



T.C.
GAZİOSMANPAŞA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

FİNANSAL OKURYAZARLIK VE BANKA MÜŞTERİ SEGMENTASYONLARI ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Hazırlayan
Eray BAYSA

İşletme Anabilim Dalı
Muhasebe-Finansman Bilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Danışman
Doç. Dr. Süleyman Serdar KARACA

TOKAT – 2015



T.C.
GAZİOSMANPAŞA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

FİNANSAL OKURYAZARLIK VE BANKA MÜŞTERİ SEGMENTASYONLARI ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Hazırlayan

Eray BAYSA

İşletme Anabilim Dalı

Muhasebe-Finansman Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Danışman

Doç. Dr. Süleyman Serdar KARACA

TOKAT – 2015

FINANSAL OKURYAZARLIK VE BANKA MÜŞTERİ
SEGMENTASYONLARI ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Tezin Kabul Ediliş Tarihi: 18 / 09 / 2015

Jüri Üyeleri (Unvanı, Adı Soyadı)

Başkan : Prof. Dr. Fatih Coşkun ERTAŞ

Üye : Doç. Dr. Süleyman Serdar KARACA

Üye: Yrd. Doç. Dr. Eşref Savaş BAŞCI

Üye :

Üye :

İmzası

S. Karaca
E. Savaş

Bu tez, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun 10.../09/2015 tarih ve 28-02 sayılı oturumunda belirlenen jüri tarafından kabul edilmiştir.

Enstitü Müdürü: Prof.Dr.Mustafa ÇOLAK
Enstitü Müdürü



ETİK SÖZLEŞME

T.C.

GAZİOSMANPAŞA ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

Bu belge ile bu tezdeki bütün bilgilerin akademik kurallara ve etik ilkelere uygun olarak toplanıp sunulduğunu, bu kural ve ilkelerin gereği olarak, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce ve sonuçlara atıf yaptığımı ve kaynağını gösterdiğimi beyan ederim.

07/09/2015

Eray BAYSA

TEŞEKKÜR

Yüksek lisans eğitimime başlayarak hayallerime yürümeye başladığım bu zorlu yolda eksikliğini hiçbir zaman hissetmediğim, kişiliğiyle örnek teşkil eden danışmanım, kıymetli hocam Doç. Dr. Süleyman Serdar Karaca'ya, tezimin uygulama kısmındaki eksiklikleri gözden geçirerek yardımlarını esirgemeyen, çok değerli vaktini aldığım kıymetli hocam Yrd. Doç. Dr. Eşref Savaş BAŞCI'ya teşekkür ederim.

Yüksek lisans eğitimim sürecindeki değerli katkılarından dolayı Prof. Dr. Fatih Coşkun ERTAŞ'a ve Yrd. Doç. Dr. Mustafa GÜL'e teşekkür ederim.

Tez yazım sürecinde ve özellikle istatistiksel analiz konusunda yardımlarını aldığım kıymetli dostum Öğretim Görevlisi Emre ÇAM'a teşekkür ederim.

Tezimin uygulama kısmı için gerekli olan verilerin toplanmasında, hafta sonlarının büyük bir kısmını benimle beraber ölçek dağıtarak geçiren arkadaşım ve her şeyden önce iyi bir dost olan Menderes KÖMÜR'e teşekkür etmeyi unutursam haksızlık etmiş olurum. Ayrıca tez yazım sürecinde yardımlarını esirgemeyen Seda ALDEMİR'e, Tekin SAYGILI'ya ve Öğretim Görevlisi Mehmet IŞIK'a teşekkür ederim.

Son olarak bizleri okutabilmek ve dürüst bir insan olarak yetiştirebilmek adına, gecesini gündüzünü yollarda geçiren babam Hikmet BAYSA'ya ve asla hakkını ödeyemeyeceğim annem Fatma BAYSA'ya teşekkür ederim.

Eray BAYSA

ÖZET

Bankalar, günümüzde benzer finansal özelliklere sahip müşterilerinin farklı finansal ihtiyaçlarına etkili bir şekilde cevap verebilmek, özelliklerine göre farklı pazarlama stratejilerinin uygulanmasını ve sürekli yeni stratejilerin geliştirilmesini sağlamak amacıyla müşteri profillerini segmentlere ayırmaktadır. Bankaların önemli bir müşteri grubunu temsil eden bireysel müşteriler ile ülke ekonomisine katma değer oluşturmak amacıyla faaliyet gösteren ticari ve tarımsal müşteri grubu, bankaların kullanmış olduğu segment grubu isimlerindendir. Ekonomide yaşanan hızlı değişim ve özellikle bankaların risk iştahında meydana gelen artmanın beraberinde gelen karmaşık finansal ürün yapısı, her bireyin finansal anlamda doğru bir şekilde mali kararlar almasını zorunlu kıldığı gibi, banka segment müşterileri içinde hayati önem taşımaktadır. Bu durum ise finansal okuryazarlığın ne kadar önemli olduğunu ortaya çıkarmaktadır.

Bu çalışmada, Tokat ilindeki banka segment müşterilerinin finansal okuryazarlık düzeyleri ölçülmeye çalışılmıştır. Tokat merkez ilçede bireysel, ticari ve tarımsal olarak segmente edilebilen banka müşterilerinin finansal okuryazarlık düzeylerini ve hangi segment grubunun daha finansal okuryazar olduğunu ortaya koymaya yöneliktir.

Araştırmada, banka segment müşterilerinin finansal okuryazarlık seviyesinin düşük olduğu tespit edilmiştir. Finansal okuryazarlık seviyesinin, söz konusu segment grupları içerisinde en düşük olanının tarımsal segment grubu, en fazla olanının ise ticari segment grubu olduğu bulgularına ulaşılmıştır. Aynı zamanda finansal okuryazarlık seviyelerinin ölçülmesi amacıyla oluşturulan ölçeğin alt faktörlerinin birbirleri ile ilişkili oldukları bulgusuna da rastlanılmıştır. Yapılan araştırma sonucunda elde edilen bulgulara istinaden, banka segment müşterilerinin finansal okuryazarlık düzeylerinin geliştirilmesine ilişkin önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Segment, Segmentasyon, Finansal Okuryazarlık, Risk İştahı, Kredi

ABSTRACT

Today banks are segmenting customer profiles in order to respond effectively to the diverse financial needs of its customers with similar financial characteristics, ensure the implementation of different marketing strategies according to the characteristics of these customers and develop new strategies. Retail customers representing an important group of customers of banks, corporate and agricultural customer groups who operate in order to create added value to country's economy are the names of segments used by the banks. Complex financial product structure emerged with rapid changes in economy and increase occurring in the risk appetite of the banks makes it necessary for individuals to make correct financial decisions and this structure is also vitally important for segment customers of the banks. This reveals the importance of financial literacy.

In this study, financial literacy levels of segment customers of banks in Tokat are tried to be determined. It has been aimed to present financial literacy levels of bank customers, who can be segmented as retail, corporate and agricultural customers, and which segment group has higher financial literacy levels in the central district of Tokat province.

In the study, financial literacy of segment customers of banks are found to be at low levels. The lowest level of financial literacy is found to be in the agricultural segment group, while the highest level of financial literacy is found to be in the corporate segment group, respectively. Furthermore, the sub-factors of the scale, which was developed to measure financial literacy levels of segment customers, are found to be associated with each other. Considering the findings of the study, some recommendations are provided in order to improve the financial literacy levels of segment customers of banks.

Key Words: Segment, Segmentation, Financial Literacy, Risk Appetite, Credit

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
ETİK SÖZLEŞME.....	i
TEŞEKKÜR.....	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT.....	iv
İÇİNDEKİLER	v
TABLolar LİSTESİ.....	x
ŞEKİLLER LİSTESİ	xvii
KISALTMALAR.....	xix
GİRİŞ	1
BÖLÜM 1: OKURYAZARLIK KAVRAMI, FİNANSAL OKURYAZARLIK, FİNANSAL OKURYAZARLIĞIN ÖNEMİ VE FİNANSAL EĞİTİM.....	4
1.1. OKURYAZARLIK KAVRAMI.....	4
1.1.1. Bilgi Okuryazarlığı.....	7
1.1.1.1. Bilgi Okuryazarlığıyla İlişkili Diğer Okuryazarlık Türleri	8
1.2. FİNANSAL OKURYAZARLIK	9
1.2.1. Finansal Okuryazarlık Kavramı	9
1.2.2. Finansal Okuryazar Olan Kişi	15
1.3. FİNANSAL KÜRESELLEŞME VE BERABERİNDE GETİRDİKLERİ.....	15
1.3.1. Finansın Küreselleşmesi	16
1.3.1.1. Finansal Küreselleşmenin Ekonomik Yararları	17
1.3.1.2. Finansal Küreselleşmenin Ekonomik Zararları	18
1.3.1.3. Finansal Küreselleşmeyle Beraber Karmaşık Finansal Ürünler	19

1.4. FİNANSAL OKURYAZARLIĞIN ÖNEMİ	20
1.4.1. Finansal Okuryazarlığın Geliştirilmesi.....	24
1.4.2. Finansal Okuryazarlık İçin Artan İhtiyaç	25
1.4.3. Finansal Sistemde Risk İştahı.....	26
1.5. FİNANSAL EĞİTİM	39
1.5.1. Finansal Eğitim Nedir?	41
1.5.2. Finansal Eğitim ve Finansal Tüketicilerin Korunması	42
1.5.3. Finansal Eğitim Niçin Önemlidir?.....	43
1.5.4. Finansal Okuryazarlık Eğitiminde Yaşanabilecek Sıkıntılar	48
1.5.5. Finansal Eğitimin Faydaları	48
1.5.5.1. Bireysel Refaha Katkısı.....	49
1.5.5.2. Finansal Piyasalara ve Finansal İstikrara Katkısı.....	50
1.5.5.3. Tüm Ekonomiye ve Toplumsal Refaha Katkısı	56
1.6. BANKALARDA MÜŞTERİ SEGMENTASYONU.....	57
BÖLÜM 2: LİTERATÜR TARAMASI	61
BÖLÜM 3: TOKAT İLİNDE BANKA MÜŞTERİ SEGMENTASYONLARI	
ARASINDA FİNANSAL OKURYAZARLIK DÜZEYİNE YÖNELİK BİR	
ARAŞTIRMA.....	74
3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ	74
3.1.1. Araştırmanın Amacı	74
3.1.2. Araştırmanın Önemi ve Kapsamı	75
3.2. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI	76
3.3. ARAŞTIRMANIN KISITLARI.....	76
3.4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	77
3.4.1. Evren ve Örneklem.....	77

3.4.2. Veri Toplama Araçları.....	77
3.4.3. Verilerin Analizi	78
3.5. BULGULAR	79
3.5.1. Katılımcılara İlişkin Genel Bulgular	79
3.5.2. Araştırmada Kullanılan Ölçeğin Geçerlik Analizi (Açımlayıcı Faktör Analizi).....	89
3.5.3. Araştırmada Kullanılan Ölçeğin Güvenirlik Analizi (İç Tutarlılık Katsayısı)	94
3.5.4. Banka Segment Müşterilerinin Operasyonel İşlem Faktörüne İlişkin Düzeyleri	95
3.5.4.1. Cinsiyet Değişkeni Açısından (t-test).....	95
3.5.4.2. Yaş Grubu Değişkeni Açısından (Anova)	96
3.5.4.3. Eğitim Durumu Değişkeni Açısından (Anova).....	98
3.5.4.4. Çalışılan Sektör Değişkeni Açısından (Anova).....	99
3.5.4.5. Gelir Durumu Değişkeni Açısından (Anova).....	101
3.5.4.6. Temsil Ettikleri Segment Grubu Değişkeni Açısından (Anova)	103
3.5.4.7. Kredi Kullanımı Değişkeni Açısından (t-test).....	104
3.5.4.8. Bankalarda Operasyonel İşlem Yapma Değişkeni Açısından (t-test).....	105
3.5.4.9. Yatırım Aracı Tercihi Değişkeni Açısından (Anova)	106
3.5.5. Banka Segment Müşterilerinin Kredibilite ve Güvenlik Faktörüne İlişkin Düzeyleri	108
3.5.5.1. Cinsiyet Değişkeni Açısından (t-test).....	108
3.5.5.2. Yaş Grubu Değişkeni Açısından (Anova)	108
3.5.5.3. Eğitim Durumu Değişkeni Açısından (Anova).....	109
3.5.5.4. Çalışılan Sektör Değişkeni Açısından (Anova).....	111
3.5.5.5. Gelir Durumu Değişkeni Açısından (Anova).....	112
3.5.5.6. Temsil Ettikleri Segment Grubu Değişkeni Açısından (Anova).....	114

3.5.5.7. Kredi Kullanımı Değişkeni Açısından (t-test).....	115
3.5.5.8. Bankalarda Operasyonel İşlem Yapma Değişkeni Açısından (t-test).....	116
3.5.5.9. Yatırım Aracı Tercihi Değişkeni Açısından (Anova)	117
3.5.6. Banka Segment Müşterilerinin Ekonomi Yorumu Kabiliyeti Faktörüne İlişkin Düzeyleri	118
3.5.6.1. Cinsiyet Değişkeni Açısından (t-test).....	118
3.5.6.2. Yaş Grubu Değişkeni Açısından (Anova)	119
3.5.6.3. Eğitim Durumu Değişkeni Açısından (Anova).....	120
3.5.6.4. Çalışılan Sektör Değişkeni Açısından (Anova).....	122
3.5.6.5. Gelir Durumu Değişkeni Açısından (Anova).....	123
3.5.6.6. Temsil Ettikleri Segment Grubu Değişkeni Açısından (Anova).....	124
3.5.6.7. Kredi Kullanımı Değişkeni Açısından (t-test).....	125
3.5.6.8. Bankalarda Operasyonel İşlem Yapma Değişkeni Açısından (t-test).....	126
3.5.6.9. Yatırım Aracı Tercihi Değişkeni Açısından (Anova)	127
3.5.7. Banka Segment Müşterilerinin Riskten Korunma Faktörüne İlişkin Düzeyleri	128
3.5.7.1. Cinsiyet Değişkeni Açısından (t-test).....	128
3.5.7.2. Yaş Grubu Değişkeni Açısından (Anova)	129
3.5.7.3. Eğitim Durumu Değişkeni Açısından (Anova).....	130
3.5.7.4. Çalışılan Sektör Değişkeni Açısından (Anova).....	131
3.5.7.5. Gelir Durumu Değişkeni Açısından (Anova).....	132
3.5.7.6. Temsil Ettikleri Segment Grubu Değişkeni Açısından (Anova).....	134
3.5.7.7. Kredi Kullanımı Değişkeni Açısından (t-test).....	135
3.5.7.8. Bankalarda Operasyonel İşlem Yapma Değişkeni Açısından (t-test).....	135
3.5.7.9. Yatırım Aracı Tercihi Değişkeni Açısından (Anova)	136

3.5.8. Banka Segment Müşterilerinin Sözleşme Metni Bilinirliği Faktörüne İlişkin Düzeyleri	137
3.5.8.1. Cinsiyet Değişkeni Açısından (t-test).....	137
3.5.8.2. Yaş Grubu Değişkeni Açısından (Anova)	138
3.5.8.3. Eğitim Durumu Değişkeni Açısından (Anova).....	139
3.5.8.4. Çalışılan Sektör Değişkeni Açısından (Anova).....	141
3.5.8.5. Gelir Durumu Değişkeni Açısından (Anova).....	142
3.5.8.6. Temsil Ettikleri Segment Grubu Değişkeni Açısından (Anova)	143
3.5.8.7. Kredi Kullanımı Değişkeni Açısından (t-test).....	144
3.5.8.8. Bankalarda Operasyonel İşlem Yapma Değişkeni Açısından (t-test).....	145
3.5.8.9. Yatırım Aracı Tercihi Değişkeni Açısından (Anova)	146
3.5.9. Faktörler Bazında Banka Segment Müşterilerinin Finansal Okuryazarlık Ölçeğine İlişkin Düzeyi ve Yönü Açısından Yapılan Korelasyon (Simple Correlation: Pearson Correlation) Analizi	147
SONUÇ	150
KAYNAKLAR	158
EK: ANKET FORMU	174
ÖZGEÇMİŞ	176

TABLOLAR LİSTESİ

<u>Tablo No</u>	<u>Sayfa</u>
Tablo 1. 1: Literatürde Yer Alan Okuryazarlık Türleri	9
Tablo 1. 2: Yerli ve Yabancı Kredi Kartlarının Yurt İçi Kullanımı	29
Tablo 1. 3: Yerli ve Yabancı Banka Kartlarının Yurt İçi Kullanımı	30
Tablo 1. 4: Kart Sayıları	31
Tablo 1. 5: 2010-2015 Yılı Kart Sayıları	32
Tablo 1. 6: Günlük Bankacılık Sektör Raporu	35
Tablo 3. 1: α : 0.05 İçin Örneklem Büyüklükleri	77
Tablo 3. 2: KMO ve Barlett Küresellik Testi (4. Faktör Analizi Sonucu)	90
Tablo 3. 3: Ölçekten Çıkarılan Madde Numaraları	92
Tablo 3. 4: Açımlayıcı Faktör Analizi (Döndürülmüş Temel Bileşenler Analizi)	93
Tablo 3. 5: Ölçeğin Tamamı İçin Cronbach Alfa Katsayısı	95
Tablo 3. 6: Finansal Okuryazarlık Ölçeğinin Alt Boyutlarının Cronbach Alfa Katsayısı.....	95
Tablo 3. 7: Banka Segment Müşterilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeyine Ait Operasyonel İşlem Faktörüne İlişkin Düzeylerinin Cinsiyete Göre Değişimi Tablosu	96
Tablo 3. 8: Banka Segment Müşterilerinin Yaş Gruplarına Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Operasyonel İşlemler Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova).....	96
Tablo 3. 9: Banka Segment Müşterilerinin Yaş Gruplarına Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Operasyonel İşlemler Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları.....	97
Tablo 3. 10: Banka Segment Müşterilerinin Eğitim Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Operasyonel İşlemler Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova).....	98
Tablo 3. 11: Banka Segment Müşterilerinin Eğitim Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Operasyonel İşlemler Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları.....	98
Tablo 3. 12: Banka Segment Müşterilerinin Çalışılan Sektöre Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Operasyonel İşlemler Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova).....	100
Tablo 3. 13: Banka Segment Müşterilerinin Çalıştıkları Sektöre Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Operasyonel İşlemler Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları.....	100

Tablo 3. 14: Banka Segment Müşterilerinin Gelir Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Operasyonel İşlemler Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova).....	102
Tablo 3. 15: Banka Segment Müşterilerinin Gelir Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Operasyonel İşlemler Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları.....	102
Tablo 3. 16: Banka Segment Müşterilerinin Temsil Ettikleri Segment Grubu Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Operasyonel İşlemler Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)	103
Tablo 3. 17: Banka Segment Müşterilerinin Temsil Ettikleri Segment Grubu Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Operasyonel İşlemler Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları	104
Tablo 3. 18: Banka Segment Müşterilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeyine Ait Operasyonel İşlem Faktörüne İlişkin Düzeylerinin Kredi Kullanımına Göre Değişimi Tablosu.....	105
Tablo 3. 19: Banka Segment Müşterilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeyine Ait Operasyonel İşlem Faktörüne İlişkin Düzeylerinin Operasyonel İşlem Yapma Durumuna Göre Değişimi Tablosu.....	106
Tablo 3. 20: Banka Segment Müşterilerinin Yatırım Aracı Tercihi Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Operasyonel İşlemler Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)	106
Tablo 3. 21: Banka Segment Müşterilerinin Yatırım Aracı Tercihi Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Operasyonel İşlemler Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları	107
Tablo 3. 22: Banka Segment Müşterilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeyine Ait Kredibilite ve Güvenlik Faktörüne İlişkin Düzeylerinin Cinsiyete Göre Değişimi Tablosu.....	108
Tablo 3. 23: Banka Segment Müşterilerinin Yaş Gruplarına Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Kredibilite ve Güven Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)	108
Tablo 3. 24: Banka Segment Müşterilerinin Yaş Grubuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Kredibilite ve Güven Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları	109
Tablo 3. 25: Banka Segment Müşterilerinin Eğitim Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Kredibilite ve Güvenlik Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)	110

Tablo 3. 26: Banka Segment Müşterilerinin Eğitim Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Kredibilite ve Güvenlik Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları	110
Tablo 3. 27: Banka Segment Müşterilerinin Çalışılan Sektöre Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Kredibilite ve Güvenlik Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)	111
Tablo 3. 28: Banka Segment Müşterilerinin Çalıştıkları Sektöre Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Kredibilite ve Güvenlik Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları	112
Tablo 3. 29: Banka Segment Müşterilerinin Gelir Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Kredibilite ve Güvenlik Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)	113
Tablo 3. 30: Banka Segment Müşterilerinin Gelir Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Kredibilite ve Güvenlik Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları	113
Tablo 3. 31: Banka Segment Müşterilerinin Temsil Ettikleri Segment Grubu Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Kredibilite ve Güvenlik Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)	114
Tablo 3. 32: Banka Segment Müşterilerinin Temsil Ettikleri Segment Grubu Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Kredibilite ve Güvenlik Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları	115
Tablo 3. 33: Banka Segment Müşterilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeyine Ait Kredibilite ve Güvenlik Faktörüne İlişkin Düzeylerinin Kredi Kullanımına Göre Değişimi Tablosu.	116
Tablo 3. 34: Banka Segment Müşterilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeyine Ait Kredibilite Faktörüne İlişkin Düzeylerinin Operasyonel İşlem Yapma Durumuna Göre Değişimi Tablosu.....	116
Tablo 3. 35: Banka Segment Müşterilerinin Yatırım Aracı Tercihi Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Kredibilite ve Güvenlik Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)	117
Tablo 3. 36: Banka Segment Müşterilerinin Yatırım Aracı Tercihi Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Kredibilite ve Güvenlik Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları	118
Tablo 3. 37: Banka Segment Müşterilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeyine Ait Ekonomik Yorum Kabiliyeti Faktörüne İlişkin Düzeylerinin Cinsiyete Göre Değişimi Tablosu	119

Tablo 3. 38: Banka Segment Müşterilerinin Yaş Gruplarına Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Ekonomi Yorumu Kabiliyeti Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)	119
Tablo 3. 39: Banka Segment Müşterilerinin Yaş Grubuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Ekonomi Yorumu Kabiliyeti Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları .120	
Tablo 3. 40: Banka Segment Müşterilerinin Eğitim Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Ekonomi Yorumu Kabiliyeti Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)	121
Tablo 3. 41: Banka Segment Müşterilerinin Eğitim Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Ekonomi Yorumu Kabiliyeti Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları .121	
Tablo 3. 42: Banka Segment Müşterilerinin Çalışılan Sektöre Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Ekonomi Yorumu Kabiliyeti Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)	122
Tablo 3. 43: Banka Segment Müşterilerinin Çalıştıkları Sektöre Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Ekonomi Yorumu Kabiliyeti Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları .122	
Tablo 3. 44: Banka Segment Müşterilerinin Gelir Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Ekonomi Yorumu Kabiliyeti Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)	123
Tablo 3. 45: Banka Segment Müşterilerinin Gelir Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Ekonomi Yorumu Kabiliyeti Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları .123	
Tablo 3. 46: Banka Segment Müşterilerinin Temsil Ettikleri Segment Grubu Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Ekonomi Yorumu Kabiliyeti Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)	124
Tablo 3. 47: Banka Segment Müşterilerinin Temsil Ettikleri Segment Grubu Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Ekonomi Yorumu Kabiliyeti Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları	125
Tablo 3. 48: Banka Segment Müşterilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeyine Ait Ekonomi Yorumu Kabiliyeti Faktörüne İlişkin Düzeylerinin Kredi Kullanımına Göre Değişimi	
Tablosu	126

Tablo 3. 49: Banka Segment Müşterilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeyine Ait Ekonomi Yorumu Kabiliyeti Faktörüne İlişkin Düzeylerinin Operasyonel İşlem Yapma Durumuna Göre Değişimi Tablosu	127
Tablo 3. 50: Banka Segment Müşterilerinin Yatırım Aracı Tercih Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Ekonomi Yorumu Kabiliyeti Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)	127
Tablo 3. 51: Banka Segment Müşterilerinin Yatırım Aracı Tercih Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Ekonomi Yorumu Kabiliyeti Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları	128
Tablo 3. 52: Banka Segment Müşterilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeyine Ait Riskten Korunma Faktörüne İlişkin Düzeylerinin Cinsiyete Göre Değişimi Tablosu	129
Tablo 3. 53: Banka Segment Müşterilerinin Yaş Gruplarına Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Riskten Korunma Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)	129
Tablo 3. 54: Banka Segment Müşterilerinin Yaş Grubuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Riskten Korunma Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları	130
Tablo 3. 55: Banka Segment Müşterilerinin Eğitim Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Riskten Korunma Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)	130
Tablo 3. 56: Banka Segment Müşterilerinin Eğitim Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Riskten Korunma Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları	131
Tablo 3. 57: Banka Segment Müşterilerinin Çalışılan Sektöre Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Riskten Korunma Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)	132
Tablo 3. 58: Banka Segment Müşterilerinin Çalıştıkları Sektöre Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Riskten Korunma Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları	132
Tablo 3. 59: Banka Segment Müşterilerinin Gelir Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Riskten Korunma Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)	133
Tablo 3. 60: Banka Segment Müşterilerinin Gelir Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Riskten Korunma Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları	133
Tablo 3. 61: Banka Segment Müşterilerinin Temsil Ettikleri Segment Grubu Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Riskten Korunma Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)	134

Tablo 3. 62: Banka Segment Müşterilerinin Temsil Ettikleri Segment Grubu Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Riskten Korunma Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları	134
Tablo 3. 63: Banka Segment Müşterilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeyine Ait Riskten Korunma Faktörüne İlişkin Düzeylerinin Kredi Kullanımına Göre Değişimi Tablosu	135
Tablo 3. 64: Banka Segment Müşterilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeyine Ait Riskten Korunma Faktörüne İlişkin Düzeylerinin Operasyonel İşlem Yapma Durumuna Göre Değişimi Tablosu	136
Tablo 3. 65: Banka Segment Müşterilerinin Yatırım Aracı Tercihi Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Riskten Korunma Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)	136
Tablo 3. 66: Banka Segment Müşterilerinin Yatırım Aracı Tercihi Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Riskten Korunma Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları	137
Tablo 3. 67: Banka Segment Müşterilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeyine Ait Sözleşme Metni Bilinirliği Faktörüne İlişkin Düzeylerinin Cinsiyete Göre Değişimi Tablosu	138
Tablo 3. 68: Banka Segment Müşterilerinin Yaş Gruplarına Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Sözleşme Metni Bilinirliği Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)	138
Tablo 3. 69: Banka Segment Müşterilerinin Yaş Grubuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Sözleşme Metni Bilinirliği Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları	139
Tablo 3. 70: Banka Segment Müşterilerinin Eğitim Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Sözleşme Metni Bilinirliği Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)	140
Tablo 3. 71: Banka Segment Müşterilerinin Eğitim Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Sözleşme Metni Bilinirliği Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları	140
Tablo 3. 72: Banka Segment Müşterilerinin Çalışılan Sektöre Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Sözleşme Metni Bilinirliği Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)	141
Tablo 3. 73: Banka Segment Müşterilerinin Çalıştıkları Sektöre Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Sözleşme Metni Bilinirliği Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları	141
Tablo 3. 74: Banka Segment Müşterilerinin Gelir Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Sözleşme Metni Bilinirliği Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)	142

Tablo 3. 75: Banka Segment Müşterilerinin Gelir Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Sözleşme Metni Bilinirliği Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları	142
Tablo 3. 76: Banka Segment Müşterilerinin Temsil Ettikleri Segment Grubu Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Sözleşme Metni Bilinirliği Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)	143
Tablo 3. 77: Banka Segment Müşterilerinin Temsil Ettikleri Segment Grubu Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Sözleşme Metni Bilinirliği Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları	143
Tablo 3. 78: Banka Segment Müşterilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeyine Ait Sözleşme Metni Bilinirliği Faktörüne İlişkin Düzeylerinin Kredi Kullanımına Göre Değişimi Tablosu	144
Tablo 3. 79: Banka Segment Müşterilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeyine Ait Riskten Korunma Faktörüne İlişkin Düzeylerinin Operasyonel İşlem Yapma Durumuna Göre Değişimi Tablosu	145
Tablo 3. 80: Banka Segment Müşterilerinin Yatırım Aracı Tercih Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Sözleşme Metni Bilinirliği Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)	146
Tablo 3. 81: Banka Segment Müşterilerinin Yatırım Aracı Tercih Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Sözleşme Metni Bilinirliği Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları	146
Tablo 3. 82: Faktörler bazında Banka Segment Müşterilerinin Finansal Okuryazarlık Ölçeğine İlişkin Basit Korelasyon Katsayıları.....	147

ŞEKİLLER LİSTESİ

<u>Sekil No</u>	<u>Sayfa</u>
Şekil 1. 1: Kredilerin Gelişimi	26
Şekil 1. 2: Kredilerin Dağılımı	27
Şekil 1. 3: Kredi Türlerinin Gelişimi	28
Şekil 1. 4: Bankacılık Kesiminin Aralık/2014 Yılı Aktif-Pasif Kalemleri	33
Şekil 1. 5: Bankaların Aralık/2014 Yılına İlişkin Toplam Varlıkları	34
Şekil 1. 6: Bankaların Aralık/2014 Yılına İlişkin Aktif Pasif Kalemleri	36
Şekil 1. 7: Mevduatın Gelişimi	37
Şekil 1. 8: Mevduatın Türlerine Göre Dağılımı (Aralık 2014)	38
Şekil 1. 9: Hane Halkı Borçluluk Göstergelerinin Gelişimi	45
Şekil 1. 10: Hanehalkı Borcunun* Toplam Finansal Varlıklarına Oranı (%)	46
Şekil 1. 11: Hanehalkı Varlık ve Yükümlülüklerinin Gelişimi (Milyar TL, Yüzde)	47
Şekil 1. 12: Eğitim Düzeylerine Göre Tasarruf Oranları	51
Şekil 1. 13: Eğitim Düzeylerine Göre Tasarruf Oranları, 2003-2008	51
Şekil 1. 14: Türkiye'nin Tasarruf Eğilimleri Araştırması	53
Şekil 1. 15: Hanehalkının Finansal Varlıkları	54
Şekil 1. 16: Bankalarda Uygulanan Segmentasyon Kriterlerine İlişkin Genel Görünüm	60
Şekil 3. 1: Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Frekans ve Yüzde Dağılımları	80
Şekil 3. 2: Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre Frekans ve Yüzde Dağılımları	81
Şekil 3. 3: Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Frekans ve Yüzde Dağılımları	82
Şekil 3. 4: Katılımcıların Çalıştıkları Sektöre Göre Frekans ve Yüzde Dağılımları	83
Şekil 3. 5: Katılımcıların Gelir Gruplarına Göre Frekans ve Yüzde Dağılımları	84
Şekil 3. 6: Katılımcıların Temsi Ettikleri Segment Gruplarına Göre Frekans ve Yüzde Dağılımları	85
Şekil 3. 7: Katılımcıların Daha Önce Herhangi Bir Kredi Kullanıp Kullanmadıklarına Göre Frekans ve Yüzde Dağılımları	86
Şekil 3. 8: Katılımcıların Operasyonel İşlem Yapmalarına Göre Frekans ve Yüzde Dağılımları	87

Şekil 3. 9: Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Frekans ve Yüzde Dağılımları	88
Şekil 3. 10: Scree Plot Grafiği Faktör Yapısı Şekli	91

KISALTMALAR

ABD	Amerika Birleşik Devletleri
BDDK	Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu
BİST	Borsa İstanbul
BKM	Bankalararası Kart Merkezi
FOTDÖ	Finansal Okuryazarlık Tutum ve Davranış Ölçeği
INFE	Uluslararası Finansal Eğitim Ağı (International Network on Financial Education)
ING	ING Bank (International Netherlands Group)
İİBF	İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
KHK	Kanun Hükmünde Kararname
KMO	Kaiser-Meyer-Olkin Test
Md.	Madde
MYO	Meslek Yüksekokulu
OECD	Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (Organisation for Economic Co-operation and Development)
PACFL	Başkanın Finansal Okuryazarlık Danışma Kurulu (President's Advisory Council on Financial Literacy)
SPK	Sermaye Piyasası Kurulu
T.C.	Türkiye Cumhuriyeti
TCMB	Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası
TEB	Türk Ekonomi Bankası
TMSF	Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TÜSİAD	Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği
UNESCO	Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization)

GİRİŞ

Bireyler günlük hayatlarını idame ettirebilmeleri için elbette birtakım gelir unsurlarına sahip olmaları gerekmektedir. Kimi insanlar gelirleriyle istedikleri harcamaları yaparken kimi insanlar da kısıtlı olan gelirlerini maksimum fayda doğrultusunda harcamak zorundadırlar. Tabi bazı durumlarda insanlar harcama yaparken, bazen zorunlu nedenlerden bazen de yaşam kalitelerini artırmak için dönem dönem fazla harcama yapmaya ihtiyaç duyabilmektedirler. Bu fazla harcama için gerekli olan fon, insanlar tarafından iki şekilde temin edilmektedir. Bunlardan bir tanesi varsa tasarruflardan, diğeri ise borçlanma yoluyla. Tabi insanlar, tasarruflarından söz konusu harcamaları yaparlarsa sıkıntı yaşamayabilirler ama bu harcamalarını borçlanarak yaparlarsa işte o zaman birtakım sorunlar meydana gelebilmektedir. Bu borçlanmalar nereden, ne zaman, hangi borçlanma araçlarıyla, ne kadarlık bir süre ile hangi maliyetle karşılanmalı vs. gibi sorulara cevap aramak ve en uygun cevabı bulmak günümüzde önem kazanmaktadır.

Tabi yalnızca borçlanma durumunda bu sıkıntılar yaşanmamaktadır. Tasarruflarımızı değerlendirirken hangi yatırım enstrümanlarının seçileceği konusunda olsun, yatırım yaparken vade, risk, getiri oranı arasındaki ilişki olsun, gelecekle ilgili kaygılarımıza cevap ararken en uygun birikim aracının ne olduğu, sahip olduğumuz emeklilik sisteminin yanı sıra ayrı bir emeklilik sistemine ihtiyaç olup olmadığı yada öngörülemeyen kazalar veya afetler için ne tür önlemler alınması gerektiği gibi birçok konuda insanların doğru ve etkin kararlar verebilmesi önem arz etmektedir.

Tüm bun sorulara cevap verebilmek günümüzde, küreselleşme ve inovasyon ile birlikte gelişen finansal hizmetler sektöründe, insanların her türlü ihtiyaçlarına uygun çeşitli ürün ve hizmetler sunulmaya başlanması ile zorlaşmıştır. Özellikle bankaların strateji, politika ve prensipleri doğrultusunda uygulamış oldukları çeşitli ürün ve hizmetler bireyler tarafından kullanılması bir yana anlaşılır olmaktan dahi uzak bir hâl almıştır. Bırakın bireyleri, finansal hizmetler sektöründeki çalışanlar dahi bu ürün ve hizmetleri anlamakta ve bu hıza ayak uydurmakta zorluk çekmektedirler.

Bireylerin her geçen gün daha da karmaşık bir hâl alan bu tür ürünleri seçerken, fırsatları kendi lehlerine muhasebeleştirebilmeleri için finansal okuryazarlık kavramı günümüzde ortaya çıkmakta ve her geçen gün önemini daha da hissettirmektedir. Finansal okuryazarlık dediğimiz kavram; bireylerin, temel finansal ürün ve hizmetlerde, yatırım-tasarruf ilişkilerinde, gelecek kaygılarının azda olsa önüne geçmek için gereken emeklilik planlarında, kendi veya yakınlarının can ve mal güvenliği için gerekli olan sigorta işlemlerinde, kullanılan araçların ve bu araçlara ilişkin özelliklerin temel düzeyde anlaşılıp, bilgi ve becerilerini artırarak ona göre verilecek kararlardan elde edilecek faydanın lehte muhasebeleştirilmesidir.

Bu konuda, bireyler tarafından atılacak her adım yalnızca bireyin kendisine değil, aynı zamanda da içinde yaşadığı topluma ve ülkeye de domino taşı etkisinde bulunarak fayda sağlayacak olması hiç şüphesiz bir gerçektir.

Bankalar, günümüzde benzer finansal özelliklere sahip müşterilerinin farklı finansal ihtiyaçlarına etkili bir şekilde cevap verebilmek, özelliklerine göre farklı pazarlama stratejilerinin uygulanmasını ve sürekli yeni stratejilerin geliştirilmesini sağlamak amacıyla müşteri profillerini segmentlere ayırmaktadır. Günümüzde yaygın bir şekilde bankacılık ürün ve hizmetlerini kullanan bu segment müşterilerinin, finansal okuryazarlıklarını ölçme amacı taşıyan bu çalışma iki bölümden oluşmaktadır.

Araştırmanın birinci bölümünde, finansal okuryazarlık konusuna detaylı bir giriş yapılmadan önce, okuryazarlık kavramı ve türlerinden bahsedilmiştir. Daha sonra finansal okuryazarlık kavramı, finansal okuryazarlığın önemi ve finansal eğitim hakkında ayrıntılı bilgiler verilmiştir. Bölümün ilerleyen kısımlarında ise finansal sistemdeki risk iştahından ve çalışmanın uygulama kısmının çıkış noktasını oluşturan bankalardaki müşteri segmentasyonları hakkında bilgiler verilmiştir. Bölümün son kısmında ise finansal okuryazarlıkla ilgili yapılmış yerli ve yabancı çalışmalara yer verilerek bölüm sonlandırılmıştır.

Çalışmanın ikinci ve son bölümünde ise, banka segment müşterilerinin finansal okuryazarlık düzeyleri, araştırmacı tarafından tasarlanan “Finansal Okuryazarlık Ölçeği” ile

belirlenmeye çalışılmıştır. Söz konusu ölçek yardımıyla elde edilen veriler, birtakım analizlere tabi tutulmuştur.

Son olarak ise yapılan analizler doğrultusunda elde edilen sonuçlar ortaya konularak bu doğrultuda çeşitli öneriler sunulmaya çalışılmıştır.

BÖLÜM 1: OKURYAZARLIK KAVRAMI, FİNANSAL OKURYAZARLIK, FİNANSAL OKURYAZARLIĞIN ÖNEMİ VE FİNANSAL EĞİTİM

Bu bölümde, çalışmanın esas konusunu teşkil eden finansal okuryazarlık kavramının daha iyi anlaşılabilmesi için öncelikle okuryazarlık kavramı ve türlerinden, daha sonra sırası ile finansal okuryazarlık kavramı, finansal küreselleşme, finansal okuryazarlığın önemi, finansal eğitim, bankalarda müşteri segmentasyonu ve son olarak, konuyla ilgili yapılmış olan yerli ve yabancı çalışmalara yer verilmiştir.

1.1. OKURYAZARLIK KAVRAMI

Değişen koşul ve ihtiyaçlarla beraber okuma-yazma öğretimi anlayışındaki gelişmelerden dolayı okuryazarlıkla ilgili birçok tanım yapılmaktadır.

Okuryazarlık, genellikle yetişkin bir bireyin okuma ve yazmayı ve okuma yazmaya ilişkin yazılı işaretleri en basit şekilde anladığı zaman başlamaktadır. Önceden yalnızca adını okuyup yazabilen ve imzasını atabilen kişiler okuryazar olarak adlandırılırken, zamanla çok daha dar kapsamlı olan bu ölçüler değişmeye başlamıştır (Güneş, 1994: 499). Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) 2000 yılında yayınlamış olduğu bir raporda okuryazarlığın tanımından bahsetmiştir. İlgili raporda; okuryazarlığın belirli bir kapasite ya da davranış biçimi olarak tanımlanabileceği ifade edilmiş ve günlük etkinliklerde; evde, işte ve toplumda yazılı bilgiyi anlama ve uygulama becerisi, bireyin hedeflerine ulaşması, bilgisini ve potansiyelini geliştirmesi olarak tanımlanmıştır. Aynı raporda okuryazarlık becerilerinin 3 boyutundan bahsedilmiştir (OECD, 2000: x). Bunlar:

Metin(yazı)Okuryazarlığı: Makaleler, haberler, broşürler ve kullanma kılavuzları gibi metinleri anlamak ve bunlardaki bilgiyi kullanabilmek adına gerekli olan bilgi ve becerilerdir.

Belge Okuryazarlığı: İş başvuruları, maaş bordroları, ulaşım, zaman çizelgeleri, haritalar, tablolar ve çizelgeleri de içeren çeşitli formatlarda yer alan bilgiyi kullanmak ve tespit etmek için gerekli olan bilgi ve becerilerdir.

Nicel Okuryazarlık: Yazılı materyallerde verilen hem tek hem de ardışık olmak üzere sayıları kullanarak, bir çek defterini düzenlemek, bir sipariş formunu tamamlayabilmek ya da

reklamlarda verilen bir borç üzerinden faiz oranını hesaplayabilmek gibi aritmetik işlemleri uygulamak için gerekli olan bilgi ve becerilerdir.

Geleneksel olarak okuryazarlık kavramı, bir bireyin herhangi bir metni okuyabilmesi ve bir metin yazabilmesi anlamındadır (Bilici, 2014: 27). Geleneksel olarak okuma-yazma kavramından bahsedildiğinde, üzerine harflerin yazılı olduğu metine, bu metine harfleri yazacak bir yazara ve söz konusu harfleri okuyacak birine, yani okura ihtiyaç vardır. Böylece okuma-yazma eylemini metin, yazar ve okur kavramları ile oluşturulan bir süreç olarak belirtmek olasıdır (Kurudayıoğlu ve Tüzel, 2010: 284).

Günlük hayatımızda okuryazarlıktan bahsedilirken okuryazar ve okuryazarlık kavramlarının birbirleri yerine kullanıldığı da görülmektedir. Oysa bu iki kavram arasında anlam farkı bulunmaktadır. Türk Dil Kurumu (TDK)'nın yapmış olduğu tanımda okuryazar: *“Okuması yazması olan, öğrenim görmüş (kimse)”*, okuryazarlık ise: *“okuryazar olma durumu”* olarak tanımlanmaktadır.

Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu (UNESCO) 1978 yılında yayınladığı raporda, hiçbir uluslararası tanımın okuryazarlık kavramını tüm yönleriyle içermediğini, hatta okuryazarlık kavramıyla ilgili birbiriyle çelişen birçok farklı anlayışın olduğunu söylemiştir (UNESCO, 2006, chapter 1: 30). UNESCO: *“Bir birey kendi günlük yaşamında kısa bir cümleyi anlayarak, okuyup yazabiliyorsa okuryazardır”* diyerek okuryazarlığın tanımını yapmıştır (UNESCO, 2006, chapter 6: 158).

Okuryazarlık kavramı artık günümüze doğru farklı kelimelerin veya sözcüklerin sonuna bir tamlama gibi gelerek sahip olduğu fonksiyonel okuryazarlık anlamı dışında farklı bir anlam kazanarak kullanılmaktadır (Kurbanoğlu, 2010: 739). Fonksiyonel anlamını kaybedip yeni bir işlevsel anlam kazanan okuryazarlıkla ilgili 1978 yılında UNESCO Genel Konferansında bugün hâlâ kullanımda olan işlevsel okuryazarlığın bir tanımı kabul edilmiştir. Bu tanım da ise bireyin, kendi grubunda ve topluluğunda etkili bir şekilde faaliyette bulunmasını gerektiren tüm etkinliklere katıldığında, kendisinin ve topluluğunun gelişimi için okuma, yazma ve hesaplama yapabilmesi ve bu durumun devam etmesini

sağlayabilmesi durumunda işlevsel olarak okuryazardır şeklinde belirtilmiştir (UNESCO, 2006, chapter 6: 154).

Başka ülkelere bakıldığında, okuryazarlık kavramına yönelik yapılan tanımlamalarda farklılıklar bulunmaktadır. Örneğin İngilizce konuşulan ülkelerde *Literacy* kavramı kullanılmakta ve bu kavram günlük hayatımıza giren yeni kavramlarla birleşerek *Information Literacy* (Bilgi Okuryazarlığı), *Müsical Literacy* (Müzikal Okuryazarlığı), *Media Literacy* (Medya Okuryazarlığı) veya *Computer Literacy* (Bilgisayar Okuryazarlığı) gibi çoğaltılabilmektedir (Altun, 2005: 4).

Günlük hayatımızda farkına varmadan birbiri yerine kullanılan okuma, yazma ve okuryazar arasında belirgin bir fark bulunmakta ve bu fark her geçen gün daha da artmaktadır. Bu iki kavram arasındaki farkı aşağıdaki maddelerle ortaya koymanın mümkün olduğu belirtilmiştir (Kurudayıoğlu ve Tüzel, 2010: 284):

- Okuma yazma kod çözümlemeye dayalıyken, okuryazarlık kavramı anlamlandırmaya dayalıdır.
- Okuma yazma bir kategori belirtirken, okuryazarlık ise bir derece belirtmektedir.
- Okuma yazmanın simge sistemi basılı ortamdaki harfler, okuryazarlığın simge sistemi ise şeylerdir.
- Okuma yazmanın tanımlamasına ilişkin statik tanımlanma yapılmış olmasına karşın, okuryazarlığın tanımlanması ise hâlen devam etmektedir.

Sosyal uygulama olarak okuryazarlık kavramı, farklı bağlamlarda kendi kullanım alanları üzerinde yoğunlaşmıştır. Okuryazarlık kavramlarının doğası farklı bağlamlardan, amaçlardan, dillerden, senaryolardan, yöntem ve tekniklerinden bahseder. Çok farklı durumlarda farklı ihtiyaçlar ortaya çıkabileceğinden bireyler günlük yaşamlarında çeşitli okuryazarlıklardan faydalanırlar. Gücün kurulması, yaptırımı ve sürdürülebilmesi açısından okuryazarlık üzerine olan görüşler okuryazarlığın politik boyutunu aydınlığa kavuşturmuştur. Bu durum aynı zamanda kişisel ve toplumsal kimlik oluşturma, yaşamı organize etme, bilgiyi ve kültürel mirası ifade etme gibi konularda okuryazarlığın kullanıldığı birçok yöntemi de ortaya çıkarmıştır. Bu açıdan bakıldığında, okuryazarlığın doğası bireysel becerilerden çok sosyal doğasıyla alâkalıdır (Aksornkool, 2003: 188-189).

Okuryazarlık kavramı günümüzde artık tek bir kavram olmaktan çıkmış ve birçok alanda okuryazarlık kavramından bahsedilebilecek bir hâl almıştır. Aşağıda günümüzde kendine literatürde yer bulmuş ve yeni yeni tanınırlığı ortaya çıkan okuryazarlık kavramlarından kısaca bahsedilmiştir.

1.1.1. Bilgi Okuryazarlığı

Birçok kavramda olduğu gibi, bilgi okuryazarlığıyla ilgili de literatürde pek çok tanıma rastlamak mümkündür. Bilgi okuryazarlığı, özellikle 1990'lı yıllarda popülerliği hızlı bir şekilde artan bir kavram halini almıştır. Çok sayıda akademisyen ve eğitimci tarafından ele alınan ve çok sayıda araştırmalara konu olan bilgi okuryazarlığı artık mezun olmuş üniversite öğrencilerinde aranacak vasıflar arasında gösterilmeye başlanmıştır. Bu amaçla üniversitelerde komiteler oluşturulmuş ve sürekli literatüre yeni tanımlar kazandırılmıştır (Kurbanoğlu, 2010: 724).

Bilgi okuryazarlığı kavramı ilk kez, 1974 yılında Amerikan Bilgi Endüstrisi Derneği (Information Industry Association) başkanı Paul Zurkowski tarafından, Kütüphane ve Bilgi Bilimi Ulusal Komisyonu (NCLIS) için hazırlamış olduğu bir raporda kullanılmıştır. Söz konusu raporda Paul Zurkowski bilgi okuryazarlığını; İşlerinde bilgi kaynaklarını kullanmayı bilen kişilerin bilgi okuryazarı olduğunu belirtmiştir. Ayrıca bu kişiler, karşılaştıkları sorunlara çözüm bulmak için birincil kaynaklarla beraber, çok çeşitli bilgi araçlarının kullanımına ilişkin beceri ve tekniklerini de öğrenmiş oldukları belirtilerek bilgi okuryazarı olan kişinin sahip olması gereken niteliklerinden de bahsedilmiştir. (Polat ve Odabaş, 2008: 4).

2000'li yıllarda bilgi okuryazarlığıyla ilgili yapılan tanımlamalarda hayatın tüm yönüyle ve diğer okuryazarlık becerileriyle ilişkilendirildiği ve bu okuryazarlık türünün faydalarının öne çıkarıldığı dikkat çekenler arasındadır (Kurbanoğlu, 2010: 729). İskenderiye'de 2005 yılında bilgi okuryazarlığıyla ilgili yapılan toplantı bildirgesindeki tanıma göre; insanların kişisel, sosyal, mesleki ve eğitimle ilgili hedeflerine ulaşmak ve bilgiyi etkin bir şekilde kullanabilmek için, bilgi okuryazarlığı bilgiyi kullanabilme yeteneği şeklinde tanımlanmıştır (Alexandria, 2005). Kısaca bilgi okuryazarı olmak, bireyin bilgiye

ihtiyaç duyduğu anda bunu hissetmesi, ihtiyaç duyulan bilgiyi bulması, değerlendirmesi, kullanabilmesi ve başkalarına iletebilmesi süreci olarak tanımlamak mümkündür (Akkoyunlu ve Kurbanoglu, 2004: 11).

Okuryazarlık kavramıyla ilgili birçok çeşit mevcuttur. Eğitimin hem temel bir insan hakkı, hem de bireysel ve toplumsal olarak varlığını idame ettirme aracı olarak algılanması okuryazarlık ve okuryazarlığa ilişkin birçok türlerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur (Önal, 2010: 104-105).

1.1.1.1. Bilgi Okuryazarlığıyla İlişkili Diğer Okuryazarlık Türleri

Bilgi okuryazarlığı tartışmasıyla ilgili Snavey ve Cooper (1997:12) yılında yapmış oldukları çalışmada yaklaşık 34 çeşit okuryazarlıktan bahsetmişlerdir. Snavey ve Cooper bu çalışmalarında; bir konu ya da alanda temel bilgi edinmede kullanılan okuryazarlık kavramı çeşitlerini şöyle sıralamışlardır: Ahlak Okuryazarlığı, Amerikan Okuryazarlığı, Anayasa Okuryazarlığı, Bilgisayar Okuryazarlığı, Bilimsel Okuryazarlık, Coğrafya Okuryazarlığı, Çevre Okuryazarlığı, Çoklu-Kültür Okuryazarlığı, Dans Okuryazarlığı, Grafik Okuryazarlığı, Ekonomi Okuryazarlığı, Eleştirel Okuryazarlık, Eskiçağ Okuryazarlığı, Görsel okuryazarlık, Dünya Okuryazarlığı, İş Ortamı Okuryazarlığı, Karşı-Kültür Okuryazarlığı, Kültür Okuryazarlığı, Kütüphane Okuryazarlığı, Matematik Okuryazarlığı, Medya Okuryazarlığı, Meslek Okuryazarlığı, Politik Okuryazarlık, Sinema Okuryazarlığı, Tarih Okuryazarlığı, Tarım Okuryazarlığı Teknoloji Okuryazarlığı, Televizyon Okuryazarlığı, Tüketici Okuryazarlığı, Yahudilik Okuryazarlığı, Yasa Okuryazarlığı, Yatırım Okuryazarlığı, Yurttaşlık Okuryazarlığı. Söz konusu okuryazarlık kavramları incelendiğinde, hemen hemen her alanda kullanılan farklı sözcüklerin sonuna okuryazarlık kavramı eklenerek, sözcüklere sahip olduğu fonksiyonel anlamının dışında yeni bir işlevsel anlam kazandırıldığı görülmektedir (Balcı, 2013: 20). Snavey ve Cooper bu çalışmalarını 1997 yılında yaptıktan sonra günümüze kadar kendisine zamanla literatürde yer bulmuş ve yavaş yavaşta yer bulmaya çalışan okuryazarlık türlerini aşağıdaki tabloda şöyle göstermek mümkündür.

Tablo 1. 1: Literatürde Yer Alan Okuryazarlık Türleri

Ahlak Okuryazarlığı	Eleştirel Okuryazarlık	Politik Okuryazarlığı
Amerikan Okuryazarlığı	Eskiçağ Okuryazarlığı	Sağlık Okuryazarlığı
Anayasa Okuryazarlığı	Görsel Okuryazarlık	Sosyal Okuryazarlık
Bilgisayar Okuryazarlığı	Dünya Okuryazarlığı	Sinema Okuryazarlığı
Bilimsel Okuryazarlık	İş Ortamı Okuryazarlığı	Tarih Okuryazarlığı
Coğrafya Okuryazarlığı	İşitsel Okuryazarlık	Tarım Okuryazarlığı
Çevre Okuryazarlığı	Karşı-Kültür Okuryazarlığı	Teknoloji Okuryazarlığı
Çoklu-kültür Okuryazarlığı	Karşı-Kültür Okuryazarlığı	Televizyon Okuryazarlığı
Dans Okuryazarlığı	Kültür Okuryazarlığı	Tüketici Okuryazarlığı
Duygusal Okuryazarlık	Kütüphane Okuryazarlığı	Vergi Okuryazarlığı
Grafik Okuryazarlığı	Matematik Okuryazarlığı	Yahudilik Okuryazarlığı
E-Okuryazarlık	Medya Okuryazarlığı	Yasa/Hukuk Okuryazarlığı
Ekolojik Okuryazarlık	Meslek Okuryazarlığı	Yatırım Okuryazarlığı
Ekonomi Okuryazarlığı	Müzik Okuryazarlığı	Yurttaşlık Okuryazarlığı

Kaynak: Snaveley ve Cooper (1997: 12)

Literatürde bu kadar fazla okuryazarlık olmasına rağmen gün geçtikçe halen farklı okuryazarlık türleri karşımıza çıkmaktadır. Literatürde özellikle 2008 krizinden sonra sıkça rastladığımız ve çalışmamızın esas konusunu oluşturan bir okuryazarlık türü ise finansal okuryazarlıktır. Bir sonraki kısımda finansal okuryazarlık konusu hakkında ayrıntılı bilgi verilecektir.

1.2. FİNANSAL OKURYAZARLIK

1.2.1. Finansal Okuryazarlık Kavramı

Finansal okuryazarlık kavramına olan ilginin özellikle yaşanan finansal kriz sonrasında, arttığı görülmektedir. Bu konuya olan ilginin artmasındaki temel nedenlere bakıldığında; günümüzde artık birçok finansal riskin el değiştirerek tüketiciye devredilmesi, finansal ortamdaki yaşanan hızlı değişim ve finansal ürünlerdeki artan karmaşık yapı, finans alanında aktif tüketici ve yatırımcı sayısındaki artışa paralel olarak yasaların tüketiciyi koruma konusunda sınırlı kalması olarak sıralanabilir. Bütün bunlara ilave olarak, finansal okuryazarlığın düşük düzeylerde seyretmesi, finans piyasaları ve hanehalkı başta olmak üzere, tüm topluma yayılarak oluşabilecek toplam potansiyel maliyetler finansal krizlerle beraber gözler önüne serilmektedir (OECD/INFE, 2012: 3).

Finansal okuryazarlık kavramı belki birkaç yıl öncesinde Türkiye de işleniyor olsaydı, bu kavramın ne anlam ifade ettiğinin anlaşılmasında güçlükler yaşanıyor olabilirdi. Oysa son zamanlarda adı sıkça duyulan bu kavramla ilgili birçok çalışma yapılmış, literatüre girmiş ve insanlarda bu kavramla ilgili bir tanınırlık oluşmaya başlamıştır. Finansal okuryazarlıkla ilgili bu zamana kadar yapılan çalışmalarda, araştırmacılar tarafından tam anlamıyla genel kabul görmüş bir tanıma rastlamak mümkün değildir.

Finansal okuryazarlık, finansal kavram, finansal bilgi, finansal ürün ve bunlara ilişkin uygulamaları içeren aynı zamanda da bunlara ilişkin temel düzeyde bilgi sahibi olmayı, bilgi sahibi olabilmenin yanında da bu bilgileri kullanıp uygun kararlar alabilmeyi ifade eden bir alandır. Finansal okuryazarlık aynı zamanda; finansal psikoloji, bireysel finans, finansal eğitim, finansal davranış ve teknoloji kullanımı gibi birçok alanla da yakından alakalıdır (Bayram, 2010: 12).

