal ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği ( GKKÖ) . | 29        |
| 2.2.4. Yaşam Doyumu Ölçeği .....                                      | 29        |
| 2.3. UYGULAMA.....  | 30        |
| 2.4. VERİLERİN ANALİZİ.....   | 30        |
| 2.5. BULGULAR .....   | 30        |
| <b>ÜÇÜNCÜ BÖLÜM .....</b>   | <b>69</b> |
| <b>3. TARTIŞMA .....</b>  | <b>69</b> |
| <b>SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>   | <b>75</b> |
| <b>KAYNAKÇA .....</b>   | <b>77</b> |
| <b>EKLER.....</b>   | <b>87</b> |

## TABLO LİSTESİ

### Sayfa

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Tablo 1 Sosyo-Demografik Değişkenlerin Sayı ve Yüzde Dağılımları .....</b>   | <b>31</b> |
| <b>Tablo.2 Çalışmada Kullanılan Ölçeklerin Genel Toplam Puanları ve Faktör<br/>Toplam Puanlarının Betimleyici İstatistik Değerleri .....</b>  | <b>32</b> |
| <b>Tablo.3 Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin İç Tutarlılık Katsayıları .....</b>  | <b>33</b> |
| <b>Tablo.4 Sosyal Ortamlarda Gelimleri Kaçırma Korkusu Ölçeği, Yaşam<br/>Doyumu Ölçeği ve Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği Alt Boyutları<br/>için Korelasyon Analizi Bulguları .....</b>   | <b>34</b> |
| <b>Tablo.5 Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Toplam Puanının, Sosyal Ortamlarda<br/>Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik<br/>Regresyon Analizi Sonuçları.....</b>   | <b>35</b> |
| <b>Tablo.6 Yaş Gruplarına Göre Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Toplam<br/>Puanının , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı<br/>Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları .....</b>                                 | <b>36</b> |
| <b>Tablo.7 Cinsiyet Gruplarına Göre Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Toplam<br/>Puanının, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı<br/>Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları .....</b>                             | <b>38</b> |
| <b>Tablo.8 Medeni Durum Gruplarına Göre Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma<br/>Toplam Puanının, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı<br/>Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları .....</b>                         | <b>39</b> |
| <b>Tablo.9 Gelir gruplarına göre Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Toplam<br/>Puanının ,Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı<br/>Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları .....</b>                                | <b>40</b> |
| <b>Tablo.10 Eğitim Düzeyi Gruplarına göre Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma<br/>Toplam Puanının , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı<br/>Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları .....</b>                      | <b>42</b> |
| <b>Tablo.11 Sahip Olunan Kredi Kartı Sayısı Gruplarına göre Kompulsif Çevrimiçi<br/>Satın Alma Toplam Puanının , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma<br/>Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi<br/>Sonuçları.....</b> | <b>43</b> |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Tablo.12 Düşünceyle Meşgul Olma Puanının, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları.....</b>                                   | <b>45</b> |
| <b>Tablo.13 Duygu Düzenleme Puanının, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları.....</b>  | <b>45</b> |
| <b>Tablo.14 Tolerans Puanının, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları ...</b>  | <b>46</b> |
| <b>Tablo.15 Cinsiyet Gruplarına Göre Düşünceyle Meşgul Olma Toplam Puanının , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları .....</b> | <b>47</b> |
| <b>Tablo.16 Cinsiyet Gruplarına Göre Duygu Düzenleme Toplam Puanının , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları .....</b>        | <b>48</b> |
| <b>Tablo.17 Cinsiyet Gruplarına Göre Tolerans Toplam Puanının , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları .....</b>               | <b>49</b> |
| <b>Tablo.18 Kuşak Gruplarına Göre Düşünceyle Meşgul Olma Toplam Puanının , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları .....</b>    | <b>50</b> |
| <b>Tablo.19 Kuşak Gruplarına Göre Duygu Düzenleme Toplam Puanının , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları .....</b>           | <b>51</b> |
| <b>Tablo.20 Medeni Durum Gruplarına Göre Düşünceyle Meşgul Olma Puanının , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları .....</b>    | <b>52</b> |
| <b>Tablo.21 Medeni Durum Gruplarına Göre Duygu Düzenleme Puanının , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları .....</b>           | <b>53</b> |
| <b>Tablo.22 Medeni Durum Gruplarına Göre Tolerans Puanının , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları .....</b>                  | <b>54</b> |
| <b>Tablo.23 Eğitim Düzeyi Gruplarına Göre Düşünceyle Meşgul Olma Puanının , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları .....</b>   | <b>56</b> |
| <b>Tablo.24 Eğitim Düzeyi Gruplarına Göre Duygu Düzenleme Puanının , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları .....</b>          | <b>57</b> |
| <b>Tablo.25 Gelir gruplarına Göre Düşünceyle Meşgul Olma Toplam Puanının , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları .....</b>    | <b>58</b> |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Tablo.26 Gelir Gruplarına Göre Duygu Düzenleme Toplam Puanının , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları .....</b>                         | <b>59</b> |
| <b>Tablo.27 Gelir Gruplarına Göre Tolerans Toplam Puanının , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları .....</b>                                | <b>61</b> |
| <b>Tablo.28 Sahip Olunan Kredi Kartı Sayısı Gruplarına Göre Düşünceyle Meşgul Olma Puanının, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları.....</b> | <b>63</b> |
| <b>Tablo.29 Sahip Olunan Kredi Kartı Sayısı Gruplarına Göre Duygu Düzenleme Puanının, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları.....</b>        | <b>65</b> |
| <b>Tablo.30 Sahip Olunan Kredi Kartı Sayısı Gruplarına Göre Tolerans Puanının, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları .....</b>              | <b>66</b> |
| <b>Tablo.31 Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Toplam Puan Ortalamalarının, Yaşam Doyumu Ölçeği Toplam Puan Grupları Açısından Bağımsız Örnek t-Testi Analizi ile Karşılaştırma Sonuçları .....</b>                       | <b>68</b> |

## ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa

**Şekil.1 Farklı Kaynaklarda Bildirilen Kuşak İsimleri ve Tarihler ..... 24**

## KISALTMALAR

|                      |   |
|----------------------|---|
| <b>çev.</b>          | Çeviren                                       |
| <b>ed. veya haz.</b> | Editör/yayına hazırlayan                      |
| <b>s.</b>            | Sayfa/sayfalar                                |
| <b>v.d.</b>          | Çok yazarlı eserlerde ilk yazardan sonrakiler |
| <b>TUİK</b>          | Türkiye İstatistik Kurumu                     |
| <b>KÇSAÖ</b>         | Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği         |
| <b>GKKÖ</b>          | Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Ölçeği  |

## GİRİŞ

Satın alma davranışı günlük yaşantımızın olağan bir parçasıdır ve neredeyse tüm bireyler için oldukça sıradanlaşmış bir eylemi ifade eder. Satın alma davranışı da diğer bir çok tüketim faaliyeti gibi üzerinde çok fazla düşünme gerektirmez. Bununla beraber tüketimin kendisi bazı bireyler için oldukça merkezi ve derinlemesine dahil oldukları bir süreç haline gelebilmektedir. Bu tarz bir tüketim biçimi ise kişinin hayatında her alana etki edebilir ve zarar verici etkileri de beraberinde getirebilir. Bu gibi durumlarda tüketim davranışı işlevselliğini yitirmekte ve genel kullanımıyla kompulsif tüketim olarak isimlendirilmektedir (Faber vd., 1987). Kompulsif satın alma davranışında aşırıya kaçan güçlü bir satın alma dürtüsünü kontrol edememe söz konusudur. Kompulsif satın alma sıklıkla, rahatsız edici bir düşünce veya takıntı tarafından ortaya çıkan gerilimi, kaygıyı veya rahatsızlığı hafifletmek üzere başvurulan aşırı ve törensel davranışlardır (American Journal of Psychiatry, 1996). Bireyler kompulsif olarak karakterize olmuş satın alma davranışı gösterirken, satın alınan metadan sağlanacak olan faydadan çok, satın alma sürecinin kendisi aracılığı ile dolaylı bir tatmin yaşamaktadırlar (Krueger, 1988; Faber, 1992). Bu durumlarda tüketim işlevsiz hale gelir ve genellikle zorlayıcı bir nitelik kazanır. Güçlü ve aşırıya kaçan satın alma dürtüsü kompulsif alıcıların hayatlarının bir çok yönünü önemli derecede etkileyebilmekte ve ciddi sonuçları beraberinde getirebilmektedir (Faber vd., 1987).

İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerin sağladığı bilgiye ulaşma kolaylığı ile internetin her türlü ürün ve hizmeti satın alma noktasında önemli kaynaklardan biri haline gelmesi hayatımızı fazlasıyla etkilemiş etkilemeye de devam etmektedir. Mal ve hizmetlere erişimi kolaylaştırması ile hayatımızı oldukça kolaylaştırıldığı söylenebilir. Yaklaşık iki senedir etkisi altında olduğumuz COVID-



19 pandemisinin de çevrimiçi alışverişte artışa sebep olduğu düşünülmektedir. Bu dönemde uygulanan sıkı karantina kısıtlamaları; temassızlık, daha iyi fiyatlandırma, taşınabilirlik ve ölçeklenebilirlik e-ticaretin birincil faydalarını daha da belirginleştirmiştir (Gu vd.,2021).

Kompulsif satın alma davranışı çevrimiçi alışverişin yaygınlaşması ile önem kazanan konulardan birisidir. Z kuşağı bireyler dijital teknoloji ile en fazla ilişkisi olan kuşak olarak öne çıkmaktadır. En düşük fiyata en iyi anlaşmayı sağlama ve kullanıcı yorumlarına duyarlılık gösterme gibi Z kuşağının satın alma davranışı üzerinde etkili olan faktörler düşünüldüğünde bu beklentileri fazlasıyla karşılayan çevrimiçi alışverişin Z kuşağı için çok daha cazip bir alternatif olduğu söylenebilir (Thangavel vd., 2019). İnternet ile yetişen Z kuşağının online dünyaya diğer nesillere kıyasla daha alışkın oldukları dikkate alındığında çevrimiçi kompulsif satın alma davranışı sergilemeleri ve bu anlamda bir davranış bağımlılığı geliştirme risklerinin daha yüksek olduğu düşünülebilir (Bighiu vd.,2015). Fakat bu nesiller arasındaki farkın doğrudan internetle aşinalık ile açıklanması yetersiz kalacaktır. Dolayısıyla bu ilişkiyi besleyecek psikolojik süreçlerin kuşaklar arasında nasıl değişkenlik gösterdiği ve satın alma davranışını nasıl etkilediği bu çalışmada öncelikli olarak incelenecektir.

Bilgiye erişmek günümüz teknolojileriyle hiç olmadığı kadar kolay bir hal almıştır. Bu kolay ve hızlı erişimin insanları bilgi tüketmeye daha fazla bağımlı hale getirdiği ileri sürülmektedir (Abel vd., 2016). Yaygınlaşan sosyal medya platformlarının mümkün kıldığı bu durum, bilgiyi başkalarıyla kolayca paylaşma fırsatı tanırken aynı zamanda bizlere başkalarının ne yaptığını, söylediğini veya satın aldığını kontrol etmemiz için sürekli bir fırsat sağlamaktadır. Bu anlamda bireyler, başkalarının yaşamlarıyla ilgili güncellemeleri gerçek zamanlı olarak takip edebilme imkanının yanı sıra neyi kaçırdıkları ile ilgili devamlı olarak bilgi yüklenmesine maruz kalmaktadırlar (Przybylski vd., 2013; Abel vd., 2016) . Dijital olarak körüklenen ve sürekli güncel bilgi paylaşımına bağlı olarak deneyimlenen bu durum “Gelişmeleri Kaçırma Korkusu” daha popüler kullanımıyla FOMO olarak isimlendirilmektedir (Przybylski vd., 2013).

Kompulsif satın alma davranışının görülme sıklığında, önümüzdeki yıllarda çevrimiçi alışverişin sağladığı rahatlık ve özellikleri nedeniyle artış gözlenebileceği düşünülebilir. Dolayısıyla kompulsif satın alma bozukluğu ile klinik alanda daha sık karşılaşılacağı öngörülebilir. Kompulsif satın alma davranışının kuşaklar arası nasıl farklılaştığının ve kompulsif satın almada hangi psikolojik süreçlerin etkili olduğunun anlaşılmasının tedavi geliştirme noktasında literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ülkemizde bu alanda yapılan çalışmaların da eksikliği göz önünde bulundurularak araştırılmaya değer bir konu olduğu düşünülmüştür. Çevrimiçi kompulsif satın alma davranışı ve yaşam doyumu arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar oldukça sınırlıdır. Bu çalışmada yaşam doyumu ve gelişmeleri kaçırma korkusunun kuşaklar arası nasıl farklılaştığının incelenmesi ile birlikte kompulsif satın alma davranışında gözlenecek kuşaklar arasındaki farklılaşmada, kompulsif satın alma davranışının, yaşam doyumu ve gelişmeleri kaçırma korkusundan ne kadar etkilendiğinin incelenmesi amaçlanmaktadır.

# BİRİNCİ BÖLÜM

## 1. KURAMSAL ÇERÇEVE

### 1.1. KOMPULSİF SATIN ALMA DAVRANIŞI

#### 1.1.1. Kompulsif Tüketim

Kompulsif tüketim, bir duygu, madde veya aktiviteyi elde etmek, kullanmak veya deneyimlemek üzere kişinin kontrol edemediği dürtüsüne verdiği cevap olarak tanımlanmaktadır (O'Guinn ve Faber , 1989). Kompulsif tüketim bireyin kendisine veya başkalarına zarar verecek davranış veya davranışlara tekrarlayıcı bir şekilde yönelmesine yol açar. Bu tanıma göre birçok bağımlılık yapıcı veya aşırı davranış bir çeşit kompulsif tüketim olarak kabul edilebilir. Bunlar arasında madde bağımlılığı , yemek bozuklukları, kompulsif cinsellik gibi davranışların yanı sıra kompulsif kumar ve kleptomani gibi daha pazar odaklı davranışlar yer almaktadır (O'Guinn ve Faber , 1989). Alkolizm ve uyuşturucu bağımlılığı, fizyolojik alışma ve yoksunluk sendromlarının olduğu özel kompulsif davranış durumları olarak kabul edilebilir (Faber,1988).

Herhangi bir kompulsif tüketim davranışını sergileyen tüketiciler diğerlerini de geliştirme eğilimindedirler. Kwak vd. (2004) düzenledikleri çalışmada kompulsif tüketicilerin aynı anda en az iki başka işlevsiz davranışı daha deneyimleyebileceğini göstermişlerdir. Örneğin, satın alınan ürünlerin çoğu kompulsif alıcılar için ödül veya pekiştirici olarak hizmet edebilir ve böylece uzun bir kompulsif davranış sarmalını güçlendirebilirler (Kwak vd., 2004). Kompulsif satın alma ve kumar davranışlarının psikolojik kökenleri ile madde kötüye kullanımının fizyolojik kökenleri, etkilenen kişinin yıkıcı davranış sonuçlarını olumlu ödüllerle ilişkilendirmesi noktasında bir arada bulunabilir (Kwak vd., 2004). Faber vd.'nin (1995) düzenlediği çalışmanın sonuçlarına göre ise kompulsif alıcıların Tikanırcasına Yeme Bozukluğu ve Bulimia Nervoza semptomlarına sahip olma olasılıkları kompulsif olmayan alıcılara göre daha

yüksektir. Aynı çalışmanın sonuçlarında kompulsif alıcıların madde bağımlılığı geçmişine sahip olma veya başka bir dürtü kontrol bozukluğu sergileme olasılığı kompulsif olmayan alıcılara göre önemli ölçüde daha yüksek bulunmuştur (Faber vd., 1995).

### **1.1.2. Kompulsif Satın Alma Davranışı**

O'Guinn ve Faber (1989), kompulsif satın almayı kompulsif bir tüketim biçimi olarak değerlendirdikleri çalışmalarında, bu davranış biçimini, olumsuz olaylara ve duygulara tepki olarak ortaya çıkan kronik ve tekrarlayıcı satın alma dürtüsü olarak nitelendirmişlerdir. Olumsuz duygular ile başa çıkılabilmesi davranış için birincil motivasyon olarak görülmektedir (Faber ve Guinn, 1989).

Kompulsif satın alma davranışında bireyler, satın aldıkları eşyaya ihtiyaç duydukları veya eşyanın kendisine karşı duydukları içsel bir arzudan kaynaklı olarak bu davranışı gerçekleştirmezler (Krueger, 1988). Alışveriş yapmak veya satın almak için kontrol edilemez dürtüler yaşarlar. Bu dürtüler, yalnızca satın alarak giderilebilecek artan bir gerilim veya endişe yaratır (Faber,1992). Böyle bir bağlamda gerçekleşen alışveriş, ihtiyaç duyulandan veya karşılanabilecek olandan fazlasını satın almayla sonuçlanabileceği için satın alma esnasında yaşanan rahatlama ve zevk yerini harcama davranışının uygunsuz doğası ve olumsuz getirileri sebebiyle yerini pişmanlık, suçluluk ve utanç gibi duygulara bırakır (Krueger, 1988 ; Müller, 2015). Zaman içinde kompulsif satın alma davranışı genellikle duygusal, finansal ve kişilerarası ciddi sonuçlara yol açar (Faber, 1992).

Kompulsif satın alma davranışı bireylere kısa vadeli ödül hissi sağlarken uzun vadede olumsuz sonuçlara yol açmaktadır. Böyle bir davranış bir kez geliştirildiğinde kişi, gözle görülür derece fark edilir zarara rağmen satın alma noktasında kontrol problemleri yaşamaya devam eder (Faber ve O'Guinn, 1989; Kearney ve Stevens, 2012). Mali durumları, ilişkileri ve ruh sağlıkları bu durumdan etkilenir (Kearney ve Stevens, 2012). Kompulsif tüketici, sahip olma arzusu ile koşullanmış psikolojik bir gerilimi azaltmaya çalışır. Bu nedenle, kompulsif alıcının malların kendisini değil, satın alma sürecinden türetilen o rahatlama hissini araması ve bunun sonucunda da o faaliyetle ilgili psikolojik bir bağımlılık geliştirmesi çok mümkündür (Valence vd., 1988).

Kompulsif satın alma ilk defa Krerapelin (1915) ve Bleuer (1924) tarafından psikiyatrik bir bozukluk olarak tanımlanmış oniomania olarak isimlendirilmiştir (Faber,1992). Kompulsif satın almanın nitelikleri göz önüne alınarak, kompulsif satın alma terimin yerine farklı isimlendirilmelerin uygunluğu ise çeşitli araştırmacılarca öne sürülmüştür. Alışveriş esnasında kontrolünü kaybetme, satın alma davranışı ile aşırı meşguliyet durumu, yüksek dürtüsellik kompulsif satın almanın temel özellikleridir (Müller, 2015). Bu özelliklerine dayanarak bu tarz bir davranış biçiminin dürtü kontrol bozuklukları sınıfında değerlendirilmesinin daha uygun olacağı düşünülebilir. Müller'e göre (2015) kompulsif yani zorlantılı satın alma ifadesi yanıltıcıdır. Dürtüsel satın alma terimi ise tüketici araştırmalarına yönelik araştırmalarda yıllardır dışsal olarak tetiklenen sürekli satın alma meşguliyetini tanımlamak için kullanılmaktadır. Fakat kompulsif satın alma dürtüsel yani anlık satın almadan niteliksel olarak farklı olduğu için bu tanımlama için yetersiz kalmaktadır. Müller (2015) satın alma davranışının uygunsuzluğu ve bununla bağlantılı olarak sebep olduğu psikolojik, sosyal, mesleki ve ekonomik problemler göz önüne alındığında patolojik satın alma ifadesin daha uygun olacağı düşünülmektedir.

D'Astous (1990) tüketici popülasyonunda genel bir satın alma dürtüsünün varlığından bahsetmiş ve bu dürtüyü çok yoğun hisseden bireylerin kompulsif alıcılar olarak tanımlanabileceğini ifade etmiştir. Böylelikle D'Astous (1990), kompulsif satın alma kavramını, küçük ve son derece kutuplaşmış tüketici alt popülasyonunun ayırt edici ve tanımlayıcı bir özelliğinden ziyade tüketici popülasyonunda genelleştirilmiş bir davranışsal özellik olarak incelemiştir. Yani her "normal" tüketicinin içerisinde bir kompulsif taraf olabilmektedir (Kearney ve Stevens, 2012; D'Astous,1990). Ayrıca kompulsif satın alma davranışını genelleştirilmiş bir satın alma dürtüsünün aşırı bir formu olarak ele almanın bazı faydaları olacağını önermiştir. D'Astous (1990) satın alma saplantılarının daha minimal biçimlerinin de incelmeye ve çalışmaya değer olduğunu öne sürmektedir. Bazı tüketiciler her zaman kompulsif olmayabilir, ancak bazı zamanlarda işlevsel olmayan tüketici davranışları sergileyebilirler (D'Astous,1990).

Edwards'ın (1993) tanımına göre kompulsif satın alma bu durumdan muzdarip tüketicinin bunaltıcı, kontrol edilemeyen , kronik ve tekrarlayıcı bir dürtüye sahip

olduğu anormal bir alışveriş ve harcama şeklidir. Bu tür harcamalar, karakteristik olarak olumsuz stres ve kaygı duygularını hafifletme aracı olarak işlev görür (Edwards,1993). DeSarbo ve Edwards (1996) çalışmalarında literatürde kompulsif satın alma davranışının en uç versiyonuna odaklanıldığı ve henüz tam bir bağımlılık olarak değerlendirilemeyecek ve bazı derin psikolojik ihtiyaçları karşılamaktan başka nedenlerle kompulsif satın alıyor olabilecek bireylerin ihmal edilmiş olabileceğini öne sürdüler. Burada hareketle farklı kaynakların sebep olabileceği kompulsif satın alma biçimlerini tanımlama gayreti gösterdiler ve kompulsif satın alma ile ilişkili bulunan değişkenleri ‘yatkınlaştırıcı’ ve ‘duruma bağlı-geçici’ olmak üzere iki grupta incelediler:

Yatkınlaştırıcı faktörler:

- Kaygı
- Mükemmeliyetçilik
- Düşük Benlik Saygısı
- Hayal Gücü
- Dürtüsellik
- Heyecan Arayışı
- Onay Arayışı
- Bağımlılık
- Genel Kompulsiflik
- Kararsızlık,
- Kontrol Odağı
- Depresyon

Duruma bağlı-geçici faktörler:

- Kaçınma yoluyla başa çıkma
- İnkâr
- İzolasyon
- Materyalizm

Dittmar'a göre (2005a) bir ürün satın alırken esas ilgilenilen şey ürünün ekonomik ve faydacı değerinden ziyade sağladığı psikolojik faydalarıdır. Çağdaş tüketici davranışında alışveriş; benlik imajını, benlik saygısını veya başkalarıyla ilişkileri geliştirmek için bir araç olarak kullanılmaktadır. Bu anlamda psikolojik olarak motive edilmiş satın alma davranışı çağdaş tüketici davranışının giderek daha belirgin bir özelliği olarak öne çıkmaktadır (Dittmar, 2005a). Dittmar (2005a) kompulsif satın alma davranışını, bireylerin psikolojik sıkıntı duymalarına neden olacak ciddi borçlanmalar da dahil olmak üzere, bir takım olumsuz sonuçlara yol açacak kadar kontrolsüz ve aşırı satın alma davranışı olarak tanımlamıştır. İnsanlar duygusal, sosyal ve kimlikleriyle ilgili faydalar elde etme arzusu ile motive oldukları malları satın alırlar. Böyle bir düşünceye göre satın almadaki motivasyon kaynakları ile ilişkili olması muhtemel olan bu faktörlerin aynı zamanda kompulsif satın almanın muhtemel tahmin edicileri olduğu sonucuna da ulaşılabilmektedir (Dittmar,2005a).

