

**T.C.
ERZİNCAN BİNALİ YILDIRIM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
MUHASEBE, FİNANS VE BANKACILIK ANA BİLİM
DALI**

**DİJİTALLEŞME ALGISI VE FİNANSAL
OKURYAZARLIK DÜZEYİNİN MUHASEBE MESLEK
TERCİHİNE ETKİSİ: MUHASEBE EĞİTİMİ ALAN
ÖĞRENCİLER ÜZERİNE BİR UYGULAMA**

Yüksek Lisans Tezi

**Hazırlayan
Elif AVCI**

**Danışman
Doç.Dr. Mehmet GÜNER**

Ocak 2023, ERZİNCAN

**T.C.
ERZİNCAN BİNALİ YILDIRIM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
MUHASEBE, FİNANS VE BANKACILIK ANA BİLİM
DALI**

**DİJİTALLEŞME ALGISI VE FİNANSAL
OKURYAZARLIK DÜZEYİNİN MUHASEBE MESLEK
TERCİHİNE ETKİSİ: MUHASEBE EĞİTİMİ ALAN
ÖĞRENCİLER ÜZERİNE BİR UYGULAMA**

Yüksek Lisans Tezi

**Hazırlayan
Elif AVCI**

**Danışman
Doç.Dr. Mehmet GÜNER**

Ocak 2023, ERZİNCAN

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK

Bu çalışmadaki tüm bilgilerin, akademik ve etik kurallara uygun bir şekilde elde edildiğini beyan ederim. Aynı zamanda bu kural ve davranışların gerektirdiği gibi, bu çalışmanın özünde olmayan tüm materyal ve sonuçları tam olarak aktardığımı ve referans gösterdiğimi belirtirim.

ELİF AVCI



T.C.
ERZİNCAN BİNALİ YILDIRIM ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Ana Bilim Dalı: Muhasebe, Finans Ve Bankacılık Ana Bilim Dalı

Program Adı : Tezli Yüksek Lisans

Tez Başlığı : Dijitalleşme Algısı Ve Finansal Okuryazarlık Düzeyinin
Muhasebe Meslek Tercihine Etkisi: Muhasebe Eğitimi Alan Öğrenciler Üzerine Bir
Uygulama

Yukarıda bilgileri verilen tez çalışmasının a) Giriş, b) Ana bölümler ve c) Sonuç kısımlarından oluşan (Kapak, Ön söz, Özet, İçindekiler ve Kaynakça hariç) toplam 157 sayfalık kısmına ilişkin 03/01/2023 tarihinde **IThenticate/Turnitin** intihal programından aşağıda belirtilen filtreleme uygulanarak alınmış olan özgünlük raporuna göre tezin benzerlik oranı: % 7' dir.

Filtrelemeye **alıntılar dâhil** edilmiştir. Filtrelemede **yedi (7) kelimedenden daha az** örtüşme içeren metin kısımları hariç tutulmuştur.

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez İntihal Raporu Uygulama Esaslarını inceledim ve bu uygulama esaslarında belirtilen azamibenzerlik oranlarına göre tez çalışmasının herhangi bir intihal içermediğini, aksinin tespit edilmesi durumunda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini bilgilerinize arz ederim. / /

Danışman: Doç. Dr. Mehmet GÜNER

Öğrenci: Elif AVCI

KILAVUZA UYGUNLUK

“Dijitalleşme Algısı ve Finansal Okuryazarlık Düzeyinin Muhasebe Meslek Tercihine Etkisi: Muhasebe Eğitimi Alan Öğrenciler Üzerine Bir Uygulama” başlıklı Yüksek Lisans Tezi, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Lisansüstü Tez Yazım Kılavuzuna uygun olarak hazırlanmıştır.

Hazırlayan

Elif AVCI

Danışman

Doç. Dr. Mehmet GÜNER

KABUL VE ONAY TUTANAĞI

Doç. Dr. Mehmet GÜNER danışmanlığında **Elif AVCI** tarafından hazırlanan “**Dijitalleşme Algısı Ve Finansal Okuryazarlık Düzeyinin Muhasebe Meslek Tercihine Etkisi: Muhasebe Eğitimi Alan Öğrenciler Üzerine Bir Uygulama**” adlı bu çalışma jürimiz tarafından Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Muhasebe, Finans Ve Bankacılık Ana Bilim Dalı’nda **Yüksek Lisans** tezi olarak kabul edilmiştir

27.01.2023

JÜRİ:

Danışman : **Doç. Dr. Mehmet GÜNER**

İmza

Üye : **Doç.Dr. Ersin KORKMAZ**

İmza

Üye : **Doç.Dr. Murat SERÇEMELİ**

İmza

ONAY:

Bu tezin kabulü Enstitü Yönetim Kurulu'nun 27/01/2023 tarih vesayılı kararı ile onaylanmıştır.

...../...../.....

Prof. Dr. Necdet TOZLU

Enstitü Müdürü

ÖN SÖZ

Bu tez çalışması, birçok kişinin desteği olmadan mümkün olmazdı. Öncelikle danışmanım sayın hocam Doç.Dr. Mehmet GÜNER'e tez çalışmam boyunca verdiği değerli tavsiyeleri, ilham verici teşvikleri ve büyük sabrı için teşekkür ederim. Onun geniş bilgi ve tecrübesi, bu çalışmaya büyük katkı sağlamıştır. Ayrıca bilgi, tecrübe ve nezaketleriyle bu tez çalışmasına katkı sağlayan kıymetli bölüm hocalarıma teşekkürlerimi sunarım.

Bu çalışmanın anket aşamasında, katılımları ve değerli bilgilelendirmeri için, değerli zamanlarını paylaşmaları ve böylece aktardıkları veriler doğrultusunda çalışmanın başarısını destekledikleri için tüm katılımcılara teşekkürlerimi sunarım.

Ayrıca bana her zaman güvenen, hiçbir şekilde desteklerini esirgemeyen aileme de teşekkürlerimi sunarım. Onların muazzam anlayışı ve teşviki olmadan, çalışmamı tamamlamam imkânsız olurdu.

Elif AVCI, Erzincan, 2023

**DİJİTALLEŞME ALGISI VE FİNANSAL OKURYAZARLIK
DÜZEYİNİN MUHASEBE MESLEK TERCİHİNE ETKİSİ: MUHASEBE
EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLER ÜZERİNE BİR UYGULAMA**

ELİF AVCI

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi,

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Yüksek Lisans Tezi, Ocak 2023

Danışman: Doç. Dr. Mehmet GÜNER

ÖZET

Muhasebe mesleği, sosyo-ekonomik, finansal ve teknolojik alanlarda ortaya çıkan değişikliklerle beraber artan oranda önem kazanmaya başlamış ve günümüz toplum ve ticaret hayatı için etkili bir konuma yükselmiştir. Bu mesleğin zaman geçtikçe kazandığı önem ve saygınlığın; mesleğin seçme nedenleri arasında yer alan önemli faktörlerden olduğu belirlenmiştir. Muhasebe mesleğinin tercih edilmesini etkileyen kişisel, çevresel ve meslek ile alakalı olmak üzere birçok faktör vardır. Bu çalışma, belirtilen faktörlerin ve önem derecelerinin belirlenmesi hedeflenerek dijitalleşme algısı ve finansal okuryazarlık düzeyinin muhasebe meslek tercihinin, Elazığ ve Erzincan illerinde öğrenim gören muhasebe lisans veya ön lisans öğrencilerinin bu alana yönelimlerinin ölçülmesi amacıyla yapılmıştır. Bu amaçla 371 üniversite öğrencisine anket uygulanmıştır. Uygulanan anketler sonucunda elde edilen verilere Lojistik regresyon analizi uygulanmıştır. Bu analize ek olarak t testi ve One-Way Anova analizi, güvenilirlik analizi, normallik analizi, faktör analizleri ve korelasyon analizi gibi analiz yöntemleri uygulanmıştır. Çalışmanın sonucunda, muhasebe eğitimi alan öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeylerinin ve dijitalleşme algılarının muhasebe meslek seçme niyeti arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Muhasebe Eğitimi, Muhasebe Eğitimi Alan Öğrenciler, Finansal Okuryazarlık, Dijitalleşme Ve Teknoloji Algısı.

**THE EFFECT OF DIGITALIZATION PERCEPTION AND FINANCIAL
LITERACY LEVEL ON ACCOUNTING PROFESSION PREFERENCE: AN
APPLICATION ON ACCOUNTING STUDENTS**

Elif AVCI

Erzincan Binali Yıldırım University,

Graduate School of Social Sciences

Master's Thesis, January 2023

Supervisor: Assoc.Dr. Mehmet GÜNER

ABSTRACT

The accounting profession has begun to gain increasing importance with the changes in social, financial, economic and technological fields and has risen to an influential position for today's society and business life. The importance and prestige that this profession has gained over time; It has been determined that it is one of the important factors among the reasons for choosing the profession. There are many factors that affect the choice of the accounting profession, including personal, environmental and professional. This study was carried out to determine the effects of digitalization perception and financial literacy level on the choice of accounting profession, by aiming to determine the factors and their importance levels, and to measure the orientation of accounting undergraduate or associate degree students studying in the provinces of Elazığ and Erzincan. For this purpose, a questionnaire was applied to 371 university students. Logistic regression analysis was applied to the data obtained as a result of the applied questionnaires. In addition to this analysis, analysis methods such as t test and One-Way Anova analysis, reliability analysis, normality analysis, factor analysis and correlation analysis were applied. As a result of the study, it has been determined that there is a significant difference between the financial literacy levels and digitalization perceptions of the accounting education students and their intention to choose an accounting profession.

Keywords: Accounting Education, Accounting Students, Financial Literacy, Digitalization And Technology Perception.

İÇİNDEKİLER

DİJİTALLEŞME ALGISI VE FİNANSAL OKURYAZARLIK DÜZEYİNİN MUHASEBE MESLEK TERCİHİNE ETKİSİ: MUHASEBE EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLER ÜZERİNE BİR UYGULAMA

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK	i
TEZ ÖZGÜNLÜK SAYFASI.....	ii
KILAVUZA UYGUNLUK	iii
KABUL VE ONAY TUTANAĞI.....	iv
ÖN SÖZ	v
ÖZET	vi
ABSTRACT	vii
İÇİNDEKİLER.....	viii
SİMGELER ve KISALTMALAR LİSTESİ.....	xi
TABLolar LİSTESİ	xiii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xvi
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM DİJİTALLEŞME

1.1. Dijitalleşme Kavramı	5
1.1.1. Dijitalleşme ve Sektörler	14
1.1.2. Dijitalleşme İle İlgili İş Kavramları	19
1.1.3 Dijitalleşmenin Önündeki Engeller	22
1.1.4. Muhasebe Mesleğinde Dijital Dönüşüm	23

İKİNCİ BÖLÜM

FİNANSAL OKURYAZARLIK

2.1. Finansal Okuryazarlık Kavramı	28
2.2. Finansal Okuryazarlık Tanımı	28
2.3. Finansal Okuryazarlığın Önemi	32
2.4. Finansal Okuryazarlığın Amaçları	33
2.5. Finansal Okuryazarlığın Etkileri.....	34
2.5.1. Finansal Okuryazarlığın Bireysel Refah Üzerindeki Etkisi	34
2.5.2. Finansal Okuryazarlığın Sosyal Refah Üzerindeki Etkisi.....	35
2.6. Finansal Eğitim	36

2.6.1. Finansal Eğitimin Önemi	36
2.6.2. Finansal Eğitimin Amaçları	37
2.7. Finansal Davranış	39
2.7.1. Finansal Davranışın Önemi	40
2.7.2. Finansal Davranışın Amacı	40
2.7.2.1. Harcama Ve Tasarruf Davranışı	40
2.7.2.2. Yatırım Davranışı	41
2.7.2.3. Borçlanma Davranışı	41
2.8. Finansal Okuryazarlığın Ölçülmesi	42
2.9. Dünya Geneline Finansal Okuryazarlık	45

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM, BULGU VE YORUMLAR

3.1. Literatür Araştırması	47
3.2. Araştırma	53
3.2.1. Araştırmanın Amacı	53
3.2.2. Araştırmanın Önemi	54
3.2.3. Araştırmanın Kapsamı ve Kısıtları	54
3.2.4. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri	55
3.2.5. Araştırmanın Yöntemi	57
3.2.6. Araştırmanın Değişkenleri	57
3.2.7. Evren ve Örneklem/Çalışma Grubu	57
3.2.8. Veri Toplama Süreci ve Araçları	58
3.2.9. Araştırmada Kullanılan Ölçekler	58
3.2.10. Araştırmada Kullanılan Testler	59
3.3. Katılımcıların Demografik Özellikleri	60
3.4. Güvenilirlik Analizi	61
3.5. Faktör Analizleri	65
3.5.1. Finansal Okuryazarlık Düzeyi Ölçeğinin Faktör Analizi	65
3.5.2. Dijitalleşme ve Teknolojik Gelişmeler Ölçeğinin Faktör Analizi	67
3.6. Normallik Analizi	69
3.7. Anket Sorularına Verilen Cevapların Dağılımı	72
3.8. Korelasyon Analizi	82
3.9. Lojistik Regresyon	88

3.9.1. Dijitalleşme Ve Teknolojik Gelişmelere Yönelik Algı Değişkeni İçin Regresyon Analizi	88
3.9.2. Finansal Okuryazarlık Düzeyi Değişkeni İçin Regresyon Analiz	91
3.10. Farklılık Analizleri.....	94
3.10.1. Bağımsız T-Testi.....	94
3.10.2 Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)	103
3.11 Araştırma Hipotezlerinin Sonuçları	116
SONUÇ VE ÖNERİLER	120
KAYNAKÇA.....	126
EKLER.....	135
ÖZ GEÇMİŞ	143



SİMGELER ve KISALTMALAR LİSTESİ

ATM	: Automatic Teller Machine(Bankamatik)
GİB	: Gelir İdaresi Başkanlığı
OECD	: Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü
PC	: Kişisel Bilgisayar
MY	: Mesleki Yeterlilik
EM	: E-dönüşümden Memnuniyet
EU	: E-dönüşüme Uyum
EK	: E-dönüşüm Kaynaklı Kaygı
M	: Meslek Mensuplarının Dijitalleşme Ve Teknolojik Ürünlerden Memnuniyetsizliği
H	: Harcama
T	: Tutum
A	: Algı
İ	: İlgi
BT	: Bilgi Teknolojileri
IDC	: Uluslararası Veri Şirketi
BBVA	: Bankao Bilbao Vizcaya Argentaria
NFC	: Yakın Alan Teknolojisi
KMO	: Kaiser-Mayer-Olkin
TCMB	: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası
CRM	: Müşteri ilişkileri yönetimi
FVÖK	: Faiz ve Vergi Öncesi Kazanç
PACFL	: President's Advisory Council on Financial Literacy (Başkanın Finansal Okuryazarlık Danışma Konseyi)

NCSL	: National Conference of State Legislatures (Ulusal Eyalet Yasama Meclisleri Konferansı)
FODER	: Finansal Okuryazarlık ve Erişim Derneği
HRS	: Refah ve Emeklilik Genel Bakış Anketi
EKO	: Çalışma ekonomisi ve endüstri ilişkileri
HSFPP	: High School Financial Planning Program (Lise Finansal Planlama Programı)
FL	: Financial Literacy (Finansal Okuryazarlık)
FİCO	: Financial Controlling (Mali Kontrol)
AFA	: Açımlayıcı Faktör Analizi

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1.1: Dijitalleşme, Dijitalleştirme ve Dijital Dönüşüm Arasındaki Farklar	11
Tablo 1.2: Geleneksel muhasebe ile dijital muhasebenin karşılaştırılması.....	24
Tablo 3.1: Katılımcıların Demografik Özellikleri	60
Tablo 3.2: E-Dönüşümden Memnuniyet Faktörüne İlişkin Güvenilirlik Analizi	62
Tablo 3.3: E-Dönüşüme Uyum Faktörüne İlişkin Güvenilirlik Analizi	62
Tablo 3.4: Mesleki Yeterlilik Faktörüne İlişkin Güvenilirlik Analizi	63
Tablo 3.5: Meslek Mensuplarının Dijitalleşme ve Teknolojik Ürünlerden Memnuniyetsizliği Faktörüne İlişkin Güvenilirlik Analizi	63
Tablo 3.6: E-Dönüşüm Kaynaklı Kaygı Faktörüne İlişkin Güvenilirlik Analizi.....	63
Tablo 3.7: Harcama Faktörüne İlişkin Güvenilirlik Analizi	63
Tablo 3.8: Tutum Faktörüne İlişkin Güvenilirlik Analizi.....	64
Tablo 3.9: Algı Faktörüne İlişkin Güvenilirlik Analizi	64
Tablo 3.10: İlgi Faktörüne İlişkin Güvenilirlik Analizi.....	64
Tablo 3.11: Finansal Okuryazarlık Düzeyi Ölçeğini Faktör Analizine Uygunluk Testi	65
Tablo 3.12: Finansal Okuryazarlık Düzeyi Ölçeğinin Faktör Analizi Bulguları	66
Tablo 3.13: Dijitalleşme ve Teknolojik Gelişmeler Ölçeğinin Faktör Analizine Uygunluk Testi	67
Tablo 3.14: Dijitalleşme ve Teknolojik Gelişmeler Ölçeğinin Faktör Analizi Bulguları	68
Tablo 3.15: Dijitalleşme ve Teknolojik Gelişmeler Kapsamında Normallik Analizi Bulguları	70
Tablo 3.16: Finansal Okuryazarlık Kapsamında Normallik Analizi Bulguları.....	71
Tablo 3.17: Dijitalleşme ve Teknolojik Gelişmelere Yönelik Algı Soruları Kapsamında Verilen Cevapların Dağılımı.....	73

Tablo 3.18: Finansal Okuryazarlık Düzeyi Soruları Kapsamında Verilen Cevapların Dağılımı	78
Tablo 3.19: Korelasyon Analiz Bulguları.....	83
Tablo 3.20: Dijitalleşme Ve Teknolojik Gelişmelere Yönelik Algı Değişkeni Model Katsayılarının Anlamlılığı	88
Tablo 3.21: Değişkenler Arasındaki İlişkinin Derecesi.....	89
Tablo 3.22: Lojistik Regresyon Modelinin Sınıflandırma Başarısı.....	89
Tablo 3.23: Lojistik Regresyon Modelindeki Değişkenler	90
Tablo 3.24: Finansal Okuryazarlık Düzeyi Değişkeni Model Katsayılarının Anlamlılığı.....	91
Tablo 3.25: Değişkenler Arasındaki İlişkinin Derecesi.....	92
Tablo 3.26: Lojistik Regresyon Modelinin Sınıflandırma Başarısı	92
Tablo 3.27: Lojistik Regresyon Modelindeki Değişkenler	93
Tablo 3.28: Soru Gruplarının Yaş Gruplarına Göre Farklılıkların İncelendiği Bağımsız T-Testi Bulguları	95
Tablo 3.29: Cinsiyete Göre Farklılıkların İncelendiği Bağımsız T-Testi Bulguları.....	97
Tablo 3.30: Öğrenim Durumuna Göre Farklılıkların İncelendiği Bağımsız T Testi Bulguları	99
Tablo 3.31: Muhasebe Mesleğini Yapmak İster Misiniz Sorusuna Verdikleri Cevaplara Göre Farklılıkların İncelendiği Bağımsız T Testi Bulguları.....	101
Tablo 3.32: Öğrenim Görülen Bölüme Göre Farklılıkların İncelendiği Tek Yönlü Varyans Analizi Bulguları (Dijitalleşme Ve Teknolojik Gelişmelere Yönelik Algılar).....	104
Tablo 3.33: Öğrenim Görülen Bölüme Göre Farklılıkların İncelendiği Tek Yönlü Varyans Analizi Bulguları (Finansal Okuryazarlık).....	109
Tablo 3.34: Not Ort. Göre Farklılıkların İncelendiği Tek Yönlü Varyans Analizi Bulguları (Dijitalleşme Ve Teknolojik Gelişmelere Yönelik Algılar)	113

Tablo 3.35: Not Ort. Göre Farklılıkların İncelendiği Tek Yönlü Varyans Analizi Bulguları (Finansal Okuryazarlık).....	115
---	-----

Tablo 3.36: Hipotez Sonuçları.....	117
---	-----



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1: Finansal Eğitim Diyagramı.....	39
Şekil 3.1: Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri.....	55



GİRİŞ

Muhasebe eğitimi, mesleki bir eğitim olup alınan eğitim sayesinde kişilere mesleğin gerektirdiği yetenek ve bilginin edindirilmesi hedeflenmektedir. Muhasebe mesleğinin uygulama ve kapsamına yönelik bilimsel kurallar ve yeterlilikler ulusal ve uluslararası standartlarla düzenlenmiştir (Apostolou vd., 2017, s.2).