Finansal okuryazarlıkla ilgili yapılan en eski tanımlardan bir tanesi Noctor ve diğerleri tarafından 1992 yılında yapılmıştır. Finansal okuryazarlığı; paranın kullanımı ve yönetimiyle ilgili bireyin bilinçli değerlendirmelerde bulunarak etkin kararlar alabilme becerisi olarak tanımlamaktadırlar (Noctor 'dan aktaran Goel ve Khanna, 2013: 338-339). Noctor ve diğerleri tarafından yapılan çalışmada finansal planlama, problem çözme ve karar verme olmak üzere üç temel yeterlilikten bahsedilmiştir (Noctor'dan aktaran Schagen, Lines, 1996: 91).

Capuano ve Ramsay (2011: 37) finansal okuryazarlık kavramının temel anlamda; bireylerin para hususunda bilinçli, güvenli ve etkin kararlar alabilmesi için finansal kavramların bilinmesi ve anlaşılabilmesi gerektiğini ifade etmişlerdir.

Başka bir tanımda ise genel olarak finansal okuryazarlık; ekonominin anlaşılabilmesi ve ev halkının kararlarını etkileyen ekonomik koşul ve şartların ne durumda olduğunun yorumlanabilmesi şeklinde tanımlanmaktadır (Worthington, 2006: 4).

Diğer çalışmalara bakıldığında finansal okuryazarlık; borçlanma, yatırım yapma ve gelecekle ilgili planlama yapma, günlük hayatımızda bankacılık işlemlerinde finansal ürünler

ve hizmetlerin kullanımı, bütçe, harcama ve tasarruf işlemlerinde bireyler tarafından bilinçli ve güvenilir kararlar alabilme kabiliyeti (Morgan, 2003: 1) olarak tanımlanmaktadır.

Vitt ve diğerleri (2000: x11) tarafından yapılan çalışmada finansal okuryazarlık; maddi refahı etkileyen kişisel finansal şartları okuma, analiz etme, yönetme ve iletişim becerisi olduğu belirtilmiştir. Aynı zamanda ekonomideki hareketleri içeren, günlük finansal kararları etkileyen, güncel olaylar için etkili yanıt verme ve gelecekle ilgili plan yapma, rahatsızlık oluşturmaksızın para ve finansal konular hakkında tartışma ve finansal seçimleri yapabilme yeteneği şeklinde tanımlanmıştır.

Bir diğer kısa tanımda ise finansal okuryazarlık; finansal kavramları anlayabilmek ve kullanabilmek için kişinin becerisini ifade etmektedir (Servon ve Kaestner, 2008: 273).

Başka bir çalışmada finansal okuryazarlık; hayat boyu mali güvenlik için finansal kaynakları etkin ve bilgiyi doğru şekilde kullanabilme becerisi olarak tanımlanmıştır (Mandell, 2008: 6).

Bir Amerikan kuruluşu olan ve başkana finansal okuryazarlık konusunda danışmanlık yapan The Presidents Advisory Council on Financial Literacy (PACFL) finansal okuryazarlığı; finansal kaynakları öbür boyu etkili bir şekilde yönetmek için bilgiyi kullanabilme yeteneği ve becerisi olarak tanımlamaktadır (PACFL, 2008: 35).

Finansal okuryazarlıkla ilgili literatürdeki çalışmalara baktığımızda adını sıkça gördüğümüz ve finansal okuryazarlıkla ilgili birçok çalışmaya imza atmış olan Lusardi ise, finansal okuryazarlığı temel düzey ve ileri düzey olmak üzere ikiye ayırmış ve faiz oranları, enflasyon, risk kavramı ve riskin çeşitlendirilmesiyle ilgili bilgileri temel düzey finansal okuryazarlık; bireylerin risk ve getiri arasındaki ilişkiyi anlamakta dâhil olmak üzere temel finansal kavramların ötesinde olan tahvil, hisse senedi, yatırım fonları ve bunların nasıl işlediğine ilişkin temel finansal kavramların ötesinde olan bu tür bilgilerin algılanabilmesini ise ileri derece finansal okuryazarlık olarak değerlendirmiştir (Lusardi, 2008: 4-8).

Finansal okuryazarlıkla ilgili, finansal ürünlere ilişkin talepte bulunan ve tasarruf amaçlı yatırım yapan bireylerin, piyasa sisteminde işlem gören finansal ürünler ve bu ürünlere ilişkin kavramlar hakkında bilgi seviyelerini geliştirmelerini, almış oldukları

tavsiyelerle finansal riskleri minimize edip fırsatları fark edip lehlerine çevirmelerini, finansal ürünlere ilişkin yapacakları tercihlerde daha bilinçli, finansal anlamda karar almaları gerekirken; nereden ve nasıl almaları gerektiğini bilmelerini ve yaşam kalitelerini artırmak için yapmaları gereken faaliyetlere ilişkin bir süreç olduğunu ve bu sürecinde bilgi, yönlendirme ve tavsiye olarak üç başlık altında toplanabileceğini söylemek mümkündür (Temizel, 2010: 6-7).

Finansal okuryazarlıkla ilgili yapılan çalışmalara bakarak, Remund finansal okuryazarlığı kategorize etmiş ve beş ayrı kategoride değerlendirmiştir. Buna göre bireyin; (1) finansal kavram bilgisi, (2) finansal kavramlar hakkında iletişim yeteneği, (3) kişisel finans yönetim becerisi, (4) uygun finansal kararlar alma yeteneği ve (5) gelecekteki finansal ihtiyaçlar için güvenli plan yapabilmesi olarak sınıflandırmaya tabi tutulmuştur (Remund, 2010: 279).

Yapılan birçok farklı finansal okuryazarlık tanımlarında birikim ve yatırımlara ilişkin kavramlar göze çarpmaktadır. Finansal okuryazarlığın kişilerin gelirlerini, birikim ve yatırımlarını doğru bir şekilde değerlendirip, bütçe yapma, harcama kısaca paranın yönetimine ilişkin konularda etkili kararlar alabilme kabiliyetine sahip olabilmesi (Ergün, Şahin ve Ergin, 2014: 848) olarak yapılan bir başka tanımda da söz konusu kavramlar karşımıza çıkmaktadır.

Gündelik yaşamda kullanılan finansal araçların seçiminde bilgiye dayalı karar almayı sağlayan ve bu konuda ki yeterlilik düzeyini ifade eden finansal okuryazarlık uzun vadede bireylerin birikimlerine ve yatırımlarına ilişkin kararlarda finansal farkındalığı temel almaktadır (Temizel ve Bayram, 2011: 73).

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) tarafından üçer yıllık dönemler itibarıyla, 15 yaş grubunda yer alan öğrencilerin edindikleri bilgi ve becerileri değerlendirmek için bir araştırma projesi olan “Uluslararası Öğrenci Değerlendirme Programı” (PISA) tarafından finansal okuryazarlıkla ilgili yapılan çalışmada; finansal kavramların, becerilerin, motivasyonun bilinmesi ve anlaşılması ayrıca bir dizi finansal kavram boyunca etkin kararlar alabilmek için bilgi ve anlayış olarak bunların uygulanması,

kişiler ile toplumun mali refahını geliştirebilmek ve ekonomik hayata katılabilmesi şeklinde finansal okuryazarlığın tanımı yapılmıştır (PISA, 2013: 144).

Akademik literatürde bilimselleştirilmiş olarak finansal okuryazarlık birçok anlam kazanmaktadır; finansal ürünlerin bilgisini göstermek, hisse senedi veya senedin ne olduğu, sabit ve ayarlanabilir mortgage arasındaki fark veya enflasyon, çeşitlendirme, kredi puanı gibi finansal kavramların ne anlama geldiği, planlama gibi bazı faaliyetlerde yer alan etkin finansal kararları almak için gerekli matematiksel veya aritmetik becerilere sahip olmayı göstermektedir (Hastings, Madrian ve Skimmyhorn, 2012: 5).

Bir başka tanıma göre ise finansal okuryazarlık; basit düzeydeki ekonomik ve finansal kavramlar konusunda bireylerin bilgiye sahip olması ve bu bilgilere sahip olmanın yanı sıra aynı zamanda da sahip olunan bilgileri ve finansal kaynakları etkin şekilde kullanılabilme yeteneğidir (Karabacak, 2013: 46) şeklinde tanımlanmıştır.

Günlük yaşamda bireyler, finansal anlamda birçok sorun ile karşılaşmaktadır. Ancak önemli olan burada sorun değil, bu sorun ile nasıl başa çıkılacağıdır. Bireylerin karşılaşmış oldukları sorunlara karşı biryandan çözümler geliştirilirken, aslında bir yandan da finansal piyasaların daha etkili, verimli ve güvenli bir ortamda çalışmasına katkıda bulunmaktadır. Finansal okuryazarlık kavramı finansal bilgi, finansal ürün ve bunlara ilişkin uygulama esas ve usulleri içeren, bu konularda temel seviyede bilgi edinmiş ve bu bilgileri kullanarak kararlar almayı ifade etmekte kullanılmaktadır (Er, Temizel, Özdemir ve Sönmez, 2014: 114).

Başka bir tanımda finansal okuryazarlık, bireylerin ya da tüketicilerin paranın kullanımına ve yönetimine ilişkin durumlarda, bilgiyi de kullanarak değerlendirmeler yapması ve yatırımlara ilişkin finansal enstrümanların seçilmesinde etkili ve akılcı kararlar alabilmesine zemin oluşturan bilginin düzeyini ifade etmektedir (Satoğlu, 2014: 10).

Yapılmış başka bir çalışmada ise finansal okuryazarlık, önemli bir gündelik yaşam becerisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Mali gidişatı anlayabilme, tartışabilme, para ve finansal riskleri etkin bir şekilde yönetebilme ve mali tehlikeleri önleyebilme yeteneği olarak değerlendirilmektedir (National Financial Literacy Strategy, 2014: 6).

Bireylerin paranın kullanımı ve yönetimi hakkında bilgili bir şekilde değerlendirmede bulunarak etkili kararlar alabilmesi, finansal okuryazarlık faaliyetlerinin etkili bir hale dönüştürülmesine ve geliştirilmesine yardımcı olmak ayrıca bu amaç doğrultusunda çalışmalar yapan kişi ve kuruluşlara destek vermek amacı ile Türkiye’de “Finansal Okuryazarlık ve Erişim Derneği” (FODER) kurulmuştur. FODER finansal okuryazarlığı; bireyin, paranın kullanımına ve yönetimine ilişkin bilgili bir şekilde değerlendirmede bulunabilmesi ve etkili karar verebilme becerisi yani diğer bir ifade ile finansal okuryazarlığı, bireylerin kazançlarını, birikim ve yatırımlarını akıllı bir şekilde değerlendirmeleri, doğru bütçe oluşturabilmeleri ve bunlara ilişkin becerileri kazanmış olma durumu şeklinde tanımlamaktadır (FODER, 2015).

Türk Ekonomi Bankası (TEB) ve FODER işbirliği ile 27 Ekim 2014 tarihinde 2. Finansal Okuryazarlık ve Erişim Zirvesi adı altında Boğaziçi Üniversitesinde düzenlenmiş olan Finansal Okuryazarlık ve Erişim Endeksi ile ilgili detaylı raporda finansal okuryazarlığın tanımına yer verilmiştir. Söz konusu raporda yer alan finansal okuryazarlık tanımı ise FODER’ in kendi sitesinde yapmış olduğu tanımla hemen hemen aynıdır. Bu tanımda;

“Finansal okuryazarlık, bir tüketicinin paranın kullanımında ve yönetiminde bilgiyle değerlendirme yapmasını ve yatırımlara yön verecek finansal araçların seçiminde etkili ve rasyonel kararlar verebilmesini sağlayan yeterlilik düzeyi olarak tanımlanabilir. Başka bir ifade ile finansal okuryazarlık, bireylerin gelirlerini, birikim ve yatırımlarını akıllıca değerlendirip, bütçelerini doğru yönetebilme yetkinliğine sahip olabilme durumudur” (TEB-Boğaziçi Üniversitesi, 2014: 3).

Literatürde finansal okuryazarlık kavramı incelenirken bu kavramla aynı anlamda, birbirinin yerine veya birbirine yakın anlamda kullanılan farklı kavramlarla da karşılaşmak mümkündür. Orton (2007: 7) yılında hazırlamış olduğu raporunda; mali veya finansal yetenek kavramı ile finansal okuryazarlık kavramları ve ekonomik yetenek ile ekonomi okuryazarlığı kavramları kullanıldığını, Kanada ve İngiltere de kullanılan kavramın finansal yetenek; ABD ve Avustralya da kullanılan kavramın ise daha çok finansal okuryazarlık kavramının olduğunu belirtmiştir. Bu kavramların dışında finansal farkındalık kavramı da kullanılmakta olup işin özünde hepsi aynı düşüncüyü taşımaktadır.

1.2.2. Finansal Okuryazar Olan Kişi

Finansal okuryazar olabilmek için finansal anlamda çok ileri derece bilgi gerektirmez. Ancak bireylerin temel düzeyde finansal bilgi, beceri ve yeteneklere sahip olması gerektiği muhakkaktır. PACFL, finansal okuryazarlıkla ilgili bir programı tamamlayan herhangi bir bireyin;

- Sermaye piyasası sistemi ve finansal kurumlar,
- Katılımcının hanehalkı nakit akışı ve nakit akış durumunu nasıl geliştireceği,
- Kaynakları ve öncelikleri ile tutarlı bir harcama planını nasıl geliştireceği,
- Nasıl bir acil durum fonu oluşturacağı ve bunun nedenleri,
- Krediyile ilgili seçenekleri nasıl değerlendireceği, yöneteceği ve kredi notunu nasıl koruyacağı,
- Bir ev satın alma veya kiralama ile ilgili karar süreci,
- Finansal risklerin tanımlanması ve bir risk yönetim stratejisinin belirlenmesi,
- Finansal sahtekârlık ve hırsızlıktan nasıl korunacağı,
- Temel yatırım araçları, risk ve getiri arasındaki ilişki, doğru zamanda doğru yatırım seçimi,
- Çalışanlara ilişkin sağlanan faydaları ve vergi avantajlı tasarruf hesaplarını nasıl değerlendireceği,
- Uygun bir emeklilik planlaması geliştirme,
- Sakatlık veya ölüm gibi beklenmedik durumda yaşanacak gelir kaybı için finansal güvenliğini sağlamak ve mirasçıları adına plan yapma gibi kavramlar hakkında bilgi ve yeteneğe sahip olması gerekmektedir (PACFL, 2008: 36-37).

1.3. FİNANSAL KÜRESELLEŞME VE BERABERİNDE GETİRDİKLERİ

Dünya ekonomisinin uluslararası bir yapı haline gelmesindeki süreçte birçok faktörün etkili olduğu söylenilebilir. Yaşanmış birçok olay ve bunların etkisi elbette dünya ekonomisinin uluslararası bir görünüm sergilemesine ve bu durumun da artarak devam etmesine neden olmaktadır. Bu süreç Bretton Woods sistemi ile baş göstermiş, Uluslararası Para Fonu (IMF) ve Dünya Bankası ile devam ederek dünya ekonomisi uluslararası bir hale gelmiştir. Daha sonraki süreç ise Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması (GATT) ile

devam etmiştir. Son 20 yılda ulusal ekonomiler dünya ekonomisinde inanılmaz bir hızla artış göstererek, ticari ilişkiler, uluslararası sermaye hareketleri ve işgücü transferi gibi etkileşimlerde bulunarak bir çeşit uluslararası uyum süreci yaşanmaktadır. Bilgi teknolojilerinin her geçen gün gelişme göstermesine paralel olarak, uluslararası anlamda ekonomik işbirliklerin ve ticaretlerin serbestleşme sürecinin hızlanması ve üretimlerde ortaya çıkan yoğun artışlarla beraber küresel düzeydeki çokuluslu şirketlerin ortaya çıkmasına ve bu durumun da ekonominin küreselleşmesinde son derece önemli bir faktör olmasına neden olmuştur (Dikkaya ve Deniz, 2006: 168-169).

Küreselleşmenin oluşumunda, çokuluslu işletme girişimciliği önemli bir paya sahiptir. Fakat modern küreselleşmede meydana gelen bu gelişmelerin nedenini yalnızca çokuluslu işletmelere de bağlamak doğru olmayacaktır. 1970'lerin sonuna doğru önemli bir ivme kazanılarak gerçekleştirilen araştırma ve geliştirme faaliyetlerinin sonucu olarak, işlemcilerin kullanılabilecek bir düzeye gelmesi üzerinde de durmak gerekir (Balkanlı, 2002: 18). Bilgisayar teknolojisindeki ve yazılımlardaki yeni gelişmeler bilginin çok hızlı bir şekilde iletilmesini ve işlem görmesini, takas, saklama ve denkleştirme işlemlerinin gelişmesini ve bu tür işlemlerin daha az maliyetle yapılmasını sağlamıştır (Yalçiner, 2012: 113-114). Burada olaya yalnızca bilgisayar olarak değil teknolojinin gelişmesi ve ticaretin her alanında yer almasıyla beraber ticari işlemlerin uluslararası bir boyut kazanması açısından bakmakta fayda vardır. Teknolojinin gelişmesiyle beraber işlemlerin hızlı, daha risksiz ve mekân sınırlamasından uzak bir çerçevede olması, ister istemez dünyanın birçok farklı yerindeki işletmelerin bir araya gelmesine ortam hazırlamıştır. Küreselleşme olarak adlandırdığımız bu kavram tüm dünyada hemen hemen bütün sektörde faaliyet gösteren işletmeleri etkilemiş ve bu etkileşimin en çok hissedildiği alan belki de finans piyasalarında olmuştur.

1.3.1. Finansın Küreselleşmesi

Küreselleşme, “*sermaye ve üretim faaliyetlerinin milli sınırların kısıtlaması olmadan dünya genelinde serbestçe hareket edebilmesidir*” (Kurtoğlu, 2014: 43). Küreselleşmenin birçok alanda hissedildiği muhakkaktır. Ancak küreselleşmenin en önemli boyutu finansal küreselleşmedir. Bir bakıma finansal küreselleşme; serbest piyasa mekanizmasının, sermaye

üzerinde hissettirdiği ağırlığının artırılarak uluslararası alanda kendini hissettirebilecek derecede işlerlik kazandırılması girişimi olarak düşünülebilir (Seyidoğlu, 2003: 143).

Genel bir ifadeyle, finansal küreselleşme denildiğinde, ulusal anlamda finans piyasalarını belirgin bir şekilde ayıran sınırlamaların yavaş yavaş ortadan kalkması, finans piyasalarının kontrolüne ilişkin çeşitli sınırlamalardan arındırılarak uluslararası alanda rekabete açılmasıdır. Böylece kurların dalgalı kur sisteminde işlem görmesi, uluslararası sermaye hareketlerinin artması, bunların yanında yatırım fonları ve yatırım ortaklıkları gibi günümüzde artan bir hızda kullanımı yaygınlaşan kurumsal yatırımların finans piyasalarında daha etkin bir şekilde rol alması olarak tanımlanmaktadır. Dolayısıyla finansal küreselleşme dediğimiz kavram, küreselleşmeyi hızlandıran bir unsur olduğu gibi küreselleşmenin de bir parçası olarak karşımıza çıkmaktadır (Turan, 2011).

1.3.1.1. Finansal Küreselleşmenin Ekonomik Yararları

Klâsik Ekonomik Teori açısından finansal veya mali küreselleşmenin mikro ve makro düzeyde oluşturabileceği önemli derecede yararlarının olduğuna dikkat çekilmektedir. Piyasalardaki duruma göre şekillenecek olan kaynak tahsisi, sürekli olarak karşımıza çıkan kıt olan ekonomik kaynakların bölüşümünde etkinlik sağlayarak, dünya üretimi ve refahının yükselmesini sağlayacak olumlu bir gelişmedir. Diğer bir ifade ile uluslararası sermaye, verimliliğin diğerlerine nazaran daha düşük olduğu alanlardan yüksek olduğu alanlara doğru yol alacak, bu tür bir gelişim ise söz konusu faktörün dünya üzerindeki ortalama verimliliğine bir katkıda bulunarak, dünya üzerinde refahın artmasına fayda sağlamış olacaktır (Seyidoğlu, 2003: 143). Finansal serbestleşme ayrıca finansal enstrüman çeşitlerini artırır ve kredi maliyetlerini düşürerek yatırımlar için gerekli olan kaynakların daha az maliyetle temin edilmesine yardımcı olur. Özellikle sermaye sıkıntısı çeken gelişmekte olan ülkeler sermayeyle buluşur ve büyüme hızlarında artış yaşanır. Buradan yola çıkarak yabancı sermayenin, gelişmekte olan ülkelerin büyümelerinde önemli bir kaynak sağlayacağı görüşü 1990'lı yıllarda son derece yaygınlık kazanmıştır. IMF ve Dünya Bankası tarafından bu dönemde gelişmekte olan ülkeler için önerilen ekonomik programlar da bu düşüncüyü desteklemektedir (Çelik, 2008: 6).

Finansal küreselleşmeye makroekonomik açıdan bakıldığında; kalkınmakta olan ülkelere ilişkin yabancı sermayenin döviz açıkları ve tasarruf gibi kalkınma alanında temel sorunları azaltarak kişi başına düşen reel geliri artırıcı sonuçlar doğurması beklenebilir. Nitekim yeni sanayileşmekte olan ülkelerde, finansal küreselleşmeye ağırlık verilmesinin altında yatan temel neden, yabancı sermayeden mümkün olduğunca yararlanarak ülkelerin kalkınmalarına ilişkin hızlarını yükseltmek istemeleridir. Finansal küreselleşmenin getirdiği etkilere mikro açıdan bakıldığında ise; küçük yatırımcılar kendi iç piyasalarının dar kalıplarından kurtularak dış piyasalara açılabilmekte, tasarruflarını daha iyi ve farklı koşullarda değerlendirebilmekte ve daha uygun koşullarda; işletmeler, işletme dışı kaynak sağlayabilmektedirler (Seyidoğlu, 2003: 143).

1.3.1.2. Finansal Küreselleşmenin Ekonomik Zararları

Finansal küreselleşmenin yukarıda değinilen yararlarının yanı sıra, günümüzün önemli bir gerçeğide, gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülkenin finansal sistemlerinin birbiriyle entegre olması, sermaye hesabının dışa açık hale gelmesi, bir yandan sermayenin uluslararası hareketinde aşırı artışlara neden olurken, diğer taraftan yaşatmış olduğu, şiddeti ve etki alanı kısa sürede genişleyen uzun vadeli finansal krizlerin yaşanmasına neden olmaktadır (Delice, 2003: 57). Bu nedenden dolayı ekonomik krizler konusunda iktisatçıların üzerinde sıkça durduğu ve sürekli dile getirdiği konulardan birisi, finansal serbestleşmenin krizlerin oluşmasında ve yayılmasında oynadığı etkili roldür (Akbay, 2011: 1).

Finansal krizler; yaşandığı ülkelere bakıldığında, özellikle yeni gelişmekte olan ülkelerde sık sık görüldüğü dikkat çekmektedir. Bu krizler yaşanırken küreselleşmeyle beraber bir ülkede meydana gelen finansal kriz adeta bir domino taşı etkisi yaratmakta ve bu da krizin diğer ülkelere yayılmasına neden olmaktadır. Böylece ortaya çıkan finansal kriz ise büyük oranda işsizlik ve yoksulluğa neden olmaktadır. Mali krizler adeta yaşanan mali küreselleşmenin doğal bir sonucu olarak günümüzün gerçekleri arasında görülmektedir (Seyidoğlu, 2003: 143). Daha önceleri küçük ölçekli ekonomilerde meydana gelen ekonomik salgınlar, kendi içerisinde kalır veya ticari anlamda etkileşimde bulunulan birkaç ekonomiye bulaşır, onları da belli bir ölçüde etkilerdi. Ancak küresel sistemle birlikte bulaşıcılık dış ticaret ilişkileriyle birkaç ülkeyle sınırlı kalmaktan uzaklaştı ve küreselleşme hastalık

bulaştırmayı finansal ilişkilere taşıyarak daha yaygın bir hale gelmesine ve daha etkili olmasına neden oldu. Kısaca küreselleşme ekonomik hastalıkların küresel çapta bulaşmasına ilişkin birtakım sıkıntılar doğurdu (Eğilmez, 2013: 117).

1.3.1.3. Finansal Küreselleşmeyle Beraber Karmaşık Finansal Ürünler

Finansal küreselleşmenin giderek artması ve rekabet ortamının yaygınlık kazanması, piyasalara girişi kolaylaştırmış ve bu durum düşük maliyete sahip olan yeni finansal enstrümanların ortaya çıkmasına neden olmuştur (Yalçiner, 2012: 113).

Uluslararası işletmeciliğin yaygınlaşması ile uluslararası bankacılığın doğması ve gelişmesi arasında yakın bir ilişki olduğu bilinmektedir. Günümüzde kendi ülke sınırları dışında faaliyet gösteren bankaların, yavaş yavaş yeni yapılanmalar içerisine girmeleri nedeniyle hem yapısal anlamda hem de faaliyet gösterdikleri alanlar itibariyle daha karmaşık bir hâl almış ve ilgili kuruluşlar tek çatı altında tüketicilere her türlü finansal hizmeti sunan bir yapıya dönüşmüş bulunmaktadır. Böylece uluslararası alanda hizmet veren bankalar, artık küresel organizasyonun sahip olması gereken niteliğini kazanmış bulunmaktadır. Bunun en önemli nedeni ise bankaların finansal ürün ve hizmetlerde kullanmış oldukları bilgi teknolojileri ve risk yönetim tekniklerinde meydana gelen gelişmelerdir (Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu, 2005: 5-8).

Finans piyasalarında yaşanan serbestleşme, beraberinde yeni finansal araçları, farklı uygulamaları ve böylece daha karmaşık finansal ürünlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu durumda başta birey ve hanehalkı olmak üzere, ekonomik sistemde finansal anlamda herhangi bir karar alanların, gündelik yaşamlarına ve uzun vadeli olarak yaptıkları planlarına ilişkin; algı, tutum ve davranışlarında önemli bir yer edinmektedir (Ergün, Şahin ve Ergin, 2014: 849-850).

Finansal ürünlerin çeşitliliği, şirketlerin daha önce yararlanamadıkları kaynaklardan yararlanmalarına, yatırımcıların vergi avantajları nedeniyle gelirlerinde artış olmasına, risklerin ise çeşitlendirilerek azaltılmasına olanak sağlamaktadır (Yalçiner, 2012: 113). Ancak finansal ürünlerde meydana gelen çeşitlilik, avantajlarının yanında dezavantajlarını da beraberinde getirmiştir. Çok sayıda farklı finansal araçların olması, bireyler tarafından bu

araçların anlaşılabilirliği ve uygulanabilirliği konusunda sıkıntıların ortaya çıkmasına neden olabilmektedir.

1.4. FİNANSAL OKURYAZARLIĞIN ÖNEMİ

Günümüzde serbest piyasa ekonomisinin yaygınlık kazandığı şüphesiz bir gerçektir. Serbest piyasa ekonomisinin etkisinin artmasıyla beraber, finansal farkındalığın önemi daha da artmış ve artmaya da devam edecektir. Son yıllarda meydana gelen küresel krizler neticesinde, sermaye piyasalarına yeni sunulan enstrümanlar ve finansal sistemde ve sermaye piyasalarında meydana gelen yeni uygulamalarla birlikte ortaya çıkan çeşitlilik, bunların anlaşılabilirliğinin yani finansal farkındalığın öneminin daha da artmasına neden olmuştur. Söz konusu ürünler veya uygulamalar üzerine eğitim görmüş kişiler bile, günümüzdeki karmaşık sayılabilecek finans alanında, doğru ve etkili kararlar almakta güçlük çekiyor olmaları bu durumun kanıtı niteliğindedir. Son yıllarda finansal piyasalarda yaşanan değişimlerin hepsi finansal farkındalığın ve eğitimin önemine dikkat çekmektedir (Türk Ekonomi Bankası, 2013: 1).

Günümüzde, insanların mali durumları hakkında daha düşünceli ve bilinçli kararlar vermeleri her zamankinden daha önemli hale gelmiştir. Daha sağlam finansal kararlar almanın yükü, tüketicilerin omuzlarına yerleşmektedir. Finansal ortamın hızla değiştiği görülmektedir. Borsanın yükselmesi, düşmesi, faiz oranlarının artması veya düşmesi, basında ekonomiyle ilgili farklı bakış açılarının olması, daha fazla finansal seçeneklerin bulunması, daha fazla finansal hizmet şirketlerinin varlık göstermesi finansal anlamda karar almak için zor bir ortam oluşturmaktadır (Branch Banking & Trust).

Genellikle günümüzde demografik görüntüler değişmekte, finans sektörü giderek karmaşık hale gelmekte, kişisel borçluluk artarken kişisel tasarruflar azalma eğilimi göstermekte ve hükümet kaynakları sınırlı hale gelmektedir. Yeni doğan jenerasyon kendi ailelerinin sahip olduğundan daha az çocuğa sahip olmak istemektedirler. Bu yüzden yeni nesil emekli olurken daha fazla sayıda olan emeklileri desteklemek için daha az çalışan olacaktır (Orton, 2007: 3). Bunun nedeni ise emeklilik sistemimizin aktif-pasif üye şeklinde iki ayaklı bir yapıya sahip olmasından kaynaklanmaktadır.

Aktif üye olarak nitelendirilen kavram, emeklilik sistemine göre daha emekliliğine hak kazanmamış veya emekliliğine ilişkin kişinin kendisine herhangi bir ödeme yapılmamış, çalışan bireylerdir. *Pasif üye* ise, emeklilik sistemine göre; kendisine herhangi bir maaş veya gelir bağlanmış olan çalışanlar ile hak sahipleridir (Emeklilik Gözetim Merkezi, 2015). Kısaca herhangi bir işyerinde, işverene tabi olarak çalışan veya isteğe bağlı olarak yaptırılan sigortalılara aktif sigortalı, malulen veya normal yolla emekli olanlar, vefat eden sigortalının eşi ve çocukları ile sürekli iş göremezlik geliri elde edenlere de pasif sigortalı denilmektedir (Kızılot, 2010). Yeni neslin emeklilik zamanı geldiğinde, demografik faktörlerdeki değişimden dolayı yeni yetişen nüfusun azalmasına yani aktif sayısının düşmesine ve zamanla pasif sayısının aktif sayısının önüne geçmesine neden olacaktır.

Aktif sigortalılar ile pasif sigortalılar arasında meydana gelen dengesizlik de zamanla sosyal güvenlik kurumlarının mali anlamda yapısını bozmakta ve emeklilik sisteminin finanse edilmesi zor koşullarda gerçekleşmektedir. Aktif sigortalı sayısının pasif sigortalı sayısına göre giderek düşüş göstermesi yaşanan sıkıntıları hızlandıracaktır (Canbay ve Demir, 2013: 306). Sosyal güvenlik kapsamında 2015 yılı Şubat ayı verilerine bakıldığında; toplam aktif sigortalı sayısının 19.700.725 kişi ve Türkiye geneli Aktif/Pasif oranı ise 1,91 olduğu gözükmemektedir (Sosyal Güvenlik Kurumu, 2015). Söz konusu oran gelişmiş ülkeler için dört düzeyindedir. Ülkelere göre farklılık göstererek bu oranın yediye çıkması mümkündür. Ancak bu oranın en az iki olması istenilen bir durumdur. Eğer bir ülkede bu oranın ikinin altına düştüğü bir durum yaşanır, o zaman sosyal güvenlik sisteminde finansman sorununun yaşandığının habercisidir (Acar ve Kitabacı, 2008: 80).

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) tarafından hazırlanan raporda; 2014 yılında 28,4 trilyon dolar olan emeklilik fonlarının % 26 artarak 2019 yılında 35,8 trilyon dolara çıkacağı belirtilmektedir (Derin Ekonomi, 2015: 8). Emeklilik sistemi bu kadar önemliyken elbette devletlerin yapmış olduğu ve yapacağı çalışmaların yanında bireylerin de kendi geleceklerini garanti altına alabilmek ve ileriki hayatları için yaşam standartlarını artırmak adına birtakım girişimlerde bulunmaları gerekmektedir. Bireylerin, emeklilik yaşantısını rahat ve sıkıntıdan uzak geçirebilmek için bugünden alacakları kararlar büyük

önem taşımaktadır. Bugünden yatırım ufğunun yirmi veya daha fazla yıl sonrası olduğu bir seçimi yapabilmek ve uygulayabilmek elbette finansal okuryazarlıkla yakından ilgilidir.

Teknolojik değişimler ekonomide finansal hizmetlerin sağlanmasını değiştirdi. Kredi skorlama modellerinin kullanımının genişlemesiyle birlikte kredi kullanımı kolaylaşmıştır. Özellikle son yıllarda banka dışı finansal kurumlardan temin edilen kredi ürünleri ve diğer finansal hizmetlerin sayısı önemli ölçüde artmıştır. Bilgili finansal karar verme, finansal piyasaların sağlıklı işleyişi için hayati önem taşımaktadır. Bilgili karar vericiler yani finansal okuryazarlığı olan bireylerin varlığı, finansal kurumlarda kendilerine dayatılan pazar baskısından dolayı rekabet ortamını artıracak ve daha iyi fiyatlarla daha iyi hizmetler sunacaklardır (Bernanke, 2006).

Bilgi teknolojisi ve telekomünikasyonlar, özel pazarlar için özel ürünleri mümkün kılmaktadır. Finansal ürünlerin sayısının artışıyla beraber; aidatlar, faiz oranları ve vadeler seçilebilir hale gelmeye başlanmıştır (Orton, 2007: 4). Tüketicilerin sayısındaki artış, hizmet tiplerindeki değişim hızı, onları sunan yeni teknolojilerin tanıtımı ve karmaşıklık düzeyi, daha agresif pazarlamanın yapılmasına ve hatta dolandırıcılığa yol açmaktadır. Tüketiciler, kendi lehlerine olmayan yatırımlar konusunda yüksek getiri varmış gibi gösterilerek ikna edilebilir. Hatta daha sonra ortada öyle bir finansal ürünlerin satıcıları dahi olmayabilir. Böylece tüketici kendi finansal bilgisizliğinden dolayı risk altına sokulabilmektedir (OECD, 2004: 224).

Finansal okuryazarlık düzeyinin düşük olması, kişisel bazda paranın yönetiminde aksaklıklara ve uzun vadede rasyonel olmayan finansal karar alımlarına yol açmaktadır. Bu konuya bireysel bazda değil de toplumsal bazda bakılacak olursa, finansal okuryazarlığın düşük seviyede olması ekonomide tasarruf hacminin azalmasına ve bunun da domino taşı etkisi yaratarak genel ekonomik refahın alt seviyelerde kalmasına neden olacaktır (Karabacak, 2013: 46).

Finansal piyasalar ve toplumun demografik yapısındaki oluşan değişimler ve serbest piyasa ekonomisinin artan bir şekilde yaygınlık kazanması finansal okuryazarlığın önemini her geçen gün daha da artırmaktadır (Temizel, 2010: 2-8). Yeni teknolojiler, elektronik

dağıtım kanallarında yaşanan gelişmeler ve finansal piyasaların gün geçtikçe daha çok sisteme uyum sağlaması, bireylerin finansal hizmetlere ulaşmasında kolaylık sağlamaktadır. Fakat bu hizmetlerin birçoğu bireyler tarafından anlaşılamadığı için kullanılmamaktadır. Bunun sonucunda da bireyler hem kendilerine hem de ülke ekonomisine olumsuz sonuçlar doğuran kararlar alarak yanlış ürün ve hizmet seçimi yapmaktadırlar (Ertaş, 2013).

Ekonomik gelişmeleri ve buna istinaden ortaya çıkabilecek gelişmelerin etkilerini yorumlayabilmesi bireye, içinde yaşamış olduğu dünyayı ekonomik ilişkiler çerçevesinde ne anlam ifade ettiğini anlamasına yardımcı olmakta, bireyleri daha rasyonel ve katılımcı olmaya teşvik etmekte ve ekonomiye ilişkin sistemi ve bu sistemin mantığını öğrenmesini sağlamaktadır (Gerek ve Kurt, 2011: 59).

Finansal okuryazarlığın önemi son yıllarda artmasına rağmen bu kavramın aslında bu denli önemli olduğunun anlaşılmasında son yıllarda yaşanan finansal krizler etkili olmuştur. 2008 yılında yaşanan küresel ekonomik krizin ortaya çıkmasında birçok bileşenden bahsetmek mümkündür. Krizin nedenlerine bakarken, bu krizde bankalardan borçlanan kişilere de bakmayı ihmal etmemek gerekir. Bu dönemde finansal sistemin geliştirdiği yeni risk yönetim yöntemleri ve ev fiyatlarının yükselmeye devam edeceği beklentisi ile geri ödeme güçlüğü çekebilecek kesimlere dahi kredi verilmiştir. Verilen subprime kredilerin önemli bir özelliği de bunların genellikle değişken faizli ipotek kredileri olmalarıydı. Durum böyle olunca faiz oranları düşüken alınan bu krediler; kredi alanın lehine işlerken, faiz oranları yükseldiğinde ödeme güçlüğü yaratabilecek bir etken haline gelerek kredi alanların aleyhine bir durum yaratmıştır (Akçay ve Güngen, 2014: 67).

2008 krizinden sonra Amerika Birleşik Devletleri'nde mortgage kredisi kullanarak konut sahibi olan borçlu kişilerin birçoğu, faizlerin artması durumunda kullanmış oldukları kredilerin özelliği gereği ödeyecekleri tutarın da artacağı konusunda bilgilerinin olmadığı ortaya çıkmıştır. Aslında bu da bize, finansal okuryazarlığın ne denli önemli olduğunun yanı sıra finansal okuryazarlık seviyesinin gelişmiş ülkelerin de sorunu olduğunu göstermektedir (The Economist, 2008). Düşük eğitim seviyesine sahip olan kişiler, yaşlılar ve kadınlar bu konuda bir adım önde gelmektedir. Finansal okuryazarlığa önem verilmesinin nedeni de,

bilinçsiz bireylerin, toplu bir şekilde yanlış kararlar alarak hareket etmesi durumunda, herhangi bir öngörüye ya da deneyime sahip olmayan yönetimlerin elinde, ülke ekonomisini adeta felakete götürebilecek olmasıdır (Özer, 2013:2).

1.4.1. Finansal Okuryazarlığın Geliştirilmesi

Bireylerin finansal güvenlikle ilgili talepleri, finansal okuryazarlığın gün geçtikçe gelişmesine yardım edecektir. Bundan dolayı kredi kartlarının günümüzde artan miktarda kullanımı, insanların nakit ihtiyaçlarını karşılamak için kullandıkları tüketici kredileri, sigorta işlemleri, gelecekle ilgili planlarını yaparken yer verdiği emeklilik sistemi, konut kredileri, finansal verilerin takip edilmesi gibi finansal hizmetlerle alâkalı ortaya çıkan bilgi eksikliklerinin minimum düzeye indirilmesi hatta gerçekleştirilebiliyorsa tamamının giderilmesi önem taşımaktadır. Finansal okuryazarlık seviyesinin artırılması, finansal tüketicileri kullanacakları finansal ürün ve hizmetlere ilişkin bilgilendirecek olması, kendi çıkarlarını maksimum yapacak ürün ve hizmetlerden yararlanmasına yardımcı olacaktır. Finansal okuryazarlık seviyesinin geliştirilmesi bireylerin finansal anlamda riskleri daha iyi yönetmelerine imkân tanımaktadır (Temizel ve Bayram, 2011: 74).

Bireylerin temel seviyede finansal kavramlara ilişkin bilgi sahibi olmaları, piyasaların etkin çalışmasına zemin hazırlayacaktır. Bu nedenle hem çocukların hem de yetişkinlerin finansal okuryazarlık düzeylerini artıracak çalışmalar, zamanla finansal kuruluşların daha etkin çalışmasını sağlayacaktır (Bayram, 2015: 106).

Bireyler; bütçeleme, tasarruf, yatırım, borçlanma, ödünç alma, sigorta, portföy çeşitlendirmesi ve gelecekte belirli bir tarihte bir tasarruf hedefinin yeterli olmama riskini ortadan kaldırmak için yatırımların vade tarihi için gerekli olan eşleştirme (Bodie, 2006: 2-5) gibi kişisel finans ilkeleri uygulayarak finansal okuryazarlığının gelişmesine katkıda bulunabilirler.

Finansal okuryazarlık önümüzdeki yıllarda, önerilecek olan çalışma örnekleri, demografi ve hizmet sunumlarındaki trendler ve modern toplumdaki işleyiş için giderek önemli bir gereksinim olmaya devam edecektir. Finansal okuryazarlıktaki gelişmeler sadece

sosyal kapsamı desteklemekle kalmayıp aynı zamanda ulusal refahı sağlayan finansal hizmet sektörüne olan desteği de güçlendirmektedir (Morgan, 2003: 2).

Finansal okuryazarlığın toplumda sosyal, ekonomik veya demografik faktör ayrımı olmaksızın yayılması ve geliştirilmesi gerekmektedir. Çünkü bireylerin finansal anlamda alacakları kararlar yalnızca kendilerini değil aynı zamanda finansal piyasaları da yakından etkileyecek ve içinde yaşadığı topluma da zarar vermiş olacaktır. Finansal okuryazarlığın geliştirilmesinde eğitim kurumlarının yanı sıra günümüz gelişen medya sektöründen ve çeşitli sivil toplum örgütlerinden de yararlanılabilir (Bayram, 2010: 15).

Finansal okuryazarlığın geliştirilmesi bireylere; finansal sistemin işleyişi hakkında bilgi sahibi olmayı, sahip olunan bu bilgi ile bireylerin finansal işlemler karşısında ortaya çıkabilecek riskleri daha iyi yönetmeyi ve böylece daha etkili kararlar alabilmeyi sağlayacaktır. Finansal okuryazarlığın geliştirilerek ortaya çıkacak bilinçli tüketiciler sayesinde, finansal sistemin istenilen derinliğe ve büyüklüğe ulaşmasında da önemli bir rol üstlenmiş olacaktır (Temizel, 2010: 1).

1.4.2. Finansal Okuryazarlık İçin Artan İhtiyaç

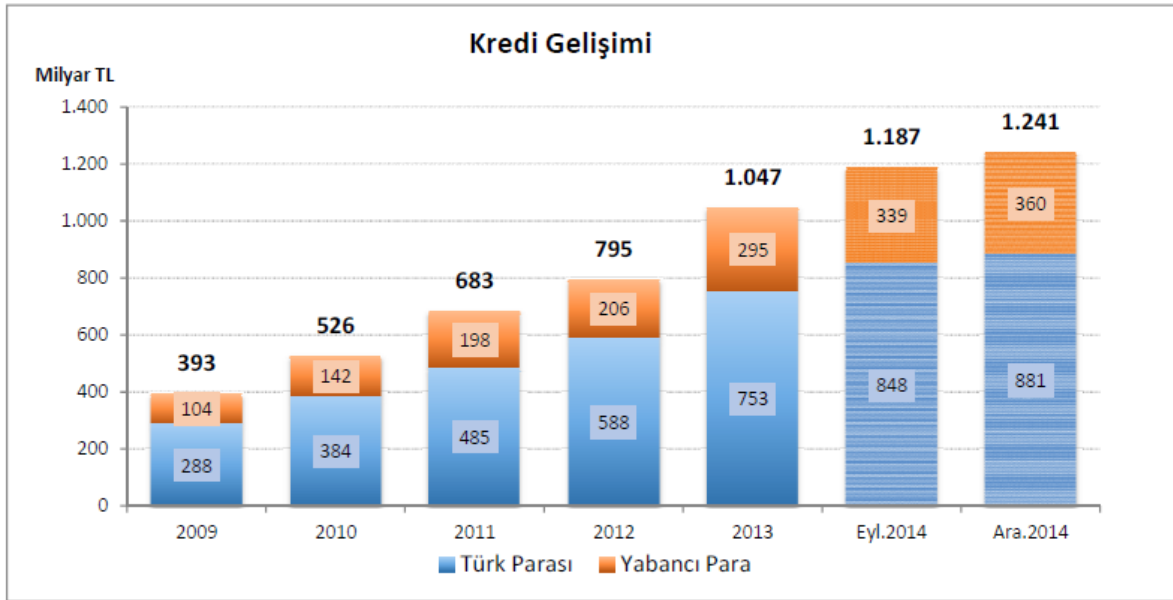
Finansal beceriler için olan ihtiyaç son on yılda hızlı bir şekilde büyüme göstermiştir. Çünkü finansal pazarlar deregüle edilmiş, pazar paylaşımı için birbirleriyle güçlü rekabet içerisinde olan finansal kurumlardan krediler daha kolay alınabilir hâle gelmiştir. Ayrıca, finansal ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi ve pazarlanması hızla artmaktadır. Hükümetler dünya çapında vatandaşların kendi emeklilik gelirleri için daha fazla sorumluluk alabilmesi için vatandaşlara yapılan teşvikleri aşağıya doğru çekmektedirler (Beal ve Delpachitra, 2003: 65). Özellikle genç bireyler; kendi emeklilikleri için yeterli planlamalarının olmaması, kısa ve uzun vadede yatırımlar arasındaki çeşitlilik, risk ve getiri arasındaki ilişkileri, gelecek için yatırım yapma ve planlamaların temellerini anlamak zorundadırlar (Marcolin ve Abraham, 2006: 2-3).

Finansal problemler aynı zamanda boşanma ve diğer olumsuzluklar için temel teşkil etmektedir (Cleek ve Pearson, 1985: 181). Ekonomik stres ekonomik kayba ek olarak duygusal gerginliğe de neden olup bu da ailelerde boşanmalara sebebiyet vermektedir

(Yeung ve Hofferth, 1998: 259). Finansal okuryazarlığı düşük düzeylerde olan insan hem ulusların ekonomik refahı hem de bireylerin kendi refahı için ciddi problem oluşturmaktadırlar. Teknolojide devam eden değişimler ve yenilikler olduğu kadar tasarruf, borçlanma, yatırım, emeklilik, sağlık ve sigorta hususunda gereksinimler de finansal okuryazarlık araştırmaları için dikkat çekici görülmektedir ve bu yüzden finansal okuryazarlık önemli bir araştırma konusu olmaya devam edecektir.

1.4.3. Finansal Sistemde Risk İştahı

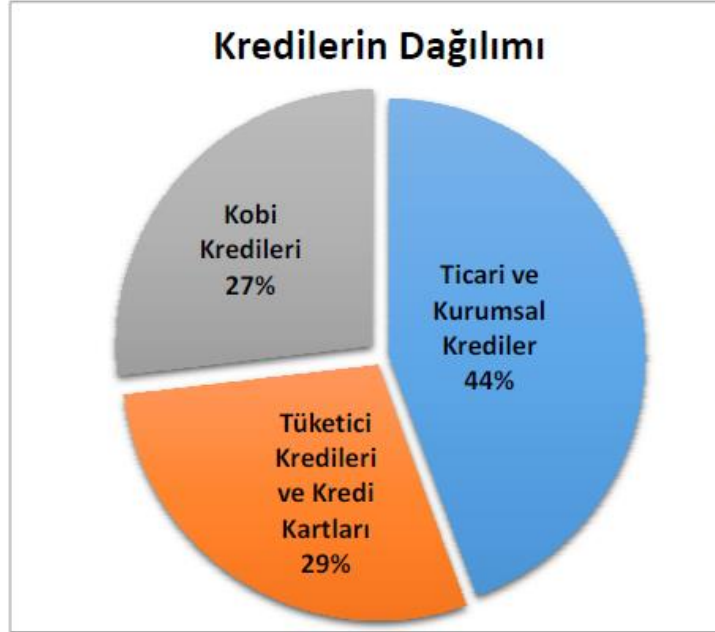
Finans sisteminde faaliyet gösteren bankalar ve aracı kurumlar günümüzde büyük bir rekabet ortamında faaliyetlerini sürdürmektedirler. Dönem dönem bankaların risk iştahlarının fazla olması veya yeni müşteriler elde etme çabasına girmeleriyle birlikte farklı müşterilere hitap etmek, onların finansal ürün ve hizmet ihtiyaçlarını karşılamak adına birçok çalışma yaparak yeni finansal ürün ve hizmetler sunmaktadırlar. Aşağıda Türkiye’de 2014 yılı bankacılık sektörüne ait bazı göstergelere yer verilmiştir:



Şekil 1. 1: Kredilerin Gelişimi

(BDDK, 2014a: 10)

Yukarıdaki tablo incelendiğinde Aralık/2014 döneminde, toplam kredi tutarının 1,24 trilyon TL gibi bir rakam olduğu göze çarpmaktadır. Bu tutarın Türk parası cinsine karşılık gelen kısmı 881 milyar TL iken, 360 milyar TL'lik kısmını ise yabancı para kredileri oluşturmaktadır. Bu kredilerin dağılımı ise aşağıdaki gibidir:

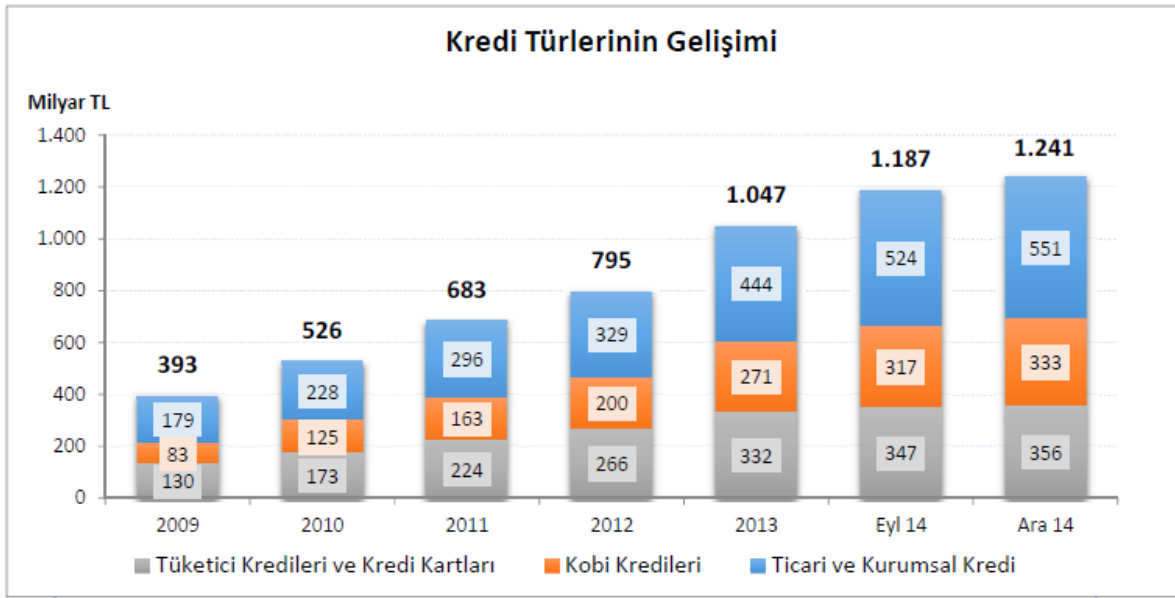


Şekil 1. 2: Kredilerin Dağılımı

(BDDK, 2014a: 10)

Ticari ve kurumsal krediler toplam kredilerin %44'ünü, tüketici kredileri ve kredi kartları toplam kredilerin %29'unu ve kobi kredileri ise toplam kredilerin % 27'sini oluşturmaktadır. Olaya kredi kullandırılan müşteri segmenti açısından bakıldığında, kobi kredileri ile ticari ve kurumsal krediler aynı segment olarak düşünülürse, toplam kredilerin % 29' luk kısmı bireysel geri kalan kısmı ise kurumsal kredilerden oluşmaktadır.

Kredilerin gelişim sürecine bakıldığında da kullandırılan kredilerin yıllar itibariyle her segmentte arttığını görmek aşağıdaki tabloda mümkündür.



Şekil 1. 3: Kredi Türlerinin Gelişimi

(BDDK, 2014a: 11)

Yukarıdaki grafiğe bakıldığı zaman, ortada büyük bir kredi hacminin bulunduğu göze çarpmaktadır. Bankalar ise, bu kredi hacminden her geçen gün daha fazla pay almak istemektedirler. Bunun içinde değişik kampanyalar yapmakta ve her kesime, her müşteri profiline hitap edecek finansal ürünler çıkartarak müşterileri kendi taraflarına çekmek istemektedirler.

Her geçen gün daha da artan finansal yenilikler, tüketiciler için yeni fırsatlar sunmaktadır. Fakat bu fırsatların yanında da birtakım zorluklar ortaya çıkmaktadır. Bu tür yenilikler; kendisine sunulan alternatif ürünleri değerlendirip karar vermede ya da çok daha komplike finansal ürünlerin şartlarını anlamakta zorluk çeken finansal tüketiciye, giderek etkisi daha da yüksek olan riskler yüklemektedir (Temizel ve Bayram, 2011: 77).

Özellikle tüketiciler günümüzde bankacılık alanında sunulan birçok hizmetten sıkıntı yaşamaktadır. Bunun nedeni ise yukarıda değinildiği gibi birçok farklı ürünün yer alması ve bunların gittikçe karmaşıklaşmasıdır. Günümüzde bireylerin en çok kullandığı bankacılık ürünü olan kredilerin dışında, banka kartları ve kredi kartlarında da bu durumu daha çok görmek mümkündür. Çünkü hemen hemen her bireyin bir bankada mevduat hesabı

bulunmakta ve birçok tüketici kredi kartı kullanmaktadır. Bankaların bu ürünlerinin kullanımına ilişkin Bankalararası Kart Merkezi (BKM)'nin verilerine bakacak olursak aşağıdaki tabloda görmek mümkündür:

Tablo 1. 2: Yerli ve Yabancı Kredi Kartlarının Yurt İçi Kullanımı
(BKM, 2015)

2014 YILI						
Dönem	İşlem Adedi			İşlem Tutarı (Milyon TL)		
	Alışveriş	Nakit Çekme	Toplam	Alışveriş	Nakit Çekme	Toplam
OCAK	219.580.475	6.783.851	226.364.326	34.572,82	3.596,79	38.169,62
ŞUBAT	197.532.758	6.241.830	203.774.588	28.740,00	2.982,30	31.722,31
MART	222.699.654	7.276.613	229.976.267	33.350,40	3.569,81	36.920,22
1. DÖNEM	639.812.887	20.302.294	660.115.181	96.663,24	10.148,91	106.812,15
NISAN	222.552.441	7.400.470	229.952.911	34.111,45	3.623,72	37.735,17
MAYIS	233.614.234	7.661.956	241.276.190	36.860,92	3.770,51	40.631,43
HAZİRAN	232.324.591	7.295.498	239.620.089	36.774,67	3.816,07	40.590,75
2. DÖNEM	688.491.266	22.357.924	710.849.190	107.747,05	11.210,30	118.957,36
TEMMUZ	231.609.730	6.984.052	238.593.782	36.768,26	3.832,87	40.601,13
AĞUSTOS	231.271.917	7.669.750	238.941.667	38.643,23	4.198,82	42.842,05
EYLÜL	234.221.286	7.661.879	241.883.165	39.344,76	4.260,57	43.605,33
3. DÖNEM	697.102.933	22.315.681	719.418.614	114.756,26	12.292,27	127.048,53
EKİM	224.102.855	7.340.612	231.443.467	37.142,24	4.332,91	41.475,15
KASIM	223.367.084	7.288.529	230.655.613	37.185,50	4.305,50	41.491,00
ARALIK	237.783.948	7.842.479	245.626.427	39.655,84	4.884,93	44.540,78
4. DÖNEM	685.253.887	22.471.620	707.725.507	113.983,58	13.523,36	127.506,94
2014 YILI	2.710.660.973	87.447.519	2.798.108.492	433.150,15	47.174,85	480.325,00

Banka kartları ile yapılan işlem miktarı ve tutarı ise aşağıdaki şekildedir:

Tablo 1. 3: Yerli ve Yabancı Banka Kartlarının Yurt İçi Kullanımı
(BKM, 2015)

2014 YILI						
Dönem						
	İşlem Adedi			İşlem Tutarı (Milyon TL)		
	Alışveriş	Nakit Çekme	Toplam	Alışveriş	Nakit Çekme	Toplam
OCAK	51.675.634	80.869.034	132.544.668	2.233,28	30.019,39	32.252,68
ŞUBAT	49.806.388	77.606.583	127.412.971	2.212,97	29.924,18	32.137,15
MART	60.632.464	86.574.300	147.206.764	2.512,29	32.004,51	34.516,80
1. DÖNEM	162.114.486	245.049.917	407.164.403	6.958,55	91.948,09	98.906,64
NİSAN	60.748.579	85.795.031	146.543.610	2.635,53	31.863,62	34.499,16
MAYIS	65.131.386	89.044.514	154.175.900	2.898,67	33.003,46	35.902,14
HAZİRAN	64.004.585	86.767.028	150.771.613	2.988,17	33.484,52	36.472,70
2. DÖNEM	189.884.550	261.606.573	451.491.123	8.522,38	98.351,62	106.874,01
TEMMUZ	60.477.068	85.758.179	146.235.247	3.039,09	35.250,41	38.289,51
AĞUSTOS	63.608.517	81.582.533	145.191.050	3.251,35	32.102,82	35.354,17
EYLÜL	63.374.915	86.681.190	150.056.105	3.144,70	34.791,12	37.935,83
3. DÖNEM	187.460.500	254.021.902	441.482.402	9.435,15	102.144,37	111.579,52
EKİM	62.187.602	85.155.291	147.342.893	3.051,08	33.833,37	36.884,45
KASIM	62.237.069	85.521.834	147.758.903	2.733,44	33.312,70	36.046,14
ARALIK	65.724.483	90.167.259	155.891.742	2.852,18	34.752,17	37.604,36
4. DÖNEM	190.149.154	260.844.384	450.993.538	8.636,71	101.898,25	110.534,96
2014 YILI	729.608.690	1.021.522.776	1.751.131.466	33.552,80	394.342,34	427.895,14

Toplam banka kartı ve kredi kartı sayılarına bakıldığında:

Tablo 1. 4: Kart Sayıları

(BKM, 2015)

2014 YILI		
Dönem	Kart Sayısı	
	Toplam	Toplam
	Kredi Kartı	Banka Kartı
OCAK	56.787.886	100.919.067
ŞUBAT	57.019.319	101.236.891
MART	57.289.670	102.234.029
1. DÖNEM	57.289.670	102.234.029
NİSAN	57.242.835	100.757.343
MAYIS	57.317.236	100.511.908
HAZİRAN	57.346.935	101.101.684
2. DÖNEM	57.346.935	101.101.684
TEMMUZ	57.280.716	101.398.986
AĞUSTOS	57.077.508	102.186.536
EYLÜL	57.116.031	102.898.748
3. DÖNEM	57.116.031	102.898.748
EKİM	57.142.740	103.449.126
KASIM	57.114.419	104.671.477
ARALIK	57.005.902	105.513.424
4. DÖNEM	57.005.902	105.513.424
2014 YILI	57.005.902	105.513.424

Aşağıdaki tabloda bu rakamların her geçen yıl arttığını görmek mümkündür.

