

## Kompulsif Satın Alma

İlknur Korkmaz<sup>1</sup>

### Özet

Kompulsif satın alma temelinde dürtünün, aşırı tüketimin ve kontrol bozukluğunun yattığı, çoğunlukla kişinin psikolojik durumundan etkilenerek gerçekleştiği bir satın alma biçimidir. Kompulsif satın alma kavramının ele alınması ve literatürünün incelenmesi, kompulsif tüketicilerin satın alma davranışlarını ve profillerini ortaya koyması açısından önemlidir. Bu çalışmada, kompulsif satın alma kavramı kavramsal olarak ele alınmış ve literatürdeki çalışmalar incelenmiştir. Literatür incelendiğinde, kompulsif satın alma tanımları çoğunlukla “dürtü” teriminin etrafında şekillendirilmiştir. Ancak, kompulsif satın alma için aşırı, uygunsuz, anormal, kontrol edilemeyen, psikiyatrik bozukluk, patolojik satın alma, bağımlılık ve alışveriş krizleri kavramları kullanılarak da tanımlar yapılmıştır. Ayrıca, kompulsif satın almanın bağımlılık, istifleme, kompulsif istifleme, obsesif kompulsif bozukluk, depresyon, korku, kaygı gibi birçok psikolojik bozukluklar ile ilişkisini araştıran çalışmalar da bulunmaktadır. Kompulsif satın almanın sosyal medya, fenomen, FOMO, nomofobi, internet bağımlılığı, materyalizm, hedonik tüketim, gösterişçi tüketim, dürtüsel satın alma, ailevi durumlar, finansal unsurlar, iletişim tarzları ve demografik faktörler gibi değişkenler ile de araştırıldığı literatürde tespit edilmiştir. Literatürde çoğunlukla olumsuz duygular, ailesel sebepler, stres, kaygı, finansal genişleme, baskıdan kaçış, zaman kıtlığı, materyalizm gibi unsurların kompulsif satın almaya yol açtığı görülmektedir. Yeme bozuklukları, alkolizm, uyuşturucu bağımlılığı, borçlanma, kişisel ve ailesel problemler, pişmanlık ve suçluluk gibi unsurların ise kompulsif satın almanın tüketicilerde yarattığı etkiler olduğu literatürde anlaşılmıştır.

1 Arş., Gör., Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Bucak Zeliha Tolunay Uygulamalı Teknoloji ve İşletmecilik Yüksekokulu, Gümrük İşletme Bölümü, ikorkmaz@mehmetakif.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-9099-9633.

## Giriş

Kompulsif satın alma, 1980'li yılların ortalarından itibaren tüketici davranışı araştırmalarına konu olmuştur (Hirschman, 1992: 155). Ayrıca, kompulsif satın alma, tüketici refahında olumsuz bir etki yaratabilecek küresel bir olgu olarak da ele alınmış ve farklı kültürlerde de çalışılmıştır (Benmoyal-Bouzaglo ve Moschis, 2009: 49). Bu bakımdan, çeşitli pazar bölümlerinde kompulsif tüketiciler önemli yer edinmekte ve kompulsif tüketicilerin giderek sayıları artmaktadır (Çolakoğlu ve Seyrek, 2022: 616).

Çalışmada öncelikle, kompulsif satın alma kavramı ele alınacak ve daha sonra kompulsif satın almanın dürtü ve dürtüsel satın alma ile olan ilişkisine, kompulsif satın almanın nedenlerine ve tüketicilerdeki etkisine, kompulsif satın almanın diğer psikolojik bozukluklar ile ilişkisine ve kompulsif satın alma ile ilgili araştırma sonuçlarına değinilecektir.

### 1. Kompulsif Satın Alma Kavramı

Bazı insanlar için satın alma eylemi günlük yaşantılarındaki rutinlerin küçük bir bölümünü temsil etmektedir. Ancak, bazı kişiler için ise satın alma eylemi hayatının merkezini oluşturabilmektedir. Bu kişileri satın almaya iten kontrol edilemeyen dürtüler vardır. Satın alma eylemi gerçekleşince bu kişilerde bir rahatlama oluşacaktır. Ancak, rahatlama anlık olmakla birlikte bu durum birtakım önemli duygusal, finansal ve kişiler arası sorunlara da sebep olmaktadır. Bu şekilde gerçekleşen satın alma eylemi psikiyatri literatüründe ilk kez Kraepelin (1915) ve Bleuler (1924) tarafından oniyomani (oniomania) ya da mani satın alma şeklinde isimlendirilmiştir (Faber, 1992). Kompulsif satın alma, oniomania olarak da tanımlanmaktadır (Berberoglu ve Hocaoglu, 2016: 41).

Kraepelin ve Bleuler, satın alma manisi veya oniyomani kavramını patolojik ve tepkisel bir dürtü olarak ele almıştır (Tamam vd., 1998: 224). Bleuler (1924: 540'dan aktaran Lee ve Mysyk, 2004: 1709-1710) oniyomani kavramını açıklarken dürtüsellikğin önemli unsur olduğunu ve oniyomani hastaların bu eylemlerinin anlam ifade etmeyen sonuçlarını ve hatta dürtüyü bile hissetmediklerini ifade etmiştir. Psikolojik topluluk, ekonomistler ve tüketici davranışı araştırmacıları kompulsif satın alma hakkında incelemeler yapmıştır (Edwards, 1993: 67). Pazarlama literatüründe ise kompulsif satın alma ile ilgili araştırmalar, hedonik unsurların ve dürtülerin tüketimde etki göstermesi ile yaygın hale gelmiştir (Korur ve Kimzan, 2016: 43). O'Guinn ve Faber (1989: 147) kompulsif tüketim davranışının daha geniş bir kategoriye temsil ettiğini ve kompulsif satın almanın ise kompulsif tüketim davranışının bir parçasını oluşturduğunu ifade etmiştir. Dolayısıyla,

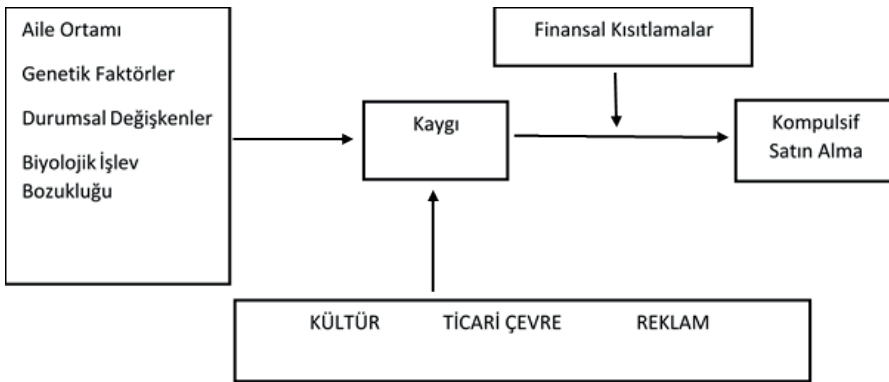
yazarlara göre kompulsif satın alma kompulsif tüketimin bir biçimidir ve olumsuz olaylara ya da duygulara bir tepki olarak kronik ve tekrarlayan satın alma şeklinde tezahür etmektedir.

Literatür incelendiğinde, kompulsif satın alma tanımları çoğunlukla “dürtü” teriminin etrafında şekillendirilmiştir. Ancak dürtünün dışında; aşırı, uygunsuz, anormal, kontrol edilemeyen, psikolojik bozukluk, patolojik satın alma, bağımlılık ve alışveriş krizleri kavramları kullanılarak kompulsif tanımlarının yapıldığı da tespit edilmiştir. King (1981’den aktaran Valence vd., 1988: 419-420), bu tüketim şeklini kişide oluşan ve psikososyal durumların yol açtığı genel bir yabancılaşma hissi ve benlik saygısının azalması gibi patolojik bir mani (bağımlılık) şeklinde açıklamıştır. Bununla birlikte, yazar alkolizm, toksikomanya ve bulimia gibi patolojik tüketim ile ilgili disiplinlerin genelinde kabul gören ve şu şekilde belirtilen bir semptomatolojiyi belirtmektedir:

- Saplantılı bir arzu ve tüketmek için bir dürtünün olması,
- Kişisel bağımlılık ve kontrol kaybı,
- Bir ürünün tüketimini artırma eğilimi.

