

Algılanan Adalet Ölçeği: Türkçe Uyarlama, Güvenirlik ve Geçerlik Çalışması Perceived Justice Scale: Turkish Adaptation, Reliability and Validity Study

Sevgi ADIGÜZEL^a Murat BAŞAL^b

^a Iğdır Üniversitesi, Şehit Bülent Yurtseven Kampusu, Iğdır, Türkiye. adguzelsevgi@gmail.com

^b İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul, Türkiye. mbasal@gelisim.edu.tr

MAKALE BİLGİSİ

ÖZET

Anahtar Kelimeler:

Algılanan Adalet
Dağıtım Adalet
Süreçsel Adalet
Etkileşimsel Adalet
Ölçek Uyarlama

Amaç – Adalet algısı, birey ya da toplumların daha önceden belirlenmiş olan normlara göre adil ve diğer çevresel durumlarla birlikte doğru algılanması olarak belirtilmektedir. Bir işletmenin müşterilere sunduğu ürün ya da hizmet konusunda meydana gelen olumsuzluklar adalet algısına bağlı olarak ger bildirim olarak işletmeye iletilmektedir. Bu çalışma ile algılanan adalet ölçeğinin orijinal dilinden Türkçeye uyarlanması yapılarak hizmet pazarlama alanında yapılacak diğer çalışmalarda kullanılabilmesine imkân sağlanması amaçlanmaktadır.

Yöntem – Hizmet sektöründeki müşterinin algıladığı adalet duygusunu ölçmek ve belirlenmek amacıyla yapılacak olan ölçek uyarlama çalışmasında Tax, Brown ve Chandrashekar (1998)'in çalışmasından Javornik vd.'in (2020) de uyarlayarak geliştirdiği Algılanan Adalet Ölçeğinin süreçsel adalet (3 ifade), etkileşimsel adalet (3 ifade) ve dağıtım adalet (3 ifade) olmak üzere üç alt boyut ve 9 maddesi ile dilsel eşdeğerlik, güvenilirlik ve geçerlik çalışması yapılarak Türkçeye uyarlanması yapılmıştır. Türkçe uyarlanan formun dilsel eşdeğerliği sağlandıktan sonra ölçeğin yapı geçerliğini test etmek için iki farklı örneklem grubundan toplam 274 kişiden veriler elde edilmiştir. Bu verilerle ilgili olarak Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) ve Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) testleri gerçekleştirilmiştir.

Gönderilme Tarihi 6 Ağustos 2024

Revizyon Tarihi 29 Ekim 2024

Kabul Tarihi 5 Kasım 2024

Bulgular – Türkçe uyarlaması, bilimsel yöntemlere uygun şekilde kültürel farklılıklar göz önünde bulundurularak beş aşamalı bir tercüme sürecinden sonra hazırlanan maddelerin iki örneklem grubuna anket şeklinde uygulanması ve çıkan sonuçların uyum değerlerinin kabul edilebilir uyum değerleri aralığında olduğu tespit edildikten sonra tamamlanmıştır. Her iki örneklemden elde edilen verilerin güvenilirlik ve geçerlilik çalışması doğrulayıcı faktör analizi ile gerçekleştirilmiştir. Model analizlerinde elde edilen uyum kriteri değerlerinin literatürde kabul gören değer aralıklarında olması ölçek uyarlama çalışmasının güvenilirlik ve geçerlilik anlamında başarılı olduğunu göstermiştir.

Makale Kategorisi:

Araştırma Makalesi

Tartışma – Ölçeğe ilişkin olarak yapılan güvenilirlik geçerlik çalışmasında her iki örneklem içinde ölçeklerden madde çıkarılması gerekliliği ortaya çıkmamıştır. Diğer bir ifadeyle ölçekler orijinal maddeleri ile birlikte kriterleri sağlamıştır. Ölçek maddelerinin geçerlilik durumlarının yüksek olduğu ve Türkiye'deki hizmet işletmesi kullanıcılarına yönelik olarak uygulanmasında sakıncanın olmadığı geçerlilik ve güvenilirlik konusunda uygun ölçek değerlerine ulaşılmıştır. Algılanan Adalet Ölçeğinin orijinal üç boyutlu yapısının aynı şekilde korunduğu görülmüştür. Geçerlik ve güvenilirlik kriterleri sağlanan ölçeğin orijinal maddeleri ile Türkiye'deki hizmet işletmesi kullanıcılarına yönelik olarak uygulanmasında uygun ölçek olduğu belirlenmiştir.

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Keywords:

Perceived Justice
Distributive Justice
Procedural Justice
Interactional Justice
Scale Adaptation

Purpose – Perception of justice is defined as the fair perception of individuals or societies according to previously determined norms and the correct perception of other environmental situations. Negativities that occur regarding the product or service offered by a business to its customers are transmitted to the business as feedback depending on the perception of justice. This study aims to adapt the perceived justice scale from its original language to Turkish and to enable it to be used in other studies to be conducted in the field of service marketing.

Design/methodology/approach – In the scale adaptation study to be conducted in order to measure and determine the sense of justice perceived by customers in the service sector, the Perceived Justice Scale, which was developed by adapting it from the study of Tax, Brown and Chandrashekar (1998) and Javornik et al. (2020), was adapted to Turkish by conducting linguistic equivalence, reliability and validity studies with three sub-dimensions and 9 items, namely procedural justice (3 statements), interactional justice (3 statements) and distributive justice (3 statements). After the linguistic equivalence of the adapted form to Turkish was ensured, data were obtained from a total of 274 people from two different sample groups to test the construct validity of the scale. Explanatory Factor Analysis (EFA) and Confirmatory Factor Analysis (CFA) tests were performed on these data.

Received 6 August 2024

Revised 29 October 2024

Accepted 5 November 2024

Önerilen Atıf/Suggested Citation

Adıgüzel, S., Başal, M. (2024). Algılanan Adalet Ölçeği: Türkçe Uyarlama, Güvenirlik ve Geçerlik Çalışması, İşletme Araştırmaları Dergisi, 16 (4), 2580-2597.

Article Classification:

Research Article

Findings – The Turkish adaptation was completed after the items prepared after a five-stage translation process in accordance with scientific methods, considering cultural differences, were applied to two sample groups as a questionnaire and the results were found to be within the acceptable fit values. The reliability and validity study of the data obtained from both samples was carried out with confirmatory factor analysis. The fact that the fit criterion values obtained in the model analyses were within the value ranges accepted in the literature showed that the scale adaptation study was successful in terms of reliability and validity.

Discussion – In the reliability and validity study conducted regarding the scale, it was not necessary to remove items from the scales in either sample. In other words, the scales met the criteria with their original items. The validity status of the scale items is high and there is no problem in applying it to service users in Turkey. Appropriate scale values have been reached in terms of validity and reliability. It has been observed that the original three-dimensional structure of the Perceived Justice Scale has been preserved in the same way. It has been determined that the scale, whose validity and reliability criteria have been provided, is a suitable scale to be applied to service users in Turkey with its original items.

1. Giriş

Müşteriler işletmelerden elde ettiği hizmet ve ürün karşısında dijitalleşmeye bağlı olarak düşüncelerini çevrimiçi şikâyetler konusunda ahlaki yargılarda bulunmaktadır. Bu değerlendirmeler, algılanan hakkaniyet ihlalini potansiyel bir çatışma tetikleyicisi olarak tanımlayan adalet teorisi çerçevesinde anlaşılmaktadır (Bacile vd., 2018:75). Adalet teorisi tüketicilerin alışveriş yaparken ödediği (girdi) ile aldığı (çıkıtı) arasındaki oranın adilliklerini değerlendirdikleri eşitlik teorisinden ortaya çıkmıştır (Chen ve Kim, 2019: 98-99). Adalet algısı, soyut olan doğası sebebiyle hizmet satın almada daha çok öne çıkmaktadır. Adalet teorisine göre bir alışverişteki kişisel adalet algısı bireyin sonraki niyet ve davranışlarını belirlemede etkilidir. Adalet teorisi yaygın olarak hizmet telafisine uygulanmaktadır (Tax ve Brown, 2000: 271-272; Choi ve Choi, 2014:110). İnsanlar başkaları için adalet arayabilirler çünkü adaletin sağlanmasının doğru olduğu düşünülürken adalet standardı da desteklenmelidir (Javornik, vd., 2020:102).

