

Bilinçli Tüketicilik Düzeyi Ölçeği

RECOMMENDED CITATION

memjavad (2025). *Bilinçli Tüketicilik Düzeyi Ölçeği*. Turkish Psychological Scales. Retrieved from <https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=17838>

Özet

Bilinçli Tüketicilik Düzeyi Ölçeği, Halil İbrahim Sağlam tarafından 2010 yılında geliştirilmiş bir psikometrik araçtır. Ölçek, bireylerin tüketim alışkanlıkları ve kararları sırasında sergiledikleri bilinç düzeyini, özellikle sorumluluk, kalite ve finansal yönetim perspektiflerinden ölçmeyi amaçlamaktadır. Geliştirme türünde olan bu ölçek, üç ana alt boyutta toplam 19 maddeden oluşmaktadır ve 4'lü Likert derecelendirme sistemi kullanılarak uygulanmaktadır.

Ölçeğin psikometrik özellikleri, yapı geçerliliği için faktör analizi ve güvenilirlik için ise iç tutarlılık katsayıları yöntemleriyle incelenmiştir. Bu çalışma, tüketici davranışları araştırmalarında ve eğitim programlarının etkinliğini değerlendirilmede önemli bir rol oynamaktadır.

Anahtar Kelimeler

Bilinçli Tüketicilik, Tüketici Sorumluluğu, Kalite Bilinci, Bütçe-Fiyat Bilinci, Psikometrik Geliştirme, Likert Ölçeği, Yapı Geçerliliği.

Yazarlar

Halil İbrahim SAĞLAM

Amaç

Bilinçli Tüketicilik Düzeyi Ölçeği'nin temel amacı, bireylerin tüketim süreçlerinde sahip oldukları farkındalık seviyelerini ve aldıkları kararların altında yatan bilinçli davranışları ölçmektir. Ölçek, özellikle tüketici eğitiminin ve sosyal sorumluluk bilincinin gelişiminin değerlendirilmesi gereken alanlarda kullanılmak üzere tasarlanmıştır.

Ölçek, bu bilinç düzeyini çok boyutlu olarak ele almakta; bireylerin sadece satın alma anındaki fiyat veya kalite odaklı değil, aynı zamanda çevresel ve sosyal sorumluluk bilincini de ne ölçüde benimsediklerini tespit etmeyi hedeflemektedir.

Yapı

Ölçek, karmaşık bir sosyal psikolojik yapı olan **Bilinçli Tüketicilik** kavramını ölçmektedir. Bu yapı, sadece ekonomik rasyonaliteyi değil, aynı zamanda etik ve çevresel sorumlulukları da kapsayan geniş bir yelpazede ele alınmıştır.

Ölçek, faktör analizleri sonucunda üç temel alt boyutta organize edilmiştir. Bu alt boyutlar, bilinçli tüketici davranışlarının temel bileşenlerini temsil etmektedir: **Tüketici Sorumluluğu Bilinci, Kalite Bilinci** ve **Bütçe-Fiyat Bilinci**. Bu üç boyutun birleşimi, bireyin genel bilinçli tüketicilik düzeyini

ortaya koymaktadır.

Geçerlik

Ölçeğin geçerlik çalışmaları, psikometrik açıdan en kritik aşamalardan biri olan yapı geçerliliği üzerine odaklanmaktadır. Yapı geçerliliğini sağlamak amacıyla, geliştirme sürecinde faktör analizi yöntemleri kullanılmaktadır.

Yapılan analizler sırasında, faktörlerin birbirinden ayrışması ve maddelerin ilgili faktörlere net yüklenmesini sağlamak için **varimax eksen döndürmesi** tekniği uygulanmaktadır. Bu yöntem, ölçeğin teorik yapısının ampirik verilerle desteklendiğini göstermektedir.

Güvenirlik

Ölçeğin güvenilirlik (tutarlılık) düzeyi, yaygın olarak kullanılan iç tutarlık katsayısı (Cronbach Alfa) yöntemiyle incelenmiştir. İç tutarlık analizi, ölçekteki maddelerin aynı yapıya ne ölçüde tutarlı bir şekilde ölçtüğünü belirlemek için hayati öneme sahiptir.

