Bilinçli Tüketicilik Düzeyi Ölçe?i

RECOMMENDED CITATION

memjavad (2026). *Bilinçli Tüketicilik Düzeyi Ölçe?i*. Turkish Psychological Scales. Retrieved from https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=17838

ARABPSYCHOLOGY.COM

Özet

Bilinçli Tüketicilik Düzeyi Ölçe?i, Halil ?brahim Sa?lam taraf?ndan 2010 y?l?nda geli?tirilmi? bir psikometrik araçt?r. Ölçek, bireylerin tüketim al??kanl?klar? ve kararlar? s?ras?nda sergiledikleri bilinç düzeyini, özellikle sorumluluk, kalite ve finansal yönetim perspektiflerinden ölçmeyi amaçlamaktad?r. Geli?tirme türünde olan bu ölçek, üç ana alt boyutta toplam 19 maddeden olu?maktad?r ve 4'lü Likert derecelendirme sistemi kullan?larak yan?tlanmaktad?r.

Ölçe?in psikometrik özellikleri, yap? geçerlili?i için faktör analizi ve güvenirlik için ise iç tutarl?k katsay?s? yöntemleriyle incelenmi?tir. Bu çal??ma, tüketici davran??lar? ara?t?rmalar?nda ve e?itim programlar?n?n etkinli?ini de?erlendirmede önemli bir rol oynamaktad?r.

Anahtar Kelimeler

Bilinçli Tüketicilik, **Tüketici Sorumlulu?u**, **Kalite Bilinci**, **Bütçe-Fiyat Bilinci**, Psikometrik Geli?tirme, Likert Ölçe?i, Yap? Geçerlili?i.

Yazarlar

Halil ?brahim SA?LAM

Amaç

Bilinçli Tüketicilik Düzeyi Ölçe?i'nin temel amac?, bireylerin tüketim süreçlerinde sahip olduklar? fark?ndal?k seviyelerini ve ald?klar? kararlar?n alt?nda yatan bilinçli davran??lar? ölçmektir. Ölçek, özellikle tüketici e?itiminin ve sosyal sorumluluk bilincinin geli?iminin de?erlendirilmesi gereken alanlarda kullan?lmak üzere tasarlanm??t?r.

Ölçek, bu bilinç düzeyini çok boyutlu olarak ele almakta; bireylerin sadece sat?n alma an?ndaki fiyat veya kalite odakl?l???n? de?il, ayn? zamanda çevresel ve sosyal sorumluluk bilincini de ne ölçüde benimsediklerini tespit etmeyi hedeflemektedir.

Yap?

Ölçek, karma??k bir sosyal psikolojik yap? olan **Bilinçli Tüketicilik** kavram?n? ölçmektedir. Bu yap?, sadece ekonomik rasyonaliteyi de?il, ayn? zamanda etik ve çevresel sorumluluklar? da kapsayan geni? bir yelpazede ele al?nm??t?r.

Ölçek, faktör analizleri sonucunda üç temel alt boyutta organize edilmi?tir. Bu alt boyutlar, bilinçli tüketici davran???n?n temel bile?enlerini temsil etmektedir: **Tüketici Sorumlulu?u Bilinci**, **Kalite Bilinci** ve **Bütçe-Fiyat Bilinci**. Bu üç boyutun birle?imi, bireyin genel bilinçli tüketicilik düzeyini

ARABPSYCHOLOGY.COM

ortaya koymaktad?r.

Geçerlik

Ölçe?in geçerlik çal??malar?, psikometrik aç?dan en kritik a?amalardan biri olan yap? geçerlili?i üzerine odaklanm??t?r. Yap? geçerlili?ini sa?lamak amac?yla, geli?tirme sürecinde faktör analizi yöntemleri kullan?lm??t?r.

Yap?lan analizler s?ras?nda, faktörlerin birbirinden ayr??mas?n? ve maddelerin ilgili faktörlere net yüklenmesini sa?lamak için **varimax eksen döndürmesi** tekni?i uygulanm??t?r. Bu yöntem, ölçe?in teorik yap?s?n?n ampirik verilerle desteklendi?ini göstermektedir.

Güvenirlik

Ölçe?in güvenirlik (tutarl?l?k) düzeyi, yayg?n olarak kullan?lan iç tutarl?k katsay?s? (Cronbach Alfa) yöntemiyle incelenmi?tir. ?ç tutarl?k analizi, ölçekteki maddelerin ayn? yap?y? ne ölçüde tutarl? bir ?ekilde ölçtü?ünü belirlemek için hayati öneme sahiptir.

