



ARAŞTIRMA MAKALESİ / RESEARCH ARTICLE

GÖSTERİŞÇİ TÜKETİM EĞİLİMİNİN SAĞLIK ARAMA DAVRANIŞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

THE IMPACT OF CONSPICUOUS CONSUMPTION TENDENCY ON HEALTH-SEEKING BEHAVIOR

Dr. Öğr. Üyesi Mustafa FİLİZ¹

Prof. Dr. Yalçın KARAGÖZ²

ÖZ

Bu çalışmada amaç, bireylerin gösterişçi tüketim eğilimlerinin sağlık arama davranışları üzerindeki etkisini belirlemek ve çeşitli demografik değişkenlere göre farklılıkları incelemektir. Çalışmanın örneklemini, Marmara bölgesinde ikamet eden 18 yaş üstü 402 kişi oluşturmaktadır. Veri toplama aracı olarak gösterişçi tüketim ve sağlık arama ölçekleri kullanılmıştır. Verilerin analiz edilmesinde, fark analizleri için t testi ve ANOVA testleri uygulanmıştır. Gösterişçi tüketim algısının sağlık arama davranışı üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla PATH analizi yapılmıştır. Verilerin analiz edilmesinde SPSS 25 ve AMOS 23 paket programları kullanılmıştır. Katılımcıların genel anlamda gösterişçi tüketim alışkanlıklarının düşük, profesyonel sağlık arama davranışlarının ise yüksek olduğu tespit edilmiştir. Gösterişçi tüketim eğiliminin, sağlık arama davranışının tüm alt boyutları üzerinde anlamlı şekilde etkili olduğu bulunmuştur. Yaşa, gelir düzeyine, medeni duruma, yıllık tedavi sayısına, devamlı kullanılan ilacın olup olmamasına ve kronik hastalık durumuna göre sağlık arama davranışı ve gösterişçi tüketim davranışının farklılık arz etmediği tespit edilmiştir. Araştırmada, katılımcıların gösterişçi tüketim algılarının genel olarak düşük olduğu, ancak bu algının sağlık arama davranışları üzerinde önemli bir etkisi olduğu belirlenmiştir. Özellikle online sağlık arama konusunda gösterişçi tüketimin belirleyici bir rolü olduğu tespit edilmiştir. Sağlık hizmeti sağlayıcılarının ve pazarlamacıların, bireylerin sağlık arama davranışlarını anlamak ve etkili stratejiler geliştirmek için gösterişçi tüketim algısını dikkate almasının önemli olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Online sağlık, Geleneksel sağlık, Tüketim, Sağlık hizmetleri.

JEL Sınıflandırma Kodları: I11, D12, I18.

ABSTRACT

The aim of this study is to determine the impact of individuals' conspicuous consumption tendencies on health-seeking behaviors and to examine differences according to various demographic variables. The sample of the study consists of 402 individuals aged 18 and older residing in the Marmara region. Conspicuous consumption and health-seeking behavior scales were applied as data collection instruments. For data analysis, t-tests and ANOVA tests were applied to analyze differences, and PATH analysis was conducted to determine the impact of conspicuous consumption perception on health-seeking behavior. SPSS 25 and AMOS 23 software packages were utilized for data analysis. It was found that, although participants generally had low perceptions of conspicuous consumption, these perceptions significantly impacted their health-seeking behaviors. The results indicated that conspicuous consumption tendencies significantly influenced all sub-dimensions of health-seeking behavior. The study found no significant differences in either health-seeking behavior or conspicuous consumption behavior across various demographic factors, including age, income level, marital status, annual medical treatments, consistent medication use, and chronic disease presence.

The study concluded that participants generally had low perceptions of conspicuous consumption, but this perception had a significant impact on health-seeking behaviors. Particularly, conspicuous consumption played a determining role in online health-seeking behavior. It emphasizes the importance for healthcare providers and marketers to take into account the conspicuous consumption perception in order to understand individuals' health-seeking behaviors and develop effective strategies.

Keywords: Digital Health, Traditional Healthcare, Consumption, Healthcare Services.

JEL Classification Codes: I11, D12, I18.

¹ Artvin Çoruh Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, mustafa2108@artvin.edu.tr

² Düzce Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, yalcinkaragoz@duzce.edu.tr

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

Individuals' consumption behaviors are shaped based on social, cultural, and individual determinants, with conspicuous consumption being a prominent example of these behaviors. Conspicuous consumption delineates the consumption undertaken to enhance one's social status or to express a sense of belonging. The literature provides limited insights into the influence of conspicuous consumption on individuals' health-seeking behaviors, and this study seeks to scrutinize this impact. Both historical and contemporary literature suggests that conspicuous consumption is influenced by social status, cultural values, and demographic variables, and it plays a decisive role in the consumption of health-related products and services. The relationship between health-seeking behavior and conspicuous consumption may vary depending on how individuals perceive their social status and sense of belonging. To comprehend this relationship in depth, a multidisciplinary approach is essential, requiring contributions from disciplines such as sociology, psychology, consumer behavior, and public health. Within the scope of literature, it is posited that conspicuous consumption tendencies might influence individuals' health-seeking behaviors. This study examines the effect of conspicuous consumption tendencies on individuals' health-seeking behaviors. Moreover, it aims to determine whether there are variations in conspicuous consumption tendencies and health-seeking behaviors based on demographic variables. In this context, the study aspires to deeply investigate potential relationships between conspicuous consumption and health-seeking behavior and to ascertain how this relationship diverges based on demographic characteristics.

Design/methodology/approach:

In this study, the potential impact of individuals' conspicuous consumption tendencies on their health-seeking behaviors was investigated. The population encompasses individuals aged 18 and over residing in the Marmara region in 2023. The sample of the study consists of 402 participants selected based on criteria set by Cohen et al. (2000). The data collection process was conducted using a convenience sampling technique. Of the participants, 66.4% are female, 41.3% are between the ages of 26 and 35, and 57.5% reside in urban centers. During the data collection phase, two scales and a demographic information form were employed. The health-seeking behavior scale comprises three sub-dimensions: online, professional, and traditional health-seeking behaviors. The conspicuous consumption scale was developed by Chaudhuri et al. (2011). At the beginning of the survey, a brief paragraph was included to clarify the purpose of the study to the participants, and their informed consents were obtained. The survey was distributed to individuals aged 18 and above residing within the boundaries of the Marmara region. The majority of the data was collected from individuals living in provincial centers, while a smaller portion was from those residing in districts and villages. Most of the data was gathered through online surveys, with a minimal portion collected via face-to-face surveys. The data collection process spanned from June 7, 2023, to September 25, 2023, lasting approximately four months. In the data analysis process, methods such as normality tests, correlation, and PATH analysis were utilized. Additionally, t-tests and ANOVA tests were applied to determine differences based on demographic variables.

Findings:

It has been observed that participants' perceptions of conspicuous consumption are at a low level, with professional health-seeking being the highest among health-seeking sub-dimensions, traditional health-seeking behaviors at a moderate level, and online health-seeking being the lowest. A significant influence of conspicuous consumption perception on health-seeking behavior has been identified. Notably, a substantial impact of conspicuous consumption on online health-seeking behavior was detected. It was determined that there were no significant differences in health-seeking behavior and conspicuous consumption behavior based on age, income level, marital status, annual treatment frequency, the presence of regularly used medication, and chronic illness status. Online health-seeking behavior was found to be more prevalent among females compared to males. It has been ascertained that primary school graduates have a higher propensity for conspicuous consumption compared to high school, associate degree, undergraduate, and postgraduate graduates.

Conclusion and Discussion:

This study focused on determining the impact of individuals' perceptions of conspicuous consumption on health-seeking behaviors and highlighting differences according to various demographic variables. In conclusion, participants generally exhibit a low perception of conspicuous consumption, yet their health-seeking behaviors seem influenced by this perception. The most commonly employed search method is professional health-seeking, while the frequency of online health searches is minimal. It has been observed that demographic characteristics like age, income, and marital status, as well as other health-related factors, don't cause notable differences in health-seeking behaviors or conspicuous consumption tendencies. However, distinctions exist concerning gender and educational level. Women are more active in online health searches, while primary school graduates exhibit higher conspicuous consumption tendencies. These results emphasize that individuals' health information seeking and consumption habits are influenced not only by social and cultural factors but also by individual variables such as education and gender. The findings suggest that health information strategies and campaigns shaping consumer behaviors need to be adapted, taking into consideration these diversified needs and trends. Within the scope of this study, recommendations are anticipated to be beneficial: Health institutions should enhance their online information strategies, given that participants' online health searches are at a low level. The impact of conspicuous consumption on online health-seeking behavior should be thoroughly investigated. Information campaigns tailored to the behaviors of women and primary school graduates should be developed. Continuity of policies and practices aimed at ensuring equality in access to health services should be encouraged.

