

Öğrenci Tüketici Yönelim ve Öğrenen Kimlik Düzeyini

Belirleme Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması *

Betül İŞCAN¹ & Aydın BALYER

Received: May, 14, 2018 ~ Accepted: June, 30, 2018

Online Published: June, 30, 2018

Suggested Citation: İşcan, B., & Balyer, A. (2018). Öğrenci tüketici yönelim ve öğrenen kimlik düzeyini belirleme ölçeğinin Türkçe'ye uyarlanması. *YILDIZ Journal of Educational Research*, 3(1), 1-26. doi: 10.51280/yjer.2018.001

Abstract

It is said that marketization of higher education with neoliberalism is the reason behind students' consumer oriented attitudes and behaviours and the change in the extent of students' learner identity. University students' viewpoints about teaching and learning, higher education process and stakeholders and changes in higher education give idea about the extent of students' consumer orientation and learner identity. Foundation universities are evaluated as the first step towards marketization of higher education in Turkey so it is thought that foundation university students' opinion, attitude and behaviours about the changes in higher education in Turkey might give information about the extent of students' consumer orientation and learner identity. This study aims to adapt "Consumer Orientation Scale" for university students, developed by Bunce, Baird and Jones (2016), into Turkish and the scale evaluates students' consumer orientation in marketised universities. The original version of the scale includes one factor and 35 items. In the adapted scale, there are two factors, "the extent of consumer orientation" and "the extent of learner identity" of university students. There are 18 items, the extent of consumer orientation from 1 to 8 and the extent of learner identity from 9-18. In the process of adaptation of the scale into Turkish, 123 students participated in Exploratory Factor Analysis and 403 students for Confirmatory Factor Analysis. It might be stated that adaptation of the scale into Turkish is significant because it might provide opportunity to compare results of studies carried out in

*Bu çalışma Betül İŞCAN'ın 'Vakıf Üniversitesi Öğrencilerinin Tüketici Yönelim ve Öğrenen Kimlik Düzeyi ile Akademik Performansı Arasındaki İlişki (Vakıf Üniversitesi Örneği)' adlı tezinden üretilmiştir ve Yıldız Teknik Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimince Desteklenmiştir. Proje Numarası:3342

¹ Corresponding author:

e-mail: iscanbet@gmail.com

Turkey with other studies that was carried out or will be carried out in other contexts in the future.

Keywords: Consumer orientation, learner identity, foundation university

Öz

Yükseköğretim kurumlarında neoliberalizm ile gelişen piyasalaşmanın öğrencilerin tüketici yönelimli tutum ve davranışlar sergilemesinin ve öğrenen kimlik düzeyinde meydana gelen değişikliklerin nedeni olduğu söylenmektedir. Üniversite öğrencilerinin yükseköğretim sürecine, yükseköğretimdeki değişikliklere, yükseköğretimin paydaşlarına, öğretim ve öğrenime olan bakış açısı öğrencilerin tüketici yönelim ve öğrenen kimlik düzeyi hakkında fikir vermektedir. Türkiye bağlamında ise yükseköğretimde piyasalaşmanın ilk adımı olan vakıf üniversitesi öğrencilerinin meydana gelen değişikliklere karşı düşünce, tutum ve davranışları öğrencilerin tüketici yönelim ve öğrenen kimlik düzeyinin düşük veya yüksek olması konusunda bilgi verecektir. Bu çalışma, piyasalaşan yükseköğretim kurumlarında okuyan öğrencilerin tüketici yönelim düzeyi hakkında bilgi veren ve Bunce, Baird ve Jones (2016) tarafından geliştirilen üniversite öğrencilerinin “Tüketici Yönelim Düzeyi ” ölçeğinin Türkçeye uyarlanmasını amaçlamaktadır. Ölçeğin orijinal halinde bir alt boyut ve 35 madde bulunmaktadır. Yapılan uyarlama çalışması sonucunda ölçeğin Türkçeye uyarlanan şeklinde ise ölçekte öğrencinin “tüketici yönelim düzeyi” ve “öğrenen kimlik düzeyi” olarak adlandırılan iki alt boyut ve 1-8 arası sorular öğrencinin tüketici yönelim düzeyini, 9-18 arası sorular “öğrenen kimlik düzeyini” belirleyen maddeler olarak uyarlanmıştır ve dolayısıyla Türkiye bağlamına göre Türkçeye uyarlanan ölçek 18 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin Türkçeye uyarlanması sürecine, Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) için 123 ve Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) için 403 öğrenci katılmıştır. Ölçeğin Türkçeye uyarlanmış şekliyle Türkiye’de yapılacak araştırmalarla elde edilen sonuçların, aynı ölçekle farklı kültürlerde yapılmış veya yapılacak olan araştırma sonuçlarıyla karşılaştırılabilmesine olanak sağlayacağından, ölçeğin Türkçeye uyarlanmasının önemli olduğu söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Tüketici yönelim, öğrenen kimlik, vakıf üniversitesi

GİRİŞ

1970’li yıllardan günümüze kadar neoliberalizm etkin bir ideoloji olarak varlığını sürdürmektedir (Peck, 2010). Neoliberalizm ile birlikte piyasalaşma yönelimi ekonomik sektörün yanı sıra sosyal, politik ve kültürel alanlarda da kendini göstermiştir (Lemke, 2001). Bu durum ekonomik hedefi olmayan kurumların amaç ve rollerinin de piyasalaşması sonucunu doğurmuştur (Harvey, 2005). Neoliberalizmin yükselişi ile piyasalaşmanın üniversiteleri etkilemesi yükseköğretim kurumlarının mali kaynakları, yönetimi ve fakülteleri üzerinde gelir elde etmenin özelleştirilmesi ve kurumsal karar

verme sürecinde fakültenin azalan rolü gibi değişikliklere neden olmuştur. Aynı zamanda piyasalaşma mantığının öğrenciler üzerindeki etkisi de tartışılır konu olarak gündeme gelmiştir (Slaughter ve Rhoades, 2004). Piyasalaşma ile yükseköğretimde değişen koşullar ve bakış açıları incelenirken, öğrencilerin hedef, tutum, davranış ve önceliklerinde meydana gelen değişimler de incelenmektedir. Öğrencilerde meydana gelen değişikliklerden biri tüketici yönelimli öğrenci olarak değerlendirilmektedir (Newson, 2004; Wellen, 2005). Araştırmacılar öğrencilerde ortaya çıkan tüketici yöneliminin yükseköğretim sürecini; zorlayıcı bir eğitim süreci yerine öğrencilerin memnun edilmesine odaklanıldığı (Titus, 2008), eğitim sürecinin yaratıcı olması gerekirken basit şekilde bilgi aktarımı haline dönüştüğü (Sharrock, 2000) , öğrenme yerine notun ve diplomanın daha fazla önemsendiği (George, 2007) bir hale getirdiği ve dolayısıyla üniversiteleri olumsuz eğitsel sonuçlara yol açacak şekilde etkilediği ileri sürülmektedir (Saunders, 2015).

Neoliberalizm ile yükseköğretimin piyasalaşması hareketlerine Türkiye de kurulan vakıf üniversiteleri ile adım atmıştır (Büyüksulu, 2010). Vakıf üniversiteleri gelirlerini vakıf katkısı, öğrencilerden alınan öğrenim harçları ve devlet yardımları oluşturmaktadır (Hopoglu, 2012). Bu düzenlemeye karşı piyasalaşan yükseköğretim kurumlarındaki öğrencilerin bakış açısındaki değişiklikler, deneyimlerindeki farklılıklar ve değişen öğrenci tutum ve davranışları hakkında çok az şey bilinmekte ve dolayısıyla incelenmesi gerekmektedir (Tomlinson, 2014). Tüketici yönelimli öğrenci tutum ve davranışları incelenirken, öğrencilerin kendini tüketici yönelimli olarak görme düzeyi de incelenmesi gereken bir konu olarak gündeme gelmiştir (Finney ve Finney, 2010).

