

Kriz Dönemlerinde Risk Algısının Tüketici Davranışlarına Etkisi: Deprem Örneği*

(Araştırma Makalesi)

The Effect of Risk Perception on Consumer Behavior in Crisis Times: Earthquake Sample
Doi: 10.29023/alanyaakademik.1325326

Nuray ESER¹, Aslıhan MARANGOZ YAVUZALP²

¹ Doktora Öğrencisi, Toros Üniversitesi, İşletme Programı, 219060006@toros.edu.tr, Orcid No: 0000-0002-7905-0910

² Dr. Öğr. Üyesi, Toros Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Uluslararası Finans Bölümü,
aslihan.marangoz@toros.edu.tr, Orcid No: 0000-0002-5119-4330.

ÖZET

Anahtar Kelimeler:
Risk Algısı, Endişe,
Olasılık, Kontrol
Edilebilirlik, Stokçuluk,
Sigorta Satın Alma
İstekliliği

Makale geliş tarihi:
10.07.2023

Kabul tarihi:
15.10.2023

Bu çalışma, 6 Şubat depremi sonrası tüketicilerin risk algısının tüketici davranışlarına etkisini tespit etmek amacıyla yapılmıştır. Bu bağlamda risk algısının sigorta satın alma istekliliği ve stokçuluk davranışları arasındaki ilişki ele alınmıştır. 555 katılımcıdan kolayda örneklem yöntemiyle elde edilen veriler, çoklu regresyon analizi kullanılarak incelenmiştir. Elde edilen verilere göre, risk algısı kontrol edilebilirlik ve endişe alt boyutlarının sigorta satın alma davranışını anlamlı bir şekilde etkilediği, olasılık alt boyutunun ise istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemediği tespit edilmiştir. Diğer taraftan risk algısı endişe alt boyutunun stokçuluk davranışını anlamlı bir şekilde etkilediği kontrol edilebilirlik ve olasılık alt boyutlarının etkilemediği ortaya konmuştur. Elde edilen bulgular alanyazın çerçevesinde tartışılmış ve sonraki araştırmalar için önerilerde bulunulmuştur.

ABSTRACT

Keywords:
Risk Perception,
Anxiety, Probability,
Controllability,
Stockpiling, Willingness
To Buy Insurance

This study was conducted to determine the effect of consumers' risk perception on consumer behavior after the February 6 earthquake. In this context, the relationship between risk perception, willingness to buy insurance and stockpiling behaviors is discussed. The data obtained from the convenience sampling method of 555 participants were examined using multiple regression analysis. According to the data obtained, it was determined that the risk perception, controllability, and anxiety sub-dimensions significantly affected the insurance purchasing behavior, while the probability sub-dimension did not affect the insurance purchasing behavior in a statistically significant way. On the other hand, it was revealed that the risk perception anxiety sub-dimension significantly affected the stockpiling behavior, while the controllability and probability sub-dimensions did not. The findings were discussed within the framework of the literature and suggestions were made for subsequent research.

* Bu makale için Toros Üniversitesi Etik Kurulu'nun 26.04.2023 tarihli ve 53 nolu kararınca etik kurul onayı alınmıştır.

1. GİRİŞ

Kriz ortamlarının önemli etkilerinden biri tüketici davranışlarında meydana gelen değişikliklerdir. Belirsiz ve puslu ortamlar tüketicileri olumsuz bir şekilde etkilemekte ve bu olumsuz durumun üstesinden gelmek için davranış değişiklikleri olmaktadır. Bu sebeple bu tarz ortamlarda geliştirilen davranış değişikliklerini anlamak psikolojik etmenlerin ne olduğunu anlamaktan geçmektedir. Krizin ortaya çıkardığı psikolojik etmenlerim başında, endişe, kontrol kaybı, riskten kaçınma gibi davranışlar gelmektedir. Bu durumun ise tüketicinin krize bağlı olarak geliştirdiği risk algısı ile doğrudan ilgili olduğu görülmektedir.

Krizden etkilenen tüketicinin psikolojik durumunda meydana gelen değişimler nedeniyle satın alma davranışlarında da belirgin değişimler gözlemlenmektedir. Bu sebeple, krizlerin tüketicilerin satın alma davranışlarında nasıl etkili olduğu araştırılması gereken önemli bir konu olarak görülebilir.

Temel olarak tehdit, risk, sıkıntı, kaygı ve korku gibi olumsuz birçok duygu anlamını içinde barındıran kriz kelimesi özellikle toplumlarda, zor bir dönemi, aşılması gereken bir bunalım anını anlatmaktadır. Ayrıca, içinde bulunulan olumsuz durumun anlaşılması ile birlikte gerekli önlemlerin alınmadığı veya geç kalındığı durumları da ifade etmektedir (Dutton, 1986). Ansızın meydana gelme ve buhrana sebep olma gibi özellikleri olan kriz; kötü sonuçları dolayısıyla sosyal bilimlerde önemli bir araştırma alanı olmuştur (Aktan ve Şen, 2001:1226). Krizler hem zamanlama hem de etki açısından farklı türlere ayrılmaktadır. Bunlar ansızın meydana gelen krizler (doğal afet, terörist saldırıları vb.) ve süreç içinde zamana yayılmış krizler (mamul hataları, skandallar, rüşvet, yönetsel hatalar vb.) olarak ifade edilmektedir (Arslan, 2009:82). Risk durumlarına göre kategorileştirdiğimizde ise kontrol edilebilir (ekonomik, siyasal, yönetsel vb.), kontrol edilemez (doğal afetler) ve beklenmeyen (terör, şarbon vb.) olmak üzere üç gruba ayrılmaktadır (Ulutaş, 2010:16). Kriz durumları çok çeşitli (depresyon, sel, yangın, meteor çarpması, salgın, teknolojik yıkım) ve bunun yansımaları olarak etkileri de çeşitlenen bir dönemi göstermektedir (Müftüoğlu, 2004:7).

Büyük ölçekli doğal felaketler tarih boyunca insanların hayatlarında psikolojik, sosyolojik ve ekonomik olarak yıkımlara sebep olmuştur. Son yıllarda dünya üzerinde yapılan araştırmalara göre yaşanan doğal afet sayısında önemli bir artışın olduğu ise dikkat çeken başka bir konudur (Değirmenci ve İltar, 2013:278). Bu artış ortaya çıkacak insani ve ekonomik krizin sonuçlarının araştırılması ve gerekli önlemlerin alınması açısından önemli hale gelmiştir.

Kitlesel felaketler tarih boyunca yaşanmış ve yaşanmaya devam etmesi beklenen, insanoğlu tarafından tamamen engellenmesi mümkün olmayan olgulardır. Ancak, sosyolojik, psikolojik, ekonomik ve fiziki farklı alanlarda yapılacak bilimsel araştırmalar sayesinde durum analizi yapılarak felaket sonrası olumsuz etkiler en aza indirilebilmektedir.

Bu tarz kriz durumlarında ister direkt ister dolaylı şekilde etkilensin insanlar olumsuz duygu ve düşüncelerle başa çıkmak zorunda kalmaktadır. Stres, kaygı, korku, endişe, başa çıkma, kaçınma gibi duygu durumları en bilinen olumsuz duygu belirtileridir (Kisala vd., 2015). Örneğin; Haiti’de meydana gelen deprem (2010), çocukların travma sonrası stres bozukluğu duygu durumu yaşamasına sebep olmuştur (Culver vd., 2015). Diğer taraftan 11 Eylül’de New York ikiz kulelerinde yaşanan terör saldırısından sonra orada yaşayanlarda depresyon belirtileri ortaya çıkmıştır (Galea vd., 2002:983). Ayrıca sosyal ilişkilerde meydana gelen olumsuzluklar ile birlikte kriz olaylarından sonra belirsizlik korkusu, stres ve kaygı bozukluğu, sürü psikolojisi, güvensiz ruh hali, riskten kaçınma ve benzeri duygu durumları ile karşılaşılmaktadır (Yuen vd., 2020:3513; Sher, 2020:709).

Yapılan araştırmalar gösteriyor ki afetlerin insan davranışları üzerinde yaygın bir psikolojik ve duygusal etkisi vardır (Forbes, 2017). Ayrıca bu çalışmalar felaket anında doğal bir tepki olarak korku ve endişe duygusunu getirdiğini göstermektedir.

Bu bilinmeyen korkusu, risk algısı stres yüklenmesi insanları genellikle satın alma davranışlarını değiştirerek farklı etkilere sahip olmaktadır. Hayatta kalma psikolojisinin, bireylerin doğal afetler, sağlık krizleri ve terörist saldırıları dâhil olmak üzere belirli olayların ortaya çıkması sonrasında insanları davranış değişikliklerine sebep olduğu bilinmektedir (Forbes, 2017). Bu davranış değişiklikleri sürü zihniyeti, stokçuluk, riskten kaçınma ve benzeri hallerde ortaya çıkmaktadır. Bu değişim hali ise satın alma kararlarında değişik dürtüsel sonuçlara sebep olabilmektedir.

Depresyon gibi makro düzeyde olaylar da insan hayatını derinden etkileyen travma etkisine sahiptir. İnsan davranışları içsel ve çevresel faktörlerden etkilenen ve bu etki ile şekillenen bir olgudur. Bu sebeple bu derece büyük çaplı olay duygu ve düşünce aracılığıyla kalıplaşmış davranışlar üzerinde bile değiştirici etkiye sahip olduğu söylenebilmektedir. Üstelik depresyon gibi kriz zamanlarında medyanın değişen tüketici davranış kalıplarını tetiklediği, tüketici paniği ve kaygısını arttırdığı gözlemlenmektedir (Keane ve Neal, 2020: 27). Çünkü etkilerin yayılması olarak tanımlanan, başkalarını etkilemek için hareket ederken bir yerde aşırı olumsuz bir olayın neden olduğu bulaşıcılığa paralel olarak, rasyonel tüketici davranışını değiştiren korku ve endişede artış olmaktadır. İnsanlar depresyonu birebir yaşamasa dahi sosyal medyada olumsuz görüntü ve haberlerin artması ile var olan krizin

sadece tüketici rasyonel davranışlarında değil, aynı zamanda bu endişe, korku ve belirsizliğin harcama kararlarında da geniş kapsamlı yansımaları görülmektedir (Forbes, 2017:32). Bu sebeple deprem sonrası görüntülerin sosyal medyada sıkça karşımıza çıkması depremden direkt olarak etkilenmeyen insanların satın alma kararlarında bazı etkilere sebep olduğu düşünülmektedir.