Yapılan bir işlem, davranış ya da uygulamanın adil olması, kişilerin bu işlemi, davranışı, uygulamayı adil bulmasıyla ilgilidir. Bunun sebebi ise adalet kavramının yorumu açık ve kişilere göre farklılık gösteren bir anlayış olmasıdır (İçerli, 2010:80). Adaletle ilgili olarak işletmenin hizmet telafisine yönelik tepki hızı ve başarısızlıktan kimin sorumlu olduğuna yönelik olarak müşteri memnuniyetini sağlama çabaları sürecin düzenlenmesi konusunda etkili olmaktadır. Bu durum, müşterilerin şirkete karşı olumlu davranışlar benimsemesini sağlayarak adaletli durum olduğu hissettirilir. Adalet durumunun tüketici tarafından değerlendirilmesi sonucunda oluşacak kayıplar azaltılırken tüketici tarafından olumlu algısal dönüş sağlanacaktır (Attia ve Ahmed 2020:136). Hizmet sektöründe adalet algısı değişkenlik gösterebilmektedir. Valizi kırılan bir yolcuya havayolu şirketi tarafından valizin değerinin iki ay içerisinde ödenmesi, kimileri için adil bir uygulama iken kimilerine göre prosedürün bu kadar uzun sürmesi adil olmayan bir uygulama olarak algılanmaktadır. Bu çalışma ile hizmet sektöründe algılanan adalet duygusunun ölçülmesine yönelik yapılmış olan bir ölçeğin Türkçeye çevrilerek kullanılmasını sağlanmaktadır. Bu kapsamda kurallara uygun biçimde çevirisi yapılan ölçek maddelerinin doğruluğunun belirlenmesi amacıyla veriler toplanmıştır. Sonrasında bu verilerin analizi neticesinde geçerlilik ve güvenilirlik yönünden uygun olduğu belirlenmiştir. Yapılan bu çalışma ile literatürdeki diğer çalışmalar konusunda kaynak olacağı düşünülmektedir.

2. Literatür Taraması

Algılanan adalet konusu alt boyutları ile birlikte en çok ilk zamanlarda örgütsel adalet bağlamında, çalışanların örgütsel adalet algısı olarak karşımıza çıkmaktadır. En çok karşılaşılan kaynaklardan örnek vermek gerekirse Arslantaş (2005), Özdevecioğlu (2003), Töremen & Tan (2010), Özdevecioğlu (2004), Atalay (2007), Özyer & Azizoğlu (2014), Tokgöz (2011), Çakar & Yıldız (2009), Çağ (2011), Günsal (2010), Gelens et al. (2013), DeConinck (2010) DeConinck & Johnson (2009), Gilliland (1993), Maxham III & Netemeyer (2003), Colquitt & Greenberg (2013), Moorman (1991) şeklindeki birtakım çalışmalarda ele alındığı görülmektedir.

Müşterilerin algıladığı adalet boyutu ile bakıldığında yerli ve yabancı çok fazla çalışmanın olduğu görülmektedir; Çakıroğlu & Önder (2019), Eşkinat (2009), Yürür ve diğ. (2011), Bozaci, & İşcan (2020), Olcay & Özekici (2018), Köroğlu & Yıldız (2023), Tosun & Söyük (2019), Öztürk, & Yılmaz (2020), Çilesiz & Selçuk (2018), Bacile (2020), Olk et al. (2021), Gokmenoglu, & Amir (2021), Christ-Brendemühl & Schaarschmidt (2022), Cintamür (2023), şeklindeki çalışmalar bunlara örnek olarak belirtilebilmektedir. Bu çalışmalar hizmet sektörü kapsamında turizm, havacılık, sağlık ile çeşitli ürün üretimi yapan sektörlerdeki müşteri firma

ilişkileri sonucundaki algılanan adaletin bazı yönlerle ölçtüğü görülmektedir. Türkiye’de yapılan çalışmalar kapsamında havacılık sektöründe ve örgütsel algılanan adalet ile müşteri hizmetleri, fiyat algılaması, hizmet kalitesi, hizmet telafisi şeklinde ele alındığı tespit edilmiştir.

Adalet Türleri

Algılanan adalet kendi içinde dağıtımsal, prosedürel ve etkileşimsel adalet olmak üzere üç boyuttan oluşan çok yönlü bir kavramdır (Nikbin, vd., 2010:48; Olcay ve Özekici, 2018:482).

Dağıtım Adaleti, müşterinin hizmet telafisi sürecinden elde ettiği fiili ve somut sonuçlarla ilgilidir (Karatepe, 2006; Nikbin, vd., 2010:48; Abdulrasool ve Khadhim, 2018:14). Araştırmalar, geri ödeme, ürün/hizmet değişimi, kredi, özür, onarım, düzeltme ve ek maddi tazminat şeklinde somut tazminat içeren şikâyet yönetimi faaliyetlerinin, müşterilerin dağıtım adaleti algılarını olumlu yönde etkilediğini göstermiştir (Hess ve Ambrose, 2010:2-3). Dağıtım adaleti, işletmelerin müşteri memnuniyet düzeyini etkileyen para iadesi, hizmet değiştirme, gelecekte indirimli satın alma gibi hizmet başarısızlıklarını telafi etmek için bazı somut kaynakların sağlanmasını ifade etmektedir. Hizmet telafi sürecinin çıktıları (tazminat ve değiştirme), telafi işlemi sırasında girdi karşılaştırması (zaman, çaba, para), internet hizmet kesintileri veya yavaş internet hızı gibi hizmet kesintilerini ve müşteriye özel bazı sorunların varlığını takip etmek onların şirkete olan güvenlerini ve memnuniyetlerini olumlu yönde etkileyecektir (Singh ve Crisafulli, 2016:765-766; Harun vd., 2018:66). En başarılı hizmet telafi yaklaşımlarının, diğer ödemelere ek olarak para verilmesi, müşterileri tarafından yapılan tüm ödemelerin iadesi ile birlikte hizmet hatasına hızlı yanıt verilmesi olduğu sonucuna varılmıştır. Telafi yöntemleri, müşteride memnuniyet duygusunun geri kazanılması bakımından büyük öneme sahiptir (Attia ve Ahmed, 2020:136-137).

Prosedürel Adalet, adalet algısını ikinci boyutu olan prosedürel adalet, hizmet hatası telafi sürecinde yapılan işlemlerin bireyler tarafından algılanan adalet derecesidir. Prosedürel adalet, firmanın hizmet sunumu sırasında ortaya çıkan erişilebilirlik, zamanlama/hız, süreç kontrolü, gecikme ve tüketicinin kurtarma ihtiyaçlarına uyum sağlama esnekliği gibi konularda ortaya çıkan sorunlarla başa çıkmak için kullandığı yöntemleri ifade etmektedir (Del Rio-Lanza, vd., 2009:776). Hizmet hatalarıyla başa çıkmada izlenen aynı prosedürler tüm müşteriler için aynı şekilde uygulandığında memnuniyet seviyesinin artması beklenir. Bu da işletmenin müşteri şikâyetlerini ele almak için kullandığı yöntem, hatalara yanıt verme hızına ve hizmet telafisi sürecinde izlenen prosedürlerin esnekliği ile verimliliğine odaklandığı anlamına gelir (Singh ve Crisafulli, 2016:766). Prosedürel adaleti kısaca, “hizmetlerin sunumu sırasında ortaya çıkan sorunlarla başa çıkmak ve bu sorunları ele almak için işletme tarafından kullanılan yöntemler (erişilebilirlik, zamanlama, hız, süreç kontrolü, gecikme, esneklik ve işlem gereksinimlerine uyum)” olarak da tanımlanabilmektedir (Homburg ve Furst, 2005:96-97). Araştırmalar, bireylerin prosedürlerin adil olduğuna inandıklarında sonuç olumsuz olsa bile aldıkları sonuçtan daha memnun olduklarını göstermektedir (Hess ve Ambrose, 2010:3).

Etkileşimsel Adalet, herhangi bir müşteri-şirket işleminin insani yönüyle ilgili prosedür adaleti kavramının bir uzantısıdır ve tüketicinin şirketin insani idaresinde veya prosedürlerin yürütülmesinde ne kadar adalet algısına sahip olduğunu temsil eder (Huang, 2011:509). Etkileşimsel adalet, şirketlerin hizmet telafisi sürecinde müşterilerle etkileşimleri sırasında ilgili sorunları çözmek için davranışlarının kalitesi ve verimliliğine ilişkin müşterilerin algılarıyla ilişkilidir (Gohary, vd., 2016:131; Abdulrasool ve Khadhim, 2018:15). Yapılan araştırmalar, empati, çaba, nezaket, samimiyet, duyarlılık, özür, açıklama, gerekçelendirme, önyargısızlığın ve dürüstlüğün, müşterilerin etkileşimsel adalet algılarını etkileyen önemli faktörler olduğunu göstermiştir (Hess ve Ambrose, 2010:3).