Tablo 1. 5: 2010-2015 Yılı Kart Sayıları

(BKM, 2015)

2010-2015 YILI		
Dönem	Kart Sayısı	
	Toplam	Toplam
	Kredi Kartı	Banka Kartı
2010	46.956.124	69.916.462
2011	51.360.809	81.879.926
2012	54.342.148	91.263.042
2013	56.835.221	100.164.954
2014	57.005.902	105.513.424
2015*	57.701.145	109.698.001

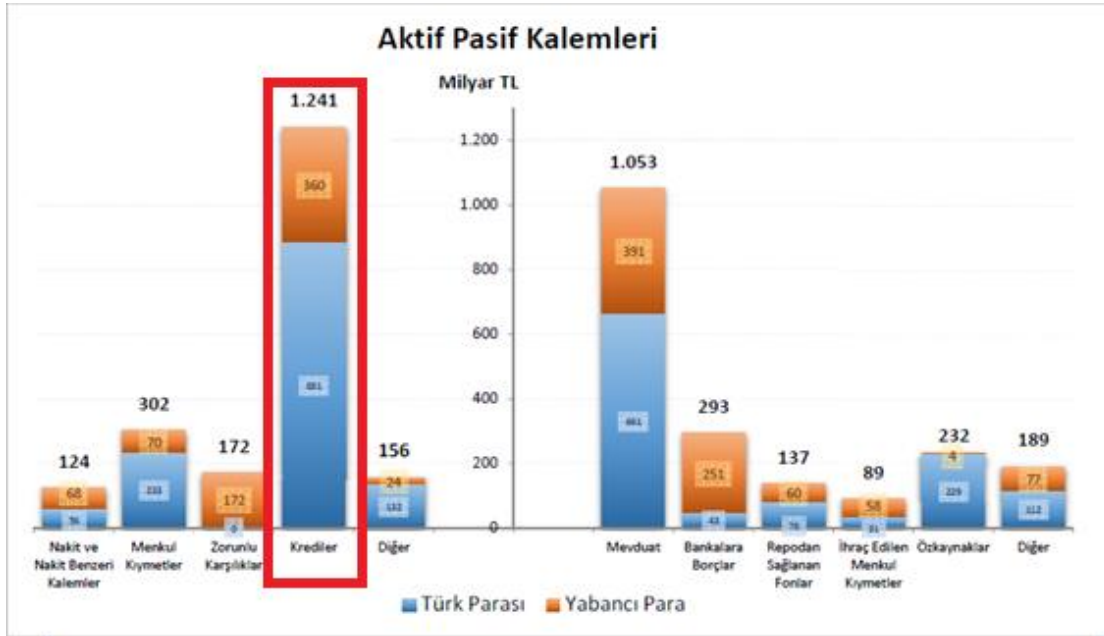
*2015 yılının Ocak-Şubat-Mart-Nisan-Mayıs ayları toplam rakamıdır

Aslında bütün bu rakamlara bakıldığında çok büyük bir kitle tarafından finansal ürün ve hizmetlerin kullanıldığı görülmektedir. Bu kullanım yani finansal sistemde yer alma ihtiyacı zorunluluğu, kişilerin gönüllülük esasına dayanabileceği gibi bir takım zorunluluktan dolayı da ileri geldiği öne sürülebilir. Tabi bütün tüketicilerin finansal hizmetleri kullandığını söylenemez, hâlâ finansal sistemde yer almayan birçok insan bulunmaktadır.

Bu kadar çok finansal hizmeti kullanan tüketicilerin olması, finansal sistemin gelişmesi için büyük önem arz etmektedir. Fakat finansal hizmetler, doğru bir şekilde kullanılırsa tüketiciye ve finansal sisteme fayda sağlar ve ona hizmet eder. Tüketiciler, çeşitli ihtiyaçlarını ve isteklerini karşılamak için finansal ürün ve hizmetleri kullanabilirler. Bu ürün ve hizmetler, kullanıldıklarında insanların hayatlarını kolaylaştırıyor ve değer katabiliyorlarsa var olabilirler. Dolayısıyla, bu hizmetlerden yararlanmak insanların hayatını daha rahat bir hâle getirmelidir (Gökmen, 2012: 35). Örneğin, gelecekte finansal sistemde yer alacak olan öğrencilerin, burs ödemelerini banka aracılığıyla alması ve bireylerin para çekme işlemlerini bankamatik kartlarıyla yapması ya da günlük zaruri ihtiyaçlarını karşılamak adına kredi kartı kullanması gibi.

Bireylerin finansal yönetimde önemli sorunlarından bir tanesi de kredi ve günümüzde kredinin temel ürünü sayılabilecek nitelikte olan kredi kartının kullanımınıdır. Bireylerin belki

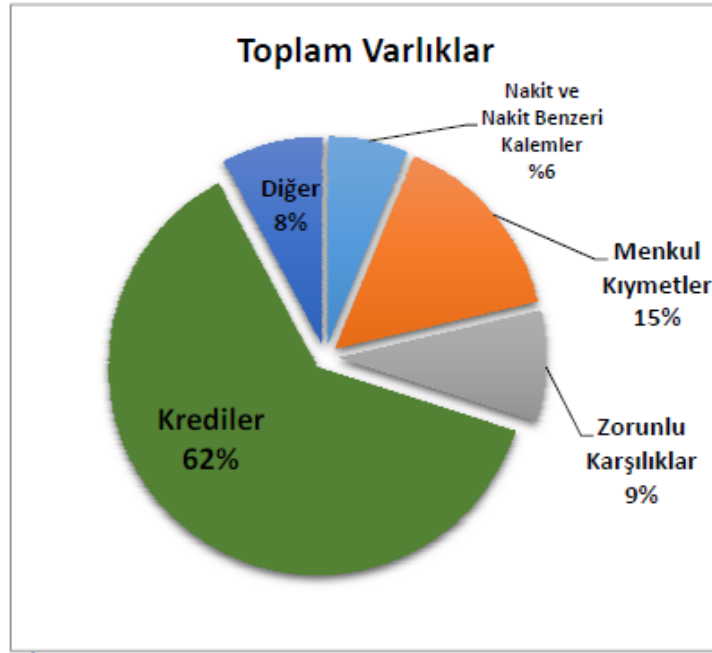
daha uzun vadede gerçekleştirebilecekleri istek ve ihtiyaçlarını çok daha kısa bir vadede gerçekleştirebilme yani bugünden sahip olabilme isteği kredi kartlarının bilinçsiz bir şekilde kullanılmasına neden olmaktadır (Gönen ve Özmete, 2007: 58). Bir kişinin hayalindeki arabayı erkenden alabilmesi için bir bankadan kredi çekmesi ve almış olduğu arabası için oluşabilecek kaza veya hasar için sigorta yaptırması. Askerdeki çocuğuna para gönderecek bir anne veya babanın bu işlemi bir aracı kuruluşun verdiği hizmeti kullanarak rahatlıkla yapması, ya da bir ücret karşılığında çalışan bir kişinin maaşını bankadan çekmesi vs. Bütün bunlar tüketicilerin finansal ürün ve hizmetleri kullanma nedenleri olarak sayılabilir ve bu örnekler çoğaltılabilir. Olaya birde bu finansal ürün ve hizmetleri sunan finansal kuruluşlar açısından da bakabiliriz. Örneğin bir banka kuruluşunu düşünelim. Bankalar için önemli bir gelir unsuru vermiş oldukları kredilerdir. Bankalar için kredilerin ne kadar önemli bir kalem olduğunu bankaların 2014 yılına ilişkin aktif ve pasif kalemlerine bakılarak anlaşılabilir:



Şekil 1. 4: Bankacılık Kesiminin Aralık/2014 Yılı Aktif-Pasif Kalemleri

(BDDK, 2014a: 4)

Kredilerin toplam aktif içerisindeki yüzdesi ise aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:



Şekil 1. 5: Bankaların Aralık/2014 Yılına İlişkin Toplam Varlıkları
(BDDK, 2014a: 4)

Yukarıdaki grafikler incelendiğinde; kredilerin bankaların 2014 yılına ait varlıkları içerisinde % 62’lik bir pay ile aktif kalemleri içerisinde en fazla paya sahip olduğu hemen göze çarpmaktadır. Söz konusu rakamlar 2014 yılına ait rakamlardır. Kredilerin biraz daha güncel rakamlarına bakılacak olursa:

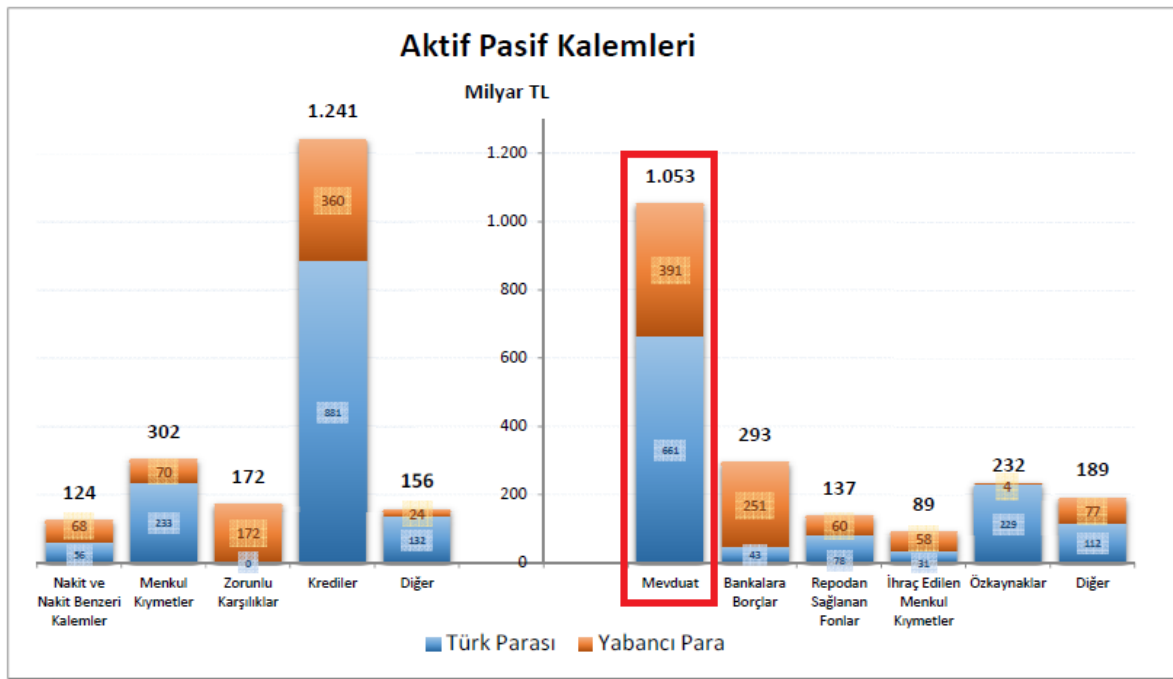
Tablo 1. 6: Günlük Bankacılık Sektör Raporu
(BDDK, 2015)

GÜNLÜK BANKACILIK SEKTÖR RAPORU							
26.08.2015							
	Milyon TL						
	Son Üç Gün			Son Ay	Son Çeyrek	Yıl Sonları	
	26.08.15	25.08.15	24.08.15	31.07.15	30.06.15	31.12.14	31.12.13
AKTİFLER							
Nakit Değerler ve TCMB	61.704	62.715	63.252	61.898	58.697	59.965	49.758
Bankalara Plasmanlar	72.428	76.732	75.163	66.746	65.348	52.707	49.618
-Yurtiçi Bankalar	28.863	31.709	31.004	30.847	31.817	29.288	22.640
-Yurtdışı Bankalar	43.565	45.023	44.159	35.899	33.530	23.419	26.978
Menkul Değerler Portföyü	319.513	319.032	319.156	315.579	312.577	301.265	286.943
-Kamu Borçlanma Senetleri	93.290	93.035	91.554	108.523	87.247	97.212	106.493
-Repo İşl. Konu Men. Değ.	156.585	156.336	157.754	142.189	157.403	141.676	128.702
-Teminata Verilen Men. Değ.	54.249	54.386	54.501	50.596	54.089	51.649	43.760
-Diğer	15.389	15.275	15.348	14.272	13.839	10.728	7.988
Krediler	1.475.172	1.467.676	1.468.237	1.441.484	1.410.685	1.250.238	1.057.827
-TP	991.009	984.889	983.922	991.691	976.863	885.158	757.605
-YP	484.163	482.787	484.315	449.793	433.823	365.080	300.222
-Bankalara Kullandırılan Krediler (Bilgi İçin)	13.639	13.603	13.863	12.798	12.434	9.266	9.528
Takipteki Alacaklar (Net)	10.689	10.697	10.718	11.043	10.665	9.628	7.002
Takipteki Alacaklar (Brüt)	42.469	42.471	42.430	42.212	41.511	36.337	29.305
Takipteki Alac. Özel Karş.	31.781	31.774	31.712	31.169	30.847	26.709	22.303

Rakamlar incelendiğinde, kredilerin bankaların aktifinde önemli bir yer tuttuğu ve her geçen günde bu rakamın arttığı görülmektedir. Kredilerin bankalar için bu derece önemli olması, finansal ürün ve hizmetleri kullanan kişilerin sayılarının fazla oluşu ve her geçen günde bu sayıların artması, bankaların risk iştahını artırmaktadır. Günümüz koşullarında birbirleriyle kıyasıya rekabet eden bankalar, müşteri gruplarını kendilerine çekebilmek adına her geçen gün yeni ürün ve hizmetler piyasaya sunmaktadırlar. Bütün müşteri gruplarına hitap edecek ürün ve hizmetlerin olması ve bu sayıların da her geçen gün takip edilemeyecek şekilde artması tüketiciler tarafından bu ürünlerin anlaşılmasını zorlaştırmaktadır.

Bu şekilde finansal ürünlerin karmaşık yapıda farklı bileşenlerden oluşması, bu ürünlerin satın alınması esnasında tüketicilerin birçok farklı kalemden ücretlendirilmesi sorununu da beraberinde getirmektedir. Ürünlerde karmaşık bir yapı sergileyen bu ücretlendirme sistemi de tüketicilerdeki finansal okuryazarlık, finansal bilgi noksanlığının neticesinde kuruluşların yüksek ücretlendirme yapabilmelerine neden olmaktadır (Aktekin,

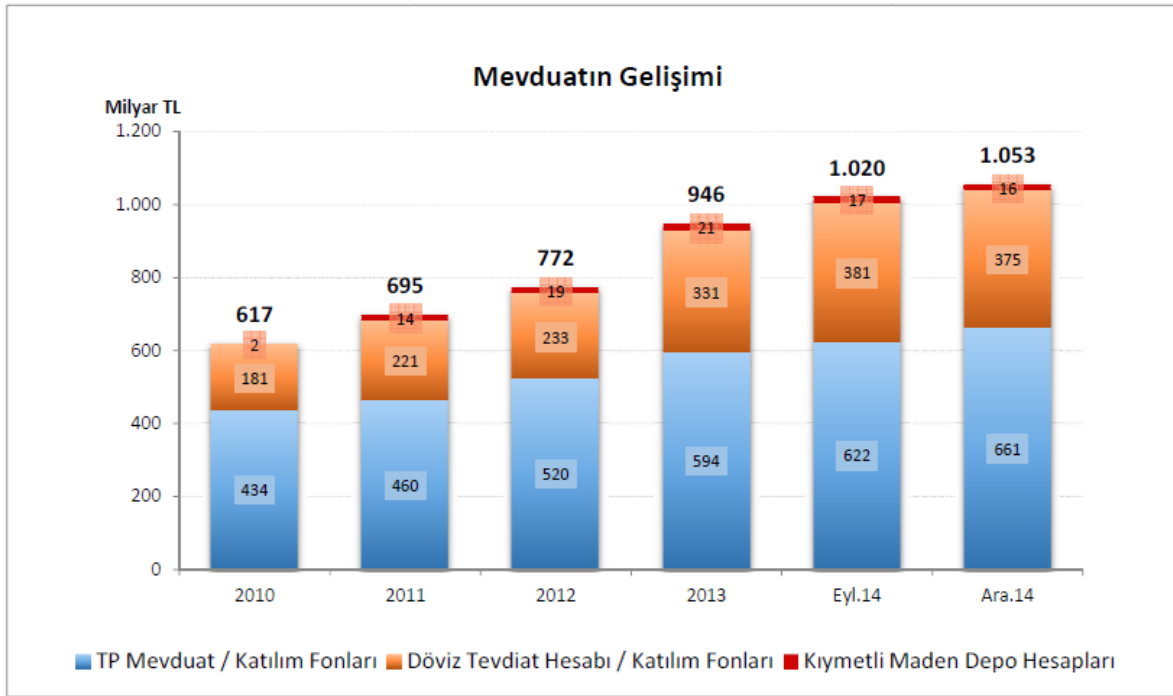
2015). Böylece tüketici finansal okuryazarlık seviyesinin düşük olmasından dolayı fazla maliyetlere katlanmak zorunda kalmaktadır. Bankaların gelir kaynaklarından en önemli unsurun kredilerin olduğu bir gerçektir. Ancak bankaların verdikleri kredilerin kaynağını oluşturan önemli bir kalem de elbette mevduatlardır. O yüzden olaylara yalnızca kredi açısından bakmak elbette yanlış olacaktır. Bir tüketicinin nakit ihtiyacı olabileceği gibi fazla nakdini de tasarruf etmek isteyebilecektir. Bankalar için kredi ne kadar önemliyse mevduatta aynı derece de öneme sahiptir. Günümüz bankacılık sektöründe mevduatın ne aşamada olduğuna bakacak olursak, 2014 yılına ilişkin mevduatın bankacılık sektörünün aktif-pasif kalemlerindeki yerini aşağıda görebilmek mümkündür:



Şekil 1. 6: Bankaların Aralık/2014 Yılına İlişkin Aktif Pasif Kalemleri

(BDDK, 2014a: 4)

Görüldüğü gibi bankaların yükümlülükleri diye adlandırdığımız pasif kalemlerinde en fazla tutara sahip olan kalem mevduattır. Mevduatın 2014 yılına ilişkin gelişimine bakıldığında:

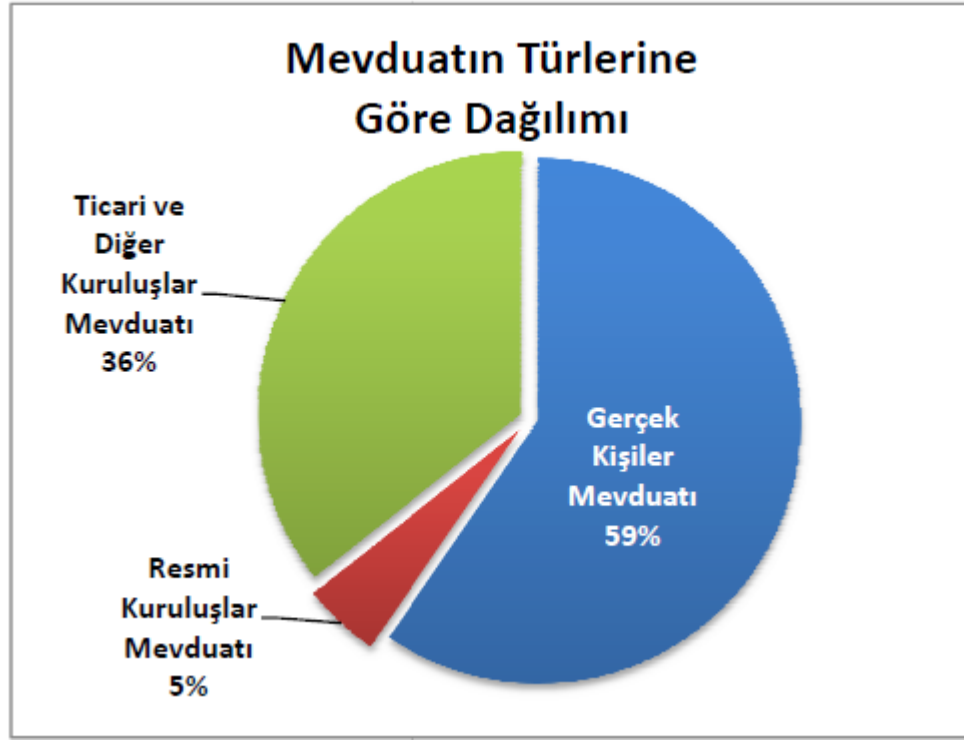


Şekil 1. 7: Mevduatın Gelişimi

(BDDK, 2014a: 17)

Yukarıdaki grafik incelendiğinde Aralık/2014 döneminde, toplam mevduatın büyük bir kısmını 661 milyar TL' lik bir rakam ile TL Mevduat/ Katılım fonları oluşturmaktadır. Bunu 375 milyar TL ile Döviz Tevdiat Hesabı/ Katılım fonları ve 16 Milyar TL ile de kıymetli maden hesapları takip etmektedir. Burada mevduatın gelişimine ilişkin bilgileri verirken bile ne kadar farklı enstrümanların olduğu hemen göze çarpmaktadır ki bu ürünler yalnızca yukarıdakilerle de sınırlı kalmamaktadır.

Mevduatın türlerine göre dağılımına bakıldığında ise:



Şekil 1. 8: Mevduatın Türlerine Göre Dağılımı (Aralık 2014)

(BDDK, 2014a: 17)

Toplam mevduatın %59'luk kısmını gerçek kişilerin mevduatı oluşturmaktadır. Banka bilançolarının aktif kaleminde krediler nasıl önemli bir yere sahipse pasif kaleminde de aynı şekilde mevduatın önemli bir yere sahip olduğu anlaşılmaktadır. Tabi mevduat çeşitlerinden de özellikle vadesiz mevduat, daha da büyük bir önem arz etmektedir. Vadesiz mevduat bedava kaynak olmasının yanı sıra, şubeye yeni müşteri getirme ve çapraz satış olanağı tanınması nedeniyle de bankaların üzerinde en çok durduğu kalemdir. Günümüzde bankalar vadesiz mevduatın artırılması için sürekli yeni stratejiler oluşturmaktadırlar (Capital, 2005).

Vadesiz mevduat, bankalar için oldukça düşük maliyetli kaynaklardır fakat böyle kaynakların da bulunması oldukça zordur. Bunun dışında bankalar vadesiz mevduatın yanı sıra vadeli mevduat sağlayarak da kendilerine kaynak yaratabilmektedirler. Ancak vadeli

mevduat ile beraber; alınan krediler, bankalar için en önemli maliyeti yüksek kaynak olarak gösterilebilir (Eroğlu, 2001: 1). Ancak vadeli mevduatın maliyetli olmasına karşın bankalar bu üründen yine de ciddi anlamda kâr elde edebilmektedirler. Mevduatın bu denli önemli olması yine bankaların bu konuda birbirleriyle kıyasıya bir rekabete girmelerine ve mevcut müşterilerini korumak ve rakiplerindeki müşterileri de kendi bünyelerine katmak için günümüzde son derece büyük uğraşlar vermelerine neden olmaktadır. Bu doğrultuda, müşterilerdeki mevduatın çekilebilmesi adına birçok ürün geliştirilmekte ve onların hizmetine sunulmaktadırlar. Örneğin; vadesiz mevduat hesabı, vadeli mevduat hesabı, döviz hesabı, altın hesabı, vadeli altın hesabı, anapara korumalı altın hesabı, yatırım hesapları, fon hesabı, anapara korumalı fon hesabı, kredili mevduat hesabı, maaş avans hesabı gibi örneklerini artırabileceğimiz birçok hesap türü bulunmaktadır. Müşterilere sunulan bu kadar çeşitli ürünün avantajlarının yanı sıra ister istemez dezavantajları da söz konusu olacaktır. Müşteriler tarafından anlaşılmasını zorlaştıracak bu tür çeşitliliğin yanında bireylerin finansal okuryazarlık düzeyleri düşük olduğu takdirde bu ürünlere ilişkin ücretlendirme sistemi müşteriler tarafından anlaşılamayabileceğinden aracı kuruluşların yüksek ücretlendirme yapmalarına neden olabilmektedir. Bu durum daha sonra müşteriler tarafından birçok şikâyet konusu olmaktadır. Bu tür şikâyetleri gören veya daha önce kendisi yaşamış bulunan kişiler, yatırım yapmak için bir bankaya ya da aracı kuruluşa gitmek yerine, tasarruflarını yastık altında tutularak mevduatın ekonomiye kazandırılmasını engelleyebileceklerdir.

Bankacılık alanındaki risk iştahının en önemli nedenlerinden bir tanesi de, özellikle son yıllarda bankaların önemli gelir kaynağı olan faiz gelirlerine temel teşkil eden faiz marjlarının daralması, bankaları faiz dışı gelirlere yönlendirmiş ve birçok bankacılık hizmeti artık ücretlendirilmeye başlanmıştır. Söz konusu durum hem finansal tüketicinin eğitimi hem de finansal tüketicilerin korunması sorununu gündeme getirmiştir (T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı, 2014: 3).

1.5. FİNANSAL EĞİTİM

Finansal eğitim, hemen hemen her dönemde bireylerin bütçe idaresi, gelir ve gider planlamaları, yatırım ve tasarruflarını etkili bir şekilde yönetmeleri ve doğabilecek riskleri

zararsız bir şekilde veya en zararlı atlatmaları açısından önemli bir kavram olmuş ve olmaya da devam edecektir. Günümüzde bu kavram daha da önem kazanmış durumdadır. Çünkü günümüzde çeşitliliği ve bir o kadar da karmaşıklığı giderek artan finansal hizmet ve ürünler yer almaktadır. Bireylerin ise, artan bu ürün ve hizmetlerle beraber oluşabilecek risklerin ve artan sorumluluklarının farkına varmalarını sağlamak, günümüzde gereklilik arz etmiştir. Bu nedenden dolayı bireylerde finansal farkındalık oluşturabilmek adına finansal eğitim konusuna çok daha hassasiyetle yaklaşılması ve gereken önemin verilmesi gerektiği bir gerçektir (TCMB, 2011: 77).

Finansal okuryazarlık oranı, gelişmiş ülkeler de dâhil olmak üzere, birçok gelişmekte olan ülkede çok düşük düzeylerde dir. Örneğin, Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) tarafından Japonya’da yapılan bir araştırmaya göre, yetişkin bireylerin % 71’i hisse senedi ve tahvil ile ilgili yapılacak yatırımlar konusunda en ufak bir bilgiye sahip olmadıklarını ortaya çıkarmıştır. Aynı kuruluş tarafından ABD’ de yapılan başka benzer bir araştırmada, yetişkin bireylerin % 51’i ve yükseköğretim öğrencilerinin % 66’sının enflasyon ve faiz oranı gibi temel sayılabilecek ekonomik kavramlar hakkında dahi bilgi sahibi olmadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bireyler, sistematik bir finansal eğitim aldıklarında ise, çok daha etkili tasarruf kararı verebilmelerinin yanı sıra finansal aracı kuruluşlara karşı, ihtiyaçlarını gerçekten karşılayabilen finansal ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi hususunda daha sorgulayıcı olabilmektedirler (Altıntaş, 2008: 22).

Finansal okuryazarlığın oluşabilmesi için temel düzeyde de olsa finansal bilgiye ihtiyaç duyulmaktadır. Finansal bilgi Amerikan toplumunda; günlük çalışma için gerekli olan temel finansal terim ve kavramların anlaşılması olarak tanımlanmaktadır (Bowen, 2002: 93). Finansal bilginin oluşabilmesi için de finansal eğitime ihtiyaç duyulmaktadır. Bireylerin temel düzey finansal eğitime sahip olabilmesi için, kesinlikle finansal eğitim alması gerektiğini söylemek yanlış olur. Bireyler kendi çabalarıyla da temel düzey finansal okuryazarlığa erişebilmektedirler. Ancak finansal eğitimin söz konusu yeterliliğe ulaşmak için bireylere büyük kolaylıklar sağladığı ve temel düzey finansal okuryazarlık seviyesinin geliştirilerek daha ileri aşamalarına geçilmesinde bireye destek olacağı unutulmamalıdır.

1.5.1. Finansal Eğitim Nedir?

Finansal eğitim, finansal farkındalık, finansal erişim ve finansal bilgi birikiminden başlayarak, bunlara ilişkin eksikliklerin; nereden, ne zaman ve nasıl giderileceğine kadar birçok alanı kapsamaktadır. Ayrıca bu konulara ilişkin eksiklikler giderildiği zaman bireylerin tüketim, yatırım ve tasarruf kararlarında ne gibi değişiklikler olduğu ve bu değişikliklerle beraber ülke ekonomisine ve onun ayrılmaz parçası olan toplumsal refaha olan olumlu veya olumsuz yansımalarına kadar çok geniş bir yelpazeyi içermektedir. O yüzden finansal eğitim için her ülkenin kendine has ekonomik, sosyal ve kültürel özellikleri göz önünde bulundurularak yapılabilecek tanımlamaların sayısını arttırmak mümkündür (TCMB, 2011: 79).

Finansal eğitimine ilişkin kullanılan en yaygın tanım OECD tarafından 2005 yılında yapılan tanımdır. Bu tanıma göre:

“Finansal eğitim; finansal tüketicilerin/yatırımcıların, finansal ürünler ve kavramlara ilişkin anlayışlarını geliştirdikleri ve finansal risk ve fırsatların farkına varmak, bilgiye dayalı kararlar vermek, yardım almak için nereye başvurabileceklerini bilmek ve finansal refahlarını yükseltmek, diğer etkili davranışlar gösterebilmek için bilgi, öğretim ve /veya objektif tavsiyeler sayesinde yeteneklerini ve güvenlerini geliştirdikleri süreçtir” (OECD, 2005: 26).

Başka bir tanımda ise finansal eğitim; çeşitli yaş grupları, işçiler ve ailelere yönelik, ev satın alma, küçük işletme kurma ve geliştirme, temel aile ekonomisi gibi kapsamlı finansal konuları içermektedir. Ayrıca bireylerin finansal açıdan bağımsız olabilmeleri, servet oluşturabilmeleri, yatırımlarını koruyabilmeleri için ihtiyaçları olan araçları verebilmek adına tasarlanmış ve ömür boyu süren bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır (National Council of La Raza (NCLR), 2004: 48).

Finansal eğitim; tasarruf, emeklilik planlarının seçilmesi ve ipotekli konut kredileri ile ilgili kararların alınmasında ve bireylerin mali durumları ile yaşam standartları üzerinde belirleyici rol üstlenmektedir (Özçam, 2006: 1). Finansal eğitim kavramı ayrıca, bireysel yatırımcıların tasarruf motivasyonunun artırılması, yatırımların yönetimi, finansal araçlarla sağlıklı ilişkilerin kurulması, finansal dolandırıcılık faaliyetlerine karşı bilinçlendirme ve

etkili kredi kullanımı gibi konularda, bireylerin finansal güvenliklerini sağlamayı amaçlayan ve devamlılık arz eden dinamik bir süreci ifade etmektedir (Altıntaş, 2008: 25).

Finansal eğitim ve finansal okuryazarlık kavramı iç içe geçmiş kavramlardır. Finansal eğitim yapılan tanımlardan da anlaşılacağı üzere bir süreç olup finansal okuryazarlıkla sonuçlanmalıdır (Gökmen, 2012: 21). Finansal eğitim beraberinde; bireylerin karar ve seçimlerinde bilgi elde edilmesini, elde edilen bilgilerin kullanılmasını, finansal kavram ve terimlere aşina olunmasını, finansal ürün ve hizmetlerde doğru tercihler yapılmasını içermektedir (Bayram, 2010: 19).

Finansal eğitimle ilgili dikkat çeken unsurlardan bir tanesi de finansal eğitim tanımlarında yalnızca bilgiye değil aynı zamanda; beceri, tutum, davranış ve güven gibi unsurlara da değinilmektedir. Sadece bilgi ile doğru kararlar vermek mümkün olmamaktadır. Finansal eğitim, bilginin yanı sıra becerinin de verilmesini ve bunların sonuçta tutum ve davranışlara yansımaları gerekli kılmaktadır (Gökmen, 2012: 21).

1.5.2. Finansal Eğitim ve Finansal Tüketicilerin Korunması

Finansal eğitim konusu ile tüketicilerin korunması kavramı aslında yakın anlamlı kavramlar olarak algılanmaktadır ancak yakın anlamlara sahip olsalar da birbirlerinden ayırt edilmesi gerekmektedir. Bu iki kavram, birbirleriyle ikâme edilemez ancak birbirlerini tamamlayıcı özelliğe sahiptirler (Altıntaş, 2008: 24). Finansal eğitim, tüketici koruma gibi bir amaca doğrudan hizmet etmese de, dolaylı olarak finansal tüketicilerin yasal düzenlemelerden ve uygulamalardan haberdar olmasını sağlayabilir (Bayram, 2010: 19). Tüketicinin korunması ve finansal eğitim birçok aynı hedefi paylaşmaktadır ancak her ikisi de farklı bir yaklaşıma sahiptir. Hem finansal eğitim hem de tüketicinin korunması tüketicinin refahını artırmayı sağlamayı ve onları zarardan korumayı amaçlamaktadır. Finansal konularda bilgilerin tedarik edilmesi her ikisinde de ortaktır. Finansal eğitim; eğitim ve danışmanlık sağlanmasıyla bu bilgiyi tamamlamasına rağmen, tüketicinin korunması; yasalara dayanmakta olup, bir şeyler ters gittiğinde güçlü yasal koruma sağlaması için doğru bilgilerin finansal kurumlara iletilmesini gerektirmektedir (OECD, 2005: 26).

Tüketicilere bilgi aktarımı finansal eğitim konusu bakımından ele alındığında; eğitim verme, görüş bildirme ile sınırlı iken, tüketicinin korunması kavramı; bu işleyiş kanun ve yönetmelik çerçevesinde asgari standartların yerine getirilmesi ve hukuksal açıdan tüketicilerin daha fazla korunması şeklinde uygulanmaktadır. Tüketicinin korunması kavramı; aslında düzenli bir finansal eğitim alma fırsatı bulamamış veya sahip olduğu finansal okuryazarlığını herhangi bir neden veya nedenlerle geliştirmek istemeyen tüketicilerin, ihtiyaçlarına en uygun finansal ürün ve hizmetleri satın almaları hususunda destek olmayı ve öncelikle hukuki açıdan onları korumayı hedefleyen bir kavramdır (Altıntaş, 2008: 24).

Kısaca finansal eğitim; finansal tüketici ve yatırımcılara yönelik yapılacak bilgilendirmelerle birlikte finansal ürün, hizmet, kavram ve risklere ilişkin farkındalıkların kazandırılmasıdır. Bunun yanında finansal tüketicinin korunması ise; finansal tüketicilerin ihtiyaçlarına cevap vermek için her türlü finansal ürün ve hizmetleri sunanlar ile bu ürün ve hizmetlerden yararlanmak isteyenler arasındaki adaletli ve adil bir mekanizmanın oluşturulmasına yönelik düzenlemeleri ifade etmektedir (Başbakanlık Genelgesi, 2014/10).

Finansal tüketicinin korunması denildiğinde, yalnızca bireyin kendini koruması ve önlem alması elbette mümkün olmayacaktır. Finansal eğitimle beraber finansal tüketici kendini belli bir seviyeye kadar koruyabilmektedir. Bu nedenden dolayı da finansal tüketici çıkarlarının muhafaza altına alınması hususu, finansal kuruluşların sahip olduğu kurumsal yönetimleri ile oluşturdukları, kendilerine ait iç sistemlerinin vazgeçilmez birer unsuru haline gelmeli ve bu konuda sorumluluk taşıyan ilgili mercilerle denetime tabi olmalıdır. Finansal kuruluşların, kendilerine tüketiciler tarafından gelen şikâyetleri, yaygın görüldüğü alanlarda belirlemiş oldukları eylem ve stratejilerini kontrol etmeleri ve finansal tüketiciden sorumlu olan birimlerin performanslarını iyileştirmeleri günümüzde finansal tüketicilerin korunması açısından önem arz etmektedir (BDDK, 2014b: 48).

1.5.3. Finansal Eğitim Niçin Önemlidir?

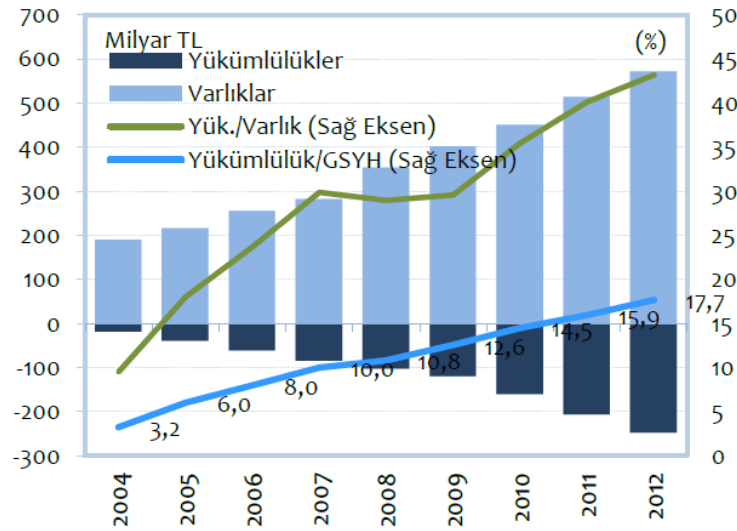
Finansal erişim ve finansal okuryazarlık, bir ülke ekonomisinin büyümesinde ve sürdürülebilir bir ivme kazanmasında son derece etkili olmaktadır. Bireylerin gelecekle ilgili

kaygılarını minimuma indirebilmeleri için yatırıma yönelmeleri, finansal sistemle ilgili erişimlerini ve birikimlerini doğru yönlendirebilmeleri için asgari bir finansal okuryazarlık seviyesini yakalamış olmaları gerekmektedir. Bu nedenden dolayı, bireylerin tasarruflarla ilgili belli bir bilince hâkimiyet kurmaları ve alacakları finansal kararların doğru olabilmesi için finansal eğitim konusu özellikle 2008-2009 yılında yaşanan küresel krizin devamında bir önem kazanmış ve kazanmaya da devam edecektir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2014: 38).

Son yıllarda, finansal eğitimin önemi finansal piyasalardaki gelişmeler, demografik, ekonomik ve politik değişimler sonucunda artmıştır. Sürekli yeni finansal ürün ve hizmetler piyasaya sunuldukça finansal piyasalar daha karmaşık bir hâl almaktadır. Tüketiciler günümüzde online bankacılık sayesinde kredi ve tasarruf ürünlerine daha kolay erişim sağlayabilmektedirler. Bu gelişmeler tüketicilerin kredi kullanmaları, emeklilik ve yatırım gibi konularda engellenemez bir şekilde olumlu ve olumsuz sonuçlar doğurmaktadır (OECD, 2005: 10).

Finansal risklerin, günümüzde bireylerin yaşamını çeşitli yönlerden etkilediği bir gerçektir. Bu nedenden dolayı finansal eğitim artık hayatımızda önemli bir yer edinmiştir. Bunları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (TCMB, 2011: 79-81):

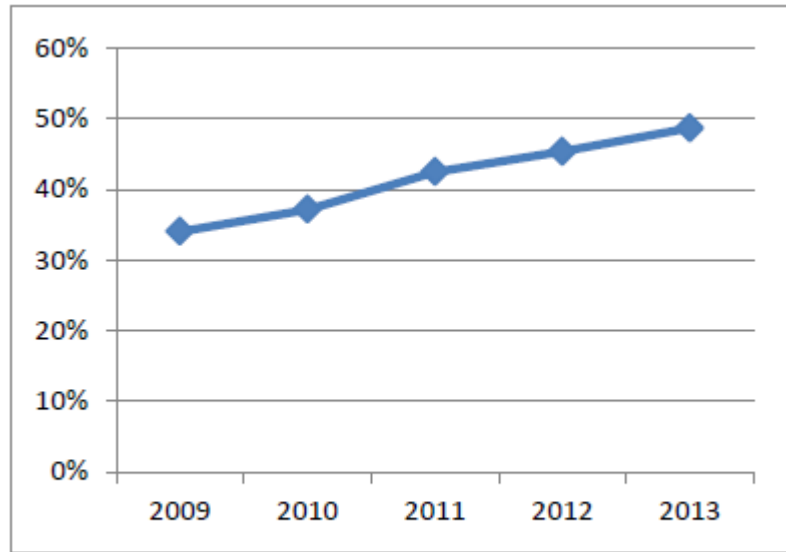
- Bireylerin finansal anlamda karar alırken sorumlulukları gün geçtikçe artmaktadır. Artık finansal kararlarda tüketicilere daha fazla risk düşmektedir. Bundan dolayı finansal anlamda işlem yapabilmek için yeterli bir seviyede finansal bilgiye ihtiyaç duyulmaktadır.
- Günümüzde giderek artan finansal ürün çeşitliliği ve buna paralel olarak bu ürünlerin istenilen düzeyde şeffaf olmaması bu ürünlerin anlaşılabilirliğini azaltmakta ve dolayısıyla bireylerin doğru kararlar vermesini güçleştirmektedir.
- Dünya genelinde olduğu gibi ülkemizde de tüketici borçluluk oranlarının artan bir eğilim sergilediği gözükmektedir. Aşağıdaki grafik incelendiğinde:



Şekil 1. 9: Hane Halkı Borçluluk Göstergelerinin Gelişimi

(BDDK, 2012: 14)

Hane halklarının finansman şirketleri aracılığıyla taşıt ve konut kredileri kullanmaları sayesinde, geleneksel bankalar dışında krediye erişim olanakları artmaktadır (BDDK, 2012: 14). Bu da ister istemez kredi hacminin ve hane halkının borçlanma tutarının artmasına neden olmaktadır. Aşağıdaki grafikte hane halkı borcunun toplam finansal varlıklara oranı verilmiştir:



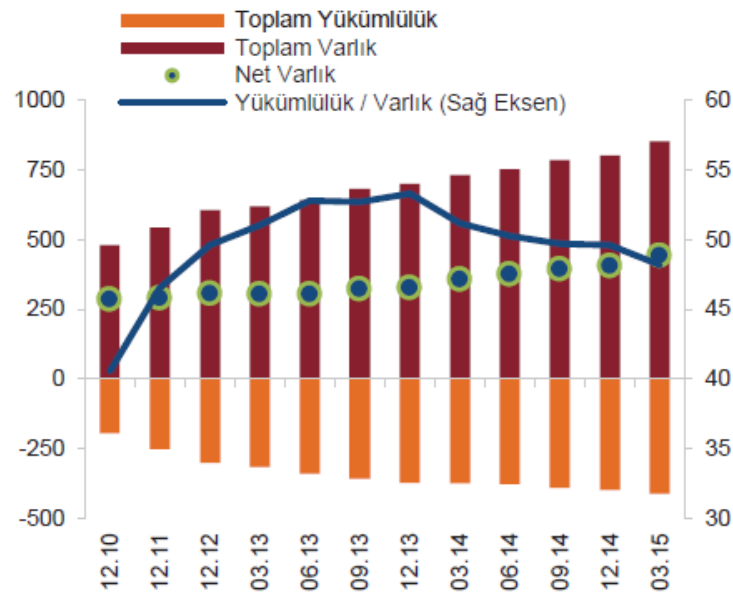
* Hanehalkı borcu; krediler ve türev işlemlerden oluşmaktadır

Şekil 1. 10: Hanehalkı Borcunun* Toplam Finansal Varlıklarına Oranı (%)

(TCMB, 2014: 16)

Yukarıdaki grafik incelendiğinde; 2009 ile 2013 yılları arasındaki hanehalkı borcunun toplam finansal varlıklarına oranı artan bir seyir izlediği ve 2009 yılında yaklaşık % 34'lük bir oran söz konusuken 2013 yılına gelindiğinde bu oranın % 48'i aşarak % 50'lere yaklaştığı görülmektedir (TCMB, 2014: 16).

Söz konusu göstergelerin 2015 yılına ait verilerine bakıldığında da hane halkı varlık ve yükümlülüklerinin ne durumda olduğu görülmektedir:



Şekil 1. 11: Hanehalkı Varlık ve Yükümlülüklerinin Gelişimi (Milyar TL, Yüzde)

(TCMB, BDDK, MKK, SPK, TOKİ' den aktaran TCMB, 2015a: 9)

Tüketimin özendirilmesine yönelik gerçekleştirilen ve geçmişe göre daha serbest hareket edebilen piyasa yapısı bir taraftan rekabeti artırıp, diğer taraftan da birçok bireyin hayatını idame ettirirken büyük borçlar altına girmesine neden olmakta ve finansal eğitime olan ihtiyaç ister istemez hissedilmektedir.

- Demografik yapıda meydana gelen kalıcı değişikliklerde finansal eğitimin gerekliliğini destekler niteliktedir. Bireylerin ortalama yaşam sürelerinin uzaması ve buna istinaden emeklilik sistemlerinde meydana gelen veya gelecek olan değişiklikler, bireylerin bu konuda da daha bilgili olmalarını ve emeklilik planlarını ona göre yapmaları gerekmektedir. Bunun içinde belli bir düzeyde finansal eğitime ihtiyaç duyulmaktadır.

Finansal eğitime yönelik duyulan gereksinim, çalışma hayatında sıkıntıların artması, sosyal güvenlik sisteminde meydana gelen sorunlar ve imkânların azalması ve bireylerin ortalama yaşam süresinin uzaması gibi demografik faktörlerde meydana gelen değişimlerden dolayı artmaktadır (Satoğlu, 2014: 36).

1.5.4. Finansal Okuryazarlık Eğitiminde Yaşanabilecek Sıkıntılar

Finansal eğitimdeki en önemli sıkıntılardan bir tanesi, herkese uygun ortak bir eğitim programının olmamasıdır. Farklı birey veya topluluklara verilen eğitimin birbirinden farklı olması çok daha iyi sonuçlar verecektir. Çünkü her bireyin eğitim ihtiyacı veya kapasitesi farklı olduğundan eğitim verilecek bireyin de ihtiyacına veya kapasitesine uygun eğitim verilmesi eğitimin daha etkili ve olumlu sonuçlar vermesini sağlayacaktır (Gökmen, 2012: 22)

Finansal okuryazarlık eğitiminde yaşanabilecek sorunları ise şöyle sıralamak mümkündür (Jazayeri: 2.)

- Katılımcılar için finansal terim ve kavramları doğru bir şekilde basit düzeye indirebilmek
- Okuryazarlık düzeyleri değişen gruplar arasındaki farklılıkları dikkate alarak tek grupta birleştirmek
- Finansal davranışlarını ve inançlarını etkileyen kültürel faktörleri dikkate almak
- Özellikle kadınlar için eğitim engelleyici faktörleri dikkate almak (çocuk bakımı vs.)
- Söz konusu eğitimlerin faydalarını katılımcılara anlatarak derslere katılımlarını teşvik etmek
- Teknik bilginin yanı sıra özel becerilere sahip eğitmenler bulmak.

Finansal eğitim faaliyetlerinde; kapsayıcılık, tarafsızlık, farkındalık yaratma, süreklilik, ölçüm ve gözden geçirme, etkin ve sonuç odaklı olma, ihtiyaca göre olma, anlaşılabilir dil ve pratik anlatım ve eğiticilerin eğitimi gibi uyulması gereken ilke ve esaslar da belirlenmiştir (TCMB, 2015b: 3).

1.5.5. Finansal Eğitimin Faydaları

Finansal eğitimin faydalarını;

1. Bireysel refaha,
2. Finansal piyasalara ve finansal istikrara ve
3. Tüm ekonomiye ve toplumsal refaha katkısı olmak üzere üç başlık altında incelemek mümkündür (TCMB, 2011: 82-84)

1.5.5.1. Bireysel Refaha Katkısı

Finansal eğitimlerden hemen hemen her yaş ve gelir grubunda olan bireyler yararlanabilir. Finansal eğitim alan bireylerin, finansal konulara ilişkin farkındalıkları artmakta, finansal anlamda ürün ve bu hizmetlerle ilgili bilgi edinebilmekte ve böylece finansal ürün ve hizmetleri daha etkin kullanabilmektedirler (TCMB, 2011: 82). Bireylerin kapsamlı bir finansal eğitim programı doğrultusunda, yatırım araçlarının analizi ve yatırım performansının ölçülmesi gibi kavramlara ilişkin temel bilgi düzeyini kazanmaları, bireye ve finansal sisteme önemli faydalar sağlayacaktır.

Bankaların, tüketicilerin ihtiyaçlarına yönelik daha uygun ve daha ekonomik ürün ve hizmetleri tercih edebilmesine olanak sağlaması için söz konusu ürünler veya hizmetlerle ilgili yeterli bilgileri vermesi gerekmektedir (Dünya Bankası, 2012: 27). Eğer bu imkân bankalar ya da finans kuruluşları tarafından sağlanmadığı takdirde tüketici ancak bilgisi kadar bu ürün ve hizmetlerden yararlanma yoluna gidecek ve finansal okuryazarlık seviyesi düşük olan tüketiciler için sorun oluşturacaktır.

Finansal eğitim, özellikle bireylerin günümüzde artan bir şekilde banka ürünlerini kullanmaları ve dönem dönem aracı kuruluşlarla birçok konuda anlaşmazlığa düşmesi, finansal eğitimin bireyler için ne kadar gerekli olduğunu gözler önüne sermiştir. Yaklaşık son iki yıldır gündemde olan banka kredilerine ilişkin masrafların geri alınmasıyla ilgili düzenlemeler hem bireyleri hem de bu işlerde rol alan kurum ve çalışanlarını zor duruma sokmuştur.

Tüketici hakem heyetlerine yapılan başvuru sayısı 2013 yılında 1,5 milyon, 2014 yılında 3,5 milyon kişi iken 2015 yılı ilk çeyreğinde yaklaşık 3 milyon kişidir (Butakın, 2015). Bu rakamın ise gün geçtikçe daha da artacağı düşünülmektedir. Oysa ne tür masrafların geri alınacağı, ne tür masrafların ise geri alınamayacağını bilen bilinçli tüketiciler olduğunda bu kadar fazla başvuru talebinin olmayacağı ve bu tür işlerde görev alan kurumların ve personellerin boş yere zaman harcamayacağı muhakkaktır. Aynı zamanda özellikle bankalarda tüketicilerden kesilen masraf ve komisyonun, bireyler tarafından hangi kriterler sağlandığında alınacağı veya böyle bir masrafın ya da komisyonun olduğunu bilmek

yine bilinçli bir tüketiciden ve bunun içinde finansal eğitimin temel düzeyde olmasından geçmektedir.

Bu doğrultuda, finansal eğitimin verilmesi ile birlikte bireyler, finansal konularda önceki durumlarına istinaden daha fazla sorumluluk alacaklardır. Özellikle bütçe oluşturulmasında, varlık ve yükümlülüklerinin durumlarını daha dikkatli planlayacakları öngörülmektedir. Aynı şekilde tasarruflarını, yatırımlarını ve emeklilikle ilgili planlarını nasıl yapmaları gerektiğine de katkı sağlayacaktır (TCMB, 2011: 82).

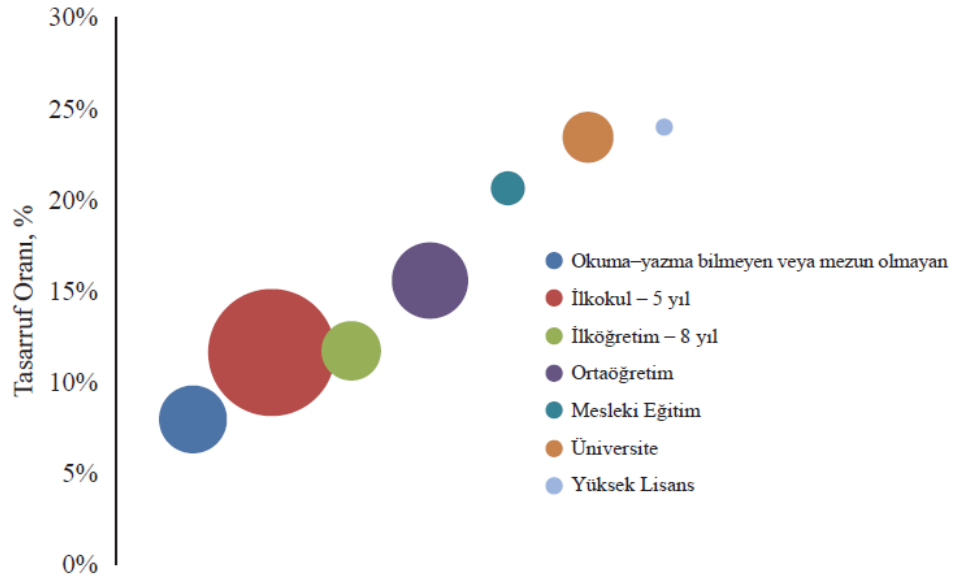
1.5.5.2. Finansal Piyasalara ve Finansal İstikrara Katkısı

Finansal eğitim yalnızca bireyler için değil, aynı zamanda da finansal sistem için de son derece önemlidir. Finansal eğitime sahip bireyler kredi, sigorta ve emeklilik işlemlerini gerçekleştirirken aynı zamanda hangi ürünleri tercih edeceğini bilmesi hem kendisi için hem de finansal sistemdeki ürün ve hizmetlerin gelişmesi için faydalı olacaktır.

Finansal eğitim bireyler için sadece riskleri azaltmamakta, aynı zamanda da finans piyasalarının daha şeffaf olmasına, alınacak her türlü kararlarda doğruluk oranının artmasına ve piyasalarda likiditenin ve de derinliğin oluşmasına da katkı sağlamış olacaktır (Satoğlu, 2014: 11).