Bu anlamda insan psikolojisi ile yakından ilgili olduğu ifade edilen tüketici davranışlarının bu çerçevede çok sayıda incelenmediği gözlemlenmektedir. Aslında her anlamda yıkıcı olan bu tarz kitlesel travmatik olayların tüketici davranışları üzerindeki etkisinin araştırılması bu dönemlerdeki ekonomik hassasiyetlerin minimuma indirilmesi açısından önemlidir. Çünkü bu tarz kriz olaylarından sonra stres, algılanan risk ve psikolojik duygu durumlarını araştırmak ve tüketici davranışlarını irdeleyerek ele almak yaşanan krizin ekonomik sonuçları açısından olumlu bir çalışma olarak görülebilir.

Büyük Türkiye depremi de on ilde aynı anda etkisini gösteren son zamanların en yıkıcı felaketlerinden biridir. Felaket sonrası hem bir insani kriz hem de ekonomik çöküş kendini göstermiştir. Deprem gibi kriz sırasındaki ve sonrasındaki tüketici davranışlarının şok olaylarının, tarihsel düzlemde yaşanan benzer krizlerle aynı çizgide olduğu sonucuna varıldığından, gelecekteki şoklar ve krizler için akademik çalışmalara ve hükümet planlamasına değer katmak ve gelecekte kriz durumlarının tüm süresi boyunca davranışları analiz etmeye çalışmak akademisyenlere yardımcı olmak gerekmektedir.

Bu anlamda şok ve kriz anları ile ilgili araştırmalar pazarlama ve ekonomi açısından da geleceği anlamak ve belki de tahmin etmek için yordayıcı olacaktır. Buna benzer bir durum yaşanması halinde alınacak tedbirler ve stratejik kararlar tüketici kaynaklı olası bir ekonomik düzensizlik ve gelecekteki şok olayları ile ilgili örgütsel ve hükümet hazırlığı için önemli bir temel haline gelecektir. Bu çalışma yapılırken tüketici davranışlarını incelemek için büyük çaplı felaket dönemleri göz önünde bulundurulmuştur (Büyük Türkiye Depremi). Tüketici davranış değişimleri, tüketici satın almaları altında yatan sigorta istekliliği ve stokçuluk özellikle vurgulanmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Doğal Felaket Olayların Tüketiciye Etkileri

Tüketici davranışlarını analiz etmek tüketim alışkanlıklarını anlamak ve değişimleri tahmin etmek pazarlama dünyası için çok önemlidir. Hava durumu değişiminden, depreme, pandemiden, kasırgaya kadar krize sebep olan tüm afetler sonrası, tüketim alışkanlıklarında değişim, artma veya azalma, risk algı değişimi, bazı satın alma eğilimlerinin (stokçuluk, duygusal tüketim vb.) değişimi gibi birçok etkiye rastlanmıştır (Murray vd., 2010:512; Frank ve Schvaneveldt, 2016:202; Kennett-Hensel vd., 2012:60; Novelli vd., 2018:85; Jamal ve Budke, 2020:183).

İnsanoğlu her zaman değişime açık, istek ve ihtiyaçları zamanla farklılaşan anlaşılması zor bir varlıktır. Pazarlamacıların değişken özelliklere sahip bu varlığa karşı gardını alması ve onun istek ve ihtiyaçlarına cevap vermesi için aynı çeviklikte olması önemlidir. Tüketicilerin bir olay veya durum karşısında nasıl tepki vereceği anlaşılmadan onları satın almaya nasıl motive edileceği bilinmemektedir (Ünal ve Erciş, 2006:25). Ekonomik varlığını devam ettirmenin ve hatta rekabet avantajı elde etmenin yolu da tüketici davranışlarını anlamak ve ona göre aksiyon almaktan geçmektedir.

İnsanlar endişe, korku, stres, belirsizlikten ve risk durumlarından kaçınma, aşırı hassasiyet, kontrol kaybı gibi durumlarla başa çıkmak için bazı yöntemlere başvurmaktadır (Folkman ve Lazarus, 1985:150). Bu yöntemler arasında tüketim davranışı çok önemli bir yere sahiptir (Rook ve Gardner, 1993:15; Dowling ve Staelin, 1994:120; Darrat vd., 2016:107; Edwards, 1993:73). Bu sebeple kriz dönemlerinde doğal felaket gibi travmatik durumların sonucunda tüketim ürünlerinin yanı sıra tüketici davranışlarının da önemli ölçüde farklılık gösterdiği bilinmektedir. Diğer bir ifade ile tüketici davranışları birçok sebepten dolayı değişiklik gösterebilmektedir. Bu sebepler kişisel, sosyolojik, ekonomik, yaş ilerlemesi, cinsiyet gibi sebepler (Doğrul, 2012:323) olabildiği gibi ister direkt etkilensin ister dolaylı olarak yaşamsal tüm faaliyetleri olumsuz anlamda etkilemesi muhtemel bir felaketin de tüketici davranışlarını etkilemesi beklenmektedir.

Faydacı, hedonik, tepkisel, duygu durumunu hafifletmek amaçlı birçok sebebe dayalı farklı tüketim davranışları ortaya çıkmaktadır. Gerçekte tepkisel alışverişler genellikle endişe ve stres gibi insan psikolojisinde rahatsızlık yaratan duyguları hafifletmek, riskten kaçınmak için yapılan bilinçli tüketimdir (Hama, 2001:221). Bu tarz tüketimin ise özellikle afet sonrası kriz dönemlerinde arttığı bilinmektedir (Somer ve Ruvio, 2014). Hama (2001) yaptığı bir çalışmada 2. Dünya savaşı sonrası yapılan bir araştırmada savaşın sıklığının insanların tüketim alışkanlıklarında fiyata duyarlılık, reklam veya marka gibi pazarlama unsurlarının önemini azaltması gibi sonuçları olduğu görülmüştür (Sigirci vd., 2017:282). Temelde krize sebep olan olayların çeşitli olması tüketim alışkanlıklarında meydana gelecek etkilerinde çeşitli olacağına bir göstergesidir. Örneğin; 11 Eylül saldırılarında meydana gelen krizin tüketici davranış etkisinin incelendiği bir çalışmada. Tüketicilerin milli satıcı ve ürünlere yöneldiği yabancılara tepkisel yaklaştığı anlaşılmıştır (Dube ve Black, 2010:335).

Kısaca travmatik olaylar karşısında insanların başa çıkma yöntemi olarak alışverişleri ve tüketimi kullanmasının mümkün olduğu anlaşılmaktadır. Diğer bir ifade ile yaşanan kriz durumuna sebep olan olayların ve tüketicilerin bu kriz karşısında maruz kaldığı duyguların tüketim alışkanlıklarına önemli ölçüde tesir ettiği ve bu tesirin duruma özel olarak farklılaştığı ifade edilmektedir. Afete (deprem) maruz kalan veya maruz kalmasa dahi günümüzün iletişim teknolojileri ve medyası sayesinde maruz kalanların yaşadıklarına anında ve etkili bir şekilde şahit olan insanların yaşadıkları travmatik duyguları yönetebilmek ve duygusal kayıplarını telafi edebilmek için bazı tüketim davranış değişikliklerinde bulunmaktadır (Ballantine vd., 2014:8). Bu sebeple ekonomik etkileri ve finansal krizleri arttırdığı bilinen doğal afetlerin fiyatlara duyarlılık, riskten kaçınma, tüketim malzemelerin farklılaşması, planlı veya plansız alışveriş davranışı gibi etkileri incelemek önemlidir.

2.2. Deprem, Kriz Durumu ve Risk Algısı

Deprem afetinden sonra meydana gelen kaos durumu aynı zamanda bir krizi ifade etmektedir. Örneğin; 5 Şubat büyük Türkiye depremi akabinde hem merkezi devlet örgütünün hem de yerel kurumların yaşadığı durum ve depremin geniş halk kitlelerinde yarattığı endişe, korku ve şaşkınlık tam anlamıyla bir kriz durumu özellikleri ortaya çıkarmıştır. Aynı zamanda, ilerleyen saatlerle birlikte felaketin boyutlarının ulaştığı sınır ve ortaya çıkardığı etkiler krizi daha da ağırlaştırmıştır. Deprem, beklenmedik ve ansızın meydana gelme gibi nitelikleri sebebiyle ve hem sosyolojik hem de fiziki koşullarda yarattığı tahribat ile tam bir kriz halini temsil etmektedir. Kriz durumunda insanlar maddi kayıplarının yanında, manevi kayıplarda (aile bireyleri, sevdikleri ve yakınlarının ölümü) yaşamaktadır. Ayrıca deprem insanların maddi veya manevi kayıp yaşamasa dahi yaşadığı çevreyle ilgili imajının farklılaşmasına sebep olan yıkıcı bir travma durumudur.

Türkiye büyük bir deprem ülkesidir ve bu çalışmada seçilen deprem örneklem bölgesi olarak temsilidir. Deprem felaketleri tehdidiyle karşı karşıya kalan hane halkları, ancak riskleri algıladıklarında ilgili önlemleri alacaklardır (Xu vd., 2016:30; Xu vd., 2017:32) Bu nedenle, afete eğilimli bölgelerde yaşayanların afet riski algısı ve etkileyen faktörler her zaman akademik araştırmaların odak noktası olmuştur.

Deprem belirsizliği ve buna bağlı olarak risk algısı tüketim kalıplarını değiştirdikçe tüketicinin karar vermesi, büyük ölçüde evleriyle ilgili korkuları, yaşam alanlarının sınırlandırılması durumu daha da kötüleştirilmiştir. Bu nedenle, düzenli tüketici hareketleri, yetenekleri ve satın alma kalıpları ve bu konuda ki motivasyon kaynakları hızlı bir değişime uğramıştır (Ballantine vd., 2014:7-8).

İnsanlar tarih boyunca jeolojik afetlere karşılaşmıştır. Depremlerin meydana gelme zamanının bilinmezliği bu afetleri önlemek için alınması gereken tedbirlerde hızlı olabilmek için zamanını tahmin etmeyi sağlayacak teknoloji ise henüz geliştirilememiştir. Türkiye de ülke olarak bugüne kadar salgınlar, seller, çığ düşmeleri ve deprem gibi birçok doğal afete maruz kalmıştır. Tüm bu afetler incelendiğinde geniş çaplı kitlesel etkileri açısından depremin önde geldiği düşünülebilir.