Etkileşimsel adalet, kişisel ilişkilerdeki adalet ve bilgi adaleti olmak üzere iki tür adalet içerir.

Kişisel ilişkilerde adalet, şirketin tüketicilerle ne derece dürüst ve takdirle etkileşime girdiğini yansıtır.

Bilgi adaleti, başarısızlıkların ele alınması sürecinde mevcut olan bilgilerin uygunluğunu ve doğruluğunu ifade ederken, kişisel adalet ise başarısızlıkların ele alınması sürecinde hizmet sağlayıcılar tarafından sergilenen yanıt verebilirlik ve ilgi derecesini temsil etmektedir (Balaji, vd., 2017:961-962; Attia ve Ahmed 2020:137).

3. Yöntem

Yapılan bu çalışma “Müşteri Şikâyetlerinin Sosyal Medya Takipçileri Tarafından Algılanışı ve Havayolu İşletmeleri Üzerine Bir Çalışma” adlı doktora tez çalışması için geliştirilen anket sorularının etik kurallara uygunluğu 08.03.2023 tarih ve 2023-03 sayılı toplantıda kabul edilmiştir. Nicel araştırma yöntemleri kullanılarak yapılan bu çalışmada anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada verilerin toplanması konusunda evren olarak Sosyal medya kullanan havayolu müşterilerinden oluşan örneklem üzerinden veriler elde edilmiştir. Verilerin analizinde SPSS istatistik programı kullanılmıştır.

3.1.Çalışmanın Amacı

Bu çalışma ile pazarlama alanında kullanılacak Algılanan Adalet algısının ölçülmesi amacıyla geliştirilen Algılanan Adalet Algısı Ölçeğinin Türkçeye uyarlanması amaçlanmaktadır. Bu kapsamda öncelikli olarak çalışmanın sahibi olan yazarlardan ölçeğin uyarlanabilmesi konusunda gerekli izinler istenmiş ve yazılı biçimde e-mail olarak gelen izinden sonra uyarlama çalışmalarına başlanılmıştır.

3.2.Orijinal Çalışmanın Bulguları

Bu çalışmada Tax, S.S., Brown, S.W. ve Chandrashekar, M. (1998) de “[Customer evaluations of service complaint experiences: implications for relationship marketing](#)” ($\alpha = 0.97$) “Müşterilerin hizmet şikayeti deneyimlerine ilişkin değerlendirmeleri: ilişki pazarlaması için çıkarımlar” isimli çalışmadan Javornik, A., Filieri, R. ve Gumann, R. (2020). “[Don't forget that others are watching, too! The effect of conversational human voice and reply length on observers' perceptions of complaint handling in social media](#)”, “Başkalarının da izlediğini unutmayın!” Sohbet tarzındaki insan sesinin ve yanıt uzunluğunun, gözlemcilerin sosyal medyada şikayet yönetimine ilişkin algıları üzerindeki etkisi” isimli çalışma yüksek güvenilirlikle ($\alpha = 0.70$), uyarlayarak geliştirdiği süreçsel adalet (3 ifade), etkileşimsel adalet (3 ifade) ve dağıtımsal adalet (3 ifade) şeklinde toplam 9 adet alt değişken ve üç boyuttan oluşan ölçeğin Türkçeye adaptasyonu gerçekleştirilmiştir. Ölçekler 7’li likert tipi ile düzenlenmiştir. Mevcut çalışma çerçevesinde sırasıyla Türkçeye uyarlama, güvenilirlik ve geçerlik işlemleri yapılmıştır. Uyarlama sürecinde 7’li likert tipi şeklinde kullanılarak uyarlanmıştır.

3.3.Ölçek Maddelerinin Çeviri Süreci

Ölçek maddeleri çevrilmeden önce ilk olarak ölçeği geliştiren araştırmacılardan gerekli izinler için elektronik posta gönderilmiş ve izinleri alınmıştır. Mevcut çalışma çerçevesinde sırasıyla Türkçeye uyarlama, güvenilirlik ve geçerlik işlemleri yapılmıştır. Türkçeye uyarlama sürecinde öncelikli olarak Algılanan Adalet ölçek maddelerinin Türkçeye çevirisi yapılmıştır. Bu kapsamda ölçeklerin orijinal halleri iki farklı dil uzmanı tarafından bağımsız biçimde Türkçeye çevrilmiştir. Daha sonra bu iki çeviri iki farklı alan uzmanı tarafından değerlendirilerek ölçek maddeleri oluşturulmuştur. Son olarak oluşturulan bu ölçek ifadeleri tekrar orijinal dil olan İngilizceye çevrilmiştir. Ortaya çıkan yeni İngilizce ölçek ifadeleri ile orijinal İngilizce ifadeler karşılaştırılarak kelimelerin uygunluğu ve güncelliği kontrol edilmiştir. Ölçek maddelerinin Türkçede en doğru kabul edilen karşılığı kullanılmıştır. Sonuçta beş aşamalı bir yol izlenerek çeviri işlemi tamamlanmıştır. Ölçek ifadelerinin derecelendirilmesinde 7’li (1=Kesinlikle katılmıyorum, 7=Kesinlikle Katılıyorum) Likert tipi kullanılmıştır. Çeviri sürecinde kültürel farklılıklar da dikkate alınmıştır. Ölçek maddelerinin geçerlik ve güvenilirliğini test etmek için örneklem grubuna bağlı olarak pilot anket uygulaması yapılmıştır. Bu süreçte katılımcılar kolayda örneklem yöntemi ile belirlenmiştir.

3.4.Çalışma Örneklem Grubu

Sosyal medya kullanan ve havayolu hizmetinden faydalanan tüketicilerden oluşan örneklem grubudur. Türkçeye uyarlaması yapılan Algılanan Adalet Ölçeğinin geçerlik ve güvenilirliğini test etmek için iki örneklem grubu belirlenerek ortalama olarak 08.03.2023 ve 10.04.2023 tarihleri arasında pilot anket uygulaması yapılmıştır. Katılımcılar kolayda örneklem yöntemi ile belirlenmiştir. Örneklem 1, 141 kişi ve Örneklem 2 ise 133 kişi ile yapılmıştır. Toplam 274 kişiyle çalışılmıştır.

4. Örneklem 1 Analiz ve Bulgular

Ölçeğin geçerlik çalışmaları kapsamında doğrulayıcı ve açıklayıcı faktör analizleri yapılmıştır. Örneklem 1 çalışma grubu ile yapılan AFA ve Güvenirlik ve geçerlilik analizleri ile bu çalışma grubuna ait demografik bilgiler aşağıdaki tablolarda verilmiştir.

Tablo 1. Algılanan Adalet Ölçeği ve alt boyutları için Açıklayıcı Faktör analizi ve güvenilirlik katsayısı bulguları

Maddeler	F1	F2	F3	M. T. Kor.
Algılanan Adalet-1	0,842			0,701
Algılanan Adalet-2	0,839			0,796
Algılanan Adalet-3	0,817			0,746
Algılanan Adalet-4		0,797		0,718
Algılanan Adalet-5		0,871		0,772
Algılanan Adalet-6		0,823		0,727
Algılanan Adalet-7			0,857	0,637
Algılanan Adalet-8			0,767	0,668
Algılanan Adalet-9			0,706	0,592
				Ölçek
Özdeğer	4,673	1,206	1,055	
Açıklanan Varyans	26,540	26,465	24,039	77,044
Cronbach's Alpha	0,865	0,860	0,784	0,880

(KMO: 0,657; Bartlet test: Ki-kare: 754,608, p: 0,000; M. T.Kor: Madde Toplam Korelasyonu)

Algılanan Adalet Ölçeği ve alt boyutları için Açıklayıcı Faktör Analizi ve güvenilirlik katsayısı bulguları Tablo 1'de verilmiştir. KMO değerine göre faktör analizi için örneklem çapının yeterli olduğu, Bartlet testine göre maddelere faktör analizi uygulamanın doğru bir karar olacağı görülmektedir. Maddelere ilişkin faktör yüklerinin, her bir faktör için özdeğer ve açıklanan varyans oranlarının yüksek olması ölçeğin üç boyutlu yapısının doğrulandığını göstermektedir.