Kompulsif tüketimin yaygınlığını hesaplamaya yönelik yapılan öncü çalışmada kompulsif tüketici sıklığının Amerika Birleşik Devletlerinde tüketicilerin %2 ila %8'ine denk geldiği bulunmuştur. (Faber ve O'Guinn,1988). Birkaç yıl sonra Faber ve O'Guinn (1992) ABD'de genel nüfusun %5,9'unun kompulsif alıcı olma riski taşıdığını öne sürmüştür. 18 yaş üstü 2,513 katılımcı ile gerçekleştirilen daha güncel bir çalışmaya göre ise ABD'deki kompulsif tüketici yaygınlığı %5.8 olarak hesaplanmıştır (Koran vd., 2006).

#### 1.1.2.1. Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışı

TUİK 2021 Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması'na göre Türkiye'de internet kullanan bireylerin oranı %82,6 olarak tespit edilmiştir. 2011'de %8,4 olan internetten alışveriş oranı ise 2021'da 44,3'e yükselmiştir ve bireylerin %70,7'si giyim ve spor malzemesi satın almıştır. Bunu %40,8 ile lokantalardan, fast food zincirlerinden ve yemek servisi şirketlerinden yapılan teslimatlar takip etmektedir (www.tuik.gov.tr, 2021). Türkiye'de internet kullanan bireylerin oranı Hootsuite ve We Are Social'ın işbirliğinde yayınlanan Ocak 2022 raporunda ise %82 olarak hesaplanmış ve aynı raporda dünya ortalaması ise %62.5 olarak belirtilmiştir. Aynı

raporda Türkiye %64 oranla dünyada internet üzerinden alışveriş yapan ülkeler arasında altıncı sırada yer almaktadır (wearesocial.com, 2022).

Mobil cihazların çevrimiçi alışverişte önemli bir yer edinmesi ile birlikte geleneksel alışverişin bir parçası haline gelmiştir. Tüketiciler istedikleri yerden alışveriş yapabildikleri ve aynı zamanda alışveriş aktivitelerinin keyfini çıkarabildikleri için çok sayıda tüketici tarafından çevrimiçi alışveriş tercih edilmektedir (Huang vd.,2022). Çevrimiçi alışveriş ile zamandan ve maliyetten tasarruf sağlayan tüketiciler günün her saati alışveriş yapmaya ve satın almaya yönelik teşvik edilmektedirler (Deniz, 2020). Böylece tüketiciler teknolojinin kendisi ile değil, internetin alışveriş deneyimlerini nasıl geliştirebileceği ve daha iyi satın alma kararları vermelerine nasıl yardımcı olabileceği ile ilgilenmektedirler (Huang vd.,2022).

Çevrimiçi alışverişin son on yıldaki yaygınlaşma hızı, internetin girdiği hane sayısındaki artış ve tüketiciler kadar üreticilerin de faydalandığı avantajları artırmaya yönelik pazarlama politikaları ile açıklanabilir. Çevrimiçi alışveriş türü hem ticaret yapanlar hem de tüketiciler için belli avantajlar sağlar. Tüketicilere sağladığı avantajların yanı sıra bir takım olumsuzluklara da sebep olabilmektedir. Örneğin çevrimiçi alışverişin popüleritesi ile birlikte kompulsif ve bağımlı alıcılar internet ortamında potansiyel tüketiciler haline gelebilmektedir (Huang vd., 2022). Bu yanı sıra çevrimiçi alışveriş tüketicileri bazı psikolojik, ekonomik ve sosyal problemler ile karşı karşıya getirebilir.

Kompulsif satın alma davranışı internette ve e-ticaretteki yaygınlaşma ile birlikte ciddileşen problemlerden biri olarak değerlendirilmektedir. Dijitalleşmeye bağlı olarak gelişen olanaklar, internet üzerinden yapılan alışverişlerdeki ödeme kolaylığı, her zaman nakit paraya ihtiyaç olmaması, kredi kartı kullanımı ve böylece kolay borçlanma seçeneklerinin ortaya çıkması internetin kompulsif tüketimi tetikleyen unsurlardan biri olmasına neden olmuştur (Park ve Burns, 2005). Kompulsif çevrimiçi satın alma durumunda, bireyin alışveriş yapmak ve ürün satın almak üzere platform olarak internet veya mobil cihazları kullanması dışında, aynı kompulsif satın alma tanımını geçerli olabilir (Manchiraju, vd., 2016).



2019 yılında Çin'in Vuhan kentinden tüm dünyaya yayılan SARS-CoV-2 virüsünün sebep olduğu Covid-19 pandemisi alışveriş tutumlarını etkilemiştir (Bhatti vd., 2020; Di Crosta vd., 2021). Salgın tüketicileri dijitalleşmeye yöneltmiş ve alışveriş alışkanlıklarını yeniden şekillendirmiştir (Gu vd., 2021). Covid-19 pandemisi davranışsal bağımlılık konusunda kronik stres ve diğer psikolojik faktörlerin alışveriş tutumları üzerindeki etkilerini inceleyemeye yönelik araştırmacılara doğal bir deney ortamı sağlamıştır (Maraz ve Yi, 2021). Pandemi süresince kompulsif satın alma davranışlarında artış gözlemlendiğini bildiren çalışmalar mevcuttur (Jaspal, 2020; Çelik, 2021; Islam, 2021; Maraz ve Yi, 2022). Bu dönemde gözlemlenen çevrimiçi alışverişteki yaygınlaşma ve artış sadece kısıtlama önlemlerinin bir sonucu veya sürece uyum sağlama olarak değerlendirilmemelidir. Sürekli olarak deneyimlenen hastalık korkusu ve belirsizliğin yanı sıra; sosyalleşme, açık hava etkinlikleri, grup egzersizi gibi sağlıklı başa çıkma stratejilerinin bulunamaması, ayrıca eğlence amaçlı seyahatlerdeki kısıtlamalar gibi unsurların tamamı insanların yaşam kalitesini ciddi şekilde etkilemiştir (Maraz ve Yi, 2022).

#### 1.1.2.2. Kompulsif Satın Alma Davranışı ve Demografik Değişkenler

Kompulsif satın alma davranışına ilişkin önemli tartışmalardan biri, cinsiyetin kompulsif satın alma davranışı sergilemekle ilgili olarak yatkınlık sağlayıp sağlamadığı üzerinedir (Kearney ve Stevens, 2012). Kadınların alışverişten zevk almak için sosyalleşme olasılıklarının daha yüksek olması nedeniyle kadınlarda biraz daha yaygın olsa da, erkeklerin de kadınlar kadar kompulsif tüketime duyarlı olduğuna inanılmaktadır (Faber vd.,1987). Erken dönemde yapılan bir çok çalışmanın bulgularına göre ise kompulsif satın alma kadınlarda daha sıklıkla görülmektedir (Ditmar, 2005b; D'Astous 1990; Faber ve O'Guinn, 1989; Ditmar ve Drury, 2000; Aydın vd., 2019). O'Guinn ve Faber'e göre (1989) bu durumun nedenlerinden biri kompulsif satın alma ile ilgili bilgilendirici yazı ve yayınların genellikle kadınların ilgilendiği program ve dergilerde daha sık yer alması olabilir. Kadınların kompulsif satın alma ile ilgili olarak artan farkındalıkları onları yardım aramaya daha yatkın bir hale getirecektir. Kompulsif satın alma ile ilgili daha yoğun bilgiye maruz kalmaları sonucunda kendine yardım arayışlarında da artış gözlenecektir (O'Guinn ve Faber,1989). Bir diğer önemli sebebi ise kompulsif tüketimin ortaya çıkarıcılarından

biri olarak ele alabileceğimiz sosyal öğrenme teorisi olabilir. Bu teoriye göre kadınlar yetişme çağında daha sık alışveriş yapmaya ve boş zamanlarını bu şekilde değerlendirilmeye yönelik yetiştirilmektedirler. Dolayısıyla bu tarz bir davranışsal bağımlılık geliştirmiş olmaları daha yüksek bir ihtimaldir. Erkeklerle kıyasla alışveriş kadınlar için psikolojik ve duygusal olarak çok daha kapsayıcı bir rol oynamaktadır.

Tüketim kalıpları cinsiyete dayalıdır ve bu nedenle alışverişin erkeklerle kıyasla kadınlar için psikolojik bir sorun olma olasılığı daha yüksektir (Dittmar ve Drury, 2000). Erkeklerin başvurduğu arkadaşlarıyla vakit geçirme veya aşırı egzersiz yapma gibi kendi kendini onarma stratejileri, kompulsif alışverişe kıyasla sosyal olarak onaylanmış ve kültürel olarak daha erişilebilir faaliyetlerdir. Dittmar ve Drury (2000) kültürel normlar ve toplumsal temsiller, alışveriş kadınların sosyal, kişisel ve toplumsal cinsiyet kimlikleriyle yakından bağlantılı olarak çerçevelemeye devam ettiği sürece, alışverişin yalnızca tanımlanan şekilde cinsiyete dayalı kalacağı argümanını ortaya koymuşlardır. Kuşaklar arasında cinsiyet faktörünün kompulsif satın alma davranışı üzerindeki etkisine yönelik yapılan bir araştırmada y ve z kuşakları karşılaştırılmıştır. Bu araştırmanın sonuçlarına göre ise y kuşağında gözlemlenen cinsiyet etkisi z kuşağında gözlemlenmemektedir (Yiğit ve Yiğit,2020). Cinsiyetler arasındaki farklılık genç örnekleme daha az belirgin olsa da kadınlar kompulsif satın almaya karşı oldukça yatkındır (Dittmar,2005b).

Geleneksel kompulsif satın almanın aksine, çevrimiçi kompulsif satın almada cinsiyet farkı olmadığı gösterilmiştir (Dittmar vd., 2007). Manchiraju vd. (2016) kompulsif çevrimiçi alışveriş ölçmek üzere ölçek geliştirdikleri ve demografik değişkenleri inceledikleri çalışmalarında kompulsif çevrimiçi tüketimin kadınlara kıyasla erkeklerde daha yaygın olduğunu göstermişlerdir. Daha yakın tarihli çeşitli çalışmaların sonuçları da geleneksel kompulsif satın alma ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki olmadığını göstermiştir (Mueller vd., 2010; Pham vd., 2012; Demir & Çetin,2021).

Literatürde kompulsif alıcıların normal alıcılara kıyasla anlamlı derecede daha genç olduğunu gösteren çalışmalar mevcuttur (O'Guinn and Faber, 1989; D'Astous,1990; Dittmar,2005; Mueller vd., 2010). Fakat bunun nedenlerini

açıklamaya yönelik çalışmalar kısıtlıdır. Dittmar (2005a) demografik değişkenlerin kompulsif tüketim üzerindeki etkisini incelediği çalışmasında, kompulsif satın alma davranışının yaş ve cinsiyetten oldukça etkilendiğini bulgulamış ve birbirinden bağımsız olarak kadın ve genç katılımcıların daha yüksek kompulsif satın alma puanları aldığını göstermiştir. Aynı çalışmada sosyoekonomik statü ve gelir durumu ile kompulsif satın alma arasında anlamlı veya güçlü bir ilişki olmadığı gösterilmiştir. Mueller vd.'nin (2010) düzenledikleri çalışmada kompulsif satın alma ile medeni durum, istihdam durumu, eğitim durumu , kendi geliri ve hane halkı net geliri gibi birçok sosyodemografik değişken arasında anlamlı bir ilişki bulunamamış olup, genç yaş ile kompulsif satın alma arasında ilişki olduğu gösterilmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre 25 ile 34 yaş arasındaki katılımcıların kompulsif satın alma eğiliminin en yüksek olduğu bildirilmektedir (Mueller vd., 2010). Sosyal ağları kullanmanın ve internette geçirilen sürenin kompulsif satın almaya etkisine yönelik çalışmaların sonuçlarını göz önüne alarak bu tarz bir satın alma eğiliminin Z kuşağı bireylerde daha yaygın olarak gözlemlenebileceğini düşünülebilir.

Faber vd. (1987) kompulsif satın alma davranışının, kişilerin yüksek arzuya ve dürtülere direnmek için düşük iradeye sahip olmalarından kaynaklı olarak orta veya düşük gelirli bireylerle sınırlı olabileceği görüşünü savundular (Faber vd., 1987; Workman ve Paper, 2010). D'Astaous (1990) ise çalışmasında sosyoekonomik durum ve kompulsif satın alma eğilimleri arasında ters çevrilmiş bir U ilişkisi olduğunu gösterdi. Bu sonuca göre alt ve üst sınıfların bu tür eğilimlerden muzdarip olmasının daha olası olduğu sonucunu öne sürdü. Daha yakın tarihli bir çalışmada ise kompulsif satın alma yaygınlığının gelirle ters orantılı olduğu gösterildi (Koran, 2002). Kompulsif satın alma davranışı ile ekonomik düzey arasında herhangi bir anlamlı ilişki bulmayan çalışmalar ve alandaki çalışmaların artışı ile birlikte kompulsif satın alma davranışının tüm gelir gruplarında görülebileceği daha yaygın bir kanı haline gelmiştir (Dittmar,2005; Mueller,2010; Workman ve Paper, 2010).

## 1.2. GELİŞMELERİ KAÇIRMA KORKUSU

### 1.2.1. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu

İnsan sosyal bir varlıktır ve bir gruba ait olma eğilimindedir (Abel vd., 2016). Gelişen teknoloji günümüzde bu grupların hem fiziksel hem de sanal ortamlarda oluşabilmesine imkan sağlamaktadır. Hangi ortamda oluştuğundan bağımsız olarak, gruptaki her birey için diğer grup üyelerinin belirli bir zaman diliminde neler yaptığını anlama ihtiyacı ise önem taşımaktadır (Abel vd., 2016). Teknolojiye erişimin kolaylaşması ile birlikte sosyal medya; haberleşme ve bilgi edinme amacıyla kullanılan bir numaralı kaynak haline gelmiştir. Bu yönüyle sosyal medya platformları, günün akışı içerisinde meydana gelen faaliyetler, olaylar ve konuşmalar hakkındaki bilgilere eş zamanlı olarak ulaşımı kolaylaştırmaktadır. İnsanların internette eskisinden daha fazla zaman harcamaya başlaması mevcut bilgi miktarıyla baş edememesi dolayısıyla artan stres gibi beraberinde bir takım olumsuz sonuçları getirebilmektedir (Mackellar,2019). Sosyal medya platformları kullanıcılarını çevrimiçi paylaşımlar ve sosyal medya sitelerindeki resimler aracılığıyla gözlemleyebildikleri yaşantıları kendi yaşantılarını karşılaştırmaları için potansiyel olarak motive edebilmektedir (Abel vd., 2016). Bu durum bireylerin başka meşguliyetleri varken bile sosyal medyada olup bitenlerden haberdar olma isteğine karşı koyamayıp sürekli güncel kalma dürtüsünü meydana getirebilir (Tekayak ve Akpınar, 2017). Bunun bir sonucu olarak da kullanıcılarının yaşamlarından ve davranışlarından daha az memnun hissetmelerine neden olabilmektedir (Abel vd., 2016).

Günümüzde bilgiye erişimin bu denli kolaylaşması, beraberinde gelişmeleri kaçırma korkusu gibi bazı yeni kavramları da ilgi odağı haline getirmiştir. Gelişmeleri kaçırma korkusu ilk olarak 2011 yılında yayımlanan bir raporda “*Daha fazlasına veya daha iyisine sahip olabileceksen olmaması, ya da akranlarınızın yaptıklarını kaçırdığımızla ilgili olarak hissedilen huzursuz edici ve bazen her şeyi tüketen duygu*” olarak tanımlanmıştır (Pollard,2011). Yaygın olarak İngilizce isimlendirmesinin (Fear of Missing Out) baş harflerinden oluşan ‘FOMO’ kısaltması kullanılmaktadır. Türkçe ’ye ise “Gelişmeleri Kaçırma Korkusu” olarak çevrilmiştir (Tekayak ve Akpınar,2017).

Gelişmeleri kaçırma korkusu sosyal medya gönderileri tarafından tetiklenen, heyecan verici veya ilginç bir olayın şu anda başka bir yerde olabileceği ile ilgili duyulan anksiyete olarak tanımlanmaktadır (Oxford Dictionary, 2013). Przybylski ve vd. (2013) gelişmeleri kaçırma korkusunu “*Başkaları ödüllendirici deneyimler yaşarken kişinin bunlardan mahrum kaldığına yönelik deneyimlediği yaygın bir endişe*” (s.1841) olarak tanımlamışlardır. Bu tanım gelişmeleri kaçırma korkusunu belirli bir karar verdikten sonra yaşanan pişmanlıktan ayırmaktadır ve onun sosyal yönüne dikkat çekmektedir (Milyavskaya vd., 2018). Ancak bu tanıma göre hangi grupların gelişmeleri kaçırma korkusundan daha çok etkilenebileceği veya hangi faaliyetlerin daha çok gelişmeleri kaçırma korkusuna yol açabileceği belirsizdir (Solt, 2019). Gelişmeleri kaçırma korkusunun, özellikle sosyal nitelik taşıyan faaliyetlerin çokluğunda “en iyi” seçimi yapma noktasındaki belirsizlik ve seçilmeyen diğer olanaklara yönelik ileride yaşanacak pişmanlıktan kaynaklanabileceği düşünülmektedir (Milyavskaya vd., 2018). Gelişmeleri kaçırma korkusu özellikle başkalarının yaşadığı deneyimleri kaçırmaktan dolayı duyulan kaygı ve başkalarının yaptıklarıyla devamlı olarak bağlantıda kalma arzusu ile karakterizedir (Przybylski vd., 2013; Mackellar, 2019). Bu özelliği itibari ile gelişmeleri kaçırma korkusu kişinin o anda “mevcut en iyi seçimi” yaptığına inanmasına rağmen yaşanabilmektedir (Milyavskaya vd., 2018). Iyengar ve Lepper (2000) çalışmalarında, kapsamlı bir seçim olanağının başlangıçta çekici görünmesine rağmen seçicilerin motivasyonu ve sonrasındaki memnuniyetleri için bir takım olumsuzluklara yol açabileceğini göstermişlerdir. Çok fazla seçeneğe sahip olmanın daha sonra yol açtığı olumsuz etkinin sebeplerinden biri kişinin optimal olmayan bir seçim yapmaktan kaynaklanan potansiyel bir pişmanlık duymasıdır (Iyengar ve Lepper, 2000). Olası seçeneklerin bolluğu insanlarda özümsemesi ve anlaşılması gereken çok fazla veri olduğu hissine kapılmalarını sağlar. Kişiler var olan tüm alternatiflerin bilgisine sosyal medya ile çok daha kolay ulaşmakta ve bu bilgi çokluğu, başkalarının ne söylediğine, yaptığına ve hatta satın aldığına ayak uyduramamak konusunda daha kötü hissetmelerine neden olabilir (Abel vd., 2016).

Gelişmeleri kaçırma korkusu genel itibari ile sosyal medya bağlamında tanımlanan ve çalışılan bir kavram olmak ile beraber bu bağlamın dışında incelendiği

çalışmalarda mevcuttur. Baker vd. (2016) gelişmeleri kaçırma korkusu daha yüksek olan kişilerin, fiziksel ve depresif semptomları daha çok deneyimlediklerini ve bu sonuçların kişilerin sosyal etkileşim kurmak için sosyal medyada geçirdikleri süreden bağımsız olarak önem taşıdığını göstermişlerdir (Baker vd., 2016). İnsanlar kaçırdıkları alternatif etkinliği nasıl öğrenirlerse öğrensinler FOMO'yu deneyimlemektedirler (Milyavskaya vd.,2018). Sosyal medyanın alternatif etkinlikler hakkında bilgi edinme olasılığını arttırmakta olduğu bir gerçektir. Kişinin katılmak isteyebileceği sosyal aktivite alternatiflerinin öğrenilme şekli önemli olmayabilir ancak sosyal medyanın bu konuda daha fazla bilgi sağlayarak ve daha sık hatırlatmasıyla daha fazla gelişmeleri kaçırma korkusu deneyimlenmesine yol açabilir (Milyavskaya vd.,2018).

#### 1.2.1.1. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ve Demografik Değişkenler

Gelişmeleri kaçırma korkusunun yaş ile ilişkisini inceleyen çalışmalar genel olarak genç katılımcıların daha yüksek gelişmeleri kaçırma korkusu puanlarına sahip olduklarını göstermiştir (Przybylski vd., 2013; Elhai vd., 2018; Rozgonjuk vd., 2020; Milyavskaya vd., 2018). J. Walter Thompson'da (JWT) yayımlanan (2011) rapora göre milenyum nesli gelişmeleri kaçırma korkusundan en çok etkilenen kuşak olmakla birlikte, 18-33 yaş aralığındaki yetişkinlerin %72 si bir çeşit kaçırma korkusu deneyimlemektedir (Pollard,2011).

Przybylski vd. (2013) genç katılımcılardan, özellikle genç erkeklerin gelişmeleri kaçırma korkusundan en çok etkilenen grup olduğunu göstermişlerdir. Yaşlı katılımcılar arasında gelişmeleri kaçırma korkusu deneyimine yönelik cinsiyetler arası bir fark gözlenmezken düşük yaşam doyumunun yüksek gelişmeleri kaçırma korkusu deneyimi ile ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Przybylski vd., 2013). Ergenler ile yapılan bazı çalışmalarda ise gelişmeleri kaçırma korkusu kızlarda anlamlı olarak daha yüksek bulunmuştur (Kartol ve Peker,2020). Ergenler ve genç yetişkinler ile yapılan bir çalışmada ise gelişmeleri kaçırma korkusu ile yaş ve cinsiyet demografik değişkenleri arasında anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır (Uzun vd., 2019). Çocuk ve ergenlerle yapılan başka bir çalışmanın sonuçları da cinsiyet arası bir farklılaşma olmamıştır (Tomczyk ve Selmanagic-Lizde , 2018).

Başka bir çalışmada ise gelişmeleri kaçırma korkusunun cinsiyet yaş eğitim düzeyi ve gelir kaynağı grupları arasında anlamlı bir farklılık göstermediği belirtilmiştir (Bekman,2020).

Üniversite öğrencileri ile yapılan bir çalışmaya göre ise gelişmeleri kaçırma korkusu günün ilerleyen saatlerinde ve haftanın ilerleyen günlerinde özellikle de ders çalışmak gibi gerekli bir görevi yaparken yoğun olarak deneyimlenmektedir (Milyavskaya vd., 2018). Ebeveynlerin eğitim düzeyi ile gelişimleri kaçırma korkusu puanları arasında ise negatif ilişki olduğu ortaya konmuş olup (Tomczyk ve Selmanagic-Lizde, 2018) annenin eğitim düzeyinin gelişmeleri kaçırma korkusu üzerinde koruyucu bir faktör olduğu gösterilmiştir.

#### 1.2.1.2. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ve Kompulsif Satın Alma Davranışı İlişkisi

Çevrimiçi uygulamaların sıklıkla kullanılması, bu kanallar aracılığı ile yenilikleri eş zamanlı olarak takip etme ve ödüllendirici deneyim arayışları gibi noktalar, kompulsif satın alma ve gelişmeleri kaçırma korkusu arasındaki ilişkide önemli kabul edilmektedir (Aydın vd., 2019). Sosyal medya veya diğer haber kanalları ile sürekli güncellemeye maruz kalan kişinin bir şeyleri kaçırdığına yönelik hissettiği yoğun duygular satın alma kararlarını etkileme gücüne sahiptir (Abel vd., 2016). Bu gibi durumlarda, insanlar sosyal baskı altında kalma ve dışlanma korkusu nedeniyle genellikle yaptıklarını veya satın aldıklarını değiştirebilir (Dykman, 2012). Kişi bir şeye sahip olma veya uyum sağlama fırsatını kaçırmamak adına arkadaşlarının sahip olduğundan daha iyi veya daha pahalı bir ürünü satın almayı tercih edebilir (Abel vd., 2016).

