

??veren Markas? Ölçe?i

RECOMMENDED CITATION

memjavad (2026). ??veren Markas? Ölçe?i. Turkish Psychological Scales. Retrieved from <https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=23987>

Özet

??veren Markas? Ölçe?i, Burcu Öksüz taraf?ndan 2012 y?l?nda yüksek lisans tezi kapsam?nda geli?tirilmif bir ölçektir. Ölçek, i?letmelerin i?veren markas? alg?s?n? ve bu alg?n?n örgütsel çekicilik üzerindeki etkilerini de?erlendirmeyi amaçlamaktadır. Ölçek, adaylar?n veya mevcut çal??anlar?n bir organizasyonun sundu?u de?er önerilerine ili?kin alg?lar?n? be? temel alt boyut üzerinden ölçen 43 maddeden olumaktadır. Bu boyutlar aras?nda kariyer geli?imi, çal??ma ortam?, maddi faydalar ve i?-ya?am dengesi gibi kritik unsurlar yer almaktadır.

Ölçek, özellikle insan kaynaklar? ve yönetim alanlar?nda, kurumlar?n rekabet avantaj? elde etme ve yetenekli i?gücünü çekme stratejilerini belirlemede önemli bir araç olarak kullan?lmaktadır.

Anahtar Kelimeler

??veren Markas?, Örgütsel Çekicilik, Kariyer Geli?imi, Çal??ma Ortam?, ??-Ya?am Dengesi, i?letme Özellikleri, Cronbach's Alpha, ?nsan Kaynaklar? Yönetimi.

Yazarlar

Burcu ÖKSÜZ

Amaç

??veren Markas? Ölçe?i'nin temel amacı, i?letmelerde örgütsel çekicilik düzeyini art?rmaya yönelik kritik faktörleri, i?veren markala?mas? perspektifiyle sistematik olarak ölçmektir. Ölçek, bir organizasyonun potansiyel veya mevcut çal??anlar nezdindeki itibar?n?, sa?lad??? faydalar? ve çal??ma ko?ullar?n? de?erlendirerek, kurumsal çekicili?i art?ran güçlü ve zay?f yönleri tespit etmeye odaklanmaktadır.

Ölçek, yöneticilere ve insan kaynaklar? uzmanlar?na, i?gücü piyasas?nda kurumun konumunu analiz etme ve i?e al?m stratejilerini bu bulgular do?rultusunda optimize etme imkan? sunar. Bu, özellikle yetenek sava?lar?n?n ya?and??? günümüz rekabetçi i? ortam?nda kritik öneme sahiptir.

Yap?

??veren Markas? Ölçe?i, kuramsal olarak i?veren markas? kavram?n?n çok boyutlu do?as?n? yans?tmaktadır. Ölçek, çal??anlar?n bir i?verenden bekledi?i faydalar? ve de?erleri temsil eden be? ana alt boyuttan olumaktadır. Bu alt boyutlar, bireysel kariyer beklentilerinden kurumsal itibara ve maddi tatmin düzeyine kadar geni? bir yelpazeyi kapsamaktadır.

Toplam 43 maddeden oluan bu yap?, örgütsel çekicilik alg?s?n?n sadece maa? gibi somut

faktörlerle de?il, ayn? zamanda çal??ma kültürü ve kariyer f?rsatlar? gibi soyut faktörlerle de ?ekillendi?ini vurgulamaktadır. Her bir alt boyut, ilgili alandaki alg?y? ölçen belirli say?da madde içermektedir.

Geçerlik

Ölçe?in geli?tirildi?i yüksek lisans tezinin özet k?sm?nda spesifik olarak geçerlik analiz sonuçlarına (yap? geçerli?i, ay?r?c? geçerlik vb.) dair detayl? bilgi sunulmam??t?r. Ancak, bir geli?tirme ölçe?i olmas? nedeniyle, yap?sal geçerli?in sa?lanmas? amacıyla muhtemelen aç?mlay?c? veya do?rulamay?c? faktör analizleri kullan?lm??t?r. Akademik bir çal??ma ba?lam?nda geli?tirilen bu ölçe?in, ölçtü?ü yap?y? temsil etme yetene?inin kuramsal temelleri sa?lamd?r.

Güvenirlik

??veren Markas? Ölçe?i, yüksek düzeyde güvenilir bir araç oldu?unu kan?tlam??t?r. Ölçe?in bütünü için hesaplanan iç tutarl?l?k katsay?s? olan Cronbach's Alpha (α) de?eri .92 olarak bulunmuştur.