Tablo 2. Algılanan adalet ölçeği Güvenirlik ve geçerlilik analizi bulguları

	CR	AVE	MSV	ASV	Dağıtımsal	Etkileşimsel	Prosedürel
Dağıtımsal	0,796	0,567	0,468	0,388	0,753		
Etkileşimsel	0,857	0,667	0,468	0,349	0,684	0,817	
Prosedürel	0,865	0,684	0,309	0,269	0,556	0,479	0,827

CR=Birleşik Güvenirlik, AVE=Ortalama Açıklanan Varyans, MSV=Maksimum Paylaşılan Varyansın Karesi, ASV=Paylaşılan Varyansın Karesinin Ortalaması

Tablo 2'de algılanan adalet ölçeğinin boyutları için birleşme ve ayrışma geçerliliği bulguları verilmiştir. Bir ölçüm aracında birleşim ve ayrışım geçerliğini ölçme araçlarından birisi CR ve AVE kriterleridir. Ölçeğin birleşim ve ayrışım geçerliğini sağlaması için CR kriterinin 0,70'den AVE kriterinin 0,50'den büyük olması gerekmektedir. Ayrıca boyutlara ilişkin birleşik güvenirlik (CR) değerlerinin ortalama açıklanan varyans (AVE) yüksek olduğu da görülmektedir. Boyutların birbiri ile ilişkili ve birbirinden farklı yapılarda oluşunun analizi de MSV (maksimum paylaşılan varyans) ve ASV (ortalama paylaşılan varyans) değerleri ile incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre ölçek boyutlarının yeterli düzeyde birleşme ($CR > .70$; $AVE > .50$; $CR > AVE$) ve ayrışma geçerliğine ($MSV < AVE$; $ASV < AVE$; faktörler arası korelasyon $< \sqrt{AVE}$) sahip olduğunu ortaya koymaktadır (Hair vd., 2010). Ayrıca AVE değerlerinin karekökünün, boyutlar arası korelasyon değerlerinden büyük olma koşulu da sağlanmış bulunmaktadır (Bagozzi ve Yi, 1988; Hu ve Bentler, 1999; Hair vd., 2010; Malhotra ve Dash, 2011; Özkan ve Üzüm, 2022).

Tablo 3. Algılanan Adalet ölçeği, Algılanan Adalet Ölçeği alt boyutları üzerindeki etki katsayıları

	Tahmin	S. Tahmin	S. Hata	Kritik Değer	P
Algılanan Adalet					
Dağıtimsal	1	0,670			
Prosedürel	1,163	0,828	0,209	5,574	***
Etkileşimsel	1,434	0,809	0,254	5,656	***
Dağıtimsal					
Algılanan Adalet 1	1	0,786			
Algılanan Adalet 2	1,355	0,896	0,119	11,399	***
Algılanan Adalet 3	1,220	0,820	0,113	10,779	***
Prosedürel					
Algılanan Adalet 4	1	0,824			
Algılanan Adalet 5	0,985	0,827	0,085	11,581	***
Algılanan Adalet 6	1,186	0,835	0,105	11,27	***
Etkileşimsel					
Algılanan Adalet 7	1	0,791			
Algılanan Adalet 8	0,774	0,775	0,085	9,086	***
Algılanan Adalet 9	0,733	0,661	0,092	7,987	***

(***: $p < 0,001$ anlamındadır.)

Ölçeklerin ölçüm modeline göre madde etkileri bulguları Tablo 3’de verilmiştir. Her iki ölçek için tüm maddelerin ve adalet algısı ölçeği boyutlarının etki katsayılarının istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Algılanan adalet ölçeğine yönelik olarak var olan boyutların maddeleri açısından bakıldığında en yüksek etki prosedürel adalet boyutunda (0,828), dağıtimsal adalet boyutunda en yüksek etki “Algılanan Adalet 2” maddesinde (0,896), prosedürel adalet boyutunda en yüksek etki “Algılanan Adalet 6” maddesinde (0,835), Etkileşimsel adalet boyutunda en yüksek etki “Algılanan Adalet 7” maddesinde (0,791) olduğu görülmektedir.

Çalışmanın Betimsel Ölçek İstatistikleri

Bu kısımda Algılanan Adalet Ölçek Uyarlama Çalışmasında Örneklem 01 anketinde kullanılan ölçek ve alt boyutlarının maddeleri için frekans dağılımı ve açıklayıcı istatistikler verilmiştir.

Tablo 4. Algılanan adalet ölçeği Dağıtimsal Adalet alt boyutu maddeleri için frekans dağılımı ve açıklayıcı istatistikleri

	Kesinlikle Katılmıyorum		Kısmen Katılmıyorum		Kararsızım		Kısmen Katılıyorum		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		Standart Sapma Ortalama		
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde			
Algılanan Adalet 1	2	1,4	5	3,5	21	14,9	37	26,2	44	31,2	20	14,2	12	8,5	4,59
Algılanan Adalet 2	21	14,9	18	12,8	44	31,2	21	14,9	24	17,0	10	7,1	3	2,1	3,36
Algılanan Adalet 3	5	3,5	24	17,0	31	22,0	40	28,4	18	12,8	14	9,9	9	6,4	3,85

Algılanan adalet ölçeği Dağıtımsal Adalet alt boyutu maddeleri için frekans dağılımı ve açıklayıcı istatistikleri Tablo 4’de verilmiştir. Ortalamalar incelendiğinde en yüksek ortalamanın 4,59 ile “Algılanan Adalet 1” maddesinde, en küçük ortalamanın da 3,36 ile “Algılanan Adalet 2” maddesinde olduğunu görüyoruz.

Tablo 5. Algılanan adalet ölçeği Prosedürel Adalet alt boyutu maddeleri için frekans dağılımı ve açıklayıcı istatistikleri

	Kesinlikle Katılmıyorum	Yüzde	Katılmıyorum	Yüzde	Kısmen Katılmıyorum	Yüzde	Kararsızım	Yüzde	Kısmen Katılıyorum	Yüzde	Katılıyorum	Yüzde	Kesinlikle Katılıyorum	Yüzde	Ortalama	Standart Sapma
Algılanan Adalet 4	1	0,7	4	2,8	11	7,8	38	27,0	42	29,8	38	27,0	7	5,0	4,83	1,183
Algılanan Adalet 5	1	0,7	3	2,1	16	11,3	41	29,1	49	34,8	23	16,3	8	5,7	4,67	1,157
Algılanan Adalet 6	4	2,8	7	5,0	36	25,5	35	24,8	37	26,2	14	9,9	8	5,7	4,19	1,362

Algılanan adalet ölçeği Prosedürel Adalet alt boyutu maddeleri için frekans dağılımı ve açıklayıcı istatistikleri Tablo 5’ da verilmiştir. Ortalamalar incelendiğinde en yüksek ortalamanın 4,83 ile “Algılanan Adalet 4” maddesinde, en küçük ortalamanın da 4,19 ile “Algılanan Adalet 6” maddesinde olduğunu görüyoruz.

Tablo 6. Algılanan adalet ölçeği Etkileşimsel Adalet alt boyutu maddeleri için frekans dağılımı ve açıklayıcı istatistikleri

	Kesinlikle Katılmıyorum	Yüzde	Katılmıyorum	Yüzde	Kısmen Katılmıyorum	Yüzde	Kararsızım	Yüzde	Kısmen Katılıyorum	Yüzde	Katılıyorum	Yüzde	Kesinlikle Katılıyorum	Yüzde	Ortalama	Standart Sapma
Algılanan Adalet 7	4	2,8	22	15,6	22	15,6	38	27,0	30	21,3	17	12,1	8	5,7	4,07	1,501
Algılanan Adalet 8	2	1,4	5	3,5	14	9,9	47	33,3	49	34,8	21	14,9	3	2,1	4,50	1,125
Algılanan Adalet 9	7	5,0	24	17,0	34	24,1	41	29,1	21	14,9	10	7,1	4	2,8	3,65	1,395

Algılanan adalet ölçeği Etkileşimsel Adalet alt boyutu maddeleri için frekans dağılımı ve açıklayıcı istatistikleri Tablo 6’de verilmiştir. Ortalamalar incelendiğinde en yüksek ortalamanın 4,50 ile “Algılanan Adalet 8” maddesinde, en küçük ortalamanın da 3,65 ile “Algılanan Adalet 9” maddesinde olduğunu görüyoruz.

Tablo 7. Algılanan adalet ölçeği ve alt boyutları için açıklayıcı istatistikler

Boyut/Ölçek	Ortalama	Standart Sapma
Algılanan Adalet Dağıtimsal Ortalama	3,93	1,302
Algılanan Adalet Prosedürel Ortalama	4,56	1,093
Algılanan Adalet Etkileşimsel Ortalama	4,07	1,127
Algılanan Adalet Ölçeği Ortalama	4,19	0,968

Algılanan adalet ölçeği ve alt boyutları için açıklayıcı istatistikler Tablo 7’de verilmiştir. Ortalamalar incelendiğinde en yüksek ortalamanın 4,56 ile “Algılanan Adalet Prosedürel ORT” alt boyutunda, en küçük ortalamanın da 3,93 ile “Algılanan Adalet Dağıtimsal ORT” alt boyutunda olduğunu görüyoruz.