Gelişmeleri kaçırma korkusu ve tüketim biçimleri arasındaki ilişki çeşitli çalışmalarda ele alınmışken (Kavak vd.,2021; Şahbaz ve Çetinkaya, 2019; Çapuroğlu, 2021; Erciş vd., 2021; Gökçek vd., 2021), kompulsif çevrimiçi satın alma ile ilişkisi daha sınırlı sayıda çalışmaya konu olmuştur (Aydın vd.,2019; Bekman, 2020; Demir ve Çetin, 2021). Kavak vd. (2021) gelişmeleri kaçırma korkusunun sosyal medya temelli satın alma eğilimini pozitif yönde etkilediğini ve bu etkinin kadın tüketicilerde daha fazla olduğunu ortaya koymuştur (Kavak vd.,2021). Gökçek vd. (2021) dürtüsel

kullanım, dürtüsel satın alma, kaçırma korkusu, internet kaynaklı yorgunluk ve kaygı arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarında gelişmeleri kaçırma korkusunun dürtüsel satın almayı etkilediğini göstermişlerdir.

Gelişmeleri kaçırma korkusunun kişinin tatil satın alma niyetine etkisinin X ve Y kuşağına göre nasıl bir farklılaşma gösterdiğini incelemeye yönelik yapılan bir çalışmada , kuşak farkının gelişmeleri kaçırma korkusu ve tatil satın alma niyeti arasındaki ilişkiye düşük düzeyde etki ettiği gösterilmiştir (Şahbaz ve Çetinkaya, 2020). 493 üniversite öğrencisi ile gerçekleştirilen başka bir çalışmada ise gelişmeleri kaçırma korkusunun kompulsif satın alama için önemli bir risk faktörü olduğu gösterilmiştir (Aydın vd., 2019). Aynı çalışmada kompulsif çevrimiçi alışveriş ile gelişmeleri kaçırma korkusu arasındaki ilişkiye dürtüsellik ve biyolojik ritmin aracılık ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Tüketicilerin çevrimiçi alışverişlerini arttırmaya yönelik pazarlama ve iletişim faaliyetlerinde gelişmeleri kaçırma korkusunun dürtüsel bir araç olarak kullanıldığı söylenebilir (Demir ve Çetin, 2021).

### 1.3. YAŞAM DOYUMU

#### 1.3.1. Yaşam Doymu

Öznel iyi oluş, bireylerin kendi yaşamları hakkındaki bireysel değerlendirmelerine göre deneyimledikleri iyi olma düzeylerini tanımlamak üzere kullanılan şemsiye bir terimdir. Bu terim yaşam doyumu, ilgi ve bağlılık, yaşam olaylarına karşı gösterilen duygusal tepkiler , iş memnuniyeti, ilişkiler, sağlık, anlam ve amaç ile ilgili yargıları ve duyguları içerir (Diener ve Ryan,2009). Yaşam doyumu bilişsel bir yargılama sürecini ifade etmektedir. Kişinin içerisinde bulunduğu koşulların yine o kişiye göre uygun bir standart olduğu düşünülen parametreler ile karşılaştırmasına bağlı olarak memnuniyet ya da doyum yargıları oluşmaktadır (Diener vd., 1985). Memnuniyet bir ruh halidir ve rahatlık ile zevk almayı da kapsar. Bu haliyle, bilişsel olduğu kadar duygusal değerlendirmeleri de kapsar. Memnuniyet zaman içinde hem geçici hem de istikrarlı olabilir (Veenhoven,1996). Diener (1985) ölçek geliştirme çalışmasında insanların mevcut durumlarından ne kadar memnun olduklarına ilişkin yargılarının, her bireyin kendisi için belirlediği bir standartla karşılaştırmasına dayandığını, dışarıdan dayatılmadığının belirtmiştir.



Veenhoven'a göre (1996) yaşam memnuniyeti, kişinin bir bütün olarak yaşamının genel kalitesini olumlu olarak değerlendirme derecesidir. Başka bir deyişle, kişinin yaşadığı hayatı ne kadar sevdiğidir. Ayrıca mevcut duygulardan veya belirli psikosomatik semptomlardan ziyade yaşamın genel bir değerlendirmesini ifade etmesidir. Yaşamın genel bir değerlendirmesi, bireyin zihnindeki ilgili tüm kriterleri içerir: örneğin, kişinin ne kadar iyi hissettiği, beklentilerinin ne kadar iyi karşılanabileceği ve çeşitli faktörlerin ne kadar arzu edilir olduğu vb. Değerlendirmenin amacı yaşamdır, bu bir bütün olarak ele alınır ve sadece belli kısımları kapsamaz (örneğin meslek). Kişinin zevk aldığı bir işte çalışması yaşam doyumuna olumlu katkıda bulunabilir, ancak tek başına onu oluşturmaz (Veenhoven,1996). Cummins ve Nistico (2002) yaşam doyumunu ile en güçlü şekilde ilişkide olan değişkenin öz-memnuniyet olduğunu ifade etmişlerdir. Ayrıca öz memnuniyetin, öz-değer, algılanan kontrol ve iyimserlik ile ilgili üç inanca dayandığı öne sürülmüştür. Bu nedenle, bu üç inancın beraberce yaşam doyumunu belirlediği ileri sürülmektedir.( Cummins ve Nistico,2002).

Mutluluk kelimesi yerine yaşam memnuniyeti terimini kullanmanın bir avantajı, kavramın öznel karakterini vurgulamasıdır (Veenhoven,1996). Çünkü mutluluk kelimesi özellikle filozoflar tarafından aynı zamanda nesnel bir iyiyi ifade etmek için de kullanılır. Pek çok araştırma, mutlu insanların, düşük yaşam doyumuna sahip insanlara göre iyi aileler, arkadaşlar ve destekleyici ilişkilerle daha fazla çevrelendiğini göstermektedir (Diener ve Biswas-Diener,2008). Mutluluk ve sosyal olma arasındaki ilişkide mutluluk daha iyi sosyal ilişkilere yol açmaktadır.

Şimdiki yaşamın değerlendirilmesi, kişinin şu anda hissettikleriyle bire bir aynı değildir. İnsan bir gün depresif hissedebilir ama yine de hayatının o kadar da kötü olmadığını bilir ve yarın daha iyi hissedeceğinden emin olabilir. Aynı şekilde, temelde yaşam memnuniyeti düşük olan insanlar da zaman zaman neşeli olabilirler. 'Şimdi' olarak tasvir edilen dönem, tüm insanlar için eşit derecede uzun değildir (Veenhoven,1996). Çoğu yetişkin, şimdiki yaşamlarından bahsederken son birkaç yıla atıfta bulunur. Yakın zamanda geçirilen hastalık veya boşanma gibi yaşam olayları bu bakış açısını kısaltabilir. Bir ay önce eşini kaybeden biri, o olaydan sonraki hayatına odaklanacaktır (Veenhoven,1996). Bir kişi işsiz kaldığı dönemde yaşam

memnuniyetinde büyük bir düşüş yaşıyorsa, o kişinin yeniden işe girdikten sonra düşük bir memnuniyet düzeyinde kalması çok muhtemeldir (Lucas vd.,2014). Lucas vd. (2014) yaşam doyumu ve işsizlik arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmalarında işsizlik deneyiminin insanların yaşam doyumlarının temel düzeyini değiştirdiğini gösterildi. İnsanlar, işsizliği izleyen yıllarda, işsizlik öncesine göre daha az memnundu ve bu düşüş, bireyler sonunda yeniden istihdama kavuşsa bile gerçekleşti. Lucas (2015) mutluluk ile boşanma arasındaki ilişkiyi incelediği başka bir çalışmada ise boşanmış ve evli bireyler arasındaki farkın tamamen boşanmanın etkisinden kaynaklanmadığını, hayatının bir noktasında boşanan insanların evlenmeden önce bile evli kalanlara göre daha az mutlu olduğunu gösterdi. Sonuçlar; boşanma, işsizlik gibi yaşam olaylarına bir miktar uyum sağlanmasına rağmen, bunun mutlaka hızlı veya kaçınılmaz olmadığını göstermektedir. Tepkiler farklı olaylara ve hatta aynı olayı yaşayan farklı bireylere göre değişiklik göstermektedir (Lucas,2015).

#### 1.3.1.1. Yaşam Doyumu ve Demografik Değişkenler

Yüksek gelir sahibi kişiler , düşük gelir sahibi kişilerden daha mutlu olma eğilimindedirler. Zengin ülkelerdeki insanlar daha az varlıklı denklere göre hayatlarından daha fazla memnundur. Yüksek gelirin kişilere sağladığı sosyal statü, kişisel kontrol duyguları, güvenlik duygusu ve topluma kalıcı bir katkı sunmaya yönelik elde edebileceği fırsatlar düşünüldüğünde para ve mutluluk arasındaki ilişki daha rahatlıkla anlaşılabilir (Diener ve Biswas-Diener,2008). Cinsiyetler arasındaki göreceli iyi oluş seviyeleri sıklıkla incelenmiştir, ancak şu ana kadar toplanan verilere göre kadınların ve erkeklerin ortalama öznel iyi oluşları önemli ölçüde farklılaşmamaktadır ( Diener ve Ryan,2009).

1978 ve 1999 yılları arasındaki 22 yılı kapsayan boylamsal bir çalışmanın sonuçlarına göre, yaşam doyumu 65-70 yaşına kadar yükselmekteyken 70 yaşından sonra düşüşe geçmektedir (Mroczek ve Spiro, 2005). Prenda ve Lachman (2001) ise 25-74 yaş arasında dağılan örnekleme sahip çalışmalarında, yaş ve yaşam doyumu arasında pozitif bir doğrusal ilişki olduğunu göstermişlerdir. Yaşam doyumunun yaş ve kültür ile beraber nasıl farklılaştığının incelendiği bir çalışmada ise, evrensel bir yaşam doyumu yaş yörüngesinin mevcut olmayabileceği; yaş ve yaşam doyumu

arasındaki ilişkinin önemli kültürel, politik ve sosyoekonomik faktörlerle birlikte değişmesinin muhtemel olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Realo ve Dobewall, 2011).

Eğitim düzeyi ve yaşam doyumu arasındaki ilişki genelde gelir ve sosyoekonomik düzey değişkenleri kontrol edilerek incelenmiştir. Fakat gelir ve sosyoekonomik düzey hatta medeni durum bile eğitim durumunun bir fonksiyonu olabilme niteliği taşımaktadır (Powthavee, 2015). Buradan hareketle eğitim durumu ve yaşam doyumu arasındaki ilişkiyi tek denklem yaklaşımından ziyade yapısal eşitlik modeliyle inceleyen bir çalışmanın sonuçlarına göre hem erkekler hem de kadınlar için eğitimin yaşam doyumu üzerindeki tahmini en büyük dolaylı etkisi gelir yoluylaadır. Bunu uzun süreli sağlık üzerindeki olumlu etkisi takip eder. Ortalama olarak, erkekler eğitimden kadınlardan biraz daha fazla yararlanma eğilimindedir, bunun nedeni kısmen eğitimin erkeklerin istihdam edilme olasılığının daha yüksek olmasıyla daha güçlü bir şekilde ilişkilendirilmesidir (Powthavee, 2015). Yaşam doyumunun yaş ve kültür ile beraber nasıl farklılaştığının incelendiği bir çalışmada, evrensel bir yaşam doyumu yaş yörüngesinin mevcut olmayabileceği; yaş ve yaşam doyumu arasındaki ilişkinin önemli kültürel, politik ve sosyoekonomik faktörlerle birlikte değişmesinin muhtemel olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Realo ve Dobewall, 2011).

Öznel iyi oluş ve duygu kapsamında yapılan çalışmalara bakıldığında, yaşam olaylarının mutluluk ve yaşam doyumu üzerinde güçlü bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Engelli olma , işini kaybetme , romantik bir ilişkiyi sonlandırma gibi çeşitli yaşam olaylarının kişiler üzerinde uzun vadeli duygusal sonuçlara neden olmadığı gösterilmiştir (Lucas,2005). Boşanma sonrası yaşam memnuniyetinde gözlemlenen düşüşün gerçekten boşanmaya bağlı değişip değişmediğini incelemek isteyen bir çalışmada, evlilik öncesi yaşam doyumu yüksek olan kişilerin evlenme, evli kalma ve evliliklerinde mutlu olma olasılığı diğerlerine göre daha yüksek olduğu, evlilik öncesi yaşam doyumu düşük olan kişilerin ise boşanma olasılığının çok daha yüksek olduğu gösterilmiştir (Diener ve Biswas-Diener,2008 ; Lucas,2005).

### 1.3.1.2. Yaşam Doyumu ve Kompulsif Satın Alma Davranışı İlişkisi

Yaşam doyumu ve kompulsif satın alma arasındaki ilişkiyi doğrudan inceleyen sınırlı sayıda araştırma vardır (Williams, 2012; Deniz, 2020; Yeşil vd., 2022). Yaşam

memnuniyeti ve kompulsif satın alma arasındaki ilişkide satın alma yoluyla statü elde etme noktasında materyalizm önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır ve hem yaşam doyumu hem de kompulsif satın alma ile ilişkisi inceleyen çalışmalar mevcuttur (Roberts ve Jones,2001; Öz vd., 2016). Dittmar (2005b) satın alma bağımlılığında materyalizmin belirleyici olabileceğini öne sürmüştür. Bazı çalışmaların sonuçlarına göre de kompulsif satın alma ve materyalizm arasında anlamlı bir ilişki vardır (Dittmar, 2005b ; Pahm vd., 2012 ; Eroğlu,2016 ). Robert ve Clement ise (2007) materyalizmin her bir boyutunun - başarı, merkezilik ve mutluluk - ve bu değişken için toplam puanın, çeşitli alanlarda algılanan yaşam memnuniyeti ile ters orantılı olduğunu bulmuştur (örneğin, sağlık, finansal kaygılar, kişilerarası ilişkiler). Başka bir çalışmada ise materyalizmin boyutları ve alışveriş bağımlılığı arasında yaşam doyumunun aracılık rolü olduğunu gösterilmiştir (Otero-López vd.,2010)

Materyalizm ile öznel iyi oluş arasındaki ilişkiyi araştıran bir meta-analizde; materyalizmin, iyi oluş sonuçlarından en güçlü negatif korelasyonu kompulsif satın alma ile gösterdiği bulunmuştur (Dittmar vd., 2014). Wiiliam's (2012) çalışmasında, kompulsif alıcıların, kompulsif olmayan alıcılara göre daha düşük düzeyde psikolojik iyi oluş bildirdiklerini bulmuştur.

#### 1.4. KUŞAK KAVRAMI

##### 1.4.1. Literatürde Kuşak Kavramı

Kuşak kavramı Türk Dil Kurumu sözlüğünde toplum bilimiyle ilişkili olarak "*Yaklaşık yirmi beş otuz yıllık yaş kümelerini oluşturan bireyler öbeği*", felsefeyle ilişkili olarak "*Yaklaşık olarak aynı yıllarda doğmuş, aynı çağın şartlarını, dolayısıyla birbirine benzer sıkıntıları, kaderleri paylaşmış, benzer ödevlerle yükümlü olmuş kişilerin topluluğu*" olarak tanımlanmıştır (<http://www.tdk.gov.tr>). Bu tanımlarda kavramı açıklamaya yönelik yaklaşım farklılığı dikkat çekmektedir. İlki kuşaklar arasında standart bir ayırım öne sürmekteyken diğeri sosyolojik yapıdaki değişime bir gönderme yapmaktadır.

Alman sosyolog Karl Manheim (1952) kuşak kavramını incelediği makalesinde, kuşak olgusunun tarihsel toplumsal bir süreç içinde yerleşik, ilgili yaş gruplarını kucaklayan bir çeşit konum kimliği olarak açıklamıştır. Mannheim'a göre

(1952) nesil lokasyonu belirli deneyim ve düşünce kalıplarının bir kuşaktan diğerine geçmesini sağlayan doğal veriler tarafından var olma eğilimiyle belirlenir ve süreç şu şekilde işlemektedir ; (a) kültürel süreçte yeni katılımcılar ortaya çıkarken, (b) süreç içerisinde eski katılımcılar sürekli olarak ortadan kaybolmaktadır; (c) herhangi bir neslin üyeleri, tarihsel sürecin yalnızca zamansal olarak sınırlı bir bölümüne katılabilir ve, (d) bu nedenle, birikmiş kültürel mirasın sürekli olarak aktarılması gereklidir; (e) nesilden nesile geçiş sürekli devam eden bir süreçtir (Manhemim ,1952).

Geleneksel tanımına göre kuşaklar , “*Ebeveynlerin doğumu ile çocuklarının doğumu arasındaki ortalama zaman aralığı*” olarak ifade edilmektedir (<https://www.dictionary.com/>). Bu tanıma göre kuşak kavramı daha biyolojik temelli bir olguyu ifade etmektedir. Fakat bir sonraki neslin çocuk sahibi olması için geçmesi muhtemel ortalama süre zarfı günümüzde gittikçe artış göstermektedir ve bu sebeple de güncelliğini yitirmiş durumdadır (McCrindle ve Wolfinger, 2009).

Günümüzde kuşaklar bir çok yönden etkilenmektedir. Mark McCrindle ve Emily Wolfinger’ın “ABC of XYZ: Understanding the Global Generations” isimli kitabında kuşaklar “*Aynı çağda doğmuş, aynı zamanların şekillendirdiği ve aynı sosyal belirleyicilerden etkilenen bir grup insan*” (s.2) olarak tanımlanmıştır (McCrindle ve Wolfinger, 2009). Teknolojik gelişmelerin sağladığı yeni kariyer olanakları, eğitim alanında yaşanan gelişmeleri, bilgiye ulaşmadaki kolaylık, küreselleşmeye bağlı olarak etkilenen toplumsal değerler ve küresel düşünce akımları sonucunda topluluklar çok daha hızlı değişim göstermektedirler.

Hızlı toplumsal değişimler, asgari yirmi yılı kapsayan bir kuşak tanımı için oldukça geniş bir süreye karşılık gelecektir ve bunun bir sonucu olarak da günümüzde nesillerin biyolojik olmaktan çok sosyolojik olarak tanımlanması daha uygun olacaktır (McCrindle ve Wolfinger, 2009). Kuşak; 15 yıl gibi bir süre içerisinde doğmuş, ve belirli bir zaman dilimindeki olaylar ve gelişmelerden etkilenmiş olan bir insan kohortunu ifade etmektedir (McCrindle ve Wolfinger, 2009). Manheim’e göre (1952) aynı kuşak veya yaş grubunda bulunan kişiler, tarihsel ve toplumsal süreç içerisinde ortak bir konum kazanırlar ve bu konum onları belirli bir potansiyel ve deneyim aralığıyla sınırlandırır. Ayrıca kişileri belirli bir karakteristik düşünce ve

deneyim tarzına ve karakteristik bir tarihsel eylem türüne de hazırlar (Manheim,1952). Kuşaklar oluşurken farklı yaşlardaki insanlar aynı olay ve gelişmeleri yaşamaktadır. Kişinin teknolojik bir gelişme veya siyasi bir olaya maruz kaldığı yaş ise o kişinin veya topluluğun dünya görüşünü şekillendirmede belirleyici bir faktördür (McCrimdle ve Wolfinger, 2009).

Bunu yanı sıra aynı doğum tarihine sahip, aynı tarihsel süreçlerden geçen ve aynı toplumun içinde yer alan kişiler bile farklılaşabilmektedir. Manheim (1952) bunu kişinin içinde yaşadığı tarihsel ve toplumsal birimin ortak kaderine katılım ile açıklamaktadır. Ona göre uzak ilçelere dağılmış ve mevcut ayaklanmalardan neredeyse hiç etkilenmemiş köylüler, şehirlerin gençliğini harekete geçiren olaylardan etkilenmedikleri için aynı dönemin kentli gençliği ile ortak bir fiili nesil grubuna koyulmamalıdır. Günümüz nesillerinin ise daha önce hiç olmadığı kadar ortak noktada birleştikleri görülmektedir.

Özellikle gelişmiş ülkelerde , çeşitli teknolojilerin sağladığı globalleşme; bir nesli aynı olaylar, eğilimler ve gelişmeler tarafından şekillendirmektedir (McCrimdle ve Wolfinger, 2009). Yine teknoloji sayesinde gelişmiş ülkeleri bile aşan küreselleşme dünyanın her yerinden tüm gençlerin bağlantı kurmasına imkan sağlamaktadır.

#### **1.4.2. Kuşakların Sınıflandırılması**

Kuşakların etiketlemek üzere kullanılan standartlaşmış bir terminoloji yoktur çünkü kuşak farklılıklarını araştıran ve yazan farklı araştırmacılar ve danışmanlar, belirli kuşakları etiketlemek için çeşitli isimler bulmuşlardır (Reeves ve Oh, 2008). Kuşakların sınıflandırılması; sınıflandırmanın ortaya konduğu yıl, bölge ve kültür farklılıklarıyla birlikte bir çok kaynakta benzer yılları kapsamakla beraber bir takım farklılıklar göstermektedir (Howe ve Strauss,2000 ; Oblinger ve Obilnger,2005 ; Willams ve Page,2011 ; Yüksekbilgili , 2013,2016). Buna ek olarak, çeşitli yazarlar arasında, herhangi bir nesilde hangi yılların kapsanması gerektiği konusunda da önemli anlaşmazlıklar vardır (Reeves ve Oh,2008). Tablo 1 de çeşitli kuşaklara verilen farklı etiketler ile bunları kapsayan yılların bir karşılaştırılması sunulmuştur.

**Çizelge 1 Farklı Kaynaklarda Bildirilen Kuşak İsimleri ve Tarihler**

| <b>Kaynak</b>                      | <b>İsim ve Tarihler</b>     |                                  |                      |                                 |                                 |
|------------------------------------|-----------------------------|----------------------------------|----------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| <b>Howe ve Strauss (2000)</b>      | Sessiz Kuşak (1925-1942)    | Patlama Kuşağı (1943-1960)       | X Kuşağı (1961-1981) | Milenyum Nesli (1982-2002)      | -                               |
| <b>Oblinger ve Oblinger (2005)</b> | Olgunlar (1900-1946)        | Bebek Patlaması (1946-1964)      | X Kuşağı (1965-1982) | Y Kuşağı; Ağ Kuşağı (1982-1991) | Milenyum Sonrası (1995-Günümüz) |
| <b>Williams ve Page (2011)</b>     | Depresyon (1930-1945)       | Bebek Patlaması (1946-1964)      | X Kuşağı (1965-1976) | Y Kuşağı (1977-1994)            | Z Kuşağı (1994-Günümüz)         |
| <b>Yüksekbilgili (2013)</b>        | Gelenekselciler (1925-1946) | Bebek Patlama Kuşağı (1946-1963) | X Kuşağı (1963-1980) | Y Kuşağı (1980 sonrası)         | -                               |

#### 1.4.2.1. X Kuşağı

Neden ben nesli veya tembeller olarak da isimlendirilen (Williams ve Page, 2011) X kuşağı, demografik olarak 1965 ile 1977-1979 yılları arasında doğan kişilerden oluşmaktadır (McCrinkle ve Wolfinger, 2009). X kuşağının kolektif ruhu hayatta kalma zihniyeti ile şekillenmiştir ve bu sebeple akıllarında veya dillerindeki soru çoğunlukla ‘bunun hayatta kalmamla ne ilgisi var?’ olmuştur. Erken dönemde hayatlarının sorumluluğunun kendilerinde olduğunu anlayan bu kuşak kendi kendilerini idare edebilmeyi öğrenmiştir (Zemke vd., 2013). Bu kuşağı şekillendiren ana değerler Zemke vd. tarafından 8 madde olarak sıralanmıştır (*Generations at Work*, 2013, s.94);

1. Çeşitlilik
2. Küresel düşünmek
3. Denge
4. Teknoloji okur yazarlığı
5. Eğlence
6. Kural dışı hareketler
7. Özgüven

## 8. Faydacılık

X kuşağı tüm hayatlarını görece barış ve ekonomik refah içinde yaşamışlardır (McCrindle ve Wolfinger, 2009). Ürünler, reklamlar ve alışveriş konusunda hem alaycı hem de sofistikedirler. Z kuşağı fiyat bilinci en yüksek kuşak olması yanı sıra fiyat duyarlılığı düşüktür (Zemke vd., 2013).

