

Güvenin, Akışın ve Kritik Yoğunluğun Mobil Sosyal Ağ Uygulamaları Sürekli Kullanım Niyetine Etkisi

Görkem ERDOĞAN*

Öz

Mobil sosyal ağ uygulamaları, dünya çapında kullanıcı sayısında hızlı bir artışa tanık olmuştur. Diğer taraftan Türkiye’de mobil sosyal ağ uygulamalarının sürekli kullanım niyetleri öncüllerinin incelenmesi hakkındaki araştırmalara çok az ilgi gösterilmiştir. Bu nedenle, bu çalışmanın temel amacı, güven, akış deneyimi ve kritik yoğunluğu değişkenlerinin sürekli kullanım niyeti üzerindeki etkisini inceleyerek bu boşluğu doldurmaktır. Çalışmada anket yöntemiyle 424 katılımcıdan toplanan veriler analiz edilmiştir. Sonuçlar hem yaygınlığın hem de güvenin, kullanıcıların sürekli kullanım niyetlerini belirleyen akış deneyimlerini etkilediğini göstermektedir. Ayrıca araştırma bulguları, güven ve kritik yoğunluğun sürekli kullanım niyeti üzerinde önemli etkileri olduğunu göstermiştir. Bu çalışmanın sonuçları mobil sosyal ağ uygulamalarının yöneticilerine ve pazarlamacılarına kullanıcıların sürekli kullanım niyetini anlamak için güven, akış deneyimi ve kritik yoğunluk hakkında güçlü bilgiler sağlayabilmektedir.

Anahtar Sözcükler: Mobil Sosyal Ağ Uygulamaları, Sürekli Kullanım Niyeti, Akış.

* Dr. Öğr. Üyesi, Ankara Bilim Üniversitesi, İşletme Bölümü, ORCID: 0000-0002-2417-2718, gerdogan83@hotmail.com.

Erdoğan, G. (2023). Güvenin, Akışın ve Kritik Yoğunluğun Mobil Sosyal Ağ Uygulamaları Sürekli Kullanım Niyetine Etkisi, *Akademik Açı*, 3(2): 31-52. doi: 10.59597/akademikaci.1342819

The Effects of Trust, Flow, and Critical Mass on Continuous Usage Intention of Mobile Social Networking Applications

Görkem ERDOĞAN

Abstract

Mobile social networking applications have witnessed a swift rise in the number of users worldwide. Little attention has been paid to research on the antecedents of the continued use intentions of mobile social networking applications in Turkey. Therefore, the main aim of this study is to fill this gap by examining the effect of trust, flow experience, and critical mass variables on continuous usage intention. In the study, data collected from 424 participants by the questionnaire method were analyzed. The results show that both ubiquity and trust significantly affect users' flow experiences, which further determine their continuous usage intention. In addition, research findings show that trust and critical mass have significant effects on the continuous intention to use. The results of this study can provide managers and marketers of mobile social networking applications with powerful information about trust, flow experience, and critical mass to understand users' continuous usage intention.

Keywords: Mobile Social Networking Applications, Continuous Usage Intention, Flow.

Giriş

Son zamanlarda bilgisayar ve kablosuz ağ teknolojilerindeki hızlı gelişmelere bağlı olarak mobil iletişim sistemlerine olan ilgi artmıştır. 2021 yılında dünyada akıllı telefon kullanan insan sayısı, 2011 yılına göre altı kattan daha fazla artış göstererek 4,7 milyara ulaşmıştır (Statista, 2021). Mobil teknolojilerin her geçen gün popülaritesinin artması ve daha gelişmiş hale gelmesi ile birçok kişi, iletişim dışında eğlence temalı etkinlikleri için akıllı telefonlar gibi mobil cihazları kullanmaktadırlar (Hsieh vd., 2011). Mobil cihazların eğlence etkinliklerinde tercih edilmesi, mobil sosyal ağları insanların günlük hayatlarının vazgeçilmez bir parçası haline getirmiştir.