5. Örneklem 2 Analiz ve Bulgular

Algılanan Adalet Ölçek Uyarılama Çalışmasında Örneklem 02 anketinde kullanılan ölçeğin geçerlik ve güvenilirlik analizi bulguları ile bu çalışma grubuna ait demografik bilgiler aşağıdaki tablolarda verilmiştir

Tablo 8. Örneklem 2 Çalışma Grubu ile İlgili Demografik Bulgular

Cinsiyet	Sayı	Yüzde	Meslek	Sayı	Yüzde
Kadın	73	54,9	İşçi	32	24,1
Erkek	60	45,1	Memur	8	6,0
Yaş Grubu	Sayı	Yüzde	Ev Hanımı	14	10,5
44 Yaş ve üzeri (X Kuşağı)	24	18,0	Öğrenci	17	12,8
24-43 Yaş (Y Kuşağı)	84	63,2	Emekli	24	18,0
23 Yaş ve altı (Z Kuşağı)	25	18,8	Akademisyen	5	3,8
Medeni Durum	Sayı	Yüzde	Özel sektör	6	4,5
Bekar	65	48,9	Diğer	27	20,3
Evli	68	51,1	Yurt içi Uçuş Sayısı	Sayı	Yüzde
Eğitim Durumu	Sayı	Yüzde	Hiç	41	30,8
İlköğretim	13	9,8	1- 2 Kez	44	33,1
Lise	17	12,8	3 ve daha fazla	48	36,1
Ön Lisans	24	18,0	Yurt dışı Uçuş Sayısı	Sayı	Yüzde
Lisans	49	36,8	Hiç	23	72,2
Lisansüstü	30	22,6	1 – 2 Kez	14	17,3
Gelir Durumu	Sayı	Yüzde	3 ve daha fazla	96	10,5
0-8.500 TL	47	35,3			
8.501-11.500 TL	26	19,5			
11.501-15.500 TL	16	12,0			
19.500 TL ve üzeri	27	20,3			
Toplam	133	100	Toplam	133	100

Tablo 9. Algılanan Adalet Ölçeği ve alt boyutları için Açıklayıcı Faktör analizi ve güvenilirlik katsayısı bulguları

Maddeler	F1	F2	F3	Madde Toplam Korelasyonu
Algılanan Adalet 1	0,804			0,778
Algılanan Adalet 2	0,889			0,770
Algılanan Adalet 3	0,801			0,804
Algılanan Adalet 4			0,809	0,688
Algılanan Adalet 5			0,834	0,714
Algılanan Adalet 6			0,786	0,660
Algılanan Adalet 7		0,823		0,656
Algılanan Adalet 8		0,812		0,834
Algılanan Adalet 9		0,831		0,781
				Ölçek
Özdeğer	5,002	1,114	1,025	
Açıklanan Varyans	27,058	26,865	25,426	79,349
Cronbach's Alpha	0,888	0,826	0,868	0,898

(KMO: 0,783; Bartlet test: Ki-kare: 772,468, p: 0,000)

Algılanan Adalet Ölçeği ve alt boyutları için Açıklayıcı Faktör Analizi ve güvenilirlik katsayısı bulguları Tablo 9'da verilmiştir. KMO değerine göre faktör analizi için örneklem çapının yeterli olduğu, Bartlet testine göre maddelere faktör analizi uygulamanın doğru bir karar olacağı görülmektedir. Maddelere ilişkin faktör yüklerinin, her bir faktör için özdeğer ve açıklanan varyans oranlarının yüksek olması ölçeğin üç boyutlu yapısının doğrulandığını göstermektedir. Bir ölçüm aracı birleşim ve ayrışım geçerliğini ölçme araçlarından birisi CR ve AVE kriterleridir. Ölçeğin birleşim ve ayrışım geçerliğini sağlaması için CR kriterinin 0,70'den AVE kriterinin 0,50'den büyük olması gerekmektedir. Tabloda görüldüğü üzere ölçeğin CR ve AVE değerleri istenen değerlerin üzerindedir.

Tablo 10. Algılanan adalet ölçeği Güvenirlik ve geçerlilik analizi bulguları

	CR	AVE	MSV	ASV	Dağıtım	Etkileşim	Prosedürel
Dağıtımsal	0,874	0,699	0,388	0,355	0,836		
Etkileşimsel	0,819	0,604	0,471	0,396	0,567	0,777	
Prosedürel	0,823	0,607	0,471	0,429	0,623	0,686	0,779

Tablo 10'de algılanan adalet ölçeğinin boyutları için birleşme ve ayrışma geçerliliği bulguları verilmiştir. Bir ölçüm aracı birleşim ve ayrışım geçerliğini ölçme araçlarından birisi CR ve AVE kriterleridir. Ölçeğin birleşim ve ayrışım geçerliğini sağlaması için CR kriterinin 0,70'den AVE kriterinin 0,50'den büyük olması gerekmektedir. Ayrıca boyutlara ilişkin birleşik güvenilirlik (CR) değerlerinin ortalama açıklanan varyanstan (AVE) yüksek olduğu da görülmektedir. Boyutların birbiri ile ilişkili ve birbirinden farklı yapılar da oluşunun analizi de MSV (maksimum paylaşılan varyans) ve ASV (ortalama paylaşılan varyans) değerleri ile incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre ölçek boyutlarının yeterli düzeyde birleşme (CR>.70; AVE>.50; CR>AVE) ve ayrışma geçerliğine (MSV<AVE; ASV<AVE; faktörler arası korelasyon< \sqrt{AVE}) sahip olduğunu ortaya koymaktadır (Hair vd., 2010). Ayrıca AVE değerlerinin karekökünün, boyutlar arası korelasyon değerlerinden büyük olma koşulu da sağlanmış bulunmaktadır (Bagozzi ve Yi, 1988; Hu ve Bentler, 1999; Hair vd., 2010; Malhotra ve Dash, 2011; Özkan ve Üzüm, 2022).

Tablo 11. Algılanan Adalet ölçeği, Algılanan Adalet Ölçeği alt boyutları üzerindeki etki katsayıları

	Tahmin	Standart Tahmin	Standart Hata	Kritik Değer	P
Algılanan Adalet					
Dağıtimsal	1	0,899			
Prosedürel	0,573	0,687	0,087	6,573	***
Etkileşimsel	0,486	0,669	0,081	5,977	***
Dağıtimsal					
Algılanan Adalet 1	1	0,837			
Algılanan Adalet 2	1,010	0,854	0,081	12,533	***
Algılanan Adalet 3	0,898	0,872	0,071	12,658	***
Prosedürel					
Algılanan Adalet 4	1	0,802			
Algılanan Adalet 5	1,118	0,831	0,114	9,815	***
Algılanan Adalet 6	1,205	0,779	0,126	9,553	***
Etkileşimsel					
Algılanan Adalet 7	1	0,720			
Algılanan Adalet 8	1,616	0,953	0,152	10,609	***
Algılanan Adalet 9	1,462	0,865	0,143	10,206	***

Ölçeklerin ölçüm modeline göre madde etkileri bulguları Tablo 11’de verilmiştir. Her iki ölçek için tüm maddelerin ve adalet algısı ölçeği boyutlarının etki katsayılarının istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Algılanan adalet ölçeği için en yüksek etki dağıtimsal adalet boyutunda (0,899), dağıtimsal adalet boyutunda en yüksek etki “Algılanan Adalet 3” maddesinde (0,872), prosedürel adalet boyutunda en yüksek etki “Algılanan Adalet 5” maddesinde (0,831), Etkileşimsel adalet boyutunda en yüksek etki “Algılanan Adalet 8” maddesinde (0,953) olduğu görülmektedir.

Geçerlik: Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA); Ölçek geliştirme veya ölçek uyarlama çalışmaları çerçevesinde faktör analizi, birbiriyle ilişkili çok sayıda değişkeni bir araya getirerek az sayıda kavramsal olarak anlamlı yeni değişkenler (faktörler, boyutlar) bulmayı, keşfetmeyi amaçlayan çok değişkenli bir istatistiktir (Büyüköztürk, 2002:50).