İnsanların davranışları altında yatan bireysel veya kitlesel olaylara dayalı psikolojik etmenler anlaşılmadan onların istek ve ihtiyaçları anlaşılamayacağı ve motivasyon kaynakları tahmin edilemeyeceği ifade edilmektedir (Ünal ve Erciş, 2006:24). Bu sebeple karmaşık insan yapısı pazarlama dünyasında tüketici davranışlarına yön vermek için araştırılması gereken bir konudur. Örneğin; felaket sonrası bireysel sonuçları açısından farkındalık seviyeleri yüksek olan insanların deprem gibi afetlere karşı koruyucu birtakım önlemler alma ihtimalleri daha fazladır (Lndell, 2013:801).

Çevreyi, finansı ve yaşam tarzını doğrudan etkileyen doğal afet gibi her anlamda kriz durumu yaratan olaylardan kaynaklı risk algısı tüketici davranışlarını da etkilemektedir. Bu anlamda deprem gibi doğal afetlerle ilgili yapılan bazı çalışmalarda risk algısı kaynaklı duygu durumu ile başa çıkmak için insanların özellikle kendini iyi hissettiren satın alma davranışı sergilediğini gözlemlenmektedir (Kennett-Hensel, Sneath ve Lacey, 2012: 60). Benzer şekilde bazı tüketici davranışının korku duygusunu ve risk algısını hafifletmek için ortaya çıktığı düşünülmektedir.

Risk algısını anlama, insanların tehlikelere yönelik tepkilerini öngörme, buna göre pozisyon alma ve mevcut durumu yönetme açısından çok önemlidir (Slovic vd., 1982). Pazarlama açısından ise bu şekilde satın alma kararları üzerinde etkili motivasyon kaynakları belirlenebilmektedir. Yapılan araştırmalarda risk algısının ölçülebilir çok boyutlu bir kavram olduğu savunulmuştur (Xu vd., 2017; Armas, 2006:1234; Xu vd., 2017; Solberg vd., 2010:1671; Lindell ve Whitney, 2000:11; Lo, 2014:51; Slovic, 2004:319; Sun ve Han, 2018:91). Slovic (1987) tarafından yapılan çalışmada bu boyutlar, endişe, kontrol edebilirlik ve olasılık olarak incelenmiştir.

Risk algısı boyunlarından biri olan kontrol edilebilirlik duygusunun doğal afet türleri açısından her biri için aynı etkiye sahip olduğunu söylemek zordur. Örneğin; yüksek kontrol edebilirlik duygusu (etki azaltma faaliyetlerini bilmek, kontrol edebilmek) heyelan afetinin etkisini azaltabilir, ancak sel felaketi etkilerini azaltmada aynı farkı sağlayamayabilir. Bu farkı açıklayan bazı durumlar söz konusudur. Farklı doğal afetlere ev sahipliği yapan ve deprem tehlikesi açısından Türkiye ile benzerlik gösteren Tayvan gibi bir ülkenin bazı bölgeleri aşırı yağış dolayısıyla neredeyse her sene sel felaketi ile karşılaşmaktadır. Bu sebeple sel felaketi her yıl öngörülebilir bir afet olarak yerini almaktadır. Bu felaket sonrası yaşanan mali kayıplar insani kayıplardan daha fazladır (Ho vd., 2008).

Mali kayıplar alınan önlemlerle bir noktaya kadar önlenebilmekte ancak tamamen ortadan kaldırılamamaktadır. Diğer taraftan aynı bölgede yaşanan toprak kayması daha nadir meydana gelmekte ve insan kaybı kaygısı yaşanmaktadır. Yerleşim bölgeleri boşaltılarak bu önlenebilmekte dolayısıyla daha yüksek bir kontrol duygusu oluşmaktadır.

Bazı araştırmacılar duygusal bileşenlerden ve risk algısı boyunlarından bir diğeri olan endişenin hazırlıklı olmak ile ilişkisini incelemiştir. Bu duygusal bileşeni özellikle karmaşık ve belirsiz durumlarda dâhil etmenin hazırlıklı olmakla alakalı olabileceği ve risk değerlendirmelerini daha hızlı, kolay ve verimli bir şekilde yapmayı kolaylaştıracağı ifade edilmektedir (Slovic vd., 2004:315). Literatürde hazırlık davranışının nasıl geliştiğini incelemek için endişe ve algılanan risk arasında ki ilişki incelenmektedir. Bradford vd. (2012), bireylerin maruz kaldıkları risklerin farkında olabileceklerini, ancak bunlar hakkında endişelenmiyorlarsa, herhangi bir hazırlık önlemi uygulamayacaklarını bildirmiştir. Raaijmakers, Krywkow ve van der Veen (2008) ayrıca endişe ve hazırlık arasındaki ilişkinin çift yönlü olduğunu öne sürmektedir. Daha fazla endişe, daha fazla hazırlığa yol açar ve zamanla, hazırlıklı olma endişeyi azaltır.

Çalışmalarda bulgular bireylerin hazırlıklarını ve bir olayın meydana gelmesinden kısa bir süre sonra bu hazırlıkların ne kadar etkili olduğunu değerlendirdiklerini göstermektedir (Gutnik vd., 2006:723). Bu bağlamda hazırlıklı olmakla ilgili ortaya konan performans olumluysa, endişe seviyesi azalır. Ancak, performans olumsuzsa (yani, hazırlık önlemleri olayın olumsuz sonuçlarını hafifletmede etkili olmadıysa), endişe seviyesi daha yüksek olacaktır. Bu bağlamda Gutnik, Hakimzada, Yoskowitz ve Patel (2006) göre insan duyguları ve sergiledikleri davranışlar karşılıklı ilişkili ve dinamiktir. İnsanlar deprem risk algısı endişe seviyelerini depreme karşı hazırlıklı olma eğilimleri ile azaltmak isteyeceği ve satın alma kararlarını bu yönde vereceği varsayılmaktadır. Diğer taraftan bazı çalışmalar ise endişe gibi olumsuz duyguların risk algısı düzeylerini artırdığını ortaya çıkarmıştır (Wei ve Lindell, 2017:86; Weinstein vd., 2000:388).

Bireysel farkındalığı yüksek bilinçli, sorun çözme kabiliyeti olan planlama ve uygulamaya açık güçlü toplumlarda afet olasılığı ve riski hakkındaki algı daha da az olabilmektedir. Çünkü toplumsal altyapının sürekli iyileştirildiği ortamda insanlar afet riskinin nispeten azaltıldığına inanmaktadır. Çünkü bu tip topluluklar, bir felaketten sonra can ve mal güvenliğini garanti etme yeteneğine sahiptir (Ma vd., 2023:74).

Risk algısı son boyutu, bir depremin günlük yaşamda meydana gelme olasılığının derecesi, evlerinin zarar göreceği korkusu, daha güvenli bir alanda taşınma arzusu ve insanların kendilerine yardım edileceğini veya kayıplardan kurtulabileceklerini düşündükleri ölçü ile yakından ilgilidir (Armaş, 2016). Algılanan kişisel risk, tehlikeden ölme olasılığının algılanması, risk hakkında algılanan bilimsel bilgi derecesi, maruz kalanlara (eski veya yeni risk) yönelik riskin bilgisi, riskin uyandırdığı korku duygusu, riski etkileme olasılıkları, algılanan oluşum sıklığı, tehlikenin gelecekte beklenen artışı veya azalması ve toplum üzerindeki etkileri algılanan riskin derecesinde belirleyicidir (Karger ve Wiedemann, 1998).

Sonuç olarak bazı çalışmacılar risk algısının ilk adımlarını, felakete karşı alınacak önlemlerin ve afet sonrası kriz yönetiminin motivasyon kaynağı olduğunu ifade etmektedir (Slovic, 1987, Becker vd., 2014: 17). Slovic (1987) tarafından önerilen yaygın olarak kullanılan psikometrik paradigma, risk algısının temel olarak bilinmeyen risk ve riskten korkmaktan oluştuğunu savunmaktadır. Ayrıca algılanan riskin artmasına paralel olarak birey, mevcut satın alma davranışını terk ederek farklı bir satın alma sürecine devam edebilmekte ve eğilimleri bu yönde değişebilmektedir (Slovic, 1987; Yanık, 2014).

2.3. Risk Algısı, Sigorta İstekliliği ve Stokçuluk

Bir tehdit ile karşı karşıya kalmak tüketicileri davranışsal kararlar vermeye yönlendirmektedir. Bu amaçla yapılan ampirik çalışmalara göre tüketicilerin afet (deprem) risk algısı davranışsal karar verme eğilimleri üzerinde etkilidir. Örneğin; Bir araştırmada deprem risk algısı (korku, olasılık, endişe) yüksek olan tüketicinin deprem sigortası satın alma istekliliği üzerinde etkisi olduğu bulunmuştur (Xu vd., 2017; Peng vd., 2018). Buna ek olarak, Xu vd. (2017) afetlerin olasılığı, tehdidi ve kontrol edilebilirliği algısı ile sakinlerin taşınma istekliliği arasında anlamlı bir pozitif ilişki bulmuşlardır. Afet (deprem) riski algısına ek olarak, sakinlerin afet riskinin azaltılması konusundaki farkındalıkları da davranışsal kararlarını etkileyen önemli bir faktördür.

Başka bir çalışmada Peng vd. kamu kurumlarına duyulan güvenin (risk algısını etkiler), sakinlerin afet (deprem) sigortası satın alma istekliliği ile önemli ölçüde ilişkili olduğunu bulmuşlardır. Buna ek olarak, afet risk yönetimi ve esnek afet önleme sistemlerinin inşasından daha önemli olan konu "sorumluluk bilinci" duygusuna sahip olmaktır. Sorumluluk bilincine sahip bireyler genellikle risk yönetiminde aktif ve daha iyi afet sonrası hazırlığına (deprem sigortası) sahiptir (Jin vd., 2016:4). Bu açıdan afet (deprem) tehdidi ile karşı karşıya kalan sakinler, daha iyi davranışsal kararlar almalarını sağlamak için afet risklerini, önleme ve azaltma stratejilerini geliştirebilecekleri eğitimler alması gerektiği ifade edilmektedir (Peng vd., 2018). Bu bağlamda risk algısı boyutlarından kontrol edilebilirlik boyutunun deprem sigortası yaptırma eğilimi ile ilişkili olduğu varsayılmaktadır.