Yükseköğretim programlarındaki ders planlarıyla üniversite öğrencilerine mesleki bilgiler verilmeye gayret edilmektedir. Ayrıca meslek odaları muhasebe çalışanlarına eğitimleriyle bilgi tazelerken aynı zamanda dijitalleşmeden yararlanma ve okuryazarlığı edindirmektedir. Muhasebe mesleğinden en önemli beklenti, şeffaf, karşılaştırılabilir, güvenilir ve doğru bilgi ortaya koymasıdır. Muhasebe eğitimi de söz konusu bilgiyi üretecek nitelikteki sahibi iş gücünün yetiştirilmesin, sağlar. Muhasebe uzmanlarının veya mensuplarının yürüttüğü faaliyetlerin kayda değer bir kısmının rutin işler olduğu düşünüldüğü zaman, dijitalleşmeden en fazla etkilenen meslek grupları arasında muhasebe mesleği gösterilebilir (Bılcan vd., 2019, s.267). Dijital dönüşüm ve yeniliklerin muhasebe mesleğine yansımaları, işletmelere ek olarak gerek muhasebe eğitimi veren kuruluşları gerekse muhasebe meslek çalışanlarını ilgilendirmektedir. Dijital dönüşüm, teknolojik gelişmelerin iş kalıplarına, süreçlerine, yetkinliklerine ve modellerine bunları hızlandırarak ve verimliliğini arttıracak şekilde dahil edilmesi sürecidir. Dijital dönüşüm bütün süreçlere ve işletmelere uyacak şekilde tanımlanamasa da en genel haliyle dijital teknolojilerin tüm iş süreçlerine entegre edilmesi sonucunda kapsamlı bir değişime neden olan dönüşüm ve değişimler olarak ifade edilebilir. Muhasebe mesleği de bu değişimden etkilenmiştir ve muhasebe mesleğinde dijital dönüşüm hızlı bir şekilde devam etmektedir. Dijital dönüşüm muhasebenin rutin işlemlerini basitleştirmiştir. Muhasebede bulut teknolojisi ile çalışan web tabanlı muhasebe programları ile çalışılmaya başlanmıştır. İşletmelerin bilgisayar tabanlı işlemleri ile muhasebe mesleği arasındaki entegrasyon sayesinde muhasebe işlemlerinin dijital ortama aktarımı sağlanmıştır. Dijital dönüşüm, tüm resmi muhasebe programlarına otomatik veri aktarımına, cari hesapların ve stokların otomatik olarak taşınmasına ve fişlerin otomatik olarak oluşturulmasına olanak sağlayacak düzeye ulaşmıştır.

Muhasebe kayıtları dijital dönüşüm ile entegre çalıştığından işletmenin faaliyetleri web sistemi üzerinden muhasebe departmanının bilgisayarına kolayca

aktarılabilmekte, nakit akış takibi, gelir gider takibi, cari hesap takibi, çek-senet takibi, finansman kredileri takibi, e-belge, e-ekstre, e-fatura ve e-arşiv işlemleri kolay bir şekilde yapılabilmektedir (Mitrofanova vd., 2018, s. 1818; Güney, 2022, s.191).

Muhasebe ve mobil uygulamalardaki gelişmeler sayesinde işlemler her yerden yapılabilmekte, bulut tabanlı yazılımlar sayesinde fiziksel arşivlemeye gerek kalmamakta, böylece ekolojik denge desteklenmektedir. Dijital teknolojiler ekonomiye gittikçe daha fazla entegre edilmekte, yeni ürünler ve hizmetler sunarak finans sektöründe önemli bir etki sağlamaktadır (Bogasiu ve Ardelean, 2021, s.295). Bu önemli değişiklikler ve bu değişen ortama hızla uyum sağlayan etkili bir finansal eğitim, tüketicinin korunması sağlamaktadır. Buna paralel olarak, dijital teknolojilerin kişisel finans yönetimine uygulanması, tüketicileri ve girişimcileri finansal yaşamlarını ve refahlarını iyileştirmede desteklemek için yeni araçlar sağlamaktadır (Meraghni vd., 2021, s.251). Dijital finansal hizmetler tüketicilere ve girişimcilere somut faydalar sağlama potansiyeline sahiptir.

Dijitalleşme uygulamaları, dünyada pek çok alanda kullanıldığı gibi muhasebe eğitiminde de kullanılmaktadır. Teknolojideki gelişmeler ve muhasebe uygulamalarında teknoloji kullanımının artması beraberinde muhasebe eğitiminde de önemli değişimlere sebep olmuştur. Muhasebe işlemlerinin yerine getirilmesinde teknoloji sıklıkla kullanılmaktadır. Ve bu da işlemlerde kolaylık sağlamaktadır. Teknolojinin gelişimi ve yaygın şekilde kullanımı muhasebe işlemlerinin hızlı ve hatasız yapılmasını mümkün kılmıştır. Bu durum uygulamada teknolojinin yardımıyla teoriden pratiğe daha kolay dönüştürülebilmektedir. Ancak gittikçe daha fazla dijitalleşen muhasebe uygulamalarında, gizlilik ve veri saldırılarına ilişkin siber güvenlik sorunları, insan kaynağı eksikliği, bütçe eksikliği ve gelişmekte olan ülkelerde yasal bir çerçevenin olmaması en önemli dezavantajlardır (Rehm, 2017, s.71). Bu kapsamda, dijitalleşmenin muhasebe eğitimi ve bilgi sistemlerinde sağladığı avantajların yanı sıra sebep olduğu dezavantajlar üzerinde durulması gereken konulardır. Bu çerçevede, muhasebe eğitiminde teknoloji kullanım alanının artırılması, böylelikle finansal okuryazarlığının da geliştirilmesi gerekmektedir (Holtzblatt ve Tschakert, 2011, s.102).

Finansal okuryazarlık, bireysel finansal yönetim, bütçeleme ve yatırım dahil olmak üzere farklı finansal yetenekleri anlama ve etkin kullanma becerisidir. Finansal

okuryazarlığın kapsamı, parayla olan ilişkinin temelidir ve yaşam boyu süren bir öğrenme yolculuğudur. Son yıllarda finansal ürünler ve hizmetler toplum genelinde giderek yaygınlaşmıştır. Daha önceki nesiller malları öncelikle nakit olarak satın almışken, günümüzde kredi ve banka kartları ve elektronik transferler gibi çeşitli yöntemler popülerdir. Fernando(2022) tarafından 2021 yılında yapılan bir anket, tüm ödemelerin %28'inin kredi kartıyla, yalnızca %20'sinin nakit olarak yapıldığını ortaya koymuştur.

Finansın modern toplumdaki önemi göz önüne alındığında, finansal okuryazarlık düzeylerinin düşük olması kişinin uzun dönemli finansal başarısına zarar verebilir. Ne yazık ki, araştırmalar finansal okuryazarlığın çok yaygın olmadığını göstermiştir. Finans konusunda bilgisiz olmak, kötü harcama kararları veya uzun dönemde hazırlık eksikliği nedeniyle sürdürülemez borç yükleri oluşabilmektedir. Bu da bilinçsiz kredi, iflas, konut haczi ve diğer olumsuz sonuçlara sebep açabilir. Finansal okuryazarlık kavramı birçok beceri barındırmaktadır. Bu beceriler arasında ev bütçesi oluşturma, borç yönetimi ve borç ödemeyi öğrenme ve çeşitli kredi ve yatırım ürünleri arasındaki dengeleri değerlendirme yer vardır. Bu beceriler genellikle en azından bileşik faiz ve paranın zaman değeri gibi temel finansal kavramlar bilmeyi gerektirir. Finansal okuryazarlık, kısa vadeli finansal stratejinin yanı sıra uzun vadeli finansal stratejiyi dolayısıyla bugün alınan yatırım kararlarının gelecekteki yükümlülüklerini nasıl etkileyeceğini bilmeyi kapsar. Aynı zamanda emeklilik için tasarruf yaparken hangi yatırım araçlarının kullanılmasının en iyisi olduğunu bilmeyi de içerir (Fernando, 2022).

Bütünsel olarak finansal okuryazarlığın faydası, bireyleri daha akıllıca kararlar almaları için güçlendirmektir. Daha spesifik olarak, finansal okuryazarlık birkaç nedenden dolayı önemlidir:

- Yıkıcı hataları önleyebilir. Bireylerin kişisel mali durumlarıyla ilgili hatalar yapmaktan kaçınmalarına yardımcı olabilir.
- İnsanları acil durumlara hazırlar. Tasarruf veya acil durum hazırlığı gibi finansal okuryazarlık konuları bireyleri belirsiz durumlara hazırlar.
- Bireyin hedeflerine ulaşmasına yardımcı olabilir. Bireyler nasıl bütçe yapacaklarını ve para biriktireceklerini daha iyi anlayarak, beklentileri belirleyen planlar oluşturabilir, mali durumları konusunda kendilerini sorumlu tutabilir ve ulaşılabilir görünen hedeflere ulaşmak için bir rota belirleyebilirler

- Güven uyandırır. Bireyler, öngörülemeyen sonuçlardan şaşırma veya olumsuz etkilenme olasılıklarının daha düşük olduğunu fark ederek önemli yaşam seçimlerine daha büyük bir güvenle yaklaşabilirler (Rehm, 2017, s.73).

Bu çalışmanın amacı, muhasebe eğitimi alan öğrencilerin dijitalleşme algısı ve finansal okuryazarlık düzeyinin muhasebe meslek tercihine etkisinin incelenmesidir. Bu kapsamda dijitalleşme algısı ve finansal okuryazarlık hakkında da bilgiler verilecektir. Bu anlamda araştırmacılar ve öğrenciler için gelecek çalışmalar adına bir temel teşkil edeceği düşünülmektedir. Bu çalışmada, dijital dönüşüm sonucunda değişimin devam ettiği muhasebenin gelecekte daha etkin olabilmesi için muhasebenin ve mesleğin ihtiyaç duyduğu dönüşüm ve evrimlerin arkasında beklenen gelişmeler ve yenilikler araştırılmaktadır. Muhasebede dijital dönüşüm ve finansal okuryazarlığın getirdiği değişim ve gelişmeler ile muhasebenin gelecekte evrileceği boyut değerlendirilecek ve meslek mensuplarına meslekte gerçekleştirmeleri gereken yeniliklere ilişkin önerilerde bulunulacaktır. Çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmış olup alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Elde edilen veriler doğrultusunda, muhasebe mesleğinin ihtiyaç duyduğu değişim ve yenilikler, dijital dönüşümün muhasebe ve muhasebe mesleğinde nasıl değişimlere neden olduğuna ilişkin değerlendirilmiştir. Bu amaç doğrultusunda çalışmanın birinci bölümünde dijitalleşme ile alakalı genel bilgiler ve ikinci bölümünde finansal okuryazarlık kavramı ile alakalı genel bilgiler yer almaktadır. Üçüncü bölümünde araştırmanın yöntemiyle alakalı genel bilgiler, dördüncü bölümde yapılan analiz sonucunda elde edilen bulgular ve yorumlar hakkında bilgiler verilirken beşinci bölüm olan son bölümde ise araştırmaya ilişkin sonuç ve öneriler bulunmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

DİJİTALLEŞME

Bu bölümde Dijitalleşme hakkında bilgiler verilecektir.

1.1. Dijitalleşme Kavramı

Tarım devrimi, paleolitik çağda toprağın ilkel aletlerle işlenmesi ve tarımsal üretime geçilmesiyle birlikte gerçekleşmiştir. Tarım devriminin yerleşik hayata geçiş, yaşam standartları, nüfus ve iş bölümünün ortaya çıkması üzerinde önemli etkileri olmuştur. İnsanlık tarihi boyunca çalışma hayatındaki en büyük kırılma sanayi devrimi ile başlamıştır. Buhar gücüyle çalışan makineler aracılığıyla üretim fabrikalarda gerçekleşmeye başlamış, bireye verilen değerler ve haklar farklılaşmıştır. Buhar gücüne dayalı fabrikaların üretimi ile yeni buluşların etkili olduğu bir dönemde sanayi devrimi 18.yy son çeyreğinde İngiltere'de başlamış ve daha sonra Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri'ne yayılmıştır (Küçükkalay, 2014, s.15).

Tarım devriminden sonra ikinci büyük devrim sanayi devrimidir ve gelişmelerine ve etkilerine göre dört aşamada incelenir. İlk sanayi devrimi 18. yüzyılın sonunda su ve buhar gücüyle çalışan makinelerin üretimde kullanılmasıyla gerçekleşmiştir. İkinci sanayi devrimi ise 20. yüzyılın başlarında mekaniğin elektrikle tanışması ve seri üretime geçmesi ile başladı. Hızla gelişen teknolojilerin yeni süreçleri ortaya çıkarmaya ve üretimde otomasyonu sağlamaya devam etmesiyle 1970'lerden günümüze kadar olan süreç endüstri 3.0 olarak adlandırılmaktadır. 2011 yılında Alman Eğitim ve Araştırma Bakanlığı "Yüksek Teknoloji Stratejisi 2020'nin Gelecek Projeleri" adı altında "Endüstri 4.0" projesini açıklamış ve bu projeden ilk kez 2011 yılında Hannover Fuarı'nda bahsedilmiştir (Yüksel ve Şener, 2017, s.292).

1970'li yıllarda yaşanan durgunluğun bir sonucu olarak verimlilik artışı arayışları, bilgi teknolojilerinin ilerlemesi gerektiği yönünde beklentiler yaratmıştır (Garnham, 2004). Bilgi ve bilgisayar teknolojisindeki gelişmeler 1980'ler ve 2000'li yıllar arası süreci sanayi sonrası döneme taşımıştır ve Endüstri 3.0 olarak da bilinmektedir (Kurtulmuş, 2012, s.162).

Sanayi toplumundan sanayi sonrası topluma geçişi sağlayan yüksek teknolojilerdir. Sanayi çağında üretim anlayışı fiziksel mallar ve üretimin gerçekleştirildiği fabrikalar üzerinde yoğunlaşırken, sanayi sonrası dönemde bilgiye verilen değer önem kazanmış ve bilgiyi oluşturan, kullanan ve depolayan cihazlar üretimin ana unsurlarından biri haline gelmiştir. Endüstriyalizm yerini bilgi üretimi ve bilgi işlemede yoğunlaşan enformasyonalizme bırakmıştır. Castells'e göre "tarihte ilk kez insan aklı üretim sürecinde sadece belirleyici bir faktör değil, doğrudan bir üretim gücüdür". Bilgi toplumu teorisinin temel argümanı, endüstriyel üretim ve ekonomide beyin gücü ve bilgi üretiminin, bilgisayar ve telekomünikasyon gibi "bilgi teknolojileri" aracılığıyla makine gücünden daha önemli hale geldiğidir (Yenal, 2009, s.124).

Sanayileşme sürecinde beden gücüne dayalı üretim azalarak yerini makinelerin aldığı fabrikaların sayısı gitgide artmıştır, bu fabrikalarda çalışan işçiler de toplumsal bir sınıf olarak yerlerini almışlardır (Altan, 2009, s.45). 1950'den itibaren önceki dönemlerin koşullarına göre refaha ulaşan işçi sınıfı, 1960'lı ve 1970'li yıllarda yeni profesyonel mesleklerin ortaya çıkmasıyla birlikte beden emeği yerine beyin emeğini artı değer olarak üretim sürecine dahil etmiştir. "Daniel Bell The Coming of the Post Industrial Society" adlı eserinde sanayi toplumu için gerekli olanın artık kas gücü değil, bilgi olduğu ve değişime cevap verebilecek kişinin iyi eğitilmiş olması gerektiği iddiasını güçlendirmekte ve sanayi toplumunun makine ve insan emeğine dayalı sürecinin aksine, sanayi sonrası toplumun değişimin ve yeniliğin öncüsü olan bilgi etrafında örgütlendiğini belirtmektedir. Post-dijital ekosistemde en önemli üretim faktörü bilgidir, dolayısıyla bilgi teknolojileri konusunda bilgili olanlar iş sahibi olacak ve emek yoğun olan bilgi dışındaki işler makineler tarafından yapılacaktır. Bell, sanayi sonrası dönemde toplumsal gücün temelini zenginlikten teknik beceri ve eğitime kaydığını belirtmektedir (Civelek, 2018, s.89).

1900'lü yılların son aylarından itibaren BT teknolojisi üretim sistemlerinde otomasyonu sağlamış ve bu durum dijitalleşme sürecine doğru atılan bir ön adım olmuştur. 2000'li yılların başında sanayi devriminin dördüncü evresine (Endüstri 4.0) geçişle birlikte dijital dönüşüm süreci dönemini başlatmıştır. Bu dijital dönüşüm günümüz dünyasında nesnelerin interneti, hizmetlerin interneti ve Siber-Fiziksel Sistemlerden oluşan bir değerler zinciri olarak gerçekleşmektedir. Artan otomasyon süreci, yapay zeka teknolojisi ve robotlarla birlikte üretim artık farklı tekniklerle gerçekleştirilmekte, bu da yeni iş modellerini ve yeni meslekleri ortaya çıkarmaktadır. 3'üncü sanayi devrimi ile ortaya çıkan pc, yazılım ve internet, 4'üncü sanayi devrimine geçişi başlattı. İlk kez 2011 yılında Hannover'da fuarda dile getirilen Endüstri 4.0, üretim sürecinde makinelerin, bilgisayarların, sensörlerin ve entegre bilgisayarların birbiriyle iletişim halinde olması ve üretimin çoğunlukla insandan bağımsız bir şekilde kendini koordine ederek gerçekleştirilmesi demektir (Ege, 2014, s.28).

Endüstri 4.0, üretimin dijitalleşmesi ve ürünlerin çevreleriyle entegrasyonu yoluyla özerklik sağlayan dijital zincirdir. Endüstri 4.0'ı harekete geçiren ve üretim biçimini şekillendiren dokuz temel teknolojik gelişme vardır. Bunlar; “büyük veri ve analiz, akıllı robotlar, simülasyon, yatay/dikey entegrasyon, nesnelerin interneti, siber güvenlik, bulut teknolojisi, eklemeli üretim ve artırılmış gerçekliktir” (TÜSİAD, 2016, s.25).

Otomasyon ve bilgi teknolojilerindeki bu ilerleme sadece üretim ve ekonomide değişim ve dönüşüm yaratmakla kalmamış, yeni mesleklerin oluşumundan iletişim araçlarımıza kadar yeni bir toplum ve insan ilişkileri inşa etmiştir. İnsanlık tarihinin en büyük atılımlarından bir diğeri olan Bilgi Toplumu'na geçiş ve bilgisayar, internet ve iletişim araçlarının yaygınlaşması aynı zamanda ekonomide de gelişmelere yol açmıştır (Temel ve Yapraklı, 2015, s.2).