Sosyal uygulamalar, sosyal ağ oluşturmak ve paylaşmak için bir yöntem sunmaktadır (Lee ve Kim, 2020). Facebook, Youtube, Instagram gibi sosyal ağ hizmetleri, dünya çapında kullanıcı sayısında hızlı bir artışa tanık olmuştur. 2021 yılında sosyal uygulamalara üye olan 190 milyon yeni sosyal medya kullanıcısı ile 2022 yılında dünyada 4,74 milyar kişi sosyal medyaları kullanmaktadır (DataReportal, 2022). Ortak ilgi alanlarına sahip kişilerin kendileri hakkında bilgi göndererek iletişim kurmalarını sağlayan sosyal ağ hizmetlerine bireyler diz üstü bilgisayarları veya mobil cihazları sayesinde ulaşabilmektedir (Chinomona, 2013). Kişisel veya diz üstü bilgisayarlar aracılığıyla ulaşılan sosyal ağ hizmetleri ile karşılaştırıldığında, mobil sosyal ağ uygulamaları (MSAU) kullanıcılara her yerde bulunabilirlik, anında ulaşım ve kolaylık gibi bazı avantajları sağlayarak her zaman ve her yerde arkadaşlarıyla etkileşim kurmasını imkân vermektedir (Zhou vd., 2010). Bu

avantajlar, MSAU kullanan bireylerin sürekli kullanım niyetlerini teşvik etmeye neden olabilmektedir.

Facebook, Youtube, Instagram, Tiktok, Twitter gibi birçok platformdan oluşan MSAU arasında rekabet yoğun olmaktadır. Neredeyse bütün MSAU sağlayıcıları, kullanıcıların platformlarına olan sürekli kullanım niyetini sağlamak için kullanıcılara en başında ücretsiz hizmetler sunmaktadır. Ancak, MSAU kullanıcıların geçiş maliyetleri düşüktür ve bir platformdan diğerine çok kolay geçiş yapabilmektedirler. Bu yüzden kullanıcıların sürekli kullanım niyetlerinin oluşumu MSAU sağlayıcıları açısından önemli bir duruma gelmiştir.

Akış, kullanıcı davranışını daha da etkileyen en uygun deneyimi temsil etmektedir (Finneran ve Zhang, 2005). İlgi çekici bir deneyim olmadan kullanıcılar, MSAU'nun güvenliği sağlayabileceğine inansalar bile MSAU sürekli kullanım niyetleri konusunda isteksiz olabilmektedirler. Bu nedenle, MSAU kullanıcısının kullanım niyetini etkileyen faktörleri incelemek için güven ve akış deneyimini entegre etmek gerekmektedir. Diğer taraftan Türkiye'de MSAU'nun sürekli kullanma niyetinin öncüllerini araştıran araştırmalar büyük ölçüde ihmal edilmiştir, bu nedenle mevcut ampirik çalışmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Belirlenen bu literatür boşluklarına dayanarak, bu makalenin iki amacı bulunmaktadır. İlk olarak MSAU'nda deneyimlenen güven, akış ve kritik yoğunluk değişkenlerinin sürekli kullanım niyeti üzerindeki etkisini incelemektedir. İkinci olarak, makale, bu ilişkilerde kullanıcıların MSAU'na olan akışın aracılık rolünün ampirik bir araştırmasını sunmayı amaçlamaktadır.

Kavramsal Çerçeve

Mobil Sosyal Ağ Uygulamalarında Sürekli Kullanım Niyeti

Sosyal ağ hizmetleri kullanıcıların çevrimiçi sosyal ağlar oluşturmaya ve bu ağlardaki diğer kişilerle etkileşime girmesine izin veren popüler iletişim araçlarıdır (Subrahmanyam vd., 2008). MSAU, kullanıcıların kablosuz ağlar aracılığıyla ve genellikle konum tabanlı hizmetlerle sürekli olarak sosyal ağlarını oluşturmalarını ve bunlarla etkileşim kurmalarını sağlamak için akıllı telefonlar veya tabletler gibi mobil cihazlar için tasarlanmış yazılım uygulamalarıdır (Qin vd., 2018).

Chinomona (2013) mobil sosyal ağları kapsamında yaptığı çalışmada algılanan kullanılabilirliğin, algılanan kullanım kolaylığının ve güvenin kullanıcıların mobil sosyal yazılımı kullanma niyetleri üzerinde olumlu bir etkiye sahip olacağını ortaya çıkarmıştır. Lee ve Kim (2020) güven ve tatmin değişkenlerinden oluşan ilişki kalitesinin ve mobil sosyal uygulamaların kullanımına yönelik tutumun, mobil sosyal uygulamaları kullanmaya devam etme niyetini etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Qin vd. (2018) planlı davranış teorisini kullanarak yaptığı çalışmada MSAU'nı kullanma niyetini pozitif etkileyen öncüllerinin algılanan keyif, öznel norm, öz yeterlilik ve negatif etkileyen öncülünün algılanan risk olarak tespit etmiştir. Gao ve Bai (2014) bilgi sistemleri başarı modelini, ağ dışsallıklarını ve akış teorisini entegre ederek önerdikleri modelde mobil sosyal ağ hizmetlerinde akış, algılanan fayda ve tatmin değişkenlerinin devam etme niyetini belirlediğini ortaya çıkarmışlardır.