Birçok ampirik çalışma, sakinlerin sigorta satın alma veya taşınma istekleri gibi davranışsal kararlarının, afet bilgi ve becerileri ile yakından ilişkili olduğunu göstermiştir (Li vd., 2009). Genel olarak, afetler konusunda daha fazla bilgi ve beceriye sahip olan sakinler, afet sigortası satın alma ve taşınma konusunda daha fazla isteklilik sergileyeceklerdir, çünkü bu eylemler bir felaketten etkilenme ihtimalini azaltabilir (Jin vd., 2016:801). Bu bağlamda risk algısı kontrol edilebilirlik boyutunun deprem sigortası yaptırmaya eğilimini etkilediği varsayımı desteklenmektedir.

Bilişsel değerlendirmeler ve riskle ilgili algıların kontrol edilebilirlik duygusu ile yönlendirilebildiği ifade edilmektedir (Loewenstein vd., 2001). Slovic (1987), algılanan bir kontrol eksikliğinin (felaket veya ölümcül sonuçlara yol açmakla birlikte), risk algısının duygusal bir boyutu olan "korkunç risk" ile yüksek oranda ilişkili olduğunu savunmuştur. Bununla birlikte, diğer araştırmalar (örneğin, Fischhoff vd., 1978), kontrol edilemezliğin "bilinmeyen risk" / "gözlemlenemeyen tehlikeler" (sistemsizlik veya yenilik ile birlikte) gibi bilişsel bir boyutla da ilişkili olduğunu öne sürmüştür. Kontrol edilebilirlik sadece risk algısını şekillendiren bir faktör olarak değil, aynı zamanda önleyici davranışları etkilemeye yönelik etkili müdahaleler tasarlamak için kullanılabilir bir araç olarak da düşünülebilir. Ayrıca, duygular (endişe) algılanan risk ile gelecekteki davranışları (hazırlık önlemleri alma isteği) ve mevcut davranışı (mevcut hazırlık) etkileyebilmektedir. Bu amaçla yapılan çalışmalar farklı sonuçlar ortaya koymuştur.

Bu durum algılanan riskin azalmasıyla önemli ölçüde ilişkilidir. Finansal kayıpların insani zararlardan daha iyi görüldüğü ve yaşanan afetin yaşanma sıklığının daha az olduğu durumlarda kontrol edilebilirlik duygusu artmaktadır (Ho vd., 2008). Deprem açısından bakıldığında tüm afet çeşitlerine göre daha yüksek bir kontrol edilebilirlik duygusu ile karşılaşmıştır. Bu bağlamda, Türkiye'nin fay hattı bölgesi olduğu her yıl farklı derecelerde (bazısı 7 ve üstü) birçok depremin yaşandığı düşünüldüğünde kontrol edilebilirlik duygusunun daha yüksek olduğu tahmin edilebilir.

Ayrıca, insanların tehlike etkisi beklentisiyle davranışlarında değişimler olabilmekte ve koruyucu eylemler artabilmektedir. Bunlar yiyecek, su ve ilacın stoklanması gibi hayatta kalma hazırlık eylemleri olabilir (Spittal vd., 2008). Bunlar ayrıca tehlikeye özgü başka eylemleri de içerebilmektedir (Perry ve Lindell, 1990). Literatürde bir diğer araştırma konusu afet sonrası dalgalı ve belirsiz fiyat artışları olarak karşımıza çıkmaktadır. Deprem sonrası yaşanan krizde bu tarz fiyat belirsizliği ve dalgalanmalarına sebep olmaktadır. Bu sebeple tüketiciler bu dalgalanmaları öngörerek bir takım davranış değişikliklerinde bulunmaktadır.

Tüm bu faktörlerin tüketicilerin gelecekteki belirsizlik konusundaki öznel değerlendirmelerini etkilediğini ve gelecekteki tüketimin yeterli seviyesini korumak için envanter seviyesini yeniden optimize etmelerine yol açtığını varsayabilir. İlk olarak, bir hane halkının gelecekteki belirsizliğe ilişkin öznel değerlendirmesinin, yaşanan büyük sarsıntılarının sayısı ile birlikte arttığını düşünülmektedir. Eğer öyleyse, daha fazla sarsıntı yaşayan hane halkları optimal envanter seviyelerini daha büyük ölçüde yükseltecek ve harcamalarını artıracaktır.

Ayrıca, yüksek riskli bir deprem bölgesinde yaşayan 800 kişilik bir örnekleme yapılan çalışmada, gelecekteki depremlerle ilgili endişenin, etkisi oldukça düşük olmasına rağmen, deprem deneyimi ile depreme hazırlık arasındaki ilişkiye aracılık ettiği bulunmuştur. Bu hazırlıklar deprem sigortası yaptırmaya isteklilik, ürün envanterini optimumda tutma, ev değişimi veya dayanıklılık kontrolü olarak sıralanabilir (Serxner, 1992).

Risk algısında olasılık, bireylerin risk ve kaybın kendilerine ve ailelerine ne kadar olası olacağını düşündüklerini temsil etmektedir. Xu vd. (2017) afetlerin olasılığı, tehdidi ve kontrol edilebilirliği algısı ile sakinlerin yer değiştirme istekleri arasında anlamlı bir pozitif korelasyon bulmuşlardır. Ayrıca, afet riski karşısında, insanların taşınma istekliliğinin, afet oluşumunun olası algısı ile anlamlı derecede pozitif ilişkili olduğunu bulmuştur (Xu vd., 2017). Bu araştırmada ise afetlerin kontrol edilebilirlik algısının yer değiştirme isteği ile anlamlı derecede negatif ilişkili olduğu bulunmuştur. Ayrıca, korku uyandıran olayların yalnızca bireyler tehditle başa çıkabileceklerini hissettiklerinde etkili olduğu (davranış değişikliklerine yol açtığı) ortaya çıkarılmıştır (Witte ve Allen, 2000:598). Diğer bir ifade ile insanların kendilerini veya ailelerini korumak için neler yapabileceklerini düşünmenin olumsuz duyguları azaltacağı, kontrol edilebilirliği artıracığı düşünülmektedir (Sobkow, 2020:3226). Buna ek olarak, kırsal hane halklarının deprem felaketleri hakkındaki bilgi ve rapor becerilerinin, afet risklerinin algılanmasının ve afet riskinin azaltılması konusundaki farkındalığının, afet sigortası satın alma istekliliklerini ve afetlerden kaçınmak için yer değiştirme istekliliklerini doğrudan ve dolaylı olarak etkileyebileceğini bulunmuştur (Xu vd., 2019:4512).

Risk algılama çalışmaları genel olarak teknik, çevresel ve doğal tehditlerden kaynaklı olarak değişen farklı türlerde tehlikeleri araştırmış ve sonuçlarını ortaya koymuştur. Bu anlamda doğal tehditleri çalışan araştırmacılar (Slovic, 1987) risk algısını anlamının risk minimize etme veya uyumsuz davranışının önemli bir faktörü olduğunu varsaymaktadır. Bu çalışmalar insanların doğal afetler karşısındaki risk algılarını ortaya çıkarmak için başlamış ve çok sayıda çalışma ortaya konmuştur (Ge vd., 2011).

Sonuç olarak, bireylerin risk algıları çok farklı etmenlerden etkilenmektedir. Slovic (1987), insanların risk algılarını kontrol edilebilirlik, endişe, olasılık, temelinde değerlendirerek sonuçlar ortaya koymuştur Risk algıları, bireylerin riski azaltmaya yönelik faaliyet alternatiflerinden hangisini seçtiğini belirlemede önemlidir. Örneğin, bir kişinin bir tehlike açısından risk algısı düşük ise, bu riski azaltmak için herhangi bir karşı eyleme geçmemektedir. Aksi durumda ise harekete geçerek davranış değişikliğine gider ve risk algısını hafifletmek istemektedir. Tüketim de bir davranış biçimi olarak ele alındığında algılanan riski hafifletmeye yönelik davranış değişiklikleri satın alma davranışlarını da etkilemektedir. Bu bağlamda Slovic (1987) algılanan riski üç boyutta ele aldığımızda boyutlar açısından deprem afeti ile birlikte insanların sigorta satın alma ve stokçuluk gibi satın alma davranışlarının nasıl etkilendiği bir inceleme alanı olabilir. Bu amaçla bu çalışma kapsamında oluşturulan hipotezler;

H₁: Yer değiştirme davranışı ile risk algısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1a}: Yer değiştirme davranışı ile risk algısı kontrol edilebilirlik boyutu arasında anlamlı bir ilişkisi vardır.

H_{1b}: Yer değiştirme davranışı ile risk algısı endişe boyutu arasında anlamlı bir ilişkisi vardır.

H_{1c}: Yer değiştirme davranışı ile risk algısı olasılık boyutu arasında anlamlı bir ilişkisi vardır.

H₂: Ev sağlamlık kontrolü davranışı ile risk algısı arasında anlamlı bir ilişkisi vardır.

H_{2a}: Ev sağlamlık kontrolü davranışı ile risk algısı kontrol edilebilirlik boyutu arasında anlamlı bir ilişkisi vardır.

H_{2b}: Ev sağlamlık kontrolü davranışı ile risk algısı endişe boyutu arasında anlamlı bir ilişkisi vardır.

H_{2c}: Ev sağlamlık kontrolü davranışı ile risk algısı olasılık boyutu arasında anlamlı bir ilişkisi vardır.

H₃: Deprem risk algısının sigorta satın alma istekliliği üzerinde etkisi vardır.

H_{3a}: Deprem risk algısı kontrol edilebilirlik boyutunun sigorta satın alma istekliliği üzerinde etkisi vardır.

H_{3b}: Deprem risk algısı endişe boyutunun sigorta satın alma istekliliği üzerinde etkisi vardır.

H_{3c}: Deprem risk algısı olasılık boyutunun sigorta satın alma istekliliği üzerinde etkisi vardır.

H₄: Deprem risk algısının stokçuluk davranışı üzerinde etkisi vardır.

H_{4a}: Deprem risk algısı kontrol edilebilirlik boyutunun stokçuluk davranışı üzerinde etkisi vardır.

H_{4b}: Deprem risk algısı endişe boyutu stokçuluk davranışı üzerinde etkisi vardır.

