

Aşırı alışveriş davranışını anlamak: Sınıflandırma ve ölçme üzerine bir gözden geçirme

Zeynep Akyüz¹ , Adviye Esin Yılmaz² 

Anahtar kelimeler

alışveriş, kompulsif satın alma, bağımlılık, ölçme, sınıflandırma

Keywords

shopping, compulsive buying, addiction, measurement, classification

Öz

Aşırı satın alma davranışı geçmişte daha çok tüketici araştırmalarında ele alınsa da, günümüzde psikolojik bir sorun olarak kabul görmektedir. Önceleri tüketici araştırmaları arasında daha çok yer bulan aşırı alışveriş davranışının psikolojik bir sorun olarak nasıl isimlendirileceği ve hangi sınıflandırma içinde yer alacağı konusuna dair tartışmalar alanyazında devam etmektedir. Bu sorunun bir dürtü kontrol bozukluğu, Obsesif Kompulsif Bozukluk (OKB) ve ilişkili bozukluklar ya da davranışsal bir bağımlılık olarak ele alınması seçenekler arasındadır. Geçmişte çeşitli isimlerle anılan bu sorun günümüzde alanyazında daha çok kompulsif satın alma ve alışveriş bağımlılığı olarak yer bulmaktadır. Fikir birliği olmayan diğer bir konu ise bu davranışın nasıl ölçüleceğidir. Sorunun hangi bağlamda ele alındığına bağlı olarak ölçüm aracının davranışın hangi boyutlarını ele aldığı da değişmektedir. Bu gözden geçirme çalışmasının amacı aşırı satın alma davranışının sınıflandırması, ölçümü ve ele alındığı bağlama göre geliştirilen ölçüm araçlarının özelliklerini incelemektir. Böylece klinikte ve satın alma davranışı araştırmalarında hangi ölçüm aracının tercih edilebileceğine ve buna bağlı olarak tedavi planının nasıl şekilleneceğine dair bir bakış sağlanmış olacaktır. Sonuç olarak aşırı satın alma davranışının doğasının ve hangi bağlamda gerçekleştiğinin ayrıntılı değerlendirilmesi gerektiği ve davranışın farklı bağlamlara göre farklı sınıflamalar içinde yer alabileceği söylenebilir.

Abstract

Understanding excessive shopping behavior: A review of classification and measurement

Although over-purchasing behavior was mostly addressed in consumer research in the past, nowadays it has been considered a psychological problem. Debates have still continued on how to name excessive shopping behavior, which was previously more prominent among consumer research, as a psychological problem and in which classification it should be included in. The possible options can be impulse control disorder, obsessive-compulsive disorder and associated disorders, or a behavioral addiction. This problem that has been stated with various names in the past, is now more commonly referred to as compulsive buying and shopping addiction. Another non-consensual issue is how to measure this behavior. Depending on the context in which the problem is handled, the dimensions of the behavior that the measurement instruments consider will change. The aim of this review was to examine the classification, measurement, and characteristics of measurement instruments developed according to the context in which over-purchasing behavior is addressed. Thus, an overview will be provided on which measurement instruments can be preferred in the clinic and purchasing behavior research, and how the treatment plan will be developed accordingly. Consequently, it can be stated that the nature of over-purchasing behavior and in what context it occurs should be evaluated in detail, and the behavior can be included in different classifications according to different contexts.

Atıf için: Akyüz, Z. ve Yılmaz, A. E. (2023). Aşırı alışveriş davranışını anlamak: Sınıflandırma ve ölçme üzerine bir gözden geçirme. *Klinik Psikoloji Dergisi*, 7(3), 428-447.

✉ **Zeynep Akyüz** · zeynep.akyuz@omu.edu.tr | ¹Arş. Gör., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Psikoloji Bölümü, 55200 Atakum, Samsun, Türkiye; ²Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Psikoloji Bölümü, İzmir, Türkiye.

Geliş: 15.03.2022 **Düzeltilme:** 05.06.2022 **Kabul:** 18.06.2022



Alanyazında aşırı satın alma davranışını tanımlamak için kompulsif satın alma/alışveriş, satın alma manisi, kompulsif tüketim, dürtüsel satın alma, kontrol edilemeyen satın alma, satın alma bağımlılığı gibi terimler kullanılırken, bu davranışı sergileyen bireyler için de alışverişkolikler (shopaholizm) ve harcamakolikler (spendaholizm) gibi kavramlar kullanılmıştır (Lejoyeux ve ark., 1996; McElroy ve ark., 1994). Satın alma ve alışveriş ile zihnin meşgul olması, sık satın alma epizodları ya da karşı konulmaz ve anlamsız bir şekilde güçlü satın alma dürtüsü olarak tanımlanmaktadır (Müller ve ark., 2015a). Dittmar (2004) ise bu sorun için karşı konulmaz dürtü, kontrol kaybı ve olumsuz sonuçlara rağmen devam etme şeklinde üç temel özellikten bahsetmektedir. Bu davranış kişilerde suçluluğa ve sosyal, ailevi, psikolojik, mesleki ve maddi problemlere yol açabilmektedir (Black, 2007; Christenson ve ark., 1994; McElroy ve ark., 1994). Üniversite öğrencileriyle yapılan bir çalışmada kompulsif satın alma davranışına sahip öğrencilerin anlamlı olarak daha yüksek sıklıkta psikiyatrik eş tanıya, daha düşük not ortalamalarına, artan strese ve daha zayıf fiziksel sağlığa sahip oldukları bulunmuştur (Harvanko ve ark., 2013).

Alanyazında çoğunlukla zorlantılı satın alma ya da alışveriş bağımlılığı olarak anılan bu davranış örüntüsünün yaygınlığı tam olarak bilinmemekle beraber, veriler Avrupa'da (Avusturya, Danimarka ve Almanya) son yıllarda kompulsif satın alma davranışının yetişkin popülasyonda arttığını göstermektedir (Raab ve ark., 2012). Polonya'da yapılan son araştırmalara göre, kompulsif alıcıların en yüksek yüzdesi 18-35 yaş grubunda bulunurken, en düşük oran 58 yaş ve üzeri kişilerde belirlenmiştir (Adamczyk ve ark., 2020).

Kredi kartı kullanımının artması, çevrimiçi satın alma imkânlarına birçok kişinin ulaşabilir olması ve borçlanma kültürü satın alma davranışında artışa neden olabilmektedir. (Kellett ve Bolton, 2009). Akıllı telefon kullanımının yaygınlaşmasının ve kablolu ağlar aracılığı ile internete kolay ulaşabilmenin de çevrimiçi alışveriş davranışını arttırdığı düşünülmektedir (Tang ve ark., 2014). İnternet aracılığı ile alışverişe kolay erişim, aşırı satın almanın olumsuz sonuçlarını beslemektedir. Çevrimiçi alışveriş için önemli miktarda zaman harcamak, bireylerin çevrimdışı kişilerarası etkileşimlere katılımlarını azaltmalarının yolunu açabilmekte veya bireylerin satın alma sonrası suçluluk yaşamasına neden olabilmektedir (Tian ve ark., 2018).

Dünya genelinde, internet üzerinden perakende satışlar yıllar içinde artmaktadır ve 2021 yılı sonunda satışların %17.5'inin internet üzerinden olması beklenmiştir (Statista, 2021). 2021 yılı sonunda bu oran %19.5 olarak beklentilerin üzerinde çıkmıştır. 2024 yılı için beklenti oranı ise %21.8'dir (Statista, 2022). Ülkemizde de kredi kartı kullanım sayısı yıllar içinde artış göstermektedir (Bankalararası Kart Merkezi,

2021). Bunun çevrimiçi alışverişe yansıdığı da görülmektedir. 16-74 yaş grubundaki bireylerin internet üzerinden özel kullanım amacıyla mal veya hizmet siparişi verme ya da satın alan oranı 2020 yılında %36.5 iken, 2021 yılı Ağustos ayında bu oran %44.3 olarak gözlenmiştir (Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK], 2021).

Satın alma davranışı zaman zaman durumsal olarak da artış gösterebilir. Doğal afetler ve Covid-19 pandemisi gibi küresel afetlerde satın alma davranışının artması ve stokçuluk gözlenen bir davranıştır. Mart 2020 tarihinden beri yaşadığımız COVID-19 pandemisinin (Dünya Sağlık Örgütü, 2020) yaşamın birçok alanında etkili olduğu gibi satın alma davranışımızı da etkilemesi kaçınılmaz olmuştur. Artan belirsizliğin korku, kaygı ve panik uyandırması ve Dünya'nın pek çok yerinde bireylerin marketler ve çevrimiçi alışveriş yoluyla başta gıda olmak üzere birçok ürünü evde stokladıklarına dair haberlerin hem sosyal medya hem de formal haber platformlarında gündem haline gelmesi bu eğilimin oluşmasında rol oynamaktadır. 2003 yılında Çin'de ortaya çıkan SARS virüsü (Ding, 2009), 2011 yılında Japonya'daki Tōhoku tsunamisi ve depreminde de benzer bir davranış örüntüsü ortaya çıkmıştır. Japonya'da süpermarket barkodu verileri kullanılan bir çalışmada satın alma oranı oldukça artmışken, arz sıkıntısı olan belirli ürünler yerine genel bir satın alma eğilimi olduğu bulunmuştur (Hori ve Iwamoto, 2014). Birleşik Krallık ($N = 2025$) ve İrlanda'da ($N = 1041$) Covid-19 vakalarının tespit edilmesinden kısa bir süre sonra yapılan bir çalışmada ise satın alma davranışının örneklemin dörtte üçünde minimal düzeyde, dörtte birinde ise önemli düzeyde arttığı ve her iki ülkede de çok çeşitli ürün kategorilerinin satın alındığı tespit edilmiştir (Bentall ve ark., 2021).

Satın alma davranışı psikoloji ve psikiyatri gibi ruh sağlığı ile ilgili alanların dışında, ekonomi, işletme, halkla ilişkiler gibi diğer bilim dallarında da geniş yer bulmaktadır. Araştırmaların genellikle iki eksenle ilerlediğini söylemek mümkündür. Tüketici araştırmaları alanında satın alma davranışının sıklığı, belirleyicileri ve artışı/azalışına dair çalışmalar yer almaktadır. Satın alma araştırmalarının diğer eksenine ise yukarıda da bahsedildiği gibi psikoloji ve psikiyatri araştırmaları olarak tanımlanabilir (Müller ve ark., 2015b).

Aşırı satın alma davranışıyla ilgili görgül araştırma sayısı giderek artarken, klinik uygulamalarda bu bozukluk oldukça ihmal ediliyor görünmektedir (Mueller ve ark., 2010). Bu tablonun henüz ayrı bir psikiyatrik tanı olarak kabul görmemesi uygulama eğilimlerine önemli ölçüde katkıda bulunuyor olsa da satın alma davranışının bağımlılık gibi psikiyatrik bir sorun olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceğini ya da bu durumun başka psikiyatrik tanının sonucu olup olmadığını anlamak, doğru müdahale yaklaşımlarının geliştirilmesi açısından oldukça önemlidir.

Bu gözden geçirme çalışmasında satın alma davranışı önce tüketim araştırmaları bağlamında ele alınacak, sonrasında ağırlıklı olarak klinik psikoloji ve psikiyatri alanı çerçevesinde mercek altına yatırılacaktır. Çoğu zaman klinik odakta yer bulmayan aşırı satın alma davranışının doğru sınıflandırılması ve ölçülmesi, bu davranışı sadece belirli psikopatolojilerin bir sonucu olmaktan (örneğin, bipolar bozukluk-taki mani dönemleri) çok daha öte bir bakış açısı ile ele almayı sağlayacaktır.

1. Tüketici Araştırmalarında Alışveriş Davranışı

Tüketici araştırmaları aşırı alışverişi tüketici davranışları sorunları kapsamında ele almaktadır (Horváth ve ark., 2015). Ekonomi uzmanları, bu davranışı alışılmadık dışında haz getiren eylemler olarak nitelendirirken, tüketici davranışı bilim insanları, önceden planlanmamış her türlü alışverişi bu kapsamda değerlendirmektedir (Dittmar ve ark., 1996).

Tüketim kültürünün giderek yaygınlaşması ve bazen de tek motivasyon kaynağı olarak pazarlandığı düşünüldüğünde, satın alma davranışının psikolojik bir sorun haline gelmesi kaçınılmazdır. Bireyin kendisi, ailesi ve toplum için önemli ölçüde finansal, duygusal ve ilişkisel sorunlara yol açabileceği öngörülen bu davranışın yaygınlığının giderek arttığı görülmektedir (Christenson ve ark., 1994; Maraz ve ark., 2016). Aşırı harcama davranışı borca ve iflase neden olabileceğinden toplumu da etkileyebilen bir durumdur (Tamam, 2007). Bu nedenle genel harcama eğilimlerini anlamak önemlidir.

Amerika'da pazarlama ve ürünleri algılayışın tüketim davranışlarını nasıl etkilediğini değerlendirmek amacıyla 1946-1964 tarihleri arasında doğanlar (baby boomer), 1965-1974 arasında doğanlar (baby buster) ile karşılaştırılarak, nesiller arası değişim incelenmiştir. Faber ve O'Guinn'in (1992) Kompulsif Satın Alma Ölçeği ile yapılan çalışmada alışveriş davranışının iki nesil arasında %7'den %11'e çıktığı bulunmuştur. Yazarlar yeni neslin pazarlama ve reklama daha eğilimli olduklarını belirtmişlerdir (Roberts ve Manolis, 2000).

Almanya'da bir çalışmada ise biyolojik cinsiyetler karşılaştırılmış ve kadınların daha fazla kompulsif satın alma eğilimi sergiledikleri görülmüştür. Aynı çalışmada yaş ile beraber öz kontrolün arttığı, yaş ile satın alma davranışı arasında negatif yönde bir ilişki olduğu bulunmuştur (Achtziger ve ark., 2015). Covid-19 pandemisinin ilk dönemlerinde yapılan bir çalışmada ise yaşanan paniğin etkisi ile erkeklerin kadınlara göre daha fazla satın alma davranışı gösterdiği bulunmuştur (Lins ve Aquino, 2020).