Yapılan araştırmalar öğrencilerin tüketici yönelimli davranış ve tutumlar sergilediği ve yükseköğretim sürecine katılma konusunda yükseköğretimin ekonomik faydasına değer verdikleri gözlemlenmiştir (Tomlinson, 2017).Yükseköğretime ödenen öğrenim harcı nedeniyle öğrenciler yükseköğretime katılmayı ve diplomayı kendileri için hak olarak görmekte ve yükseköğretim sürecinin kendi taleplerine göre şekillenmesini istemektedir. Tüketici yönelimli öğrenciler ödedikleri öğrenim harcının karşılığını almak istemektedir (Tomlinson, 2017).Yükseköğretim sürecine faydacı bakış açısı, öğrenciler eğitimsel sonuçlara odaklanmaktansa ekonomik sonuçlara odaklanmasına neden olmaktadır (Wellense ve De Beer,2012). Öğrencilerin tüketici

yönelimli tutum ve davranışları üniversitelerin kalite ve değerinin öğrenciler tarafından sorgulanmasına ve dolayısıyla dava ve şikayet olaylarının artmasına neden olmuştur (Williams, 2012). Üniversiteler öğrencilere pozitif deneyimler yaşatması, diploma sağlaması ve istihdamı artırması, öğrencilerin beklentisini karşılaması, öğretim görevlilerinin kalitesi ve öğrencinin taleplerine cevap vermesi yönlerine bakılarak etkili ve değerli olarak değerlendirilmektedir (Tomlinson, 2017). Tüketici yönelimli öğrenciler için yükseköğretim sürecinde öğrenen olmak yerine diploma almak daha önemli hale gelmiştir (Molesworth, Nixon ve Scullion, 2009). Tüketici yönelimli öğrencilerin öğretilene olan ilgisi az ve kendi bilgisini oluşturmak için de sorumluluk almayan öğrenci olarak tanımlanmaktadır (Bunce, Baird ve Jones, 2016).

Öğrenen kimliğini oluşturan unsurlar öğrencinin entelektüel uğraşı, öğrenme yaklaşımı, kendini öğrenen olarak tanımlaması ve motivasyonu olarak belirtilmektedir. Yükseköğretim öğrencisinin bu unsurlarla ilgili tutum ve davranışları öğrenen kimlik düzeyinin belirlenmesini sağlamaktadır (Bunce, Baird ve Jones, 2016). Neoliberalizm ile piyasalaşan yükseköğretim kurumlarında okuyan öğrencilerin öğrenen kimliğinin ve dolayısıyla öğrencinin ne anlama geldiğinin değişmeye başladığı gözlemlenmektedir. Piyasalaşan üniversitelerin öğrencilerin öğrenen kimlik düzeyini azalttığı ve öğrencilerin öğrenme için gösterdikleri çabayı azalttığı ileri sürülmektedir (Tomlinson, 2017). Ortaya çıkan tüketici yönelimli öğrencilerin sadece diploma almak için üniversiteye gitme düşüncesi öğrenme deneyimlerinin olumsuz etkilenmesine, entelektüel meşguliyetin azalmasına neden olduğu belirtilmektedir (Tomlinson, 2017). Öğrencilerin yükseköğretim sürecine karşı farklı motivasyonları ortaya çıkmıştır. Öğrenen kimlik düzeyi yüksek öğrenciler öğrenmenin değerini önem vermekte ve öğrenmenin kişinin kendini geliştirmesi ve yaşam boyu özerk öğrenen olmayı sağlamadaki rolüne vurgu yapmakta iken; tüketici yönelim düzeyi düşük olan öğrenciler öğrenmenin pasif olarak sadece bilgi aktarımı ile gerçekleşeceğine inanmakta, öğrenme sürecinde kısa süreli diploma almak gibi sonuçlara odaklanmakta ve öğrenim sürecinde çabanın ve kişisel gelişimin en aza indirgenmesini savunmaktadır. Dolayısıyla yükseköğretim sürecinde entelektüel, kişisel, mesleki gelişimin tüketici yönelim ile değerini kaybettiği sonucu çıkarılabilmektedir (Tomlinson, 2017).

Ülkemizde yükseköğretimde piyasalaşma ile gündeme gelen tüketici yönelimli öğrenci ve öğrenen kimliğindeki değişiklikler öğrencilerin piyasalaşan yükseköğretim sürecindeki tüketici yönelim ve öğrenen kimlik düzeyinin incelenmesini gerekli kılmıştır. Türkiye bağlamında da yükseköğretim öğrencilerinin tüketici yönelim ve öğrenen kimlik düzeyinin ölçülmesini sağlayacak ölçek bulunmamaktadır. Dolayısıyla bu ölçek uyarlaması çalışması neoliberalizm ile piyasaya açılan yükseköğretim kurumlarındaki öğrencilerin tüketici yönelim ve öğrenen kimlik düzeyini ölçebilmek konusunda yapılacak araştırmalara yardımcı olacaktır.

Ölçek Tanıtımı

Öğrenci Tüketici Yönelim ve Öğrenen Kimlik Düzeyini Belirleme Ölçeği, vakıf üniversitesi öğrencilerinin tüketici yönelim ve öğrenen kimlik düzeyini belirlemek amacıyla geliştirilmiştir. Bunce, Baird ve Jones (2016) tarafından geliştirilen ölçeğin temel amacı, vakıf üniversitesi öğrencilerinin tüketici yönelim ve öğrenen kimlik düzeylerini belirlemek ve böylece öğrencilerin yükseköğretime karşı tutumlarını ve yükseköğretim sürecinde sergiledikleri davranışları ortaya çıkarmaktır. İki boyut olarak hazırlanan ölçek vakıf üniversitesi öğrencilerinin tüketici yönelimi ve öğrenen kimlik düzeyinin yüksek ve ya düşük olup olmadığının belirlenmesini amaçlamaktadır. Bu amaçla belirlenen tüketici yönelim düzeyi boyutu, vakıf üniversitesi öğrencilerinin yükseköğretime ve yükseköğretim sürecine karşı tüketici yönelim düzeyini gösteren tutum ve davranışlarını; öğrenen kimlik düzeyi boyutu da vakıf üniversitesi öğrencisinin yükseköğretim sürecinin öğreneni olarak sahip olması gereken öğrenen kimliğini temsil eden tutum ve davranışları ifade eden cümlelerden oluşmaktadır.

Vakıf Üniversitesi Öğrencilerinin Tüketici Yönelim Boyutu

Tüketici yönelim boyutu vakıf üniversitesi öğrencilerinin yükseköğretim algısını, yükseköğretim sürecinde neye değer verdiğini, öğrenim harcı konusundaki düşüncelerini, yükseköğretime karşı tutum ve davranışlarını şekillendirme yollarını ve katılım kararlarını içermektedir. Tüketici yönelim düzeyi yüksek olan öğrenci kendini yükseköğretim sürecinin müşterisi olarak görmekte ve yükseköğretim sürecini de satın aldığı bir hizmet olarak görmektedir. Üniversiteye belirli miktar öğrenim harcı ödediğinden üniversiteden diploma almayı kendine hak olarak görmektedir. Mezun olduktan sonra iyi bir işe giremezse üniversitenin yapmış olduğu öğrenim harcının bir

kısmını geri ödemesi gerektiğini düşünmektedir. Tüketici yönelim düzeyi yüksek öğrenci üniversiteye gelmeden önce iyi ücret ödeyen bir işe sahip olsaydı yükseköğretim sürecine katılmayacağını belirtmektedir. Aynı zamanda eğer mezun olduktan sonra çok fazla para kazanamazsa, üniversitede zamanını boşa harcamış olduğunu düşünmektedir. Öğrencinin dersten geçmesini öğretim görevlisinin sorumluluğunda görmekte ve eleştirel düşünme becerisini geliştirmek, yalnızca kariyerinde yardımcı oluyorsa önemli olduğunu ifade etmektedir. Bu yönlü ifadeleri olan öğrenciler tüketici yönelim düzeyi yüksek olarak değerlendirilirken, bu düşünce ve tutumlara sahip olmayan öğrenciler tüketici yönelim düzeyi düşük olarak kabul edilmektedir.