1. GİRİŞ

Bireylerin tüketim davranışları, sosyal, kültürel ve bireysel faktörlerin birleşimine bağlı olarak şekillenmektedir. Bu davranışların en belirgin örneklerinden biri gösterişçi tüketim eğilimidir. Gösterişçi tüketim, bireylerin sosyal statüyü yansıtmak, saygınlık kazanmak veya sosyal gruplarına aidiyetlerini ifade etmek amacıyla mal ve hizmet satın almaları olarak tanımlanabilir (Da Cunha Brandão ve Barbedo, 2023). Gösterişli tüketim, bir kişinin sosyal konumunu koruyan veya artıran sosyal olarak belirlenmiş tüketimi ifade eder (Correia et al., 2016). Bu terim, tarihî olarak, gösterişli tüketim terimi ilk kez 1899 yılında Thornstein Veblen tarafından yayımlanan 'The Theory of The Leisure Class' (Aylak Sınıfın Teorisi) adlı eserde ortaya atılmıştır (Veblen, 2005). Veblen (2005), gösterişli tüketimi, toplum ve ekonomi arasındaki ilişkiyi sınıfsal farklılaşmaya dayanarak, tüketimin gösteriş amacıyla gerçekleştirilmesi olarak tanımlamıştır (Veblen, 2005).

Gösterişçi tüketim kavramı, tüketim davranışları literatüründe uzun yıllardır önemli bir odak konusu olmuştur ve bu alanda çok sayıda çalışma yapılmıştır (Veblen, 2005, Correia et al., 2016; Aslan, 2021; Zhang, 2022; Xu et al., 2023, Da Cunha Brandão ve Barbedo, 2023). Gösterişçi tüketimin, tüketim tercihlerinden sosyal etkileşimlere kadar bireylerin birçok yönü üzerinde etkili olduğu bilinmektedir (Xu et al., 2023).

Ancak, gösterişçi tüketimin sağlık arama davranışı üzerindeki etkisi konusunda literatür oldukça sınırlıdır. Sağlık arama davranışı, bireylerin kendi sağlıklarını koruma ve geliştirme amacıyla gerçekleştirdikleri faaliyetlerdir ve bu davranışların sosyal, kültürel ve bireysel faktörlerle şekillendiği bilinmektedir (Mackian et al., 2004).

Tüketim Kültürü ve Sağlık Davranışları Modeli bağlamında, gösterişçi tüketim eğiliminin sağlık arama davranışı üzerindeki etkisi, kültürel normların, sosyal etkileşimlerin ve bireysel tutumların sağlıkla ilgili kararları şekillendirmedeki etkileşiminin incelendiği bir teorik çerçeve ile anlaşılabilir. Ilyuk vd., (2019), Tüketim Kültürü ve Sağlık Davranışları Modeli, kültürel normların tüketim alışkanlıklarını ve sağlıkla ilgili davranışları nasıl etkilediğini ifade eder. Gösterişli tüketim kültürünün olduğu toplumlarda, bireyler servet ve statülerini sergilemek için tüketim seçimlerine yönelebilirler. Sosyal etkileşimler, medya ve toplumsal beklentiler gibi faktörler, bireylerin davranışlarını şekillendirmede önemli rol oynar. Model, bireylerin sağlık ve iyilik haline yönelik tutumlarını da dikkate alır ve gösterişli tüketim eğilimlerinin sağlık arama davranışlarını etkileyebileceğini öne sürer. Bu çerçevede, gösterişli tüketim eğiliminde olan bireyler, statüye duyarlı yaşam tarzlarıyla uyumlu sağlık hizmetlerini arama eğiliminde olabilirler (Ilyuk vd., 2019).

Özetle, Tüketim Kültürü ve Sağlık Davranışları Modeli, gösterişçi tüketim eğiliminin sağlık arama davranışı üzerindeki etkisini incelemek için bir teorik perspektif sunar. Kültürel normların, sosyal etkileşimlerin ve bireysel tutumların bir araya gelmesinin, çağdaş toplumda tüketici davranışlarının sağlıkla ilgili seçimleri nasıl şekillendirdiğine dair içgörü sağlayabileceği düşünülmektedir.

Nabi et al., (2019), gösterişçi tüketimin bireylerin sağlıkla ilgili kararları üzerindeki etkisini incelerken, lüks spor salonu üyeliklerinin ve pahalı diyet programlarının, sosyal statü gösterisi olarak nasıl bir rol oynadığını belirtmiştir. Öte yandan, Kenneth ve ark., (2009), gösterişçi tüketimin, toplumun belirli sağlık normlarına ve standartlarına uygunluk arayışında nasıl bir tetikleyici olarak kullanıldığını araştırmıştır.

Gösterişçi tüketim eğiliminin, bireylerin sağlıkla ilgili kararlarını ve davranışlarını etkilediği görülmektedir. Örneğin, estetik cerrahi veya pahalı sağlık ürünleri satın alma gibi davranışlar gösterişçi tüketimin bir yansıması olabilir (Shukla, 2008). Folwarczny ve Otterbring (2020) estetik cerrahi kararlarının sosyal statü ve gösterişçi tüketim arzusuyla yakından ilişkili olduğunu saptamıştır. Aynı şekilde, Wang et al., (2022) lüks sağlık ve güzellik SPA (Selus Per Aqua-Sudan Gelen Sağlık)larının, gösterişçi tüketim davranışlarının popüler bir örneği olduğuna dikkat çekmiştir.

Sağlık algısı ve gösterişçi tüketim arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalar, bireylerin sosyal statü, toplumsal normlar ve kültürel değerlerle şekillenen tüketim alışkanlıklarının, sağlıkla ilgili kararlarda önemli belirleyiciler olduğu tespit edilmiştir (Benli ve Ferman, 2019; Oh, 2022; Asuamah Yeboah, 2023).

Demografik değişkenlere de göre bireylerin, tüketim eğilimleri değişebilmektedir. Yaş, cinsiyet, eğitim seviyesi gibi demografik faktörler, bireylerin tüketim tercihleri ve davranışları üzerinde etkili olabilir. Özellikle gösterişçi tüketim eğiliminin farklı demografik gruplarda nasıl değişkenlik gösterdiği konusunda birçok çalışma yapılmıştır (O'cass ve McEwen, 2004; Lemon ve Verhoef, 2016).

Gelecekte, sağlık arama davranışlarının bireylerin sağlık bilgilerine erişim ve sağlık hizmetlerine ulaşma çabaları açısından daha karmaşık bir hale geleceği öngörülmektedir. Bireylerin sağlık bilgilerine ulaşma yöntemleri, özellikle online arama davranışının artmasıyla birlikte değişim gösterecek; sosyal medya, sağlık uygulamaları ve çevrimiçi forumlar gibi platformların yaygınlaşması, insanların sağlık bilgilerini edinme şeklini dönüştürecektir. Bununla birlikte, online arama yöntemlerinin güvenilirliği konusunda sorunlar yaşanması muhtemeldir. Aynı zamanda, bireylerin sağlık profesyonellerinden alacakları bilgiler, daha güvenilir ve uzman görüşlerine erişim imkânı sunarak sağlık kararlarını olumlu yönde etkileyecektir; dolayısıyla, profesyonel arama davranışlarının öneminin artacağı beklenmektedir. Geleneksel arama yöntemlerinin, özellikle kırsal ve düşük gelirli bölgelerde hâlâ önemli bir yere sahip olacağı, ancak bu yöntemlerin bilgi kalitesi ve güvenilirliği açısından sınırlamalarla karşılaşacağı öngörülmektedir. Ayrıca, gösterişli tüketimin sağlık arama davranışları üzerinde önemli bir etkiye sahip olacağı düşünülmektedir; bireylerin sağlık bilgilerini ve hizmetlerini seçerken sosyal imajlarını güçlendirme çabası, markalara yönelme eğilimlerini artıracaktır. Sonuç olarak, sağlık arama davranışlarının, bireylerin sağlık bilgilerine erişim yolları ve sosyal faktörlerle şekillenen dinamik bir yapı arz edeceği ve gelecekteki araştırmaların bu etkileşimleri daha derinlemesine incelemesi gerektiği öngörülmektedir.

Literatürdeki kısıtlı bilgilere dahilinde aşağıdaki çıkarımlar yapılmış ve çalışmanın gerekçesi aşağıdaki başlıklar altında açıklanmıştır (Folwarczy ve Otterbring, 2020; Adebo ve Hamsan, 2023).

