

Etik Tüketicici Ölçe?i

RECOMMENDED CITATION

memjavad (2026). *Etik Tüketicici Ölçe?i*. Turkish Psychological Scales. Retrieved from <https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=21390>

Özet

Etik Tüketici Ölçeği, **etik tüketim** davranışları ve eylemlerini ölçmek amacıyla geliştirilmiş bir ölçektir. Bu ölçek, Saray ve Hazer (2017) tarafından Türkçe diline uyarlama çalışması yapılarak psikometrik özellikleri incelenmiştir. Yapılan analizler sonucunda, ölçeğin iki faktörlü bir yapı sergilediği ve Hacettepe Üniversitesi örnekleminde geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğu tespit edilmiştir. Ölçek, tüketicilerin etik ikilemler karşısındaki tutumları ve satın alma kararlarındaki ahlaki hassasiyetlerini değerlendirmek için kullanılmaktadır.

Anahtar Kelimeler

Etik, Tüketici Davranışları, Etik Tüketici, Ölçek Uyarlaması, Psikometri, Geçerlilik, Güvenilirlik.

Yazarlar

Mehmet Tuğçe Saray, Oya Hazer

Amaç

Bu çalışmanın temel amacı, Etik Tüketici Ölçeği'nin Türkçe konuşan popülasyonlarda kullanılabilirliğini sağlamak üzere dilsel ve kültürel uyarlama çalışması gerçekleştirmektir. Ölçek, bireylerin satın alma kararlarında etik ve ahlaki faktörleri ne ölçüde göz önünde bulundurdıkları tespit etmeyi hedeflemektedir. Orijinal ölçeğin Türkçe versiyonunun psikometrik özelliklerinin incelenmesi, geçerli ve güvenilir bir araç sunulması amaçlanmıştır.

Ölçeğin nihai amacı, akademik araştırmalara ve pazarlama uzmanlarına, **etik tüketim** eylemlerini nicel olarak ölçebilecekleri standart bir araç sağlamaktır. Bu sayede, etik pazarlama stratejilerinin geliştirilmesine ve tüketici davranışları daha derinlemesine anlaşılmasına katkıda bulunulması amaçlanmıştır.

Yapı

Etik Tüketici Ölçeği, bireylerin etik olarak sorumlu tüketim pratiklerine yönelik tutumları ölçen psikolojik bir yapıyı değerlendirir. Bu yapı, tüketicinin sosyal ve çevresel etkileri göz önünde bulundurarak bilinçli kararlar alma eylemini kapsar. Ölçeğin iki boyutlu yapısı, etik tüketimin farklı yönlerini (örneğin, pozitif etik davranışlar ve negatif etik davranışlardan kaçınma) yansıttığı varsayımına dayanmaktadır.

Ölçülen temel yapı, **etik sorumluluk** bilinciyle hareket eden tüketicinin, ürün ve hizmet seçimlerinde sadece kişisel faydayı değil, aynı zamanda toplum ve çevre üzerindeki etkileri de dikkate alma derecesidir.

Geçerlik

Ölçeğin geçerlilik çalışması, faktör analizine dayanarak gerçekleştirilmiştir. Analizler, ölçeğin iki faktörlü yapışının toplam varyansın % 66,673 oranında açıklandığını göstermiştir. Bu yüksek varyans açıklama oranı, ölçeğin ölçmeyi amaçladığı yapıyı yeterli düzeyde temsil ettiğini ortaya koymaktadır.

Uyarlama çalışmasından elde edilen veriler, ölçme aracının yapısal olarak tutarlı ve geçerli olduğunu desteklemiştir. Elde edilen bu sonuçlar, ölçeğin iki boyutlu bir yapı olarak kullanılabilirliğini sonucunu pekiştirmiştir.

Güvenirlik

Ölçeğin güvenirlik analizleri, iç tutarlılık yöntemi kullanılarak hesaplanmıştır. İki faktör altında yer alan 8 maddelik nihai ölçeğin tümü için iç tutarlılık katsayısı olan Cronbach Alpha değeri 0.789 olarak hesaplanmıştır. Bu değer, sosyal bilimler araştırmaları için kabul edilebilir veya iyi düzeyde bir güvenilirliğe işaret etmektedir.