Akış

Akış, insanların tam bir katılımı hareket ettiklerinde hissettikleri bütünsel deneyimi temsil etmektedir (Csikszentmihalyi ve Csikszentmihalyi, 1988). Hoffman ve Novak (1996) akışı makine etkileşimi tarafından kolaylaştırılan kesintisiz bir yanıtlar dizisi, içsel keyif, öz bilinç kaybı ve kendini pekiştirme olmak üzere dört ana başlıkla karakterize edildiğini belirtmişlerdir. Akış halindeyken, insanlar etkinliklerine kendilerini kaptırırlar, öz bilinçlerini kaybederler ve çevrelerini kontrol altında hissederler (Csikszentmihalyi ve Lefeyre, 1989). Akışkan bir işlem, sürükleyici ve eğlenceli bir deneyim gibi akış elde etmek için kullanıcıların MSAU kullanma becerileri ile işlem zorluğu ve kayıt bilgilerinin ifşa edilmesiyle ilgili endişeler gibi zorlukları dengelemesi gerekmektedir (Gao ve Bai, 2014). Akışı temsil etmek için algılanan keyif, konsantrasyon ve algılanan kontrol en sık kullanılan boyutlardır (Finneran ve Zhang, 2005).

Zhou (2013) akış deneyiminin mobil TV'nin kullanıcı tarafından benimsenmesine etkisi amacıyla yaptığı çalışmada akış deneyiminin algılanan kullanılabilirliği ve kullanım niyetini etkilediğini ifade etmiştir. Geçiş çalışmalarında mobil bankacılıkta (Zhou, 2012) ve çevrimiçi alışveriş sitelerinde (Hausman ve Siekpe, 2019) akış ile kullanım niyeti arasındaki ilişkiyi tespit etmişlerdir. MSAU kapsamında Gao ve Bai (2014) çalışmaları sonucunda akışın sürekli kullanım niyetini etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Bu bilgiler ışığında aşağıdaki hipotez önerilmiştir:

H1: Akış, sürekli kullanım niyetini istatistiksel olarak anlamlı şekilde etkilemektedir.

Kritik Yoğunluk

Kritik yoğunluk, daha fazla büyüme yaratmak için gerekli olan bir sosyal sistemdeki bir yeniliği bireysel olarak benimseyenlerin sayısıdır (Rogers, 2003). Kritik yoğunluğa ulaşmak, kullanıcılara teknolojinin yaygın olarak kabul edildiği algısını verebilmekte, bu da teknolojiye olan güven veya teknolojiyi benimseme zorunluluğu hissi sağlamaktadır. Sosyal ağ hizmetleri kapsamında kritik yoğunluk algısı, diğer ağ üyeleriyle etkileşim yoluyla geliştirilir ve ağ faaliyetlerine ek kullanıcılar katıldıkça hızla güçlenmektedir (Chen vd., 2013).

Ku vd. (2013) kişisel bilgisayar tabanlı bir sosyal ağ hizmetlerinin kritik yoğunluğa ulaştığında, üyelerin onu kullanmaya devam etmeyi düşündüklerini belirtmiştir. Chen vd. (2012) kritik yoğunluğun Web 2.0 kullanıcılarının devam etme niyeti üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Normatif bağlılık değişkeninin aracı rolü ile algılanan kritik yoğunluğun sosyal ağ hizmetlerinde içerik oluşturma davranışlarını etkilediğini tespit etmiştir (Chen vd., 2013). Yen vd. (2019) MSAU kapsamında kritik yoğunluğunun sürekli kullanım niyetini etkilediği sonucuna varmışlardır. Literatürdeki bu çalışmalar ışığında aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H2: Kritik yoğunluk, sürekli kullanım niyetini istatistiksel olarak anlamlı şekilde etkilemektedir.

Güven

Güven, karşı tarafın gelecekteki davranışına ilişkin olumlu beklentilere dayalı olarak savunmasız bir konuma yerleştirilmeye istekliliği temsil etmektedir (Gefen vd., 2003). Kullanıcılar bir MSAU'na kaydolduklarında kişisel bilgilerini sisteme girmektedirler ve bu bilgiler MSAU hizmet sağlayıcıları tarafından daha sonra izinsiz kullanma, üçüncü taraflara satma gibi uygunsuz şekilde kullanılabilir. Kullanıcılar MSAU'nda algılanan riskleri ve belirsizlikleri hafifletmek için bir mobil hizmet sağlayıcısına güven duymaları gerekmektedir (Zhou vd., 2010). Hizmet sağlayıcıları kullanıcılara uzun vadeli ilişki geliştirme sürecinde riski azaltabilecek ve kullanıcıların sürekli davranışsal niyetlerini artırabileceği güveni oluşturmalıdır (Belanche vd., 2014).