Vakıf Üniversitesi Öğrencilerinin Öğrenen Kimlik Boyutu

Öğrenen kimlik boyutu vakıf üniversitesi öğrencilerinin yükseköğretim hedefleri, yükseköğretimden beklentileri ve sağlayacakları fayda, yükseköğretim süreci ve alanı ile meşguliyeti, öğretme ve öğrenmeye karşı görüşleri ve pozitif ve kaliteli öğretim ve öğrenme deneyimleri konusundaki düşünce tutumlarını içermektedir. Öğrenen kimlik düzeyi yüksek olan öğrenci derslere hazırlık yaptığını, üniversitede bilgisini artırmak için bulunduğunu ve süreç sonunda bir diploma ve derece elde edemese bile çok çalışmayı seçeceğini ifade etmektedir. Aynı şekilde bir şeyi öğrenmek için çok çalıştığında kendini daha fazla tatmin olmuş hissettiğini, yeni bir konu üzerinde çalışırken tüm fikirlerin aklında nasıl bir bütün oluşturduğunu görmeye çalıştığını ve ders çalışma zamanını verimli kullandığını belirtmektedir. Öğrenen kimlik düzeyi yüksek olan öğrenci ders çalışmaktan keyif aldığını, üniversitede mümkün olduğu kadar çok şey öğrenmek istediğini, sınavlar, sunumlar, projeler vb. değerlendirmelerde her zaman elinden gelenin en iyisini yapmaya çalıştığını, programındaki her derse katıldığını ve üniversitede mümkün olduğu kadar çok şey öğrenmek istediğini belirtmektedir. Bu yönlü görüş belirten öğrenciler öğrenen kimlik düzeyi yüksek olarak tanımlanırken, tersi düşünce ve tutumlara sahip öğrenciler ise öğrenen kimlik düzeyi düşük olarak değerlendirilmektedir.

Bunce, Baird ve Jones (2016) ölçeğinde toplam 35 madde bulunmaktadır. Uyarılama sürecinde yapılan Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) ve Doğrulayıcı Faktör

Analizi (DFA) sonucu ölçek 18 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin özgün şekli tek faktörlüdür ve tek faktör “öğrenci tüketici yönelim düzeyi” olarak tanımlanmıştır. Fakat aynı ölçek Türkiye bağlamında ve Türkçeye uyarlandığında ölçek iki faktörlü olacak şekilde uyarlanmıştır. İki faktör “öğrenci tüketici yönelim düzeyi” ve “öğrenci öğrenen kimlik düzeyi”olarak tanımlanmaktadır. Uyarlama sonucunda Faktörlerin içsel tutarlılıklarının hesaplanmasında, Cronbach Alpha değeri kullanılmıştır. Cronbach alpha değerinin 0.80’in üzerinde olması güvenilirliğinin yüksek olduğu anlamına gelmektedir (Çokluk, Şekercioğlu & Büyüköztürk, 2010). 10 maddeden oluşan faktör 1’in içsel tutarlılık düzeyinin yüksek olduğu (0,855) olduğu, 11 maddeden oluşan faktör 2’nin içsel tutarlılık düzeyinin yüksek olduğu (0,848) belirlenmiştir. Ölçeğin özgün şekli “kesinlikle katılmıyorum (0), kararsızım (3) ve kesinlikle katılıyorum (6)” olarak yedili likert şeklinde hazırlanmıştır. Sosyal bilimler alanında beşli likert türünün daha fazla yaygın olarak kullanılması ve kategori sayısı çoğaldıkça katılımcı cevaplarının orta ve uç noktalara yöneliminde azalma ve ara değer cevaplarında ise artış gözlenmiştir. Dolayısıyla kategori sayısı arttıkça katılımcılar kesin cevaplar vermekten kaçınma eğilimi göstermektedir (Bora Semiz ve Altunışık, 2016). Bu nedenle ölçek uyarlama çalışmasında beşli likert türünde hazırlanmış ve derecelendirmede, “kesinlikle katılmıyorum”dan (1), “kesinlikle katılıyorum”a doğru (5) olarak belirlenmiştir. Faktörleri ifade eden maddelerin puanı toplandığında puanın yüksek olması öğrenci tüketici yönelim ve öğrenen kimlik düzeyinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Yöntem

Yöntem bölümünde ölçek uyarlamasının çalışma grubu, dil ve yapı geçerliliği, verilerin analizi çalışmaları yer almaktadır.

Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubu, amaçlı örneklem yöntemiyle belirlenmiştir. Bu yöntem, belirli bir grup katılımcıyı incelemeyi amaçlar. Bu yöntemin yararı, araştırmacının katılımcıların evreni temsil edebilmesi yönünde ön bir bilgiye sahip olmasıdır (Bailey, 1994). Bu yolla, hedef kitle hakkında kapsamlı bir bilgi edinmek olasıdır. Ölçek uyarlama çalışması, 2017-2018 öğretim yılı ilkbahar döneminde ilk olarak 123 vakıf üniversitesi öğrencisine uygulanmıştır ve ölçeğin test-tekrar test güvenilirlik katsayısını belirleyebilmek için ölçek 123 katılımcıya 1 ay ara ile tekrar

uygulanmıştır. Daha sonra ölçek gerekli düzenlemeler yapıldıktan sonra tekrar 403 vakıf üniversitesi öğrencisine uygulanmıştır. Vakıf üniversitesi öğrencileri lisans düzeyinde, farklı sınıf düzeyi ve farklı bölümlerde eğitim görmektedir. 123 vakıf üniversitesi öğrencisinden elde edilen verilerle Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) yapılmıştır. AFA çalışmalarına başlanmadan önce örneklem büyüklüğünün faktör analizine uygunluğu test edilmiştir. Örneklem büyüklüğü hemen hemen tüm istatistik tekniklerinin uygulamasında doğru parametre tahmininde önemli bir rol oynamaktadır (Raykov ve Marcoulides, 2000). Gorsuch (1983) ve Kline (1979) örneklem büyüklüğünün en az 100, Guilford (1954) ise bunun en az 200 olmasını savunmaktadır. Comrey ve Lee (1992) faktör analizi için örneklem büyüklüğünün 100 = zayıf, 200 = yeterli, 300 = iyi, 500 = çok iyi, 1,000 ve üzeri ise mükemmel olduğunu belirtmektedir.

403 vakıf üniversitesi öğrencisinden elde edilen verilerle de AFA ile yapı geçerliliğine ilişkin bulguların test edilmesi amacıyla Doğrulamalı Faktör Analizinin (DFA) yapılması için kullanılmıştır. Doğrulamalı Faktör Analizi (DFA) için örneklem büyüklüğünün 400 kişiden fazla olması önerilmektedir (Schermelleh-Engel, Moosbrugger ve Müller, 2003).

Geçerlik

Dil Geçerliği

Ölçeğin uyarlama çalışmalarının başlatılabilmesi için ölçeği yeniden geliştiren Bunce, Baird ve Jones'in (2016) izni alınmıştır. Ölçeğin dilsel eşdeğerliğini sağlamak amacıyla geri çeviri yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemde ölçek, bir çevirmen tarafından hedef dile çevrilir ve sonra başka bir çevirmen tarafından kaynak dile çevrilir. Sonra ölçeğin hedef dil ve kaynak dile çevrilmiş şekilleri karşılaştırılır (Sperber, 2004; Looman ve Farrag, 2009). Ölçek alanında uzman dört kişi tarafından İngilizceden Türkçeye çevrilmiştir ve çeviriler karşılaştırılıp gerekli tartışmalar yapılarak her maddeyi en iyi temsil eden karşılıkları ile Türkçe metine son hali verilmiştir. Daha sonra maddeler dört İngilizce dil bilimci tarafından tekrar İngilizceye çevrilmiş ve ölçeğin ilk haliyle arasında eşdeğerlik olduğunun saptanması sonucunda çeviri çalışması tamamlanmıştır.

Yapı Geçerliliği

Yapı geçerliliğini belirlemek amacıyla faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi ile ölçeğin, ölçmek istediği yapıyı ölçüp ölçmediği belirlenmeye çalışılmıştır. Faktör analizi sonucunda, ölçek orijinal halinde tek faktör olarak tüketici yönelim düzeyini belirliyordu. Bu uyarlama çalışması sonucunda iki faktör ortaya çıkmıştır. Bunlar tüketici yönelim düzeyi ve öğrenen kimlik düzeyi olarak belirlenmiştir.

Verilerin Analizi

Liderlik oryantasyon ölçeğinin faktör deseninin Türk kültürüne uygun olup olmadığını ortaya koymak amacıyla açımlayıcı faktör analizi yapılmıştır. Açımlayıcı faktör analizinden edilen faktör yapısının uygunluğu doğrulayıcı faktör analizi ile doğrulanmıştır. Açımlayıcı faktör analizi için SPSS 15.0 ve doğrulayıcı faktör analizi için Lisrel 8.80 programı kullanılmıştır (Jörreskog ve Sörbom, 1996, 2001).