Güvenirlik sonuçları, ölçeğin maddelerinin birbiriyle tutarlı olduğunu ve farklı zamanlarda benzer sonuçlar verme potansiyeline sahip olduğunu göstermiştir. Çalışmanın genel bulguları, kullanılan ölçme aracının hem geçerli hem de **güvenilir** olduğunu kanıtlamıştır.

Faktör Analizi

Yapılan faktör analizi, ölçeğin orijinal yapıya uygun olarak iki boyutlu bir yapıyı desteklemiştir. Bu iki faktör, toplam varyansın % 66,673 gibi önemli bir kısmın açıklanmaktadır. Bu bulgu, ölçeğin maddelerinin iki temel etik tüketici boyutuna ayrıldığını ve bu boyutların ölçülen yapıyı temsil etmede oldukça güçlü olduğunu göstermektedir.

Bağlamda 18 maddeden oluşan ölçeğin, faktör yükleri ve analiz sonuçları doğrultusunda 8 maddelik nihai bir versiyona indirgenerek iki faktör altında toplanabileceği sonucuna varılmıştır. Bu indirgeme, ölçeğin pratik kullanımı kolaylaştırırken, psikometrik sağlamlığını korumaktadır.

Ölçme Aracı

Test Çeşidi: Uyarlama (Adaptation)

Format: Öz Bildirim Ölçeği

Mevcut Diller: Türkçe

Popülasyon Grubu: Üniversite Öğrencileri (Genç Yetkinler)

Ya? Grubu: Belirtilmemi? (Ancak üniversite ö?rencisi popölasyonu)

Popölasyon Detaylar?: Hacettepe Üniversitesi örneklemini üzerinde uygulanm??t?r.

Test Metodolojisi: 5'li Likert tipi derecelendirme. (1= Kesinlikle yanl?? oldu?una inan?yorum - 5= Kesinlikle yanl?? olmad???na inan?yorum).

Madde Say?s?: Ba?lang?çta 18 madde; psikometrik analizler sonras? kullan?lan versiyon 8 madde (iki faktör alt?nda).

Anahtar Kelimeler

Etik Tüketim, Tüketici Tutumu, Psikometrik Özellikler, Faktör Yap?s?, Cronbach Alpha, Ölçek Geli?tirme, Ahlaki Karar Verme.

Yazarlar

Sorumlu Yazar: Mehve? Tu?çe Saray

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

Ba?l? Kurulu? E-posta Adresleri: saraymehves@gmail.com

Yaz??ma Adresi: Makalede belirtilmi?tir (Hacettepe Üniversitesi ile ili?kili).

?zinler, Ücret ve Test Y?l?

Ölçek, Saray ve Hazer taraf?ndan 2017 y?l?nda yay?mlanan makale ile Türkçe literatüre kazand?r?lm??t?r. Ölçe?in ticari olmayan akademik kullan?mlar? için genellikle yazarlarla ileti?ime geçilmesi önerilmektedir. Sorumlu yazar?n ileti?im bilgileri mevcuttur.

Ölçe?in orijinal PDF belgesi a?a??da belirtilen adresten indirilebilir:

Orijinal PDF belgesi buradan indirilebilir: etik-tuketici-olcegi-toad.pdf

Kaynaklar

Saray, M.T., ve Hazer, O.(2017). Etik Tüketici Ölçe?inin Türkçe uyarlamas?; geçerlilik ve güvenilirli?ine ili?kin bir çal??ma: Hacettepe üniversitesi örneklemini. *International Journal Of Education Technology and Scientific Researches*, 4, 258-283.

Etik Tüketici Ölçeği Maddeleri

Ölçek maddelerinin tam metinleri bu kaynakta sağlanmamıştır. Ancak ölçek, 5'li Likert tipi derecelendirme ile yanıtlanan toplam 18 maddeden (nihai faktör yapısında 8 madde) oluşmaktadır. Yanıt formatı şöyledir:

1 = Kesinlikle yanlış oldu/una inanıyorum

2 = Yanlış oldu/una inanıyorum

3 = Ne yanlış ne doğru oldu/una inanıyorum

4 = Doğru oldu/una inanıyorum

5 = Kesinlikle yanlış olmadı/na inanıyorum (Doğru oldu/una inanıyorum)