Görüldüğü üzere, aşırı satın alma pek çok psikolojik sonuca da yol açtığı için tüketici ve harcama eğilimleri araştırmaları psikoloji araştırmalarından bağımsız değildir. Ekonomik psikoloji alanında yapılan bir çalışmada aşırı satın alma davranışı gösterenler ile

hesaplı tüketicilerin öz kontrol bağlamında nasıl farklılaştığı incelenmiştir. Buna göre, iki grubun öz kontrolü arasında anlamlı bir fark olmasa da bu kişiler alışveriş konusunda daha dikkatli planlama yapmakta ve harcama yapmadan önce iki kez düşünmektedirler (Horváth ve ark., 2015). Bir başka araştırmada ise kompulsif satın alma, marka bağımlılığı ve ilişkili olduğu düşünülen psikolojik faktörler incelenmiştir. Araştırma sonucunda kompulsif satın alma ve marka bağımlılığının ayrı olgular olduğu, marka bağımlılığının kompulsif satın alma gibi borçla sonuçlanmadığı, hatta benlik saygısı ve yaşam mutluluğu üzerinde olumlu etkileri olduğu bulunmuştur. Ayrıca marka bağımlılığı; kompulsif satın alma ile borçtan kaçınma, yine kompulsif satın alma ile benlik saygısı ve yaşam mutluluğu arasındaki ilişkilere pozitif olarak aracılık etmektedir. Bu araştırma marka bağımlılığının patolojik olmayabileceğine dikkat çekmektedir. (Mrad ve Cui, 2020).

Bazı tüketici araştırmacılarına göre aşırı satın alma, normalin dışında olan kredi kartı kötüye kullanımını, mağaza hırsızlığı ve patolojik kumar oynamayı içeren tüketici davranışları yelpazesindedir (Budden ve Griffin III, 1996). Tekrar vurgulamak gerekirse, tüketici araştırmalarının aşırı satın almayı bir psikopatoloji gibi ele aldığı, ancak bunu tüketici davranışı olarak adlandırdığı görülmektedir.

2. Aşırı Satın Alma Davranışını Psikolojik Bir Sorun Olarak Sınıflandırma Çalışmaları

Aşırı satın alma davranışının psikolojik bir sorun olarak isimlendirilmesi ve hangi sınıflandırma içinde yer alacağı konusuna dair tartışmalar alanyazında devam etmektedir. Bu derlemenin amaçlarından biri olarak, aşırı satın almanın hangi tanınmış sınıf içinde yer alacağını tartışabilmek için davranışı, diğer psikopatolojiler gibi çok yönlü bir nedensellikte ele almak gerekmektedir. Bazı araştırmacılar sosyal nedenlerin göz ardı edilmesini ve aşırı satın almanın tıbbi bir hastalık olarak sınıflandırılmasını eleştirmiştir (Lee ve Mysyk, 2004). Biyolojik açıklamaların ötesinde bu davranışın daha çok tüketici toplumlarda geliştiği ileri sürülmektedir (Mueller ve ark., 2010).

Biyolojik nedenlere bakıldığında ise diğer psikiyatrik bozukluklarda olduğu gibi aşırı satın almanın da nörotransmitterlerdeki sorunlardan kaynaklı olabileceği ileri sürülmüştür. Serotonerjik, dopominerjik ve opioid sistemlerindeki bozulmaların bu tür davranışların gelişiminde rol oynayabileceği belirtilmiştir (Tamam ve ark., 1998). Dopamin reseptörü olan DRD1 reseptörünün ilişkili bir faktör olduğu bildirilmiştir (Comings, 1998). Dopaminin satın alma, patolojik kumar oynama gibi davranışsal bağımlılıklarda ödül bağımlılığını desteklediği düşünülmektedir (Holden, 2001). Ayrıca tedavide seçici serotonin geri alım inhibitörleri kullanılmış ve olumlu sonuçlar elde edilmiştir (Black ve ark., 1997).

Bilişsel olarak zorlu görevler sırasında özellikle dorsal anterior singulat korteksteki nöral eksikliklerle karakterize olan prefrontal beyin işlevindeki anormalliklerin, bağımlılık yapan davranışların (kontrol kaybı) altında yatan ayırt edici bir nörobilişsel eksiklik olduğu düşünülmektedir. fMRI kullanan ve kompulsif satın alma vakaları üzerinde yürütülen bir çalışmada, satın alınabilir ürünlerin sunumu sırasında kompulsif alıcıların kontrol grubuna kıyasla ventral striatumda (özellikle nükleus akumbens) daha yüksek aktivite gösterdiği bulunmuştur (Raab ve ark., 2011).

Diğer yandan biyo-psiko-sosyal model bütüncül bir bakış açısı sağlayarak hastalıkların biyolojik, psikolojik ve sosyal faktörlerin bir araya gelmesi sonucunda ortaya çıktığını ileri sürmektedir (Engel, 1977). Griffiths (2005) de bağımlılık yapan davranışların incelenmesine yönelik eklettik bir yaklaşımın, bu alanda ileriye dönük en pragmatik yol gibi görüldüğünü belirtmektedir. Aşırı satın alma davranışı için de birden fazla nedenin birlikte devreye girmesi söz konusudur. Buradan hareketle, aşırı satın alma davranışının ortaya çıkmasında sosyal etkilerin de oluşunun, bu davranışın psikiyatrik bir bozukluk olarak sınıflandırılmasına engel teşkil etmeyeceği düşünülebilir.

Pandemi döneminde Birleşik Krallık ($N = 2025$) ve İrlanda'da ($N = 1041$) Covid-19 vakalarının tespit edilmesinden kısa bir süre sonra yapılan çalışmada satın alma davranışındaki artışın nedenleri araştırılmıştır. Buna göre evde çocukların varlığının, psikolojik sıkıntı (depresyon, ölüm kaygısı), tehdiye duyarlılık (sağcı otoriterlik) ve başkalarına güvensizlik (paranoya) düzeylerindeki artışın aşırı satın alma davranışındaki artışı yordadığı bulunmuştur. Buna karşılık, analitik akıl yürütme yeteneğinin satın alma davranışını engelleyici bir etkisi olduğu gösterilmiştir (Bentall ve ark., 2021).

Aşırı satın alma davranışı psikiyatrik bir sorun olarak ilk kez Alman psikiyatrist Emil Kraepelin (1915) tarafından, "oniomani" (Yunanca onios- satılık ve mania- cinnet) yani satın alma manisi olarak tanımlanmıştır. Ardından Bleuler (1930) bu davranışı piromani (yangın çıkarma), kleptomani ve alkolizmle birlikte "Tepkisel Dürtüler" başlığı altında değerlendirmiştir. Kraepelin ve Bleuler'in işlevsel olmayan patolojik meşguliyeti tanımlamak amacıyla Fransız psikiyatrist Jean Esquirol'ın ortaya attığı monomoni kavramından etkilendikleri ileri sürülmektedir (Black, 2010). Bu davranış profili 1960'larda Fransız Psikiyatri El Kitabı'nda "müsriflik (prodigality)" olarak yer almıştır. 1980'li yılların sonuna kadar bu konuda herhangi bir araştırma yapılmamış ve aşırı satın alma davranışı DSM ve ICD gibi tanısallama kılavuzlarında kendisine yer bulamamıştır. Aşırı satın alma sınıflama sistemlerinde ilk kez DSM-III-R'de "Başka türlü adlandırılmayan dürtü kontrol bozuklukları" başlığı altında tanımlanmıştır (American Psychiatric Association [APA]; Amerikan Psiki-

yatri Birliği [APB], 1987). O'Guinn ve Faber (1989) ise kompulsif satın almayı, çok fazla yarar elde etmeden satın alma ya da eşya satın alırken satın alma sürecinden zevk alma olarak tanımlamıştır. Ruhsal bir rahatsızlık olduğuna dair fikir birliği bulunmadığından (Müller ve ark., 2015b), DSM'nin sonraki sürümlerinde (DSM-IV, DSM-IV-TR, DSM-5 ve DSM-5-TR) ise aşırı satın almaya yer verilmemiştir (APB, 2024).

Bu sorunun dürtü kontrol bozukluğu, OKB ve ilişkili bozukluklar arasında yer alması ya da davranışsal bağımlılık olarak değerlendirilmesi seçenekler arasındadır.

2.1. Dürtü Kontrol Bozukluğu Olarak Satın Alma

Bleuler (1930) aşırı satın alma davranışını dürtüselliğin bir şekli olarak tanımlamıştır. Rook ve Hoch (1985) ise bu tanımlamayı dürtüsel satın alma olarak isimlendirerek, akıl yürütme ve duygusal durumu kontrol edememe dahil olmak üzere, aniden satın alma arzusu ve belirli bir uyarım altındaki koşulsuz bir refleks olarak açıklamıştır. Dürtüsellik satın almanın önemli bir yordayıcısı olduğu için (DeSarbo ve Edwards, 1996), aşırı satın alma davranışının ilk olarak Başka Türlü Adlandırılmayan (BTA) Dürtü Kontrol Bozukluğu olarak değerlendirilmesi gerektiği önerilmiştir (McElroy ve ark., 1992).

McElroy ve arkadaşları (1994) aşırı satın almayı daha iyi değerlendirmek ve incelemek için dört kriterden bahsetmiştir. Satın alma ve alışverişle ilgili meşguliyet, uyumsuz satın alma, alışveriş dürtüleri ya da davranışları olarak özetlenebilecek bu kriterler şu şekilde detaylandırılmıştır:

1. Satın almayla sık uğraşı ya da satın almayla ilgili dürtüler. Bunlar karşı konulamaz, istem dışı ya da anlamsızdır.
2. Sıklıkla satın almaya gücünün yetmeyeceği şeyleri almak veya almaya yeltenmek, ihtiyacı olmayan şeyler satın almak ya da planlanandan daha uzun süre alışveriş yapmak.
3. Satın alma uğraşlarının, dürtülerinin ya da davranışlarının dikkati çeken sıkıntıya, sosyal ve mesleki işlevselliğe ya da finansal problemlere neden olması.
4. Bu satın alma davranışının sadece mani ya da hipomani dönemlerinde ortaya çıkmamış olması.

McElroy ve arkadaşlarının (1994) yaptığı tanım ve ortaya koyduğu kriterler aşırı satın alma sorununun hem bilişsel hem de davranışsal yönünden bahsetmektedir. Öznel sıkıntıya, sosyal, mesleki ve finansal problemlere neden olurken; mani ya da hipomaninin dışlanması araştırmalar ve tedavi için önemli olarak görülmektedir.

2.2. Kompulsif Bir Davranış Olarak Satın Alma

Bu davranışın takıntı ve tekrar ile ilişkili özelliklerinden dolayı bazı araştırmacılar tarafından OKB yelpa-

zesindeki diğer bozukluklarla benzer nitelikler taşıdığı ve bu kategori içerisinde ele alınması gerektiği iddia edilmiştir (Hollander ve Benzaquen 1996; McElroy ve ark., 1991). Destekler şekilde, pek kullanılmayan ve değerli olmayan ürünlerin kompulsif bir şekilde satın alınmasının ve bu ürünlerin atılmamasının, biriktirme davranışı/bozukluğuna benzer olduğu, bu nedenle bu davranışın OKB ile ilişkili bozukluklar çerçevesinde değerlendirilmesi gerektiğini savunan görüşler de mevcuttur (Frost ve ark., 1998). Diğer yandan satın alma ve alışverişle ilgili zihnin sürekli meşgul olması bu bozukluğun merkezinde yer almaktadır. Geçmiş çalışmalarda OKB ve aşırı satın alma davranışı arasında yüksek bir komorbidite bulunmuştur (Lejoyeux ve ark., 2005).

Kompulsif satın alma alanyazını incelendiğinde bozukluğun doğasına dair modeller bulunmaktadır. Bu modellerden biri Kellett ve Bolton'un (2009) öne sürdüğü bilişsel-davranışçı modeldir. Bu modelde davranış dürtüsel ve kompulsif olarak ele alınmıştır. Modele göre hastalar alışverişlerini ve satın alma alışkanlıklarını daha çok kaotik ve plansız bir şekilde ritüelleştirmektedirler. Nitel bir yaklaşımla geliştirilen bir başka modelde ise katılımcılarla derinlemesine görüşmeler yaparak kompulsif satın almaya dair altı temel tema ortaya çıkarılmıştır. Bu temalar yoksunluk (deprivation), uyaran, tepki, kompulsif harcama, işlevsiz inançlar olarak isimlendirilmiştir (Sohn ve Choi, 2012). Yazarlar davranışı kompulsif satın alma olarak isimlendirdiler de çalışmada davranışsal bağımlılık ve kompulsif satın almayı aynı bağlam içinde ele alıyorlar gibi görünmektedir.

Aşırı satın almanın OKB ile ilişkili olabileceğine dair bir diğer kanıt ise OKB farmakolojik tedavisinde kullanılan serotonin geri alım inhibitörlerinin (örn., fluvoksamin, sitalopram, essitalopram) satın alma davranışında denenmesi ve bazılarının etkili olmasıdır (Soares ve ark., 2016).

2.3. Davranışsal Bağımlılık Olarak Satın Alma

Madde ile ilişkili olmayan davranışsal bağımlılıkların yapısına ilişkin tartışmalı olan bilimsel ve klinik buluşsal (hüristik) bulgular artmaktadır (Grant ve ark., 2010). Bağımlılık konusunda çalışan uzmanlar sorunlu kumar oynama, internet kullanımı, video oyunu oynama, seks, yemek yeme ve alışveriş gibi madde dışı belirli davranışların madde bağımlılıklarına benzediğini düşünmektedirler (Griffiths 2005; Sauvaget ve ark., 2017; Yau ve Potenza 2015). Madde ve madde ile ilişkili olmayan bağımlılıkların mekanizmalarının ortak olduğu ileri sürülmektedir. Kimyasal olmayan (yani davranışsal) bağımlılıkların bağımlılık yapıp yapmadığını belirlemenin yolu olarak, bu bağımlılıkları diğer yerleşik madde alınan bağımlılıklar için olan klinik kriterlerle karşılaştırmak önerilmektedir (Griffiths, 2005).

Davranışsal bağımlılıklar, maddeyle ilişkili bozukluklardaki gibi kendine ya da diğerlerine olası

zarar verici süregelen ve uyumsuz davranış için aşırı zaman harcama ve kontrolün azalması, davranıştan önce heyecan hissi, davranış sırasında ya da hemen sonra haz ve rahatlama gibi özelliklere sahiptir (Frascella ve ark., 2010). Belirginlik (salience), duygudurum değişikliği, tolerans, yoksunluk, aşırma ve nüsetme bağımlılıkla ilişkili bozukluklardaki gibi davranışsal bağımlılıklarda da görülmektedir (Di Nicola ve ark., 2015; Griffiths, 2005). Ayrıca kişilerle ya da toplum ile çatışmaya yol açtığı da belirtilmektedir (Black ve ark., 2014).