Finansal piyasaların gelişebilmesi için bireylerin finansal araçlara yatırım yapması ve burada bir derinlik oluşturulması şarttır. Ancak bireylerin finansal enstrümanlara yatırım yapabilmesi ve finansal piyasaların gelişebilmesi için finansal araçların neler olduğu ve bunların temel düzeyde anlaşılabilmesi gerekmektedir. Bunun içinde temel düzeyde de olsa bir finansal eğitim gereklidir.

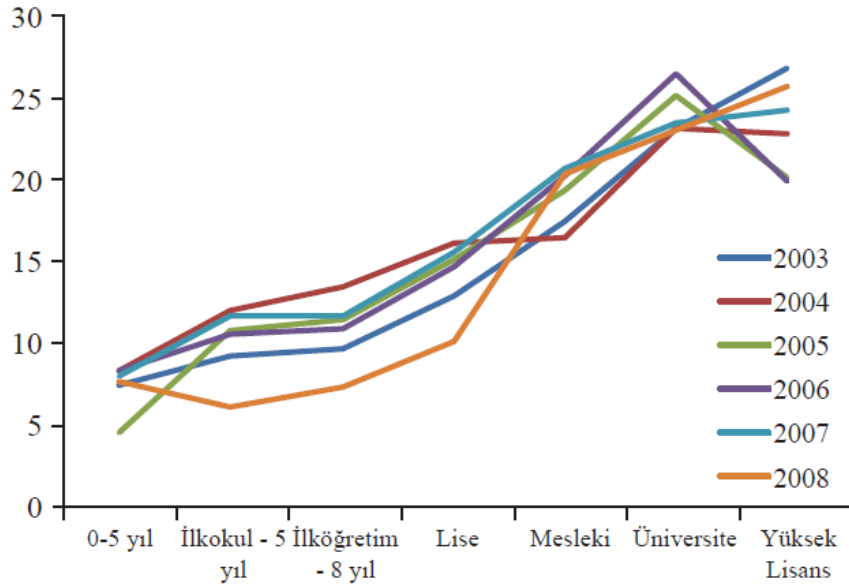
Ülkemizde bireylerin tasarruflara ilişkin profilini çizecek olursak; öncelikle eğitim düzeyine göre tasarruf oranlarına bakmak gerekir.



Balon büyüklüğü söz konusu grubun toplam içindeki payını yansıtmaktadır.

Şekil 1. 12: Eğitim Düzeylerine Göre Tasarruf Oranları

(Hanehalkı Bütçe Anketi'nden aktaran, T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2014: 17)



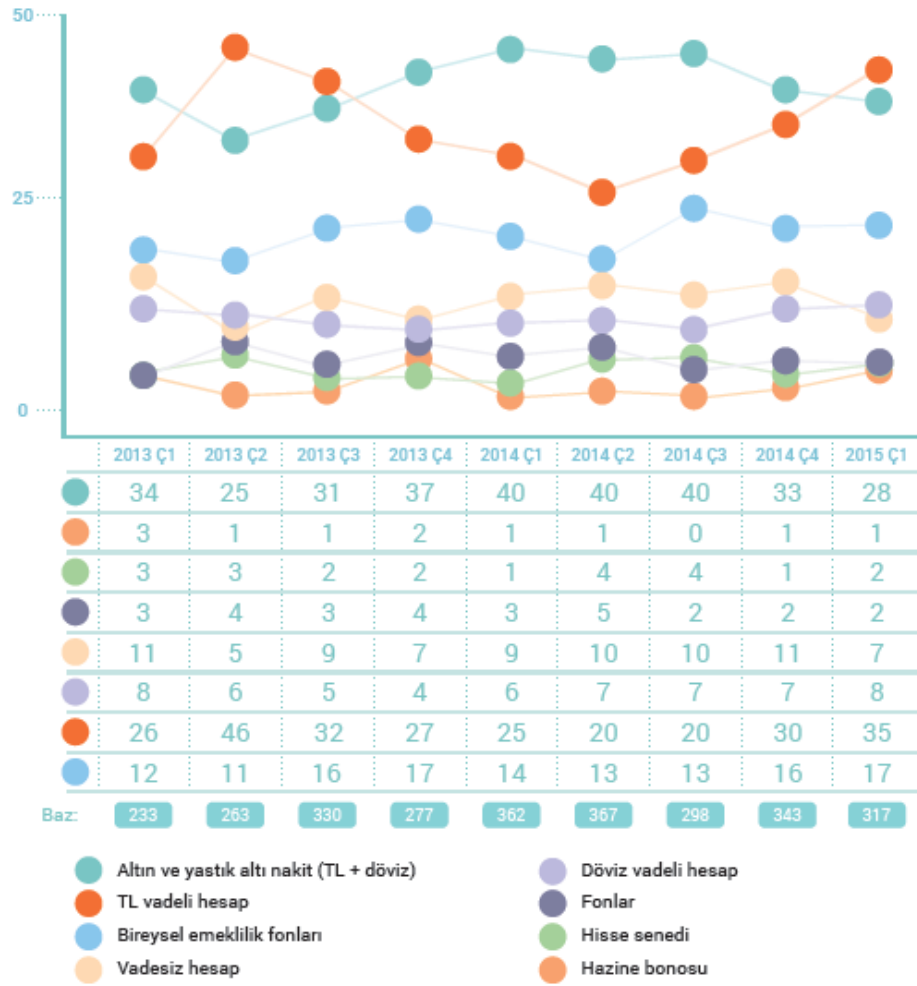
Şekil 1. 13: Eğitim Düzeylerine Göre Tasarruf Oranları, 2003-2008

(Hanehalkı Bütçe Anketi'nden aktaran, T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2014: 17)

Yukarıdaki şekiller incelendiğinde; Türkiye’deki eğitim düzeyi ile hanehalkı tasarrufu arasında yakın bir ilişkinin söz konusu olduğu dikkat çekmektedir. Tasarruf oranları bireylerin eğitim seviyesine göre artma eğilimi göstermektedir. 5 yıllık ilköğretim eğitimi görmüş bireyler, grubun neredeyse yarısını oluşturmaktadırlar. Bu grubun tasarruf oranlarına bakıldığında ise yaklaşık yüzde 12’lik bir pay ile oldukça düşük seviyelerdedir. Diğer taraftan, lisans eğitimi almış küçük bir grup (nüfusun yüzde 0,7’si) ise yaklaşık % 25’lik bir tasarruf oranına sahiptir (Dünya Bankası ve T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2012a: 8). Burada eğitim düzeyi ile hanehalkı tasarruf düzeyi arasında yakın bir ilişkinin olması, eğitimin tasarruflar üzerinde ne kadar etkili olduğunu göstermektedir. Eğitim düzeyinin artmış olması, bireylerin finansal farkındalığının artmasını da beraberinde getirecektir. Eğitim seviyesi artan kişilerin; özellikle de lise eğitiminden sonra, finansal eğitim almış olma ihtimalleri son derece yüksektir. Finansal eğitim almamış veya eğitim seviyesi düşük olan bireylerin ise finansal eğitim almaları durumunda, tasarruf oranlarını artacağı düşünülmektedir.

Gençlerin eğitimlerini tamamlamalarının ardından işgücüne artan oranlarda katılımlarının hem hanehalkı kullanılabilir gelirlerine hem de tasarruflarına daha yüksek miktarlarda katkı yapmalarına imkân tanıyacak (Ceritoğlu ve Eren, 2013: 2) ve de özellikle finansal anlamda eğitim almış olmaları da tasarruflarını nasıl değerlendirmeleri gerektiği konusunda bireylere vizyon katacaktır.

Hanehalkının yaptığı tasarruf oranları kadar, hangi yatırım araçlarını tercih ettiği de önem arz etmektedir. Hanehalkının portföy tercihlerinin incelenmesi, sınırlı olan tasarruflarını ne şekilde değerlendirdikleri konusunda bilgi verecektir:



NOT: "Çoklu cevap" olduğu için bu kalemlerin toplamı sırasıyla %115, %122, %102, %101, %116, %130, %104, %108 ve %107 olmuştur ancak karşılaştırmalı analiz için hepsi toplam %100 olacak şekilde yeniden ağırlıklandırılmıştır.

Şekil 1. 14: Türkiye'nin Tasarruf Eğilimleri Araştırması

(ING BANK, 2015: 16)

	09.14		03.15	
	Milyar TL	Pay	Milyar TL	Pay
Toplam Varlıklar	784,4	100	852,2	100
TL Tasarruf Mevduatı	376,7	48,0	402,2	47,2
YP Tasarruf Mevduatı	186,9	23,8	217,6	25,5
- (Milyar ABD Doları)	82,8		83,3	
Kıym. Mad. Deposu	16,1	2,1	10,8	1,3
- (Milyar ABD Doları)	7,1		4,1	
Tahvil ve Bonolar	20,3	2,6	19,7	2,3
- Kamu	6,4	0,8	5,9	0,7
- Özel Sektör	13,9	1,8	13,8	1,6
Yatırım Fonları	62,3	7,9	72,3	8,5
Emeklilik Yat. Fon.	33,4	4,3	39,8	4,7
Diğer Yat. Fon.	28,9	3,7	32,5	3,8
Hisse Senedi	39,7	5,1	43,5	5,1
Repo	2,4	0,3	3,4	0,4
Dolaşımdaki Para	80,1	10,2	82,8	9,7

Şekil 1. 15: Hanehalkının Finansal Varlıkları

(TCMB, BDDK, MKK, SPK, TOKİ' den aktaran TCMB, 2015a: 10)

Yukarıda ki bilgilere bakıldığında; Türkiye’de hanehalklarının kullanmış oldukları finansal enstrümanların sayısı oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Hanehalkına ilişkin bilançoların önemli bir kısmını mevduatlar oluşturmaktadır. Mevduatın dışında bireyler tarafından diğer finansal enstrümanlara yatırımın ise oldukça sınırlı olduğu dikkat çekenler arasındadır.

Banka mevduatlarının fazla olmasına ilişkin birçok açıklama yapılmaktadır. Türkiye’de piyasalar henüz gelişimlerini tamamlamadığı için bankalar, piyasada ana aktör görevini üstlenerek başlamış oldukları görevlerini hâlen devam ettirmektedirler. Bankalar; geleneksel anlamda çok daha rekabetçi oranlar sunmaktadırlar. Bankalarda yatırımların mevduat olarak tutulması, hisse senetleri, tahvil vs. gibi diğer yatırım araçlarına göre riski daha az olarak algılanan gelmiştir. Enflasyona endeksli bono ve değişken faiz oranına sahip tahviller vs. gibi diğer devlet borçlanma araçları ise son derece karmaşık bir yapıya sahip

yatırım araçları olarak algılanmaktadır. Türkiye’deki menkul kıymetler borsasının son yıllarda ortaya koymuş olduğu olumlu performansa istinaden yine de borsa istikrarsız bir görünüm sergilemiştir. Aynı zamanda, insanlarda borsanın şeffaflık kavramından uzak olduğuna ve manipüle edilmeye açık bir sistem üzerine kurulduğuna dair bir algı mevcuttur (T. Kalkınma Bakanlığı, 2014: 37). Oysa sermaye piyasası araçlarının ve buna istinaden finansal sistemin gelişmesi, derinlik kazanması için bu tür araçlara yatırımın daha da artması gerekmektedir. Bunun için de bireyler tarafından bu tür yatırım araçları daha çok tercih edilmelidir. Tabi bunu yapabilmenin yolu da bireylere finansal eğitimin verilmesinden geçmektedir. Bireylere yatırım araçları ve yatırım kurallarıyla ilgili yeterli ve doğru bilginin verilmesi, bilinçli yatırımların ve etkin finansal kararlar alabilmeyi de beraberinde getirecektir.

Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TÜSİAD) finansal okuryazarlık konferansında, Türkiye finansal yeterlilik araştırması ön raporlarına göre, bireylerin bir finansal ürünü tercih etme nedenlerinin; güvenilir, getirisi yüksek, riski düşük ve bilinen finansal ürünler olarak sıralandığı gözükmektedir (Özdemir K., 2012: 37). Bu da bizlere finansal ürünlerin tercih edilebilmesi ve farklı finansal enstrümanların gelişebilmesi için ürünün bilinirliğinin ne kadar önemli olduğunu göstermektedir.

Bireylerin sahip olduğu bilgi seviyeleri ve finansal okuryazarlık düzeyleri yükseldikçe, finansal kuruluşlardan talepte bulunacakları bilgi sayısı ve kalitesi de paralel olarak artacak ve bu durum finansal piyasalarda şeffaflığın oluşmasına katkıda bulunacaktır. Finansal tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılayacak nitelikte ürün ve hizmet talep etmeleri, finansal piyasalarda yaratıcı, yenilikçi ve rekabetçi nitelikleri taşıyan finansal ürün ve hizmetlerin gelişmesine ortam hazırlayacaktır. Bilinçlenen tüketicinin aynı zamanda borcunu ödeme gücünü kaybetmesi ve iflas etme riskini azaltacak yatırım ve tasarruf oranlarında da yükseliş trendi sağlayacaktır. Aynı zamanda finansal açıdan eğitilmiş bireyler, sahip olduğu hakların neler olduğu ve bu haklarını da koruma yollarını çok daha iyi bildikleri için haklarını aramaları konusunda ilgili mercilere başvuru yapmaktan çekinmeyecek, böylece sektörde aslında denetim faaliyetlerini kolaylaştıracaktır (TCMB, 2011: 84).

1.5.5.3. Tüm Ekonomiye ve Toplumsal Refaha Katkısı

Finansal eğitim, tüketicilere sağlamış olduğu katkı ile bireysel refahın artmasının ardından, finansal piyasalara ve finansal istikrarın gelişmesine, sonrasında da bütün bu katkıların domino taşı etkisi yaratarak tüm ekonomiye ve toplumsal refaha olumlu fayda sağlamasına neden olacaktır. Finansal anlamda eğitilmiş olan bireyler, tasarruf yapmaya daha fazla meyilli oldukları için ekonomideki yatırım düzeyine daha fazla katkıları olacaktır. Bu tür bireylerin yapmış oldukları tasarruflar, özellikle küçük ve orta ölçekteki işletmelerin finansman sağlamasında ve buna paralel olarak da ekonomik büyüme ve istihdam artışında kayda değer bir rol oynamaktadır (TCMB, 2011: 84).

Türkiye’de yurtiçi tasarruf oranlarına bakıldığında son yıllarda kayda değer bir düşüş gösterdiği görülmektedir. Bu düşüş, tasarruf-yatırım açığına ilişkin makasın açılmasında, buna paralel olarak da cari işlemler açığının yüksek rakamlara çıkmasında önemli rol oynamaktadır. Yurtiçi tasarruf oranı, bir ülke ekonominin genel denge sağlamasında ana etkenlerden bir tanesidir. Bir ülkedeki var olan tasarruf eğilimi, o ülkede hangi oranlarda yatırım yapılacağı, dış tasarruf kullanılacağı ve buna istinaden de cari işlemler dengesinin hangi yönde gelişeceği konularında önemli bir rol üstlenmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkeler adına, yurtiçi tasarruf oranı sermaye birikimi ve büyümenin devamlılığı açısından büyük önem sahibidir. Aynı zamanda, söz konusu ülkedeki servet birikiminde yaşanan gelişimden dolayı, bireylerin hayatları boyunca sahip oldukları refah düzeylerinin maksimize edilmesi, hayat standartlarının geliştirilmesi ve korunması bakımından da tasarruf oranı son derece önem arz etmektedir (Özel ve Yalçın, 2013: 1-2).

Tasarruflar aynı zamanda sabit sermaye yatırımları ve dolayısıyla büyüme için kaynak oluşturmaktadır (Uygur, 2012: 2). Tasarruf oranında bir artış sağlamadan Türkiye’nin kırılganlığını yani cari açığını azaltmak ancak büyümeden bir miktar feragat etmekle mümkündür. Tasarruf oranları bu nedenden dolayı da cari açık için önem arz etmektedir. (Rijckeghem ve Üçer, 2008: 6). Kısaca yurtiçi tasarruflar, yüksek büyümenin olabilmesi ve bu durumun sürdürülebilmesi açısından büyük önem taşımaktadır (Dünya Bankası ve T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2012b: 13).

Özetlemek gerekirse, finansal eğitimin bireysel ve toplumsal açıdan sağlayacağı faydalar göz önünde bulundurulduğunda finansal eğitimin sağlam bir politika çerçevesi, güçlü bir politika iradesi ve kararlılık gerektirdiği görülmektedir. Finansal istikrar ile yakın ilişki nedeniyle, finansal eğitim konusunda yapılacak çalışmaların finansal istikrara önemli katkı sağlayacağı açıktır (TCMB, 2015c)

1.6. BANKALARDA MÜŞTERİ SEGMENTASYONU

Günümüzde çoğu şirket müşterisini tanımamakla beraber hangi müşterisinin kısa, uzun ve orta vadede şirkete ne kadar gerçek kâr bıraktığını bilen kuruluş sayısı da çok fazla bulunmamaktadır. Bazı şirketler müşterilerini toplam ciro veya toplam brüt kâr kriterlerinde bazı sınıflandırmalara ve değerlendirmelere tabi tutabilmektedir. Bu durum, müşteriler hakkında hiç bilgi sahibi olamamaktan daha iyidir (Gel, 2004: 6-7).

Birçok banka da günümüzde müşterilerini segmentlere ayırarak hizmet vermeye başlamıştır. Segmentasyon kavramı günümüzde özellikle bankacılık alanında adını duyurmaya başlayan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Bankacılık alanında kullanılan;

Segmentasyon kavramı, benzer finansal özelliklere sahip müşterilerin, farklı finansal ihtiyaçlarına etkili bir şekilde cevap verebilmek için gruplara ayrılması olarak tanımlanabilir.

Günümüzde bankalar müşterilerini segmentlere ayırdıkları gibi, segmente ayırdıkları müşterilerinin ihtiyaçlarına da doğru kanaldan ve doğru bir şekilde cevap verebilmek adına şubelerini de segmente edebilmektedirler. Müşteri segmentasyonları bankalara, müşterilerinin özelliklerine göre farklı pazarlama stratejilerinin uygulanmasını ve sürekli yeni stratejilerin geliştirilmesine olanak sağlamaktadır. Bankaların müşterilerini segmentlere ayırması, hem farklı segmentlere ait müşterilere hizmet verecek şubelerin, hem de şube çalışanlarının, ilgili segmentte yer alan müşterilerin ihtiyaçlarını daha doğru analiz etmesine ve de müşteri ihtiyaçlarına daha hızlı ve profesyonel bir çözüm üretmesine yardımcı olacaktır. Böylece bankalar da verimliliklerini artırarak bu durumu lehlerine muhasebeleştirerek hanelerindeki kârlılık rakamlarını artıracaktır.

Bankalar müşterilerini segmente ederken ortak bir kriter kullanmamışlardır. Her banka segmentasyon kriterlerini kendileri belirleyebilmekte ve segmentler için kullandıkları isimler farklı olabilmektedir. Örneğin; ticari bir faaliyetle uğraşan bir işletmenin bankadaki segmentini belirlemeye yönelik bir örnek açıklamaya çalışalım. Bir banka ticari faaliyetle uğraşan müşterilerine ilişkin segmentasyon kriterleri belirlerken faaliyet gösterdiği sektöre ve son mali yıla ait net satışlarına bakabilir. Başka bir banka ise bunların dışında veya bunlara ek başka kriterleri de göz önünde bulundurabilir. Diyelim ki bankalar; müşterilerinin yılsonu mali verilerine bakarak bir segment kriteri oluşturmak istediklerinde, oluşturulan segment isimleri de bankadan bankaya farklılık gösterebilmektedir. A bankası cirosu (net satışları), x (bin, milyon, milyar vs.) üzerine girişimci, y (bin, milyon, milyar vs.) üzerine ticari, z (bin, milyon, milyar vs.) üzerine kurumsal diyebilir. Farklı bir banka da aynı şekilde x, y ve z tutarlarını baz alarak girişimci, ticari veya kurumsal demeyip bunun yerine küçük işletme, orta büyüklükteki işletme ve büyük işletme de diyebilir. Ya da bu banka da girişimci, ticari ve kurumsal olarak isimlendirdiği müşterilerinin segment kriteri olan x, y ve z kriterlerinin bir veya bir kaçını artırabilir ya da azaltabilir.

Bu durum aynı şekilde bireysel müşteriler için de geçerlidir. Bireysel müşteriden kasıt; herhangi bir işverene bağlı olmaksızın gelirlerini ağırlıklı olarak ücret karşılığı elde eden müşteriler olarak nitelendirilebilir. Fakat burada dikkat edilmesi gereken bir nokta ise kazançlarını ağırlıklı olarak ücret geliri olarak elde edenlerin dışında (örneğin serbest meslek kazancı elde eden meslek grupları), bankaların bu kişilerin ticari faaliyetine istinaden segmentasyon kriterlerini, ticari müşterilerine uygulanan kriterleri uygulayacak diye de bir zorunluluk bulunmamaktadır. Çünkü bu kriterleri belirlemek bankaların kendi inisiyatifine kalmış bir durumdur. Her banka bireysel müşterisi için belirlemiş olduğu segmentasyon tutarları veya kriterleri de farklılık gösterecektir. Bir banka bireysel müşterilerinin segmentasyon kriterlerini belirlerken varlık durumlarını dikkate alabilir. Başka bir banka ise varlık durumlarının dışında farklı kriter veya kriterleri de göz önünde bulundurabilir. Örneğin; A bankası bireysel müşteri segmentlerini düzenlerken varlık (vadeli hesap, vadesiz hesap vs.) durumuna bakarak, a (bin, milyon, milyar vs.) üzeri varlığa sahip müşterilerine bireysel, b (bin, milyon, milyar vs.) üzeri varlığa sahip olan müşterilerine bireysel özel, c

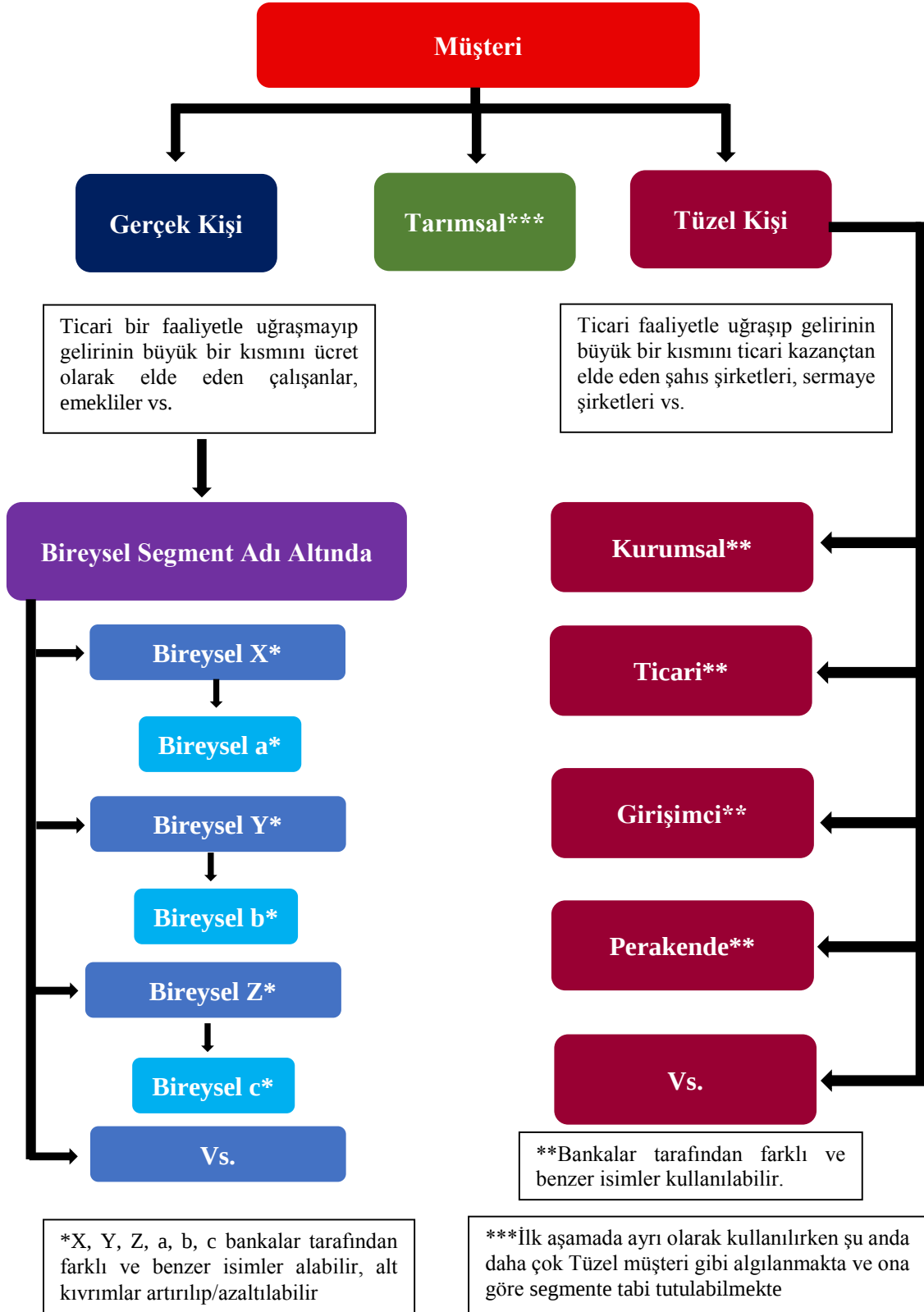
(bin, milyon, milyar vs.) varlığı sahip müşterilerine ise bireysel çok özel diyebilir. B bankası ise bu kriterleri belirlemiş olsa dahi verdikleri isim farklı olabilir. Ancak bankalar yukarı söylendiği üzere bu kriterlerin dışında başka kriterlerde kullanabilmekte özgürdürler. Varlık yerine, kullandıkları ürün (kredi kartı, avans hesap, internet bankacılığı vs.) miktarına, kullandırılan kredi tutarına veya farklı kriterlere de bakabilmektedirler.

Olaya tarımsal müşteri açısından bakıldığında, son zamanlarda birçok banka tarımsal faaliyetle uğraşan müşterilerini, ticari bir faaliyette bulunuyormuş gibi ticari müşteri grubuna sokabilmektedir. Ancak burada tarımsal faaliyetle uğraşan müşteriden kastımız çiftçilik yapan müşterilerdir. Eğer bir müşteri tarımsal faaliyetle uğraşıp bir ticari işletme adı altında gelir elde ederse elbette ticari bir müşteri gibi mali verilerine bakılarak segmentasyon kriteri belirlenecektir.

Tarımsal müşteriler günümüzde daha çok kamu bankalarında toplanmakta ve birçok özel bankada tarımsal kredi verilmemektedir. Ancak tarımsal kredi veren bankalar ise günümüzde artık tarımsal faaliyetle uğraşan müşterilerini (ticari işletme adı altında gelir elde etmeyen) de ticari faaliyetle uğraşan müşteriymiş gibi hareket ederek segmentasyona tabi tutabilmektedir. O yüzden günümüzde bankalarda müşteri segmentasyonu belirlenirken daha çok bireysel ve ticari müşteriler olarak segmente edilebilmektedir. Tabi bu durumun bankadan bankaya farklılık gösterdiğini bir kez daha söylemekte fayda bulunmaktadır.

Bu nedenden dolayı da çalışmamızda tarımsal faaliyetle uğraşan müşterilerin segmentasyonu kazancın kaynağından dolayı tarımsal segment olarak ayrıma tabi tutulmuştur. Yukarıda anlatılanlara ilişkin bankalarda kullanılan segmentasyon kavramı aşağıdaki şekilde özetlenmiştir.

Şekil 1. 16: Bankalarda Uygulanan Segmentasyon Kriterlerine İlişkin Genel Görünüm



BÖLÜM 2: LİTERATÜR TARAMASI

Çalışmanın bu bölümünde finansal okuryazarlıkla ilgili dünyada ve Türkiye’deki bazı çalışmalara ve bu çalışmaların bulgularına yer verilecektir. Finansal okuryazarlığın önceki kısımlarda bahsedilen öneminden dolayı birçok akademisyen ve araştırmacı tarafından üzerinde hassasiyetle durulan ve özellikle mortgage krizi diye adlandırdığımız küresel krizden sonra literatürde kendine fazlaca yer bulmuş bir konudur. Finansal okuryazarlıkla ilgili yer alan çalışmaların belli bir düzen içerisinde ve daha sistematik bir şekilde verilebilmesi amacıyla eski tarihten başlanarak daha güncel doğru bir sıralamaya aşağıda yer verilmiştir.

Chen ve Volpe (1998) tarafından yapılan çalışma, üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık seviyelerini analiz etmeyi amaçlamıştır. Bunun için araştırmacılar kamu ve özel olmak üzere 14 farklı üniversitenin ana kampüsü ve şubelerine olmak üzere 1800 öğrenciye anket iletilmiştir. Söz konusu anketleri yanıtlama oranı ise % 51,33 ile toplam 924 kişidir. Anket sonuçlarına göre ise katılımcıların yaklaşık % 53 ü sorulara doğru cevap vermiş ve böylece üniversite öğrencilerinin finansal bilgi seviyelerinin düşük olduğu ve kişisel finansal bilgilerini geliştirmeleri gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. İş deneyimi daha fazla olan katılımcıların iş deneyimi az olan katılımcılara, kişisel geliri fazla olan katılımcıların kişisel geliri az olan katılımcılara ve erkek katılımcıların bayan katılımcılara göre daha fazla finansal okuryazarlık seviyesine sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda araştırmacılar finansal okuryazarlık seviyesi düşük katılımcıların tasarruf, borçlanma ve yatırım konularında yanlış kararlar alma eğilimde olduğunu ileri sürmüşlerdir.

Chen ve Volpe (2002) tarafından yapılan bir başka çalışma da ise araştırmacılar, üniversite öğrencileri arasında cinsiyet farklılıklarına göre finansal okuryazarlık seviyesini incelemeyi amaçlamışlardır. Yapılan çalışma neticesinde, kadın katılımcıların finansal okuryazarlık seviyesinin erkek katılımcılara göre az olduğu, kendilerine finansal konularda daha az güvendikleri ve finansal konularda erkeklere nazaran bilgi edinmek için daha az istekli oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Beal ve Delpachitra (2005) tarafından, Avustralya’da birinci sınıfta eğitim gören üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeylerinin ölçülmesi için anket çalışması

yapılmıştır. Anket çalışması sonrasında elde edilen bulgulara göre; öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeylerinin yüksek olmadığı ve bunun da liselerdeki finansal eğitimin eksikliğinden kaynaklandığı şeklinde ileri sürülmüştür.

Cude ve diğerleri (2006) finansal okuryazarlıkla ilgili yaptıkları çalışmada, üniversite öğrencilerinin finansal bilgi ve davranışlarının nasıl etkilendikleri araştırılmıştır. Yapılan çalışma sonucunda elde edilen bulgular, öğrencilerin finansal sosyalleşmede ebeveynlerinin önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Elde edilen sonuçlar; öğrenciler, veliler, kampüs yöneticileri ve finans yöneticileri ile eğitimciler için önemli bilgiler sağladığı ileri sürülmüştür.

Jorgensen (2007) yaptığı çalışmada, üniversite öğrencilerinin finansal bilgi, tutum ve davranışlarına ebeveynlerinin etkisini incelemiş ve elde edilen bulgular neticesinde ebeveynlerin üniversite öğrencilerinin finansal tutum ve davranışları üzerinde etkili olduğu neticesine ulaşılmıştır.

Lusardi ve Mitchell (2008) yılında yaptıkları çalışmada, kadınların emeklilik planlamasına ilişkin faktörleri incelemeye yönelik modül geliştirmişlerdir. Bu modülde katılımcıların emeklilik planlarına ve tasarruflarına ilişkin temel finansal okuryazarlık düzeylerini ölçen çeşitli sorular oluşturulmuştur. Araştırma sonucunda ABD’li yaşlı kadınların finansal okuryazarlık seviyelerinin çok düşük seviyelerde olduğu görülmüştür. Ayrıca araştırma, finansal okuryazarlık ile planlamanın yakından ilişkili olduğu ve finansal okuryazarlığı düşük olan kadınların emeklilik için başarılı planlar yapamadıklarını, yüksek finansal okuryazarlığa sahip kadınlar ise daha başarılı planlar yapma olasılıklarının olduğunu göstermiştir. Elde edilen bu bulgular ileride finansal güvenliği artırma amaçlı programlar için önemli etkileri bulunmaktadır.

Lusardi ve Tufano (2009) tarafından yapılan çalışmada, borç okuryazarlığı üzerinde durulmuştur. Çalışmada ABD vatandaşlarının borç okuryazarlığı, finansal deneyimleri ve bireylerin borçluluk düzeyleri hakkındaki durumları analiz edilmiştir. Katılımcılara; özellikle bileşik faiz, kredi kartı borcunun işleyişi ve avantajlı ödeme araçlarını seçme yetenekleri hakkında bilgilerini değerlendiren sorular sorulmuştur. Borç okuryazarlığına ilişkin temel

kavramlar test soruları ile değerlendirilmiştir. Çalışma sonuçları, nüfusun yalnızca üçte birinin kredi kartlarının işleyişine ilişkin bilgilerinin olduğunu ve borç okuryazarlığı az olan kişilerin borç yüklerinin daha fazla olduğunu göstermiştir. Genel olarak ABD vatandaşlarının borç okuryazarlığı seviyelerinin düşük olduğunu ve borç okuryazarlığı düşük olan bireylerin daha yüksek ücretler ödeyerek ve daha yüksek maliyetlerde borçlanarak işlem yaptıkları ileri sürülmüştür.

Altıntaş (2009) yapmış olduğu çalışma ile belirlenmiş katkı esaslı emeklilik planlarının katılımcılarının finansal okuryazarlık düzeylerinin belirlenmesi, yatırımlarla ilgili eğitimlerine istinaden farklı çözümlere yönelik uygulamaları geliştirmeyi amaçlamıştır. Bunun için Türkiye’de uygulanmakta olan bireysel emeklilik sisteminin çalışma esas ve usullerinin aynı zamanda da yatırımların yönetimiyle alakalı konuların yer aldığı bir başarı testi, rassal yöntem ile seçilmiş ve araştırmanın örneklemini temsil eden 26 denek üzerine uygulanmıştır. Yapılan analizler sonucunda ise: katılımcıların, yeterli düzeyde finansal bilgilerinin olmadığı hatta finansal anlamda okuryazar bile sayılamayacağını ileri süren görüş, anket katılımcılarının ankette yer alan soruların büyük bir kısmına vermiş oldukları “Bilmiyorum” cevapları ile doğrulanır bir nitelik kazanmıştır.

Jorgensen ve Savla (2010) tarafından yapılan çalışmada, gençler üzerinde ebeveynlerinin finansal okuryazarlık düzeylerine etkisini incelemeye çalışmışlardır. 420 üniversite öğrencisinden oluşan örnekleme anket uygulayan araştırmacılar tarafından elde edilen bulgularda; ebeveynlerin öğrencilerin finansal tutumları üzerinde doğrudan, finansal davranışları üzerinde dolaylı olarak etkilerinin olduğu ancak finansal bilgi düzeyleri üzerinde bir etkilerinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Sabri ve Macdonald (2010) yaptıkları çalışma ile Malezya’daki üniversite öğrencilerinin tasarruf davranışları ile finansal sorunların, finansal okuryazarlık ile ilişkilerini incelemiş ve finansal okuryazarlık seviyesi yüksek olan öğrencilerin tasarruf eğilimlerinin daha fazla olduğu ve daha az finansal sorunlar yaşadığını ortaya çıkarmıştır.

Temizel (2010) tarafından yapılan çalışma, Türkiye’de finansal okuryazarlıkla ilgili yapılan çalışmalardan ilki sayılabilecek niteliktedir. Türkiye’deki mavi yakalı çalışanların

finansal okuryazarlık konusundaki düzeylerini belirlemeyi hedefleyen çalışma için Eskişehir Organize Sanayi Bölgesinde gıda ürünleri üretimi konusunda faaliyet gösteren 5 işletme çalışanında toplam 1452 çalışana anket uygulanmıştır. Katılımcıların vermiş oldukları cevaplar incelendiğinde; çalışanların günlük yaşantılarında kendilerine kolaylık sağlayacak, hayat standartlarını artıracak her türlü bilgiye ve uygulamalara karşı duyarlı oldukları ortaya çıkmıştır. Yapılan çalışma sonucunda mavi yakalı çalışanların finansal okuryazarlık ihtiyacının olduğunu sergilemektedir. Finansal okuryazarlık düzeyinin yükseltilmesi mavi yakalı çalışanların yanı sıra onların finansal hizmet tedarikçisi olan finans kurumlarını ve bu kurumların faaliyet gösterdiği ekonomiyi pozitif etkileme gücüne sahip olduğu ileri sürülmektedir.

Akyol (2010) yılında yaptığı çalışmada bireylerin sahip olduğu finansal bilgiyle yatırım tercihleri arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bunun için Türkiye’de özel bankacılık alanında faaliyet gösteren 375 adet özel bankacılık çalışanına toplam 34 sorudan oluşan anket uygulanmıştır. Yapılan çalışması neticesinde; özel bankacılık çalışanlarının yüksek düzeyde eğitim almış olması, mesleki tecrübeleri ve sürekli faaliyet gösterdiği alan itibarıyla finans sektörünün içinde bulunmalarının vermiş olduğu avantajlara rağmen finansal farkındalıklarının geliştirilmeye ihtiyaç gösteren yönlerinin bulunduğu ortaya çıkmıştır. Böylece en yüksek finansal farkındalık beklenen meslek grubunda da finansal eğitime yönelik ihtiyaç varlığını göstermektedir.

Temizel ve Bayram (2011) tarafından yapılan çalışma, finansal bilgi ve finansal okuryazarlıkla alakalı bazı kavramların öğrencilerdeki bilinirlik düzeyinin ne olduğunu tespit etmek amacıyla, Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerinden yaklaşık 433 kişiye anket uygulaması yapılmıştır. Söz konusu anketlerde frekans ve Pearson Ki-kare analizi kullanılmıştır. Bu çalışma sonucunda elde edilen bulgular ise; öğrencilerin finansal konularda bilgilerinin olduğuna yönelik abartma kullandıkları ve kendilerini olduğundan daha fazla finansal okuryazar gösterme eğilimde oldukları ortaya çıkmıştır. Ayrıca öğrenciler finansal durumlarını yönetmede ve aldıkları finansal kararlarda kullandıkları bilgilerin kaynağı olarak ailelerinin önemli bir yeri bulunmaktadır. Araştırmacılar bireylerin konumuna, eğitimine, yaşam biçimine uygun olacak şekilde

oluşturulacak finansal okuryazarlık eğitimlerinin başarı şansının daha da yükselteceği görüşünü ileri sürmektedirler.

Rooij, Lusardi ve Alessie (2011) tarafından yapılan çalışma, bireylerin finansal okuryazarlığını ve borsa ilişkilerini incelemeyi amaçlamıştır. Yapılan çalışma sonucunda ankete katılanların çoğunluğunun bileşik faiz, enflasyon, paranın zaman değeri gibi temel finansal kavramları bildikleri ancak çok az sayıda katılımcının bu temel finansal kavramların ötesinde sayılabilecek, tahvil ve hisse senedi arasındaki fark, faiz oranlarındaki değişimlerin etkisi, risk çeşitlendirmesi gibi konularda bilgilerinin olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırmacılara göre asıl önemli olan hususun ise; bireylerin finansal kararlar almasında, finansal okuryazarlığın etkili olduğu ve finansal okuryazarlık seviyesinin düşük olduğu bireylerin, hisse senetlerine yatırım yapma olasılıklarının az olduğudur.

Gerek ve Kurt (2011) tarafında yapılan çalışma ile üniversite öğrencilerine ilişkin ekonomi okuryazarlıklarının seviyesini belirlemek amacıyla “Ekonomi Okuryazarlığı Ölçeği” geliştirilmesi amaçlanmıştır. Bunun için ise çalışmanın örneklemini oluşturan Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Fen fakültesi ve İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi’nde öğrenim gören 355 öğrenciye 38 maddeden oluşan ölçek uygulanmıştır. İlgili araştırma neticesinde elde edilen bulgular, söz konusu ölçeğin üniversite öğrencilerinin ekonomi okuryazarlıklarının düzeyini ölçmede geçerli ve güvenilir araç olduğunu göstermiştir.

Mercan ve diğerleri (2012) tarafından yapılan çalışmada, insanların okuryazarlık seviyeleri arttıkça ekonomik rasyonellik ve bilinçleri de artıyor mu? sorusuna cevap aranmıştır. Bunun için de, çalışmada Ulaştırma Bakanlığına bağlı bir şubede 93 çalışana yönelik ekonomi okuryazarlığı ölçeği kullanılarak anket uygulanmıştır. Araştırma neticesinde ankete katılan çalışanların, bireysel ekonomi kullanımına ilişkin çıkan sonuçların yüksek düzeyde ekonomi okuryazarı olduklarını göstermiştir. Aynı zamanda yapılan Anova analizi sonucunda yüksek lisans mezunlarının daha alt düzeyde mezunlara göre daha yüksek ekonomi okuryazarı oldukları ortaya çıkmış ve bu da eğitim seviyesi arttıkça ekonomi okuryazarlığın daha yüksek seviyelere çıktığını göstermiştir.

Sohn ve diğerkleri (2012) tarafından yapılan çalışmada, ergenlik çağında bulunan Korelilerin finansal sosyalleşme araçları, finansal deneyimleri, parayla alakalı konulardaki tutumları, demografik özellikleri ve bunların finansal okuryazarlık arasındaki ilişkilerini 2006 yılında yapılan Kore Ulusal Finansal Okuryazarlık Testi Anketi kullanılarak incelenmeye çalışılmıştır. Finansal okuryazarlık ile ilgili faktörleri belirleyebilmek için regresyon analizlerinin uygulandığı bu çalışmada, finansal sosyalleşme araçları olarak medyayı öncelikli olarak kullananların ve bir banka hesabına sahip bulunan katılımcıların daha yüksek seviyede finansal okuryazarlığa sahip oldukları görülmüştür. Katılımcılar arasında parayı bir tür ödöl olarak görenlerin ve orta düzeyde aylık ödenek veya harçlık alanların yüksek düzeyde harçlık alan gruplara göre finansal okuryazarlık seviyelerinin de yüksek olduğu gözlenmiştir.

21 Nisan - 4 Temmuz 2012 tarihleri arasında Dünya Bankası ve SPK işbirliği ile “Türkiye Finansal Yeterlilik Araştırması” yapılmıştır. Bu araştırma Dünya Bankası tarafından 12 farklı ülkede uygulanmış olan “Finansal Yeterlilik Araştırması”nın Türkiye ayağıdır. Dünya Bankası tarafından yürütölmekte olan bu araştırma ile ölkelerin karşılaştırılmasına ve ekonometrik analizler içeren raporlar ile projelerin yürütölmesine, ihtiyaçların belirlenmesine katkıda bulunulması amaçlanmıştır. SPK tarafından da desteklenen bu araştırma Türkiye İstatistik Kurumu’nun (TÜİK) belirlemiş olduğu 12 bölgede, 40 il ve 142 ilçe olmak üzere, rassal örnekleme yöntemiyle seçilmiş olan 3009 yetişkin üzerinde ve her görüşmenin 37 dakika sürdüğü yüz yüze mülakat tekniğı uygulanmıştır. Yapılan çalışma sonucunda; sorulara doğru cevap verme ile gelir düzeyi arasında doğru bir orantı olduğu, katılımcıların çoğı (%84) basit bölme işlemiyle ilgili soruya doğru cevap verdiği, bu oranın ise faiz sorularında azalmakta olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca araştırma da Türk halkının finansal okuryazarlık, bütçe yönetimi ve borçlanma, finansal planlama, finansal ürün seçimi, finansal tutum, davranış ve eğilimler, katılımcıların sosyoekonomik durumu ve finansal bilgi edinimi ve ihtiyacı gibi finansal yeterlilikleri incelenmiştir. Bunun içinde OECD’nin dünya genelinde finansal okuryazarlık seviyesini ölçmek için geliştirdiğı standart modöl kullanılmıştır (SPK, 2012: 1-3).

Ansong ve Gyensare (2012) tarafından yapılan çalışmada, üniversitede okuyan ve aynı zamanda bir işte çalışan üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeyleri incelenmiştir. Araştırmacılar ayrıca bazı demografik faktörlerin finansal okuryazarlıkla ilgili ilişkisini incelemeye çalışmışlardır. Bunun için Gana’da kamu üniversitesinde eğitim göre 250 yüksek lisans ve lisans öğrencilerine anket uygulaması yapılmıştır. İnceleme sonucunda yaş ve iş deneyimi ile finansal okuryazarlık arasında pozitif ilişki olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Ayrıca anket çalışmasına katılanlardan, annesinin eğitim durumu olanların da finansal okuryazarlık düzeyine olumlu etki yaptığı sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan çalışma sonucunda başka dikkat çeken sonuçlar ise; iş yeri, babanın eğitim durumu ve parayla ilgili eğitimin finansal okuryazarlık düzeyi ile herhangi bir ilişkisinin olmadığını göstermiştir.

International Netherlands Group (ING)’da ekonomik araştırmalar bölümü tarafından, tasarruf ve finansal yetkinlik konularında iki önemli uluslararası araştırma gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen araştırmada katılımcılara, katılımcıların finansal bilgi seviyelerini ölçmek amacıyla; enflasyon, faiz oranları, bono-faiz-fiyat ilişkisi, konut kredilerinde; vade-faiz ilişkisi ile risk ve getiri arasındaki ilişkilerle alakalı 5 soru sorulmuştur. Elde edilen sonuçlarına göre; Türkiye, 11 tane Avrupa ülkesi içerisinde sorulan sorulara en çok doğru cevabı veren, aynı zamanda da hiç doğru cevap veremeyenlerin en yüksek orana sahip olduğu ülke olarak ilk sırada yerini almıştır. Avrupa ortalamalarında 5 sorunun 5’ine de doğru cevap verenlerin oranı %6’da iken, Türkiye’de ise bu oran %10 olmuştur. Fakat hiçbir soruya doğru cevap veremeyenlerin oranı Türkiye’de %8,5 iken, bu oran ortalamada %6,4 seviyesinde kalmıştır. Elde edilen bu bulgular, Türkiye’de bir tarafta finansal konularda yeterli olan bir kesim bulunurken, diğer tarafta bu konulara ilişkin oldukça bilgi seviyesi düşük olan bir kesimin olduğunu göstermektedir. Ayrıca bu dengesizliği düzeltmek için ise toplumun büyük bir kısmı için finansal okuryazarlıkla ilgili eğitimin gerektiği kendini göstermiştir.

Shambare ve Rugimbana (2012) tarafından yapılan çalışma, Güney Afrika’da öğrencilerin ve eğitimli kişilerin finansal okuryazarlık seviyeleri incelenmeye çalışılmış ve bunun için Güney Afrika’da 214 öğrenciye anket uygulanmıştır. Yapılan çalışmalar ve analizler sonucunda; finansal okuryazarlığın orta seviyelerde olduğu hatta eğitimli bireyler

arasında temel finansal kavramların bilinirliğini güçlendirmeye yönelik bir gereksinimin olduğunu ortaya koymuştur.

Sevim, Temizel ve Sayılı (2012) yaptıkları çalışmada, bireylerin sahip oldukları finansal okuryazarlık düzeyi ile borçlanmayla ilgili davranışları arasındaki ilişkiyi ortaya koymayı amaçlamışlardır. Bunun için Eskişehir ilinde 550 kişi üzerinde anket uygulaması yapılmıştır. Çalışma sonucunda ise; farklı düzeylerde finansal okuryazarlığa sahip tüketicilerin borçlanma davranışlarının da farklılık gösterdiği ve tüketicilerin finansal okuryazarlığının artırılması durumunda aşırı borçlanmalarının da önlenmesine yardımcı olacağını ortaya koymaktadır.

Araz (2012) yapmış olduğu çalışma ile finansal okuryazarlığın kredi kartı sorunları üzerindeki etkisini incelemiştir. Araştırmacı yapmış olduğu anket çalışması ile kredi temerrütlerine ve finansal zorluklara yol açan nedenlerin, kredi kartlarının verimsiz kullanılmasından mı yoksa beklenmeyen dış şoklardan mı kaynaklandığını sorgulamaktadır. Elde edilen sonuçlara göre; finansal zorluklarda dış şokların önemli rollerinin olduğu, kazandığı gelirden daha fazla harcama eğilimine sahip kişilerin, daha çok finansal zorluklar yaşadığı, dış etkenlere maruz kalan kişilerin finansal okuryazarlıkları varsa, gelirleri ve hane halkı sayıları fazlaysa, yaşanan finansal zorlukların üstesinden geldikleri ve temerrüde düşmediklerini göstermiştir. Ayrıca çalışma, kişilerin finansal okuryazarlık düzeylerinin finansal eğitimle yükseltilebildiği takdirde kredi kartı sorunlarının azalabileceğini göstermektedir.

Klapper, Lusardi ve Patos (2013) tarafından Rusya’da finansal okuryazarlığın davranışlar üzerindeki etkilerinin önemini incelemek için yapılan çalışmada, hanehalkı borçlanmalarının büyük olduğu halde yapılan anket çalışmasına katılanların sadece % 41’i bileşik faizin ne olduğunu bildiği, % 46’ sının enflasyonla ilgili sorulan basit bir soruya cevap verebildiği ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda yüksek finansal okuryazarlık seviyesine sahip bireylerin, 2009 yılında yaşanan negatif gelir şokundan daha az etkilendikleri görülmüştür.

Türk Ekonomi Bankası ve Boğaziçi Üniversitesinin işbirliği ile ilki 2013 yılında olan “Türkiye Finansal Okuryazarlık Endeksi” hazırlanmıştır. Yapılan çalışma neticesinde

ülkemizin 2013 yılına ait Finansal Okuryazarlık Endeks değeri 59,8 olarak bulunmuştur. 2014 yılında ise bu çalışma tekrarlanmış ve Türkiye genelinde 2014 yılında yapılan Finansal Okuryazarlık ve Erişim Anketi'ne katılan 1638 kişi için ayrı ayrı Finansal Okuryazarlık Skoru hesaplanmıştır. 2014 yılına ilişkin ülkemizin Finansal Okuryazarlık Endeksi (ortalama finansal okuryazarlık skoru) ise 59,4 olarak belirlenmiştir (TEB-Boğaziçi Üniversitesi, 2014: 3).

Steen ve MacKenzie (2013) tarafından Avustralya'da yapılan çalışmada, finansal okuryazarlığın ve uygun finansal danışmanlığın evsizliği önlemek için bireylere nasıl yardımcı olabileceğini analiz etmeyi amaçlamışlar ve finansal okuryazarlığın bireylerin evsiz kalma riskini azaltmaya yardımcı olabileceğine ilişkin bulgular ileri sürmüşlerdir.

Özgüler (2013) yapmış olduğu çalışmada, finansal okuryazarlık ve finansal eğitim kavramlarının bireysel, ulusal ve küresel açılardan önemi ve etkileri araştırılmıştır. Başta OECD olmak üzere uluslararası ve ulusal kurum ve kuruluşların faaliyetleri ve ülkemizde konu ile ilgili yapılan çalışmalar incelenmiş ve yapılması gerekenler belirlenmeye çalışılmıştır.

Louw, Fouche ve Oberholzer (2013) yaptıkları çalışma ile Güney Afrika'da üçüncü sınıf öğrencilerinin finansal okuryazarlık ihtiyaçlarını ölçmeyi amaçlamışlardır. Bunun için 424 öğrenci üzerinde anket uygulanmıştır. Yapılan çalışma neticesinde ise; öğrencilerin çoğunun finansal konularda ebeveynlerinden destek aldığı, öğrencilerin finansal planlama, yatırım, bankacılık, vergi ve hukuksal konularda bilgi seviyelerinin düşük olduğu ileri sürülmüştür.

Ergün, Şahin ve Ergin (2014) tarafından yapılan araştırma, öğrencilerin finansal okuryazarlık seviyesi ile demografik özellikler arasında bir ilişkinin olup olmadığını ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu doğrultuda Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi (İİBF) İşletme Bölümü öğrencilerinden 275 kişi üzerinde anket uygulanmış ve elde edilen anket sonuçları Ki-kare bağımsızlık testinden faydalanılarak oluşturulmuştur. Bu çalışma sonucunda, öğrencilerin yalnızca temel seviyede finansal okuryazar oldukları bilgisine ulaşılmıştır. Aynı zamanda öğrencilerin temel enflasyonla ilgili

bilgilerin; cinsiyet, öğretim şekli ve aylık hane geliri faktörlerinden, borsanın işlevine ilişkin bilginin; cinsiyet faktöründen, faiz oranlarında meydana gelen değişmelerin tahvil fiyatlarına etkisine ilişkin bilginin; öğretim şeklinden ve son olarak da varlık çeşitlendirmesine ilişkin bilginin; cinsiyet faktöründen bağımsız olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Satoğlu (2014) yapmış olduğu doktora çalışması, “Finansal okuryazarlık düzeyinin artması, bireysel yatırımcıların korunma düzeyini artırır.” hipotezi üzerine kurulmuştur. Söz konusu araştırma için 18 sorudan oluşan anket oluşturulmuş ve bu anketlerin doldurulması için yaklaşık 500 kişiye hem sahada hem de elektronik ortamda ulaşılmıştır. Toplam ankete 133 kişi katılmış ve hipotezin geçerliliği test edilmiştir. Araştırma sonucu; eğitim ile finansal okuryazarlık düzeyinin artması açısından birebir bağlantı olduğunu ve bu bağlantının Türkiye açısından da doğrulandığını göstermiştir. Kısaca hipotez ile ortaya konulan önerme anket sonuçlarıyla doğrulanmıştır.

Er ve diğerleri (2014) tarafından yapılan çalışmada, lisans eğitimiyle ilgili içeriklerinin finansal okuryazarlığa etkisi araştırılmış ve bu doğrultuda İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencileri ile Mühendislik Fakültesi öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeyleri karşılaştırılmıştır. Yapılan araştırma neticesinde, üniversite öğrencilerinin % 31,7’sinin yüksek, % 30,1’inin orta, % 16’sının ise düşük seviyede finansal okuryazarlığa sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda üniversite öğrencilerinin eğitim alanları ile finansal okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı ilişkiler olduğu tespit edilmiştir.

8 Haziran 2011 tarih ve 637 sayılı Ekonomi Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname (KHK) ile Hazine Müsteşarlığının 4059 sayılı Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun'a eklenen Ek Madde (md.) 4 hükmünce Hazine Müsteşarlığının bağlı olduğu Bakanın başkanlığında, Hazine Müsteşarı ile Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK), Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) ve Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu (TMSF) başkanlarından oluşturularak kurulmuş olan Finansal İstikrar Komitesi (4059 Sayılı Hazine Müsteşarlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun, Ek Madde 4 – (Ek: 3/6/2011-KHK-637/38 md.)) tarafından 2014 yılında, 2014-2017 yıllarını kapsayan Finansal Eğitim ve Finansal

Tüketicinin Korunması Eylem Planlarını hazırlanmış ve bu doğrultuda toplam 55 adet eylem belirlenmiştir. Yapılan bu stratejiler ile finansal ürünlerin ve hizmetlerin her kesime ulaşması, finansal sistemin dışında kalmış olan kişilerin de sisteme dâhil edilmesi, hâlihazırdaki finansal ürün ve hizmetlere ilişkin var olan kalitenin artırılması amaçlanmaktadır (T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı, 2014: 1-3). Ayrıca Ülkemizde “Finansal Eğitim Ulusal Stratejisi” doğrultusunda ele alınacak çalışmalarda, finans kurumlarının ve bu kurumların işlevsel etkinliklerinin her yönüyle ele alınması ve bilişsel farkındalığı artıracak eğitsel faaliyetlerin gerçekleştirilmesi gerekmektedir (Uralcan, 2011: 114).