Faber vd. (1987: 132), kompulsif tüketicinin davranışlarının bağımlılık yapıcı davranışlara yüksek oranda benzediğini, ancak bu olguyu tanımlarken bağımlılık yaratan tüketim yerine kompulsif terimini kullandığını ifade etmiştir. Çünkü klinisyenler arasında bağımlılık teriminin tanımına dair tartışma bulunduğu, bazıları için bağımlılığın sadece madde ile ilgili olduğu ve dolayısıyla bunun fizyolojik alışkanlık ve yoksunluk sendromunu yansıttığını belirtmiştir. Bu bakımdan, Faber vd. (1987: 132) kompulsif tüketim terimini kullanarak uygunsuz, aşırı ve dürtüsel bir şekilde tüketime koşullandırılan kişilerin yaşamlarında bozukluğa yol açan bir tüketici davranışı olarak ele aldığını açıklamıştır. Edwards (1993: 67), kompulsif satın almanın çoğunlukla yüksek bir borç ile sonuçlanan ve kişiyi etkileyen anormal tüketici harcamaları biçimi olarak tanımlamıştır. Faber vd. (1995: 297), kompulsif satın almanın aşırı tüketme dürtüsünü kişinin kontrol edememesini ve dolayısıyla dürtü kontrolü sorunlarını barındırdığını belirtmiştir. Tamam vd. (1998: 224), kompulsif satın almayı çoğunlukla kadınlarda ortaya çıkan, devamlılık gösteren, stereotipik, dayanılmaz ve dürtüsel bir uygunsuzluk olan, aşırı ve rahatsızlık uyandıran satın almanın bir tür bozukluğu şeklinde açıklamıştır. Black (2001: 17), kompulsif satın almayı kompulsif satın alma bozukluğu şeklinde ele almıştır. Ayrıca, yazar kompulsif satın alma bozukluğunun alışverişin ve harcamaların olumsuz bir şekilde sonuçlanması ile meydana gelen aşırı ya da kötü kontrol edilen

uğraşlar, dürtüler ya da davranışlar olduğunu açıklamıştır. Hartston ve Koran (2002: 6) kompulsif satın almayı “kompulsif alışveriş” ya da “patolojik satın alma” şeklinde ifade etmiştir. Yazarlar, kompulsif alışveriş ya da patolojik satın almanın dürtü kontrol bozuklukları kategorisinde yer aldığını belirtmiştir. Frost vd. (2002: 212), kompulsif satın almanın, bir satın alma ile birlikte ücretsiz unsurları da almayı kapsayan daha büyük bir kompulsif edinme durumunun bir parçası şeklinde tanımlanabileceğini ifade etmiştir. Kyrios vd. (2004: 241), kompulsif satın almanın bir nesneyi satın alma dürtüsünü kişinin kontrol etme konusunda kronik bir başarısızlıkla sonuçlanan ve kontrolü devre dışı bırakan bir durum olduğunu açıklamıştır. Park ve Burns (2005: 135), kompulsif satın almayı materyalizmin bir yan etkisi ve tüketici davranışının karanlık yüzü şeklinde tanımlanmıştır. Dittmar (2005: 832), kompulsif satın almanın iyi anlaşılammış yaygın bir işlevsiz tüketici davranışı olduğunu belirtmiştir. Ayrıca yazar, klinik kavramsallaştırmanın kompulsif satın almayı kişide altta yatan diğer psikiyatrik bozuklukların bir belirtisi şeklinde ele aldığını ifade etmiştir. Kwak vd. (2006: 59), kompulsif satın almanın tüketicilerin normatif inançlarıyla etkileşimde olduğu bir tüketici özelliği olarak tanımlamıştır. Ridgway vd. (2008: 622), kompulsif satın almayı tüketicinin tekrarlı satın alma üzerinde oluşan dürtü kontrolü eksikliği sonucu kişinin satın alma ile meşgul olma hali şeklinde açıklamıştır. Gupta (2013: 43), kompulsif satın almayı tüketicilerin ihtiyacı dışındaki malları satın aldığı bir bağımlılık tüketimi şekli olduğunu belirtmiştir. Berberoglu ve Hocaoglu (2016: 41) ise kompulsif satın almanın kontrolsüz olan ve aşırı miktarda sonuçlanan alışveriş krizlerinin ortaya çıktığı bir bozukluk olarak açıklamıştır. Valence vd. (1988: 424) ise kompulsif satın almayı açıklayan unsurlara ait kavram çerçevesini Şekil 1’de açıklamıştır.



Şekil 1. Kompulsif satın alma davranışı: Kavramsal bir çerçeve

Kaynak: Valence vd. (1988: 424)

Valence vd. (1988: 424), kaygının kompulsif satın alma davranışının kavramsallaştırılmasında merkezi bir unsuru oluşturduğunu belirtmiştir. Ayrıca, yazarlar kaygının bir eyleme yol açtığını ve tüketicide gerilimi azaltma yönünde bir harekete yönlendirdiğini de belirtmiştir. Kişilik-durum etkileşimi sonucu ile kişinin bu kaygıya daha eğilimi olduğunu ileri sürmüşlerdir. Yazarlar, bu kavramsal çerçevede yer alan genetik faktörler kadar aile ortamının da tüketicinin kişiliğini biçimlendirdiğini ifade etmiştir. Biyolojik işlev bozukluğu faktörünün ise etkinin serebral aktivite uyarılması ile oluşan kimyasal bir maddenin yokluğundan kaynaklanmasını dikkate almak için kavramsal çerçeveye dâhil etmişlerdir. Kültür, ticari çevre ve reklam faaliyetlerinden oluşan sosyo-kültürel çevre genel bir sebep olarak gösterilmektedir. Finansal kısıtlamaların ise kişide kompulsif satın alma davranışının oluşmasında engelleyici bir unsur olduğunu ve böylece kişiyi diğer aşırı tüketim şekillerine koşullandırabileceğini belirtmişlerdir.

## 2. Kompulsif Satın Alma, Dürtü ve Dürtüsel Satın Alma

Kompulsif tüketiciler kendilerini “kontrolden çıkmış” olarak tanımlayarak, ihtiyaç dışındaki hatta bazen kullanmayacakları ürünler de alarak alışveriş çılgınlığı yaşamaktadır. Dolayısıyla bu davranışa karşı konulamayan bir satın alma dürtüsünün yol açtığı söylenebilmektedir. Kompulsif tüketiciler de bu dürtüleri kontrol etmede sorun yaşamaktadır (Faber vd., 1987: 132).

Edwards (1993: 67), kompulsif harcamanın; aşırı güç, kontrolü sağlanamayan, kronik, tekrarlı olan, harcama dürtüsünü barındıran anormal bir alışveriş ve harcama şekli olduğunu belirtmiştir. Bu bakımdan yazar, kompulsif harcamanın kişilerde olumsuz stres ve kaygı duygularını hafifleten bir araç işlevi gösterdiğini açıklamıştır. Valence vd. (1988: 420-421), kompulsif satın alma davranışına kişinin yönelme sürecinin temelini oluşturan güçlü bir duygusal aktivasyon, yüksek bilişsel kontrol ve yüksek reaktivite olmak üzere üç unsur bulunduğunu belirtmiştir. Yazarlar, Tablo 1’de aşırı tüketen tüketicilerin tipolojisini duygusal aktivasyon, bilişsel kontrol ve reaktif davranışa göre detaylı bir şekilde göstermiştir. Bu tabloya göre yazarlar, kompulsif tüketicinin duygusal reaktif, dürtücü ve fanatik tüketici olan diğer aşırı tüketen tüketicilerin farklılık gösterdiğini anlatmıştır. Kompulsif tüketicinin diğer aşırı tüketen tüketicilerin göre her üç unsurun (duygusal aktivasyon, bilişsel kontrol ve reaktif davranış) daha yüksek ve pozitif bir şekilde ortaya çıktığını yazarlar Tablo 1’de belirtmiştir.