Bulgular

Bulgular kısmında ölçek uyarlama çalışması için yapılan Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA) ve Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) bulguları yer almaktadır.

Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA)

Faktör analizi, matematiksel varsayımsal yapıların doğrudan ölçülebilir bir dizi gözlenebilir göstergelerle açıklanması yaklaşımıdır. Bu analiz, gözlenen göstergeler arasındaki ilişkiyi açıklamak için kaç faktöre gereksinim olduğunun belirlenmesi ve göstergeler arasındaki ilişkinin doğrudan araştırılması söz konusu olduğunda doğrulayıcıdır (Raykov ve Marcoulides, 2000). Bir açımlayıcı analizde, araştırmacı veriler üzerinde belirli bir model belirlemeksizin bu ilişkiler ve özelliklerini ortaya çıkarmak ve belirlemek için deneysel verileri ortaya çıkartmayı amaçlamaktadır (Jörreskog ve Sörbom, 1993).

Örneklem büyüklüğü yönünden veri yapısının faktör analizine uygunluğunu test etmek için bir ölçüt Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi sonuçlarıdır. KMO istatistiklerinin 0.50'den büyük olması kabul edilebilir; 0.50 ve 0.70 arası orta, 0.70 ve 0.80 iyi; 0.80 ve 0.90 arası çok iyi ve 0.90 ve üzeri ise mükemmel olarak kabul edilmektedir (Hutcheson ve Sofroniou, 1999). Ölçülen özelliğin evren parametresinde

çok boyutlu bir özellik olup olmadığını belirlemek üzere Bartlett (1954) testi yapılmıştır.

Öğrenci Tüketici Yönelim ve Öğrenen Kimlik Düzeyini Belirleme Ölçeğine İlişkin Faktör ve Güvenirlilik Analizleri Sonuçları

Tablo 1: Öğrenci Tüketici Yönelim Düzeyini Belirleme Ölçeğine İlişkin Madde Analizi Sonuçları

MADDELER	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Total Correlation	Item-Cronbach's Alpha if Item Deleted
MADDE 1	108,53	168,132	0,531	0,737
MADDE 2	109,14	175,96	0,287	0,751
MADDE 3	109,86	172,459	0,440	0,743
MADDE 4	107,53	181,545	0,207	0,755
MADDE 5	108,28	182,768	0,113	0,759
MADDE 6	109,46	179,842	0,146	0,759
MADDE 7	108,84	181,659	0,150	0,757
MADDE 8	109,8	174,745	0,344	0,748
MADDE 9	109,94	174,914	0,371	0,747
MADDE 10	109,78	170,932	0,458	0,742
MADDE 11	109,43	178,73	0,209	0,755
MADDE 12	109,58	177,054	0,284	0,751
MADDE 13	109,78	178,488	0,250	0,753
MADDE 14	109,48	186,323	0,003	0,765
MADDE 15	109,71	172,444	0,410	0,744
MADDE 16	107,68	178,004	0,352	0,749
MADDE 17	108,48	177,142	0,328	0,749
MADDE 18	107,46	184,322	0,144	0,757
MADDE 19	109,49	186,364	0,001	0,765
MADDE 20	108,66	173,871	0,378	0,746
MADDE 21	107,58	180,091	0,320	0,751
MADDE 22	107,7	181,901	0,248	0,753
MADDE 23	109,45	185,735	0,020	0,764
MADDE 24	107,94	182,219	0,177	0,756
MADDE 25	107,47	185,615	0,064	0,76
MADDE 26	108,32	175,522	0,191	0,759
MADDE 27	107,98	182,08	0,168	0,756
MADDE 28	108,34	179,351	0,258	0,752

MADDE 29	108,68	176,066	0,359	0,748
MADDE 30	107,47	179,766	0,389	0,749
MADDE 31	108,66	177,485	0,280	0,751
MADDE 32	107,79	177,964	0,326	0,75
MADDE 33	108,09	173,751	0,404	0,745
MADDE 34	108,62	177,667	0,247	0,753
MADDE 35	108,25	179,016	0,128	0,762

Tablo 1’de bulunan öğrencinin tüketici yönelim ve öğrenen kimlik düzeyini belirleme ölçeğine ilişkin madde analizi sonuçları incelendiğinde, bir maddenin diğer maddelerle olan ilişkisinin 0,30’un altında olmaması gerektiğinden (Stevens, 2002; Büyüköztürk, 2002), öğrenci tüketici yönelim ve öğrenen kimlik düzeyini belirleme ölçeğindeki bir maddenin diğer maddelerle ilişkisi 0,30’un altında olan en düşük maddeden başlanarak ölçekten çıkarma işlemi yapılmıştır. Ölçekten her madde çıkarımı yapıldıktan sonra madde analizi tekrarlanmıştır. Ölçekten 0.30’un altında madde kalmayacak seviyeye gelene kadar madde çıkarımı yapılmış olup ölçek son halini aşağıdaki gibidir.

Tablo 2: Öğrenci Tüketici Yönelim ve Öğrenen Kimlik Düzeyini Belirleme Ölçeğinin Madde Çıkarımı Sonrasındaki Madde Analizi Sonuçları

MADDELER	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1_Üniversite eğitiminin asıl amacı, para kazanmak için sahip olduğum yetenekleri en üst düzeye çıkarmaktır.	60,79	103,80	0,49	0,78
2_Sadece gelecek kariyerimde bana yardım edecek derslerde bir şeyler öğrenmek isterim.	61,40	107,04	0,36	0,79
3_Kendimi her şeyden önce üniversitemin müşterisi olarak görürüm.	62,12	106,47	0,43	0,79
8_Mezun olduktan sonra iyi bir işe giremezsem, okul yapmış olduğum ödemelerin bir kısmını geri ödemelidir.	62,05	106,77	0,40	0,79
9_Üniversite eğitiminin satın aldığım bir ürün olduğunu düşünüyorum.	62,20	107,27	0,41	0,79
10_Üniversiteye para ödemiş olduğum için,	62,04	103,39	0,53	0,78

üniversite bana diploma vermelidir.				
11_Üniversiteye gelmeden önce iyi ücret ödeyen bir işe sahip olsaydım, burada olmazdım.	61,69	109,35	0,37	0,80
12_Eğer mezun olduktan sonra çok fazla para kazanamazsam, üniversitede zamanımı boşa harcamış olduğumu düşünürüm.	61,83	108,67	0,33	0,79
13_Hocalarımın işinin bir parçası da beni derslerimden geçirmektir.	62,04	110,22	0,37	0,80
15_Eleştirel düşünme becerilerimi geliştirmek, yalnızca kariyerimde yardımcı oluyorsa önemlidir.	61,97	106,36	0,41	0,79
16_Bir şeyi öğrenmek için çok çalıştığımda kendimi daha fazla tatmin olmuş hissedirim.	59,94	111,44	0,32	0,79
17_Derslere hazırlık yaparım.	60,74	109,69	0,35	0,79
20_Süreç sonunda bir derece elde edemeseydim bile çok çalışmayı seçerdim.	60,92	107,49	0,34	0,79
21_Üniversitede bilgimi artırmak için bulunmaktayım.	59,84	114,11	0,31	0,80
22_Yeni bir konu üzerinde çalışırken, tüm fikirlerin aklımda nasıl bir bütün oluşturduğunu görmeye çalışırım.	59,96	113,94	0,34	0,80
29_Ders çalışma zamanımı verimli kullanırım.	60,94	108,59	0,32	0,79
30_Üniversitede mümkün olduğu kadar çok şey öğrenmek isterim.	59,73	113,64	0,39	0,80
31_Ders çalışmaktan keyif alırım.	60,92	108,27	0,36	0,79
32_Sınavlar, sunumlar, projeler vb. değerlendirmelerde her zaman elimden gelenin en iyisini yapmaya çalışırım.	60,05	110,48	0,34	0,79
33_Programımdaki her derse girerim.	60,35	107,43	0,40	0,79
34_Hocalar ile alanım üzerine tartışırız.	60,88	109,51	0,36	0,80

Tablo 2’de ölçekten 14 madde (4,5,6,7,14,18,19,23,24,25,26,27,28 ve 35. maddeler) çıkarımı yapıldıktan sonra ölçeğin maddesel anlamda son hali verilmiştir. 21 maddeye ait geçerlilik ve 21 maddelik ölçeğe ait güvenirlik analiz sonuçları aşağıda verilmiştir. Anket formunda öğrencinin tüketici yönelim ve öğrenen kimlik düzeyini belirleme ölçeğine ait toplam 21 soru bulunmaktadır. Faktör analizinin ön şartları olan, değişkenler arasında belli oranda korelasyon bulunmasıdır. Tablo 3’de p değerinin 0.000 ve KMO değerinin 0.770 olduğundan, faktör analizine uygun olduğu söylenebilir (Büyüköztürk, 2006). Faktör analizi ve güvenirlik analizine ilişkin sonuçlar tablo 3’de verilmiştir.