### 1.4.2.2. Y Kuşağı

X kuşağında sonra gelen kuşak en sık Y kuşağı olarak adlandırılmıştır (Williams ve Page,2011;Oblinger ve Oblinger,2005). Milenyum kuşağı ( Howe ve Strauss, 2000) ve ağ kuşağı olarak (Oblinger ve Oblinger, 2005) da bilinmektedir. Y kuşağı internet teknolojileri ile büyüyen ilk kuşak olma özelliğini taşımaktadır (Gürsoy vd.,2008; Yüksekbilgili, 2013). Bu özellikleri itibariyle en son teknoloji ile çalışmayı severler ve elektronik işbirliğini doğal karşılarlar (Gürsoy vd., 2008). Y kuşağı başarabilecekleri şeyler noktasında kendilerine bir sınır çizmez ve risk almaları gerektiğini düşünürler (Yüksekbilgili, 2013). Çok çalışmaya ve yetişkinlerin onlara sunduğu toplu fırsatlardan tam olarak yararlanmaya zorlanan Y kuşağı, başarılı olmak için üzerlerinde bir baskı hissetmektedirler ( Howe ve Strauss,2000).

Y kuşağı kolektif eyleme inanır ve gelecek hakkında iyimserlerdir (Gürsoy vd., 2008). Çok küçük yaşlardan itibaren okulda takım sporlarında ve ders dışı etkinliklerde grup çalışması vb. etkinliklerde görev almış olmaları onları işbirlikçi kılmaktadır ve bu sebeple genellikle ekip çalışmasını tercih etmektedirler. Etkin bir grup üyesi olma özelliklerinin yanı sıra Y kuşağı; kendine güvenen, bağımsız ve kendini ifade eden kişilerden oluşmaktadır (Gürsoy vd., 2008). Howe ve Strauss'a göre milenyum kuşağının 7 ayırt edici özelliği şunlardır (*Millennials Rising: The Next Great Generation*, 2000, s.58-59);

1. Özel
2. Korunaklı
3. Özgüvenli
4. Takım Odaklı
5. Başarılı
6. Baskı Altında



## 7. Uzlaşmacı

Yüksekbilgili'nin (2013: s.346-347) Türkiye özelinde Y kuşağının karakteristik özelliklerini incelediği çalışmasında Y kuşağının başlıca özelliklerinden ilk 10'u şöyle sıralanmıştır;

1. Teknolojiyi yakından takip eder.
2. Çevrimiçi alışveriş yapar.
3. Aynı anda birden fazla işi yapabilir
4. Farklı kaynak ve araçlardan eş zamanlı gelen bilgileri kolaylıkla kavrayabilir.
5. Özgürlük için savaşımaya hazırdır.
6. Kendisini öğrenmeye istekli biri olarak tanımlar.
7. Aileye ve yuvaya önem verir.
8. Vatanseverdir.
9. İlişki odaklıdır.
10. Sosyal bilince sahiptir.

### 1.4.2.3. Z Kuşağı

Z kuşağı, ben nesli, net kuşağı ve dijital yerliler gibi isimlendirmelerle beraber 1990'ların ortasından 2010'ların sonuna kadar doğan gençleri tanımlamaktadır (Turner, 2015). Z kuşağı, interneti ergen oldukları dönemde bağımsız olarak kullanan ilk kuşağı temsil etmektedir ( Williams ve Page, 2011). Tabletler, akıllı telefonlar, sosyal medya ve düz ekran televizyonlar gibi multimedyaadaki teknolojik gelişmelerle birlikte, Z kuşağı her zaman birbirine bağlı bir dünyada etkileşime ve iletişim kurmaya alışmıştır (Turner, 2015).

Z kuşağının bilgi toplamasına yardımcı olacak ebeveynlere veya öğretmenlere ihtiyacı yoktur ve sanal arkadaşlardan ve teknolojinin getirdiği güçten etkilenmektedirler ( Williams ve Page, 2011). Z kuşağı sonuç odaklı, zor tatmin olan, kararsız ve her biri birer tüketici olarak dünyaya gelmiş bir nesildir ( Taş ve Demirdöğmez 2017). McCrindle ve Wolfinger Z kuşağının değerleri, kişilik özellikleri ve yaşam tarzına ilişkin bir özeti şu şekilde yapmıştır (*The ABC of the XYZ: Understanding the global generations*, 2009, S.65) ;

1. Yetkilendirilmişlerdir
2. Görev odaklıdırlar
3. Her zamankinden daha fazla seçeneğe sahiptirler
4. En eğitimli ve korunaklı kuşak olma özelliğini taşırlar
5. Yaşlarının ötesinde bir olgunluğa sahiptirler
6. Komplikedirler
7. Ciddidirler

### 1.5. AMAÇ

Bu çalışmada kompulsif satın alma davranışının gelişmeleri kaçırma korkusu ve yaşam doyumunu açısından incelenmesi amaçlanmıştır. Gelişmeleri kaçırma korkusu ve yaşam doyumunun kompulsif satın almayı hangi düzeyde etkilediği sosyo-demografik özelliklere göre ele alınacaktır. Bu amaçla kullanılan ölçek ve kişisel bilgi formu yoluyla elde edilen veriler uygun analiz yöntemleriyle incelenecek ve literatür ışığında yorumlanacaktır.

## İKİNCİ BÖLÜM

### 2. YÖNTEM

#### 2.1. KATILIMCILAR

Araştırmanın örneklemini 302'si kadın (%66,8) ve 137'si erkek (%31,2) olmak üzere 439 kişiden oluşmaktadır. Katılımcıların yaş aralığı 18-57 arasında değişmektedir. Araştırmaya katılma da gönüllülük esas alınmıştır.

#### 2.2. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI

Katılımcıların demografik bilgilerini elde etmek amacıyla hazırlanan Kişisel Bilgi Formu, kompulsif çevrimiçi satın alma davranışlarını belirlemek için Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği, yaşam doyumlarını belirlemek için Yaşam Doyumu Ölçeği, gelişmeleri kaçırma korkusu puanlarını elde etmek için Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği kullanılmıştır.

##### 2.2.1. Kişisel Bilgi Formu

Katılımcıların yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, algılanan gelir düzeyi, kaç tane kredi kartına sahip olduğu gibi sosyo-demografik özelliklerini belirlemek amacıyla araştırmacı tarafından hazırlanmıştır.

##### 2.2.2. Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği (KÇSAÖ)

Ölçek 18,433 katılımcı ile Andreassen, ve arkadaşları (2015) tarafından Bergen Shopping Addiction Scale adıyla alışveriş bağımlılığı değerlendirmek üzere geliştirilmiştir (Andreassen vd., 2015). Yedi bağımlılık kriterinin (belirginlik, duygudurum değişikliği, çatışma, tolerans, geri çekilme, nüksetme ve problemler) her biri için dört madde olmak üzere toplam 28 maddeden oluşmaktadır. Faktör yapısı iyi bulunmuş olup cronbach alpha değeri .95 olarak hesaplanmıştır

Ölçeğin Türkçe uyarlaması Yasemin ve Özden (2018) tarafından yapılmıştır. Orijinal ölçekteki maddelerin başına çevrimiçi ifadesi eklenmiştir. Orijinal çalışmadan

farklı olarak, çatışma problem ve nüks faktörleri tek bir faktörde toplanmış olup problem-çatışma -nüks faktörü olarak isimlendirilmiştir. 1 numaralı maddenin birden fazla faktöre uyum sağlaması dolayısıyla ölçekten çıkarılmasına karar verilmiştir. 27 madde ve 5 faktörden oluşan ölçeğin geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğuna karar verilmiştir. Ölçek 5’li likert tipindedir (0 = kesinlikle katılmıyorum; 4 = kesinlikle katılıyorum). Ölçekten en düşük 0 en yüksek 112 puan alınmaktadır. Ölçekten alınan puan yükseldikçe kişilerin çevrimiçi kompulsif alışveriş davranışı da artmaktadır.

### **2.2.3. Sosyal ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği ( GKKÖ)**

Orijinal adıyla ‘‘Fear of Missing Out Scale’’ Przybylski ve arkadaşları tarafından 2013 yılında geliştirilmiştir. Ölçek 5’li likert tipindedir (1= Hiç doğru değildir, 2= Bir parça doğrudur, 3= Orta derecede doğrudur, 4= Oldukça doğrudur, 5= Aşırı şekilde doğrudur) ve toplam da 10 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin Türkçe versiyonu Gökler, Aydın, Ünal ve Metintaş (2016) tarafından uyarlanmıştır ve bu çalışmada Cronbach Alfa katsayısı beliren yetişkinler için .83 ve ergenler için .82 olarak bulunmuştur

### **2.2.4. Yaşam Doyumu Ölçeği**

Orijinal adıyla ‘‘The Satisfaction With Life Scale’’ Diener ve arkadaşları tarafından 1985 yılında geliştirilmiştir. Ölçeğin cronbach alpha değeri 0.87 olarak hesaplanmıştır. Türkçe uyarlaması ilk kez Kökler (1991) tarafından yapılmıştır. Ölçeğin çalışmada kullanılan versiyonunun Türkçe güvenirlik geçerlilik çalışması ise Durak,Şenol-Durak ve Gençöz (2010) tarafından yapılmıştır. Ölçeği Cronbach alfa iç tutarlılık katsayısı 0.81 olarak hesaplanmıştır. Ölçek 7’li likert tipindedir (1 = Hiç Katılmıyorum ; 7 = Tamamen Katılıyorum) ve toplam 5 maddeden oluşmaktadır. Ölçekten en az 5, en fazla 35 puan alınmaktadır. Puan yükseldikçe kişilerin yaşam doyumu yükselmektedir. 20 puan nötr bir puanı ifade etmektedir. 5 -9 arası puanlar, yanıtlayıcının yaşamından oldukça memnuniyetsiz olduğunu, 15-19 arası puanlar, yanıtlayıcının yaşamından pek memnun olmadığını, 21-25 arası puanlar, yanıtlayıcının yaşamından kısmen memnun olduğunu, 31-35 arası puanlar ise yanıtlayıcının yaşamından oldukça memnun olduğunu göstermektedir (Pavot ve Diener,2008)

### 2.3. UYGULAMA

Araştırmada kullanılacak ölçekler ile ilgili olarak Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi Etik Kurulu'ndan izin alınmıştır. Google Formlar üzerinden oluşturulan anket formları internet vasıtasıyla katılımcılara ulaştırılmıştır. Araştırmanın amacı ve verilerin gizliliği konusunda katılımcılara bilgilendirme yapılmıştır. Katılımcılardan herhangi bir kimlik bilgisi alınmamış olup Kişisel Formu, Kompulsif evrimii Satın Alma leği, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma leği ve Yaşam Doyumu ölçeklerini doldurmaları istenmiştir. leklerinin tamamının doldurması yaklaşık olarak 5 dakika sürmektedir. Verilerin tamamı 2022 Mart ayı içerisinde toplanmıştır

### 2.4. VERİLERİN ANALİZİ

Araştırma için katılımcılardan toplanan verilerin istatikselsel analizi SPSS 26.0 (Statistical Package for Social Sciences) programı ile gerçekleştirilmiştir. İlk etapta 475 katılımcıdan veri toplanmış olup, evrimii alışveriş yapmadığını beyan eden 19 katılımcı ve 18-57 yaş aralığı dışında kalan 17 katılımcının verisi veri setinden çıkartılmış ve sonuçta 439 kişinin verisi ile analizler uygulanmıştır. Ölçek toplam puanları için normal dağılım varsayımı; çeyrekler arası aralığın standart sapmaya bölünmesi sonucu çıkan değerin 1.3 civarında olması, ortalama, mod, medyan ve kırpılmış ortalamasının birbirine yakın değerleri göstermesi , basıklık değerlerinin standart hatasına bölümünden elde edilen değerin  $\pm 1,5$  aralığında olması ve histogram ve nokta dağılım grafiklerinin normal dağılımı işaret etmesi yöntemleriyle test edilmiş olup gözlem sayısının yeterli olması da göz önüne alınarak tüm ölçeklerin normal dağıldığı varsayılmıştır. Örneklem grubunun betimleyici istatistiklerine dair ortalama, standart sapma, frekans ve yüzde analizleri yapılmıştır. Kullanılan leklere Cronbach's Alpha iç tutarlılık analizi uygulanmıştır.

### 2.5. BULGULAR

Bu bölümde istatikselsel analizlerden elde edilen bulgular tablo halinde sunulmuştur. İlk olarak katılımcıların demografik özelliklerinin sayı ve yüzde dağılımları frekans analizleri ile elde edilmiştir. Demografik özelliklere ilişkin sayı ve yüzde dağılımları Tablo 1'de gösterilmiştir.

**Tablo 1 Sosyo-Demografik Değişkenlerin Sayı ve Yüzde Dağılımları**

| Değişken                        | Kategori                   | n     | Yüzde |
|---------------------------------|----------------------------|-------|-------|
| Cinsiyet                        | Kadın                      | 302   | 68,8  |
|                                 | Erkek                      | 137   | 31,2  |
| Yaş                             | Z Kuşağı (18-22 yaş arası) | 94    | 21,4  |
|                                 | Y Kuşağı (23-42 yaş arası) | 269   | 61,3  |
|                                 | X Kuşağı (43-57 yaş arası) | 76    | 17,3  |
| Medeni durum                    | Bekar                      | 229   | 52,2  |
|                                 | Evli / Beraber Yaşıyor     | 210   | 47,8  |
| Eğitim durumu                   | İlköğretim                 | 28    | 6,4   |
|                                 | Lise                       | 145   | 33,0  |
|                                 | Ön Lisans                  | 40    | 9,1   |
|                                 | Lisans                     | 182   | 41,5  |
|                                 | Yüksek Lisans/Doktora      | 44    | 10,0  |
| Gelir                           | Düşük                      | 76    | 17,4  |
|                                 | Orta                       | 325   | 74,0  |
|                                 | Yüksek                     | 38    | 8,6   |
| Sahip olunan kredi kartı sayısı | 0                          | 132   | 30,1  |
|                                 | 1                          | 193   | 44,0  |
|                                 | 2 ve 2'den fazla           | 114   | 25,9  |
| <b>Toplam</b>                   |                            | 439,0 | 100,0 |

Araştırmaya katılan 439 katılımcının, %66,8'i (302 kişi) kadın, % 31,2'si (137 kişi) erkektir. Katılımcıların %21,4'ü (94 kişi) 18-22 yaş arasında olup Z kuşağında, %61,3'ü (269 kişi) 23-42 yaş arasında olup Y kuşağında, %17,3'ü 43-57 yaş arasında olup X kuşağındadır. Katılımcıların %52,2'si (229 kişi) bekar, %47,8'i ise evli veya beraber yaşıyor. Katılımcıların %6,4'ü (28 kişi) ilköğretim, %33,0'ı (145 kişi) lise, % 9,1'i (40 kişi) ön lisans, %41,5'i (182) lisans, %10,0'ı (44 kişi) yüksek lisans veya doktora mezunudur. Katılımcıların %17,4'ü (76 kişi) düşük gelirli olduğunu belirtirken, %74,0'ı (325) orta, %8,6'sı (38 kişi) ise yüksek gelirli olduğunu belirtmiştir. Ayrıca katılımcıların %30,1'i (132 kişi) kredi kartına sahip değilken, %44,0'ı (193 kişi) 1 kredi kartına, %25,0'ı (114 kişi) ise 2 veya daha fazla kredi kartına sahiptir (Tablo 1).

**Tablo.2 Çalışmada Kullanılan Ölçeklerin Genel Toplam Puanları ve Faktör Toplam Puanlarının Betimleyici İstatistik Değerleri**

| Değişkenler   | En Küçük Değer | En Büyük Değer | Ortalama | Standart Sapma |
|---|----------------|----------------|----------|----------------|
| Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği Genel Toplam Puanı                          | 0              | 83             | 25,61    | 15,50          |
| Kompulsif Satın Alma Ölçeği Problem-Çatışma Faktörü Toplam Puanı                  | 0              | 30             | 5,82     | 5,53           |
| Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği Düşünceyle Meşgul Olma Faktörü Toplam Puanı | 0              | 12             | 5,34     | 2,51           |
| Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği Geri Çekilme Faktörü Toplam Puanı           | 0              | 21             | 5,22     | 4,66           |
| Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği Duygu Düzenleme Faktörü Toplam Puanı        | 0              | 16             | 4,80     | 3,76           |
| Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği Tolerans Faktörü Toplam Puanı               | 0              | 18             | 5,29     | 3,81           |
| Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği Genel Toplam Puanı           | 10             | 46             | 21,25    | 6,93           |
| Yaşam Doyumu Ölçeği Genel Toplam Puanı  | 5              | 35             | 21,30    | 6,42           |

Yapılan analizler sonucu elde edilen tanımlayıcı istatistik verilerine göre katılımcıların Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği genel toplam puan ortalaması 25,61, standart sapması 15,50'dir ve en düşük puan 0 iken en yüksek puan 83'tür. Problem-Çatışma alt boyutunun puan ortalaması 5,82, standart sapması 5,54'tür. Bu alt boyuttan elde edilen en düşük puan 0, en yüksek puan ise 30'dur. Düşünceyle Meşgul Olma alt boyutu toplam puan ortalaması 5,22, standart sapması 2,51'dir. Bu alt boyuttan elde edilen en düşük puan 0 iken en yüksek puan 12'dir. Geri Çekilme alt boyutu toplam puan ortalaması 5,22 ve standart sapması 4,66'dır. Bu alt boyuttan elde edilen en düşük puan 0, en yüksek puan ise 21'dir. Duygu Düzenleme alt boyutu toplam puan ortalaması 4,80, standart sapması 3,76 iken bu alt boyuttan elde edilen en düşük puan 0, en yüksek puan ise 16'dır. Tolerans alt boyutu toplam puan ortalaması 5,29, standart sapması 3,81'dir. Bu alt boyuttan elde edilen en düşük puan 0, en yüksek puanı ise 18'dir. Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği toplam puan

ortalaması 21,25, standart sapması ise 6,93'tür. Bu ölçekten elde edilen en düşük puan 9, en yüksek puan ise 46'dır. Yaşam Doyumu Ölçeği toplam puan ortalaması 21,30 , standart sapması ise 6,42'dir. Bu ölçekten elde edilen en düşük puan 5, en yüksek puan ise 35'dir (Tablo 2).

**Tablo.3 Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin İç Tutarlılık Katsayıları**

| n=439  | Madde Sayısı | Alfa  |
|--|--------------|-------|
| Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği                | 27           | 0,939 |
| KÇSA-Ö Problem-Çatışma-Nüks Alt Boyutu               | 11           | 0,924 |
| KÇSA-Ö Düşünceyle Meşgul Olma Alt Boyutu             | 3            | 0,662 |
| KÇSA-Ö Geri Çekilme Alt Boyutu                       | 7            | 0,872 |
| KÇSA-Ö Duygu Düzenleme Alt Boyutu                    | 4            | 0,898 |
| KÇSA-Ö Tolerans Alt Boyutu                           | 5            | 0,828 |
| Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği | 10           | 0,856 |
| Yaşam Doyumu Ölçeği                                  | 5            | 0,858 |

Yapılan güvenirlik analizi sonucunda 28 maddeden oluşan Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği için Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı 0,939 olarak bulunmuştur. Ölçeğin alt boyutları için Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayıları 11 maddeden oluşan problem-çatışma alt boyutu için 0,924, 3 madden oluşan düşünceyle meşgul olma alt boyutu için 0,662, 7 maddeden oluşan geri çekilme alt boyutu için 0,872, 4 maddeden oluşan duygu düzenleme alt boyutu için 0,898, 5 maddeden oluşan tolerans alt boyutu için 0,858 olarak hesaplanmıştır. 10 maddeden oluşan Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği için Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı 0,856 olarak bulunmuştur. 5 maddeden oluşan Yaşam Doyumu ölçeği için Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı 0,858'dir (Tablo 3).



**Tablo.4 Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği, Yaşam Doyumu Ölçeği ve Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği Alt Boyutları için Korelasyon Analizi Bulguları**

| Değişken  | GKKÖ toplam puanı | Yaşam Doyumu Ölçeği toplam puanı |
|---|-------------------|----------------------------------|
| Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği Toplam Puanı                                | 0,280**           | -0,038                           |
| Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği Problem-Çatışma- Nüks Faktörü Toplam Puanı  | 0,108*            | 0,002                            |
| Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği Düşünceyle Meşgul Olma Faktörü Toplam Puanı | 0,268***          | -0,093                           |
| Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği Geri Çekilme Faktörü Toplam Puanı           | 0,217***          | -0,046                           |
| Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği Duygu Düzenleme Faktörü Toplam Puanı        | 0,258***          | -0,013                           |
| Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği Tolerans Faktörü Toplam Puanı               | 0,304***          | -0,032                           |
| Yaşam Doyumu Toplam Puanı   | -0,139***         | -                                |

p<0,05\*; p<0,01\*\*; p<0,001\*\*\*

Araştırmada kullanılan Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Ölçeği toplam puanı, Yaşam Doyumu Ölçeği toplam puanı ve Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği genel toplam puanı ve alt boyutları arasındaki ilişkiyi incelemek üzere Pearson Korelasyon Analizi uygulanmıştır. Analiz sonuçlarına göre Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği toplam puanı ile Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği toplam puanı arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif yönlü zayıf bir ilişki ( $r=0,240$ ;  $p<0.0001$ ), Kompulsif Satın Alma Ölçeği Problem-Çatışma alt boyutu toplam puanı ile Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği toplam puanı arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif yönlü zayıf bir ilişki ( $r=0,240$ ;  $p<0.05$ ), Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği Düşünceyle Meşgul Olma Faktörü Toplam Puanı ile Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği toplam puanı arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif yönlü zayıf bir ilişki ( $r=0,240$ ;  $p<0.0001$ ), Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği Geri Çekilme Faktörü Toplam Puanı ile Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği toplam puanı arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif yönlü zayıf bir ilişki ( $r=0,240$ ;  $p<0.0001$ ),

Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği Duygu Düzenleme Faktörü Toplam Puanı ile Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği toplam puanı arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif yönlü zayıf bir ilişki ( $r=0,240$ ;  $p<0.0001$ ), Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği Tolerans Faktörü Toplam Puanı Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği toplam puanı arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif yönlü zayıf bir ilişki ( $r=0,240$ ;  $p<0.0001$ ), Yaşam Doyumu Ölçeği Toplam Puanı ile Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği toplam puanı arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif yönlü zayıf bir ilişki ( $r=0,240$ ;  $p<0.0001$ ) vardır.

Analiz sonucuna göre, Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği toplam puanı ve alt boyut toplam puanları ile Yaşam Doyumu Ölçeği toplam puanı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. ( Tablo 4).

**Tablo.5 Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Toplam Puanının, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları**

| Bağımsız Değişken                            | B      | B'nin standart hatası | $\beta$ | t     | p     |
|--|--------|-----------------------|---------|-------|-------|
| Sabit  | 12,293 | 2,295                 |         | 5,356 | 0,000 |
| GKK Puanı                                    | 0,626  | 0,103                 | 0,280   | 6,104 | 0,000 |
| $R^2=0,079$ ; $F(1,437)=37,253$ ; $p =0,000$ |        |                       |         |       |       |

Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanın , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(437)=5,356$ ;  $p<0,000$ ) ve eğim parametresinin ( $t(437)=6,104$ ;  $p<0,000$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,437)=37,253$ ;  $p<0,000$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği puanının %8'i Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği

puanındaki 1 birimlik artışın, Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği puanını 0,626 birim arttıracığı söylenebilir (Tablo 5).