Tablo 1. Aşırı tüketen tüketicilerin tipolojisi

<b>Duygusal Reaktif Tüketici</b>	
Güçlü Duygusal Aktivasyon (+) Zayıf Bilişsel Kontrol (-) Zayıf Reaktif Davranış (-)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ürünün sembolizmine önem veriyor</li> <li>• Telafi edici tüketim (Boorstin, 1969)</li> <li>• Duygusal güdüler</li> </ul>
<b>Dürtücü Tüketici</b>	
Güçlü Duygusal Aktivasyon (+) Zayıf Bilişsel Kontrol (-) Güçlü Reaktif Davranış (+)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ani kendiliğinden satın alma arzusu</li> <li>• Olası psikolojik dengesizliğin durumu</li> <li>• Kimlik ve süper ego arasındaki psikolojik çatışma ve mücadele</li> <li>• . . . sonuçlardan endişe etmeden</li> </ul>
<b>Fanatik Tüketici</b>	
Güçlü Duygusal Aktivasyon (+) Yüksek Bilişsel Kontrol (+) Zayıf Reaktif Davranış (-)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Genellikle tek bir ürünle ilgilenir</li> <li>• Monomani (ör. Kayıtlar, kitaplar, kıyafetler)</li> <li>• Aşırı coşku ve yoğun bağlılık gösterir</li> <li>• Bu tür davranışlar, bazı durumlarda kompulsif olarak adlandırılabilir</li> <li>• Hedonik güdüler</li> </ul>
<b>Kompulsif Tüketici</b>	
Güçlü Duygusal Aktivasyon (+) Yüksek Bilişsel Kontrol (+) Güçlü Reaktif Davranış (+)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Psikolojik gerginliği azaltmaya çalışır</li> <li>• Satın alma hareketini, gerginliği veya kaygıyı azaltmanın bir yolu olarak görür</li> <li>• Genellikle mal bulundurmaya değil, gerginlik durumunun otomatik olarak azaltılmasını arar</li> </ul>

*Kaynak: Valence vd. (1988: 421)*

Valence ve diğerlerinin (1988: 421) çalışmasında yer alan Tablo 1’de kompulsif tüketicinin dürtü tüketicinin tipolojisinden farklı olarak ele alınsa da literatürde bazı yazarlar kompulsif satın alma ile dürtü terimini birlikte kullanabilmektedir. Örneğin, Hartston ve Koran (2002: 67) kompulsif satın almanın “Aksi Belirtilmemiş DSM-IV Dürtü Kontrol Bozuklukları”nın bir şekli olduğunu belirtmiştir. DeSarbo ve Edwards (1996: 232-233) kompulsif satın almayı bir bağımlılık olarak tasvir etmekte ve dürtüsel harcamalarla ilişkilendirmektedir. Ancak, yazarlar dürtüsel satın almanın örneğin rafta yer alan bir ürün gibi harici bir tetikleyici tarafından kişiyi satın almaya yönlendirdiğinde, buna karşın kompulsif satın almanın ise alışveriş ve harcamaların bir kaçış olarak algılandığı kaygı gibi dâhili bir tetikleyici tarafından koşullandırıldığında oluştuğunu açıklamıştır. Kwak vd. (2006), dürtüsel ve kompulsif satın alma davranışı sırasında örneğin giysi, cd, ayakkabı, elektronik ekipman, kozmetik ve mücevher gibi satın alınan ürünlerin aynı olabileceğini belirtmiştir. Fakat yazarlar, dürtüsel satın

alma ve kompulsif satın almanın birbirinden farklı davranışlar olduğuna çalışmalarında tespit etmişlerdir. Valence vd. (1988: 420), kompulsif satın alma ile dürtüsel satın almanın farklı olduğunu belirtmiştir.

### 3. Kompulsif Satın Almanın Nedenleri ve Etkileri

Kompulsif satın almaya yol açan unsurların literatürde çoğunlukla; olumsuz duygular, duygusal karışıklık, ailesel sebepler, stres, kaygı, finansal genişleme, baskıdan kaçış, zaman kıtlığı, materyalizm, düşük vicdanlılık, yüksek uyumluluk, düşük kararlılık, depresyon, zayıf benlik saygısı, benlik imajı, başkaları ile ilişkileri geliştirme, olumsuz düşünme, bilişsel zorluklar, moda ilgisi, moda uyma, sosyal statü kazanma, telefonla pazarlama, ev alışverişi, internet ticareti, taklit etme, ilgi görme, markaların güç, başarı, güzellik ve mutluluk vaadi, hedonik tüketim, reklama karşı tutum, eğlence, mutluluk ve kişilik özellikleri olduğu tespit edilmiştir.

Faber vd. (1987: 132-133), kompulsif davranışın çoğunlukla kişilerin stresle başa çıkma, taleplerden ve baskıdan kaçma ya da tatsız duyguları ya da durumları aşma amacı ve bunlara bir tepki ile ortaya çıktığını belirtmiştir. Ayrıca yazarlar, kompulsif tüketicilerde çoğunlukla düşük bir öz değer duygusu olduğunu da ifade etmiştir. Edwards (1993: 82), kompulsif olmayan ve normal bir şekilde alışveriş yapan tüketicinin temel olarak ihtiyacı güttüğünü, ancak kompulsif tüketicilerin ise ürün satın alımlarında genellikle endişeyi giderme amacının yattığını belirtmiştir. DeSarbo ve Edwards (1996: 233), kendini finansal açıdan aşırı genişletmek, duygusal karışıklık ve aile çatışmaları gibi aşırı harcamaların olumsuz sonuçlarında kişilerin daha fazla harcama yaptığını açıklamıştır. Ayrıca yazarlar, stres ve kaygıyı hafifletme amacı ile yapılan bu harcamalarla aşırı kompulsif tüketiciler meydana geldiğini de belirtmiştir. Miltenberger vd. (2003: 1), öfori (hoşnutluk) ya da olumsuz duygulardan rahatlama amacı ile kompulsif satın almanın meydana geldiğini söylemiştir. Kyrios vd. (2004: 242) ise kompulsif satın alma davranışına yol açan unsurların; depresyon zayıf benlik saygısı, olumsuz düşünme ve bilişsel zorluklar olduğunu ifade etmiştir.

Roberts vd. (2006: 312), aile yapısının ergenler üzerinde kompulsif satın almayı etkilediğini belirtmiş. Yazarlar, boşanmanın materyalizm ile birlikte kompulsif satın alma üzerindeki etkisinin ergen kişilerin gelişim süreci ile orantılı bir şekilde ilerlediğini tespit etmiştir. Faber ve O'Guinn (1988: 97), materyalizmin belirli yönleri ile kompulsif tüketimin ilgili olduğunu, fakat sahiplikle ilişkili olmadığını belirtmiştir. Dittmar (2005: 855-856), mallar yoluyla dolayısıyla materyalist değerlerin kimlik inşası amacı ile kompulsif satın almaya yol açtığını ifade etmiştir. O'Guinn ve Faber (1989:



147), kompulsif satın alma davranışı gösteren kişilerin kompulsif kişilik gösterdiğini ve daha düşük benlik saygısına sahip olduklarını belirtmiştir. Mowen ve Spears (1999: 425-426), düşük vicdanlılık, yüksek uyumluluk ve düşük kararlılık gibi kişilik özellikler ile materyalizmin kompulsif satın almaya yol açtığını açıklamıştır. Eroğlu (2016: 253), kompulsif satın almada hedonik tüketim, materyalizm ve kişilerin reklama karşı tutumunun etkisi olduğunu tespit etmiştir.

Park ve Burns (2005: 135), moda ilgisinin kredi kartı kullanımı yoluyla kompulsif satın almayı etkilediğini açıklamıştır. Korur ve Kimzan (2016: 45), sosyal statü kazanma, moda uyma, taklit etme ve ilgi görme gibi unsurlarının kompulsif satın alma davranışı gösteren kişilerde görüldüğünü ifade etmiştir. Dolayısıyla yazarlar, kompulsif satın alma davranışı gösteren kişilerde markaların güç, başarı, güzellik ve mutluluk vaatlerinin en fazla etki gösterdiğini belirtmiştir.

Faber ve O'Guinn (1988: 106), kompulsif tüketicilerin alışverişi eğlenceli gördüğünü ve alışverişin onları mutlu ettiğini belirtmiştir. Kwak vd. (2006: 77), telefonla pazarlama, ev alışverişi ve internet ticaretinin kompulsif satın almayı güçlendiren unsurlar olduğunu belirtmiştir. Gupta (2013: 46) ise zaman kıtlığı ve perakende ortamındaki uyarılma etkisi ile alışveriş yapan tüketicilerin kompulsif satın almaya daha duyarlı olduğunu açıklamıştır.

