

# Otomotiv Sektöründe Pazarlama Esnekli?i Ölçe?i

## RECOMMENDED CITATION

memjavad (2025). *Otomotiv Sektöründe Pazarlama Esnekli?i Ölçe?i*. Turkish Psychological Scales. Retrieved from <https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=28618>

## Özet

Bu akademik giri?, Zeki Yüksekbilgili (2019) taraf?ndan Türkçe'ye uyarlanan ve geçerlik/güvenirlik çal??mas? yap?lan Otomotiv Sektöründe Pazarlama Esnekli?i Ölçe?i'ni (AUTOFLEX) tan?tmaktadır. Ölçek, özellikle Otomotiv Sektöründeki firmalar?n çevresel de?i?imlere ve pazar taleplerine ne kadar hızlı ve etkin tepki verebildi?ini, yani Pazarlama Esnekli?i düzeylerini ölçmeyi amaçlar. Ölçek 24 madde ve alt? faktörlü bir yapıya sahiptir ve bu yapı?nın hem yapısal geçerlili?i hem de yüksek iç tutarlılı?? (α = 0,884) kan?tlanm??tır. Ara?t?rmacılar için güvenilir bir uyarlama aracı olarak sunulmuştur.

## Anahtar Kelimeler

Otomotiv Sektörü, Pazarlama Esnekli?i, AUTOFLEX, Ölçek Uyarlama, Faktör Analizi, ?ç Tutarlılık, Mü?teri Odaklılık.

## Yazarlar

Zeki Yüksekbilgili.

## Amaç

Ölçe?in temel amacı, Otomotiv Sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin pazarlama stratejilerini ve operasyonları?n de?i?en pazar koşulları?na ne derece uyarlayabildiklerini ölçmektir. Pazarlama Esnekli?i, işletmelerin rekabet avantaj? elde etme ve sürdürme yeteneklerinin kritik bir göstergesi olarak kabul edilmektedir.

Bu uyarlama çal??mas?, orijinal ölçe?in Türk kültürüne ve diline uygunlu?unu test ederek, Türkiye'deki akademik ve profesyonel ara?t?rmacılara geçerli ve güvenilir bir ölçüm aracı sunmayı hedeflemiştir. Ölçek, firmalar?n özellikle fiyatlandırma, ürün geliştirme ve geri bildirim mekanizmaları?ndaki esnekliklerini de?erlendirmeye olanak tanır.

## Yapı

Ölçülen temel yapı, Pazarlama Esnekli?idir. Bu yapı, organizasyonları?n piyasa dalgalanmaları?na, rekabetçi baskılara ve mü?teri taleplerindeki ani de?i?imlere uyum sağlama yetene?ini temsil eder. Ölçek, bu karmaşık yapıyı alt? spesifik boyut üzerinden analiz etmektedir.

Ölçek, toplam 24 maddeden oluşmakta ve alt? ana faktöre ayrılmaktadır. Bu alt boyutlar, işletmenin operasyonel, stratejik ve yapısal esnekliklerini kapsar. Ölçülen temel alt faktörler arasında **Mü?teri Odaklılık**, **Fiyat Esnekli?i**, **Pazarlama Departmanı** (Organizasyonel

Esneklik), **Ürün** (Ürün Geli?tirme Esnekli?i), **Fiyat** (Fiyatlandırma Stratejisi Esnekli?i) ve **Geri Bildirim** (Pazar Bilgisi Kullanım?) yer almaktadır.

## Geçerlik

Ölçe?in yap?sal geçerlili?ini test etmek amacıyla Faktör Analizi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucunda, ölçe?in teorik yap?yla uyumlu olarak 6 faktörlü ve toplam 24 maddeden oluşan bir yap? sergiledi?i tespit edilmiştir. Bu durum, ölçe?in kavramsal olarak temsil etmesi beklenen Pazarlama Esnekli?i yap?sın?ı ba?arılı bir şekilde ölçtü?ünü göstermektedir.

Elde edilen bu alt? faktörlü yap?, ölçe?in orijinal yap?sın?ı koruyarak Türkçe bağlamında geçerli oldu?unu kanıtlamıştır. Geçerlik çalışması, ölçe?in Türk Otomotiv Sektörü bağlamında kuramsal yap?yı yansıttığını güçlü bir şekilde desteklemektedir.

## Güvenirlik

Ölçe?in iç tutarlılığı, yani Güvenirlik katsayısı, Cronbach Alfa değeri hesaplanarak belirlenmiştir. Ölçe?in tamamına ilişkin iç tutarlılık katsayısı oldukça yüksek bulunmuştur:  $\alpha = 0,884$ .

Bu yüksek alfa değeri, ölçe?in 24 maddesinin tutarlı bir şekilde aynı psikolojik yap?yı ölçtü?ünü ve dolayısıyla elde edilen sonuçların güvenilir oldu?unu işaret etmektedir. Bu sonuç, ölçe?in bilimsel araştırmalarda kullanıma uygunlu?unu destekleyen güçlü bir kanıttır.

## Faktör Analizi

Uyarılma çalışmasında uygulanan Faktör Analizi, 24 maddelik ölçe?in literatürle uyumlu olarak 6 ana faktör altında toplandı?ını ortaya koymuştur. Bu faktörler, pazarlama esnekli?inin farklı operasyonel ve stratejik yönlerini kapsamaktadır. Faktörler ve ölçek maddeleri arasındaki ilişki, ölçe?in çok boyutlu yap?sın?ı doğrulamıştır.