Sosyal Statü ve Sağlık: Gösterişçi tüketim, bireylerin sosyal statülerini yükseltme amacını taşır. Sağlık durumu da sosyal bir statü göstergesi olarak algılanabilir. Örneğin, estetik cerrahi, pahalı diyet programları veya lüks spor salonu üyelikleri hem sağlığa katkıda bulunan hem de gösterişçi tüketimin örnekleri olarak görülebilir.

Sağlıkla İlgili Ürünlerin Tüketimi: Pahalı sağlık ve beslenme takviyeleri, lüks sağlık SPA'ları veya detoks ürünleri gibi sağlıkla ilgili ürünlerin tüketimi, gösterişçi tüketimle ilişkilendirilebilir.

Sağlık Bilincinin Gösterişi: Sağlıklı yaşam tarzına sahip olma, bazen bir sosyal statü göstergesi olarak kabul edilir. Bunlar organik gıdaların tüketimi, yoga derslerine katılım veya maraton koşma gibi sağlıklı yaşam aktivitelerinde bulunma şeklinde gösterişçi tüketim davranışlarına yol açabilir.

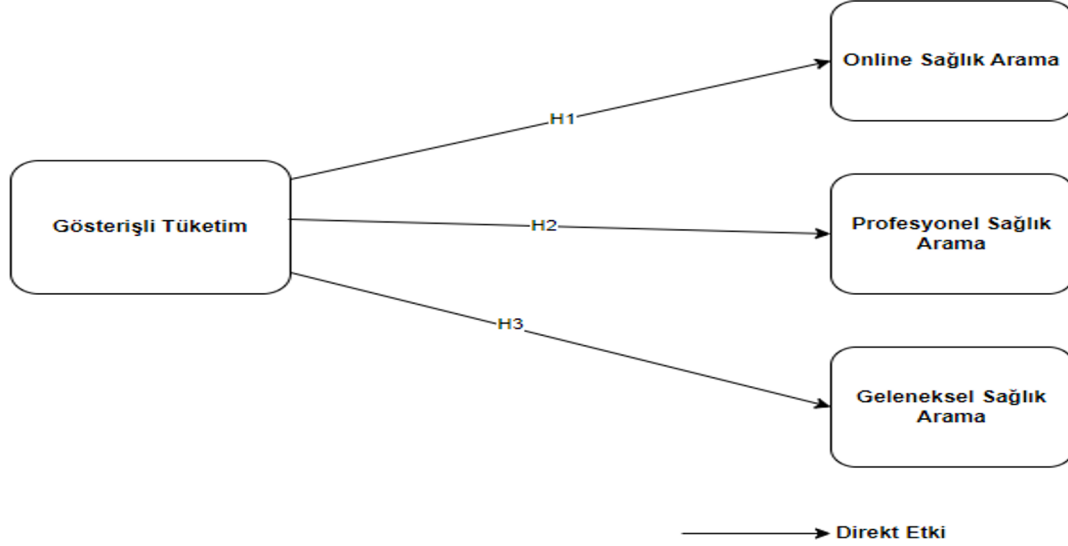
Kültürel ve Toplumsal Normlar: Toplumda belirli sağlık normlarının ve standartlarının olması, bireyleri bu normlara uymak için gösterişçi tüketimde bulunmaya teşvik edebilir.

Sonuç olarak, sağlık arama davranışı ve gösterişçi tüketim arasındaki ilişki, bireylerin sosyal statülerini ve aidiyetlerini nasıl algıladığına bağlı olarak değişebilir. Bu ilişkiyi daha derinlemesine anlamak için multidisipliner bir yaklaşım gerekmektedir ve sosyoloji, psikoloji, tüketim davranışları ve halk sağlığı gibi disiplinlerin katkılarına ihtiyaç vardır. Literatür kapsamında, gösterişçi tüketim eğiliminin bireylerin sağlık arama davranışı üzerinde etkisinin olabileceği öngörülmektedir. Çalışmada, gösterişçi tüketim eğiliminin bireylerin sağlık arama davranışları üzerindeki etkisi incelenmiştir. Ayrıca, demografik değişkenlere göre gösterişçi tüketim eğilimi ve sağlık arama davranışlarının farklılık arz edip etmediği de ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bu çerçevede, çalışma, gösterişçi tüketim ve sağlık arama davranışı arasındaki potansiyel ilişkileri araştırmayı ve bu ilişkinin demografik özelliklere göre nasıl farklılaştığını belirlemeyi amaçlamaktadır.

2. YÖNTEM

Araştırmanın Türü

Yukarıdaki ifade edilen literatür kapsamında, aşağıdaki model geliştirilmiştir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Şekil 1’de belirtilen model kapsamında aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H1: Bireylerin gösterişçi tüketim eğilimleri, sağlık arama davranışlarının alt boyutu olan online sağlık arama davranışı üzerinde etkilidir.

H2: Bireylerin gösterişçi tüketim eğilimleri, sağlık arama davranışlarının alt boyutu olan profesyonel sağlık arama davranışı üzerinde etkilidir.

H3: Bireylerin gösterişçi tüketim eğilimleri, sağlık arama davranışlarının alt boyutu olan geleneksel sağlık arama davranışı üzerinde etkilidir.

Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini, 2023 Haziran-Eylül ayları arasında Türkiye’nin Marmara bölgesinde yaşayan 18 yaş üstü bireylerdir. Örneklem belirlemede sosyal bilimlerden çeşitli kriterler bulunmaktadır. Bu çalışmada birçok sosyal bilim çalışmasında kullanılan “evrenin 100.000’den büyük olduğu durumlarda 384 katılımcının evreni temsil ettiği kabul edileceği” kriteri dikkate alınmıştır (Cohen et al., 2000). Bu ölçüte göre 384 bireye ulaşılmasının örneklem için yeterli olacağına karar verilmiştir. Çalışmada 402 bireye ulaşılmış ve örneklem evreni temsil gücü açısından yeterli olduğuna karar verilmiştir. Bu çalışmada verilerin toplanmasında rastgele örneklem tekniği takip edilmiştir. Çünkü diğer örnekleme tekniklerine göre daha kolay, daha ucuz ve hızlı veri toplama imkânı sağladığı için tercih edilmiştir (Gürbüz ve Şahin, 2016).

Veri Toplama Araçları

Araştırma verilerinin elde edilmesinde anket tekniği kullanılmıştır. Araştırmada iki ölçek kullanılmıştır. Anket toplamda 32 adet soru ve üç bölümden oluşmaktadır.

Demografik bilgi formu: Bu bölüm araştırmacılar tarafından oluşturulmuştur. Katılımcıların yaş, cinsiyet, gelir durumunu nasıl bulduğu, genellikle hayatlarının geçtiği yerleşim türü, öğrenim düzeyi, medeni durum, genellikle hizmet alınan hastane türü, yılda ortalama hastaneye gitme sayısı, sürekli kullandığı ilaç olup olmadığı ve kronik bir rahatsızlığının varlığı, olmak üzere toplamda 10 adet sorudan oluşmaktadır.

Sağlık arama davranış ölçeği: Bu ölçek Kıraç ve Öztürk (2021) tarafından geliştirilmiştir. Bireylerin sağlık ile ilgili bilgi arama eğilimleri ve bu eğilimde kullanılan yol ve yöntemi değerlendiren ölçek, 12 madde ve 3 alt boyuttan oluşmaktadır. Boyutlar; online arama davranışı (6 madde), profesyonel arama (3 madde) ve geleneksel arama (3 madde) olarak isimlendirilmiştir. Tüm ölçeğin Cronbach Alpha değeri ,755, alt boyutlar için sırasıyla

,726, ,720 ve ,736 olarak saptanmıştır. Kaiser-Meyer Olkin (KMO) katsayısının ,810 olduğu ve Barlett testinin ise anlamlı olduğu ($p<,05$) ifade edilmiştir (Kıraç ve Öztürk, 2021).