Elde edilen iç tutarl?k katsay?lar?, ölçe?in ve alt boyutlar?n?n zaman içinde ve farkl? denek gruplar?nda güvenilir sonuçlar üretti?ini desteklemektedir.

Faktör Analizi

Ölçe?in faktör yap?s?n? ortaya koymak amac?yla yürütülen **aç?mlay?c? faktör analizi** (Exploratory Factor Analysis) sonucunda, Bilinçli Tüketicilik Düzeyi Ölçe?i'nin 3 alt boyuttan olu?tu?u belirlenmi?tir. Bu alt boyutlar?n toplam 19 maddeyi içerdi?i görülmü?tür.

Faktör döndürme yöntemi olarak 25 derecelik bir varimax eksen döndürmesi kullan?lm??t?r. Varimax, faktörlerin yorumlanabilirli?ini en üst düzeye ç?karmay? amaçlayan ortogonal bir döndürme tekni?idir ve yap?sal ayr??may? güçlendirmi?tir.

Araç

Test Türü: Geli?tirme Ölçe?i (Developmental Scale).

Format: 4'lü Likert Tipi Derecelendirme.

Mevcut Dil: Türkçe.

Popülasyon Grubu: Genel Tüketici Popülasyonu (Orijinal çal??ma için üniversite ö?rencileri veya yeti?kinler beklenir).

ARABPSYCHOLOGY.COM

Ya? Grubu: Yeti?kin ve genç yeti?kinler (Çal??man?n do?as? gere?i bilinçli tüketim yetene?ine sahip bireyler).

Popülasyon Detaylar?: Orijinal çal??ma genellikle lisans veya yüksek lisans ö?rencileri üzerinde yürütülmü?tür, ancak ölçek genel tüketici davran??lar?n? ölçmek üzere tasarlanm??t?r.

Test Metodolojisi: Bireylerden, belirtilen tüketici davran??lar?na ne s?kl?kla kat?ld?klar?n? 4 a?amal? bir Likert ölçe?i üzerinden (Hiçbir Zaman=1, Ara S?ra=2, Ço?u Zaman=3, Her Zaman=4) i?aretlemeleri istenmektedir.

Anahtar Kelimeler

Tüketici E?itimi, Tüketici Davran???, Varimax, Faktör Yüklemesi, Psikometri, Sorumlu Tüketim, ?ç Tutarl?l?k.

Yazarlar

Yazar ORCID Tan?mlay?c?: Sa?lanmam??t?r.

Kurum E-posta Adresleri: hsaglam@sakarya.edu.tr

Yaz??ma Adresi: Halil ?brahim SA?LAM (Sakarya Üniversitesi ile ili?kilendirilmi?tir).

?zinler, Ücret ve Test Y?l?

Test Y?l?: 2010.

?zinler ve Ücret: Ölçek, akademik literatürde aç?k kaynak olarak yay?nlanm??t?r. Kullan?m için genellikle yazar?n izni veya kaynak gösterilmesi gerekmektedir. Ticari kullan?m için yazar ile ileti?ime geçilmesi tavsiye edilir.

Kaynaklar

Sa?lam, H. ?. (2010). Bilinçli Tüketicilik Düzeyi Ölçe?i çal??mas?. *International Journal of Human Sciences, 7*(1), 1190- 1200.

Makalenin orijinal akademik ba?lant?s? burada mevcuttur: j-humansciences.com

Ölçe?in orijinal PDF belgesi buradan indirilebilir: bilincli-tuketicilik-duzeyi-olcegi-toad.pdf

ARABPSYCHOLOGY.COM

Bilinçli Tüketicilik Düzeyi Ölçe?i Maddeleri

ÖNEML?: A?a??daki ölçek maddeleri orijinal dillerinde korunmal? ve hiçbir ?ekilde de?i?tirilmemelidir.

Ölçek toplam 19 maddeden ve 3 alt boyuttan olu?maktad?r:

Tüketici Sorumlulu?u Bilinci (8 m)
Kalite Bilinci (5 m)
Bütçe-Fiyat Bilinci (6 m)

Derecelendirme ?ekli:

Hiçbir Zaman=1
Ara S?ra=2
Ço?u Zaman=3
Her Zaman=4

ARABPSYCHOLOGY.COM