**Tablo.6 Yaş Gruplarına Göre Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Toplam Puanının , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları**

| Kuşaklar                                     | Bağımsız Değişken | B      | B'nin standart hatası | $\beta$ | t     | p     |
|--|-------------------|--------|-----------------------|---------|-------|-------|
| <b>X Kuşağı</b>                              | Sabit             | 11,189 | 5,295                 |         | 2,113 | 0,038 |
|  | GKK Puanı         | 0,697  | 0,312                 | 0,251   | 2,235 | 0,028 |
| $R^2=0,063$ ; $F(1,74)=4,996$ ; $p =0,028$   |                   |        |                       |         |       |       |
| <b>Y Kuşağı</b>                              | Sabit             | 9,929  | 3,285                 |         | 3,023 | 0,003 |
|  | GKK Puanı         | 0,764  | 0,152                 | 0,294   | 5,021 | 0,000 |
| $R^2=0,086$ ; $F(1,267)=25,215$ ; $p =0,000$ |                   |        |                       |         |       |       |
| <b>Z Kuşağı</b>                              | Sabit             | 14,853 | 6,402                 |         | 2,320 | 0,023 |
|  | GKK Puanı         | 0,478  | 0,231                 | 0,211   | 2,069 | 0,041 |
| $R^2=0,044$ ; $F(1,92)=4,282$ ; $p =0,041$   |                   |        |                       |         |       |       |

X Kuşağında, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanının , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(74)=2,113$ ;  $p<0,05$ ) ve eğim parametresinin ( $t(437)=2,235$ ;  $p<0,05$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,437)=4,996$ ;  $p<0,05$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği puanının %6'sı Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği puanını 0,697 birim arttıracığı söylenebilir.

Y Kuşağında, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanının , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen

sabit parametrenin ( $t(267)=3,023;p<0,001$ ) ve eğim parametresinin ( $t(267)=5,021;p<0,000$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,267)=25,215;p<0,000$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği puanının %9'u Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği puanını 0,764 birim arttıracığı söylenebilir.

Z Kuşağında, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanını, Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(92)=2,320;p<0,05$ ) ve eğim parametresinin ( $t(92)=2,069;p<0,05$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,267)=4,282;p<0,05$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği puanının %4'ü Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği puanını 0,478 birim arttıracığı söylenebilir (Tablo 6).

**Tablo.7 Cinsiyet Gruplarına Göre Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Toplam Puanının, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları**

| Cinsiyet                                     | Bağımsız Değişken | B      | B'nin standart hatası | $\beta$ | t     | p     |
|--|-------------------|--------|-----------------------|---------|-------|-------|
| Kadın  | Sabit             | 12,787 | 2,713                 |         | 4,713 | 0,000 |
|  | GKK Puanı         | 0,681  | 0,120                 | 0,312   | 5,684 | 0,000 |
| $R^2=0,097$ ; $F(1,300)=32,303$ ; $p =0,000$ |                   |        |                       |         |       |       |
| Erkek  | Sabit             | 13,111 | 4,150                 |         | 3,159 | 0,002 |
|  | GKK Puanı         | 0,410  | 0,191                 | 0,182   | 2,146 | 0,034 |
| $R^2=0,033$ ; $F(1,135)=4,604$ ; $p =0,034$  |                   |        |                       |         |       |       |

Kadın grubunda , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanının , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(300)=4,713$ ;  $p<0,000$ ) ve eğim parametresinin ( $t(300)=5,684$ ;  $p<0,000$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,300)=32,303$ ;  $p<0,000$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği puanının %10'u Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği puanını 0,681 birim arttıracığı söylenebilir.

Erkek grubunda Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanının , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(135)=3,159$ ;  $p<0,01$ ) ve eğim parametresinin ( $t(135)=2,146$ ;  $p<0,05$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,135)=4,604$ ;  $p<0,05$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği puanının

%3'ü Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği puanını 0,410 birim arttıracığı söylenebilir (Tablo 7).

**Tablo.8 Medeni Durum Gruplarına Göre Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Toplam Puanının, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları**

| Medeni Durum                                 | Bağımsız Değişken | B      | B'nin standart hatası | $\beta$ | t     | p     |
|--|-------------------|--------|-----------------------|---------|-------|-------|
| <b>Bekar</b>                                 | Sabit             | 10,921 | 3,359                 |         | 3,251 | 0,001 |
|  | GKK Puanı         | 0,667  | 0,139                 | 0,304   | 4,799 | 0,000 |
| $R^2=0,092$ ; $F(1,227)=23,032$ ; $p =0,000$ |                   |        |                       |         |       |       |
| <b>Evli</b>                                  | Sabit             | 13,061 | 3,411                 |         | 3,829 | 0,000 |
|  | GKK Puanı         | 0,612  | 0,169                 | 0,243   | 3,620 | 0,000 |
| $R^2=0,059$ ; $F(1,208)=13,105$ ; $p =0,000$ |                   |        |                       |         |       |       |

Bekar grupta , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanın , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(227)=3,251;p<0,001$ ) ve eğim parametresinin ( $t(227)=4,779;p<0,000$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,227)=23,032;p<0,000$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği puanının %9'u Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği puanını 0,667 birim arttıracığı söylenebilir.

Evli grupta Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanın , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(208)=3,829;p<0,00$ ) ve eğim parametresinin

( $t(208)=3,620;p<0,000$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,208)=13,105;p<0,000$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği puanının %6'sı Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği puanını 0,612 birim arttıracığı söylenebilir (Tablo 8).

**Tablo.9 Gelir gruplarına göre Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Toplam Puanının ,Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları**

| Gelir Düzeyi                                 | Bağımsız Değişken | B      | B'nin standart hatası | $\beta$ | t     | p     |
|--|-------------------|--------|-----------------------|---------|-------|-------|
| Düşük  | Sabit             | 9,195  | 5,187                 |         | 1,773 | 0,080 |
|  | GKK Puanı         | 0,634  | 0,206                 | 0,337   | 3,084 | 0,003 |
| $R^2=0,114$ ; $F(1,74)=9,511$ ; $p =0,003$   |                   |        |                       |         |       |       |
| Orta   | Sabit             | 10,134 | 2,736                 |         | 3,704 | 0,000 |
|  | GKK Puanı         | 0,738  | 0,128                 | 0,306   | 5,782 | 0,000 |
| $R^2=0,094$ ; $F(1,323)=33,432$ ; $p =0,000$ |                   |        |                       |         |       |       |
| Yüksek                                       | Sabit             | 30,629 | 8,437                 |         | 3,630 | 0,001 |
|  | GKK Puanı         | 0,033  | 0,354                 | 0,015   | 0,092 | 0,927 |
| $R^2=0,000$ ; $F(1,36)=0,008$ ; $p =0,927$   |                   |        |                       |         |       |       |

Düşük gelir grubunda , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanın , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(74)=1,773;p>0,05$ ) istatistiksel olarak anlamlı olmadığı eğim parametresinin ( $t(74)=3,084;p<0,05$ ) ise istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,74)=9,511;p<0,05$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği puanının %11'i Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu

Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği puanını 0,634 birim arttıracığı söylenebilir.

Orta gelir grubunda, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanının , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(323)=3,704;p<0,000$ ) ve eğim parametresinin ( $t(323)=5,782;p<0,000$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,323)=33,432;p<0,000$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği puanının %9'u Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği puanını 0,738 birim arttıracığı söylenebilir.

Yüksek gelir grubunda, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanının , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli F testi sonucuna göre modelin genelinde istatistiksel olarak anlamlı olmadığı gözlenmiştir,  $F(1,36)=0,008;p>0,05$ . Bu durumda çıkan sonuçlar yorumlanamaz (Tablo 9).



**Tablo.10 Eğitim Düzeyi Gruplarına göre Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Toplam Puanının , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları**

| Eğitim Düzeyi                                | Bağımsız Değişken | B      | B'nin standart hatası | $\beta$ | t      | p     |
|--|-------------------|--------|-----------------------|---------|--------|-------|
| Lise ve Altı                                 | Sabit             | 16,188 | 3,364                 |         | 16,188 | 0,000 |
|  | GKK Puanı         | 0,447  | 0,138                 | 0,240   | 0,447  | 0,001 |
| $R^2=0,058$ ; $F(1,171)=10,440$ ; $p =0,001$ |                   |        |                       |         |        |       |
| Lise ve Üstü                                 | Sabit             | 8,907  | 3,217                 |         | 8,907  | 0,006 |
|  | GKK Puanı         | 0,803  | 0,153                 | 0,307   | 0,803  | 0,000 |
| $R^2=0,094$ ; $F(1,264)=27,507$ ; $p =0,000$ |                   |        |                       |         |        |       |

Lise ve altı eğitim düzeyi grubunda , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanın , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(171)=16,188;p>0,000$ ) ve eğitim parametresinin ( $t(171)=0,447;p<0,05$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,171)=10,440;p<0,05$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği puanının %6'sı Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği puanını 0,447 birim arttıracığı söylenebilir.

Lise ve üstü eğitim düzeyin gurubunda, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanın , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(264)=8,907;p<0,000$ ) ve eğitim parametresinin ( $t(264)=0,803;p<0,000$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,264)=27,597;p<0,000$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Kompulsif Çevrimiçi

Satın Alma Ölçeği puanının %9'u Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği puanını 0,803 birim arttıracığı söylenebilir (Tablo 10).

**Tablo.11 Sahip Olunan Kredi Kartı Sayısı Gruplarına göre Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Toplam Puanının , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları**

| Kredi Kartı Sayısı                           | Bağımsız Değişken | B      | B'nin standart hatası | $\beta$ | t     | p     |
|--|-------------------|--------|-----------------------|---------|-------|-------|
| <b>Hiç Yok</b>                               | Sabit             | 10,508 | 4,074                 |         | 2,579 | 0,011 |
|  | GKK Puanı         | 0,605  | 0,172                 | 0,295   | 3,516 | 0,001 |
| $R^2=0,080$ ; $F(1,130)=12,362$ ; $p =0,001$ |                   |        |                       |         |       |       |
| <b>1 adet</b>                                | Sabit             | 11,482 | 3,638                 |         | 3,156 | 0,002 |
|  | GKK Puanı         | 0,686  | 0,166                 | 0,287   | 4,135 | 0,000 |
| $R^2=0,077$ ; $F(1,191)=17,099$ ; $p =0,000$ |                   |        |                       |         |       |       |
| <b>2 ve daha fazla</b>                       | Sabit             | 13,261 | 4,369                 |         | 3,035 | 0,000 |
|  | GKK Puanı         | 0,671  | 0,203                 | 0,298   | 3,304 | 0,001 |
| $R^2=0,081$ ; $F(1,112)=10,918$ ; $p =0,001$ |                   |        |                       |         |       |       |

Hiç kredi kartı olmayan grupta, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanının , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(130)=2,579$ ;  $p<0,05$ ) ve eğim parametresinin ( $t(130)=3,516$ ;  $p<0,01$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,130)=12,362$ ;  $p<0,01$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği puanının %8'i Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği puanını 0,605 birim arttıracığı söylenebilir.

Bir adet kredi kartına sahip olan grupta, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanın , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(191)=3,156;p<0,01$ ) ve eğim parametresinin ( $t(191)=4,135;p<0,001$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,191)=17,099;p<0,001$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği puanının %8'i Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği puanını 0,686 birim arttıracığı söylenebilir.

İki veya daha fazla sayıda kredi kartına sahip olan grupta, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanın , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(112)=3,035;p<0,001$ ) ve eğim parametresinin ( $t(112)=3,304;p<0,01$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,112)=10,918;p<0,01$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği puanının %8'i Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği puanını 0,671 birim arttıracığı söylenebilir (Tablo 11).

**Tablo.12 Düşünceyle Meşgul Olma Puanının, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları**

| Bağımsız Değişken                            | B     | B'nin standart hatası | $\beta$ | t     | p     |
|--|-------|-----------------------|---------|-------|-------|
| Sabit  | 3,278 | 0,374                 |         | 8,762 | 0,000 |
| GKK Puanı                                    | 0,097 | 0,017                 | 0,268   | 5,823 | 0,000 |
| $R^2=0,072$ ; $F(1,437)=33,909$ ; $p =0,000$ |       |                       |         |       |       |

Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanın , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği , Düşünceyle Meşgul Olma Alt Boyutu toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(437)=8,762$ ;  $p<0,000$ ) ve eğim parametresinin ( $t(437)=5,823$ ;  $p<0,000$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,437)=33,909$ ;  $p<0,000$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Düşünceyle Meşgul Olma puanının %7'si Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Düşünceyle Meşgul Olma puanını 0,097 birim arttıracığı söylenebilir (Tablo 12).

**Tablo.13 Duygu Düzenleme Puanının, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları**

| Bağımsız Değişken                            | B     | B'nin standart hatası | $\beta$ | t     | p     |
|--|-------|-----------------------|---------|-------|-------|
| Sabit  | 1,832 | 0,561                 |         | 3,267 | 0,001 |
| GKK Puanı                                    | 0,140 | 0,025                 | 0,258   | 5,573 | 0,000 |
| $R^2=0,066$ ; $F(1,437)=31,055$ ; $p =0,000$ |       |                       |         |       |       |

Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanın , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği Duygu Düzenleme Alt Boyutu toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna

göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(437)=3,267;p<0,001$ ) ve eğim parametresinin ( $t(437)=5,573;p<0,000$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,437)=31,055;p<0,000$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Duygu Düzenleme puanının %7'si Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Duygu Düzenleme puanını 0,140 birim arttıracığı söylenebilir (Tablo 13).

**Tablo.14 Tolerans Puanının, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları**

| Bağımsız Değişken                            | B     | B'nin standart hatası | $\beta$ | t     | p     |
|--|-------|-----------------------|---------|-------|-------|
| Sabit  | 1,742 | 0,560                 |         | 3,109 | 0,002 |
| GKK Puanı                                    | 0,167 | 0,025                 | 0,304   | 6,674 | 0,000 |
| $R^2=0,093$ ; $F(1,437)=44,547$ ; $p =0,000$ |       |                       |         |       |       |

Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanın , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği Tolerans Alt Boyutu toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(437)=3,109;p<0,002$ ) ve eğim parametresinin ( $t(437)=6,674;p<0,000$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,437)=44,547;p<0,000$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Tolerans puanının %9'u Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Tolerans puanını 0,167 birim arttıracığı söylenebilir (Tablo 14).

**Tablo.15 Cinsiyet Gruplarına Göre Düşünceyle Meşgul Olma Toplam Puanının , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları**

| Cinsiyet                                    | Bağımsız Değişken | B     | B'nin standart hatası | $\beta$ | t     | p     |
|---|-------------------|-------|-----------------------|---------|-------|-------|
| Kadın                                       | Sabit             | 3,112 | 0,433                 |         | 7,193 | 0,000 |
|   | GKK Puanı         | 0,111 | 0,019                 | 0,317   | 5,792 | 0,000 |
| $R^2=101$ ; $F(1,300)=33,551$ ; $p =0,000$  |                   |       |                       |         |       |       |
| Erkek                                       | Sabit             | 3,868 | 0,733                 |         | 5,275 | 0,000 |
|   | GKK Puanı         | 0,056 | 0,034                 | 0,142   | 1,667 | 0,098 |
| $R^2=0,020$ ; $F(1,135)=2,780$ ; $p =0,098$ |                   |       |                       |         |       |       |

Kadın grubunda , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanının , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği alt boyutu Düşünceyle Meşgul Olma toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(300)=7,193$ ;  $p<0,000$ ) ve eğim parametresinin ( $t(300)=5,792$ ;  $p<0,000$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,300)=33,551$ ;  $p<0,000$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Düşünceyle Meşgul Olma puanının %10'u Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği puanını 0,111 birim arttıracığı söylenebilir.

Erkek grubunda, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanının , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği Düşünceyle Meşgul olma alt boyutu toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli F testi sonucuna göre modelin genelinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı gözlenmiştir,  $F(1,135)=2,780$ ;  $p>0,05$ . Bu durumda çıkan sonuçlar yorumlanamaz (Tablo 15).

**Tablo.16 Cinsiyet Gruplarına Göre Duygu Düzenleme Toplam Puanının , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları**

| Cinsiyet                                     | Bağımsız Değişken | B     | B'nin standart hatası | $\beta$ | t     | p     |
|--|-------------------|-------|-----------------------|---------|-------|-------|
| Kadın  | Sabit             | 2,153 | 0,691                 |         | 3,115 | 0,002 |
|  | GKK Puanı         | 0,151 | 0,031                 | 0,274   | 4,939 | 0,000 |
| $R^2=0,072$ ; $F(1,300)=24,394$ ; $p =0,000$ |                   |       |                       |         |       |       |
| Erkek  | Sabit             | 1,695 | 0,853                 |         | 1,988 | 0,049 |
|  | GKK Puanı         | 0,087 | 0,039                 | 0,188   | 2,220 | 0,028 |
| $R^2=0,028$ ; $F(1,135)=4,927$ ; $p =0,028$  |                   |       |                       |         |       |       |

Kadın grubunda , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanının , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği Duygu Düzenleme alt boyutu toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(300)=3,115$ ;  $p<0,002$ ) ve eğim parametresinin ( $t(300)=4,939$ ;  $p<0,000$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,300)=24,394$ ;  $p<0,000$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Duygu Düzenleme puanının %7'si Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Duygu Düzenleme puanını 0,151 birim arttıracığı söylenebilir.

Erkek grubunda Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanının , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği Duygu Düzenleme alt boyutu toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(135)=1,988$ ;  $p<0,05$ ) ve eğim parametresinin ( $t(135)=2,220$ ;  $p<0,05$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,135)=4,604$ ;  $p<0,05$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Duygu Düzenleme puanının %3'ü Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı

tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Duygu Düzenleme puanını 0,087 birim arttıracığı söylenebilir (Tablo 16).

**Tablo.17 Cinsiyet Gruplarına Göre Tolerans Toplam Puanının , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları**

| Cinsiyet                                     | Bağımsız Değişken | B     | B'nin standart hatası | $\beta$ | t     | p     |
|--|-------------------|-------|-----------------------|---------|-------|-------|
| Kadın  | Sabit             | 1,815 | 0,653                 |         | 2,781 | 0,006 |
|  | GKK Puanı         | 0,178 | 0,029                 | 0,336   | 6,170 | 0,000 |
| $R^2=0,113$ ; $F(1,300)=38,073$ ; $p =0,000$ |                   |       |                       |         |       |       |

Kadın grubunda , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanının , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği Tolerans alt boyutu toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(300)=2,781$ ;  $p<0,05$ ) ve eğim parametresinin ( $t(300)=6,170$ ;  $p<0,000$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,300)=38,073$ ;  $p<0,000$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Tolerans puanının %11'i Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Tolerans puanını 0,178 birim arttıracığı söylenebilir (Tablo 17).



**Tablo.18 Kuşak Gruplarına Göre Düşünceyle Meşgul Olma Toplam Puanının , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları**

| Cinsiyet                                     | Bağımsız Değişken | B     | B'nin standart hatası | $\beta$ | t     | p     |
|--|-------------------|-------|-----------------------|---------|-------|-------|
| Y Kuşağı                                     | Sabit             | 3,100 | 0,533                 |         | 5,816 | 0,000 |
|  | GKK Puanı         | 0,108 | 0,025                 | 0,258   | 4,359 | 0,000 |
| $R^2=0,066$ ; $F(1,267)=18,997$ ; $p =0,000$ |                   |       |                       |         |       |       |

Y Kuşağında, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanın , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği toplam puanı alt boyutu Düşünceyle Meşgul Olma üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(267)=5,816$ ;  $p<0,0001$ ) ve eğim parametresinin ( $t(267)=4,359$ ;  $p<0,001$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,267)=18,997$ ;  $p<0,001$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Düşünceyle Meşgul Olma puanının %7'si Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Düşünceyle Meşgul Olma puanını 0,108 birim arttıracığı söylenebilir (Tablo 18).

**Tablo.19 Kuşak Gruplarına Göre Duygu Düzenleme Toplam Puanının , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları**

| Cinsiyet                                 | Bağımsız Değişken | B     | B'nin standart hatası | $\beta$ | t     | p     |
|--|-------------------|-------|-----------------------|---------|-------|-------|
| Y Kuşağı                                 | Sabit             | 2,122 | 0,801                 |         | 2,650 | 0,009 |
|  | GKK Puanı         | 0,130 | 0,037                 | ,209    | 3,498 | 0,012 |
| $R^2=0,044$ ; $F(1,267)=12,237$ p =0,001 |                   |       |                       |         |       |       |
| Z Kuşağı                                 | Sabit             | 2,456 | 1,602                 |         | 1,534 | 0,129 |
|  | GKK Puanı         | 0,122 | 0,058                 | 0,215   | 2,109 | 0,038 |
| $R^2=0,46$ ; $F(1,92)=4,446$ ; p =0,038  |                   |       |                       |         |       |       |

Y Kuşağında, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanın , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği alt boyutu Duygu Düzenleme toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(267)=2,650$ ;  $p<0,01$ ) ve eğim parametresinin ( $t(267)=3,598$ ;  $p<0,05$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,267)=12,237$ ;  $p<0,01$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Duygu Düzenleme puanının %4'ü Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Duygu Düzenleme puanını 0,764 birim arttıracığı söylenebilir.

Z Kuşağında, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanın , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı ( $t(92)=1,534$ ;  $p>0,05$ ), eğim parametresinin ( $t(92)=2,109$ ;  $p<0,05$ ) ise istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,267)=4,446$ ;  $p<0,05$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Duygu Düzenleme puanının %4'ü Sosyal

Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Duygu Düzenleme puanını 0,478 birim arttıracığı söylenebilir (Tablo 19).

**Tablo.20 Medeni Durum Gruplarına Göre Düşünceyle Meşgul Olma Puanının , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları**

| Medeni Durum                                 | Bağımsız Değişken | B     | B'nin standart hatası | $\beta$ | t     | p     |
|--|-------------------|-------|-----------------------|---------|-------|-------|
| <b>Bekar</b>                                 | Sabit             | 3,217 | 0,520                 |         | 6,189 | 0,000 |
|  | GKK Puanı         | 0,103 | 0,021                 | 0,302   | 4,779 | 0,001 |
| $R^2=0,091$ ; $F(1,227)=22,843$ ; $p =0,001$ |                   |       |                       |         |       |       |
| <b>Evli</b>                                  | Sabit             | 3,523 | 0,589                 |         | 5,983 | 0,000 |
|  | GKK Puanı         | 0,081 | 0,029                 | 0,190   | 2,784 | 0,006 |
| $R^2=0,036$ ; $F(1,208)=7,748$ ; $p =0,006$  |                   |       |                       |         |       |       |

Bekar grupta , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanın , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(227)=6,189;p<0,001$ ) ve eğim parametresinin ( $t(227)=4,779;p<0,01$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,227)=22,843;p<0,01$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Düşünceyle Meşgul Olma puanının %9'u Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Düşünceyle Meşgul Olma puanını 0,103 birim arttıracığı söylenebilir.

Evli grupta Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanın , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen

sabit parametrenin ( $t(208)=5,983;p<0,001$ ) ve eğim parametresinin ( $t(208)=2,784;p<0,05$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,208)=7,748;p<0,05$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Düşünceyle Meşgul Olma puanının %4'ü Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Düşünceyle Meşgul Olma puanını 0,081 birim arttıracığı söylenebilir (Tablo 20).

**Tablo.21 Medeni Durum Gruplarına Göre Duygu Düzenleme Puanının , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları**

| Medeni Durum                           | Bağımsız Değişken | B     | B'nin standart hatası | $\beta$ | t     | p     |
|--|-------------------|-------|-----------------------|---------|-------|-------|
| Bekar                                  | Sabit             | 1,512 | 0,837                 |         | 1,807 | 0,072 |
|  | GKK Puanı         | 0,162 | 0,035                 | 0,296   | 4,671 | 0,000 |
| $R^2=0,088; F(1,227)=21,821; p =0,001$ |                   |       |                       |         |       |       |
| Evli                                   | Sabit             | 2,764 | 0,806                 |         | 3,429 | 0,001 |
|  | GKK Puanı         | 0,081 | 0,040                 | 0,139   | 2,030 | 0,006 |
| $R^2=0,019; F(1,208)=4,120; p =0,044$  |                   |       |                       |         |       |       |

Bekar grupta , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanın , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği alt boyutu Duygu Düzenleme toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı ( $t(227)=1,807;p<0,05$ ), eğim parametresinin ise ( $t(227)=4,671;p<0,001$ ) istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,227)=21,821;p<0,01$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Duygu Düzenleme puanının %9'u Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda

Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Duygu Düzenleme puanını 0,162 birim arttıracığı söylenebilir.