Kompulsif satın almanın sebepleri gibi kişilerde birçok etkileri de literatürde tespit edilmiştir. Bazı kişiler için tüketim merkezi olmakta ve onları derinden etkileyebilmektedir. Dolayısıyla bu kişilerde tüketim işlevsiz hale gelerek kompulsif satın alma ortaya çıkmaktadır (Faber vd., 1987: 132). Birçok insan için satın alma yaşamlarının rutin bir işlevini oluştururken, kompulsif tüketiciler için ise aşırı güçlü dürtü ile satın alma vardır ve bunun kontrolünü alamamaktadır. Bu da kompulsif tüketicilerin yaşamlarında önemli sonuçları meydana getirmektedir (O'Guinn ve Faber, 1989: 147). Literatürde kompulsif satın almanın meydana getirdiği sonuçlar; kumar, yeme bozuklukları, cinsellik, alkolizm, uyuşturucu bağımlılığı, fizyolojik alışkanlık, yoksunluk, borçlanma, bağımlılık, kişisel ve ailesel problemler, kaygı ve hayal kırıklığı, öznel kontrol kaybı hissi, yerel muafiyet, yeniden alışveriş, kendini hissetme, alışveriş sonrası pişmanlık, suçluluk, depresyon, sosyal izolasyon, düşük özsayı ve kredi kartının kötü kullanımı şeklinde sıralanmakta ve ilişkili olmaktadır.

Psikologlar yapılan harcamaların kişilerde kumar, yiyecek bozuklukları ve alkolizme benzeyen kompulsif bir davranışa yol açtığını tespit etmişlerdir (Faber vd., 1987: 132). Faber ve O'Guinn (1988: 99), alkolizm ve uyuşturucu bağımlılığı, fizyolojik alışkanlık ve yoksunluk belirtilerinin kompulsif davranış



durumları olarak düşünülebileceğini belirtmiştir. Ayrıca, yazarlar, yeme (ve yiyeceklerden kaçınma), kumar, cinsellik ve satın alma ile birlikte birçok yeni kompulsif davranışını tespit ettiklerini ifade etmiştir. Faber vd. (1995: 296), kompulsif tüketicilerin tıknırçasına yeme bozukluğunun olduğunu ve hatta bulimiya nervoza için belirtiler verdiğini tespit etmiştir.

Kompulsif satın almanın sonuçları kişilerin günlük yaşantılarında büyük sorunlara yol açsa da kompulsif tüketicinin satın alma eylemini sürdürdüğü görülmektedir. Bunun sonucu olarak, birçok kompulsif tüketici için bir büyük fatura veya kızgın alacaklılar ile karşı karşıya kalma korkusu sürekli bulunmaktadır. Bu yüzden birçok kompulsif tüketici faturalarını ve satın almanın verdiği keşfedilme korkusu ile aldıkları eşyaları sakladıkları da ortaya çıkmaktadır Bununla birlikte, bazı kompulsif tüketicilerin satın aldıklarını birilerinden (çoğunlukla eşinden) sakladıklarını, bu satın aldıklarını arabalarının bagajına ya da bir dolaba koyduklarını, hatta bu ürünleri kullanmaktan korktuklarını ve bu sebeple kullanmadıklarını tespit etmişlerdir (Faber vd., 1987: 132-133). Dolayısıyla, yönetilmeyecek şekilde yüklü bir borca sahip olan kompulsif tüketiciler, hem kendileri hem de aileleri açısından ekonomik ve duygusal olarak birtakım sorunlar yaşayabilmektedir. Bu bakımdan, bu yüksek borç ile birlikte kaygı, hayal kırıklığı, öznel kontrol kaybı hissi ve yerel muafiyet gibi kompulsif satın alma sonuçları ortaya çıkmaktadır (O'Guinn ve Faber, 1989: 147). Planlanmamış ve çoğunlukla ucuz nitelikte yapılan bir satın almanın olduğu dürtüsel satın almanın aksine kompulsif satın alma, daha çok olumsuz sonuçlar doğurabilmekte, büyük bir finansal borç ve bağımlılık yaratmaktadır. Bununla birlikte, bu konuda birçok mali danışmanların aşırı borçlanma olaylarının çoğunluğu kompulsif harcamalardan oluştuğunu tespit ettiği görülmektedir (Edwards, 1993: 67-68). Çoğu kompulsif satın almanın bağımlılık, borç, finansal sorumsuzluk ve davranışsal kontrol eksikliği yarattığı ve kompulsif tüketicilerin yeni alışverişler için daha önce aldıkları eşyaları iade ettikleri bile görülmüştür (Hartston ve Koran, 2002: 67). Kompulsif satın alma kişinin kendisini, ailelerinin refahını ve içinde bulunduğu toplumu da etkileyerek önemli finansal, duygusal ve kişilerarası sonuçlara yol açmaktadır (Park ve Burns, 2005: 136; Gupta, 2013: 43)

Kompulsif satın alma; yeniden alışveriş, kendini hissetme, alışveriş sonrası pişmanlık, suçluluk, borç, depresyon, sosyal izolasyon ve düşük özsaygı şeklinde sonuçlanmaktadır. Bu kompulsif satın alma sonuçlarının arkasında temel olarak kredi kartının kullanımının yattığı söylenebilmektedir. Dolayısıyla, kredi kartının kötü kullanımı ve alışveriş sonrası yaşanan pişmanlık ile kompulsif satın almanın pozitif bir yönde ilişki gösterdiği tespit edilmiştir (Korur ve Kimzan, 2016). Kompulsif satın alma, ani sonuçlar ile

oluşan endişe ile kredi kartı borcu arasındaki ilişkiye aracılık etmektedir. Dolayısıyla, endişenin yüksek olması kompulsif satın alma davranışı ile kredi kartı borcunda etki göstermektedir (Joireman vd., 2010: 155).

#### **4. Kompulsif Satın Alma ve Diğer Psikolojik Bozukluklar**

Kompulsif satın almanın istifleme, kompulsif istifleme, obsesif kompulsif bozukluk, mani ve majör depresyon ile de ilişkili olduğunu ya da farklılık gösterdiğini belirten çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmalara sırası ile değinilecektir.

Faber vd. (1995: 296), kompulsif satın almayı hırsızlık, alkolizm ve uyuşturucu bağımlılığı gibi kişide ortaya çıkan bir bozukluk olarak ifade etmiştir. Tamam vd. (1998: 224) de kompulsif satın almanın obsesif-kompulsif bozukluk, duygu-durum bozuklukları, bağımlılık ve dürtü denetim bozuklukları ile ilişkili başka psikiyatrik bozukluklarla birlikte ortaya çıkabileceğini ve kendi başına ayrı bir psikiyatrik bozukluk olabileceğini belirtmiştir. Frost vd. (1998), kompulsif istiflemenin kompulsif satın alma ve başkaları tarafından atılan malların edinilme sıklığı ile ilişki gösterdiğini belirtmiştir. Yazarlar aynı zamanda, kompulsif satın almanın obsesif-kompulsif bozukluk (OKB) belirtileri ile ilişkili olduğunu da ifade etmiştir. Frost vd. (2002: 201), kompulsif tüketicileri istifleme ve OKB semptomları açısından kompulsif olmayan tüketicilerle karşılaştırmıştır. Çalışma sonucunda, kompulsif tüketicilerin her iki semptom tipinden daha yüksek puanlar aldığını, kompulsif satın alma ve OKB arasındaki ilişkiye istiflemenin aracılık ettiğini tespit etmişlerdir. Hartston ve Koran (2002: 67), kompulsif satın almanın OKB istifinden ve mani ile ortaya çıkan aşırı satın alımdan oldukça farklılık gösterdiğini ifade etmişlerdir. Kyrios vd. (2004: 241) ise kompulsif satın almanın majör depresyon, obsesif kompulsif bozukluk ve kompulsif istifleme ile ilişkili olduğunu belirtmiştir.

Literatürde kompulsif davranış ile bağımlılığı ilişkilendiren çalışmalar da bulunmaktadır. Faber vd. (1987: 132), kompulsif davranışta bazen psikolojik bağımlılığının olabileceğini belirtmiştir. Yazarlar, psikolojik bağımlılığın çoğunlukla maddeler için kullanılsa bile kompulsif tüketicilerin kullandığı dilin de bir bağımlılığı yansıttığını ifade etmiştir. Çünkü yazarlar, kompulsif tüketicilerin alışveriş cevabına çoğunlukla “ihtiyaç” kelimesine karşılık olarak “yapmak zorunda olduğu” bir şey şeklinde tepki verdiğini açıklamışlardır. Valence vd. (1988: 422), kompulsif alıcının malların gerçek mülkiyetini aramasından ziyade, satın alma işleminden eylemin ortaya çıktığını ve bunun da psikolojik bir bağımlılığa yol açtığını belirtmiştir. DeSarbo ve Edwards (1996: 234) ise kompulsif alıcıların alışveriş ve harcama süreçlerinde,

satın aldıkları unsurların mülkiyetinde ihtiyaçtan ziyade kompulsif ya da bağımlılığı içerdiğini söylemiştir.