Faktör sayısı ve her bir faktördeki maddelere karar vermek için çeşitli yöntemler vardır. İstatistiksel yöntem olarak faktör sayısına özdeğer ve açıklanan varyans oranı kullanılır. Sosyal bilimler ve uygulamalı çalışmalarda açıklanan varyans oranının 0,400’den ve her bir maddenin faktör yükünün 0,300’den büyük olması yeterli görülmektedir (Tavşancıl, 2010:156). Boyut sayısına kara vermede analiz sonucunda elde edilen faktörlerin kavramsal olarak anlamlı olması uygulamalı bilimler açısından önemli bir yaklaşımdır (Arıkan, 2013:98).

Doğrulayıcı faktör analizi: Ölçek geliştirme ve uyarlama çalışmasının adımlarından birisi Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) yöntemidir. Yöntem aracılığı ile elde edilen verilerin ölçeğin teorik yapısı ile olan uyumunu ölçer. Uyum iyiliği için farklı yaklaşımlarla ve uyumun farklı yönlerini ölçmek için geliştirilen çeşitli testler vardır. Detaylı tartışması İlhan ve Çetin (2014:26-42) de olan uyum iyiliği testleri için yaygın kullanılan test istatistikleri ve kabul edilebilir değer aralıkları Tablo 10’da verilmiştir.

Güvenirlilik: Ölçme araçlarının güvenilirliğini belirlenmek amacıyla yoğun olarak kullanılan çalışmalar iç tutarlık güvenirliliği ve test-tekrar test ilişkisidir (Karasar, 2014). İç tutarlık güvenirliliği, maddelerin birbiri ile ve testin bütünüyle uyumlu olmasıdır. Testteki maddelerinin tutarlı olması, içerisinde ilgisiz veya hatalı soru olmadığı manasına gelir. Test-tekrar test ilişkisi ise test maddelerini cevaplayan kişinin, hatırlama, unutma veya öğrenmeden etkilenmeyeceği varsayılarak, aynı test maddelerini belirli bir zaman aralığı ile iki kez yanıtlaması sonucunda gerçekleşir. İki ayrı ölçüm yönteminden elde edilen sonuçlar arasındaki ilişki katsayısı, yapılan anket testinin güvenirlilik ölçüsü olarak kabul görür (Baykal, 1994).

Betimsel Ölçek İstatistikleri

Bu kısımda Algılanan Adalet Ölçek Uyarlama Çalışmasında Örneklem 02 anketinde kullanılan ölçek ve alt boyutlarının maddeleri için frekans dağılımı ve açıklayıcı istatistikler verilmiştir.

Tablo 12. Algılanan adalet ölçeği Dağıtımsal Adalet alt boyutu maddeleri için frekans dağılımı ve açıklayıcı istatistikleri

	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kısmen Katılmıyorum		Kararsızım		Kısmen Katılıyorum		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		Ortalama	Standart Sapma
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde		
Algılanan Adalet 1	6	4,5	24	18,0	32	24,1	32	24,1	18	13,5	15	11,3	6	4,5	3,76	1,523
Algılanan Adalet 2	8	6,0	17	12,8	34	25,6	22	16,5	30	22,6	16	12,0	6	4,5	3,91	1,559
Algılanan Adalet 3	6	4,5	17	12,8	44	33,1	34	25,6	17	12,8	11	8,3	4	3,0	3,66	1,370

Katılımcıların dağıtımsal adalet boyutu maddelerine verdikleri cevapların frekans ve açıklayıcı istatistik bilgileri Tablo 12’de verilmiştir. Madde ortalamalarına göre katılım düzeyi en yüksek olan madde Algılanan Adalet 2 ($\bar{X}=3,91$) ve katılım düzeyi en düşük olan madde Algılanan Adalet 3 ($\bar{X}=3,66$) olduğu görülmektedir.

Tablo 13. Algılanan adalet ölçeği Prosedürel Adalet alt boyutu maddeleri için frekans dağılımı ve açıklayıcı istatistikleri

	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kısmen Katılmıyorum		Kararsızım		Kısmen Katılıyorum		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		Ortalama	Standart Sapma
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde		
Algılanan Adalet 4	7	5,3	16	12,0	56	42,1	29	21,8	17	12,8	6	4,5	2	1,5	3,44	1,233
Algılanan Adalet 5	5	3,8	16	12,0	32	24,1	43	32,3	22	16,5	12	9,0	3	2,3	3,82	1,330
Algılanan Adalet 6	8	6,0	13	9,8	42	31,6	26	19,5	23	17,3	16	12,0	5	3,8	3,83	1,493

Katılımcıların prosedürel adalet boyutu maddelerine verdikleri cevapların frekans ve açıklayıcı istatistik bilgileri Tablo 13’de verilmiştir. Madde ortalamalarına göre katılım düzeyi en yüksek olan madde Algılanan Adalet 6 ($\bar{X}=3,83$) ve katılım düzeyi en düşük olan madde Algılanan Adalet 4 ($\bar{X}=3,44$) olduğu görülmektedir.

Tablo 14. Algılanan adalet ölçeği Etkileşimsel Adalet alt boyutu maddeleri için frekans dağılımı ve açıklayıcı istatistikleri

	Kesinlikle Katılmıyorum		Kısmen Katılmıyorum		Kararsızım		Kısmen Katılıyorum		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		Ortalama	Standart Sapma		
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde				
Algılanan Adalet 7	1	0,8	6	4,5	27	20,3	44	33,1	36	27,1	15	11,3	4	3,0	4,27	1,175
Algılanan Adalet 8	5	3,8	11	8,3	28	21,1	38	28,6	31	23,3	14	10,5	6	4,5	4,09	1,395
Algılanan Adalet 9	7	5,3	12	9,0	33	24,8	34	25,6	31	23,3	7	5,3	9	6,8	3,95	1,466

Katılımcıların etkileşimsel adalet boyutu maddelerine verdikleri cevapların frekans ve açıklayıcı istatistik bilgileri Tablo 14’de verilmiştir. Madde ortalamalarına göre katılım düzeyi en yüksek olan madde Algılanan Adalet 7 ($\bar{X}=4,27$) ve katılım düzeyi en düşük olan madde Algılanan Adalet 9 ($\bar{X}=3,95$) olduğu görülmektedir.

Tablo 15. Algılanan adalet ölçeği ve alt boyutları için açıklayıcı istatistikler

Boyut/Ölçek	Ortalama	Standart Sapma
Algılanan Adalet Dağıtımsal ORTALAMA	3,78	1,344
Algılanan Adalet Prosedürel ORTALAMA	3,70	1,168
Algılanan Adalet Etkileşimsel ORTALAMA	4,11	1,202
Algılanan Adalet Ölçeği ORTALAMASI	3,86	1,039

Algılanan adalet ölçeği ve boyutları için açıklayıcı istatistik bilgileri tabloda 15’de verilmiştir. Boyut ortalamalarına göre katılım düzeyi en yüksek olan boyut Algılanan Adalet Etkileşimsel ORTALAMA (4,11) ve katılım düzeyi en düşük olan boyut ise Algılanan Adalet Prosedürel ORTALAMA (3,70) olduğu görülmektedir. Ayrıca ölçeğin genel ortalamasının da 3,86 olduğu görülmektedir.

Tablo 16. Cronbach’s Alpha katsayısının değer aralığı ve yorumları

Alfa katsayısı	Yorumu
0,80 – 1,00	Geliştirilen ölçek/test yüksek güvenilirliğe sahiptir.
0,60 – 0,79	Geliştirilen test oldukça güvenilirlerdir.
0,40 – 0,59	Geliştirilen güvenilirliği düşüktür.
0,00 – 0,39	Geliştirilen test güvenilir değildir.