Gösterişli tüketim ölçeği: Ölçek, tüketim konusunda kişiler arasındaki bireysel farklılıkların ortaya konulması amacıyla Chaudhuri et al., (2011) tarafından geliştirilmiştir. Chaudhuri et al. (2011), gösterişçi tüketim eğilimini ölçmeye yönelik, bir nitel ve üç nicel çalışma sonucu tek boyutlu yapıda bir ölçek geliştirmişlerdir. Ölçek, 11 ifade ve altılı Likert tipindedir. Ölçekte ters kodlu soru bulunmamaktadır. Ölçeğin, Chaudhuri et al., (2011) tarafından yapılan doğrulayıcı faktör analizindeki, model uyum iyiliği indekslerinin iyi olduğu saptanmıştır ($p<0.002$; GFI=0,92; AGFI=0,93; CFI=0,92; RFI=0,90; RMSEA=0,045). Ölçeğin Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik çalışması Aslan (2021) tarafından yapılmıştır. Aslan (2021), ölçeğin özgün formundaki gibi tek boyutlu bir yapıda olduğunu ortaya koymuştur. Ancak düşük faktör yükü gösterdiği için bir madde, ölçek ifadeleri içerisinde çıkarılmıştır. Gösterişçi tüketim ölçeği için Cronbach Alpha iç tutarlık katsayısı ,88, test tekrar-test güvenilirlik katsayısı ise, ,86 olarak saptanmıştır. Ölçeğin, üniversite öğrencileri üzerinde yeterli düzeyde geçerlik ve güvenilirlik değerlerine sahip olduğunu ortaya koymuştur.

Bu iki ölçek, makalenin ana hipotezini test etmek ve gösterişçi tüketim eğiliminin sağlık arama davranışları üzerindeki etkisini belirlemek için kullanılmıştır. Sağlık arama davranışı ve gösterişli tüketim eğilimi arasındaki ilişkiyi anlamak, sağlık politikaları ve halk sağlığı stratejileri geliştirmek için önemlidir. Bu nedenle, bu iki ölçeğin kullanılması, araştırmanın sağlık alanında pratik sonuçlar üretmesine katkıda bulunabilir.

Verilerin Değerlendirilmesi

Elde edilen veriler, kayıp veri analizine tabi tutulmuş ve kayıp veri bulunmadığı tespit edilmiştir. Verilerin analizi için öncelikle hangi yöntemin kullanılacağına karar vermek amacıyla normallik dağılımına bakılmıştır. Bu bağlamda, ölçeklerin ve alt boyutların ortalama puanlarının normal dağılım gösterip göstermediği incelenmiştir. Verilerin normallik göstergesi olarak çarpıklık ve basıklık katsayıları değerleri dikkate alınarak karar verilmiştir. Bu değerlere göre, her iki ölçeğin ve alt boyutların çarpıklık ve basıklık değerlerinin normal sınırlar içinde (+2,391/-,789) dağıldığı belirlenmiştir (Tabachnick ve Fidell, 2001). Daha sonra ölçeklerin güvenilirlik, uyum geçerliliği ve yapı geçerliliği incelenmiştir.

PATH analizi yapılmadan önce ölçek alt boyutları arasında çoklu bağlantı sorununun olup olmadığını incelemek adına korelasyon analizi yapılmıştır. Bireylerin gösterişçi tüketim eğilimlerinin sağlık arama davranışları üzerindeki etkisini tespit etmek amacıyla PATH analizi yapılmıştır. Modelin uyum değerlerini belirlemek amacıyla CR ve AVE değerleri hesaplanmıştır. Analizlerin yapılmasında IBM SPSS 25 ve AMOS 23 paket programlarından faydalanılmıştır.

Veriler normal dağılım göstermesinden dolayı, demografik değişkenlere göre, farklılıkların ortaya konulması için iki grubun karşılaştırılmasında t testi, üç ve daha fazla grubun karşılaştırılmasında ise ANOVA testi kullanılmıştır. ANOVA testinde ortaya çıkan farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığını tespit etmek amacıyla Post Hoc testlerinden LSD testi kullanılmıştır.

Çalışmanın Etik Durumu ve İzinler

Çalışmanın hedefi ve kapsamı belirlendikten sonra etik açıdan uygunluğunu değerlendirmek amacıyla gerekli formlar oluşturulmuş ve Artvin Çoruh Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'na başvuruda bulunulmuştur. Kurulun 07.06.2023 tarihli ve E-18457941-050.99-94570 numaralı kararıyla etik açıdan uygun olduğuna dair izin alınmıştır. Araştırmaya katılan bireylere çalışmanın amacını belirten kısa bir paragraf sunulmuş ve aydınlatılmış onamları alınmıştır. Marmara bölgesi sınırları içinde yaşayan 18 yaş üstü bireylere anket dağıtılmıştır. Verilerin büyük çoğunluğu il merkezlerinde yaşayan bireylerden, küçük bir kısmı ise ilçe ve köylerde yaşayanlardan elde edilmiştir. Verilerin çevrimiçi anket yoluyla toplanmıştır. Veri güvenliğini sağlamak amacıyla düzenli olarak güvenlik denetimleri yapılmıştır. Bu denetimler, veri saklama yöntemlerinin güvenliğini doğrulamış ve olası güvenlik açıklarını tespit ederek gidermiştir. Verilere erişim, sadece araştırmanın yürütülmesi ve analiz edilmesi için yetkilendirilmiş araştırmacılarla sınırlandırılmıştır. Erişim izinleri, rol tabanlı olarak verilmiş ve düzenli olarak gözden geçirilmiştir. Çalışma verileri 07.06.2023-25.09.2023 tarihleri arasında toplanmış ve veri toplama süreci yaklaşık 4 ay sürmüştür.

3. BULGULAR

Çalışmaya katılım sağlayan bireylerin demografik özelliklerine bakıldığında zaman %66,4'ünün kadın, %41,3'ünün 26-35 yaş arasında olduğu, %64,2'sinin orta düzeyde gelire sahip olduğu, %57,5'inin şehir merkezinde ikamet ettiği, %34,6'sının ön lisans mezunu olduğu, %58,2'sinin kamu türü hastanelerden genelde hizmet aldığı, %58,7'sinin bekâr olduğu, %30,1'inin yılda 3-4 defa hastaneden hizmet aldığı, %80,1'inin devamlı kullandığı ilacının olmadığı ve %84,3'ünün kronik bir rahatsızlığı olmadığı görülmüştür. Demografik verilere yönelik ayrıntılı bilgi tablo 5'te verilmiştir.

Araştırmada kullanılan değişkenlerin ortalama değerleri ve standart hata değerleri incelenmiştir. Buna göre, ölçeklerden elde edilen genel güvenilirlik katsayısı (.864), online sağlık arama (.809), profesyonel sağlık arama (.851), geleneksel sağlık arama (.734) ve gösterişli tüketim (.887) bulunmuştur. Bu değerler $0,60 \leq \alpha < 1,00$ arasında olduğundan dolayı, ölçekler oldukça güvenilir olduğuna karar verilmiştir. Diğer yandan, online sağlık arama (2,37) ve gösterişli tüketim (1,96) değişkenleri için ortalama olarak "katılmıyorum", profesyonel sağlık arama (4,04) için ortalama olarak "katılıyorum", geleneksel sağlık arama (3,16) için ise ortalama olarak "kararsızım" cevabı verildiği görülmüştür.

Çalışmada PATH analizi yapılmadan önce çoklu bağlantı sorunu olup olmadığını belirlemek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Tablo 1'de elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 1. Korelasyon Analizi Bulguları

Değişkenler	1.	2.	3.	4.
1. Online arama	1			
2. Profesyonel arama	,352**	1		
3. Geleneksel arama	,357**	,174**	1	
4. Gösterişli tüketim eğilimi	,313**	,116*	,096	1