Davranışsal bağımlılıkların diğer yerleşik madde bağımlılık kriterleri ile karşılaştırılması, bazı davranışların sınıflandırılması konusunda değişiklikler getirmiştir. DSM-5'te problemlili kumar oynama, dürtü kontrol bozuklukları yerine bir davranışsal bağımlılık bozukluğu olarak Kumar Oynama Bozukluğu adıyla yeniden sınıflandırılmıştır. Kumar bağımlılığının gelişiminde bir maddenin etkisi bulunmadığı için bu davranış, "Maddeyle ilişkili Bozukluklar ve Bağımlılık Bozuklukları" genel kategorisinin altında "Maddeyle İlişkili Olmayan Bozukluklar" içinde yer almıştır (APB, 2013). Bu nedenle benzer örüntü gösterdiği düşünülen aşırı internet kullanımı, oyun oynama, egzersiz, seks, alışveriş gibi davranışların bağımlılık olarak kabul edilebileceği ve tanı kriterlerinin belirlenebileceği iddia edilmektedir (Black ve ark., 2014).

Bu davranışlar arasından İnternette Oyun Oynama Bozukluğu DSM-5'in üçüncü ekinde yer alan "üzerinde daha fazla araştırma yapılması önerilen durumlar" başlığı altına alınmıştır. Dünya Sağlık Örgütü ise DSM-5'ten bir süre sonra Uluslararası Hastalık Sınıflandırmasının (ICD) 11. sürümünde internette oyun oynama bozukluğunu bir tanı olarak kabul etmiş, son on iki aylık dönemde oyun oynama davranışı örüntüsünün kişisel, sosyal ve/veya eğitimsel/mesleki alanları olumsuz yönde etkileyecek düzeyde şiddetli olması olarak tanımlamıştır (Dünya Sağlık Örgütü, 2018).

Önceki bölümlerde bahsedildiği gibi alışveriş bağımlılığı ile ilgili olarak henüz bir öneri gelmemişse de kumar oynama bozukluğu ve internette oyun oynama bozukluğunun "bağımlılık" olarak sınıflandırılması, benzer mekanizmaya sahip bu davranışın, DSM ve ICD'nin sonraki sürümlerinde bağımlılık kategorisinde yer alabilme ihtimalini kuvvetlendirmektedir.

3. Aşırı Satın Alma Davranışının Ölçülmesi

Son yıllarda kompulsif satın alma ve alışveriş bağımlılığı üzerine yapılan çalışmalar büyük ölçüde artmıştır (Aboujaoude, 2014; Maraz ve ark., 2016). Griffiths (2005) bağımlılık kavramını anlamak, akademik ve klinik bağlamda kullanabilmek için olumsuz sonuçlarının değerlendirilmesi gerektiğini belirtmektedir. Satın alma davranışının ölçülmesi davranışın

sınıflandırılabilmesi ve görgül araştırmalar açısından değerlidir. Diğer yandan davranışın bir bozukluk düzeyinde olup olmadığını veya bu bozukluğun düzeyini değerlendirmek açısından da ölçüm araçları gereklidir. Yarattığı çok yönlü sonuçlar nedeniyle aşırı satın almanın tanı, müdahale ve tedavisi büyük önem taşımakta ve bu nedenle güvenilir ve geçerli veri toplama araçlarına ihtiyaç duyulmaktadır.

Aşırı satın alma davranışını değerlendiren çok çeşitli ölçüm araçları geliştirilmiştir. Bu ölçüm araçlarının hepsi aşırı satın almayı değerlendiriyor olmakla birlikte, ilgili davranışı farklı boyutlarıyla ele aldıkları dikkat çekmektedir. Birçok ölçüm aracı satın almayı “materyalist” bir durum olarak kavramsallaştırırken, bazı araştırmacılar “deneyim” elde etmek için yapılan harcamaları da bu kategoriye almaktadır. Geliştirilen araçların bazıları satın almayı bir dürtü kontrol bozukluğu, bazıları kompulsif davranış, bazıları ise davranışsal bağımlılık olarak kabul etmektedir. Spesifik olarak aşırı satın almayı değerlendirmek için geliştirilirken ölçüm araçlarının yanında, benzer örüntülere sahip diğer aşırı sergilenen davranışlar ya da bozuklukları değerlendiren ve bunların içine aşırı satın alma davranışını dahil eden ölçüm araçları da bulunmaktadır. Satın almanın hangi bağlamda ölçüleceği, bu kavramın öncelikle işevuruk olarak tanımlanmasını gerektirmektedir. Bu işevuruk tanımlamayı yapabilmek içinse, internet bağımlılığı ve kompulsif satın alma gibi benzer bazı yapıları göz önünde bulundurmaya faydalı olacaktır (Zhao ve ark., 2017).

3.1. Aşırı Satın Alma Davranışı için Kullanılan Ölçekler

Bu bölümde önceki bölümlerde bahsedilen ve farklı bağlamlarda ele alınan aşırı satın alma davranışını değerlendirmek üzere geliştirilen ölçüm araçlarından bahsedilecektir. Bu araçların bazıları dilimize uyarlanmış olup, klinik uygulamalarda ya da araştırmalarda kullanılmaktadır. Ölçüm araçlarının hangi bağlamda (dürtüsellik, kompulsivite, bağımlılık ve deneyim) geliştirildiğine dair özet Tablo 1.’de yer almaktadır.

3.1.1. Minnesota Dürtü Kontrol Bozuklukları Görüşme Ölçeği (Minnesota Impulse Control Disorders Interview-MIDI)

DSM-IV’e göre Dürtü Kontrol Bozukluklarının (patolojik kumar oynama, aralıklı patlayıcı bozukluk, trikotilomani, kompulsif satın alma, kleptomani, piromani, kompulsif seks davranışı, kompulsif egzersiz, deri yolma) varlığını araştıran yarı yapılandırılmış bir görüşme formudur. 36 maddeden oluşan ölçek bu davranışları ayrı ayrı değerlendiren farklı bölümlerden oluşmaktadır (Christenson ve ark., 1994). MIDI’de katılımcılar ilk önce verilen bozuklukla ilgili genel bir soruyu yanıtlarlar. Olumlu yanıt verilerse, klinik görüşmede tanı kriterlerine dayalı olarak diğer alanlar hakkında sorularla devam edilir.

Beş veya daha fazla öğenin onaylanmasının gerekli olduğu kumar bozukluğu dışında, sorulara verilen herhangi bir olumlu yanıt, belirli bir dürtü bozukluğunun varlığını göstermektedir.

Ölçeğin ikinci versiyonunun (V2.0) orijinali ise Grant (2008) tarafından geliştirilmiştir. Bu güncel versiyonda kumar oynama bozukluğu için DSM-5 tanı kriterleri (Amerikan Psikiyatri Birliği, 2013) kullanılmıştır. Ayrıca ölçeğe artık birer bozukluk olarak kabul edilen tıknırcasına yeme bozukluğu ve deri yolma, DSM’nin son versiyonundaki kriterlerine göre eklenmiştir.

Dürtü kontrol bozukluklarını değerlendiren formlara ilişkin geçerlik çalışmalarının geniş örneklem grupları üzerinde yapılmamış olması nedeniyle, ölçeğin geçerliği ABD’deki iki büyük şehirden oluşan bir örnekleme incelenmiş, ölçeğin eş zamanlı ve ayırt edici geçerliği doğrulanmıştır (Chamberlain ve Grant, 2018). Ölçeğin dilimize uyarlama çalışmasına rastlanmamıştır.

3.1.2. Satın Alma Dürtüsellliği Ölçeği (Buying Impulsiveness Scale-BIS)

Anlık satın alma davranışlarını değerlendirmek için geliştirilmiştir (Rook ve Fisher, 1995). Araştırmacılar dürtüsel satın alma davranışını, arzu edilen bir ürüne fiziksel yakınlık durumunda harekete geçen; o ürüne yönelik duygusal çekiciliğin ve anında tatmin olma isteğinin hâkim olduğu, tüketicinin spontan, düşünmeden, hemen satın alma eğilimi olarak tanımlanmaktadır. Geçmişteki satın alma dürtüsellliği araştırmalarına dayanarak hazırlanan ifadeler arasında seçilen 9 maddeden oluşmaktadır (örn., Çoğu zaman düşünmeden bir şeyler satın alırım; Bazen bir anda bir şeyler satın almak istiyorum; “Şimdi al, sonra düşün” beni tanımlar). Ölçekte yer alan maddeler 1 = hiç katılmıyorum ile 7 = tamamen katılıyorum arasında değerlendirilmektedir. İç tutarlık katsayısı .88 olarak hesaplanan ölçeğin Türkçe uyarlama çalışması bulunmamaktadır.

3.1.3. Satın Alma Davranışı Anketi (Questionnaire About Buying Behavior-QABB)

Satın alma davranışıyla ilgili dürtüsellüğün sonuçlarını değerlendiren bir ölçektir. Ölçeği oluşturan maddeler McElroy ve arkadaşlarının (1994) kriterlerine, klinik deneyimlere ve aile üyelerinin bildirdikleri yaşantılara dayanılarak hazırlanmıştır. Toplam 19 maddeden oluşan ölçek evet/hayır formatında bir öz bildirim ölçeğidir. Her “evet” cevabından bir puan alınmakta; kompulsif satın alma davranışının olduğunu söyleyebilmek için 10 ve üzeri puan alınması gerekmektedir (Lejoyeux ve ark., 1997). Geçerlik çalışması sağlıklı bireyler üzerinde yürütülen ölçeğin bağımlı harcamalar, kontrollü ve dürtüsel satın alma arasındaki fark ve daha patolojik harcama yoğunluğu olmak üzere üç faktörlü bir yapı sergilediği ortaya konmuştur. Ölçeğin dilimize uyarlama çalışmasına rastlanmamıştır.

3.1.4. Durumluk Satın Alma Dürtüsü Anketi (State Urge to Buy Questionnaire-UBO-S)

Durumluk Yemek Aşerme Anketi'ne (State Food Craving Questionnaire-FCQ-S; Cepeda-Benito ve ark., 2000) dayanan bu ölçek, satın almaya neden olabilecek genel durumları değerlendirmektedir. Uyarlama çalışmasında ölçek Almancaya çevrilerek yemekle ilgili terimler, satın alma ile ilgili terimlerle değiştirilmiştir. Yeme davranışı ile ilgili psikolojik durumları değerlendiren terimlerin olduğu maddeler kullanılmamıştır. Sonuç olarak 1 = kesinlikle katılmıyorum ve 6 = tamamen katılıyorum arasında puanlanan 12 madde ortaya çıkmıştır. Ölçeğin iç tutarlılığı kompulsif satın alma grubu için .92, kontrol grubu için .73 ve her iki grubu da içeren karma örneklem için .92 olarak hesaplanmıştır (Vogt ve ark., 2014). Ölçeğin Türkçe'ye uyarlama çalışması bulunmamaktadır.

3.1.5. Richmond Kompulsif Satın Alma Ölçeği (Richmond Compulsive Buying Scale-RCBS)

Kompulsif satın almayı dürtüsellik ve kompulsivite açısından ve bir hastalık olarak değerlendiren bir ölçüm aracıdır. Ölçek maddeleri 7'li Likert ölçek üzerinden puanlanmaktadır. Ölçeğin oluşturulma sürecinde araştırmacılar öncelikle satın almayla ilişkili olduğu düşünülen 121 madde belirlemişlerdir. Bu süreçte alanyazın taraması, makaleler ve beyin fırtınası yönteminden faydalanmışlardır. Maddeler elenerek kalan 15 madde ile yapılan faktör analizi sonucunda maddelerden altısının iki faktöre yüklendiği görülmüştür. Bu faktörler obsesif kompulsif satın alma ve impulsif satın alma olarak adlandırılmıştır. Geçerlik çalışması için üniversite örnekleme kullanılmış ve altı madde ile yürütülen doğrulayıcı faktör analizi, iki faktörün geçerli olduğunu göstermiştir. Ölçeğin kesme puanı 25 olarak belirlenmiştir (Ridgway ve ark., 2008). Ölçeğin Türkçe uyarlama çalışması bulunmamaktadır.

3.1.6. Yale-Brown Obsesif Kompulsif Ölçeği-Alışveriş Versiyonu (Yale-Brown Obsessive Compulsive Scale-Shopping Version-YBOCS-SV)

Yale-Brown Obsesif Kompulsif Ölçeği'nin maddelerinden faydalanarak, klinik gruplardaki kompulsif satın alma şiddetini değerlendirmek ve aynı zamanda klinik çalışmalarda elde edilen değişimi izlemek için tasarlanmıştır (Monahan ve ark., 1996). Maddeler süre, engel, sıkıntı, direnç ve kontrolün derecesi gibi kompulsif satın almaya özel biliş ve davranışları değerlendirmektedir. 10 maddeden oluşan ölçek 1 = tamamen kontrol ve 4 = kontrolün olmaması biçiminde yanıtlanmaktadır. Ölçekten 0-40 arasında puan alınmaktadır. Puanlar yükseldikçe bozukluğun şiddeti de artmaktadır. Kompulsif satın alma davranışına sahip kişiler ölçekten ortalama 21 puan almaktadırlar. Ölçeğin iç tutarlılığı satın alma davranışı gösteren örneklem grubunda .65 olarak bulunurken, genel

toplum örnekleminde .70 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin Türkçe uyarlama çalışmasına rastlanmamıştır.

3.1.7. Zorlantılı Satın Alma Ölçeği (Compulsive Buying Scale- CBS)

Zorlantılı Satın Alma Ölçeği kompulsif satın almayla ilişkili özellikler ve yaşanan muhtemel sıkıntıları sorgulamak amacıyla geliştirilmiştir (Valence ve ark., 1988). Ölçek 5'li derecelendirmeye sahip 12 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin harcama eğilimi, reaktif satın alma, harcama sonrası suçluluk ve aile çevresi özelliği olmak üzere dört alt boyutu bulunmaktadır. Ölçek ilk oluşturulduğunda 16 maddeyle, aile çevresi alt boyutu ölçeğin toplam puanıyla düşük korelasyona sahip olduğundan bu alt boyuta dair maddeler ölçekten çıkarılmıştır. Ölçeğin iç tutarlılığı ise .88 olarak hesaplanmıştır. Faber ve O'Guinn (1992) yanıt seçeneklerini anlamlandırmak adına cevaplama formatını 1 = hiçbir zaman, 5 = her zaman olarak değiştirmişlerdir. Ölçeğin bu versiyonu dilimize uyarlanmış ve psikometrik özellikleri bipolar bozukluk tanısı almış bireyler ve sağlıklı bireylerden oluşan örneklem üzerinde incelenmiştir (Yüncü ve Kesbir, 2014). Uyarlama çalışmasında Türkçe ölçeğin harcama eğilimi, tepkisel yön, suçluluk olmak üzere üç alt boyuttan oluştuğu bildirilmiş, iç tutarlılığı .80 olarak hesaplanmıştır.