Bu yeni ekonomik sistem, bireylerin yaşam tarzlarını, bakış açılarını ve davranışlarını değiştirmiş ve yeni bir toplumsal yaşamın oluşmasına neden olmuştur. Civelek ve Sözer 2013 yılında bunu yeni bir ekososyal sistem olarak tanımlamaktadır (Civelek ve Sözer, 2003, s.75). Otomasyon teknolojileri sayesinde maliyetler düşerken verimliliğin artmasıyla ortaya çıkan dijital ekonomi yeni bir ekonomik sistem olarak karşımıza çıkarken, otomasyon ve yeni teknolojilerin iş süreçlerine entegre edilmesiyle

emeğe duyulan ihtiyaç azalmaktadır. Mustafa Emre Civelek, işletmelerin eskiye oranla daha üretken olmalarına rağmen rekabetin eskiye oranla daha fazla olmasını ve artan üretkenlik nedeniyle işsizliğin artmasını ve bunun talep belirsizliğine yol açmasını bir kısır döngü olarak nitelendirmektedir. Peter Drucker, bilgisayar ve bilgiye dayalı "yeni bir ekonomik gerçekliğin" ortaya çıktığını ve bu nedenle Süreksizlik Çağı'nda bilgi ve becerilerin uygulanmasını teşvik eden yepyeni bir dizi politika ve stratejiye ihtiyaç duyulduğunu iddia etmiştir. Castells ise ağ toplumlarındaki sosyal sınıf farklılıklarının, enformasyonel ve vasıfsız işçileri oluşturanlar arasındaki beceri ve eğitim farkına dayandığına inanmaktadır. Geleneksel kas gücü yerine beyin gücünün önemli olduğu günümüz çalışma hayatında, bilgi veya hizmet gibi maddi olmayan ürünler üreten maddi olmayan emeğin görev tanımları ve sınırları maddi emek kadar kesin değildir, bu nedenle maddi olmayan emek yerini korumak ve geliştirmek için kendini sürekli geliştirmek ve yetkinliklerini artırmak zorundadır (Savul, 2018, s.52).

2008 krizinden sonra gelişmekte olan ülkeler geri kalmamak için otonom fabrikalar kurmaya başladılar. Ve bunu da endüstri 4.0 teknolojisi üzerine çalışarak gerçekleştirdiler. 2016 yılında Asya iş dünyası artık fabrika ortamından daha dışarı çıkarak yeni bir kavram yarattılar. Ve “Toplum 5.0” adını verdiler. Endüstri 4.0 yapısındaki dijital dönüşüm ve yapay zekâ kavramının içerisinde insan faktörü olmadığında bu kavramın eksik bir kavram olduğunu savunmuşlardır. Özellikle Japon iş dünyası insan temelli dijital dönüşüm ve toplum yapısı geliştirmek istediler. Geliştirdikleri bu yapıyı dijitalleşmeye entegre olabilen çok akıllı toplum yapısı olarak nitelendirmişlerdir. Sadece muhasebe alanında çalışanların değil toplumun her alanında çalışan/aktif olan her birey veya her işletmenin dijitalleşmeye dolayısıyla “Toplum 5.0’a entegre edilmelidir. Toplumda artık fiziksel yerine zihinsel ortamda yapılan işler önem kazanmaktadır. Endüstri 4.0 mantığında kurum, kuruluş ve fabrikalar salt dijital yapıya bürünürse hem toplum genek yapısında hem de ekonomik anlamda işsiz nüfusun etkileri görülmeye başlanacaktır. Endüstri 4.0 sadece sanayinin dijitalleşmesini kapsarken Toplum 5.0 toplumdaki tüm kesimleri kapsamaktadır. Bu da çalışmanın ilerleyen kısımlarında verilecek olan “Dijital Yerli” ve “Dijital Göçmen” kavramlarını ifade eder. En kısa haliyle “Toplum 5.0” insanoğlundan her yeni günde ilerleyerek uzaklaşan teknolojiyle insanoğlunun entegrasyonudur. Dünya Ekonomik Forum 2020 yılında yayınladığı verilere göre dünya üzerinde yapılan işlerin %67’sini insanoğlu yaparken

%33'ünü makineler yapmaktadır. Yani bu da demek oluyor ki makinelerden iki kat daha fazla çalışmış oluyoruz. Kurum 2025 yılı tahmini verilerinde 2025 yılında bu oranın %43 makineler, %57 insanoğlu olacağını öngörmektedir. Başkka bir tahmini verisinde ise bu oranların 2020 yılının tam tarsiine %33 insanoğlu %67 ise makinalar aktif olacaktır tahmininde bulunmuşlardır. Aynı kurumun yayınladığı başka bir tahmine göre son beş yıl içerisinde 1 miyondan fazla insanın yerini robotlar alacak ve bunun neticesinde işsizlik oranları artacağını öngörmektedirler. Ve 10 yıl içerisinde bu dijitalleşmeyle beraber çalışan becerilerinin %40 oranında değışmesi gerektiğı belirtilmiştir. Özellikle 2020 pandemi döneminin de etkisiyle minimum düzeyde maliyetle ve minimum düzeyde insan temasına dayanan iş şekilleri bu oranların artmasına sebep olacaktır. Bununla birlikte gelişen ve değışen teknolojiye ayak uyduracak nitelik ve etkinlikte iş gücüne de ihtiyaz duyulmaktadır. Bu da aslında Endüstri 4.0'ın aslında bu yönüyle Toplum 5.0'in temellerini attığı söylenebilir. Bu sebeple insan hem kendini bu dijitalleşme olgusuna ve algısına alıştırmak hem de bu dijitalleşmenin getirdiğı mali yükü üstlenmek için finansal olarak kendisini geliştirip hazırlamalıdır. Bunun sonucunda insan hem dijitalleşme algısını hem de finansal okuryazarlık düzeyini geliştirerek Toplum 5.0'a entegrasyonunu kolaylaştırabilir (WIN-EURASIA, Toplum 5.0 Akademi Paneli, Erişim Tarihi: 07/01/2023).

Manuel Castells'in ağ toplumuna göre, bilgi teknolojileri aracılığıyla tüm dünyaya yayılan yeni toplumsal yapı, sadece üretimi ya da tüketimi değil, kültürel ilişkileri de etkilemektedir. Her geçen gün gelişen ve değışen teknolojik gelişmeler ise kuşaklar arasında farklılıklara yol açmıştır. Prensky 2001 yılında değışen ve gelişen dijitalleşen dünyada bireylerin ve toplumların farklılıklarını tespit etmek amacıyla "dijital yerli" ve "dijital göçmen" kavramlarını tanımlamıştır. Dijital yerliler, dijital dünyada doğan ve iletişimden öğrenmeye, alışveriş alışkanlıklarına kadar eylemlerini teknoloji ile şekillendiren insanlardır (Prensky, 2001, s.2).

John Palfrey ve Uri Gasse, Dijital Doğan adlı kitabında dijital yerli kavramını "sosyal dijital teknolojilerin yaygın olarak kullanılmaya başlandığı 1980'den sonra doğanlar; hepsi ağa bağı dijital teknolojilere erişime sahip ve bunları kullanabilecek becerilere sahip olanlar" şeklinde tanımlamaktadır.. Dijital göçmenler, dijital dünyada doğmayan ancak yaşamları dijital kültür tarafından şekillendirilen kuşağı temsil etmektedir. 1980'den önce doğan kuşaklar dijital göçmenleri ifade etmektedir. Bu grup

teknolojiye dijital yerli kadar aşına değildir ancak dijital yerleşimci kadar da uzak değildir. Palfrey ve Gasser (2008) ise "dijital yerli" ve "dijital göçmen" e ek olarak üçüncü bir grubu temsil eden "dijital yerleşimci" kavramını eklemiştir. Dijital yerleşimciler, "dijital yerli" ve "dijital göçmen" den farklı olarak geleneksel yapıya bağlı kalmayı tercih eden kişilerdir. Dijital yerleşimcilerin dijital dünyaya adaptasyonu dijital göçmenler kadar yüksek değildir (Palfrey ve Gasser, 2008, s.17).

Dijitalleşme olgusu akademisyenler tarafından birçok farklı şekilde ele alınmaktadır. Örneğin bazı akademisyenler dijitalleşmeyi iletişim alanında ele alıp etkilerini tartışırken, diğer akademisyenler insanlık tarihi ve sosyal-ekonomik etkileri üzerine çalışmaktadır. Dijitalleşme sadece iş dünyasında sınırlı olarak ele alınmayı değil, mümkün olan tüm faaliyetlerde dijital teknolojilerin kullanımının benimsenmesini gerektirmektedir. Dolayısıyla dijitalleşme, bir şirketin iş akış süreçlerinden eğitim kurumundaki dönüşüm ve dijitalleşmeye kadar yayılmaktadır. Dijitalleşme kavramı ilk olarak 1971 yılında Robert Wachal'ın "bilgisayar destekli beşeri bilimler araştırması" üzerine yaptığı "toplumun dijitalleşmesi" başlıklı makalesinde kullanılmıştır. Dijitalleşme kavramı teknolojiyle birlikte evrilmiş ve "teknoloji tüketimine" yol açmıştır ancak dijitalleşme ve teknoloji arasındaki bağlantı tek taraflı değil, karşılıklıdır. Don Tapscott'a göre teknoloji evrilerek dijitalleşmeye yol açmakta ve dijitalleşme sayesinde yeni düşünme biçimleri, yeni sosyal hayatlar oluşmakta ve bunlar insanların özel hayatlarında bile yaşamın merkezi haline gelmektedir (Brennen ve Kreiss, 2014, s.557).

Gartner'ın BT sözlüğüne göre, "

Dijitalleşme analogdan dijital forma geçme sürecidir, dijitalleşme, bir iş modelini değiştirmek ve yeni gelir ve değer üretme fırsatları sağlamak için dijital teknolojilerin kullanılmasıdır. Dijital bir işe aktarma sürecidir. Dijitalleşme, dijital teknolojileri ve iş operasyonlarını dönüştürmek için kullanılan bilginin kullanımınıdır. (Yankın, 2019, s.2) Dijitalleştirme teknolojilerini daha geniş sosyal ve kurumsal bağlamlara uygulayan sosyoteknik bir süreçtir (Tilson, Lyytinen ve Sorensen, 2010, s.749).

Ayşe Nurefşan Yüksel ve Emine Şener'e göre dijitalleşme süreci: "dijitalleştirilmiş kaynakları şirkete değerler katacak yeni gelir, büyüme ve operasyonel sonuçlara dönüştürmektir" (Yüksel ve Şener, 2017, s.292).

Dijitalleşme kavramının tam olarak anlaşılabilmesi için dijitalleşme ve dijital dönüşüm kavramlarının da açıklanması gerekmektedir. Dijitalleşme ve dijitalleşirmenin anlamları ve etkileri arasındaki fark, sadece iki harfin farkından çok daha büyüktür. Dijitalleşme ve dijitalleşirme arasındaki temel ayrım: Dijitalleşirme, kağıt belgeler, fotoğraflar gibi analog bilgilerin kayıtlar, kimlik kartları gibi dijital bilgilere dönüştürülmesinin bir yoludur, dijitalleşme ise bu dijitalleştirilmiş teknolojinin kullanılması ve gelişen teknoloji ile yeni değerlerin yaratılması anlamına gelir. i-Scoop'un makalesine göre dijitalleşme, dijital veya bilgisayar teknolojisinin kuruluş, endüstri ve ülke tarafından iselleştirilmesi veya artırılması, dijitalleşirme ise fiziksel bilgi taşıyıcılarının dijital versiyonlarının dijital bilgilere dönüştürülmesidir. Örneğin çekilen bir fotoğrafın cep telefonu ile taranması. Dijitalleşme, dijitalleştirilmiş verilerin dijital teknolojiler tarafından daha yaygın bir şekilde kullanılması ve bu sayede operasyonların/süreçlerin daha etkin ve iyileştirilebilir hale getirilmesidir. Dijital teknolojinin her alanda uygulanmasına bağlı olarak 2000'li yıllarda hızlanan dijitalleşme ve dijitalleşirme süreciyle birlikte ortaya çıkan dijital dönüşüm ise iş modellerinden ürünlere, pazarlama modellerinden yönetime kadar iş dünyasının dönüşümünü temsil etmektedir (dijitaldonusumdergisi.com, 2017).

Tablo 1.1: Dijitalleşme, Dijitalleşirme ve Dijital Dönüşüm Arasındaki Farklar

	Dijitalleşirme	Dijitalleşme	Dijital dönüşüm
ODAK	Veri dönüşümü	Verilerin işlenmesi	Bilgiden yararlanma
HEDEF	Analog ilerlemeyi dijitale dönüştürme	İş süreçlerini otomatikleştirin	Şirketlerin çalışma ve düşünme biçimlerini değiştirmek
AKTİVİTE	Kağıt belgeler, fotoğraflar, videolar gibi fiziksel kaynakların dijitalleştirilmesi	Tamamen dijital bir iş akışı süreci oluşturma	Yeni bir dijital şirket oluşturmak
ARAÇLAR	Bilgisayarlar ve dönüştürme için diğer ekipmanlar	BT sistemleri ve uygulamaları	Yeni dijital teknolojiler
MEYDAN OKUMA	Malzeme	Finansal	İnsan Kaynakları

Kaynak: Savic (2019)

Dobrica Savić'in 2019 tarihli *From Digitization, Through Digitalization, to Digital Transformation* başlıklı çalışmasında dijitalleşme, dijitalleştirme ve dijital dönüşüm kavramları odak, amaç, faaliyet, araçlar, zorluk olmak üzere beş boyutta değerlendirilmiş ve aralarındaki farklar Tablo 1.1'de ortaya konulmuştur. Dobrica Savić'e göre dijitalleşme, kağıt tarayıcıların icadı, analog tarihin dijital formata dönüştürülmesinde önemli bir itici güç olmuştur. Dijitalleştirme, dijital bilgilerin kullanımı yoluyla iş süreçlerinin optimizasyonuna, üretim maliyetlerinin azaltılmasına, yeni müşteri deneyimine vb. katkıda bulunmuştur. Dijital dönüşüm, modern teknolojilerin kullanımı yoluyla kurumsal süreçlerden operasyonel süreçlere kadar her şeyin tamamen yeniden şekillendirildiği yeni bir iş modelinin oluşturulmasıdır.

Fahri Bilal Yankın'a göre dijitalleştirme, iş dünyasında iş operasyonlarını, iş süreçlerini ve iş akışı faaliyetlerini verimli hale getirmek, iyileştirmek veya gerektiğinde dönüştürmek için sayısallaştırılmış verileri dijital teknolojilerle birleştirmektir. Sayısallaştırma; görsel-işitsel tüm unsurların bilgisayarda tanımlanabilmesi, işlenebilmesi ve depolanabilmesi için dijital kodlara dönüştürülmesi işlemidir. Dijitalleştirme, belgenin fiziksel özelliklerini ve içeriğini, belgenin bütünlüğünü koruyarak uzun vadeli kaynak sağlayan bir yazılım sürecidir (Yankın, 2019, s.3). Bir kurum veya kuruluşun dijitalleşmesi sadece verilerin ve kaynakların dijitalleşmesi değil, bununla birlikte bu sürecin, bakış açısının ve kaynakların dijitalleşmesidir. Örneğin dijitalleşme, analog yöntemlerle yürütülen süreçlerin bilgisayar ortamına aktarılması değil, bununla birlikte tüm süreçlerin yeni ortama entegre edilmesi, yeni fırsatlardan daha iyi yararlanılması ve olası sorunların doğru yönetilmesi anlamına gelmektedir (Finchman, Dos Santos ve Zheng, 2014, s.330). İş süreçlerinin dijital ortama başarılı bir şekilde aktarılması ise şirketler için birçok avantaj sağlamaktadır (Ilcus, 2018, s.351).

- İş süreçlerinin verimliliğini ve kalitesini artırmak
- Kayıtların dijital sistemlerle entegrasyonu
- Erişilebilirliği ve bilgi paylaşımını iyileştirmek
- Yanıt süresi ve müşteri hizmetlerini iyileştirmek
- Maliyetleri düşürmek
- Daha çok personel esnekliğini teşvik etmek.
- İş devamlılığı için daha iyi bir plan

- Müşteri memnuniyeti

Dijitalleştirme, bilgi üretmek, işlemek, paylaşmak ve işlem yapmak için dijital teknolojilerin kitlesel olarak benimsenmesiyle tetiklenen dönüşümdür. Dijitalleşme, dijital teknolojilerin kullanımı ve bilgiye çok uygun maliyetli, hızlı ve kullanıcı dostu bir şekilde erişilebilmesi, paylaşılması ve kullanılmasıdır. Dijitalleşme ile birlikte tüm insanların düşüncelerini özgürce paylaşabilecekleri ortak bir dil ve hat oluşmaya başlamış ve tüm dünyayı daha çok zenginleştiren bu hatda insanların kolayca erişebilecekleri bilgiler üretilmeye başlanmıştır. "Dünya çapında kullanılan PC sayısı 1990 yılında 100 milyon iken 2010 yılında 1,4 milyara yükselmiştir. Dünyada 1990 yılında 10 milyon cep telefonu sahibi vardı; bugün ise 5 milyardan fazla. İnternet kullanıcılarının sayısı ise aynı yıllarda daha da hızlı bir artış göstererek 3 milyondan 2 milyara ulaşmıştır" (Bhutani ve Paliwal, 2015, s.14).

Sumeet Bhutani ve Yashi Paliwal, dijitalleşmenin güçlü bir büyüme yapısı haline gelmesi için gereken 5 temel unsuru 5C olarak formüle etmektedir:

- **Bilinçli (Conscious):** Dijitalleşmenin gelişmesiyle birlikte bilgiye ve veriye kolay erişim insanların farkındalığını artırmış, onları yeniden düşünmeye ve yeni fikirler edinmeye açık hale getirmiş, eylemlerimiz ve hareketlerimiz dijitalleşen dünyaya uyum sağlamaya ve kendimizi geliştirmeye kanalize olmuştur.
- **Bağlantılı (Connected):** Dijitalleşme insanları tek bir platformda bir araya getirerek coğrafi ve sosyo-ekonomik sınıf farklılıkları arasında bir köprü görevi gördü ve herkes için tek bir ortam meydana getirmiştir.
- **Uyumlu (Compliant):** Dijitalleşme, tüm süreçleri ve uygulamaları uyumlu hale getirmemize yardımcı olarak herkesi kolayca izlememizi ve takip etmemizi sağlayan normları belirledi.
- **İşbirlikçi (Collaborative):** Dijitalleşme, insanların birleşik bir organizasyonda olduğu gibi birlikte çalışmasına yardımcı olmak için sistemleri ve işlevleri entegre etmiştir.
- **Çekişmeli (Contended):** Tüm bunlar, daha iyi sürdürülebilir bir gelecek için bireyler olarak büyümelerine kesinlikle yardımcı olan insanlar arasında eşitlik, alan, daha iyi tesisler, birlik ve bağlantı olduğu için herkes için çok zenginleştirici bir deneyim ile sonuçlanmıştır.

