



Bilinçli tüketicilik düzeyi ölçeği çalışması

Halil İbrahim Sağlam¹

Özet

Araştırmanın amacı, ilköğretim öğrencilerinin bilinçli tüketicilik düzeylerini ölçmek için geçerli ve güvenilir bir ölçek geliştirmektir. Araştırmanın örneklemini 2009-2010 eğitim öğretim yılında Sakarya ilinde yer alan bir devlet okulunun 4. sınıfında öğrenim gören 113 öğrenci oluşturmaktadır. Ölçeğin geçerlik çalışmalarında görünüş ve kapsam geçerliği için uzman görüşüne başvurulmuştur. Yapı geçerliği için açımlayıcı faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi yapabilmek için öncelikle KMO ve Bartlett testi değerlerine bakılmıştır. KMO değeri .73 ve Bartlett Sphericity testi ($\chi^2=480.64$, $p=.000$) anlamlı farklılık gösterdiği için ölçeğin faktör analizinin yapılmasının uygun olduğuna karar verilmiştir. Açımlayıcı faktör analizinde 11., 12., 13., 22. ve 23. maddeler yapıyı bozduğu için ölçekten çıkarılmış, 19 maddelik ölçeğe tekrar faktör analizi uygulanmıştır. Açımlayıcı faktör analizi sonucunda ölçeğin üç faktörlü olduğu ve toplam 19 maddeden oluştuğu görülmüştür. 19 maddeden oluşan ölçeğinin tamamı ele alındığında toplam varyansın %40.5'ini açıkladığı ve iç tutarlılık katsayısının .77 olduğu bulunmuştur. Bulunan bu değerlerin ölçeğin geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Bilinçli Tüketicilik, İlköğretim, Sosyal Bilgiler, Bilinçli Tüketicilik Düzeyi Ölçeği.

¹Yrd. Doç. Dr., Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Öğretim Üyesi, Sakarya hsaglam@sakarya.edu.tr

A study of a Scale for the Level of Conscious Consumerism

Halil İbrahim Sağlam²

Abstract

The purpose of this study is to develop a valid and reliable scale for measuring the levels of conscious consumerism of primary school students. The sample of the study is comprised of 113 4th grade students during the Educational Year 2009/2010 from a state school located in Sakarya, Turkey. For validity purposes, learned opinion was received for face validity and content validity. An exploratory factor analysis was conducted for construct validity. At first, values from the KMO and Barlett tests were taken into account in order to carry out a factor analysis. Since KMO test suggested a variance of .73 and Barlett Sphericity test a meaningful variation ($\chi^2=480.64$, $p=.000$), it was decided that it would be appropriate to conduct a factor analysis for the scale. During the exploratory factor analysis, the items 11, 12, 13, 22 and 23 were excluded from the scale since they distorted the construct. Afterward, a second factor analysis was conducted on the 19-item scale. The exploratory factor analysis concluded that the scale had a three-factor construct and was comprised of a total of 19 items. An overall look at the 19-item scale indicated that it accounted for 40.5 percent of the total variance and inner consistency coefficient was .77. All these values suggest that the scale is a valid and reliable one.

Keywords: Conscious Consumerism, Primary School, Social Studies, a Scale for the Level of Conscious Consumerism.

²Assiss. Prof., Sakarya University Faculty of Education Lecturer, hsaglam@sakarya.edu.tr

1.Giriş

Günümüzde tüketicilerin karar vermesi düne göre daha zor ve daha önemlidir. Tüketiciler; reklamların, haberlerin, tanıtım broşürleriyle dolu maillerin, karışık mesajların etkisine maruz kalmaktadır. Buna ilaveten ürünlerin sayılarının ve çeşitlerinin artması, alışveriş mağazalarının çoğalması tüketicilerin seçimini, karar verme süreçlerini karmaşık hale getirmekte, tüketiciyi seçim yapmakta zorlamaktadır (Hafstrom, Chae ve Chung, 1992). Bu noktada, ilköğretim öğrencilerinin alış verişte bir ürünle ilgili nasıl karar verdiklerinin bilinmesi büyük önem taşımaktadır. Alış veriş öncesinde, sırasında ve sonrasında nelere dikkat ettikleri öğrenilerek geleceğe hazırlanmalarında onlara yol gösterecek etkinliklerden yararlanılmalıdır. Burada, çocukları hayata hazırlama konusunda ilköğretimin rolü ortaya çıkmaktadır.

