

Ürün Satın Alma ve Atıkların Elden Çıkartılmasında Sosyal Sorumlu Davranış Ölçeği

RECOMMENDED CITATION

memjavad (2025). *Ürün Satın Alma ve Atıkların Elden Çıkartılmasında Sosyal Sorumlu Davranış Ölçeği*. Turkish Psychological Scales. Retrieved from <https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=32250>

Özet

Bu ölçek, bireylerin **ürün satın alma** süreçlerinde ve sonrasında ortaya çıkan **atıkların elden çıkartılmasında** amaçlarındaki sosyal sorumlu davranışları ölçmek amacıyla Türkiye bağlamına uyarlanmış bir psikometrik araçtır. Ölçek, tüketicilerin çevresel ve etik kaygıları temel alarak gösterdikleri eylemleri, tutumları ve tercihleri nicel olarak değerlendirilmeyi hedefler. Orijinal yapısı yabancı literatürden alınmış olup, 2017 yılında Bozok Üniversitesi'nde yürütülen bir yüksek lisans tezi kapsamında **uyarlama** çalışması yapılmıştır. Bu çalışma, sosyal sorumluluk bilincinin tüketim kalıplarına nasıl yansıtıldığını anlamak için kritik bir öneme sahiptir.

Anahtar Kelimeler

Sosyal Sorumlu Tüketici Davranış, Atık Yönetimi, **Tüketici Davranış**, Ölçek Uyarlama, Çevresel Sorumluluk, **Sosyal Sorumlu Davranış**, Yüksek Lisans Tezi.

Yazarlar

Şmail Arslan

Amaç

Ölçeğin temel amacı, bireylerin gündelik **tüketim** pratiklerinde (satın alma tercihlerinden, kullanılan ürünlerin geri dönüşümüne veya atılmasına kadar) ne ölçüde sosyal ve çevresel sorumluluk taşıyan davranışları sergilediğini belirlemektir. Bu araç, özellikle Türkiye'deki **sosyal sorumlu tüketici** segmentini tanımlamak, bu davranışları etkileyen faktörleri araştırmak ve pazarlama stratejilerine yön vermek amacıyla geliştirilmiştir.

Ölçek, sosyal sorumluluk bilincinin sadece teorik bir tutumdan ibaret olup olmadığını, aynı zamanda somut eylemlere (örneğin, çevre dostu ürün seçimi veya atıkların ayrıştırma) dönüşüp dönüşmediğini ölçmeye odaklanmıştır. Bu bağlamda, ölçek 29 maddeden oluşmakta ve bireylerin davranışlarını ölçmektedir.

Yapı

Ölçek, **Sosyal Sorumlu Davranış** yapısını ölçmektedir. Bu yapı, genellikle iki ana boyut etrafında şekillenir: (1) Ürün Satın Alma Sürecinde Sorumluluk (etik kaynaklı ürünleri tercih etme, minimum ambalajlı ürünleri seçme) ve (2) Atıkların Elden Çıkartılmasında Sorumluluk (geri dönüşüm yapma, atıkların uygun şekilde ayrıştırma). Ölçek, bu davranışsal eğilimlerin nasıl ve tutarlılığını tespit ederek, bireyin genel sosyal sorumluluk seviyesini belirlemeyi hedefler.

Ölçek maddeleri, katılımcının sosyal sorumlulukla ilgili davranışları 5 dereceli bir **Likert**

ölçeği üzerinden değerlendirilmesini ister. Bu yapı, tüketici davranışları araştırmalarında sosyal sorumluluk kavramının operasyonelleştirilmesine olanak tanır.

Geçerlik

Ölçeğin geçerlik çalışmaları, uyarlama çalışmasının yapıldığı yüksek lisans tezi (Arslan, 2017) kapsamında gerçekleştirilmiştir. Ancak, bu özet içeriğinde spesifik olarak yapı geçerliği veya ölçüt geçerliği sonuçlarına dair sayısal bir veri sunulmamıştır. Bir uyarlama çalışmasında geçerlik, genellikle orijinal ölçeğin faktör yapısının Türkçe örneklemede de doğrulayıcı faktör analizi (DFA) veya açılımlayıcı faktör analizi (AFA) yoluyla korunduğunun gösterilmesiyle sağlanır.