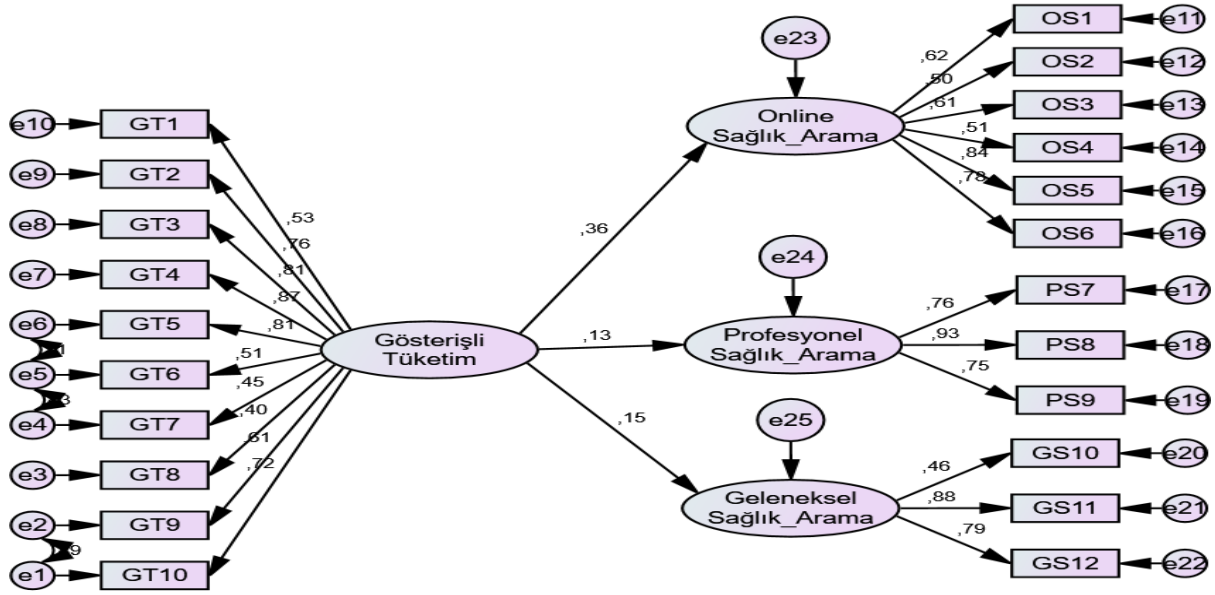
** : $p < 0,01$ * : $p < 0,05$

Gösterişli tüketimi eğilimi ile sağlık arama davranışının alt boyutları arasındaki ilişkin genel olarak pozitif ve anlamlı olduğu görülmektedir ($p < ,05$). Ancak, gösterişli tüketim eğilimi ile geleneksel sağlık arama davranışı arasında herhangi bir ilişki bulunmamaktadır ($p > ,05$).

Korelasyon katsayıları incelendiğinde, tüm değişkenler için hesaplanan tolerans değerlerinin 0,10'un altında olduğu ve VIF değerlerinin 10'un üzerinde olmadığı görülmüştür. Bu durumda, çoklu doğrusal bağlantı sorununun olmadığı söylenebilir (Pallant, 2005).

Araştırmamızın teorik temelleri ve literatürdeki önceki çalışmalar, gösterişçi tüketimin bireylerin sağlık arama davranışları üzerindeki etkisini, sosyal kimlik teorisi ve tüketici davranışları üzerinden açıklar. PATH analizi ve korelasyon analizleri, bu teorik varsayımları genel olarak desteklemektedir. Örneğin, gösterişçi tüketimin online sağlık arama davranışları üzerindeki belirleyici rolü, sosyal statü arayışı ve toplumsal kabul görme isteğiyle uyumludur. Bu durum, var olan teorilerle ve önceki çalışmalarla örtüşmektedir, çünkü gösterişçi tüketim, bireylerin sosyal çevrelerinde belirli bir imaj oluşturma çabasıyla ilişkilidir.

Araştırma modeline ilişkin yapısal geçerlilik analizi yapılmıştır. Yapısal model ile araştırmacı, teorik olarak edindiği ilişkileri veri ile test etmeyi amaçlar. Bu açıdan çalışmadan beklenen ilişkiler, genel anlamda gösterişli tüketim eğiliminin sağlık arama davranışı üzerinde etkisinin pozitif yönde ve yüksek oranda etkileyeceği yönündedir. Şekil 2'de araştırma kapsamında incelenen modelin, AMOS çıktısı verilmiştir.



Şekil 2. Modelin AMOS Çıktısı

Yukarıdaki model için öncelikle uyum değerleri incelenmiş ve model uyumunun (model fit) uygunluğu incelenmiştir. Model fit değerleri için bakılacak değerlerle ilgili bir sınırlama bulunmamaktadır. Raporlanan değerler araştırmacının dikkat çekmek istediği değerlere göre değişebilmektedir. Uyum değerlerinden CMIN:560,311, DF:203, CMIN/DF=2,760<5, CFI:0,909>0,90, NFI:0,911>0,90 ve RMSEA=,066<,08 olduğu görülmüştür. İncelenen uyum değerleri, verilerin modele uyum sağladığını göstermektedir. Modelin uyum değerlerini iyileştirmek amacıyla maddeler arasında kovaryans yapılmıştır (e6/e5-e5/6-e1/e2). Bu durum, modelin yapı geçerliliğinin olduğunu gösterir. Dolayısıyla, modeldeki etkilerin yapı geçerliliği bulunmaktadır. Araştırmada, yüksek oranda uyum indekslerinin elde edilmesinin ardından değişkenler arasındaki ilişkilerin istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığı da incelenmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. PATH Analizi Bulguları

Hipotez	PATH	Tahmin	S.E.	C.R.	P	Sonuç
Gösterişli Tüketimin Online Sağlık Aramaya Etkisi						
H1	Online Sağlık Arama<---Gösterişli Tüketim	,358	,058	5,850	,001	İleri düzeyde önemli
Gösterişli Tüketimin Profesyonel Sağlık Aramaya Etkisi						
H2	Profesyonel Sağlık Arama<---Gösterişli Tüketim	,127	,045	2,296	,025	Önemli
Gösterişli Tüketimin Geleneksel Sağlık Aramaya Etkisi						
H3	Geleneksel Sağlık Arama<---Gösterişli Tüketim	,152	,035	2,555	,015	Önemli

Gösterişli tüketimin online sağlık aramaya etkisi ileri düzeyde önemlidir ($P<,001$). Etki derecesi pozitif yönlüdür (.358). Yani gösterişli tüketim değişkeni bir birim artığında online sağlık arama değişkeni de ,358 kat artacaktır. Buna göre H1 hipotezi kabul edilmiştir.

Gösterişli tüketimin profesyonel sağlık aramaya etkisi önemlidir ($P<,05$). Etki derecesi pozitif yönlüdür (.127). Yani gösterişli tüketim değişkeni bir birim artığında profesyonel sağlık arama değişkeni de ,127 kat artacaktır. Buna göre H2 hipotezi kabul edilmiştir.

Gösterişli tüketimin geleneksel sağlık aramaya etkisi önemlidir ($P<,05$). Etki derecesi pozitif yönlüdür (.152). Yani gösterişli tüketim değişkeni bir birim artığında geleneksel sağlık arama değişkeni de ,152 kat artacaktır. Buna göre H3 hipotezi kabul edilmiştir.

Elde edilen istatistiksel bulgulara göre, gösterişçi tüketim ve sağlık arama davranışları arasındaki ilişki güçlüdür. Bu güçlü ilişki, gösterişçi tüketimde bulunan bireylerin sağlık bilgisi arama davranışlarına daha fazla eğilim gösterdiğini göstermektedir. Bu ilişkinin pratikteki sonuçları, sağlık hizmeti sağlayıcılarının ve pazarlamacıların,

bu tür tüketici davranışlarını dikkate alarak stratejiler geliştirmeleri gerektiği anlamına gelir. Özellikle, sağlık bilgilerini çevrimiçi platformlarda arayan gösterişçi tüketicilere yönelik özel kampanyalar ve bilgilendirme programları oluşturulabilir. Bu bulgular, önemli ve beklenmedik sonuçlar sunmaktadır, çünkü bu tür tüketici davranışlarının sağlık arama davranışları üzerindeki etkisi daha önce yeterince araştırılmamıştır.

Çalışma modeli kapsamında elde gözlenen değişkenlerin tahmin değerleri, standartlaşmış regresyon katsayıları, bağımlı ve bağımsız değişkenin AVE ve CR değeri tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Modele İlişkin Temel Değerler

Değişkenler	Gözlenen Değişkenler	Regresyon Katsayısı	AVE	CR
Gösterişli Tüketim Eğilimi	GT1	,534	,44	,85
	GT2	,765		
	GT3	,814		
	GT4	,867		
	GT5	,805		
	GT6	,508		
	GT7	,446		
	GT8	,402		
	GT9	,608		
	GT10	,721		
Online Sağlık Arama	OS1	,621	,43	,72
	OS2	,500		
	OS3	,612		
	OS4	,511		
	OS5	,838		
	OS6	,781		
Profesyonel Sağlık Arama	PS7	,765	,67	,85
	PS8	,930		
	PS9	,747		
Geleneksel Sağlık Arama	GS10	,461	,53	,70
	GS11	,878		
	GS12	,785		

Hair vd., (2010) göre AVE değeri 0.50'den küçük olsa bile CR'nin 0.60'tan büyük olduğu durumlarda uyum geçerliliği sağlanmaktadır. Yukarıdaki tablo 4'te hesaplanan AVE değerleri 0.43 ve üzeri CR değeri de 0.70 ve üzeri olduğundan model uyum geçerliliğini sağlamaktadır. Ayrıca standardize edilmiş regresyon katsayılarının .402 ve daha büyük olması gizli değişkenleri tahmin etme gücünün, yani her bir maddenin faktör yüklenimlerinin yüksek olduğunu göstermektedir (Not: Çalışmada regresyon katsayısının eşik değeri >.400 olarak kabul edilmiştir.)