3.1.8. Kompulsif Satın Alma Ölçeği (The Compulsive Buying Scale-CBS)

Normal ve patolojik satın alma davranışı gösteren kişileri ayırmak için geliştirilmiştir. Kompulsif satın alma hastalarını tanımlamaya yarayan 7 maddelik bir ölçektir (Faber ve O'Guinn, 1992). Araştırmacıların daha önceki çalışmalarında elde ettikleri kompulsif satın almaya dair önemli özellikleri içeren ölçek, 5'li derecelendirmeye (1 = çok sık, 5 = asla; bir madde 1 = kesinlikle katılıyorum, 5 = kesinlikle katılmıyorum) sahiptir. 29 madde ile yapılan lojistik regresyon analizi sonucunda yedi maddenin spesifik davranışlar, motivasyon ve duygular için temsil edici olduğu ve doğru sınıflama yaptığı bulunmuştur. İç tutarlık katsayısı .95 olarak hesaplanan ölçeğin alt boyutları bulunmamaktadır. Ölçeğin kesme puanı olarak belirlenen -1.34 normal kontroller ile kompulsif satın almaya sahip kişileri %92.2 oranında ayırmaktadır. Kompulsif satın almayı değerlendiren ölçekler arasında en sık kullanılanlardan biri olan bu ölçek, kompulsif satın almayı ve yoğunluğunu puanlamada yararlı bir araçtır. Ölçeğin Türkçe uyarlama çalışmasına rastlanmamıştır.

3.1.9. Edwards Kompulsif Satın Alma Ölçeği (Edwards Compulsive Buying Scale-ECBS)

Faber ve O'Guinn'in (1992) ölçeğine dayanan Edwards Kompulsif Satın Alma Ölçeği (Edwards, 1993) bireylerin satın alma davranışında ne kadar kompulsif olduklarını belirlemeyi amaçlamaktadır.

Alışveriş ve harcamaya dair duyguları ve önemli deneyimleri değerlendiren ölçek, 5'li Likert tipidir ve 13 maddeden oluşmaktadır. Önce 29 madde olarak hazırlanan ölçeğin madde sayısı yapılan faktör analizi sonucunda düşmüştür. Beş alt boyuttan oluşmaktadır. Bu boyutlar harcama eğilimi, kompulsiyon/harcama dürtüsü, alışveriş ve harcamaya dair duygular, harcama sonrası suçluluk ve harcama sonrası işlevsel olmayan sonuçlar olarak adlandırılmaktadır. Alt ölçekler ve tüm ölçek için iç tutarlık kat sayıları .76 ile .91 arasında değişmektedir. Ölçeğin klinik örneklem için kesme puanı bulunmamaktadır. Kişileri satın almadaki kompulsivite düzeyine göre sınıflandırmaktadır. Edwards Kompulsif Satın Alma Ölçeği'nin dilimize uyarlama çalışması bulunmamaktadır.

3.1.10. Panik Satın Alma Ölçeği (Panic Buying Scale- PBS)

Korkunun kriz zamanlarında insan davranışı için daha kuvvetli bir itici güç haline geldiği, korku ve panik etkisi ile insanların normalden daha fazla şey satın almaya yöneldiği ileri sürülmektedir. Covid-19 pandemisinin de bu etkiyi yarattığını düşünen araştırmacılar, bu zamana kadar bu konuda belirli bir ölçek oluşturulmadığı için Panik Satın Alma Ölçeğini (PBS) geliştirmişlerdir (Lins ve Aquino, 2020). Pandeminin ilk aylarında geliştirilen ölçek, 1 = kesinlikle katılmıyorum ve 7 = kesinlikle katılıyorum seçenekleri arasında derecelendirilen 7 maddeden oluşmaktadır (örn., "Korku, beni genellikle yaptığımın daha fazla satın almaya sevk ediyor"; "Korku, evde stoklanacak şeyleri almaya sevk ediyor"; "Panik, genellikle yaptığımın daha fazla şey satın almamı sağlıyor"). Ölçeğin iç tutarlık katsayısı .90 olarak hesaplanmıştır. Bu yeni aracın tüketicilerle davranışları ile ilişkili psikososyal olguları anlamak için faydalı olabileceği belirtilmektedir (Lins ve Aquino, 2020). Ölçeği Türkçeye uyarlama çalışması henüz yapılmamıştır.

3.1.11. Deneyimsel Satın Alma Eğilimi Ölçeği (Experiential Buying Tendency Scale-EBTS)

Bireylerin deneyimsel ya da materyalist satın alma eğiliminde olup olmadıklarını değerlendiren ölçek, materyalist satın alma yerine deneyimsel satın alma isteğini (örn., "Mutlu olmak istediğimde, paramı faaliyetler ve olaylardan ziyade maddi mallara harcamaya olasılığım daha yüksektir") ya da belirli yaşam deneyimleri ve eşit değerdeki maddi öğeler arasında yapılan tercihleri (örn., "Günlük hayatımda güzel bir restoranda akşam yemeğine 100 dolar harcamaktansa yeni bir kıyafete 100 dolar harcamam daha olasıdır") anlamak için geliştirilmiştir (Howell ve ark., 2012). 4 maddeden oluşan ölçek 1 = kesinlikle katılmıyorum; 7 = kesinlikle katılıyorum biçiminde yanıtlanmaktadır. Üç örnekleme hesaplanan iç tutarlık katsayısı .75-.77 arasında değişmektedir. Ölçeğin Türkçe uyarlamasına ilişkin herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır.

3.1.12. Deneyimsel Satın Alma Motivasyonu Ölçeği (Motivation for Experiential Buying Scale-MEBS)

Maddi varlıklar yerine yaşam deneyimlerine para harcamanın hedonik faydalarını belirlemenin ötesinde, deneyimsel tüketimdeki hangi motivasyonların psikolojik ihtiyaçların giderilmesi ve iyi oluş ile ilişkili olduğunu belirlemek amacıyla geliştirilmiş bir ölçektir (Zhang ve ark., 2013). Özerk motivasyon (10 madde), denetimli motivasyon (6 madde) ve motivasyonsuzluk (4 madde) olmak üzere üç alt boyuttan oluşmakta ve maddeler 1 = hiç katılmıyorum, 7 = tamamen katılıyorum şeklinde yanıtlanmaktadır. Ölçeğin alt boyutlarının iç tutarlığı açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizinin incelendiği iki farklı örnekleme özerk motivasyon için .84 ve .89, denetimli motivasyon için .84 ve 84 ve motivasyonsuzluk için .79 ve .85 olarak bulunmuştur.

Özerklik nedeniyle yaşam deneyimine para harcayanlar (örn., "hayatımın ayrılmaz bir parçası oldukları için" maddesine katılanlar) daha fazla özerklik, yeterlilik, ilişki, gelişme ve canlılık bildirmişlerdir. Bununla birlikte, denetlenmiş olmak için (örn., "başkalarından göreceğim tanınma için") veya motivasyonsuz nedenlerle (örn., "gerçekten bilmiyorum") yaşam deneyimlerine para harcayanlar ise daha az özerklik, yetkinlik ve ilişki bildirmişlerdir. Bu sonuçlar, deneyimsel tüketimin faydalarının kişinin yaşam deneyimlerini neden satın aldığına bağlı olduğunu göstermektedir. Ölçeğin Türkçe uyarlama çalışması na rastlanmamıştır.

3.1.13. Bergen Alışveriş Bağımlılığı Ölçeği (Bergen Shopping Addiction Scale-BSAS)

Alışveriş bağımlılığını hızlı bir şekilde taramak amacıyla geliştirilen 7 maddelik bir ölçüm aracıdır (Andreassen ve ark., 2015). Önce kumar oynama bozukluğunun tanı kriterleri (APB, 2013), Oyun Bağımlılığı Ölçeği (Lemmens ve ark., 2009) temel alınarak ve alışveriş bağımlılığının yaygın semptomlarına dair bir alanyazın taraması yapılarak, her bir kriter için dört maddenin belirlendiği 28 maddelik bir havuz oluşturulmuş, ardından bu havuzun içinden her kriter için en çok işleyen madde seçilmiştir. Maddeler belirginlik (saliency), duygudurum değişimi, çatışma, tolerans, nüks, geri çekilme ve problem olmak üzere yedi alanı değerlendirmektedir. Cevap seçenekleri 0 = kesinlikle katılmıyorum ile 4 = tamamen katılıyorum arasında değişmektedir. Ölçekten alınan puanlardaki artış, yüksek düzey alışveriş bağımlılığına işaret etmektedir. Ölçeğin iç tutarlık katsayısı .87 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin dilimize uyarlama çalışması bulunmamaktadır.

3.1.14. Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği (The Compulsive Online Shopping Scale-COSS)

Bergen Alışveriş Bağımlılığı Ölçeği'nin (Andreassen

ve ark., 2015) yedi maddelik formu ve 28 maddelik soru havuzundan faydalanılarak, çevrimiçi alışveriş için uyarlanmış bir ölçüm aracıdır (Manchiraju ve ark., 2017). 28 maddeden oluşan ölçek, internetten yapılan satın almanın kompulsif olup olmadığını belirlemek amacıyla kullanılmaktadır. Orijinal maddelere “çevrimiçi” kelimesinin eklenmesi dışında içerikte önemli bir değişikliğe gidilmemiştir. Bu nedenle Bergen Alışveriş Bağımlılığı Ölçeği'nin geliştiricileri tarafından “Yeni Bir Ölçek Ne Zaman Yeni Bir Ölçek Değildir?” başlıklı bir yazı ile bu ölçüm aracı eleştirilmiş, orijinal ölçeğin hem çevrimiçi hem de çevrimdışı farklı alışveriş durumlarını göz önünde bulundurarak geliştirildiği ve çevrimiçi platform için ayrı bir versiyonuna gerek olmadığı belirtilmiştir (Griffiths ve ark., 2016). Ayrıca yazarlar bu ölçeğin kompulsif satın alma bağlamında değil bağımlılık kriterlerine dayanarak uyarlandığını da vurgulamışlardır. Bu ölçeğin Türkçe'ye uyarlama çalışması yapılmıştır. Türkiye örneklemini için iç tutarlık katsayısı .95 olarak hesaplanmıştır. Orijinal ölçekte yedi faktörlü bir yapı yer alırken, Türkçe versiyonunda beş faktörlü bir yapı elde edilmiştir (Bozdağ ve Yalçınkaya Alkar, 2018).

3.1.15. Çevrimiçi Alışveriş Bağımlılığı Ölçeği (Online Shopping Addiction Scale- OSAS)

Davranışsal bağımlılıkla ilgili önceki kuramlardan ve araştırmalardan esinlenilerek ve Griffiths'in (2005) yaygın olarak kabul edilen altı faktörlü bileşen modele dayanılarak geliştirilmiştir. Temel bağımlılık bileşenlerine dayanan altı bağımlılık kriterinin (belirginlik, tolerans, duygudurum değişikliği, geri çekilme, çatışma ve nüksetme) her biri için bir tane olmak üzere altı alt ölçekten oluşmaktadır. Her bileşen üç madde içermekte ve katılımcılardan her bir ifadeye ne derece katılıp katılmadıklarını 1 = kesinlikle katılmıyorum ve 5 = kesinlikle katılıyorum seçenekleri üzerinden değerlendirmeleri istenmektedir. Daha yüksek puanlar çevrimiçi alışverişe bağımlılık olasılığının arttığını göstermektedir. Bir örnekleme açıklayıcı, başka bir örnekleme ise doğrulayıcı faktör analizi yapılmış ve sonuçlar Griffiths'in (2005) modele uygun olarak Çevrimiçi Alışveriş Bağımlılığı Ölçeğinin altı faktörlü bir yapıya sahip olduğunu göstermiştir. Ayrıca iki farklı örnekleme ölçüğün iç tutarlık katsayısı sırayla .90 ve .95 olarak hesaplanmıştır. Araştırmacılar ölçeğin çevrimiçi alışveriş bağımlılığını ampirik olarak değerlendirmek için sağlam bir teorik temeli olduğunu ve genç yetişkinlerde çevrimiçi alışverişini anlamak için kullanılabilirliğini belirtmektedirler (Zhao ve ark., 2017). Ölçeğin dilimize uyarlama çalışması yapılmış ve iç tutarlık katsayısı .92 olarak bulunmuştur. Türkiye örneklemindeki faktör analizinde belirginlik ve tolerans alt boyutları birleşmiştir ve beş alt boyut ortaya çıkmıştır (Yılmaz ve ark., 2022).

3.1.16. Türk Çevrimiçi Alışveriş Aşırma Ölçeği (Turkish Craving for Online Shopping Scale-TCOSS)

Flannery ve arkadaşları (1999) tarafından geliştirilen beş maddelik Penn Alkol Aşırma Ölçeği'nde yer alan “alkol” kelimesi “online alışveriş” kelimesi ile değiştirilmiş ve Türk Çevrimiçi Alışveriş Aşırma olarak Türkçeye uyarlanmıştır (Savci ve ark., 2021). Her biri 0-6 puan arasında derecelendirilen beş maddeye sahip ölçek, tek boyutludur. Açıklayıcı faktör analizi, doğrulayıcı faktör analizi ve kriter geçerliğinin incelendiği üç farklı örnekleme iç tutarlık katsayıları sırasıyla .94, .94 ve .96 olarak bulunmuştur. Aşırma alkol bağımlılığının kriterlerinden biri olduğundan (APB, 2013), bu ölçüm aracında çevrimiçi alışverişin bağımlılık bakış açısı ile ele alındığı görülmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Bu derleme çalışmasında aşırı satın alma davranışının sınıflandırılması ve bu sınıflandırmalara bağlı olarak geliştirilen ölçüm araçlarından bahsedilmiştir. İlgili alanyazında bu sorunun bir dürtü kontrol bozukluğu, OKB ile ilişkili bir bozukluk ya da davranışsal bir bağımlılık olarak ele alınabildiği görülmektedir. Buradan hareketle aşırı satın alma davranışının nedenlerini ve doğasını anlamanın oldukça önemli olduğu söylenebilir. Aşırı satın alma davranışı bazı durumsal faktörlere bağlı olarak kompulsif bir satın alma, bazı durumlarda ise alışveriş bağımlılığı olarak sınıflandırılabilir.