Geçmiş çalışmalarda mobile sosyal ağ hizmetleri kapsamında (Zhou vd., 2010) ve mobil bankacılık kapsamında (Zhou, 2012) güven ile akış arasında anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Diğer taraftan mobil bankacılık (Zhou, 2012) ve mobile ödeme (Zhou, 2014) hakkında yapılan araştırmalarda güvenin davranışsal niyeti etkilediği ortaya konulmuştur. Bu bağlamda oluşturulan üçüncü ve dördüncü araştırma hipotezleri aşağıda sunulmuştur:

H3: Güven, akışı istatistiksel olarak anlamlı şekilde etkilemektedir.

H4: Güven, sürekli kullanım niyetini istatistiksel olarak anlamlı şekilde etkilemektedir.

Yaygınlık

Yaygınlık mobil terminaller ve ağların yardımıyla kullanıcıların her an her yerden MSAU'na erişebilmeleri anlamına gelmektedir. Yaygınlık, diz üstü ve masa üstü bilgisayar aracılığı ile girilen sosyal ağ hizmetlerine kıyasla MSAU'nun ana avantajı konumundadır (Zhou, 2012). MSAU, kullanıcıları mekânsal ve zamansal sınırlamalardan kurtararak diledikleri her yerde ve zamanda ilgili hizmetleri kullanma imkânı sağlamaktadır.

Bir cihazın mobil olması için küçük, hafif ve her zaman açık olma yeteneğine sahip olması gerekmektedir (Kim ve Ammeter, 2014). Cep telefonları bu gereksinimleri karşılamakta ve üzerlerinde yüklü olan MSAU gibi uygulamalar gittikleri her yerde kullanıcılar tarafından erişilebilmektedir.

Kullanıcıların mobil bankacılık hizmetlerini benimsemesini akış deneyimi perspektifinden inceleyen Zhou (2012), yaygınlığın akış üzerinde pozitif etkisi olduğu bulgusuna ulaşmıştır. Eğer MSAU sistemlerinin hizmetleri, uygun durumdaysa kullanıcılar faydalanabilmektedirler. Buna karşılık, kullanıcılar sıklıkla hizmetleri kullanamaz veya kesinti ile karşılaşır, deneyimleri olumsuz etkilenecektir. Bu durum sonucunda kullanıcılar zevk alamazlar ve MSAU üzerinde kontrol eksikliği hissedebilmektedirler. Bu bilgiler ışığında aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur:

H5: Yaygınlık, akışı istatistiksel olarak anlamlı şekilde etkilemektedir.

Metodoloji

Evren ve Örneklem

Araştırma evrenini 18 yaşından büyük olup Ankara'da yaşayan, daha önce MSAU deneyimi yaşamış bireyler oluşturmaktadır. Araştırma analizleri için anket uygulaması yapılırken evrenin tamamına ulaşmanın getirdiği zaman ve maliyet unsurları sebebiyle kolayda örnekleme yöntemi uygulanmıştır. Dağıtılan toplam 450 anketten, eksik ya da yanlış yanıtlanan 26 anket sonucu çıkarıldıktan sonra son veri analizi için yüzde 94,2'lik bir yanıt oranını temsil eden 424 kullanılabilir anket alınmıştır. Kline (2011) örneklem büyüklüğünün araştırma modelinde kullanılan madde sayısının 10 katı kadar olması gerektiğini ifade etmiştir. Bu öneriden yola çıkılarak araştırmanın örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu değerlendirilmektedir.

Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yönteminden faydalanılmıştır. Araştırmada kullanılan anket iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik özelliklere ilişkin sorular yer almaktadır. İkinci bölümde ise MSAU hizmetleri hakkında yaygınlık, akış, kritik yoğunluk, güven ve sürekli kullanım niyeti değişkenlerine yönelik sorular katılımcılara 7'li-Likert tipi derecelendirme şeklinde yöneltilmiştir.

Yaygınlık ölçeği için Lee (2005), akış ölçeği için Lee vd. (2007), güven ölçeği için Gefen (2002), kritik yoğunluk ölçeği için Yen vd. (2019) ve sürekli kullanım niyeti ölçeği için Bhattacharjee (2011) çalışmasından yararlanılmıştır.

