



İSTANBUL MEDENİYET ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ  
HEMŞİRELİK ANABİLİM DALI

**Hemşirelerin Başa Çıkma Tutumlarının Kompulsif Çevrimiçi  
Satın Alma Davranışları ile İlişkisi**

Yüksek Lisans Tezi

**Selin Ünal**

Haziran 2023



İSTANBUL MEDENİYET ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ  
HEMŞİRELİK ANABİLİM DALI

**Hemşirelerin Başa Çıkma Tutumlarının Kompulsif Çevrimiçi  
Satın Alma Davranışları ile İlişkisi**

Yüksek Lisans Tezi

**Selin Ünal**

Danışman

**Doç. Dr. Cemile Savcı**

Haziran 2023

## TEZ JÜRİSİ ONAYI

Selin ÜNAL tarafından hazırlanan "Hemşirelerin Başa Çıkma Tutumlarının Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışları İle İlişkisi " başlıklı bu Yüksek Lisans Tezi, Hemşirelik Anabilim Dalı'nda hazırlanmış ve jürimiz tarafından kabul edilmiştir.

### JÜRİ ÜYELERİ

### İMZA

#### **Tez Danışmanı:**

Doç. Dr. Cemile SAVCI  
İstanbul Medeniyet Üniversitesi

#### **Üyeler:**

Prof. Dr. Ayşe OKANLI  
İstanbul Medeniyet Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Şenay ÖZTÜRK  
Maltepe Üniversitesi

Tez Savunma Tarihi: 21/ 06 / 2023

## **BEYANLAR**

### **Yazım ve Kaynak Gösterme Kılavuzu Beyanı**

Danışmanlığında yazılan bu tezin İstanbul Medeniyet Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü tez yazım ve kaynak gösterme kılavuzunda belirtilen kurallara uygun olarak yapılandırıldığı ve bu kılavuzun APA kaynak gösterme standartlarının bu tezde tutarlı olarak uygulandığı tarafımdan incelenerek teyit edilmiştir.

Doç. Dr. Cemile SAVCI

### **Etik İlkelere Sadakat Beyanı**

Hazırladığım bu tezin tamamen kendi çalışmam olduğunu, akademik ve etik kuralları gözeterek çalıştığımı ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi beyan ederim.

Selin ÜNAL

## ÖNSÖZ

Yüksek lisans eğitim sürecinde ve tez aşamasında, bilgi ve katkılarıyla bana destek veren, olumlu tavırlarıyla beni cesaretlendiren danışman hocam Sayın Doç. Dr. Cemile SAVCI' ya,

Bilgi ve tecrübelerini esirgemeyen başta Prof. Dr. Ayşe OKANLI ve Prof. Dr. Aynur AYTEKİN ÖZDEMİR olmak üzere İstanbul Medeniyet Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Hemşirelik Bölümü öğretim elemanlarına,

Hayatım boyunca beni destekleyen, üzerimde büyük emekleri olan annem ve babama, tez aşamamda beni her zaman destekleyen ve cesaretlendiren canım kardeşlerime ve arkadaşlarıma,

Son olarak hayatımın her alanında olduğu gibi, tez çalışmam boyunca da bana yardımcı olan sevgili eşim Mustafa ÜNAL'a teşekkürü bir borç bilirim.

**SELİN ÜNAL**

## ÖZET

### **Hemşirelerin Başa Çıkma Tutumlarının Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışları İle İlişkisi**

Ünal, Selin

Yüksek Lisans Tezi, Hemşirelik Anabilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. Cemile Savcı

Haziran 2023. 80 Sayfa.

Araştırmanın amacı, hemşirelerin başa çıkma tutumlarının kompulsif çevrimiçi satın alma davranışları ile ilişkisini incelemektir.

Araştırmanın evrenini, Haziran - Aralık 2022 tarihleri arasında İstanbul ilindeki bir eğitim ve araştırma hastanesinde görevli 700 hemşire oluşturmuştur. Araştırma, 0,05 örneklem hatası ile dahil edilme kriterlerini karşılayan 253 hemşire ile tamamlanmıştır. Tanımlayıcı tipteki araştırmanın verileri, "Yapılandırılmış Bilgi Formu", "Başa Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeği-BÇTDÖ" ve "Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği-KÇSAÖ" kullanılarak toplanmıştır. Araştırma verilerinin değerlendirilmesinde, tanımlayıcı istatistikler, bağımsız t testi, tek yönlü varyans analizi (one-way ANOVA), Pearson korelasyon katsayısı ve çoklu doğrusal regresyon analizi istatistiksel yöntemleri kullanılmıştır. Anlamlılık düzeyi  $p<0,05$  olarak kabul edilmiştir.

Araştırmaya katılan hemşirelerin BÇTDÖ toplam puan ortalaması  $87,79\pm10,40$ , KÇSAÖ toplam puan ortalaması  $26,00\pm25,03$  olarak bulunmuştur. Başa Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeği toplam puan ortalaması ile KÇSAÖ toplam puan ortalaması arasında negatif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı ilişki olduğu saptanmıştır ( $p<0,01$ ). Hemşirelerin kompulsif çevrimiçi satın alma davranışlarını yordamada, medeni durumun ( $\beta=0,152$ ), internete giriş sıklığının ( $\beta=0,273$ ), çevrimiçi alışveriş sıklığının ( $\beta=0,365$ ), aylık çevrimiçi alışveriş için harcanan tutarın ( $\beta=0,123$ ) ve başa çıkma tutumunun ( $\beta=-0,147$ ) istatistiksel olarak anlamlı etkisinin olduğu ( $F=19,994$ ;  $p=0,000$ ) ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışlarındaki değişimin %31'ini ( $\Delta R^2=0,311$ ) açıkladığı belirlenmiştir.

Sonuç olarak; araştırmaya katılan hemşirelerin başa çıkma tutumları orta düzeyde, kompulsif evrimii satın alma davranışları ise düşük düzeydedir. Hemşirelerin başa çıkma tutumları arttıca kompulsif evrimii satın alma davranışlarını azalmaktadır. Medeni durum, evrimii alışveriş sıklığı, internete giriş sıklığı, aylık evrimii alışveriş için harcanan tutar ve başa çıkma tutumu hemşirelerin kompulsif evrimii satın alma davranışlarını etkilemektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Hemşire, başa ıkma tutumu, kompulsif satın alma, kompulsif çevrimiçi satın alma

## ABSTRACT

### **The Association of Between Nurses' Coping Attitudes and Compulsive Online Buying Behaviors**

Unal, Selin

Master's Thesis, Department of Nursing

Supervisor: Associate Professor, Cemile Savcı

June 2023. 80 Pages.

The aim of this study is to examine the association of between the nurses' coping attitudes and compulsive online buying behaviors.

The population of the study consisted of 700 nurses working in a training and research hospital in Istanbul between June 2022 and December 2022. The study was completed with 253 nurses who met the inclusion criteria with a sample error of 0.05. The data of the descriptive study were collected using the "Structured Information Form", "Coping Attitudes Assessment Scale (R-COPE)" and "Compulsive Online Buying Scale". Data analysis was performed with descriptive analysis, independent samples t-test, one-way analysis of variance, Pearson's correlation coefficient and, multiple linear regression analysis. The level of significance was considered as  $p < 0.05$ .

The mean R-COPE score of the nurses in the study was  $87.79 \pm 10.40$ , the mean Compulsive Online Buying Scale score was  $26.00 \pm 25.03$ . There was a negative and statistically significant correlation between the mean total score of the R-COPE and the mean total score of Compulsive Online Buying Scale ( $p < 0.01$ ). The marital status ( $\beta = 0.152$ ), internet access frequency ( $\beta = 0.273$ ), online shopping frequency ( $\beta = 0.365$ ), the amount spent for monthly online shopping ( $\beta = 0.123$ ), and coping attitude significantly affected the compulsive online buying behaviors of nurses ( $F = 19.994$ ;  $p = 0.000$ ). These variables account for 31% ( $\Delta R^2 = 0.311$ ) of the variance in compulsive online buying behaviors.

As a result, the participants' had a moderate level of coping attitudes, low level of compulsive online buying behaviors. As nurses' coping attitudes increase, compulsive online buying behaviors decrease. Marital status, internet access frequency, online shopping frequency, the amount spent for monthly online shopping, and coping attitude affect nurses' compulsive online buying behaviors.

**Keywords:** Nurse, coping attitude, compulsive buying, compulsive online buying

## İTHAF

*Ömer Yusuf ve Elife...*

## İÇİNDEKİLER

|  |     |
|--|-----|
| TEZ JÜRİSİ   |     |
| ONAYI.....   | i   |
| BEYANLAR.....  | ii  |
| ÖNSÖZ.....   | iii |
| TÜRKÇE ÖZET.....   | iv  |
| İNGİLİZCE ÖZET.....  | v   |
| İTHAF.....   | vi  |
| İÇİNDEKİLER.....   | vii |
| TABLolar LİSTESİ.....  | ix  |
| KISALTMALAR DİZİNİ.....  | x   |
| BÖLÜM 1. GİRİŞ.....  | 1   |
| 1.1. AMAÇ.....   | 3   |
| 1.2. ARAŞTIRMA SORULARI.....   | 4   |
| BÖLÜM 2. GENEL BİLGİLER.....   | 5   |
| 2.1. BAŞA ÇIKMA KAVRAMI.....   | 5   |
| 2.2. BAŞA ÇIKMA TUTUMLARI.....   | 6   |
| 2.2.1. Problem Odaklı Başa Çıkma.....  | 6   |
| 2.2.2. Duygu Odaklı Başa Çıkma.....  | 7   |
| 2.2.3. Davranışsal ve Bilişsel Başa Çıkma.....   | 7   |
| 2.2.4. Aktif ve Pasif Başa Çıkma.....  | 8   |
| 2.3. SATIN ALMA DAVRANIŞININ KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVESİ.....                          | 8   |
| 2.4. KOMPULSİF SATIN ALMA DAVRANIŞI.....   | 10  |
| 2.5. KOMPULSİF SATIN ALMA DAVRANIŞINDA ETİYOLOJİK FAKTÖRLER.....                           | 11  |
| 2.5.1. Psikolojik Faktörler.....   | 12  |
| 2.5.2. Sosyo-kültürel Faktörler.....   | 13  |
| 2.5.3. Biyolojik Faktörler.....  | 13  |
| 2.6. KOMPULSİF ÇEVİRİMİÇİ SATIN ALMA DAVRANIŞI.....  | 14  |
| 2.7. BAŞA ÇIKMA VE KOMPULSİF ÇEVİRİMİÇİ SATIN ALMA DAVRANIŞI ARASINDAKİ İLİŞKİ.....        | 15  |
| 2.8. KOMPULSİF ÇEVİRİMİÇİ SATIN ALMA DAVRANIŞI OLAN BİREYE YÖNELİK TEDAVİ VE YAKLAŞIM..... | 17  |
| BÖLÜM 3.GEREÇ VE YÖNTEM.....   | 19  |
| 3.1. ARAŞTIRMA MODEL.....  | 19  |
| 3.2. EVREN VE ÖRNEKLEM.....  | 19  |

|   |    |
|---|----|
| 3.3. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI.....   | 20 |
| 3.3.1. Yapılandırılmış Bilgi Formu.....   | 20 |
| 3.3.2. Başa Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeği .....  | 20 |
| 3.3.3. Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği.....   | 21 |
| 3.4. VERİLERİN TOPLANMASI.....  | 22 |
| 3.4.1. Araştırmanın Etik Yönleri.....   | 22 |
| 3.5. VERİLERİN ANALİZİ.....   | 23 |
| 3.6. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI.....   | 23 |
| BÖLÜM 4. BULGULAR.....  | 24 |
| 4.1. HEMŞİRELERİN TANITICI ÖZELLİKLERİNE İLİŞKİN BULGULAR.....  | 24 |
| 4.2. HEMŞİRELERİN BAŞA ÇIKMA TUTUMLARI VE KOMPULSİF ÇEVİRİMİÇİ SATIN ALMA DAVRANIŞLARI DÜZEYLERİNE İLİŞKİN BULGULAR.....                        | 28 |
| 4.3. HEMŞİRELERİN BAŞA ÇIKMA TUTUMLARI VE KOMPULSİF ÇEVİRİMİÇİ SATIN ALMA DAVRANIŞLARI ARASINDAKİ İLİŞKİYE İLİŞKİN BULGULAR.....                | 30 |
| BÖLÜM 5. TARTIŞMA VE SONUÇ.....   | 37 |
| 5.1. HEMŞİRELERİN BAŞA ÇIKMA TUTUMLARI VE KOMPULSİF ÇEVİRİMİÇİ SATIN ALMA DAVRANIŞLARI DÜZEYLERİNE İLİŞKİN BULGULARIN TARTIŞILMASI.....         | 37 |
| 5.2. HEMŞİRELERİN BAŞA ÇIKMA TUTUMLARI VE KOMPULSİF ÇEVİRİMİÇİ SATIN ALMA DAVRANIŞLARI ARASINDAKİ İLİŞKİYE İLİŞKİN BULGULARIN TARTIŞILMASI..... | 39 |
| 5.2.1. Hemşirelerin BÇTDÖ Ve KÇSAÖ Puan Ortalamaları Arasındaki İlişkiye İlişkin Bulguların Tartışılması.....                                   | 39 |
| 5.2.2. Hemşirelerin Bazı Tanıtıcı Özelliklerine Göre BÇTDÖ Toplam Puan Ortalamalarının Karşılaştırılmasına İlişkin Bulguların Tartışılması..... | 41 |
| 5.2.3. Hemşirelerin Bazı Tanıtıcı Özelliklerine Göre KÇSAÖ Toplam Puan Ortalamalarının Karşılaştırılmasına İlişkin Bulguların Tartışılması..... | 43 |
| 5.2.4. Hemşirelerin Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışını Yordayan Değişkenlere İlişkin Bulguların Tartışılması.....                       | 46 |
| 5.3. SONUÇ VE ÖNİRİLER.....   | 48 |
| 6. KAYNAKLAR.....   | 49 |
| 7. EKLER.....   | 61 |
| Ek.1. Yapılandırılmış Bilgi Formu.....  | 61 |
| Ek.2. Başa Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeği.....  | 63 |
| Ek.3. Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği .....   | 65 |
| Ek.4. Etik Kurul Onayı.....   | 67 |
| Ek.5. Kurum İzni .....  | 69 |
| Ek.6-Ek.7. Ölçek İzinleri.....  | 70 |
| Ek.8. Bilgilendirilmiş Gönüllü Olur Formu .....   | 71 |
| Ek.9 İntihal Rapor .....  | 72 |
| 8. ÖZGEÇMİŞ.....  | 73 |

## TABLolar LİSTESİ

Tablo 4-1: Hemşirelerin Tanımlayıcı Özelliklerinin Dağılımı

Tablo 4-2: Hemşirelerin Başa Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeği ve Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği Puan Ortalamalarının Dağılımı

Tablo 4-3: Hemşirelerin Başa Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeği ve Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği Puan Ortalamaları Arasındaki İlişki

Tablo 4-4: Hemşirelerin Bazı Tanıtıcı Özelliklerine Göre BÇTDÖ ve KÇSAÖ Toplam Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması

Tablo 4-5: Hemşirelerin Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışlarının Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi

## KISALTMALAR DİZİNİ

**COVID-19:** Corona Virus Disease 19 (Yeni Koronavirüs Hastalığı)

**TÜİK:** Türkiye İstatistik Kurumu

**TDK:** Türk Dil Kurumu

**BÇTDÖ:** Başa Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeği

**KÇSAÖ:** Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği

## BÖLÜM 1. GİRİŞ

Başa çıkma, stresli bir durum ya da durumlar karşısında olumsuz duyguları önlemek ya da kontrol etmek amacıyla bireylerin ortaya koydukları bilişsel ya da davranışsal tepkilerin tümü olarak tanımlanmaktadır. İçsel ya da çevresel olumsuz olayların ya da etkenlerin etkilerini en aza indirmek ya da tümüyle ortadan kaldırmak için bazı başa çıkma tutumlarını kullanmak evrensel bir davranıştır (Folkman ve Moskowitz, 2004; Dicle ve Ersanlı, 2015; Kaya ve diğerleri, 2015). Başa çıkma, bireysel bir tutumdur. Yaş, cinsiyet, kültür ve hastalık gibi çok çeşitli etkenlere bağlı olarak değişebilmekte ve bireye özgü bir nitelik taşımaktadır. Etkin başa çıkma tutumu sergileyemeyen bireyler problemle baş edebilmek için farklı yollara başvurmaktadır (Holahan ve Moos, 1987; Kaya ve diğerleri, 2015). Bunlardan birisi de kompulsif satın alma davranışıdır.

Kompulsif (zorlayıcı) satın alma davranışı ilk defa 20. yy'ın başlarında (1915) Emil Krapelin tarafından satın alma manisi / durdurulamaz satın alma dürtüsü olarak tanımlanan 'oniomania' terimi ile ifade edilmiştir. Yunanca'da *onios* "satılık", *mania* ise, "delilik" anlamına gelmektedir. Eugene Bleuler (1924), zorlayıcı satın alma bozukluğunun reaktif bir dürtü veya dürtüsel deliliğin bir şekli olduğu sonucuna varmıştır. O zamandan itibaren kompulsif satın alma davranışı, zorlayıcı alışveriş, zorlayıcı tüketim, zorlayıcı satın alma, satın almada bağımlılık, kontrolsüz satın alma ve "spendaholizm" olarak adlandırılmıştır (Bleuler, 1924; Murali, Ray ve Shaffiullha, 2012). Krapelin ve Bleuler tarafından patolojik, tepkisel dürtü olarak ele alınan kompulsif satın alma (Bleuler, 1924; Krapelin, 1915), tekrarlanan, aşırı ve dürtüsel alışveriş yapma davranışıdır (Günüç ve Doğan Keskin, 2016; Günaydın, 2021).

Dünyada neredeyse herkes için günlük yaşamın vazgeçilmez bir parçası olan internet, ders çalışma, iletişim kurma, eğlenme ve daha birçok faaliyet alanında kendine son

derece önemli yer edinmiştir (Lee, Ko ve Chou, 2015). İnternet ortamında bir şeyler satın alma da bu aktivitelerden biridir (Amichai-Hamburger ve Ben-Artzi, 2003; Türker, 2019). Günümüzde, kitle iletişim aracı olan internete erişim kolaylığı ve internet ortamında satın alma davranışının artmasıyla birlikte kompulsif satın alma davranışı çok daha ciddi boyutlar kazanmıştır. Çevrimiçi satın alma olarak adlandırılan yeni alışveriş ortamı, geleneksel alışverişlerin yerini almaya başlamış, özellikle yeni uygulamalar ve alternatif yöntemler sayesinde son yıllarda alışveriş sürecini değiştirmeyi başarmıştır (Bozdağ ve Alkar, 2018; Rose ve Dhandayudham, 2014; Wang ve Yang, 2008). Bununla birlikte, COVID-19 salgını esnasında ve sonrasında artan çevrimiçi alışveriş yapma davranışı (İpek, 2022), kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının varlığını bir kez daha gözler önüne sermiştir. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) hanehalkı bilişim teknolojilerini kullanma araştırma verilerine göre, 16-74 yaş grubunda internet kullanan bireylerin internet aracılığıyla mal veya hizmet satın alma ya da sipariş verme oranı 2019 yılında %34,1, 2020 yılında %36,5, 2021 yılında %44,3, 2022 yılında %46,2 olmuştur (TUİK, 2023).

Satın alma davranışı dürtüseldir, arkasındaki nedenler rasyonel olarak değerlendirilememektedir. Alışverişin sosyal olarak kabul edilebilir bir bağımlılık haline gelmesi çoğu zaman insanlar tarafından fark edilmez (Bighiu, Manolică ve Roman, 2015). Kişiler, stres, anksiyete, depresyon ve hayal kırıklığı gibi ruhsal sıkıntılarla başa çıkabilmek ya da olumsuz duygulardan kaçabilmek için kompulsif satın alma davranışına yönelebilmektedirler (Bal ve Okkay, 2022; Günaydın, 2021). Yapılan bir araştırmada, olumsuz yaşam olaylarının tekrarlayıcı kompulsif satın alma davranışına neden olduğu görülmüştür (O'Guinn ve Faber, 1989).

Çoğu kişi için alışveriş ve satın alma, normal ve hatta rutin bir davranıştır. Bununla birlikte, bazı kişiler için kontrol edilemez bir saplantı ve altta yatan kaygı veya gerilimi gidermelerine olanak tanıyan bir başa çıkma mekanizması haline gelebilir. Ortaya çıkan kompulsif satın alma davranışı, psikolojik, sosyal, ailevi ve finansal sorunlara yol açabilir (Kukar-Kinney, Scheinbaum ve Schaefers, 2016; O'Guinn ve Faber, 1989) ve hemşirelerin refahını olumsuz etkileyebilir. Hemşirelik stresli, baş etmesi zor durumların yaşandığı bir meslektir ve etkin başa çıkma tutumlarına sahip olmayı gerektirir (Kaya ve diğerleri, 2015). Çalışma koşulları ve çalıştıkları alanlar gereği insanlarla direkt etkileşim halinde olan hemşireler daha fazla strese maruz

kalmaktadır. Strese maruz kalan birey satın alma davranışını gerçekleştirdikçe iyi hissetmekte ve bu davranışı tekrarlamaktadır. Bunun sonucunda hemşireler maddi açıdan ciddi zorlanmalar yaşayabilirler. Borçlarını ödeyemez hale gelebilir, dolayısıyla maddi yetersizlik hemşirelerin yaşamını olumsuz etkileyebilir. Özellikle mesai saatleri içerisinde yapılan satın alma davranışı işe odaklanmayı ve bakımın kalitesini olumsuz etkileyebilir. Çünkü, satın alınacak ürünlerle ilgili internette araştırma yapma, mağazaları gezme, fiyat farklılıklarını ve kampanyaları takip etme gibi durumlar söz konusudur. Dolayısıyla kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı gerçekleştiren bireyler alışverişi düşünmeye ciddi zaman harcarlar. Bu durum kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı gerçekleştiren hemşirelerin işini ve sosyal ilişkilerini olumsuz etkileyebilir. Erken farkındalık ve uygun yönetim, kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının uzun vadeli olumsuz sonuçlarını sınırlayabilir ve sonucu iyileştirebilir. Hemşirelerde kompulsif çevrimiçi satın alma davranışlarının nedenleri ve olumsuz sonuçları hakkında farkındalık oluşturulması ile hemşirelerin baş etme tutumlarının geliştirilmesine katkı sağlanabilir. Türkiye’de farklı popülasyonlarda kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile ilişkili yakın zamanda yapılmış çalışmalar vardır (Deniz, 2019; İpek, 2022; Türker, 2019; Yakın ve AYTEKİN, 2018; Yeşil, Yıldız ve ŞİTAK, 2022). Ancak, hemşirelerin başa çıkma tutumları ile kompulsif çevrimiçi satın alma davranışları arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle, hemşirelerin çevrimiçi alışveriş öncesinde, sırasında ve sonrasındaki duygusal tepkilerini, baş etme tutumlarını ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışlarını belirlemeye yönelik araştırmaya ihtiyaç vardır.

## 1.1. AMAÇ

Bu araştırmada, hemşirelerin başa çıkma tutumları ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır.

