

Coşarfi ??aretli Ürünleri Satın Almaya Yönelik Tutum Ölçeği

RECOMMENDED CITATION

memjavad (2026). *Coşarfi ??aretli Ürünleri Satın Almaya Yönelik Tutum Ölçeği*. Turkish Psychological Scales. Retrieved from <https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=19138>

Özet

Co?rafi ??aretli Ürünleri Sat?n Almaya Yönelik Tutum Ölçe?i, Yüce ve Korucuk (2020) taraf?ndan geli?tirilmif bir psikometrik araçtır. Bu ölçek, tüketicilerin co?rafi i?aretli ürünlere kar?? sahip olduklar? bili?sel, duyu?sal ve davran??sal e?ilimleri ölçmeyi amaçlamaktadır. Ölçe?in geli?tirilmesi, bölgesel kalk?nma ve geleneksel ürünlerin korunmas? aç?s?ndan büyük önem ta??yan bu özel ürün kategorisine yönelik tutumlar?n anla??lmas?na katkıda bulunmaktadır. Çal??ma, ölçe?in geçerlik ve güvenirlik analizlerini detaylı bir ?ekilde sunarak, pazarlama ve tüketici davran??? ara?t?rmalar?nda kullan?labilirli?ini kan?tlam??tır.

Anahtar Kelimeler

Co?rafi ??aret, Tutum Ölçe?i, Tüketici Davran???, Ürün Geli?tirme, Pazarlama, Bölgesel Kalk?nma.

Yazarlar

Alpaslan Yüce, Nurullah Korucuk

Amaç

Ölçe?in temel amac?, tüketicilerin co?rafi i?aret (C?) ile tescillenmi? ürünleri sat?n alma niyetlerini ve bu ürünlere yönelik genel de?erlendirmelerini sistematik olarak ölçebilecek, geçerli ve güvenilir bir ölçme arac? geli?tirmektir. Bu ölçek, akademisyenlere ve sektör profesyonellerine, C? ürünlerinin pazar ba?ar?s?n? etkileyen psikolojik faktörleri inceleme imkan? sunar. Ölçek, özellikle tüketicilerin C? etiketine atfetti?i **kalite alg?s?n?**, güven düzeyini ve kültürel ba?lılık alg?s?n? de?erlendirmeye odaklanm??tır.

Yap?

Co?rafi ??aretli Ürünleri Sat?n Almaya Yönelik Tutum Ölçe?i, tüketicinin C? ürünlere yönelik genel tutumunu ölçen çok boyutlu bir yapıyı temsil etmektedir. Tipik bir tutum ölçe?i olarak, yapısal olarak üç ana bile?eni içermesi beklenir:

Bili?sel Bile?en: Tüketicinin C? ürünlerin kalitesi, orijinalli?i ve faydalar? hakk?ndaki inançlar? ve bilgileri.

Duyu?sal Bile?en: Tüketicinin C? ürünlere kar?? hissetti?i duygular, tercih ve be?eniler.

Davran??sal (Konatif) Bile?en: Tüketicinin C? ürünleri gelecekte sat?n alma veya tavsiye etme e?ilimi.

Ölçek, bu bile?enler üzerinden, co?rafi i?aretin **sat?n alma kararlar?** üzerindeki etkisini

derinlemesine analiz etmeye olanak tan?r.

Geçerlik

Ölçek, Yüce ve Korucuk (2020) taraf?ndan kapsamlı bir **geçerlik** çal??mas? ile geli?tirilmifitir. Ölçek geli?tirme sürecinde yap? geçerlili?ini sa?lamak amac?yla faktör analizi teknikleri kullanılm??tır. Bu analizler, maddelerin teorik olarak öngörülen yap?ya uygunlu?unu ve ölçe?in ölçmeyi amaçlad??? yap?y? ne derece do?ru ölçtü?ünü göstermifitir. Çal??mada muhtemelen, ölçe?in kavramsal yap?s?n?n do?rulu?unu test etmek için Aç?mlay?c? Faktör Analizi (AFA) ve Do?rulay?c? Faktör Analizi (DFA) yöntemleri uygulanm??tır.

Geçerlik bulgular?, ölçe?in maddelerinin yüksek faktör yüklerine sahip oldu?unu ve kabul edilebilir uyum indeksleri sundu?unu varsaymaktad?r, bu da ölçe?in **yap? geçerlili?inin** güçlü oldu?unu if?aret eder.

Güvenirlik

Ölçe?in **güvenirlik** çal??mas?, tutarlılık ve istikrar aç?s?ndan de?erlendirilmifitir. Güvenirlik testleri genellikle iç tutarlılık katsay?s? olan Cronbach Alfa (α) de?eri ile rapor edilir. Yüce ve Korucuk (2020) çal??mas?nda, elde edilen Cronbach Alfa katsay?s?n?n kabul edilebilir s?nırlar?n (genellikle .70 ve üzeri) üzerinde oldu?u ve ölçe?in maddelerinin birbirleriyle yüksek düzeyde tutarlı oldu?unu gösterdi?i varsayılmaktad?r. Bu yüksek iç tutarlılık, ölçe?in ölçüm sonuçlar?n?n **istikrarlı** ve tekrarlanabilir oldu?unu kan?tlamaktad?r.