Verilerin Analizi

Katılımcılardan elde anket verilerin analizleri, IBM SPSS 26 paket programı ile AMOS 24 paket programı ile yapılmıştır. IBM SPSS programı, keşfedici faktör analizi ve diğer istatistiki analizlerin hesaplamasında kullanılırken, AMOS paket programı doğrulayıcı faktör analizi ile hipotezlerin testi için kullanılmıştır.

Bulgular

Ankara’da yaşayan ve geçmişte MSAU’nu kullanmış katılımcıların demografik yapılarına ait bulgular incelendiğinde katılımcıların %52,30’unun (n=226) kadın, %46,70’inin (n=198) ise erkek olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaş aralıkları incelendiğinde %23,11’in (n=98) 18-30, %31,13’ün (n=132) 31-43, %19,58’sinin 44-56, %15,33’ünün (n=65) 57-69 ve %10,85’inin (n=46) 70 ve üstü olduğu belirlenmiştir. MSAU’nu kullanım sıklığı açısından, kullanıcıların yüzde 8,02’si (n=34) haftada bir ila beş kez, yüzde 4,48’i (n=19) altı ila on kez, yüzde 40,09’u (n=170) 11-15 kez ve yüzde 47,41’i (n=201) 15’in üzerinde kullandığı tespit edilmiştir. Katılımcıların en çok tercih ettiği mobil sosyal ağ uygulamasına ilişkin dağılıma bakıldığında; katılımcıların %14,39’ı (n=61) Facebook’u, %23,82’sinin (n=101) Instagram’ı, %23,35’inin (n=99)

YouTube'ı, %16,04'nün (n=68) Tiktok'u, %12,54'ünün (n=54) Twitter'ı ve %9,67'nin diğer uygulamaları tercih ettiği belirlenmiştir.

Doğrulayıcı faktör analizinde ilk olarak model uyum indeks değerleri incelenmiştir (CMIN=107,274; CMIN/DF=1,341; GFI=0,967; AGFI= 0,950; CFI=0,994; NFI=0,977; RMSEA=0,028). Araştırma sonucu tespit edilen uyum indeksleri değerleri ile Schermelleh-Engel vd. (2003) çalışmasındaki tavsiye edilen değerler karşılaştırıldığında, model uyum indekslerinin uygun olduğu değerlendirilmektedir. Her bir gizli yapının güvenilirliğini değerlendirmek için Cronbach Alpha ve bileşik güvenilirlik (CR) kullanılmıştır (Bagozzi & Yi, 1988). Tablo 1'e bakıldığında her ölçek için Cronbach's Alpha ve CR değerlerinin tavsiye edilen 0,7 değerinin aştığı görülmektedir (Hair vd., 1998; Nunnally ve Bernstein, 1994). Tüm faktörler için standardize regresyon katsayıları 0,50 değerini aşmakta ve $p=0,000$ seviyesinde anlamlıdır (Hair vd., 1992). Tablo 1'e göre her ölçeklerin AVE değerlerinin 0,824-0,508 arasında olduğu görülmekte ve Fornell ve Larcker (1981) çalışmasında tavsiye edilen 0,5 değerinden yüksektir. Bu değerlerden yola çıkılarak ölçeklerin yakınsak (convergent) geçerliliği sağladığı sonucuna varılmıştır. Ayırt edici (discriminant) geçerlilik için Fornell ve Larcker (1981) AVE değerinin karekökü ve faktörler arası korelasyon karşılaştırması kriterine bakılmış ve Tablo 1'de görüldüğü üzere ölçeklerin ayırt edici geçerliliğini de sağlanmıştır.

Tablo 1: Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

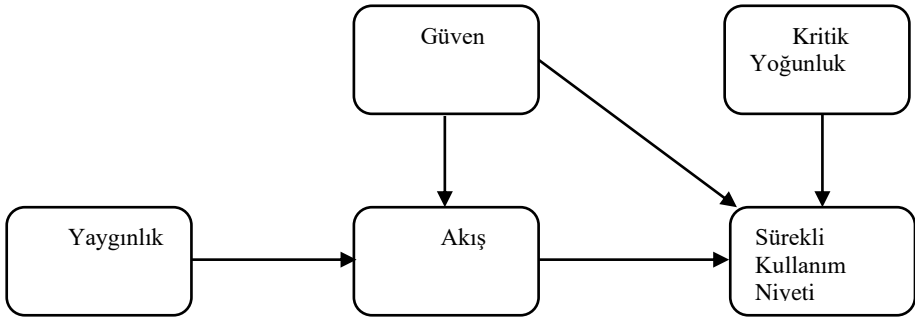
Ölçek	Cronbach Alpha	CR	AVE	Ayırt Edici Geçerlilik				
				YAY	GÜV	AKI	KYO	SKN