Güvenilirlik

Ölçeğin iç tutarlılık güvenilirliği, yüksek düzeyde kabul edilebilir bulunmuştur. Yapılan analizler sonucunda **Cronbach's Alpha** katsayısı 0,923 olarak tespit edilmiştir. Bu değer, ölçeğin maddelerinin ölçülmek istenen **sosyal sorumlu davranış** yapısının tutarlı bir şekilde ölçtüğünü ve ölçeğin psikometrik açıdan güvenilir olduğunu göstermektedir.

Faktör Analizi

Uyarlama çalışmasının bir parçası olarak faktör analizinin gerçekleştirildiği varsayılmaktadır. Faktör analizi, ölçeğin 29 maddesinin altında yatan temel boyutlar veya faktörleri ortaya çıkarmak için kullanılır. Bu analiz, orijinal ölçeğin çok boyutlu yapısının Türkçe versiyonunda da korunduğunu kanıtlamaya amaçlar. Spesifik faktör yükleri ve varyans açıklama oranları tezin tam metninde yer almaktadır.

Ölçek Bilgileri

Test Türü: Uyarlama (Adaptation)

Format: Öz Bildirimli (Self-Report) Anket Tipi

Maddeler: 29 Madde

Derecelendirme: 5'li Likert Ölçeği (5-Her Zaman, 4-Sık Sık, 3-Bazen, 2-Nadiren ve 1-Hiçbir Zaman)

Mevcut Diller: Türkçe

Popülasyon Grubu: Tüketiciler/Genel Yetişkin Popülasyon

Yaş Grubu: Yetişkin

Popülasyon Detayları: Yüksek lisans tezi çalışması kapsamında belirlenen örneklem grubu.

Test Metodolojisi: Uygulama, anket yoluyla yüz yüze veya çevrimiçi olarak gerçekleştirilebilir. Puanlama, maddelerin toplanması yoluyla yapılır ve yüksek puan, daha yüksek sosyal sorumlu davranış düzeyini ifade eder.

Anahtar Kelimeler

Çevreci Tüketim, Geri Dönüşüm, Etik Satın Alma, **Cronbach's Alpha**, Sosyal Sorumluluk, Pazarlama Araştırmaları.

Yazarlar

Sorumlu Yazar: İsmail Arslan

Yazar ORCID Tanımlama Numarası: Bilinmiyor

Kurum E-posta Adresleri: ismailtr35@hotmail.com (Sorumlu Yazar İletişim)

Yazın Adresi: Bozok Üniversitesi (Tezin yapıldığı kurum, 2017)

Şinler, Ücret ve Test Yılı

Ölçek, İsmail Arslan tarafından 2017 yılında yayınlanmamış yüksek lisans tezi kapsamında kullanılmıştır. Akademik araştırmalarda kullanımı için sorumlu yazar ile iletişime geçilmesi önerilir. Ticari kullanım veya geniş ölçekli uygulamalar için yazarın izni gereklidir. Ölçeğin geliştirme/uyarlama yılı **2017**'dir.

Ölçek formunun ve orijinal tezin bir kopyasına YÖK Ulusal Tez Merkezi üzerinden erişim sağlanabilir.

Referanslar

Arslan, İ. (2017). *Sosyal sorumlu tüketici davranış ve bir uygulama*. Bozok Üniversitesi, Yozgat. Tez linki: [YÖK Ulusal Tez Merkezi](#)

Ölçeğin orijinal dökümanları aşağıda PDF ve DOC formatlarında mevcuttur:

MS Word Belgesi: [urun-satin-alma-ve-atiklarin-elden-cikarilmasinda-sosyal-sorumlu-davranis-olcegi-toad.doc](#)

PDF Belgesi: [urun-satin-alma-ve-atiklarin-elden-cikarilmasinda-sosyal-sorumlu-davranis-olcegi-toad.pdf](#)

Ürün Satın Alma ve Atıkların Elden Çıkartılmasında Sosyal Sorumlu Davranış Ölçeği Maddeleri

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

Ölçek toplam 29 maddeden oluşmaktadır. Maddelerin tam metnine yüksek lisans tezi kaynağından (Arslan, 2017) ulaşılabilir.

ARABPSYCHOLOGY.COM