Demografik değişkenlere göre gösterişçi tüketim eğilimi ve sağlık arama davranışlarının değişip değişmediğini incelemek amacıyla t testi ve ANOVA testi yapılmıştır. Elde edilen bulgular tablo 4'te paylaşılmıştır.

Tablo 4. Fark Analizi Bulguları

	N	%	Online Sağlık Arama		Profesyonel Arama		Sağlık Arama		Geleneksel Arama		Sağlık		Gösterişçi Tüketim					
			t ^a /F ^b	p ^c	t ^a /F ^b	p ^c	t ^a /F ^b	p ^c	t ^a /F ^b	p ^c	t ^a /F ^b	p ^c						
Cinsiyet																		
Kadın	267	66,4	2,819	0,005	1,943	0,060	1,940	0,055	1,677	0,094								
Erkek	135	33,6																
Yaş																		
18-25	157	39,1	4,222	0,055	4,271	0,056	0,528	0,715	4,374	0,060								
26-35	166	41,3																
36-45	53	13,2																

46 yaş ve üstü	26	6,5								
Gelir										
Kötü	59	14,7								
Orta	258	64,2	1,825	0,123	1,002	0,406	3,439	0,090	2,692	0,057
İyi	85	21,2								
Yerleşim										
Köy/Kaza	42	9,5								
İlçe/Kasaba	64	15,9	1,321	0,267	3,500	0,016	0,098	0,961	1,982	0,115
Şehir	231	57,5								
Büyükşehir	65	17,2								
Eğitim Düzeyi										
İlköğretim/Lise	124	30,8								
Ön lisans	139	34,6	5,211	0,082	5,814	0,062	1,089	0,362	4,244	0,002
Lisans	127	31,6								
Lisansüstü	12	3,0								
Hastane Türü										
Kamu	234	58,2								
Özel	45	11,2	7,501	0,000	1,980	0,116	0,383	0,765	0,710	0,546
Üniversite	67	16,7								
Şehir	56	13,9								
Medeni Durum										
Evli	166	41,3	1,878	0,061	1,634	0,103	0,708	0,479	-1,654	0,099
Bekar	236	58,7								
Tedavi Sayısı										
0-2	112	27,9								
3-4	121	30,1	1,218	0,300	0,696	0,627	0,789	0,558	0,774	0,569
5-6	86	21,4								
7 ve üstü	118	20,6								
Kullanılan İlaç										
Evet	80	19,9	0,956	0,339	-0,804	0,422	1,453	0,147	-1,731	0,084
Hayır	322	80,1								
Kronik Hastalık										
Evet	63	15,7	0,098	0,922	-0,878	0,381	0,472	0,637	-1,234	0,218
Hayır	339	84,3								

Not: a; Independent t test, b; Anova test, c; p-value (2tailed)-(Anova testinde gruplar arasında farklılığı ortaya koymak amacıyla Post Hoc testi yapılmıştır.)

Tablo 4'te cinsiyete göre online sağlık arama davranışının, kadınlarda (2,46), erkeklere (2,22) nispeten daha yüksek düzeyde olduğu saptanmıştır (p:0,005<0,05). Cinsiyete göre diğer sağlık arama davranışlarının alt boyutları ve gösterişi tüketim algısının değişmediği görülmektedir (p>0,05).

Yaş değişkenine, gelir düzeyine, medeni duruma göre, yıllık tedavi sayısına, devamlı kullanılan ilacın olup olmamasına ve kronik hastalığın olup olmamasına göre sağlık arama davranışı alt boyutları ve gösterişi tüketim davranışının, gruplar arasında farklılığa neden olmadığı tespit edilmiştir (p>0,05).

Bireylerin yerleşim türüne göre online sağlık arama, geleneksel sağlık arama ve gösterişi tüketim davranışının değişmediği görülmektedir (p>0,05). Ancak profesyonel sağlık arama davranışının yerleşim türüne göre değiştiği

tespit edilmiştir ($p < 0,016 < 0,05$). Buna göre, köy/kaza'da ikamet edenlerin bireylerin profesyonel sağlık arama eğilimleri (3,83) şehir merkezinde ikamet edenlere göre (4,10) daha düşük olduğu saptanmıştır.

Bireylerin sağlık arama davranışlarının eğitim düzeyine göre değişmediği tespit edilmiştir ($p > 0,05$). Ancak eğitim düzeyine göre gösterişçi tüketim algısının değiştiği görülmektedir ($p: 0,002 < 0,05$). Buna göre ilköğretim/lise mezunlarının ortalama değerleri (1,51) diğer gruplara göre daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Bireylerin hizmet aldıkları hastane türüne göre profesyonel ve geleneksel sağlık arama davranışı ve gösterişçi tüketim eğilimi açısından bir farklılık olmadığı belirlenmiştir ($p > 0,05$). Ancak online sağlık arama davranışının hizmet alınan hastane türüne göre anlamlı şekilde değiştiği bulgulanmıştır ($p: 0,00 < 0,05$). Buna göre genellikle üniversite hastanesinde hizmet alan bireylerin (2,83), kamu hastanesinden hizmet alan bireylere göre (2,33) daha yüksek düzeyde online sağlık arama davranışı sergiledikleri ortaya konulmuştur.

Araştırma, demografik değişkenlere göre sağlık arama davranışı ve gösterişçi tüketim arasında anlamlı farklar bulamamıştır. Bu bulgu, bu davranışların geniş demografik gruplar arasında tutarlı olduğunu gösterir ve pazarlama ile sağlık iletişimi stratejilerinin demografik segmentasyon olmadan da etkili olabileceğini ima eder. Literatürdeki bazı çalışmalarla uyumlu olan bu sonuç, kaynakların daha verimli kullanılmasını sağlar ve genel stratejilerin benimsenmesini destekler. Sonuçlar, sağlık hizmetlerinin ve pazarlama stratejilerinin daha kapsayıcı ve erişilebilir olmasına katkıda bulunur.

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışmada, ilgili literatür için önemli bulgular elde edilmiştir. Bu kapsamda elde edilen bulgular literatürle karşılaştırılıp benzerlik ve farklılıklar üzerinden değerlendirilmeler yapılacaktır.

Katılımcıların gösterişçi tüketim algılarının düşük düzeyde, sağlık arama alt boyutlarından profesyonel aramanın en yüksek, geleneksel arama davranışlarının orta düzeyde ve online aramanın en düşük düzeyde olduğu görülmüştür. Katılımcıların gösterişli tüketimi düşük algılama, yüksek profesyonel arama, orta geleneksel arama ve düşük çevrimiçi arama davranışları, önceki çalışmalarda içsel değerlerin ve sosyal baskıların tüketim kararları üzerindeki etkisiyle uyumlu olarak bulunmuştur (Atik, 2011; Benli ve Ferman, 2019). Bu, düşük gelirli tüketicilerin sosyal baskı nedeniyle gösterişli tüketimde bulunduğu dair gözlemlerle daha da desteklenmektedir (Atik, 2011). Tüketim kararlarında sosyal karşılaştırmanın rolü de ifade edilmektedir; yüksek tüketim seviyelerine sahip bireylerin, göreceli tüketim konusunda daha az endişe gösterdiği görülmüştür (Andersson, 2008). Kimliği ve sosyal statüyü tanımlamada tüketimin önemi belirtilmiş olup, moda uygun olmayan tüketimin toplumsal olarak tasvip edilmediği belirtilmektedir (Sabah, 2017). Bu nedenle, katılımcıların gösterişçi tüketim algısının düşük olmasının altında, kültürel ve toplumsal faktörlerin etkili olabileceği düşünülmektedir.