## 1.2. ARAŞTIRMA SORULARI

- Hemşirelerin başa çıkma tutumları düzeyleri nedir?
- Hemşirelerin kompulsif evrimii satın alma davranışları düzeyleri nedir?
- Hemşirelerin başa çıkma tutumları ve kompulsif evrimii satın alma davranışları arasında ilişki var mıdır?
- Hemşirelerin başa çıkma tutumları ve kompulsif evrimii satın alma davranışları tanıtıcı özelliklerine göre farklılık göstermekte midir?
- Hemşirelerin bazı tanıtıcı özelliklerinin ve BTD toplam puanının KSA davranışlarına etkisi var mıdır?

## **BÖLÜM 2. GENEL BİLGİLER**

### **2.1. BAŞA ÇIKMA KAVRAMI**

Başa çıkma kelimesinin kökeni, eski Yunanca'da yer alan "kolahos" kelimesidir. Kelimenin anlamları, "karşılama, karşı karşıya gelmek veya çarpma" şeklindedir (Eryılmaz, 2009). Bowman ve Stern (1995) başa çıkmayı; var olan durumu değiştirmek adına gösterilen tepkiler, stresin derecelendirilmesi ve bu dereceye uygun tepkinin yapılandırılması ve stresin oluşturduğu olumsuz duyguları kontrol altında tutabilme olarak tanımlamaktadır.

Folkman'a (1984) göre başa çıkma; stres vericilerin uyandırdığı duygusal gerilimi azaltma, yok etme ya da bu gerilime direnme amacıyla gösterilen bilişsel, davranışsal ve duygusal tepkilerin bütünüdür. Lazarus ve Folkman (1984) başa çıkmayı, kişinin kaynaklarını tüketici veya aşırı derecede zorlayıcı olarak değerlendirdiği talepleri yönetme süreci olarak tanımlarlar.

Lazarus'a (1976) göre başa çıkma; kişinin psikolojik anlamda kendisini iyi hissetmesini sağlayan uygun davranışsal yaklaşımları ya da kendisini kötü hissetmesini engelleyen kaçınmaları içeren genel bir kavramdır. Bu genel kavram, doğrudan eylem ve hafifletici davranışlar olmak üzere iki sınıfta ele alınmaktadır. Doğrudan eylemler, bireyin çevreyle etkileşimi sonucunda beliren tehdit ve kavga gibi olumsuz koşulları kendi lehine çevirmeyi amaçlayan davranışlardır. Hafifletici davranışlar ise, bireyin rahatlamasına yöneliktir. Birey, hafifletici davranışlar sayesinde duygusal olarak rahatsız edici durumlarda kendini daha iyi hisseder.

## 2.2. BAŞA ÇIKMA TUTUMLARI

Başa çıkma karmaşık bir süreçtir. Başa çıkma tutumları, stresli yaşam olaylarının olumsuz sonuçlarıyla baş etmek için kullanılan belirli davranışsal ve psikolojik çabaları ifade eder (Ağargün ve diğerleri, 2005). Kullanılan yöntemlerin bazıları olumsuz sonuçlanırken, bazıları rahatsızlık veren durumu yok etmek adına alternatif çözümler sağlayabilir. Genel olarak başa çıkmanın iki odağı vardır. Birincisi stres anında duyguların düzenlenmesine odaklanan duygu odaklı başa çıkma, diğeri ise bireyin çevresi ile olan ilişkisini düzenlemeyi hedefleyen problem odaklı başa çıkmadır (Ağargün ve diğerleri, 2005; Üzel ve İnci, 2020). Bu konuyla ilgili birçok kuramcı da sınıflandırma yapmıştır ve genelde başa çıkma davranışsal ve bilişsel başa çıkma olarak ele alınmıştır. Bilişsel başa çıkmada düşüncelere ve duygulara odaklanılmıştır. Davranışsal başa çıkmada ise içinde bulunulan stresli durumu azaltmak amaçlanmıştır. Başa çıkma bazı kuramcılar tarafından etkili ve etkisiz başa çıkma, bazı kuramcılar tarafından da aktif ve pasif başa çıkma olarak sınıflandırılmıştır (Üzel ve İnci, 2020).

### 2.2.1. Problem Odaklı Başa Çıkma

Stres kaynağının olumsuz durumunu ortadan kaldırmaya ya da etkilerini en aza indirmeye yönelik olarak problem odaklı başa çıkma yöntemi kullanılmaktadır (Dicle ve Ersanlı, 2015). Problem odaklı başa çıkmada bireyler olumsuz durumu düzeltmek ve sorunu çözmek amacıyla hareket etmektedir (Barutçu ve diğerleri, 2020). Problem odaklı başa çıkma beş alt başlık altında incelenmektedir:

1. Aktif başa çıkma: Stres kaynağından kurtulmak için çaba göstermektir, bunun için bir eylemde bulunmaktır.
2. Plan yapma: Stres kaynağıyla nasıl baş edilebileceği ile ilgili ile ilgili düşünüp plan yapmaktır.
3. Diğeri meşguliyetleri bastırma: Stres kaynağı ile baş etmeye daha iyi odaklanabilmek için daha önceden yapılan aktiviteleri bastırmaktır.
4. Geri durma: Uygun bir durum yaratana kadar bütün başa çıkma çabalarının durdurulmasıdır.

5. Yararlı sosyal destek kullanımı: Stres kaynağı ile baş ederken ne yapılacağı hakkında bilgi toplamak, yardım aramak ya da tavsiye edinmektir (Kaya ve diğerleri, 2015).

### **2.2.2. Duygu Odaklı Başa Çıkma**

Stresin neden olduğu duygusal etkileri azaltmak için duygu odaklı başa çıkma yöntemi kullanılır (Dicle ve Ersanlı, 2015). Duygu odaklı başa çıkmada bireyler olumsuz durumda ortaya çıkan duygularını düzenlemek için uğraşır (Barutçu ve diğerleri, 2020). Duygu odaklı başa çıkma 10 alt başlık altında incelenmektedir:

1. Duygusal sosyal destek kullanımı: Başkalarından duygusal destek ya da anlayış bulmaktır. Duygusal sosyal destek sayesinde stres yaratan olumsuz durumdan kurtulmak amaçlanmaktadır.
2. Pozitif yeniden yorumlama ve gelişme: Durumu daha pozitif yorumlama ya da değerlendirmektir. Pozitif bakış açısı sayesinde olumsuz durumu daha olumlu hale getirmek amaçlanmaktadır.
3. Kabullenme: Stresli durumun varlığını ve gerçekliğini kabul etmektir. Kabullenme sağlandıktan sonra olumsuz durumla daha kolay baş edilebilecektir.
4. Şakaya vurma: Stres durumu ile ilgili şakalar ya da espriler yapmaktır.
5. Dini olarak başa çıkma: Stres durumuyla baş edebilmek için daha fazla dini aktivitelerde bulunmaktır.
6. Soruna odaklanma ve duyguları açığa vurma: Artan bir şekilde duygusal stresin farkında olmak ve buna eşlik eden duyguları açığa vurma eğilimidir.
7. İnkâr: Stresli olayın gerçekliğini inkâr etmek/ kabul etmemektir.
8. Zihinsel boş verme: Stresörle ilişkili düşüncelerden uzaklaşmak için uyumak gibi dikkat dağıtacak yöntemlerin kullanılmasıdır.
9. Davranışsal olarak boş verme: Stres kaynağının engel olduğu hedefe ulaşmak için çaba sarf etmekten geri durma veya boş vermedir.
10. Madde kullanımı: Stres kaynağından uzaklaşabilmek için alkol ve madde kullanımını arttırmaktır (Kaya ve diğerleri, 2015).

### **2.2.3. Davranışsal ve Bilişsel Başa Çıkma**

Kişinin işlevsel olmayan inançlarını en aza indirmek için zihinsel yöntemler kullanılmasının stresle başa çıkmada etkin rolü olduğu ifade edilmektedir. Ayrıca,

probleme yönelerek çözümüne ilişkin duygusal ve davranışsal çaba göstermenin de başa çıkmada etkili rolünden bahsedilmektedir. Davranışsal ve bilişsel başa çıkma yöntemleri olarak; problem çözme becerileri, bilişsel yeniden yapılandırma, zaman yönetimi, iletişim becerileri, diğer meşguliyetleri bastırma örnek verilebilir (Baltaş ve Baltaş, 2006).

#### **2.2.4. Aktif ve Pasif Başa Çıkma**

Aktif başa çıkmada, strese neden olan faktör değiştirilir ya da tamamen ortadan kaldırılır. Pasif başa çıkma da ise stresli durumdan uzaklaşma davranışı geliştirilir (Öksüz, 2011). Aktif başa çıkma tutumlarının pasif başa çıkma tutumlarına göre daha olumlu ve uyuma yönelik olduğu ileri sürülmüştür (Holahan ve Moos, 1987). Dolayısıyla başa çıkma tutumları uyuma yönelik ve uyuma yönelik olmayanlar şeklinde de ayrılabilir. Uyuma yönelik olmayan tutumda, strese neden olan faktörler ile psikiyatrik bozukluklar arasındaki ilişki anlaşılır. Uyuma yönelik olan tutumda ise duygusal problemleri azaltmak adına kullanılan başa çıkma tutumlarının psikopatolojik belirtilerin oluşmasında ve varlığını sürdürmesinde ilişkisi söz konusudur (Öksüz, 2011).

Hemşirelik baş etmesi zor durumların yaşandığı bir meslektir ve etkin başa çıkma tutumlarına sahip olmayı gerektirir (Kaya ve diğerleri, 2015). Sorumluluklar, karar verme mekanizması gibi durumlar nedeniyle hemşireler stres / psikolojik sıkıntı ile karşı karşıyadır. Ayrıca, uzun ve düzensiz çalışma saatlerinin, iş yükü fazlalığının, ekip üyeleri ile kişilerarası ilişkilerin de stres düzeyini etkileyebileceği belirtilmektedir (Barutçu ve diğerleri, 2020; Wang ve diğerleri, 2015). Etkin başa çıkma tutumları, baş etmesi zor durumların neden olabileceği uzun vadeli olumsuz sonuçları sınırlayabilir ve sonucu iyileştirebilir.

### **2.3. SATIN ALMA DAVRANIŞININ KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVESİ**

Türk Dil Kurumu (TDK)'na göre satın almak kavramı “bir nesneyi belirlenen fiyatını ödeyerek kendine mal etmektir” (TDK, 2023). Satın alma davranışı, kişilerin bir ürünü ya da hizmeti satın alma ile ilgili düşünme, karar verme ve uygulama sürecidir (Durmaz ve Bahar, 2011). Yıllar boyunca satın alma farklı şekillerde de olsa devam

etmiştir. Teknolojinin gelişmesi ile birlikte, son yıllarda artan reklam ve pazarlama faaliyetleri insanları daha fazla satın almaya yönlendirmiştir (Bal ve Okkay, 2022). Temel amaç, ana ihtiyaçları (yaşamak için gerekli olan ihtiyaçlar) karşılamak olsa da, artan reklamlar sayesinde kişiler ihtiyacı olanın yanı sıra, olmayanı da satın almaya meyil etmektedir (Bal ve Okkay, 2022; Günaydın, 2021).

Satın alma davranışı bazı kuramlarla da açıklanmıştır. Sosyal öğrenme kuramına göre; bireyler satın alma davranışını diğer insanlardan ve medyadan öğrenmektedirler. Buna göre bireyler diğer insanları gözlemlemekte, taklit etmekte ve onları örnek almaktadırlar. Sosyal ortamdan gözleme mekanizması ile bireyler satın alma hakkında bilgi ve beceri edinmektedirler (Ayazoğlu ve diğerleri, 2019).

Özdenetim kuramına göre; satın alma davranışı gösteren bireyler, iç görü eksikliği, çevresel faktörler, dürtü mekanizması ve kontrol eksikliği nedeniyle kişisel denetim sağlayamazlar. Düşük fiyat, reklam ve pazarlama stratejileri kişilerin özdenetim mekanizmalarını olumsuz yönde etkilemektedir (Ayazoğlu ve diğerleri, 2019; Vohs, Baumeister ve Tice, 2008).

Kaçış kuramına göre; bireyler yüksek beklentilere sahiptir, bu beklentiler karşılanmadığında ise başarısızlık hissine, öz güven eksikliğine, anksiyete ve depresyona neden olabilmektedir. Bu duyguların düzeyi arttığında, birey kendisine acı veren öz farkındalığını engellemek için yollar aramaktadır (Ayazoğlu ve diğerleri, 2019).

Pişmanlık kuramına göre; bireyler satın alma davranışından sonra yapmış oldukları seçim nedeniyle ya da aldıkları ürünün gereksiz olduğunu düşündükleri için pişmanlık duygusu meydana gelmektedir. Bununla birlikte, pişmanlık sadece satın alma davranışından sonra ortaya çıkmaz, alışveriş öncesinde de meydana gelmektedir (Ayazoğlu ve diğerleri, 2019).

## 2.4. KOMPULSİF SATIN ALMA DAVRANIŞI

Kompulsiyon ya da zorlantılar kişinin obsesif düşüncelerinin yol açtığı kaygıyı azaltmak veya bazı korkulan olayların, durumların yaşanmasını engellemek için yapmak zorunda hissettiği, haz amacı olmayan tekrarlayıcı davranış ya da zihinsel eylemlerdir (Zayman, 2016). Kompulsif satın alma davranışı ile ilgili geçmişten günümüze birçok terminoloji geliştirilmiştir. Kompulsif satın alma davranışı ilk defa 20. yy'ın başlarında (1915) Emil Kreapelin tarafından satın alma manisi / durdurulamaz satın alma dürtüsü olarak tanımlanan “oniomania” terimi ile ifade edilmiştir. Yunanca'da *onios* “satılık”, *mania* ise, “delilik” anlamına gelmektedir (Ayazoğlu ve diğerleri, 2019; Bal ve Okkay, 2022). Daha sonra kompulsif tüketim (Hirschman, 1992), kompulsif satın alma (McElroy ve diğerleri, 1994), dürtüsel satın alma (Baumeister, 2002) ve satın alma bağımlılığı (Sussman, Lisha ve Griffiths, 2010) gibi çeşitli terimler kullanılmıştır. Terminolojideki bu zenginliğin nedeni uzmanların kompulsif satın alma davranışını farklı kategorilerin altında birleştirmesinden ve ölçütlerin net bir şekilde kavramsallaştırılamamasından kaynaklanmaktadır (Clark ve Calleja, 2008). Dittmar (2005)'a göre, kompulsif satın alma zararlı psikolojik ve maddi neticeleri olan ve işlevsel olmayan tüketici davranışıdır. O'Guinn ve Faber (1989)'e göre, psikiyatri, psikoloji, pazarlama ve ekonomi bilim dallarının ortak konusu olan kompulsif satın alma davranışı, şahsın kendisi ve etrafındaki diğer insanlara zarar verecek yönelimleri tekrar etmesine önderlik eden bir his veya süreç tecrübesine sahip olmak ya da kontrol edilmesi zor bir isteğe verilen reaksiyonların tümüdür.

Kompulsif satın alma davranışının epidemiyolojisi hakkında yeterli bilgi bulunmamaktadır. Türkiye'de üniversite öğrencileriyle yapılan bir araştırmada en sık rastlanan dürtü kontrol bozukluğunun kompulsif satın alma davranışı olduğu belirlenmiştir (Karakuş ve diğerleri, 2011). Amerika'da yapılan iki çalışmada yaygınlığı sırasıyla %8,1 ve %5,8 olarak bulunmuştur (Faber ve O'Guinn, 1989; Koran ve diğerleri, 2006). Bu oran Birleşik Krallıkta %13,5 (Dittmar, 2005), İtalyada %11 (Villemela ve diğerleri, 2011) olarak bulunmuştur. Yakın tarihli bir meta analiz çalışmasında, 20 kişiden birinin yaşamlarının herhangi bir döneminde kompulsif satın

alma davranışından etkilendiğini ve genç kadınların deneyimleme olasılığının daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur (Maraz ve diğerleri, 2016). Bu noktada kompulsif satın alma davranışının dünyada yaygın bir şekilde görüldüğü ve sorun olarak varlığını sürdüreceği düşünülmektedir.

Kompulsif satın alma davranışı, dürtü kontrol bozuklukları, obsesif kompulsif bozukluk, duygudurum bozuklukları ile birlikte görülebilmektedir. Bu bozukluklar ile birlikte görülmesi DSM içinde değerlendirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır (Lee ve Mysyk, 2004). Kompulsif satın alma davranışı için görüş birliği olmamakla birlikte bazı klinik tanı kriterleri öne sürülmüştür. Sıklıkla satın alma ile meşgul olmak ya da karşı koyamamak, müdahaleci ve/veya anlamsız dürtülere sahip olmak, gereksiz veya fazla miktarda mal satın almak, amaçlanan süreden daha uzun süre alışveriş yapmak, zaman içinde sosyal ve finansal problemlerle karşılaşmak bunlardan bazılarıdır (Koran ve diğerleri, 2006). Kompulsif satın alma davranışının en karakteristik özelliğinin güçlü bir satın alma arzusu ve ardından yaşanan rahatlama hissi olduğu düşünülmektedir (Miltenberger, 2003). Ayrıca bu davranışı kontrol edebilmek adına deneyimlenen başarısız girişimler de önemli ölçüttür (Clark ve Calleja 2008). Diğer bir deyişle, bu kişiler satın alma güdülerine direnemezler (Baumeister, 2002) ve sonunda çevreden gelen eleştiriler, suçluluk, cezai sorunlar, yasal ve mali problemler, borçlanma ve iflas gibi durumlarla karşılaşır (Christenson ve diğerleri, 1994). O'Guinn ve Faber (1989) bu durumun intihar girişimlerine dahi sebep olabildiğini savunmaktadır. Buna göre, kompulsif satın alma davranışının endişe verici sonuçları olduğu söylenebilir.

## **2.5. KOMPULSİF SATIN ALMA DAVRANIŞINDA ETİYOLOJİK FAKTÖRLER**

Kompulsif satın alma davranışında etiyolojik faktörler açısından farklı birçok açıklama mevcuttur. Aile hayatının, çevresel koşulların, bilişsel durumun ve obsesif düşünce tarzının bu davranışı tetikleyebileceği düşünülmektedir (Kellett ve Bolton, 2009). Yapılan araştırmalarda olumsuz yaşam olaylarının tekrarlayıcı kompulsif satın

alma davranışına sebep olduğu görülmüştür (O'Guinn ve Faber, 1989). Zira Black (2007) tarafından yapılan bir çalışmada, kompulsif satın alma davranışı gösteren bireylerin %74'ü alışveriş sırasında bu davranışı kontrol edemediklerini dile getirmiştir. Koran ve ark.'nın (2006) Amerika Birleşik Devletleri'nde yaptıkları araştırmada, kompulsif satın alma davranışına sahip bireylerin çoğunun yıllık 50.000 doların altında gelir düzeyine sahip genç bireyler olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ancak, Mueller ve arkadaşları (2010), gelir düzeyi ve kompulsif satın alma davranışı arasında herhangi bir ilişki olmadığını; Black (2007) ve Koran ve ark. (2006) ise, bu değişkenler arasında negatif yönde bir ilişki olduğunu savunmaktadır.

DeSarbo ve Edwards (1996), kompulsif satın alma davranışlarına neden olan durumsal faktörleri; kaygı, mükemmeliyetçilik, düşük benlik saygısı, hayal gücü, kararsızlık, başkalarının fikirlerine bağımlılık, onay arama, vb.; koşullu faktörleri ise zor durumlardan kaçma, kendi sorunlarıyla yüzleşmekten / başa çıkmadan kaçınma, olumsuzlama / bir sorunu olduğunu inkar etme, izolasyon ve materyalizm olarak tanımlamışlardır. Literatürde, kompulsif satın alma davranışının psikolojik, gelişimsel, biyolojik, sosyal ve kültürel nedenlere bağlı çok etmenli bir sürecin sonunda geliştiği ileri sürülmektedir (Bal ve Okkay, 2022; Günaydın, 2021; Günüş ve Keskin, 2016; McElroy ve diğerleri, 1994).

### **2.5.1. Psikolojik Faktörler**

Kişilerin stres, üzüntü ve kaygı anında alışveriş yaparak haz alması ve bu sayede olumsuz durumları ortadan kaldırdıkları belirtilmektedir (Günaydın, 2021). Satın alma davranışı ile olumsuz durumlardan uzaklaşılır ve bir kaçış yolu sağlanmış olur. Fakat sağlanan duygusal destek ile dürtü mekanizması ortaya çıkmakta ve satın alma davranışının tekrarlanmasına neden olmaktadır (Bal ve Okkay, 2022). Kişilerin alışveriş yaparak aldıkları haz süresi kısa olduğundan tekrar alışveriş yapmak istemektedirler ve bu durum tekrarlandıkça kompulsif satın alma davranışına neden olmaktadır (Akkaş, 2021). Bazı durumlarda, kişilerin ihtiyacı olmadıkları halde satın aldığı ya da aldıkları ürünleri kullanmadıkları görülmüştür (Günüş ve Keskin, 2016).

Kompulsivite, öfke, korku, utanç ve umutsuzluk gibi olumsuz duygular ve depresif belirtiler çeşitli durumlara karşı bir savunma veya baş etme mekanizması şeklinde işlev görür. Bununla birlikte kişi, bu olumsuz duyguların farkındalığından kaçınır ve

gizli kalmasını sağlar. Kişinin gerginliğini azaltan ve olumsuz duygularını yok eden bu davranıştan vazgeçmesi zordur. Kontrolsüz alışveriş yapmanın depresif duygudurum için kompensatuvar bir mekanizma olarak kullanıldığına (Lejoyeux ve diğerleri, 1996) ve kompulsif satın alma davranışı olan bireylerin %28-100'ünün başta majör depresyon olmak üzere duygudurum bozukluğu tanısı olduğuna yönelik çalışmalar mevcuttur (Lejoyeux ve diğerleri, 1996; McElroy ve diğerleri,1995).

### **2.5.2. Sosyo-kültürel Faktörler**

Kompulsif satın alma davranışı yaş, cinsiyet, medeni durum ve gelir durumuna göre değişkenlik gösterebilmektedir. Yapılan çalışmalarda kadınların, erkeklere oranla daha fazla kompulsif satın alma davranışı gösterdiği belirlenmiştir (Yakın ve Aytekin, 2018). Artan kredi kartı kullanımı, internet kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte maruz kalınan medya reklamları ve evden ayrılmaya gerek kalmadan yapılabilen çevrimiçi alışveriş imkanları artmıştır (Akkaş, 2021; Ayazoğlu ve diğerleri, 2019). Bozulmuş aile durumları nedeniyle yalnızlık hissi yaşayan kişiler alışverişe yönelmekte ve sonucunda kısa süreli bir haz alma ve mutlu olma hali yaşamaktadırlar (Ayazoğlu ve diğerleri, 2019, Günücü ve Keskin, 2016).

Kültürel etmenlere bakıldığında kompulsif satın alma davranışı daha çok gelişmiş ülkelerde görülmektedir. Aileleri ile birlikte boş vakitlerinde alışveriş merkezine giden kişilerde daha sık kompulsif satın alma davranışı görülmektedir (Black, 2007). Alışveriş merkezleri bireyler tarafından kişilere etkileşim ortamı, farklı yönlerden uyarı sağlayan yerler olarak algılanmaktadır. Ayrıca bu merkezler kişilere, eğlence, güzel duygular sağlama, uyarılma sağlayan yerlerdir ve bu durum kompulsif satın alma davranışı için tetikleyici ve pekiştirici olmaktadır (Peker, 2020).