6. Sonuç

Bu çalışma ile Algılanan Adalet ölçeğinin Türkçeye uyarlama çalışması sürecinde maddeler özgün dilinden hedef dil olan Türkçeye çevrilerek hem dil hem de kavramsal olarak eşdeğerde olması amaçlanmıştır. Sonuçta ulaşılan formun geçerlilik ve güvenilirlik boyutuyla gerekli hesaplanan işlemleri yapılmıştır. Yapılan madde analizleri ve geçerlilik güvenilirlik değerlendirmeleri sonucunda 9 madde ve 3 alt boyuttan oluşan ölçeğin

faktör yapısı olarak da uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal medya üzerinden dile getirilen şikâyetlere firmanın yaklaşımı (firmanın cevabı, çözüm önerileri, telafiler) yani müşteri şikâyet yönetimi takipçilerin havayolu işletmesi hakkındaki adalet algılarını etkilediği varsayılmaktadır. Bu bağlamda Javornik vd.'in (2020:116) uyarlayıp geliştirdiği süreçsel adalet (3 ifade), etkileşimsel adalet (3 ifade) ve dağıtımsal adalet (3 ifade) olmak üzere 9 madde ve üç boyuttan oluşan Algılanan Adalet Ölçeği Türkçe uyarlaması yapılarak alanyazına katkıda bulunulmuştur. Türkçe uyarlaması, bilimsel yöntemlere uygun şekilde kültürel farklılıklar göz önünde bulundurularak beş aşamalı bir tercüme sürecinden sonra hazırlanan maddelerin iki örneklem grubuna anket şeklinde uygulanması ve çıkan sonuçların uyum değerlerinin kabul edilebilir uyum değerleri aralığında olduğu tespit edildikten sonra tamamlanmıştır. Her iki örneklemden elde edilen verilerin güvenilirlik ve geçerlilik çalışması doğrulayıcı faktör analizi ile gerçekleştirilmiştir. Model analizlerinde elde edilen uyum kriteri değerlerinin literatürde kabul gören değer aralıklarında olması ölçek uyarlama çalışmasının güvenilirlik ve geçerlilik anlamında başarılı olduğunu göstermiştir. Ulaşılan bulgular sayesinde ölçek maddelerinin Türk kültürel yapısında uygun olduğu saptanmıştır. Ölçek uyarlama sürecindeki her iki örnekleme de güvenilirlik ve geçerlik bulguları birbiri ile uyumlu değerler vermiştir. Bu sonuç hem ölçeklerin hem de uygulamanın metodoloji kriterleri sağlaması açısından önemli bir sonuçtur. Algılanan Adalet Ölçeğinin orijinal üç boyutlu yapısının aynı şekilde her iki çalışmada da korunduğu gözlemlenmiştir. Her iki örnekleme de geçerlik ve güvenilirlik kriterlerini sağlamıştır. Yapılan güvenilirlik geçerlik çalışmasında her iki örneklem içinde ölçekten madde çıkarılması gerekliliği ortaya çıkmamıştır. Diğer bir ifadeyle ölçek orijinal maddeleri ile birlikte kriterleri sağlamıştır. Ölçek maddelerinin geçerlilik durumlarının yüksek olduğu ve Türkiye'deki hizmet kullanıcılarına yönelik olarak uygulanmasında sakıncanın olmadığı geçerlilik ve güvenilirlik konusunda uygun ölçek değerlerine ulaşılmıştır. Bu çalışma sayesinde gelecekte yapılacak olan benzer araştırmaların yapılmasına imkan sağlayacaktır. Bu ölçeğin Türkçe'ye uyarlanmış olmasıyla, bu ölçek kavramının hem bireysel hem de toplumsal düzeyde araştırılmasına olanak tanımaktadır. Bunun yanında, kültürel uygunluk, ölçeğin güvenilirliği ve geçerliliği açısından önemlidir. Bu tür bir ölçek, psikoloji, işletme, eğitim, hukuk gibi farklı disiplinlerde geniş bir uygulama alanı bulabilecektir.

Kaynakça

- Abdulrasool, H. A., ve Khadhim, E. N. (2018). The effect of perceived justice on customer patronage, and word of mouth. *Al-Qadisiyah Journal for Administrative and Economic Sciences*, 20(3), 13-22.
- Arıkan, R. (2013). Anketler ve anket soruları, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Arslantaş, C. (2005). Algılanan adaletin örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik görgül bir çalışma. *Journal of Management and Economics Research*, 3(4), 264-281.
- Atalay, D. D. (2007). Denklik duyarlılığı açısından algılanan örgütsel adalet-örgütsel bağlanma ilişkisi.
- Attia, A.A. ve Ahmed, A.M. (2020). The Role of Perceived Justice with Service Recovery in The Realtionship Between Empowremet of Frontline Employess and Customer Satisfaction After Service Recovery Customers of Egyptian Internet Companies Case Study. *International Journal of Business, Economics and Law*, 21(5), 134-148.
- Bacile, T. J. (2020). Digital customer service and customer-to-customer interactions: investigating the effect of online incivility on customer perceived service climate. *Journal of Service Management*, 31(3), 441-464.
- Bacile, T.J., Wolter, J.S., Alexis M. A. and Pei Xu. (2018). The effects of online incivility and consumer-to-consumer interactional justice on complainants, observers, and service providers during social media service recovery. *Journal of Interactive Marketing*, 44, 60-81.
- Bagozzi, R. P. and Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16, 74-94.
- Balaji, M. S., Roy, S. K., and Quazi, A. (2017). Customers' emotion regulation strategies in service failure encounters. *European Journal of Marketing*, 51(5/6), 960-982.
- Baykal, A. (1994). Test güvenilirliğini saptama yöntemlerinin güvenilmezliği. *Boğaziçi Üniversitesi Dergisi*, 15, 65-75.

- Bozaci, I., & İşcan, R. V. (2020). Sağlık Kurumlarında Algılanan Hekim Nezaketsizliğinin, Algılanan Adalet ve Hizmetten Kaçınmaya Etkisi: Kırıkkale'de Bir Araştırma. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi= Journal of Consumer and Consumption Research*, 12(1), 35-59.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör Analizi: Temel Kavramlar ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı. *Kuram Ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 32(32), 470-483.
- Çağ, A. (2011). *Algılanan örgütsel adaletin, örgütsel sinizme ve işten ayrılma niyetine etkisinin belirlenmesine yönelik bir araştırma* (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Çakar, N. D., & Yıldız, S. (2009). Örgütsel Adaletin İş Tatmini Üzerindeki Etkisi:" Algılanan Örgütsel Destek" Bir Ara Değişken Mi?. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(28), 68-90.
- Çakıroğlu, A.D. ve Gödekmerdan Önder, L. (2019). Şikâyet yönetim sürecinde müşterilerin algıladığı adaletin müşteri memnuniyeti ve tekrar satın alma niyeti üzerindeki etkisi: bankacılık sektöründe bir uygulama. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 10(2), 414-425.
- Chen, P., and Kim, Y. G. (2019). Role of the perceived justice of service recovery: A comparison of first-time and repeat visitors. *Tourism and Hospitality Research*, 19(1), 98-111.
- Choi, B. and Choi, B.J. (2014). The effects of perceived service recovery justice on customer affection, loyalty, and word-of-mouth. *European Journal of Marketing*, 48(1/2), 108–31.
- Christ-Brendemühl, S., & Schaarschmidt, M. (2022). Customer fairness perceptions in augmented reality-based online services. *Journal of Service Management*, 33(1), 9-32.
- Çilesiz, E., & Selçuk, G. (2018). Hizmet adaleti, fiyat adaleti ve güven algılarının müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisi: Kış koridorunda konaklayan yabancı turistler üzerine bir araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 42-78
- Cintamür, İ. G. (2023). Linking customer justice perception, customer support perception, and customer citizenship behavior to corporate reputation: evidence from the airline industry. *Corporate Reputation Review*, 26(2), 111-132.
- Colquitt, J. A., Greenberg, J., & Zapata-Phelan, C. P. (2013). What is organizational justice? A historical overview. In *Handbook of organizational justice* (pp. 3-56). Psychology Press.
- DeConinck, J. B. (2010). The effect of organizational justice, perceived organizational support, and perceived supervisor support on marketing employees' level of trust. *Journal of business research*, 63(12), 1349-1355.
- DeConinck, J. B., & Johnson, J. T. (2009). The effects of perceived supervisor support, perceived organizational support, and organizational justice on turnover among salespeople. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 29(4), 333-350.
- Del Rio-Lanza, A. B., Vazquez, R. and Diaz-Martin A.M. (2009). Satisfaction with service recovery: Perceived justice and emotional responses. *Journal of Business Research*, 62(8), 775-781. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296308002518>
- Eşkinat, A. (2009). *Müşterinin elde tutulmasında şikayet yönetiminin önemi ve hizmet sektörüne ilişkin bir uygulama* (Doctoral dissertation, Marmara Üniversitesi (Turkey)).
- Gelens, J., Dries, N., Hofmans, J., & Pepermans, R. (2013). The role of perceived organizational justice in shaping the outcomes of talent management: A research agenda. *Human Resource Management Review*, 23(4), 341-353.
- Gilliland, S. W. (1993). The perceived fairness of selection systems: An organizational justice perspective. *Academy of management review*, 18(4), 694-734.
- Gohary, A., Hamzeli, B., and Alizadeh, H. (2016). Please explain why it happened! How perceived justice and customer involvement affect post co-recovery evaluations: A study of Iranian online shoppers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 31, 127–142.

