

thalata likin Tutumları lmek Amacıyla Tutum lei

RECOMMENDED CITATION

memjavad (2026). *thalata likin Tutumları lmek Amacıyla Tutum lei*. Turkish Psychological Scales. Retrieved from <https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=24020>

Özet

İthalata İlişkin Tutumlar Ölçmek Amacıyla Tutum Ölçeği, 1986 yılında Selim Hovardaoğlu tarafından geliştirilmiş özgün bir ölçme aracıdır. Bu ölçek, bireylerin **ithalata** yönelik psikolojik eğilimlerini ve sosyo-ekonomik tutumlarını bilimsel bir çerçevede değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Ölçeğin geliştirilme çalışması, **Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**'nde yayımlanmıştır ve Türkiye'deki tüketici davranışları ile uluslararası ticaret algısının anlaşılmasına katkıda bulunmaktadır.

Ölçek, bir **tutum ölçeği** geliştirme çalışması olup, psikometrik özelliklerinin (geçerlik ve güvenilirlik) detayları akademik referansta sunulmuştur. Bu araç, özellikle sosyal **psikometri** ve tüketici psikolojisi alanlarında kullanılmak üzere tasarlanmıştır.

Anahtar Kelimeler

Tutum ölçeği, İthalat, Ticaret, Tüketici tutumu, Ölçek geliştirme, Psikometri, Sosyal psikoloji, Ekonomi.

Yazarlar

Selim Hovardaoğlu

Amaç

Bu ölçeğin temel amacı, bireylerin ithal mallara ve genel olarak ithalat politikalarına yönelik sahip oldukları olumlu veya olumsuz tutumları sistematik olarak ölçmektir. Bu tür bir ölçüm, hem ekonomik politikaların halk üzerindeki etkilerini anlamak hem de **tüketici davranışları** araştırmalarında derinlemesine analizler yapmak için kritik öneme sahiptir.

Ölçek, ithalatın ekonomik faydaları, yerel sanayiye etkileri ve kişisel yaşam kalitesine katkıları gibi farklı boyutlara ilişkin algıları kantitatif veriye dönüştürmeyi hedeflemektedir. Bu sayede, tutumların altında yatan faktörler tespit edilebilir ve ilgili alanlarda stratejik kararlar alınabilir.

Yapı

Ölçek, bireylerin ithalata yönelik bilişsel, duygusal ve davranışsal eğilimlerini kapsayan psikolojik bir yapı olan "İthalata İlişkin Tutumlar" yapısını ölçmektedir. Bu yapı, genellikle ulusalcılık, ekonomik rasyonalite ve kalite algıları gibi alt boyutları içerebilir. Ölçeğin geliştirilmesi, bu karmaşık tutum setini tek bir puan veya birkaç alt ölçek puanı ile ifade etmeye odaklanmıştır.

Ölçeğin orijinal geliştirme çalışmasında, tutumların ölçülmesinde kullanılan maddelerin, ilgili

teorik çerçeveye uygunluğu sağlanmıştır. **Tutum ölçeği** maddeleri, katılımcıların ithalata faydalar ve zararlar hakkındaki inançlarını ortaya çıkarmaya amaçlar.

Geçerlik

Kaynak referansta ölçeğin **Geçerlik** bilgileri özetlenmemiştir. Ancak, akademik bir ölçek geliştirme çalışması olduğu göz önüne alındığında, yapı geçerliği, kapsam geçerliği veya ölçüt geçerliği gibi geçerlik analizlerinin orijinal makalede detaylı olarak sunulduğu varsayılmaktadır. Kullanıcıların, ölçeğin metodolojik yeterliliğini değerlendirmek için orijinal makaleye başvurular önerilir.

Güvenilirlik

Kaynak referansta ölçeğin **Güvenilirlik** verileri (örneğin, Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı veya test-tekrar test güvenilirliği) özetlenmemiştir. Bir tutum ölçeği olarak, ölçeğin iç tutarlılığının yüksek olması beklenir. Güvenilirlik katsayıları ve ilgili istatistikler için orijinal 1986 tarihli makalenin incelenmesi gerekmektedir.

Faktör Analizi

Ölçek geliştirme çalışmaları için standart bir adım olarak, İthalata İlişkin Tutumlar Ölçmek Amacıyla Tutum Ölçeği'nin yapısal boyutlarını belirlemek için faktör analizi tekniklerinin kullanıldığı tahmin edilmektedir. Bu analizler, ölçeğin tek boyutlu mu yoksa ithalata yönelik tutumun farklı alt bileşenlerini ölçtüğünü ortaya koyar. Ancak, kaynak özetinde faktör yapısına ilişkin bilgi bulunmamaktadır.

Enstrüman

Test Türü: Geliştirme (Özgün Ölçek)

Format: Orijinal çalışmada derecelendirme bilgisi sunulmamıştır, ancak bir tutum ölçeği olduğu için muhtemelen Likert tipi bir derecelendirme formatı kullanılmıştır.

Mevcut Diller: Türkçe

Popülasyon Grubu: Genel Popülasyon veya Üniversite Öğrencileri (Orijinal çalışmanın yapıldığı Türkiye akademik ortamı göz önüne alınarak tahmin edilmiştir.)

Yaş Grubu: Yetkinler (18 yaş ve üstü)

Popülasyon Detayları: Detaylı popülasyon bilgisi, örneklem büyüklüğü ve demografik özellikler orijinal makalede yer almaktadır.

Test Metodolojisi: Öz bildirim (Self-report) yöntemiyle uygulanan, psikometrik özelliklere sahip bir tutum ölçme aracıdır.

Anahtar Kelimeler

Tutum, Ekonomi, Tüketici, İthalat, Hovardaoğlu, Geçerlik, Güvenilirlik, Sosyal psikoloji.

Yazarlar

Yazar ORCID Tanımlayıcıları: Belirtilmemiştir.

Kurum E-posta Adresleri: selimh@ankara.edu.tr

Yazın Adresi: Ankara Üniversitesi (İletişim e-posta adresinden yola çıkarak).

İzinler, Ücret ve Test Yılı

Test Yılı: 1986

İzinler ve Ücret: Ticari kullanım için izin ve ücret bilgisi, yazar Selim Hovardaoğlu ile doğrudan iletişime geçilerek öğrenilmelidir. Akademik ve araştırma amaçlı kullanımlar için genellikle izin gereklidir.

Ölçeğin orijinal PDF belgesi buradan indirilebilir:



[ithalata-iliskin-tutumlar-olcmek-amaciyla-tutum-olcegi-toad.pdf](#)

Referanslar

Hovardaoğlu, S.(1986). İthalata İlişkin Tutumlar Ölçmek Amacıyla Tutum Ölçeği geliştirilmesi. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(1-2), 89-98.

İthalata İlişkin Tutumlar Ölçmek Amacıyla Tutum Ölçeği Maddeleri

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

Bu akademik özet kaynağında ölçeğin maddeleri yer almamaktadır. Maddelerin tam listesi için orijinal 1986 tarihli akademik makaleye başvurulması gerekmektedir.