

# Ula??m Memnuniyeti Tutum Ölçe?i

## RECOMMENDED CITATION

memjavad (2025). *Ula??m Memnuniyeti Tutum Ölçe?i*. Turkish Psychological Scales.  
Retrieved from <https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=32047>

## Özet

Ula??m Memnuniyeti Tutum Ölçe?i (UMTÖ), bireylerin kullandıkları ula??m hizmetlerine yönelik sahip oldukları **tutumlar** ve bu hizmetlerden duydukları **memnuniyet düzeylerini** ölçmek amacıyla geli?tirilmiş bir psikometrik araçtır. Ölçek, 2018 yılında Sert, Bozo ve Miman tarafından geli?tirilmiş olup, Harran Üniversitesinde gerçekleştirilen bir uygulama çalışmasıyla geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları desteklenmiştir. Bu ölçek geliştirme çalışması, kullanıcıların ula??m sistemlerinin çe?itli yönlerine (konfor, erişilebilirlik, hız, maliyet vb.) ilişkin algılarını sistematik olarak de?erlendirmeyi hedeflemektedir.

## Anahtar Kelimeler

Ula??m memnuniyeti, tutum, psikometrik araç, ölçek geliştirme, Harran Üniversitesi, sosyal bilimler.

## Yazarlar

H. Sert, A. Bozo, Mehmet M?MAN

## Amaç

Ula??m Memnuniyeti Tutum Ölçe?i'nin temel amacı, bir popülasyonun belirli bir co?rafi alandaki (bu durumda Harran Üniversitesi ve çevresi) **ula??m hizmetleri** hakkındaki genel ve spesifik tutumlarını ölçmektir. Geliştiriciler, bu ölçek aracılığıyla, ula??m sistemlerindeki eksiklikleri ve kullanıcı memnuniyetini artıracak alanları tespit etmeyi amaçlamıştır. Elde edilen veriler, yerel yönetimlere ve ula??m sağlayıcılara hizmet kalitesini optimize etme konusunda kritik bilgiler sunmaktadır.

## Yapı

Ölçek, psikolojideki tutum kavramı üzerine inşa edilmiştir. Ölçek geliştirme sürecinde, ula??m memnuniyetinin çok boyutlu bir yapı olduğu varsayılmıştır. Bu yapı genellikle şu bileşenleri içerir:

**Duygusal Bileşen:** Ula??m hizmetlerine yönelik genel hisler ve duygusal tepkiler (örneğin, rahatlık, stres).

**Bilişsel Bileşen:** Ula??m sisteminin güvenilirliği, hız, maliyeti ve erişilebilirliği hakkındaki inançlar ve de?erlendirmeler.

**Davranışsal E?ilim:** Ula??m hizmetlerini kullanma veya kullanmama yönündeki niyet ve e?ilimler.

UMTÖ, bu bile?enleri kapsayarak, bireyin ula??m deneyiminin subjektif de?erlendirmesini nicelle?tirmeyi hedefler.

## Geçerlik

Ölçek geli?tirme makalesinde (Sert, Bozo ve Miman, 2018) belirtildi?i üzere, ölçe?in geçerlik çal??malar? titizlikle yürütülmü?tür. Tipik olarak, bu tür geli?tirme çal??malar?nda **yap? geçerli?i** önceliklidir. Yap? geçerli?i, genellikle Aç?mlay?c? Faktör Analizi (AFA) ve Do?rulay?c? Faktör Analizi (DFA) yöntemleri kullan?larak incelenir.

Çal??manın amac?, ölçe?in teorik olarak varsayılan yap?y? ölçüp ölçmedi?ini kan?tlamaktır. Bu kapsamda, maddelerin ilgili alt boyutlara yüklenimi ve faktör yap?s?n?n veri setine uygunlu?u de?erlendirilmi?tir.

## Güvenirlik

Ölçe?in güvenilirlik analizleri, ölçüm sonuçlar?n?n tutarlılı??n? ve istikrar?n? de?erlendirmeyi amaçlam??t?r. Güvenirlik çal??malar? kapsamında, genellikle iç tutarlılık katsay?s? (Cronbach's Alpha) hesaplanm??t?r. Yüksek bir Cronbach's Alpha de?eri, ölçek maddelerinin ayn? yap?y? ölçme konusunda yüksek düzeyde bir uyum sergiledi?ini gösterir. Ayrıca, ölçe?in zaman içinde tutarlılı??n? test etmek amacıyla test-tekerrar test güvenilirlik analizleri de yap?lm?? olabilir.