Tablo 3: Öğrenci Tüketici Yönelim ve Öğrenen Kimlik Düzeyini Belirleme Madde-Toplam Puan Korelasyonu Değerleri

Maddeler	r	P
Madde 1	0,582	0,000**
Madde 2	0,463	0,000**
Madde 3	0,520	0,000**
Madde 8	0,488	0,000**
Madde 9	0,500	0,000**
Madde 10	0,607	0,000**
Madde 11	0,484	0,000**
Madde 12	0,430	0,000**
Madde 13	0,483	0,000**
Madde 15	0,501	0,000**
Madde 16	0,494	0,000**
Madde 17	0,432	0,000**
Madde 20	0,470	0,000**
Madde 21	0,493	0,000**
Madde 22	0,411	0,000**
Madde 29	0,469	0,000**

Madde 30	0,453	0,000**
Madde 31	0,454	0,000**
Madde 32	0,417	0,000**
Madde 33	0,489	0,000**
Madde 34	0,486	0,000**

****p<0.01**

Öğrenci tüketici yönelim ve öğrenen kimlik düzeyini madde-toplam korelasyonu değerleri incelendiğinde (Tablo 3) ölçekte kalan 21 maddenin madde-toplam puan korelasyonunun $p<0,01$ önem düzeyinde anlamlı bulunduğu ve maddelerin toplam korelasyon değerlerinin ,411 ile ,607 arasında değiştiği belirlenmiştir. Bu bulgular ölçekte kalan maddelerin sorunlu olmadığını göstermektedir.

Tablo 4: Öğrenci Tüketici Yönelim Ve Öğrenen Kimlik Düzeyini Belirleme Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	Maddeler	Faktör Ağırlıkları	Faktör Açıklayıcıları	Faktör Güvenirlikleri
FAKTÖR 1	1.Üniversite eğitiminin asıl amacı, para kazanmak için sahip olduğum yetenekleri en üst düzeye çıkarmaktır.	0,626	22,410	0,855
	2.Sadece gelecek kariyerimde bana yardım edecek derslerde bir şeyler öğrenmek isterim.	0,523		
	3.Kendimi her şeyden önce üniversitemin müşterisi olarak görürüm.	0,703		
	8.Mezun olduktan sonra iyi bir işe giremezsem, okul yapmış olduğum ödemelerin bir kısmını geri ödemelidir.	0,642		
	9.Üniversite eğitiminin satın aldığım bir ürün olduğunu düşünüyorum.	0,705		
	10.Üniversiteye para ödemiş olduğum için, üniversite bana diploma vermelidir.	0,759		
	11.Üniversiteye gelmeden önce iyi ücret ödeyen bir işe sahip olsaydım, burada olmazdım.	0,652		
	12.Eğer mezun olduktan sonra çok fazla para kazanamazsam, üniversitede zamanımı boşa harcamış olduğumu düşünürüm.	0,677		
	13.Hocalarımın işinin bir parçası da beni derslerimden geçirmektir.	0,674		
	15.Eleştirel düşünme becerilerimi geliştirmek, yalnızca kariyerimde yardımcı oluyorsa önemlidir.	0,615		

FAKTÖR 2	16.Bir şeyi öğrenmek için çok çalıştığımda kendimi daha fazla tatmin olmuş hissedirim.	0,592		
	17.Derslere hazırlık yaparım.	0,612		
	20.Süreç sonunda bir derece elde edemeseydim bile çok çalışmayı seçerdim.	0,533		
	21.Üniversitede bilgimi artırmak için bulunmaktayım.	0,624		
	22.Yeni bir konu üzerinde çalışırken, tüm fikirlerin aklımda nasıl bir bütün oluşturduğunu görmeye çalışırım.	0,666		
	29.Ders çalışma zamanımı verimli kullanırım.	0,666	21,394	0,848
	30.Üniversitede mümkün olduğu kadar çok şey öğrenmek isterim.	0,698		
	31.Ders çalışmaktan keyif alırım.	0,720		
	32.Sınavlar, sunumlar, projeler vb. değerlendirmelerde her zaman elimden gelenin en iyisini yapmaya çalışırım.	0,739		
	33.Programımdaki her derse girerim.	0,561		
	34.Hocalar ile alanım üzerine tartışırız.	0,622		
Toplam			43,804	0,800
Kaiser-Meyer-Olkin Ölçek Geçerliliği			0,770	
Bartlett Küresellik Testi Ki kare:			1014,151	
sd:			210	

Öğrenci tüketici yönelim ve öğrenen kimlik düzeyini belirleme ölçeğinin faktör yapısını belirlemek için 2 faktörlü sonuç en iyi sonucu vermiş ve faktör yüklerin belirlenmesi için varimax döndürme yöntemi kullanılmıştır. Faktör analizi sonucunda, 21 maddelik öğrencilerin tüketici yönelimi ölçeği 2 faktör altında toplanmış ve bu 2 faktör toplam varyansın %43,804'ünü açıkladığı belirlenmiştir. Faktör yüklerine göre maddelerin toplandıkları faktörlerdeki yüklerin birbirine uzaklığının en az %10 olması gerektiğinden bu kurala uymayan madde yapısının olmadığı belirlenmiştir (Çokluk, Şekercioğlu & Büyüköztürk, 2010). Faktörlerin içsel tutarlılıklarının hesaplanmasında, Cronbach Alpha değeri kullanılmıştır. Cronbach alpha değerinin 0.80'in üzerinde olması güvenilirliğinin yüksek olduğu anlamına gelmektedir (Çokluk, Şekercioğlu & Büyüköztürk, 2010). 10 maddeden oluşan faktör 1'in içsel tutarlılık düzeyinin yüksek olduğu (0,855) olduğu, 11 maddeden oluşan faktör 2'nin içsel tutarlılık düzeyinin yüksek olduğu (0,848) belirlenmiştir.

Faktörlere ait maddeler incelendiğinde;

Faktör 1:

1. faktör altında 10 madde toplanmış ve bu ifadeler ile yük değerleri ve diğer istatistiksel değerler Tablo 5'de gösterilmiştir.

Tablo 5: Öğrenci Tüketici Yönelim Düzeyi

FAKTÖR 1: Tüketici Yönelim Düzeyi	Faktör Yüğü
1.Üniversite eğitiminin asıl amacı, para kazanmak için sahip olduğum yetenekleri en üst düzeye çıkarmaktır.	0,626
2.Sadece gelecek kariyerimde bana yardım edecek derslerde bir şeyler öğrenmek isterim.	0,523
3.Kendimi her şeyden önce üniversitemin müşterisi olarak görürüm.	0,703
8.Mezun olduktan sonra iyi bir işe giremezsem, okul yapmış olduğum ödemelerin bir kısmını geri ödemelidir.	0,642
9.Üniversite eğitiminin satın aldığım bir ürün olduğunu düşünüyorum.	0,705
10.Üniversiteye para ödemiş olduğum için, üniversite bana diploma vermelidir.	0,759
11.Üniversiteye gelmeden önce iyi ücret ödeyen bir işe sahip olsaydım, burada olmazdım.	0,652
12.Eğer mezun olduktan sonra çok fazla para kazanamazsam, üniversitede zamanımı boşa harcamış olduğumu düşünürüm.	0,677
13.Hocalarımın işinin bir parçası da beni derslerimden geçirmektir.	0,674
15.Eleştirel düşünme becerilerimi geliştirmek, yalnızca kariyerimde yardımcı oluyorsa önemlidir.	0,615

Faktör 1'e ait faktör yükleri 0,523-0,759 arasında olduğu belirlenmiştir. Maddeler incelendiğinde faktöre “**ÖĞRENCİ TÜKETİCİ YÖNELİM DÜZEYİ**” olarak adlandırılmıştır.