Evli grupta Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanın , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği alt boyutu Duygu Düzenleme toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(208)=3,429;p<0,01$ ) ve eğitim parametresinin ( $t(208)=2,030;p<0,000$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,208)=4,120;p<0,05$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Duygu Düzenleme puanının %2'si Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Duygu Düzenleme puanını 0,081 birim arttıracığı söylenebilir (Tablo 21).

**Tablo.22 Medeni Durum Gruplarına Göre Tolerans Puanının , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları**

| Medeni Durum                                  | Bağımsız Değişken | B     | B'nin standart hatası | $\beta$ | t     | p     |
|---|-------------------|-------|-----------------------|---------|-------|-------|
| Bekar   | Sabit             | 1,566 | 0,835                 |         | 1,875 | 0,062 |
|   | GKK Puanı         | 0,165 | 0,035                 | 0,303   | 4,784 | 0,000 |
| $R^2=0,092$ ; $F(1,227)=22,882$ ; $p = 0,001$ |                   |       |                       |         |       |       |
| Evli  | Sabit             | 1,409 | 0,810                 |         | 1,740 | 0,083 |
|   | GKK Puanı         | 0,197 | 0,040                 | 0,323   | 4,914 | 0,000 |
| $R^2=0,104$ ; $F(1,208)=24,146$ ; $p = 0,044$ |                   |       |                       |         |       |       |

Bekar grupta , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanın , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği alt boyutu Tolerans toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı ( $t(227)=1,875;p>0,05$ ), eğitim parametresinin ise ( $t(227)=4,784;p<0,001$ ) istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F

testi sonucuna göre modelin genelini de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,227)=22,882;p<0,01$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Tolerans puanının %9'u Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Tolerans puanını 0,165 birim arttıracığı söylenebilir.

Evli grupta Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanın , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği alt boyutu Tolerans toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(208)=1,704;p>0,05$ ) ve eğim parametresinin ( $t(208)=4,914;p<0,001$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelini de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,208)=24,146;p<0,000$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Tolerans puanının %10'u Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Tolerans puanını 0,197 birim arttıracığı söylenebilir (Tablo 22).

**Tablo.23 Eğitim Düzeyi Gruplarına Göre Düşünceyle Meşgul Olma Puanının , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları**

| Eğitim Düzeyi                                | Bağımsız Değişken | B     | B'nin standart hatası | $\beta$ | t     | p     |
|--|-------------------|-------|-----------------------|---------|-------|-------|
| Lise ve Altı                                 | Sabit             | 3,578 | 0,560                 |         | 3,578 | 0,000 |
|  | GKK Puanı         | 0,081 | 0,023                 | 0,259   | 0,081 | 0,001 |
| $R^2=0,067$ ; $F(1,171)=12,252$ ; $p =0,001$ |                   |       |                       |         |       |       |
| Ön Lisans ve Üstü                            | Sabit             | 2,940 | 0,520                 |         | 2,940 | 0,000 |
|  | GKK Puanı         | 0,117 | 0,025                 | 0,279   | 0,117 | 0,000 |
| $R^2=0,078$ ; $F(1,264)=22,343$ ; $p =0,000$ |                   |       |                       |         |       |       |

Lise ve altı eğitim düzeyi grubunda , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanın , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği alt boyutu Düşünceyle Meşgul Olma toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(171)=3,578$ ;  $p>0,001$ ) ve eğitim parametresinin ( $t(171)=0,081$ ;  $p<0,01$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,171)=12,252$ ;  $p<0,01$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Düşünceyle Meşgul Olma Ölçeği puanının %7'si Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Düşünceyle Meşgul Olma puanını 0,081 birim arttıracığı söylenebilir.

Lise ve üstü eğitim düzeyin grubunda, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanın , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği alt boyutu Düşünceyle Meşgul Olma toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(264)=2,9040$ ;  $p<0,001$ ) ve eğitim parametresinin ( $t(264)=0,117$ ;  $p<0,001$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,264)=22,343$ ;  $p<0,01$ . Elde

edilen belirlilik katsayısına göre Düşünceyle Meşgul Olma puanının %8'i Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Düşünceyle Meşgul Olma puanını 0,117 birim arttıracığı söylenebilir (Tablo 23).

**Tablo.24 Eğitim Düzeyi Gruplarına Göre Duygu Düzenleme Puanının , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları**

| Eğitim Düzeyi                                | Bağımsız Değişken | B     | B'nin standart hatası | $\beta$ | t     | p     |
|--|-------------------|-------|-----------------------|---------|-------|-------|
| Lise ve Altı                                 | Sabit             | 1,802 | 0,810                 |         | 1,802 | 0,027 |
|  | GKK Puanı         | 0,133 | 0,033                 | 0,291   | 0,133 | 0,000 |
| $R^2=0,079$ ; $F(1,171)=15,814$ ; $p =0,000$ |                   |       |                       |         |       |       |
| Ön Lisans ve Üstü                            | Sabit             | 1,628 | 0,794                 |         | 1,628 | 0,041 |
|  | GKK Puanı         | 0,156 | 0,038                 | 0,247   | 0,156 | 0,000 |
| $R^2=0,057$ ; $F(1,264)=17,098$ ; $p =0,000$ |                   |       |                       |         |       |       |

Lise ve altı eğitim düzeyi grubunda , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanın , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği alt boyutu Duygu Düzenleme toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(171)=1,802$ ;  $p>0,05$ ) ve eğim parametresinin ( $t(171)=0,133$ ;  $p<0,001$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,171)=15,814$ ;  $p<0,001$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Duygu Düzenleme puanının %8'i Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Duygu Düzenleme puanını 0,133 birim arttıracığı söylenebilir.

Lise ve üstü eğitim düzeyi grubunda, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanın , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği alt boyutu Duygu Düzenleme toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit



Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(264)=1,628;p<0,05$ ) ve eğim parametresinin ( $t(264)=0,156;p<0,001$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,264)=17,098;p<0,001$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Duygu Düzenleme puanının %6'sı Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Duygu Düzenleme puanını 0,156 birim arttıracığı söylenebilir (Tablo 24).

**Tablo.25 Gelir gruplarına Göre Düşünceyle Meşgul Olma Toplam Puanının , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları**

| Gelir Düzeyi                                 | Bağımsız Değişken | B     | B'nin standart hatası | $\beta$ | t     | p     |
|--|-------------------|-------|-----------------------|---------|-------|-------|
| Düşük  | Sabit             | 3,243 | 0,815                 |         | 3,981 | 0,000 |
|  | GKKÖ Puanı        | 0,107 | 0,032                 | 0,359   | 3,312 | 0,001 |
| $R^2=0,129$ ; $F(1,74)=10,966$ ; $p =0,001$  |                   |       |                       |         |       |       |
| Orta   | Sabit             | 3,243 | 0,458                 |         | 7,085 | 0,000 |
|  | GKKÖ Puanı        | 0,094 | 0,021                 | 0,238   | 4,411 | 0,000 |
| $R^2=0,057$ ; $F(1,323)=19,454$ ; $p =0,000$ |                   |       |                       |         |       |       |

Düşük gelir grubunda , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanın , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği alt boyutu Düşünceyle Meşgul Olma toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(74)=3,981;p<0,001$ ) ve eğim parametresinin ( $t(74)=3,312;p<0,01$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,74)=10,966;p<0,01$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Düşünceyle Meşgul Olma puanının %13'ü Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal

Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Düşünceyle Meşgul Olma puanını 0,107 birim arttıracığı söylenebilir.

Orta gelir grubunda, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanının , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği alt boyutu Düşünceyle Meşgul Olma toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(323)=7,085;p<0,001$ ) ve eğim parametresinin ( $t(323)=4,411;p<0,001$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,323)=33,432;p<0,001$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Düşünceyle Meşgul Olma puanının %6'sı Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Düşünceyle Meşgul Olma puanını 0,094 birim arttıracığı söylenebilir (Tablo 25).

**Tablo.26 Gelir Gruplarına Göre Duygu Düzenleme Toplam Puanının , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları**

| Gelir Düzeyi                           | Bağımsız Değişken | B     | B'nin standart hatası | $\beta$ | t     | p     |
|--|-------------------|-------|-----------------------|---------|-------|-------|
| Düşük                                  | Sabit             | 0,799 | 1,389                 |         | 0,575 | 0,567 |
|  | GKKÖ Puanı        | 0,190 | 0,055                 | 0,372   | 2,254 | 0,001 |
| $R^2=0,127; F(1,74)=11,896; p =0,027$  |                   |       |                       |         |       |       |
| Orta                                   | Sabit             | 2,069 | 0,659                 |         | 3,142 | 0,002 |
|  | GKKÖ Puanı        | 0,121 | 0,031                 | 0,214   | 3,931 | 0,000 |
| $R^2=0,043; F(1,323)=15,452; p =0,000$ |                   |       |                       |         |       |       |

Düşük gelir grubunda , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanının , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği alt boyutu Düşünceyle Meşgul Olma toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(74)=0,575;p>0,05$ ) istatistiksel olarak anlamlı olmadığı, eğim parametresinin ise ( $t(74)=2,254;p<0,01$ ) istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak

anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,74)=11,896;p<0,05$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Düşünceyle Meşgul Olma puanının %13'ü Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Düşünceyle Meşgul Olma puanını 0,190 birim arttıracığı söylenebilir.

Orta gelir grubunda, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanının , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği alt boyutu Düşünceyle Meşgul Olma toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(323)=3,142;p<0,01$ ) ve eğim parametresinin ( $t(323)=2,931;p<0,001$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,323)=15,452;p<0,001$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Düşünceyle Meşgul Olma puanının %4'ü Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Düşünceyle Meşgul Olma puanını 0,121 birim arttıracığı söylenebilir (Tablo 26).

**Tablo.27 Gelir Gruplarına Göre Tolerans Toplam Puanının , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları**

| Gelir Düzeyi                                 | Bağımsız Değişken | B     | B'nin standart hatası | $\beta$ | t     | p     |
|--|-------------------|-------|-----------------------|---------|-------|-------|
| Düşük  | Sabit             | 1,963 | 1,309                 |         | 1,500 | 0,138 |
|  | GKKÖ Puanı        | 0,117 | 0,052                 | 0,253   | 2,254 | 0,027 |
| $R^2=0,064$ ; $F(1,74)=5,082$ ; $p =0,027$   |                   |       |                       |         |       |       |
| Orta   | Sabit             | 0,822 | 0,656                 |         | 1,253 | 0,211 |
|  | GKKÖ Puanı        | 0,214 | 0,031                 | 0,363   | 7,009 | 0,000 |
| $R^2=0,132$ ; $F(1,323)=49,121$ ; $p =0,000$ |                   |       |                       |         |       |       |

Düşük gelir grubunda , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanının , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği alt boyutu Tolerans toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(74)=1,500$ ;  $p>0,05$ ) istatistiksel olarak anlamlı olmadığı, eğim parametresinin ise ( $t(74)=2,254$ ;  $p<0,05$ ) istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,74)=5,082$ ;  $p<0,05$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Düşünceyle Meşgul Olma puanınının %6'sı Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Tolerans puanını 0,117 birim arttıracığı söylenebilir.

Orta gelir grubunda, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanının , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği alt boyutu Tolerans toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(323)=1,253$ ;  $p>0,05$ ) istatistiksel olarak anlamlı olmadığı, eğim parametresinin ise ( $t(323)=7,009$ ;  $p<0,001$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,323)=49,121$ ;  $p<0,001$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre

Tolerans puanının %13'ü Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Tolerans puanını 0,214 birim arttıracığı söylenebilir (Tablo 27).

Düşük gelir grubunda , Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanın , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği alt boyutu Tolerans toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(74)=1,500;p>0,05$ ) istatistiksel olarak anlamlı olmadığı, eğim parametresinin ise ( $t(74)=2,254;p<0,05$ ) istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,74)=5,082;p<0,05$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Düşünceyle Meşgul Olma puanının %6'sı Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Tolerans puanını 0,117 birim arttıracığı söylenebilir.

Orta gelir grubunda, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanın , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği alt boyutu Tolerans toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(323)=1,253;p>0,05$ ) istatistiksel olarak anlamlı olmadığı, eğim parametresinin ise ( $t(323)=7,009;p<0,001$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,323)=49,121;p<0,001$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Tolerans puanının %13'ü Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Tolerans puanını 0,214 birim arttıracığı söylenebilir (Tablo 27).

**Tablo.28 Sahip Olunan Kredi Kartı Sayısı Gruplarına Göre Düşünceyle Meşgul Olma Puanının, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları**

| Kredi Kartı Sayısı                           | Bağımsız Değişken | B     | B'nin standart hatası | $\beta$ | t     | p     |
|--|-------------------|-------|-----------------------|---------|-------|-------|
| <b>Hiç Yok</b>                               | Sabit             | 3,413 | 0,653                 |         | 5,226 | 0,000 |
|  | GKKÖ Puanı        | 0,096 | 0,028                 | 0,293   | 3,493 | 0,001 |
| $R^2=0,79$ ; $F(1,130)=12,204$ ; $p =0,001$  |                   |       |                       |         |       |       |
| <b>1 adet</b>                                | Sabit             | 3,244 | 0,608                 |         | 5,337 | 0,002 |
|  | GKKÖ Puanı        | 0,103 | 0,028                 | 0,260   | 3,727 | 0,000 |
| $R^2=0,063$ ; $F(1,191)=13,891$ ; $p =0,000$ |                   |       |                       |         |       |       |
| <b>2 ve daha fazla</b>                       | Sabit             | 3,316 | 0,701                 |         | 4,728 | 0,000 |
|  | GKKÖ Puanı        | 0,082 | 0,033                 | 0,230   | 2,504 | 0,014 |
| $R^2=0,045$ ; $F(1,112)=6,269$ ; $p =0,014$  |                   |       |                       |         |       |       |

Hiç kredi kartı olmayan grupta, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanın , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği alt boyutu Düşünceyle Meşgul Olma toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(130)=5,226$ ;  $p<0,001$ ) ve eğim parametresinin ( $t(130)=3,493$ ;  $p<0,01$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,130)=12,204$ ;  $p<0,01$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Düşünceyle Meşgul Olma puanının %8'i Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Düşünceyle Meşgul Olma puanını 0,096 birim arttıracığı söylenebilir.

Bir adet kredi kartına sahip olan grupta, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanın , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği alt boyutu Düşünceyle Meşgul Olma toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(191)=5,337$ ;  $p<0,01$ ) ve eğim parametresinin ( $t(191)=3,727$ ;  $p<0,001$ )

ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,191)=13,891;p<0,001$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Düşünceyle Meşgul Olma puanının %6'sı Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Düşünceyle Meşgul Olma puanını 0,686 birim arttıracakđı söylenebilir.

İki veya daha fazla sayıda kredi kartına sahip olan grupta, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanın , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği alt boyutu Düşünceyle Meşgul Olma toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(112)=4,728;p<0,001$ ) ve eğim parametresinin ( $t(112)=2,504;p<0,01$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,112)=6,269;p<0,01$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Düşünceyle Meşgul Olma puanının %5'i Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Düşünceyle Meşgul Olma puanını 0,082 birim arttıracakđı söylenebilir (Tablo 28).

**Tablo.29 Sahip Olunan Kredi Kartı Sayısı Gruplarına Göre Duygu Düzenleme Puanının, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları**

| Kredi Kartı Sayısı                          | Bağımsız Değişken | B     | B'nin standart hatası | $\beta$ | t     | p     |
|---|-------------------|-------|-----------------------|---------|-------|-------|
| 1 adet                                      | Sabit             | 1,603 | 0,862                 |         | 1,860 | 0,064 |
|   | GKKÖ Puanı        | 0,159 | 0,039                 | 0,281   | 4,049 | 0,000 |
| $R^2=0,74$ ; $F(1,191)=16,393$ ; $p =0,000$ |                   |       |                       |         |       |       |
| 2 ve daha fazla                             | Sabit             | 1,884 | 1,087                 |         | 1,733 | 0,086 |
|   | GKKÖ Puanı        | 0,142 | 0,051                 | 0,256   | 2,807 | 0,006 |
| $R^2=0,057$ ; $F(1,112)=7,882$ ; $p =0,006$ |                   |       |                       |         |       |       |

Bir adet kredi kartına sahip olan grupta, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanın , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği alt boyutu Duygu Düzenleme toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(191)=1,860$ ;  $p<0,01$ ) istatistiksel olarak anlamlı olmadığı, eğim parametresinin ise ( $t(191)=4,049$ ;  $p<0,001$ ) istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,191)=16,393$ ;  $p<0,001$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Duygu Düzenleme puanının %7'si Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Duygu Düzenleme puanını 0,159 birim arttıracığı söylenebilir.

İki veya daha fazla sayıda kredi kartına sahip olan grupta, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanın , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği alt boyutu Duygu Düzenleme toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(112)=1,733$ ;  $p>0,05$ ) istatistiksel olarak anlamlı olmadığı, eğim parametresinin ise ( $t(112)=2,807$ ;  $p<0,01$ ) istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,112)=7,882$ ;  $p<0,01$ .



Elde edilen belirlilik katsayısına göre Duygu Düzenleme puanının %6'sı Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Duygu Düzenleme puanını 0,142 birim arttıracığı söylenebilir (Tablo 29).

**Tablo.30 Sahip Olunan Kredi Kartı Sayısı Gruplarına Göre Tolerans Puanının, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Puanı Tarafından Yordanmasına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları**

| Kredi Kartı Sayısı                           | Bağımsız Değişken | B     | B'nin standart hatası | $\beta$ | t     | p     |
|--|-------------------|-------|-----------------------|---------|-------|-------|
| Hiç Yok                                      | Sabit             | 1,794 | 1,034                 |         | 1,734 | 0,085 |
|  | GKKÖ Puanı        | 0,132 | 0,044                 | 0,256   | 3,020 | 0,003 |
| $R^2=0,66$ ; $F(1,130)=9,123$ ; $p =0,003$   |                   |       |                       |         |       |       |
| 1 adet                                       | Sabit             | 0,906 | 0,855                 |         | 1,060 | 0,291 |
|  | GKKÖ Puanı        | 0,210 | 0,039                 | 0,364   | 5,399 | 0,000 |
| $R^2=0,132$ ; $F(1,191)=29,154$ ; $p =0,000$ |                   |       |                       |         |       |       |
| 2 ve daha fazla                              | Sabit             | 2,154 | 1,056                 |         | 2,040 | 0,044 |
|  | GKKÖ Puanı        | 0,184 | 0,049                 | 0,333   | 3,741 | 0,000 |
| $R^2=0,111$ ; $F(1,112)=13,998$ ; $p =0,000$ |                   |       |                       |         |       |       |

Hiç kredi kartı olmayan grupta, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanın , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği alt boyutu Tolerans toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(130)=1,734$ ;  $p>0,05$ ) istatistiksel olarak anlamlı olmadığı, eğim parametresinin ise ( $t(130)=3,020$ ;  $p<0,01$ ) istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,130)=9,123$ ;  $p<0,01$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Tolerans puanının %7'ai Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın Tolerans puanını 0,132 birim arttıracığı söylenebilir.

Bir adet kredi kartına sahip olan grupta, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanın , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği alt boyutu Tolerans toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(191)=1,060;p>0,05$ ) istatistiksel olarak anlamlı olmadığı, eğim parametresinin ise ( $t(191)=5,499;p<0,001$ ) istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,191)=29,154;p<0,001$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Tolerans puanının %13'ü Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Tolerans puanını 0,210 birim arttıracığı söylenebilir.

İki veya daha fazla sayıda kredi kartına sahip olan grupta, Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanın , Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği alt boyutu Tolerans toplam puanı üzerindeki etkisini incelemek üzere tahmin edilen Basit Doğrusal Regresyon Modeli sonucuna göre tahmin edilen sabit parametrenin ( $t(112)=2,040;p<0,05$ ) ve eğim parametresinin ( $t(112)=3,741;p<0,001$ ) ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu, modelin genel olarak anlamlılığının incelenmesi için yapılan F testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F(1,112)=13,998;p<0,001$ . Elde edilen belirlilik katsayısına göre Tolerans puanının %11'i Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği puanındaki 1 birimlik artışın, Tolerans puanını 0,184 birim arttıracığı söylenebilir (Tablo 30).

**Tablo.31 Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Toplam Puan Ortalamalarının, Yaşam Doyumu Ölçeği Toplam Puan Grupları Açısından Bağımsız Örnek t-Testi Analizi ile Karşılaştırma Sonuçları**

| Yaşam Doyumu Ölçeği Toplam Puan Grupları | n   | x     | s     | t     | s.d | p     |
|--|-----|-------|-------|-------|-----|-------|
| Memnun                                   | 248 | 25,28 | 14,80 | 0,434 | 409 | 0,664 |
| Memnun Değil                             | 163 | 25,95 | 15,56 |       |     |       |

Yaşam Doyumu Ölçeği toplam puanı kullanılarak oluşturulan gruplara göre Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma toplam puan ortalamaları arasında farklılık olup olmadığının incelenmesi için yapılan Bağımsız Örnek t Testi sonucuna göre yaşamından memnun olan grubun kompulsif çevrimiçi için satın alma toplam puan ortalaması ( $x_{\text{memnun}}=25,28$ ) ile yaşamından memnun olmayan grubun kompulsif çevrimiçi satın alma toplam puan ortalaması ( $x_{\text{memnun değil}}=25,95$ ) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gözlenmemiştir,  $t(409)=0,434;p>0,05$  (Tablo 31).

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 3. TARTIŞMA

Gelişmiş ülkelerde kompulsif çevrimiçi satın alma davranışını incelemeye yönelik ilgiye rağmen gelişmekte olan ülkelerde bu davranış üzerine yapılan araştırmalar nispeten sınırlı kalmıştır ve literatürde son iki üç yıl içerisinde yayınlanmış çalışmalar yoğunluktadır (He vd.,2018). Bunun bir sebebi kültürler arası geçerliliği olan ölçeklerin eksikliği olabilir (Horváth vd.,2013). Hayatımızın giderek daha büyük bir parçası haline gelen çevrimiçi alışveriş ve değişen tüketim alışkanlıkları düşünüldüğünde, kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının çevrimiçi satın alma davranışlarına etkisi olabileceği düşünülen gelişmeleri kaçırma korkusu ve yaşam doyumu ile birlikte incelenmesinin literatüre katkı sunabileceği düşünülmektedir. Elde edilen bulgular literatür ışığında yorumlanacaktır.

İlk olarak ölçme araçlarının güvenilirliklerini analiz etmek amacıyla Cronbach Alpha değerleri hesaplanmış ve tüm ölçekler için bu değerler yeterli olduğu görülmüştür. Ardından kullanılan ölçeklerin toplam puanlarının ve alt boyut puanlarının birbiri ile ilişkisini incelemek üzere Pearson Korelasyon Analizi yapılmıştır.

Kompulsif çevrimiçi satın alma toplam puanları ile gelişmeleri kaçırma korkusu puanları arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kompulsif çevrimiçi satın alma ölçeği alt boyutları problem çatışma-nüksetme, düşünceyle meşgul olma, duygu düzenleme, geri çekilme ve tolerans puanları ile gelişmeleri kaçırma korkusu ölçeği toplam puanları arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur. Sonuçlar literatürü desteklemektedir (Aydın vd.,2019; Bekman,2020; Demir ve Çetin,2021).