## Faktör Analizi

Ula??m Memnuniyeti Tutum Ölçe?i'nin geli?tirilmesi sürecinde, ölçe?in boyutlulu?unu belirlemek amacıyla faktör analizi teknikleri kullan?lm??t?r. Bu analizler, ba?langıçta olu?turulan madde havuzunun hangi temel boyutlar altında topland??n? ortaya ç?karm??t?r. Bu sayede, ula??m memnuniyeti tutumunun tek bir faktör mü yoksa birden fazla alt faktörden mi olu?tu?u belirlenmi?tir. Bu analiz, ölçe?in nihai formunun ve puanlama yap?s?n?n temelini olu?turmü?tur.

## Araç

**Test Çe?idi:** Geli?tirme (Yeni bir psikometrik arac?n olu?turulmas?).

**Format:** Orijinal makalede derecelendirme bilgisi aç?kça belirtilmemekle birlikte, tutum ölçekleri genellikle Likert tipi derecelendirme format?n? kullan?r (örneğin, 5'li veya 7'li Likert). Ölçek, katılımcılar?n ula??m hizmetlerine yönelik ifadelerle ne ölçüde hemfikir olduklar?n? belirtmelerini gerektirir.

**Mevcut Dil:** Türkçe.

**Popülasyon Grubu:** Genel popülasyondan ziyade, belirli bir kurumsal ba?lamdaki kullan?c?lar.

**Ya? Grubu:** Üniversite ö?rencileri ve/veya üniversite personeli (Yeti?kin).

**Popülasyon Detaylar?:** Çal??ma, Harran Üniversitesinde uygulanm??tır. Bu durum, örneklemin yüksekö?renim düzeyine sahip bireylerden olu?tu?unu göstermektedir.

**Test Metodolojisi:** Öz bildirim (Self-report) yöntemi kullan?larak anket formu ?eklinde uygulanm??tır.

## Anahtar Kelimeler

Ula??m, memnuniyet, psikometri, tutum ölçe?i, Harran Üniversitesi, hizmet kalitesi, Cronbach Alfa.

## Yazarlar

**Yazar ORCID Tan?t?c?s?:** Orijinal kaynakta belirtilmemiştir.

**Kurumsal E-posta Adresi:** Sorumlu yazar?n (Mehmet M?MAN) ileti?im adresi: [mmiman@harran.edu.tr](mailto:mmiman@harran.edu.tr)

**Yaz??ma Adresi:** Harran Üniversitesi, ?anl?urfa, Türkiye (Makale referans?na göre).

## ?zinler, Ücret ve Test Y?I?

**Test Y?I?:** 2018.

**?zinler ve Ücret:** Ölçe?in akademik ve ara?t?rma amaçl? kullan?m? için sorumlu yazar (Mehmet M?MAN) ile ileti?ime geçilmesi önerilir. Ticari amaçl? kullan?m ko?ullar? belirtilmemiştir.

## Kaynaklar

Sert, H., Bozo, A. ve Miman, M. (2018). Ula??m Memnuniyeti Tutum Ölçe?i geli?tirilmesi: Harran Üniversitesinde bir uygulama. *Atlas International Refereed Journal on Social Sciences*, 4(14), 1585-1594.

Makalenin orijinal PDF ba?lant?s? Atlas Journal web sitesinde bulunmaktad?r: [atlasjournal.net](http://atlasjournal.net)

Ölçe?e ait ek materyalleri içeren orijinal PDF dosyas? burada indirilebilir: [ulasim-memnuniyeti-tutum-olcegi-toad.pdf](http://ulasim-memnuniyeti-tutum-olcegi-toad.pdf)

## Ula??m Memnuniyeti Tutum Ölçe?i Maddeleri

**ÖNEML?:** Ölçek maddeleri, sa?lanan kaynak içerikte mevcut de?ildir. Ölçe?in tam maddelerine ve puanlama yönergelerine ula?mak için ilgili makaleye (Sert, Bozo ve Miman, 2018) ba?vurulmas? gerekmektedir.

ARABPSYCHOLOGY.COM