Bu yaklaşımda kapsayıcılık olduğu için bir memnuniyet duygusu verir. Dijitalleştirme süreci sadece iş ve meslek tanımlarının tek taraflı olarak yeniden yapılandırılması değil, aynı zamanda teknolojik yenilikler ve dijitalleşmenin insanların günlük yaşamları üzerindeki etkilerine dayalı olarak sosyal ve kültürel yapıyı da değiştirmekte ve dönüştürmektedir. Son 20 yılda artan dijitalleşme süreci ile birlikte dijitalleşme, toplumların günlük hayatının ana bir parçası haline gelmiş ve toplumların dijital unsurlara bağımlı hale gelmesine yol açmıştır. Dijitalleşen dünyanın yarattığı yeni ortamda mevcut ve geleneksel kültürel yapımızdaki değişim kaçınılmazdır. Dijitalleşmenin toplum üzerindeki en önemli etkilerinden biri sanallık kavramıdır. Sanal, dijital dünya ile gerçek dünya insan hayatında bütünleşmiş ve hayatımızın birçok alanında etkili olmuştur. İletişim için; dijital teknolojilerin ve platformların artmasıyla birlikte iletişim kurma şeklimiz kökten değişmektedir. İnsanlar, şirketler, kurumlar, devletler dijitalleşen çağa paralel olarak iletişim yollarını etkin ve güncel bir şekilde değiştirmektedir. İletişim, ast'ın aksine yüz yüze ve fiziksel boyuttan ziyade ağırlıklı olarak dijital platformlarda gerçekleşen yazılı ve görsel unsurlar üzerinden ilerlemektedir. İş dünyası için: Dijitalleşme ile birlikte iş dünyasının temel fonksiyonları içerik ve biçim olarak değişmiş, işletmeler pazarlama ve satış gibi temel fonksiyonlarını dijital dünyaya taşımışlardır (Karahisar, 2013, s.74).

1.1.1. Dijitalleşme ve Sektörler

Dijital dönüşüm, son on yıl içerisinde hem sosyal çevremizle hem de günlük yaşamdaki rutinlerimizle etkileşim biçimimizi değiştiren bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Lusch'un (Lusch 2015, ss.155-175) vurguladığı gibi, dijital teknoloji dönüşüm yolculuğunda hem etkinleştirici hem de başlatıcı olmak üzere iki taraflı bir rol oynamaktadır. Yeni değer zincirlerinin oluşturulmasını mümkün kılmakta ve kaynakların, uzmanlık ve becerilerin dağıtımını kolaylaştırmaktadır (Bolden-Barrett 2015, ss.135-154) Bu bilgiler ışığında, dijitalleşmenin gerekliliklerini ve bu zorluklara yönelik olası çözümleri kavramaya yönelik bazı önemli çalışmalar yapılmıştır. Bununla birlikte, dijital dönüşümün başarılı bir şekilde nasıl yönetileceği ve bir şirketin veya sektörün tamamen dijitalleşmiş bir şirkete nasıl dönüştürüleceği konusunda daha fazla açıklamaya ihtiyaç vardır. Dijital dönüşümün avantajları yönetimin dikkatini çekmektedir. Bu nedenle de dijital iş stratejileri oluşturulmakta, dijital strateji çalışanları işe alınmakta, yeni iş modelleri ortaya çıkmakta ve şirketlerin rekabetçi, dijital güdümlü

pazarlarda uzun süreli refahını sağlamak için değerlendirilmektedir (Bharadwaj, 2013, ss.471-482).

Dijitalleşme neredeyse her sektörü etkilemekte ve değiştirmektedir. Ancak dijitalleşme çağının en çok dönüştürdüğü sektörlerden her ikisi de iletişim ve bankacılık/finansal hizmetler sektörleri olarak belirtilebilir.

Bankacılık sektörü, bankacılığın dijitalleşmesi ve daha çok müşterinin finansal işlemlerini gerçekleştirmek için mobil uygulamaları kullanmasıyla birlikte büyük değişimlerden geçmektedir. Bu sayede finans sektörü değişmiştir ve varlığını dijital ve mobil bankacılıkta inşa etmeye başladı. Dijitalleşme, bankacılık sektörünün elektronik hizmetlerle müşteriler için yeni değer önerileri ve fırsatlar yaratmasını sağlamış ve bu özellikleri mobil ve internet bankacılığı olarak sunmaya başlamıştır. (Jonsson 2005, ss.403-417) Örneğin dijitalleşme, bankacılık sistemlerine herhangi bir kısıtlama olmaksızın ihtiyaç duydukları her zaman ve her yerde çevrimiçi olarak erişilebilen müşteriler için 24 saat erişilebilir bankacılık sistemleri sağlamıştır. Bilgisayar kullanmak bile gerekli değildir; akıllı telefonlar, tablet PC'ler ve mobil uygulamalar işlemler için yeterli ve kullanımı kolaydır. Bu değişikliklerin finansal kurumlar için uygulanması pek de kolay olmayacaktır, çünkü bankacılıkta temel değişimler ve iyileştirmeler gerekmektedir. Ekonomik güvenlik riskleri dikkatlice değerlendirilmelidir ve bu, her değişim için bankacılık iş modelleri için büyük önem taşımaktadır (Coelho ve Easingwood, 2015, ss.22-34).

Dijital alana geçiş, işletme hissedarlarına, çalışanlara, kullanıcılara ve müşterilere bazı görevler yükler ve bu da Lisa Welchman tarafından şu şekilde ifade edilen dijital yönetim ihtiyacını ortaya çıkarır: "Dijital yönetim, dijital strateji, politika ve standartlar için net bir sorumluluk oluşturmaya odaklanan bir dizi düzenlemedir. Bir dijital yönetim çerçevesi, etkili bir şekilde planlanır ve yürütülürse, dijital ivmenin oluşturulmasına ve dijital kanal sahipliği konusundaki tartışmaların azaltılmasına yardımcı olur" (Welchman, 2016).

Bankalar açısından dijitalleşme; sayısallaştırma kavramı olarak da bilinen, bilginin saklanması, çoğaltılmasını ve dağıtımını kolaylaştırmak için çeşitli konularda bilginin değerlendirilmesini ve işlenmesini içerir. Dijital dönüşümün en büyük faktörlerinden biri olan bankalar da dijitalleşmenin olanaklarından faydalanmaya başladı.

Dijital bankacılık ile kısaca kaynaklar daha etkin kullanılmakta, maliyetler azalmakta, hizmetler hızlı, kolay ve kesintisiz bir şekilde yapılmaktadır (Zelan, 2015).

Dijital bankacılık kavramını günlük hayata örneklemek gerekirse; para transferleri, kredi kartı işlemleri, , ticari işlemler, kredi işlemleri, yatırım işlemleri ve ödeme işlemleri olarak özetleyebiliriz. İnternet, mobil ve ATM kanalları gibi bankacılık işlemlerinin şube olmadan yapılabilirdiği bir platformdur. Aslında bankacılık süreç ve operasyonlarının teknoloji ile birlikte yeniden tasarlanması, maksimum fayda ve maliyet avantajı sağlanarak kaynakların etkin kullanımının sağlanmasıdır. Sadece banka açısından değil, müşteri açısından da müşterilerin daha az zaman harcamasını, daha ucuz ürün-hizmet sunulmasını ve hataya yer bırakmayacak şekilde yüzde yüz doğru ve sofistike hizmet sunulmasını sağlar. Dijital bankacılığın bankalara sağladığı en büyük faydalardan biri de otomasyon sayesinde azalan işlem ve operasyonel maliyetler ile operasyonel hata maliyetlerinin azalması sayesinde kârlılığın olumlu yönde artmasıdır. İşlemler mobil uygulamalar, ATM'ler, internet şubeleri gibi çevrimiçi araçlar üzerinden online olarak gerçekleştirildiği için daha az uzman personel bulundurulmakta, bu da operasyonel maliyetlerin ve personel giderlerinin azalmasına yol açarak bankaların karlılığını dolaylı olarak artırmaktadır. Dijitalleşme; bir başka deyişle, dijitalleşen kaynakların yeni gelirlere, büyümeye ve şirkete değer yaratan operasyonel maliyetlerin azaltılmasına dönüştürülmesi prosesidir. Dijitalleşme, kaynakların etkin bir şekilde kullanılmasını sağlamak amacıyla kurumun fiziksel ve entelektüel kaynaklarının teknolojik yeteneklerle birleştirilmesi şeklinde tanımlanabilir. Ve bu sonuçta da müşterilere çok daha iyi bir müşteri deneyimi sunarak yeni iş modellerinin ve iş fırsatlarının oluşmasını sağlayacaktır (Accenture, 2015).

Özetle, bankacılıkta dijital dönüşümün hedefleri arasında değişen müşteri ihtiyaçlarına hızlı cevap verebilmek, yeni nesil müşterilere ulaşmak, daha basit ve ucuz hizmet sunabilmek, sundukları ürün ve hizmet çeşitliliği ile rekabet avantajı ve benzersiz satış önerisi elde etmek yer almaktadır. Ayrıca zaman ve para kaybına neden olan süreçlerin ortadan kaldırılması, değişen teknolojik dönüşüme ayak uydurulması ile bankalar teknolojinin faydalarından maksimum düzeyde yararlanacaktır (Accenture, 2015).

Türkiye'de son otuz yıldır, Türk bankalarının dijital dönüşümü benimsediği ve dijitalleşme alanında giderek büyük adımların atıldığı bir dönem olmuştur. Türkiye'de sektörün dijitalleşme süreci incelenmek istenirse, dijital bankacılığın temelleri 1988'de İş Bankası tarafından ATM'ler oluşturulmasıyla atılmış ve 1991 yılında ilk kez telefon bankacılığı bankacılık sisteminde kullanılmaya başlanmıştır. Mobil bankacılık ve internet bankacılığının önünü açan en önemli adımlardan biri sayılan şubesiz bankacılık 1997 yılında İş Bankası tarafından, aynı yıl içerisinde Garanti Bankası tarafından müşterinin kullanımına sunulmuştur. Bankacılıkta dijital kanalların gelişmesiyle şubelerin bankacılıktaki rolü de azalmaya başlamıştır. Finansbank'ın Ekim 2012'de tüketicilerin şubeye gitmeden bankanın müşterisi olmalarını ve hesap açmalarını sağlayan Enpara.com, Türkiye'de şubesiz dijital bankacılık alanındaki gelişmelere çok iyi bir örnektir. Türk bankaları dijital bankacılık uygulamalarını başlatmakla kalmamış, bu alanda uluslararası arenada ödüller kazanacak kadar derinleşmiştir (Işın, 2006, s.108).

Yapı ve Kredi Bankası IDC (International Data Corporation) Türkiye tarafından verilen Dijital Dönüşüm Ödülü'nde birincilik ödülünü aldı. Garanti Bankası 2018 yılında World Finance Magazine dergisinin verdiği Türkiye'nin en iyi mobil bankacılık uygulamasına sahip dijital bankası ödülüne layık görüldü. Denizbank 2014 yılında Bank Administration Institute tarafından "Dünyanın En Yenilikçi Bankası" seçilmiştir. Accenture'ın Türkiye'deki sektörleri dijitalleşme endeksi ile ölçtüğü çalışmasında en yüksek dijitalleşme oranına sahip sektör Finansal Hizmetler sektörü olmuştur. Dünyanın en büyük dijital bankalarından biri olan BBVA, bankacılık operasyon süreçlerinde ve yönetiminde dijitalleşmeyi net bir şekilde açıklayabilmektedir. BBVA raporuna göre, (BBVA, 2019) bir bankanın dijitalleşme yolculuğunda birbirini takip eden 3 aşama vardır: ilki yeni kanalların ve ürünlerin oluşturulması, ikincisi teknolojik altyapının değiştirilmesi, sonuncusu ise şirket yapısındaki organizasyonel revizyonlardır. Bu adımları takip ederek; Google, Alibaba, Amazon veya Apple gibi büyük internet şirketleri, ana işlerinin yanı sıra, özellikle ödemeler ve krediler alanlarında hizmetler sunarak finans sektörüne de girmişlerdir. Tüketiciler giderek daha fazla dijitalleştiğinden ve kendilerine hizmet veren şirketlerin de bu şekilde olmasını beklediğinden, bu şirketler finansal operasyonlarda dijitalleşme fırsatını gördüler. Küresel olarak faaliyet gösterdikleri ve büyük bir müşteri tabanına sahip oldukları için, önemli ölçek ekonomilerinden yararlanabilirler. BBVA raporunda, yeni FinTech şirketleri tarafından

sunulanlara benzer yakın alan (NFC) teknolojili ödeme çözümleri veya dijital cüzdanlar gibi yeni dijital ödeme yöntemlerine yer verilmektedir. Yukarıda bahsedildiği gibi yeni dijital kanallar ve ürünler meydana getirirken, manuel ve tekrarlayan görevleri ortadan kaldırmak için süreçlerin otomasyonu, böylece üretkenliği ve verimliliği artırarak daha hızlı ve daha iyi bir sistem elde etmek bu 3 adımdaki bir diğer kritik noktadır. Yapay zeka temelli analitik araçlardan ve sofistike algoritmalarından yararlanmakta olup, otomatik, eş zamanlı ve özelleştirilmiş ürün teklifleri yapmakta veya müşterinin finansal sağlığını iyileştirmek için kişiselleştirilmiş finansal danışmanlık hizmetleri sunmaktadır. Tüm bu gelişmeler yeni ek BT harcamaları ve kaynakları gerektirmektedir (Accenture, 2016).

BBVA raporu, bu daha dijital hizmetleri alan müşterinin bakış açısını da yansıtmaktadır. Yeni ürünler ve şubesiz kanallarla ilk aşamalarda "self-servis" temeline bir müşteri deneyimi gelişmektedir. Self servis modeli web uygulamaları ve cep telefonları aracılığıyla mümkün kılınmaktadır. Kısa vadede müşteri deneyimi bir bankanın performansını diğerinden ayıran en önemli unsur olacaktır, ancak BBVA uzun vadede karlılık seviyelerinin iyileştirilmesi veya korunmasının bankaların dijital dünyadaki başarı seviyesini belirleyeceğine inanmaktadır. İletişim sektörü, teknolojik değişimler ve dijital dönüşüm tarafından yönlendirilen başka bir sektör olarak değerlendirilebilir (Özkaya, 2018, s.18).

Son yıllarda telekom kuruluşları, bilgi teknolojisi araçlarının ve iş destek sistemlerinin dönüşümü yoluyla operasyonel verimlilik ve mali yönden giderlerin azaltılmasına odaklanmaktadır. Bunlar arasında dönüşüm programlarının yönetimi, müşteri etkisiyle uzun iş geçişleri ve kompleks veri geçişleri yer almaktadır. Telekom operatörlerinin dijital bir hizmet sağlayıcı olabilmeleri için daha az maliyetle daha çok müşteri hizmeti sunmaları gerekmektedir. Bu seviyeye gelmek için, yalnızca perakende mağazalarında satış yapmaktan veya çağrı merkezleri istihdam etmekten daha farklı bir şeyler yapmaları gerekir. Guzman ve Pierron'a göre, telekom şirketlerinin geçmiş dönemlerden farklı olarak çok kanallı, sipariş girişi ve ürün kataloğu, CRM, Faturalama, Tahsilat sistemlerinden ayrı olarak tasarlanmış dijital bir strateji uygulaması zorunludur. Yüksek kalitede dijital müşteri deneyiminin sağlanması, mevcut iş süreçlerinin basitleştirilmesi ve teknolojik sistemlerin birbiriyle entegre edilmesi ve yatırım getirisi odaklı bir dijital yol haritası çizilmesi gerektiğini belirtmektedirler (Özkaya, 2018, s.18).

McKinsey tarafından yayınlanan bir rapora göre telekomünikasyon sektörü, pazarda ve piyasa koşullarında kayda değer bir değişim yaşayan, aynı zamanda dünya çapında dijitalleşme için önemli bir itici güç görevi gören bir sektör olarak dijital dönüşümün ana ortaklarından biri olarak gösterilmektedir. Telekomünikasyon sektörü teknoloji ve dijital altyapıya yaptığı yatırımlarla küresel ekonomide bilgi ve sermaye akışında büyük bir değişimi desteklemiş, tamamen yeni iş modellerinin ortaya çıkmasında öncü bir yaklaşım sağlamıştır. Buna ek olarak, dünya sınırlarını aşan bir ağa erişim, dünya çapında milyonlarca insanın gerçek zamanlı bilgiye, piyasalara ve yaşam kalitesi üzerinde uzun süreli etkisi olacak sosyal programlara erişmesini sağlamıştır (McKinsey, 2014). Telekomünikasyon endüstrisi tarafından yeni gelişmeler başlatıldığında, küresel ekonomideki bilgi akışı ve büyüme akışı önemli bir sonuç olarak görülmektedir. Telekom pazarının 2025 yılına kadar 80 trilyon dolara yükselmesi beklenmektedir. Telekom endüstrisinin misyonu, bulut, mobil ve dijital hizmetleri entegre ederek telekom endüstrisi şirketleri için entegre iş modelleri oluşturmak ve aynı zamanda bu önemli gelişmelerle diğer endüstrilere ve şirketlere öncülük etmektir (Accenture, 2016).

1.1.2. Dijitalleşme İle İlgili İş Kavramları

Bir kurumun finansal performansı üzerine yapılan bilimsel çalışmalarda, "dijitalleşme" başlığı altında kategorize edilebilecek bilgi ve telekomünikasyon teknolojilerinin karlılık ve piyasa değeri gibi belirtiler üzerinde tam bir mutabakat bulunmamaktadır. Dijital bilgi ve iletişim teknolojilerinin firmanın çıktı düzeyini etkilediği, bir firmanın veya bir çalışanın finansal/iş performansının daha geniş bir dizi faktör tarafından belirlendiği kesinlikle savunulabilir. Ayrıca, dijitalleşmek için yapılan yüksek kaynak yatırımı nedeniyle, yüksek sermaye amortisman oranı ve tamamlayıcı yatırımlar kısa vadede düşük karlılık oranlarına yol açabilir (Dedrick, 2003, ss.21-28). Dijital teknolojilere yapılan yatırımlar, gelir artışı ve maliyet azaltma üzerindeki etkisiyle şirketlerin karlılığını artırmasını sağlar (Mithas, 2012, ss.205-224). Dijitalleşme aynı zamanda tüketicilere yeni bir değer önerisi ortaya koyabilir, dijitalleşme aracılığıyla oluşturulan yeni pazarlama yöntemleri ve satış kanalları, müşteri yaşam döngüsünün iyileştirilmesi yoluyla gelir artışı sağlar. Tüm bu iyileştirme ve gelişimler daha fazla müşteri memnuniyetini beraberinde getirerek daha fazla sadakate ve dolayısıyla daha fazla gelir artışına olmaktadır. Her adım zincir halkası gibi ard ardadır ve sonuç olarak

daha kârlı bir değer zinciri yaratılır. Dijital teknolojiler hem gelir artışını sağlar hem de şirketlerin genel ve idari maliyetleri ile pazarlama ve operasyonel maliyetlerinin azaltılmasına da yardımcı olur. Ayrıca bu teknolojiler tedarik zincirinin daha iyi koordine edilmesi ve organizasyondaki ilgili departmanlar-araflar arasında daha iyi bilgi paylaşımı yoluyla maliyet azaltımı gerçekleştirir (Banker, 2006, ss.352-373).

Bilgi teknolojileri ve finansal performans arası ilişkiye yönelik ilk araştırmalar incelendiğinde tartışmalı sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Brynjolfsson ve Hitt 527 firmaya yönelik panel veri analizi yapmışlardır. Hitt ve Brynjolfsson'a göre, BT yatırımları (çalışan başına bilgi teknolojisi envanteri) sayesinde verimlilik etkilenmiş, fiyatların düşmesi veya üstün hizmetler yoluyla tüketici refahını artırmış, ancak bununla birlikte bu sonuçlar karlılığın artmasına tam olarak katkıda bulunmamıştır. Çalışmalarında vurguladıkları husus, "dijitalleşme" olarak tercüme edilebilecek bilgisayarlaşmanın uzun vadede verimliliği kısa vadede olduğundan çok daha fazla artırdığıdır: "Özellikle bilgisayarlaşma için yapılan yatırımlar ilk yıllarda faydalı bir getiri sağlasa da, zaman içinde daha büyük çıktı katkılarının biriktiği görülmektedir. Veriler 1 yıllık farklarla incelendiğinde, bilgisayarlaşmanın bilgisayarların faktör payına eşit miktarda çıktıya katkıda bulunduğu görülmektedir. Bu da bilgisayarların çıktı artışına katkıda bulunduğunu ancak kısa vadede verimlilik artışına katkıda bulunmadığını göstermektedir. Daha uzun zaman dilimlerinde (3-7 yıl), bilgisayarlaşma, bilgisayarların tek başına faktör payından çok daha büyük bir çıktı katkısı ile yakından bağlantılıdır. Bu da geleneksel olarak hesaplandığı gibi uzun vadeli verimlilik artışına önemli bir katkı sağladığını göstermektedir" (Brynjolfsson, 2003, ss.793-808).

