

**Araştırma Makalesi**

**Tüketicinin Çekiliş Bağımlılığına Yönelik Bir Saha Araştırması**

*A Field Research on Consumer Sweepstake Addiction*

<b>İbrahim BOZACI</b> Dr. Öğr. Üyesi, Kırıkkale Üniversitesi, Keskin Meslek Yüksekokulu, Pazarlama <a href="mailto:iborganizer@gmail.com">iborganizer@gmail.com</a> <a href="https://orcid.org/0000-0002-9584-6126">https://orcid.org/0000-0002-9584-6126</a>	<b>Şaban ALTIN</b> Dr. Öğr. Üyesi, Bozok Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Büro Hizmetleri ve Sekreterlik <a href="mailto:sabanaltin0797@gmail.com">sabanaltin0797@gmail.com</a> <a href="https://orcid.org/0000-0002-0850-8808">https://orcid.org/0000-0002-0850-8808</a>	<b>İsmail GÖKDENİZ</b> Doç.Dr., Kırıkkale Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme <a href="mailto:isgokdeniz@gmail.com">isgokdeniz@gmail.com</a> <a href="https://orcid.org/0000-0003-4342-0200">https://orcid.org/0000-0003-4342-0200</a>
<b>Makale Gönderme Tarihi</b> 13.04.2020	<b>Revizyon Tarihi</b> 24.05.2020	<b>Kabul Tarihi</b> 04.06.2020

**Öz**

*Kumar ve piyango gibi davranışsal bağımlılık türleri ve neden olduğu sorunlar çok sayıda araştırmada incelenmesine karşın, bu gibi faaliyetlere benzerlik gösteren işletmelerin çekilişlerinin de tüketiciler için bağımlılık konusu olabileceği bu araştırmada tartışılmaktadır. Tüketicinin işletme çekilişlerine yönelik bağımlılığının, piyango ve kumar bağımlılığı literatüründen yararlanılarak sorgulandığı araştırmada, Kırıkkale ilinde anket yöntemiyle birincil veriler toplanmakta ve analiz edilmektedir. Analiz sonuçlarına göre çekiliş bağımlılığının varlığı desteklenmekte ve katılımcıların % 8'inde çekiliş bağımlılığı olduğu tespit edilmektedir. Ayrıca, çekilişe yönelik etik algılamalar, çekilişe katılmaktan kaynaklı olumlu duygular ve çekilişi kazanamamaktan kaynaklı olumsuz duyguların, çekiliş bağımlısı olanlarda anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Son olarak araştırma bulguları yorumlanmaktadır.*

**Anahtar Kelimeler:** Satış geliştirme, çekiliş, bağımlılık, duygu, etik, tüketici

**Abstract**

*Although behavioral addiction types such as gambling and lottery and the problems they cause are examined in many studies, it is discussed in this research that the sweepstakes of businesses that show similarity to such activities may also be the subject of addiction for consumers. In the research, in which the consumer dependence on business sweepstakes is questioned using the lottery and gambling addiction literature, primary data is collected and analyzed by the survey method in Kırıkkale province. According to the results of the analysis, the presence of sweepstake addiction is supported and it is determined that 8% of the participants have sweepstake addiction. In addition, it is understood that ethical perceptions towards the sweepstake, positive emotions from participating in the sweepstake and negative emotions from not being able to win the sweepstake are significantly higher in those who are addicted to sweepstake. Finally, research findings are interpreted.*

**Keywords:** Sales development, raffle, addiction, emotion, ethics, consumer

**Giriş**

Kumar oynama, piyango ve şans oyunlarına katılma gibi davranışlar bağımlılık haline gelebildiğinden, bu davranışları etkileyen faktörler araştırmacıların dikkatini çekmektedir (Doiron & Mazer, 2001). Genel olarak kumar oynama davranışları başlığı altında incelenen şans oyunları; spor, at/köpek yarışları, slot makineleri, kazı kazan ve piyango biletleri gibi türlere

**Önerilen Atf/Suggested Citation**

Bozacı, İ., Altın, Ş., Gökdeniz, İ. 2020. Tüketicinin Çekiliş Bağımlılığına Yönelik Bir Saha Araştırması, Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi, 55(2), 1282-1297