## 5. Literatür İncelemesi

Literatür incelendiğinde, kompulsif satın alma genel olarak korku, kaygı, yalnızlık, pişmanlık, benlik saygısı, stres, depresyon, güvensizlik, güç, prestij gibi psikolojik unsurlar, sosyal medya, fenomen, FOMO, nomofobi, internet bağımlılığı, materyalizm, hedonik tüketim, gösterişçi tüketim, dürtüsel satın alma, ailevi durumlar, finansal unsurlar, iletişim tarzları ve demografik faktörler gibi değişkenler ile araştırılmıştır. Kompulsif satın alma ile ilgili literatürdeki çalışmalar sırasıyla ele alınacaktır.

Benmoyal-Bouzaglo ve Moschis (2009), yaşamlarının erken aşamalarında çok sayıda yıkıcı ailevi olay deneyimleyen genç yetişkinlerin, kompulsif davranışlarının daha güçlü olduğunu tespit etmiştir. Ancak çalışmada, kompulsif tüketim eğilimlerinin, parçalanmış bir ailede yaşanan süre ile ilişkili olmadığı ortaya çıkmıştır. Grougiou vd. (2015), aile parçalanması, akranlarla iletişim, sosyo-odaklı iletişim ve kavram-odaklı iletişim değişkenlerinin kompulsif satın alma davranışında etkisini olduğunu tespit etmiştir. Yazarlar, kompulsif satın alma davranışının kavram-odaklı iletişim ile negatif; aile parçalanması, akranlarla iletişim ve sosyo-odaklı iletişim ile pozitif bir ilişki gösterdiğini ileri sürmüştür.

Yeşil vd. (2022), yaşam doyumu ve öğrencilerin akademik başarısı üzerinde çevrimiçi kompulsif satın almanın etkisini incelemiştir. Yazarlar, yaşam doyumu ve akademik başarı üzerinde çevrimiçi kompulsif satın almanın negatif bir etki gösterdiğini tespit etmiştir. Virly ve Balgies (2023), kadın tüketiciler üzerinde moda ürünlerinin çevrimiçi kompulsif satın alma ile benlik saygısı arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Çalışmanın sonucunda, benlik saygısı ile çevrimiçi kompulsif satın alma arasında negatif bir ilişki tespit edilmiştir. Dolayısıyla çalışmada, benlik saygısı düştükçe kompulsif satın alma davranışının da o kadar yükseldiği sonucuna ulaşılmıştır.

Setyorini vd. (2021), COVID-19 pandemisinde evden çalışmanın kompulsif satın alma davranışı üzerindeki etkisini araştırmıştır. Yazarlar, evden çalışan kişilerin kompulsif satın alma davranışının daha yüksek olduğunu tespit etmiştir. Ayrıca, evden çalışmanın kompulsif satın alma davranışına etkisinde yalnızlık hissinin aracılık rolü olduğuna da çalışmada ulaşılmıştır. Aksoy vd. (2022), kompulsif satın alma davranışı üzerindeki nevrozluğun, geçmiş-negatif zaman perspektifinin ve tüketicinin benzersizlik ihtiyacının etkilerini araştırmıştır. Çalışma sonucunda, nevrozluğun kompulsif satın alma davranışı üzerindeki etkisine tüketicilerin geçmiş-negatif zaman

perspektifinin kısmen aracılık ettiğine ulaşılmıştır. Ayrıca, tüketicinin benzersizlik ihtiyacının nevroitiklik ile kompulsif satın alma davranışı arasındaki yolu yönettiği de çalışmada ortaya çıkmıştır. Başka bir deyişle, tüketicinin benzersizlik ihtiyacının düzenleyici etkisi olduğu tespit edilmiştir. Çolakoğlu ve Seyrek (2022), kompulsif satın alma eğilimi ile yaygın anksiyete ve COVID-19 korkusu arasında ilişkinin varlığını araştırmıştır. Kompulsif satın alma eğilimi üzerinde COVID-19 korkusunun ve yaygın anksiyetenin pozitif yönde bir etki gösterdiği tespit edilmiştir. Ayrıca, bu etkide yaygın anksiyetenin kısmi aracılık rolüne sahip olduğu çalışmada ulaşılmıştır. Şahin ve Karahan (2022), kompulsif satın alma davranışı ve dürtüsel satın alma davranışı ile COVID-19 salgınının neden olduğu kaygı, tüketici kaygısı ve tüketici kaçış davranışı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. COVID-19 salgınının neden olduğu kaygı, tüketici kaygısı ve dürtüsel satın alma davranışı üzerinde bir artışa yol açmıştır. Ayrıca, dürtüsel satın alma eğilimi tüketici kaygısı üzerinde bir artışa neden olmuştur. Bununla birlikte, kompulsif satın alma davranışı ve tüketici kaçış davranışı üzerinde tüketici kaygısının da artışa yol açtığı çalışmada tespit edilmiştir. Traş ve Yakıcı (2023), çevrimiçi kompulsif satın alma davranışı ile stres, depresyon ve anksiyete arasında ilişki olup olmadığını incelemiştir. Ayrıca yazarlar, cinsiyet ve algılanmakta olan gelir seviyesine göre çevrimiçi kompulsif satın alma davranışının farklılık gösterip göstermediğini de araştırmışlardır. Çalışma sonucunda, çevrimiçi kompulsif satın alma davranışı ile stres, depresyon ve anksiyete arasında pozitif bir ilişki olduğuna ve cinsiyete göre çevrimiçi kompulsif satın alma davranışının farklılaşmadığına ulaşılmıştır. Yazarlar stres, depresyon ve anksiyete seviyelerindeki artışın çevrimiçi kompulsif satın alma davranışını artırdığını belirtmiştir.

Özdemir Süzer (2022), kompulsif satın almada materyalist tüketimin, hedonik tüketimin ve gösterişçi tüketimin ve satın alma sonrasındaki pişmanlıkta kompulsif satın almanın etkilerini incelemiştir. Kompulsif satın almada hedonik tüketimin ve gösterişçi tüketimin etkileri olmasına rağmen, materyalist tüketimin etkisi olmadığı tespit edilmiştir. Aynı zamanda, satın alma sonrasındaki pişmanlıkta kompulsif satın almanın etki gösterdiğine de çalışmada ulaşılmıştır. Tarka vd. (2022), kompulsif satın almanın materyalizm ve hazcı alışveriş değerleri ile olan ilişkisini araştırmışlardır. Kompulsif satın alma ile materyalizm arasında bir ilişki olduğu ve bu ilişkide hazcı alışveriş değerlerinin aracılık rolüne sahip olduğu çalışmada tespit edilmiştir. Yazarlar, kompulsif tüketicilerin materyalist yönelimlerinin yanında hedonik, neşe, zevk ve alışveriş sırasında elde ettikleri “duygusal öfori” ile de saplantılı bir şekilde satın alma davranışı sergilediklerini belirtmiştir. Ayrıca yazarlar, kompulsif satın almada materyalizm ve hazcı alışveriş değerlerinin etkisinin

kadınlarda daha yüksek olduğunu da tespit etmiştir. Sharif vd. (2022), yoğun sosyal ağ kurma ve çevrimiçi kompulsif satın alma arasında finansal sosyal karşılaştırma ve materyalizmin aracılık etkisini incelemişlerdir. Yoğun sosyal ağlar ile çevrimiçi kompulsif satın alma arasındaki ilişkide finansal sosyal karşılaştırma ve materyalizmin aracılık rolü olduğu çalışmada tespit edilmiştir.