Kompulsif satın alma ve gelişmeleri kaçırma korkusu literatürde kaygı, depresif semptomlar, problemlerli internet kullanımı gibi değişkenlerle ilişkilendirilmiştir (Claes vd.,2011; Mueller vd.,2011; Przybylski vd.,2013; Dempsey vd.,2019). Kompulsif satın alma ve gelişmeleri kaçırma korkusu arasındaki ilişkide bu değişkenlerin etkili olduğu düşünülebilir. Spor gönüllüleri ile yapılan bir çalışmada çevrimiçi kompulsif satın alma davranışının, gelişmeleri kaçırma korkusu ile pozitif yönde yüksek düzeyde ilişkili olduğu gösterilmiş ayrıca gelişmeleri kaçırma korkusunun sosyal medya bağımlılığı üzerine pozitif etkisi olduğu ve sosyal medya bağımlılığın kompulsif çevrimiçi satın alma üzerinde pozitif etkisi olduğu hipotezleri desteklenmiştir ( Demir ve Çetin,2021). Kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile gelişmeleri kaçırma korkusu arasındaki ilişkiyi inceleyen başka bir çalışmanın sonuçlarına göre ise, kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ve gelişmeleri kaçırma korkusu arasındaki ilişkide dürtüsellik ve biyolojik ritmin aracılık etkisi vardır (Aydın vd.,2019). Bu anlamda dürtüsellik, tüketicilerin kompulsif çevrimiçi alışverişlerini arttırmaya yönelik bir araç olarak kullanılabilir, özellikle sosyal paylaşım sitelerinde gelişmeleri kaçırma korkusu için dürtüsel mesajlarla tasarlanan pazarlama ve iletişim uygulamalarının kompulsif alışveriş davranışlarını tetiklemede rol oynayabileceği düşünülebilir ( Demir ve Çetin,2021).

Çalışmanın sonuçlarına göre yaşam doyumu ve kompulsif çevrimiçi satın alma arasında ilişki bulunmamıştır. Kompulsif çevrimiçi satın almanın alt boyutları ile yaşam doyumu ilişkisine bakıldığında ise; X kuşağında, duygu düzenleme puanı ile yaşam doyumu puanı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki , orta gelir grubunda, duygu düzenleme, tolerans ve düşünceyle meşgul olma puanları ve yaşam doyumu puanı arasında pozitif yönde anlamlı ilişki, hiç kredi kartına sahip olmayanlarda geri çekilme puanı ve yaşam doyumu puanı arasında pozitif yönde anlamlı ilişki olduğu bulunmuştur.

Literatürde yaşam doyumu, kompulsif satın alma veya alışveriş bağımlılığının birlikte incelendiği çalışmalar sınırlı olmakla beraber doğrudan veya dolaylı olarak ilişkili olduklarını ortaya koyan çalışmalar mevcuttur (Otero-López vd., 2011; Williams,2012; Deniz,2020; Yeşil vd., 2022). Bu çalışmalara bakıldığında , yalnızca

kadın katılımcılarla yürütülmesi (Otero-López vd., 2010) veya çalışma için sadece 18-35 yaş arasında olan kişilerden veri toplanması (Yeşil vd.,2022) ile farklı ölçme ve değerlendirme araçlarının kullanılması mevcut araştırmadan ayrılan yönleri olarak belirtilebilir. Bunun yanı sıra kompulsif satın alma ve yaşam doyumu arsında herhangi bir ilişki olmadığını bulan çalışmalarda vardır (Türker,2019; Aydın,2019). Yaşam doyumu kategorik bir değişken haline getirilerek kompulsif satın alma toplam puan ortalamaları bağımsız t testi ile incelenmiştir. T testi sonucuna göre tüm örnekleme kompulsif çevrimiçi satın alma toplam puanları yaşamından memnun olan ve olmayan grupta anlamlı bir şekilde farklılaşmamaktadır. Gelir açısından incelendiğinde orta gelir örnekleminde düşünceyle meşgul olma ve tolerans puanları yaşamından memnun olan ve olmayan gruplarda anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır. Eğitim düzeyi açısından incelendiğinde ilköğretim veya lise mezunu olan örnekleme düşünceyle meşgul olma puanları yaşamından memnun olan ve olmayan gruplarda anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır.

Gelişmeleri kaçırma korkusunun kompulsif satın alma toplam puanı ve alt boyutları üzerindeki etkisini incelemek üzere basit doğrusal regresyon analizi uygulanmıştır. Tüm örnekleme gelişmeleri kaçırma korkusu puanı, kompulsif çevrimiçi satın alma toplam puanını, düşünceyle meşgul olma puanını, duygu düzenleme puanını ve tolerans puanını anlamlı bir şekilde yordamaktadır. Literatürde benzer sonuçlara ulaşan bir çalışmaya ulaşılmıştır (Aydın,2019). Gelişmeleri kaçırma korkusunun kompulsif satın alma davranışı ve alt boyutları üzerindeki etkisi her bir sosyo-demografik değişken için ayrıca incelenmiştir.

Cinsiyet açısından incelendiğinde kadın örnekleme gelişmeleri kaçırma korkusu puanı, kompulsif çevrimiçi satın alma puanını, düşünceyle meşgul olma puanını, duygu düzenleme puanını ve tolerans puanını anlamlı ve pozitif bir şekilde yordamaktadır. Erkek örnekleme ise gelişmeleri kaçırma korkusu puanı, kompulsif çevrimiçi satın alma puanını ve duygu düzenleme puanını anlamlı ve pozitif bir şekilde yordamaktadır. Araştırmanın sonucuna göre gelişmeleri kaçırma korkusu hem kadınlarda hem de erkeklerde kompulsif satın alma davranışlarını etkilemektedir. Kompulsif satın almanın cinsiyet değişkeni ile ilişkisine dair ise farklı sonuçlar olduğu

görülmektedir. Üniversite öğrencileriyle yapılan bir çalışmanın sonuçlarına göre cinsiyet kompulsif satın almada etkili bir değişkendir ve kadınlarda daha yüksektir (Arslan ve Öz,2016). Cinsiyete göre kompulsif satın alma davranışında farklılaşmanın olmadığını gösteren çalışmalar da mevcuttur (Mueller vd., 2010 ; Pham vd., 2012; Arslan,2015; Demir & Çetin,2021). Kompulsif çevrimiçi alışverişlerde cinsiyetin etkisini inceleyen çalışmaların sonuçlarına göre ise anlamlı bir farklılaşmanın bulunmadığını gösteren çalışmalar ile (Türker,2019) kompulsif çevrimiçi ve geleneksel kompulsif satın almanın erkeklerde daha yaygın olduğu gösteren çalışmalar görülmektedir (Manchiraju, vd., 2016; Tabak ve Kahraman,2022). Başka bir çalışmanın sonuçlarında göre ise Y kuşağında kadınlar erkeklere göre daha yüksek kompulsif satın alma davranışı gösterirken Z kuşağında böyle bir fark bulunamamıştır (Yiğit ve Yiğit, 2020).

Kuşaklar açısından incelendiğine, X kuşağı örnekleminde gelişmeleri kaçırma korkusu puanı kompulsif çevrim içi satın alma puanını anlamlı ve pozitif bir şekilde yordamaktadır. Y ve Z kuşağı örneklemlerinde ise gelişmeleri kaçırma korkusu puanı kompulsif çevrimiçi satın alma puanını , düşünceyle meşgul olma puanını, duygu düzenleme puanını ve tolerans puanını anlamlı ve pozitif bir şekilde yordamaktadır. Literatürde yaş değişkeninin kompulsif satın alma davranışını etkilediğini gösteren çalışmalar mevcuttur. Kuşak kriterleri konuyla ilgili yapılan araştırmanın ortaya konulduğu yıl ve kültür farklılıklarına göre değişiklikler göstermektedir ve kuşak kesme noktalarına dair standart bir kullanım söz konusu değildir. Dolayısıyla konuyla ilgili düzenlen çalışmalarında farklı kesme noktaları belirlenmekte olup bu durum sonuçları etkileyebilmektedir. Mevcut çalışmaya katılan 18-20 yaş arası bireyler Z kuşağı 20-42 yaş arası bireyler Y kuşağı, 42-57 yaş arası bireyler ise X kuşağı olarak belirlenmiştir ve kuşak gruplarına göre kompulsif çevrimiçi satın alma davranışlarında anlamlı bir farklılaşma bulunmamıştır. 21-29 yaş arasında kompulsif satın alma davranışı diğer yaş gruplarından anlamlı derecede daha yüksektir (Türk,2018). X ve Y kuşaklarının kompulsif satın alma davranışlarını karşılaştıran bir çalışmada, Y kuşağının işlevsel olmayan harcama puanının X kuşağından daha yüksek olduğu gösterilmiştir (Karaboğa ve Pektaş, 2020). Literatürde kompulsif çevrimiçi satın alma davranışını kuşaklara göre inceleyen bir çalışmaya ulaşılammıştır.

Çalışmada medeni durumu boşanmış veya dul, bekar ya da yalnız yaşıyor ve bekar ya da ailesiyle yaşıyor grupları birleştirilerek bekar grubu oluşturulmuştur. Medeni durumlar açısından incelendiğinde evli ve bekar örneklemelerinde gelişmeleri kaçırma korkusu puanı, kompulsif çevrimiçi satın alma puanını, düşünceyle meşgul olma puanını, duygu düzenleme puanını ve tolerans puanını anlamlı ve pozitif bir şekilde yordamaktadır. Gelir durumları açısından incelendiğinde düşük ve orta gelir örneklemelerinde gelişmeleri kaçırma korkusu puanı, kompulsif çevrimiçi satın alma puanını, düşünceyle meşgul olma puanını, duygu düzenleme puanını ve tolerans puanını anlamlı ve pozitif bir şekilde yordamaktadır. Yüksek gelir örneğinde gelişmeleri kaçırma korkusunun kompulsif çevrimiçi satın alma davranışını etkilemediği bulunmuştur. Kompulsif satın alma davranışının; alt ve üst gelir gruplarında daha yaygın olduğunu (D'Astous, 1990) veya gelir ile ters orantılı olduğunu (Koran,2002) gösteren çalışmalar mevcuttur. Yaygın görüş ise kompulsif satın alma davranışın gelir düzeyine göre farklılaşmadığı, bu davranış biçiminin tüm gelir düzeylerinde görülebileceği yönündedir (Dittmar,2005; Mueller,2010).

Eğitim düzeyleri açısından incelendiğinde, ilköğretim ve lise mezunu olanların gelişmeleri kaçırma korkusu puanı, kompulsif çevrimiçi satın alma puanını, düşünceyle meşgul olma puanını, duygu düzenleme puanını ve tolerans puanını anlamlı ve pozitif bir şekilde yordamaktadır. Ön lisans ,lisans ve yüksek lisans /doktora mezunu olanların gelişmeleri kaçırma korkusu puanı kompulsif çevrimiçi satın alma puanını, düşünceyle meşgul olma puanını, duygu düzenleme puanını ve tolerans puanını anlamlı ve pozitif bir şekilde yordamaktadır. Türk (2018) kompulsif satın alma davranışının lisans ve lisansüstü eğitim düzeyine sahip olanlarda daha yüksel olduğunu göstermiştir. Güncel bir çalışmanın sonuçlarına göre ise kompulsif çevrimiçi satın alma medeni durum, eğitim düzeyi ve gelir değişkenlerine göre farklılık göstermemektedir (Bozdağ Türker,2019). Bir çok çalışmanın sonucuna göre de kompulsif satın alma davranışı gelir düzeyine göre değişmemekte ve tüm gelir gruplarında görülebilmektedir (Dittmar,2005 ; Mueller,2010 ; Workman ve Paper, 2010). Covid-19 dönemindeki kompulsif satın alma davranışlarını inceleyen başka bir çalışmanın sonuçlarına göre ise; hem çevrimiçi hem de geleneksel kompulsif satın



alma davranışlarında sadece düşük gelir gurubunda gözlemlenen bir artış söz konusudur (Maraz ve Yi,2022).

Sahip olunan kredi kartı sayısı açısından incelendiğinde hiç kredi kartına sahip olmayanlar, bir tane kredi kartına sahip olanlar ve iki veya daha fazla kredi kartına sahip olanların gelişmeleri kaçırma korkusu puanı, kompulsif satın alma puanını düşünceyle meşgul olma puanını ve tolerans puanını pozitif ve anlamlı bir şekilde yordamaktadır. Bir tane kredi kartına sahip olanlar ve iki veya daha fazla kredi kartına sahip olanların gelişmeleri kaçırma korkusu puanını , duygu düzenleme puanlarını anlamlı ve pozitif bir şekilde yordamaktadır. Literatürde kredi kartı değişkeninin kompulsif satın almayı etkilediğini gösteren çalışmalar mevcuttur (Arslan,2015). Mevcut çalışmadan farklı olarak kredi kartı kullanma sıklığı, çoğunlukla tercih edilen ödeme şekli gibi kriterlerin ölçülmesi kompulsif satın alma davranışlarında kredi kartı kullanımında etkili olduğu sonucunun daha güvenilir olmasına katkı sağlamış olabilir (Arslan,2015). Sahip alınan kredi kartı sayısının kompulsif satın alma davranışı ile ilişkisini inceleyen başka bir çalışmanın sonuçlarına göre ise, 3 yada 4 adet kredi kartına sahip olanlar 1,2 ya da 5 adet kredi kartına sahip olanlardan daha fazla kompulsif satın alma davranışı göstermektedir (Aslanoğlu ve Korga,2015). Literatürde kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının kredi kartı kullanımı ile ilişkisini inceleyen bir çalışmaya ulaşılamamıştır.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu tez çalışmasında kompulsif çevrimiçi satın alma davranışları, bu davranış üzerinde etkisi olabileceği düşünülen gelişmeleri kaçırma korkusu ve yaşam doyumu değişkenleri açısından incelenmiştir. 439 katılımcının verisi araştırmanın hipotezlerine uygun olacak şekilde analiz edilmiş ve sonuçlar tartışılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre gelişmeleri kaçırma korkusu kompulsif çevrimiçi satın almaya etki ederken, yaşam doyumunun kompulsif çevrimiçi satın alma üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı bulunmuştur. Günümüz medya kullanım alışkanlıklarından etkilenen kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının, medya kullanım alışkanlıklarını şekillendiren bir diğer fenomen gelişmeleri kaçırma korkusundan da etkilendiği gösterilmiştir. Yaşam doyumu ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı arasında beklenildiği gibi bir ilişki bulunamamasının sebebi örneklemin bu ilişkiyi ölçmede yetersiz kalması olabilir.

Gelişmeleri kaçırma korkusunun; başkaları ödüllendirici deneyimler yaşarken kişinin bunlardan mahrum kaldığına yönelik düşüncelerle endişelenmesi, satın alma davranışı özelinde düşünülürse, başkalarının mal veya hizmet satın alma yoluyla elde ettiği ödüllendirici deneyimlerden mahrum kalma düşüncelerinin de benzer şekilde kişide endişeye sebep olması ve böylece kompulsif satın alma davranışını körüklediği çıkarımı yapılabilir. Kompulsif satın alma davranışlarında kuşaklar açısından bir farklılık tespit edilmemiştir. Kuşaklara ait örneklemelerin sayıca eşit veya yakın olmaması bu analizi etkilemiş olabilir. Ayrıca ulusal literatürde kuşaklar arası farklılıkları inceleyen yeterli çalışılmaya ulaşılamaması sonuçları tartışma noktasında bir eksiklik olarak değerlendirilebilir.

Bu çalışmada elde edilen bulguların yanı sıra bazı sınırlılıklar da mevcuttur. Öncelikli olarak rastgele örnekleme yöntemi ile toplanan verilerin analiz sonuçlarına etki etme olasılığı söz konusudur ayrıca sonuçların genellenebilirliğini de tartışmalı kılmaktadır. Katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine ait veriler dengeli bir dağılım göstermemektedir. Özellikle cinsiyet, gelir ve yaş gruplarındaki dengesiz

dağılım sonuçlara etki etmiş olabilir. Ayrıca kompulsif çevrimiçi satın almanın daha iyi anlaşılabilmesi için farklı psikolojik süreçlerin ve demografik değişkenlerin değerlendirildiği çalışmalar literatüre katkı sunacaktır.

## KAYNAKÇA

- Abel, J. P., Buff, C. L., & Burr, S. A.** (2016). Social media and the fear of missing out: scale development and assessment. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 14(1), 33–44.
- Arslan, B.** (2015). Kredi kartı kullanımının kompulsif satın almaya etkisi . *AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi* , 6 (20) , 27-40.
- Arslan, B., & Öz, A.** (2016). Üniversite öğrencilerinin demografik özelliklerinin kompulsif satın almaları üzerindeki etkisinin incelenmesi. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi* , (55) , 341-351.
- Aslanoğlu, S. ve Korga, S.** (2017). Kredi kartı kullanımı ve kompulsif satın alma: Kırıkkale ilinde bir uygulama, *İşletme Araştırmaları Dergisi* 9(1), 148-165.
- Aydın, D., Selvi, Y., Kandeger, A., & Boysan, M.** (2019). The relationship of consumers' compulsive buying behavior with biological rhythm, impulsivity, and fear of missing out. *Biological Rhythm Research*, 1–9.
- Andreassen, C. S., Griffiths, M. D., Pallesen, S., Bilder, R. M., Torsheim, T., & Aboujaoude, E.** (2015). The bergen shopping addiction scale: reliability and validity of a brief screening test. *Frontiers in Psychology*, 6.
- Baker, Z. G., Krieger, H., & LeRoy, A. S.** (2016). Fear of missing out: Relationships with depression, mindfulness, and physical symptoms. *Translational Issues in Psychological Science*, 2(3), 275–282.
- Bekman, M.** (2020). Halkla İlişkiler Uygulamalarında Dijital Medyanın Kullanımı: Sosyal Medya Bağımlılığının, Fomo ve Kompulsif Çevrimiçi Satın Almada Aracılık Rolü (Publication No. 630220) [Yayınlanmış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi]
- Bhatti, A., Akram, H., Basit, H., Khan, A., Mahwish, S., Naqvi, R., & Bilal, M.** (2020). E-commerce trends during COVID-19 Pandemic. *International Journal of Future Generation Communication and Networking*. 13.
- Bighiu, G., Manolică, A., & Roman, C. T.** (2015). Compulsive buying behavior on the internet. *Procedia Economics and Finance*, 20, 72–79.

- Bozdağ, Y. & Yalçınkaya Alkar, Ö.** (2018). Bergen Alışveriş Bağımlılığı Ölçeği'nin kompulsif çevrimiçi satın alma davranışına uyarlanması. *Bağımlılık Dergisi*, 19 (2), 23-34.
- Bozdağ Türker, Y.** (2019). Parayla saadet olur mu?: Kompulsif çevrimiçi satın alma davranışıyla ilgili değişkenlerin incelenmesi ve bergen alışveriş bağımlılığı ölçeği'nin türkçe uyarlanması (Yayınlanmış Doktora Tezi, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü).
- Claes, L., Müller, A., Norré, J., Assche, L., Wonderlich, S., & Mitchell, J. E.** (2011). The relationship among compulsive buying, compulsive internet use and temperament in a sample of female patients with eating disorders. *European Eating Disorders Review*, 20(2), 126–131.
- Cummins, R.A., & Nistico, H.** (2002). Maintaining life satisfaction: the role of positive cognitive bias. *Journal of Happiness Studies* 3, 37–69
- Çelik, S., & Köse, G. G.** (2021). Mediating effect of intolerance of uncertainty in the relationship between coping styles with stress during pandemic (COVID-19) process and compulsive buying behavior. *Progress in Neuro-Psychopharmacology and Biological Psychiatry*, 110, 110321.
- Çopuroğlu, F.** (2021). Tüketicilerin sosyal medya kullanımı, FOMO ve hedonik tüketim arasındaki ilişki . *OPUS International Journal of Society Researches* , 17 (37) , 4298-4326 .
- D' Astous, A.** (1990). An inquiry into the compulsive side of “normal” consumers. *Journal of Consumer Policy*, 13(1), 15–31.
- Demir, A., & Cetin, A.** (2021). Digital media in sports organizations: the mediator role of social media addiction in FoMO and compulsive online shopping. *Journal of Educational Issues*. 7. 252.
- Dempsey, A. E., O'Brien, K. D., Tiamiyu, M. F., & Elhai, J. D.** (2019). Fear of missing out (FoMO) and rumination mediate relations between social anxiety and problematic Facebook use. *Addictive behaviors reports*, 9, 100150.
- Deniz, E.** (2020). Üniversite öğrencilerinde çevrimiçi kompulsif satın alma davranışına etki eden faktörlerin yapısal eşitlik modeliyle incelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, sayı 40, 209-226.
- Desarbo, W., & Edwards, E.** (1996). Typologies of compulsive buying behavior: a constrained clusterwise regression approach. *Journal of Consumer Psychology*, 5(3), 231–262.

- Di Crosta, A., Ceccato, I., Marchetti, D., La Malva, P., Maiella, R., Cannito, L., Cipi, M., Mammarella, N., Palumbo, R., Verrocchio, M. C., Palumbo, R., & Di Domenico, A. (2021).** Psychological factors and consumer behavior during the COVID-19 pandemic. *PloS one*, *16*(8), e0256095
- Diener, E., & Biswas-Diener, R. (2008).** Happiness: Unlocking the mysteries of psychological wealth, Blackwell Publishing.
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985).** The Satisfaction With Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, *49*(1), 71–75.
- Diener, E., & Ryan, K. (2009).** Subjective Well-Being: A General Overview. *South African Journal of Psychology*, *39*(4), 391–406.
- Dittmar, H., & Drury, J. (2000).** Self-image – is it in the bag? A qualitative comparison between “ordinary” and “excessive” consumers. *Journal of Economic Psychology*, *21*(2), 109–142.
- Dittmar, H. (2005a).** A New Look at “Compulsive Buying”: Self-Discrepancies and Materialistic Values as Predictors of Compulsive Buying Tendency. *Journal of Social and Clinical Psychology*, *24*(6), 832–859.
- Dittmar, H. (2005b).** Compulsive buying - a growing concern? An examination of gender, age, and endorsement of materialistic values as predictors. *British Journal of Psychology*, *96*(4), 467–491.
- Dittmar, H., Long, K., & Bond, R. (2007).** When a better self is only a button click away: Associations between materialistic values, emotional and identity-related buying motives, and compulsive buying tendency online. *Journal of Social and Clinical Psychology*, *26*(3), 334–361.
- Dittmar, H., Bond, R., Hurst, M., & Kasser, T. (2014).** The relationship between materialism and personal well-being: A meta-analysis. *Journal of personality and social psychology*, *107*(5), 879–924.
- Durak, M., Senol-Durak, E., & Gencoz, T. (2010).** Psychometric Properties of the Satisfaction with Life Scale among Turkish University Students, Correctional Officers, and Elderly Adults. *Social Indicators Research*, *99*(3), 413–429.
- Duroy, D., Gorse, P., & Lejoyeux, M. (2014).** Characteristics of online compulsive buying in Parisian students. *Addictive Behaviors*, *39*(12), 1827–1830.
- Dykman, A. (2012, 22 Mart).** *The fear of missing out*. Forbes. Erişim tarihi:31 Mayıs, 2022.