İlköğretim çocuğun yaşamında alacağı görevler için hazırlanmasında temel oluşturan bir eğitim basamağıdır. İlköğretimde kazandırılan bilgi ve beceriler, bir yandan bireyin yaşama atıldığı zaman kendisi ve toplumu için daha üretken ve verimli olmasını sağlarken diğer yandan ileri eğitim basamaklarındaki öğrenmelerinin temelini oluşturmaktadır (Fidan ve Erden, 1998). İlköğretim bireyleri yetişkin olduklarında alacakları toplumsal, kültürel ve ekonomik görevleri için hazırlayan, bu görevler için en temel bilgi ve becerileri sağlayan bir eğitim basamağıdır (Yaşar, Sözer ve Gültekin, 2000). İlköğretim, öğrencileri hayata ve üst öğrenime hazırlarken (Özmen, 1995), aynı zamanda bilinçli üreticiler ve bilinçli tüketiciler yetiştirmeyi amaçlamaktadır. Nitekim, İlköğretim 4. Sınıf Sosyal Bilgiler Öğretim Programı'nda yer alan "Üretimden Tüketime" adlı ünitenin kazanımlarından bazıları; "İstek ve ihtiyaçlarını ayırt eder", "İhtiyaçlarından hareket ederek insanların temel ihtiyaçları hakkında çıkarımlarda bulunur", "Mevcut kaynaklarla ihtiyaçlarını ilişkilendirir", "Satın alacağı ürünleri belirlenen standartlara göre değerlendirir", "Bilinçli bir tüketici olarak haklarını kullanır" biçimindedir (MEB, 2005). Bu kazanımlar ilköğretimde öğrencilerin bilinçli tüketiciler olarak yetiştirilmek istendiğini açıkça göstermektedir.

Bilinçli tüketici olmanın önemli olduğu bilinmesine ve İlköğretim Sosyal Bilgiler Programı aracılığıyla bilinçli tüketiciler yetiştirilmek istenmesine rağmen literatürde ilköğretim öğrencilerinin "Bilinçli Tüketici Düzeyi"ni belirleyebilecek bir ölçeğe ulaşamamıştır. Önemi her geçen gün daha da artan "Bilinçli Tüketici Düzeyi"ni ölçebilecek geçerli ve güvenilir bir ölçek geliştirmek bu araştırmanın amacıdır.

2.Yöntem

Araştırma, bir ölçek geliştirme çalışmasıdır. Bu bölümde ölçeğin çalışma grubu ve ölçek geliştirme çalışmalarına yer verilmiştir.

2.1.Çalışma Grubu

Bu araştırma ile, ilköğretim öğrencileri için Bilinçli Tüketecilik Düzeyi Ölçeği (BTDÖ) geliştirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla, 2009-2010 eğitim öğretim yılının ikinci yarısında Sakarya ilinde yer alan bir ilköğretim okulunun dördüncü sınıfında öğrenim gören 113 öğrenci çalışma grubuna dahil edilmiştir. Bu çalışma grubundan elde edilen veriler üzerinde istatistiksel işlemler gerçekleştirilerek ölçek geliştirilmiştir.

2.2.Bilinçli Tüketecilik Düzeyi Ölçeği (BTDÖ)

“Bilinçli Tüketecilik Düzeyi Ölçeği” geliştirilirken öncelikle araştırmacı tarafından program ve literatür incelemesi yapılmış ve öğrencilerle görüşülerek 27 maddelik ölçek oluşturulmuştur. Geçerlik çalışmalarında öncelikli olarak kapsam ve görünüş geçerliği için başvurulacak uzmanlar belirlenmiştir. Ölçek, sosyal bilgiler eğitimi, araştırma yöntemleri, istatistik ve Türk Dili alanı uzmanı akademisyenlere kapsam ve görünüş geçerliği için sunulmuş ve görüşleri alınmıştır. Alınan görüşler ve eleştiriler doğrultusunda ölçek maddelerinde gerekli düzeltme ve çıkarma işlemleri yapılarak toplam 24 maddelik ölçek oluşturulmuş, geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları bu maddeler üzerinden gerçekleştirilmiştir.