Terzi ve Bayrakdaroglu (2022), kompulsif satın alma davranışında kişilik, gösterişçi tüketim ve internet bağımlılığı değişkenlerinin etkilerini araştırmıştır. Kompulsif satın alma davranışında kişilik, gösterişçi tüketim ve internet bağımlılığının etki gösterdiğine çalışmada ulaşılmıştır. Ayrıca, dışadönüklük ve nevrotiklik kişilik türlerinin kompulsif satın alma ile pozitif; deneyimlere açıklık ile kompulsif satın alma arasında ise negatif bir ilişki olduğu da tespit edilmiştir. Kontrol kaybı ve sosyal ilişkilerde olumsuzluk ile kompulsif satın alma arasında ise pozitif bir ilişki de çalışmada ortaya çıkmıştır. Yaş, cinsiyet, gelir, eğitim ve kredi kartı sayısı bakımından kompulsif satın almanın farklılık gösterdiği de tespit edilmiştir. Tanrıku (2022), kadınların çalışma durumuna, aylık gelirine, medeni durumuna, çocuk sahipliğine, yaşına, eğitim durumuna ve yaşadıkları yerleşim birimine göre e-kompulsif satın alma davranışlarının farklılık gösterip göstermediğini araştırmıştır. Çalışma sonucunda, çalışan kadınların daha yüksek e-kompulsif satın alma davranışı gösterdiğine ulaşılmıştır. Ayrıca, aylık gelire göre e-kompulsif satın alma davranışının farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Ancak, e-kompulsif satın alma davranışının medeni durum, çocuk sahibi olup olmama, yaş, eğitim durumu ve yaşanan yerleşim birimi bakımından farklılaşmadığı çalışmada tespit edilmiştir. Ataman ve Yıldırım (2022), kredi kartı kullanımı ile borca karşı tutum, finansal refah seviyesi ve kompulsif satın alma arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Kredi kartı kullanımında kompulsif satın almanın etkisi olduğu çalışmada ortaya çıkmıştır. Ayrıca, finansal refah seviyesi ve borca karşı tutumda kredi kartı kullanımının ve finansal refah seviyesinde ise borca karşı tutumun etkisi olduğu da tespit edilmiştir. Felipe vd. (2023), kompulsif kredi kartı kullanmada güç-prestij, kaygı, güvensizlik ve materyalizm değişkenlerinin etkisini incelemiştir. Kaygının ve materyalizmin kompulsif kredi kartı kullanma üzerinde etkisi olduğu çalışmada ortaya çıkmıştır.

Kerse ve Yüce (2022), online kompulsif satın alma davranışında sosyal medya fenomenleri ve gelişmeleri kaçırma korkusunun (FOMO) etkilerini araştırmıştır. Gelişmeleri kaçırma korkusunun (FOMO) online kompulsif satın alma davranışında pozitif bir etkiye yol açtığı çalışmada tespit edilmiştir. Yazarlar, sosyal medya fenomenlerinin tavsiye ettikleri ürünler sonucunda tüketicilerde gelişmeleri kaçırma korkusunu (FOMO) artırdığını ve bu korku artış gösterdikçe online kompulsif satın alma davranışının

da artış gösterdiğini belirtmiştir. Celep ve Çorumlu (2022), nomofobi ve sosyal medya kullanım yoğunluğu ile çevrimiçi kompulsif satın alma davranışı arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Çevrimiçi kompulsif satın alma davranışı ve nomofobi üzerinde sosyal medya kullanım yoğunluğunun; nomofobi üzerinde ise çevrimiçi kompulsif satın alma davranışının pozitif bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, sosyal medya kullanım yoğunluğu, nomofobi ve çevrim içi kompulsif satın alma davranışı arasında pozitif bir ilişki olduğuna da çalışmada ulaşılmıştır. Kshatriya ve Shah (2023), kompulsif satın almada COVID-19 pandemisinin ve hedonik mutluluğun etkisini araştırmıştır. COVID-19 pandemisinin ve hedonik mutluluğun kompulsif satın almada etkisi olduğunu tespit etmiştir. Johan vd. (2023), çevrimiçi kompulsif satın alma üzerinde yoğun sosyal medya kullanımı ve hedonik yaşam tarzının etkisini araştırmıştır. Çalışma sonucunda, çevrimiçi kompulsif satın alma üzerinde yoğun sosyal medya kullanımı ve hedonik yaşam tarzının etki gösterdiği ortaya çıkmıştır.

Literatürdeki kompulsif satın alma davranışları ile ilgili çalışmalar, Tablo 2'de yazar/lar, çalışmanın yılı, çalışmada kompulsif satın alma ile birlikte kullanılan değişkenler ve çalışmanın sonucu şeklinde özet bir şekilde sunulmuştur.

*Tablo 2. Kompulsif satın alma ile ilgili çalışmalar ve bulguları*

Yazar(lar)	Yıl	Değişkenler	Sonuç
Benmoyal-Bouzaglo ve Moschis	2009	Parçalanmış Bir Ailede Yaşanılan Süre	Kompulsif tüketim eğilimleri ile parçalanmış bir ailede yaşanan süre arasında ilişki görülmemiştir.
Grougiou vd.	2015	Aile Parçalanması, Akranlarla İletişim, Sosyo-Odaklı İletişim, Kavram-Odaklı İletişim	Kompulsif satın alma davranışının kavram-odaklı iletişim ile negatif; aile parçalanması, akranlarla iletişim ve sosyo-odaklı iletişim ile pozitif bir ilişkisi vardır.
Setyorini vd.	2021	Covid-19, Evden Çalışma, Yalnızlık Hissi	Evden çalışma kompulsif satın alma davranışını etkilemekte ve bu etkide yalnızlık hissini aracılık rolü bulunmaktadır.
Yeşil vd.	2022	Yaşam Doyumu, Akademik Başarı	Yaşam doyumu ve akademik başarı üzerinde çevrimiçi kompulsif satın almanın negatif bir etkisi vardır.
Kerse ve Yüce	2022	FOMO, Sosyal Medya Fenomenleri	Sosyal medya fenomenlerinin tavsiye ettikleri ürünler tüketicilerde gelişmeleri kaçırma korkusunu (FOMO) artırmakta ve bu korku arttıkça online kompulsif satın alma davranışı da artmaktadır.

Aksoy vd.	2022	Geçmiş-Negatif Zaman Perspektifi, Tüketicinin Benzersizlik İhtiyacı, Nevrotiklik	Nevrotikliğin kompulsif satın alma davranışı üzerindeki etkisinde tüketicilerin geçmiş-negatif zaman perspektifinin aracı rolü ve tüketicinin benzersizlik ihtiyacının ise düzenleyici rolü vardır.
Çolakoğlu ve Seyrek	2022	COVID-19 Korkusu, Yaygın Anksiyete Seviyesi	Kompulsif satın alma eğiliminde, COVID-19 korkusunun ve yaygın anksiyetenin pozitif bir etkisi vardır.
Şahin ve Karahan	2022	COVID-19'un Neden Olduğu Kaygı, Tüketici Kaygısı, Tüketici Kaçış Davranışı, Dürtüsel Satın Alma	Kompulsif satın alma davranışında tüketici kaygısının etkisi vardır.
Özdemir Süzer	2022	Materyalist Tüketim, Hedonik Tüketim, Gösterişçi Tüketimi, Pişmanlık	Kompulsif satın almada hedonik tüketimin ve gösterişçi tüketimin etkisi varken materyalist tüketimin etkisi yoktur. Kompulsif satın alma, satın alma sonrası pişmanlığı etkilemektedir.
Terzi ve Bayraktaroglu	2022	Kişilik, Gösterişçi Tüketim, İnternet Bağımlılığı, Yaş, Cinsiyet, Gelir Düzeyi, Eğitim Durumu, Kullanılan Kredi Kartı Sayısı	Kompulsif satın alma davranışında kişilik, gösterişçi tüketim ve internet bağımlılığının etkisi vardır. Yaş, cinsiyet, gelir, eğitim ve kredi kartı sayısı bakımından kompulsif satın alma farklılaşmaktadır.
Sharif vd.	2022	Yoğun Sosyal Ağ Kurma, Finansal Sosyal Karşılaştırma, Materyalizm	Yoğun sosyal ağlar ile çevrimiçi kompulsif satın alma arasındaki ilişkide finansal sosyal karşılaştırma ve materyalizmin aracılık rolü vardır.
Tarka vd.	2022	Materyalizm, Hazcı Alışveriş Değerleri	Kompulsif satın alma ile materyalizm arasındaki ilişkide hazcı alışveriş değerlerinin aracılık rolü vardır. Bu sonuç kadınlarda daha yüksektir.
Celep ve Çorumlu	2022	Nomofobik Eğilimler, Sosyal Medya Kullanım Yoğunluğu	Çevrimiçi kompulsif satın alma davranışı ve nomofobi üzerinde sosyal medya kullanım yoğunluğunun; nomofobi üzerinde ise çevrimiçi kompulsif satın alma davranışının pozitif bir etkisi vardır.
Ataman ve Yıldırım	2022	Finansal Refah Düzeyi, Borca Karşı Tutum, Kredi Kartı Kullanımı	Kredi kartı kullanımında kompulsif satın almanın etkisi vardır.