### **2.5.3. Biyolojik Faktörler**

Kompulsif satın alma davranışı dürtü kontrolü açısından ele alındığında biyolojik etkenler daha iyi anlaşılabilir. Obsesif kompulsif bozukluk ve dürtü kontrol bozuklukları başta olmak üzere bazı psikiyatrik bozukluklarda gözlenen nörotransmitter sistemlerindeki farklılıkların kompulsif satın alma davranışında da söz konusu olduğu düşünülmektedir. Özellikle serotonerjik sistem olmak üzere (Black, 1997), dopaminerjik (Holden, 2001) ve opioid sistemin (Grant, 2003) bu bozukluğun gelişiminde rol oynayabileceği görülmüştür. Dürtü denetim bozukluğu olan kişilerin

birinci derece akrabalarında ya da ailesinde dürtü denetim bozukluğu görülme riski artmaktadır (Faber ve O'Guinn, 2008). Bu genetik bir bağlantı olduğunu düşündürmektedir. Dürtü denetim bozukluklarında ortaya çıkan bu bağlantı aynı zamanda kompulsif satın alma davranışı olan kişilerde de gösterilmiştir. Black ve ark.'nın çalışmasında (1998), kompulsif satın alma davranışı bildiren kişilerin ve birinci derece akrabalarının, psikiyatrik bozukluk prevalansının daha yüksek olduğu görülmüştür.

Bununla birlikte, dürtü kontrol sistemi ile ilgili olan dorsolateral prefrontal korteks bölgesinde sorun/ hasarın kompulsif satın alma davranışına neden olabileceği belirtilmektedir. Buna göre, bu bölgedeki sorun kişinin karar verme mekanizmasında bozulmaya ve dürtü kontrolünde zorlanmaya neden olmaktadır. Bu bölgedeki sorun kişide kendisini alışverişe yönlendiren bir uyararla karşılaştığında satın alma davranışına doğru yönelmektedir (Kalwa, 2013).

## **2.6. KOMPULSİF ÇEVİRİMİÇİ SATIN ALMA DAVRANIŞI**

Kompulsif satın almanın bir diğer boyutu kompulsif çevrimiçi satın almadır. Çevrimiçi satın alma, alışverişin teknolojik gelişmelerle değişim göstermiş halidir (Bal ve Okkay, 2022). Teknolojinin gelişmesi hayatın her alanında önemli ölçüde değişikliklere neden olmuştur. İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte dijital platformlarda pazarlama stratejileri de artmıştır. Bununla birlikte internet tüketiciler için kolay ulaşılabilir bir alışveriş yerine dönüşmüştür. Zamanı ve yeri olmayan çevrimiçi alışveriş, tüketiciye her an ve her yerde alışveriş yapabilme imkanı sunmaktadır. Bu durum, satın alma davranışının tekrarlanmasını ve kompulsif satın alma davranışının gelişmesini kolaylaştırmaktadır (Kabakçı, 2022; Yakın ve Aytekin, 2019; Yiğit ve Yiğit, 2020). Kompulsif satın almaya yatkın bireylerin dürtüleri üzerindeki zayıf kontrolleri göz önünde bulundurulduğunda, çevrimiçi alışveriş sitelerinin her zaman erişilebilir ve kullanıma açık olması kompulsif çevrimiçi satın alma davranışını güçlendirmektedir (Kukar-Kinney ve diğerleri, 2016).

Kompulsif satın alma yatkınlığı olan tüketicilerin çevrimiçi alışverişe yönlendirilmesinde altı temel motivasyon olduğu belirtilmektedir. Bunlar sırasıyla; anlık olumlu duygular, erişilebilirlik, sosyal iletişimden uzaklaşma, düşünme, gözlemlenen satın alma ve duygusal tepkidir (He, Kukar-Kinney ve Ridgway, 2018). Yapılan bir çalışmada, kişilerin uygun fiyat seçenekleri, zaman, kolaylık, ürün çeşitliliği gibi nedenlerle çevrimiçi satın alma davranışı sergiledikleri görülmüştür. Aynı çalışmaya göre, çevrimiçi satın alma sürecinde bireyler haz, heyecan, zevk, rahatlama gibi duygular hissetmektedir. Aynı zamanda pişmanlık ya da endişe gibi duyguların ortaya çıkması sonucunda da bireylerde bir dürtü ortaya çıkmakta ve davranışın tekrarlanmasına yol açmaktadır (Günüç ve Keskin, 2016).

## **2. 7. BAŞA ÇIKMA VE KOMPULSİF ÇEVİRİMİÇİ SATIN ALMA DAVRANIŞI ARASINDAKİ İLİŞKİ**

Kişiler olumsuz duyguların etkisinden kurtulmak için alışveriş yaparlar. Alışveriş yapmanın verdiği haz olumsuz duyguların etkisini azaltmaktadır. Bununla birlikte, alışveriş esnasında iyi ruh halini ve kimlik duygusu tatmini kısa sürdüğünden bireylerin refahı üzerinde olumsuz etkisi olabilir. Alışveriş sırasında bireyler ruh hali bakımından rahatlama yaşarlar. Ancak, sonrasında, suçluluk, utanç, pişmanlık ve umutsuzluk duyguları yaşamaktadırlar. Bu duygularla baş edebilmek için satın aldıkları şeyleri gizler veya görmezden gelirler (Murali ve diğerleri, 2012).

Alışveriş, insanların ruhsal sorunlarıyla başa çıkma stratejisi olarak görülmektedir. Yapılan bir çalışmada, duygudurumunu düzenlemekte zorlanan kişilerin stresle başa çıkabilmek için kompulsif çevrimiçi satın alma davranışına yöneldikleri saptanmıştır (Ekici ve diğerleri, 2021). Yapılan diğer bir çalışmada, COVID-19 salgınının bireylerin kaygı düzeylerini arttırdığı, bunun sonucunda bireylerin çevrimiçi satın alma davranışına yöneldiği belirlenmiştir. Kişilerin anlık ruh hali değişikliği ile çevrimiçi satın alma davranışı gösterdiği, bunun sonucunda rahatladığı, fakat bu rahatlamanın kısa sürdüğü, finansal olarak kişiyi zor duruma düşürdüğü için yerini

endişeye bıraktığı görülmüştür (Şahin ve Karahan, 2022). Yine bir çalışmada, problem çözme odaklı başa çıkma stratejilerini kullanmaktan kaçınan kişilerin kompulsif satın alma davranışına yönelimlerinin yüksek olduğu bulunmuştur (Otero-Lopez ve Villardefrancos, 2014).

Kişiler stresli olaylarla başa çıkma yöntemi olarak alışveriş yapmayı seçmekte ve satın alma davranışını bir rahatlama aracı olarak kullanmaktadırlar (Yakın ve AYTEKİN, 2019). Kompulsif satın alma davranışına sahip bireyler için alışveriş, denetlenemeyen dürtüler, endişe ya da stres ile başa çıkma mekanizması olarak gelişmiştir (KUKAR-KINNEY ve diğERLERİ, 2016). Bu motivasyon ile satın alma davranışı sergileyen bireyler, satın alma süreci ile ilgilenir ve ürünlerden alacakları faydadan çok sürecin getirdiği rahatlama ve memnuniyete odaklanıR (BozBAY ve KARAKUŞ BAŞLAR, 2019).

Kısa vadeli zevk ve rahatlamanın sürekli olarak seçilmesi, olumsuz sonuçların ve uzun vadeli hasarların göz ardı edilmesine yol açar ve bu durum, bir baş etme stratejisi olarak bağımlılık yapıcı faaliyete duyulan ihtiyacı artırır. Bağımlı bireylerin yaşamındaki çatışma; kişisel ilişkilerinden (partner, çocuklar, akrabalar, arkadaşlar, vb.), çalışma veya eğitim hayatlarından (hangi yaşta olduklarına bağlı olarak), diğER sosyal ve eğlence aktivitelerinden taviz vermeleri anlamına gelmektedir. Alışveriş tutkusu bireyin sosyal çevresini, mesleki işlevselliğini engelleyecek boyuta gelebilmekte, maddi zorluklar yaşamasına neden olabilmektedir (DITTMAR, 2005).

Sıkılmış, yeterince takdir edilmemiş, yetersiz, mutsuz veya diğER birçok duygunun bir sonucu olarak ihtiyaç duyulmayan ve hatta bazı durumlarda gerçekten istenmeyen şeyler satın alınabilmektedir (KELLETT ve BOLTON, 2009). Harcama yapan insanlar rahatsız edici duygularla karşılaştıklarında alışveriş/ satın alma davranışını bir başa çıkma mekanizması olarak kullanma eğilimindedir. İnsanlar harcamayı bir başa çıkma stratejisi olarak kullansalar da, kontrol kaybı hissi, ardından hayal kırıklığı ve pişmanlık gibi istenmeyen psikolojik sonuçlarla karşılaşabilirler (BAUMEISTER, 2002). Harcamaya dayalı başa çıkma, kişinin mali yükünü artırarak daha fazla psikolojik sıkıntı oluşturabilir (PIROG ve ROBERTS, 2007). Araştırmalar ayrıca, harcama davranışının zamanla daha ciddi bir soruna dönüşebileceğini (örneğin, zorunlu satın alma), olumsuz duygulara birincil tepki haline gelebileceğini göstermektedir (FABER ve O'GUINN, 1992). Bu, onların sağlıklı başa çıkma stratejileri geliştirmelerini

engelleyebilir ve hem duygusal acıyı hem de sosyal kopukluk duygusunu şiddetlendirebilir (Liu, 2011).

## **2.8. KOMPULSİF ÇEVİRİMİÇİ SATIN ALMA DAVRANIŞI OLAN BİREYE YÖNELİK TEDAVİ VE YAKLAŞIM**

Kompulsif satın alma davranışında tedavinin amacı, davranışı tamamen ortadan kaldırmak yerine diğer davranış bağımlılıkları tedavisinde olduğu gibi kontrollü alışveriş davranışının gerçekleştirilmesi şeklinde olmalıdır. Kompulsif satın alma davranışından kurtulmak için psikiyatrik destek, bireysel ve grup tedavisi, aile ve arkadaş desteği oldukça önemlidir (Peker, 2020).

Kompulsif satın alma davranışının yönetiminde kanıta dayalı sınırlı çalışmalar nedeniyle hem farmakolojik hem de psikolojik uygun tedavi yaklaşımından bahsetmek güçtür. Kanıta dayalı tedavi olmamasına rağmen, vaka çalışmalarında seçici serotonin geri alım inhibitörleri gibi antidepresan ilaçlara yanıt alınmıştır (Murali ve diğerleri, 2012). Kompulsif satın alma davranışının ilerleyerek anksiyete ve depresyona yol açabildiği bilinmektedir. Bu durumda ilaç tedavisi başlanabilir, fakat öncelik olarak meditasyon ve bilişsel tedavi önerilmektedir. Meditasyon sayesinde kişiler iç dünyalarına inebilmekte ve öz denetim sağlayabilmektedir (Bal ve Okkay, 2021). İki vaka çalışmasında, birkaç haftalık bilişsel davranışçı terapi sonrasında alışveriş ilişkili sıkıntının azaldığı rapor edilmiştir (Bernik ve diğerleri, 1996). Randomize kontrollü bir çalışmada bilişsel davranışçı terapi uygulanan grupta önemli ölçüde iyileşme gözlenmiştir (Mueller, 2008). Kellett ve Bolton'un (2009) bilişsel davranışçı modeli, satın alma davranışını dört aşamadan oluşmaktadır;

1. Erken gelişimsel deneyimler ve aile ortamı dahil olmak üzere öncül faktör
2. Dahili duygusal ve harici tetikleyici faktörler
3. Satın alma eylemi
4. Satın alma sonrası duygusal, davranışsal ve finansal faktör

Kompulsif satın alma davranışı dürtü sonucu tetiklenmektedir. Bu bağlamda bilişsel davranışçı terapide, kişinin satın alma davranışını incelemek yerine düşüncelerine

odaklanılmaktadır. Düşüncelere odaklanmak, öz kontrolün sağlanmasına katkı sağlamaktadır. Bu sayede kişiler öz kontrolünü sağlayarak, satın alma dürtüsü olduğu zaman kendilerini kontrol edebilirler (Bal ve Okkay, 2021).

Grup terapisinde bireyler hayatlarındaki olumsuz durumları, satın alma davranışı ile birlikte ortaya çıkan negatif etkileri ve olumsuz duyguları konuşmaktadırlar. Gruptaki bireyler birbirleri ile iletişim halinde oldukları için, alışveriş yapacakları zaman birbirlerini uymaktadırlar. Yanlarında bir kişi olduğu zaman, bireyler satın alma davranışını daha dikkatli ve kısıtlı yaparlar. Aynı zamanda kompulsif satın alma davranışının bibliyoterapi ile tedavisi yapılmaktadır. Bibliyoterapi, kitap terapisi ya da terapötik hikaye anlatımı olarak bilinmektedir. Bireylerin kendi kendine yardım kitapları sayesinde olumsuz duygularından uzaklaşmaları hedeflenmektedir (Bal ve Okkay, 2021; Tamam, Diler ve Özpoyraz, 1998).

Kuzma ve Black (2006) farmakolojik tedavi yerine kompulsif satın alma davranışlarını kontrol edebilmek için dört aşamalı yaklaşım önermektedirler:

1. Kompulsif satın alma davranışınızın olduğunu kabul edin.
2. Kredi kartlarından ve çek defterinden kurtulun. Kolay kredi kaynakları sorunu körüklemektedir.
3. Sadece bir arkadaşınız ya da akrabanızla alışveriş yapın. Utanç fazla harcama eğilimini frenler.
4. Zamanınızı geçirmek için alışverişten daha anlamlı yollar bulun.

COVID 19 salgını döneminde artan internet üzerinden alışveriş yapma / satın alma davranışı kompulsif çevrimiçi satın alma davranışını bir kez daha gözler önüne sermiştir. Günümüzde kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının sosyal, psikolojik, ekonomik etkileri artmaktadır. Farkındalığın artması için konuyla ilgili araştırmaların yapılması ruh sağlığı alanında çalışan sağlık profesyonelleri için önem arz etmektedir. Hemşirelerde erken farkındalık ve uygun yönetim, kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının uzun vadeli olumsuz sonuçlarını sınırlayabilir ve sonucu iyileştirebilir.

## BÖLÜM 3. GEREÇ VE YÖNTEM

### 3.1. ARAŞTIRMA MODELİ

Bu araştırma, hemşirelerin başa çıkma tutumlarının kompulsif çevrimiçi satın alma davranışları ile ilişkisini incelemek amacı ile tanımlayıcı tipte gerçekleştirildi.

Araştırmanın bağımsız değişkenlerini; yaş, cinsiyet, medeni durum, öğrenim durumu, çalışma süresi gibi bireysel ve mesleki özellikleri ile çevrimiçi alışverişe yönelik tutum ve davranışları oluşturdu.

Bağımlı değişkenlerini ise; hemşirelerin “Başa Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeği” ve “Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği”nden aldıkları puanlar oluşturdu.

### 3.2. EVREN VE ÖRNEKLEM

Araştırmanın evrenini Haziran – Aralık 2022 tarihleri arasında İstanbul ilindeki bir eğitim ve araştırma hastanesinde çalışan 700 hemşire oluşturdu. Örneklem büyüklüğü, evrenin bilinen örneklem hesabı formülü kullanılarak hesaplandı. Araştırmaya katılmayı kabul eden ve araştırmaya dahil edilme kriterlerine uyan toplam 253 hemşire ile araştırma tamamlandı. Yapılan güç analizinde %95 güven düzeyinde ve 0,05 örnekleme hatası ile örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu bulundu.

*Araştırmaya dahil edilme kriterleri:*

- Aktif olarak kurumda çalışıyor olması,

- Araştırmanın yürütüldüğü tarih aralığında izinli ya da raporlu olmaması,
- Daha önce çevrimiçi alışveriş yapmış olması,
- Araştırmaya katılmaya gönüllü olmasıdır.

*Araştırmadan dışlanma kriterleri:*

- Anketi tam doldurmamasıdır.

### 3.3. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI

Araştırma verilerinin toplanmasında; “Yapılandırılmış Bilgi Formu”, “Başa Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeği” ve “Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği” kullanıldı.

#### 3.3.1. Yapılandırılmış Bilgi Formu (Ek.1)

Literatür bilgisi doğrultusunda (Akbaş, 2021; Armağan ve Temel, 2018; Deniz, 2020; Dursun ve diğerleri, 2020; Kaur ve diğerleri, 2019, Manchiraju, Sadachar ve Ridgway, 2017) araştırmacı tarafından geliştirilen bu form, hemşirelerin yaşı, cinsiyeti, medeni durumu, öğrenim durumu, çalışma süresi gibi bireysel ve mesleki özelliklerini içeren 7 soru ile çevrimiçi alışverişe yönelik tutum ve davranışları ile ilişkili 10 soru olmak üzere toplam 17 sorudan oluştu.

#### 3.3.2. Başa Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeği – BÇTDÖ (Ek.2)

Kişilerin başa çıkma tutumlarını değerlendirmek amacıyla Carver, Scheier ve Weintraub tarafından 1989 yılında 15 faktör ve 60 madde olarak geliştirilen ölçek, Zuckerman ve Gagne tarafından 2003 yılında “Kendine Yardım, Yaklaşım, Uyum Sağlama, Sakınma-Kaçınma ve Kendine Ceza” olmak üzere beş faktör ve 40 madde olarak revizyon edilmiştir.

Dörtlü likert tipteki (1= Asla böyle yapmam; 2= Çok az böyle yaparım; 3= Böyle yaparım; 4= Çoğunlukla Böyle Yaparım) ölçeğin Türkçe’ye uyarlanması ve geçerlik ve güvenirlik çalışmaları Dicle ve Ersanlı tarafından (2015) beş faktör (Kendine Yardım, Yaklaşım, Uyum Sağlama, Sakınma-Kaçınma ve Kendine Ceza) ve 32 madde

olarak yapılmıştır. Ölçekte olumsuz madde yoktur. Ölçekten alınabilecek en yüksek puan 128, en düşük puan 32'dir. Ölçekten alınan yüksek puan başa çıkma tutum düzeyinin yüksek olması, düşük puan ise başa çıkma tutum düzeyinin düşük olması anlamına gelmektedir (Dicle ve Ersanlı, 2015). Orijinal ölçeğin alt boyutlarının [Kendine Yardım (1., 2., 3., 4., 5., 6. maddeler), Yaklaşım (7., 8., 9., 10., 11., 12., 13. maddeler), Uyum Sağlama (14., 15., 16., 17., 18., 19., 20. maddeler), Sakınma-Kaçınma (21., 22., 23., 24., 25., 26. maddeler), Kendine Ceza (27., 28., 29., 30., 31., 32. maddeler)] Cronbach's Alpha iç tutarlılık katsayıları sırasıyla 0,92 / 0,84 / 0,82 / 0,81 / 0,87'dir (Zuckerman ve Gagne, 2003). Türkçe'ye uyarlanan Ölçeğin Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı 0,97 olup, alt boyutların (Kendine Yardım, Yaklaşım, Uyum Sağlama, Sakınma-Kaçınma, Kendine Ceza) Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayıları sırayla 0,96 / 0,98 / 0,98 / 0,98 / 0,98 olarak bulunmuştur (Dicle ve Ersanlı, 2015). Bu çalışmada ölçeğin Cronbach's Alpha iç tutarlılık katsayısı 0,81; alt boyutların (Kendine Yardım, Yaklaşım, Uyum Sağlama, Sakınma-Kaçınma, Kendine Ceza) Cronbach's Alpha iç tutarlılık katsayıları ise sırasıyla 0,89 / 0,89 / 0,86 / 0,88 / 0,93 olarak bulundu.

### **3.3.3. Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği – KÇSAÖ (Ek.3)**

Yapılan alışverişlerin kompulsif olup olmadığını belirlemek amacıyla Andreassen ve arkadaşları tarafından (2015) geliştirilen "Bergen Shopping Addiction Scale" ölçeğinin (Andreassen ve ark., 2015) internet alışverişleri için Türkçe'ye uyarlanmış halidir. Bozdağ ve Alkar tarafından (2018) Türkçe'ye uyarlanmıştır. Kompulsif satın alma davranışını ölçen ölçek maddelerine "çevrimiçi" ibaresi eklenmesiyle internetten yapılan kompulsif satın alma davranışlarının değerlendirilmesi hedeflenmiştir. Beşli likert tipteki (0= Kesinlikle Katılmıyorum, 4= Kesinlikle Katılıyorum) ve beş faktörlü [problem-çatışma-nüks (9., 10., 11., 12., 17., 18., 19., 20., 25., 26., 27. maddeler), düşünceyle meşgul olma (2., 3., 4. maddeler), duygu düzenleme (5., 6., 7., 8. maddeler), geri çekilme (21., 22., 23. Maddeler, Tolerans (13., 14., 15., 16., 24., 28. maddeler)] ölçekte toplam 28 madde bulunmaktadır. "1" numaralı maddenin birden fazla faktöre uyum sağlaması dolayısıyla ölçekten çıkarılmasına karar verilmiştir. Türkçe uyarlamasında olduğu gibi bu çalışmada da "1" numaralı madde ölçekten çıkarılmıştır. Ölçekten alınabilecek en düşük puan 0, en yüksek puan 112'dir. Puanların artışı kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının seviyesiyle doğru

orantılıdır (Bozdağ ve Alkar, 2018). Orijinal ölçeğin cronbach alfa değeri 0,87'dir (Andreassen ve ark., 2015). Türkçe'ye uyarlanan ölçeğin cronbach alfa değeri 0,90'dır (Bozdağ ve Alkar, 2018). Bu çalışmada ölçeğin Cronbach's Alpha iç tutarlılık katsayısı 0,97 olarak bulundu.

### **3.4. VERİLERİN TOPLANMASI**

Araştırma verileri kurum izni, etik kurul onayı, ölçeği geliştiren ve geçerlilik/güvenilirliğini yapan yazarlardan yazılı izinler alındıktan sonra, Haziran – Aralık 2022 tarihleri arasında anket bağlantısı/ Google Form kullanılarak çevrimiçi toplandı. Anket bağlantısı/ Google Form katılımcılarla e-mail/ WhatsApp aracılığıyla paylaşıldı. Veri toplama ve kaydetme, araştırmacı tarafından yönetildi ve yalnızca bir yanıtla sınırlandırıldı.

#### **3.4.1. Araştırmanın Etik Yönleri**

- Araştırmanın yürütülebilmesi için Medeniyet Üniversitesi Göztepe Eğitim Ve Araştırma Hastanesi Klinik Araştırmalar Etik Kurulu'ndan onay alındı (Ek.4).
- Araştırmanın yürütüleceği kurumdan yazılı izin alındı (Ek.5).
- Araştırmada ölçeklerin kullanılabilmesi için, ölçeği geliştiren ve geçerlilik/güvenilirliğini yapan yazarlardan yazılı izinler e-mail aracılığıyla alındı (Ek.6, Ek.7).
- E-mail/ WhatsApp ile katılımcılara çalışmanın amacı, içeriği, süresi, elde edilen verilerin nerede kullanılacağı hakkında bilgi verilerek isteklilik ve gönüllük ilkeleri doğrultusunda izin alındı (Ek.8). Araştırmaya katılmayı kabul eden katılımcıların Google Formun üst kısmında “Araştırmaya katılmayı kabul ediyorum” ibaresini işaretlemeleri istendi.
- E-mail/ WhatsApp aracılığıyla hemşirelerden alınan bireysel bilgilerin araştırmacı dışında kimseyle paylaşılmayacağı ya da bu bilgilere araştırmacı dışında kimsenin ulaşamayacağı konusunda bilgi verilerek sadakat ve gizlilik ilkelerine bağlı kalındı.