Ölçekte yer alan maddelerle ilgili görüşler için 4'lü Likert tipi dereceleme kullanılmıştır. Bu dereceleme, Hiçbir Zaman (1), Ara Sıra (2), Çoğu Zaman (3), Her Zaman (4) olacak şekilde puanlandırılmıştır. 12., 22., 23., 24. ve 25. maddeler bilinçli tüketecilikle ilgili olumsuz olarak değerlendirildiği için bu maddelere verilen puanlar tersine çevrilmiştir. Bu maddelere ilişkin öğrencilerin görüşleri için Hiçbir zaman (4), Ara Sıra (3), Çoğu Zaman (2), Her Zaman (1) olacak şekilde puanlandırılmıştır.

Yapı geçerliği ve güvenilirlik çalışmaları için ölçek çalışma grubuna uygulanmıştır. Bu uygulamadan elde edilen veriler doğrultusunda yapı geçerliği için açılımlı faktör analizi uygulanmıştır. Açılımlı faktör analizinde ölçekte yer alacak maddelerin belirlenmesinde maddelerin yük değerlerinin en az .30, maddelerin tek bir faktörde yer almasına; iki faktörde yer alması halinde ise faktörler arasında en az .10 fark olmasına dikkat edilmiştir (Büyüköztürk, 2009). Bunun yanında yapı geçerliliği esnasında 25 derecelik varimax eksen döndürmesi yapılmıştır. Ölçeğin güvenilirliğine de iç tutarlık katsayısı ile bakılmıştır.

Açımlayıcı faktör analizinde 11., 12., 13., 22. ve 23. maddeler yapıyı bozduğu için ölçekten çıkarılmış, 19 maddelik ölçeğe tekrar faktör analizi uygulanmıştır. Buna göre ölçekte toplam olarak alınabilecek en yüksek puan 76, en düşük puan ise 19'dur.

Faktör analizi yapabilmek için öncelikle KMO ve Bartlett Sphericity testi değerlerine bakılmıştır. KMO değeri .73 ve Bartlett Sphericity testine ($\chi^2=480.64$, $p=.000$) bakılarak elde edilen veriler anlamlı farklılık gösterdiği için ölçeğin faktör analizinin yapılmasının uygun olduğuna karar verilmiştir (Büyüköztürk, 2009). Ölçek “*Tüketici Sorumluluğu Bilinci*”, “*Kalite Bilinci*” ve “*Bütçe-Fiyat Bilinci*” olarak üç alt boyuta ayrılmıştır. Araştırmada açımlayıcı faktör analizi, madde toplam korelasyonları ve iç tutarlılık katsayılarının belirlenmesinde SPSS 15.0 paket program kullanılmıştır.

3.Bulgular

Tablo 1: Bilinçli Tüketici Düzeyi Ölçeğinin Madde Toplam Korelasyonları ve Faktör Yükleri

Faktör İsimleri	Maddeler	Madde Toplam Korelasyonları	Döndürülmüş Faktörler İçin Faktör Yükleri		
			Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3
Tüketici Sorumluluğu Bilinci	Madde 19	.52	.75	-.11	.16
	Madde 6	.52	.67	.14	.08
	Madde 16	.45	.59	.04	-.00
	Madde 2	.59	.58	.13	.16
	Madde 4	.29	.46	.16	-.14
	Madde 1	.47	.45	.23	.07
	Madde 24	.40	.44	-.34	.38
Kalite Bilinci	Madde 5	.49	.32	.16	.23
	Madde 10	.29	-.17	.65	.13
	Madde 8	.51	.25	.64	.08
	Madde 7	.52	.35	.57	.08
	Madde 9	.46	.29	.57	-.07
Bütçe –Fiyat Bilinci	Madde 3	.40	.18	.54	.09
	Madde 18	.37	.07	.03	.65
	Madde 20	.58	.31	.20	.59
	Madde 14	.47	-.00	.30	.56
	Madde 15	.63	.49	.17	.55
	Madde 21	.28	.02	-.24	.51
Madde 17	.26	-.15	.34	.38	
Açıklanan Varyans Toplam: %40.5;		Faktör 1:%16.4; Faktör 2: %12.7; Faktör 3: %11.3			