Alt? faktörlü yap?, ölçek maddeleriyle birlikte aşağıda listelenmiştir. Her bir faktör, pazarlama esnekli?inin spesifik bir yönünü vurgulamaktadır:

**Müşteri Odaklılık:** Müşteri ihtiyaçlarına yönelik yenilik ve uyum yetene?i.

**Fiyat Esnekli?i:** Tanıtım faaliyetlerine çal?an katılım? ve fiyatlandırmada esneklik.

**Pazarlama Departmanı:** Pazarlama çalışanları için uygulanan resmi düzenlemelerin dü?üklü?ü (organizasyonel esneklik).

**Ürün:** Ürün geli?tirme sürecinde üretici ve kanal partnerleriyle koordinasyon.

**Fiyat:** Talebi artırmak amacıyla fiyatlar? hızla de?iştirme yetene?i.

**Geri Bildirim:** Yeni ürün lansmanlarında pazarlama ekiplerinden alınan bilgilerin kullanımı.

## Araç

**Test Türü:** Uyarlama Ölçe?i (Adaptation Scale)

**Biçim:** 5'li Likert Ölçe?i

**Mevcut Diller:** Türkçe

**Popülasyon Grubu:** Otomotiv Sektöründe çal??anlar, yöneticiler ve pazarlama profesyonelleri.

**Ya? Grubu:** Belirtilmemi?tir (Genellikle yeti?kin çal??an popülasyonu).

**Popülasyon Detaylar?:** Ölçe?in uyarlama çal??mas?, Türkiye'deki Otomotiv Sektöründeki ilgili i?letmelerin çal??anlar? veya yöneticileri üzerinde gerçekleştirilmi?tir.

**Test Metodolojisi:** Öz-bildirim yöntemiyle uygulanan, 5 dereceli Likert tipinde yan?tlanan anket format?. Derecelendirme sistemi 1=kesinlikle kat?lm?yorum ile 5=kesinlikle kat?l?yorum aras?nda de?i?mektedir.

## Anahtar Kelimeler

Pazarlama Yönetimi, Esneklik, Otomotiv, Likert, Güvenirlilik Analizi, MANAS Sosyal Ara?t?rmalar Dergisi, AUTOFLEX.

## Yazarlar

**Yazar ORCID Tan?mlay?c?s?:** Belirtilmemi?tir.

**Kurumsal E-posta Adresleri:** [yuksekbilgili@gmail.com](mailto:yuksekbilgili@gmail.com) (Sorumlu Yazar)

**Yaz??ma Adresi:** Belirtilmemi?tir.

## ?zinler, Ücret ve Test Y?I?

**Test Y?I?:** 2019 (Uyarlama Çal??mas? Yay?n Y?I?)

**Derecelendirme Sistemi:** 5'li Likert Ölçe?i (1=kesinlikle kat?lm?yorum, 2=kat?lm?yorum, 3=karars?z?m, 4=kat?l?yorum ve 5=kesinlikle kat?l?yorum).

**?zinler ve Kullan?m Ücreti:** Kullan?m izinleri için sorumlu yazar Zeki Yüksekbilgili ile do?rudan ileti?ime geçilmesi tavsiye edilir. Ölçek akademik bir dergide yay?nland??? için, akademik çal??malarda kaynak gösterilerek kullan?m? mümkündür.

## Kaynakça

Yüksekbilgili, Z. (2019). AUTOFLEX: Otomotiv Sektöründe Pazarlama Esnekli?i Ölçe?inin Türkçeye uyarlanması: Güvenilirlik ve geçerlilik çal??ması. *MANAS Sosyal Ara?t?rmalar Dergisi*, 8(3), 2819-2833. DO?: <https://doi.org/10.33206/mjss.509444>

Makalenin tam metnine Dergipark üzerinden ula??abilir: [dergipark.org.tr](http://dergipark.org.tr)

Ölçe?in orijinal PDF belgesi buradan indirilebilir: [otomotiv-sektorunde-pazarlama-esnekligi-olcegi-toad.pdf](http://otomotiv-sektorunde-pazarlama-esnekligi-olcegi-toad.pdf)

## Otomotiv Sektöründe Pazarlama Esnekli?i Ölçe?i Maddeleri

**IMPORTANT:** The following scale items must be preserved in their original language and must not be changed in any way.

Ölçek 24 madde alt? faktörlü yapıdadır.

**Mü?teri Odaklı?ık (1m):** Yeniliklerimiz mü?teri odaklıdır.

**Fiyat Esnekli?i (14m):** Pazarlama çal??anları tanıtım faaliyetlerine dahil edilir.

**Pazarlama Departmanı (18m):** Pazarlama çal??anları için düşük seviyeli resmi düzenlemeler uygulanmaktadır.

**Ürün (20m):** Yeni ürün üretimi, üretici ve kanal partnerleriyle yakın koordinasyon ile yapılır.

**Fiyat (21m):** Talebi arttırmak için fiyatları de?irtiririz.

**Geri Bildirim (23m):** Yeni ürün lansmanlarımız pazarlama ekiplerinden geri bildirim içerir.