Faktör 2:

2. faktör altında 11 madde toplanmış ve bu ifadeler ile yük değerleri ve diğer istatistiksel değerler Tablo 6'da gösterilmiştir.

Tablo 6: Öğrenci Öğrenen Kimlik Düzeyi

FAKTÖR 2: Öğrenen Kimlik Düzeyi	Faktör Yüğü
16.Bir şeyi öğrenmek için çok çalıştığımda kendimi daha fazla tatmin olmuş hissedirim.	0,592
17.Derslere hazırlık yaparım.	0,612
20.Süreç sonunda bir derece elde edemeseydim bile çok çalışmayı seçerdim.	0,533
21.Üniversitede bilgimi artırmak için bulunmaktayım.	0,624

22.Yeni bir konu üzerinde çalışırken, tüm fikirlerin aklımda nasıl bir bütün oluşturduğunu görmeye çalışırım.	0,666
29.Ders çalışma zamanımı verimli kullanırım.	0,666
30.Üniversitede mümkün olduğu kadar çok şey öğrenmek isterim.	0,698
31.Ders çalışmaktan keyif alırım.	0,720
32.Sınavlar, sunumlar, projeler vb. değerlendirmelerde her zaman elimden gelenin en iyisini yapmaya çalışırım.	0,739
33.Programımdaki her derse girerim.	0,561
34.Hocalar ile alanım üzerine tartışırız.	0,622

Faktör 2'e ait faktör yükleri 0,523-0,759 arasında olduğu belirlenmiştir. Maddeler incelendiğinde faktöre “**ÖĞRENCİ ÖĞRENEN KİMLİK DÜZEYİ**” olarak adlandırılmıştır.

Tablo 7: Test-Tekrar Test Analizi Sonucu

Test	r	Test	Tekrar Test
		1	,881**
	p		,000
	r	,881**	1
Tekrar Test	p	,000	

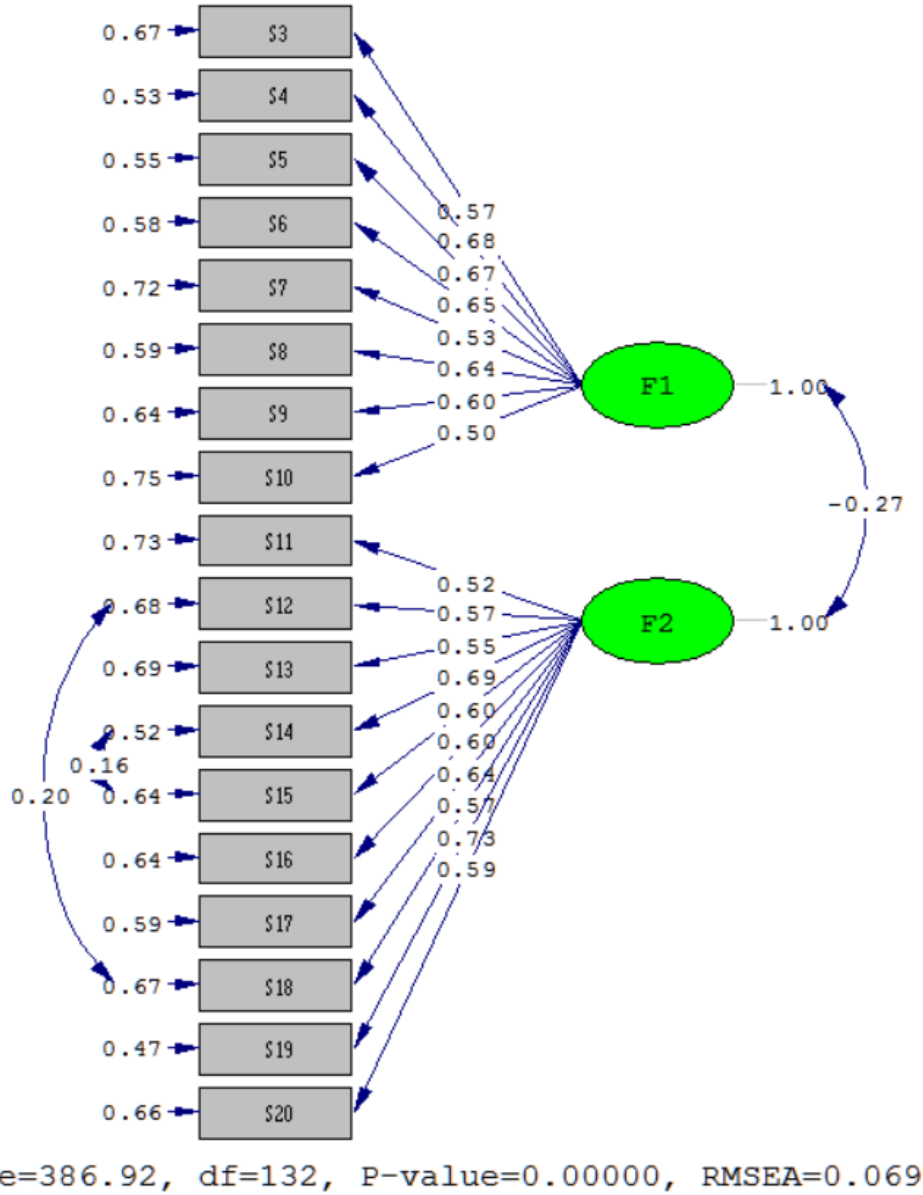
Ölçeğin zamana bağlı olarak kararlılığını istatistiksel olarak test etmek için test-tekrar test yöntemi kullanılmıştır. Test-tekrar test güvenilirliği ile ölçme aracının belirli bir zaman aralığındaki kararlılığı test edilmektedir. Ölçeğin test-tekrar test güvenilirlik katsayısını belirleyebilmek için ölçek 123 katılımcıya 1 ay ara ile uygulanmıştır.

Ölçeğin zamana bağlı olarak kararlılığını istatistiksel olarak test etmek için test-tekrar test yöntemi sonucunda her iki uygulama arasında yüksek düzeyde, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. ($r=0.881$, $p=.000$ $p<0,001$).

Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)

Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) sayısı ve yorumu önceden verilmiş olan faktör yapısının düzenlendiği genel bir modelleme yaklaşımıdır (Raykov ve Marcoulides, 2000). DFA tekniğinde hem faktörlerin göstergeleri hem de sayılarının verilerek ön bir ölçme modelini analiz etmektedir (Kline, 2011). Öğrenci tüketici

yönelim ve öğrenen kimlik düzeyine ait doğrulayıcı faktör analizi sonuçları şekil 1 ve tablo 8’de verilmiştir.



Şekil 1. Öğrenci tüketici yönelim ve öğrenen kimlik düzeyi ölçeğine ilişkin DFA analizi sonuçları

Yapılan DFA sonucuna göre standardize edilen faktör yükleri 0,50’nin altında olan (Büyüköztürk, 2007) S1= “ Üniversite eğitimimin asıl amacı, para kazanmak için sahip olduğum yetenekleri en üst düzeye çıkarmaktır.”, S2=” Sadece gelecek

kariyerimde bana yardım edecek derslerde bir şeyler öğrenmek isterim.” ve S21=” Hocalar ile alanım üzerine tartışırız.” soruları DFA analizi kapsamı dışında tutulmuştur.