Katılımcıların, profesyonel sağlık arama ortalamasının en yüksek seviyede olduğu bulgulanmıştır. Bu, bireylerin sağlıkla ilgili konularda uzman ve profesyonel bilgiye daha çok değer verdiğini göstermektedir (Molina-Mula ve Gallo-Estrada, 2020). Özellikle günümüzde sağlık konularında bilginin önemini içeren kampanyaların ve eğitimlerin yaygınlaşması, bireylerin profesyonel bilgi arayışına katkıda bulunmuş olabilir. Geleneksel arama davranışlarının orta düzeyde olması, bireylerin toplumsal ve kültürel normlara olan bağlılıklarının, sağlık arama davranışlarına etki ettiğini gösterebilir (Saint Arnault, 2009). Özellikle geleneksel tedavi yöntemlerine olan inanç ve bu yöntemlerin etkinliği konusundaki olumlu algılar, geleneksel arama davranışlarının sürdürülmesine katkıda bulunmuş olabilir. Online arama davranışının en düşük seviyede olması, katılımcıların internet üzerinden sağlık bilgisine olan güvensizlikleri veya dijital okuryazarlık seviyelerinin düşük olabileceğini gösteriyor olabilir. Daha önce yapılan çalışmalarda, online sağlık bilgisinin doğruluğu ve güvenilirliği konusunda endişelerin olduğu belirtilmiştir (Aydan ve ark., 2023). Ayrıca, bireylerin dijital platformlarda karşılaşılabileceği bilgi kirliliği ve yanıltıcı içerikler, online arama davranışının düşük seviyede olmasının bir diğer nedeni olabilir.

Gösterişçi tüketim algısının sağlık arama davranışı üzerinde önemli etkisi olduğu görülmüştür. Özellikle online sağlık arama davranışı üzerinde gösterişçi tüketimin büyük bir etkisi tespit edilmiştir. Son yıllarda yapılan çalışmalarda, bireylerin sağlıklarına daha fazla özen gösterdikleri ve sağlık bilincinin arttığı bulgulanmıştır (Aydan ve ark., 2023). Bu bilinç artışı, online platformlarda sağlıkla ilgili bilgilere erişimin kolaylaşmasıyla ilişkilendirilebilir. Sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla, bireyler yaşamlarını daha fazla sergileme eğilimindedir. Bu, sağlık aramalarının da gösteriş amaçlı yapıldığına dair bir kanıt olabilir (Chen ve Wang, 2021). Bireyler, sosyal medyada ya da diğer online platformlarda gösterişçi bir şekilde sağlıklı yaşam alışkanlıkları, diyetler veya fitness rutinleri paylaşarak sosyal kabul görmek isteyebilirler. Bu, onları daha fazla online sağlık bilgisi araştırmaya teşvik

ediyor olabilir. Ayrıca, gösterişçi tüketim, bireylerin öz-imaglarını güçlendirme arzusuyla bağlantılı olabilir. Sağlık bilgisi edinerek ve bu bilgiyi paylaşarak, bireyler bilinçli ve bilgili olduklarını gösterme ihtiyacı hissedebilirler. Son olarak, online platformlarda, bireyler arasında bilgiye erişim ve bu bilgiyi paylaşma konusunda bir rekabet ortamı oluştuğu ve bu rekabet, bireyleri daha fazla sağlık bilgisi araştırmaya itiyor olabilir. Özet olarak, gösterişçi tüketim algısının, bireylerin sosyal kabul ihtiyacından, öz-imaglarını güçlendirme arzusuna kadar bir dizi faktörle tetiklendiği söylenebilir. Sağlık arama davranışının artmasında bu faktörlerin etkili olduğu düşünülmektedir. Ancak daha kapsamlı çalışmalara ihtiyaç olduğu da belirtilmelidir.

Yaşa, gelir düzeyine, medeni duruma, yıllık tedavi sayısına, devamlı kullanılan ilacın olup olmamasına ve kronik hastalık durumuna göre sağlık arama davranışı ve gösterişçi tüketim davranışının farklılık arz etmediği tespit edilmiştir. Araştırmalar, sağlık arama davranışının ve gösterişli tüketim davranışının yaş, gelir düzeyi, medeni durum, yıllık tedavi sayısı, sürekli ilaç kullanımı veya kronik hastalık durumu gibi faktörlerden önemli ölçüde etkilenmediğini göstermiştir (Williamson, 2000; Campbell, 2014). Bu bulgular, bu faktörlerin bu davranışları şekillendirmede önemli bir rol oynamadığını düşündürmektedir. Ancak, gelirle ilgili olarak sağlık davranışı değişiklikleri ve hastalık izleme konusunda gelirle ilgili farklılıkların olduğu, düşük gelirli bireylerin maliyet ve erişim gibi engellerle daha fazla karşılaştığına dair önemli bir hususa dikkat çekmek önemlidir (Campbell, 2014). Bir kısım araştırmalar tüketici davranışlarının demografik özelliklere göre değişkenlik gösterebileceği ortaya konulmuştur (Gül Savaşkan ve Çatı, 2021). Önceki literatür, bireylerin sağlıkla ilgili davranışlarının genellikle kronik hastalık durumu, ilaç kullanımı gibi faktörlere göre değişiklik gösterdiğini belirtmiştir (Lee et al., 2020). Ancak bu çalışmada bu tespitin aksine bir bulgular elde edilmiştir. Günümüzde sağlık bilincinin evrensel bir şekilde artması, farklı demografik grupların benzer sağlık arama davranışlarına sahip olmalarına yol açabilir. Medya, reklamlar ve eğitim programları, geniş bir demografik kesime ulaşarak bu evrensel bilincin artmasında rol oynuyor olabilir. Türkiye'deki sağlık politikaları, sağlık hizmetlerine eşit erişimi destekleyebilir. Genel sağlık sigortası uygulamasıyla nüfusun büyük çoğunluğunun sigorta kapsamına alınması bunun örneği olabilir. Bu durum, farklı demografik grupların benzer sağlık arama davranışlarına sahip olmasına katkıda bulunabilir. Kısaca, demografik ve sağlıkla ilgili bazı faktörlerin sağlık arama ve gösterişçi tüketim davranışları üzerinde belirleyici olmadığını ortaya koymaktadır.

Online sağlık arama davranışının kadınlarda, erkeklere nispeten daha fazla olduğu saptanmıştır. İlköğretim mezunlarının gösterişçi tüketim eğilimlerinin lise, ön lisans, lisans ve lisansüstü mezunlara göre daha yüksek olduğu saptanmıştır. Daha önce yapılan bazı araştırmalar da kadınların, erkeklere nazaran online sağlık bilgisi araştırmasında daha aktif olduklarını göstermektedir (Baumann et al., 2017). Bu, kadınların sağlık konularına olan ilgilerinin ve sağlıkla ilgili konularda bilgi edinme ihtiyaçlarının daha yüksek olabileceğinin göstergesi olabilir. Toplumsal cinsiyet rolleri, kadınların sağlıkla ilgili konularda daha bilinçli ve sorumlu olmalarını bekleyebilir. Bu, kadınların online sağlık bilgisi arayışlarını artırabilir. Literatür, eğitim seviyesi ile tüketim alışkanlıkları arasındaki ilişkiyi incelerken farklı bulgular sunmaktadır. Ancak, ilköğretim/lise mezunlarının gösterişçi tüketim eğiliminde olması, sosyal statü veya topluluk içinde kabul görme ihtiyaçlarına işaret edebilir (Edgell, 1999). İlköğretim mezunlarının gösterişçi tüketim eğiliminde olmaları, belki de eğitim seviyelerinin getirdiği sosyo-ekonomik sınırlamalar ve bu sınırlamaları aşma ihtiyacıyla ilişkilendirilebilir. Daha düşük eğitim seviyesine sahip bireyler, toplum içindeki yerlerini sağlamlaştırmak için gösterişçi tüketim yoluyla sosyal kabul arayışında olabilirler.

Bu çalışma da bireylerin gösterişçi tüketim algılarının sağlık arama davranışı üzerindeki etkisinin belirlenmesi ve çeşitli demografik değişkenlere göre farklılıkların ortaya konulmasına odaklanılmıştır. Sonuç olarak, katılımcıların genel olarak gösterişçi tüketim algısının düşük olduğu ve sağlık arama davranışlarının bu algıdan etkilendiğini göstermektedir. En yaygın olarak gerçekleştirilen arama yöntemi profesyonel arama yöntem iken, online sağlık aramalarının sıklığı düşük seviyededir. Yaş, gelir, medeni durum gibi demografik özellikler ve sağlıkla ilgili diğer faktörlerin, sağlık arama davranışları veya gösterişçi tüketim eğilimleri üzerinde belirgin bir farklılığa neden olmadığı görülmüştür. Ancak cinsiyet ve eğitim düzeyi bu davranışlar açısından önemli farklılıklar içermektedir.

Bu sonuçlar, bireylerin sağlıkla ilgili bilgi arayışı ve tüketim alışkanlıklarının, sosyal ve kültürel faktörlere ek olarak eğitim ve cinsiyet gibi bireysel değişkenlerden de etkilendiğini göstermektedir. Bu bulgular, sağlık bilgilendirme stratejilerinin ve tüketici davranışlarını şekillendiren faktörlerin, bu farklılaşan ihtiyaçları ve eğilimleri dikkate alarak uyarlanması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Çalışma kapsamında, gösterişçi tüketimin online sağlık arama davranışı üzerindeki etkisi derinlemesine incelenmesinin yararlı olacağı öngörülmektedir.