- Elhai, J. D., Levine, J. C., Alghraibeh, A. M., Alafnan, A. A., Aldraiweesh, A. A., & Hall, B. J.** (2018). Fear of missing out: Testing relationships with negative affectivity, online social engagement, and problematic smartphone use. *Computers in Human Behavior*, 89, 289–298.
- Erciş, A. , Deligoz, K. & Mutlu, M.** (2021). Öğrencilerin fomo ve plansız satın alma davranışları üzerine bir uygulama. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* , 35 (1) , 219-243.
- Eroğlu, F.** (2016). Kompulsif satın alma: Kişisel faktörler, postmodern tüketim şekilleri ve reklama karşı tutumun rolüne yönelik bir araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 19 (35) , 252-282 .
- Faber, R. J.** (1992). Money Changes Everything. *American Behavioral Scientist*, 35(6), 809–819.
- Faber, R. J., Christenson, G. A., de Zwaan, M., & Mitchell, J.** (1995). Two Forms of Compulsive Consumption: Comorbidity of Compulsive Buying and Binge Eating. *Journal of Consumer Research*, 22(3), 296.
- Faber, R. J., & O’Guinn, T. C.** (1988). Compulsive consumption and credit abuse. *Journal of Consumer Policy*, 11(1), 97–109.
- Faber, R. J., & O’Guinn, T. C.** (1992). A Clinical Screener for Compulsive Buying. *Journal of Consumer Research*, 19(3), 459.
- Faber, R. J., T. C. O’Guinn & R. S. Krych.** (1987). Compulsive Consumption.. *Association for Consumer Research*. 14. Provo, UT:132-135.
- Gökçek, H.A., Yurtsever A.E. & Yıldız, E.** (2021). Online Alışverişte Dürtüsel Kullanım, Kaçırma Korkusu, İçtepsel Satın Alma, İnternet Kaynaklı Yorgunluk ve Kaygı Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13(3), 1985 - 2002.
- Gökler, M. E., Aydın, R., Ünal, E., & Metintaş, S.** (2016). Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeğinin Türkçe Sürümünün Geçerlilik ve Güvenilirliğinin Değerlendirilmesi. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 17, 53- 59.
- Gu, Shengyu & Ślusarczyk, Beata & Hajizada, Sevda & Kovalyova, Irina & Sakhbieva, Amina.** (2021). Impact of the COVID-19 Pandemic on Online Consumer Purchasing Behavior. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*. 16.
- Gursoy, D., Maier, T. A., & Chi, C. G.** (2008). Generational differences: An examination of work values and generational gaps in the hospitality workforce. *International Journal of Hospitality Management*, 27(3), 448–458.

- He, H., Kukar-Kinney, M., & Ridgway, N.M.** (2018). Compulsive buying in China: Measurement, prevalence, and online drivers. *Journal of Business Research*, 91, 28-39.
- Horváth, C., & Adıgüzel, F.** (2017). Shopping enjoyment to the extreme: Hedonic shopping motivations and compulsive buying in developed and emerging markets. *Journal of Business Research*. 86, 300-310.
- Howe, N., & Strauss W.** (2000). *Millennials Rising: The Next Great Generation*, NY: Random House.
- Huang, H.-L., Chen, Y.-Y., & Sun, S.-C.** (2022). Conceptualizing the internet c compulsive-buying tendency: What we know and need to know in the context of the COVID-19 Pandemic. *Sustainability*, 14(3), 1549.
- Iyengar, S. S. & Lepper, M. R.** (2000). When choice is demotivating: Can one desire too much of a good thing? *Journal of Personality and Social Psychology*, 79(6), 995–1006.
- Jaspal, R., Lopes, B., & Lopes, P.** (2020). Predicting social distancing and compulsive buying behaviors in response to COVID-19 in a United Kingdom sample. *Cogent Psychology*, 7(1).
- Karaboğa, K. ve Eroğlu Pektaş, G.**(2020). Kompulsif satın alma davranış düzeyi ve biçimlerinin belirlenmesi üzerine kuşaklar arası deneyimsel bir araştırma, *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 55(1), 155-172.
- Kartol, A. & Peker, A.** (2020). Ergenlerde Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (Fomo) Yordayıcılarının İncelenmesi . *OPUS International Journal of Society Researches* , 15 (21) , 454-474 .
- Kavak, B., Özkul, N. E. & Tunçel, N.** (2021). Gelişmeleri kaçırma korkusu (FoMO) nun sosyal medya temelli satın alma eğilimi üzerindeki etkisinde cinsiyetin düzenleyici rolü . *Disiplinlerarası Yenilik Araştırmaları Dergisi* , 1 (1) , 94-103.
- Kearney, M., & Stevens, L.** (2012). Compulsive buying: Literature review and suggestions for future research. *The Marketing Review*, 12(3), 233–251.
- Koran, L. M., Faber, R. J., Aboujaoude, E., Large, M. D., & Serpe, R. T.** (2006). Estimated Prevalence of Compulsive Buying Behavior in the United States. *American Journal of Psychiatry*, 163(10), 1806–1812.
- Krueger, D. W.** (1988). On Compulsive Shopping and Spending: A Psychodynamic Inquiry. *American Journal of Psychotherapy*, 42(4), 574–584.
- Kwak, H., Zinkhan, G. M., & Lester Roushanzamir, E. P.** (2004). Compulsive comorbidity and its psychological antecedents: a cross-cultural



- comparison between the US and South Korea. *Journal of Consumer Marketing*, 21(6), 418–434.
- Lucas, R. E.** (2005). Time does not heal all wounds: a longitudinal study of reaction and adaptation to divorce. *Psychological Science*, 16(12), 945–950.
- Lucas, R. E., Clark, A. E., Georgellis, Y. & Diener, E.** (2004). Unemployment alters the set point for life satisfaction. *Psychological Science*, 15(1), 8–13.
- MacKellar, C. (Ed.)**. (2019). *Cyborg mind: what brain–computer and mind–cyberspace interfaces mean for cyberneuroethics*. New York: Berghahn Books.
- Manchiraju, S., Sadachar, A. & Ridgway, J. L.** (2016). The compulsive online shopping scale (COSS): development and validation using panel data. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 15(1), 209–223.
- Mannheim, K.** (1952). The problem of generations, Chapter VII, pp. 276–322.
- Maraz, A., & Yi, S.** (2022). Compulsive buying gradually increased during the first six months of the Covid-19 outbreak. *Journal of behavioral addictions*, 11(1), 88–101.
- McCrindle, M., & Wolfinger, E.** (2009). *The ABC of the XYZ: Understanding the global generations*. Sydney: UNSW PRESS.
- Milyavskaya, M., Saffran, M., Hope, N. & Koestner, R.** (2018). Fear of missing out: prevalence, dynamics, and consequences of experiencing fomo. *Motivation and Emotion*, 42(5), 725–737.
- Mroczek, D. K., & Spiro, A.** (2005). Change in life satisfaction during adulthood: findings from the veterans affairs normative aging study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 88(1), 189–202.
- Mueller, A., Mitchell, J. E., Crosby, R. D., Gefeller, O., Faber, R. J., Martin, A., Bleich, S., Glaesmer, H., Exner, C. & de Zwaan, M.** (2010). Estimated prevalence of compulsive buying in Germany and its association with sociodemographic characteristics and depressive symptoms. *Psychiatry research*, 180(2-3), 137–142.
- Mueller, A., Mitchell, J. E., Peterson, L. A., Faber, R. J., Steffen, K. J., Crosby, R. D., & Claes, L.** (2011). Depression, materialism, and excessive Internet use in relation to compulsive buying. *Comprehensive Psychiatry*, 52(4), 420–424.
- Müller, A., Mitchell, J. E., & de Zwaan, M.** (2015). Compulsive buying. *The American Journal on Addictions*, 24(2), 132–137.

- Oblinger, D.G., & Oblinger J. L. (Ed.).** (2005) Educating the net generation. EDUCAUSE.
- O'Guinn, T. C., & Faber, R. J.** (1989). Compulsive buying: a phenomenological exploration. *Journal of Consumer Research*, 16(2), 147.
- Otero-López, J. M., Pol, E. V., Bolaño, C. C., & Mariño, M. J. S.** (2011). Materialism, life-satisfaction and addictive buying: Examining the causal relationships. *Personality and Individual Differences*, 50(6), 772–776.
- Öz, A., Arslan, B. ve Dursun, T.** (2016). Materyalist eğilimin kompulsif satın alma davranışına etkisi: Üniversite öğrencilerine yönelik bir araştırma. *Ekonomik, Toplumsal ve Siyasi Analiz Dergisi*. 1(7), 2-20.
- Pavot, W. & Diener, E.** (2008). The satisfaction with life scale and the emerging construct of life satisfaction. *The Journal of Positive Psychology*, 3(2), 137–152.
- Reeves, T. C., & Oh, E.** (2008), Generational Differences, In Handbook of Research on Educational Communications and Technology, Ed.: J.Michael Spector, M.David Merrill, Jeroen Van Merriënboer, Marcy P.Driscoll, 3th ed., New York: Taylor&Francis Group.
- Roberts, J. A., & Clement, A.** (2007). Materialism and satisfaction with over-all quality of life and eight life domains. *Social Indicators Research*, 82(1), 79–92.
- Özer, M., & Karabulut, Ö. Ö.** (2003). Yaşlılarda yaşam doyumunu. *Geriatrics*, 6(2), 72-74.
- Park, H. and Davis Burns, L.** (2005), "Fashion orientation, credit card use, and compulsive buying", *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 22 No. 3, pp. 135-141.
- Pham, T. H., Yap, K., & Dowling, N. A.** (2012). The impact of financial management practices and financial attitudes on the relationship between materialism and compulsive buying. *Journal of Economic Psychology*, 33(3), 461–470.
- Phenomenology and psychopathology of uncontrolled buying.** (1996). *American Journal of Psychiatry*, 153(12), 1524–1529.
- Pollard, G.** (2011). JWT explores fear of missing out phenomenon: Report outlines how FOMO is manifesting in the zeitgeist, retrieved from <https://www.prweb.com/releases/2011/5/prweb8378292.htm>
- Powdthavee, N., Lekfuangfu, W. N., & Wooden, M.** (2015). What's the good of education on our overall quality of life? a simultaneous equation

model of education and life satisfaction for Australia. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 54, 10–21.

- Prenda, K. M., & Lachman, M. E.** (2001). Planning for the future: a life management strategy for increasing control and life satisfaction in adulthood. *Psychology and Aging*, 16(2), 206–216.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V.** (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848.
- Realo, A., & Dobewall, H.** (2011). Does life satisfaction change with age? A comparison of Estonia, Finland, Latvia, and Sweden. *Journal of Research in Personality*, 45(3), 297–308.
- Roberts, J. A., & Jones, E.** (2001). Money attitudes, credit card use, and compulsive buying among American college students. *Journal of Consumer Affairs*, 35(2), 213–240.
- Rozgonjuk, D., Sindermann, C., Elhai, J. D., & Montag, C.** (2020). Individual differences in Fear of Missing Out (FoMO): Age, gender, and the Big Five personality trait domains, facets, and items. *Personality and Individual Differences*, 171:110546.
- Şahbaz, R. & Çetinkaya, F.** (2020). Gelişmeleri kaçırma korkusunun kuşaklar üzerindeki tatil satın alma niyetlerine etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 8. 152-167.
- Tabak M. Y., & Kahraman S.** (2022) Genç Yetişkinlerde Sosyal Görünüş Kaygının Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Üzerindeki Yordayıcı Etkisi. *Bağımlılık Dergisi*, 23(1): 22-29.
- Taş, H. Y. , Demirdöğmez, M. & Küçükoğlu, M.** (2017). Possible Effects of Future Architects' Z Generation on Business Life . *OPUS International Journal of Society Researches* , 7 (13) , 1031-1048 .
- Tekayak, H.V. & Akpınar, E.** (2017). Tıp Alanında Yeni Bir Dönem: Dijital Çağda Doğan Yeni Hastalıklar. *Eurasian Journal of Family Medicine*, 6(3), 93 - 100.
- Thangavel, P., Pathak, P., & Chandra, B.** (2019). Consumer decision-making style of gen Z: A generational cohort analysis. *Global Business Review*
- Tomczyk, Ł., & Selmagic-Lizde, E.** (2018). Fear of Missing Out (FOMO) among youth in Bosnia and Herzegovina — scale and selected mechanisms. *Children and Youth Services Review*, 88, 541–549.
- Turner, A.** (2015). Generation Z: technology and social interest. *The Journal of Individual Psychology*, 71(2), 103–113.

- Türk, Z.** (2018). Kompulsif satın alma davranışının demografik özelliklere göre değerlendirilmesi: görgül bir araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10 (4), 1198-1216.
- Uzun, V., Gözükar, E., & Bilgin, M.** (2019). Bazı sosyal medya değişkenleri açısından ergen ve genç yetişkinlerin fomo düzeylerinin incelenmesi. *International Journal of Arts ve Social Studies*, 2(2), 43-59.
- Van Solt, M.** (2019). **FOMO: How the fear of missing out drives consumer purchase decisions**, *FIU Electronic Theses and Dissertations*. 4268.
- Valence, G., d' Astous, A., & Fortier, L.** (1988). Compulsive buying: concept and measurement. *Journal of Consumer Policy*, 11(4), 419-433.
- Veenhoven, R.** (1996). The study of life-satisfaction. *Eötvös University Press*.
- Williams, A. D.** (2012). Quality of life and psychiatric work impairment in compulsive buying: increased symptom severity as a function of acquisition behaviors. *Comprehensive Psychiatry*, 53(6), 822-828.
- Williams, K. C., & Page, R. A.** (2014). Marketing to the Generations. *Journal of Behavioral Studies in Business*. 3. 37-52.
- Workman, L., & Paper, D.** (2010). Compulsive buying: a theoretical framework. *The Journal of Business Inquiry*. 9.
- Yeşil, S., Yıldız, S., & Şitak, B.** (2022). Kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının yaşam doyumu ve akademik başarı üzerine etkisi: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi*, 4(6), 309-332.
- Yiğit, A. G., & Yiğit, M.** (2020). Kompulsif satın alma davranışının Y ve Z kuşaklarında cinsiyetler arası analizi . *OPUS International Journal of Society Researches* , 16 (28) , 1223-1240.
- Yüksekbilgili, Z.** (2013). Türk Tipi Y Kuşağı. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(45),342-353.
- Yüksekbilgili, Z.**(2016). Tüketici karar verme tarzlarının kuşaklara göre değerlendirilmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*. 15(59), 1393-1402.
- Zemke, R., Raines, C. & Filipczak, B.** (2013). Generations at work: managing the clash of boomers, gen Xers, and gen Yers in the workplace (2th ed.) NY: American Management Association.
- Url-1**<<https://www.prweb.com/releases/2011/5/prweb8378292.htm>>, erişim tarihi 12.03.2022.

**Url-2**<<https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2>>, erişim tarihi 12.03.2022.

**Url-3**< <https://www.dictionary.com/browse/generation>>, erişim tarihi 12.03.2022.

## **EKLER**

**K-1** Kişisel Bilgi Formu

**EK-2** Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği

**EK-3** Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği

**EK-4** Etik Kurul Onayı

## **Ek.1 Kişisel Bilgi Formu**

**1.Yaşınız**

**2. Cinsiyetiniz**

Kadın  Erkek

**3.Medeni Durumunuz**

Bekar/ailesiyle yaşıyor  Bekar/yalnız yaşıyor

Evli/beraber yaşıyor  Boşanmış/Dul

**4.En son mezun olduğunuz okul**

İlköğretim  Lise  Ön Lisans  Lisans

Üniversite  Yüksek Lisans

**5.Gelir Düzeyiniz**

Çok düşük  Düşük  Orta

Yüksek  Çok Yüksek

**6.Kaç adet kredi kartına sahipsiniz?**

Hiç  1 adet  2 adet  3 adet

Diğer:.....

## Ek.2 Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği

Lütfen her madde için sizi en iyi tanımlayan yanıtları işaretleyiniz. Maddelere son 12 aydaki düşünceleriniz, duygularınız ve eylemlerinizi baz alarak cevap veriniz.

- (0) Tamamen katılmıyorum  
(1) Katılmıyorum  
(2) Ne katılıyorum ne katılmıyorum  
(3) Katılıyorum  
(4) Tamamen katılıyorum

|     | Maddeler  | Tamamen katılmıyorum | katılmıyorum | Ne katılıyorum ne katılmıyorum | katılıyorum | Tamamen katılıyorum |
|-----|---|----------------------|--------------|--------------------------------|-------------|---------------------|
| 1.  | İnternette alışveriş yapmak hayatımdaki en önemli şeydir.   |                      |              |                                |             |                     |
| 2.  | Her zaman internette alışveriş yapmakla ilgili düşünürüm.   |                      |              |                                |             |                     |
| 3.  | İnternette alışveriş yapmayı düşünürken ya da planlarken çok fazla zaman harcıyorum.  |                      |              |                                |             |                     |
| 4.  | İnternette alışveriş yapmayla ilgili düşünceler aklıma gelir.   |                      |              |                                |             |                     |
| 5.  | Bazen daha iyi hissetmek için çevrimiçi alışveriş yaparım.  |                      |              |                                |             |                     |
| 6.  | Bazen ruh halimi (duygu durumumu) değiştirmek için internette alışveriş yaparım.  |                      |              |                                |             |                     |
| 7.  | Kişisel problemlerimi unutmak için internette alışveriş yaparım.  |                      |              |                                |             |                     |
| 8.  | Suçluluk, kaygı, çaresizlik, yalnızlık ve /veya depresyon hislerimi azaltmak için internette bazı şeyler satın alırım.            |                      |              |                                |             |                     |
| 9.  | O kadar fazla internette alışveriş yapıyorum ki günlük yükümlülüklerim (ör: okul ve iş) olumsuz yönde etkileniyor.                |                      |              |                                |             |                     |
| 10. | İnternette alışveriş yapmam sebebiyle hobilerime, boş zaman etkinliklerime, iş/okul ya da egzersizlerime daha az öncelik veririm. |                      |              |                                |             |                     |
| 11. | İnternette alışveriş yapmam sebebiyle sevgilimi/eşimi, ailemi ve arkadaşlarımı ihmal ederim.                                      |                      |              |                                |             |                     |
| 12. | İnternette alışveriş yapmam sebebiyle genellikle diğerleriyle konuşmalarım tartışmayla biter.                                     |                      |              |                                |             |                     |
| 13. | İnternette alışveriş yapmak için kendimde artan bir eğilim hissediyorum.  |                      |              |                                |             |                     |
| 14. | İnternette planladığımdan çok daha fazla alışveriş yaparım.   |                      |              |                                |             |                     |
| 15. | Eskiden olduğu gibi doyuma ulaşamam için gittikçe daha fazla miktarda internette alışveriş yapmak zorunda hissediyorum.           |                      |              |                                |             |                     |
| 16. | İnternette alışveriş yapmak için gittikçe daha fazla zaman harcıyorum.  |                      |              |                                |             |                     |
| 17. | İnternette alışveriş yapmayı azaltmaya yönelik başarısız denemelerim oldu.  |                      |              |                                |             |                     |
| 18. | Başkaları tarafından internette alışveriş yapmayı azaltmam gerektiği söylendi.  |                      |              |                                |             |                     |
| 19. | İnternette alışveriş yapmayı azaltmaya karar verdim ama henüz başaramadım.  |                      |              |                                |             |                     |
| 20. | İnternette alışveriş yapmayı bir süreliğine kısıtlamayı başardım ama sonra bu alışkanlığım nüksetti.                              |                      |              |                                |             |                     |



|     |  |  |  |  |  |  |
|-----|--|--|--|--|--|--|
| 21. | İnternette alışveriş yapmam engellenirse, strese girerim.  |  |  |  |  |  |
| 22. | Bazı sebeplerden dolayı internette alışveriş yapamayacağımı hissedersen huysuz ve hırçın olurum.                 |  |  |  |  |  |
| 23. | Bazı sebepler internette alışveriş yapmamı engellerse kendimi kötü hissederim.                                   |  |  |  |  |  |
| 24. | Son internet alışverişimin üzerinden zaman geçtiyse, çevrimiçi alışveriş yapmak için güçlü bir dürtü hissederim. |  |  |  |  |  |
| 25. | İnternette o kadar çok alışveriş yaparım ki, parasal sorunlara sebep olur.                                       |  |  |  |  |  |
| 26. | İnternette o kadar çok alışveriş yaparım ki, psikolojik sağlığımı bozar.   |  |  |  |  |  |
| 27. | İnternette alışveriş yapma sorunum hakkında o kadar çok endişelenirim ki, bazen beni uyku tutmaz.                |  |  |  |  |  |
| 28. | İnternette yaptığım alışverişler yüzünden vicdanen rahatsız olurum.  |  |  |  |  |  |

### Ek.3 Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği

Lütfen her madde için sizi en iyi tanımlayan yanıtları işaretleyiniz. Maddelere son 12 aydaki düşünceleriniz, duygularınız ve eylemlerinizi baz alarak cevap veriniz.

|     | Maddeler   | Hiç doğru değildir | Bir parça doğrudur | Orta derecede doğrudur | Oldukça doğrudur | Aşırı şekilde doğrudur |
|-----|--|--------------------|--------------------|------------------------|------------------|------------------------|
| 1.  | Başkalarının benimkilerden daha doyurucu deneyimler yaşadığından korkarım.                   |                    |                    |                        |                  |                        |
| 2.  | Arkadaşlarımın benimkilerden daha doyurucu deneyimler yaşadığından korkarım.                 |                    |                    |                        |                  |                        |
| 3.  | Arkadaşlarımın ben yokken eğlendiklerini öğrendiğimde endişelenirim.                         |                    |                    |                        |                  |                        |
| 4.  | Arkadaşlarımın neler yaptığını bilmediğimde kaygı hissederim.                                |                    |                    |                        |                  |                        |
| 5.  | Arkadaşlarımın 'aralarındaki şakaları, muhabbetleri' anlamak benim için önemlidir            |                    |                    |                        |                  |                        |
| 6.  | Bazen neler olup bittiğini takip etmek için fazla zaman harcayıp harcamadığımı merak ederim. |                    |                    |                        |                  |                        |
| 7.  | Arkadaşlarımla buluşmak için bir fırsatı kaçırmış olmak canımı sıkar. .                      |                    |                    |                        |                  |                        |
| 8.  | İyi bir zaman geçirdiğimde bunun detaylarını online olarak paylaşmak benim için önemlidir    |                    |                    |                        |                  |                        |
| 9.  | Planlanmış bir toplanmayı kaçırmak canımı sıkar.   |                    |                    |                        |                  |                        |
| 10. | Tatile çıktığımda arkadaşlarımın ne yaptığını takip etmeye devam ederim.                     |                    |                    |                        |                  |                        |

## Ek.4 Etik Kurul Onayı

Evrak Tarih ve Sayısı: 16.02.2022-124



### FATİH SULTAN MEHMET VAKIF ÜNİVERSİTESİ BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU KARARI

|              |            |              |       |
|--------------|------------|--------------|-------|
| Karar Tarihi | 10/02/2022 | Karar Sayısı | 12/03 |
|--------------|------------|--------------|-------|

#### KURUL ÜYELERİ

Prof. Dr. Fahmeddin BAŞAR / Rektör Yardımcısı - Başkan  
Prof. Dr. Erol KILIÇ / Güzel Sanatlar Fakültesi-Dekan- Üye  
Prof. Dr. Esra AKGÜL / MYO- Müdür- Üye  
Prof. Dr. Hasan BACANLI / Eğitim Fakültesi-Üye

Prof. Dr. İbrahim KOCABAŞ/ Eğitim Fakültesi-Dekan V - Üye  
Prof. Dr. Fatma ALISINANOĞLU / Eğitim Fakültesi - Üye  
Prof. Dr. Sefa SAYGILI/ Edebiyat Fakültesi - Üye  
Dr. Öğr. Üyesi Eyup Sabri KALA / Hukuk Müşaviri - Raportör

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu 10.02.2022 tarihinde saat 14:00' da toplanmış ve aşağıdaki karar alınmıştır.

#### KARAR

**KARAR NO 2022-12/03** Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Klinik Psikoloji Yüksek Lisans Öğrencisi Büşra Şahin'in "Çevrimiçi Kompulsif Satın Alma Davranışlarında Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ve Yaşam Doyumu Etkisinin Kuşaklar Açısından İncelenmesi" isimli projesinde kullanacağı anket ve ölçeklerinin etik yönden uygunluğuna,

Toplantıya katılan Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu üyelerinin oy birliği ile karar verildi.

*e-izahdır*

Prof. Dr. Fahmeddin BAŞAR  
Başkan

*e-izahdır*

Prof. Dr. Hasan BACANLI  
Üye

*e-izahdır*

Prof. Dr. Erol KILIÇ  
Üye

*e-izahdır*

Prof. Dr. Sefa SAYGILI  
Üye

*e-izahdır*

Prof. Dr. İbrahim KOCABAŞ  
Üye

*e-izahdır*

Prof. Dr. Esra AKGÜL  
Üye

*e-izahdır*

Prof. Dr. Fatma ALISINANOĞLU  
Üye

Doküman No: E0.FR-201; İlk Yayın Tarihi: 07.03.2019; Revizyon Tarihi: 20.07.2020; Revizyon No: 01; Sayfa: 1 / 1

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.