Aral ve Weill, BT harcamalarındaki artış ile genel şirket performansı arasındaki ilişki üzerine 1999-2002 yılları arasında 147 AB firmasını inceleyen çalışmalar yürütmüştür. Çalışmaları, BT yatırımlarının dağılımının ve kurumsal BT beceri ve yeteneklerinin firma performansındaki farklılıkları belirlediğini göstermektedir. Firmaların toplam BT yatırımı performansla doğrudan ilişkili değildir, ancak belirli BT varlıklarına yapılan yatırımlar, stratejik amaçları doğrultusunda boyutlar boyunca performans farklılıklarını netleştirir (Aral, 2007, ss.763-780).

Bununla birlikte, son zamanlardaki bazı araştırmalar bilgi ve iletişim teknolojileri ile karlılık arasında önemli bir ilişkinin varlığını göstermektedir. Koski, Finlandiya'daki

398 imalat şirketiyle çalışmıştır. Çalışma, mobil bağlantının firmaların büyümesine ve karlılığına belirgin bir katkı sağlamadığı sonucuna varmıştır. Bununla birlikte, deneysel sonuçlar vekâlet teorisine dayalı argümanı desteklemektedir: uygun bir ekonomik teşvik tasarımı ve sistematik bir performans değerlendirmesinin kullanımıyla ilgili daha fazla hareketlilik firmaların büyümesini artırmaktadır gibi görünmektedir" (Koski, 2010). Verimlilik ve teknoloji arasındaki pozitif korelasyonun altını çizen bir diğer önemli çalışma ise 1998-2003 yılları arasındaki veriler kullanılarak 400'den fazla firmanın analiz edilmesiyle gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma, bilgi ve iletişim teknolojilerinin karlılık üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu ve bu olumlu etkinin Ar-Ge ve reklam gibi diğer yatırım türlerine kıyasla daha yüksek olduğunu vurgulamaktadır. Ancak, bu karlılık artışının BT kaynaklı gelir artışından kaynaklandığı, BT kaynaklı operasyonel maliyet düşüşüne dair bir kanıt bulunmadığı tespit edilmiştir (Mithas, 2012, ss.205-224).

Accenture Dijitalleşme Endeksi çalışması, Accenture Dijitalleşme Endeksi ile şirket karlılığı arasında anlamlı pozitif korelasyon olduğunu gösteren bir başka çalışmadır. Accenture raporunda dijital dönüşümün üç boyutu bulunmaktadır: dijital stratejinin şirketin kurumsal stratejisi ve stratejik hedefleriyle bütünleştirilmesi, dijitalleştirilmiş ürün ve hizmetlerin sunulması ve müşteri odaklı dijital hizmetlerin yeniden tasarlanması, daha dijital, daha otomatik bir şirket organizasyonu ile sonuçlanacak olan kurum içi operasyonların ve işbirliğinin dijitalleştirilmesi. Özetle, Accenture'ın da belirttiği gibi, Accenture Dijitalleşme Endeksi bir şirketin dijital profilini tanımlamakta ve bu kuruluşların dijitalleşmeyi bir büyüme ve verimlilik aracı olarak ne ölçüde dikkate aldıklarını ve buna ne ölçüde değer verdiklerini araştırmaktadır. Raporun bulgularını örneklemek gerekirse, yıllık geliri 1 milyar TL olan varsayımsal bir şirket, Accenture Dijitalleşme Endeksi'nden 10 puan daha düşük puan alan rakiplerine kıyasla yıllık ortalama 15 milyon TL ek FVÖK elde edebilmektedir (Accenture, 2016).

Dijitalleşmenin etkilerine ilişkin bir başka çalışma da İstatistik Danimarka tarafından 2007 ve 2008 yıllarında Danimarkalı firmaların BT kullanımına ilişkin hazırlanan bir anketten gelmektedir. İstatistik Danimarka'nın kayıt veri tabanları, anket verilerini katma değeri, firmanın çalışan sayısı, sermaye stoku büyüklüğü vb. ile birleştirmelerine olanak tanımaktadır. Temel departmanlardan hiçbirini dijitalleştirmemiş olan firmalarda çalışan başına ortalama katma değer 398.000 kron iken, dört departmandan en az birini dijitalleştirmiş olan firmalarda çalışan başına ortalama katma

değer 554.000 krondur. Bu makalenin özeti, şirketin yetkinlik ve beceri düzeyinin yeterince yüksek olması halinde dijitalleşmenin firmaların verimliliğini artırdığıdır (Jóannes Jacobsen, 2019).

1.1.3 Dijitalleşmenin Önündeki Engeller

Dijitalleşme tüm faydalarının yanı sıra şirketler için bazı zorlukları da beraberinde getirmektedir. Yeni teknolojik gelişmelerin gerektirdiği hızlı değişimleri karşılamak için şirketlerin iş modellerini adapte edilmeleri gerekmektedir. Ancak, yeni dijital teknolojilerin katlanarak içselleştirilmesi alışlagelmiş iş modelleri için bir tehdit oluşturabilir. Porter, dijital teknolojilerin yeni iş modellerine yol açtığını, çünkü yeni değer oluşturma, sunma ve yakalama yöntemleri getirdiğini savunmaktadır. Örneğin, geleneksel müzik endüstrisi dijitalleşme tarafından şiddetle kesintiye uğratılmıştır. Müzik endüstrisinde fiziksel CD dağıtımına dayalı geleneksel iş modeli, internet üzerinden müzik dağıtımını, yayın akışı ve abonelikler nedeniyle köklü bir değişim geçirmek zorunda kalmıştır (Moreau, 2013, s.18).

Bir başka ünlü ve talihsiz örnek de başarılı geleneksel film şirketi Kodak'ın dijital fotoğraf makinesinin yıkıcı potansiyeline karşı hazırlıklı olamaması ve sektördeki konumunu yeniden kazanamamasıdır. Bu örnekler, dijitalleşme kavramını ve bunun endüstrileri nasıl altüst edebileceğini anlamının önemini göstermektedir. Doz, dijitalleşme süreçlerinin benimsenmesinin neden zor olabileceğini şöyle açıklamaktadır: “mevcut yapıların durağanlığı ve çalışanların risk ve belirsizliğe maruz kalması”. Dolayısıyla, dijitalleşme nedeniyle sektörel değişimlerle karşı karşıya kalan şirketler için iki acil ihtiyaç ortaya çıkmaktadır; “dijitalleşmenin iş modelini nasıl etkilediğinin anlaşılması ve iş modelinin yeni teknolojilerin getirdiği avantajlar sayesinde performansını artıracak şekilde uyarlanması” (Doz, 2010, ss.370-382).

Her sektör ve oyuncuları dijitalleşme ile çeşitli değişimler yaşadığı gibi, perakende bankalar da dijitalleşmenin gerektirdiği radikal değişimleri yaşamaktadır. Roland Berger tarafından yapılan bir araştırma, perakende bankaların önemli işlem ve süreçleri şubesiz alana dönüştürmüş ve bu alana yatırım yapmaya devam etmekte olmasına rağmen, daha yapılacak çok şey olduğunu belirtmektedir. Rapor, bankaların mobil bankacılık gibi standartlaştırılmış müşteri etkileşimlerine odaklanan dijitalleşmenin ilk bölümünü tamamladığını açıklamaktadır. Ancak bu inovasyonel

ilerlemelerin yanı sıra, Avrupa bankalarının yüzde 75'i, bir müşteri dijital ve fiziksel kanallar arasında geçiş yaparken bilgi kaybına uğramaktadır. Tüm müşteri hizmetlerini ve iç süreçleri tamamen dijitalleştirmenin başlıca dezavantajları karmaşık yapılar, güvenlikle ilgili, düzenleyici, yasal ve uyum sorunları ve iç uzmanlık eksikliği olarak tanımlanmaktadır (Orange, 2017).

1.1.4. Muhasebe Mesleğinde Dijital Dönüşüm

Dijital dönüşüm artık bir tercih değil, tam bir zorunluluktur. Dijital dönüşüm dışında kalan tüm kurumlar ve tüm işletmeler rekabet ortamında kalamayacak. Dönüşüm ile birlikte işletmelerin bütün süreçlerini ve iş yapış şekillerini gözden geçirmeleri ve dahi tekrardan tanımlamaları gerekecek. Dijital değişimleri gerçekleştiremeyen kuruluşlar ayakta kalamayacak ve pazarda yok olma tehlikesiyle karşı karşıya kalacaktır. Dijital dönüşümün en verimli şekilde gerçekleşebilmesi ve belirlenen hedefe en kısa sürede varabilmesi için; tüm hedeflere ulaşmada izlenecek plan ve stratejiler ile kaynakların belirlenmesi ve yol dahilinde yönetilmesi gerekmektedir. Durdurulamayan dijital dönüşüm, geleneksel iş modellerini yeniden keşfetmektedir. Hızla değişen pazar koşulları iş gücü, pazarlama, insan kaynakları ve üretim alanlarında değişimlere neden olmaktadır. Dijital dönüşüm, dijital teknolojilerin tüm iş süreçlerine uyumlaştırılması ve bunun sonucunda iş yapış şekillerinde değişikliklere neden olan dönüşüm ve değişimlerdir. Dijital dönüşüm ve değişim kültürel bir dönüşüm ve değişimdir. Bilgi teknolojilerinin hızlı bir şekilde gelişim ve değişim gösterdiği bu dönemde her meslek mensubu bu gelişimlerden etkilenmiştir. Kuşkusuz muhasebecilik de gelişim ve değişim göstermiştir. Bunun neticesinde yapılan işin içeriği değişim göstermiş ve bilgisayar teknolojisi ile müşteri ilişkileri yönetimi gelişmiştir. Yani ekonomik, bilimsel ve yeni gelişmeler sonucunda meslekler zaman içinde değişip gelişebilmektedir (Aksoy, 2007, s.33).

“*Büyük veri*” olarak ifade edilen süreçte, bilişim teknolojilerinin gelişmesiyle ortaya çıkan sistemler aracılığıyla büyük çaplı verilere hızlı bir şekilde erişmek, veri toplamak, depolamak ve yapısal analizler gerçekleştirmek mümkün hale gelmiştir. İnternet ağının güçlenmesi ve internet erişim maliyetinin düşmesi, insanların ofis dışında daha rahat çalışabilmesini sağladı. Bu gelişmeye ek olarak akıllı telefonların gelişmesi, pil ömrünün uzaması, mobil yazılım deneyimi ve insan kaynağının artması gibi sebepler lojistik sektöründe tablet ve mobil kullanımına yönelimi artırmıştır. Tablet ve mobil uygulamaların en büyük avantajı kullanım kolaylığıdır (Çancı ve Erdal, 2003, s.103). Bu kolaylıklar, geleneksel muhasebe ve dijital muhasebe karşılaştırıldığında daha net ortaya

konmaktadır. Bogasiu & Ardeleanu(2021) yılında yaptığı çalışmada geleneksel ve dijital muhasebe farklılığı daha net olarak tablo 1.2’de net bir şekilde ortaya konmaktadır.

Tablo 1.2: Geleneksel Muhasebe İle Dijital Muhasebenin Karşılaştırılması

Geleneksel Muhasebe	Dijital Muhasebe
Bir bilgi deposu olarak muhasebe sistemi/yazılımı	Muhasebe için kolaylaştırıcı bir araç olarak muhasebe sistemi
Hesap oluşturmak için dosyaların yazılması ve manuel olarak yüklenmesi	Üçüncü taraflarla senkronizasyondan en iyi şekilde yararlanma
Zaman alıcı, manuel ve tekrarlayan süreçler	Anında, dijital ve otomatik süreçler
Vergilere odaklanmak	Hem finansal hem de vergisel olarak müşteri memnuniyetine odaklanmak
Raporlar için uzun süreç	Hemen rapor
Beklenenden daha fazlasını sunmak için az zaman olması	Müşteriyi değerli bilgilerle şaşırtmak için uygun zaman
Yakın bir dönemden gelen bilgiler, müşteriye pek çok hareket olanağı sunmamakta	Gerçek zamanlı bilgilerle dönem karını etkileyecek kararları müşteri alabilir.
Müşteri sayısı ile doğrudan çalışan sayısı ilişkilidir.	Müşteri sayısı arttıkça çalışan başına verimlilik artar.

Kaynak: Bogasiu & Ardeleanu, 2021

Bilgi teknolojilerinin yazılım, işlemciler, sensörler ile birlikte birbirine bağlı ve akıllı ürünlerin bir parçası haline gelen dijital teknolojiler, dijital dönüşüme yol açmıştır. Teknolojiler dijital dönüşümü yönlendirmiş ve ürün performansında dramatik iyileşmelere yol açmıştır (Gupta, 2018, s.9). Günümüzde muhasebe anlayışının değiştiği ve muhasebenin günlük işlemleri kaydetmek ve hesap tutmak yerine yönetim bilgi teknolojisine dayalı sistemlerin bir parçası olduğu bilinmektedir (Güney ve Özyiğit, 2015, s.287). Dijital dönüşüm aracılığıyla dijital bilgi sistemleri ve bu sistem uygulamalarının sağladığı yararlarla muhasebe bilgileri daha güvenilir olmuştur, iç ve dış denetimlerin daha kısa zamanda ve daha şeffaf bir biçimde gerçekleştirilmesi mümkündür. (Coşkun, Arslan ve Demirkan, 2019, s.54). Geleneksel şekilde kâğıt ve kalem veri tabanlarına yüklenerek saklanan verilere dayalı geleneksel muhasebe süreci geçmişte kalmıştır. İçinde bulunduğumuz dönemde bu geleneksel yöntem yerini; internet, iç internet, dış internet, elektronik fon transferi ve elektronik veri alışverişine bırakmıştır. Başka bir deyişle, söz konusu teknoloji sayesinde internete bağlı platformun uyumlu bir şekilde

uygulandığı dijital uygulamalar muhasebe mesleğinde kullanıma başlanmıştır (Sevim, 2009, s.4).

Geleneksel formatta bulunan muhasebe bilgilerinin dijital ortamda kullanılması sonucu ortaya çıkan dijital muhasebe yöntemi ile muhasebe bilgileri daha sonra elektronik ortamda görüntülenebilmekte ve iletilebilmektedir. Bu yeni muhasebe yaklaşımında muhasebenin işleyişi büyük oranda değişmiş ve daha önce fiziksel olarak gerçekleştirilebilen muhasebenin sınıflandırma, kayıt ve raporlama faaliyetleri yerini yapay zekâyâ bırakmıştır. Makine öğrenimi ve derin öğrenim gibi farklı yaklaşımlar kullanılarak iş ve işlemleri yürütebilen yapay zekâ ile çok daha büyük verilerin kısa sürede işlenmesi ve analiz edilmesi mümkündür. Dijital dönüşüm sonucunda maliyetler düşmekte, verimlilik artmakta, yeni ürün ve hizmetler ile yeni iş alanları ortaya çıkmaktadır. Hız ve zaman açısından en büyük faydayı sağlayan dijital dönüşüm, insan emeği ile yapılması uzun zaman alan muhasebe uygulamalarında işlemlerin sadece dakikalar içinde tamamlanmasını sağlamaktadır. Web tabanlı programlar muhasebe meslek mensuplarının kullanımı için hayata geçirildi, vergiler doğrudan sistem üzerinden tahsil edildi, e-fatura, e-fiş, e-defter, e-arşiv uygulamaları tüm hızıyla hayata geçirildi. Muhasebede geleneksel arşivleme yerine bulut sistemine geçilmiş olup, arşivler bulut üzerinden oluşturulmakta ve tüm veriler internet ortamında arşivlenmektedir. Muhasebe işlemlerinin internet üzerinden on-line olarak yapılmasının ardı arkası kesilmeyecek olan tüm bu gelişmeler, muhasebenin ve muhasebe mesleğinin dikkate alınması gereken bir evrim geçirdiğini göstermektedir. Muhasebedeki bu hızlı değişim süreci sadece özel sektörde değil kamuda da yaşandı Ülkemizde dijital dönüşüm projeleri kapsamında muhasebe ve vergi mevzuatında önemli düzenlemeler yapıldı. E-beyanname uygulamasının ardından 19 Ekim 2019 tarihli ve 30923 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 509 Sıra No.lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği 01 Ocak 2020 tarihinden itibaren yürürlüğe girmiştir. Yayımlanan bu tebliğ ile dijital ortamda oluşturulan belgelerin kullanımı için yeni bir dönem başlamıştır. Daha sonra 10 Ocak 2020 tarihli ve 515 Sıra No.lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği ile 9 Şubat 2021 tarihli ve 526 Sıra No.lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği Resmi Gazete'de yayımlanarak 509 Sıra No.lu Tebliğ güncellenmiştir (T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı, 2019, 2020, 2021).

T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı Gelir İdaresi Başkanlığı (GİB), gelişen teknolojiye paralel olarak hedefler belirlemiş, ekonomik faaliyetlerin elektronik ortamda

izlenmesi, analiz edilmesi, raporlanması ve elektronik ortamda denetlenmesine yönelik altyapıyı kurmuştur.

Belgeler için standart bir format oluşturarak defter, kâğıt ve belge kullanımından kaynaklı maliyetleri azaltmıştır. Ayrıca düzenlenen belgenin taraflar arası güvenli olan, zaman ve maliyet tasarrufu amaçlayan bir sistem kurulmuştur. Dijital dönüşüm muhasebe meslek mensupları için iş gücü tasarrufu sağlamakta, muhasebe personelinin kayıt tutarken hata yapma ihtimalinin ortadan kalkması sonucunda zaman ve emek tüketen süreçler zinciri sona ermektedir. Muhasebe işlemlerine hatasız devam etmek mümkün olmaktadır. İşletmelerin yaptığı günlük ödeme ve tahsilatlar kolayca entegre edilerek hızlı bir şekilde bilgi aktarımı sağlanır. Tüm bu günlük işlerde hızlı ve hatasız bilgi aktarımının sağlanması meslek mensuplarını muhasebeci maliyetinden kurtaracak ve meslek mensuplarının raporlama için daha fazla zaman ayırmasını sağlayarak hızlı ve yüksek performanslı finansal raporların hazırlanmasını sağlayacaktır. Meslek mensupları meslekleri ile ilgili yeni arayışlar içinde olacak, hata arayarak geçirecekleri zamanı daha verimli değerlendirebileceklerdir. Dijitalleşme hemen her alanda meslekleri etkilemiş ve mesleklerin yapı ve işleyişinde hızlı bir değişime neden olmuş ve olmaktadır. Aynı zamanda muhasebecilerin de çağın getirdiği ihtiyaçlara göre kendi kendilerini yenilemeleri zorunlu hale getirmiştir (Tekbaş, Kurnaz, Azaltun, 2018, s.236).