- E-mail/ WhatsApp ile araştırmaya katılmayı kabul eden hemşirelere otonomi ilkesi doğrultusunda istediklerinde araştırmadan çekilebilecekleri bildirildi.

### **3.5. VERİLERİN ANALİZİ**

Verilerin analizinde SPSS 21 (Statistical Package Program for the Social Science for Windows, Version 21,0) paket programı kullanıldı. Kategorik ve sürekli değişkenler için tanımlayıcı istatistiklerde sayı, yüzde, ortalama, standart sapma, minimum ve maksimum değerler hesaplandı. Verilerin normal dağılıma uygunluklarının belirlenmesinde Shapiro-Wilk testi ile “skewness ve kurtosis” değerleri kullanıldı. Veriler normal dağılıma uygun olduğundan, bağımsız değişkenlere göre ölçek toplam puan ve alt boyut puan ortalamalarının karşılaştırılmasında bağımsız gruplarda t testi, tek yönlü varyans analizi (One-way ANOVA), ile ileri analizler (Bonferroni, LSD, Tamhane’s) yapıldı. Normal dağılıma uygun iki nicel değişken arasındaki ilişkinin incelenmesinde “Pearson” korelasyon katsayısı kullanıldı. Kompulsif çevrimiçi satın alma davranışlarının yordanmasında çoklu doğrusal regresyon analizi yapıldı. Sonuçlar %95 güven aralığında,  $p < 0,05$  anlamlılık düzeyinde değerlendirildi.

### **3.6. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI**

- Araştırmanın sadece bir eğitim ve araştırma hastanesindeki hemşirelerle gerçekeştirilmesidir. Bu nedenle araştırma sonuçları sadece bu örneklem grubundaki bireylerle sınırlıdır, genellenemez.

## BÖLÜM 4. BULGULAR

Bu bölümde; araştırmadan elde edilen verilerin bulguları ve istatistiksel analizleri aşağıda belirtilen başlıklar altında sunuldu.

4.1. Hemşirelerin Tanıtıcı Özelliklerine İlişkin Bulgular

4.2. Hemşirelerin Başa Çıkma Tutumları Ve Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışları Düzeylerine İlişkin Bulgular

4.3. Hemşirelerin Başa Çıkma Tutumları Ve Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışları Arasındaki İlişkiye İlişkin Bulgular

### 4.1. HEMŞİRELERİN TANITICI ÖZELLİKLERİNE İLİŞKİN BULGULAR

Bu bölümde hemşirelerin bireysel ve mesleki özelliklerine, çevrimiçi alışveriş tutum ve davranışlarına ilişkin bulgulara yer verildi (Tablo 4-1).

Tablo 4-1: Hemşirelerin Tanıtıcı Özelliklerinin Dağılımı (N=253)

| Değişkenler    | Min.-Maks. | Ort±<br>SS     |
|----------------|------------|----------------|
| Yaş (yıl)      | 20-54      | 31,05<br>±5,88 |
| Çalışma süresi | 1-33       | 7,73±<br>6,12  |

Tablo 4-1: Hemşirelerin Tanıtıcı Özelliklerinin Dağılımı (N=253) - Devam

| <b>Değişkenler</b>                           | <b>n</b> | <b>%</b> |
|--|----------|----------|
| <b>Cinsiyet</b>                              |          |          |
| Kadın  | 196      | 77,5     |
| Erkek  | 57       | 22,5     |
| <b>Medeni durumu</b>                         |          |          |
| Evli   | 132      | 52,2     |
| Bekar  | 121      | 47,8     |
| <b>Aile tipi</b>                             |          |          |
| Çekirdek aile                                | 216      | 85,4     |
| Geniş aile                                   | 37       | 14,6     |
| <b>Öğrenim durumu</b>                        |          |          |
| Lise   | 21       | 8,3      |
| Ön lisans                                    | 19       | 7,5      |
| Lisans                                       | 183      | 72,3     |
| Lisansüstü                                   | 30       | 11,9     |
| <b>Aylık gelir durumu</b>                    |          |          |
| 9.000-10.000 TL                              | 22       | 8,7      |
| 10.001-11.000 TL                             | 40       | 15,8     |
| 11.001-12.000 TL                             | 54       | 21,3     |
| 12.000 TL ve üzeri                           | 137      | 54,2     |
| <b>İnternete giriş sıklığı</b>               |          |          |
| Günün çoğu zamanı                            | 119      | 47,0     |
| Günde bir kez                                | 9        | 3,6      |
| Günde birkaç kez                             | 120      | 47,4     |
| Haftada bir ya da birkaç kez                 | 5        | 2,0      |
| <b>İnternette geçirilen süre (bir günde)</b> |          |          |
| Bir saatten az                               | 14       | 5,5      |
| 2-4 saat                                     | 113      | 44,7     |
| 5-7 saat                                     | 89       | 35,2     |
| 8-10 saat                                    | 32       | 12,6     |
| 11 saat ve üzeri                             | 5        | 2,0      |

Tablo 4-1: Hemşirelerin Tanıtıcı Özelliklerinin Dağılımı (N=253) - Devam

| <b>Değişkenler</b>   | <b>n</b> | <b>%</b> |
|--|----------|----------|
| <b>Ne kadar süredir çevrimiçi alışveriş yapıyor</b>        |          |          |
| Bir yıldan az  | 6        | 2,4      |
| 1-2 yıl  | 26       | 10,3     |
| 3-4 yıl  | 59       | 23,3     |
| yıl ve daha fazla  | 162      | 64,0     |
| <b>Çevrimiçi alışveriş sıklığı</b>                         |          |          |
| Her gün  | 9        | 3,6      |
| Haftada birkaç kez   | 63       | 24,9     |
| Ayda birkaç kez  | 97       | 38,3     |
| Ayda bir / birkaç ayda bir                                 | 84       | 33,2     |
| <b>Çevrimiçi alışveriş için aylık harcanan tutar</b>       |          |          |
| 100-550 TL   | 79       | 31,2     |
| 551-999 TL   | 93       | 36,8     |
| 1000 TL ve üzeri   | 81       | 32,0     |
| <b>Çevrimiçi alışveriş tercih etme nedeni*</b>             |          |          |
| Ürün çeşitliliği   | 157      | 62,1     |
| Satın alma sürecinin kolay olması                          | 154      | 60,9     |
| Düşük fiyat, daha fazla indirim olması                     | 134      | 53,0     |
| Ödeme şekli çeşitliliği, kredi kartı kullanımı             | 35       | 13,8     |
| <b>Çevrimiçi alışverişte en çok satın alınan ürün türü</b> |          |          |
| Giyim-ayakkabı   | 99       | 39,1     |
| Yemek-gıda-temizlik  | 69       | 27,3     |
| Kırtasiye-kitap  | 22       | 8,7      |
| Ev-dekorasyon  | 20       | 7,9      |
| Elektronik eşya  | 18       | 7,1      |
| Kozmetik   | 18       | 7,1      |
| Eğlence-kültür   | 7        | 2,8      |

Tablo 4-1: Hemşirelerin Tanıtıcı Özelliklerinin Dağılımı (N=253) - Devam

| Değişkenler   | n   | %    |
|---|-----|------|
| <b>Hangi duygu durumundayken daha çok çevrimiçi alışveriş yapıyor?*</b> |     |      |
| Huzurluyken   | 137 | 54,2 |
| Mutluyken   | 106 | 41,9 |
| Stresliyken   | 67  | 26,5 |
| Sorunlarla başa çıkamadığında   | 55  | 21,7 |
| Üzgünken  | 43  | 17,0 |
| Sinirliyken   | 34  | 13,4 |
| Duygu durumum alışveriş sıklığımı etkilemez.                            | 7   | 2,8  |
| <b>Çevrimiçi alışveriş yaparken nasıl hissediyor? *</b>                 |     |      |
| Mutlu   | 128 | 50,6 |
| Heyecanlı   | 110 | 43,5 |
| Huzurlu   | 79  | 31,2 |
| Öz güvenli  | 39  | 15,4 |
| Stresli   | 36  | 14,2 |
| <b>Çevrimiçi alışveriş yaptıktan sonra nasıl hissediyor? *</b>          |     |      |
| Rahatlama   | 175 | 69,2 |
| Suçluluk  | 51  | 20,2 |
| Pişmanlık   | 41  | 16,2 |
| Utanç   | 18  | 7,1  |
| Umutsuzluk  | 9   | 3,6  |

\*Birden fazla cevap verilmiştir.

Katılımcıların yaşlarının 20 ile 54 yıl arasında değiştiği ve yaş ortalamasının  $31,05 \pm 5,88$  yıl olduğu, %77,5'inin (n=196) kadın, %52,2'sinin (n=132) evli, %72,3'ünün (n=183) lisans mezunu olduğu saptandı. Aile tipi olarak %85,4'ünün (n=216) çekirdek aile yapısına sahip olduğu belirlendi (Tablo 4-1).

Katılımcıların meslekte çalışma süresinin 1 ile 33 yıl arasında değiştiği ve ortalama çalışma süresinin  $7,73 \pm 6,12$  yıl olduğu, %54,2'sinin (n=137) aylık gelirinin 12.000 TL'nin üzerinde olduğu saptandı (Tablo 4-1).

Katılımcıların %47,4'ünün (n=120) haftada bir ya da birkaç kez internet kullandığı, %44,7'sinin (n=113) günde 2 ila 4 saat internet kullandığı, %64,0'ünün (n=162) beş yıl ve daha uzun süredir interneti çevrimiçi alışveriş için kullandığı, %38,3'ünün (n=97) ayda birkaç kez çevrimiçi alışveriş yaptığı ve %36,8'inin (n=93) çevrimiçi alışveriş için 551-999 TL harcadığı belirlendi. Katılımcıların %62,1'inin (n=157) ürün çeşitliliği, %60,9'unun (n=154) satın alma sürecinin kolaylığı ve %53,0'ünün (n=134) düşük fiyat ve daha fazla indirim olması nedenleriyle çevrimiçi alışveriş yapmayı tercih ettikleri araştırmada en çok giyim-ayakkabı (%39,1) ve yemek-gıda-temizlik (%27,3% ürünlerinin satın alındığı saptandı (Tablo 4-1).

Katılımcıların genellikle huzurluyken (%54,2), mutluyken (%41,9), stresliyken (%26,5) ve sorunlarla başa çıkamadıklarında (%21,7) çevrimiçi alışveriş yaptıkları, çevrimiçi alışveriş esnasında mutlu (%50,6) ve heyecanlı (%43,5) hissettikleri, çevrimiçi alışveriş sonrasında ise rahatlama (%69,2) ve suçluluk (%20,2) duygularını hissettikleri belirlendi (Tablo 4-1).

#### **4.2. HEMŞİRELERİN BAŞA ÇIKMA TUTUMLARI VE KOMPULSİF ÇEVİRİMİÇİ SATIN ALMA DAVRANIŞLARI DÜZEYLERİNE İLİŞKİN BULGULAR**

Bu bölümde, hemşirelerin Başa Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeği ve Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği puan ortalamalarına ilişkin bulgulara yer verildi (Tablo 4-2).

Tablo 4-2: Hemşirelerin Başa Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeği ve Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği Puan Ortalamalarının Dağılımı (N=253)

| Ölçek ve Alt Boyutları                             |                        | Min.  | Maks.  | Ort±SS      |
|--|------------------------|-------|--------|-------------|
| <b>Başa Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeği</b> | Kendine Yardım         | 6,00  | 24,00  | 18,45±4,23  |
|  | Yaklaşım               | 12,00 | 28,00  | 23,52±4,21  |
|  | Uyum Sağlama           | 7,00  | 28,00  | 20,00±4,90  |
|  | Sakinme-Kaçınma        | 9,00  | 16,00  | 12,35±2,33  |
|  | Kendine Ceza           | 6,00  | 24,00  | 13,46±5,48  |
| Toplam   |                        | 59,00 | 116,00 | 87,79±10,40 |
| <b>Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği</b>       | Problem-Çatışma-Nüks   | 0,00  | 36,00  | 7,11±9,18   |
|  | Düşünceyle Meşgul Olma | 0,00  | 12,00  | 3,92±3,08   |
|  | Duygu Durum Düzenleme  | 0,00  | 16,00  | 6,10±5,15   |
|  | Geri Çekilme           | 0,00  | 12,00  | 2,59±3,54   |
|  | Tolerans               | 0,00  | 24,00  | 6,25±7,04   |
| Toplam   |                        | 0,00  | 97,00  | 26,00±25,03 |

Hemşirelerin BÇTDÖ toplam puan ortalaması 87,79±10,40 olup, “Kendine Yardım”, “Yaklaşım”, “Uyum Sağlama”, “Sakinme-Kaçınma”, “Kendine Ceza” alt boyutları puan ortalamaları sırasıyla 18,45±4,23, 23,52±4,21, 20,00±4,90, 12,35±2,33, 13,46±5,48 idi.

Hemşirelerin KÇSAÖ toplam puan ortalaması 26,00±25,03 olup, “Problem-Çatışma-Nüks”, “Düşünceyle Meşgul Olma”, “Duygu Durum Düzenleme”, “Geri Çekilme”, “Tolerans” alt boyutları puan ortalamaları sırasıyla 7,11±9,18, 3,92±3,08, 6,10±5,15, 2,59±3,54, 6,25±7,04 idi (Tablo 4-2).

### 4.3. HEMŞİRELERİN BAŞA ÇIKMA TUTUMLARI VE KOMPULSİF ÇEVİRİMİÇİ SATIN ALMA DAVRANIŞLARI ARASINDAKİ İLİŞKİYE İLİŞKİN BULGULAR

Bu bölümde, hemşirelerin BÇTDÖ ve KÇSAÖ puan ortalamaları arasındaki ilişki, hemşirelerin bazı tanıtıcı özelliklerine göre BÇTDÖ ve KÇSAÖ toplam puan ortalamalarının karşılaştırılması ve hemşirelerin kompulsif çevrimiçi satın alma davranışlarını yordayan değişkenlere ilişkin bulgulara yer verildi (Tablo 4-3).

**Başa Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeği** toplam puan ortalaması ile KÇSAÖ toplam puan ortalaması ve KÇSAÖ “**Problem-Çatışma-Nüks**”, “**Düşünceyle Meşgul Olma**”, “**Duygu Durum Düzenleme**”, “**Geri Çekilme**”, “**Tolerans**” alt boyut puan ortalamaları arasında negatif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu belirlendi ( $p<0,01$ ; Tablo 4-3).

Başa Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeği “**Yaklaşım**” alt boyutu ile KÇSAÖ “**Problem-Çatışma-Nüks**”, “**Düşünceyle Meşgul Olma**”, “**Duygu Durum Düzenleme**”, “**Geri Çekilme**”, “**Tolerans**” alt boyut puan ortalamaları arasında negatif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardı ( $p<0,05$ ; Tablo 4-3).

Başa Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeği “**Uyum Sağlama**” alt boyutu ile KÇSAÖ “**Düşünceyle Meşgul Olma**” ve “**Tolerans**” alt boyut puan ortalamaları arasında negatif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardı ( $p<0,05$ ; Tablo 4-3).

Başa Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeği “**Sakinme-Kaçınma**” alt boyutu ile KÇSAÖ “**Düşünceyle Meşgul Olma**” alt boyut puan ortalamaları arasında negatif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardı ( $p<0,01$ ; Tablo 4-3).

Başa Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeği “**Kendine Yardım**” ve “**Kendine Ceza**” alt boyutları ile KÇSAÖ alt boyut puan ortalamaları arasında anlamlı bir ilişki saptanmadı ( $p>0,05$ ; Tablo 4-3).

Tablo 4-3: Hemşirelerin Başa Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeği ve Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği Puan Ortalamaları Arasındaki İlişki (N=253)

| Değişkenler   |                 | Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği (KÇSAÖ) |                        |                       |              |          |         |         |
|---|-----------------|---|------------------------|-----------------------|--------------|----------|---------|---------|
|   |                 | Problem-Çatışma-Nüks                          | Düşünceyle Meşgul Olma | Duygu Durum Düzenleme | Geri Çekilme | Tolerans | Toplam  |         |
|   | Kendine Yardım  | r   | -,035                  | -,090                 | ,004         | -,028    | -,027   | -,009   |
|   |                 | p   | ,577                   | ,155                  | ,954         | ,664     | ,669    | ,886    |
|   | Yaklaşım        | r   | -,171**                | -,148*                | -,133*       | -,159*   | -,160*  | -,172** |
|   |                 | p   | ,007                   | ,019                  | ,035         | ,012     | ,011    | ,006    |
| <b>Baş Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeği (BÇTDÖ)</b> | Uyum Sağlama    | r   | -,117                  | -,192**               | -,080        | -,093    | -,126*  | -,194** |
|   |                 | p   | ,065                   | ,002                  | ,206         | ,141     | ,046    | ,002    |
|   | Sakınma-Kaçınma | r   | -,046                  | ,078**                | -,083        | -,073    | -,088   | -,096   |
|   |                 | p   | ,465                   | -,009                 | ,188         | ,251     | ,162    | ,128    |
|   | Kendine Ceza    | r   | -,002                  | ,031                  | ,007         | -,015    | -,014   | ,035    |
|   |                 | p   | ,973                   | ,621                  | ,916         | ,818     | ,820    | ,579    |
| Toplam  |                 | r   | -,214**                | -,208**               | -,151*       | -,187**  | -,204** | -,170** |
|   |                 | p   | ,001                   | ,001                  | ,016         | ,003     | ,001    | ,007    |

Pearson Korelasyon, \*\*: p<0,01, \*: p<0,05

Tablo 4-4: Hemşirelerin Bazı Tanıtıcı Özelliklerine Göre BÇTDÖ ve KÇSAÖ Toplam Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması (N=253)

| Değişkenler                               | BÇTDÖ toplam  | KÇSAÖ toplam  |
|---|---------------|---------------|
|   | Ort±SS        | Ort±SS        |
| <b>Cinsiyet</b>                           |               |               |
| Kadın <sup>1</sup>                        | 89,39±9,32    | 28,79±25,59   |
| Erkek <sup>2</sup>                        | 82,29±12,01   | 16,40±20,45   |
| t   | 4,724         | 3,355         |
| p   | <b>0,000</b>  | <b>0,001</b>  |
|   | <b>1&gt;2</b> | <b>1&gt;2</b> |
| <b>Medeni durum</b>                       |               |               |
| Evli <sup>1</sup>                         | 88,37±11,23   | 21,64±23,12   |
| Bekar <sup>2</sup>                        | 87,16±9,41    | 30,76±26,24   |
| t   | 0,927         | -2,936        |
| p   | 0,355         | <b>0,004</b>  |
|   |               | <b>2&gt;1</b> |
| <b>Aylık gelir durumu</b>                 |               |               |
| 9.000-10.000 TL <sup>1</sup>              | 87,50±6,84    | 25,40±22,25   |
| 10.001-11.000 TL <sup>2</sup>             | 85,97±9,57    | 28,25±24,00   |
| 11.001-12.000 TL <sup>3</sup>             | 85,29±11,17   | 24,03±22,53   |
| 12.000 TL ve üzeri <sup>4</sup>           | 89,36±10,59   | 26,21±26,81   |
| F   | 2,741         | 2,039         |
| p   | <b>0,044</b>  | 0,109         |
|   | <b>4&gt;3</b> |               |
| <b>İnternete giriş sıklığı</b>            |               |               |
| Günün çoğu zamanı <sup>1</sup>            | 86,66±9,69    | 34,11±25,00   |
| Günde bir kez <sup>2</sup>                | 87,88±10,49   | 21,55±22,95   |
| Günde birkaç kez <sup>3</sup>             | 89,10±10,72   | 18,40±22,64   |
| Haftada bir ya da birkaç kez <sup>4</sup> | 86,20±16,14   | 23,40±31,58   |
| F   | 1,143         | 8,698         |
| p   | 0,332         | <b>0,000</b>  |
|   |               | <b>1&gt;3</b> |

Tablo 4-4: Hemşirelerin Bazı Tanıtıcı Özelliklerine Göre BÇTDÖ Ve KÇSAÖ Toplam Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması (N=253)- Devam

| Değişkenler<br>toplam                                | BÇTDÖ toplam                  | KÇSAÖ                 |
|--|-------------------------------|-----------------------|
|  | Ort±SS                        | Ort±SS                |
| <b>İnternette geçirilen süre (bir günde)</b>         |                               |                       |
| Bir saatten az <sup>1</sup>                          | 87,42±11,07                   | 12,21±16,52           |
| 2-4 saat <sup>2</sup>                                | 90,22±9,28                    | 21,32±20,34           |
| 5-7 saat <sup>3</sup>                                | 87,06±11,03                   | 27,18±18,59           |
| 8-10 saat <sup>4</sup>                               | 82,40±10,16                   | 34,34±20,82           |
| 11 saat ve üzeri <sup>5</sup>                        | 81,60±7,98                    | 29,00±12,14           |
| F  | 4,476                         | 4,649                 |
| p  | <b>0,002</b>                  | <b>0,001</b>          |
|  | <b>2&gt;3, 2&gt;4, 3&gt;4</b> | <b>4&gt;1, 4&gt;2</b> |
| <b>Çevrimiçi alışveriş sıklığı</b>                   |                               |                       |
| Hergün <sup>1</sup>                                  | 86,55±15,56                   | 27,00±26,59           |
| Haftada birkaç kez <sup>2</sup>                      | 87,90±8,94                    | 35,17±18,61           |
| Ayda birkaç kez <sup>3</sup>                         | 88,55±10,80                   | 23,86±19,54           |
| Ayda bir / birkaç ayda bir <sup>4</sup>              | 86,96±10,41                   | 17,42±17,86           |
| F  | 0,391                         | 10,528                |
| p  | 0,759                         | <b>0,000</b>          |
|  |                               | <b>2&gt;3, 2&gt;4</b> |
| <b>Çevrimiçi alışveriş için aylık harcanan tutar</b> |                               |                       |
| 100-550 TL <sup>1</sup>                              | 86,36±9,54                    | 17,70±19,18           |
| 551-999 TL <sup>2</sup>                              | 86,55±10,88                   | 25,59±21,23           |
| 1000 TL ve üzeri <sup>3</sup>                        | 90,61±10,19                   | 34,56±30,87           |
| F  | 4,505                         | 9,715                 |
| p  | <b>0,012</b>                  | <b>0,000</b>          |
|  | <b>3&gt;1, 3&gt;2</b>         | <b>2&gt;1, 3&gt;1</b> |

t= bağımsız t testi, F= ANOVA (tek yönlü varyans analizi), Post Hoc Test (Bonferroni, LSD, Tamhane's), \*p<0,05

**BÇTDÖ:** Başa Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeği

**KÇSAÖ:** Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği

Araştırma kapsamındaki hemşirelerin BÇTDÖ ve KÇSAÖ toplam puan ortalamaları tanıtıcı özelliklerine göre karşılaştırıldığında; **cinsiyetlerine** göre, kadın hemşirelerin BÇTDÖ ve KÇSAÖ toplam puan ortalamalarının, istatistiksel olarak anlamlı farklılıkla, erkek hemşirelerin puan ortalamasından yüksek olduğu görüldü ( $p<0,01$ ; Tablo 4-4).

**Medeni durumlarına** göre; bekar hemşirelerin KÇSAÖ toplam puan ortalamalarının, evli hemşirelerin puan ortalamalarından istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek olduğu belirlendi ( $p<0,01$ ). Buna karşın, BÇTDÖ toplam puan ortalamalarında hemşirelerin medeni durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmadı ( $p>0,05$ ; Tablo 4-4).