Bayram (2015) tarafından, öğrencilerin finansal konuda bir eğitim programına ihtiyaç duyup duymayacaklarının ortaya konması için yapılan çalışmanın temel amacı, İktisadi ve İdari Bilimler ve Porsuk Meslek Yüksekokulu (MYO) öğrencilerinin temel seviyede finansal okuryazarlık seviyeleri ölçülmeye çalışılmıştır. Bunun için Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ve Anadolu Üniversitesi Porsuk Meslek Yüksekokulundan toplam 600 öğrenciye anket uygulaması yapılmıştır. Çalışmadan elde edilen araştırma sonuçlarına göre; öğrenciler kendilerini, finansal durumlarını yönetmede olduğundan daha başarılı olarak görmektedirler. Bu nedenden dolayı finansal okuryazarlık seviyesinin artırılmasına destek olacak program ve içeriklerinin eğitim müfredatlarına alınması ve uygulanması gerekmektedir. Yapılan araştırma sonucunda ortaya çıkan bir başka sonuç ise, finansal okuryazarlığın öğrenciler tarafından daha dar bir kavram olarak düşünüldüğü belirlenmiştir. Aynı zamanda finansal eğitim alan İİBF öğrencilerinin, Porsuk MYO öğrencilerine göre finansal anlamda daha bilinçli ve finansal okuryazarlık seviyelerinin daha yüksek olduğu anlaşılmıştır. Bu da finansal eğitimin finansal okuryazarlık düzeyini yükseltmede etkili olduğu kanaatini bizlere göstermektedir.

Sarıgül (2015) tarafından yapılan çalışmada, bireylerin öncelikli olarak harcamayla ve tasarrufla ilgili olmak üzere finansal tutum ve davranışlarının belirlenmesi amacıyla kullanılabilmesi mümkün bir ölçek geliştirilmesi amaçlanmıştır. Bunun için finansal okuryazarlık tutum ve davranış ölçeğinde (FOTDÖ) yer alacak sorular geliştirilmiş ve bu geliştirilen sorular Mevlana Üniversitesinden 407 öğrenciye uygulanmıştır. Elde edilen

değerler çerçevesinde FOTDÖ'nün hem oluşturulan faktörler (harcama, tutum, algı ve ilgi) hem de tümü için güvenilir ölçümlerde bulunduğunu ve başta tasarruf ile harcama olmak üzere kişilerin finansal tutumlarının ve davranışlarının ölçülmesinde kullanılabilecek derecede güvenilir ve geçerli bir ölçek olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Özdemir ve diğerleri (2015) tarafından yapılan araştırmada, Eskişehir'de İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde öğrenimlerine devam eden 235 öğrencinin oluşturduğu örnekleme, öğrencilerin finansal okuryazarlık seviyelerinin ölçülmesi için OECD finansal okuryazarlık ölçeğinin Türkiye koşullarına uyarlanması ile tasarlanan ve 21 sorudan oluşan ölçek kullanılmıştır. Araştırmanın bulgularına göre öğrencilerin finansal okuryazarlık seviyeleri yüksek olarak belirlenmiştir.

Şantaş ve Demirgil (2015) yaptıkları çalışmada, bir devlet üniversitesinde İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde öğrenim gören çalışma ekonomisi, iktisat, işletme, kamu yönetimi ve maliye bölümü öğrencilerinden birinci ve ikinci sınıf olmak üzere 900 kişiye anket uygulaması yapılmıştır. Çalışma neticesinde; ekonomi ve finansal gelişmeleri takip etme sıklığının dördüncü sınıf beş ve üzeri ekonomi dersi alan ve erkek öğrencilerde daha fazla olduğu anlaşılmıştır.

Ünal, Düğer ve Söylemez (2015) yaptıkları çalışma ile Dumlupınar Üniversitesi Tavşanlı Meslek Yüksekokulu'nda eğitim alan öğrencilerin, sahip oldukları ekonomi okuryazarlığına ilişkin düzeylerinin ve kredi kartıyla ilgili tutumlarının, kredi kartını rasyonel olarak kullanımlarını nasıl etkilediğinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaçla araştırmacılar kredi kartı kullanan 125 öğrenci üzerinde ölçek çalışması yapmışlar ve elde edilen sonuçlar ise; ekonomiyle ilgili rasyonelliğin, kredi kartının rasyonel kullanımı üzerinde etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca elde edilen bulgular, ekonomi okuryazarlığı seviyesi yüksek olan kişilerin, ekonomiyle alakalı karar almalarında daha bilinçli ve akılcı olacağını göstermektedir.

Kılıç, Ata ve Seyrek (2015) üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık seviyesinin tespit edilmesi amacıyla Gaziantep Üniversitesi'nde 12 farklı fakülteden 40'ar öğrenci olmak üzere toplam 480 öğrenciye 8 bölümden ve literatürde yer alan sorulardan

oluşturulmuş anket uygulaması yapılmıştır. Yapılan çalışma neticesinde, öğrencilerin finansal okuryazarlıklarına ilişkin başarı seviyeleri % 48 olarak tespit edilmiştir. Erkek öğrencilerin sahip olduğu finansal okuryazarlık seviyeleri, bayan öğrencilere göre daha yüksek seviyede çıkmış bunun yanı sıra kredi kartının ve internet bankacılığının kullanımı okuryazarlık seviyelerinde etkisinin olduğu saptanmıştır. Çalışmada ortaya çıkan bir başka sonuç ise; öğrencilerin finansal okuryazarlıkla ilgili sahip oldukları en fazla bilginin bireysel bankacılık alanı, en az bilginin ise yatırım alanı olduğudur.

Sezer ve Demir (2015) yaptıkları çalışma ile BİST’te işlem gerçekleştiren bireysel yatırımcıların, bilişsel yetenek ve finansal okuryazarlık seviyelerinin belirlenmesini ve aynı zamanda da yatırımcıların düşmüş oldukları psikolojik yanılsamalara bu faktörlerin etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla, İstanbul, Ankara ve İzmir’de Borsa İstanbul (BİST) da hisse senedi alım satımı gerçekleştiren gerçek kişi yatırımcılar üzerine anket uygulaması yapılmıştır. Yapılan anket çalışmasına ilişkin istatistiksel analizler sonucunda; yatırımcıların bilişsel yetenek ve finansal okuryazarlık seviyeleri; Amerika, Almanya ve Hollanda’daki yapılmış araştırmalar ile karşılaştırma yapıldığında, bir hayli düşük düzeyde olduğu ve bu kapsamda yer alan yatırımcılar, bilişsel yetenek ve finansal okuryazarlık seviyelerinden bağımsız bir şekilde psikolojik yanılsamalara maruz kaldığı bulgusuna ulaşılmıştır.

Fettahoğlu (2015) tarafından finansal okuryazarlıkla ilgili, Kocaeli’nde ikamet eden ve tesadüfi örnekleme yöntemine göre seçilen 83 kişiye anket çalışması yapılarak, ankete katılan bireylerin finansal okuryazarlık düzeyleri ve hanehalkının sahip olduğu, aile bütçesinin yönetimiyle ilgili konularda bilgi ve davranışları belirlenmeye çalışılmıştır. Söz konusu çalışma neticesinde, çalışmaya katılan bireylerin, finansal okuryazarlık seviyelerinin temel düzeyde olduğu ancak diğer finansal ürünlere ilişkin daha komplike sayılabilecek finansal ürünler konusunda bilgi seviyelerinin yetersiz olduğu belirlenmiştir. Bunun yanında hane halkı açısından olaya bakıldığında, hane halkının hisse senedi, tahvil, yatırım fonu gibi yatırım araçlarını tanıma ve bu enstrümanlara yatırım yapma konusunda bilgisiz oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

BÖLÜM 3: TOKAT İLİNDE BANKA MÜŞTERİ SEGMENTASYONLARI ARASINDA FİNANSAL OKURYAZARLIK DÜZEYİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Çalışmanın bu bölümünde, günümüzde insanların finansal işlemlerinde vazgeçilmez bir rol üstlenen ve hemen hemen parayla ilgili olan işlemlerde aktif olarak rol alan bankaların, Tokat ilindeki segment müşterilerinin finansal okuryazarlık düzeylerine ışık tutmak amacıyla yürütülen; çalışmanın amacına, önemine, kapsamına, literatüre yapacağı katkılarına, hipotezlerine, varsayımlarına, kısıtlamalarına, yöntemine ve araştırma sonuçlarına ilişkin bulgulara yer verilecektir.

3.1.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, Tokat merkez ilçesinde bireysel, ticari ve tarımsal olarak segmente edilebilen banka müşterilerinin finansal okuryazarlık düzeylerini ve hangi segment grubunun daha finansal okuryazar olduğunu ortaya koymaya yöneliktir. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur:

Hipotez 1:

H₀: Finansal okuryazarlık ölçeğine katılan banka segment müşterilerinin demografik özellikleri ile operasyonel işlemlere ilişkin finansal okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H₁: Finansal okuryazarlık ölçeğine katılan banka segment müşterilerinin demografik özellikleri ile operasyonel işlemlere ilişkin finansal okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 2:

H₀: Finansal okuryazarlık ölçeğine katılan banka segment müşterilerinin demografik özellikleri ile kredibilite ve güvenlik ile ilgili finansal okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H₁: Finansal okuryazarlık ölçeğine katılan banka segment müşterilerinin demografik özellikleri ile kredibilite ve güvenlik ile ilgili finansal okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 3:

H₀: Finansal okuryazarlık ölçeğine katılan banka segment müşterilerinin demografik özellikleri ile ekonomi yorumu kabiliyetine ilişkin finansal okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H₁: Finansal okuryazarlık ölçeğine katılan banka segment müşterilerinin demografik özellikleri ile ekonomi yorumu kabiliyetine ilişkin finansal okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 4:

H₀: Finansal okuryazarlık ölçeğine katılan banka segment müşterilerinin demografik özellikleri ile riskten korunmaya ilişkin finansal okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H₁: Finansal okuryazarlık ölçeğine katılan banka segment müşterilerinin demografik özellikleri ile riskten korunmaya ilişkin finansal okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 5:

H₀: Finansal okuryazarlık ölçeğine katılan banka segment müşterilerinin demografik özellikleri ile sözleşme metni bilinirliğine ilişkin finansal okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H₁: Finansal okuryazarlık ölçeğine katılan banka segment müşterilerinin demografik özellikleri ile sözleşme metni bilinirliğine ilişkin finansal okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

3.1.2. Araştırmanın Önemi ve Kapsamı

Günümüzde hemen hemen her birey parayla ilgili olan birçok işlemini bankalar aracılığıyla gerçekleştirmektedir. Bu durum bireyin kendi isteğinden kaynaklanabileceği gibi bir takım zorunlu nedenlerden de ileri gelmektedir. Bankalar başta olmak üzere, finansal

kuruluşların sunmuş oldukları ürün ve hizmetlerden tüketiciler yararlanırken sahip oldukları finansal okuryazarlık düzeyleri günümüzde büyük önem arz etmektedir. Finansal kuruluşların sunmuş oldukları ürün ve hizmetlerin; tüketiciler tarafından anlaşılması, kendileri için en uygun olan ürün ve hizmetin çok daha güvenli ve ekonomik koşullarda elde edilmesi, bireylerin finansal piyasalarda maruz kalacağı risklerin minimize edilmesine yardımcı olacaktır. Bu durum ise ancak bireylerin sahip oldukları finansal okuryazarlık düzeylerini artırmaları ile mümkün kılınmaktadır. Bu nedenden dolayı Tokat merkez ilçesinde bankaların potansiyel müşterileri sayılan bireyler araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Ayrıca araştırmanın uygulama alanı daha önceki yapılmış çalışmalardan farklı olarak, bankalar tarafından segmente edilen müşteriler olması ve de bu vesile ile bankaların son yıllarda müşterilerini segmente ederek hizmet vermeleri nedeniyle; segmentasyon kavramına dikkat çekilmesi adına daha önce ilgili konuda yapılmış olan araştırmalardan ayrılması nedeniyle literatüre katkı yapması beklenmektedir.

3.2. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI

Yapılan araştırmada:

- Örneklem grubunda yer alan bireylerin, en az bir bankada en az bir hesaplarının olduğu veya herhangi bir bankadan en az bir defa operasyonel işlem (para yatırma, para çekme, havale, EFT vs.) gerçekleştirdiği,
- Araştırmada kullanılan ölçek ile Tokat merkez ilçesindeki segmentlere ayrılan banka müşterilerinin finansal okuryazarlık düzeylerini ölçmenin mümkün olduğu,
- Örneklem grubunda yer alan Tokat merkez ilçesindeki üç farklı segmentteki (bireysel, ticari, tarımsal) müşterilerin ölçeğe verdikleri cevapların doğru olduğu,
- Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin anketleri gönüllülük esasına dayalı olarak cevapladıkları,
- Ölçekte çalışılan sektör bilgisiyle ilgili sorulan soruya verilen “çalışmıyorum” cevabına emekli olmuş bireylerinde cevap verdikleri varsayılmıştır.

3.3. ARAŞTIRMANIN KISITLARI

- Araştırmada zaman, kontrol ve maliyet kısıtları sebebiyle sadece 9 Mart 2015- 16 Ağustos 2015 tarihleri arasında Tokat ili merkezinde yapılmıştır.

- Araştırmada veri toplama araçları anket tekniği ile sınırlıdır.

3.4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma Tokat merkez ilçesinde bankaların potansiyel müşterisini oluşturan bireyler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Veri toplama aracı olarak ölçek formu kullanılmış olup bu konuya ilişkin ayrıntılı bilgiler aşağıda yer almaktadır.

3.4.1. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, 9 Mart 2015- 16 Ağustos 2015 tarihleri arasında Tokat merkez ilçesinde faaliyet gösteren 25 adet banka şubesinin (TBB, 2015) sahip olduğu 400.000’ne yakın potansiyel banka müşterisi oluşturmaktadır. Araştırmanın evrenini oluşturan ve anketin uygulandığı potansiyel banka müşterileri olan yaklaşık 400.000 kişiden ana kütleye ait ulaşılan her birimin örneklem dâhil edilmesi ile gerçekleştirilen kolay örneklem yöntemi (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 44) ile en fazla sayıda veri toplanması planlanmıştır. Söz konusu araştırma için toplam 411 adet ölçek değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Ulaşılan bu rakam α : 0.05 anlamlılık düzeyinde %5’lik örneklem hatası ile söz konusu evreni temsil etme açısından kabul edilebilecek bir örneklem büyüklüğüdür.

Tablo 3. 1: α : 0.05 İçin Örneklem Büyüklükleri

Ana Kütale	± 0.05 örneklem hatası (d) $p=0.5$ $q=0.5$
100	80
500	217
750	254
1000	278
2500	333
5000	357
10.000	370
25.000	378
50.000	381
100.000	383
1.000.000	384
100.000.000	384

Kaynak: Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 50.

3.4.2. Veri Toplama Araçları

Araştırmada banka müşteri segmentasyonlarının finansal okuryazarlık düzeylerinin ölçülmesi amacıyla araştırmacı tarafından geliştirilen “Finansal Okuryazarlık Ölçeği” ve demografik özelliklerinin belirlenmesi amacıyla da “Kişisel Bilgi Formu” kullanılmıştır.

Araştırma için kullanılan ölçek, 9 adet demografik bilgi sorusu ve 38 adet finansal okuryazarlık düzeyinin ölçülmesine ilişkin likert tipi bir ölçek olmak üzere toplam 2 bölümden ve 47 ifadeden oluşmaktadır. Bu araştırmada kullanılan ölçek, “1 Kesinlikle Katılmıyorum”, “2 Katılmıyorum”, “3 Kararsızım”, “4 Katılıyorum”, “5 Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde 5’li likert tipi bir derecelendirmeye sahiptir.

Banka müşteri segmentasyonları arasındaki finansal okuryazarlık düzeyini ölçmek amacıyla; Finansal okuryazarlık ölçeğinin hazırlanması aşamasında literatürde yer alan konuyla ilgili anket soruları araştırmacıya ışık tutmuş ancak esas olarak ölçeğe ilişkin maddelerin birçoğu araştırmacı tarafından geliştirilmiştir. Daha sonra ölçek soruları oluşturulurken, bankaların müşteri profilini daha yakından tanıyan ve özellikle banka müşterilerinden bireysel, ticari ve tarımsal segment müşterilerine hitap edecek ortak soruların oluşturulabilmesi için Tokat merkez ilçesinde faaliyet gösteren bir kamu bankasının şubesinde; bireysel, tarımsal ve ticari müşteri portföylerine sahip 2 müşteri ilişkileri yöneticisiyle görüşülmüş ve anket sorularının hazırlanmasında yardım alınmıştır.

Oluşturulan anket formu daha sonra bir Türkolog tarafından incelenmiş ve hazırlanan ölçekteki ifadelerin sade ve anlaşılır bir düzeyde olmasına dikkat edilmiştir. Ayrıca dil bilgisi bakımından incelenen ölçeğin yeniden düzenlenmesine karar verilmiştir. Daha sonra oluşturulan bu ölçek 3 alan uzmanının (1 Doçent, 2 Öğretim Görevlisi) bilgisine başvurularak alınan görüşler doğrultusunda ölçekle ilgili gerekli düzenlemeler tekrar gerçekleştirilerek ölçeğin son hali belirlenmiştir.

3.4.3. Verilerin Analizi

Söz konusu örneklemden elde edilen veriler SPSS 21.0 (Statistical Package For Social Sciences) paket programına aktarılarak istatistiksel analize tabi tutulmuştur. Araştırma için elde edilen verilerin analizi aşamasında;

- Finansal okuryazarlık ölçeğine katılan bireylerin demografik özelliklerini incelemek için frekans ve yüzde değerleri hesaplanmıştır.

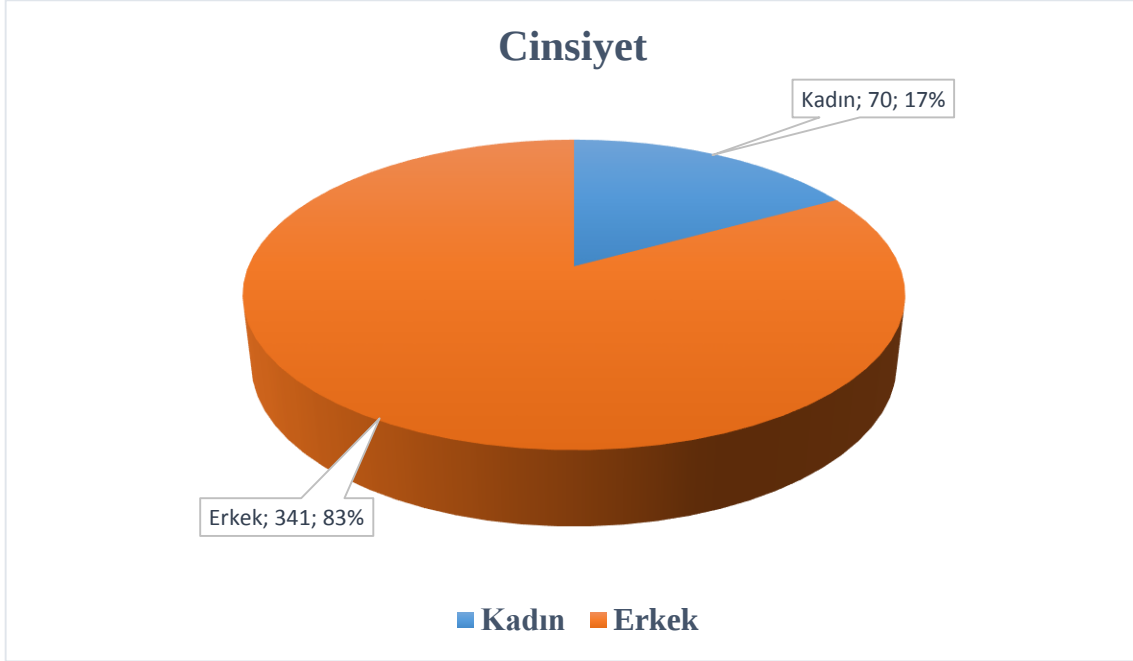
- Finansal okuryazarlık ölçeğinin geçerlik çalışması için yapı geçerliğine bakılmış ve yapı geçerliğinin incelenmesi için açımlayıcı faktör analizi (AFA) yapılmıştır.
- Finansal okuryazarlık ölçeğinin güvenilirliği, iç tutarlık Cronbach yöntemiyle incelenmiştir.
- Faktörler bazında banka segment müşterilerinin finansal okuryazarlık düzeylerine ilişkin cinsiyet, kredi kullanma ve bankalarda operasyonel işlem (para yatırma, çekme, havale, EFT vs.)gerçekleştirme değişkenleri açısından iki ortalama farkın önemlilik testi olan bağımsız örneklem t testi (Independent Samples t-test) kullanılmıştır.
- Faktörler bazında banka segment müşterilerinin finansal okuryazarlık düzeylerine ilişkin eğitim durumu, yaş grubu, çalışılan sektör, gelir durumu, temsil edilen segment grubu, en çok yatırım yapılan araçlar değişkeni açısından tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA) kullanılmıştır.
- Gruplar arası varyansın eşit çıkmaması halinde kullanılacak post-hoc istatistikleri değişiklik göstereceğinden böyle bir durumda kullanılması gereken istatistikler; Games-Howell, Tamhane's T2, Tamhane's T3, Dunnett's C ve Dunnett's T3 şeklinde olacağı için, çalışmada yapılan anova analizi sonucunda varyansların eşit olmaması durumunda post-hoc istatistiklerinden Dunnett's C, varyansların eşit olması durumunda ise scheffe istatistiği kullanılmıştır (Sparks'tan aktaran Kayri, 2009: 56; Büyüköztürk, 2015: 52)
- En son olaraksa banka segment müşterilerinin finansal okuryazarlık düzeyinin faktörler arasındaki ilişkinin düzeyini ve yönünü ölçmek amacıyla basit korelasyon (Simple Correlation: Pearson Correlation) tekniğinden yararlanılmıştır.
- Verilerin analizinde anlamlılık düzeyi .05 olarak alınmıştır.

3.5. BULGULAR

3.5.1. Katılımcılara İlişkin Genel Bulgular

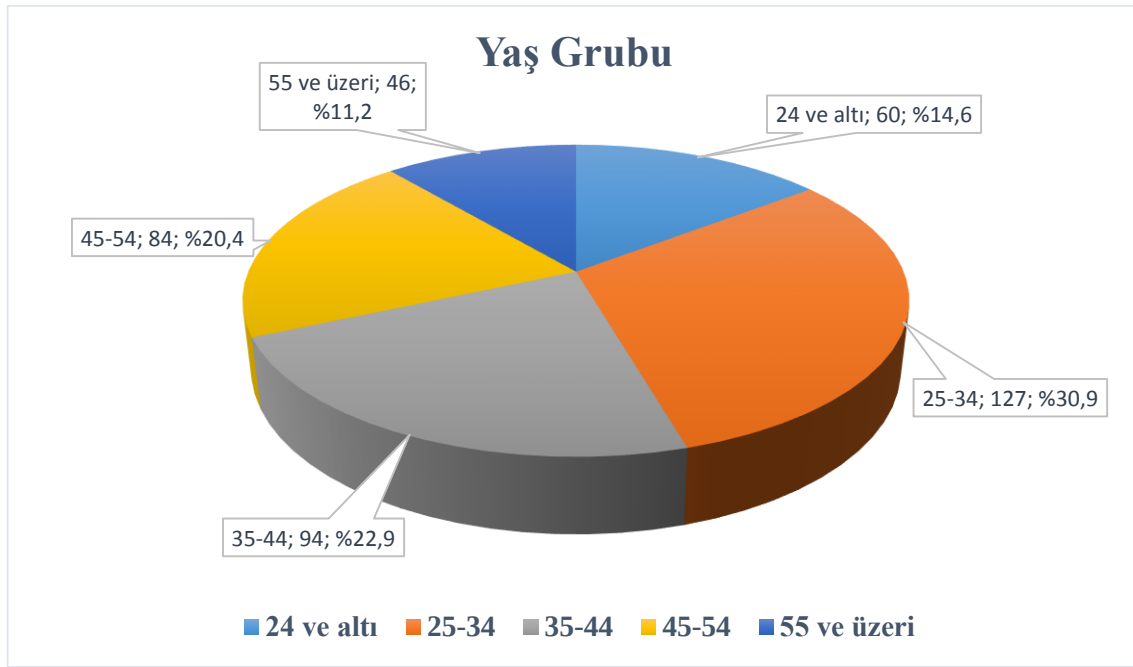
Çalışmanın bu bölümünde, araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin kişisel bilgi formunda yer alan sorulara vermiş oldukları cevaplara ilişkin frekans ve yüzde dağılımları gösterilmiştir. Toplam 411 adet örnekleme ait olan grafiklerde yer alan sayısal

ifadelerden ilki; frekans değerlerini, ikinci sayısal ifade ise örneklem içerisinde yer kaplayan ilgili demografik bilgilerin oransal değerini göstermektedir.



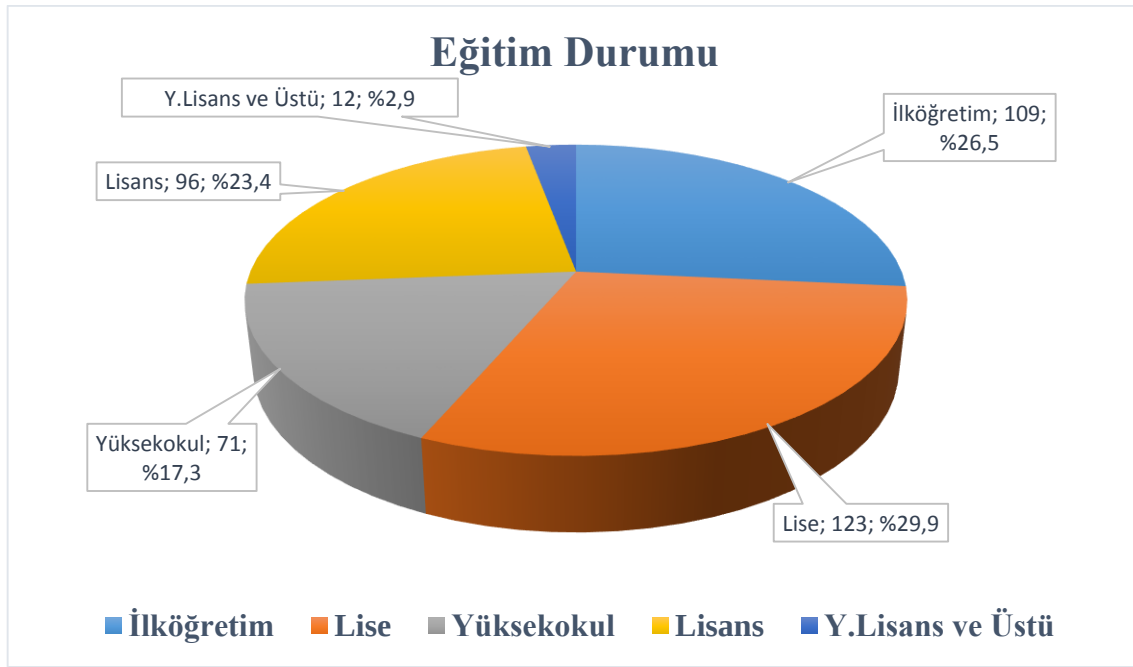
Şekil 3. 1: Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Frekans ve Yüzde Dağılımları

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin %83'ü erkek ve % 17'si ise kadındır. Çıkan sonuca göre katılımcıların büyük bir kısmını cinsiyet olarak erkeklerin oluşturduğu söylenebilir.



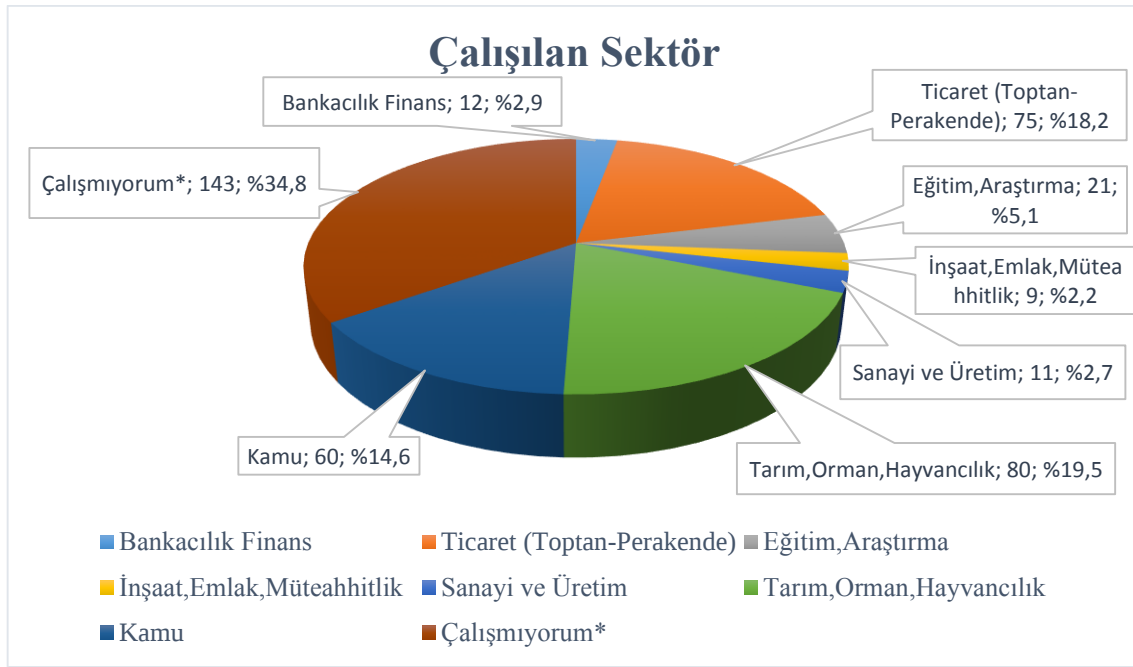
Şekil 3. 2: Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre Frekans ve Yüzde Dağılımları

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin % 14,6'sı 24 ve altı, % 30,9'u 25-34, % 22,9'u 35-44, % 20,4'ü 45-54 ve % 11,2'si ise 55 ve üzeri yaş grubunda oldukları görülmektedir. Çıkan bu sonuca göre katılımcıların büyük bir kısmı (%30,9) 25-34 yaş grubunda yer almaktadır.



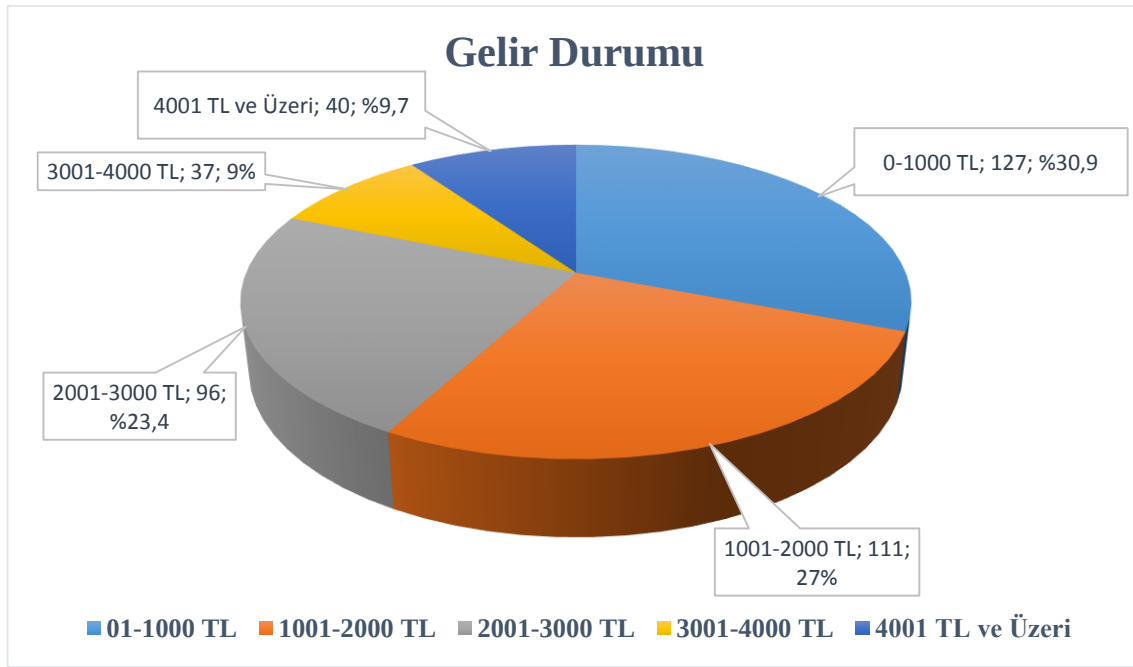
Şekil 3. 3: Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Frekans ve Yüzde Dağılımları

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin; % 26,5'si ilköğretim, % 29,9' u lise, % 17,3' ü yüksekokul, %23,4'ü lisans ve % 2,9'luk küçük bir kısmı ise yüksek lisans ve üzeri bir eğitim seviyesine sahip oldukları görülmektedir. Çıkan bu sonuca göre katılımcıların büyük bir kısmını lise eğitim seviyesine sahip bireylerin oluşturduğu söylenebilir.



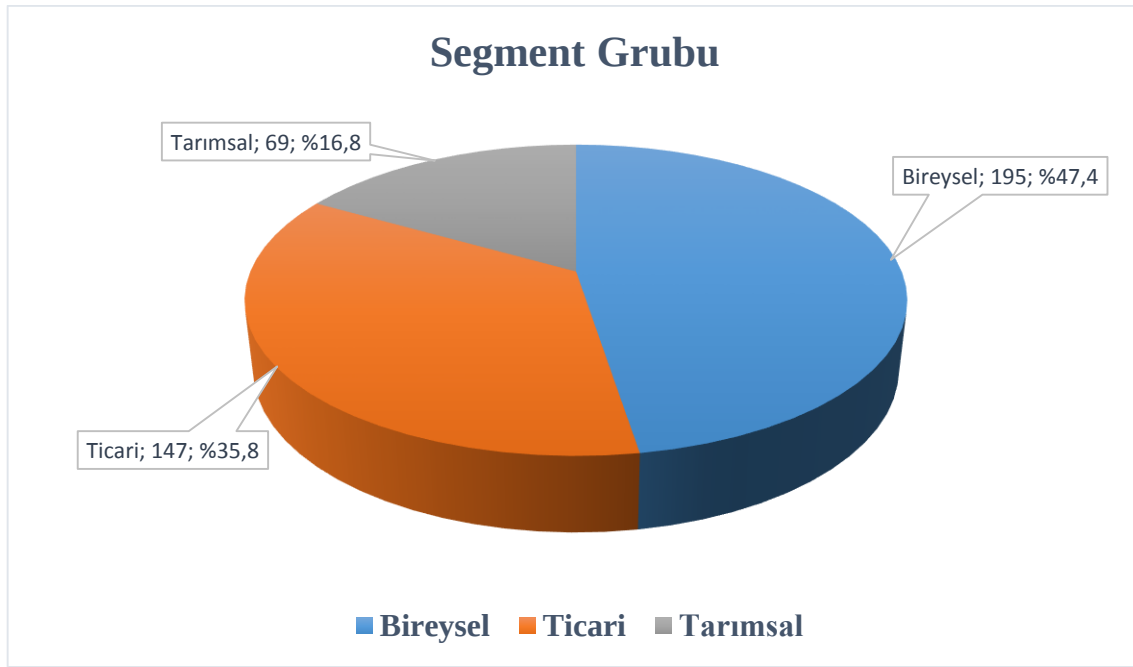
Şekil 3. 4: Katılımcıların Çalıştıkları Sektöre Göre Frekans ve Yüzde Dağılımları

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin; % 2,9'luk kısmının bankacılık-finans, % 18,2'lik kısmının ticaret(toptan-perakende), % 5,1'lik kısmının eğitim-araştırma, % 2,2'lik kısmının inşaat-emlak-müteahhitlik, % 2,7'lik kısmının sanayi ve üretim, % 19,5'lik kısmının tarım-orman-hayvancılık, % 14,6'lık kısmının ise kamu sektöründe faaliyette bulundukları görülmektedir. Çalışmıyorum diyen banka segment müşterileri % 34,8'lik bir oran ile ilk sırada yer almaktadır. Ancak burada göz ardı edilmemesi gereken bir husus ise; bu soruya cevap veren katılımcılar emekli, herhangi bir işten yeni ayrılmış veya uzun zamandır işsiz vs. olabileceğidir. Bu tür durumda olan müşterilerin de bankalarda bir segmentasyona tabi olacağı unutulmamalıdır.



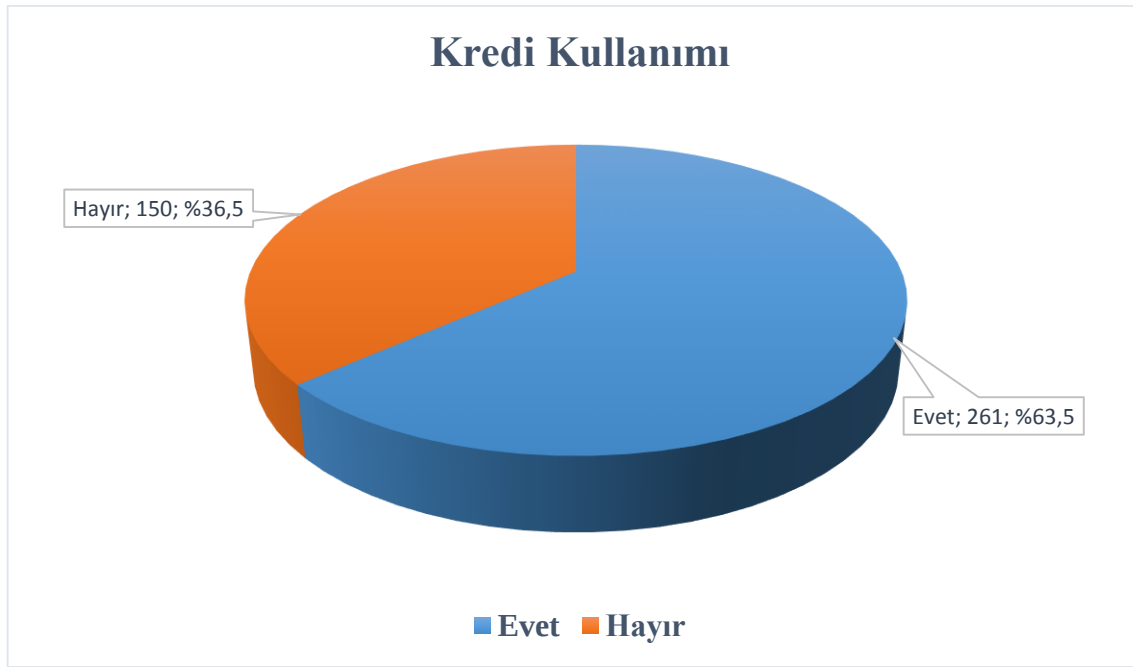
Şekil 3. 5: Katılımcıların Gelir Gruplarına Göre Frekans ve Yüzde Dağılımları

Araştırmaya katılan banka segment müşterinin; % 30,9'u 0-1000 TL, % 27'si 1001-2000 TL, %23,4'ü 2001-3000 TL, % 9'u 3001-4000 TL ve % 9,7'si ise 4001 ve üzeri TL gelir grubunda yer aldıkları görülmektedir.



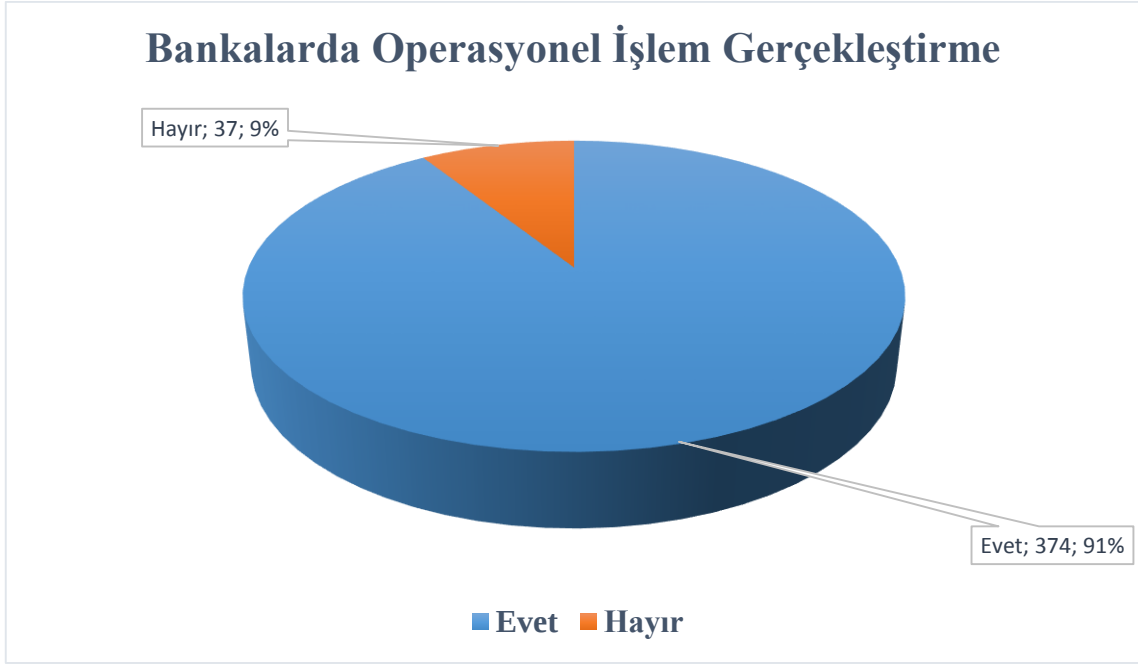
Şekil 3. 6: Katılımcıların Temsi Ettikleri Segment Gruplarına Göre Frekans ve Yüzde Dağılımları

Segmentasyon grubuyla ilgili katılımcıların frekans analizi incelendiğinde; katılımcıların % 47,4'ü bireysel, % 35,8'i ticari ve % 16,8'i ise tarımsal segment grubunda yer almakta olduğu görülmektedir. Segment grubunda yer almanın şartlarına ilişkin kısa bilgi konuyla ilgili bölümde yer verildiği üzere, bireysel segmentte yer alan banka müşterilerinin fazla olması doğal karşılanabilmektedir.



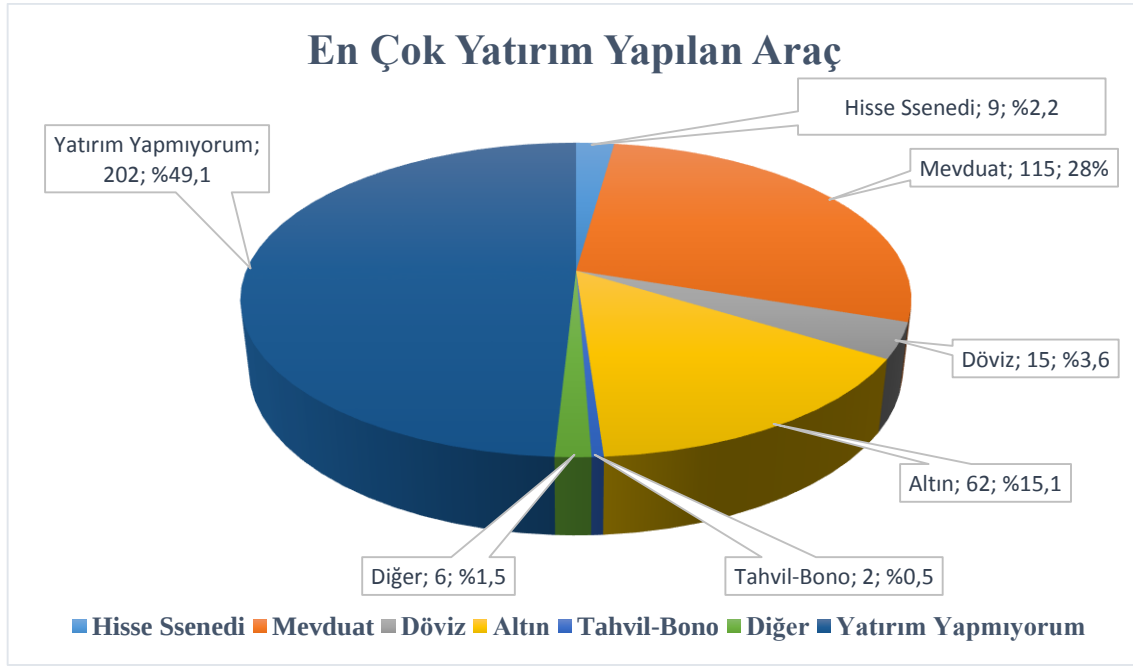
Şekil 3. 7: Katılımcıların Daha Önce Herhangi Bir Kredi Kullanıp Kullanmadıklarına Göre Frekans ve Yüzde Dağılımları

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerine daha önce herhangi bir kredi kullanıp kullanmadıklarına ilişkin sorulmuş olan soruya katılımcıların % 63,5'i evet, % 36,5'i ise hayır cevabını verdikleri görülmektedir. Günümüzde kredi kullanımının ve kredi ürünlerinden sayılan kredi kartı, avans hesap, kredili mevduat hesabı vs. gibi bankaların ürün çeşidinin fazla olması bu tür ürünleri kullanan kişi sayısını artırmakta ve bu da katılımcıların vermiş oldukları cevap ile ispatlanmaktadır.



Şekil 3. 8: Katılımcıların Operasyonel İşlem Yapmalarına Göre Frekans ve Yüzde Dağılımları

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerine bankalarda operasyonel (para yatırma, çekme, havale, EFT vs.) işlem yapıp yapmadıklarına ilişkin sorulan soruya katılımcıların % 91'i evet % 9'u ise hayır cevabını verdikleri görülmektedir. Günümüzde artık bütün işlemlerin bankalar üzerinden gerçekleşmesi ve bu kurumların hayatımızın birer vazgeçilmez parçası haline gelmesi verilen cevapların doğruluğunu göstermektedir.



Şekil 3. 9: Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Frekans ve Yüzde Dağılımları

Son olarak araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin; % 2,2'si hisse senedi, % 28'si mevduat, % 3,6'sı döviz, % 15,1'i altın, % 0,5'i ise tahvil ve bonoya yatırım yaptıkları görülmektedir. Hisse senedi ve tahvil-bonoya ilişkin yapılan yatırımların bu denli düşük kalması ülkemizde sermaye piyasalarının neden gelişmediğini ve bu tür yatırım araçlarının karmaşık olarak algılanmasına ilişkin savunulan görüşleri doğrular niteliktedir. Katılımcıların % 1,5'lik kısmı ise diğer yatırım araçlarına yatırım yaptığını söylerken % 49,1'lik bir oran ile yatırım yapmadığını söyleyen banka segment müşterileri ilk sırada yer almaktadır. Aslında burada çıkan sonuca göre iki şeyden bahsedilebilir. Birincisi; yatırım yapılma oranının yani tasarrufların bu kadar düşük olması ülke ekonomisine etkileri açısından yorumlanmasına imkân tanırken diğer taraftan da günümüz toplumlarının kişisel gelirlerine ilişkin herhangi bir bilgi vermelerinden şiddetle kaçınıyor olmaları ve bu tür işlemleri gizlilik çerçevesinde gerçekleştirmek istemeleri bu sonucun çıkmasında etkili olduğu savunulabilir.

3.5.2. Araştırmada Kullanılan Ölçeğin Geçerlik Analizi (Açımlayıcı Faktör Analizi)

Bu aşamada araştırmada kullanılan ölçeğin değişkenler arasındaki ilişkilerden hareket ederek faktör bulmaya ilişkin (Büyüköztürk, 2015: 133) açımlayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Açımlayıcı faktör analizi sonucunda testte yer alacak maddelerin belirlenmesinde, maddeler tarafından oluşturulan faktörlerin öz değerlerinin 1, maddelerin faktörlerde sahip olmuş oldukları yük değerlerinin en az .30, maddelerin tek bir faktörde yer alması ve iki faktörde yer alan faktörler arasında ise en az .10 fark olmasına dikkat edilmiştir (Büyüköztürk, 2015: 134-135). Bu ölçütlere uygun olmayan maddelerin ölçekten çıkarılmasına karar verilmiştir. Açımlayıcı faktör analizi sonucunda bulunan faktör ortak varyansı ve faktör yük değeri raporlaştırılmıştır. Faktör analizinden sonra ölçeğin iç tutarlık katsayısına bakılmıştır. Araştırmada tüm analizler SPSS paket programı aracılığıyla gerçekleştirilmiş ve de çözümlemelerde anlamlılık düzeyi .05 olarak kabul edilmiştir.

Ölçeğin yapı geçerliliği amacıyla öncelikle ölçekten elde edilen veriler ile açımlayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Söz konusu analizin yapılabilmesi adına ilk olarak örneklemin yeterliliğini test eden Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett Küresellik testine bakılmıştır. KMO değeri .92 olarak bulunmuş ve bu oran mükemmel bir seviyede yeterliliğe işaret etmektedir (Çokluk, Şekercioğlu, Büyüköztürk, 2012: 207) Bulunan değer .60'dan büyük olduğu için (Büyüköztürk, 2015: 136) bu verilerden hareketle faktör analizi yapılabileceği bulgusuna ulaşılmıştır. İkinci adım olarak Bartlett Küresellik testine bakılarak ($\chi^2 = 9314,170$, $p = ,000$) elde edilen verilerin anlamlı farklılık gösterdiği ve faktör analizinin yapılmasına uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Faktör analizi sonucunda 1, 4, 12, 13, 16, 22, 27, 28, 35 ve 38. Maddelerin iki alt boyuttaki faktör yükleri arasındaki fark .10'dan düşük olduğu için bu maddeler atılarak tekrar faktör analizi gerçekleştirilmiştir.

Daha sonra ikinci kez faktör analizi yapılmış ve KMO değeri .89 olarak bulunmuştur. Bulunan değer .60'dan büyük olduğu için bu verilerden hareketle faktör analizi yapılabileceği sonucuna ulaşılmıştır. İkinci olarak Bartlett küresellik testine bakılarak ($\chi^2 = 6505,302$, $p = ,000$) elde edilen verilerin anlamlı farklılık gösterdiği ve faktör analizinin yapılmasına uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İkinci faktör analizi sonucunda da 8 ve 23.

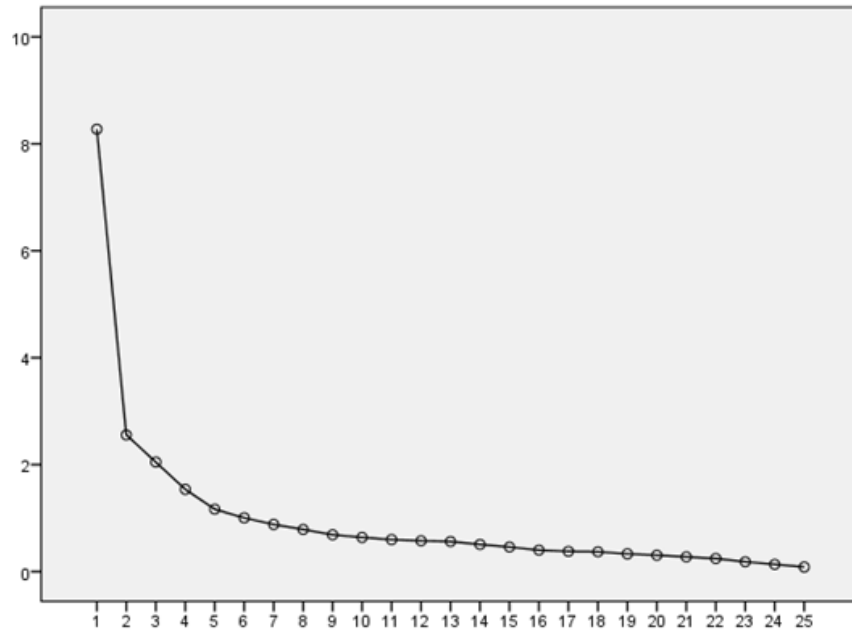
maddelerin iki alt boyuttaki faktör yükleri arasındaki fark .10'dan düşük olduğu için bu maddeler atılarak tekrar faktör analizine tabi tutulmuştur.

Üçüncü defa yapılan faktör analizinde KMO değeri yine ikinci faktör analizinde bulunan KMO değeri ile aynı çıkarak .89 olarak bulunmuştur. Bulunan değer .60'dan büyük olduğu için bu verilerden hareketle faktör analizi yapılabileceği sonucuna ulaşılmıştır. İkinci olarak Bartlett küresellik testine bakılarak ($\chi^2= 5821,288$, $p=,000$) elde edilen verilerin anlamlı farklılık gösterdiği ve faktör analizinin yapılmasına uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Üçüncü faktör analizi sonucunda da 7. maddenin iki alt boyuttaki faktör yükleri arasındaki fark .10'dan düşük olduğu için bu madde atılarak tekrar faktör analizi gerçekleştirilmiştir.

Son olarak yapılan dördüncü faktör analizinde de KMO değeri ikinci ve üçüncü KMO değerinde çıkan değerle aynı olmuş ve .89 olarak bulunmuştur. Bulunan değer .60'dan büyük olduğu için bu verilerden hareketle faktör analizi yapılabileceği sonucuna ulaşılmıştır. İkinci olarak Bartlett küresellik testine tekrar bakılarak ($\chi^2= 5586,790$, $p=,000$) elde edilen verilerin anlamlı farklılık gösterdiği ve faktör analizinin yapılmasına uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 3. 2: KMO ve Barlett Küresellik Testi (4. Faktör Analizi Sonucu)

Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği Testi.		,888
Bartlett Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare	5586,790
	df	300
	Anlamlılık	,000



Şekil 3. 10: Scree Plot Grafiği Faktör Yapısı Şekli

Yukarıdaki tablo incelendiğinde yapılan faktör analizi açısından, örneklem büyüklüğünün 0,888 oranında yeterli olduğu görülmektedir. Geçerlilik çalışmaları neticesinde ölçeğin beş faktörlü bir yapıdan oluştuğu sonucuna ulaşılmıştır. (Şekil 2.10).

Tablo 3. 3: Ölçekten Çıkarılan Madde Numaraları

1	
2	Bankamatik veya kredi kartımın kaybolması veya çalınması durumunda ne yapacağımı bilirim.
3	Kredi kartı kullanırken gelirime göre harcama yaparım.
4	
5	Kullandığım veya kullanacağım kredinin vade yapısında aylık ödeme durumumu dikkate alırım.
6	Almış olduğum kredi tutarını kredinin amacına uygun olarak kullanırım.
7	
8	
9	Kredi borcumu erken kapattığımda ödenecek tutarda avantaj sağlar.
10	Bir bankada kötü bir kredi sicilim varsa başka bir bankaya kredi talebi yaptığımda bunun görüleceğini ve dikkate alınacağını bilirim
11	Bankaya gitmeden de kredi notumu öğrenebilirim.
12	
13	
14	Finansal bir hizmet alırken o hizmete yönelik bütün yazılı şart ve sözleşmeleri okurum.
15	Sözleşme öncesi bilgi formunu mutlaka okurum.
16	
17	İnternet bankacılığıyla ne tür işlemler yapılabileceğini bilirim.
18	İnternet bankacılığı kullanmanın ne tür avantajlar sağladığını bilirim.
19	Virman, Havale, EFT gibi para transfer türleri arasındaki farkı bilirim.
20	IBAN numarasının ne olduğunu bilirim.
21	Bir bankamatik kartı üzerinde yazan numaralardan hangilerinin şube kodu hangilerinin müşteri ve hesap numarası olduğunu ayırt edebilirim.
22	
23	
24	Faiz oranlarında meydana gelen değişmelerin etkisini yorumlayabilirim.
25	Döviz fiyatlarındaki artış veya azalışların etkisini yorumlayabilirim.
26	Altın, döviz ve petrol fiyatlarındaki değişimlerin sebeplerini yorumlayabilirim.
27	
28	
29	Sigorta yaptıracağım zaman ne tür sorular sormam gerektiğini bilirim.
30	Yaptırdığım sigorta poliçemin hangi teminatları kapsadığını bilirim.
31	Sigorta yaptırmanın iyi bir yatırım olduğuna inanırım.
32	Kredi kullanırken hayat sigortası yaptırmamın beni, olası bir yaşam kaybı durumunda kullandığım kredinin finansal yükünden kurtarır.
33	Gelecekte oluşabilecek riskler veya planlanmamış harcamalar için yatırım yapmak gerekir.
34	Bireysel emeklilik sisteminin sağladığı avantajları bilirim.
35	
36	Ekonomi ve finans haberlerini takip ederim.
37	Finans konularında eğitim almayı isterim.
38	

Tablo 3. 4: Açıklayıcı Faktör Analizi (Döndürülmüş Temel Bileşenler Analizi)

Madde No.	Ortak Faktör Varyans	Faktör Yük Değeri	Operasyonel İşlem	Kredibilite ve Güvenlik	Ekonomi Yorumu Kabiliyeti	Riskten Korunma	Sözleşme Metni Bilinirliği
17	,809	,690	,880				
18	,804	,699	,877				
19	,667	,639	,748				
20	,638	,666	,713				
21	,570	,681	,667				
34	,460	,581	,574				
11	,559	,654	,537				
6	,649	,526		,761			
5	,662	,576		,751			
3	,473	,406		,656			
10	,620	,541		,649			
2	,555	,557		,590			
9	,410	,451		,576			
25	,790	,679			,810		
24	,743	,666			,771		
26	,706	,675			,723		
36	,510	,574			,638		
37	,377	,334			,576		
31	,605	,408				,748	
33	,501	,404				,624	
32	,529	,506				,602	
29	,643	,655				,594	
30	,598	,703				,545	
14	,858	,416					,894
15	,845	,410					,884

Açıklanan Varyans % Toplam= 62,334

Faktör-1 :% 18,634

Faktör-2: % 13,137

Faktör-3: % 12,603

Faktör-4: % 9,684

Faktör-5: % 8,276

25 madde faktör analizine sokulmuş ve Varimax döndürme işleminin sonucunda maddelerin hepsi 5 faktör altında toplanmıştır. Faktörlere ilişkin bulgular Tablo 2. 4'te verilmiştir.