Muhasebede dijital dönüşüm, muhasebenin dijital ortamda uygulanmasıdır. Muhasebenin ilk aşamasından son aşamasına kadar finansal raporlama ile tamamlanabilen bir sistem olup dijital dönüşüm ile banka işlemleri, müşteri işlemleri, alış ve satış işlemleri, kasa işlemleri, web üzerinden otomatik veri aktarımı, muhasebe fişlerinin otomatik olarak oluşturulması mümkündür. Her türlü faturanın ve ödemenin meslek mensubunun bilgisayarına aktarılabilmesi gibi muhasebenin tüm yönleriyle muhasebeleştirilmesi mümkün olmaktadır. Nesnelerin interneti sayesinde geleceğin işletmelerinde envanter faaliyetleri esasında, depo sayımları, stok siparişleri ve bunların kontrolleri, fiziki varlıkların amortisman süreleri ve miktarları, alım-satım takibi gibi birçok faaliyetin insan etkeni olmadan kontrol edilmesi mümkün olacaktır. Ödeme yöntemlerinde de değişim yaşanacak, nakit kavramı ortadan kalkacak. Böylece nakit, çek gibi parasal varlıkların denetim faaliyetlerinde kolaylık sağlanacaktır. Banka mutabakatları bilgi şeffaflığı nedeniyle kolayca atlatılabilecek ve birçok denetim olayı muhtemelen ortadan kalkacaktır. Böylece kayıt dışılığın önlenmesi için dijital

uygulamalara daha çok önem verilecektir. Faturalar otomatik bir şekilde müşterinin ve muhasebenin sistemine düşecek ve koordineli muhasebe girişleri yapmak mümkün olacaktır. Geleneksel sistemde denetçiler denetlenen şirkete gidip görevlerini yerine getirirken kanıt toplama süreci ile uğraşmadan edinilen bilgilerin analizi ile uğraşacaklardır (Kablan, 2018, s.1570).

Dijital dönüşüm, muhasebe meslek mensuplarının çalışma koşullarını değiştirmektedir. Paket programlardan yararlanan meslek mensupları entegre sistemlerle karşı karşıya kalmaktadır. Fiziki sayım yeri teknolojik sayıma, belgelerin incelenmesi eş zamanlı mutabakat veya on-line sistem ile dijital incelemeye dönüşmektedir. Muhasebe meslek mensubunun görevi kullanılabilir anlamlı bir bilgiye ulaşmak ve bilgi kullanıcılarına zamanında ve yararlı bilgi sunmaktır. Bu nedenle muhasebe mesleğinde teknolojiyi kullanabilmek ve dijital dönüşüme adapte olabilmek gerekmektedir. Dijital dönüşüm muhasebe mesleğinde danışmanlık ve uzmanlık alanlarında bir daralmayı zorlamamaktadır. Ancak beyanname düzenleme, defter tutma ve tasdik işlevleri üzerinde değişikliklere sebep olmaktadır. Muhasebe ve muhasebe mesleği dijital dönüşüm sürecinden önemli oranda etkilenmiş, yıllardır süregelen ve uygulanan muhasebe düzeninde ve sistem işleyişinde köklü değişim ve dönüşümler meydana gelmiştir. Bu etkiler muhasebe mesleğinin belgeleme, raporlama, kayıt, arşiv fonksiyonlarının yanı sıra meslek mensupları üzerinde de önemli değişikliklere sebep olmuştur. Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği tarafından üyelere e-egitim, e-mobil, e-destek hizmetleri verilmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

FİNANSAL OKURYAZARLIK

2.1. Finansal Okuryazarlık Kavramı

Teknolojik yeniliklerin hızla geliştiği günümüzde finansal ürün ve hizmetlere olan ilgi de artmaktadır. Ayrıca farklı tüketim alışkanlıkları da finansal ürün ve hizmet çeşitliliğini artırmaktadır. Özellikle 2008 küresel ekonomik krizi sonrasında artan çeşitlilik nedeniyle finansal sistemde finansal okuryazarlık gerektiren karmaşık bir yapı ortaya çıkmıştır. Bireyin bu ortamda uygun finansal karar alabilmesi finansal okuryazarlık düzeyinden etkilenmektedir. Finansal okuryazarlık, finansal bilgi ve bu finansal bilgiyi kullanma becerisi sağlar. Bu bilginin kullanımında ise finansal davranış ortaya çıkmaktadır. Hall (2008, s.2), finansal okuryazarlığın insanların paralarını yönetebilme yeteneği olarak düşünüldüğünü belirtmektedir. Bu yetenek sayesinde tasarruflar ve borçlanmalar kontrollü bir şekilde hesaplanabilmekte ve karşılaştırılabilmektedir. Hall, risk ve getiri gibi temel finansal kavramları finansal terimlerle açıklamaktadır (Demir, 2019, s.1). Bu bölümde, finansal okuryazarlık kavramının yanı sıra, önemli olduğu düşünüldüğü için finansal eğitim ve finansal davranışların önemi ve amacından da bahsedilmektedir.

2.2. Finansal Okuryazarlık Tanımı

Finansal okuryazarlığın dünya çapında kesin sınırları olmadığı için birçok tanımı vardır. Bu tanımlardan bazıları şunlardır:

Bireylerin finansal bilgiye sahip olması ve bu bilgiyi bir şekilde göstermesi finansal okuryazarlık düzeylerini gösterir. Finansal okuryazarlık bilme, öğrenme, analiz etme, yorumlama ve seçim yapma gibi özellikleri içerir. Bireylerin tercih yaparken bilgiyi kullanarak karşılaştırma yapmaları onları daha etkin finansal davranışlara

yönlendirmektedir. Tercih yapmak ve bilgilerini kullanarak karşılaştırma yapmak kişileri daha etkin finansal davranışlara yönlendirmektedir. Tomaskova ve diğerleri (2011, s.365) finansal okuryazarlık ihtiyacının vatandaşların kendilerini finansal olarak güvence altına almalarını sağladığını savunmaktadır. Bu güvencenin bilgi, beceri ve tutumların bir araya gelmesiyle oluşacağını açıklamaktadırlar. Finansal okuryazarlık bireylere para ve fiyat konularında başarı sağlar. Bu başarı ile bireyler, finansal varlıklar ve finansal yükümlülükler de dahil olmak üzere bütçelerine ilişkin sorumluluklarını etkin bir şekilde yönetebilirler. Gerek ve Kurt'a (2011, s.61) göre finansal okuryazarlık, insanların içinde yaşadıkları dünyayı daha kolay anlamalarını sağlar. Böylece bireyler daha bilinçli hale gelir ve uygulanan ekonomi politikalarının amaçlarını anlarlar. OECD'ye (2011) göre finansal okuryazarlık, "sağlıklı finansal kararlar almak ve nihayetinde bireysel finansal refaha ulaşmak için gerekli olan finansal farkındalık, bilgi, beceri, tutum ve davranışların bir kombinasyonudur". PACFL (2008) finansal okuryazarlığı, "kişinin finansal kaynaklarını yaşam boyu finansal güvenlik için etkin bir şekilde yönetmek üzere bilgi ve becerilerini kullanma yeteneği" olarak tanımlamaktadır.

Basu'ya (2008) göre finansal okuryazarlık, finansal kararları anlama ve planlama tercihidir. Birey kendi finansal durumunu yönetirken, işsizlik ve emeklilik dönemlerini hesaplaması gerekmektedir. Bireylerin tasarruflarını oluştururken bu koşulları göz önünde bulundurmaları beklenir. Finansal okuryazarlık için finansal eğitim önemlidir. Finansal bilginin etkin kullanımı finansal kararları oluşturur. Ayrıca finansal bilginin etkin kullanılabilmesi için finansal okuryazarlık düzeyinin artırılması gerektiğini söyleyebiliriz. Bireylerin finansal durumlarına yönelik etkili finansal kararlar almaları bu sürecin sonucudur. NCSL (2018), Finansal okuryazarlık, aile bütçesinin nasıl hazırlanacağını ve kullanılacağını öğrenmeyi, emeklilik dönemi için bir harcama planı oluşturmayı ve yapmayı, bir ev satın almayı veya kiralamayı içeren birçok anlama sahiptir. Ayrıca düşük gelir düzeyine sahip aileler için planlar hazırlamayı da içerir. Finansal okuryazarlık bireyin refahı ile doğrudan ilişkilidir. Ancak bireyler içinde yaşadıkları toplumun refahını da etkilemektedir. Lusardi (2008, s.2), finansal okuryazarlığı belirli kriterlere bağlı olarak iki başlık altında incelemektedir. Bireylerin risk kavramı ve risk çeşitliliğini anlayabilmesi, enflasyon hakkında bilgi sahibi olması ve enflasyonun etkilerini algılayabilmesi, faiz oranlarını anlayabilmesi ve temel faiz oranlarının hesaplanmasını yorumlayabilmesi temel finansal okuryazarlık olarak

incelenmektedir. Hisse senedi ve vadeli işlem piyasaları, basit ve bileşik faiz hesaplamaları gibi konular ise ileri okuryazarlık olarak incelenmektedir.

Bunların yanında finansal okuryazarlık, "tüketicilerin/yatırımcıların finansal ürün ve kavramları anlamaları ile finansal risk ve fırsatları değerlendirme, bilinçli seçimler yapma, yardım için nereye başvuracaklarını bilme ve finansal refahlarını iyileştirmek için diğer etkili eylemleri gerçekleştirme yetenek ve güvenlerinin birleşimi" olarak tanımlanmaktadır (Dünya Bankası, 2009, s.2). Son on yılda hane halklarının akılcı olmayan ekonomik kararlarının büyük finansal krizlere yol açması karşısında, daha yüksek finansal okuryazarlığın daha iyi finansal sonuçlara yol açıp açmadığı ve eğer yol açıyorsa, hane halklarının finansal okuryazarlık düzeylerini iyileştirmek için kaynak harcamanın daha iyi ekonomik sonuçlar elde etmek için etkili bir araç olup olmadığı önemli bir konu olmuştur. Her iki konuda da çelişkili kanıtlar ve farklı duruşlar bulunmaktadır.

Bir anket kullanarak bir bireyin finansal okuryazarlık seviyesini ölçmenin standart bir yolu yoktur, ancak yaygın kullanım kazanmış bazı yaklaşımlar vardır. Muhtemelen en yaygın kullanılan soru setini sunan Lusardi ve Mitchell (2007, s. 510) finansal okuryazarlığı iki gruba ayırmaktadır: temel ve sofistike finansal okuryazarlık. Temel finansal okuryazarlığı basit faiz hesaplaması, bileşik faiz hesaplaması, enflasyon, paranın zaman değeri ve para yanılması ile ilgili soruları kullanarak ölçmektedirler. Bazı anketler ek bilgi ve/veya sayısal okuryazarlık soruları kullanmaktadır. Örneğin Jappelli ve Padula (2013, s.2780), Lusardi ve Mitchell'in (2007, s.511) sorularından esinlenerek yüzde hesaplayabilme ve indirim olduğunda malların fiyatlarını hesaplayabilme gibi kategoriler eklemiştir. Sofistike finansal okuryazarlık, hisse senetleri ve tahviller arasındaki fark, borsanın işlevi, risk çeşitlendirmesinin işleyişi ve tahvil fiyatları ile faiz oranları arasındaki ilişki gibi kavramlar hakkındaki bilgiden çıkarılmaktadır.

Yukarıdaki gibi sorular finansal okuryazarlığın bilgi bileşenine odaklanmaktadır. Buna ek olarak, bazı araştırmacılar tüketicilerin borca bakış açısını da dikkate almaktadır. Leach ve diğerleri (1999, s.12) finansal okuryazarlık literatürüne tutum unsurunu da eklemiştir.

Kredi kartı sayısı ve kredi kartı limitleri bilgi kategorisinde ele alınarak, kredi tutumu duygu, bilgi ve kullanım konuları altında ölçülmüştür. Baek ve Hong (2004,

s.360), borçlanma yeteneği, isteği ve ihtiyacı ile ihtiyatlılığın tüketici borcu üzerindeki etkisini bir araya getirmeye çalışmıştır. Hane halkının yaşam döngüsü aşamalarının borçluluk üzerindeki etkilerini araştırırken, bazı durumlarda yaşam döngüsü hipotezinin neden başarısız olduğuna cevap aramaktadırlar. Bunun bir nedeninin tüketicinin borçlanamaması, diğer bir nedeninin ise ihtiyatlılık olduğunu tahmin etmektedirler. İhtiyatlı insanlar borçlanma konusunda daha temkinli davranabilirler. Yazarlar, herkesin istese bile her zaman borç almayacağını ve tüm kredi limitlerini kullanmaları gerekmeyebileceğini belirttikleri için, bu başarısızlığı yorumlamada borçlanma isteği ve ihtiyacı da eklenmiştir. Finansal okuryazarlıkla ilgili bu değişkenler hane halkının finansal davranışları ve borca yönelik tutumları hakkında ipuçları verebilir.

Atkinson ve Messy (2012, s.7) finansal okuryazarlığı üç bileşene ayırmaktadır: bilgi, davranış ve tutum. Finansal bilgi, önceki literatürle uyumlu olarak bölme işlemlerini bilme, paranın zaman değeri ile ilgili kavramlar, faiz artı anapara hesaplamaları, bileşik faiz hesaplamaları, risk ve getiri kavramları, enflasyon ve çeşitlendirme tanımları gibi faktörler kullanılarak ölçülmektedir. Finansal davranış kategorisi ise alışveriş yapmadan önce düşünme, faturaları geciktirmeden ödeme, kişisel finansal işlerde dikkatli olma, uzun vadeli hedefler belirleme ve bunlara ulaşmaya çalışma, sorumluluk sahibi olma ve hane bütçesi yapma, son bir yıl içinde tasarruf yapmış veya yatırım satın almış olma, finansal ürünleri rastgele değil bilgi sahibi olduktan sonra seçme, finansal ürün türlerine alışveriş yaptıktan sonra karar verme ve objektif bilgi veya tavsiye isteme, günlük temel harcamaları karşılayacak kadar parayla geçinmek için borçlanmamış olma gibi faktörleri içermektedir. Finansal tutum üç kategori üzerinden hesaplanmaktadır: uzun vadede biriktirmek yerine şimdi harcamaya meyilli olmak, bugünü yaşamayı yarını düşünmekten daha tatmin edici bulmak ve paranın tek amacının harcamak olduğuna inanmak.

Eğitim ya da daha spesifik olarak finansal eğitim de bazen bir vekil olarak kullanılmaktadır. Örneğin Mandell ve Klein (2009, s.15) finansal okuryazarlığın bir göstergesi olarak finansal yönetim dersi almayı kullanmaktadır. Mandell ve Klein (2009, s.15) finansal yönetim kursu almış kişilerin finansal konularda kurs almamış olanlardan farklı davranışlar sergileyip sergilemediklerini sorgulamaktadır. Kurs alma, daha yüksek finansal okuryazarlığa sahip olma ve finansal davranışın bir yönü olan tasarruf odaklı olma arasındaki ilişkileri araştırmışlardır. Bir kursun finansal okuryazarlığı geliştirdiği ya da finansal davranışı iyileştirdiği hipotezlerini destekleyecek kanıt bulamamışlardır.

Ancak bu tür kursların finansal okuryazarlığı artırıp artırmadığı genel olarak tartışmalı bir konudur. Başka bir grup araştırmacı ise finansal okuryazarlığı ölçmek için öz değerlendirmeye başvurmuştur (Hastings vd. 2012, s.1). Bu tür öznel ölçümlerin genel olarak daha nesnel olanlarla pozitif bir korelasyona sahip olduğu bulunmuştur. Atkinson ve Messy (2012) finansal okuryazarlığı finansal bilgi, davranış ve tutum kategorileri altında ölçmeye çalışmaktadır. Finansal davranışı şu kategoriler altında yorumlamaktadırlar: “satın alımlar ve kişisel mali işler konusunda dikkatli olmak, hane bütçesi konusunda sorumlu olmak”.

2.3. Finansal Okuryazarlığın Önemi

Finansal okuryazarlık giderek daha fazla ilgi görmektedir. Finansal okuryazarlığa olan ilginin artması, bireylerin finansal sisteme dahil olmalarına yol açmıştır. Bireylerin refah düzeylerini artırma isteği finansal okuryazarlığın ciddiyetini artırmıştır. Günlük hayatta finansal kararlara ihtiyaç duyulması, bireylerin finansal okuryazarlık seviyelerinin artmasına neden olmuştur. Özellikle finansal kararların günümüzde daha ciddi sonuçlar doğurması finansal okuryazarlık seviyesinin artırılmasını önemli hale getirmiştir. Finansal okuryazarlık düzeyinin düşük olması, uygun olmayan finansal kararları da beraberinde getirmektedir. Üstelik bireylerin finansal kararları sadece kendilerini değil, yaşadıkları ülkenin ekonomisini de etkilemektedir (Daşdöğen, 2015, s.12).

Sadece gelişmekte olan ülkeler değil, gelişmiş ülkeler de finansal bilgi eksikliğinden muzdariptir. The Economist'te (2008) yayınlanan "Getting it right on the money" başlıklı bir makaleye göre, 2008 Küresel Ekonomik Krizi'nden sonra ABD'de ipotekli ev sahiplerinin çoğunluğu, faiz oranları arttığında ödemelerinin artıp artmayacağı konusunda bilgi sahibi değildi. Bireylerin finansal okuryazarlık düzeyleri, günlük yaşamlarında harcama, tasarruf, yatırım ve borçlanma gibi finansal kararlar üzerinde etkili olabilir. Düşük finansal okuryazarlık aşırı borçlanmaya yol açabilir ve bu da gelir-gider analizlerini etkin bir şekilde yönetememelerinin ana nedenlerinden biridir (The Economist, 2008; Güvenç, 2017, s.936).

Bireylerin finansal okuryazarlık seviyesinin yüksek olması, finansal sistemi daha iyi anlamalarını sağlar. Bu da finansal sistemin yapısını bilmemekten kaynaklanan finansal riskleri en aza indirecektir. Bireyler refah düzeylerini artırarak rahat yaşamak

isterler. Ancak finansal okuryazarlık düzeylerini de yükseltmeleri gerekmektedir. Özellikle Türkiye'de bugün bireysel emeklilik sistemi gibi bazı finansal kararlar kendilerine bırakılmıştır. Bireyler artık emeklilik fonlarını kendileri yönetebilmektedir ve kullanmak istedikleri enstrümanları risk algılarına göre değiştirebilmektedirler. Bu da göstermektedir ki ekonomi hakkında bilgi düzeyi arttıkça bireylerin ekonomik sistem içindeki yeri ve önemi de artmaktadır. Bireylerin bilgi düzeyinin artmasıyla birlikte sahip oldukları donanım, tasarrufları için hangi yatırım türünü kullanacakları konusunda kendilerine uygun olan yatırım türünü seçmelerini sağlamaktadır. Bu kararlar uzun vadede hem varlıklarının etkin bir şekilde yönetilmesine yardımcı olur hem de finansal sisteme istikrar sağlar (Demir, 2019, s.3).

2.4. Finansal Okuryazarlığın Amaçları

Finansal okuryazarlık, bireylere gelir-gider analizini doğru bir şekilde yapabilme becerisi kazandırarak daha fazla tasarruf yapmalarını sağlar. Böylece bireyler bilgilerini kullanarak daha fazla tasarruf ve daha sağlam yatırım kararları alırlar. Doğru finansal araçları seçebilme derecesidir. Finansal durumun yönetilmesinde doğru finansal kararlar alabilme ve bu kararların uygulanmasında olumlu tutum ve davranışlar sergileyebilme becerisini sağlayan şey finansal bilgidir (Kıran vd., 2018, s.30).

Finansal okuryazarlık, finansal bilgi ve becerilere sahip olmayı gerektirir. Finansal okuryazarlığın temel amacı, bireylere finansal risklerini tanıyarak birikimlerini en uygun şekilde yönetme becerisi kazandırmaktır. Finansal okuryazarlığa sahip bireyler, finansal ürün ve hizmetleri karşılaştırarak seçebilirler. Ayrıca finansal okuryazarlığa sahip bireylerin finansal bilgi ihtiyacı, kurumları daha şeffaf hale getirecektir. Kurumlar ne kadar şeffaf olursa piyasa da o kadar verimli olur (Özer, 2019, s.254).