Hemşirelerin **aylık gelir durumlarına** göre BÇTDÖ toplam puan ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık görüldü ( $p<0,05$ ). 12.000 TL ve üzerinde aylık geliri olan hemşirelerin BÇTDÖ toplam puan ortalamaları 11.001-12.000 TL olan hemşirelerden istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha yüksekti ( $p<0,05$ ; Tablo 4-4). KÇSAÖ toplam puan ortalamalarında aylık gelir durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmadı ( $p>0,05$ ; Tablo 4-4).

Hemşirelerin **internete giriş sıklığına** göre KÇSAÖ toplam puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptandı ( $p<0,01$ ). Günün çoğu zamanı internete giren hemşirelerin KÇSAÖ toplam puan ortalamalarının, günde birkaç kez internete giren hemşirelerin puan ortalamalarından istatistiksel olarak anlamlı farklılıkla daha yüksekti ( $p<0,01$ ; Tablo 4-4). Buna karşın, BÇTDÖ toplam puan ortalamalarında internete giriş sıklığına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmadı ( $p>0,05$ ; Tablo 4-4).

Hemşirelerin **bir günde internette geçirdikleri süreye** göre BÇTDÖ ve KÇSAÖ toplam puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık görüldü ( $p<0,01$ ). Günde 2-4 saatini internette geçiren hemşirelerin BÇTDÖ toplam puan ortalamaları günde 5-7 ve 8-10 saatini internette geçiren hemşirelerden, günde 5-7 saatini internette geçiren hemşirelerin BÇTDÖ toplam puan ortalamaları günde 8-10 saatini internette geçiren hemşirelerden istatistiksel olarak anlamlı farklılıkla daha yüksekti ( $p<0,01$ ; Tablo 4-4). Günde 8-10 saatini internette geçiren hemşirelerin KÇSAÖ toplam puan ortalamaları, günde bir saatten az ya da günde 2-4 saat geçiren

hemşirelerden istatistiksel olarak anlamlı farklılıkla daha yüksekti ( $p<0,01$ ; Tablo 4-4).

Hemşirelerin **çevrimiçi alışveriş sıklığına** göre KÇSAÖ toplam puan ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptandı ( $p<0,01$ ). Haftada birkaç kez çevrimiçi alışveriş yapan hemşirelerin KÇSAÖ toplam puan ortalamaları, ayda birkaç kez ve ayda bir ya da birkaç ayda bir kez çevrimiçi alışveriş yapan hemşirelerden istatistiksel olarak anlamlı farklılıkla daha yüksekti ( $p<0,01$ ; Tablo 4-4). Buna karşın, BÇTDÖ toplam puan ortalamalarında çevrimiçi alışveriş sıklığına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmadı ( $p>0,05$ ; Tablo 4-4).

**Çevrimiçi alışveriş için aylık harcanan tutara** göre BÇTDÖ ve KÇSAÖ toplam puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptandı. Çevrimiçi alışveriş için 1000 TL ve üzerinde tutar harcayan hemşirelerin BÇTDÖ toplam puan ortalamaları, 100-550 TL ve 551-999 TL harcayan hemşirelerden istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha yüksekti ( $p<0,05$ ; Tablo 4-4). Çevrimiçi alışveriş için 1000 TL ve üzeri ile 551-999 TL harcayan hemşirelerin KÇSAÖ toplam puan ortalamaları, 100-550 TL harcayan hemşirelerden istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha yüksekti ( $p<0,01$ ; Tablo 4-4).

Tablo 4-5: Hemşirelerin Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışlarının Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi (N=253)

| Değişkenler                                   | KÇSAÖ toplam puanı |                 |        |           | F  |
|---|--------------------|-----------------|--------|-----------|----|
|   | R <sup>2</sup>     | ΔR <sup>2</sup> | β      | t         |    |
| Yaş   |                    |                 | -0,042 | -0,704*** | 1  |
| Cinsiyet                                      |                    |                 | -0,075 | -1,181*** | 9, |
| Medeni durum                                  |                    |                 | 0,152  | 2,557**   | 9  |
| İnternete giriş sıklığı                       |                    |                 | 0,273  | 4,833*    | 9  |
| Çevrimiçi alışveriş sıklığı                   |                    |                 | 0,365  | 6,062*    | 4  |
| Aylık çevrimiçi alışveriş için harcanan tutar | 0,328              | 0,311           | 0,123  | 1,993**   | *  |
| BÇTDÖ toplam puanı                            |                    |                 |        | -2,761*   | 0  |
|   |                    |                 | -0,147 |           | 0  |
|   |                    |                 |        |           | 0  |

\*p=0,000, \*\*p<0,05, \*\*\*p>0,05, Kadın=0 Erkek=1, Bekar=1 Evli=0

**KÇSAÖ:** Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği

**BÇTDÖ:** Başa Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeği

Hemşirelerin bazı tanıtıcı özelliklerinin ve BÇTDÖ toplam puanının KÇSA davranışlarına etkisini incelemek için çoklu doğrusal regresyon analizi yapıldı. Hemşirelerin kompulsif çevrimiçi satın alma davranışlarını yordamada; medeni durumun ( $\beta=0,152$ ), internete giriş sıklığının ( $\beta=0,273$ ), çevrimiçi alışveriş sıklığının ( $\beta=0,365$ ), aylık çevrimiçi alışveriş için harcanan tutarın ( $\beta=0,123$ ) pozitif yönde, başa çıkma tutumunun ise negatif yönde ( $\beta=-0,147$ ) istatistiksel olarak anlamlı etkisinin olduğu ( $F=19,994$ ;  $p=0,000$ ) ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışındaki değişimin %31'ini ( $\Delta R^2=0,311$ ) açıkladığı saptandı (Tablo 4-5).

## BÖLÜM 5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Kompulsif satın alma davranışı, psikolojik, sosyal ve ekonomik sonuçları yönünden hem birey hem toplum için önemli bir konudur. Hemşirelik baş etmesi zor durumların yaşandığı bir meslektir ve etkin başa çıkma tutumlarına sahip olmayı gerektirir. Etkin başa çıkma tutumu sergileyemeyen bireyler problemle baş edebilmek için farklı yollara başvurmaktadır (Kaya ve diğerleri, 2015). Bunlardan biri tekrarlayan, aşırı ve dürtüsel alışveriş yapma davranışı olan kompulsif çevrimiçi satın alma davranışıdır (Kaur ve diğerleri, 2019). Literatürde hemşirelerin başa çıkma tutumları ile kompulsif çevrimiçi satın alma davranışlarını inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu araştırma, literatürdeki bu boşluğa yönelik yapılmış olup, elde edilen araştırma bulguları literatür doğrultusunda iki bölümde tartışıldı.

5.1. Hemşirelerin Başa Çıkma Tutumları Ve Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışları Düzeylerine İlişkin Bulgular

5.2. Hemşirelerin Başa Çıkma Tutumları Ve Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışları Arasındaki İlişkiye İlişkin Bulgular

### **5.1. HEMŞİRELERİN BAŞA ÇIKMA TUTUMLARI VE KOMPULSİF ÇEVİRİMİÇİ SATIN ALMA DAVRANIŞLARI DÜZEYLERİNE İLİŞKİN BULGULARIN TARTIŞILMASI**

Bu bölümde, hemşirelerin Başa Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeği ve Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği puan ortalamalarına ilişkin bulguların tartışılmasına yer verildi (Tablo 4-2).

Hemşirelerin BÇTDÖ toplam puan ortalaması  $87,79 \pm 10,40$  olup, “Kendine Yardım”, “Yaklaşım”, “Uyum Sağlama”, “Sakinme-Kaçınma”, “Kendine Ceza” alt boyutları

puan ortalamaları sırasıyla 18,45±4,23, 23,52±4,21, 20,00±4,90, 12,35±2,33, 13,46±5,48 idi (Tablo 4-2). Ölçekten alınabilecek en yüksek puan 128, en düşük puan 32'dir. Ölçekten alınan yüksek puan başa çıkma tutum düzeyinin yüksek olması anlamına gelmektedir. Buna göre araştırmaya katılan hemşirelerin başa çıkma tutumları orta düzeyde olup, alt boyut madde sayılarına göre en yüksek puanı "Yaklaşım", en düşük puanı ise "Sakinme-Kaçınma" alt boyutlarından aldıkları görülmektedir. Şahin'in çalışmasında (2022), araştırma bulgumuza benzer şekilde hemşirelerin BÇTDÖ toplam puan ortalaması 79,38±15,50, "Yaklaşım" alt boyut puan ortalaması 21,06±4,66, "Sakinme-Kaçınma" alt boyut puan ortalaması 10,21±3,75 olarak bulunmuştur. Yapılan diğer bir çalışmada hemşirelerin başa çıkma tutumlarının yüksek olduğu saptanmıştır (Karakaya ve Öztürk, 2020). Bu bulguya göre, hemşirelerin problemle başa çıkabilmek için farklı tutumlar gösterdikleri, problemden kaçmak yerine mücadele ettikleri söylenebilir.

Hemşirelerin KÇSAÖ toplam puan ortalaması 26,00±25,03 olup, "Problem-Çatışma-Nüks", "Düşünceyle Meşgul Olma", "Duygu Durum Düzenleme", "Geri Çekilme", "Tolerans" alt boyutları puan ortalamaları sırasıyla 7,11±9,18, 3,92±3,08, 6,10±5,15, 2,59±3,54, 6,25±7,04 idi (Tablo 4-2). Ölçekten alınabilecek en düşük puan 0, en yüksek puan 112'dir. Ölçekten alınan yüksek puan kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının yüksek olması anlamına gelmektedir. Buna göre, katılımcıların kompulsif çevrimiçi satın alma davranışları düşük düzeyde olup, alt boyut madde sayılarına göre en yüksek puanı "Duygu Durum Düzenleme", en düşük puanı "Problem-Çatışma-Nüks" alt boyutlarından aldıkları görülmektedir. Literatürde hemşirelerin kompulsif çevrimiçi satın alma davranışlarını inceleyen bir çalışmaya rastlanmamakla birlikte, farklı popülasyonlarla yapılan ulusal ve uluslararası çalışmalarda farklı sonuçlar elde edilmiştir. Sağlık bilimleri öğretim elemanları arasında yapılan bir çalışmada katılımcıların üçte ikisi yüksek kompulsif satın alma davranışına sahiptir (Kaur, Maheshwari ve Kumar, 2019). Türker'in (2019) 65 ilde 578 katılımcı ile gerçekleştirdiği çalışmada, katılımcıların KÇSAÖ toplam puan ortalaması düşük (15,65±17,27) bulunmuştur. Literatürde kişilerin olumsuz duygularla baş edebilmek için kompulsif satın alma davranışına yöneldikleri (Kemp ve Kopp, 2011), satın alma davranışı sırasında mutlu, sonrasında ise rahatlama duygusu hissettikleri belirtilmektedir (Korur ve Kimzan, 2016). Bu araştırmada, katılımcıların genellikle

huzurluyken (%54,2), mutluyken (%41,9), stresliyken (%26,5) ve sorunlarla başa çıkamadıklarında (%21,7) çevrimiçi alışveriş yaptıkları, çevrimiçi alışveriş esnasında mutlu (%50,6) ve heyecanlı (%43,5) hissettikleri, çevrimiçi alışveriş sonrasında ise rahatlama (%69,2) hissettikleri belirlendi (Tablo 4-1). Bu bulguya göre hemşireler genellikle huzurlu ve mutluyken çevrimiçi alışveriş yapmaktadır. Bunun yanı sıra stresliyken ve sorunlarla başa çıkamadıklarında da çevrimiçi satın alma davranışı gösterdikleri, sonrasında ise rahatladıkları göz önünde bulundurulduğunda, araştırmaya katılan hemşirelerin kompulsif çevrimiçi alışveriş davranışını iyi hissetmek, duygu durumunu değiştirmek, kişisel problemlerini unutmak için kullanıyor olabileceklerini düşündürmektedir.

## **5.2. HEMŞİRELERİN BAŞA ÇIKMA TUTUMLARI VE KOMPULSİF ÇEVİRİMİÇİ SATIN ALMA DAVRANIŞLARI ARASINDAKİ İLİŞKİYE İLİŞKİN BULGULARIN TARTIŞILMASI**

Bu bölümde, hemşirelerin BÇTDÖ ve KÇSAÖ puan ortalamaları arasındaki ilişki, hemşirelerin bazı tanıtıcı özelliklerine göre BÇTDÖ ve KÇSAÖ toplam puan ortalamalarının karşılaştırılması ve hemşirelerin kompulsif çevrimiçi satın alma davranışlarını yordayan değişkenlere ilişkin bulgular tartışıldı (Tablo 4-3, Tablo 4-4, Tablo 4-5).

### **5.2.1. Hemşirelerin BÇTDÖ ve KÇSAÖ Puan Ortalamaları Arasındaki İlişkiye İlişkin Bulguların Tartışılması**

**Başta Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeği** toplam puan ortalaması ile **KÇSAÖ** toplam puan ortalaması ve **KÇSAÖ** “**Problem-Çatışma-Nüks**”, “**Düşünceyle Meşgul Olma**”, “**Duygu Durum Düzenleme**”, “**Geri Çekilme**”, “**Tolerans**” alt boyut puan ortalamaları arasında negatif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu belirlendi ( $p<0,01$ ; Tablo 4-3). Buna göre, başta çıkma tutumları yüksek olan hemşirelerin kompulsif çevrimiçi satın alma davranışları daha

azdır. Buna karşılık yapılan bir çalışmada, başa çıkma tutumu ile kompulsif satın alma davranışı arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur (İpek, 2022).

Başa Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeği **“Yaklaşım”** alt boyutu ile KÇSAÖ **“Problem-Çatışma-Nüks”**, **“Düşünceyle Meşgul Olma”**, **“Duygu Durum Düzenleme”**, **“Geri Çekilme”**, **“Tolerans”** alt boyut puan ortalamaları arasında negatif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardı ( $p<0,05$ ; Tablo 4-3). Healy ve McKay (2000), farklı başa çıkma stratejilerinin hemşirelerin iş doyumunu ve ruh hali üzerinde farklı etkileri olduğunu ve yaklaşım odaklı başa çıkma tepkilerinin olumlu ve faydalı olduğunu öne sürmüştür. Yapılan bir çalışmada, yaklaşım odaklı başa çıkma stratejilerinin hemşirelerin psikolojik iyilik hali üzerinde pozitif etkisinin olduğu görülmüştür (Lee, Tzeng ve Chiang, 2019). Sıkıntıya/ probleme yönelik yaklaşım odaklı başa çıkma tepkileri sorun odaklıdır ve yaşamla ilgili stres faktörlerinin üstesinden gelmek veya çözmek için bilişsel ve davranışsal çabaları yansıtır (Labrague ve diğerleri, 2018). Bu araştırma bulgusuna göre, problemi çözmek için internetten alışveriş yapmayı daha az düşündükleri, internette alışveriş yapmayı azaltmaya yönelik kararlı oldukları, internette alışveriş yapmak için daha az zaman ve para harcadıkları söylenebilir.

Başa Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeği **“Uyum Sağlama”** alt boyutu ile KÇSAÖ **“Düşünceyle Meşgul Olma”** ve **“Tolerans”** alt boyut puan ortalamaları arasında negatif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardı ( $p<0,05$ ; Tablo 4-3). Aktif başa çıkma tutumlarının uyuma yönelik olduğu belirtilmektedir (Holahan ve Moos, 1987). Uyum/ uyum sağlamaya yönelik başa çıkma tutumları, sorunların çözümünü kolaylaştırarak basit hale getirebilmektedir (Kaya ve Kaya, 2009). Bu bağlamda, araştırmaya katılan hemşirelerin uyum sağlamaya yönelik başa çıkma tutumlarını kullandıkları, bu sayede internetten alışveriş yapmakla ilgili daha az düşündükleri, internette planlanandan çok daha az alışveriş yaptıkları ve bunun için daha az zaman harcadıkları söylenebilir.

Başa Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeği **“Sakinme-Kaçınma”** alt boyutu ile KÇSAÖ **“Düşünceyle Meşgul Olma”** alt boyut puan ortalamaları arasında negatif

yönde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardı ( $p<0,01$ ; Tablo 4-3). Kaçınma başa çıkma yaklaşımının, bir stres etkeni ile başa çıkmaktan kaçınma çabasıyla karakterize uyumsuz bir başa çıkma mekanizması olduğu belirtilmektedir (Healy ve McKay, 2000). Yapılan bir çalışmada, kaçınma başa çıkma stratejilerinin hemşirelerin psikolojik iyilik hali üzerinde negatif etkilerinin olduğu görülmüştür (Lee, Tzeng ve Chiang, 2019). Bu çalışmada kaçınma başa çıkma tutumu sergileyen hemşirelerin internetten alışveriş yapma ile ilgili düşüncelere fazla zaman harcadıkları söylenebilir. Bu durum hemşirelerin stresli ya da olumsuz bir olaydan uzaklaşmak amacıyla kompulsif çevrimiçi satın alma davranışına yöneldiğini göstermektedir. Problem karşısında nasıl baş edeceğini bilemeyen bireyler, bu duygudan uzaklaşmak için başka bir alana yönelerek kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı sergilemektedirler. Literatürde, bağımlılık ve takıntılı davranışların temelinde genel olarak sorunlardan kaçma çabası ve kaygı bozukluklarının yer aldığı belirtilmektedir (Yakın ve Aytekin, 2019). Yapılan bir çalışmaya göre kişilerin stresle başa çıkma davranışından kaçmak amacıyla kompulsif çevrimiçi satın alma davranışına yöneldiği belirtilmiştir (Şahin ve Karahan, 2022).

Başa Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeği “**Kendine Yardım**” ve “**Kendine Ceza**” alt boyutları ile KÇSAÖ alt boyut puan ortalamaları arasında anlamlı bir ilişki saptanmadı ( $p>0,05$ ; Tablo 4-3). Duygusal destek sağlama ya da kendini cezalandırma başa çıkma tepkilerinin kompulsif çevrimiçi satın alma ile ilişkisi olmadığı görüldü.

### **5.2.2. Hemşirelerin Bazı Tanıtıcı Özelliklerine Göre BÇTDÖ Toplam Puan Ortalamalarının Karşılaştırılmasına İlişkin Bulguların Tartışılması**

**Cinsiyete** göre, kadın hemşirelerin BÇTDÖ toplam puan ortalamaları istatistiksel olarak anlamlı farklılıkla erkek hemşirelerin puan ortalamasından yüksekti ( $p<0,01$ ; Tablo 4-4). Yapılan bazı çalışmalarda benzer şekilde kadınların başa çıkma tutumları erkeklerden yüksek bulunmuştur (Çelmece ve Işıklar, 2016; İpek, 2022; Şahin, 2022). Buna karşılık yapılan diğer bir çalışmada, cinsiyet açısından BÇTDÖ toplam puan ortalamalarında anlamlı bir fark saptanmamıştır (Yılmaz, 2018).

Hemşirelerin **aylık gelir durumlarına** göre BÇTDÖ toplam puan ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık görüldü ( $p<0,05$ ). 12.000 TL ve üzerinde aylık

geliri olan hemşirelerin BÇTDÖ toplam puan ortalamaları 11.001-12.000 TL olan hemşirelerden istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha yüksekti ( $p<0,05$ ; Tablo 4-4). Yapılan bir çalışmada gelir durumuna göre hemşirelerin BÇTDÖ puan ortalamalarında anlamlı fark saptanmamıştır. Ancak aynı çalışmada geliri giderinden az olan hemşirelerin tükenmişliklerinin daha fazla olduğu saptanmıştır (Şahin, 2022). Diğer bir çalışmada, gelir durumunun başa çıkma tutumunu olumlu yönde etkilediği bulunmuştur (İpek, 2022). Literatüre göre, sosyo-ekonomik durum bireyin başa çıkma tutumunu etkileyen çevresel faktörler arasındadır (Şahin, 2022). Nitekim bu araştırmada, aylık geliri yüksek olan hemşirelerin başa çıkma tutumları daha yüksek bulunmuştur. Buna bağlı olarak, düşük ekonomik düzey bireyler üzerinde daha fazla strese neden olacağından, başa çıkma tutumlarını kullanmada daha fazla çaba gerektirebilir. Buna göre, düşük gelire sahip hemşirelerin başa çıkma tutumlarını etkin kullanamadıkları söylenebilir.

Hemşirelerin **bir günde internette geçirdikleri süreye** göre BÇTDÖ toplam puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık görüldü ( $p<0,01$ ). Günde 2-4 saatini internette geçiren hemşirelerin BÇTDÖ toplam puan ortalamaları günde 5-7 ve 8-10 saatini internette geçiren hemşirelerden, günde 5-7 saatini internette geçiren hemşirelerin BÇTDÖ toplam puan ortalamaları günde 8-10 saatini internette geçiren hemşirelerden istatistiksel olarak anlamlı farklılıkla daha yüksekti ( $p<0,01$ ; Tablo 4-4). Buna göre, internette geçirilen süre azaldıkça hemşirelerin başa çıkma tutumları artmaktadır. İpek'in üniversite öğrencileriyle yaptığı çalışmada, günde 1-2 saatini internette geçirenlerin başa çıkma tutumları, günde 3-4 saat ile 5 saat ve üzerinde internette geçirenlerden yüksek bulunmuştur (İpek, 2022). Literatürde, ayrıca internetin yaşanan problemler için bir kaçış yolu olduğu da belirtilmektedir (Manchiraju, Sadachar ve Ridgway, 2017; Türker, 2019).

**Çevrimiçi alışveriş için aylık harcanan tutara** göre BÇTDÖ toplam puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptandı ( $p<0,05$ ). Çevrimiçi alışveriş için 1000 TL ve üzerinde tutar harcayan hemşirelerin BÇTDÖ toplam puan ortalamaları, 100-550 TL ve 551-999 TL harcayan hemşirelerden istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha yüksekti ( $p<0,05$ ; Tablo 4-4). Buna göre, araştırmaya katılan hemşirelerin başa çıkma tutumu olarak çevrimiçi alışveriş için daha fazla para harcadıkları söylenebilir.

BÇTDÖ toplam puan ortalamalarında hemşirelerin **medeni durumlarına, internete giriş sıklığına ve çevrimiçi alışveriş sıklığına** göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmadı ( $p>0,05$ ; Tablo 4-4). Benzer şekilde Şahin'in çalışmasında (2022) da, medeni durumlarına göre hemşirelerin BÇTDÖ puan ortalamalarında fark saptanmamıştır. Üniversite öğrencileriyle yapılan bir çalışmada alışveriş yapma ile başa çıkma tutumları arasında anlamlı fark bulunmuştur. Sıklıkla alışveriş yapan öğrencilerin yapmayanlara göre BÇTDÖ puanı yüksek olup, çevrimiçi ya da geleneksel (mağaza) alışveriş yapma arasında farklılık görülmemiştir (İpek, 2022). Bu araştırma bulgusu, hemşirelerin başa çıkmak için interneti kullanmadıklarını ve internette sıklıkla alışveriş yapmadıklarını da göstermektedir.