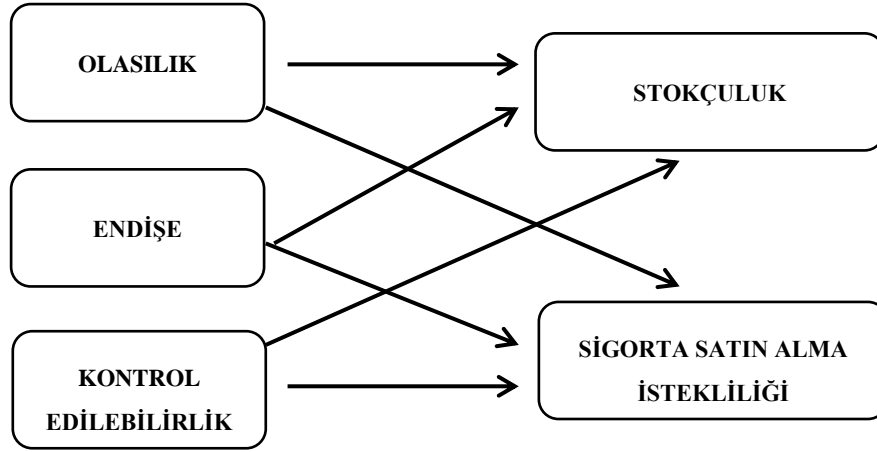
H_{4c}: Deprem risk algısı olasılık boyutu stokçuluk davranışı üzerinde etkisi vardır.

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Çalışmanın bu bölümde amaç, örneklem, veri toplama araçları, araştırma modeli ve hipotezlerle ilgili olarak açıklamalar bulunmaktadır.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Modeli

Araştırmanın amacı, kriz dönemlerinde değişen tüketici davranışları çerçevesinde asrın felaketi olarak nitelendirilen 6 Şubat büyük Türkiye depremi sonrası tüketici risk algısının satın alma davranışları üzerindeki etkisi incelemektir. Araştırmanın modelinde risk algısının, sigorta satın alma istekliliğini ve stokçuluk davranışını etkileyeceği varsayılmaktadır. Modele göre risk algısı alt boyutları endişe, olasılık kontrol edilebilirlik araştırmanın bağımsız değişkenleri, sigorta satın alma istekliliği ve stokçuluk araştırmanın bağımlı değişkenidir. Şekil 1’ de yer alan araştırma modeli araştırmanın amaçları doğrultusunda geliştirilmiştir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Araştırma modeli kapsamında çalışmada, yukarıdaki paragraflarda kurgulanan hipotezlerin test edilmesi amaçlanmıştır.

3.2. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Araştırma kapsamında kolayda örnekleme yöntemi tercih edilerek online anket aracılığı ile 555 katılımcıdan veri elde edilmiştir. Anket verileri Nisan 2023- Mayıs 2023 tarihleri arasında elde edilmiştir. Bu sebeple zaman sınırı bulunmaktadır. Tüketicilerin ankette yer alan sorulara gerçek ve objektif olarak cevapladığı varsayılmaktadır.

3.3. Veri Toplama Tekniği ve Ölçekler

Çalışmanın bağımlı değişkenleri sigorta satın alma davranışı, stoklama davranışı ve ev sağlamlık kontrolü ve yer değiştirme davranışı olarak ifade edilebilir. Çalışmanın bağımsız değişkenleri ise olasılık, endişe ve kontrol edilebilirlik boyutlarıyla risk algısı olarak ifade edilebilir.

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket formu kullanılmıştır. İki kısımdan oluşan anket formunun ilk bölümünü katılımcıların risk algısını ölçmek amacıyla Slovic (1996) tarafından geliştirilen “risk algısı ölçeği” kullanılmıştır. Risk algısı ölçeği üç boyuttan ve 9 ifadeden oluşmaktadır. Ölçeğe ait güvenilirlik analizleri sonucunda risk algısı, olasılık, endişe ve kontrol edilebilirlik boyutlarının Cronbach’s alfa değeri sırasıyla 0,93, 0,57, 0,62, 0,77 şeklinde olduğu bulunmuştur. Bu değerler 0.70’e yakın olması sebebiyle verilerin örnekleme dâhilinde de güvenilir olduğunu söylenebilir. Ayrıca ölçeğin üç boyutuna ait faktör analizi yapılarak KMO değeri 0,73 olduğu tespit edilmiştir. KMO değerinin 0,5 ten yüksek çıkması ve Barlett testinin anlamlı olması çalışma için önemlidir (Kalaycı, 2006). Maddelerin iki faktörde birden yük değerlerine sahip olması durumunda değerler arasındaki farkın en az .10 olması beklenir. Ayrıca, faktör analizi sonucu ortaya çıkan faktör yüklerinin 0,45’ten yukarıda olması faktör seçimi için iyi bir seviye olarak görülmektedir (Büyüköztürk, 2007: 124).

Son olarak ölçeğin geçerliliğini tespit etmeye yönelik doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi başka araştırmalarda test edilen ölçeklerin mevcut çalışmada kullanılmasının uygunluğunu ve ölçeğe ait maddelerin bulunduğu boyutu temsil derecesinin ne olduğunu anlamak için yapılmaktadır. Doğrulayıcı faktör analizi İyilik uyumunun belirlenmesi için kullanılan uyum ölçütlerinden raporlarda sık kullanılanları χ^2/ df , RMSEA, CFI, GFI ve NFI’dir (Hair vd., 2010). Ayrıca teorik yapıdan ayrılmadan modelin uyumunu geliştirmek için bazı değişikliklere ihtiyaç duyulabilir. Bu çalışma için de kullanılan ölçeğin iyilik uyumunu geliştirmek için program önerileri doğrultusunda hata terimleri e2 ve e4 arasında kovaryans bağlantısı kurmak yoluyla 1 düzeltme yapılmıştır. Modifikasyon sonucunda ki-kare serbestlik oranı 4,88’den 3,20’e düşmüştür. Yapılan modifikasyon sonucu modelin uyum iyiliği değerlerinin (CMIN/DF (x2/sd: 3,20; RMSEA: ,020; GFI: ,973; CFI: ,989; NFI: ,985) kabul edilebilir düzeyde olduğu gözlemlenmiştir (Meydan ve Şeşen, 2015).

Anketin ikinci bölümünde tüketicilerin demografik özelliklerini tespit etmek için ifadeler yer almaktadır. Katılımcıların araştırmada ifadelere katılım düzeylerini ölçmek amacı ile 5’li likert tipi ölçek kullanılmıştır (1 = Kesinlikle Katılmıyorum, 2 = Katılmıyorum, 3 = Kararsızım, 4 = Katılıyorum, 5 = Kesinlikle Katılıyorum).

3.4. Araştırmada Kullanılan İstatistiksel Yöntemler

Verilerin analizi için SPSS 26 istatistik programı ve AMOS kullanılmıştır. Verilerin geçerlilik ve güvenilirlik testlerinden sonra, Shapiro-wilk testi uygulanmış ve anlamlılık değerinin 0,005’ten küçük olduğu görüldüğü için normal dağılıma uygun olmadığı düşünülmüştür. Daha sonra verilerin normal dağılım gösterdiğini tespit etmek

için çarpıklık-basıklık değerlerine bakılmak istenmiştir. Çarpıklık ve basıklık değerlerinin (-1,5 ile +1,5) arasında olduğu zaman normal dağılım gösterdiği ifade edilmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013:501). Daha sonra değişkenler arasındaki ilişkileri ölçmek için Korelasyon analizi ve etkiyi ölçmek için Regresyon analizi yapılmıştır. Verilerin normal dağılım göstermesi sebebiyle parametrik yöntemler kullanılmıştır.

4. BULGULAR

Araştırma kapsamında elde edilen bulgular, aşağıda başlıklar halinde verilmiştir.

4.1. Demografik Bulgular

Araştırmaya katılan saha satış elemanlarının demografik nitelikleri Tablo 1’de verilmektedir.

Tablo 1. Tablo Gösterimi

Cinsiyet	N	%
Erkek	162	29,2
Kadın	393	70,8
Yaş	N	%
18-25	40	7,2
26-35	102	18,4
36-45	267	48,1
46-55	129	23,2
56-65	15	2,7
65 Yaş Üstü	2	,4
Eğitim	N	%
İlköğretim	68	12,3
Lise	124	22,3
Lisans	298	53,7
Lisansüstü	65	11,7
Total	555	100,0
İş	N	%
Tam Zamanlı	303	54,6
Yarı Zamanlı	54	9,7
Çalışmıyorum	198	35,7
Gelir	N	%
5000 TL’den Daha Az	62	11,2
5.501 TL-7.000 TL	43	7,7
7.001 TL-10.000 TL	85	15,3
10.001 TL-20.000 TL	240	43,2
20.000TL-30.000TL	91	16,4
30.000TL-40.000TL	13	2,3
40.000TL-50.000TL	11	2,0
50.000tl’den Fazla	10	1,8

Tablo 1 görüldüğü üzere, araştırmaya katılan bireylerin %70’i kadındır. Araştırmaya katılanların %53,7 i lisans mezunudur. %54,6’sı tam zamanlı bir işte çalışmaktadır. Katılımcıların %48,1’inin yaş aralığı 36-45’tir. Ayrıca katılımcıların %43,2’si gelir durumu 10.000- 20.000 TL aralığındadır.

4.2. Betimsel İstatistikler

Tablo 2 incelendiğinde, Risk Algısı boyutlarından Kontrol edilebilirlik boyutunun en yüksek ortalamaya (3,56) sahip olduğu tespit edilmiştir. Endişe ve Olasılık boyutları ise sırasıyla takip etmiştir. Ayrıca, bağımlı değişkenlerden Sigorta Satın Alma İstekliliğinin Stokçuluk İstekliliğinden daha yüksek bir ortalama sahip olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 2. Anket Maddeleri Betimsel İstatistikler

Maddeler	N	Ortalama	Standart Sapma
Risk Algısı	555	2,38	,856

Olasılık	555	1,53	,593
Endişe	555	2,06	,850
Kontrol Edilebilirlik	555	3,56	1,471
Sigorta Satın Alma İstekliliği	555	3,42	1,464
Ev Sağlık Kontrolü	555	3,57	1,533
Yer Değişikliği	555	2,95	1,489
Stokçuluk	555	2,21	1,108

4.3. Değişkenler Arası İlişkiler ile İlgili Bulgular

Değişkenler arasındaki ilişkiler Pearson korelasyon analizi yardımıyla tespit edilmeye çalışılmıştır.