Finansal okuryazarlık, bireylerin emeklilik günleri için plan yapmalarına da yardımcı olabilir. Bu emeklilik planları tasarrufları artırabilir ve bütçe yapılmasına yol açar. Bütçeleme ve yönetim finansal okuryazarlığın amaçları arasındadır. Finansal okuryazarlık düzeyinin yeterli olmaması durumunda bireyler yanlış finansal kararlar alabilmekte, harcama ve borçlanma düzeylerini uygun şekilde kontrol edememektedir. Bu nedenle bireysel emeklilik sisteminde bireylerin kendi fonlarını yönetebilmeleri finansal okuryazarlık düzeylerini artırmaktadır. Finansal okuryazarlık düzeyi finansal kararları etkilemektedir. Finansal okuryazarlık düzeyinin düşük olması emeklilik

planlaması, borsa ve borçlanma davranışlarını olumsuz etkilemektedir. Tasarrufların ve finansal güvenliğin artırılması için çeşitli çalışmalar yapılmaktadır. Bazı sonuçlara göre, hazırlanan finansal okuryazarlık programlarının emeklilik planlaması ve tasarruflarda etkili olduğu açık değildir (Lusardi, 2008, s.3).

2.5. Finansal Okuryazarlığın Etkileri

Son yıllarda finansal piyasalara erişimin kolaylaştırılması bireyleri finansal ürün ve hizmetlere yönlendirmektedir. Finansal piyasalarda karar verebilmeleri için finansal okuryazarlık düzeylerini yükseltmeleri gerekmektedir. Finansal okuryazarlıklarını artıran bireyler, finansal ürün ve hizmetleri kullanarak refahlarını artırmak isteyeceklerdir. Bireylerin finansal okuryazarlık düzeyleri yaşamlarındaki refah düzeylerini artırırken, finansal piyasaların etkin ve verimli çalışmasından da fayda sağlar. Böylece toplumun finansal sistemini etkiler (Kutukız ve Özden, 2018, s.350).

Özellikle genç bireylerin finansal okuryazarlıklarını kullanarak alacakları finansal kararlar yakın geleceklerini etkileyecektir. Bu nedenler genç bireylere doğru bir finansal eğitim verilmesinin önemini artırmaktadır (Yiğitbaş, Temeloğlu ve Şimşek, 2020, s.412).

2.5.1. Finansal Okuryazarlığın Bireysel Refah Üzerindeki Etkisi

Bireyler çeşitli istek ve ihtiyaçları için finansal ürün ve hizmetlerden yararlanmaktadır. Finansal ürün ve hizmetlerin etkin bir şekilde kullanılabilmesi için finansal okuryazarlık düzeyinin artırılması gerekmektedir. Finansal okuryazarlık, bireylerin finansal sorunlarını çözmelerine yardımcı olur ve bireylerin finansal sorun yaşamalarını engeller. Bireylerin artan tasarruf eğilimleri sayesinde artan tasarruflar, finansal piyasalarda hem yatırımcılara hem de ülke ekonomisine katkı sağlamaktadır. Bireyler bilgi düzeyleri ile kendilerine uygun finansal araçları kullanabilecek, doğru kararlar alabilecek ve istikrar sağlayabileceklerdir. Bu istikrar ülke ekonomisini olumlu yönde etkilemektedir (Sönmez ve Kiliç, 2020, s.480).

Günümüzde artan yaşam beklentisi, geçmiş nesillere kıyasla yüksek yaşam standartlarını teşvik etmektedir. Aynı zamanda finansal sistemin hızlı gelişimini de teşvik etmektedir. Bu etki ile insanlar istek ve ihtiyaçlarını karşılamak için kendilerini finansal sisteme yönlendirmektedir. Finansal okuryazarlığın bireyleri bütçe yapmaya, tasarruf eğilimini artırmaya ve yatırım yapmaya yönlendirmesi, bireylerin refah düzeylerinin artmasını sağlamaktadır. Böylece bireyler sahip oldukları finansal araçların olası risk ve

faydalarını anlayarak paralarını yönetebilirler. Ayrıca borçlanmalara ve harcamalara dikkat etmelerini sağlar. Bireylerin finansal ürün ve hizmetler hakkındaki bilgilerini karşılaştırmak, daha uygun finansal ürün ve hizmetlere odaklanmalarını sağlar. Finansal kararlar, finansal bilgi kullanılarak bireylerin finansal yönetimini etkin hale getirmek için alınır. Finansal kararların sonuçları bireylerin yaşam standartlarını etkiler. Finansal okuryazarlığa sahip bireylerin kararları, finansal okuryazarlığa sahip olmayanlara göre daha fazla özelliğe sahiptir (Öndes ve Arli, 2020, s.102).

2.5.2. Finansal Okuryazarlığın Sosyal Refah Üzerindeki Etkisi

Finansal okuryazarlık düzeyi yüksek olan bireylerin tercih ettiği finansal ürün ve hizmetler genellikle onlar için daha uygundur. Finansal okuryazarlık düzeyinin yüksek olması, bireylerin finansal sistemi anlayabilmeleri ve kendilerini finansal risklere karşı koruyabilmeleri anlamına gelmektedir. Dolayısıyla bireylerin tercihlerinin uzun vadede etkin olması finansal piyasanın da etkin işlemlerini sağlayacaktır. Bireylerin finansal okuryazarlık düzeylerinin artması, finansal sistem hakkında daha fazla bilgi sahibi olma isteklerini artıracaktır. Finansal sistem hakkında artan bilgi, finansal sisteme şeffaflık sağlayacaktır. Böylece bireylerin finansal kararları daha güvenilir bir ortamda gerçekleşecektir. Bu da uzun vadede finansal sisteme olan güveni artıracak ve finansal sistemin hacmini genişletecektir. Finansal piyasanın gelişmesi, gelecekteki yatırımcılar için uygun bir yatırım ortamı hazırlar. Yatırım miktarındaki artış ülkenin büyümesi ve kalkınmasında önemli rol oynamaktadır. Finansal okuryazarlık, tasarruf eğilimini ve borçlanma düzeyini artırması nedeniyle ekonomilerin refahının artmasında büyük bir paya sahiptir (Bayrakdaroğlu ve Bilge, 2018, s.98).

The Economist'te (2008) yer alan "Getting it right on the money" başlıklı makaleye göre, 2008 Küresel Ekonomik Krizi sonrasında bireylerin finansal okuryazarlıklarının düşük olması nedeniyle finansal risklerin farkında olmadıkları ve finansal riskleri yönetemedikleri sonucuna varılmıştır. Yapılan araştırmalara göre bireylerin borçlarını ödemedikleri sürece faiz oranının ve ödeyecekleri toplam borcun artacağını kestiremedikleri görülmüştür. Finansal okuryazarlık seviyesinin artması, finansal kurumlar tarafından daha fazla bilgi talep edilmesine neden olacaktır. Finansal bilginin artması açık, rekabetçi ve denetimli bir piyasa ortamı hazırlayacaktır. Finansal sistemin açıklığı, yasal sorunların ve şikayetlerin azalmasında da etkili olacaktır. Bu

sayede finansal sistemin etkinliği artacaktır. Ayrıca finansal okuryazarlık düzeyi yüksek olan bireylerin doğru ve etkin finansal ürün ve hizmetleri seçmesi, iflas gibi ekonomik sisteme yansıyacak sorunları azaltacaktır (Yücel ve Kuyumcu, 2018, s.395).

2.6. Finansal Eğitim

OECD (2005, s.4) finansal eğitimi "finansal tüketicilerin/yatırımcıların finansal ürünler, kavramlar ve riskler hakkındaki anlayışlarını geliştirdikleri ve bilgi, talimat ve/veya tarafsız tavsiye yoluyla finansal risk ve fırsatların daha fazla farkına varmak, bilinçli seçimler yapmak, yardım için nereye başvuracaklarını bilmek ve finansal refahlarını iyileştirmek için diğerk etkili eylemlerde bulunmak için beceri ve güven geliştirdikleri süreç" olarak tanımlamaktadır.

2.6.1. Finansal Eğitimin Önemi

Finansal okuryazarlık, finansal bilgi ve becerileri kullanma yeteneği anlamına gelir. Finansal bilgi, finansal eğitim ile sağlanır. Finansal okuryazarlık düzeyinin artırılması, bireylerin uygun finansal kararlar almaları için etkili bir yoldur. Bu finansal kararlar finansal eğitim ile mümkündür. Bireylerin ve toplumun finansal okuryazarlık düzeyi için finansal eğitim düzeyinin artırılması gerekmektedir. Gelişen teknoloji ve finansal ürün ve hizmetlerin çeşitlenmesi finansal sistemde yeniliklere yol açmıştır. Finansal sistemdeki yeniliklerin kullanılabilmesi için finansal eğitime ihtiyaç duyulmaktadır. Eskici (2014, s.4) finansal okuryazarlık ile finansal eğitim arasında doğrudan bir ilişki olduğunu belirtmektedir. Sadece finansal eğitim finansal okuryazarlığa yol açabilir. Literatürde finansal eğitimin, finansal okuryazarlıkla devam eden bir süreç olduğu belirtilmektedir. Türkiye'de ve dünyada finans sektörü diğerk sektörlere kıyasla daha az bilinmekte ve daha az kullanılmaktadır. Ancak son yıllarda finans sektörüne olan ilginin artması finansal sistemin gelişimini artırmıştır. Finansal ürün ve hizmetlere ilişkin bilgi eksikliği, finansal eğitime olan ihtiyacı artırmaktadır. Finansal sistemdeki gelişmelerin hızlanması bireylerin sorumluluklarını artırmaktadır. Bu sorumlulukların getirdiği riskler değerlendirilerek doğru ve etkin kararlar alınabilir. Örneğin, eskiden emeklilik ve sigorta konularına devlet karar verirdi. Günümüzde ise bireysel emeklilik sistemi zorunlu hale getirilmiştir. Bireyler emeklilik fonlarını kendi kararlarına göre yönetmektedir. Finansal eğitim, bireylerin bütçe yaparak harcamalarını kontrol etmelerini sağlar. Kontrollü harcamalar tasarrufları artıracak, bu da gelirin diğerk

kısmını oluşturacaktır. OECD (2005) finansal piyasaların gelişmesi ve bireylerin sorumluluklarının ve risklerinin artmasıyla birlikte finansal kararların öneminin arttığını belirtmektedir. Özellikle emeklilik tasarruflarında finansal eğitim düzeyinin artırılması ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Bireylerin finansal eğitim seviyelerinin artması, yatırımcıların ve tüketicilerin korunmasını sağlamaktadır. Aynı zamanda finansal piyasaların bireyler için sorunsuz işlemesi anlamına gelmektedir. Finansal piyasaların sorunsuz işlemesinin yanı sıra ekonomi de sorunsuz işlemektedir (Biçer, 2016, s.1520).

2.6.2. Finansal Eğitimin Amaçları

Finansal eğitimin tanımına göre; "finansal tüketicileri ve yatırımcıları bilgilendirerek finansal ürünler, kavramlar ve riskler konusunda farkındalık ve yetkinliği artırmaktır". Finansal ürün ve hizmet çeşitliliğinin artmasıyla birlikte finansal bilgiye erişim önemli hale gelmiştir. Bu doğrultuda finansal eğitime ihtiyaç duyulmaktadır. Finansal eğitim, bireylerin finansal ürün ve hizmetlerdeki çeşitli seçenekleri analiz etmelerini ve hedeflerine ulaşmak için adım atmalarını sağlamayı amaçlamaktadır. Finansal eğitim ve finansal okuryazarlık arasında güçlü bir ilişki vardır. Bireylerin finansal eğitim düzeyleri arttıkça finansal okuryazarlık düzeyleri de artmaktadır. Finansal okuryazarlık düzeyi yüksek olan bireyler tüketim, tasarruf, yatırım ve borçlanma gibi finansal davranışları daha kontrollü gerçekleştirmektedir. Finansal eğitim, bireylerin finansal sisteme olan şüphelerini azaltmakta ve finansal sisteme daha fazla dahil olmalarını sağlamaktadır. Finansal eğitim sayesinde finansal ürün ve hizmetler hakkında bilgi sahibi olmaları doğru kararlar almalarını sağlayacaktır. Bu kararlar zaman içinde tasarruf eğilimini artıracaktır. Uzun vadede bu tasarruflar finansal sistemde yer alan yatırım araçlarını kullanacaktır (Yıldırım ve Özbek, 2021, s.695).

Finansal sistemin gelişmişlik düzeyine bağlı olarak bireylerin aldıkları kararların sorumlulukları artacaktır. Sorumlulukların getirdiği riskleri analiz edebilmek için finansal eğitime ihtiyaç vardır. Finansal eğitim, bireylerin riskleri anlamasını ve analiz etmesini sağlar. Xu ve Zia (2012), finansal eğitimin tüketicilere finansal ürünleri tanıtmayı ve bilgi düzeyini artırmayı amaçladığını savunmaktadır. Bilgi düzeyindeki artışın tasarruf eğilimini artırması beklenmektedir. Finansal bilgi düzeyinin artması bireylerde planlama becerilerini de geliştirmektedir. Gelişmiş ülkelerde gençlere yönelik emekliliğe hazırlık, tasarrufun önemi ve finansal okuryazarlık gibi çeşitli etkinlikler düzenlenmektedir.

Finansal sisteme erişimin düşük olduğu yerlerde ise tasarruf hesabı, sigorta gibi konuların teşvik edilmesi amaçlamaktadır. Gelişmekte olan ülkenin ekonomik kalkınmasının önündeki en büyük engellerden biri tasarruf seviyesinin düşük olmasıdır. Ekonomik kalkınma için gerekli sermaye miktarının artırılması, tasarruf düzeyinin artırılması ve bu tasarrufların yatırıma dönüştürülmesi ile mümkündür. Gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi gelişmiş ülkelerde de refah düzeyinin artırılması için yatırıma ihtiyaç vardır. Finansal eğitim düzeyi düşük olan bireyler, finansal sisteme dâhil olma konusunda endişe duymaktadır. Finansal eğitime sahip bireyler kendilerini finansal dolandırıcılığa karşı da koruyabilirler. Aynı zamanda finansal eğitim düzeyi yüksek olan bireyler doğru finansal aracı kullanacak ve tasarruflarını daha etkin kullanacaklardır (Xu ve Zia, 2012).

Sekita'ya (2011) göre Japonya'da finansal okuryazarlık eğitimle yakından ilişkilidir. Eğitim seviyesi yüksek olan bireyler finansal okuryazarlık anketlerinde daha iyi performans göstermektedir. SPK, Türkiye'de finansal okuryazarlık düzeyini yükseltmek için çeşitli çalışmalar yapmaktadır. Sermaye piyasasının temel amacı, bireylerin tasarruflarının atıl kalmamasını ve ekonomiye kazandırılmasında daha aktif rol almalarını sağlamaktır. Bu nedenle bireylerin bilgilendirilmesine yönelik çeşitli çalışmalar yapılmıştır. SPK'nın istatistiki çalışmaları, raporları ve internet sitesinde yayınlanan yayınları kamuoyunu bilgilendirmektedir. Ayrıca seminer ve konferanslarla bireylerin finansal piyasa bilgileri geliştirilmektedir. Web sitesi de bu amaçla hazırlanmıştır. Bu sitede sermaye ve finans piyasaları hakkında temel bilgiler, yatırım araçları, yatırım yaparken dikkat edilmesi gereken hususlar ve yatırımcıların ihtiyaç duyacağı bilgiler yer almaktadır. Site ayrıca video ve sanal yatırım eğitimlerini de desteklemektedir. Ergün'e (2018, s.83) göre, AB 2007 yılından bu yana çeşitli yayınlar hazırlamıştır. 2007 yılında finansal okuryazarlık anketi yapılmıştır. 2015 yılında Öğretmenler için Tüketici Sınıfı sitesi kurulmuştur. 2009 yılında finansal okuryazarlık için bir veri tabanı, finansal eğitim stratejilerini içeren bir elektronik kütüphane kurmuştur. Çevrimiçi bir modül olarak başlatılan Dolceta Projesi 27 ülke için hazırlanmıştır. Projenin amacı finansal eğitimi artırmaktır. Finansal eğitim girişimi için 14-19 yaş arası gençlere yönelik çalışmalar yürüttü. İnternet üzerinden hizmet veren program sayesinde öğrenciler on hafta boyunca sanal portföylerini yönetmektedir. Her yıl 250.000 öğrenci bu programdan faydalanmaktadır. Türkiye'de sivil toplum kuruluşlarının gelişimi için finansal okuryazarlık 2012 yılında kurulmuştur. FODER

kuruluşunun hemen ardından faaliyetlerine başlamıştır. Kuruluş OECD tarafından onaylanmıştır. FODER, gençler, öğrenciler ve kadınlar gibi toplumdaki birçok kişiye hitap etmektedir. Finansal okuryazarlık, riskleri doğru yönetirken finansal ürün ve hizmetleri geliştirebilme yeteneği olarak tanımlanabilir. Bu yetenek finansal bilgi ile gerçekleşir. Finansal okuryazar olmak için finansal eğitim gereklidir. Şekil 1'e baktığımızda finansal kararlarda en uygun olanı seçebilmek için temel düzeyde finansal okuryazarlığa ihtiyacımız vardır. Bu noktada finansal okuryazarlık için finansal eğitim gereklidir. Finansal eğitimler bireylere kendileri için uygun olan finansal ürün ve hizmetleri seçmeleri için bilgi sağlayacaktır.

Şekil 2.1: Finansal Eğitim Diyagramı

Kaynak: Willis (2008, s.3).



2.7. Finansal Davranış

Finansal refah hem bireyler, hem toplumlar hem de ülkeler için önemli bir konudur. Genel olarak refah; gelir düzeyi, iş güvenliği, barınma olanakları, yaşam standardı kalitesi, sağlık hizmetlerine erişim, eğitim olanakları, çevre ve sosyal bağlar gibi unsurları içeren genel yaşam kalitesinin geniş bir yönünü kapsamaktadır. Finansal refah, genel refahın kritik yönlerinden biridir. Bir ülkenin ekonomik gücü, başta yoksulluk seviyesi, kişi başına düşen reel gelir, Gini katsayısı, inşaat, özellikle de ulaşım ve iletişim olmak üzere vatandaşların kazançları ve servet dağılımıyla bağlantılıdır. Finansal refah bileşenleri gelir ve dağılım, eğitim, ulaşım, iletişim ve çalışma hayatını içerirken, sosyal refah bileşeni konut, kamu güvenliği, kültür, sağlık, aile, boş zaman ve diğer sosyal yönler gibi alanları kapsamaktadır. Bu anlamda finansal davranış konusu ortaya çıkmaktadır. Perry ve Morris'e (2005, s.300) göre finansal davranış, bir kişinin tasarruflarının, harcamalarının ve bütçesinin yönetimi olarak tanımlanırken, Xiao (2008, s.71) nakit, tasarruf ve kredi gibi para yönetimiyle ilgili insan faaliyetlerinin finansal davranış olarak kabul edildiğini ileri sürmektedir.

Finansal eğitim süreci ile edinilen finansal okuryazarlık düzeyi bireylere yeni özellikler kazandırmaktadır. Bireylerin finansal davranışları finansal okuryazarlık sürecinin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Özetle, finansal okuryazarlığın temeli için finansal eğitim gereklidir, finansal okuryazarlık ise finansal davranışlar ile ölçülmektedir (Sumer ve Gövdeli, 2020, s.87).