### **5.2.3. Hemşirelerin Bazı Tanıtıcı Özelliklerine Göre KÇSAÖ Toplam Puan Ortalamalarının Karşılaştırılmasına İlişkin Bulguların Tartışılması**

**Cinsiyete** göre, kadın hemşirelerin KÇSAÖ toplam puan ortalamalarının, istatistiksel olarak anlamlı farklılıkla, erkek hemşirelerin puan ortalamasından yüksekti ( $p<0,01$ ; Tablo 4-4). Yapılan çalışmalarda kompulsif satın alma davranışının kadınlarda daha sık görüldüğü bildirilmiştir (Harvanko ve diğerleri, 2013; İpek, 2022; Karakuş ve diğerleri, 2011; Yakın ve AYTEKİN, 2019). Kadın ve erkeklerin sosyalleşme şekilleri ve girdikleri sosyal ortamlar farklılaşabildiğinden dürtü kontrol bozukluğunun da cinsiyete göre farklılaşabildiği ve bu nedenle kompulsif satın alma davranışının kadınlarda erkeklere oranla daha fazla görülebileceği ileri sürülmüştür (Tamam, 2007). Buna karşılık bazı çalışmalarda, kadın ve erkek cinsiyeti açısından farklılık saptanmamış ve bunun örnekleme erkeklerin yeterince temsil edilmemesinden kaynaklanabileceği belirtilmiştir (Koran ve diğerleri, 2006; Mueller ve diğerleri, 2010). Türker'in çalışmasında (2019), kadın ve erkekler arasında kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı açısından anlamlı fark bulunmadığı, kadınlarda olduğu gibi erkeklerin de geleneksel alışverişten daha kolay ve hızlı alışveriş yapabilmesi çevrimiçi satın alma davranışının artmasına sebep olmuş olabileceği belirtilmektedir. Diğer bir çalışmada, erkeklerin anlamlı bir şekilde kadınlardan daha fazla kompulsif çevrimiçi satın alma davranışında bulunduğu saptanmıştır (Manchiraju, Sadachar ve Ridgway, 2017). Bu durum, kompulsif çevrimiçi satın alma davranışında kültürel

farklılıklar da olabileceğini düşündürmüştür. Türkiye’de bu konuda doğrulayıcı çalışmaların yapılmasına gereksinim vardır.

**Medeni durumlarına** göre; bekar hemşirelerin KÇSAÖ toplam puan ortalamalarının, evli hemşirelerin puan ortalamalarından istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur ( $p<0,01$ ; Tablo 4-4). Yapılan bazı çalışmalarda evli ve bekar bireyler arasında kompulsif çevrimiçi satın alma davranışları açısından anlamlı fark olmasa da (Otero-López ve Villardefrancos, 2014; Türker, 2019), Lejoyeux ve ark.’nın (2007), Yakın ve Aytekin’in (2019) çalışmalarında, araştırma bulgumuza benzer şekilde bu davranışı gösteren kişilerin çoğunun bekar oldukları tespit edilmiştir. Yine sağlık çalışanları üzerinde yapılan başka bir çalışmaya göre, bekar bireylerin evli bireylere göre daha fazla kompulsif satın alma davranışı gösterdiği saptanmıştır (Kaya ve diğerleri, 2018). Bu bulguya göre, evli hemşirelerin bakmakla yükümlü olduğu kişiler olduğu için, bekar hemşirelerin ekonomik sorumluluklarının evli hemşirelere göre daha az olması onları kompulsif çevrimiçi satın alma davranışına yönlendirmiş olabilir.

Hemşirelerin **internete giriş sıklığına** göre KÇSAÖ toplam puan ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptandı ( $p<0,01$ ). Günün çoğu zamanı internete giren hemşirelerin KÇSAÖ toplam puan ortalamalarının, günde birkaç kez internete giren hemşirelerin puan ortalamalarından istatistiksel olarak anlamlı farklılıkla daha yüksekti ( $p<0,01$ ; Tablo 4-4). İnternet ve sosyal medya kullanımı ile kompulsif çevrimiçi satın alma arasında pozitif bir ilişki olduğu belirtilmektedir. Bir şey satın alma gibi bir planı olmadığı halde sıklıkla interneti kullanan bireylerin, ruhsal ve çevresel (kolay satın alma, reklamlar ve promosyonlar) faktörlerin de etkisiyle anlık ve yoğun bir dürtü ile çevrimiçi alışveriş yaptıkları belirlenmiştir (Bal ve Okkay, 2022; Yakın ve Aytekin, 2019).

Hemşirelerin **bir günde internette geçirdikleri süreye** göre KÇSAÖ toplam puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık görüldü. Günde 8-10 saatini internette geçiren hemşirelerin KÇSAÖ toplam puan ortalamaları, günde bir saatten az ya da günde 2-4 saat geçiren hemşirelerden istatistiksel olarak anlamlı farklılıkla daha yüksekti ( $p<0,01$ ; Tablo 4-4). Bu araştırma sonucuna göre, internette geçirilen süre arttıkça hemşireler daha fazla kompulsif çevrimiçi satın alma davranışında

bulunmaktadır. Literatürde, internette uzun vakit geçirdikleri için kişilerin sitelerde sayısız reklama maruz kaldıkları, bunun da aracı rol oynayarak kişilerin kompulsif çevrimiçi satın alma davranışlarını tetikleyebileceği vurgulanmaktadır (Dittmar, 2005). Duroy ve diğerlerine göre (2014), kompulsif satın alma ile aşırı internet kullanımı arasında bir ilişki vardır. Armağan ve Temel'in (2018) çalışmasında, gün içinde internette geçirilen süre arttıkça katılımcıların kompulsif çevrimiçi satın alma eğilimi artmaktadır. Araştırmanın bu bulgusu literatür ile de desteklenmektedir. Buna göre, internette uzun zaman geçiren hemşirelerin reklam, promosyonlar, vb. etkenlerin de tetiklemeyle kompulsif çevrimiçi satın alma davranışına daha fazla yöneldikleri söylenebilir.

Hemşirelerin **çevrimiçi alışveriş sıklığına** göre KÇSAÖ toplam puan ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptandı. Haftada birkaç kez çevrimiçi alışveriş yapan hemşirelerin KÇSAÖ toplam puan ortalamaları, ayda birkaç kez ve ayda bir ya da birkaç ayda bir kez çevrimiçi alışveriş yapan hemşirelerden istatistiksel olarak anlamlı farklılıkla daha yüksekti ( $p<0,01$ ; Tablo 4-4). Bu durum olağan olarak değerlendirilebilir. Nitekim, kişilerin çevrimiçi satın alma sıklığı arttıkça, bu tutumun kompulsif çevrimiçi satın alma davranışına dönüşme olasılığı da artmaktadır. Yapılan bir çalışmada, sıklıkla çevrimiçi alışveriş yapan bireylerin, nadir ve bazen çevrimiçi alışveriş yapanlara göre daha fazla kompulsif çevrimiçi satın alma davranışında buldukları belirlenmiştir (Türker, 2019).

**Çevrimiçi alışveriş için aylık harcanan tutara** göre KÇSAÖ toplam puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptandı. Çevrimiçi alışveriş için 1000 TL ve üzeri ile 551-999 TL harcayan hemşirelerin KÇSAÖ toplam puan ortalamaları, 100-550 TL harcayan hemşirelerden istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha yüksekti ( $p<0,01$ ; Tablo 4-4). Kuzma ve Black (2006), alışveriş sıklığı, alışveriş için harcanan zaman, alışverişini tetikleyen ya da kötüleştiren faktörler ve harcanan para miktarının klinik tanı için sorgulanması gerektiğini vurgulamıştır. Yapılan bir çalışmada, kompulsif çevrimiçi satın alıcıların, çevrimiçi alışveriş ortamında daha fazla para ve zaman harcadıkları görülmüştür (Duroy ve diğerleri, 2014). Bu bağlamda, internet kullanımının yaygınlaşması ve ürünlere erişimin kolaylaşması gibi faktörlerin internet üzerinden alışverişini artırdığı ve hemşireleri kompulsif çevrimiçi satın alma davranışına yönelttiği söylenebilir.

KÇSAÖ toplam puan ortalamalarında **aylık gelir durumuna** göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmadı ( $p>0,05$ ; Tablo 4-4). Benzer şekilde yapılan çalışmalarda, kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ve gelir düzeyi arasında anlamlı bir ilişki olmadığı görülmüştür (Manchiraju, Sadachar ve Ridgway, 2017; Türker, 2019). Buna karşılık yapılan bir çalışmada aylık geliri yüksek olan katılımcıların aylık geliri düşük katılımcılara göre kompulsif satın alma düzeyleri daha yüksek bulunmuştur (İpek, 2022). Bu çalışmada anlamlı farklılık saptanmamasının sebebi, katılımcıların aynı meslekten olması ve aylık gelir düzeylerinin birbirine yakın olmasından kaynaklanmış olabilir. Ayrıca, kişilerin her gelire göre internetten bir şeyler satın alabilecekleri de söylenebilir.

#### **5.2.4. Hemşirelerin Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışını Yordayan Değişkenlere İlişkin Bulguların Tartışılması**

Hemşirelerin kompulsif çevrimiçi satın alma davranışlarını yordamada; medeni durumun ( $\beta=0,152$ ), internete giriş sıklığının ( $\beta=0,273$ ), çevrimiçi alışveriş sıklığının ( $\beta=0,365$ ), aylık çevrimiçi alışveriş için harcanan tutarın ( $\beta=0,123$ ) pozitif yönde, başa çıkma tutumunun ise negatif yönde ( $\beta=-0,147$ ) istatistiksel olarak anlamlı etkisinin olduğu ( $F=19,994$ ;  $p=0,000$ ) ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışındaki değişimin %31'ini ( $\Delta R^2=0,311$ ) açıkladığı saptandı (Tablo 4-5). Buna göre; katılımcıların bekar olması, internete giriş sıklığının, çevrimiçi alışveriş sıklığının ve aylık çevrimiçi alışveriş için harcanan tutarın fazla olması ile başa çıkma tutumlarının düşük olması kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı için bir risk faktörüdür.

Kişi genel olarak kendi genel gereksinimlerini karşılamak amacıyla ürün satın alır. Ancak, evlendikten sonra değişen ve artan sorumluluklar nedeniyle kendi gereksinimleri ile birlikte ailesinin de gereksinimlerini düşünerek hareket eder (Gültaş ve Yıldırım, 2016). Bu nedenle evli bireylerden bekar oldukları dönemdeki gibi satın alma davranışı beklenemez. Bununla birlikte, bekar (hiç evlenmemiş, dul) bireyler yalnız hissettikleri için fark etmeden anlamsızca ve sürekli bir şeyler satın almak gibi bir başa çıkma strateji geliştirmiş olabilirler. Nitekim, araştırmaya katılan hemşirelerin yaklaşık yarısı bekar ve çoğunluğu çekirdek aile yapısına sahiptir. Miltenberger (2003) ve Özsungur (2017) çalışmalarında, bireylerin yalnızlık hissini hafifletebilmek için satın alma davranışında bulduklarını belirtmişlerdir. Türker'in çalışmasında da

yalnızlık ile kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı arasında pozitif bir ilişki saptanmıştır. Medeni durumun kompulsif çevrimiçi satın alma davranışlarına etkisinin doğrulanması için daha fazla çalışmaya ihtiyaç vardır.

Dijitalleşme ile birlikte akıllı telefon, tablet, bilgisayar, akıllı saat, vb. birçok teknolojik ürün ile günün her anında ve her saatinde internete ulaşabilmek satın alma davranışlarında farklılıklara neden olmaktadır. Çevrimiçi alışveriş imkanları, bireylerin anlık satın alma davranışını tetiklemektedir (Günaydın, 2021). Yakın ve Aytekin'in (2019) çalışmasında, çevrimiçi anlık satın alma davranışının kompulsif satın alma davranışını etkilediği belirtilmektedir. Bireylerin interneti aşırı kullanımı sonucunda oluşan bağımlılık kavramı beraberinde kompulsif satın almayı da getirebilmektedir. Kompulsif tüketicilerin daha fazla akıllı telefon ya da çevrimiçi ağlarda vakit geçirmesi ve beraberinde zamana ve ilgili duruma karşı koyamamaları kompulsif çevrimiçi satın alımları üzerinde etkili olmaktadır. Sharif ve Yeoh'a (2018) göre, bireylerin aşırı şekilde internet ve sosyal ağ sitesi kullanması ve gergin durumlarda para harcama isteğinin artması bireylerin çevrimiçi ortamlarda gerçekleştirdiği kompulsif satın alma eğilimleri de artmaktadır. Bir çalışmaya göre, çevrimiçi kompulsif satın alma davranışını gerçekleştirmek için kişilerin harcadıkları miktar aylık kazançlarının dörtte biridir (Duroy ve diğerleri, 2014).

Yapılan bir çalışmada, çevrimiçi satın alma sıklığının kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı üzerinde pozitif etkisinin olduğu görülmüştür (Manchiraju, Sadachar ve Ridgway, 2017). Türker'in (2019) çalışmasında da, çevrimiçi satın alma sıklığı arttıkça, kişilerin bu tutumunun kompulsif çevrimiçi satın alma davranışına evrilebileceğine vurgu yapılmaktadır.

Kişiler günlük stresörlerle başa çıkmak amacıyla, ihtiyaç duymadıkları ürünleri tekrarlı ve aşırı şekilde satın alma eğilimindedir (Mrad ve Cui, 2020). Satın alma davranışı, stres yaratan durumlarla başa çıkmak için kullanılan uyumsuz olmayan yöntemlerden biridir (Eroğlu, 2016). İpek'in (2022) çalışmasında, başa çıkma tutumunun kompulsif satın alma davranışının anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmüştür. Hemşirelik baş etmesi zor durumların yaşandığı bir meslektir ve etkin başa çıkma tutumlarına sahip olmayı gerektirir. Risk altındaki bireylere yönelik planlanacak uygun girişimler ile konu hakkında farkındalık sağlanabilir, olumsuz sonuçları önlenir.

### 5.3. SONUÇ VE ÖNERİLER

- Katılımcıların başa çıkma tutumları orta düzeyde olup, alt boyut madde sayılarına göre en yüksek puanı “Yaklaşım”, en düşük puanı ise “Sakınma-Kaçınma” alt boyutlarından aldıkları görülmektedir.
- Katılımcıların kompulsif çevrimiçi satın alma davranışları düşük düzeyde olup, alt boyut madde sayılarına göre en yüksek puanı “Duygu Durum Düzenleme”, en düşük puanı “Problem-Çatışma-Nüks” alt boyutlarından aldıkları görülmektedir.
- Katılımcıların başa çıkma tutumları arttıkça kompulsif çevrimiçi satın alma davranışlarının azaldığı bulunmuştur.
- Katılımcıların kompulsif çevrimiçi satın alma davranışlarını yordamada medeni durumun, internete giriş sıklığının, çevrimiçi alışveriş sıklığının ve aylık çevrimiçi alışveriş için harcanan tutarın pozitif yönde, başa çıkma tutumlarının negatif yönde istatistiksel olarak anlamlı etkisinin olduğu, kompulsif çevrimiçi satın alma davranışlardaki değişimin %31’ini açıkladığı saptanmıştır.

#### ***Bu sonuçlar doğrultusunda;***

- Hemşirelerde kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının ve ilişkili faktörlerin farklı yönleriyle araştırılması, risk faktörlerine yönelik farkındalık sağlanması,
- Kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile ilgili risk altındaki hemşirelere (bekar olmak, internete giriş sıklığı ve çevrimiçi alışveriş sıklığının fazla olması, başa çıkma tutumunun düşük olması) yönelik uygun girişimlerin (hizmet içi eğitim, bilişsel davranışçı terapi, vb.) planlanması,
- Hastane yöneticileriyle işbirliği yapılarak, farkındalık oluşturmak adına konuyla ilgili eğitimlerin düzenlenmesi ve bu konunun hizmet içi eğitim programına dahil edilmesi,

- Konu hakkında araştırmanın kapsamının arttırılarak daha geniş popülasyonla tekrarlanması önerilmektedir.

## 6. KAYNAKLAR

Ağargün, M. Y., Beşiroğlu, L., Kıran, Ü. K., Özer, Ö. A., Kara, H. (2005). COPE (Başa Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeği): Psikometrik özelliklere ilişkin bir ön çalışma. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 6, 221-226.

Akkaş, İ. (2021). Çevrimiçi (online) alışveriş bağımlılığı üzerine araştırma: Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi örneği. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 8(4), 236-256.

Hamburger-Amichai, Y., & Ben-Artzi, E. (2003). Loneliness and Internet use. *Computers in Human Behavior*, 19(1), 71-80.

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, 1374. doi: 10.3389/fpsyg.2015.01374

Armağan, E., & Temel, E. (2018). Türkiye’de online kompulsif alışveriş davranışı üzerine ampirik bir çalışma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(4), 621-653.

Ayazoğlu, B. A., Aksu, M., Ünübol, H., & Sayar, G. H. (2019). Alışveriş bağımlılığı. *Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 4, 44-64. <https://doi.org/10.32739/etkilesim.2019.4.63>

Bal, F., & Okkay, İ. (2022). İnternet tabanlı sorunlu alışveriş davranışı: çevrimiçi alışveriş bağımlılığı. *Bağımlılık Dergisi*, 23(1), 111-120. <https://doi.org/10.51982/bagimli.973306>

Baltaş, A., & Baltaş, Z. (2006). Stres ve başa çıkma yolları. İstanbul: Remzi Kitabevi.

- Barutçu, E., Mengüloğlu, M. A., & Sırma, F. (2020). Pozitif psikolojik sermaye ile stresle başa çıkma yolları arasındaki ilişki: Denizli’ deki lise öğretmenleri üzerinde bir çalışma. *Pamukkale Üniversitesi İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 200-220. <https://doi.org/10.47097/piar.801722>
- Baumeister, R. F. (2002). Yielding to temptation: Self-control failure, impulsive purchasing, and consumer behavior. *Journal of Consumer Research*, 28(4), 670- 676. <https://doi.org/10.1086/338209>
- Benson, A. L. (2006). New perspectives on compulsive buying: Its roots, measurement and physiology. *ACR North American Advances*, 33, 131-133.
- Bernik, M. A., Akerman, D., Amaral, J. A., & Braun, R. C. (1996). Cue exposure in compulsive buying. *The Journal of Clinical Psychiatry*, 57(2), 90. PMID: 8591975
- Bighiu, G., Manolică, A., & Roman, C. T. (2015). Compulsive buying behavior on the internet. *Procedia Economics and Finance*, 20, 72-79. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00049-0](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00049-0)
- Black, D. W. (2007). A review of compulsive buying disorder. *World Psychiatry*, 6(1), 14- 18. PMID: [17342214](https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/17342214/)
- Black, D. W., & Kuzma, J. M. (2006). Compulsive shopping: When spending begins to consume the consumer. *Current Psychiatry*, 5(7), 28-40.
- Black, D. W., Repertinger, S., Gaffney, G. R., & Gabel, J. (1998). Family history and psychiatric comorbidity in persons with compulsive buying: preliminary findings. *American Journal of Psychiatry*, 155(7), 960-963. <https://doi.org/10.1176/ajp.155.7.960>
- Black, D. W., Monahan, P., & Gabel, J. (1997). Fluvoxamine in the treatment of compulsive buying. *Journal of Clinical Psychiatry*, 58(4), 159-163.
- Bleuler, E. (1924). Textbook of psychiatry. Macmillan.

Bowman, G. D., & Stern, M. (1995). Adjustment to occupational stress: The relationship of perceived control to effectiveness of coping strategies. *Journal of Counseling Psychology*, 42(3), 294-303. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.42.3.294>

Bozbay, Z., ve Karakuş Başlar, E. (2019). Genel kişilik özellikleri, materyalizm ve statü tüketiminin kompulsif satın alma üzerindeki etkilerinin incelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 37, 333-345. [10.30794/pausbed.533993](https://doi.org/10.30794/pausbed.533993)

Bozdağ, Y., & Alkar, Ö. Y. (2018). Bergen Alışveriş Bağımlılığı Ölçeği'nin kompulsif çevrimiçi satın alma davranışına uyarlanması. *Bağımlılık Dergisi*, 19(2), 23-34.

Carver, C. S., Scheier, M. F., & Weintraub, J. K. (1989). Assessing coping strategies: a theoretically based approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56 (2), 267-283.

Christenson, G. A., Faber, R. J., De Zwaan, M., Raymond, N. C., Specker, S. M., Ekern, M. D., ... & Eckert, E. D. (1994). Compulsive buying: descriptive characteristics and psychiatric comorbidity. *The Journal of Clinical Psychiatry*, 55(1), 5-11.

Clark, M., & Calleja, K. (2008). Shopping addiction: A preliminary investigation among Maltese university students. *Addiction Research & Theory*, 16(6), 633-649. <https://doi.org/10.1080/16066350801890050>

Deniz, E. (2020). Üniversite öğrencilerinde çevrimiçi kompulsif satın alma davranışın etki eden faktörlerin yapısal eşitlik modeliyle incelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 40, 209-226. <https://doi.org/10.30794/pausbed.651161>

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. [https://doi.org/10.1207/s15327663jcp0503\\_02](https://doi.org/10.1207/s15327663jcp0503_02)

- Dicle, A. N., & Ersanlı, K. (2015). Başa Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeğinin Türkçe'ye uyarlama geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(16), 111-126.
- 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. <https://doi.org/10.1521/jscp.2005.24.6.832>
- Durmaz, Y., & Bahar Oruç R. (2011). Tüketicilerin satın alma davranışları üzerinde sosyolojik faktörlerin etkisinin incelenmesine yönelik bir çalışma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(37), 60-77.
- Duroy, D., Gorse, P., & Lejoyeux, M. (2014). Characteristics of online compulsive buying in Parisian students. *Addictive Behaviors*, 39(12), 1827-1830. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2014.07.028>
- Dursun, İ., Köksal, C. G., Kabadayı, E. T., & Akçöltekin, N. (2020). X ve Y kuşaklarının çevrim içi alışveriş eğilimleri: Z kuşağıyla etkileşimin ılımlaştırıcı rolü. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 34(4), 1377-1405. <https://doi.org/10.16951/atauniiibd.751152>
- Ekici, E., Yiğman, F., & Aksu, H. (2021). Kompulsif çevrimiçi alışveriş bağımlılığında stresle başa çıkma tutumlarının değerlendirilmesi. *Psikofarmakoloji Derneği Uluslararası Güncelleme Sempozyumu*, 56-60.
- 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.
- Eryılmaz, A. (2009). Ergenlik döneminde stres ve başa çıkma. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(2), 20-37.
- Faber, R. J., & O'Guinn, T. C. (1989). Classifying compulsive consumers: Advances in the development of a diagnostic tool. *ACR North American Advances*, 16, 738-744.
- Faber, R. J., & O'Guinn, T. C. (2008). Compulsive buying. In: *Handbook of Consumer Psychology*, New York: Lawrence Erlbaum Associates, 1039-1056.