YAY	0,846	0,849	0,653	0,808				
GÜV	0,786	0,803	0,584	0,249	0,764			
AKI	0,931	0,933	0,824	0,153	0,229	0,908		
KYO	0,755	0,755	0,508	0,164	0,212	0,088	0,713	
SKN	0,943	0,939	0,837	0,369	0,362	0,288	0,328	0,915

Not: Koyu yazılar, AVE karekökü değerlerini göstermektedir.

YAY=Yaygınlık, GÜV=Güven, AKI=Akış, KYO=Kritik yoğunluk, SKN=Sürekli kullanım niyeti

Tüm uyum indeksleri tavsiye edilen limitler arasındadır, bu nedenle yapısal modelin istatistiksel olarak uygun ve hipotez testi için geçerli olduğuna karar verebilmektedir (CMIN=135,669; CMIN/DF=1,655; $p=0,000$; GFI=0,959; AGFI= 0,940; CFI=0,988; NFI=0,970; RMSEA=0,039). Şekil 1'den yola çıkılarak araştırmada sunulan tüm hipotezler desteklenmiştir.



Şekil 1: Hipotez Sonuçları

Not: * $p<0,05$; ** $p<0,01$; *** $p<0,0001$

Sonuç ve Tartışma

Araştırma kapsamında MSAU kullanıcıların sürekli kullanım niyetlerini etkileyen faktörler incelenmiştir. Literatürde de yer aldığı üzere (Hausman ve Siekpe, 2019; Gao ve Bai, 2014), analizler sonucunda sunulan ilk hipotez olan akış ile sürekli kullanım niyeti arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu elde edilmiştir. SMAU'nu kullanırken çok zevk alan ve tüm dikkati aktiviteye odaklanan kullanıcılar, gelecekte bu sosyal mobil uygulamayı kullanmaya devam etmeyi planlayacaklardır.

Analizler sonucunda MSAU kapsamında kritik yoğunluğun sürekli kullanım niyetini pozitif olarak etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır ve yapılan benzer çalışmalarda (Chen vd., 2013; Yen vd., 2019) da kritik yoğunluk ile sürekli kullanım niyeti arasında ilişkiler tespit edilmiştir. Kullanıcıların iletişim kurdukları birçok kişinin MSAU kullanması, kullanıcıların sürekli kullanım niyeti düzeyini arttıracaktır. Kullanıcıların MSAU'nu kullanarak iletişim kurdukları kişilerin gelecekte bu MSAU'nu kullanmaya devam edecek düşüncesi, onların bu sosyal ağ uygulamasını günlük hayatlarında her zaman kullanmaya çalışmalarına neden olmaktadır.

Güven, akış üzerinde önemli bir etkiye sahiptir ve aynı şekilde güven sürekli kullanım niyetini belirlemektedir. Çalışma sonucunda desteklenen bu iki hipotez Zhou (2012), Zhou vd. (2010) ve Zhou (2014) çalışmaları ile paralellik göstermiştir. MSAU'nun görevlerini yerine getirmek için gerekli bilgi ve yeteneğe sahip olması, kullanıcıların bu mobil uygulamayı kullanırken dikkatlerinin uygulamanın içeriklerine odaklanmasına ve kontrolün onlarda olduğunu hissetmesine neden olmaktadır. Ayrıca MSAU

kullanıcılara verdiği sözleri tuttuğu zaman, kullanıcıların sürekli kullanım niyet düzeylerinin arttığı görülmüştür.

Araştırmada geliştirilen son hipotez olan yaygınlık ile akış ilişkisi desteklenmiş ve MSAU kapsamında yaygınlığın akış üzerinde pozitif yönlü etkinin varlığı tespit edilmiştir. Bu bulgu, Zhou (2012) çalışmasının sonuçları ile örtüşmektedir. MSAU'nu her yerden ve her an kullanma imkanına sahip bireyler, uygulamayı kullanırken keyif almakta ve kontrolün kendilerinde olduğunu hissetmektedirler.