3.5.3. Araştırmada Kullanılan Ölçeğin Güvenirlik Analizi (İç Tutarlılık Katsayısı)

Güvenirlik, bireylerin test maddelerine ilişkin vermiş oldukları cevapların birbiri arasındaki tutarlılığı ifade etmektedir. Kullanılan başlıca güvenilirlik türlerini şöyle sıralamak mümkündür (Büyüköztürk, 2015: 181-182):

- Test-tekrar test güvenilirliği
- Paralel (eşdeğer) form güvenilirliği
- İki yarı test güvenilirliği
- Kuder Richardson-20 (KR-20) ve Cronbach alfa (α) güvenilirliği

Test maddeleriyle ilgili sorulara verilecek cevap şekillerinin doğru/yanlış veya evet/hayır şeklinde iki seçenekten oluşması durumunda KR-20 ama verilecek cevap şeklinin üç veya daha da fazla olması durumunda ise Cronbach tarafından geliştirilen alfa (α) katsayısı kullanılmaktadır (Büyüköztürk, 2015: 182-183).

0 ile 1 arasında değer alan Alfa (α) katsayısına bağlı olarak ölçeğin güvenilirliği aşağıdaki gibi yorumlanır (Kalaycı, 2010: 405).

- 0.00 ≤ α < 0.40 ise ölçek güvenilir değildir,
- 0.40 ≤ α < 0.60 ise ölçeğin güvenilirliği düşük,
- 0.60 ≤ α < 0.80 ise ölçek oldukça güvenilirirdir ve
- 0.80 ≤ α < 1.00 ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Finansal okuryazarlık ölçeğinin tamamı için yapılan güvenilirlik analizi sonucu aşağıdaki gibidir:

Tablo 3. 5: Ölçeğin Tamamı İçin Cronbach Alfa Katsayısı

Ölçek	Madde Sayısı	Cronbach Alfa Katsayısı.
Finansal Okuryazarlık Ölçeği	25	,91

Ölçeğin tamamı için Cronbach alfa katsayısı, 0,91 olarak bulunmuş ve çıkan bu sonuç ölçeğin yüksek oranda güvenilir olduğunu göstermektedir.

Ölçeğin tamamı için yapılan güvenilirlik analizi sonrasında alt boyutların güvenilirliğini tespit etmeye ilişkin yapılan Cronbach alfa sonuçları ise aşağıdaki gibidir:

Tablo 3. 6: Finansal Okuryazarlık Ölçeğinin Alt Boyutlarının Cronbach Alfa Katsayısı

Ölçek Faktörleri	Madde Sayısı	Cronbach Alfa Katsayısı.
Operasyonel İşlem	7	,888
Kredibilite ve Güvenlik	6	,804
Ekonomi Yorumu Kabiliyeti	5	,834
Riskten Korunma	5	,764
Sözleşme Metni Bilinirliği	2	,905

Yukarıdaki tablo incelendiğinde ölçeğin alt boyutları için yapılan güvenilirlik analizleri sonucunda; “Sözleşme Metni Bilinirliği” faktörüne ilişkin güvenilirliğin oldukça yüksek olduğu ve diğer dört faktörün güvenilirlik sonuçlarına göre ise oldukça güvenilir olduğu belirlenmiştir. Yukarıda ortaya çıkan sonuçlara göre, araştırma kapsamında yapılan finansal okuryazarlık ölçeğinin güvenilir sonuçlar sergilediğini göstermiştir.

3.5.4. Banka Segment Müşterilerinin Operasyonel İşlem Faktörüne İlişkin Düzeyleri

3.5.4.1. Cinsiyet Değişkeni Açısından (t-test)

Banka segment müşterilerinin cinsiyet değişkeni açısından finansal okuryazarlık düzeyine ait operasyonel işlem faktörüne ilişkin düzeylerini belirlemek amacıyla iki ortalama farkın önemlilik testi (t-test) değerleri Tablo 3. 7’de verilmiştir.

Tablo 3. 7: Banka Segment Müşterilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeyine Ait Operasyonel İşlem Faktörüne İlişkin Düzeylerinin Cinsiyete Göre Değişimi Tablosu

Faktör	Cinsiyet	N	$\bar{x}$	S	sd	t	p
Operasyonel İşlem	Kadın	70	3,63	1,014	409	,939	,348
	Erkek	341	3,49	1,100			

Tablo 3. 7'ye ait veriler incelendiğinde, finansal okuryazarlık ölçeğine katılan banka segment müşterilerinin, finansal okuryazarlık düzeyine ait operasyonel işlem faktörüne ilişkin düzeylerinde demografik özelliklerden cinsiyete göre anlamlı bir farklılık bulunmadığı ($t=,939$, $p>.05$) sonucuna ulaşılmıştır.

3.5.4.2. Yaş Grubu Değişkeni Açısından (Anova)

Banka segment müşterilerinin yaş grubu değişkeni açısından finansal okuryazarlık ölçeğine ait operasyonel işlemler faktörüne ilişkin düzeylerini saptamak amacıyla tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA)'ne ait değerler Tablo 3. 8'de gösterilmiştir.

Tablo 3. 8: Banka Segment Müşterilerinin Yaş Gruplarına Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Operasyonel İşlemler Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)

Faktör	Yaş Grubu	N	$\bar{x}$	SS
Operasyonel İşlemler	24 ve altı(1)	60	3,36	0,92
	25-34(2)	127	3,98	0,82
	35-44(3)	94	3,77	0,98
	45-54(4)	84	3,17	1,13
	55 ve üzeri(5)	46	2,58	1,24
	Toplam	411	3,52	1,09

Tablo 3. 9: Banka Segment Müşterilerinin Yaş Gruplarına Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Operasyonel İşlemler Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

		Kareler Top.	sd	Kareler Orta.	F	p	Farklar
Operasyonel İşlem	Gruplararası	85,07	4	21,27	21,66	,000	1-5, 2-1, 2-4, 2-5, 3-4, 3-5, 4-5
	Gruplariçi	398,62	406	0,98			
	Toplam	483,69	410				

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık düzeylerinin yaş gruplarına göre değişimi incelendiğinde ($F_{(4, 406)}=21,66$), operasyonel işlemler faktörü demografik özelliklerden yaş grupları değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p<.05$) olduğunu göstermektedir. Başka bir deyişle, banka segment müşterilerinin operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık seviyeleri, içinde bulunulan yaş grubuna göre değişmektedir.

Anlamlı farklılık bulunan faktörlerden operasyonel işlem açısından yaş gruplarına göre hangi yaş grubunda fark olduğu Dunnett's C çoklu karşılaştırma testi ile bakılmıştır. Test sonucunda;

- Operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; 24 ve altı yaş grubunda olan banka segment müşterilerinin ($\bar{x}=3,36$), 55 ve üzeri yaş ($\bar{x}=2,58$), grubunda yer alan banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.
- Operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; 25-34 yaş grubunda yer alan banka segment müşterilerinin ($\bar{x}=3,98$), 24 ve altı ($\bar{x}=3,36$), 45-54 ($\bar{x}=3,17$) ve 55 ve üzeri ($\bar{x}=2,58$) yaş grubunda yer alan banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.
- Operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; 35-44 yaş grubunda yer alan banka segment müşterilerinin ($\bar{x}=3,77$), 45-54 ($\bar{x}=3,17$) ve 55 ve üzeri ($\bar{x}=2,58$) yaş grubunda yer alan banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.

- Operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; 45-54 yaş grubunda yer alan banka segment müşterilerinin ($\bar{x}=3,17$), 55 ve üzeri ($\bar{x}=2,58$) yaş grubunda yer alan banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.

3.5.4.3. Eğitim Durumu Değişkeni Açısından (Anova)

Banka segment müşterilerinin eğitim durumu değişkeni açısından finansal okuryazarlık ölçeğine ait operasyonel işlemler faktörüne ilişkin düzeylerini saptamak amacıyla tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA)'ne ait değerler Tablo 3. 10'da gösterilmiştir.

Tablo 3. 10: Banka Segment Müşterilerinin Eğitim Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Operasyonel İşlemler Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)

Faktör	Eğitim Durumu	N	$\bar{x}$	SS
Operasyonel İşlemler	İlköğretim(1)	109	2,62	1,06
	Lise(2)	123	3,54	1,06
	Yüksekokul(3)	71	3,82	0,81
	Lisans(4)	96	4,20	0,58
	Yüksek Lisans ve üzeri(5)	12	4,05	0,64
	Toplam	411	3,52	1,09

Tablo 3. 11: Banka Segment Müşterilerinin Eğitim Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Operasyonel İşlemler Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

		Kareler Top.	sd	Kareler Orta.	F	p	Farklar
Operasyonel İşlem	Gruplararası	142,79	4	35,70	42,51	,000	2-1, 3-1, 4-1, 4-2, 4-3, 5-1
	Gruplariçi	340,90	406	0,84			
	Toplam	483,69	410				

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık düzeylerinin demografik özelliklerden eğitim durumuna göre değişimi incelendiğinde ($F_{(4, 406)} = 42,51$), operasyonel işlemler faktörü eğitim durumu değişkeni

bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p<.05$) olduğunu göstermektedir. Başka bir deyişle, banka segment müşterilerinin operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık seviyeleri, eğitim seviyesine göre değişmektedir

Anlamlı farklılık bulunan faktörlerden operasyonel işlem açısından eğitim durumuna göre hangi eğitim seviyesinde fark olduğuna Dunnett's C çoklu karşılaştırma testi ile bakılmıştır. Test sonucunda;

- Operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; lise mezunu grubunda yer alan banka segment müşterilerinin ($\bar{x}=3,54$), ilköğretim mezunu ($\bar{x}=2,62$), grubunda yer alan banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.
- Operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; yüksekokul mezunu grubunda yer alan banka segment müşterilerinin ($\bar{x}=3,82$), ilköğretim mezunu ($\bar{x}=2,62$), grubunda yer alan banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.
- Operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; lisans mezunu grubunda yer alan banka segment müşterilerinin ($\bar{x}=4,20$), ilköğretim mezunu ($\bar{x}=2,62$), lise mezunu ($\bar{x}=3,54$) ve yüksekokul mezunu ($\bar{x}=3,82$), grubunda yer alan banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.
- Operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; yüksek lisans ve üzeri mezunu grubunda yer alan banka segment müşterilerinin ($\bar{x}=4,05$), ilköğretim mezunu ($\bar{x}=2,62$), grubunda yer alan banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.

3.5.4.4. Çalışılan Sektör Değişkeni Açısından (Anova)

Banka segment müşterilerinin çalışılan sektör değişkeni açısından finansal okuryazarlık ölçeğine ait operasyonel işlemler faktörüne ilişkin düzeylerini saptamak amacıyla tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA)'ne ait değerler Tablo 3. 12'de gösterilmiştir.

Tablo 3. 12: Banka Segment Müşterilerinin Çalışılan Sektöre Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Operasyonel İşlemler Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)

Faktör	Çalışılan Sektör	N	$\bar{x}$	SS
Operasyonel İşlemler	Bankacılık, Finans(1)	12	4,19	0,57
	Ticaret (Toptan-perakende)(2)	75	3,93	0,94
	Eğitim, Araştırma(3)	21	4,18	0,67
	İnşaat, Emlak, Müteahhitlik(4)	9	4,00	1,02
	Sanayi ve Üretim(5)	11	3,74	0,91
	Tarım, Orman, Hayvancılık(6)	80	2,63	1,10
	Kamu(7)	60	3,85	0,85
	Çalışmıyorum(8)	143	3,46	1,03
	Toplam	411	3,52	1,09

Tablo 3. 13: Banka Segment Müşterilerinin Çalıştıkları Sektöre Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Operasyonel İşlemler Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

		Kareler Top.	sd	Kareler Orta.	F	p	Farklar
Operasyonel İşlem	Gruplararası	99,78	7	14,25	14,96	,000	1-6, 1-8, 2-6, 2-8, 3-6, 3-8, 5-6, 7-6, 8-6
	Gruplariçi	383,91	403	0,95			
	Toplam	483,69	410				

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık düzeylerinin çalışılan sektöre göre değişimi incelendiğinde ($F_{(7, 403)} = 14,96$), operasyonel işlemler faktörü demografik özelliklerden çalışılan sektör değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p < .05$) olduğunu göstermektedir. Başka bir deyişle, banka segment müşterilerinin operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık seviyeleri, çalışılan sektöre göre değişmektedir.

Anlamlı farklılık bulunan faktörlerden operasyonel işlem açısından çalışılan sektöre göre hangi sektörler arasında fark olduğuna Dunnett's C çoklu karşılaştırma testi ile bakılmıştır. Test sonucunda;

- Operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; Ticaret (Toptan – Perakende) grubunda yer alan banka segment müşterilerinin ($\bar{x}=3,93$), tarım, orman, hayvancılık ($\bar{x}=2,63$) ve çalışmıyorum grubunda yer alan ($\bar{x}=3,46$) banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.
- Operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; Bankacılık-finance grubunda yer alan banka segment müşterilerinin ($\bar{x}=4,19$), tarım, orman, hayvancılık ($\bar{x}=2,63$) ve çalışmıyorum grubunda yer alan ($\bar{x}=3,46$) banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.
- Operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; Eğitim ve Araştırma grubunda yer alan banka segment müşterilerinin ($\bar{x}=4,18$), tarım, orman, hayvancılık ($\bar{x}=2,63$) ve çalışmıyorum grubunda yer alan ($\bar{x}=3,46$) banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.
- Operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; sanayi ve üretim grubunda yer alan banka segment müşterilerinin ($\bar{x}=3,74$), tarım, orman, hayvancılık ($\bar{x}=2,63$) grubunda yer alan banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.
- Operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; Kamu grubunda yer alan banka segment müşterilerinin ($\bar{x}=3,85$), tarım, orman, hayvancılık ($\bar{x}=2,63$) grubunda yer alan banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.
- Operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; çalışmıyorum grubunda yer alan banka segment müşterilerinin ($\bar{x}=3,46$), tarım, orman, hayvancılık ($\bar{x}=2,63$) grubunda yer alan banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.

3.5.4.5. Gelir Durumu Değişkeni Açısından (Anova)

Banka segment müşterilerinin gelir durumu değişkeni açısından finansal okuryazarlık ölçeğine ait operasyonel işlemler faktörüne ilişkin düzeylerini saptamak amacıyla tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA)’ne ait değerler Tablo 3. 14’te gösterilmiştir.

Tablo 3. 14: Banka Segment Müşterilerinin Gelir Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Operasyonel İşlemler Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)

Faktör	Gelir Durumu	N	$\bar{x}$	SS
Operasyonel İşlemler	0-1000 TL(1)	127	2,83	1,09
	1001-2000 TL(2)	111	3,61	1,01
	2001-3000 TL(3)	96	3,89	0,93
	3001-4000 TL(4)	37	4,04	0,74
	4001 TL ve üzeri(5)	40	4,05	0,76
	Toplam	411	3,52	1,09

Tablo 3. 15: Banka Segment Müşterilerinin Gelir Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Operasyonel İşlemler Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

	Kareler Top.	sd	Kareler Orta.	F	p	Farklar
Gruplararası	95,07	4	23,77	24,83	,000	2-1, 3-1, 4-1, 5-1, 5-2
Operasyonel İşlem Grupları içi	388,62	406	0,96			
Toplam	483,69	410				

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık düzeylerinin gelir durumuna göre değişimi incelendiğinde ($F_{(4, 406)}=24,83$), operasyonel işlemler faktörü demografik özelliklerden gelir durumu değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p<.05$) olduğunu göstermektedir. Başka bir deyişle, banka segment müşterilerinin operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık seviyeleri, gelir durumuna göre değişmektedir.

Anlamlı farklılık bulunan faktörlerden operasyonel işlem açısından gelir durumuna göre hangi gelir grupları arasında fark olduğuna Dunnett's C çoklu karşılaştırma testi ile bakılmıştır. Test sonucunda;

- Operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; 1001-2000 TL gelir grubunda yer alan banka segment müşterilerinin ($\bar{x}=3,61$), 0-1000 TL gelir grubunda yer alan ($\bar{x}=2,83$) banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.

- Operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; 2001-3000 TL gelir grubunda yer alan banka segment müşterilerinin ($\bar{x}=3,89$), 0-1000 TL gelir grubunda yer alan ($\bar{x}=2,83$) banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.
- Operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; 3001-4000 TL gelir grubunda yer alan banka segment müşterilerinin ($\bar{x}=4,04$), 0-1000 TL gelir grubunda yer alan ($\bar{x}=2,83$) banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.
- Operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; 4001 TL ve üzeri gelir grubunda yer alan banka segment müşterilerinin ($\bar{x}=4,05$), 0-1000 TL ve gelir grubunda ($\bar{x}=2,83$) ve 1001-2000 TL gelir grubunda ($\bar{x}=3,61$) yer alan banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.

3.5.4.6. Temsil Ettikleri Segment Grubu Değişkeni Açısından (Anova)

Banka segment müşterilerinin temsil ettikleri segment grubu değişkeni açısından finansal okuryazarlık ölçeğine ait operasyonel işlemler faktörüne ilişkin düzeylerini saptamak amacıyla tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA)'ne ait değerler Tablo 3. 16'da gösterilmiştir.

Tablo 3. 16: Banka Segment Müşterilerinin Temsil Ettikleri Segment Grubu Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Operasyonel İşlemler Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)

Faktör	Segment Grubu	N	$\bar{x}$	SS
Operasyonel İşlemler	Bireysel(1)	195	3,59	1,00
	Ticari(2)	147	3,92	0,90
	Tarımsal(3)	69	2,45	1,00
	Toplam	411	3,52	1,09

Tablo 3. 17: Banka Segment Müşterilerinin Temsil Ettikleri Segment Grubu Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Operasyonel İşlemler Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

		Kareler Top.	sd	Kareler Orta.	F	p	Farklar
	Gruplararası	103,48	2	51,74	55,52	,000	1-3, 2-1, 2-3
Operasyonel İşlem	Gruplarıçi	380,20	408	0,93			
	Toplam	483,69	410				

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık düzeylerinin temsil ettiği segment grubuna göre değişimi incelendiğinde ($F_{(2, 408)} = 55,52$), operasyonel işlemler faktörü demografik özelliklerden segment grubu değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p < .05$) olduğunu göstermektedir. Başka bir deyişle, banka segment müşterilerinin operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık seviyeleri, temsil ettikleri segment grubuna göre değişmektedir.

Anlamlı farklılık bulunan faktörlerden operasyonel işlem açısından Temsil ettiği segment durumuna göre hangi segment grupları arasında fark olduğuna scheffe çoklu karşılaştırma testi ile bakılmıştır. Test sonucunda;

- Operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; Bireysel segment grubunda yer alan banka müşterilerinin ($\bar{x} = 3,59$), Tarımsal segment grubunda yer alan ($\bar{x} = 2,45$) banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.
- Operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; Ticari segment grubunda yer alan banka müşterilerinin ($\bar{x} = 3,92$), Bireysel segment grubunda yer alan ($\bar{x} = 3,59$) ve Tarımsal segment grubunda ($\bar{x} = 2,45$) yer alan banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.

3.5.4.7. Kredi Kullanımı Değişkeni Açısından (t-test)

Banka segment müşterilerinin kredi kullanımı değişkeni açısından Finansal okuryazarlık düzeyine ait operasyonel işlem faktörüne ilişkin düzeylerini belirlemek amacıyla iki ortalama farkın önemlilik testi (t-test) değerleri Tablo 3. 18’de verilmiştir.

Tablo 3. 18: Banka Segment Müşterilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeyine Ait Operasyonel İşlem Faktörüne İlişkin Düzeylerinin Kredi Kullanımına Göre Değişimi Tablosu

Faktör	Kredi Kullanımı	N	$\bar{x}$	S	sd	t	p
Operasyonel İşlem	Evet	261	3,62	1,107	408	2,667	,008
	Hayır	149	3,32	1,028			

Tablo 3. 18'e ait veriler incelendiğinde finansal okuryazarlık ölçeğine katılan banka segment müşterilerinin, finansal okuryazarlık düzeyine ait operasyonel işlem faktörüne ilişkin düzeylerinde demografik özelliklerden kredi kullanımına göre anlamlı bir farklılık gösterdiği bulgusuna ulaşılmıştır ($t= 2,667$, $p<.05$). Bu bulgu, banka segment müşterilerinin finansal okuryazarlık düzeyine ait operasyonel işlem faktörü ile kredi kullanımı arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu şeklinde de yorumlanabilir. Aynı zamanda araştırmaya katılan banka segment müşterilerinden daha önce herhangi bir kredi kullanmış kişilerin operasyonel işlem faktörüne ilişkin düzeyleri ($\bar{x} = 3,62$), daha önce herhangi bir kredi kullanmamış olan banka segment müşterilerinin düzeylerinden ($\bar{x} = 3,32$) yüksek olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Çıkan bu bulgu; daha önce herhangi bir kredi kullanan banka segment müşterilerinin, daha önce herhangi bir kredi kullanmayan banka segment müşterilerine göre, finansal okuryazarlık düzeylerine ilişkin operasyonel işlemler konusunda daha bilgili olduğunu göstermiştir.

3.5.4.8. Bankalarda Operasyonel İşlem Yapma Değişkeni Açısından (t-test)

Banka segment müşterilerinin operasyonel işlem yapma değişkeni açısından Finansal okuryazarlık düzeyine ait operasyonel işlem faktörüne ilişkin düzeylerini belirlemek amacıyla iki ortalama farkın önemlilik testi (t-test) değerleri Tablo 3. 19'da verilmiştir.

Tablo 3. 19: Banka Segment Müşterilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeyine Ait Operasyonel İşlem Faktörüne İlişkin Düzeylerinin Operasyonel İşlem Yapma Durumuna Göre Değişimi Tablosu

Faktör	Operasyonel İşlem Yapma	N	$\bar{x}$	S	sd	t	p
Operasyonel işlem	Evet	374	3,54	1,092	409	1,705	,089
	Hayır	37	3,23	,981			

Tablo 3. 19'a ait veriler incelendiğinde finansal okuryazarlık ölçeğine katılan banka segment müşterilerinin, finansal okuryazarlık düzeyine ait operasyonel işlem faktörüne ilişkin düzeylerinde demografik özelliklerden operasyonel işlem yapma durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterdiği bulgusuna ($t= 1,705$, $p>.05$) ulaşılmamıştır.

3.5.4.9. Yatırım Aracı Tercihi Değişkeni Açısından (Anova)

Banka segment müşterilerinin yatırım aracı tercihi değişkeni açısından finansal okuryazarlık ölçeğine ait operasyonel işlemler faktörüne ilişkin düzeylerini saptamak amacıyla tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA)'ne ait değerler Tablo 3. 20'de gösterilmiştir.

Tablo 3. 20: Banka Segment Müşterilerinin Yatırım Aracı Tercihi Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Operasyonel İşlemler Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)

Faktör	Yatırım Tercihleri	N	$\bar{x}$	SS
Operasyonel İşlemler	Hisse Senedi(1)	9	4,05	1,18
	Mevduat(2)	115	3,60	1,03
	Döviz(3)	15	4,17	0,45
	Altın(4)	62	4,06	0,90
	Tahvil-Bono(5)	2	4,14	0,20
	Diğer(6)	6	4,07	0,69
	Yatırım Yapmıyorum(7)	202	3,21	1,11
	Toplam	411	3,52	1,09

Tablo 3. 21: Banka Segment Müşterilerinin Yatırım Aracı Tercihi Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Operasyonel İşlemler Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

		Kareler Top.	sd	Kareler Orta.	F	p	Farklar
	Gruplararası	49,44	6	8,24	7,67	,000	2-7, 3-2, 3-7, 4-2, 4-7
Operasyonel İşlem	Gruplariçi	434,24	404	1,08			
	Toplam	483,69	410				

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık düzeylerinin temsil ettiği yatırım tercihleri grubuna göre değişimi incelendiğinde ($F_{(6, 404)} = 7,67$), operasyonel işlemler faktörü demografik özelliklerden yatırım tercihi değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p < .05$) olduğunu göstermektedir. Başka bir deyişle, banka segment müşterilerinin operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık seviyeleri, yatırım tercihlerine göre değişmektedir.

Anlamlı farklılık bulunan faktörlerden operasyonel işlem açısından yatırım tercihlerine göre hangi gelir grupları arasında fark olduğuna Dunnett's C çoklu karşılaştırma testi ile bakılmıştır. Test sonucunda;

- Operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; yatırım tercihlerini mevduat olarak yapan banka müşterilerinin ($\bar{x} = 3,60$), herhangi bir yatırım yapmayan banka segment müşterilerine ($\bar{x} = 3,21$), göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.
- Operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; yatırım tercihlerini döviz olarak yapan banka segment müşterilerinin ($\bar{x} = 4,17$), yatırım tercihlerini mevduat olarak yapan banka müşterilerine ($\bar{x} = 3,60$) ve yatırım yapmayan banka segment müşterilerine ($\bar{x} = 3,21$), göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.
- Operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; yatırım tercihlerini altın olarak yapan banka segment müşterilerinin ($\bar{x} = 4,06$), yatırım tercihlerini mevduat olarak yapan banka müşterilerine ($\bar{x} = 3,60$) ve yatırım yapmayan banka segment müşterilerine ($\bar{x} = 3,21$), göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.

3.5.5. Banka Segment Müşterilerinin Kredibilite ve Güvenlik Faktörüne İlişkin Düzeyleri

3.5.5.1. Cinsiyet Değişkeni Açısından (t-test)

Banka segment müşterilerinin cinsiyet değişkeni açısından finansal okuryazarlık düzeyine ait kredibilite ve güvenlik faktörüne ilişkin düzeylerini belirlemek amacıyla iki ortalama farkın önemlilik testi (t-test) değerleri Tablo 3. 22 ‘de verilmiştir.

Tablo 3. 22: Banka Segment Müşterilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeyine Ait Kredibilite ve Güvenlik Faktörüne İlişkin Düzeylerinin Cinsiyete Göre Değişimi Tablosu

Faktör	Cinsiyet	N	$\bar{X}$	S	sd	t	p
Kredibilite ve Güvenlik	Kadın	70	4,10	,906	409	-1,273	,204
	Erkek	341	4,22	,711			

Tablo 3. 22’ye ait veriler incelendiğinde, finansal okuryazarlık ölçeğine katılan banka segment müşterilerinin, finansal okuryazarlık düzeyine ait kredibilite ve güvenlik faktörüne ilişkin düzeylerinde demografik özelliklerden cinsiyete göre anlamlı bir farklılık bulunmadığı ($t = -1,273$, $p > .05$) sonucuna ulaşılmıştır.

3.5.5.2. Yaş Grubu Değişkeni Açısından (Anova)

Banka segment müşterilerinin yaş grubu değişkeni açısından finansal okuryazarlık ölçeğine ait kredibilite ve güven faktörüne ilişkin düzeylerini saptamak amacıyla tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA)’ne ait değerler Tablo 3. 23’te gösterilmiştir.

Tablo 3. 23: Banka Segment Müşterilerinin Yaş Gruplarına Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Kredibilite ve Güven Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)

Faktör	Yaş Grubu	N	$\bar{X}$	SS
Kredibilite ve Güvenlik	24 ve altı(1)	60	3,90	0,77
	25-34(2)	127	4,33	0,63
	35-44(3)	94	4,38	0,61
	45-54(4)	84	4,14	0,79
	55 ve üzeri(5)	46	4,00	1,00
	Toplam	411	4,20	0,75

Tablo 3. 24:Banka Segment Müşterilerinin Yaş Grubuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Kredibilite ve Güven Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

		Kareler Top.	sd	Kareler Orta.	F	p	Farklar
	Gruplararası	12,91	4	3,23	6,05	,000	2-1, 3-1
Kredibilite ve Güvenlik	Gruplariçi	216,50	406	0,53			
	Toplam	229,41	410				

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin kredibilite ve güvenlik ile ilgili finansal okuryazarlık düzeylerinin yaş gruplarına göre değişimi incelendiğinde ($F_{(4, 406)}=6,05$), kredibilite ve güvenlik faktörü ile demografik özelliklerden yaş grupları değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p<.05$) olduğunu göstermektedir. Başka bir deyişle, banka segment müşterilerinin kredibilite ve güvenlik ilgili finansal okuryazarlık seviyeleri, içinde bulunulan yaş grubuna göre değişmektedir

Anlamlı farklılık bulunan faktörlerden kredibilite ve güvenlik açısından yaş gruplarına göre hangi yaş grubunda fark olduğu Dunnett's C çoklu karşılaştırma testi ile bakılmıştır. Test sonucunda;

- Kredibilite ve Güvenlik ile ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; 25-34 yaş grubunda olan banka segment müşterilerinin ($\bar{x}=4,33$), 24 ve altı yaş grubunda ($\bar{x}=3,90$) yer alan banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.
- Kredibilite ve Güvenlik ile ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; 35-44 yaş grubunda olan banka segment müşterilerinin ($\bar{x}=4,38$), 24 ve altı yaş grubunda ($\bar{x}=3,90$) yer alan banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.

3.5.5.3. Eğitim Durumu Değişkeni Açısından (Anova)

Banka segment müşterilerinin eğitim durumu değişkeni açısından finansal okuryazarlık ölçeğine ait kredibilite ve güvenlik faktörüne ilişkin düzeylerini saptamak amacıyla tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA)'ne ait değerler Tablo 3. 25'te gösterilmiştir.

Tablo 3. 25: Banka Segment Müşterilerinin Eğitim Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Kredibilite ve Güvenlik Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)

Faktör	Eğitim Durumu	N	$\bar{x}$	SS
Kredibilite ve Güvenlik	İlköğretim(1)	109	4,01	0,82
	Lise(2)	123	4,12	0,88
	Yüksekokul(3)	71	4,31	0,61
	Lisans(4)	96	4,40	0,49
	Yüksek Lisans ve üzeri(5)	12	4,51	0,40
	Toplam	411	4,20	0,75

Tablo 3. 26: Banka Segment Müşterilerinin Eğitim Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Kredibilite ve Güvenlik Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

		Kareler Top.	sd	Kareler Orta.	F	p	Farklar
Kredibilite ve Güvenlik	Gruplararası	10,68	4	2,67	4,96	,001	3-1, 4-1, 4-2, 5-2
	Gruplariçi	218,73	406	0,54			
	Toplam	229,41	410				

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin kredibilite ve güvenlik ile ilgili finansal okuryazarlık düzeylerinin eğitim durumuna göre değişimi incelendiğinde ($F_{(4, 406)}=4,96$), kredibilite ve güvenlik faktörü ile demografik özelliklerden eğitim durumu değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p<.05$) olduğunu göstermektedir. Başka bir deyişle, banka segment müşterilerinin kredibilite ve güvenlik ile ilgili finansal okuryazarlık seviyeleri, eğitim seviyesine göre değişmektedir

Anlamlı farklılık bulunan faktörlerden kredibilite ve güvenlik açısından eğitim durumuna göre hangi eğitim seviyesinde fark olduğuna Dunnett's C çoklu karşılaştırma testi ile bakılmıştır. Test sonucunda;

- Kredibilite ve Güvenlik ile ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; yüksekokul mezunu grubunda yer alan banka segment müşterilerinin ($\bar{x}=4,31$), ilköğretim mezunu ($\bar{x}=4,01$), grubunda yer alan banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.

- Kredibilite ve Güvenlik ile ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; lisans mezunu grubunda yer alan banka segment müşterilerinin ($\bar{x}=4,40$), ilköğretim ($\bar{x}=4,01$), ve lise ($\bar{x}=4,12$), grubunda yer alan banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.
- Kredibilite ve Güvenlik ile ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; yüksek lisans ve üzeri mezunu grubunda yer alan banka segment müşterilerinin ($\bar{x}=4,51$), lise mezunu ($\bar{x}=4,12$), grubunda yer alan banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.

3.5.5.4. Çalışılan Sektör Değişkeni Açısından (Anova)

Banka segment müşterilerinin çalışılan sektör değişkeni açısından finansal okuryazarlık ölçeğine ait operasyonel işlemler faktörüne ilişkin düzeylerini saptamak amacıyla tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA)'ne ait değerler Tablo 3. 27'de gösterilmiştir.

Tablo 3. 27: Banka Segment Müşterilerinin Çalışılan Sektöre Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Kredibilite ve Güvenlik Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)

Faktör	Çalışılan Sektör	N	$\bar{x}$	SS
Kredibilite ve Güvenlik	Bankacılık, Finansa(1)	12	4,38	0,44
	Ticaret (Toptan-perakende)(2)	75	4,39	0,66
	Eğitim, Araştırma(3)	21	4,55	0,41
	İnşaat, Emlak, Müteahhitlik(4)	9	4,24	1,16
	Sanayi ve Üretim(5)	11	3,86	0,96
	Tarım, Orman, Hayvancılık(6)	80	4,08	0,63
	Kamu(7)	60	4,29	0,74
	Çalışmıyorum(8)	143	4,10	0,83
	Toplam	411	4,20	0,75

Tablo 3. 28: Banka Segment Müşterilerinin Çalıştıkları Sektöre Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Kredibilite ve Güvenlik Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

		Kareler Top.	sd	Kareler Orta.	F	p	Farklar
	Gruplararası	10,19	7	1,46	2,68	,010	3-6, 3-8
Kredibilite ve Güvenlik	Gruplariçi	219,22	403	0,54			
	Toplam	229,41	410				

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin kredibilite ve güvenlik ile ilgili finansal okuryazarlık düzeylerinin çalışılan sektöre göre değişimi incelendiğinde ($F_{(7, 403)}=2,68$), kredibilite ve güvenlik faktörü ile demografik özelliklerden çalışılan sektör değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p<.05$) olduğunu göstermektedir. Başka bir deyişle, banka segment müşterilerinin kredibilite ve güvenlik ile ilgili finansal okuryazarlık seviyeleri, çalışılan sektöre göre değişmektedir.

Anlamlı farklılık bulunan faktörlerden operasyonel işlem açısından çalışılan sektöre göre hangi sektörler arasında fark olduğuna Dunnett's C çoklu karşılaştırma testi ile bakılmıştır. Test sonucunda;

- Kredibilite ve Güvenlik ile ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; Eğitim, araştırma grubunda yer alan banka segment müşterilerinin ($\bar{x}=4,55$), tarım, orman, hayvancılık ($\bar{x}=4,08$) ve çalışmıyorum grubunda ($\bar{x}=4,10$) yer alan banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.

3.5.5.5. Gelir Durumu Değişkeni Açısından (Anova)

Banka segment müşterilerinin gelir durumu değişkeni açısından finansal okuryazarlık ölçeğine ait kredibilite ve güvenlik faktörüne ilişkin düzeylerini saptamak amacıyla tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA)'ne ait değerler Tablo 3. 29'da gösterilmiştir.

Tablo 3. 29: Banka Segment Müşterilerinin Gelir Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Kredibilite ve Güvenlik Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)

Faktör	Gelir Durumu	N	$\bar{x}$	SS
Kredibilite ve Güvenlik	0-1000 TL(1)	127	3,81	0,88
	1001-2000 TL(2)	111	4,34	0,57
	2001-3000 TL(3)	96	4,40	0,69
	3001-4000 TL(4)	37	4,28	0,63
	4001 TL ve üzeri(5)	40	4,53	0,43
	Toplam	411	4,20	0,75

Tablo 3. 30: Banka Segment Müşterilerinin Gelir Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Kredibilite ve Güvenlik Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

		Kareler Top.	sd	Kareler Orta.	F	p	Farklar
	Gruplararası	30,00	4	7,50	15,26	,000	2-1, 3-1, 4-1, 5-1
Kredibilite ve Güvenlik	Gruplarıçi	199,42	406	0,49			
	Toplam	229,41	410				

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin kredibilite ve güvenlik ile ilgili finansal okuryazarlık düzeylerinin gelir durumuna göre değişimi incelendiğinde ($F_{(4, 406)}=15,26$), kredibilite ve güvenlik faktörü ile demografik özelliklerden gelir durumu değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p<.05$) olduğunu göstermektedir. Başka bir deyişle, banka segment müşterilerinin kredibilite ve güvenlik ile ilgili finansal okuryazarlık seviyeleri, gelir durumuna göre değişmektedir.

Anlamlı farklılık bulunan faktörlerden kredibilite ve güvenlik açısından gelir durumuna göre hangi gelir grupları arasında fark olduğuna Dunnett's C çoklu karşılaştırma testi ile bakılmıştır. Test sonucunda;

- Kredibilite ve güvenlik ile ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; 1001-2000 TL gelir grubunda yer alan banka segment müşterilerinin ($\bar{x}=4,34$) 0-1000 TL gelir grubunda yer alan ($\bar{x}=3,81$) banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.

- Kredibilite ve güvenlik ile ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; 2001-3000 TL gelir grubunda yer alan banka segment müşterilerinin ($\bar{x}=4,40$) 0-1000 TL gelir grubunda yer alan ($\bar{x}=3,81$) banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.
- Kredibilite ve güvenlik ile ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; 3001-4000 TL gelir grubunda yer alan banka segment müşterilerinin ($\bar{x}=4,28$) 0-1000 TL gelir grubunda yer alan ($\bar{x}=3,81$) banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.
- Kredibilite ve güvenlik ile ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; 4001 TL gelir grubunda yer alan banka segment müşterilerinin ($\bar{x}=4,53$) 0-1000 TL gelir grubunda yer alan ($\bar{x}=3,81$) banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.

3.5.5.6. *Temsil Ettikleri Segment Grubu Değişkeni Açısından (Anova)*

Banka segment müşterilerinin temsil ettikleri segment grubu değişkeni açısından finansal okuryazarlık ölçeğine ait kredibilite ve güvenlik faktörüne ilişkin düzeylerini saptamak amacıyla tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA)'ne ait değerler Tablo 3. 31'de gösterilmiştir.

Tablo 3. 31: Banka Segment Müşterilerinin Temsil Ettikleri Segment Grubu Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Kredibilite ve Güvenlik Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)

Faktör	Segment Grubu	N	$\bar{x}$	SS
Kredibilite ve Güvenlik	Bireysel(1)	195	4,16	0,82
	Ticari(2)	147	4,33	0,70
	Tarımsal(3)	69	4,08	0,57
	Toplam	411	4,20	0,75

Tablo 3. 32: Banka Segment Müşterilerinin Temsil Ettikleri Segment Grubu Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Kredibilite ve Güvenlik Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

		Kareler Top.	sd	Kareler Orta.	F	p	Farklar
	Gruplararası	3,71	2	1,86	3,36	,036	2-3
Kredibilite ve Güvenlik	Gruplariçi	225,70	408	0,55			
	Toplam	229,41	410				

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin kredibilite ve güvenlik ile ilgili finansal okuryazarlık düzeylerinin temsil ettiği segment grubuna göre değişimi incelendiğinde ($F_{(2, 408)} = 3,36$), kredibilite ve güvenlik faktörü ile demografik özelliklerden segment grubu değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p < .05$) olduğunu göstermektedir. Başka bir deyişle, banka segment müşterilerinin kredibilite ve güvenlik ile ilgili finansal okuryazarlık seviyeleri, temsil ettikleri segment grubuna göre değişmektedir.

Anlamlı farklılık bulunan faktörlerden kredibilite ve güvenlik açısından temsil ettiği segment durumuna göre hangi segment grupları arasında fark olduğuna scheffe çoklu karşılaştırma testi ile bakılmıştır. Test sonucunda;

- Kredibilite ve güvenlik ile ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; ticari segment grubunda yer alan banka müşterilerinin ($\bar{x} = 4,33$), tarımsal segment grubunda yer alan ($\bar{x} = 4,08$) banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.

3.5.5.7. Kredi Kullanımı Değişkeni Açısından (t-test)

Banka segment müşterilerinin kredi kullanımı değişkeni açısından finansal okuryazarlık düzeyine ait kredibilite ve güvenlik faktörüne ilişkin düzeylerini belirlemek amacıyla iki ortalama farkın önemlilik testi (t-test) değerleri Tablo 3. 33'te verilmiştir.

Tablo 3. 33: Banka Segment Müşterilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeyine Ait Kredibilite ve Güvenlik Faktörüne İlişkin Düzeylerinin Kredi Kullanımına Göre Değişimi Tablosu

Faktör	Kredi Kullanımı	N	$\bar{x}$	S	sd	t	p
Kredibilite ve Güvenlik	Evet	261	4,38	,590	408	6,873	,000
	Hayır	149	3,88	,880			

Tablo 3. 33'e ait veriler incelendiğinde finansal okuryazarlık ölçeğine katılan banka segment müşterilerinin, finansal okuryazarlık düzeyine ait kredibilite ve güvenlik faktörüne ilişkin düzeyleri ile demografik özelliklerden kredi kullanımına göre anlamlı bir farklılık gösterdiği bulgusuna ulaşılmıştır ($t= 6,873$, $p<.05$). Bu bulgu, banka segment müşterilerinin finansal okuryazarlık düzeyine ait kredibilite ve güvenlik faktörü ile kredi kullanımı arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu şeklinde de yorumlanabilir. Aynı zamanda araştırmaya katılan banka segment müşterilerinden daha önce herhangi bir kredi kullanmış kişilerin kredibilite ve güvenlik faktörüne ilişkin düzeyleri ($\bar{x} =4,38$), daha önce herhangi bir kredi kullanmamış olan banka segment müşterilerinin düzeylerinden ($\bar{x} =3,88$) yüksek olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Çıkan bu bulgu; daha önce herhangi bir kredi kullanan banka segment müşterilerinin, daha önce herhangi bir kredi kullanmayan banka segment müşterilerine göre, finansal okuryazarlık düzeylerine ilişkin kredibilite ve güvenlik konusunda daha bilgili olduğunu göstermiştir.

3.5.5.8. Bankalarda Operasyonel İşlem Yapma Değişkeni Açısından (t-test)

Banka segment müşterilerinin operasyonel işlem yapma değişkeni açısından finansal okuryazarlık düzeyine ait kredibilite ve güvenlik faktörüne ilişkin düzeylerini belirlemek amacıyla iki ortalama farkın önemlilik testi (t-test) değerleri Tablo 3. 34'te verilmiştir.

Tablo 3. 34: Banka Segment Müşterilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeyine Ait Kredibilite Faktörüne İlişkin Düzeylerinin Operasyonel İşlem Yapma Durumuna Göre Değişimi Tablosu

Faktör	Operasyonel İşlem Yapma	N	$\bar{x}$	S	sd	t	p
Kredibilite ve Güvenlik	Evet	374	4,26	,647	409	5,153	,000
	Hayır	37	3,61	1,280			

Tablo 3. 34'e ait veriler incelendiğinde finansal okuryazarlık ölçeğine katılan banka segment müşterilerinin, finansal okuryazarlık düzeyine ait kredibilite ve güvenlik faktörüne ilişkin düzeyleri ile demografik özelliklerden operasyonel işlem yapma durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterdiği bulgusuna ($t= 5,153$, $p<.05$) ulaşılmıştır. Bu bulgu, banka segment müşterilerinin finansal okuryazarlık düzeyine ait kredibilite ve güvenlik faktörü ile operasyonel işlem yapma arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu şeklinde de yorumlanabilir. Aynı zamanda araştırmaya katılan banka segment müşterilerinden bankalarda herhangi bir operasyonel işlem yapan kişilerin kredibilite ve güvenlik faktörüne ilişkin düzeyleri ($\bar{x}=4,26$), bankalarda operasyonel işlem yapmayan banka segment müşterilerinin düzeylerinden ($\bar{x}=3,61$) daha yüksek olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

3.5.5.9. Yatırım Aracı Tercihi Değişkeni Açısından (Anova)

Banka segment müşterilerinin yatırım aracı tercihi değişkeni açısından finansal okuryazarlık ölçeğine ait kredibilite ve güvenlik faktörüne ilişkin düzeylerini saptamak amacıyla tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA)'ne ait değerler Tablo 3. 35'te gösterilmiştir.

Tablo 3. 35: Banka Segment Müşterilerinin Yatırım Aracı Tercihi Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Kredibilite ve Güvenlik Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)

Faktör	Yatırım Tercihleri	N	$\bar{x}$	SS
Kredibilite ve Güvenlik	Hisse Senedi(1)	9	4,48	0,38
	Mevduat(2)	115	4,40	0,55
	Döviz(3)	15	4,50	0,33
	Altın(4)	62	4,34	0,67
	Tahvil-Bono(5)	2	3,80	0,59
	Diğer(6)	6	4,22	0,66
	Yatırım Yapmıyorum(7)	202	4,02	0,86
	Toplam	411	4,20	0,75

Tablo 3. 36: Banka Segment Müşterilerinin Yatırım Aracı Tercihi Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Kredibilite ve Güvenlik Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

		Kareler Top.	sd	Kareler Orta.	F	p	Farklar
	Gruplararası	15,42	6	2,57	4,85	,000	2-7, 3-7, 4-7
Kredibilite ve Güvenlik	Gruplarıçi	214,00	404	0,53			
	Toplam	229,41	410				

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin kredibilite ve güvenlik ile ilgili finansal okuryazarlık düzeylerinin temsil ettiği yatırım tercihleri grubuna göre değişimi incelendiğinde ($F_{(6, 404)} = 4,85$), kredibilite ve güvenlik faktörü ile demografik özelliklerden yatırım tercihi değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p < .05$) olduğunu göstermektedir. Başka bir deyişle, banka segment müşterilerinin kredibilite ve güvenlik ile ilgili finansal okuryazarlık seviyeleri, yatırım tercihlerine göre değişmektedir.

Anlamlı farklılık bulunan faktörlerden kredibilite ve güvenlik açısından yatırım tercihlerine göre hangi gelir grupları arasında fark olduğuna Dunnett's C çoklu karşılaştırma testi ile bakılmıştır. Test sonucunda;

- Kredibilite ve güvenlik ile ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; yatırım tercihlerini mevduat ($\bar{x} = 4,40$), döviz ($\bar{x} = 4,50$) ve altın ($\bar{x} = 4,34$), olarak yapan banka segment müşterilerinin herhangi bir yatırım yapmayan banka segment müşterilerine ($\bar{x} = 4,02$), göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.

3.5.6. Banka Segment Müşterilerinin Ekonomi Yorumu Kabiliyeti Faktörüne İlişkin Düzeyleri

3.5.6.1. Cinsiyet Değişkeni Açısından (t-test)

Banka segment müşterilerinin cinsiyet değişkeni açısından Finansal okuryazarlık düzeyine ait ekonomi yorumu kabiliyeti faktörüne ilişkin düzeylerini belirlemek amacıyla iki ortalama farkın önemlilik testi (t-test) değerleri Tablo 3. 37'de verilmiştir.

Tablo 3. 37: Banka Segment Müşterilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeyine Ait Ekonomik Yorum Kabiliyeti Faktörüne İlişkin Düzeylerinin Cinsiyete Göre Değişimi Tablosu

Faktör	Cinsiyet	N	$\bar{x}$	S	sd	t	p
Ekonomi Yorumu Kabiliyeti	Kadın	70	2,87	,962	409	-4,071	,000
	Erkek	341	3,41	1,018			

Tablo 3. 37'ye ait veriler incelendiğinde finansal okuryazarlık ölçeğine katılan banka segment müşterilerinin, finansal okuryazarlık düzeyine ait ekonomi yorumu kabiliyeti faktörüne ilişkin düzeyleri ile demografik özelliklerden cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterdiği ($t = -4,071$, $p < .05$) sonucuna ulaşılmıştır. Bu bulgu, banka segment müşterilerinin finansal okuryazarlık düzeyine ait ekonomik yorum kabiliyeti faktörü ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu şeklinde de yorumlanabilir. Aynı zamanda araştırmaya katılan cinsiyeti erkek olan banka segment müşterilerinin ekonomi yorumu kabiliyeti faktörüne ilişkin düzeyleri ($\bar{x} = 3,41$) kadın olan banka segment müşterilerinin düzeylerinden ($\bar{x} = 2,87$) yüksek olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Çıkan bu bulgu; erkek banka segment müşterilerinin, kadın banka segment müşterilerine göre, finansal okuryazarlık düzeylerine ilişkin ekonomi yorumu yapabilme kabiliyetlerinin daha fazla olduğunu göstermektedir.

3.5.6.2. Yaş Grubu Değişkeni Açısından (Anova)

Banka segment müşterilerinin yaş grubu değişkeni açısından finansal okuryazarlık ölçeğine ait ekonomi yorumu kabiliyeti faktörüne ilişkin düzeylerini saptamak amacıyla tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA)'ne ait değerler Tablo 3. 38'de gösterilmiştir.

Tablo 3. 38: Banka Segment Müşterilerinin Yaş Gruplarına Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Ekonomi Yorumu Kabiliyeti Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)

Faktör	Yaş Grubu	N	$\bar{x}$	SS
Ekonomi Yorumu Kabiliyeti	24 ve altı(1)	60	3,28	0,84
	25-34(2)	127	3,44	1,04
	35-44(3)	94	3,39	0,98
	45-54(4)	84	3,27	1,06
	55 ve üzeri(5)	46	2,96	1,18
	Toplam	411	3,32	1,03

Tablo 3. 39: Banka Segment Müşterilerinin Yaş Grubuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Ekonomi Yorumu Kabiliyeti Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

		Kareler Top.	sd	Kareler Orta.	F	p	Farklar
	Gruplararası	8,79	4	2,20	2,10	,080	
Ekonomi Yorumu Kabiliyeti	Gruplarıçi	424,61	406	1,05			
	Toplam	433,40	410				

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin ekonomi yorumu kabiliyeti ile ilgili finansal okuryazarlık düzeylerinin yaş gruplarına göre değişimi incelendiğinde ($F_{(4, 406)} = 2,10$), ekonomi yorumu kabiliyeti faktörü ile demografik özelliklerden yaş grupları değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p > .05$) olmadığını göstermektedir. Başka bir deyişle, banka segment müşterilerinin ekonomi yorumu kabiliyeti ile ilgili finansal okuryazarlık seviyeleri, içinde bulunulan yaş grubuna göre değişmemektedir.

3.5.6.3. Eğitim Durumu Değişkeni Açısından (Anova)

Banka segment müşterilerinin eğitim durumu değişkeni açısından finansal okuryazarlık ölçeğine ait ekonomi yorumu kabiliyeti faktörüne ilişkin düzeylerini saptamak amacıyla tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA)'ne ait değerler Tablo 3. 40'da gösterilmiştir.

Tablo 3. 40: Banka Segment Müşterilerinin Eğitim Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Ekonomi Yorumu Kabiliyeti Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)

Faktör	Eğitim Durumu	N	$\bar{x}$	SS
Ekonomi Yorumu Kabiliyeti	İlköğretim(1)	109	3,06	1,06
	Lise(2)	123	3,23	1,04
	Yüksekokul(3)	71	3,56	0,97
	Lisans(4)	96	3,57	0,95
	Yüksek Lisans ve üzeri(5)	12	3,17	0,93
	Toplam	411	3,32	1,03

Tablo 3. 41: Banka Segment Müşterilerinin Eğitim Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Ekonomi Yorumu Kabiliyeti Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

		Kareler Top.	sd	Kareler Orta.	F	p	Farklar
Ekonomik Yorum Kabiliyeti	Gruplararası	18,92	4	4,73	4,63	,001	3-1, 4-1
	Gruplarıçi	414,49	406	1,02			
	Toplam	433,41	410				

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin ekonomi yorumu kabiliyeti ile ilgili finansal okuryazarlık düzeylerinin eğitim durumuna göre değişimi incelendiğinde ($F_{(4, 406)} = 4,63$), ekonomi yorumu kabiliyeti faktörü ile demografik özelliklerden eğitim durumu değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p < .05$) olduğunu göstermektedir. Başka bir deyişle, banka segment müşterilerinin ekonomi yorumu kabiliyeti ile ilgili finansal okuryazarlık seviyeleri, eğitim seviyesine göre değişmektedir.

Anlamlı farklılık bulunan faktörlerden ekonomi yorumu kabiliyeti açısından eğitim durumuna göre hangi eğitim seviyesinde fark olduğuna Scheffe çoklu karşılaştırma testi ile bakılmıştır. Test sonucunda;

- Ekonomi yorumu kabiliyeti ile ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; yüksekokul mezunu ($\bar{x} = 3,54$) ve lisans mezunu ($\bar{x} = 3,57$) grubunda yer alan banka segment

müşterilerinin ilköğretim mezunu ($\bar{x}=3,06$), grubunda yer alan banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.

3.5.6.4. Çalışılan Sektör Değişkeni Açısından (Anova)

Banka segment müşterilerinin çalışılan sektör değişkeni açısından finansal okuryazarlık ölçeğine ait ekonomi yorumu kabiliyeti faktörüne ilişkin düzeylerini saptamak amacıyla tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA)'ne ait değerler Tablo 3. 42'de gösterilmiştir.

Tablo 3. 42: Banka Segment Müşterilerinin Çalışılan Sektöre Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Ekonomi Yorumu Kabiliyeti Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)

Faktör	Çalışılan Sektör	N	$\bar{x}$	SS
Ekonomi Yorumu Kabiliyeti	Bankacılık, Finansa(1)	12	3,82	0,82
	Ticaret (Toptan-perakende)(2)	75	3,53	1,01
	Eğitim, Araştırma(3)	21	3,26	0,97
	İnşaat, Emlak, Müteahhitlik(4)	9	3,67	0,99
	Sanayi ve Üretim(5)	11	3,31	0,91
	Tarım, Orman, Hayvancılık(6)	80	3,35	0,98
	Kamu(7)	60	3,37	1,05
	Çalışmıyorum(8)	143	3,11	1,06
	Toplam	411	3,32	1,03

Tablo 3. 43: Banka Segment Müşterilerinin Çalıştıkları Sektöre Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Ekonomi Yorumu Kabiliyeti Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

		Kareler Top.	sd	Kareler Orta.	F	p	Farklar
Ekonomi Yorumu Kabiliyeti	Gruplararası	13,88	7	1,98	1,91	,067	
	Gruplariçi	419,53	403	1,04			
	Toplam	433,41	410				

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin ekonomi yorumu kabiliyeti ile ilgili finansal okuryazarlık düzeylerinin çalışılan sektöre göre değişimi incelendiğinde ($F_{(7,$

$_{403}= 1,91$), ekonomi yorumu kabiliyeti faktörü ile demografik özelliklerden çalışılan sektör değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p>.05$) olmadığını göstermektedir. Başka bir deyişle, banka segment müşterilerinin operasyonel ekonomi yorumu kabiliyeti ile ilgili finansal okuryazarlık seviyeleri, çalışılan sektöre göre değişmemektedir

3.5.6.5. Gelir Durumu Değişkeni Açısından (Anova)

Banka segment müşterilerinin gelir durumu değişkeni açısından finansal okuryazarlık ölçeğine ait ekonomi yorumu kabiliyeti faktörüne ilişkin düzeylerini saptamak amacıyla tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA)'ne ait değerler Tablo 3. 44'te gösterilmiştir.