Tablo 3. Değişkenlerin Korelasyon Değerleri

		Olasılık	Endişe	Kontrol Edilebilir	SSAİ	ESK	YD	S	RA
Olasılık	Pearson Correlation	--							
	N	555							
Endişe	Pearson Correlation	,783**	--						
	Sig. (2-tailed)	,000							
Kontrol edilebilir	N	555	555						
	Pearson Correlation	,581**	,620**	--					
Sigorta Satın Alma İstekliliği (SSAİ)	Sig. (2-tailed)	,000	,000						
	N	555	555	555					
Ev Sağlık Kontrolü (ESK)	Pearson Correlation	,595**	,634**	,802**	--				
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000					
Yer Değişikliği (YD)	N	555	555	555	555				
	Pearson Correlation	,632**	,680**	,804**	,799**	--			
Stokçuluk (S)	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000				
	N	555	555	555	555	555			
Risk Algısı (RA)	Pearson Correlation	,559**	,568**	,443**	,541**	,596**	--		
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000			
Risk Algısı (RA)	N	555	555	555	555	555	555		
	Pearson Correlation	,326**	,376**	,207**	,260**	,258**	,355**	--	
Risk Algısı (RA)	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		
	N	555	555	555	555	555	555	555	
Risk Algısı (RA)	Pearson Correlation	,823**	,867**	,912**	,807**	,832**	,571**	,318**	--
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
Risk Algısı (RA)	N	555	555	555	555	555	555	555	555

(**0,01 < p)

Tablo 3'te yer alan değişkenler arası korelasyon analizi sonucu ulaşılan bulgulara göre, Yer değiştirme davranışı ($r:0,57$, $p<0,01$) ve Risk algısı arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır. Ayrıca, Risk Algısı Olasılık ($r:0,55$, $p<0,01$), endişe ($r:0,56$, $p<0,01$) ve Kontrol edilebilirlik ($r:0,44$, $p<0,01$) boyutları ve yer değiştirme davranışı arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Ev sağlamlık kontrolü davranışı ($r:0,83$, $p<0,01$) ve Risk algısı arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır. Ayrıca, Risk Algısı Olasılık ($r:0,63$, $p<0,01$), endişe ($r:0,68$, $p<0,01$) ve Kontrol edilebilirlik ($r:0,80$, $p<0,01$) boyutları ve ev sağlamlık kontrolü davranışı arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Risk Algısı ($r:0,80$, $p<0,01$) ve Sigorta Satın Alma İstekliliği arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Ayrıca, Risk Algısı Olasılık ($r:0,59$, $p<0,01$), endişe ($r:0,63$, $p<0,01$) ve Kontrol edilebilirlik ($r:0,80$, $p<0,01$) boyutları ve Sigorta Satın Alma İstekliliği arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Risk Algısı ($r:0,31$, $p<0,01$) ve Stokçuluk arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Ayrıca, Risk Algısı Olasılık ($r:0,32$, $p<0,01$), endişe ($r:0,37$, $p<0,01$) ve Kontrol edilebilirlik ($r:0,20$, $p<0,01$) boyutları ve Stokçuluk arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

4.3. Hipotez Testine İlişkin Bulgular

Deprem risk algısı sigorta satın alma istekliliği üzerindeki etkisini incelemek için yapılan basit regresyon analiz sonuçları Tablo 4' te sunulmuştur.

Tablo 4. Değişkenlerin Korelasyon Değerleri

Bağımlı değişkenler	Bağımsız değişken	Stn. Beta Katsayısı	R	R ²	T	Sig.
Sigorta Satın Alma İstekliliği	Sabit				1,19	,232
	Risk Algısı	,043	,80	,65	32,12	,001

Tablo 4'e göre deprem Risk Algısının Sigorta Satın Alma İstekliliği üzerindeki etkisini yordamak amacıyla basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Tablo 4 incelendiğinde $F(1,553)=1.032,230$ değeri $p<,001$ değeri ve bağımlı değişkende varyansın %65 nin ($R^2=,65$) bağımsız değişken tarafından açıklandığı ortaya konmuştur.

Tablo 5. Çoklu Regresyon Analiz Bulguları

Bağımlı değişkenler	Bağımsız değişkenler	Stn. Beta Katsayısı	R ²	T	Sig.	Partial	VIF
Sigorta Satın Alma İstekliliği	Olasılık	,095	,67	1,897	,058	,101	2,690
	Endişe	,157		2,395	,017	,161	2,896
	Kontrol edilebilir	,649		3,819	,000	,660	1,688

Tablo 5'e göre deprem Risk Algısı Endişe, Olasılık ve Kontrol edilebilirlik boyutlarının Sigorta Satın Alma İstekliliği üzerindeki etkisini yordamak amacıyla çok değişkenli doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Çoklu doğrusallık testi için incelenen VIF değerinin 5 altında olduğu tespit edilerek, çoklu doğrusal bağıntı olmadığı varsayılmaktadır (Craney ve Surlles, 2002:398). Analiz sonucunda anlamlı bir regresyon modeli $F(3,551)=384.768$ değeri $p<,001$ değeri ve bağımlı değişkende varyansın %67 nin ($R^2_{düzeltilmiş}=,67$) bağımsız değişkenler tarafından açıklandığı ortaya konmuştur. Buna göre Risk Algısı Kontrol edilebilirlik alt boyutu Sigorta Satın Alma İstekliliğini pozitif ve anlamlı bir şekilde yordamaktadır, $\beta =,64$, $t(551)=20.62$, $p<,001$, $pr2=,43$. Risk Algısı Endişe alt boyutu Sigorta Satın Alma İstekliliğini pozitif ve anlamlı bir şekilde yordamaktadır, $\beta =,16$, $t(551)=3,84$, $p<,001$, $pr2=,026$. Son olarak Risk Algısı Olasılık alt boyutu Sigorta Satın Alma İstekliliğini anlamlı bir şekilde yordamamaktadır, $\beta =,09$, $t(551)=2,50$, $p>,001$, $pr2=,001$.

Deprem risk algısının stokçuluk davranışı üzerindeki etkisini incelemek için yapılan basit regresyon analiz sonuçları Tablo 6' da sunulmuştur.

Tablo 6. Basit Regresyon Analiz Bulguları

Bağımlı değişkenler	Bağımsız değişken	Stn. Beta Katsayısı	R	R ²	T	Sig.
Stokçuluk	Sabit				1,19	,001
	Risk Algısı	,26	,26	,068	32,12	,001

Tablo 6'ya göre deprem Risk Algısı Stokçuluk davranışı üzerindeki etkisini yordamak amacıyla basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Tablo 6 incelendiğinde $F(1,553)=40,173$ değeri $p<,001$ değeri ve bağımlı değişkende varyansın %6,8 nin ($R^2=,068$) bağımsız değişken tarafından açıklandığı ortaya konmuştur.

Tablo 7. Çoklu Regresyon Analiz Bulguları

Bağımlı değişkenler	Bağımsız değişkenler	Stn. Beta Katsayısı	R ²	T	Sig.	Partial	VIF
Stokçuluk	Olasılık	,096	,14	1,481	,139	,063	2,690
	Endişe	,336		5,014	,000	,209	2,896
	Kontrol edilebilir	-,057		-1,108	,268	-,047	1,688

Tablo 7'ye göre deprem Risk Algısı Endişe, Olasılık ve Kontrol edilebilirlik boyutlarının Stokçuluk üzerindeki etkisini yordamak amacıyla çok değişkenli doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Çoklu doğrusallık testi için incelenen VİF değerinin 5 altında olduğu tespit edilerek, çoklu doğrusal bağıntı olmadığı varsayılmaktadır (Craney ve Surler, 2002). Analiz sonucunda anlamlı bir regresyon modeli $F(3, 551)=31,320$ Değeri $p<,001$ değeri ve bağımlı değişkende varyansın %14 nin ($R^2_{\text{düzeltilmiş}}=,14$) bağımsız değişkenler tarafından açıklandığı ortaya konmuştur. Buna göre Risk Algısı Kontrol edilebilirlik alt boyutu Stokçuluğu yordamamaktadır, $\beta =-,57$, $t(551)=-1,10$, $p>,001$, $pr2=,002$. Risk Algısı Endişe alt boyutu Stokçuluğu pozitif ve anlamlı bir şekilde yordamaktadır, $\beta =,34$, $t(551)=5,01$, $p<,001$, $pr2=,04$. Son olarak Risk Algısı Olasılık alt boyutu Stokçuluğu anlamlı bir şekilde yordamamaktadır, $\beta =,09$, $t(551)=1,96$, $p>0,01$, $pr2=,003$.

4. SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu araştırmanın amacı, kriz dönemlerinde tüketici risk algısının satın alma davranışını etkilediği varsayımından yola çıkarak ülkemizde 6 Şubat tarihinde yaşanan ve on ili etkisi altına alan büyük deprem felaketinin tüketici satın alma davranışını nasıl etkilediğini ortaya çıkarmaktır. Risk algısı ölçeği Kontrol edilebilirlik, Endişe ve Olasılık alt boyutları açısından yapılan betimsel istatistik değerleri incelendiğinde, en yüksek etki değerini kontrol edilebilirlik boyutu olduğu diğer iki boyutun bu orta değerini çok altında olduğu görülmektedir.

Ayrıca yapılan değişkenler arası korelasyon analizi sonucunda Ev Sağlamlık Kontrolü değişkeni ile Risk Algısı Olasılık, Endişe ve Kontrol edilebilirlik alt boyutları arasında pozitif bir ilişki olduğu görülmektedir. Özellikle Kontrol edilebilirlik boyutu ve Ev Sağlamlık Kontrolü arasındaki ilişkinin oldukça kuvvetli olduğu dikkat çekmektedir. Yer Değiştirme değişkeni ile Risk Algısı Olasılık, Endişe ve Kontrol edilebilirlik alt boyutları arasındaki korelasyon incelendiğinde ise yine pozitif bir ilişki olduğu görülmektedir. Burada Yer Değiştirme ve Endişe alt boyutu arasındaki korelasyonun diğerlerine göre daha kuvvetli olduğu ortaya konmuştur.