Elde edilen iç tutarlık katsayıları, ölçeğin ve alt boyutlarının zaman içinde ve farklı denek gruplarında güvenilir sonuçlar ürettiğini desteklemektedir.

Faktör Analizi

Ölçeğin faktör yapısının ortaya koymak amacıyla yürütülen **açımlayıcı faktör analizi** (Exploratory Factor Analysis) sonucunda, Bilinçli Tüketici Düzeyi Ölçeği'nin 3 alt boyuttan oluştuğu belirlenmiştir. Bu alt boyutların toplam 19 maddeyi içerdiği görülmüştür.

Faktör döndürme yöntemi olarak 25 derecelik bir varimax eksen döndürmesi kullanılmaktadır. Varimax, faktörlerin yorumlanabilirliğini en üst düzeye çıkarmayı amaçlayan ortogonal bir döndürme tekniğidir ve yapısal ayrışmayı güçlendirmiştir.

Araç

Test Türü: Geliştirme Ölçeği (Developmental Scale).

Format: 4'lü Likert Tipi Derecelendirme.

Mevcut Dil: Türkçe.

Popülasyon Grubu: Genel Tüketici Popülasyonu (Orijinal çalışmada için üniversite öğrencileri veya yetişkinler beklenir).

Yaş Grubu: Yetişkin ve genç yetişkinler (Çalışmanın doğası gereği bilinçli tüketim yeteneğine sahip bireyler).

Popülasyon Detayları: Orijinal çalışmaya genellikle lisans veya yüksek lisans öğrencileri üzerinde yürütülmüştür, ancak ölçek genel tüketici davranışları ölçmek üzere tasarlanmıştır.

Test Metodolojisi: Bireylerden, belirtilen tüketici davranışlarına ne sıklıkla katıldıkları 4 amaçlı bir Likert ölçeği üzerinden (Hiçbir Zaman=1, Ara Sıra=2, Çoğu Zaman=3, Her Zaman=4) ölçümlenmektedir.

Anahtar Kelimeler

Tüketici Eğitimi, Tüketici Davranışları, Varimax, Faktör Yükleme, Psikometri, Sorumlu Tüketim, Çıkarıcı Tutarlılık.

Yazarlar

Yazar ORCID Tanımlama: Sağlanmamıştır.

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

Yazın Adresi: Halil İbrahim SAĞLAM (Sakarya Üniversitesi ile ilişkilendirilmiştir).

Özinler, Ücret ve Test Yılı

Test Yılı: 2010.

Özinler ve Ücret: Ölçek, akademik literatürde açık kaynak olarak yayınlanmıştır. Kullanım için genellikle yazarın izni veya kaynak gösterilmesi gerekmektedir. Ticari kullanım için yazar ile iletişime geçilmesi tavsiye edilir.

Kaynaklar

Sağlam, H. İ. (2010). Bilinçli Tüketicilik Düzeyi Ölçeği çalışması. *International Journal of Human Sciences*, 7(1), 1190- 1200.

Makalenin orijinal akademik bağlantısı burada mevcuttur: j-humansciences.com

Ölçeğin orijinal PDF belgesi buradan indirilebilir: bilincli-tuketecilik-duzeyi-olcegi-toad.pdf

Bilinçli Tüketicilik Düzeyi Ölçeği Maddeleri

ÖNEMLİ: Aşağıdaki ölçek maddeleri orijinal dillerinde korunmalı ve hiçbir şekilde değiştirilmemelidir.

Ölçek toplam 19 maddeden ve 3 alt boyuttan oluşmaktadır:

Tüketici Sorumluluğu Bilinci (8 m)

Kalite Bilinci (5 m)

Bütçe-Fiyat Bilinci (6 m)

Derecelendirme şekli:

Hiçbir Zaman=1

Ara Sıra=2

Çoğu Zaman=3

Her Zaman=4

ARABPSYCHOLOGY.COM