Tablo 3. 44: Banka Segment Müşterilerinin Gelir Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Ekonomi Yorumu Kabiliyeti Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)

Faktör	Gelir Durumu	N	$\bar{x}$	SS
Ekonomi yorumu kabiliyeti	0-1000 TL(1)	127	3,04	1,01
	1001-2000 TL(2)	111	3,29	1,03
	2001-3000 TL(3)	96	3,49	1,06
	3001-4000 TL(4)	37	3,53	0,92
	4001 TL ve üzeri(5)	40	3,67	0,92
	Toplam	411	3,32	1,03

Tablo 3. 45: Banka Segment Müşterilerinin Gelir Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Ekonomi Yorumu Kabiliyeti Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

		Kareler Top.	sd	Kareler Orta.	F	p	Farklar
Ekonomi yorumu kabiliyeti	Gruplararası	18,91	4	4,73	4,63	,001	3-1, 5-1
	Gruplariçi	414,50	406	1,02			
	Toplam	433,41	410				

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin ekonomi yorumu kabiliyeti ile ilgili finansal okuryazarlık düzeylerinin gelir durumuna göre değişimi incelendiğinde ($F_{(4, 406)}= 4,63$), ekonomi yorumu kabiliyeti faktörü ile demografik özelliklerden gelir durumu

değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p<.05$) olduğunu göstermektedir. Başka bir deyişle, banka segment müşterilerinin ekonomi yorumu kabiliyeti ilgili finansal okuryazarlık seviyeleri, gelir durumuna göre değişmektedir.

Anlamlı farklılık bulunan faktörlerden ekonomi yorumu kabiliyeti açısından gelir durumuna göre hangi gelir grupları arasında fark olduğuna Scheffe çoklu karşılaştırma testi ile bakılmıştır. Test sonucunda;

- Ekonomi yorumu kabiliyeti ile ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; 2001-3000 TL gelir grubunda ($\bar{x}=3,49$) ve 4001 TL ve üzeri ($\bar{x}=3,67$) gelir grubunda yer alan banka segment müşterilerinin 0-1000 TL gelir grubunda yer alan ($\bar{x}=3,04$) banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.

3.5.6.6. Temsil Ettikleri Segment Grubu Değişkeni Açısından (Anova)

Banka segment müşterilerinin temsil ettikleri segment grubu değişkeni açısından finansal okuryazarlık ölçeğine ait ekonomi yorumu kabiliyeti faktörüne ilişkin düzeylerini saptamak amacıyla tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA)'ne ait değerler Tablo 3. 46'da gösterilmiştir.

Tablo 3. 46: Banka Segment Müşterilerinin Temsil Ettikleri Segment Grubu Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Ekonomi Yorumu Kabiliyeti Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)

Faktör	Segment Grubu	N	$\bar{x}$	SS
Ekonomi Yorumu Kabiliyeti	Bireysel(1)	195	3,17	1,03
	Ticari(2)	147	3,51	1,04
	Tarımsal(3)	69	3,26	0,96
	Toplam	411	3,32	1,03

Tablo 3. 47: Banka Segment Müşterilerinin Temsil Ettikleri Segment Grubu Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Ekonomi Yorumu Kabiliyeti Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

		Kareler Top.	sd	Kareler Orta.	F	p	Farklar
	Gruplararası	8,56	2	4,28	4,11	,017	2-1
Ekonomi Yorumu Kabiliyeti	Grupları içi	424,84	408	1,04			
	Toplam	433,41	410				

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin ekonomi yorumu kabiliyeti ile ilgili finansal okuryazarlık düzeylerinin temsil ettiği segment grubuna göre değişimi incelendiğinde ($F_{(2, 408)} = 4,11$), ekonomi yorumu kabiliyeti faktörü ile demografik özelliklerden segment grubu değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p < .05$) olduğunu göstermektedir. Başka bir deyişle, banka segment müşterilerinin ekonomi yorumu kabiliyeti ile ilgili finansal okuryazarlık seviyeleri, temsil ettikleri segment grubuna göre değişmektedir.

Anlamlı farklılık bulunan faktörlerden ekonomi yorumu kabiliyeti açısından temsil ettiği segment durumuna göre hangi segment grupları arasında fark olduğuna scheffe çoklu karşılaştırma testi ile bakılmıştır. Test sonucunda;

- Ekonomi yorumu kabiliyeti ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; ticari segment grubunda yer alan banka müşterilerinin ($\bar{x} = 3,51$), bireysel segment grubunda yer alan ($\bar{x} = 3,17$) banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.

3.5.6.7. Kredi Kullanımı Değişkeni Açısından (t-test)

Banka segment müşterilerinin kredi kullanımı değişkeni açısından finansal okuryazarlık düzeyine ait ekonomi yorumu kabiliyeti faktörüne ilişkin düzeylerini belirlemek amacıyla iki ortalama farkın önemlilik testi (t-test) değerleri Tablo 3. 48’de verilmiştir.

Tablo 3. 48: Banka Segment Müşterilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeyine Ait Ekonomi Yorumu Kabiliyeti Faktörüne İlişkin Düzeylerinin Kredi Kullanımına Göre Değişimi Tablosu

Faktör	Kredi Kullanımı	N	$\bar{x}$	S	sd	t	p
Ekonomi Yorumu Kabiliyeti	Evet	261	3,40	1,062	408	2,285	,023
	Hayır	149	3,16	,950			

Tablo 3. 48'e ait veriler incelendiğinde finansal okuryazarlık ölçeğine katılan banka segment müşterilerinin, finansal okuryazarlık düzeyine ait ekonomi yorumu kabiliyeti faktörüne ilişkin düzeyleri ile demografik özelliklerden kredi kullanımına göre anlamlı bir farklılık gösterdiği bulgusuna ulaşılmıştır ($t= 2,285$, $p<.05$). Bu bulgu, banka segment müşterilerinin finansal okuryazarlık düzeyine ait ekonomik yorum kabiliyeti faktörü ile kredi kullanımı arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu şeklinde de yorumlanabilir. Aynı zamanda araştırmaya katılan banka segment müşterilerinden daha önce herhangi bir kredi kullanmış kişilerin ekonomik yorum kabiliyeti faktörüne ilişkin düzeyleri ($\bar{x}=3,40$), daha önce herhangi bir kredi kullanmamış olan banka segment müşterilerinin düzeylerinden ($\bar{x}=3,16$) yüksek olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Çıkan bu bulgu; daha önce herhangi bir kredi kullanan banka segment müşterilerinin, daha önce herhangi bir kredi kullanmayan banka segment müşterilerine göre, finansal okuryazarlık düzeylerine ilişkin ekonomik yorum yapma kabiliyetlerinin daha yüksek olduğunu göstermiştir.

3.5.6.8. Bankalarda Operasyonel İşlem Yapma Değişkeni Açısından (t-test)

Banka segment müşterilerinin operasyonel işlem yapma değişkeni açısından finansal okuryazarlık düzeyine ait ekonomi yorumu kabiliyeti faktörüne ilişkin düzeylerini belirlemek amacıyla iki ortalama farkın önemlilik testi (t-test) değerleri Tablo 3. 49'da verilmiştir.

Tablo 3. 49: Banka Segment Müşterilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeyine Ait Ekonomi Yorumu Kabiliyeti Faktörüne İlişkin Düzeylerinin Operasyonel İşlem Yapma Durumuna Göre Değişimi Tablosu

Faktör	Operasyonel İşlem Yapma	N	$\bar{x}$	S	sd	t	p
Ekonomi Yorumu Kabiliyeti	Kadın	374	3,32	1,035	409	,635	,526
	Erkek	37	3,21	,961			

Tablo 3. 49'a ait veriler incelendiğinde finansal okuryazarlık ölçeğine katılan banka segment müşterilerinin, finansal okuryazarlık düzeyine ait ekonomi yorumu kabiliyeti faktörüne ilişkin düzeyleri ile demografik özelliklerden operasyonel işlem yapma durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterdiği bulgusuna ($t=,635$, $p>.05$) ulaşılmamıştır.

3.5.6.9. Yatırım Aracı Tercihi Değişkeni Açısından (Anova)

Banka segment müşterilerinin yatırım aracı tercihi değişkeni açısından finansal okuryazarlık ölçeğine ait ekonomi yorumu kabiliyeti faktörüne ilişkin düzeylerini saptamak amacıyla tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA)'ne ait değerler Tablo 3. 50'de gösterilmiştir.

Tablo 3. 50: Banka Segment Müşterilerinin Yatırım Aracı Tercihi Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Ekonomi Yorumu Kabiliyeti Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)

Faktör	Yatırım Tercihleri	N	$\bar{x}$	SS
Ekonomi Yorumu Kabiliyeti	Hisse Senedi(1)	9	3,69	1,03
	Mevduat(2)	115	3,42	0,91
	Döviz(3)	15	3,45	1,14
	Altın(4)	62	3,64	1,00
	Tahvil-Bono(5)	2	3,40	1,13
	Diğer(6)	6	3,83	1,51
	Yatırım Yapmıyorum(7)	202	3,12	1,05
	Toplam	411	3,32	1,03

Tablo 3. 51: Banka Segment Müşterilerinin Yatırım Aracı Tercihi Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Ekonomi Yorumu Kabiliyeti Faktörüne İlişkin Varyans Analizi

Sonuçları							
		Kareler Top.	sd	Kareler Orta.	F	p	Farklar
	Gruplararası	18,98	6	3,16	3,08	,006	4-7
Ekonomi Yorumu Kabiliyeti	Grupları içi	414,43	404	1,03			
	Toplam	433,41	410				

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin ekonomi yorumu kabiliyeti ile ilgili finansal okuryazarlık düzeylerinin temsil ettiği yatırım tercihleri grubuna göre değişimi incelendiğinde ($F_{(6, 404)} = 3,08$), ekonomi yorumu kabiliyeti faktörü ile demografik özelliklerden yatırım tercihi değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p < .05$) olduğunu göstermektedir. Başka bir deyişle, banka segment müşterilerinin ekonomi yorumu kabiliyeti ile ilgili finansal okuryazarlık seviyeleri, yatırım tercihlerine göre değişmektedir.

Anlamlı farklılık bulunan faktörlerden ekonomi yorumu kabiliyeti açısından yatırım tercihlerine göre hangi gelir grupları arasında fark olduğuna Scheffe çoklu karşılaştırma testi ile bakılmıştır. Test sonucunda;

- Ekonomi yorumu kabiliyeti ile ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; yatırım tercihlerini altın olarak yapan banka müşterilerinin ($\bar{x} = 3,64$), herhangi bir yatırım yapmayan banka segment müşterilerine ($\bar{x} = 3,12$), göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.

3.5.7. Banka Segment Müşterilerinin Riskten Korunma Faktörüne İlişkin Düzeyleri

3.5.7.1. Cinsiyet Değişkeni Açısından (t-test)

Banka segment müşterilerinin cinsiyet değişkeni açısından finansal okuryazarlık düzeyine ait riskten korunma faktörüne ilişkin düzeylerini belirlemek amacıyla iki ortalama farkın önemlilik testi (t-test) değerleri Tablo 3. 52’de verilmiştir.

Tablo 3. 52: Banka Segment Müşterilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeyine Ait Riskten Korunma Faktörüne İlişkin Düzeylerinin Cinsiyete Göre Değişimi Tablosu

Faktör	Cinsiyet	N	$\bar{x}$	S	sd	t	p
Riskten Korunma	Kadın	70	3,74	,813	409	-1,847	,065
	Erkek	341	3,94	,831			

Tablo 3. 52'ye ait veriler incelendiğinde finansal okuryazarlık ölçeğine katılan banka segment müşterilerinin, finansal okuryazarlık düzeyine ait riskten korunma faktörüne ilişkin düzeyleri ile demografik özelliklerden cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterdiği bulgusuna ($t = -1,847$, $p > .05$) ulaşılmamıştır.

3.5.7.2. Yaş Grubu Değişkeni Açısından (Anova)

Banka segment müşterilerinin yaş grubu değişkeni açısından finansal okuryazarlık ölçeğine ait riskten korunma faktörüne ilişkin düzeylerini saptamak amacıyla tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA)'ne ait değerler Tablo 3. 53'te gösterilmiştir.

Tablo 3. 53: Banka Segment Müşterilerinin Yaş Gruplarına Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Riskten Korunma Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)

Faktör	Yaş Grubu	N	$\bar{x}$	SS
Riskten Korunma	24 ve altı(1)	60	3,83	0,81
	25-34(2)	127	3,93	0,78
	35-44(3)	94	4,08	0,72
	45-54(4)	84	3,85	0,88
	55 ve üzeri(5)	46	3,66	1,04
	Toplam	411	3,90	0,83

Tablo 3. 54: Banka Segment Müşterilerinin Yaş Grubuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Riskten Korunma Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

		Kareler Top.	sd	Kareler Orta.	F	p	Farklar
	Gruplararası	6,53	4	1,63	2,40	,049	
Riskten Korunma	Gruplariçi	276,13	406	0,68			
	Toplam	282,67	410				

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin riskten korunma ile ilgili finansal okuryazarlık düzeylerinin yaş gruplarına göre değişimi incelendiğinde ($F_{(4, 406)} = 2,40$), riskten korunma faktörü ile demografik özelliklerden yaş grupları değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p \geq .05$) olmadığını göstermektedir. Başka bir deyişle, banka segment müşterilerinin riskten korunma ile ilgili finansal okuryazarlık seviyeleri, içinde bulunulan yaş grubuna göre değişmemektedir

3.5.7.3. Eğitim Durumu Değişkeni Açısından (Anova)

Banka segment müşterilerinin eğitim durumu değişkeni açısından finansal okuryazarlık ölçeğine ait riskten korunma faktörüne ilişkin düzeylerini saptamak amacıyla tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA)'ne ait değerler Tablo 3. 55'te gösterilmiştir.

Tablo 3. 55: Banka Segment Müşterilerinin Eğitim Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Riskten Korunma Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)

Faktör	Eğitim Durumu	N	$\bar{x}$	SS
	İlköğretim(1)	109	3,81	0,90
	Lise(2)	123	3,85	0,91
	Yüksekokul(3)	71	3,96	0,70
	Lisans(4)	96	4,06	0,66
	Yüksek Lisans ve üzeri(5)	12	3,72	1,05
	Toplam	411	3,90	0,83

Tablo 3. 56: Banka Segment Müşterilerinin Eğitim Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Riskten Korunma Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

		Kareler Top.	sd	Kareler Orta.	F	p	Farklar
	Gruplararası	4,27	4	1,07	1,56	,186	
Riskten Korunma	Gruplariçi	278,40	406	0,69			
	Toplam	282,67	410				

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin riskten korunma ile ilgili finansal okuryazarlık düzeylerinin eğitim durumuna göre değişimi incelendiğinde ($F_{(4, 406)} = 1,56$), riskten korunma faktörü ile demografik özelliklerden eğitim durumu değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p > .05$) olmadığını göstermektedir. Başka bir deyişle, banka segment müşterilerinin riskten korunma ilgili finansal okuryazarlık seviyeleri, eğitim seviyesine göre değişmemektedir.

3.5.7.4. Çalışılan Sektör Değişkeni Açısından (Anova)

Banka segment müşterilerinin çalışılan sektör değişkeni açısından finansal okuryazarlık ölçeğine ait riskten faktörüne ilişkin düzeylerini saptamak amacıyla tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA)'ne ait değerler Tablo 3. 57'de gösterilmiştir.

Tablo 3. 57: Banka Segment Müşterilerinin Çalışılan Sektöre Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Riskten Korunma Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)

Faktör	Çalışılan Sektör	N	$\bar{x}$	SS
Riskten Korunma	Bankacılık, Finansa(1)	12	4,32	0,56
	Ticaret (Toptan-perakende)(2)	75	3,93	0,90
	Eğitim, Araştırma(3)	21	3,90	0,64
	İnşaat, Emlak, Müteahhitlik(4)	9	4,11	1,33
	Sanayi ve Üretim(5)	11	3,78	0,80
	Tarım, Orman, Hayvancılık(6)	80	4,01	0,83
	Kamu(7)	60	3,98	0,72
	Çalışmıyorum(8)	143	3,76	0,83
	Toplam	411	3,90	0,83

Tablo 3. 58: Banka Segment Müşterilerinin Çalıştıkları Sektöre Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Riskten Korunma Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

		Kareler Top.	sd	Kareler Orta.	F	p	Farklar
Riskten Korunma	Gruplararası	6,76	7	0,97	1,41	,199	
	Gruplariçi	275,90	403	0,69			
	Toplam	282,67	410				

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin riskten korunma ilgili finansal okuryazarlık düzeylerinin çalışılan sektöre göre değişimi incelendiğinde ($F_{(7, 403)} = 1,41$), riskten korunma faktörü ile demografik özelliklerden çalışılan sektör değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p > .05$) olmadığını göstermektedir. Başka bir deyişle, banka segment müşterilerinin riskten korunma ile ilgili finansal okuryazarlık seviyeleri, çalışılan sektöre göre değişmemektedir.

3.5.7.5. Gelir Durumu Değişkeni Açısından (Anova)

Banka segment müşterilerinin gelir durumu değişkeni açısından finansal okuryazarlık ölçeğine ait riskten korunma faktörüne ilişkin düzeylerini saptamak amacıyla tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA)'ne ait değerler Tablo 3. 59'da gösterilmiştir.

Tablo 3. 59: Banka Segment Müşterilerinin Gelir Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Riskten Korunma Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)

Faktör	Gelir Durumu	N	$\bar{x}$	SS
Riskten Korunma	0-1000 TL(1)	127	3,74	0,88
	1001-2000 TL(2)	111	3,79	0,79
	2001-3000 TL(3)	96	4,07	0,80
	3001-4000 TL(4)	37	4,05	0,77
	4001 TL ve üzeri(5)	40	4,23	0,74
	Toplam	411	3,90	0,83

Tablo 3. 60: Banka Segment Müşterilerinin Gelir Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Riskten Korunma Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

		Kareler Top.	sd	Kareler Orta.	F	p	Farklar
Riskten Korunma	Gruplararası	12,46	4	3,12	4,68	,001	5-1
	Gruplariçi	270,20	406	067			
	Toplam	282,67	410				

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin riskten korunma ile ilgili finansal okuryazarlık düzeylerinin gelir durumuna göre değişimi incelendiğinde ($F_{(4, 406)} = 4,68$), riskten korunma faktörü ile demografik özelliklerden gelir durumu değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p < .05$) olduğunu göstermektedir. Başka bir deyişle, banka segment müşterilerinin riskten korunma ilgili finansal okuryazarlık seviyeleri, gelir durumuna göre değişmektedir.

Anlamlı farklılık bulunan faktörlerden operasyonel işlem açısından gelir durumuna göre hangi gelir grupları arasında fark olduğuna scheffe çoklu karşılaştırma testi ile bakılmıştır. Test sonucunda;

- Riskten korunma ile ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; 4001- TL ve üzeri gelir grubunda yer alan banka segment müşterilerinin ($\bar{x} = 4,23$), 0-1000 TL gelir grubunda yer alan ($\bar{x} = 3,74$) banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.

3.5.7.6. Temsil Ettikleri Segment Grubu Değişkeni Açısından (Anova)

Banka segment müşterilerinin temsil ettikleri segment grubu değişkeni açısından finansal okuryazarlık ölçeğine ait riskten korunma faktörüne ilişkin düzeylerini saptamak amacıyla tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA)’ne ait değerler Tablo 3. 61’de gösterilmiştir.

Tablo 3. 61: Banka Segment Müşterilerinin Temsil Ettikleri Segment Grubu Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Riskten Korunma Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)

Faktör	Segment Grubu	N	$\bar{x}$	SS
Riskten Korunma	Bireysel(1)	195	3,83	0,77
	Ticari(2)	147	3,98	0,89
	Tarımsal(3)	69	3,94	0,85
	Toplam	411	3,90	0,83

Tablo 3. 62: Banka Segment Müşterilerinin Temsil Ettikleri Segment Grubu Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Riskten Korunma Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

		Kareler Top.	sd	Kareler Orta.	F	p	Farklar
Riskten Korunma	Gruplararası	2,00	2	1,00	1,46	,234	
	Gruplariçi	280,66	408	0,69			
	Toplam	282,67	410				

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin riskten korunma ile ilgili finansal okuryazarlık düzeylerinin temsil ettiği segment grubuna göre değişimi incelendiğinde ($F_{(2, 408)} = 1,46$), riskten korunma faktörü ile demografik özelliklerden segment grubu değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p > .05$) olmadığını göstermektedir. Başka bir deyişle, banka segment müşterilerinin riskten korunma ilgili finansal okuryazarlık seviyeleri, temsil ettikleri segment grubuna göre değişmemektedir.

3.5.7.7. Kredi Kullanımı Değişkeni Açısından (t-test)

Banka segment müşterilerinin kredi kullanımı değişkeni açısından Finansal okuryazarlık düzeyine ait riskten korunma faktörüne ilişkin düzeylerini belirlemek amacıyla iki ortalama farkın önemlilik testi (t-test) değerleri Tablo 3. 63'te verilmiştir.

Tablo 3. 63: Banka Segment Müşterilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeyine Ait Riskten Korunma Faktörüne İlişkin Düzeylerinin Kredi Kullanımına Göre Değişimi Tablosu

Faktör	Kredi Kullanımı	N	$\bar{x}$	S	sd	t	p
Riskten Korunma	Evet	261	4,04	,761	408	4,624	,000
	Hayır	149	3,66	,892			

Tablo 3. 63'e ait veriler incelendiğinde finansal okuryazarlık ölçeğine katılan banka segment müşterilerinin, finansal okuryazarlık düzeyine ait riskten korunma faktörüne ilişkin düzeyleri ile demografik özelliklerden kredi kullanımına göre anlamlı bir farklılık gösterdiği bulgusuna ulaşılmıştır ($t= 4,624$, $p<.05$). Bu bulgu, banka segment müşterilerinin finansal okuryazarlık düzeyine ait riskten korunma faktörü ile kredi kullanımı arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu şeklinde de yorumlanabilir. Aynı zamanda araştırmaya katılan banka segment müşterilerinden daha önce herhangi bir kredi kullanmış kişilerin riskten korunma faktörüne ilişkin düzeyleri ($\bar{x}=4,04$), daha önce herhangi bir kredi kullanmamış olan banka segment müşterilerinin düzeylerinden ($\bar{x}=3,66$) yüksek olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Çıkan bu bulgu; daha önce herhangi bir kredi kullanan banka segment müşterilerinin, daha önce herhangi bir kredi kullanmayan banka segment müşterilerine göre, finansal okuryazarlık düzeylerine ilişkin riskten korunmaya yönelik düşüncelerinin daha kuvvetli olduğunu göstermiştir.

3.5.7.8. Bankalarda Operasyonel İşlem Yapma Değişkeni Açısından (t-test)

Banka segment müşterilerinin operasyonel işlem yapma değişkeni açısından finansal okuryazarlık düzeyine ait riskten korunma faktörüne ilişkin düzeylerini belirlemek amacıyla iki ortalama farkın önemlilik testi (t-test) değerleri Tablo 3. 64'te verilmiştir.

Tablo 3. 64: Banka Segment Müşterilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeyine Ait Riskten Korunma Faktörüne İlişkin Düzeylerinin Operasyonel İşlem Yapma Durumuna Göre Değişimi Tablosu

Faktör	Operasyonel İşlem Yapma	N	$\bar{x}$	S	sd	t	p
Riskten Korunma	Evet	374	3,92	,820	409	1,588	,113
	Hayır	37	3,69	,912			

Tablo 3. 64'e ait veriler incelendiğinde finansal okuryazarlık ölçeğine katılan banka segment müşterilerinin, finansal okuryazarlık düzeyine ait riskten korunma faktörüne ilişkin düzeyleri ile demografik özelliklerden operasyonel işlem yapma durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterdiği bulgusuna ($t=1,588$, $p>.05$) ulaşılmamıştır.

3.5.7.9. Yatırım Aracı Tercihi Değişkeni Açısından (Anova)

Banka segment müşterilerinin yatırım aracı tercihi değişkeni açısından finansal okuryazarlık ölçeğine ait riskten korunma faktörüne ilişkin düzeylerini saptamak amacıyla tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA)'ne ait değerler Tablo 3. 65'te gösterilmiştir.

Tablo 3. 65: Banka Segment Müşterilerinin Yatırım Aracı Tercihi Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Riskten Korunma Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)

Faktör	Yatırım Tercihleri	N	$\bar{x}$	SS
Riskten Korunma	Hisse Senedi(1)	9	4,20	0,66
	Mevduat(2)	115	4,08	0,72
	Döviz(3)	15	3,95	0,62
	Altın(4)	62	4,16	0,71
	Tahvil-Bono(5)	2	4,10	0,14
	Diğer(6)	6	4,10	1,21
	Yatırım Yapmıyorum(7)	202	3,70	0,89
	Toplam	411	3,90	0,83

Tablo 3. 66: Banka Segment Müşterilerinin Yatırım Aracı Tercihi Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Riskten Korunma Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

		Kareler Top.	sd	Kareler Orta.	F	p	Farklar
	Gruplararası	16,89	6	2,82	4,28	,000	2-7, 4-7
Riskten Korunma	Gruplariçi	265,77	404	0,66			
	Toplam	282,67	410				

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin riskten korunma ile ilgili finansal okuryazarlık düzeylerinin temsil ettiği yatırım tercihleri grubuna göre değişimi incelendiğinde ($F_{(6, 404)} = 4,28$), riskten korunma faktörü ile demografik özelliklerden yatırım tercihi değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p < .05$) olduğunu göstermektedir. Başka bir deyişle, banka segment müşterilerinin riskten korunma ile ilgili finansal okuryazarlık seviyeleri, yatırım tercihlerine göre değişmektedir.

Anlamlı farklılık bulunan faktörlerden riskten korunma açısından yatırım tercihlerine göre hangi gelir grupları arasında fark olduğuna Dunnett's C çoklu karşılaştırma testi ile bakılmıştır. Test sonucunda;

- Riskten korunma ile ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; yatırım tercihlerini mevduat ($\bar{x} = 4,08$) ve altın ($\bar{x} = 4,16$) olarak yapan banka müşterilerinin, herhangi bir yatırım yapmayan banka segment müşterilerine ($\bar{x} = 3,70$) göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.

3.5.8. Banka Segment Müşterilerinin Sözleşme Metni Bilinirliği Faktörüne İlişkin Düzeyleri

3.5.8.1. Cinsiyet Değişkeni Açısından (t-test)

Banka segment müşterilerinin cinsiyet değişkeni açısından finansal okuryazarlık düzeyine ait sözleşme metni bilinirliği faktörüne ilişkin düzeylerini belirlemek amacıyla iki ortalama farkın önemlilik testi (t-test) değerleri Tablo 3. 67'de verilmiştir.

Tablo 3. 67: Banka Segment Müşterilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeyine Ait Sözleşme Metni Bilinirliği Faktörüne İlişkin Düzeylerinin Cinsiyete Göre Değişimi Tablosu

Faktör	Cinsiyet	N	$\bar{X}$	S	sd	t	p
Sözleşme Metni Bilinirliği	Kadın	70	3,13	1,30	409	1,091	,276
	Erkek	341	2,93	1,46			

Tablo 3. 67'ye ait veriler incelendiğinde finansal okuryazarlık ölçeğine katılan banka segment müşterilerinin, finansal okuryazarlık düzeyine ait sözleşme metni bilinirliği faktörüne ilişkin düzeyleri ile demografik özelliklerden cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterdiği bulgusuna ($t= 1,091$, $p>.05$) ulaşılmamıştır.

3.5.8.2. Yaş Grubu Değişkeni Açısından (Anova)

Banka segment müşterilerinin yaş grubu değişkeni açısından finansal okuryazarlık ölçeğine ait sözleşme metni bilinirliği faktörüne ilişkin düzeylerini saptamak amacıyla tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA)'ne ait değerler Tablo 3. 68'de gösterilmiştir.

Tablo 3. 68: Banka Segment Müşterilerinin Yaş Gruplarına Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Sözleşme Metni Bilinirliği Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)

Faktör	Yaş Grubu	N	$\bar{X}$	SS
Sözleşme Metni Bilinirliği	24 ve altı(1)	60	3,75	1,30
	25-34(2)	127	3,01	1,35
	35-44(3)	94	2,85	1,39
	45-54(4)	84	2,77	1,53
	55 ve üzeri(5)	46	2,40	1,40
	Toplam	411	2,96	1,44

Tablo 3. 69: Banka Segment Müşterilerinin Yaş Grubuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Sözleşme Metni Bilinirliği Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

		Kareler Top.	sd	Kareler Orta.	F	p	Farklar
Sözleşme Metni Bilinirliği	Gruplararası	56,31	4	14,08	7,20	,000	1-2, 1-3, 1-4, 1-5
	Gruplariçi	793,93	406	1,96			
	Toplam	850,24	410				

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin sözleşme metni bilinirliği ile ilgili finansal okuryazarlık düzeylerinin yaş gruplarına göre değişimi incelendiğinde ($F_{(4, 406)}=7,20$), sözleşme metni bilinirliği faktörü ile demografik özelliklerden yaş grupları değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p<.05$) olduğunu göstermektedir. Başka bir deyişle, banka segment müşterilerinin sözleşme metni bilinirliği ile ilgili finansal okuryazarlık seviyeleri, içinde bulunulan yaş grubuna göre değişmektedir.

Anlamlı farklılık bulunan faktörlerden sözleşme metni bilinirliği açısından yaş gruplarına göre hangi yaş grubunda fark olduğu Dunnett's C çoklu karşılaştırma testi ile bakılmıştır. Test sonucunda;

- Sözleşme metni bilinirliği ile ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; 24 ve altı yaş grubunda olan banka segment müşterilerinin ($\bar{x}=3,75$), 25-34 ($\bar{x}=3,01$), 35-44 ($\bar{x}=2,85$), 45-54 ($\bar{x}=2,77$) ve 55 ve üzeri yaş ($\bar{x}=2,40$) grubunda yer alan banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.

3.5.8.3. Eğitim Durumu Değişkeni Açısından (Anova)

Banka segment müşterilerinin eğitim durumu değişkeni açısından finansal okuryazarlık ölçeğine ait sözleşme metni bilinirliği faktörüne ilişkin düzeylerini saptamak amacıyla tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA)'ne ait değerler Tablo 3. 70'te gösterilmiştir.

Tablo 3. 70: Banka Segment Müşterilerinin Eğitim Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Sözleşme Metni Bilinirliği Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)

Faktör	Eğitim Durumu	N	$\bar{x}$	SS
Sözleşme Metni Bilinirliği	İlköğretim(1)	109	2,44	1,44
	Lise(2)	123	2,85	1,46
	Yüksekokul(3)	71	3,44	1,36
	Lisans(4)	96	3,33	1,25
	Yüksek Lisans ve üzeri(5)	12	3,21	1,57
	Toplam	411	2,96	1,44

Tablo 3. 71: Banka Segment Müşterilerinin Eğitim Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Sözleşme Metni Bilinirliği Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

		Kareler Top.	sd	Kareler Orta.	F	p	Farklar
Sözleşme Metni Bilinirliği	Gruplararası	60,80	4	15,20	7,82	,000	3-1, 3-2, 4-1
	Gruplariçi	789,44	406	1,94			
	Toplam	850,24	410				

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin sözleşme metni bilinirliği ile ilgili finansal okuryazarlık düzeylerinin eğitim durumuna göre değişimi incelendiğinde ($F_{(4, 406)}=7,82$), sözleşme metni bilinirliği faktörü ile demografik özelliklerden eğitim durumu değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p<.05$) olduğunu göstermektedir. Başka bir deyişle, banka segment müşterilerinin sözleşme metni bilinirliği ilgili finansal okuryazarlık seviyeleri, eğitim seviyesine göre değişmektedir

Anlamlı farklılık bulunan faktörlerden sözleşme metni bilinirliği açısından eğitim durumuna göre hangi eğitim seviyesinde fark olduğuna Dunnett's C çoklu karşılaştırma testi ile bakılmıştır. Test sonucunda;

- Sözleşme metni bilinirliği ile ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; yüksekokul mezunu grubunda yer alan banka segment müşterilerinin ($\bar{x}=3,44$), ilköğretim ($\bar{x}=2,44$), ve

lise ($\bar{x}=2,85$) mezunu grubunda yer alan banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.

3.5.8.4. Çalışılan Sektör Değişkeni Açısından (Anova)

Banka segment müşterilerinin çalışılan sektör değişkeni açısından finansal okuryazarlık ölçeğine ait sözleşme metni bilinirliği faktörüne ilişkin düzeylerini saptamak amacıyla tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA)'ne ait değerler Tablo 3. 72'de gösterilmiştir.

Tablo 3. 72: Banka Segment Müşterilerinin Çalışılan Sektöre Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Sözleşme Metni Bilinirliği Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)

Faktör	Çalışılan Sektör	N	$\bar{x}$	SS
Sözleşme Metni Bilinirliği	Bankacılık, Finansa(1)	12	3,04	1,30
	Ticaret (Toptan-perakende)(2)	75	2,97	1,45
	Eğitim, Araştırma(3)	21	3,31	1,25
	İnşaat, Emlak, Müteahhitlik(4)	9	2,89	1,71
	Sanayi ve Üretim(5)	11	3,18	1,54
	Tarım, Orman, Hayvancılık(6)	80	2,58	1,56
	Kamu(7)	60	3,05	1,34
	Çalışmıyorum(8)	143	3,08	1,41
	Toplam	411	2,96	1,44

Tablo 3. 73: Banka Segment Müşterilerinin Çalıştıkları Sektöre Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Sözleşme Metni Bilinirliği Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

		Kareler Top.	sd	Kareler Orta.	F	p	Farklar
	Gruplararası	17,53	7	2,50	1,21	,295	
Sözleşme Metni Bilinirliği	Gruplariçi	832,71	403	2,07			
	Toplam	850,24	410				

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin sözleşme metni bilinirliği ile ilgili finansal okuryazarlık düzeylerinin çalışılan sektöre göre değişimi incelendiğinde ($F_{(7, 403)}=1,21$), sözleşme metni bilinirliği faktörü ile demografik özelliklerden çalışılan sektör değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p>.05$) olmadığını göstermektedir. Başka bir deyişle, banka segment müşterilerinin sözleşme metni bilinirliği ile ilgili finansal okuryazarlık seviyeleri, çalışılan sektöre göre değişmemektedir.

3.5.8.5. Gelir Durumu Değişkeni Açısından (Anova)

Banka segment müşterilerinin gelir durumu değişkeni açısından finansal okuryazarlık ölçeğine ait sözleşme metni bilinirliği faktörüne ilişkin düzeylerini saptamak amacıyla tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA)'ne ait değerler Tablo 3. 74'te gösterilmiştir.

Tablo 3. 74: Banka Segment Müşterilerinin Gelir Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Sözleşme Metni Bilinirliği Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)

Faktör	Gelir Durumu	N	$\bar{x}$	SS
Sözleşme Metni Bilinirliği	0-1000 TL(1)	127	2,98	1,51
	1001-2000 TL(2)	111	2,91	1,40
	2001-3000 TL(3)	96	3,08	1,45
	3001-4000 TL(4)	37	2,97	1,34
	4001 TL ve üzeri(5)	40	2,75	1,42
	Toplam	411	2,96	1,44

Tablo 3. 75: Banka Segment Müşterilerinin Gelir Durumuna Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Sözleşme Metni Bilinirliği Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

		Kareler Top.	sd	Kareler Orta.	F	p	Farklar
Sözleşme Metni Bilinirliği	Gruplararası	3,53	4	0,88	0,42	,792	
	Gruplariçi	846,71	406	2,09			
	Toplam	850,24	410				

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin sözleşme metni bilinirliği ile ilgili finansal okuryazarlık düzeylerinin gelir durumuna göre değişimi incelendiğinde ($F_{(4, 406)}=$

0,42), sözleşme metni bilinirliği faktörü ile demografik özelliklerden gelir durumu değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p>.05$) olmadığını göstermektedir. Başka bir deyişle, banka segment müşterilerinin sözleşme metni bilinirliği ilgili finansal okuryazarlık seviyeleri, gelir durumuna göre değişmemektedir.

3.5.8.6. Temsil Ettikleri Segment Grubu Değişkeni Açısından (Anova)

Banka segment müşterilerinin temsil ettikleri segment grubu değişkeni açısından finansal okuryazarlık ölçeğine ait sözleşme metni bilinirliği faktörüne ilişkin düzeylerini saptamak amacıyla tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA)'ne ait değerler Tablo 3. 76'da gösterilmiştir.

Tablo 3. 76: Banka Segment Müşterilerinin Temsil Ettikleri Segment Grubu Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Sözleşme Metni Bilinirliği Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)

Faktör	Segment Grubu	N	$\bar{x}$	SS
Sözleşme Metni Bilinirliği	Bireysel(1)	195	3,13	1,35
	Ticari(2)	147	3,02	1,46
	Tarımsal(3)	69	2,38	1,51
	Toplam	411	2,96	1,44

Tablo 3. 77: Banka Segment Müşterilerinin Temsil Ettikleri Segment Grubu Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Sözleşme Metni Bilinirliği Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

		Kareler Top.	sd	Kareler Orta.	F	p	Farklar
Sözleşme Metni Bilinirliği	Gruplararası	29,57	2	14,79	7,35	,001	1-3, 2-3
	Gruplariçi	820,66	408	2,01			
	Toplam	850,24	410				

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin sözleşme metni bilinirliği ile ilgili finansal okuryazarlık düzeylerinin temsil ettiği segment grubuna göre değişimi incelendiğinde ($F_{(2, 408)} = 7,35$), sözleşme metni bilinirliği faktörü ile demografik

özelliklerden segment grubu değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p<.05$) olduğunu göstermektedir. Başka bir deyişle, banka segment müşterilerinin sözleşme metni bilinirliği ile ilgili finansal okuryazarlık seviyeleri, temsil ettikleri segment grubuna göre değişmektedir.

Anlamlı farklılık bulunan faktörlerden sözleşme metni bilinirliği açısından temsil ettiği segment durumuna göre hangi segment grupları arasında fark olduğuna scheffe çoklu karşılaştırma testi ile bakılmıştır. Test sonucunda;

- Sözleşme metni bilinirliği ile ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; bireysel segment grubunda yer alan ($\bar{x}=3,13$) banka müşterileri ile ticari segment grubunda yer alan ($\bar{x}=3,02$) banka segment müşterilerinin tarımsal segment grubunda yer alan ($\bar{x}=2,38$) banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.

3.5.8.7. Kredi Kullanımı Değişkeni Açısından (t-test)

Banka segment müşterilerinin kredi kullanımı değişkeni açısından finansal okuryazarlık düzeyine ait sözleşme metni bilinirliği faktörüne ilişkin düzeylerini belirlemek amacıyla iki ortalama farkın önemlilik testi (t-test) değerleri Tablo 3. 78’de verilmiştir.

Tablo 3. 78: Banka Segment Müşterilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeyine Ait Sözleşme Metni Bilinirliği Faktörüne İlişkin Düzeylerinin Kredi Kullanımına Göre Değişimi Tablosu

Faktör	Kredi Kullanımı	N	$\bar{x}$	S	sd	t	p
Sözleşme Metni Bilinirliği	Evet	261	2,75	1,479	408	-3,942	,000
	Hayır	149	3,32	1,294			

Tablo 3. 78’e ait veriler incelendiğinde finansal okuryazarlık ölçeğine katılan banka segment müşterilerinin, finansal okuryazarlık düzeyine ait sözleşme metni bilinirliği faktörüne ilişkin düzeyleri ile demografik özelliklerden kredi kullanımına göre anlamlı bir farklılık gösterdiği bulgusuna ulaşılmıştır ($t= -3,942$, $p<.05$). Bu bulgu, banka segment müşterilerinin finansal okuryazarlık düzeyine ait sözleşme metni bilinirliği faktörü ile kredi kullanımı arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu şeklinde de yorumlanabilir. Aynı zamanda araştırmaya katılan banka segment müşterilerinden daha önce herhangi bir kredi kullanmış

kişilerin sözleşme metni bilinirliği faktörüne ilişkin düzeyleri ($\bar{x} = 2,75$), daha önce herhangi bir kredi kullanmamış olan banka segment müşterilerinin düzeylerinden ($\bar{x} = 3,32$) ilginç bir şekilde düşük olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Çıkan bu bulgu; çeşitli nedenlerle daha önceden herhangi bir kredi kullanan bireylerin daha önce bu konuda herhangi bir sıkıntı yaşamamış olmaları veya bu kişilerin, herhangi bir finans kurumu ile yapacağı sözleşmelerde ilgili kurumun personeline veya ilgili kurumun kendisine olan güvenlerinden de kaynaklanabileceği düşünülmektedir. Sözleşme maddelerinin detaylı bir şekilde okunmadan imzalanmasından dolayı daha sonra karşı karşıya kalınan ve bu durumun ne gibi felaketlerle sonuçlanacağını günlük hayatında sıkça duyan ve bu konuda algıda seçiciliği fazla olan daha önce herhangi bir kredi kullanmamış kişilerin sözleşme metni bilinirliği faktörüne ilişkin düzeylerinin fazla olmasının nedeni olarak düşünülebilir.

3.5.8.8. Bankalarda Operasyonel İşlem Yapma Değişkeni Açısından (t-test)

Banka segment müşterilerinin operasyonel işlem yapma değişkeni açısından finansal okuryazarlık düzeyine ait sözleşme metni bilinirliği faktörüne ilişkin düzeylerini belirlemek amacıyla iki ortalama farkın önemlilik testi (t-test) değerleri Tablo 3. 79'da verilmiştir.

Tablo 3. 79: Banka Segment Müşterilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeyine Ait Riskten Korunma Faktörüne İlişkin Düzeylerinin Operasyonel İşlem Yapma Durumuna Göre Değişimi Tablosu

Faktör	Operasyonel İşlem Yapma	N	$\bar{x}$	S	sd	t	p
Riskten Korunma	Evet	374	2,93	1,452	409	-1,174	,241
	Hayır	37	3,22	2,294			

Tablo 3. 79'a ait veriler incelendiğinde finansal okuryazarlık ölçeğine katılan banka segment müşterilerinin, finansal okuryazarlık düzeyine ait sözleşme metni bilinirliği faktörüne ilişkin düzeyleri ile demografik özelliklerden operasyonel işlem yapma durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterdiği bulgusuna ($t = -1,174$, $p > .05$) ulaşılmamıştır.

3.5.8.9. Yatırım Aracı Tercihini Değişkeni Açısından (Anova)

Banka segment müşterilerinin yatırım aracı tercihi değişkeni açısından finansal okuryazarlık ölçeğine ait sözleşme metni bilinirliği ilişkin düzeylerini saptamak amacıyla tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA)'ne ait değerler Tablo 3. 80'de gösterilmiştir.

Tablo 3. 80: Banka Segment Müşterilerinin Yatırım Aracı Tercihine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Sözleşme Metni Bilinirliği Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)

Faktör	Yatırım Tercihleri	N	$\bar{x}$	SS
Sözleşme Metni Bilinirliği	Hisse Senedi(1)	9	3,44	1,40
	Mevduat(2)	115	2,83	1,42
	Döviz(3)	15	3,07	1,41
	Altın(4)	62	3,41	1,34
	Tahvil-Bono(5)	2	3,00	2,83
	Diğer(6)	6	2,00	1,55
	Yatırım Yapmıyorum(7)	202	2,91	1,45
	Toplam	411	2,96	1,44

Tablo 3. 81: Banka Segment Müşterilerinin Yatırım Aracı Tercihine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Sözleşme Metni Bilinirliği Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

		Kareler Top.	sd	Kareler Orta.	F	p	Farklar
Sözleşme Metni Bilinirliği	Gruplararası	23,09	6	3,85	1,88	,083	
	Gruplariçi	827,15	404	2,05			
	Toplam	850,24	410				

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin sözleşme metni bilinirliği ile ilgili finansal okuryazarlık düzeylerinin temsil ettiği yatırım tercihleri grubuna göre değişimi incelendiğinde ($F_{(6, 404)} = 1,88$), sözleşme metni bilinirliği faktörü ile demografik özelliklerden yatırım tercihi değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p > .05$) olmadığını göstermektedir. Başka bir deyişle, banka segment müşterilerinin

sözleşme metni bilinirliği ile ilgili finansal okuryazarlık seviyeleri, yatırım tercihlerine göre değişmemektedir.

3.5.9. Faktörler Bazında Banka Segment Müşterilerinin Finansal Okuryazarlık Ölçeğine İlişkin Düzeyi ve Yönü Açısından Yapılan Korelasyon (Simple Correlation: Pearson Correlation) Analizi

Araştırmanın bu bölümünde banka segment müşterileri tarafından yapılan finansal okuryazarlık ölçeğine ilişkin değerlendirmelerin faktörler arasındaki ilişkinin düzeyi ve yönü hakkında ilişkileri irdelenmiştir. Bu amaçla değişkenler arasındaki ilişkinin düzeyini ya da miktarını ve yönünü açıklamaya yönelik olan (Büyüköztürk, 2015: 31) basit korelasyon (Pearson Correlation) analizine ilişkin katsayılar Tablo 3. 82’de gösterilmiştir.

Tablo 3. 82: Faktörler bazında Banka Segment Müşterilerinin Finansal Okuryazarlık Ölçeğine İlişkin Basit Korelasyon Katsayıları

	Operasyonel İşlem	Kredibilite ve Güvenlik	Ekonomi Yorumu Kabiliyeti	Riskten Korunma	Sözleşme Metni Bilinirliği
Operasyonel İşlem	1				
Kredibilite ve Güvenlik	,451**	1			
Ekonomi Yorumu Kabiliyeti	,514**	,348**	1		
Riskten Korunma	,470**	,547**	,521**	1	
Sözleşme Metni Bilinirliği	,308**	,180**	,361**	,217**	1

** p< .01

Korelasyon katsayısının 1.00 olması, mükemmel pozitif ilişkiyi, -1.00 olması mükemmel negatif ilişkiyi, 0.00 olması ise herhangi bir ilişkinin olmadığını göstermektedir. Korelasyon katsayısının büyüklük bakımından yorumlanmasında; mutlak değer olarak, 0.70-1.00 arasında bir değer olması yüksek; 0,70-0.30 arasında olması orta; 0.30-0.00 arasında olması ise düşük düzeyde bir ilişkinin olabileceği en sık kullanılan aralıklardır (Büyüköztürk, 2015: 32).

Yapılan analiz sonuçlarına istinaden; araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin operasyonel işlem faktörü ile kredibilite ve güvenlik ($r=.451$), ekonomi yorumu kabiliyeti ($r=.514$), riskten korunma ($r=.470$) ve sözleşme metni bilinirliği ($r=.308$) alt faktörleri arasında pozitif yönlü, orta düzeyde ve anlamlı ($p<.05$) bir ilişkinin bulunduğunu göstermektedir. Bu açıdan bakıldığında banka segment müşterilerinin; hangi durumların kredibilitelerine zarar vereceğini, banka ürünlerini güvenli bir şekilde kullanmaları, ekonomiye ilişkin temel düzeyde yorum yapabilme kabiliyetlerinin artması ve riskten korunma amaçlı davranmalarına da katkı sağlayacak şekilde bankalarla yapacakları sözleşme içeriklerinin bilinmesi operasyonel işlemlere ilişkin finansal okuryazarlıklarının artması sonucunu doğuracağı söylenebilir.

Kredibilite ve güvenlik faktörü ile ekonomi yorumu kabiliyeti ($r=.348$) ve riskten korunma ($r=.547$) alt faktörleri arasında pozitif yönlü, orta düzeyde ve anlamlı ($p<.05$), sözleşme metni bilinirliği ($r=.180$) alt faktörü arasında ise pozitif yönlü, düşük düzeyde ve anlamlı ($p<.05$) bir ilişki bulunmaktadır. Bu doğrultuda banka segment müşterilerinin finansal okuryazarlık seviyesine ilişkin ekonomi yorumu kabiliyetiyle ilgili bilgi düzeyindeki gelişmelerin ve riskten korunmaya yönelik farkındalıklarının artması, kredibilite ve güvenlikle ilgili finansal okuryazarlık düzeylerinin artmasına fayda sağlayacağını söylemek mümkündür. Ayrıca sözleşme metni bilinirliğine ilişkin gerçekleşebilecek güçlenme kredibilite ve riskle ilgili finansal okuryazarlığın artmasına az da olsa olumlu katkı yapabileceği söylenebilir.

Ekonomi yorumu kabiliyeti ile riskten korunma ($r=.521$) ve sözleşme metni bilinirliği ($r=.361$) alt faktörleri arasında pozitif yönlü, orta düzeyde ve anlamlı ($p<.05$) bir ilişki bulunmaktadır. Bu doğrultuda ekonomi yorumu kabiliyetindeki güçlenmenin, banka segment müşterilerinde riskten korunma ve sözleşme metni bilinirliğine ilişkin finansal okuryazarlık düzeylerini artacağı söylenebilir.

Son olarak araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin riskten korunma faktörü ile sözleşme metni bilinirliği ($r=.217$) alt faktörü arasında pozitif yönlü, düşük düzeyde ve anlamlı ($p<.05$) bir ilişki bulunmaktadır. Bu doğrultuda banka segment müşterilerinin riskten

korunma faktörüne ilişkin finansal okuryazarlık düzeyinin artmasının sözleşme metni bilinirliğine az da olsa olumlu katkı yapabileceği söylenebilir.

SONUÇ

Günümüzde bireylerin, bankaları ve bankaların sunmuş oldukları ürün ve hizmetleri kullanmaları neredeyse bir zorunluluk halini almıştır. Fakat bu ürün ve hizmetlerin kullanımı, gün geçtikçe ekonomide yaşanan gelişmelerle birlikte bankacılık kesiminin risk iştahının artması ile de zorlaşmaktadır. Sürekli olarak bankaların farklı müşteri portföylerine yönelik farklı ürün ve hizmet sunmaları, tüketicinin kafasında karışıklığa sebebiyet vermekte ve bu tür ürün ve hizmetlerin anlaşılabilirliğini olumsuz yönde etkilemektedir. Bireylerin büyük bir kısmı bu tür ürün ve hizmetlerden yararlanırken kendi bilgilerinde daha çok, çalışanlara karşı duymuş oldukları güven duygusuyla hareket etmektedirler. Bundan dolayı finansal okuryazarlık kavramı günümüzde büyük bir önem arz etmektedir.

Finansal okuryazarlık kavramının günümüzde büyük önem arz etmesi ve ilerleyen yıllarda da artan bir şekilde önemini koruyacak olması finansal okuryazarlığın, finansal ürün ve hizmetleri en çok kullanan banka müşterilerine yönelik yapılması ihtiyacını ortaya çıkarmıştır.

Bu çalışma ile Tokat ilindeki banka segment müşterilerinin finansal okuryazarlık düzeyleri ölçülmeye çalışılmıştır. Bununla beraber bankaların sunmuş oldukları hizmet modelinin değişmesi ve müşterilerini segmentlere ayırması, çalışmanın yalnızca banka müşterilerine yönelik olmasıyla kalmamış aynı zamanda da segmentler arasındaki okuryazarlık düzeyinin belirlenmesi amacını da beraberinde getirmiştir. Bu amaçla, Tokat merkez ilçede bireysel, ticari ve tarımsal olarak segmente edilebilen banka müşterilerinin finansal okuryazarlık düzeyleri ve hangi segment grubunun daha finansal okuryazar olduğunun ortaya konması amaçlanmıştır.

Söz konusu araştırmanın gerçekleştirilebilmesi için ihtiyaç duyulan veriler araştırmacı tarafından geliştirilen bir ölçek yardımıyla toplanmıştır. Araştırma kapsamında açımlayıcı faktör analizi uygulanmış ve sonucunda, “Finansal Okuryazarlık Ölçeği” beş faktörlü bir yapıya sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Bu faktörler; “Operasyonel İşlem”, “Kredibilite ve Güvenlik”, “Ekonomi Yorumu Kabiliyeti”, “Riskten Korunma” ve “Sözleşme Metni Bilinirliği” olarak isimlendirilmiştir.

Araştırma için oluşturulan “Finansal Okuryazarlık “Ölçeği”nin geçerlik ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Ölçeğin güvenilirlik analizi Cronbach alfa katsayısı ile incelenmiştir. Ölçeğin tamamı için yapılan iç tutarlık katsayısı 0,91 bulunmuş ve yüksek derecede güvenilirlik taşıdığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca faktörler için Cronbach alfa katsayısı sırasıyla 0,89, 0,80, 0,83, 0,76 ve 0,91 olarak hesaplanmıştır. Söz konusu beş faktör için yapılan güvenilirlik analizleri sonucunda “Riskten Korunma Faktörü”nün oldukça güvenilir, diğer dört faktörün ise oldukça yüksek derecede güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Ortaya çıkan bu sonuçlar çerçevesinde araştırmacı tarafından geliştirilen “Finansal Okuryazarlık Ölçeği”nin hem geneli hem de tüm alt faktörler için yapılan güvenilirlik analizleri sonucunda, banka müşterilerinin finansal okuryazarlık seviyelerinin ölçülmesinde kullanılabilecek geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğunu söylemek mümkündür.

Araştırma kapsamında verilere uygulanan bağımsız örneklem t testi ve anova analizleri doğrultusunda aşağıdaki sonuçlar ortaya çıkmıştır:

Finansal okuryazarlık ölçeğine katılan banka segment müşterilerinin, finansal okuryazarlık düzeyine ait operasyonel işlem, kredibilite ve güvenlik, riskten korunma ve sözleşme metni bilinirliği faktörlerine ilişkin düzeylerinde cinsiyete göre anlamlı bir farklılık bulunmadığı belirlenmiştir. Ancak banka segment müşterilerinin finansal okuryazarlık düzeyine ait ekonomi yorumu kabiliyeti faktörü ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Çıkan bu sonuca göre; erkek banka segment müşterilerinin, kadın banka segment müşterilerine göre, ekonomi yorumu yapabilme kabiliyetine ilişkin finansal okuryazarlık düzeylerin daha fazla olduğu belirlenmiştir.

Finansal okuryazarlık ölçeğine katılan banka segment müşterilerinin, finansal okuryazarlık düzeyine ait ekonomi yorumu kabiliyeti ve riskten korunma faktörlerine ilişkin düzeylerinde yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık bulunmadığı belirlenmiştir. Ancak banka segment müşterilerinin finansal okuryazarlık düzeylerine ait operasyonel işlem, kredibilite ve güvenlik ve sözleşme metni bilinirliği faktörlerine ilişkin düzeylerinde yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre; operasyonel işlemlere ilişkin finansal okuryazarlık düzeyi en az olan yaş grubunun 55 ve

üzeri yaş grubu olduğu tespit edilmiştir. 25-34 ve 35-44 yaş grubunda bulunan banka segment müşterilerinin, 24 ve altı yaş grubunda yer alan banka segment müşterilerine göre kredibilite ve güvenlikle ilgili konularda finansal okuryazarlık seviyeleri daha fazla olduğu bulunmuştur. 24 ve altı grubunda yer alan banka segment müşterilerinin ise diğer yaş grubunda yer alan banka segment müşterilerine göre sözleşme metni bilinirliğine ilişkin finansal okuryazarlık düzeylerinin fazla olduğu diğer sonuçlar arasında yer almaktadır.

Finansal okuryazarlık ölçeğine katılan banka segment müşterilerinin, finansal okuryazarlık düzeyine ait operasyonel işlem, kredibilite ve güvenlik, ekonomi yorumu kabiliyeti ve sözleşme metni bilinirliği faktörleri ile eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunduğu belirlenmiştir. Elde edilen bu sonuçlara göre; lisans eğitimi seviyesinde olan banka segment müşterilerinin, ilköğretim, lise ve yüksekokul eğitim seviyesinde olan banka segment müşterilerine göre operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık seviyeleri daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yüksekokul eğitimi düzeyinde olan banka segment müşterilerinin ilköğretim, lisans düzeyinde olan banka segment müşterilerinin ilköğretim ve lise, yüksek lisans ve üzeri eğitim seviyesinde olan banka segment müşterilerinin ise lise düzeyinde eğitime sahip banka segment müşterilerine göre kredibilite ve güvenlikle ilgili finansal okuryazarlık seviyeleri daha fazla bulunmuştur. Yüksekokul ve lisans seviyesinde olan banka segment müşterilerinin, ilköğretim mezunu olan banka segment müşterilerine göre ise ekonomi yorumu kabiliyetine ilişkin finansal okuryazarlık seviyelerinin fazla olduğu belirlenmiştir. Sözleşme metni bilinirliğine ilişkin finansal okuryazarlık düzeyi ise yüksekokul mezunu olan banka segment müşterilerinin, ilköğretim ve lise mezunu olan banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir. Diğer taraftan ise finansal okuryazarlık ölçeğine katılan banka segment müşterilerinin, riskten korunmayla ilgili finansal okuryazarlık seviyeleri ile eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir.