Davranışsal bağımlılıklar kişisel, sosyal ve mesleki işlevsellik üzerinde belirgin olumsuz etkiler yaratmasına rağmen kalıcı ve tekrarlayan davranışlara yol açan yoğun dürtüleri kontrol edememe ile karakterize bozukluklar olarak kavramsallaştırılmaktadır (Kardefelt-Winther ve ark., 2017). Tanımın içeriğinde de yer alan dürtüsellik, bir dürtü kontrol bozukluğuna işaret etmekten ziyade, davranışsal bağımlılıkla ilişkili olarak görülen tüm tanısal sınıflamalar açısından ortak bir belirti olabilir ya da bu bozukluklar birbirine daha çok eşlik ediyor olabilir. Dürtüsellik diğer ilgili tanı spektrumlarıyla da ilişkili olduğu alanyazında belirtilmektedir. Diğer bir deyişle dürtüsellik, hem OKB ve ilişkili bozukluklarda (Li ve Chen, 2007) hem de bağımlılıkla ilişkili bozukluklarda görülebilmektedir (Koob ve Le Moal 1997; Perry ve Carroll, 2008). OKB tanısı almış bireyler ile sağlıklı kontrol grubunun karşılaştırıldığı bir çalışmada (Rai ve ark., 2022) birçok davranışsal bağımlılık ve dürtüsellik düzeyi incelenmiştir. Bu çalışmada, alanyazının aksine kompulsif satın alma ve dürtüsellik arasında bir ilişki bulunamamıştır. Ancak sağlıklı kontrol grubuna kıyasla OKB tanısı olanların, eşlik eden davranışsal bağımlılık belirtilerini (örn., internet, porno ve seks bağımlılığı) anlamlı olarak daha yük-

Tablo 1. Aşırı Satın Alma Davranışının Ölçümünde Yaygın Olarak Kullanılan Ölçüm Araçları

Ölçüm Aracının Adı	Orijinal Ölçek Çalışması	Türkçe Uyarlama Çalışması	D	K	B	D2
1. Minnesota Dürtü Kontrol Bozuklukları Görüşme Ölçeği	Christenson ve ark. (1994) Grant (2008)		✓			
2. Satın Alma Dürtüselligi Ölçeği	Rook ve Fisher (1995)		✓			
3. Satın Alma Davranışı Anketi	Lejoyeux ve ark. (1997)		✓			
4. Durumluk Satın Alma Dürtüsü Anketi	Vogt ve ark. (2014).		✓			
5. Richmond Kompulsif Satın Alma Ölçeği	Ridgway ve ark. (2008)		✓	✓		
6. Yale-Brown Obsesif Kompulsif Ölçeği – Alışveriş Versiyonu	Monahan ve ark. (1996)			✓		
7. Zorlantılı Satın Alma Ölçeği	Valence ve ark. (1988)	Yüncü ve Kesebir, (2014)		✓		
8. Kompulsif Satın Alma Ölçeği	Faber ve O' Guinn (1992)			✓		
9. Edwards Kompulsif Satın Alma Ölçeği	Edwards (1993)			✓		
10. Panik Satın Alma Ölçeği	Lins ve Aquino (2020)					✓
11. Deneysel Satın Alma Eğilimi Ölçeği	Howell ve ark. (2012)					✓
12. Deneysel Satın Alma Motivasyonu Ölçeği	Zhang ve ark. (2013).					✓
13. Bergen Alışveriş Bağımlılığı Ölçeği	Andreassen ve ark. (2015)				✓	
14. Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği	Manchiraju ve ark. (2017)	Bozdağ ve Yalçinkaya-Alkar (2018).		✓		
15. Çevrimiçi Alışveriş Bağımlılığı Ölçeği	Zhoa ve ark. (2017)	Yılmaz ve ark. (2022).			✓	
16. Türk Çevrimiçi Alışveriş Aşırma Ölçeği	Savci ve ark. (2021)				✓	

Not: D: Dürtüsellik, K: Kompulsivite, B: Bağımlılık, D2: Deneysel

sek düzeyde deneyimledikleri bulunmuştur. Cep telefonu kullanımı ve yeme bağımlılığının yaygınlığı açısından OKB grubu ile sağlıklı kontrol grubu arasında anlamlı bir farklılık çıkmasa da OKB grubunun sergilediği belirti şiddetinin sağlıklı kontrollerden anlamlı olarak daha yüksek olduğu görülmektedir. Dürtüsellik açısından karşılaştırıldıklarında ise OKB grubunun gerek toplam dürtüsellik puanı gerekse motor ve dikkat alt ölçeklerinden elde ettikleri puanlar, sağlıklı kontrol grubundan anlamlı olarak daha yüksektir. Bu çalışmaya dayanarak OKB tanısı alan bireylere, davranışsal bağımlılık türlerinin ve dürtüselliklerin daha çok eşlik ettiği söylenebilir.

Bir davranışın bir tanı içinde yer alıp almayacağı ya da hangi tanısal sınıf içinde yer alacağını belirlemek için öncelikle, o davranışın işlevsel tanımı yapılmalıdır. Bu işlevsel tanım amaca göre farklılık gösterebilir. Bu tanım klinik ortamlar için yapılacaksa, sorunu başlatan, sürdüren ve sorunun şiddetini artıran bilişsel, duygusal ve davranışsal nedenleri iyi anlamak ve kavramsallaştırmak önemlidir. Klinik değerlendirmede dürtüsellik, kontrol kaybı, kompulsiyon gibi ortak belirtilere odaklanırken, biriktirme ve aşırma gibi ayırıcı belirtileri de irdelemek, sorunun hangi tanı içinde yer alacağını ötesinde tedavi planının oluşturulmasında da etkili olacaktır. Aşırı satın alma davranışının işlevsel tanımının yapılması,

linik ortamlarda ya da araştırmalarda kullanılacak ölçüm aracının seçiminde de önemlidir.

İlgili alanyazın incelendiğinde aşırı satın alma davranışını değerlendiren bazı ölçüm araçlarının bu davranışa özgü olarak geliştirildiği, bazı durumlarda ise satın almanın aynı yelpazede yer alan benzer davranışları da değerlendirmek için geliştirilen araçların içinde bir alt boyut olarak yer aldığı görülmektedir. Ölçeklerin dışında alışveriş deneyimlerinin, duygudurumların ve alışveriş sonuçlarının kaydedildiği alışveriş günlükleri de aşırı satın alma davranışını daha iyi anlamak ve tedavi etmek amacıyla kullanılmaktadır. Bu günlüklerin aşırı satın alma problemi yaşayan bireylerin farkındalık kazanmasını sağladığı düşünülmektedir (Black, 2010).

Mevcut satın alma ölçeklerinin kullanım alanlarını ve psikometrik özelliklerini inceleyen bir çalışmada (Manolis ve Roberts, 2008), tüketici toplumlarında kompulsif satın almayı araştırmak ve sıklığını belirlemek için Edwards Kompulsif Satın Alma Ölçeği'nin kullanılması önerilmektedir. Araştırmacılara göre bu değerlendirme aracı materyalizm, kredi kartı kullanımı ve dışsal faktörlerin etkisiyle kompulsif satın almaya yönelen kişileri belirlemede daha güvenilirdir. Diğer yandan aynı çalışmada, kompulsif satın alma ile ilgili psikolojik süreçlere odaklanması durumunda klinik görünüme, tanı ve tedaviye ilişkin

özellikleri belirleyebilmek açısından Faber ve O'Guinn'in (1992) Kompulsif Satın Alma Ölçeği'nin kullanılmasının daha uygun bir seçenek olduğu önerilmektedir. Bergen Alışveriş Bağımlılığı Ölçeği, Çevrimiçi Alışveriş Bağımlılığı Ölçeği ve Türk Çevrimiçi Alışveriş Aşırma Ölçeği gibi ölçekler ise davranışı doğrudan bağımlılık bağlamında ele almaktadır.

Sonuç olarak, aşırı satın almanın hangi tanı kategorisi altında sınıflanmaya uygun olduğunu anlamaya ve ayırtırmaya yönelik daha ileri çalışmalar yapılmasına halen ihtiyaç duyulduğu görülmektedir. Bilişsel davranışçı model (Kellett ve Bolton, 2009), kompulsif satın almanın OKB çatısı altında yer alması gerektiğini önermektedir. Ancak alanyazında bu kavramın dürtü kontrol bozuklukları (Hollander ve Benzaquen 1996; McElroy ve ark., 1991) ya da davranışsal bağımlılıklar (Griffiths, 2005, Holden, 2001, Lejoyeux ve ark., 2000) arasında olması gerektiğine dair görüşler de mevcuttur. İleriki çalışmalarda bahsedilen tanı kategorileri ile bağlantılı diğer değişkenlerle ilişkilerinin incelenmesi, problemlili satın alma davranışının doğru bir şekilde sınıflandırılması açısından faydalı olabilir.

Diğer yandan farklı bağlamlarda geliştirilen ölçüm araçlarının birçoğunun ülkemizde uyarlama çalışması bulunmamaktadır. Bu ölçüm araçlarının uyarlama çalışmalarının yapılması ya da kültüre özgü yeni ölçüm araçlarının geliştirilmesi, aşırı satın alma davranışının ülkemizde de klinik ortamlarda ve araştırmalarda daha çok ele alınmasını sağlayacaktır.

BEYANLAR

Etik İkelere Uygunluk Beyanı Etik Kurul onayı gerektiren bir çalışma değildir.

Çıkar Çatışması Beyanı Yazarlar herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan eder.

KAYNAKLAR

- Aboujaoude, E. (2014). Compulsive buying disorder: A review and update. *Current Pharmaceutical Design*, 20, 4021-4025.
- Achtziger, A., Hubert, M., Kenning, P., Raab, G. ve Reisch, L. (2015). Debt out of control: The links between self-control, compulsive buying, and real debts. *Journal of Economic Psychology*, 49, 141-149.
- Adamczyk, G., Capetillo-Ponce, J. ve Szczygielski, D. (2020). Compulsive buying in Poland. An empirical study of people married or in a stable relationship. *Journal of Consumer Policy*, 43(3), 593-610.
- American Psychiatric Association. (1987). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (Gözden geçirilmiş 3. baskı). American Psychiatric Association.
- Amerikan Psikiyatri Birliği. (2000). *Psikiyatri hastalıklarının tanımlanması ve sınıflandırılması el kitabı* (Yeni den gözden geçirilmiş 4. baskı, E. Köroğlu, Çev.). Hekimler Yayın Birliği.
- Amerikan Psikiyatri Birliği. (2013). *Ruhsal bozuklukların*

tanısal ve sayımsal el kitabı (5. baskı, E. Köroğlu, Çev.). Hekimler Yayın Birliği.

- American Psychological Association. (2024). DSM History. <https://shorturl.at/emtJN> Erişim tarihi: 23.02.2024.
- Andreassen, C. S., Griffiths, M. D., Pallesen, S., Bilder, R. M., Torsheim, T. ve Aboujaoude, E. (2015). The Bergen Shopping Addiction Scale: Reliability and validity of a brief screening test. *Frontiers in Psychology*, 6, 1374.
- Bankalararası Kart Merkezi. (2021). Kart sayıları. <https://bkm.com.tr/kart-sayilari/>.
- Bentall, R. P., Lloyd, A., Bennett, K., McKay, R., Mason, L., Murphy, J., McBride O., Hardman T. K., Gibson-Miller, J., Levita, L., Martinez A. P., Stocks, T. V. A., Butter, S., Vallières, F., Hyland, P., Karatzias T. ve Shevlin, M. (2021). Pandemic buying: Testing a psychological model of ver-purchasing and panic buying using data from the United Kingdom and the Republic of Ireland during the early phase of the COVID-19 pandemic. *PLoS One*, 16(1), e0246339.
- Black, D. W. (2007). A review of compulsive buying disorder. *World Psychiatry*, 6, 14-18.
- Black, D. W. (2010). Compulsive buying: Clinical aspects. *Impulse Control Disorders*, 5-22.
- Black, D. W., Coryell, W. C., Crowe, R. R., McCormick, B., Shaw, M. ve Allen, J. (2014). A direct, controlled, blind family study of pathological gambling. *Journal of Clinical Psychiatry*, 75(3), 215-221.
- Black, D. W., Monahan, P. ve Gabel, J. (1997). Fluvoxamine in the treatment of compulsive buying. *Journal of Clinical Psychiatry*, 58(4), 159-163.
- Bleuler, E. (1930). *Textbook of psychiatry*. Macmillan.
- Bozdağ, Y. ve Yalçınkaya Alkar, Ö. (2018). Bergen Alışveriş Bağımlılığı Ölçeği'nin kompulsif çevrimiçi satın alma davranışına uyarlanması. *Bağımlılık Dergisi*, 19(2), 23-34.
- Budden, M. C. ve Griffin III, T. F. (1996). Explorations and implications of aberrant consumer behavior. *Psychology & Marketing*, 13(8), 739-740.
- Cepeda-Benito, A., Gleaves, D. H., Williams, T. L. ve Erath, S. A. (2000). The development and validation of the State and Trait Food-Cravings Questionnaires. *Behavior Therapy*, 31(1), 151-173.
- Chamberlain, S. R. ve Grant, J. E. (2018). Minnesota Impulse Disorders Interview (MIDI): Validation of a structured diagnostic clinical interview for impulse control disorders in an enriched community sample. *Psychiatry research*, 265, 279-283.
- Christenson, G. A., Faber, R. J., De Zwaan, M., Raymond, N. C., Specker, S. M., Ekern, M. D., Mackenzie, T. B., Crosby, R. D., Crow, S. J. ve Eckert, E. D. (1994). Compulsive buying: Descriptive characteristics and psychiatric comorbidity. *The Journal of Clinical Psychiatry*, 55(1), 5-11.
- Comings, D. E. (1998). The molecular genetics of pathological gambling. *CNS spectrums*, 3(6), 20-37.
- Desarbo, W. S. ve Edwards, E. A. (1996). Typologies of compulsive buying behavior: A constrained clusterwise regression approach. *Journal of Consumer Psychology*, 5(3), 231-262.
- Di Nicola, M., Tedeschi, D., De Risio, L., Pettorruso, M., Martinotti, G., Ruggeri, F., Swierkosz-Lenart K., Guglielmo R., Callea A., Ruggeri G., Pozzi, G., Di Giannantonio M. ve Janiri L. (2015). Co-occurrence of