Tablo 8: Öğrenci Tüketici Yönelim Ve Öğrenen Kimlik Düzeyi Ölçüm Modelleri

Sonucu

Faktör/Madde	Standartlaştırılmış Yükler	t-değeri	R ²
Tüketici Yönelim Düzeyi			
S3	0,57	11,54	0,33
S4	0,68	14,36	0,47
S5	0,67	13,98	0,45
S6	0,65	13,48	0,42
S7	0,53	10,44	0,28
S8	0,64	13,20	0,41
S9	0,60	12,11	0,36
S10	0,50	9,89	0,25
Öğrenen Kimlik Düzeyi			
S11	0,52	10,37	0,27
S12	0,57	11,50	0,32
S13	0,55	11,17	0,31
S14	0,69	14,64	0,48
S15	0,60	12,27	0,36
S16	0,60	12,20	0,34
S17	0,64	13,36	0,41
S18	0,57	11,63	0,33
S19	0,73	15,80	0,53
S20	0,59	11,96	0,34

Öğrenci tüketici yönelim ve öğrenen kimlik düzeyi ölçeğine ait DFA analizi yapılırken ölçeğin alt boyutları F= Tüketici yönetim düzeyi ve F2= Öğrenen kimlik düzeyi olarak isimlendirilmiştir. Standart yük değerleri 0.50'nin altında olan S1, S2 ve S21 soruları çıkartılmıştır (Büyüköztürk, 2007). Öğrenen kimlik düzeyi faktöründe S15'den S14'e ve S18'den S12'ye modifikasyon yapılmıştır.

Öğrenci tüketici yönelim ve öğrenen kimlik düzeyi ölçeği alt boyutlarından tüketici yönelim düzeyi (F1) üzerinde 0,68'lik katsayı ile S4" Mezun olduktan sonra iyi bir işe giremezsem, okul yapmış olduğum ödemelerin bir kısmını geri ödemelidir." değişkeni en etkili değişken olarak belirlenirken, öğrenen kimlik düzeyi (F2) boyutu

üzerinde 0,69'luk katsayı ile S14 " Üniversitede bilgimi artırmak için bulunmaktayım. " değişkeni en etkili değişken olarak belirlenirlermiştir.

Bunların dışında, tüketici yönelim düzeyi ile öğrenen kimlik düzeyi arasında negatif yönde 0,27'lik bir ilişkinin anlamlı olduğu belirlenmiştir ($p<0,05$). Çalışmanın uygulama kısmında kurulan DFA'lara ait uyum kriterlerinin yer aldığı Tablo 9 incelendiğinde Öğrenci tüketici yönelim ve öğrenen kimlik düzeyi ölçeğine ilişkin DFA analizi için uyum kriterlerin geneli için kabul edilebilir uyum sınırlar arasında yer aldığını söylemek mümkündür. (Tablo 9)

Tablo 9. Kurulan Öğrenci Tüketici Yönelim ve Öğrenen Kimlik Düzeyine Ait DFA modeli için uyum kriterlerine ait değerler.

Uyum Kriterleri	Mükemmel Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Geliştirilen Ölçeğe Ait Değerler
χ^2/sd	≤ 3	≤ 5	2,931
RMSEA	$0 < RMSEA < 0.05$	$0.05 \leq RMSEA \leq 0.10$	0,069
SRMR	$0 \leq SRMR < 0.05$	$0.05 \leq SRMR \leq 0.10$	0,059
NFI	$0.95 \leq NFI \leq 1$	$0.90 \leq NFI \leq 0.95$	0,920
NNFI	$0.95 \leq NNFI \leq 1$	$0.90 \leq NNFI \leq 0.95$	0,940
CFI	$0.95 \leq CFI \leq 1$	$0.90 \leq CFI \leq 0.95$	0,950
GFI	$0.95 \leq GFI \leq 1$	$0.90 \leq GFI \leq 0.95$	0,900
AGFI	$0.90 \leq AGFI \leq 1$	$0.85 \leq AGFI \leq 0.90$	0,870
IFI	$0.95 \leq IFI \leq 1$	$0.90 \leq IFI \leq 0.95$	0,950
RFI	$0.95 \leq RFI \leq 1$	$0.90 \leq RFI \leq 0.95$	0,910

(Kaynak: Schermelleh-Engel and Moosbrugger, 2003). (RMSEA: Root Mean Square Error of Approximation, SRMR: Standardized Root Mean Square Residual, GFI: Goodness of Fit Index, AGFI: Adjusted Goodness of Fit Index)

Tablo 9 incelendiğinde, geliştirilen ölçeğe ait RMSEA değerinin kabul edilebilir uyum indeksi arasında olduğu (RMSEA= 0,069, $0.05 \leq RMSEA \leq 0.10$), SRMR değerinin kabul edilebilir uyum indeksi arasında olduğu (SRMR=0,059, $0.05 \leq SRMR \leq 0.10$), NFI değerinin kabul edilebilir uyum içerisinde olduğu (NFI=0,920,

0,90 $\leq$ NFI $\leq$ 0,95), NNFI değerinin kabul edilebilir uyum içerisinde olduğu (NNFI=0,940, 0,90 $\leq$ NNFI $\leq$ 0,95), CFI değerinin mükemmel uyum içerisinde olduğu (CFI=0,950, 0,95 $\leq$ CFI $\leq$ 1,00), GFI değerinin kabul edilebilir uyum indeksi içerisinde olduğu (GFI=0,900, 0,90 $\leq$ GFI $\leq$ 0,95), AGFI değerinin kabul edilebilir uyum indeksi içerisinde olduğu (AGFI= 0,870, 0,85 $\leq$ AGFI $\leq$ 0,90), IFI değerinin mükemmel uyum içerisinde olduğu (IFI=0,950, 0,90 $\leq$ IFI $\leq$ 0,95), RFI değerinin kabul edilebilir uyum indeksi içerisinde olduğu (RFI=0,910, 0,90 $\leq$ RFI $\leq$ 0,95) belirlenmiştir. Yapılan DFA analizi sonucunda, maddelerin ilgili faktörleri %95 güven seviyesinde doğruladığı ($p < 0.05$ $p = 0,000$) ve uyum indekslerin kabul edilebilir uyum değerleri arasında olduğu ($X^2/df = 2,931 < 3$) belirlenmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışma ile Türkçeye uyarlanan öğrenci tüketici yönelim ve öğrenen kimlik düzeyini belirleme ölçeğinin psikometrik özelliklerine ilişkin önemli sonuçlar elde edilmiştir. Ölçeğin psikometik özelliklerinin belirlenmesi Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) ve Doğrulamalı Faktör Analizi (DAF) ile test edilmiştir. Araştırmaya, AFA için 123 ve DFA için 403 vakıf üniversitesi öğrencisi katılmıştır. Ölçeğin orijinalindeki tek faktörlü yapı ve 35 tane olan madde sayısı, uyarlanan yeni ölçekte iki faktör ve 18 madde olarak düzenlenmiştir. Ölçeğin yeni yapısındaki faktör yüklerinin büyüklüğü (Barnes, Cote, Cudeck ve Malthouse, 2001), açıklanan toplam varyans (Vieira, 2011; Scherer, Wiebe, Luther ve Adams, 1988), iç tutarlılık katsayısı (Kline, 2011), alt ölçekler arasındaki korelasyon (Brown, 2006) ile hata ve uyum iyiliği indeksleri (Cote, Netemeyer ve Bentler, 2001; Vieira, 2011; Hooper, Coughlan ve Mullen, 2008) kabul edilebilir ölçütlerdedir. Ölçeğin psikometrik özelliklerinin kabul edilebilir ölçütlerde olması, konuya ilişkin yapılacak olan araştırmalarda geçerli ve güvenilir bir ölçme yapabileceğini göstermektedir. Ölçme aracı olarak kullanıldığı araştırmalar sonucu,

- Vakıf üniversitesi öğrencilerinin tüketici yönelim ve öğrenen kimlik düzeylerinin belirleme,
- Vakıf üniversitesi öğrencilerinin tüketici yönelim ve öğrenen kimlik düzeyi hakkında yükseköğretim planlayıcıları, program koordinatörleri, program yürütücüleri, öğretim üyeleri ve öğrencilerde bir farkındalık yaratma,

- Araştırma sonucunda elde edilecek bulgular üniversitelerin rollerinin ve işlevlerinin yeniden belirleme,
- Araştırma sonucu yükseköğretim kurumlarının hizmetlerini düzenlerken öğrenci tüketici yönelimlerini mi yoksa eğitim-öğretim ve bilimi mi esas alacağı konusunun değerlendirilmesi sürecine yardımcı olma,
- Araştırma yükseköğretim politikası geliştiren karar vericilere, program yöneticilerine kendilerini değerlendirmelerini sağlama,
- Araştırma vakıf üniversitesi ve politikacılara sağlıklı politikalar üretmesi anlamında yol gösterici olabilecek veriler sunma,
- Araştırma sonuçlarının vakıf üniversiteleri ya da bu üniversitelerde bölümlerin açılması sürecinde veri olarak kullanılabilme,
- Araştırmadan elde edilecek verilerin Yükseköğretim Planlama Kurulu'na da öğrenci kabulü ve öğrenim sürecinin yürütülmesi konusunda yardımcı olma,
- Veriler sonucu yapılan düzenlemelerle vakıf üniversitelerinde ortaya çıkan tüketici yönelimli öğrencilerin ve değişen öğrenen kimliğinin pedagojik anlamda olumsuz sonuçlar doğuracak bakış açıları ve davranışlarına ve bu öğrencilere karşı vakıf üniversitelerinde gerçekleşen eğitim sürecini olumsuz etkileyen uygulamalara karşı yapılacak düzenlemeler ve değişikliklerle vakıf üniversitelerinde kalitenin artırılmasını sağlama ve böylece piyasaya nitelikli mezunlar katma ve Türkiye Cumhuriyeti'nin ihtiyaç duyduğu nitelikli insan gücünün geliştirme anlamında katkı sağlayacağına inanılmaktadır.
- Dolayısıyla araştırma sonuçları ülkemiz insan kaynaklarının niteliklerinin geliştirilmesi yoluyla uzun vadede ülkemiz kalkınma hedeflerine katkı sağlama anlamında önem arz etmektedir.