Finansal okuryazarlık ölçeğine katılan banka segment müşterilerinin, finansal okuryazarlık düzeyine ait ekonomi yorumu kabiliyeti, riskten korunma ve sözleşme metni bilinirliğine ilişkin finansal okuryazarlık düzeyleri ile çalışılan sektör arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Fakat operasyonel işlem ve kredibilite ve güvenlik faktörlerine

yönelik anlamlı ilişkinin bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuca göre; ölçeğe katılan banka segment müşterilerinden ticaret (toptan-perakende), bankacılık-fınans, eğitim-arastırma, sanayi-üretim ve kamu sektörlerinde bulunan ve çalışmayan banka segment müşterilerinin, tarım-orman-hayvancılık sektöründe faaliyet gösteren banka segment müşterilerine göre operasyonel işlemlere ilişkin finansal okuryazarlık düzeylerinin fazla olduğu ve eğitim-arastırma sektöründe çalışan banka segment müşterilerinin kredibilite ve güvenlik faktörüne ilişkin finansal okuryazarlık seviyeleri tarım-orman-hayvancılık sektöründe bulunan ve çalışmayan banka segment müşterilerine göre daha finansal okuryazar oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Finansal okuryazarlık ölçeğine katılan banka segment müşterilerinin, finansal okuryazarlık düzeyine ait operasyonel işlem, kredibilite ve güvenlik, ekonomi yorumu kabiliyeti ve sözleşme metni bilinirliğine ilişkin finansal okuryazarlık düzeyleri ile gelir grubu arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bulunan bu sonuca göre; gelir grubu 0-1000 TL olan banka segment müşterilerinin, diğer gelir grubunda olan banka segment müşterilerine göre operasyonel işlem ve kredibilite ve güvenliğe ilişkin finansal okuryazarlık seviyeleri en düşük olan gelir grubu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. 2001-3000 TL ve 4001 ve üzeri gelir grubunda yer alan banka segment müşterilerinin ekonomi yorum kabiliyeti 0-1000 TL grubunda yer alan banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu, aynı zamanda 4001 TL ve üzeri gelir grubunda yer alan banka segment müşterilerinin ise riskten korunmaya yönelik finansal okuryazarlık seviyeleri 0-1000 TL grubunda yer alan banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu da elde edilen sonuçlar arasındadır.

Finansal okuryazarlık ölçeğine katılan banka segment müşterilerinin, finansal okuryazarlık düzeyine ait operasyonel işlem, kredibilite ve güvenlik, ekonomi yorumu kabiliyeti ve sözleşme metni bilinirliğine ilişkin finansal okuryazarlık düzeyleri ile temsil ettikleri segment grubu arasında anlamlı farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen bu sonuçlara göre; ticari segment grubunda yer alan banka segment müşterilerinin, bireysel ve tarımsal segment grubuna göre, bireysel segment grubunda yer alan banka segment müşterilerinin ise tarımsal segment grubundaki müşterilere göre operasyonel işleme ilişkin finansal okuryazarlık seviyelerinin daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Ticari segmentte yer

alan banka segment müşterileri aynı zamanda tarımsal segment müşterilerine göre kredibilite ve güvenlikle ilgili, bireysel segment müşterilerine göre ise ekonomi yorumu yapabilme kabiliyeti ile ilgili finansal okuryazarlık seviyelerinin daha fazla olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır. Ancak sözleşme metni bilinirliğine ilişkin finansal okuryazarlık seviyeleri bireysel segment müşterilerinin, ticari ve tarımsal segment müşterilerine göre daha fazla olduğu da çıkan sonuçlar arasındadır. Çıkan sonuçlar arasında, banka segment müşterilerinin temsil ettikleri segment grupları ile riskten korunma faktörü arasında herhangi bir anlamlı ilişkinin olmadığı yer almaktadır.

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinden, daha önce herhangi bir kredi kullanmış olan bireylerin; operasyonel işlem, kredibilite ve güvenlik, ekonomi yorumu kabiliyeti, riskten korunma ve sözleşme metni bilinirliğine ilişkin faktörler arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Daha önce herhangi bir kredi kullanmış olan banka segment müşterilerinin operasyonel işlem, kredibilite ve güvenlik, ekonomi yorumu kabiliyeti ve riskten korunmaya yönelik finansal okuryazarlık seviyeleri daha önce herhangi bir kredi kullanmayan banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Ancak ilginç bir şekilde daha önce herhangi bir kredi kullanmayan banka segment müşterilerinin, sözleşme metni bilinirliğine ilişkin finansal okuryazarlık düzeyleri, kredi kullanmış olan banka segment müşterilerinden daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çıkan bu sonuç; çeşitli nedenlerle daha önceden herhangi bir kredi kullanan bireylerin, daha önce bu konuda herhangi bir sıkıntı yaşamamış olmaları veya bu kişilerin, herhangi bir finans kurumu ile yapacağı sözleşmelerde ilgili kurumun personeline veya ilgili kurumun kendisine olan güvenlerinden de kaynaklanabileceği düşünülmektedir. Sözleşme maddelerinin detaylı bir şekilde okunmadan imzalanmasından dolayı daha sonra karşı karşıya kalınan ve bu durumun ne gibi felaketlerle sonuçlanacağını günlük hayatında sıkça duyan ve bu konuda algıda seçiciliği fazla olan daha önce herhangi bir kredi kullanmamış kişilerin, sözleşme metni bilinirliği faktörüne ilişkin düzeylerinin fazla olmasının nedeni olarak düşünülebilir.

Finansal okuryazarlık ölçeğine katılan banka segment müşterilerinin, finansal okuryazarlık düzeyine ait operasyonel işlem, ekonomi yorumu kabiliyeti, riskten korunma ve sözleşme metni bilinirliği faktörleri ile bireylerin operasyonel işlem yapma durumları

arasında anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmemiştir. Fakat banka segment müşterilerinden, bankalarda operasyonel işlem yapan bireylerin, kredibilite ve güvenlikle ilgili finansal okuryazarlık düzeyleri bankalarda operasyonel işlem yapmayan banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu bilgisi de bulunan sonuçlar arasında yerini almaktadır.

Finansal okuryazarlık ölçeğine katılan banka segment müşterilerinin, finansal okuryazarlık düzeyine ait operasyonel işlem, kredibilite ve güvenlik, ekonomi yorumu kabiliyeti ve riskten korunma faktörlerine ilişkin düzeylerinde yatırım tercihleri durumuna göre anlamlı ilişki bulunmuştur. Elde edilen bu sonuçlara göre; yatırım tercihlerini mevduat olarak yapan banka segment müşterilerinin herhangi bir yatırım yapmayan; yatırım tercihlerini döviz ve altın olarak yapan banka segment müşterilerinin ise yatırımlarını mevduat ve herhangi bir yatırım yapmayanlara göre operasyonel işlemlere ilişkin finansal okuryazarlık düzeyleri daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Yatırımlarını mevduat, döviz ve altın olarak yapan banka segment müşterilerinin ise herhangi bir yatırım yapmayan müşterilere göre kredibilite ve güvenliğe ilişkin finansal okuryazarlık düzeyleri fazla çıkmıştır. Ekonomi yorumuna ilişkin finansal okuryazarlık düzeyine bakıldığında ise; yatırımlarını altın olarak yapan banka segment müşterilerinin yatırım yapmayanlara göre daha fazla finansal okuryazar olduğu, yatırımlarını mevduat ve altın olarak yapan banka segment müşterilerinin ise yatırım yapmayanlara göre riskten korunmaya yönelik finansal okuryazarlık seviyeleri daha fazladır. Ayrıca yatırım tercihleri ile sözleşme metni bilinirliğine yönelik finansal okuryazarlık düzeyleri arasında herhangi bir anlamlı ilişki bulunamamıştır.

Ölçekte yer alan maddelerin oluşturduğu faktörlerin arasındaki ilişkinin düzeyini ve yönünü belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi çerçevesinde; her bir faktör arasında pozitif yönlü, anlamlı ve genellikle orta düzeyde ilişkinin bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu doğrultuda; faktörlere ilişkin finansal okuryazarlık seviyesinde yaşanacak bir iyileşme diğer faktörlere yönelik finansal okuryazarlık seviyesini artırabileceği söylenebilir.

Yapılan analiz sonuçlarına bakılarak; banka segment müşterilerinin finansal okuryazarlık seviyelerinin düşük olduğu ve çalışmanın asıl amacını oluşturan segmentler

arasındaki finansal okuryazarlık düzeyinin, ticari segmentte yer alan müşterilerde daha fazla, tarımsal segmentte yer alan müşterilerde ise en az olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ticari faaliyetle uğraşan müşterilerin günlük iş akışında; mal bedellerinin, sgk, vergi, personel maaşları vs. gibi işlemlerinin birçoğunu bankalar aracılığıyla gerçekleştirmeleri, bunun dışında ticari müşterilerin kredi, çek, senet vs. işlemleriyle daha fazla muhatap olmaları ister istemez operasyonel işlemlerde daha fazla rol almalarına neden olmaktadır. Aynı zamanda büyük ticari işletmelerde, mal alım ve satımlarında yabancı para biriminin önemli bir yer tutması özellikle de ithalat ve ihracat faaliyetinde yer alan ticari müşterilerin piyasaları yakından takip etmelerine ve bunun da ekonomiyle ilgili yorum yapabilme kabiliyetlerinin gelişmesine neden olduğu söylenebilir. Birçok ticari işletmenin kredi kullanımı sırasında diğer segment müşterilerine göre daha büyük tutarlı kredi taleplerinin olması da ister istemez bu konudaki farkındalıklarının artmasına neden olacaktır. Oysa tarımsal müşteriler, ticari müşterilere göre çok daha az bankacılık ürün ve hizmetleriyle muhatap olmaktadırlar. Tarımsal müşterilerin kullanmış oldukları kredi türünün özelliği gereği; genellikle yılda bir ödemeli olması ve tarımsal müşterilerin yılın belli dönemlerinde daha çok tarımsal faaliyetleri çerçevesinde mahsulleriyle ilgilenmesi ve bu müşteri grubunun bankaların alternatif dağıtım kanallarına (ATM, İnternet bankacılığı vs.) erişim olanaklarının sınırlı olmasından dolayı bankalara gelme ve işlem yapma sayılarını azalttığı düşünülmektedir. Bu durumun ise, tarımsal segment müşterilerinin bankacılık ürün ve hizmetlerine ilişkin finansal okuryazarlık seviyelerini etkilemektedir.

Ülke geneline ve özellikle bankacılık kesimine ait gerçek durumu ortaya koyabilmek, doğru sonuçlara ulaşabilmek, doğru kararları alabilmek ve buna bağlı olarak doğru politikalar üretebilmek adına büyük önem arz etmektedir. Tüm elde edilen bulgular çerçevesinde; finansal okuryazarlık düzeylerinin artırılabilmesi adına atılacak her türlü adım banka müşterilerinin yaptıkları işleri daha bilinçli ve güvenli bir şekilde yapmalarına ve bankacılık ürün ve hizmetlerinin daha az maliyetli elde edilmesine yardımcı olacaktır. Bu doğrultuda, özellikle bankaların sosyal sorumluluk çerçevesinde müşterilerine finansal okuryazarlık konusunda çeşitli eğitimler düzenlemesi faydalı olacaktır. Aynı zamanda bankaların müşterilerine özellikle kredibiliteyle ilgili vermiş oldukları finansal okuryazarlık

eğitimi doğrultusunda, müşterilere kullanmış oldukları kredilerin vadesinde ödenmesi konusunda farkındalık yaratılmasına katkı sağlayacaktır. Bu durum da, müşteriler tarafından ödenmeyen ve bunun sonucunda bankalarca yakın izlemeye ve bir sonraki aşamada da takibe alınan krediler için bankaların, “Bankalarca Kredilerin ve Diğer Alacakların Niteliklerinin Belirlenmesi ve Bunlar İçin Ayrılacak Karşılıklara İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik”e istinaden ayırması gereken özel karşılıkların azalmasına yardımcı olacaktır. Böylece ilk olarak banka şubelerinin kârlılık rakamları artarak ve banka şube yöneticilerinin performans değerlendirmelerinde performanslarının yüksek çıkmasına neden olacaktır. Son olarak bu durum bankaların bilançolarındaki kâr rakamlarının artmasına da katkı sağlayacaktır.

Bundan sonraki yapılacak olan çalışmalarda, ana segment grubu içerisinde alt segmentler arasında yer alan (bireysel segmentin altında; bireysel a, bireysel b, bireysel c vb.) müşterilere aynı ölçeğin gerekli uyarlamalar yapılarak uygulanması, her ana segmentin alt segmentlerinde bulunan müşterilerin finansal okuryazarlık seviyelerinin belirlenmesine imkân tanıyacaktır. Ayrıca söz konusu ölçek her bir bankanın kendi müşterisi üzerinde de uygulanabilir. Böylece elde edilecek sonuçlar neticesinde, bankaların ve diğer aracı kuruluşların müşterilerinin finansal okuryazarlık seviyelerini öğrenmelerine ve gerekli programların hazırlanmasına da katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

- 4059 Sayılı Hazine Müsteşarlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun. (1994, 20 Aralık). Resmi Gazete Sayısı: 22147.
- Acar, İ. A., ve Kitapçı, İ. (2008). Sosyal Güvenliğin Demografik Boyutu: Türkiye’deki Emeklilik Sistemindeki Değişim. *Maliye Dergisi*. 154: 77-98.
- Akbay, O. S. (2011). Küresel Finansal Krizin Kökenleri Üzerine Bir Değerlendirme. *Namık Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Metinleri*. (6): 1-16.
- Akçay, Ü. ve Güngen, A. R. (2014). *Finansallaşma, Borç Krizi ve Çöküş Küresel Kapitalizmin Geleceği*. Ankara: Notabene.
- Akkoyunlu, B. ve Kurbanoglu, S. (2004). Öğretmenlerin Bilgi Okuryazarlığı Öz-Yeterlik İnancı Üzerine Bir Çalışma. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*. 27(27): 11-20.
- Aksornkool, N., (2003). Literacy As Freedom A UNESCO Round-Table, Literacy And Non-Formal Education Section Division Of Basic Education UNESCO. http://unesco.org.pk/education/life/files/literacy_as_freedom.pdf, (03.03.2015).
- Aktekin, E. (2015). Finansal Ürün Piyasalarında Tüketicinin Korunmasında Rekabet Politikasının Rolü. Erişim tarihi: 20 Nisan 2015, <http://www.rekabet.gov.tr/tr-TR/Rekabet-Yazisi/Finansal-Urun-Piyasalarinda-Tuketiginin-Korunmasinda-Rekabet-Politikasinin-Rolu>
- Akyol, C. (2010). *Finansal Farkındalığın Yatırımcı Tercihlerine Etkileri: Özel Bankacılık Çalışanlarında Finansal Farkındalık Üzerine Bir Araştırma*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Altıntaş, K. M. (2009). Belirlenmiş Katkı Esaslı Emeklilik Planlarında Finansal Eğitimin Önemi: Katılımcıların Finansal Okur Yazarlığı Çerçevesinde Alternatif Bir Yatırım Eğitimi Modeli. *Zonguldak Karaelmas University Journal of Social Sciences*. 5(9): 151-176.
- Altıntaş, K., M. (2008). *Bireysel Yatırımcılar Açısından Finansal Eğitimin Önemi “Toplumda Finansal Okuryazarlık Düzeyinin Yükseltilmesi ve Bireylerde Asgari Finans Kültürünün Oluşturulma Süreci”*. İstanbul: Türk Sigorta Enstitüsü Vakfı (TSEV).

- Altun, A. (2005). *Gelişen Teknolojiler Ve Yeni Okuryazarlıklar*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Ansong, A., ve Gyensare, M. A. (2012). Determinants Of University Working-Students' Financial Literacy At The University Of Cape Coast, Ghana. *International Journal of Business and Management*. 7(9): 126-133.
- Araz, T. (2012). *Financial Literacy And Credit Card Arrears*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Boğaziçi University.
- Balcı, K. (2013). *Öğretmen Adaylarının Bilgi Okuryazarlık Başarısı, Bilgisayar Öz Yeterlik ve Bilgi Okuryazarlık Öz Yeterlik Düzeyleri Arasındaki İlişki*. Fırat Üniversitesi, Elazığ.
- Balkanlı, A. O. (2002). Küresel Ekonominin Belirleyici Faktörleri Üzerine. *Uludağ Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 21(1): 13-26.
- Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK). (2005). Bankacılık Sektörüne Yabancı Girişi: Küresel Gelişmeler Ve Türkiye. ARD Çalışma Raporları: 2005/6. *Araştırma Dairesi Eylül 2005*. https://www.bddk.org.tr/websitesi/turkce/Raporlar/Calisma_Raporlari/13012005-6.pdf, (17.03.2015).
- Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK). (2012). Finansal Piyasalar Raporu Aralık 2012. *Strateji Geliştirme Daire Başkanlığı. Aralık 2012- Sayı 28*.
- Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK). (2014a). Türk Bankacılık Sektörü Temel Göstergeleri Aralık 2014. *Veri Ve Sistem Yönetimi Daire Başkanlığı*.
- Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK). (2014b). Finansal Tüketicinin Korunması Eylem Planı Arka Plan Belgesi Kasım 2014. http://www.bddk.org.tr/WebSitesi/turkce/Raporlar/Diger_Raporlar/13602ftkarkaplanbelgesi11kasim.pdf, (23.04.2015).
- Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK). (2015). Günlük Bankacılık Sektör Raporu (26 Ağustos 2015). http://www.bddk.org.tr/WebSitesi/turkce/Istatistiki_Veriler/Gunluk_Raporlar/Gunluk_Raporlar.aspx, (02.09.2015).
- Bankalararası Kart Merkezi (BKM). Dönemsel Bilgiler. Pos, Atm, Kart Sayıları. http://www.bkm.com.tr/istatistik/pos_atm_kart_sayisi.asp, (17.03.2015).

- Bankalararası Kart Merkezi (BKM). Dönemsel Bilgiler. Yerli ve Yabancı Kredi Kartlarının Yurt İçi Kullanımı. http://www.bkm.com.tr/istatistik/kredikarti_toplam_issuer_islemleri2.asp , (17.03.2015).
- Bankalararası Kart Merkezi (BKM). Dönemsel Bilgiler. Yerli ve Yabancı Banka Kartlarının Yurt İçi Kullanımı. http://www.bkm.com.tr/istatistik/bankakarti_toplam_issuer_islemleri2.asp, (17.03.2015).
- Başbakanlık Genelgesi (2014). Finansal Erişim, Finansal Eğitim, Finansal Tüketicinin Korunması Strateji ve Eylem Planları 2014/10 Sayılı Başbakanlık Genelgesi *Resmi Gazete Sayısı: 29021*.
- Bayram, S. S. (2010). *Finansal Okuryazarlık ve Para Yönetimi Davranışları: Anadolu Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Uygulama*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bayram, S. S. (2015). Finansal Okuryazarlık ve Para Yönetimi Davranışları: Anadolu Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Uygulama. *Business & Management Studies: An International Journal*. 2(2): 105-135.
- Beacons of the Information Society: The Alexandria Proclamation on Information Literacy and Lifelong Learning, <http://www.ifla.org/publications/beacons-of-the-information-society-the-alexandria-proclamation-on-information-literacy>, (02.04.2015).
- Beal, D., ve Delpachitra, S. (2003). Financial Literacy Among Australian University Students. *Economic Papers*. 22(1): 65-78.
- Bernanke, B. S. (2006, 23 May). Financial Literacy Before the Committee on Banking, Housing, and Urban Affairs of the United States Senate. <http://www.federalreserve.gov/newsevents/testimony/bernanke20060523a.htm>, (06.07.2015).
- Bilici, İ. E. (2014). *Medya Okuryazarlığı ve Eğitimi (birinci baskı)*. Ankara: Nobel.
- Bodie, Z. (2006). A Note On Economic Principles And Financial Literacy. *Networks Financial Institute Policy Brief*. (2006-PB-07): 1-5.
- Bowen, C. F. (2002). Financial Knowledge Of Teens And Their Parents. *Financial counseling and planning*. 13(2): 93-102.

- Branch Banking & Trust (BB&T), The Importance Of Financial Literacy. [http://www.bbt.com/bbtdotcom/financial-education/planning/financial-literacy .page](http://www.bbt.com/bbtdotcom/financial-education/planning/financial-literacy.page) , (18.06.2015).
- Butakın, K. (2015, 25 Mayıs). Hakem heyetleri kilit. <http://www.gazetevatan.com/hakem-heyetleri-kilit--794440-gundem/>, (12.07.2015).
- Büyüköztürk, Ş. (2015). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı* (Genişletilmiş 21. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Canbay, T., v Demir, M. (2013). Türkiye’de Sosyal Güvenlik Açıkları ve Sosyal Güvenlik Ahlakı. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 20(2): 303-315.
- Capuano, A. ve Ian, R. (2011). What Causes Suboptimal Financial Behaviour? An Exploration of Financial Literacy, Social Influences and Behavioural Economics. *The University of Melbourne. Financial Literacy Project*. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1793502, (26.03.2015).
- Ceritoğlu, E. ve Eren O. (2013). Türkiye’nin Nüfus ve Sosyal Yapısındaki Değişimlerin Hanehalkı Tasarrufları Üzerindeki Etkileri. *Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Ekonomi Notları* Sayı: 2013-24 / 10 Ekim 2013. [http://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/310a9fda-7d1e-4c03-90ed-44621705c861/EN1324. pdf?MOD= AJPERES](http://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/310a9fda-7d1e-4c03-90ed-44621705c861/EN1324.pdf?MOD=AJPERES), (14 .07.2015).
- Chen, H., ve Volpe, R. P. (1998). An Analysis Of Personal Financial Literacy Among College Students. *Financial services review*. 7(2): 107-128.
- Chen, H., ve Volpe, R. P. (2002). Gender Differences İn Personal Financial Literacy Among College Students. *Financial services review*. 11(3): 289-307.
- Cleek, M. G., ve Pearson, T. A. (1985). Perceived Causes Of Divorce: An Analysis Of Interrelationships. *Journal of Marriage and the Family*. 47(1): 179-183.
- Cude, B. J., Lawrence, F. C., Lyons, A. C., Metzger, K., LeJeune, E., Marks, L. ve Machtmes, K. (2006). College Students And Financial Literacy: What They Know And What We Need To Learn. *Proceedings of the Eastern Family Economics and Resource Management Association*. 102-109.

- Çelik, F. Ş. (2008). Uluslararası Piyasalarda Spekülatif Para ve Sermaye Hareketliliği ve Tobin Vergisi Carry Trade, Hedge Fonlar Ve Diğer Spekülatif Hareketler (Maliye Uzmanlığı Yeterlilik Tezi). *T.C. Maliye Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı*, Ankara. <http://www.sgb.gov.tr/MaliyeUzmYrdArasRaporlari/Maliye%20Uzmanl%C4%B1%C4%9F%C4%B1%20Ara%C5%9F%C4%B1rma%20Raporlar%C4%B1/Uluslararası%C4%B1%20Piyasalarda%20Spek%C3%BClatif%20Para%20ve%20Sermaye%20Hareketlili%C4%9Fi%20ve%20TOB%C4%B0N%20Vergisi%20Fecir%20%C5%9EENG%C3%96Z.pdf>, (29.07.2015).
- Çokluk, Ö., Şekercioglu, G. Ve Büyüköztürk Ş. (2012). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik SPSS ve LISREL Uygulamaları* (2. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Delice, G. (2003). Finansal Krizler: Teorik ve Tarihsel Bir Perspektif. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 20: 57-81.
- Derin Ekonomi. (2015). Ağustos 2015. Sayı: 3. *OECD'den düşük faiz uyarısı*.
- Dikkaya, M., ve Deniz, F. (2012). Ekonomik Küreselleşmenin Yol Açtığı Problemler: Teorik Bir Bakış. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 2(3): 163-181. <http://apache.beun.edu.tr/index.php/zkesbe/article/view/120/72>, (16.03.2015).
- Dünya Bankası (Haziran 2012). *Finansal Tüketici Koruma İçin İyi Uygulamalar*. Çev. Dünya Bankasından alınan izinle çevirisi özel bir çeviri bürosuna Türkiye Bankalar Birliği (TBB) tarafından yaptırılmıştır. http://www.tbb.org.tr/content/upload/dokuman/2108/finansal_tuketici_koruma_icin_iyi_uygulamalar.pdf, (07.08.2015).
- Dünya Bankası ve T.C. Kalkınma Bakanlığı. (2012a). Türkiye Ülke Ekonomik Raporu, Yüksek Büyümenin Sürdürülebilirliği: Yurtiçi Tasarrufların Rolü, *Rapor No. 66301-TR (Konferans Baskısıdır)*. http://siteresources.worldbank.org/TURKEYINTURKISHEXTN/Resources/455687-1331626580764/CEM_YurticiTasarruflar_tammetin.pdf, (13.07.2015).
- Dünya Bankası ve T.C. Kalkınma Bakanlığı. (2012b). Türkiye Ülke Ekonomik Raporu, Yüksek Büyümenin Sürdürülebilirliği: Yurtiçi Tasarrufların Rolü, slayt 13. <http://siteresources.worldbank.org/TURKEYINTURKISHEXTN/Resources/455687-1331626580764/CEM2012sunum.pdf>, (14.07.2015).

- Eğilmez, M. (2013). *Küresel Finans Krizi Piyasa Sisteminin Eleştirisi (9. Basım)*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Emeklilik Gözetim Merkezi (EGM). (2015). *Aktif / Pasif üye kimdir?*. <http://www.egm.org.tr/?sid=93>, (06.07.2015).
- Er, F., Temizel, F., Özdemir, A. ve Sönmez, H. (2014). Lisans Eğitim Programlarının Finansal Okuryazarlık Düzeyine Etkisinin Araştırılması: Türkiye Örneği, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 113-125. <http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=f09f54bf-5a28-4ad6-8891-e158cd9c67e8%40ses-si-onmgr4002&vid=1&hid=4102>, (30.03.2015).
- Ergün, B., Şahin, A., ve Ergin, E. (2014). Finansal Okuryazarlık: İşletme Bölümü Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 7(34): 847-864.
- Ergölu, Z. A. (2001). Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK). Türk Bankacılık Sisteminde Kaynak Maliyeti. MSPD Çalışma Raporları: 2001/5. *Mali Sektör Politikaları Dairesi Temmuz 2001*. http://www.bddk.org.tr/websitesi/turkce/raporlar/calisma_raporlari/12702001-5.pdf, (23.04.2015).
- Ertaş, V. (22 Mayıs 2013), Finansal okuryazarlık ve erişim zirvesi konuşma metni. <http://www.spk.gov.tr/duyuru/goster.aspx?aid=20130522&subid=0&ct=c>, (18.06.2015).
- Fettahoğlu, S. Hane Halkının Finans Eğitimi ve Finansal Okuryazarlık Düzeyleri Üzerine Kocaeli’nde Bir Araştırma. *Journal of Accounting & Finance*. Sayı 67. Temmuz 2015. <http://journal.mufad.org.tr/attachments/article/809/7.pdf>, (10.08.2015).
- Finansal Okuryazarlık ve Erişim Derneği (FODER), Erişim tarihi: 31 Mart 2015, <http://www.fo-der.org/edit-post/>
- Gel, C. O. (2004). *Operasyonel Yönetimde Finansal Farkındalık* (ikinci baskı). İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Gerek, S., ve Kurt, A. A. (2011). Ekonomi Okuryazarlığı Ölçeğinin Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. (2011). *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 30(1): 59-73.
- Goel, I., ve Khanna, S. (2013). Financial Education as Tool to Achieve Financial Literacy. *Eastern Economic*. <http://www.seiofbluemountain.com/upload/product/201309/2013jrgjgc314e8.pdf>, (26.03.2015).

- Gökmen, H. (2012). *Finansal Okuryazarlık (birinci baskı)*. İstanbul: hiperlink.
- Gönen, E., ve Özmete, E. (2007). Finansal Refah: Finansal Yönetim Sürecinden Duyulan Tatmin, Finansal Davranışlar İle Öz-saygı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Aile ve Toplum Eğitim Kültür ve Araştırma Dergisi*. 9-3(11): 57-69.
- Güneş, F. (1994). Okur-Yazarlık Kavramı ve Düzeyleri, *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*. 27(2): 499-507. <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/40/491/5760.pdf>, (16.03.2015).
- Hastings, J. S., Madrian, B. C., ve Skimmyhorn, W. L. (2012). Financial Literacy, Financial Education And Economic Outcomes (No. w18412). *National Bureau of Economic Research*.
- International Netherlands Group (ING Bank). (2015). Türkiye'nin Tasarruf Eğilimleri Araştırması, 2015 1. Çeyrek Raporu. [http://www.tasarrufegilimleri.com/ Docs/ rapor_2015_1_ceyrek_revize.pdf](http://www.tasarrufegilimleri.com/Docs/rapor_2015_1_ceyrek_revize.pdf), (14.07.2015).
- International Netherlands Group (ING). (2012). Türkiye'de Finansal Okuryazarlık Hem Çok İyi Hem Çok Kötü. Basın Bülteni İstanbul, 16 Ağustos 2012. https://www.ingbank.com.tr/F/Documents/pdf/Basin_Odasi/2012/Turkiyede_Finansal_Okuryazarlik_Hem_Cok_Iyi_Hem_Cok_Kotu_16082012.pdf, (11.02.2015).
- Jazayeri, A. From Financial Literacy To Financial Capability An Important Shift For Poverty Reduction. [http://www.ruralfinance.org/ fileadmin/templates/rflc/ documents / From _financial_literacy_pdf.pdf](http://www.ruralfinance.org/fileadmin/templates/rflc/documents/From_financial_literacy_pdf.pdf), (12.07.2015).
- Jorgensen, B. L. (2007). Financial Literacy Of College Students: Parental And Peer Influences. *Virginia Polytechnic Institute and State University*. https://vtechworks.lib.vt.edu/bitstream/handle/10919/35407/Thesis_BJ2.pdf?sequence=1&isAllowed=y, (23.07.2015).
- Jorgensen, B. L., ve Savla, J. (2010). Financial Literacy Of Young Adults: The Importance Of Parental Socialization. *Family Relations*. 59(4): 465-478. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1741-3729.2010.00616.x/epdf>, (27.07.2015).
- Kalaycı, Ş. (Ed). (2010). *SPSS Uygulamalı Çok değişkenli İstatistik Teknikleri* (beşinci baskı). Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

- Karabacak, S. (2013). Yönetim Kurulları ve Finansal Okuryazarlık. *Kurumsal Yönetim*, 19, 46. http://www.tkyd.org/files/downloads/faaliyet_alanlari/yayinlarimiz/kurumsal_yonetim_dergisi/tkyd_dergi_sayi_19.pdf, (17.06.2015).
- Kayri, M. (2009). Araştırmalarda Gruplar Arası Farkın Belirlenmesine Yönelik Çoklu Karşılaştırma (Post-Hoc) Teknikleri. *Journal Of Social Science*, 51-64.
- Kılıç, Y., Ata, H. A., ve Seyrek, İ. H. (2015). Finansal Okuryazarlık: Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Accounting & Finance*. Sayı 66. Nisan 2015. <http://journal.mufad.org.tr/attachments/article/796/8.pdf>, (16.06.2015).
- Kızılot, Ş. (2010, 18 Şubat). Aktif-Pasif Oranında Endişelendirici Gelişme. <http://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/13826438.asp>, (06.07.2015).
- Klapper, L., Lusardi, A., ve Panos, G. A. (2013). Financial Literacy And Its Consequences: Evidence From Russia During The Financial Crisis. *Journal of Banking & Finance*. 37(10): 3904-3923.
- Kurbanoğlu, S. S. (2010). Bilgi Okuryazarlığı: Kavramsal Bir Analiz. *Türk Kütüphaneciliği*. 24(4): 723-747.
- Kurtoğlu, R. (2014). *Küresel Para Savaşları ve Davranış Ekonomisi Nörofinans (üçüncü baskı)*. Ankara: Orion.
- Kurudayıoğlu, M. ve Tüzel, S. (2010). 21. Yüzyıl Okuryazarlık Türleri, Değişen Metin Algısı ve Türkçe Eğitimi. *Türklük Bilimi Araştırmaları*. 28(28): 283-298.
- Levent, B. B. (2005, 1 Ocak). Rekabetin yeni adı “vadesiz mevduat”. <http://www.capital.com.tr/bankacilik/rekabetin-yeni-adi-%E2%80%9Cvadesiz-mevduat%E2%80%9D-haberdetay-2344>, (23.04.2015).
- Louw, J., Fouche, J., ve Oberholzer, M. (2013). Financial Literacy Needs Of South African Third-Year University Students. *International Business & Economics Research Journal (IBER)*. 12(4): 439-450. <http://cluteinstitute.com/ojs/index.php/IBER/article/view/7742/7806>, (27.07.2015).
- Lusardi, A. (2008). Financial Literacy: An Essential Tool For Informed Consumer Choice? (No. w14084). National Bureau of Economic Research.

- Lusardi, A., ve Mitchell, O. S. (2008). *Planning And Financial Literacy: How Do Women Fare?* (No. w13750). National Bureau of Economic Research. <http://www.nber.org/papers/w13750.pdf>, (20.07.2015).
- Lusardi, A., ve Tufano, P. (2009). *Debt Literacy, Financial Experiences, And Overindebtedness* (No. w14808). National Bureau of Economic Research. <http://www.nber.org/papers/w14808.pdf>, (20.07.2015).
- Mandell, L. (2008). The Financial Literacy Of Young American Adults. Results Of The 2008 National Jump\$Tart Coalition Survey Of High School Seniors And College Students. *University of Washington and the Aspen Institute*. <http://www.jumpstart.org/assets/files/2008SurveyBook.pdf>, (04.07.2015).
- Marcolin, S., ve Abraham, A. (2006). Financial Literacy Research: Current Literature And Future Opportunities. *University of Wollongong Research Online*, Faculty of Commerce - Papers (Archive).
- Mercan, N., Oyur, E., Altınay, A. ve Aksanyar, Y. (2012). Ekonomi Okur Yazarlığına Yönelik Ampirik Bir Araştırma. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*. 4(2): 109-118. https://www.academia.edu/10098095/Ekonomi_Okur_Yazarl%C4%B1%C4%9F%C4%B1na_Y%C3%B6nelik_Ampirik_Bir_Ara%C5%9F%C4%B1rma, (22.07.2015).
- National Coincil of La Raza (NCLR). (2004). Financial Education İn Latino Communities: An Analysis Of Programs, Products, And Results/Effects. http://www.nclr.org/index.php/publications/financial_education_in_latino_communities_an_analysis_of_programs_products_and_resultseffects, (11.07.2015).
- National Financial Literacy Strategy 2014–17. (2014). Australian Securities and Investments Commission (ASIC) 2014. http://www.financialliteracy.gov.au/media/546585/report-403_national-financial-literacy-strategy-2014-17.pdf, (18.06.2015).
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) / International Network on Financial Education (INFE). (2012). Finansal Eğitim Ulusal Stratejisi Üst Düzey İlkeleri Ağustos 2012. <http://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/e34f18f7-1ae1-4743-90df->

- d1974f81ffe4/OECD_INFE_USTDUZEY_ILKELERI.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=e34f18f7-1ae1-4743-90df-d1974f81ffe4, (08.07.2015).
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2000). *Literacy In The Information Age. Final Report Of The International Adult Literacy Survey*. <http://www.oecd.org/edu/skills-beyond-school/41529765.pdf>, (28.03.2015).
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2004). *OECD's Financial Education Project*. 223-228. <http://www.oecd.org/finance/financial-education/33865427.pdf>, (06.07.2015).
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2005). *Improving Financial Literacy Analysis Of Issues And Policies*, OECD Publishing. http://www.oecd-ilibrary.org/finance-and-investment/improving-financial-literacy_9789264012578-en, (11.07.2015).
- Orton, L. (2007). Financial Literacy: Lessons From International Experience. *Canadian Policy Research Networks*. http://www.cprn.org/documents/48647_EN.pdf, (28.03.2015).
- Önal, İ. (2010). Tarihsel Değişim Sürecinde Yaşam Boyu Öğrenme ve Okuryazarlık: Türkiye Deneyimi. *Bilgi dünyası*. 11(1): 101-121.
- Özçam, M. (2006). Yatırımcı Eğitimi: Dünya Uygulamaları ve Türkiye İçin Öneriler. *Sermaye Piyasası Kurulu Araştırma Dairesi Raporu (12.07.2006)*. <http://www.spk.gov.tr/yayingoster.aspx?yid=934&ct=f&action=displayfile>, (11.07.2015).
- Özdemir, A., Temizel, F., Sönmez, H., ve Er, F. (2015). Financial Literacy Of University Students: A Case Study For Anadolu University, Turkey. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*. 11(24): 97-110.
- Özdemir, K. K. (2012). Türkiye Finansal Yeterlilik Araştırması Ön Sonuçları. *Dünya Bankası 13 Kasım 2012, TÜSİAD Finansal Okuryazarlık Konferansı*. http://www.tusiad.org.tr/_rsc/shared/file/Kamer-Ozdemir.pdf, (11.02.2015).
- Özel, Ö ve Yalçın, C. (2013). Yurtiçi Tasarruflar ve Bireysel Emeklilik Sistemi: Türkiye'deki Uygulamaya İlişkin Bir Değerlendirme. *Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Çalışma Tebliği No: 13/04*. <http://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/c508ac57->

- 715f-4152-8041-e59cb33c5dd8/WP1304.pdf?MOD =AJPERES&CACHEID =c508ac57-715f-4152-8041-e59cb33c5dd8, (13.07.2015).
- Özer, Y. (2013). Eğitim Şart Azizim. <http://www.yaprakozer.com/2013/06/19/egitim-sart-azizim/>, (11.02.2015).
- Özgüler, İ. (2013). *Bireysel Finansal Kaynakların Yönetiminde Bir Araç Olarak Finansal Eğitimde Dünya Uygulamaları ve Türkiye Karşılaştırması*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Polat, C. ve Odabaş, H. (2008). Bilgi Toplumunda Yaşam Boyu Öğrenmenin Anahtarı: Bilgi Okuryazarlığı. *Küreselleşme, Demokratikleşme ve Türkiye Uluslararası Sempozyumu Bildiri Kitabı*. Antalya. 27-30 Mart 2008.
- President's Advisory Council on Financial Literacy (PACFL). (2008). Annual Report To The President (2008). *The Department Of The Treasury*. https://www.wdft.org/_resources/indexed/site/ymm/PACFL_ANNUAL_REPORT_1-16-09.pdf, (28.07.2015).
- Programme for International Student Assessment (PISA). (2013). PISA 2012 Assessment And Analytical Framework- OECD 2013. <http://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/PISA2012FrameworkLiteracy.pdf>, (29.07.2015).
- Ray Morgan Research, (2003). ANZ Survey of Adult Financial Literacy in Australia: Final Report. Melbourne: Ray Morgan Research.
- Remund, D. L. (2010). Financial Literacy Explicated: The Case For A Clearer Definition In An Increasingly Complex Economy. *Journal of Consumer Affairs*. 44(2): 276-295.
- Rijckeghem, C. V. ve Üçer M. (2008). Türkiye'de Özel Tasarruf Oranının Gelişimi ve Belirleyicileri: Ekonomi Politikaları Açısından Bir Değerlendirme. *Ekonomik Araştırma Forumu (EAF)*. TÜSİAD-Koç Üniversitesi. *Araştırma Notu 08-02 Haziran 2008*. http://eaf.ku.edu.tr/sites/eaf.ku.edu.tr/files/eaf_an_0802.pdf, (14.07.2015).
- Rooij, M. V., Lusardi, A., ve Alessie, R. (2011). Financial Literacy And Stock Market Participation. *Journal Of Financial Economics*. 101(2): 449-472. http://ac.els-cdn.com/S0304405X11000717/1-s2.0-S0304405X11000717-main .pdf?_tid = 612833f6-2fb3-11e5-8b5c-00000aab0f01&acdnat= 1437488498_5738ede9b1fca 57756aa1ae5f942c0d4, (21.07.2015).

- Sabri, M. F., & MacDonald, M. (2010). Savings Behavior And Financial Problems Among College Students: The Role Of Financial Literacy İn Malaysia. *Cross-Cultural Communication*. 6(3): 103-110. <http://www.cscanada.net/index.php/ccc/article/view/j.ccc.1923670020100603.009/997>, (23.07.2015).
- Sarıgül, H. (2015). Finansal Okuryazarlık Tutum ve Davranış Ölçeği: Geliştirme, Geçerlik ve Güvenirlilik. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 13(1): 200-218. http://www.bjmer.net/Makaleler/1348053733_12%20id408%20200-218.pdf, (11.02.2015).
- Satoğlu, S. (2014). *Bireysel Yatırımcıları Koruma Aracı Olarak Finansal Okuryazarlık ve Türkiye Uygulaması*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü.
- Schagen, S. ve Lines, A. (1996). Financial Literacy İn Adult Life. *National Foundation For Educational Research*. <http://www.nfer.ac.uk/publications/91091/91091.pdf>, (26.03.2015).
- Sermaye Piyasası Kurulu (SPK). (2012). “Türkiye Finansal Yeterlilik Araştırması” Sonuç Raporu Hazırlandı. <http://www.spk.gov.tr/duyurugoster.aspx?aid=20121116&subid=0&ct=f>, (07.08.2015).
- Servon, L. J. ve Kaestner, R. ‘Consumer Financial Literacy And The Impact Of Online Banking On The Financial Behavior Of Lower-Income Bank Customers’ (2008). *The Journal of Consumer Affairs*. 42(2): 271-305.
- Sevim, N., Temizel, F., ve Sayılır, Ö. (2012). The Effects Of Financial Literacy On The Borrowing Behaviour Of Turkish Financial Consumers. *International Journal of Consumer Studies*. 36(5): 573-579. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1470-6431.2012.01123.x/epdf>, (22.07.2015).
- Seyidoğlu, H. (2003). Uluslararası Mali Krizler, IMF Politikaları, Az Gelişmiş Ülkeler, Türkiye Ve Dönüşüm Ekonomileri. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*. 4 (2) 2003: 141-156. <http://journal.dogus.edu.tr/index.php/duj/article/view/171/187>, (16.03.2015).
- Sezer, D., ve Demir, S. (2015). Yatırımcıların Finansal Okuryazarlık ve Bilişsel Yetenek Düzeylerinin Psikolojik Yanılsamalar ile İlişkisi. *Journal of Accounting & Finance*.

- Sayı 66. Nisan 2015. <http://www.mufad.org.tr/journal/attachments/article/799/5.pdf>, (10.08.2015).
- Shambare, R., ve Rugimbana, R. (2012). Financial Literacy Among The Educated: An Exploratory Study Of Selected University Students İn South Africa. *Thunderbird International Business Review*. 54(4): 581-590. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/tie.21485/epdf>, (27.07.2015).
- Snaveley, L., ve Cooper, N. (1997). The İnformation Literacy Debate. *The Journal of Academic Librarianship*. 23(1), 9-14. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1745-6606.2008.00108.x/abstract>, (04.07.2015).
- Sohn, S. H., Joo, S. H., Grable, J. E., Lee, S., & Kim, M. (2012). Adolescents' Financial Literacy: The Role Of Financial Socialization Agents, Financial Experiences, And Money Attitudes İn Shaping Financial Literacy Among South Korean Youth. *Journal of adolescence*. 35(4): 969-980. http://ac.els-cdn.com/S0140197112000073/1-s2.0-S0140197112000073-main.pdf?_tid=400fb950-2fb3-11e5-9f6a-00000aacb360&acdnat=1437488442_5d91b92da6ced306efe87cd85f0f88b4, (21.07.2015).
- Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK). (2015). *Sosyal Güvenlik Kapsamı, 2015/Şubat*. http://www.sgk.gov.tr/wps/portal/tr/kurumsal/merkez_teskilati/ana_hizmet_birimleri/sigorta_primleri_genel_mudurlugu, (06.07.2015).
- Steen, A., ve MacKenzie, D. (2013). Financial Stress, Financial Literacy, Counselling And The Risk Of Homelessness. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 7(3): 31-48. <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1449&context=aabfj>, (21.07.2015).
- Şantaş, F. ve Demirgil, B. (2015). Ekonomi Okuryazarlığı Düzeyinin Tespitine İlişkin Bir Araştırma. *Akademik Bakış Dergisi*. Sayı 48, Mart- Nisan 2015. <http://www.akademikbakis.org/dergi/ekonomi-okuryazarligi-duzeyinin-tespitine-iliskin-bir-arastirma201503.pdf>, (24.07.2015).
- T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı. (2014). Finansal Erişim, Finansal Eğitim, Finansal Tüketicinin Korunması Stratejisi ve Eylem Planları. Ankara: Haziran 2014. https://hazine.gov.tr/File/?path=ROOT%2f1%2fDocuments%2fGenel+%C4%B0%C3%A7erik%2fStrateji_Eylem_Planlar%C4%B1.pdf, (08.07.2015).

- Temizel, F. (2010). *Mavi Yakalılarda Finansal Okuryazarlık*. İstanbul: Beta.
- Temizel, F. ve Bayram, F. (2011). Finansal Okuryazarlık: Anadolu Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi (İİBF) Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 12(1): 73-86.
- The Economist. (2008, 3 Nisan). Financial Literacy Getting It Right On The Money. <http://www.economist.com/node/10958702>, (30.06.2015).
- The Importance Of Financial Literacy. <http://www.bbt.com/bbt-dot-com/financial-education/planning/financial-literacy.page>, (18.06.2015).
- Turan, Z. (2011, Haziran). Finansal Piyasalar Ve Küreselleşme. *Mevzuat Dergisi*. (162). <http://www.mevzuatdergisi.com/2011/06a/01.htm>, (16.03.2015).
- Türk Dil Kurumu (TDK). (2015). http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5500a9da5edc85.30697473, (11.03.2015).
- Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB). (2011). *Dünyada Ve Türkiye’de Finansal Hizmetlere Erişim ve Finansal Eğitim*. Ankara: TCMB.
- Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB). (2014). 2014 Finansal Hesaplar Raporu, *İstatistik Genel Müdürlüğü Parasal ve Finansal Verile Müdürlüğü*. [http://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/c03a44ca-61e9-4f4c-807f-2edc58fff761 / Finansal+Hesaplar+Raporu_2014.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=c03a44ca-61e9-4f4c-807f-2edc58fff761](http://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/c03a44ca-61e9-4f4c-807f-2edc58fff761/Finansal+Hesaplar+Raporu_2014.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=c03a44ca-61e9-4f4c-807f-2edc58fff761), (13.07.2015).
- Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB). (2015a). Finansal İstikrar Raporu Mayıs 2015. Sayı 20. http://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/4a57b0bd-5d36-4d5d-981e-a3e570b6e0e7/Fir_TamMetin20.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=4a57b0bd-5d36-4d5d-981e-a3e570b6e0e7, (13.07.2015).
- Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB). (2015b). *Mart 2015 Bülten sayı 37*. http://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/594551dd-66f6-40fe-8f32-a2870bc984a3/TCMB_Bulten_37.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=594551dd-66f6-40fe-8f32-a2870bc984a3, (07.08.2015).
- Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB). (2015c). Finansal Eğitim. <http://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TCMB+TR/TCMB+TR/Bottom+Menu/Egitim-Akademik/Finansal+Egitim/#>, (08.07.2015).

- Türkiye Cumhuriyeti Kalkınma Bakanlığı. (2014). Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018. *Yurtiçi Tasarruflar Özel İhtisas Komisyonu Raporu Ankara 2014*. http://www.hakan.hozyildiz.com/file/resource/1431922181_yurticitasarruflarozelihtisaskomisyonuraporu.pdf, (13.07.2015).
- Türkiye’de Finansal Erişim ve Okuryazarlık 2014. (2014). *TEB-Boğaziçi Üniversitesi*. http://www.teb.com.tr/upload/PDF/foe_endeks_rapor_2014.pdf, (14.01.2015).
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). (2006), *Understandings Of Literacy, Chapter 6, Education For All Global Monitoring Report*. http://www.unesco.org/education/GMR2006/full/chapt6_eng.pdf, (14.01.2015).
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). (2006). Literacy: The Core Of Education For All, Chapter 1, *Education For All Global Monitoring Report*. http://www.unesco.org/education/GMR2006/full/chapt1_eng.pdf, (3 Mart 2015).
- Uralcan, G. Ş. (2011). Finansal Eğitim Ulusal Stratejisi Oluşumunda Özel Sigorta Sektörüne Yönelik Eğitimlerde Önem Taşıyan Makro Analizler. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 12(2): 113-137.
- Uygur, E. (2012). Türkiye’de Tasarrufların Seyri ve Etkileyen Bazı Unsurlar, *Türkiye Ekonomi Kurumu Tartışma Metni 2012/108*. <http://www.tek.org.tr/dosyalar/tasarruflar1.pdf>, (13.07.2015).
- Ünal, S., Düğer, Y. S., ve Söylemez, C. (2015). Ekonomi Okuryazarlığı ve Kredi Kartı Tutumunun Rasyonel Kredi Kartı Kullanımına Etkisi: Dumlupınar Üniversitesi Tavşanlı MYO Örneği. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*. Nisan 2015. 10(1): 31-52.
- Vitt, L.A., Anderson, C., Kent, J., Lyter, D.M., Siegenthaler, J.K., ve Ward, J. (2000). Personal Finance And The Rush To Competence: Personal Financial Literacy In The U.S. *The Fannie Mae Foundation*. <http://www.isfs.org/documents-pdfs/rep-finliteracy.pdf>, (18.03.2015).
- Worthington, A. C. (2006). Predicting Financial Literacy In Australia. <http://ro.uow.edu.au/commpapers/116/>, (19.03.2015).

- Yalçiner, K. (2012). *Uluslararası Finansman (Gözden geçirilmiş ikinci baskı)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yeung, W. J., ve Hofferth, S. L. (1998). Family Adaptations To Income And Job Loss In The US. *Journal of Family and Economic Issues*. 19(3): 255-283.

EK: ANKET FORMU

FİNANSAL OKURYAZARLIK ÖLÇEĞİ

Değerli Katılımcı,

Bu anket, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans programında Finansal Okuryazarlıkla ilgili yürütülen bir tez çalışmasının parçasıdır. Anketi oluşturan soruları yanıtlamak, hiç şüphesiz değerli vaktinizi alacaktır. Ancak sorulara kendi düşünceleriniz doğrultusunda samimi yanıtlar verirseniz, bilimsel bir çalışmaya nitelikli bir destek vermiş olacaksınız.

İlginiz ve desteğiniz için şimdiden teşekkür eder saygılar sunarım.

Öğr. Gör. Eray BAYSA
Cumhuriyet Üniversitesi

1- KİŞİSEL BİLGİLER

1) **Cinsiyetiniz?**

☐ Kadın ☐ Erkek

2) **Yaş grubunuz?**

☐ 24 ve altı ☐ 25-34 ☐ 35-44 ☐ 45-54 ☐ 55 ve üzeri

3) **Eğitim Durumunuz?**

☐ İlköğretim ☐ Lise ☐ Yüksekokul ☐ Lisans ☐ Y.Lisans ve Üzeri

4) **Hangi Sektörde Çalışmaktasınız?**

☐ Bankacılık, Finans ☐ Ticaret (Toptan-Perakende) ☐ Eğitim, Araştırma
☐ İnşaat,Emlak,Müteahhitlik ☐ Sanayi ve Üretim ☐ Tarım, Orman, Hayvancılık
☐ Kamu ☐ Çalışmıyorum

5) **Gelir Durumunuz? (Aylık)**

☐ 0-1000 TL ☐ 1001-2000 TL ☐ 2001-3000 TL ☐ 3001-4000 TL ☐ 4001 TL ve üzeri

6) **Bankada hangi müşteri grubunu temsil etmektesiniz?**

☐ Bireysel ☐ Ticari ☐ Tarımsal

7) **Herhangi bir bankadan daha önce kredi kullandınız mı?**

☐ Evet ☐ Hayır

8) **Bankalarda operasyonel işlemler (para yatırma, para çekme, Havale, EFT gibi) yapıyor musunuz?**

☐ Evet ☐ Hayır

9) En çok yatırım yaptığınız yatırım aracı hangisidir?

☐ Hisse Senedi ☐ Mevduat ☐ Döviz ☐ Altın ☐ Tahvil-Bono ☐ Diğer

☐ Yatırım Yapmıyorum

2- FİNANSAL OKURYAZARLIK ÖLÇEĞİ

		Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
1	Bankamatik veya kredi kartımın kaybolması veya çalınması durumunda ne yapacağımı bilirim.					
2	Kredi kartı kullanırken gelirime göre harcama yaparım.					
3	Kullandığım veya kullanacağım kredinin vade yapısında aylık ödeme durumumu dikkate alırım.					
4	Almış olduğum kredi tutarını kredinin amacına uygun olarak kullanırım.					
5	Kredi borcumu erken kapattığımda ödenecek tutarda avantaj sağlar.					
6	Bir bankada kötü bir kredi sicilim varsa başka bir bankaya kredi talebi yaptığımda bunun görüleceğini ve dikkate alınacağını bilirim					
7	Bankaya gitmeden de kredi notumu öğrenebilirim.					
8	Finansal bir hizmet alırken o hizmete yönelik bütün yazılı şart ve sözleşmeleri okurum.					
9	Sözleşme öncesi bilgi formunu mutlaka okurum.					
10	İnternet bankacılığıyla ne tür işlemler yapılabileceğini bilirim.					
11	İnternet bankacılığı kullanmanın ne tür avantajlar sağladığını bilirim.					
12	Virman, Havale, EFT gibi para transfer türleri arasındaki farkı bilirim.					
13	IBAN numarasının ne olduğunu bilirim.					
14	Bir bankamatik kartı üzerinde yazan numaralardan hangilerinin şube kodu hangilerinin müşteri ve hesap numarası olduğunu ayırt edebilirim.					
15	Faiz oranlarında meydana gelen değişimlerin etkisini yorumlayabilirim.					
16	Döviz fiyatlarındaki artış veya azalışların etkisini yorumlayabilirim.					
17	Altın, döviz ve petrol fiyatlarındaki değişimlerin sebeplerini yorumlayabilirim.					
18	Sigorta yaptıracağım zaman ne tür sorular sormam gerektiğini bilirim.					
19	Yaptırdığım sigorta poliçemin hangi teminatları kapsadığını bilirim.					
20	Sigorta yaptırmanın iyi bir yatırım olduğuna inanırım.					
21	Kredi kullanırken hayat sigortası yaptırmamın beni, olası bir yaşam kaybı durumunda kullandığım kredinin finansal yükünden kurtarır.					
22	Gelecekte oluşabilecek riskler veya planlanmamış harcamalar için yatırım yapmak gerekir.					
23	Bireysel emeklilik sisteminin sağladığı avantajları bilirim.					
24	Ekonomi ve finans haberlerini takip ederim.					
25	Finans konularında eğitim almayı isterim.					

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Eray BAYSA

Doğum Yeri ve Tarihi : TOKAT/1988

Eğitim Durumu

Lisans Öğrenimi : Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
İşletme Bölümü-Lisans (2007-2011)

Yüksek Lisans Öğrenimi : Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
İşletme Anabilim Dalı Muhasebe-Finansman Bilim Dalı

Yabancı Dili : İngilizce

Bilimsel Faaliyetleri :

İş Deneyimi :

- Cumhuriyet Üniversitesi Koyulhisar Meslek Yüksekokulu (Öğretim Görevlisi) (2014-)
- T.C. Ziraat Bankası Yeşilırmak/TOKAT Şube Müdürlüğü (Girişimci Müşteri İlişkileri Asistanı) (2012-2014)
- T.C. Ziraat Bankası Tokat Şube Müdürlüğü (2011-2012)

İletişim

E-Posta Adresi : ebaysa@cumhuriyet.edu.tr / eraybaysa@gmail.com