Tanrikulu	2022	Çalışma Durumu, Aylık Gelir, Medeni Durumu, Çocuk Sahibi Olup Olmaması, Yaşları, Eğitim Durumları, Yaşadıkları Yerleşim Birimleri	Çalışan kadınların daha yüksek e-kompulsif satın alma davranışı vardır. Aylık geliri göre e-kompulsif satın alma davranışı farklılaşmaktadır.
Traş ve Yakıcı	2023	Depresyon, Anksiyete, Stres, Cinsiyet, Algılanmakta Olan Gelir Düzeyi	Çevrimiçi kompulsif satın alma davranışı ile stres, depresyon ve anksiyete arasında pozitif bir ilişki vardır.
Felipe vd.	2023	Güç-Prestij, Kaygı, Güvensizlik, Materyalizm, Kredi Kartı Kullanma	Kaygının ve materyalizmin kompulsif kredi kartı kullanma üzerinde etkisi vardır.
Virly ve Balgies	2023	Benlik Saygısı	Benlik saygısı ile çevrimiçi kompulsif satın alma arasında negatif bir ilişki vardır.
Kshatriya ve Shah	2023	COVID-19 Pandemisi, Hedonik Mutluluk	COVID-19 pandemisinin ve hedonik mutluluğun kompulsif satın almada etkisi vardır.
Johan vd.	2023	Yoğun Sosyal Medya Kullanımı, Hedonik Yaşam Tarzı	Çevrimiçi kompulsif satın alma üzerinde yoğun sosyal medya kullanımı ve hedonik yaşam tarzının etkisi vardır.

*Kaynak: Tablo, yazar tarafından literatüre dayandırılarak oluşturulmuştur.*

## Sonuç

Kompulsif satın alma kavramının yerine literatürde oniomania (Berberoğlu ve Hocaoglu, 2016: 41) kavramının da kullanıldığı görülmektedir. Ayrıca, literatür incelendiğinde, kompulsif satın alma tanımları çoğunlukla “dürtü” teriminin etrafında şekillendirilmiştir. Ancak, dürtünün dışında; aşırı, uygunsuz, anormal, kontrol edilemeyen, psikiyatrik bozukluk, patolojik satın alma, bağımlılık ve alışveriş krizleri kavramları kullanılarak kompulsif tanımlarının yapıldığı da tespit edilmiştir.

Literatürde kompulsif davranış ile bağımlılığı ilişkilendiren çalışmalar bulunmaktadır. DeSarbo ve Edwards (1996); Faber vd. (1987) ve Valence vd. (1988) adlı yazarların çalışmaları, kompulsif davranış ve bağımlılık ile ilgili araştırmalara örnektir.

Kompulsif satın almanın istifleme, kompulsif istifleme, obsesif kompulsif bozukluk, mani ve majör depresyon ile de ilişki olduğunu ya da farklılık gösterdiğini belirten çalışmalar mevcuttur. Buna yönelik olarak Faber vd. (1995); Frost vd. (1998); Frost vd. (2002); Hartston ve Koran (2002); Kyrios vd. (2004) ve Tamam vd. (1998) adlı yazarların çalışmaları bulunmaktadır.

Kompulsif satın almaya yol açan unsurların literatürde çoğunlukla; olumsuz duygular, duygusal karışıklık, ailesel sebepler, stres, kaygı, finansal genişleme, baskıdan kaçış, zaman kıtlığı, materyalizm, düşük vicdanlılık, yüksek uyumluluk, düşük kararlılık, depresyon, zayıf benlik saygısı, benlik imajı, başkaları ile ilişkileri geliştirme, olumsuz düşünme, bilişsel zorluklar, moda ilgisi, modaya uyma, sosyal statü kazanma, telefonla pazarlama, ev alışverişi, internet ticareti, taklit etme, ilgi görme, markaların güç, başarı, güzellik ve mutluluk vaadi, hedonik tüketim, reklama karşı tutum, eğlence, mutluluk ve kişilik özellikleri olduğu tespit edilmiştir. Buna yönelik DeSarbo ve Edwards (1996); Edwards (1993); Eroğlu (2016); Faber vd. (1987), Faber ve O'Guinn (1988); Gupta (2013); Korur ve Kimzan (2016); Kwak vd. (2006); Kyrios vd. (2004); Miltenberger vd. (2003); Mowen ve Spears (1999); O'Guinn ve Faber (1989); Park ve Burns (2005) ve Roberts vd. (2006) adlı yazarların çalışmaları örnek gösterilebilmektedir.

Kompulsif satın almanın sebepleri gibi tüketicilerde birçok etkileri de literatürde tespit edilmiştir. Literatürde kompulsif satın almanın tüketicide yarattığı sonuçlar; kumar, yeme bozuklukları, cinsellik, alkolizm, uyuşturucu bağımlılığı, fizyolojik alışkanlık, yoksunluk, borçlanma, bağımlılık, kişisel ve ailesel problemler, kaygı ve hayal kırıklığı, öznel kontrol kaybı hissi, yerel muafiyet, yeniden alışveriş, kendini hissetme, alışveriş sonrası pişmanlık, suçluluk, depresyon, sosyal izolasyon, düşük özsaygı ve kredi kartının kötü kullanımı şeklinde sıralanmakta ve ilişkili olmaktadır. Buna yönelik Edwards (1993); Faber vd. (1987); Faber ve O'Guinn (1988); Faber vd. (1995); Gupta (2013); Hartston ve Koran (2002); Joireman vd. (2010); Korur ve Kimzan (2016); O'Guinn ve Faber (1989) ve Park ve Burns (2005) adlı yazarların çalışmaları örnek gösterilebilmektedir.

Literatür incelendiğinde, kompulsif satın alma genel olarak korku, kaygı, yalnızlık, pişmanlık, benlik saygısı, stres, depresyon, güvensizlik, güç, prestij gibi psikolojik unsurlar, sosyal medya, fenomen, FOMO, nomofobi, internet bağımlılığı, materyalizm, hedonik tüketim, gösterişçi tüketim, dürtüsel satın alma, ailevi durumlar, finansal unsurlar, iletişim tarzları ve demografik faktörler gibi değişkenler ile de araştırılmıştır. Bu çalışmalara örnek olarak

Aksoy vd. (2022); Ataman ve Yıldırım (2022); Benmoyal-Bouzaglo ve Moschis (2009); Çolakoğlu ve Seyrek (2022); Celep ve Çorumlu (2022); Felipe vd. (2023); Grougiou vd. (2015); Johan vd. (2023); Kerse ve Yüce (2022); Kshatriya ve Shah (2023); Özdemir Süzer (2022); Setyorini vd. (2021); Sharif vd. (2022); Şahin ve Karahan (2022); Tanrıkulu (2022); Tarka vd. (2022); Terzi ve Bayrakdaroglu (2022); Traş ve Yakıcı (2023); Virly ve Balgies (2023) ve Yeşil vd. (2022) gösterilebilmektedir.

Kompulsif satın alma kavramının ele alınması ve literatürünün incelenmesi, kompulsif tüketicilerin satın alma davranışlarını, profillerini ortaya çıkarmakta; pazarlama literatüründe ve gelecek çalışmalara yol göstermede önemli olmaktadır. Gelecek çalışmalara, kompulsif satın almanın sosyal medya ve diğer pazarlama değişkenleri ile çalışması önerilmektedir.