Kaynakça

Bunce, L., Baird, A., & Jones, S.,E. (2016). The student-as-consumer approach in higher education and its effects on academic performance. *Studies in Higher Education*, doi: 10.1080/03075079.2015.1127908

- Bailey, K. D. (1994). *Methods of social research*, fourth edition, A Division of Macmillan, Inc. New York, N.Y.
- Barnes, J., Cote, J., Cudeck, R., & Malthouse, E. (2001). Factor analysis—checking assumptions of normality before conducting factor analysis. *J. Consum. Psychol.* 10(1,2), 79-81.
- Bartlett, M. S. (1954). A note on the multiplying factors for various chi square approximations. *Journal of Royal Statistic Society* 16 (Series B), 296-298.
- Bora Semiz, B., Altunışık, R. (2016). Pazarlama araştırmalarında likert tipi ölçeklerin özelliklerinin cevaplama tarzları üzerindeki etkilerinin incelenmesi. *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 7 (14).
- Brown, T.A. (2006). *Confirmatory factor analysis for applied research*. The Guildford Press, New York.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Büyüköztürk, Ş. (2006). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı. istatistik, araştırma deseni spss uygulamaları ve yorum (6. baskı)*. Ankara: Pegem A yayıncılık.
- Büyüköztürk, Ş. (2007). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı, 8.baskı*, Pegem Yayıncılık, Ankara.
- Büyüköslü, A.R. (2010). *Akademik kapitalizm ve küresel üniversitelerin yükselişi*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Comrey, A. L., Lee, H. B. (1992). *A first course in factor analysis*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Cote, J., R. Netemeyer, R., & Bentler, P. (2001). Structural equation modelling—improving model fit by correlating errors. *J. Consum. Psychol.* 10(1, 2), 87–88.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., & Büyüköztürk, Ş. (2010). *sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: spss ve lisrel uygulamaları*. Ankara: Pegem A.
- Finney, T. G., Finney, R. Z. (2010). Are students their universities' customers? An exploratory study. *Education + Training*, 52(4), 276–291.
- George, D. (2007). Market overreach: The student as customer. *The Journal of Socio-Economics*, 36, 965–977.
- Gorsuch, R. L. (1983). *Factor analysis (2nd ed.)*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Guilford, J. P. (1954). *Psychometric methods (2nd ed.)*. New York: McGraw-Hill.

- Harvey, D. (2005). *A brief history of neoliberalism*. New York: Oxford University Press.
- Hopoğlu, S. (2012). Vakıf üniversiteleri ve TRB1 bölgesinde vakıf üniversitelerinin kurulabilirliği. *Malatya: Fırat Kalkınma Ajansı*.
http://fka.gov.tr/sharepoint/userfiles/Icerik_Dosya_Ekleri/FKA_ARASTIRMA_RAPO RLARI/VAKIF%20%C3%9CN%C4%B0VERS%C4%B0TELER%C4%B0.pdf
adresinden 22 Nisan 2018 tarihinde edinilmiştir.
- Hooper, D., Coughlan, J., & Mullen, M. R.(2008). Structural equation modelling: guidelines for determining model fit. *Electronic Journal of Business Research Methods*. 6 (1), 53-60.
- Hutcheson, G. and Sofroniou, N. (1999). *The multivariate social scientist: introductory statistics using generalized linear models*. Sage Publication, Thousand Oaks, CA. <https://doi.org/10.4135/9780857028075>
- Jörreskog, K.G., Sörbom, D. (1993). *Structural equation modelling with the simplis command language*. Scientific Software International Inc., Lincolnwood, IL 60712-1704,USA.
- Jörreskog, K.G., Sörbom, D.(1996). *Lisrel 8: user's reference guide*. Scientific Software International Inc., Chicago.
- Jörreskog, K.G., Sörbom, D. (2001). *Lisrel 8 user's reference guide* (Lincolnwood, IL, Scientific Software International).
- Kline, P. (1979). *Psychometrics and psychology*. London: Academic Press.
- Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling, third edition*. The Guilford Press, New York, NY 10012.
- Lemke, T. (2001). ‘The birth of bio-politics’: Michel Foucault’s lecture at the College de France on neo-liberal governmentality. *Economy and Society*, 30(2), 190–207.
- Looman, W.S., Farrag, S. (2009). Psychometric properties and cross-cultural equivalence of the Arabic Social Capital Scale: instrument development study. *International Journal of Nursing Studies*. 46 (2009) 45-54.
- Molesworth, M., Nixon, E., & Scullion, R. (2009). “Having, being and higher education: the marketisation of the university and the transformation of the student into consumer.” *Teaching in Higher Education*, 14 (3): 277–87.
- Newson, J. A. (2004). Disrupting the ‘student as consumer’ model: The new emancipatory project. *International Relations*, 18, 227–239.

- Peck, J. (2010). *Constructions of neoliberal reason*. New York: Oxford University Press.
- Raykov, T., Marcoulides, G. A. (2000). *A first course in structural equation modeling*, Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Saunders, D. B. (2015). They do not buy it: exploring the extent to which entering first-year students view themselves as customers. *Journal of Marketing for Higher Education*, 25:1, 5-28, DOI: 10.1080/08841241.2014.969798
- Scherer, R. F., Wiebe F. A., Luther, D. C., & Adams J. S. (1988). Dimensionality of coping: factor stability using the ways of coping questionnaire. *Psychological Reports*. 62, 763-770.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, & Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research Online*. 8 (2), 23-74.
- Sharrock, G. (2000). Why students are not (just) customers (and other reflections on Life after George). *Journal of Higher Education Policy and Management*, 22(2), 149–164.
- Slaughter, S., Rhoades, G. (2004). *Academic capitalism and the new economy: Markets, state and higher education*. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.
- Sperber, A. D. (2004). Translation and validation of study instruments for cross-cultural research. *Gastroenterology*. 126:124-128, American Gastroenterological Association.
- Titus, J. J. (2008). Student ratings in a consumerist academy: Leveraging pedagogical control and authority. *Sociological Perspectives*, 51(2), 397–422.
- Tomlinson, M. (2014). Exploring the impacts of policy changes on student approaches and attitudes to learning in contemporary higher education: implications for student learning engagement. *Higher Education Academy*. Online at: http://www.heacademy.ac.uk/resources/detail/Research/policy_change_student_attitudes
- Tomlinson, M. (2017). Student perceptions of themselves as ‘consumers’ of higher education. *British Journal of Sociology of Education*, 38:4, 450-467, doi:10.1080/01425692.2015.1113856
- Vieira, A. L. (2011). *Interactive lisrel in practice: getting started with a simplified approach*. Springer Heidelberg Dordrecht London New York.
- Wellen, R. (2005). The university student in a reflexive society: Consequences of consumerism and competition. *Higher Education Perspectives*, 2(1), 24–36.

Wellense, N., De Beer, P. (2012). “three worlds of educational welfare states? a comparative study of he system across welfare states.” *Journal of European Social Policy*, 22 (2): 105–117.

Williams, J. (2012). *Consuming higher education: why learning can't be bought*. London: Bloomsbury.