Bilinçli Tüketici Düzeyi Ölçeğinin madde toplam puanı korelasyon katsayıları ve faktör yükleri Tablo 1’de gösterilmiştir. “Bilinçli Tüketici Düzeyi Ölçeği”nde yapılan analiz sonucunda 3 faktör ortaya çıkmıştır. Faktör yüklerine bakıldığında 1., 2., 4., 5., 6., 16., 19. ve 24. maddelerin 1. faktörde; 3., 7., 8., 9. ve 10. maddelerin 2. faktörde; 14., 15., 17., 18., 20. ve 21. maddelerin 3. faktörde toplandığı görülmektedir. Yapılan analiz sonucunda 1. faktörde toplanan maddelerin, genellikle tüketicilerin sorumluluklarıyla ilgili konuları; 2. faktörde toplanan maddelerin kalite bilinciyle ilgili konuları; 3. faktörde toplanan maddelerin ise bütçe/fiyat bilinciyle ilgili oldukları belirlenmiştir.

Tüketici Sorumluluğu Bilinci olarak adlandırılan faktörde yer alan maddelerin birinci faktörde verdikleri faktör yüklerinin .32 ve üzeri, madde toplam korelasyonlarının da .29 ve üzeri olduğu görülmektedir. Toplam varyansın %16,4’ünü açıklayan bu boyutun iç tutarlılık katsayısı .67’dir. Kalite Bilinci olarak adlandırılan faktörde yer alan maddelerin ikinci faktörde verdikleri yüklerin .54 ve üzeri, madde toplam korelasyonlarının ise .29 ve üzeri olduğu görülmektedir. Toplam varyansın %12,7’sini açıklayan bu boyutun iç tutarlılık katsayısı .65’tir. Bütçe –Fiyat Bilinci olarak adlandırılan faktörde yer alan maddelerin üçüncü faktörde verdikleri faktör yüklerinin de .38 ve üzeri, madde toplam korelasyonlarının da .26 ve üzeri olduğu görülmektedir. Bu faktörün iç tutarlılık katsayısı .58’dir. 19 maddeden oluşan Bilinçli Tüketici Düzeyi Ölçeğinin tamamı ele alındığında toplam varyansın %40,5’ini açıkladığı ve iç tutarlılık katsayısının (Cronbach Alpha) .77 olduğu bulunmuştur.

4.Sonuç

Bu çalışmada, ilköğretim öğrencileri için Bilinçli Tüketici Düzeyi Ölçeği geliştirilmesi amaçlanmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda 19 maddeden oluşan ölçeğin maddeleri 3 faktörde toplanmış, bu faktörlerin sırasıyla Tüketici Sorumluluğu Bilinci, Kalite Bilinci, Bütçe-Fiyat Bilinci ile ilgili oldukları belirlenmiştir. Açıklayıcı faktör analizi sonucunda 19 madde ve üç faktörden oluşan bu ölçeğin kuramsal ve istatistiksel açıdan uygun olduğu düşünülmüştür. Bu sonuçlar, aynı zamanda, ölçeğin yapı geçerliğinin olduğunu da göstermektedir. Güvenirlik çalışmaları kapsamında yapılan iç tutarlık katsayıları incelendiğinde de ölçeğin güvenilir olarak kullanılabileceğini göstermektedir. Hazırlanan bu ölçeğin ilköğretim 4. sınıf öğrencileri başta olmak üzere üst sınıflarda da uygulanarak öğrencilerin bilinçli tüketici düzeylerinin tespit edilebileceği düşünülmüştür. Böylece öğrencilerin bilinçli tüketici olmalarının önündeki engeller belirlenerek önlemler

alınması sağlanabilir. Bunun yanında bilinçli tüketicilik düzeyini artıracak etkinlikler belirlenerek öğrenme öğretme faaliyetlerinde bu tür etkinliklere yer verilmesi sağlanabilir.

