Ula??m Memnuniyeti Tutum Ölçe?i

RECOMMENDED CITATION

memjavad (2026). *Ula??m Memnuniyeti Tutum Ölçe?i*. Turkish Psychological Scales. Retrieved from https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=32047

ARABPSYCHOLOGY.COM

Özet

Ula??m Memnuniyeti Tutum Ölçe?i (UMTÖ), bireylerin kulland?klar? ula??m hizmetlerine yönelik sahip olduklar? **tutumlar?** ve bu hizmetlerden duyduklar? **memnuniyet düzeylerini** ölçmek amac?yla geli?tirilmi? bir psikometrik araçt?r. Ölçek, 2018 y?l?nda Sert, Bozo ve Miman taraf?ndan geli?tirilmi? olup, Harran Üniversitesinde gerçekle?tirilen bir uygulama çal??mas?yla geçerlik ve güvenirlik çal??malar? desteklenmi?tir. Bu ölçek geli?tirme çal??mas?, kullan?c?lar?n ula??m sistemlerinin çe?itli yönlerine (konfor, eri?ilebilirlik, h?z, maliyet vb.) ili?kin alg?lar?n? sistematik olarak de?erlendirmeyi hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler

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

Yazarlar

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

Amaç

Ula??m Memnuniyeti Tutum Ölçe?i'nin temel amac?, bir popülasyonun belirli bir co?rafi alandaki (bu durumda Harran Üniversitesi ve çevresi) **ula??m hizmetleri** hakk?ndaki genel ve spesifik tutumlar?n? ölçmektir. Geli?tiriciler, bu ölçek arac?l???yla, ula??m sistemlerindeki eksiklikleri ve kullan?c? memnuniyetini art?rabilecek alanlar? tespit etmeyi amaçlam??t?r. Elde edilen veriler, yerel yönetimlere ve ula??m sa?lay?c?lar?na hizmet kalitesini optimize etme konusunda kritik bilgiler sunmaktad?r.

Yap?

Ölçek, psikolojideki tutum kavram? üzerine in?a edilmi?tir. Ölçek geli?tirme sürecinde, ula??m memnuniyetinin çok boyutlu bir yap? oldu?u varsay?lm??t?r. Bu yap? genellikle ?u bile?enleri içerir:

Duygusal Bile?en: Ula??m hizmetlerine yönelik genel hisler ve duygusal tepkiler (örne?in, rahatl?k, stres).
Bili?sel Bile?en: Ula??m sisteminin güvenilirli?i, h?z?, maliyeti ve eri?ilebilirli?i hakk?ndaki inançlar ve de?erlendirmeler.
Davran??sal E?ilim: Ula??m hizmetlerini kullanma veya kullanmama yönündeki niyet ve e?ilimler.

ARABPSYCHOLOGY.COM

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??man?n amac?, ölçe?in teorik olarak varsay?lan yap?y? ölçüp ölçmedi?ini kan?tlamakt?r. Bu kapsamda, maddelerin ilgili alt boyutlara yüklenimi ve faktör yap?s?n?n veri setine uygunlu?u de?erlendirilmi?tir.

Güvenirlik

Ölçe?in güvenirlik analizleri, ölçüm sonuçlar?n?n tutarl?l???n? ve istikrar?n? de?erlendirmeyi amaçlam??t?r. Güvenirlik çal??malar? kapsam?nda, genellikle iç tutarl?l?k 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. Ayr?ca, ölçe?in zaman içinde tutarl?l???n? test etmek amac?yla test-tekrar test güvenirlik analizleri de yap?lm?? olabilir.

Faktör Analizi

Ula??m Memnuniyeti Tutum Ölçe?i'nin geli?tirilmesi sürecinde, ölçe?in boyutlulu?unu belirlemek amac?yla faktör analizi teknikleri kullan?lm??t?r. Bu analizler, ba?lang?çta olu?turulan madde havuzunun hangi temel boyutlar alt?nda 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?turmu?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 (örne?in, 5'li veya 7'li Likert). Ölçek, kat?l?mc?lar?n ula??m hizmetlerine yönelik ifadelerle ne ölçüde hemfikir olduklar?n? belirtmelerini gerektirir.

Mevcut Dil: Türkçe.

ARABPSYCHOLOGY.COM

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??t?r. 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??t?r.

Anahtar Kelimeler

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

Yazarlar

Yazar ORCID Tan?t?c?s?: Orijinal kaynakta belirtilmemi?tir.

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

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

?zinler, Ücret ve Test Y?l?

Test Y?l?: 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? belirtilmemi?tir.

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

Ölçe?e ait ek materyalleri içeren orijinal PDF dosyas? burada indirilebilir: ulasim-memnuniyeti-tutum-olcegi-toad.pdf

ARABPSYCHOLOGY.COM

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