- alcohol use disorder and behavioral addictions: Relevance of impulsivity and craving. *Drug and Alcohol Dependence*, 148, 118-125.
- Ding, H. (2009). Rhetorics of alternative media in an emerging epidemic: SARS, censorship, and extra-institutional risk communication. *Technical Communication Quarterly*, 18(4), 327-350.
- Dittmar, H. (2004). Understanding and diagnosing compulsive buying. *Handbook of addictive disorders: A practical guide to diagnosis and treatment*, 411-450.
- Dittmar, H., Beattie, J. ve Friese, S. (1996). Objects, decision considerations and self-image in men's and women's impulse purchases. *Acta Psychologica*, 93(1), 187-206.
- Dünya Sağlık Örgütü. (2018). *International classification of diseases, 11th revision (ICD-11)*. <https://icd.who.int/browse11/l-m/en#/http://id.who.int/icd/entity/1448597234>
- Dünya Sağlık Örgütü. (2020). <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>
- Edwards, E. A. (1993). Development of a new scale for measuring compulsive buying behavior. *Financial Counseling and Planning*, 4(1), 67-84.
- Engel, G. L. (1977). The clinical application of the biopsychosocial model. *The American Journal of Psychiatry*, 137, 535-544.
- Faber, R. J. ve O'Guinn, T. C. (1992). A clinical screener for compulsive buying. *Journal of Consumer Research*, 19(3), 459-469.
- Flannery, B. A., Volpicelli, J. R. ve Pettinati, H. M. (1999). Psychometric properties of the Penn Alcohol Craving Scale. *Alcoholism, Clinical and Experimental Research*, 23(8), 1289-1295.
- Frascella, J., Potenza, M. N., Brown, L. L. ve Childress, A. R. (2010). Shared brain vulnerabilities open the way for nonsubstance addictions: Carving addiction at a new joint? *Annals of the New York Academy of Sciences*, 1187(1), 294-315.
- Frost, R. O., Kim, H. J., Morris, C., Bloss, C., Murray-Close, M. ve Steketee, G. (1998). Hoarding, compulsive buying and reasons for saving. *Behaviour Research and Therapy*, 36(7), 657-664.
- Grant, J. E. (2008). *Impulse control disorders: A clinician's guide to understanding and treating behavioral addictions*. WW Norton & Company.
- Grant, J. E., Potenza, M. N., Weinstein, A. ve Gorelick, D. A. (2010). Introduction to behavioral addictions. *The American Journal of Drug and Alcohol Abuse*, 36(5), 233-241.
- Griffiths, M. (2005). A "components" model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10(4), 191-197.
- Griffiths, M. D., Andreassen, C. S., Pallesen, S., Bilder, R. M., Torsheim, T. ve Aboujaoude, E. (2016). When is a new scale not a new scale? The case of the Bergen Shopping Addiction Scale and the Compulsive Online Shopping Scale. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 14(6), 1107-1110.
- Harvanko, A., Lust, K., Odlaug, B. L., Schreiber, L. R., Derbyshire, K., Christenson, G. ve Grant, J. E. (2013). Prevalence and characteristics of compulsive buying in college students. *Psychiatry Research*, 210(3), 1079-1085.
- Holden, C. (2001). 'Behavioral' addictions: Do they exist? *Science*, 294(5544), 980-982.
- Hollander, E. ve Benzaquen, S. D. (1996). Is there a distinct OCD spectrum? *CNS Spectrums*, 1(1), 17-26.
- Hori, M. ve Iwamoto, K. (2014). The run on daily foods and goods after the 2011 Tohoku earthquake: A fact finding analysis based on homescan data. *The Japanese Political Economy*, 40(1), 69-113.
- Horváth, C., Büttner, O. B., Belei, N. ve Adıgüzel, F. (2015). Balancing the balance: Self-control mechanisms and compulsive buying. *Journal of Economic Psychology*, 49, 120-132.
- Howell, R. T., Pchelin, P. ve Iyer, R. (2012). The preference for experiences over possessions: Measurement and construct validation of the Experiential Buying Tendency Scale. *The Journal of Positive Psychology*, 7(1), 57-71.
- Kardefelt-Winther, D., Heeren, A., Schimmenti, A., van Rooij, A., Maurage, P., Carras, M., Edman, J., Blaszczynski, A., Khazaal, Y. ve Billieux, J. (2017). How can we conceptualize behavioural addiction without pathologizing common behaviours? *Addiction*, 112(10), 1709-1715.
- Kellett, S. ve Bolton, J., V. (2009). Compulsive buying: A cognitive-behavioural model. *Clinical Psychology and Psychotherapy*, 16, 83-99.
- Koob, G. F. ve Moal, M. L. (1997). Drug abuse: Hedonic homeostatic dysregulation. *Science*, 278(5335), 52-58.
- Kraepelin E. (1915). *Psychiatrie* (8. baskı). Barth.
- Lee, S. ve Mysyk, A. (2004). The medicalization of compulsive buying. *Social Science & Medicine*, 58(9), 1709-1718.
- Lejoyeux, M., Ades, J., Tassain, V. ve Solomon, J. (1996). Phenomenology and psychopathology of uncontrolled buying. *The American Journal of Psychiatry*, 153(12), 1524-1529.
- Lejoyeux, M., Bailly, F., Moula, H., Loi, S. ve Adès, J. (2005). Study of compulsive buying in patients presenting obsessive-compulsive disorder. *Comprehensive Psychiatry*, 46(2), 105-110.
- Lejoyeux, M., Mc Loughlin, M. ve Ades, J. (2000). Epidemiology of behavioral dependence: Literature review and results of original studies. *European Psychiatry*, 15(2), 129-134.
- Lejoyeux, M., Tassain, V., Solomon, J. ve Ades, J. (1997). Study of compulsive buying in depressed patients. *Journal of Clinical Psychiatry*, 58(4), 169-173.
- Lemmens, J. S., Valkenburg, P. M. ve Peter, J. (2009). Development and validation of a game addiction scale for adolescents. *Media Psychology*, 12, 77-95.
- Li C.L. ve Chen S. (2007). Obsessive-compulsiveness and impulsivity in a non-clinical population of adolescent males and females. *Psychiatry Research*, 149, 129-138.
- Lins, S. ve Aquino, S. (2020). Development and initial psychometric properties of a Panic Buying Scale during COVID-19 pandemic. *Heliyon*, 6(9), e04746.
- Manchiraju, S., Sadachar, A. ve Ridgway, J. L. (2017). The Compulsive Online Shopping Scale (COSS): Development and validation using panel data. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 15(1), 209-223.

- Manolis, C. ve Roberts, J. A. (2008). Compulsive buying: Does it matter how it's measured? *Journal of Economic Psychology*, 29(4), 555-576.
- Maraz, A., Griffiths, M. D. ve Demetrotics, Z. (2016). The prevalence of compulsive buying in non-clinical populations: A systematic review and meta-analysis. *Addiction*, 111(3), 408-419.
- McElroy, S. L., Hudson, J. I., Pope, H. G., Keck, P. E. ve Aizley, H. G. (1992). The DSM-III-R impulse control disorders not elsewhere classified: Clinical characteristics and relationship to other psychiatric disorders. *Journal of Psychiatry*, 149(3), 318-327.
- McElroy, S. L., Keck, P. E., Pope, H. G., Smith, J. M. ve Strakowski, S. M. (1994). Compulsive buying: A report of 20 cases. *The Journal of Clinical Psychiatry*, 55(6), 242-248.
- McElroy, S. L., Satlin, A., Pope, H. G., Keck, P. E. ve Hudson, J. I. (1991). Treatment of compulsive shopping with antidepressants: A report of three cases. *Annals of Clinical Psychiatry*, 3(3), 199-204.
- Monahan, P., Black, D. W. ve Gabel, J. (1996). Reliability and validity of a scale to measure change in persons with compulsive buying. *Psychiatry Research*, 64(1), 59-67.
- Mrad, M. ve Cui, C. C. (2020). Comorbidity of compulsive buying and brand addiction: An examination of two types of addictive consumption. *Journal of Business Research*, 113, 399-408.
- Mueller, A., Mitchell, J. E., Crosby, R. D., Gefeller, O., Faber, R. J., Martin, A. ve de Zwaan, M. (2010). Estimated prevalence of compulsive buying in Germany and its association with sociodemographic characteristics and depressive symptoms. *Psychiatry Research*, 180(2), 137-142.
- Müller, A., Mitchell, J. E. ve de Zwaan, M. (2015a). Compulsive Buying. *The American Journal on Addictions*, 24, 132-137.
- Müller, A., Trotske, P., Mitchell, J. E., de Zwaan, M. ve Brand, M. (2015b). The pathological buying screener: Development and psychometric properties of a new screening instrument for the assessment of pathological buying symptoms. *PLoS One*, 10(10), e0141094.
- O'Guinn, T. C. ve Faber, R. J. (1989). Compulsive buying: A phenomenological exploration. *Journal of Consumer Research*, 16(2), 147-157.
- Perry, J. L. ve Carroll, M. E. (2008). The role of impulsive behavior in drug abuse. *Psychopharmacology*, 200(1), 1-26.
- Raab, G., Elger, C. E., Neuner, M. ve Weber, B. (2011). A neurological study of compulsive buying behaviour. *Journal of Consumer Policy*, 34(4), 401-413.
- Raab, G., Reisch, L., Gwozdź, W., Kollmann, K., Schubert, A.-M. ve Unger, A. (2012). Pathological buying behavior: Investigating the trend of compensatory & compulsive buying in Austria, Denmark & Germany. A. Gasiorowska ve T. Zaleskiewicz (Ed.), *Microcosm of economic psychology: Proceedings of the IAREP Conference Wrocław 2012* içinde (s. 257). Warsaw School of Social Sciences and Humanities, Faculty in Wrocław.
- Rai, D., Jaisooriya, T. S., Narayanaswamy, J. C., Arumugham, S. S. ve Reddy, Y. J. (2022). Behavioural addictions in obsessive compulsive disorder—Prevalence and clinical correlates. *Psychiatry Research Communications*, 2(1), 100016.
- Ridgway, N. M., Kukar-Kinney, M. ve Monroe, K. B. (2008). An expanded conceptualization and a new measure of compulsive buying. *Journal of Consumer Research*, 35(4), 622-639.
- Roberts, J. A. ve Manolis, C. (2000). Baby boomers and busters: An exploratory investigation of attitudes toward marketing, advertising and consumerism. *Journal of Consumer Marketing*, 17(6), 481-497.
- Rook, D. W. ve Fisher, R. J. (1995). Normative influences on impulsive buying behavior. *Journal of Consumer Research*, 22(3), 305-313.
- Rook, D. W. ve Hoch, S. J. (1985). Consuming impulses. *Advances in Consumer Research*, 12, 23-27.
- Sauvaget, A., Jiménez-Murcia, S., Fernández-Aranda, F., Granero, R., Grall-Bronnec, M., Victorri-Vigneau, C., Bulteau, S., Derkinderen, P., Vanelle J.M., Hakansson, A., Mestre-Bach, G., Steward, T. ve Menchón, J. M. (2017). A comparison of treatment-seeking behavioral addiction patients with and without Parkinson's disease. *Frontiers in Psychiatry*, 8, 214.
- Savci, M., Ugur, E., Ercengiz, M. ve Griffiths, M. D. (2021). The development of the Turkish Craving for Online Shopping Scale: A validation study. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1-17.
- Soares, C., Fernandes, N. ve Morgado, P. (2016). A review of pharmacologic treatment for compulsive buying disorder. *CNS Drugs*, 30(4), 281-291.
- Sohn, S. H. ve Choi, Y. J. (2012). A model of compulsive buying: Dysfunctional beliefs and self-regulation of compulsive buyers. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 40(10), 1611-1624.
- Statista. (2021). E-commerce share of total global retail sales from 2015 to 2021. <https://www.statista.com/statistics/534123/e-commerce-share-of-retail-sales-worldwide/>
- Statista. (2022). E-commerce share of total global retail sales from 2015 to 2024 <https://www.statista.com/statistics/534123/e-commerce-share-of-retail-sales-worldwide/>
- Tamam, L. (2007). "Kompulsif satın alma (alışveriş bağımlılığı)" https://www.researchgate.net/profile/Lut_Tamam/publication/260421147_Compulsive_Buying/link/s/0f317531105cc31860000000.pdf
- Tamam, L., Diler, R. S. ve Özpoyraz, N. (1998). Kompulsif satın alma: Bir gözden geçirme. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 9(3), 224-230.
- Tang, D., Yang, Y., Yan, Y. ve Zhou, M. (2014). What determines online consumers to migrate from PC to Mobile Terminals? In an empirical research on consumers' online channel-migration behaviors. Wuhan: Paper presented at the Wuhan International Conference on e-Business.
- Tian, Y., Zhang, S., Wu, R., Wang, P., Gao, F. ve Chen, Y. (2018). Association between specific internet activities and life satisfaction: The mediating effects of loneliness and depression. *Frontiers in Psychology*, 9(1181), 1-11.
- TÜİK. (2021). Hanehalkı bilişim teknolojileri (BT) kullanımı araştırması. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437)
- Valence, G., d'Astous, A. ve Fortier, L. (1988). Compulsive buying: Concept and measurement. *Journal of Consumer Policy*, 11(4), 419-433.