Risk Algısı alt boyutları Olasılık, Endişe ve Kontrol edilebilirlik ile Sigorta Satın Alma davranışı arasında pozitif bir ilişki olduğu görülmektedir. Özellikle Kontrol edilebilirlik alt boyutu ve Sigorta Satın Alma davranışı arasındaki pozitif korelasyonun diğer alt boyutlara göre çok daha kuvvetli olduğu saptanmıştır. Risk Algısı alt boyutları Olasılık, Endişe ve Kontrol edilebilirlik ile Stokçuluk davranışı arasındaki korelasyon ilişkileri incelendiğinde ise Sigorta Satın Alma davranışından daha zayıf ama yine de pozitif bir ilişki olduğu görülmektedir. Xu (2017) yılında yapmış olduğu çalışma sonucuna göre tahliye ve yer değiştirme davranışı ile Risk Algısı alt boyutlarından Olasılık ve Kontrol edilebilirlik boyutları arasında anlamlı bir ilişki var iken Endişe boyutu arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

Risk Algısı alt boyutlarının Sigorta Satın Alma istekliliği üzerinde etkisinin test edildiği hipotez sonucunda, Sigorta Satın Alma istekliliği varyansın %67 nin ($R^2_{\text{düzeltilmiş}}=,67$) Risk Algısı alt boyutları tarafından açıklandığı ortaya görülmüştür. Risk algısı Kontrol edilebilirlik ve Risk Algısı Endişe boyutlarının Sigorta Satın Alma davranışı üzerinde pozitif etkisi görülürken, Olasılık alt boyutu ile Sigorta Satın Alma davranışı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olmadığı ortaya çıkmıştır. Xu, (2018) yılında 241 hane halkı ile deprem Risk Algısının Sigorta Satın Alma İstekliliği üzerinde yapmış olduğu bir çalışma sonucunda Risk Algısı Olasılık ve Endişe boyutlarının Sigorta Satın Alma İstekliliğini anlamlı ve pozitif bir şekilde etkilediğini ortaya çıkarmıştır. Araştırmaya göre Risk Algısı Olasılık ve Endişede alt boyutlarındaki her bir birim artış, deprem afet Sigortası Satın Alma istekliliğinde sırasıyla 0,03 ve 0,04 faktörlük bir artışa karşılık gelmiştir.

Sonuç olarak, bu çalışma Dooley vd. (1992), Farley vd. (1993), Lindell ve Perry (2000), Showalter (1993) ve Xu vd. (2017) yapmış olduğu çalışmalardan farklı olarak Risk Algısı Olasılık boyutu ile Sigortası Satın Alma istekliliği arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığını ortaya çıkarmıştır. Bununla birlikte, çalışma sonucu Risk Algısı Olasılık boyutu ile sigorta satın alma istekliliği arasında anlamlı bir korelasyon bulmayan Lindell ve Perry (2000) ve Xu vd. (2018) yaptığı çalışma sonuçları ile benzerlik göstermektedir.

Yapılan araştırma sonucunda Risk Algısı alt boyutlarının Stokçuluk davranışı üzerindeki etkisinin ($R^2 =,14$) düşük derecede olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Risk Algısı Endişe boyutunun Stokçuluk davranışını pozitif yönde etkilediği, Kontrol edilebilirlik ve Olasılık alt boyutlarının ise stokçuluk üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Kawashima vd. tarafından yapılan 2012 yılında 5000 kişiye mail yoluyla gönderilen anket çalışması sonucuna göre cevap verenlerin %28'inin yiyecek ve içme suyu stoklama davranışında bulunduğunu göstermiştir. Ayrıca çalışma yapılan regresyon analizine göre risk algısının stoklama davranışını etkilediği görülmektedir.

Bu çalışma sonucunda risk algısının tüketici satın alma davranışlarını (stokçuluk, sigorta satın alma istekliliği) etkilediği görülmektedir. Pazarlama alanı temsilcilerinin ve hükümetlerin bu sonuçları dikkate alarak bu çapta büyük felaketlerin ekonomik sonuçları açısından gerekli önlemleri alması yönünde olumlu katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu önlemler; özellikle stokçuluk davranışını engelleyici ve korku, endişe gibi duyguların yarattığı risk algısını azaltıcı yönde olmalıdır. Bu durumda hızlı aksiyon alma, deprem gibi felaketlere karşı önceden planlanmış durumların kolay hayata geçirilmesi, gelişmiş modern bir sigortacılık sisteminin bulunması örnek olarak verilebilir. Pazarlamacılar açısından ise özellikle deprem felaketine açık bir bölgede faaliyet gösteriyorlarsa, tüm envanterlerini bu duruma karşı mümkün olduğu ölçüde hazır bulundurması tüketicide güven ortamı oluşturarak stokçuluk davranışını azaltabilir.

Sonraki çalışmalara öneri olarak, pazarlama alanında çalışan akademisyenlerin, risk algısı ve tüketici davranışlarını, başka örneklem düzeylerinde ve felaketlerin farklı zaman aralıklarında (öncesi, sonrası, uzun zaman aralığı) çalışmasının alinyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

EXTENDED SUMMARY

Introduction and Research Questions & Purpose:

While conducting this study, large-scale disaster periods were taken into account to examine consumer behavior (Great Turkey Earthquake) and it was carried out to determine the effect of consumers' risk perception on consumer behavior after the February 6 earthquake. The Great Turkey earthquake is one of the most devastating disasters of recent times, which affected ten provinces at the same time. In the aftermath of the disaster, both a humanitarian crisis and an economic collapse manifested themselves. It has been concluded that post-crisis consumer behaviors such as earthquakes are in line with similar crises experienced in the historical plane. For this reason, it is necessary to add value to academic studies and government planning for future shocks and crises and to help academics who want to analyze consumer behavior in crisis situations in the future. In terms of consumer behavior changes, the willingness to underlie consumer purchases and stockpiling are particularly emphasized. In this context, the relationship between risk perception, willingness to purchase insurance and stockpiling behaviors is discussed.

Literature Review:

Analyzing consumer behavior, understanding consumption habits, and predicting changes are essential for the marketing world. From weather changes to earthquakes, pandemics to hurricanes, changes in consumption habits (increase or decrease, change in risk perception, change in some purchasing tendencies (stockpiling, emotional consumption, etc.)) have been observed after all disasters that cause crises (Murray et al., 2010:512; Frank and Schvaneveldt, 2016:202; Kennett-Hensel et al., 2012:60; Novelli et al., 2018:85; Jamal and Budke, 2020:183). For this reason, it is important to examine the effects of natural disasters, which are known to increase economic effects and financial crises, such as price sensitivity, risk aversion, differentiation of consumer goods, planned or unplanned shopping behavior.

Slovic (1987) evaluated people's risk perceptions on the basis of controllability, anxiety, and probability. Risk perceptions are important in determining which of the activity alternatives individuals choose to reduce risk. For example, if a person has a low perception of risk in terms of a hazard, they do not take any counter-action to reduce that risk. Otherwise, it takes action and changes its behavior and wants to alleviate the perception of risk. When consumption is considered as a form of behavior, behavioral changes aimed at mitigating the perceived risk also affect purchasing behaviors. In this context, when we consider the perceived risk in three dimensions, Slovic (1987) can be an area of study in terms of dimensions, how people's purchasing behaviors such as buying insurance and stockpiling affect the earthquake disaster.

Methodology:

The dependent variables of the study can be expressed as insurance purchasing behavior, stockpiling behavior, and home soundness control and relocation behavior. The independent variables of the study can be expressed as risk perception with the dimensions of probability, concern and controllability. Questionnaire form was used as a data collection method in the study. The first part of the questionnaire, which consists of two parts, was used to measure the risk perception of the participants. The risk perception scale consists of three dimensions and 9 statements.

The data obtained from 555 participants by convenience sampling method were analyzed using multiple regression analysis. According to the data obtained, it was determined that the sub-dimensions of risk perception, controllability and concern significantly affected the insurance purchasing behavior, while the probability sub-dimension did not affect it statistically significantly. On the other hand, it has been revealed that the risk perception and anxiety sub-dimension significantly affect stockpiling behavior, while the controllability and probability sub-dimensions do not.

For this purpose, the hypotheses created within the scope of this study;

H1: There is a significant relationship between displacement behavior and risk perception.

H1_a: There is a significant relationship between displacement behavior and risk perception controllability dimension.

H1_b: There is a significant relationship between displacement behavior and risk perception anxiety dimension.

H1_c: There is a significant relationship between displacement behavior and the probability dimension of risk perception.

H2: There is a significant relationship between home soundness check behavior and risk perception.

H2_a: There is a significant relationship between home soundness control behavior and risk perception controllability dimension.

H2_b: There is a significant relationship between home soundness control behavior and risk perception anxiety dimension.

H2_c: There is a significant relationship between home soundness control behavior and the risk perception probability dimension.

H3: Earthquake risk perception has an effect on the willingness to purchase insurance.

H3_a: The controllability dimension of earthquake risk perception has an effect on the willingness to purchase insurance.

H3_b: Earthquake risk perception has an effect on the willingness to purchase insurance.

H3_c: The probability dimension of earthquake risk perception has an effect on the willingness to purchase insurance.

H4: Earthquake risk perception has an effect on stockpiling behavior.

H4_a: The controllability dimension of earthquake risk perception has an effect on stockpiling behavior.

H4_b: Earthquake risk perception has an effect on the stockpiling behavior.

H4_c: Earthquake risk perception probability dimension has an effect on stockpiling behavior.

Results and Conclusions:

As a result of this study, it is seen that risk perception affects consumer purchasing behaviors (stockpiling, willingness to buy insurance). It is thought that marketing representatives and governments will make a positive contribution to taking the necessary measures in terms of the economic consequences of major disasters of this scale by taking these results into account. These measures are; In particular, it should prevent stockpiling behavior and reduce the risk perception created by emotions such as fear and anxiety. In this case, quick action, easy implementation of pre-planned situations against disasters such as earthquakes, and the presence of an advanced modern insurance system can be given as examples. From the point of view of marketers, especially if they operate in a region prone to earthquake disasters, keeping all their inventories ready for this situation as much as possible can reduce stockpiling behavior by creating an environment of trust in the consumer.

KAYNAKÇA

- Aktan, C.C., & Şen, H. (2001). Ekonomik kriz: Nedenler ve çözüm önerileri. *Yeni Türkiye Dergisi*, 2(42), 1.
- Armaş, I. (2006). Earthquake risk perception in Bucharest, Romania. *Risk Analysis*, 26(5), 1223-1234.
- Arslan, A. (2009). Kriz yönetiminde liderlik. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, 18, 179-190.
- Ballantine, P.W., Zafar, S., & Parsons, A.G. (2014). Changes in retail shopping behaviour in the aftermath of an earthquake. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 24(1), 1-13.
- Becker, A.E., Hernandez, Y.G., Frucht, H., & Lucas, A.L. (2014). Pancreatic ductal adenocarcinoma: Risk factors, screening, and early detection. *World journal of gastroenterology: WJG*, 20(32), 11182.
- Craney, T.A., & Surles, J.G. (2002). Model-dependent variance inflation factor cutoff values. *Quality engineering*, 14(3), 391-403.
- Culver, K.A., Whetten, K., Boyd, D.L., & O'Donnell, K. (2015). Yoga to reduce trauma-related distress and emotional and behavioral difficulties among children living in orphanages in Haiti: A pilot study. *The Journal of Alternative and Complementary Medicine*, 21(9), 539-545.
- Darrat, A.A., Darrat, M.A., & Amyx, D. (2016). How impulse buying influences compulsive buying: The central role of consumer anxiety and escapism. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 31, 103-108.
- Değirmenci, Y., & İlter, İ. (2013). Coğrafya dersi öğretim programında doğal afetler. *Marmara Coğrafya Dergisi*,

(28), 276-303.