Genel kabul görmü? psikometrik standartlara göre, .90 ve üzeri bir Cronbach's Alpha de?eri, ölçe?in maddelerinin yüksek düzeyde homojen oldu?unu ve ölçülmek istenen yap?y? tutarl? bir ?ekilde ölçtü?ünü göstermektedir. Bu yüksek güvenilirlik katsay?s?, ölçe?in ara?t?rmalarda ve uygulamalarda güvenle kullan?labilece?ine i?aret etmektedir.

Faktör Analizi

Ölçek, yap?lan faktör analizleri sonucunda be? temel alt boyuta ayr?lm??t?r. Bu 5 alt boyut toplam 43 maddeden olu?maktadır ve i?veren markas? alg?s?n?n farklı yönlerini temsil etmektedir:

Kariyer F?rsatlar? ve Geli?imi (12 madde): Çal??anlara yönelik bireysel kariyer hedefleri ve planlar? ile ilgili alg?lar? ölçer.

Çal??ma Ortam? (10 madde): Çal??anların de?er gördü?ü, destekleyici ve olumlu çal??ma ortam?na dair alg?lar? kapsar.

??letme Özellikleri (9 madde): Kurumun tan?n?rl???, bilinirli?i, itibar? ve genel kurumsal özelliklerine odaklan?r.

?? ve Ya?am Dengesi (7 madde): Çal??ma hayat? ile özel hayat aras?ndaki uyumu ve i? yerinde sunulan spor yapabilme olanaklar? gibi destekleyici unsurlar? de?erlendirir.

Maa? ve Di?er Maddi Faydalar (5 madde): Çal??anlara sunulan temel ücret (Maa?) ve di?er maddi te?vikler/faydalar hakk?ndaki alg?lar? inceler.

Araç

Test Türü: Geliştirme (Yüksek Lisans Tezi kapsamında geliştirilmiştir.)

Format: 5'li Likert Ölçe?i (1= Hiç önemli değil - 5= Çok önemli). Katılımcılardan maddelerin önem düzeyini belirtmeleri istenmektedir.

Mevcut Dil: Türkçe

Popülasyon Grubu: İşletme çalışanlar? ve/veya potansiyel iş adaylar?.

Yaş Grubu: Yetkinler (Çalışma hayatına aktif katılım gösteren bireyler).

Popülasyon Detayları: Ölçek, örgütsel çekicilik ve izveren markalaşma konularına duyarlı olan, kariyer kararlar? verme aşamasında olan veya bir kurumda görev yapan bireyler üzerinde uygulanmıştır.

Test Metodolojisi: Öz-bildirim yöntemi kullanılarak, katılımcıların izveren markas? unsurlarına verdikleri önemi derecelendirmeleri esas alınmıştır.

Anahtar Kelimeler

İzveren Değeri, Personel Seçimi, Örgütsel Davranış, Kariyer Yönetimi, Likert Ölçe?i, İş Stratejileri, Kurumsal İtibar.

Yazarlar

Yazar ORCID Tanımlayıcıları: Bilgi mevcut değildir.

Kurumsal E-posta Adresleri: burcu.oksuz@ikcu.edu.tr

Yazışma Adresi: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Tez dönemi itibarıyla).

İzinler, Ücret ve Test Yolu

Ölçek, Burcu Öksüz tarafından 2012 yılında tamamlanan bir yüksek lisans tezi çalışmasıdır. Akademik çalışmalar için genellikle kaynak gösterilerek kullanım izni mevcuttur; ancak ticari veya geniş ölçekli uygulamalar için yazarla iletişime geçilmesi önerilir.

Ölçeğin orijinal teze erişim linki ve ilgili PDF dosyası aşağıda belirtilmiştir. Ölçeğin ticari kullanım ücreti hakkında bilgi mevcut değildir.

Kaynaklar

Öksüz, B. (2012). ??letmelerde örgütsel çekicili?in artt?r?lmas?nda i?veren markala?mas? ve insan kaynaklar?na yans?mas? (Yüksek Lisans Tezi). Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Tez Merkezi Ba?lant?s?: tez.yok.gov.tr

Ölçe?in orijinal PDF belgesine buradan ula??labilir: [orgutsel-cekicilik-olcegi-toad.pdf](#)

??veren Markas? Ölçe?i Maddeleri

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

Ölçek 5 alt boyut ve 43 maddeden olu?maktadır:

Kariyer F?rsatlar? ve Geli?imi (12m): Çal??anlara yönelik bireysel kariyer hedefleri ve planlar?

Çal??ma Ortam? (10m): Çal??anlar?n de?er gördü?ü çal??ma ortam?

??letme Özellikleri (9m): Kurumun tan?n?rl??? ve bilinirli?i

?? ve Ya?am Dengesi (7m): ?? yerinde spor yapabilme olanaklar? (salonlar vs.)

Maa? ve Di?er Maddi Faydalar (5m): Maa?