Araştırma sonuçlarının, literatür için önemli etkileri vardır. Türkiye'de MSAU kapsamında sürekli kullanım niyeti öncüllerini incelemeye yönelik çalışmalar eksik olduğundan, araştırma sonuçları MSAU araştırmalarına önemli bilgiler vermektedir. Araştırma, MSAU benimsenme sonrası kullanımına odaklanarak literatürdeki boşluğu doldurmaya çalışmaktadır. Sosyal ağ hizmetlerinde kullanıcıların sürekli niyetiyle ilgili önceki çalışmalar kalite (Lin vd., 2014), sürekli kullanım için tatminler (Han vd., 2015) ve alıcı niyetindeki tatmin (Zhou vd., 2012) hakkındaki değişkenleri içermektedir. Bu çalışma, yaygınlık, güven, akış, kritik yoğunluk ve sürekli kullanım niyetini içeren bütünleşmiş bir model önermektedir. Yaygınlığın kullanıcıların MSAU niyetleri üzerindeki etkileri tam olarak incelenmemiştir. Sonuçlar, yaygınlığın, akış yoluyla MSAU kullanıcısının sürekli kullanım niyetini etkilediğini göstermektedir. Ayrıca MSAU kullanıcılarının akış deneyimine ilişkin araştırmalar çok sınırlı olmuştur. Sonuçlar, deneyim olarak akışın sürekli kullanım niyeti üzerinde bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

Çalışma sonunda elde edilen bulgular, MSAU hizmet sağlayıcılarına kullanıcı sürekli kullanım niyeti oluşturma açısından önem teşkil etmektedir. Sonuçlar güveni, akış deneyimini ve kritik yoğunluğu kullanıcıların MSAU sürekli niyetini teşvik ederken dikkate almaları gerektiğini ima etmektedir. İlk olarak, işletmeler kullanıcı güveni oluşturmaya büyük önem vermelidirler. MSAU kullanımıyla ilişkili belirsizlik ve potansiyel risk nedeniyle, kullanıcıların güvenini oluşturmak, akış deneyimi ve sürekli kullanım davranışları için kritik öneme sahiptir. İkinci olarak, işletmeler müşterilerin akış deneyimini en üst düzeye çıkarmak için çaba gösterebilirler. Örneğin, hizmet sağlayıcıları, kullanımı zevkli ve kontrolün kullanıcıda olduğunu hissettiren uygulama tasarlamak için kullanımı kolay uygulamalar oluşturmalı ve uygulamanın işlevlerini zenginleştirmelidir, bu sayede MSAU’nda kullanıcı dostu bir tasarım sunabilmektedir. Üçüncü olarak, kullanıcıların MSAU’nda kullanıcı sayısının artmaya devam edeceğini algıladıklarında, gelecek kazanımları hakkındaki beklentilerinde daha emin olurlar. Bu nedenle, MSAU uygulama geliştiricilerinin, MSAU uygulamalarını kullanarak kimlerin çevrimiçi olduğunu kontrol ederek kritik yoğunluğa ulaşmaya çalışmalıdır.

Bu çalışmanın örneklemini Ankara’da yaşayan bireyler oluşturduğu için gelecekteki çalışmalar, farklı örneklemeler kullanarak bulguları doğrulayabilirler. Ayrıca gelecek çalışmalar algılanan kullanılabilirlik, kullanım kolaylığı, ilişki kalitesi veya tutum gibi diğer değişkenlerin MSAU’nda sürekli kullanım niyeti üzerindeki etkilerini inceleyebilirler.

Kaynakça

Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the academy of marketing science*, 16(1), 74-94.

Belanche, D., Casaló, L. V., Flavián, C., & Schepers, J. (2014). Trust transfer in the continued usage of public e-services. *Information & Management*, 51(6), 627-640.

Bhattacharjee, A. (2001). Understanding information systems continuance: An expectation-confirmation model. *MIS quarterly*, 25(3), 351-370.

Chen, A., Lu, Y., Wang, B., Zhao, L., & Li, M. (2013). What drives content creation behavior on SNSs? A commitment perspective. *Journal of Business Research*, 66(12), 2529-2535.

Chen, S. C., Yen, D. C., & Hwang, M. I. (2012). Factors influencing the continuance intention to the usage of Web 2.0: An empirical study. *Computers in Human Behavior*, 28(3), 933-941.

Chinomona, R. (2013). The influence of perceived ease of use and perceived usefulness on trust and intention to use mobile social software: technology and innovation. *African Journal for Physical Health Education, Recreation and Dance*, 19(2), 258-273.

Csikszentmihalyi, M. and Csikszentmihalyi, I.S. (1988), *Optimal Experience: Psychological Studies of Flow in Consciousness*, Cambridge University Press, Cambridge.