- Doğrul, Ü. (2012). Elektronik alışveriş davranışında faydacı ve hedonik güdülerin etkisi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4(1), 321-331.
- Dooley, D., Catalano, R., Mishra, S., & Serxner, S. (1992). Earthquake preparedness: Predictors in a Community Survey 1. *Journal of Applied Social Psychology*, 22(6), 451-470.
- Dowling, G.R., & Staelin, R. (1994). A model of perceived risk and intended risk-handling activity. *Journal of consumer research*, 21(1), 119-134.
- Dube, L.F., & Black, G.S. (2010). Impact of national traumatic events on consumer purchasing. *International journal of consumer studies*, 34(3), 333-338.
- Dutton, J.E. (1986). The processing of crisis and non-crisis strategic issues. *Journal of Management Studies*, 23(5), 501-517.
- Edwards, E.A. (1993). Development of a new scale for measuring compulsive buying behavior. *Financial counseling and planning*, 4(1), 67-84.
- Folkman, S., & Lazarus, R.S. (1985). If it changes it must be a process: Study of emotion and coping during three stages of a college examination. *Journal of personality and social psychology*, 48(1), 150.
- Frank, B., & Schvaneveldt, S.J. (2016). Understanding consumer reactions to product contamination risks after national disasters: The roles of knowledge, experience, and information sources. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 28, 199-208.
- Frank, B., & Schvaneveldt, S.J. (2016). Understanding consumer reactions to product contamination risks after national disasters: The roles of knowledge, experience, and information sources. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 28, 199-208.
- Galea, S., Ahern, J., Resnick, H., Kilpatrick, D., Bucuvalas, M., Gold, J., & Vlahov, D. (2002). Psychological sequelae of the September 11 terrorist attacks in New York City. *New England journal of medicine*, 346(13), 982-987.
- Gutnik, L.A., Hakimzada, A. F., Yoskowitz, N. A., & Patel, V.L. (2006). The role of emotion in decision-making: A cognitive neuroeconomic approach towards understanding sexual risk behavior. *Journal of biomedical informatics*, 39(6), 720-736.
- Hama, Y. (2001). Shopping as a coping behavior for stress. *Japanese Psychological Research*, 43(4), 218-224.
- Ho, M.C., Shaw, D., Lin, S., & Chiu, Y.C. (2008). How do disaster characteristics influence risk perception? *Risk Analysis: An International Journal*, 28(3), 635-643.
- Jamal, T., & Budke, C. (2020). Tourism in a world with pandemics: local-global responsibility and action. *Journal of tourism futures*, 6(2), 181-188.
- Jin, J., Wang, W., & Wang, X. (2016). Farmers' risk preferences and agricultural weather index insurance uptake in rural China. *International Journal of Disaster Risk Science*, 7, 366-373.
- Johnson, L., Becker, S.A., Estrada, V., & Freeman, A. (2014). *NMC horizon report: 2014 K* (pp. 1-52). The New Media Consortium.
- Karger, C. R., & Wiedemann, P.M. (1998). Kognitive und affektive Determinanten der intuitiven Bewertung von Umweltrisiken. *Cognitive and Affective Determinants of the Intuitive Evaluation of Environmental Risks*. Working paper.
- Keane, M., & Neal, T. (2021). Consumer panic in the COVID-19 pandemic. *Journal of econometrics*, 220(1), 86-105.
- Kennett-Hensel, P.A., Sneath, J.Z., & Lacey, R. (2012). Liminality and consumption in the aftermath of a natural disaster. *Journal of Consumer Marketing*, 29(1), 52-63.
- Kisala, P.A., Victorson, D., Pace, N., Heinemann, A.W., Choi, S.W., & Tulskey, D. S. (2015). Measuring psychological trauma after spinal cord injury: Development and psychometric characteristics of the SCI-QOL Psychological Trauma item bank and short form. *The journal of spinal cord medicine*, 38(3), 326-334.
- Li, H., Fan, C., Jia, J., Wang, S., & Hao, L. (2009). The public perception of risks and the management of emergency measures taken during unexpected calamities. *Management world*, 6(8).

- Lindell, M.K. (2013). Disaster studies. *Current Sociology*, 61(5-6), 797-825.
- Lindell, M.K., & Perry, R.W. (2000). Household adjustment to earthquake hazard: A review of research. *Environment and behavior*, 32(4), 461-501.
- Lindell, M.K., & Whitney, D.J. (2000). Correlates of household seismic hazard adjustment adoption. *Risk analysis*, 20(1), 13-26.
- Lo, A.Y. (2014). Negative income effect on perception of long-term environmental risk. *Ecological Economics*, 107, 51-58.
- Ma, Z., Zhou, W., Deng, X., & Xu, D. (2023). Community disaster resilience and risk perception in earthquake-stricken areas of China. *Disaster medicine and public health preparedness*, 17, e74.
- Murray, K.B., Finn, A., Leszczyc, P.P., & Muro, F.D. (2008). The effect of weather on consumer spending. *ACR North American Advances*.
- Novelli, M., Burgess, L.G., Jones, A., & Ritchie, B.W. (2018). 'No Ebola... still doomed'—The Ebola-induced tourism crisis. *Annals of Tourism Research*, 70, 76-87.
- Peng, L., Xu, D., & Wang, X. (2019). Vulnerability of rural household livelihood to climate variability and adaptive strategies in landslide-threatened western mountainous regions of the Three Gorges Reservoir Area, China. *Climate and Development*, 11(6), 469-484.
- Perry, R.W., & Lindell, M.K. (1990). Predicting long-term adjustment to volcano hazard. *International Journal of Mass Emergencies & Disasters*, 8(2), 117-136.
- Raaijmakers, R., Krywkow, J., & van der Veen, A. (2008). Flood risk perceptions and spatial multi-criteria analysis: an exploratory research for hazard mitigation. *Natural hazards*, 46, 307-322.
- Rook, D.W., & Gardner, M.P. (1993). In the mood: Impulse buying's affective antecedents. *Research in consumer behavior*, 6(7), 1-28.
- Sher, L. (2020). The impact of the COVID-19 pandemic on suicide rates. *QJM: An International Journal of Medicine*, 113(10), 707-712.
- Sigirci, A. (2017). Pain management in total knee arthroplasty by intraoperative local anesthetic application and one-shot femoral block. *Indian journal of orthopaedics*, 51, 280-285.
- Slovic, P. (1987). Perception of risk. *Science*, 236(4799), 280-285.
- Slovic, P., Finucane, M.L., Peters, E., & MacGregor, D.G. (2013). Risk as analysis and risk as feelings: Some thoughts about affect, reason, risk and rationality. In *The feeling of risk* (pp. 21-36). Routledge.
- Sobkow, A., Zaleskiewicz, T., Petrova, D., Garcia-Retamero, R., & Traczyk, J. (2020). Worry, risk perception, and controllability predict intentions toward COVID-19 preventive behaviors. *Frontiers in psychology*, 11, 582720.
- Solberg, C., Rossetto, T., & Joffe, H. (2010). The social psychology of seismic hazard adjustment: re-evaluating the international literature. *Natural hazards and earth system sciences*, 10(8), 1663-1677.
- Somer, E., & Ruvio, A. (2014). The going gets tough, so let's go shopping: on materialism, coping, and consumer behaviors under traumatic stress. *Journal of Loss and Trauma*, 19(5), 426-441.
- Spittal, M.J., McClure, J., Siegert, R. J., & Walkey, F. H. (2008). Predictors of two types of earthquake preparation: survival activities and mitigation activities. *Environment and Behavior*, 40(6), 798-817.
- Sun, Y., & Han, Z. (2018). Climate change risk perception in Taiwan: Correlation with individual and societal factors. *International journal of environmental research and public health*, 15(1), 91.
- Tabachnick, B.G., Fidell, L.S., & Ullman, J. B. (2013). *Using multivariate statistics* (Vol. 6, pp. 497-516). Boston, MA: Pearson.
- Sevtaç, Ü., & ERCİŞ, A. (2006). Tüketicilerin kişisel değerlerinin satın alma tarzları üzerindeki etkisi. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1), 23-48.
- Wei, H.L., & Lindell, M.K. (2017). Washington households' expected responses to lahar threat from Mt. Rainier. *International journal of disaster risk reduction*, 22, 77-94.
- Weinstein, N.D., Lyon, J.E., Rothman, A.J., & Cuite, C.L. (2000). Changes in perceived vulnerability following natural disaster. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 19(3), 372-395.

- Witte, K., & Allen, M. (2000). A meta-analysis of fear appeals: Implications for effective public health campaigns. *Health education & behavior*, 27(5), 591-615.
- Xu, D., Liu, Y., Deng, X., Qing, C., Zhuang, L., Yong, Z., & Huang, K. (2019). Earthquake disaster risk perception process model for rural households: A pilot study from southwestern China. *International journal of environmental research and public health*, 16(22), 4512.
- Xu, D., Peng, L., Liu, S., Su, C., Wang, X., & Chen, T. (2017). Influences of sense of place on farming households' relocation willingness in areas threatened by geological disasters: Evidence from China. *International Journal of Disaster Risk Science*, 8, 16-32.
- Xu, D., Peng, L., Su, C., Liu, S., Wang, X., & Chen, T. (2016). Influences of mass monitoring and mass prevention systems on peasant households' disaster risk perception in the landslide-threatened Three Gorges Reservoir area, China. *Habitat international*, 58, 23-33.
- Yanık, A. (2014). Yeni medya kullanımındaki akış deneyiminin risk algısı ve online turistik satın alma niyetine etkisi.
- Yuen, K.F., Wang, X., Ma, F., & Li, K.X. (2020). The psychological causes of panic buying following a health crisis. *International journal of environmental research and public health*, 17(10), 3513.