- Folkman, S., & Moskowitz, J. T. (2004). Coping: Pitfalls and promise. *Annu. Rev. Psychol.*, 55, 745-774. doi:10.1146/annurev.psych.55.090902.141456
- Folkman, S. (1984). Personal control and stress and coping processes: A theoretical analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46(4), 839-852. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.46.4.839>
- Grant, J. E. (2003). Three cases of compulsive buying treated with naltrexone. *International Journal of Psychiatry in Clinical Practice*, 7(3), 223-225.
- Gültaş, P., & Yıldırım, Y. (2016). İnternette alışverişte tüketici davranışını etkileyen demografik faktörler. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(10), 32-51.
- Gültekin, C. (2019). *Kredi kartı kullanımının hedonik, plansız ve kompulsif satın alma davranışı üzerine etkisi bağlamında bir araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Günaydın, Ö. E. (2021). Kompulsif satın alma üzerinde etkili olan faktörlerin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 31(2), 897-912. <https://doi.org/10.18069/firatsbed.866529>
- Günüç, S., & Doğan Keskin, A. (2016). Çevrimiçi alışveriş bağımlılığı: belirtiler, nedenler ve etkiler. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 3(3), 339-364.
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.05.023>
- Healy, C. M., & McKay, M. F. (2000). Nursing stress: The effects of coping strategies and job satisfaction in a sample of Australian nurses. *Journal of Advanced Nursing*, 31, 681-688. <https://doi.org/10.1046/j.1365-2648.2000.01323.x>

- Hirschman, E. C. (1992). The consciousness of addiction: Toward a general theory of compulsive consumption. *Journal of Consumer Research*, 19(2), 155-179. <https://doi.org/10.1086/209294>
- Holahan, C. J., & Moos, R. H. (1987). Personal and contextual determinants of coping strategies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(5), 946-955. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.52.5.946>
- Holden, C. (2001). Behavioral addictions: Do they exist?. *Science*, 294 (5544), 980-982. DOI: [10.1126/science.294.5544.980](https://doi.org/10.1126/science.294.5544.980)
- İpek, H. (2022). *Pandemi döneminde başa çıkma tutumları ile kompulsif satın alma ve internet bağımlılığı arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. İstanbul Aydın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Kabakçı, E. G. (2022). *Dijital çağda tüketim kültürünün ürünü olan hızlı moda bakımından bağlanma stilleri, sosyal ve duygusal yalnızlık ve kompulsif satın alma davranışı arasındaki ilişkilerin incelenmesi*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Doğu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Kałwa, A. (2013). Impulsivity and decision making in alcohol-addicted individuals. *Psychiatria Polska*, 47(2), 325-334. PMID: 23888765
- Karakuş, G., Tamam, L., Öztürk, Z., Eroğlu, M. Z., Bahali, K., Nebioğlu, M., ... & Çakmak, S. (2011). Bir grup üniversiteye hazırlık öğrencisinde dürtü kontrol bozukluğu. *Archives of Neuropsychiatry/Noropsikiatri Arsivi*, 48(4).
- Kaur, M., Maheshwari, S. K., & Kumar, A. (2019). Compulsive buying behavior and online shopping addiction among health science teachers. *International Journal of Nursing Care*, 7(1), 74-80. <https://doi.org/10.37506/ijonc.v7i1.7664>
- Kaya, Y., Derince, D., Açıkgöz, A., & Baydemir, C. (2015). Hemşirelik öğrencilerinde başa çıkma tutumları. *Düzce Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 5(3), 30-38.

- Kaya, H., & Kaya, N. (2009). Effects of attachment styles of nurses on coping strategies. *Journal of Medical Sciences*, 29(6), 1563–1572.
- Kellett, S., & Bolton, J. V. (2009). Compulsive buying: A cognitive-behavioural model. *Clinical Psychology & Psychotherapy: An International Journal of Theory & Practice*, 16(2), 83-99. <https://doi.org/10.1002/cpp.585>
- 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.
- Kraepelin, E. (1915) *Psychiatrie: Ein Lehrbuch* (8th ed.). Verlag von Johann Ambrosius Barth, Leipzig.
- Kukar-Kinney, M., Scheinbaum, A. C., & Schaefer, T. (2016). Compulsive buying in online daily deal settings: An investigation of motivations and contextual elements. *Journal of business research*, 69(2), 691-699. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.08.021>
- Kuzma, J. M., & Black, D. W. (2006). Compulsive shopping. *Current Psychiatry*, 5(7), 26-40.
- Labrague, L. J., McEnroe-Petitte, D. M., Leocadio, M., Van Bogaert, P., & Cummings, G. G. (2018). Stress and ways of coping among nurse managers: An integrative review. *Journal of Clinical Nursing*, 27, 1346– 1359. <https://doi.org/10.1111/jocn.14165>
- Lazarus, R.S. & Folkman, S. (1984). *Stress, appraisal, and coping*. New York: Springer Publisher.
- Lazarus, R.S. (1976). *Patterns of adjustment*. New Jersey: McGraw-Hill Book Company.

- Lee, S., & Mysyk, A. (2004). The medicalization of compulsive buying. *Social Science & Medicine*, 58(9), 1709-1718. [https://doi.org/10.1016/S0277-9536\(03\)00340-X](https://doi.org/10.1016/S0277-9536(03)00340-X)
- Lee, Y. H., Ko, C. H., & Chou, C. (2015). Re-visiting Internet addiction among Taiwanese students: A cross-sectional comparison of students' expectations, online gaming, and online social interaction. *Journal of Abnormal Child Psychology*, 43, 589-599.
- Lee, T. S. H., Tzeng, W. C., & Chiang, H. H. (2019). Impact of coping strategies on nurses' well-being and practice. *Journal of Nursing Scholarship*, 51(2), 195-204.
- Lejoyeux, M., Mathieu, K., Embouazza, H., Huet, F., & Lequen, V. (2007). Prevalence of compulsive buying among customers of a Parisian general store. *Comprehensive Psychiatry*, 48(1), 42-46. <https://doi.org/10.1016/j.comppsy.2006.05.005>
- Lejoyeux, M., Ades, J., Tassain, V., & Solomon, J. (1996). Phenomenology and psychopathology of uncontrolled buying. *The American journal of psychiatry*, 153(12), 1524-1529. DOI: [10.1176/ajp.153.12.1524](https://doi.org/10.1176/ajp.153.12.1524)
- Manchiraju, S., Sadachar, A. ve Ridgway, J. L. (2017). The compulsive online shopping scale (COSS): Development and validation using panel data. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 15, 209-223. DOI [10.1007/s11469-016-9662-6](https://doi.org/10.1007/s11469-016-9662-6)
- Maraz, A., Griffiths, M. D., & Demetrovics, Z. (2016). The prevalence of compulsive buying: a meta-analysis. *Addiction*, 111(3), 408-419. <https://doi.org/10.1111/add.13223>
- McElroy, S. L., Keck, P. E., Pope, H. G., Smith, J. M., & Strakowski, S. M. (1994). Compulsive buying: a report of 20 cases. *The Journal of Clinical Psychiatry*, 55(6), 242-248.

Miltenberger, R. G., Redlin, J., Crosby, R., Stickney, M., Mitchell, J., Wonderlich, S., ... & Smyth, J. (2003). Direct and retrospective assessment of factors contributing to compulsive buying. *Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry*, 34(1), 1-9. [https://doi.org/10.1016/S0005-7916\(03\)00002-8](https://doi.org/10.1016/S0005-7916(03)00002-8)

Mueller, A., Mitchell, J. E., Crosby, R. D., Gefeller, O., Faber, R. J., Martin, A., ... & 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. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2009.12.001>

Murali, V., Ray, R., & Shaffiullha, M. (2012). Shopping addiction. *Advances in psychiatric treatment*, 18(4), 263-269. doi: 10.1192/apt.bp.109.007880

O'Guinn, T. C., & Faber, R. J. (1989). Compulsive buying: A phenomenological exploration. *Journal of Consumer Research*, 16(2), 147-157. <https://doi.org/10.1086/209204>

Otero-López, J. M., & Villardefrancos, E. (2014). Prevalence, sociodemographic factors, psychological distress, and coping strategies related to compulsive buying: a cross sectional study in Galicia, Spain. *BMC Psychiatry*, 14(1), 1-12.

Öksüz, T. (2011). *Bipolar bozukluğu olan bireylerde kişilik özellikleri ile stresle başa çıkma tutumları ilişkisinin incelenmesi ve bipolar bozukluğu olmayan bireyler ile karşılaştırılması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Özsungur, F. (2017). Bilişsel yönü ile tüketici satın alma karar süreci ve global sınıflar teorisi. *Uluslararası Ekonomi, İşletme ve Politika Dergisi*, 1(2), 117-146.

Pazarlis, P., Katsigiannopoulos, K., Papazisis, G., Bolimou, S., & Garyfallos, G. (2008). Compulsive buying: a review. *Annals of General Psychiatry*, 7(Suppl 1). doi:10.1186/1744-859X-7-S1-S273

- Peker, O. (2020). *Major depresif bozukluğu olan hastalarda benlik saygısı, mizaç-karakter özellikleri ve baş etme becerilerinin kompulsif satın alma ve çevrimiçi kompulsif satın alma davranışıyla ilişkilendirilmesi*. Uzmanlık Tezi, Ankara.
- Pirog, S. F. & Roberts, J. A. (2007). Personality and credit card misuse among college students: The mediating role of impulsiveness. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 15(1), 65-77.
- Rose, S., & Dhandayudham, A. (2014). Towards an understanding of internet-based problem shopping behaviour: The concept of online shopping addiction and its proposed predictors. *Journal of Behavioral Addictions*, 3(2), 83-89. <https://doi.org/10.1556/jba.3.2014.003>
- Sharif, S. P. & Yeoh, K. K. (2018). Excessive social networking sites use and online compulsive buying in young adults: The mediating role of money attitude. *Young Consumers*, (19)3, 310-327. doi: 10.1108. YC-10-2017-00743.
- Sussman, S., Lisha, N., & Griffiths, M. (2011). Prevalence of the addictions: A problem of the majority or the minority? *Evaluation and the Health Professions*, 34(3), 3-56. <https://doi.org/10.1177/0163278710380124>
- 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), 153-74. <https://doi.org/10.31795/baunsobed.936733>
- Şahin, İ. S. (2022). *Covid-19 pandemisinde hemşirelerin tükenmişlik ve anksiyete düzeyleri ile başa çıkma tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Yeditepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Tamam, L., Diler, R. S., & Özpoyraz, N. (1998). Kompulsif satın alma: Bir gözden geçirme. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 9(3), 224-230.

TUİK (2023). [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437) (Erişim tarihi: 28.04.2023)

Türk Dil Kurumu (2023). <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim tarihi: 24.05.2023)

Türker, Y. B. (2019). *Parayla saadet olur mu?: Kompulsif çevrimiçi satın alma davranışıyla ilgili değişkenlerin incelenmesi ve Bergen Alışveriş Bağımlılığı Ölçeği'nin Türkçe uyarlanması*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Üzel, T., & İnci, F. (2020). *Depresyon hastalarında çocukluk çağı travmaları, başa çıkma tutumları, intihar düşüncesinin düzeyi ve aralarındaki ilişkinin incelenmesi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Fen Bilimleri enstitüsü.

Villella, C., Martinotti, G., Di Nicola, M., Cassano, M., La Torre, G., ... & Conte, G. (2011). Behavioural addictions in adolescents and young adults: Results from a prevalence study. *Journal of Gambling Studies*, 27(2), 203-214. DOI 10.1007/s10899-010-9206-0

Vohs, K. D., Baumeister, R. F., & Tice, D. M. (2008). Self-regulation: goals, consumption, and choices. C. P. Haugtvedt, M. Herr, F. R. Kardes (eds.) *Handbook of Consumer Psychology*. New York: Erlbaum, 349-366.

Wang, C. C., & Yang, H. W. (2008). Passion for online shopping: The influence of personality and compulsive buying. *Social Behavior and Personality: an International Journal*, 36(5), 693-706. <https://doi.org/10.2224/sbp.2008.36.5.693>

Yakın, V., & AYTEKİN, P. (2019). İnternet bağımlılığının online kompulsif ve online anlık satın alma davranışlarına etkisi. *İşletme Fakültesi Dergisi*, 20(1), 199-222. <https://doi.org/10.24889/ifede.459306>

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.

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. <https://doi.org/10.26466/opus.752184>

Zayman, E. P. (2016). DSM-5'te obsesif kompulsif bozukluk. *Cukurova Medical Journal*, 41(2), 360-362. DOI: 10.17826/cutf.207909

Zuckerman, M., & Gagne, M. (2003). The COPE revised: Proposing a 5-factor model of coping strategies. *Journal of Research in Personality*, 37(3), 169-204. [https://doi.org/10.1016/S0092-6566\(02\)00563-9](https://doi.org/10.1016/S0092-6566(02)00563-9)

## 7. EKLER

### Ek.1. Yapılandırılmış Bilgi Formu

1. Yaşınız? : \_\_\_\_\_
2. Cinsiyetiniz? :  Erkek  Kadın
3. Medeni durumunuz?:  Evli  Bekar
4. Aile tipi? :  Çekirdek  Geniş
5. Eğitim durumunuz?:  Lise  Ön Lisans  Lisans  Lisansüstü
6. Meslekte çalışma yılınız?: \_\_\_\_\_
7. Gelir düzeyiniz (aylık?):  
 9.000-10.000 TL  
 10.001-11.000 TL  
 1.001-12.000 TL  
 12.000 TL ve üzeri
8. İnternete giriş sıklığınız? :  
 Günün çoğu zamanı  
 Günde bir kez  
 Günde birkaç kez  
 Haftada bir ya da birkaç kez
9. İnternette geçirilen süre (bir günde)? :  
 Bir saatten az  2-4 saat  5-7 saat  8-10 saat  11 saat ve üzeri
10. Ne kadar süredir çevrimiçi alışveriş yapıyorsunuz? :  
 1 yıldan az  1-2 yıl  3-4 yıl  5 yıl ve daha fazla
11. Çevrimiçi alışveriş sıklığınız? :  Her gün  Haftada birkaç kez  
 Ayda birkaç kez  Ayda bir/birkaç ayda bir
12. Çevrimiçi alışveriş için aylık harcadığınız tutar? :  
 100-550 TL  551-999 TL  1000 TL ve üzeri

**13.** Çevrimiçi alışverişi tercih etme sebebiniz? :

- 1  Ürün çeşitliliği
- 2  Satın alma sürecinin kolay olması
- 3  Düşük fiyat, daha fazla indirim olması
- 4  Ödeme şekli çeşitliliği

**14.** İnternette en çok hangi tür ürün alıyorsunuz? :

- 1  Elektronik eşya
- 2  Giyim-ayakkabı
- 3  Ev-dekorasyon
- 4  Eğlence-kültür
- 5  Kitap-kırtasiye
- 6  Yemek-gıda-temizlik
- 7  Kozmetik

**15.** Hangi duygu durumunda daha çok çevrimiçi alışveriş yaparsınız? (birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz) :

- 1  Huzurlu
- 2  Mutlu
- 3  Üzgün
- 4  Sinirli
- 5  Stresli
- 6  Sorunlarla başa çıkamadığımda
- 7  Duygu durumum çevrimiçi alışveriş sıklığımı etkilemez.

**16.** Çevrimiçi alışveriş yaparken nasıl hissedersiniz? (birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz) :

- 1  Heyecanlı
- 2  Huzurlu
- 3  Mutlu
- 4  Stresli
- 5  Öz güvenli

**17.** Çevrimiçi alışveriş yaptıktan sonra nasıl hissedersiniz? (birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz) :

- 1  Pişmanlık
- 2  Suçluluk
- 3  Utanç
- 4  Umutsuzluk
- 5  Rahatlama

## Ek.2. Başa Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeği

|    |  | Asla Böyle Yapmam | Çok Az Böyle Yapırım | Böyle Yapırım | Çoğunlukla Böyle Yapırım |
|----|--|-------------------|----------------------|---------------|--------------------------|
| 1  | Duygularımı ifade etmek için zaman ayırırım.                                 | 1                 | 2                    | 3             | 4                        |
| 2  | Duygularımı - hislerimi açığa vurmaya çalışırım.                             | 1                 | 2                    | 3             | 4                        |
| 3  | Duygularımı başkalarıyla tartışırım.   | 1                 | 2                    | 3             | 4                        |
| 4  | Arkadaşlarımdan veya akrabalarımdan duygusal destek almaya çalışırım.        | 1                 | 2                    | 3             | 4                        |
| 5  | Ne hissettiğimi birileriyle paylaşıyorum.                                    | 1                 | 2                    | 3             | 4                        |
| 6  | Bir durumla ilgili daha fazla bilgi almak için birileriyle konuşurum.        | 1                 | 2                    | 3             | 4                        |
| 7  | Bütün gücümle yaptığım işe yoğunlaşıyorum.                                   | 1                 | 2                    | 3             | 4                        |
| 8  | Problemi çözmek için farklı yolları denerim.                                 | 1                 | 2                    | 3             | 4                        |
| 9  | Problemin üstesinden gelebilmek için hemen harekete geçerim.                 | 1                 | 2                    | 3             | 4                        |
| 10 | Bir şeyler yapacağım zaman adım adım ilerlerim.                              | 1                 | 2                    | 3             | 4                        |
| 11 | Yapacağım işle ilgili bir strateji belirlemeye çalışırım.                    | 1                 | 2                    | 3             | 4                        |
| 12 | Adımlarımı düşünerek atarım.   | 1                 | 2                    | 3             | 4                        |
| 13 | Yaptığım işe başka şeylerin engel olmasını önlemek için yoğun çaba harcarım. | 1                 | 2                    | 3             | 4                        |
| 14 | Her durumda iyimser olmaya çalışırım.  | 1                 | 2                    | 3             | 4                        |
| 15 | Her ne üzerinde çalışırsam çalışayım olumlu duygularla yola çıkarım.         | 1                 | 2                    | 3             | 4                        |
| 16 | Bir şeyler kötü gözükse bile yaptığım işe olumlu bakmaya devam ederim.       | 1                 | 2                    | 3             | 4                        |
| 17 | Yeni fikirlere çabuk uyum sağlarım.  | 1                 | 2                    | 3             | 4                        |
| 18 | Ortaya çıkan durumun gerçekliğini kabullenirim.                              | 1                 | 2                    | 3             | 4                        |

|    |   |   |   |   |   |
|----|---|---|---|---|---|
| 19 | Bir şeyi daha olumlu göstermek için onu başka bir açıdan görmeye çalışırım. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20 | Önemsediğim başka bir şeyler bulmaya çalışırım.                             | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21 | Bütün gücümle yaptığım işe yoğunlaşırım.                                    | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 22 | Ortaya çıkan durum gerçekten olmamış gibi davranırım.                       | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 23 | Ortaya çıkan durumla baş edemeyeceğimi kabul eder ve denemeyi bırakırım.    | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 24 | İstediğim şeyi almak için girişimde bulunurum.                              | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 25 | Başıma gelen bir işle ilgili başkalarını veya başka bir şeyi suçlarım.      | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 26 | Her şeyi unutmaya çalışırım.  | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 27 | Kendimi suçlarım.   | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 28 | Problemin kaynağı olarak kendimi görürüm.                                   | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 29 | Kendimi eleştirir ve azarlarım.   | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 30 | Bana sorun yaşatan şey zihnimi sürekli meşgul eder.                         | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 31 | Bir problemi takıntı yapıp tekrar tekrar onu yaşarım.                       | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 32 | Problemimi sürekli kara kara düşünürüm.                                     | 1 | 2 | 3 | 4 |

### Ek.3. Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği (KÇSAÖ)

|    |   | Tamamen katılmıyorum | Katılmıyorum | Ne katılıyorum ne katılmıyorum | Katılıyorum | Tamamen katılıyorum |
|----|---|----------------------|--------------|--------------------------------|-------------|---------------------|
| 1  | İnternette alışveriş yapmak hayatımdaki en önemli şeydir.   | 0                    | 1            | 2                              | 3           | 4                   |
| 2  | Her zaman internette alışveriş yapmakla ilgili düşünürüm.   | 0                    | 1            | 2                              | 3           | 4                   |
| 3  | İnternette alışveriş yapmayı düşünürken ya da planlarken çok fazla zaman harcıyorum.  | 0                    | 1            | 2                              | 3           | 4                   |
| 4  | İnternette alışveriş yapmayla ilgili düşünceler aklıma gelir.   | 0                    | 1            | 2                              | 3           | 4                   |
| 5  | Bazen daha iyi hissetmek için çevrimiçi alışveriş yaparım.  | 0                    | 1            | 2                              | 3           | 4                   |
| 6  | Bazen ruh halimi (duygu durumumu) değiştirmek için internette alışveriş yaparım.  | 0                    | 1            | 2                              | 3           | 4                   |
| 7  | Kişisel problemlerimi unutmak için internette alışveriş yaparım.  | 0                    | 1            | 2                              | 3           | 4                   |
| 8  | Suçluluk, kaygı, çaresizlik, yalnızlık ve /veya depresyon hislerimi azaltmak için internette bazı şeyler satın alırım.            | 0                    | 1            | 2                              | 3           | 4                   |
| 9  | O kadar fazla internette alışveriş yapıyorum ki günlük yükümlülüklerim (ör: okul ve iş) olumsuz yönde etkileniyor.                | 0                    | 1            | 2                              | 3           | 4                   |
| 10 | İnternette alışveriş yapmam sebebiyle hobilerime, boş zaman etkinliklerime, iş/okul ya da egzersizlerime daha az öncelik veririm. | 0                    | 1            | 2                              | 3           | 4                   |
| 11 | İnternette alışveriş yapmam sebebiyle sevgilimi/ eşimi, ailemi ve arkadaşlarımı ihmal ederim.                                     | 0                    | 1            | 2                              | 3           | 4                   |
| 12 | İnternette alışveriş yapmam sebebiyle genellikle diğerleriyle konuşmalarım tartışmayla biter.                                     | 0                    | 1            | 2                              | 3           | 4                   |
| 13 | İnternette alışveriş yapmak için kendimde artan bir eğilim hissediyorum.  | 0                    | 1            | 2                              | 3           | 4                   |
| 14 | İnternette planladığımdan çok daha fazla alışveriş yaparım.   | 0                    | 1            | 2                              | 3           | 4                   |

|    |  |   |   |   |   |   |
|----|--|---|---|---|---|---|
| 15 | Eskiden olduğu gibi doyumuna ulaşamam için gittikçe daha fazla miktarda internetten alışveriş yapmak zorunda hissediyorum. | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 16 | İnternette alışveriş yapmak için gittikçe daha fazla zaman harcıyorum.   | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 17 | İnternette alışveriş yapmayı azaltmaya yönelik başarısız denemelerim oldu.   | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 18 | Başkaları tarafından internette alışveriş yapmayı azaltmam gerektiği söylendi.   | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 19 | İnternette alışveriş yapmayı azaltmaya karar verdim ama henüz başaramadım.   | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20 | İnternette alışveriş yapmayı bir süreliğine kısıtlamayı başardım ama sonra bu alışkanlığım nüksetti.                       | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21 | İnternette alışveriş yapmam engellenirse, strese girerim.  | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 22 | Bazı sebeplerden dolayı internette alışveriş yapamayacağımı hissedersen huysuz ve hırçın olurum.                           | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 23 | Bazı sebepler internette alışveriş yapmamı engellerse kendimi kötü hissedirim.   | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 24 | Son internet alışverişimin üzerinden zaman geçtiyse, çevrimiçi alışveriş yapmak için güçlü bir dürtü hissedirim.           | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 25 | İnternette o kadar çok alışveriş yaparım ki, parasal sorunlara sebep olur.   | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 26 | İnternette o kadar çok alışveriş yaparım ki, psikolojik sağlığımı bozar.   | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 27 | İnternette alışveriş yapma sorunum hakkında o kadar çok endişelenirim ki, bazen beni uyku tutmaz.                          | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 28 | İnternette yaptığım alışverişlerim yüzünden vicdanen rahatsız olurum.  | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |

## Ek.4. Etik Kurul Onayı

S.B. İSTANBUL MEDENİYET ÜNİVERSİTESİ GÖZTEPE EĞİTİM VE ARAŞTIRMA HASTANESİ  
KLİNİK ARAŞTIRMALARI ETİK KURULU (2013-KAEK-64)  
KARAR FORMU

SAYI:

Tarih: 12.01.2022

KONU: Etik Kurulu Kararı

|                                  |   |
|----------------------------------|---|
| ARAŞTIRMANIN AÇIK ADI            | Hemşirelerin Başa Çıkma Tutumlarının Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışları ile İlişkisi |
| VARSA ARAŞTIRMANIN PROTOKOL KODU |   |

|                      |                  |  |
|----------------------|------------------|--|
| ETİK KURUL BİLGİLERİ | ETİK KURULUN ADI | S.B. İstanbul Medeniyet Üniversitesi Göztepe Eğitim ve Araştırma Hastanesi Klinik Araştırmalar Etik Kurulu |
|                      | AÇIK ADRESİ:     | Doktor Erkin Cad. İstanbul Medeniyet Üniversitesi Göztepe Eğitim ve Araştırma Hastanesi                    |
|                      | TELEFON          | 216 570 91 90  |
|                      | FAKS             | 216 565 55 26  |
|                      | E-POSTA          | etik@sbgoztepehastanesi.gov.tr   |

|                               |  |   |                          |                          |
|-------------------------------|--|---|--------------------------|--------------------------|
| BAŞVURU BİLGİLERİ             | KOORDİNATÖR/SORUMLU ARAŞTIRMACI UNVANI/ADI/SOYADI                                      | Dr. Öğr. Üyesi Cemile SAVCI- Yüksek Lisans Öğrencisi Selin ÜNAL       |                          |                          |
|                               | KOORDİNATÖR/SORUMLU ARAŞTIRMACININ UZMANLIK ALANI                                      | Hemşirelik Esasları   |                          |                          |
|                               | KOORDİNATÖR/SORUMLU ARAŞTIRMACININ BULUNDUĞU MERKEZ                                    | İstanbul Medeniyet Üniversitesi Göztepe Eğitim ve Araştırma Hastanesi |                          |                          |
|                               | VARSA İDARI SORUMLU UNVANI/ADI/SOYADI  |   |                          |                          |
|                               | DESTEKLEYİCİ   |   |                          |                          |
|                               | PROJE YÜRÜTÜCÜSÜ UNVANI/ADI/SOYADI (TÜBİTAK vb. gibi kaynaklardan destek alanlar için) |   |                          |                          |
|                               | DESTEKLEYİCİNİN YASAL TEMSİLCİSİ   |   |                          |                          |
|                               | ARAŞTIRMANIN FAZİ VE TÜRÜ  | FAZ 1   | <input type="checkbox"/> |                          |
|                               | FAZ 2  | <input type="checkbox"/>  |                          |                          |
|                               | FAZ 3  | <input type="checkbox"/>  |                          |                          |
|                               | FAZ 4  | <input type="checkbox"/>  |                          |                          |
|                               | Gözlemsel ilaç çalışması   | <input type="checkbox"/>  |                          |                          |
|                               | Tıbbi cihaz klinik araştırması   | <input type="checkbox"/>  |                          |                          |
|                               | In vitro tıbbi tanı cihazları ile yapılan performans değerlendirme çalışmaları         | <input type="checkbox"/>  |                          |                          |
|                               | İlaç dışı klinik araştırma   | <input checked="" type="checkbox"/>                                   |                          |                          |
|                               | Retrospektif   | <input type="checkbox"/>  |                          |                          |
| ARAŞTIRMAYA KATILAN MERKEZLER | TEK MERKEZ   | <input checked="" type="checkbox"/>                                   | ÇOK MERKEZLİ             | <input type="checkbox"/> |
|                               | ULUSAL   | <input type="checkbox"/>  | ULUSLARARASI             | <input type="checkbox"/> |

|                                |   |                          |                   |  |                                    |                                |
|--------------------------------|---|--------------------------|-------------------|--|------------------------------------|--------------------------------|
| DEĞERLENDİRİLEN BELGELER       | Belge Adı   | Tarihi                   | Versiyon Numarası | Dili                                       |                                    |                                |
|                                | ARAŞTIRMA PROTOKOLÜ   |                          |                   | Türkçe <input type="checkbox"/>            | İngilizce <input type="checkbox"/> | Diğer <input type="checkbox"/> |
|                                | BİLGİLENDİRİLMİŞ GÖNÜLLÜ OLUR FORMU   |                          |                   | Türkçe <input checked="" type="checkbox"/> | İngilizce <input type="checkbox"/> | Diğer <input type="checkbox"/> |
|                                | OLGU RAPOR FORMU  |                          |                   | Türkçe <input type="checkbox"/>            | İngilizce <input type="checkbox"/> | Diğer <input type="checkbox"/> |
| ARAŞTIRMA BROŞÜRÜ              |   |                          |                   | Türkçe <input type="checkbox"/>            | İngilizce <input type="checkbox"/> | Diğer <input type="checkbox"/> |
| DEĞERLENDİRİLEN DİĞER BELGELER | Belge Adı   | Açıklama                 |                   |  |                                    |                                |
|                                | SIGORTA   | <input type="checkbox"/> |                   |  |                                    |                                |
|                                | ARAŞTIRMA BÜTÇESİ   | <input type="checkbox"/> |                   |  |                                    |                                |
|                                | BIYOLOJİK MATERYEL TRANSFER FORMU   | <input type="checkbox"/> |                   |  |                                    |                                |
|                                | İLAN  | <input type="checkbox"/> |                   |  |                                    |                                |
|                                | YILLIK BİLDİRİM   | <input type="checkbox"/> |                   |  |                                    |                                |
|                                | SONUÇ RAPORU  | <input type="checkbox"/> |                   |  |                                    |                                |
|                                | GÜVENLİLİK BİLDİRİMLERİ   | <input type="checkbox"/> |                   |  |                                    |                                |
| DİĞER:                         | <input type="checkbox"/>  |                          |                   |  |                                    |                                |
| KARAR BİLGİLERİ                | Karar No: 2021/0709   | Tarih: 12.01.2022        |                   |  |                                    |                                |
|                                | Yukarıda bilgileri verilen başvuru dosyası ile ilgili belgeler araştırmanın/çalışmanın gerekçe, amaç, yaklaşım ve yöntemleri dikkate alınarak incelenmiş ve uygun bulunmuş olup araştırmanın/çalışmanın başvuru dosyasında belirtilen merkezlerde gerçekleştirilmesinde etik ve bilimsel sakınca bulunmadığına toplantıya katılan etik kurul üye tam sayısının salt çoğunluğu ile karar verilmiştir. İlaç ve Biyolojik Ürünlerin Klinik Araştırmaları Hakkında Yönetmelik kapsamında yer alan araştırmalar/çalışmalar için Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu'ndan izin alınması gerekmektedir. |                          |                   |  |                                    |                                |

Etik Kurul Başkanı  
Unvanı/Adı/Soyadı: Doç. Dr. Şükrü Sadık ÖNER  
İmza:

S.B. İSTANBUL MEDENİYET ÜNİVERSİTESİ  
GÖZTEPE EĞİTİM VE ARAŞTIRMA HASTANESİ  
Klinik Araştırmalar Etik Kurulu Başkanı  
Doç. Dr. Şükrü Sadık ÖNER  
2001/025  
Tıp Fakültesi

S.B. İSTANBUL MEDENİYET ÜNİVERSİTESİ GÖZTEPE EĞİTİM VE ARAŞTIRMA HASTANESİ  
KLİNİK ARAŞTIRMALARI ETİK KURULU (2013-KAEK-64)  
KARAR FORMU

Tarih: 12.01.2022

SAYI:  
KONU: Etik Kurulu Kararı

|                                  |   |
|----------------------------------|---|
| ARAŞTIRMANIN AÇIK ADI            | Hemşirelerin Başa Çıkma Tutumlarının Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışları ile İlişkisi |
| VARSA ARAŞTIRMANIN PROTOKOL KODU |   |

KLİNİK ARAŞTIRMALAR ETİK KURULU

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| ETİK KURULUN ÇALIŞMA ESASI      | İlaç ve Biyolojik Ürünlerin Klinik Araştırmaları Hakkında Yönetmelik, İyi Klinik Uygulamaları Kılavuzu |
| BAŞKANIN UNVANI / ADI / SOYADI: |  |

| Unvanı/Adı/Soyadı             | Uzmanlık Alanı                              | Kurumu   | Cinsiyet                            |                                     | Araştırma ile ilişki     |                                     | Katılım *                           |                                     | İmza                                 |
|-------------------------------|---|--|-------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|
|                               |   |  | E                                   | K                                   | E                        | H                                   | E                                   | H                                   |                                      |
| Doç. Dr. Şükrü Sadık ÖNER     | Tıbbi Farmakoloji                           | S.B. İstanbul Medeniyet Üniversitesi Göztepe Eğitim ve Araştırma Hastanesi                   | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <i>Jadde Öner</i>                    |
| Prof. Dr. Aytekin OĞUZ        | İç Hastalıkları Anabilim Dalı               | S.B. İstanbul Medeniyet Üniversitesi Göztepe Eğitim ve Araştırma Hastanesi                   | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <i>Doç. Dr. Aytekin Oğuz</i>         |
| Prof. Dr. Işıl MARAL          | Halk Sağlığı Anabilim Dalı                  | S.B. İstanbul Medeniyet Üniversitesi Göztepe Eğitim ve Araştırma Hastanesi                   | <input type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> | <i>Prof. Dr. Işıl Maral</i>          |
| Prof. Dr. Asif Yıldırım       | Üroloji                                     | S.B. İstanbul Medeniyet Üniversitesi Göztepe Eğitim ve Araştırma Hastanesi                   | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <i>Prof. Dr. Asif Yıldırım</i>       |
| Prof. Dr. Süleyman Daşdağ     | Biyofizik                                   | S.B. İstanbul Medeniyet Üniversitesi Göztepe Eğitim ve Araştırma Hastanesi                   | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> | <i>Prof. Dr. Süleyman Daşdağ</i>     |
| Prof. Dr. Derya Büyükkayhan   | Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Anabilim Dalı | T.C. Sağlık Bakanlığı Zeynep Kamil Kadın ve Çocuk Hastalıkları Eğitim ve Araştırma Hastanesi | <input type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <i>Prof. Dr. Derya Büyükkayhan</i>   |
| Doç. Dr. Asiye KANBAY         | Göğüs Hastalıkları Anabilim Dalı            | S.B. İstanbul Medeniyet Üniversitesi Göztepe Eğitim ve Araştırma Hastanesi                   | <input type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> | <i>Doç. Dr. Asiye Kanbay</i>         |
| Doç. Dr. Sıdika Şeyma ÖZKANLI | Tıbbi Patoloji                              | S.B. İstanbul Medeniyet Üniversitesi Göztepe Eğitim ve Araştırma Hastanesi                   | <input type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <i>Doç. Dr. Sıdika Şeyma Özkanlı</i> |
| Doç. Dr. Hacer Hicran Mutlu   | Aile Hekimliği                              | S.B. İstanbul Medeniyet Üniversitesi Göztepe Eğitim ve Araştırma Hastanesi                   | <input type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <i>Doç. Dr. Hacer Hicran Mutlu</i>   |
| Uzm. Dr. Ergül Demirçivi Bör  | Kadın Hastalıkları ve Doğum                 | S.B. İstanbul Medeniyet Üniversitesi Göztepe Eğitim ve Araştırma Hastanesi                   | <input type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <i>Uzm. Dr. Ergül Demirçivi Bör</i>  |
| Avukat Mahmut ÇELİK           | Avukat                                      | Çelik Hukuk Bürosu   | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> | <i>Avukat Mahmut Çelik</i>           |
| Salih Şahin                   | İşçi  |  | <input type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <i>Salih Şahin</i>                   |

\*:Toplantıda Bulunma

Karar:  Onaylandı  Reddedildi

Etik Kurul Başkanı  
Unvanı/Adı/Soyadı: Doç. Dr. Şükrü Sadık ÖNER  
İmza: *Doç. Dr. Şükrü Sadık Öner*

## Ek.5. Kurum İzni



T.C.  
İSTANBUL VALİLİĞİ  
İl Sağlık Müdürlüğü

Sayı : E-15916306-604.01.02  
Konu : Selin ÜNAL Tez Çalışması İzni

İSTANBUL MEDENİYET ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜNE  
(Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürlüğü)

İlgi : 30/05/2022 tarihli ve 71211201-E-47464055-100-2200020876 sayılı yazımız.

İlgi sayılı yazımız ile Üniversiteniz Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Psikiyatri Hemşireliği Yüksek Lisans Programı öğrencisi Selin ÜNAL'ın Dr. Öğr. Üyesi Cemile SAVCI danışmanlığında yürüteceği "*Hemşirelerin Başa Çıkma Tutumlarının Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışları ile İlişkisi*" konulu tezin saha çalışmasını Müdürlüğümüze bağlı Hastanede yapma talebi Başkanlığımıza iletilmiş olup Sağlık Hizmetleri Başkanlığımız *Araştırma, Basılı Yayın, Duyuru İçeriği Değerlendirme Komisyonu 09.06.2022 tarih ve 2022/12 sayılı kararınca* uygun görülmüştür.

Çalışmanın bitiminde bir nüshasının elektronik ortamda (CD halinde) Müdürlüğümüze teslim edilmesi gerektiğinin başvuru sahibine tebliği hususunda,

Gereğini bilgilerinize arz ederim.

Uz. Dr. Hasan Basri VELİOĞLU  
Müdür a.  
Başkan

İstanbul Cd. General Kani Elitez Sk. No.8/1 Yenimahalle/Bakırköy/İSTANBUL  
Dahili:3058  
Telefon: Faks No:  
e-Posta: yesim.biyik@saglik.gov.tr İnternet Adresi: ism.34@hs01.kep.tr

Bilgi için: Yeşim BIYIK  
MEMUR  
Telefon No: (0 212) 638 33 99

## Ek.6. Başa Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeği İzni

| Başta çıkma tutumlarını değerlendirme ölçeği için izin   | Re: Başta çıkma tutumlarını değerlendirme ölçeği için izin  |
|--|---|
| <p><b>SG</b> Selin Gürültüoğlu<br/>Kime: andicle@gmail.com<br/>14.11.2021 Sun 12:09</p> <p>Sayın Abdullah Nuri DİCLE,</p> <p>Ben Selin Ünal, İstanbul Medeniyet Üniversitesi Psikiyatri Hemşireliği Bölümü'nde yüksek lisans öğrencisiyim. 'Hemşirelerin Başa Çıkma Tutumlarının Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışları ile İlişkisi' başlıklı tezimde, sizin Türkçeye uyarladığınız 'Başa Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeği' ni kullanmak için izin istiyorum. Ölçeğin tam halini göndermenizi rica ediyorum.</p> <p>Saygılarımla.</p> <p>Selin Ünal<br/>İstanbul Medeniyet Üniversitesi<br/>Psikiyatri Hemşireliği Yüksek Lisans Öğrencisi</p> | <p><b>AD</b> Abdullah Nuri Dicle<br/>Kime: Selin Gürültüoğlu<br/>15.11.2021 Mon 10:16</p> <p><b>Başta Çıkma Tutumlarını Değer...</b><br/>DOCX - 82 KB</p> <p><b>Başta Çıkma Tutumları</b><br/>PDF - 836 KB</p> <p>2 ek (918 KB)</p> <p>Selin Hanım merhaba,</p> <p>Türkçe'ye uyarlama, geçerlik ve güvenilirlik çalışmasını yapmış olduğumuz Başa Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeğini çalışmalarınızda kullanımınızdan memnuniyet duyarız. Ölçeği ve geçerlik – güvenilirlik çalışmalarını ekte gönderiyorum. Ölçekle ilgili sormak istediğiniz bir şey olursa her zaman seve seve yardımcı olabilirim. Şimdiden iyi çalışmalar dilerim. Selamlar...</p> <p>Dr. Öğr. Üyesi Abdullah Nuri DİCLE<br/>Sinop Üniversitesi Eğitim Fakültesi<br/>Eğitim Bilimleri Bölümü PDR Anabilim Dalı<br/>Korucuk Köyü Kıranlar Mevkii 57000<br/>SINOP<br/>Tel: (GSM) 0 532 4333844<br/>(Ofis) 0 368 2715526 / 2038</p> |

## Ek.7. Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği İzni

| Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma ölçeği için izin  | RE: Ynt: Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma ölçeği için izin   |
|--|--|
| <p><b>SG</b> Selin Gürültüoğlu<br/>Kime: yaseminbozdog18@hotmail.com<br/>18.01.2022 Tue 15:09</p> <p>Sayın Yasemin BOZDAĞ,</p> <p>Ben Selin Ünal, İstanbul Medeniyet Üniversitesi Psikiyatri Hemşireliği Bölümü'nde yüksek lisans öğrencisiyim. 'Hemşirelerin Başa Çıkma Tutumlarının Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışları ile İlişkisi' başlıklı tezimde, sizin Türkçeye uyarladığınız 'Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği' ni kullanmak için izin istiyorum.</p> <p>Saygılarımla.</p> <p>Selin Ünal<br/>İstanbul Medeniyet Üniversitesi<br/>Psikiyatri Hemşireliği Yüksek Lisans Öğrencisi</p> | <p><b>YT</b> Yasemin Bozdağ Türker<br/>Kime: Selin Gürültüoğlu<br/>18.02.2022 Fri 15:04</p> <p>Merhaba malesef daha evvelden bana bir mail ulaşmamış.</p> <p>Çalışmanızda başarılar dilerim, elbette kullanabilirsiniz. Kolay gelsin.</p> <p>İyi çalışmalar.</p> <p>Uzm. Klinik Nöropsikolog<br/>Yasemin Bozdağ-Türker<br/>Gazi Üniversitesi Hastanesi Sağlık ve Araştırma Merkezi<br/>Nöroloji Polikliniği<br/>Ankara, 06560, Türkiye</p> <p>----- Orijinal mesaj -----<br/>Kimden: Selin Gürültüoğlu<br/>&lt;selingurultuoglu@hotmail.com&gt;<br/>Tarih: 18.02.2022 14:47 (GMT+03:00)<br/>Alıcı: yaseminbozdog18@hotmail.com</p> |

## **Ek.8. Bilgilendirilmiş Gönüllü Olur Formu**

### **AYDINLATILMIŞ ONAM FORMU**

Bu araştırma ile hemşirelerin başa çıkma tutumları ile kompulsif çevrimiçi satın alma davranışları ile ilişkisinin belirlenmesi hedeflenmektedir. Araştırmaya katılmayı kabul ettiğiniz takdirde, “Anket Formu” nu doldurmanız istenecektir. Formu doldurmanız ortalama 10 dakika sürecektir. Araştırma sürecinde size hiçbir girişim yapılmayacaktır. Araştırmada size ait veriler yayın ve raporda kullanılırken isminiz kullanılmayacak, veriler izlenerek size ulaşamayacaktır ve kişisel bilgileriniz kesinlikle gizli kalacaktır. Bu araştırmaya katılmama ve katıldığınız takdirde onay vermiş olmanıza rağmen araştırmanın herhangi bir aşamasında araştırmacıların bilgisi dahilinde araştırmadan ayrılma hakkına sahiptir. Paylaşılan link sizi ankete götürecektir. Soruları yanıtlamayı bitirdikten sonra anketi elektronik olarak göndereceksiniz. Soruları yanıtlamayı istediğiniz zaman bırakabilir veya sonunda yanıtlarınızı göndermemeyi seçebilirsiniz. Araştırmada yer aldığınız için size herhangi bir ücret ödenmeyecek, sizden ücret istenmeyecektir. Bilgi ve yardım için 0216 2804101 / 0507 0658088 nolu telefon numarasını arayabilir veya [cemile.savci@medeniyet.edu.tr](mailto:cemile.savci@medeniyet.edu.tr) / [selingurultuoglu@hotmail.com](mailto:selingurultuoglu@hotmail.com) adresine mail gönderebilirsiniz. Araştırmaya destek verdiğiniz için teşekkür ederiz.

“Hemşirelerin Başa Çıkma Tutumlarının Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışları ile İlişkisi” başlıklı araştırmaya katılmayı kabul ediyorum.

1. Bu araştırmayı yürüten araştırmacılar tarafından çalışmanın yapısı, amacı ve muhtemel süresi, ne yapmam gerektiği hakkında ayrıntılı sözlü ve yazılı bilgi verdi.
2. Anketörlere araştırma ile ilgili her soruyu sorma fırsatını buldum. Cevapları ve bana verilen bilgiyi anladım.
3. “Hemşirelerin Başa Çıkma Tutumlarının Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışları ile İlişkisi” başlıklı araştırmayı yürüten araştırmacılara bilgilerin ayrıntılarını açıklamama ve benimle ilgili sınırları koruması şartıyla benimle bu çalışmayı yapmasına izin veriyorum.
4. Bu araştırma sonuçlarının kullanılmasını kısıtlamayacağımı ve yayın, rapor ve benzeri bilimsel dokümanlarda kullanabileceğimi kabul ediyorum.
5. Bu araştırmadan istediğim zaman çıkabileceğimi anladım.

#### **OKUDUM VE ONAYLADIM.**

**Katılımcının Adı ve Soyadı, Tarih, İmza**

**Araştırmacı Adı ve Soyadı, Tarih, İmza**

## Ek.9. İntihal Raporu

### Selin Ünal Yüksek Lisans Tezi

#### ORJİNALLİK RAPORU

% **9**

BENZERLİK ENDEKSİ

% **10**

İNTERNET KAYNAKLARI

% **5**

YAYINLAR

% **5**

ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ

#### BİRİNCİL KAYNAKLAR

|   |  |            |
|---|--|------------|
| 1 | <a href="http://dergipark.org.tr">dergipark.org.tr</a><br>İnternet Kaynağı   | % <b>2</b> |
| 2 | <a href="http://turkiyeklinikleri.com">turkiyeklinikleri.com</a><br>İnternet Kaynağı                               | % <b>1</b> |
| 3 | <a href="http://www.phdernegi.org">www.phdernegi.org</a><br>İnternet Kaynağı                                       | % <b>1</b> |
| 4 | <a href="http://www.asosjournal.com">www.asosjournal.com</a><br>İnternet Kaynağı                                   | % <b>1</b> |
| 5 | <a href="http://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a><br>İnternet Kaynağı                                 | % <b>1</b> |
| 6 | Submitted to Istanbul University<br>Öğrenci Ödevi  | % <b>1</b> |
| 7 | <a href="http://acikerisim.karatay.edu.tr:8080">acikerisim.karatay.edu.tr:8080</a><br>İnternet Kaynağı             | % <b>1</b> |
| 8 | <a href="http://nek.istanbul.edu.tr:4444">nek.istanbul.edu.tr:4444</a><br>İnternet Kaynağı                         | % <b>1</b> |
| 9 | <a href="http://www.openaccess.hacettepe.edu.tr:8080">www.openaccess.hacettepe.edu.tr:8080</a><br>İnternet Kaynağı | % <b>1</b> |

## 8. ÖZGEÇMİŞ

### KİŞİSEL BİLGİLER

**Adı ve soyadı:** Selin ÜNAL

**Uyruğu:** T.C.

**Doğum Tarihi-Yeri:** 19 Temmuz 1991-İstanbul

### EĞİTİM BİLGİLERİ

**Mezun olduğu Üniversite / Fakülte:** Yeditepe Üniversitesi – Sağlık Bilimleri Fakültesi, Hemşirelik Bölümü-2014

**Lisansüstü eğitim bilgileri:** İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Psikiyatri Hemşireliği Tezli Yüksek Lisans Programı - devam ediyor

### İŞ TECRÜBESİ

**2015-2023:** Göztepe Prof. Dr. Süleyman Yalçın Şehir Hastanesi Yenidoğan Yoğun Bakım Ünitesi-Hemşire

### YABANCI DİLLER

Orta düzey İngilizce