Her araştırmada olduğu gibi bu çalışmada birtakım sınırlılıklar dahilinde gerçekleştirilmiştir. Aşağı da çalışmanın sınırlılıkları ifade edilmiştir.

- Örneklem sınırlılığı: Çalışma, sadece Marmara bölgesinde ikamet eden 402 birey üzerinde gerçekleştirilmiştir. Bu, sonuçların Türkiye'nin diğer bölgelerindeki veya farklı kültürel ve sosyoekonomik yapıya sahip topluluklardaki bireyler için genellenemez, olduğu anlamına gelmektedir.
- Değişken sınırlılığı: Çalışma, belirtilen demografik değişkenlere odaklanmıştır. Diğer olası etkileyici faktörler (örneğin kültürel inançlar, bireysel sağlık geçmişi vb.) bu çalışmada dikkate alınmamıştır.
- Metodolojik sınırlılık: PATH analizi, gösterişçi tüketim algısının sağlık arama davranışı üzerindeki etkisini belirlemek için kullanılmıştır. Farklı analiz yöntemlerinin kullanılması, çalışmanın bulgularını etkileyebilir.

YAZARLARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Yazarlar makaleye eşit oranda katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

- Adebo, A. I., & Hamsan, H. H. (2023). Identity exploration of university students in the somatic and material domains: the mediating role of conspicuous consumption. *Arab Gulf Journal of Scientific Research*.
- Andersson, F.W. (2008). Is concern for relative consumption a function of relative consumption. *Journal of Socio-economics*, 37, 353-364.
- Aslan, M. (2021). Gösterişçi tüketim eğilimi ölçeği'nin (GTE) Türkçe uyarlaması: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi*, 6(15), 271-281.
- Asuamah Yeboah, S. (2023). Sustaining Change: Unravelling the Socio-cultural Threads of Sustainable Consumption.
- Atik, D., & Sahin, D. Y. (2011). Conspicuous consumption of the neglected majority: low-income consumers in a non-western culture. *African Journal of Business Management*, 5(13), 5330.
- Aydan, S., Bayın Donar, G., Yeşilaydın, G., Kartal, N. (2023). Impact of e-health literacy and cyberchondria severity on fear of Covid-19 in turkish society. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 26(2), 495-510.
- Baumann, E., Czerwinski, F., Reifegerste, D. (2017). Gender-specific determinants and patterns of online health information seeking: results from a representative german health survey. *J Med Internet Res*, 19(4), e92. <https://doi.org/10.2196/jmir.6668>.
- Benli, B., Ferman, M. (2019). The effect of cultural dimensions on conspicuous consumption and online compulsive buying behavior: a comparative study among Turkish and American consumers. *Journal of Management, Marketing and Logistics (JMML)*, 6(2), 103-127. <https://doi.org/10.17261/Pressacademia.2019.1038>.
- Campbell, D. J., Ronksley, P. E., Manns, B. J., Tonelli, M., Sanmartin, C., Weaver, R. G., ... & Interdisciplinary Chronic Disease Collaboration. (2014). The association of income with health behavior change and disease monitoring among patients with chronic disease. *PloS one*, 9(4), e94007.
- Chaudhuri, H., Mazumdar, S., Ghoshal, A. (2011). Conspicuous consumption orientation: conceptualisation, scale development and validation. *Journal of Consumer Behaviour*, 10(4), 216-224.
- Chen, J., Wang, Y. (2021). Social media use for health purposes: systematic review. *J Med Internet Res*, 23(5), e17917. <https://doi.org/10.2196/17917>.
- Cohen, L., Lawrence, M., Keith, M. (2000). *Research Methods in Education*. Routledge Falmer. 5th ed.
- Correia, A., Kozak, M., Reis, H. (2016). Conspicuous consumption of the elite: Social and self-congruity in tourism choices. *Journal of Travel Research*, 55(6), 738-750.
- da Cunha Brandão, A.M.P., Barbedo, H. (2023). Going (in)conspicuous: antecedents and moderators of luxury consumption. *J Market Anal*, 11, 202-218. <https://doi.org/10.1057/s41270-022-00157-8>.
- Edgell, S. (1999). Veblen's theory of conspicuous consumption after 100 years. *History of Economic Ideas*, 7(3), 99-125. <http://www.jstor.org/stable/23722432>.
- Folwarczny, M., Otterbring, T. (2020). Cosmetic surgeries as conspicuous consumption: Disclosing information about having undergone cosmetic surgery signals social status. <https://doi.org/10.31234/osf.io/n4p37>
- Gül Savaşkan, A., Çatı, K. (2021). Investigation of consumer behavior in market shopping in the gender context. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(77), 255-272. <https://doi.org/10.17755/esosder.767017>
- Gürbüz, S., Şahin, F. (2016). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri –Felsefe–Yöntem–Analiz*. Seçkin Yayınları. 5.Baskı
- Ilyuk, V., Block, L., & Haws, K. (2019). Justifying by “healthifying”: When expected satisfaction from consumption closure increases the desire to eat more and biases health perceptions of unhealthy leftovers. *Appetite*, 133, 138-146. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2018.10.030>.

- Kenneth, J. Arrow, Dasgupta, P. S. (2009). Conspicuous consumption, inconspicuous leisure. *The Economic Journal*, 119(541), 497–516.
- Kıraç, R., Öztürk, Y.E. (2021). Sağlık arama davranışı: ölçek geliştirme çalışması. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 12(29), 224-234.
- Lee, M., Park, S., Lee, K.S. (2020). Relationship between morbidity and health behavior in chronic diseases. *J Clin Med*, 9(1), 121. <https://doi.org/10.3390/jcm9010121>
- Lemon, K. N., Verhoef, P. C. (2016). Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69-96. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420>
- Mackian, S., Bedri, N., Lovel, H. (2004). Up the garden path and over the edge: where might health-seeking behaviour take us? *Health Policy Plan*, 19(3), 137-46. <https://doi.org/10.1093/heapol/czh017>
- Molina-Mula, J., Gallo-Estrada, J. (2020). Impact of Nurse-Patient Relationship on Quality of Care and Patient Autonomy in Decision-Making. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(3), 835. <https://doi.org/10.3390/ijerph17030835>.
- Nabi, N., O’Cass, A., Siahtiri, V. (2019). Status consumption in newly emerging countries: The influence of personality traits and the mediating role of motivation to consume conspicuously. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 46, 173-178. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.09.009>.
- O’cass, A., McEwen, H. (2004). Exploring consumer status and conspicuous consumption. *Journal of Consumer Behaviour*, 4(1), 25-39.
- Oh, G.G. (2021). Social class, social self-esteem, and conspicuous consumption. *Heliyon*, 7(2), e06318. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06318>
- Pallant, J. (2005). *SPSS survival manual: A step by step guide to data analysis using SPSS for Windows* (Version 12). Allen Unwin.
- Sabah, Ş. (2017). Introductory Chapter: Consumer Behavior in New Era. In *Consumer Behavior-Practice Oriented Perspectives*. IntechOpen.
- Saint Arnault, D. (2009). Cultural determinants of help seeking: A model for research and practice. *Research and Theory for Nursing Practice*, 23(4), 259-278. <https://doi.org/10.1891/1541-6577.23.4.259>
- Shukla, P. (2008). Conspicuous consumption among middle age consumers: Psychological and brand antecedents. *Journal of Product Brand Management*, 17(1), 25-36.
- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S. (2001). *Using multivariate statistics*. Allyn Bacon.
- Veblen, T. (2005). *The theory of the leisure class* (Original work published 1899). Modern Library.
- Wang, Z., Yuan, R., Luo, J., Liu, M. J. (2022). Redefining "masstige" luxury consumption in the post-COVID era. *Journal of Business Research*, 143, 239-254. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.01.057>.
- Williamson, D.L. (2000). Health behaviours and health: evidence that the relationship is not conditional on income adequacy. *Social science & medicine*, 51 12, 1741-54.
- Xu, C., Yang, G., Wang, Y., Ding, A. S. (2023). Is Conspicuous consumption influenced by cyber-ostracism? *A Moderated Mediation Model*. *Behavioral Sciences*, 13(6). <https://doi.org/10.3390/bs13010006>.
- Zhang, Y. (2022). Variety-seeking behavior in consumption: a literature review and future research directions. *Frontiers in Psychology*, 13, 1-18.