Csikszentmihalyi, M. and Lefeyre, J. (1989). Optimal experience in work and leisure, *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 56 No. 5, pp. 815-822

DataReportal, (2022). Global Social Media Statistics. <https://datareportal.com/social-media-users>.

Finneran, C. M., & Zhang, P. (2005). Flow in computer-mediated environments: Promises and challenges. *Communications of the association for information systems*, 15(1), 4.

Fornell, C. and Larcker, D.F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.

Gao, L., & Bai, X. (2014). An empirical study on continuance intention of mobile social networking services: Integrating the IS success model, network externalities and flow theory. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.

Gefen, D. (2002). Customer loyalty in e-commerce. *Journal of the association for information systems*, 3(1), 2.

Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS quarterly*, 51-90.

Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., & Black, W. (1992). *Multivariate data analysis with readings*. New York, NY: Macmillan.

Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate data analysis*. New York, NY: Macmillan.

Han, S., Min, J., & Lee, H. (2015). Antecedents of social presence and gratification of social connection needs in SNS: a study of Twitter users and their mobile and non-mobile usage. *International Journal of Information Management*, 35(4), 459-471.

Hausman, A. V., & Siekpe, J. S. (2009). The effect of web interface features on consumer online purchase intentions. *Journal of business research*, 62(1), 5-13.

Hoffman, D. L., & Novak, T. P. (1996). Marketing in hypermedia computer-mediated environments: Conceptual foundations. *Journal of marketing*, 60(3), 50-68.

Hsieh, S. W., Jang, Y. R., Hwang, G. J., & Chen, N. S. (2011). Effects of teaching and learning styles on students' reflection levels for ubiquitous learning. *Computers & education*, 57(1), 1194-1201.

Kim, D., & Ammeter, T. (2014). Predicting personal information system adoption using an integrated diffusion model. *Information & Management*, 51(4), 451-464.

Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling*. New York: The Guilford Press.

Ku, Y. C., Chen, R., & Zhang, H. (2013). Why do users continue using social networking sites? An exploratory study of members in the United States and Taiwan. *Information & Management*, 50(7), 571-581.

Lee, T. (2005). The impact of perceptions of interactivity on customer trust and transaction intentions in mobile commerce. *Journal of Electronic Commerce Research*, 6(3), 165-180.

Lee, K. C., Kang, I., & McKnight, D. H. (2007). Transfer from offline trust to key online perceptions: an empirical study. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 54(4), 729-741.

Lee, S., & Kim, B. G. (2020). The impact of individual motivations and social capital on the continuous usage intention of mobile social apps. *Sustainability*, 12(20), 8364.

Lin, H., Fan, W., & Chau, P. Y. (2014). Determinants of users' continuance of social networking sites: A self-regulation perspective. *Information & Management*, 51(5), 595-603.

Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory*. New York, NY: McGraw-Hill.

Qin, L., Kim, Y., & Tan, X. (2018). Understanding the intention of using mobile social networking apps across cultures. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 34(12), 1183-1193.

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). New York, NY: The Free Press.

Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., & Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of psychological research online*, 8(2), 23-74.

Statista, (2021). Forecast of the number of smartphone users in the World from 2010 to 2025. <https://www.statista.com/forecasts/1143723/smartphone-users-in-the-world>.

Subrahmanyam, K., Reich, S. M., Waechter, N., & Espinoza, G. (2008). Online and offline social networks: Use of social networking sites by emerging adults. *Journal of applied developmental psychology*, 29(6), 420-433.

Yen, W. C., Lin, H. H., Wang, Y. S., Shih, Y. W., & Cheng, K. H. (2019). Factors affecting users' continuance intention of mobile social network service. *The Service Industries Journal*, 39(13-14), 983-1003.

Zhou, T. (2012). Examining mobile banking user adoption from the perspectives of trust and flow experience. *Information Technology and Management*, 13(1), 27-37.

Zhou, T. (2013). The effect of flow experience on user adoption of mobile TV. *Behaviour & Information Technology*, 32(3), 263-272.

Zhou, T., Li, H., & Liu, Y. (2010). The effect of flow experience on mobile SNS users' loyalty. *Industrial Management & Data Systems*.

Zhou, T. (2014). Understanding the determinants of mobile payment continuance usage. *Industrial Management & Data Systems*, 114(6), 936-948.

Zhou, Z., Fang, Y., Vogel, D. R., Jin, X. L., & Zhang, X. (2012). Attracted to or locked in? Predicting continuance intention in social virtual world services. *Journal of management information systems*, 29(1), 273-306.