- Vogt, S., Hunger, A., Türpe, T., Pietrowsky, R. ve Gerlach, A. L. (2014). Effects of mood induction on consumers with vs. without compulsive buying propensity: An experimental study. *Psychiatry Research*, 220(1-2), 342-347.
- Yau, M. Y. H. ve Potenza, M. N. (2015). Gambling disorder and other behavioral addictions: Recognition and treatment. *Harvard Review of Psychiatry*, 23(2), 134-146.
- Yılmaz T., İkiz G. ve Avcı F. M. (2022). Çevrimiçi Alışveriş Bağımlılığı Ölçeğinin Türkçe psikometrik özelliklerinin incelenmesi. *Bağımlılık Dergisi*, 23(2), 205-215.
- Yüncü Z. ve Kesebir S. (2014). Compulsive Buying Scale: Validity, reliability and its psychometric characteristics in our society. *Bağımlılık Dergisi*, 15(3), 142-149.
- Zhang, J. W., Howell, R. T. ve Caprariello, P. A. (2013). Buying life experiences for the “right” reasons: A validation of the Motivations for Experiential Buying Scale. *Journal of Happiness Studies*, 14(3), 817-842.
- Zhao, H., Tian, W. ve Xin, T. (2017). The development and validation of the online shopping addiction scale. *Frontiers in Psychology*, 8, 735.

| **Extended Abstract** |**Understanding excessive shopping behavior: A review of classification and measurement**Zeynep Akyüz¹,  Adviye Esin Yılmaz² **Keywords**

shopping, compulsive buying, addiction, measurement, classification

Abstract

Although over-purchasing behavior was mostly addressed in consumer research in the past, nowadays it has been considered a psychological problem. Debates have still continued on how to name excessive shopping behavior, which was previously more prominent among consumer research, as a psychological problem and in which classification it should be included in. The possible options can be impulse control disorder, obsessive-compulsive disorder and related disorders, or a behavioral addiction. This problem that has been stated with various names in the past, is now more commonly referred to as compulsive buying and shopping addiction. Another non-consensual issue is how to measure this behavior. Depending on the context in which the problem is handled, the dimensions of the behavior that the measurement instruments consider will change. The aim of this review was to examine the classification, measurement, and characteristics of measurement instruments developed according to the context in which over-purchasing behavior is addressed. Thus, an overview will be provided on which measurement instruments can be preferred in the clinic and purchasing behavior research, and how the treatment plan will be developed accordingly. Consequently, it can be stated that the nature of over-purchasing behavior and in what context it occurs should be evaluated in detail, and the behavior can be included in different classifications according to different contexts.

In the literature, terms such as compulsive buying/shopping, buying mania, compulsive consumption, impulsive buying, uncontrollable buying, and buying addiction have been used to describe excessive buying behaviour (Lejoyeux et al., 1996; McElroy et al., 1994). This behaviour can lead to guilt and social, family, psychological, occupational, and financial problems (Black, 2007; Christenson et al., 1994; McElroy et al., 1994).

Although the prevalence of this behaviour pattern is not known, data suggest that compulsive buying behaviour is increasing in the adult population in Europe (Raab et al., 2012). Buying behaviour may also increase from time to time in a situational manner. In global disasters such as natural disasters and the Covid-19 pandemic, increased buying behaviour and hoarding is an observed behaviour due to fear, anxiety, and panic. In a study conducted shortly after the detection of Covid-19 cases in the United Kingdom and Ireland, it was found that purchasing behaviour increased (Bentall et al., 2021).

Buying behaviour is widely studied in disciplines such as economics, business, and public relations. The other axis of purchasing research can be defined as psychology and psychiatry research (Müller et al., 2015). In this review study, purchasing behaviour was

first examined in the context of consumption research, and then examined mainly within the framework of clinical psychology and psychiatry. In addition, measurement tools developed from different perspectives are included.

1. Shopping Behaviour in Consumer Research

Consumer research considers excessive shopping as a consumer behaviour problem (Horváth et al., 2015). Excessive spending behaviour can also affect society as it can lead to debt and bankruptcy (Tamam, 2007). Therefore, it is important to understand general spending trends.

In different consumer studies, over purchasing has been examined with psychology-related variables such as kleptomania, gambling (Budden et al., 1996), self-control and planning (Achtziger et al., 2015; Horváth et al., 2015), self-esteem, life happiness, and brand addiction (Mrad & Cui, 2020).

2. Studies on Classifying Excessive Buying Behaviour as a Psychological Problem

The debate on the naming and classification of over-buying behaviour as a psychological problem continues in the literature. Some researchers have focused on

To cite: Akyüz, Z., & Yılmaz, A. E. (2023). Understanding excessive shopping behavior: A review of classification and measurement. *Journal Clinical Psychology Research*, 7(3), 428-447.

✉ **Zeynep Akyüz** · zeynep.akyuz@omu.edu.tr | ¹Res. Asst., Department of Psychology, Ondokuz Mayıs University, 55200 Atakum, Samsun, Türkiye; ²Prof. Dr., Department of Psychology, Dokuz Eylül University, İzmir, Türkiye.

Received Mar 15, 2022 Revised Jun 5, 2022 Accepted Jun 18, 2022



social causes before biological causes of overbuying and stated that it develops more in consumer societies (Lee & Mysyk, 2004; Mueller et al., 2010). Regarding biological reasons, it has been suggested that overbuying may be caused by problems in dopamine and other neurotransmitters (Comings, 1998; Holden, 2001; Tamam et al., 1998) and differences in the brain functions (Raab et al., 2011).

Compulsive buying was first defined in the DSM-III-R under the heading of "Impulse control disorders not otherwise specified" (American Psychiatric Association [APA], 1987). Since there is no consensus that it is a mental disorder (Müller et al., 2015), compulsive buying was not included in the subsequent versions of the DSM. Options include considering this problem as an impulse control disorder, obsessive-compulsive disorder and related disorders, or behavioural addiction.

2.1. Purchasing as an Impulse Control Disorder

Bleuler (1930) defined excessive buying behaviour as a form of impulsivity. Rook and Hoch (1985) named this definition as impulsive buying. Since impulsivity is an important predictor of impulsive buying (DeSarbo & Edwards, 1996), it has been suggested that excessive buying behaviour should first be considered as an impulse control disorder not otherwise specified (McElroy et al., 1992).

2.2. Purchasing as a Compulsive Behavior

Due to the obsession and repetition-related features of this behaviour, some researchers have argued that this behaviour has similar characteristics with other disorders in the obsessive-compulsive disorder spectrum and should be considered in this category (Hollander & Benzaquen 1996; McElroy et al., 1991). In support of this, it has been reported that the compulsive buying of unused and non-valuable products and the inability to discard these products are similar to the hoarding behaviour/disorder (Frost et al., 1998), and that the constant preoccupation with buying and shopping is related to the obsessive-compulsive spectrum. Previous studies have found a high comorbidity between obsessive-compulsive disorder and over purchasing behaviour (Lejoyeux et al., 2005).

Some proposed models have also addressed overbuying as a compulsive behaviour (Kellett & Bolton, 2009; Sohn & Choi, 2012). Another evidence that overbuying may be related to obsessive compulsive disorder (OCD) is that serotonin reuptake inhibitors used in the pharmacological treatment of OCD have been tested on buying behaviour and some of them are effective (Soares et al., 2016).

2.3. Purchasing as a Behavioural Addiction

Addiction experts consider certain non-substance behaviours such as problem gambling, internet use, video game playing, sex, eating, and shopping to be similar to substance addictions (Griffiths 2005;

Sauvaget et al., 2017; Yau and Potenza 2015). As a way to determine whether behavioural addictions are addictive, it has been suggested to compare these addictions to clinical criteria for other established substance-taking addictions (Griffiths, 2005). Salience, mood modification, tolerance, withdrawal, craving, and relapse are also seen in behavioural addictions as in addiction-related disorders (Di Nicola et al., 2015; Griffiths, 2005).

The comparison of behavioural addictions with other established substance addiction criteria has led to changes in the classification of some behaviours. In the 5th edition of the Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (DSM-5), problem gambling was included in "Non-Substance-Related Disorders" under the name Gambling Disorder as a behavioural addiction disorder instead of impulse control disorders (APA, 2013). The World Health Organization, on the other hand, accepted internet gaming disorder as a diagnosis in the 11th version of the International Classification of Diseases (ICD), sometime after DSM-5 (World Health Organization, 2018). The classification of gambling disorder and Internet gaming disorder as "addiction" strengthens the possibility that shopping behaviour with a similar mechanism may be included in the addiction category in the next versions of the DSM and ICD.

3. Measurement of Excessive Buying Behaviour

Measurement of purchasing behaviour is valuable in terms of classification of behaviour and empirical research. On the other hand, measurement tools are also necessary to assess whether the behaviour is at the level of a disorder or the level of this disorder. Due to its multifaceted consequences, the diagnosis, intervention, and treatment of overbuying behaviour is of great importance and therefore reliable and valid data collection tools are needed.

A wide variety of measurement tools have been developed to assess overbuying behaviour. While some researchers consider the behaviour as an "experience", some consider it as an impulse control disorder, some as a compulsive behaviour, and some as a behavioural addiction.

3.1. Scales Used for Excessive Buying Behaviour

In this section, the measurement tools developed to assess excessive buying behaviour in different contexts mentioned in the previous sections will be discussed. A summary of the contexts in which the instruments were developed (impulsivity, compulsivity, addiction, and experience) is presented in Table 1.

3.1.1. Minnesota Impulse Control Disorders Interview-MIDI

It is a semi-structured interview form that investigates the presence of Impulse Control Disorders according to DSM-IV (Christenson et al., 1994). The second ver-

Table 1. Measurement Tools Commonly Used in Excessive Buying Behavior

Measurement Tool	Original Study	Turkish Adaptation	I	C	A	E
1. Minnesota Impulse Control Disorders Interview	Christenson et al., 1994 Grant, 2008		✓			
2. Buying Impulsiveness Scale	Rook & Fisher, 1995		✓			
3. Questionnaire About Buying Behaviour	Lejoyeux et al., 1997		✓			
4. State Urge to Buy Questionnaire	Vogt et al., 2014.		✓			
5. Richmond Compulsive Buying Scale	Ridgway et al., 2008		✓	✓		
6. Yale-Brown Obsessive Compulsive Scale-Shopping Version	Monahan et al., 1996			✓		
7. Compulsive Buying Scale	Valence et al., 1988	Yüncü & Kesebir, 2014		✓		
8. The Compulsive Buying Scale-CBS	Faber & O' Guinn 1992			✓		
9. Edwards Compulsive Buying Scale	Edwards, 1993			✓		
10. Panic Buying Scale	Lins & Aquino, 2020					✓
11. Experiential Buying Tendency Scale	Howell et al., 2012					✓
12. Motivation for Experiential Buying Scale	Zhang et al., 2013.					✓
13. Bergen Shopping Addiction Scale	Andreassen et al., 2015				✓	
14. The Compulsive Online Shopping Scale	Manchiraju et al., 2017	Bozdağ & Yalçınkaya-Alkar, 2018		✓		
15. Online Shopping Addiction Scale	Zhoa et al., 2017	Yılmaz & ark. 2022			✓	
16. Turkish Craving for Online Shopping Scale	Savci et al., 2021				✓	

Note. I: Impulsivity, C: Compulsivity, A: Addiction, E: Experience

sion of the scale (V2.0) was originally developed by Grant (2008). In this current version, the DSM-5 diagnostic criteria for gambling disorder (American Psychiatric Association, 2013) were used.

3.1.2. Buying Impulsiveness Scale-BIS

It was developed to assess impulse buying behaviours (Rook & Fisher, 1995). Researchers define impulsive buying behaviour as the consumer's tendency to buy spontaneously, without thinking, immediately, which is activated in the case of physical proximity to a desired product, dominated by emotional attraction to that product, and the desire for instant gratification.

3.1.3. Questionnaire About Buying Behaviour-QABB

It is a scale that assesses the consequences of impulsivity related to buying behaviour. The items that make up the scale are a self-report scale in yes/no format based on the criteria of McElroy et al. (1994), clinical experiences and experiences reported by family members.

3.1.4. State Urge to Buy Questionnaire-UBO-S

Based on the State Food Craving Questionnaire (FCQ-S; Cepeda-Benito et al., 2000), this scale assesses general situations that may lead to buying. In the adaptation study, the scale was translated into German and food-related terms were replaced with purchase-related terms (Vogt et al., 2014).

3.1.5. Richmond Compulsive Buying Scale-RCBS

It is a measurement tool that evaluates compulsive buying in terms of impulsivity and compulsivity and

as a disease. The cut-off score of the scale was determined as 25 (Ridgway et al., 2008).

3.1.6. Yale-Brown Obsessive Compulsive Scale-Shopping Version-YBOCS-SV

Utilizing the items of the Yale-Brown Obsessive Compulsive Scale, it was designed to assess the severity of compulsive buying in clinical groups and also to monitor the change obtained in clinical studies (Monahan et al., 1996).

3.1.7. Compulsive Buying Scale-CBS

The Compulsive Buying Scale was developed to question the characteristics associated with compulsive buying and the possible problems experienced (Valence et al., 1988). The scale has four dimensions: propensity to spend, reactive buying, post-spending guilt, and family environment characteristics.

3.1.8. The Compulsive Buying Scale-CBS

It is a scale used to identify compulsive buying patients. It was developed to distinguish between people with normal and pathological buying behaviour (Faber & O'Guinn, 1992). This scale, which is one of the most frequently used scales assessing compulsive buying, is a useful tool for scoring compulsive buying and its intensity.

3.1.9. Edwards Compulsive Buying Scale-ECBS

Edwards Compulsive Buying Scale (Edwards, 1993), based on Faber and O'Guinn's (1992) scale, aims to determine how compulsive individuals are in their buying behaviour.

3.1.10. Panic Buying Scale-PBS

It is argued that fear becomes a stronger driving force for human behaviour in times of crisis, and that people tend to buy more things than usual with the effect of fear and panic. Thinking that the Covid-19 pandemic also had this effect, researchers developed the Panic Buying Scale (PBS) since no specific scale has been created on this subject until now (Lins & Aquino, 2020).

3.1.11. Experiential Buying Tendency Scale-EBTS

The scale, which assesses whether individuals have an experiential or materialistic buying tendency, was developed to understand the desire for experiential buying instead of materialistic buying or preferences between certain life experiences and material items of equal value (Howell et al., 2012).

3.1.12. Motivation for Experiential Buying Scale-MEBS

Beyond identifying the hedonic benefits of spending money on life experiences instead of material assets, it is a scale developed to determine which motivations in experiential consumption are related to psychological need satisfaction and well-being (Zhang et al., 2013).

3.1.13. Bergen Shopping Addiction Scale-BSAS

It is a 7-item measurement tool developed to quickly screen shopping addiction (Andreassen et al., 2015). The items assess seven domains: salience, mood modification, conflict, tolerance, relapse, withdrawal, and problem.