## Kaynakça

- Aksoy, B., Akpınar, A., & Özkara, B. Y. (2022). The impact of neuroticism on compulsive buying behavior: The mediating role of the past-negative time perspective and the moderating role of the consumer's need for uniqueness. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 1-16.
- Ataman, E., & Yıldırım, D. (2022). Kredi kartı kullanımı, kompulsif satın alma, borca karşı tutum ve finansal refah ilişkisi. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(23), 159-184.
- Benmoyal-Bouzaglo, S., & Moschis, G. P. (2009). The effects of family structure and socialization influences on compulsive consumption: A life course study in France. *International Journal of Consumer Studies*, 33(1), 49-57.
- Berberoglu, Z., & Hocaoglu, Ç. (2016). Erkeklerde 'kompulsif satın alma bozukluğu': Bir olgu sunumu. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 17, 41.
- Black, D. W. (2001). Compulsive buying disorder. *CNS Drugs*, 15(1), 17-27.
- Bleuler, E. (1924). *Textbook of psychiatry*. Macmillan.
- Boorstin, D. J. (1969). Welcome to the consumption society. In J. H. Westing (Ed.), *Modern marketing thought*. MacMillan.
- Celep, E., & Çorumlu, B. (2022). Nomofobik eğilimler ve sosyal medya kullanım yoğunluğunun kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile olan ilişkisinin belirlenmesi: Bir uygulama. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 14(2), 1339-1359.
- Çolakoglu, E., & Seyrek, İ. H. (2022). COVID-19 korkusunun kompulsif satın alma üzerindeki etkisinde yaygın anksiyetenin aracı rolü. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 24(43), 614-633.
- DeSarbo, W. S., & Edwards, E. A. (1996). Typologies of compulsive buying behavior: A constrained clusterwise regression approach. *Journal of Consumer Psychology*, 5(3), 231-262.
- Dittmar, H. (2005). 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.
- Edwards, E. A. (1993). Development of a new scale for measuring compulsive buying behavior. *Financial Counseling and Planning*, 4(1), 67-84.
- Eroglu, F. (2016). Kompulsif satın alma: Kişisel faktörler, postmodern tüketim şekilleri ve reklama karşı tutumun rolüne yönelik bir araştırma. *Balikesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(35), 253-282.
- Faber, R. J. (1992). Money changes everything: Compulsive buying from a biopsychosocial perspective. *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), 296-304.
- 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., & Krych, R. (1987). Compulsive consumption. In M. Wallendorf & P. Anderson (Eds.), *Advances in consumer research* (pp. 132-135). Provo, UT: Association for Consumer Research.
- Felipe, I. J. D. S., Silva, M. M., & Ceribeli, H. B. (2023). Precedents of the compulsive use of a credit card: An analysis of university students' buying behavior. *Revista de Gestão*, 30(1), 47-61.
- Frost, R. O., Kim, H. J., Morris, C., Bloss, C., Murray-Close, M., & Steketee, G. (1998). Hoarding, compulsive buying and reasons for saving. *Behaviour Research and Therapy*, 36 (7-8), 657-664.
- Frost, R. O., Steketee, G., & Williams, L. (2002). Compulsive buying, compulsive hoarding, and obsessive-compulsive disorder. *Behavior Therapy*, 33(2), 201-214.
- Grougiou, V., Moschis, G., & Kapoutsis, I. (2015). Compulsive buying: The role of earlier-in-life events and experiences. *Journal of Consumer Marketing*, 32(4), 278-289.
- Gupta, S. (2013). A literature review of compulsive buying - a marketing perspective. *Journal of Applied Business and Economics*, 14(1), 43-48.
- Hartston, H. J., & Koran, L. M. (2002). Impulsive behavior in a consumer culture. *International Journal of Psychiatry in Clinical Practice*, 6(2), 65-68.
- Hirschman, E. C. (1992). The consciousness of addiction: Toward a general theory of compulsive consumption. *Journal of Consumer Research*, 19(2), 155-179.
- Johan, A., Prayoga, R., Putra, A. P., Fauzi, I. R., & Pangestu, D. (2023). Heavy social media use and hedonic lifestyle, dan hedonic shopping terhadap online compulsive buying. *Resmilitaris*, 13(1), 2783-2797.
- Joireman, J., Kees, J., & Sprott, D. (2010). Concern with immediate consequences magnifies the impact of compulsive buying tendencies on college students' credit card debt. *Journal of Consumer Affairs*, 44(1), 155-178.
- Kerse, Y., & Yüce, A. (2022). Fomo ve online kompulsif satın alma: Sosyal medya fenomenleri tüketicilerin kaygılarını ve takıntılarını tetikliyor mu? *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 24(43), 704-716.
- King, A. (1981). Beyond propensities: Toward a theory of addictive consumption. In: K. Bernhardt et al. (Eds.), *The changing marketing environment: New theories*, pp. 438-440. Chicago: American Marketing Association.

- Korur, M. G., & Kimzan, H. S. (2016). Kompulsif satın alma eğilimi ve alışveriş sonrası pişmanlık ilişkisinde kontrolsüz kredi kartı kullanımının rolü: Avm müşterileri üzerine bir araştırma. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 43-71.
- Kraepelin, E. (1915). *Psychiatrie* (8th ed.). Leipzig: Verlag Von Johann Ambrosius Barth.
- Kshatriya, K., & Shah, P. S. (2023). A study of the prevalence of impulsive and compulsive buying among consumers in the apparel and accessories market. *Vilakshan-XIMB Journal of Management*, 20(1), 2-24.
- Kyrios, M., Frost, R. O., & Steketee, G. (2004). Cognitions in compulsive buying and acquisition. *Cognitive Therapy and Research*, 28(2), 241-258.
- Kwak, H., Zinkhan, G. M., DeLorme, D. E., & Larsen, T. (2006). Revisiting normative influences on impulsive buying behavior and an extension to compulsive buying behavior: A case from South Korea. *Journal of International Consumer Marketing*, 18(3), 57-80.
- Lee, S., & Mysyk, A. (2004). The medicalization of compulsive buying. *Social Science & Medicine*, 58(9), 1709-1718.
- Miltenberger, R. G., Redlin, J., Crosby, R., Stickney, M., Mitchell, J., Wonderlich, S., Faber, R. & Smyth, J. (2003). Direct and retrospective assessment of factors contributing to compulsive buying. *Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry*, 34(1), 1-9.
- Mowen, J. C., & Spears, N. (1999). Understanding compulsive buying among college students: A hierarchical approach. *Journal of Consumer Psychology*, 8(4), 407-430.
- O'Guinn, T. C., & Faber, R. J. (1989). Compulsive buying: A phenomenological exploration. *Journal of Consumer Research*, 16(2), 147-157.
- Özdemir Süzer, Ö. (2022). Tüketicilerin tüketim tarzlarının kompulsif satın alma üzerindeki etkisini ölçmeye yönelik bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 14(1), 402-415.
- Park, H. J., & Burns, L. D. (2005). Fashion orientation, credit card use, and compulsive buying. *Journal of Consumer Marketing*, 22(3), 135-141.
- Ridgway, N. M., Kukar-Kinney, M., & Monroe, K. B. (2008). An expanded conceptualization and a new measure of compulsive buying. *Journal of Consumer Research*, 35(4), 622-639.
- Roberts, J. A., Manolis, C., & Tanner, J. F. J. (2006). Adolescent autonomy and the impact of family structure on materialism and compulsive buying. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 14(4), 301-314.
- Setyorini, T., Fanggidae, J. P., Manafe, J. D., & Nino, I. J. (2021). The impact of working from home on compulsive buying behavior. *Journal of Business and Economic Development*, 6(4), 212-216.

- Sharif, S. P., She, L., Yeoh, K. K., & Naghavi, N. (2022). Heavy social networking and online compulsive buying: The mediating role of financial social comparison and materialism. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 30(2), 213-225.
- Şahin, F., & Karahan, M. O. (2022). Dürtüsel ve kompulsif satın alma arasındaki ilişkinin açıklanmasında tüketici kaygısının rolü: Covid19 Salgını döneminde nicel bir araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(47), 153-174.
- Tamam, L., Diler, R. S., & Özpooyraz, N. (1998). Kompulsif satın alma: Bir gözden geçirme. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 9(3), 224-230.
- Tanrikulu, E. (2022). Türkiye’de yaşayan kadınların pandemi sürecinde e-kompulsif satın alma davranışları. *Journal of Research in Business*, 7(1), 1-21.
- Tarka, P., Harnish, R. J., & Babaev, J. (2022). From materialism to hedonistic shopping values and compulsive buying: A mediation model examining gender differences. *Journal of Consumer Behaviour*, 21(4), 786-805.
- Terzi, O., & Bayrakdaroglu, F. (2022). Kişiliğin, gösterişçi tüketimin ve internet bağımlılığının kompulsif satın alma üzerindeki etkisi. *Business and Economics Research Journal*, 13(3), 523-544.
- Traş, Z., & Yakıcı, H. B. (2023). Kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile depresyon, anksiyete ve stres arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Bağımlılık Dergisi*, 24(3), 316-324.
- Valence, G., d’Astous, A., & Fortier, L. (1988). Compulsive buying: Concept and measurement. *Journal of Consumer Policy*, 11(4), 419-433.
- Virly, N., & Balgies, S. (2023). Self esteem dengan online compulsive buying produk fashion pada konsumen perempuan. *Psycho Aksara: Jurnal Psikologi*, 1(1), 19-31.
- Yeşil, S., Yıldız, S., & Şıtak, B. (2022). Kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının yaşam doyumu ve akademik performans üzerine etkisi: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi*, 4(6), 309-332.