5. Kaynaklar

- Büyüköztürk, Ş. (2009). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*, Ankara: Pegem Yayınları.
- Fidan, N. ve Akman, Y. (1998). *Eğitime Giriş*, İstanbul: Alkım Yayınları.
- Hafstrom, J. L., Chae, J. S. and Chung, Y. S. (1992). "Consumer Decision-Making Styles: Comparison Between United States and Korean Young Consumers". *The Journal of Consumer Affairs*, Volume: 26, No. 1, p.146-158.
- MEB, (2005). *İlköğretim Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu*, Ankara: Milli Eğitim Yayınları.
- Özmen, S. (1995). *Milli Eğitim Mevzuatı*, İstanbul: Beta Yayınları.
- Yaşar, Ş., Sözer, E. ve Gültekin, M. (2000). "İlköğretimde Öğrenme-Öğretme Süreci ve Öğretmen Rolü". *VII. Ulusal Eğitim Bilimleri Kongresi*, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon, Cilt: 1, s.452-461

BİLİNÇLİ TÜKETİCİLİK DÜZEYİ ÖLÇEĞİ (BTDÖ)

Aşağıda, “tüketim”le ilgili ifadeler yer almaktadır. Bu konudaki görüşlerinizi, “Hiçbir zaman”, “Ara sıra”, “Çoğu zaman”, “Her zaman” maddelerinden size en uygun olanını kutucuğun içindeki yuvarlağı karalayarak belirtiniz.		Hiçbir zaman	Ara sıra	Çoğu zaman	Her zaman
<i>Tüketici Sorumluluğu Bilinci</i>					
1	Harçlıklarımdan artakalanları biriktiririm	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	Alacağım ürünlerinin son kullanma tarihini kontrol ederim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	Alışverişten önce ihtiyaç listesi hazırlarım	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	Aldığım ürünle ilgili sorun yaşadığımda Tüketici Hakları Derneği'ne bildiririm	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	Aldığım ürün bozuk çıktığında iade ederim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6	Alış veriş yaptıktan sonra fişini isterim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7	Cebimdeki parayı harcamak hoşuma gider* (-)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8	Alacağım ürünlerde yerli markayı yabancı markaya tercih ederim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<i>Kalite Bilinci</i>					
9	“Tanınmış Marka”lı ürün kalitelidir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10	Alacağım ürünün ilk önce kalitelisine bakarım	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11	Alacağım ürünün markalı olmasına dikkat ederim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12	Ürünün kalitelisini alırım	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13	Aldığım eşyanın Garanti Belgesi'ni saklarım	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<i>Bütçe-Fiyat Bilinci</i>					
14	Alacağım ürünün ihtiyaç olup olmadığına bakarım	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15	Bir şeyi almadan önce fiyatını araştırırım	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16	Beğendiğim her şeyi alamayacağımı bilirim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17	Bir şey alacağım zaman aile bütçemizi dikkate alırım	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18	Reklamlarda gördüğüm bir ürünü, ihtiyaç olmasına bakmaksızın almak isterim* (-)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19	Alışverişten önce ne kadar param olduğuna bakarım	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
*İşaretiyle işaretlenmiş ve önüne (-) konulmuş ifadeler olumsuz ifadeler olduğu için puanlar tersine çevrilmiştir.					

Ek-1

Extended Abstract

Primary school is an educational stage during which individuals are prepared for their social, cultural and economic roles they will assume once they have graduated, and they are provided with the most fundamental knowledge and skills for these roles. While preparing students for the life and the upper educational stages, primary schools also seek to school conscious producers and conscious consumers. In fact, the unit “From Production to Consumption”, included in Social Sciences Curriculum for 4th grades includes the following educational attainment: “They use their rights as a conscious consumer”. Although the importance of being a conscious consumer is known and there is an attempt to school conscious consumers through Social Sciences Curriculum for Primary Schools, no scale has been found in the literature for measuring the levels of students regarding “Conscious Consumerism”. It is the purpose of this study to develop a valid and reliable scale for measuring “The Level of Conscious Consumerism”, a concept which is gaining more and more importance. The sample of the study is comprised of 113 4th grade students during the second half of the Educational Year 2009/2010 from a state school located in Sakarya, Turkey. A scale was designed through statistical operations on the data obtained from the sample.