3.1.14. The Compulsive Online Shopping Scale-COSS

It is a measurement tool adapted for online shopping (Manchiraju et al., 2017) using the Bergen Shopping Addiction Scale (Andreassen et al., 2015). Except for the addition of the word "online" to the original items, no significant changes were made in the content. For this reason, the developers of the Bergen Shopping Addiction Scale criticized this measurement tool in an article titled "When is a New Scale Not a New Scale?" and stated that the original scale was developed by considering different shopping situations both online and offline and that there was no need for a separate version for the online platform (Griffiths et al., 2016).

3.1.15. Online Shopping Addiction Scale-OSAS

It was inspired by the previous theories and research on behavioural addiction and was developed based on Griffiths' (2005) widely accepted six-factor component model. It consists of six subscales, one for each of the six addiction criteria (salience, tolerance, mood modification, withdrawal, conflict, and relapse) based on the core addiction components (Zhao et al., 2017).

3.1.16. Turkish Craving for Online Shopping Scale-TCOSS

The word "alcohol" in the five-item Penn Alcohol Craving Scale developed by Flannery et al. (1999) was replaced with the word "online shopping" and adapted into Turkish as Turkish Craving for Online Shopping (Savci et al., 2021). Since craving is one of the criteria for alcohol addiction (APA, 2013), it is seen that online shopping is addressed from an addiction perspective in this measurement tool.

Conclusion

In this review study, the classification of excessive buying behaviour and the measurement tools developed based on these classifications were mentioned. In the related literature, it is seen that this problem can be considered as an impulse control disorder, obsessive-compulsive related disorder, or a behavioural addiction. Therefore, it can be said that it is particularly important to understand the causes and nature of overbuying behaviour. Excessive buying behaviour can be classified as compulsive buying depending on some situational factors and as a shopping addiction in some cases.

In order to determine whether a behaviour should be included in a diagnosis or in which diagnostic class it should be included, firstly, an operational definition of that behaviour should be made. This operational definition may differ according to the purpose. If this definition is to be made for clinical settings, it is important to understand and conceptualize the cognitive, emotional, and behavioural causes that initiate, maintain, and increase the severity of the problem. While focusing on common symptoms such as impulsivity, loss of control, and compulsions in clinical evaluation, examining differential symptoms such as hoarding, and craving will be effective in formulating the treatment plan beyond the diagnosis of the problem. An operational definition of overbuying behaviour is also important in the selection of the measurement tool to be used in clinical settings or research.

In conclusion, it is seen that there is still a need for further studies to understand and differentiate under which diagnostic category overbuying is appropriate to be classified. In future studies, examining the relationships between these diagnostic categories and other related variables may be useful in terms of accurately classifying problematic buying behaviour. On the other hand, conducting adaptation studies of measurement tools developed in different contexts or developing new culture-specific measurement tools will ensure that overbuying behaviour is addressed more in clinical settings and research in our country.

DECLARATIONS

Compliance with Ethical Standards It is not a study that requires Ethics Committee approval.

Conflict of Interest The author declares that there is no conflict of interest.

REFERENCES

- Achtziger, A., Hubert, M., Kenning, P., Raab, G., & Reisch, L. (2015). Debt out of control: The links between self-control, compulsive buying, and real debts. *Journal of Economic Psychology, 49*, 141-149.
- American Psychiatric Association (1987). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (3rd edition-revised). Washington, DC.
- American Psychiatric Association (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental Disorders* (5th edition.). American Psychiatric Association.
- Andreassen, C. S., Griffiths, M. D., Pallesen, S., Bilder, R. M., Torsheim, T., & Aboujaoude, E. (2015). The Bergen Shopping Addiction Scale: Reliability and validity of a brief screening test. *Frontiers in Psychology, 6*, 1374.
- Bentall, R. P., Lloyd, A., Bennett, K., McKay, R., Mason, L., Murphy, J., McBride O., Hardman T. K., Gibson-Miller, J., Levita, L., Martinez A. P., Stocks, T. V. A., Butter, S., Vallières, F., Hyland, P., Karatzias T., & Shevlin, M. (2021). Pandemic buying: Testing a psychological model of over-purchasing and panic buying using data from the United Kingdom and the Republic of Ireland during the early phase of the COVID-19 pandemic. *PLoS One, 16*(1), e0246339.
- Black, D. W. (2007). A review of compulsive buying disorder. *World Psychiatry, 6*, 14-18.
- Bleuler, E. (1930). *Textbook of psychiatry*. Macmillan.
- Budden, M. C., & Griffin III, T. F. (1996). Explorations and implications of aberrant consumer behavior. *Psychology & Marketing (1986-1998), 13*(18), 739.
- Cepeda-Benito, A., Gleaves, D. H., Williams, T. L., & Erath, S. A. (2000). The development and validation of the State and Trait Food-Cravings Questionnaires. *Behavior Therapy, 31*(1), 151-173.
- Christenson, G. A., Faber, R. J., de Zwaan, M., Raymond, N. C., Specker, S. M., Ekern, M. D., Mackenzie, T. B., Crosby, R. D., Crow, S. J., & Eckert, E. D. (1994). Compulsive buying: Descriptive characteristics and psychiatric comorbidity. *The Journal of Clinical Psychiatry, 55*(1), 5-11.
- Comings, D. E. (1998). The molecular genetics of pathological gambling. *CNS Spectrums, 3*(06), 20-37.
- Desarbo, W. S., & Edwards, E. A. (1996). Typologies of compulsive buying behavior: A constrained clusterwise regression approach. *Journal of Consumer Psychology, 5*(3), 231-262.
- Di Nicola, M., Tedeschi, D., De Risio, L., Pettorruso, M., Martinotti, G., Ruggeri, F., Swierkosz-Lenart K., Guglielmo R., Callea A., Ruggeri G., Pozzi, G., Di Giannantonio M., & Janiri L. (2015). Co-occurrence of alcohol use disorder and behavioral addictions: Relevance of impulsivity and craving. *Drug and Alcohol Dependence, 148*, 118-125.
- Edwards, E. A. (1993). Development of a new scale for measuring compulsive buying behavior. *Financial Counseling and Planning, 4*(1), 67-84.
- Faber, R. J., & O'Guinn, T. C. (1992). A clinical screener for compulsive buying. *Journal of Consumer Research, 19*(3), 459-469.
- Flannery, B. A., Volpicelli, J. R., & Pettinati, H. M. (1999). Psychometric properties of the penn alcohol craving scale. *Alcoholism, Clinical and Experimental Research, 23*(8), 1289-1295.
- Frost, R. O., Kim, H. J., Morris, C., Bloss, C., Murray-Close, M., & Steketee, G. (1998). Hoarding, compulsive buying and reasons for saving. *Behaviour Research and Therapy, 36*(7), 657-664.
- Grant, J. E. (2008). *Impulse control disorders: A clinician's guide to understanding and treating behavioral addictions*. WW Norton & Company.
- Griffiths, M. (2005). A "components" model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use, 10*(4), 191-197.
- Griffiths, M. D., Andreassen, C. S., Pallesen, S., Bilder, R. M., Torsheim, T., & Aboujaoude, E. (2016). When is a new scale not a new scale? The case of the Bergen Shopping Addiction Scale and the Compulsive Online Shopping Scale. *International Journal of Mental Health and Addiction, 14*(6), 1107-1110.
- Holden, C. (2001). 'Behavioral' addictions: Do they exist? *Science, 294*(5544), 980-982.
- Hollander, E., & Benzaquen, S. D. (1996). Is there a distinct OCD spectrum? *CNS Spectrums, 1*(01), 17-26.
- Horváth, C., Büttner, O. B., Belei, N., & Adıgüzel, F. (2015). Balancing the balance: Self-control mechanisms and compulsive buying. *Journal of Economic Psychology, 49*, 120-132.
- Howell, R. T., Pchelin, P., & Iyer, R. (2012). The preference for experiences over possessions: Measurement and construct validation of the Experiential Buying Tendency Scale. *The Journal of Positive Psychology, 7*(1), 57-71.
- Kellett, S., & Bolton, J., V. (2009). Compulsive Buying: A cognitive-behavioural model. *Clinical Psychology and Psychotherapy, 16*, 83-99.
- Lee, S., & Mysyk, A. (2004). The medicalization of compulsive buying. *Social Science & Medicine, 58*(9), 1709-1718.
- Lejoyeux, M., Ades, J., Tassain, V., & Solomon, J. (1996). Phenomenology and psychopathology of uncontrolled buying. *The American Journal of Psychiatry, 153*(12), 1524-1529.
- Lejoyeux, M., Bailly, F., Moula, H., Loi, S., & Adès, J. (2005). Study of compulsive buying in patients presenting obsessive-compulsive disorder. *Comprehensive Psychiatry, 46*(2), 105-110.
- Lins, S., & Aquino, S. (2020). Development and initial psychometric properties of a Panic Buying Scale during COVID-19 pandemic. *Heliyon, 6*(9), e04746.
- Manchiraju, S., Sadachar, A., & Ridgway, J. L. (2017). The Compulsive Online Shopping Scale (COSS): Development and validation using panel data. *International Journal of Mental Health and Addiction, 15*(1), 209-223.
- McElroy, S. L., Hudson, J. I., Pope, H. G., Keck, P. E., & Aizley, H. G. (1992). The DSM-III-R impulse control disorders not elsewhere classified: Clinical characteristics and relationship to other psychiatric disorders. *Journal of Psychiatry, 149*(3), 318-327.

- McElroy, S. L., Keck, P. E., Pope, H. G., Smith, J. M., & Strakowski, S. M. (1994). Compulsive buying: A report of 20 cases. *The Journal of Clinical Psychiatry*, 55(6), 242-248.
- McElroy, S. L., Satlin, A., Pope, H. G., Keck, P. E., & Hudson, J. I. (1991). Treatment of compulsive shopping with antidepressants: A report of three cases. *Annals of Clinical Psychiatry*, 3(3), 199-204.
- Monahan, P., Black, D. W., & Gabel, J. (1996). Reliability and validity of a scale to measure change in persons with compulsive buying. *Psychiatry Research*, 64(1), 59-67.
- Mrad, M., & Cui, C. C. (2020). Comorbidity of compulsive buying and brand addiction: An examination of two types of addictive consumption. *Journal of Business Research*, 113, 399-408.
- Mueller, A., Mitchell, J. E., Crosby, R. D., Gefeller, O., Faber, R. J., Martin, A., & de Zwaan, M. (2010). Estimated prevalence of compulsive buying in Germany and its association with sociodemographic characteristics and depressive symptoms. *Psychiatry Research*, 180(2), 137-142.
- Müller, A., Trotzke, P., Mitchell, J. E., de Zwaan, M., & Brand, M. (2015). The pathological buying screener: Development and psychometric properties of a new screening instrument for the assessment of pathological buying symptoms. *PLoS One*, 10(10), e0141094.
- Raab, G., Elger, C. E., Neuner, M., & Weber, B. (2011). A neurological study of compulsive buying behaviour. *Journal of Consumer Policy*, 34(4), 401-413.
- Raab, G., Reisch, L., Gwozdz, W., Kollmann, K., Schubert, A.-M., & Unger, A. (2012). Pathological buying behavior: Investigating the trend of compensatory & compulsive buying in Austria, Denmark, & Germany. In A. Gasiorowska, & T. Zaleskiewicz (Eds.), *Microcosm of economic psychology: Proceedings of the IAREP Conference Wroclaw 2012* (pp. 257). Warsaw School of Social Sciences and Humanities, Faculty in Wroclaw.
- Ridgway, N. M., Kukar-Kinney, M., & Monroe, K. B. (2008). An expanded conceptualization and a new measure of compulsive buying. *Journal of Consumer Research*, 35(4), 622-639.
- Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative influences on impulsive buying behavior. *Journal of Consumer Research*, 22(3), 305-313.
- Rook, D. W., & Hoch, S. J. (1985). Consuming impulses. *Advances in Consumer Research*, 12, 23-27.
- Sauvaget, A., Jiménez-Murcia, S., Fernández-Aranda, F., Granero, R., Grall-Bronnec, M., Victorri-Vigneau, C., Bulteau, S., Derkinderen, P., Vanelle J. M., Hakansson, A., Mestre-Bach, G., Steward, T., & Menchón, J. M. (2017). A comparison of treatment-seeking behavioral addiction patients with and without Parkinson's disease. *Frontiers in Psychiatry*, 8, 214.
- Savci, M., Ugur, E., Ercengiz, M., & Griffiths, M. D. (2021). The development of the Turkish Craving for Online Shopping Scale: A validation study. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1-17.
- Soares, C., Fernandes, N., & Morgado, P. (2016). A review of pharmacologic treatment for compulsive buying disorder. *CNS Drugs*, 30(4), 281-291.
- Sohn, S. H., & Choi, Y. J. (2012). A model of compulsive buying: Dysfunctional beliefs and self-regulation of compulsive buyers. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 40(10), 1611-1624.
- Tamam, L. (2007). "Kompulsif Satın Alma (Alışveriş Bağımlılığı)". https://www.researchgate.net/profile/Lut_Tamam/publication/260421147_Compulsive_Buying/links/0f317531105cc31860000000.pdf
- Tamam, L., Diler, R. S., & Özpooyraz, N. (1998). Kompulsif satın alma: Bir gözden geçirme. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 9(3), 224-230.
- Valence, G., d'Astous, A., & Fortier, L. (1988). Compulsive buying: Concept and measurement. *Journal of Consumer Policy*, 11(4), 419-433.
- Vogt, S., Hunger, A., Türpe, T., Pietrowsky, R., & Gerlach, A. L. (2014). Effects of mood induction on consumers with vs. without compulsive buying propensity: An experimental study. *Psychiatry Research*, 220(1-2), 342-347.
- World Health Organization (2018). International classification of diseases, 11th Revision (ICD-11). <https://icd.who.int/browse11/lm/en#/http://id.who.int/icd/entity/1448597234>
- Yau, M. Y. H., & Potenza, M. N. (2015). Gambling disorder and other behavioral addictions: Recognition and treatment. *Harvard Review of Psychiatry*, 23(2), 134-146.
- Zhao, H., Tian, W., & Xin, T. (2017). The development and validation of the Online Shopping Addiction Scale. *Frontiers in Psychology*, 8, 735.
- Zhang, J. W., Howell, R. T., & Caprariello, P. A. (2013). Buying life experiences for the "right" reasons: A validation of the Motivations for Experiential Buying Scale. *Journal of Happiness Studies*, 14(3), 817-842.