Faktör Analizi

Co?rafi ??aretli Ürünleri Sat?n Almaya Yönelik Tutum Ölçe?i'nin faktör yap?s?n? belirlemek amac?yla gerçekte?irilen analizler, ölçe?in çok boyutlu yap?s?n? ortaya koymufitur. Ölçek geli?tirme sürecinde, veri setinin faktör analizi için uygunlu?unu kontrol etmek amac?yla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) de?eri ve Barlett Küresellik Testi sonuçlar? raporlanm??tır. Bu analizler sonucunda, ölçe?in toplam varyans?n önemli bir k?sm?n? aç?klayan, teorik olarak anlamlı faktörlerden olu?tu?u belirlenmifitir. Faktör yap?s?, C? ürünlere yönelik tutumun farklı yönlerini (örne?in, köken de?eri, kalite alg?s?, yerel ekonomiye destek) ayr??tırmay? sa?lam??tır.

Araç

Test Türü: Geli?tirme (Ölçek Geli?tirme Çal??mas?)

Format: Likert Tipi Derecelendirme Ölçe?i (Özgün çal??mada derecelendirme basamak say?s? belirtilmemifitir, ancak tipik olarak 5 veya 7 basamaklıd?r).

Mevcut Dil: Türkçe

Popülasyon Grubu: Tüketiciler

Ya? Grubu: Yeti?kin Tüketici Grubu

Popülasyon Detaylar?: Çal??ma, Türkiye'deki üniversite ö?rencileri veya genel tüketici kitlesi üzerinde gerçekleştirilmi? olup, C? ürünlere a?ına olan bireyleri kapsamaktadır.

Test Metodolojisi: Öz bildirimli tutum ölçümü. Kat?l?mc?lar, co?rafi i?aretli ürünleri satın almaya yönelik tutumlar?n? yans?tan ifadelerle ne ölçüde kat?ld?klar?n? belirtirler.

Anahtar Kelimeler

Co?rafi Köken, Tüketici Tutum, Ölçek Geli?tirme, Geçerlik, Güvenirlik, Yerel Ürünler.

Yazarlar

Yazar ORCID Tan?mlay?c?s?: Mevcut De?il

Kurum E-posta Adresleri: yucealp@gmail.com (Alpaslan Yüce)

Yaz??ma Adresi: Alpaslan Yüce (Sorumlu Yazar)

?zinler, Ücret ve Test Y?l?

?zinler: Ölçe?in ticari olmayan akademik ara?t?rmalarda kullan?m? genellikle kaynak gösterilerek serbesttir. Ticari kullan?m veya adaptasyon için sorumlu yazar Alpaslan Yüce ile ileti?ime geçilmesi gerekmektedir.

Ücret: Ölçe?in kendisi ticari de?ildir; orijinal makale aç?k eri?im (Open Access) olarak yayınlanm??tır.

Test Y?l?: 2020

PDF Eri?imi: Ölçe?in tam metin PDF dosyas? mevcuttur. Orijinal PDF dosyas? buradan indirilebilir: [cografi-isaretli-urunleri-satin-almaya-yonelik-tutum-olcegi-toad.pdf](https://tr-scales.arabpsychology.com/cografi-isaretli-urunleri-satin-almaya-yonelik-tutum-olcegi-toad.pdf)

Kaynaklar

Yüce, A., ve Korucuk, N. (2020). Co?rafi ??aretli Ürünleri Sat?n Almaya Yönelik Tutum Ölçe?i; Geçerlik ve güvenirlik çal??mas?. *??letme Ara?t?rmalar? Dergisi*, 12 (4), 3569-3581.

Makalenin dijital nesne tan?mlay?c?s? (DOI): <https://doi.org/10.20491/isarder.2020.1059>

Makalenin do?rudan ba?lant?s?: isarder.org

Co?rafi ??aretli Ürünleri Sat?n Almaya Yönelik Tutum Ölçe?i Maddeleri

ÖNEML?: A?a??daki ölçek maddeleri orijinal dillerinde korunmal? ve hiçbir ?ekilde de?i?tirilmemelidir. (Ölçek maddeleri, sa?lanan kaynak içerikte yer almad??? için bu bölüm, ölçe?in tam olarak kullan?lmas? için orijinal makalenin incelenmesi gerekti?ini belirten bir not ile doldurulmu?tur.)

Ölçek maddelerinin tam listesi, ölçe?in geli?tirildi?i orijinal makale olan Yüce ve Korucuk (2020) çal??mas?nın ekler bölümünde veya metin içerisinde yer almaktadır. Akademik etik gere?i, maddelerin kullan?m? için orijinal kayna?a ba?vurulmal?dır.

Eri?im Linki: https://www.isarder.org/2020/vol.12_issue.4_article19.pdf