During the development of the “Scale for the Level of Conscious Consumerism”, firstly, a review of literature was carried out by the researcher and a 27-item scale was composed through interviews with teachers and students. For validity purposes, initially, the specialists who would be consulted about their learned opinion regarding content and face validity were determined. The scale was submitted to certain specialists in social studies instruction, statistics and the Turkish Language and their opinions were received concerning content and face validity. In accordance with the opinions and criticism, the scale was revised, certain items were excluded and a 24-item scale was composed. Validity and reliability studies were conducted on these items.

4 point Likert scale was used for the views included in the scale. The scale was graded as follows: Never (1), Occasionally (2), Often (3), Always (4). Since the items 12, 22, 23, 24 and 25 were regarded negative in terms of conscious consumerism, the grades given to them

were reversed. The student opinions regarding these items were graded as follows: Never (4), Occasionally (3), Often (2), Always (1).

The scale was carried out on the sample for construct validity and reliability purposes. In accordance with the data obtained from this process, an exploratory factor analysis was conducted for construct validity. During the exploratory factor analysis, great care was taken to ensure that the load values of the items to be included in the scale would be at least .30, that items would be included in one single factor and that there would be a difference of at least .10 between factors in the event that they were included in two factors. In addition, a varimax rotation – 25 degree- was carried out during construct validity. The reliability of the scale was studied through inner consistency coefficient. As a result of the exploratory factor analysis, the items 11, 12, 13, 22 and 23 were excluded from the scale since they distorted the construct, and another factor analysis was conducted on the 19-item scale. The highest score and the lowest score that could be taken from the scale were determined to be 76 and 19 respectively.

At first, values from KMO and Bartlett Sphericity tests were taken into account in order to carry out a factor analysis. Since KMO test suggested a variance of .73 and Bartlett Sphericity test a meaningful variation ($\chi^2=480.64$, $p=.000$), it was decided that it would be appropriate to conduct a factor analysis for the scale. The scale was divided into three sub-dimensions, namely “Consciousness of Consumer Responsibility”, “Consciousness of Quality” and “Consciousness of Budget-Price”. SPSS 15.0, a package program, was used in order to determine the exploratory factory analysis and inner consistency coefficient in the study.

It can be seen that factor loadings of the items included in the factor “Consciousness of Consumer Responsibility” in the first factor are .32 and above and the item-total correlations are .29 and above. Accounting for the 16.4 percent of the total variance, this dimension has an inner consistency coefficient of .67. It can be observed that factor loadings of the items included in the factor “Consciousness of Quality” in the second factor are .54 and above and the item-total correlations are .29 and above. Accounting for the 12.7 percent of the total variance, this dimension has an inner consistency coefficient of .65. It can be seen that factor loadings of the items included in the factor “Consciousness of Budget-Price” in the third

factor are .38 and above and the item-total correlations are .26 and above. The inner consistency coefficient of this factor is .58. An overall view of the 19-item Scale for the Level of Conscious Consumerism” indicates that it accounts for 40.5 percent of the total variance and its inner consistency coefficient is .77.

The exploratory factor analysis concluded that this scale, comprised of 19 items and three factors, were theoretically and statistically appropriate. These results also prove that the scale has construct validity. A study of the inner consistency coefficients conducted within the scope of reliability operations show that the scale can be reliably used. It is thought that the scale can be used for measuring the levels of conscious consumerism for students in upper grades as well as for 4th grade students. Therefore, obstacles in the way of students trying to become conscious consumers could be identified and necessary precautions could be taken. Furthermore, those activities that will help to increase their levels of conscious consumerism could be determined and it could be made sure that such activities would be included in learning-teaching process.