- Gokmenoglu, K. K., & Amir, A. (2021). The impact of perceived fairness and trustworthiness on customer trust within the banking sector. *Journal of Relationship Marketing*, 20(3), 241-260.
- Günsal, E. (2010). *Algılanan örgütsel adalet ile örgütsel yabancılaşma arasındaki ilişki ve bir araştırma* (Master's thesis, Marmara Üniversitesi (Turkey)).
- Hair, J., Black, W., Babin, B. and Anderson, R. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.
- Harun, A., Rokonuzzaman, M., Prybutok, G., and Prybutok, V. R. (2018). How to influence consumer mindset: A perspective from service recovery. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 42, 65-77.
- Hess, R. L. and Ambrose, M. (2010). The four factor model of justice: an application to customer complaint handling: The differential effects of justice on affective and behavioral responses. 9th International Business and Economic Conference, 1-14.
- Homburg, C., and Fürst, A. (2005). How organizational complaint handling drives customer loyalty: an analysis of the mechanistic and the organic approach. *Journal of Marketing*, 69(3), 95-114.
- Hu, L. T. and Bentler, P. (1999). Cut off criteria for fit indexes in covariance structure analysis: conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), s.1-55.
- Huang, M.-H. (2011). Re-examining the effect of service recovery: the moderating role of brand equity. *Journal of Services Marketing*, 25(7), 509-516.
- İçerli, L. (2010). Örgütsel adalet: kuramsal bir yaklaşım. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 5 (1), 67-92.
- İlhan, M. ve Çetin B. (2014). LISREL ve AMOS programları kullanılarak gerçekleştirilen yapısal eşitlik modeli (YEM) analizlerine ilişkin sonuçların karşılaştırılması. *Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi*, 5(2), 26-42.
- Javornik, A., Filieri, R. and Gumann, R. (2020). "Don't forget that others are watching, too!" the effect of conversational human voice and reply length on observers' perceptions of complaint handling in social media. *Journal of Interactive Marketing*, 50, 100-119.
- Karasar, N. (2014). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım Ltd. Şti.
- Karatepe, O.M. (2006). Customer complaints and organizational responses: the effects of complainants' perceptions of justice on satisfaction and loyalty. *Hospitality Management*, 25, 69-90.
- Köroğlu, A., & Yıldız, S. (2023). Covid 19 Pandemi Sürecinde Online Satışlarda Algılanan Adaletin Tüketici Sinizmi Üzerine Etkisi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(1), 197-211.
- Malhotra, N. and Dash, S. (2011). *Marketing Research an Applied Orientation*. Pearson Publishing: London.
- Maxham III, J. G., & Netemeyer, R. G. (2003). Firms reap what they sow: the effects of shared values and perceived organizational justice on customers' evaluations of complaint handling. *Journal of Marketing*, 67(1), 46-62.
- Moorman, R. H. (1991). Relationship between organizational justice and organizational citizenship behaviors: Do fairness perceptions influence employee citizenship?. *Journal of applied psychology*, 76(6), 845.
- Nikbin, D., Ismail, I., Marimuthu, M. and Jalalkamali. (2010). Perceived justice in service recovery and recovery satisfaction: the moderating role of corporate image. *International Journal of Marketing Studies*, 2(2), 47-56.
- Olçay, A., & Özekici, Y. K. (2018). Restoranlarda Algılanan Adalet Ve Telafi Memnuniyetinin Memnuniyet Ve Sadakat Üzerindeki Rolü: Adalet Teorisine Dayalı Bir Araştırma. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19(2), 480-499.
- Olk, S., Lindenmeier, J., Tscheulin, D. K., & Zogaj, A. (2021). Emotional labor in a non-isolated service encounter-The impact of customer observation on perceived authenticity and perceived fairness. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58, 102316.

- Özdevecioğlu, M. (2004). Algılanan örgütsel desteğin işten ayrılma niyeti üzerindeki etkileri. *Amme İdaresi Dergisi*, 37(4), 97-115.
- Özdevecioğlu, M. (2013). Algılanan örgütsel destek ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkilerin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(2), 113-130.
- Özkan, O.S. and Üzüm, B. (2022). Araçsallık İklimi Ölçeği'nin Doğrulayıcı Faktör Analizi ile Türkçe'ye Uyarlanması. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 269-276.
- Öztürk, İ., & Yılmaz, İ. (2020). Otel müşterilerinin hizmet adalet algıları ve davranışsal niyetleri arasındaki ilişkide hizmet telafisi tatmini ve genel tatminin aracılık rolü. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2361-2377.
- Özyer, K., & Azizoglu, Ö. (2014). İş hayatında kadınların önündeki cam tavan engelleri ile algılanan örgütsel adalet arasındaki ilişki. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(1).
- Singh, J., and Crisafulli, B. (2016). Managing online service recovery: procedures, justice and customer satisfaction. *Journal of Service Theory and Practice*, 26(6), 764-787.
- Tavşancıl, E. (2010). Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi. Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Tax, S.S. and Brown, S.W. (2000). Service recovery: Research insights and practices. In *Handbook of Services Marketing and Management*. Teresa Swartz, Dawn Iacobucci, editors. Thousand Oaks: Sage, 271-286.
- Tax, S.S., Brown, S.W. and Chandrashekar, M. (1998). Customer evaluations of service complaint experiences: implications for relationship marketing. *Journal of Marketing*, 62(2), 60-76.
- Tokgöz, N. (2011). Örgütsel sinisizm, örgütsel destek ve örgütsel adalet ilişkisi: Elektrik dağıtım işletmesi çalışanları örneği. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6(2), 363-387.
- Tosun, N., & Söyük, S. (2019). Şikayet yönetimi perspektifinden müşteri memnuniyeti ve davranışsal niyet üzerine kavramsal bir model önerisi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(4), 1873-1887.
- Töremen, F., & Tan, Ç. (2010). Eğitim örgütlerinde adalet: Kavramsal bir çözümleme. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, (14), 58-70.
- Yürür, S., Gümüş, M., & Hamarat, B. (2011). Çalışan-Müşteri İlişkilerinde Algılanan Adalet/Adaletsizliğin Duygusal Emek Davranışlarına Etkisi. *Journal of Yaşar University/Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 6(23).

EK. 1: Uyarlaması yapılan algılanan adalet ölçeğinin Orijinali

Tablo 17. (Original Version of the Perceived Justice Scale) Algılanan Adalet ölçeğinin orijinal hali

Perceived Justice		1	2	3	4	5	6	7
Distributive justice								
1	In handling the complaint, Emirates gave the complaining user what she needed.							
2	The complaining user received what she required							
3	The result that the complaining user received from the complaint was fair							
Procedural justice								
4	Emirates gave a chance to tell them the details of the problem							
5	Emirates adapted its complaint handling procedures to satisfy the needs of the complaining user							
6	Overall, the procedures followed by Emirates in handling the problem were fair							
Interactional justice								
7	The employee who answered the post seemed to be very interested in the problem							
8	The employee who answered the post understood exactly the problem							
9	The employee who answered the post was very keen on solving the problem							

“Note: All items use seven-point Likert scales anchored at 1 (strongly disagree) and 7 (strongly agree)”

EK. 2: Uyarlaması yapılan algılanan adalet ölçeğinin Türkçe uyarlanmış maddeleri

Tablo 18. Algılanan Adalet Ölçeğinin Türkçe uyarlanmış hali

ALGILANAN ADALET ÖLÇEĞİ		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılmıyorum	Kararsızım	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Dağıtımsal Adalet,		1	2	3	4	5	6	7
1	X İşletmesi, şikâyeti ele alırken şikâyetçi kullanıcıya ihtiyacı olanı verdi.	1	2	3	4	5	6	7
2	Şikâyetçi kullanıcı istediğini aldı	1	2	3	4	5	6	7
3	Şikâyette bulunan kullanıcının şikâyetten aldığı sonuç adilci.	1	2	3	4	5	6	7
Prosedürel Adalet,		1	2	3	4	5	6	7
4	X İşletmeleri onlara sorunun detaylarını anlatma fırsatı verdi.	1	2	3	4	5	6	7
5	X İşletmeleri, şikâyeti ele alma prosedürlerini şikâyette bulunan kullanıcının ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde uyarlamıştır.	1	2	3	4	5	6	7
6	Genel olarak, X İşletmeleri'nin sorunu ele alırken izlediği prosedürler adilci	1	2	3	4	5	6	7
Etkileşimsel Adalet,		1	2	3	4	5	6	7
7	Gönderiyi yanıtlayan çalışan, sorunla çok ilgili görünüyordu.	1	2	3	4	5	6	7
8	Gönderiyi cevaplayan çalışan sorunu tam olarak anlamış.	1	2	3	4	5	6	7
9	Gönderiyi yanıtlayan çalışan, sorunu çözme konusunda çok istekliydi.	1	2	3	4	5	6	7