2.7.1. Finansal Davranışın Önemi

Finansal sistemin çeşitliliğini artırmak için bireylerin finansal eğitime ihtiyacı vardır. Bireyler finansal eğitim sonrasında sahip oldukları bilgi birikimi ile finansal seçimler yapabilirler. Bireylerin finansal ürün ve hizmetleri seçebilmeleri için finansal bilgileri bilmeleri, öğrenmeleri, analiz etmeleri ve yorumlamaları gerekmektedir. Hilgert ve diğerleri (2003), düşük ve yüksek finansal bilgi düzeyine sahip bireyler arasında bir karşılaştırma yapıldığında, faturalarını zamanında ödeme ve harcamalarına dikkat etme gibi finansal davranışların yüksek finansal bilgi düzeyinden olumlu yönde etkilendiğini savunmaktadır (Altıntaş, 2009, s.152).

2.7.2. Finansal Davranışın Amacı

Finansal okuryazarlık düzeyine sahip bireylerin finansal sisteme ilişkin finansal davranışları değerlendirilmiş ve bu bireylerin tasarruflarını uygun şekilde yönettikleri görülmüştür. Finansal tutum, finansal açıdan başarıya veya başarısızlığa ulaşmada önemli bir katkı sağlar. İyi bir tutum iyi davranışı etkileyecektir. İyi ve uygun finansal yönetim davranışı da iyi ve uygun bir finansal tutum uygulanarak başlatılabilir (Er ve Çetintaş, 2018).

2.7.2.1. Harcama Ve Tasarruf Davranışı

Harcanabilir gelir, harcamalar ve tasarruflardan oluşur. Bu nedenle gelir yönetimi olarak düşünülebilir. Kontrollü harcamalar tasarruf miktarını artıracaktır. Yaşam döngüsünü sürdürmek için harcamalara ihtiyaç vardır. Bireylerin ihtiyaçları için kullandıkları gelirin bir parçası olsa da bazen ihtiyaçlarının dışında ürün ve hizmetler satın alınabilir. Bu nedenle gelir yönetimi gereklidir. Gelir yönetimi öncelikle gelir-gider analizini gerektirir. Gelir-gider analizi ise bütçeleme ile mümkündür. Daha önce de belirtildiği gibi bütçeleme, finansal okuryazarlık için gerekli adımlardan biridir. Henager

ve Mauldin (2015, s.75) finansal bilgidaki artışın tasarruf davranışı ve düzenli tasarruf kararı ile ilişkili olduğuna dikkat çekmektedir. Ayrıca, Lusardi ve Mitchell (2011, s.510) temel okuryazarlığa sahip bireylerin daha iyi tasarruf yaptıklarını tespit etmiştir. Bireyler zaman içinde tasarruflarını artırmak isteyebilirler. Bu nedenle bütçeyi doğru analiz etmeleri ve tercihlerini verimli kullanmaları gerekmektedir. Tasarruf eğilimlerinin artmasının yanı sıra yatırım yönetimi, finansal dolandırıcılık girişimlerine karşı bilinçli olma, kredi ve fon kullanımında alınan kararlar gibi birçok kararı etkilemektedir. TCMB'nin (2015) çalışmasında yüksek ve sürdürülebilir büyümenin kaynağının yurt içi tasarruflar olduğu belirtilmektedir. Yurtiçi tasarrufların yetersizliği, büyüme için gerekli yatırımların finansmanında dış kaynaklara yönelmeye neden olmaktadır. Böyle bir ortam ülkenin dışa bağımlılığının artması anlamına gelmektedir. Türkiye Kalkınma Bakanlığı ve Dünya Bankası'nın (2011) Türkiye için hazırladığı raporda, düşük tasarruf oranının nedeni olarak ulusal bir finansal okuryazarlık planının etkin bir şekilde uygulanmaması gösterilmektedir. Ülke genelinde finansal okuryazarlığın geliştirilmesinin bireylerin tasarruf kararları üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu belirtilmiştir.

2.7.2.2. Yatırım Davranışı

Bireyler zaman içinde harcanabilir gelirin bir parçası olarak boşa gitmeyen tasarruflarını değerlendirmek isterler. Bunun için tasarruflarını finansal sisteme dahil ederler. Tasarrufların finansal sistemde değerlendirildiği bir ülkenin ekonomisi uzun vadede olumlu etkilenir. Finansal ürün ve hizmetler hakkında bilgi sahibi olduktan sonra yatırımın tercih edilmesi önemlidir. Tasarrufların yatırıma dönüştürülmesinde değişkenlerin bilinmesi ve analiz edilmesi, sonradan oluşabilecek kayıpların önlenmesi için gereklidir. Yatırım seçeneklerinin risk ve getiri açısından karşılaştırılarak tercih edilmesi ancak bireylerin risk ve getiri konusunda yeterli bilgiye sahip olmasıyla mümkündür. Bireylerin risk ve getirileri karşılaştırarak seçim yapabilmeleri için temel argümanları bilmeleri gerekmektedir.

Ekonomik yapının analiz edilmesi ve tercihlerin yapılması bireylerin yatırımlarının geri dönüş oranını artıracaktır (Demir, 2019, s.14).

2.7.2.3. Borçlanma Davranışı

The Economist'in 2008 tarihli "Getting it right on the money" başlıklı makalesinde, mortgage krizinin ardından yapılan ve bireylerin çoğunluğunun finansal

okuryazarlık seviyesinin düşük olduğu tespit edilen bir araştırmaya değinilmektedir. Bireylerin faiz oranlarını bilmedikleri ve borçlarını ödeyemedikleri takdirde borçlarının artacağını bilmedikleri gözlemlenmiştir. Bireylerin finansal davranış olarak analiz edileceği bir diğer önemli konu ise borçlanmadır. Bireyler gelir-gider analizi yapmadıkları takdirde borçlanma ihtiyacı duyacaklardır. Finansal okuryazarlık bireylere analiz yeteneği kazandırır. Lusardi'ye (2013) göre finansal okuryazarlığın borçlanma davranışı üzerinde etkisi olduğu gözlemlenmiştir. Bir başka açıdan bakıldığında, örneğin borçlanma gelirin nasıl yönetildiği açısından önemlidir. Bireyin borçlanma yoluyla gelirinden daha fazla harcama yapması mümkündür. Bu durumda ortaya çıkan sonuç, bireyin gelirin ne düzeyde olduğunu bilmemesi ya da yönetememesidir. Borçlanmanın yüksek olması gelecekteki gelirin azalmasına yol açacaktır. Aynı zamanda gelir-gider analizinin yapılmaması, bireylerin kontrolsüz bir şekilde tüketim yapması anlamına gelmektedir. Finansal okuryazarlık için gerekli şartlardan biri olan bütçe hazırlama adımının yapılmadığı anlaşılmaktadır.

Huston (2012, s.297) tarafından yapılan bir çalışmada, ABD'de finansal okuryazarlığın kredi kartı ve mortgage kredi oranları üzerindeki etkisi incelenmiştir. Sonuçlar, finansal okuryazar bireylerin daha düşük borçlanma maliyetlerine sahip olduğunu göstermektedir.

2.8. Finansal Okuryazarlığın Ölçülmesi

Kavramsal tanımların çeşitliliğinden normal olarak anlaşılabileceği üzere, Finansal Okuryazarlığı ölçmek için kullanılan stratejiler de oldukça çeşitlilik göstermektedir.

Finansal okuryazarlığı ölçmek için standart bir araç bulunmamaktadır. Lusardi ve Mitchell (2011, s.512), en önemli çalışmalardan birinde "insanların nasıl finansal okuryazar olduklarını değerlendirmek önemli olsa da, pratikte bireylerin finansal bilgileri nasıl kullandıklarını ve bu bilgilere dayanarak nasıl kararlar aldıklarını araştırmak zordur" demiştir. Az sayıda araştırmacı için, bireyin veriye sahip olup olmadığının yanı sıra bunu doğru şekilde kullanıp kullanmadığına karar vermek de kritik önem taşımaktadır. Bu bağlamda, çalışmaların önemli bir kısmı finansal okuryazarlığı ölçmek için farklı türde araçlar kullanmaktadır. Örneğin Lusardi, Mitchell ve Curto (2010, s.359), bazı çalışmalarda üç soruluk çoktan seçmeli basit bir test kullanılırken, Zhan, Anderson ve Scott, 2006 gibi diğer çalışmalarda kırk sekiz doğru-yanlış sorusu kullanılmıştır ancak

Atkinson, A. ve F. Messy (2012), çalışmalarında aynı soru setini dünya çapında çok farklı nüfus gruplarına uygulamanın ve finansal okuryazarlığın basit ve anlamlı göstergelerini oluşturmanın mümkün olduğunu göstermiştir (Beichar, 2018, s.8).

Aşağıda, kronolojik sıraya göre yerleştirilmiş çeşitli ampirik çalışmalarda finansal okuryazarlığın gerçekte nasıl ölçüldüğünü ve ayrıca ölçüm stratejilerine ilişkin ayrıntıları göreceğiz. Finansal okuryazarlık seviyelerini ölçmek için Lusardi ve Mitchell (2014) NFCS'den beş Finansal okuryazarlık sorusunun kullanımını tartışmaktadır. Asarta, Hill ve Meszaros (2014), Financial Fitness forever (FFFL), Learning, Earning and Investing (LEI), Practical Money Skills, Virtual Economics 4.0, Capstone'dan 50 farklı karar sorusu hazırlamıştır: Exemplary Lessons for High School Students, ve Delaware Center for Economic Education and Entrepreneurship ve Federal Reserve Bank of Philadelphia'daki personel tarafından hazırlanan alıştırmalar. Klapper, Lusardi ve Panos (2013) ayrıca 2'si faiz oranları ve faiz bileşimi, 1'i genişleme (enflasyon) ve 1'i de fırsat indirimleri hakkında olmak üzere 4 finansal okuryazarlık sorusu ortaya koymuştur. Sorular, ABD HRS Anketi, Amerikan Yaşam Paneli ve Yaşlanma Üzerine İngiliz Boylamsal Çalışması dahil olmak üzere geçmiş genel bakışlardaki finansal okuryazarlık sorularına eşdeğerdir. Japelli ve Padula (2013) SHARE ve SHARELIFE'den makroekonomik veriler toplayarak başlangıç ve güncel para finansal okuryazarlığını incelemiştir. Mevcut finansal okuryazarlık SHARE'deki dört finansal ve sayısal soruya dayanmaktadır. SHARELIFE'de başlangıç finansal okuryazarlığı okuldaki sayısal yeteneklerdir. Bumcrot, Lin ve Lusardi (2013), Allgood ve Walstad (2013), Collins (2010) Ayrıca 2009 NFCS'den Beş Finansal Okuryazarlık Sorusu keşfetmiştir. Behrman ve diğerleri (2012) ayrıca Şili emeklilik çerçevesine ilişkin 3'ü merkezde olmak üzere 12 finansal okuryazarlık sorusu ve 9 soru keşfetmiştir. Carlin ve Robinson (2012), 2009 NFCS'den beş Finansal okuryazarlık sorusu içeren JA Finans Parkında yapılan Finansal seçimleri önermiştir.

Gustman, Steinmeier ve Tabatabai (2012) (sayısal yeterlilik ölçütü) hakkında "Sayısal yeterlilik 0 ile 3 arasında değişir ve üç soruya verilen doğru soru sayısının toplamı ile tahmin edilir, binin yüzde 10'unu alır. İki milyonun beşte birini hesaplayın. Yüzde 10'luk entrika iki yıldan fazla bir süre boyunca daha da şiddetlenmiştir." Roberts ve diğerleri (2011), ASMFL programında ne fark ettiklerini belirtmek için Kampüs Vitrininde yer alan öğrenciler üzerinde bir araştırma yürütmüştür. Ayrıca ASMFL eğitim modülleri ışığında bir ön ve son test yapılmıştır. Van Rooij, Lusardi, Alessie (2011),

katılımcılara HRS'ye benzeyen 5 temel FL (Financial Literacy) sorusu ile incelemeye dikkat çekici birkaç soru sorulmuştur. İlerlemiş finansal bilgiyi ölçmek için spekülasyon ve portföy kararı ile ilgili 11 karmaşık FL sorusu daha sorulmuştur. Walstad, Rebeck ve MacDonald (2010), 17'si Financial Fitness for Life testlerinden ve 13'ü Financing Your Future eğitim programları için yakın zamanda oluşturulmuş 20 çok sayıda karar sorusuyla ön ve son test düzenlemiştir. VanRooij, Lusardi, Alessie (2011), katılımcılara HRS'ye benzeyen 5 temel FL sorusu ile çalışmaya özgü birkaç soru yöneltmiştir. İleri düzey finansal bilgiyi ölçmek için spekülasyon ve portföy kararı ile ilgili 11 karmaşık finansal okuryazarlık sorusu daha sorulmuştur. Walstad, Rebeck ve MacDonald (2010), 17'si Financial Fitness for Life testlerinden, 13'ü ise Financing Your Future eğitim modülleri için yeni oluşturulmuş 20 farklı karar sorusuyla ön ve son test düzenlemiştir.

Remund (2010), araştırma ve anketlerin FL'yi ölçmek için uzmanlar arasında en yaygın kabul gören strateji olduğunu belirtmektedir. Lusardi, Mitchell ve Curto (2010), 2004 yılı Refah ve Emeklilik Genel Bakış (HRS) anketindeki üç soruyu kullanmıştır (Bu sorular beş NFCS sorusunun bir alt kümesidir). Monticone (2010), aynı şekilde altı finansal okuryazarlık sorusu keşfetmiştir. İki soru 2004 HRS'deki enflasyon ve faiz sorusu ile NFCS finansal okuryazarlık soruları gibidir. Lusardi ve Mitchel (2009), temel finansal okuryazarlığı ölçmek için 5 soru kullanmıştır. Bu sorular 2004 HRS ile 2009 ve 2012 NFCS'deki sorulara benzemektedir. İlerlemiş bütçe yeterliliğini ölçen 8 adres bulunmaktadır. Son olarak, sınav katılımcılardan parayla ilgili kendi eğitimlerini 1-7 arasında derecelendirmelerini istemektedir; 1 düşük anlayış ve 7 yüksek parasal yeterlilik anlayışıdır. Peng, Bartholomae, Fox ve Cravener (2007), bireysel katkı ile tanımlanan konuları kapsayan on soruluk girişim öğrenme testinden oluşan spekülasyon bilgi ölçümü hakkındadır.

Danes ve Haberman (2007), FL'yi ölçmek için Lise Finansal Planlama Programı (HSFPP) eğitim programlarını kullanan bir Sonradan-Önce prosedürünü yönetmiştir. Dört öğrenme sorusu ve bir öz-yeterlilik sorusu 5'li Likert ölçeğinde, kesinlikle katılmıyorumdan (1) kesinlikle katılıyorduma (5) kadar sorulmuştur. Borden ve diğerleri (2008), Credit-Wise Cats eğitim modüllerini ön ve son test ile uygulamıştır. Finansal bilgi puanı, 7 şey göz önünde bulundurulduğunda, bu şeylerin büyük finansal yönetim uygulamalarını yansıtır yansıtmadığını seçmek için gerekli olmuştur. Lyons, Rachlis ve Scherpf (2007), aynı şekilde, 58 inceleme sorusundan 23'ünün alıcıların krediyi açığa

çıkaran konuları öğrenmeye çalıştığını göstermiştir. Soruların çoğu çoklu karar tarzındaydı ve birkaçı açık uçlu sorulardı. Kredi öğrenme testi, kredi raporları, FICO derecelendirmeleri ve tartışma belirleme sürecine ilişkin sorular içermekle birlikte, Zhan, Anderson ve Scott (2006), 5 içerik bölgesinde 48 gerçek yanlış ve çeşitli karar soruları içeren Ön ve Son test kullanmıştır: (1) yıkıcı kredilendirme, (2) açık ve işle ilgili avantajlar, (3) para provalarını tutma, (4) tasarruf ve katkıda bulunma ve (5) kredi kullanımı ve finansman maliyetleri. Varcoe ve diğerlerinin (2005) çalışmasında olduğu gibi, bilgiyi değerlendiren 19 gerçek/yanlış soruyu kullanan ön ve son test gibi birkaç inceleme sonuçlanmıştır. Hira ve Loibl (2005), kesinlikle katılmıyorum=1'den kesinlikle katılıyorum=5'e kadar uzanan 5'li Likert ölçeğinde değerlendirilen 4 soru kullanmıştır. Sorular şunları içermektedir: (1) Emeklilik dönemimdeki bütçe ihtiyaçlarım konusunda net bir fikrim var, (2) Paramı nasıl değerlendireceğim konusunda altı ay öncesine göre daha iyi bir görüşe sahibim, (3) Finansal geleceğimi sıcak bir şekilde karşılama konusunda altı ay öncesine göre daha eğitilmiş hissediyorum ve (4) Kredilerimle nasıl başa çıkacağım konusunda altı ay öncesine göre daha iyi bir görüşe sahibim.

Hilgert, Hogarth ve Beverly (2003), Tüketici Anketlerinin bir parçası olan 28 Doğru/Yanlış sorusunu kullanmıştır. Güvence altına alınan noktalar arasında gelir yönetimi, genel kredi yönetimi, tasarruf, girişim, sözleşmeler ve diğer finansal yönetim temaları yer almaktadır. Danes, Huddleston-Casas ve Boyce (1999), FL'yi ölçmek için Lise Finansal Planlama Programı (HSFPP) eğitim programlarını kullanarak Post-thenpre yöntemini kullanmıştır. Öğrencilere finansal davranışlarıyla ilgili 8 soru, finansal bilgileriyle ilgili 3 soru ve 2 öz yeterlilik sorusu yöneltilmiştir. Sorular 1) hiçbir zaman ile 5) oldukça sık arasında değişen 5'li Likert ölçeğine göre yanıtlanmıştır. Volpe, Chen ve Pavlicko (1996), Money dergisinin Money Forecast sayısından "Yatırım IQ'nuz nedir?" sorusunu sorarak (girişim yeterliliğini ölçerek) tamamlamışlardır. Her biri 10 odak değerinde olan 10 soru sorulmuştur. 70'in üzerindeki puanlar bireysel spekülasyon konusunda yetkin olarak görülmüştür. 40'ın altındaki puanlar ise yetersiz olarak değerlendirildi.

2.9. Dünya Geneline Finansal Okuryazarlık

Aslında çok sayıda inceleme, yetişkin nüfusun önemli bir kısmının finans hakkında çok az şey bildiğine ve birçok bireyin risk çeşitlendirmesi, enflasyon ve faiz bileşimi gibi temel ekonomik kavramlara aşina olmadığına dair kanıtlar sunmaktadır.

Lusardi ve Mitchell, (2016, s.249), finansal piyasaların gelişmişlik düzeyi ve sağlanan emeklilik türüne bakılmaksızın, finansal okuryazarlığın dünya genelinde çok düşük olduğu sonucuna varmıştır. Buna göre, piyasalardaki değişimler finansal bilginin artmasına neden olmamış, bu da insanların finansal deneyimlerinden kendi başlarına öğrenebilecekleri şeylerin bir sınırı olabileceğini düşündürmüştür. Ayrıca, emeklilik planlamasının finansal okuryazarlıkla ilişkilendirilebileceğini göstermektedirler; basit hesaplamaları doğru bir şekilde yapabilen, enflasyon hakkında bilgi sahibi olan ve risk çeşitlendirmesi konusunda bilgili olan kişilerin emekliliklerini planlamaları daha olasıdır. Son olarak, bu ilişkinin nedensel olduğunu, yani finansal okuryazarlığın emeklilik planlamasını etkilediğini, tersinin geçerli olmadığını savunmaktadırlar.

Klapper, Lusardi ve Oudheusden (2015, s.57), dünya genelinde yetişkinlerin sadece 3'te 1'inin temel finansal kavramları anladığını belirtmiştir. Varlıklı, iyi eğitilmiş ve finansal hizmetleri kullananlar arasında finansal okuryazarlık daha yüksek olsa da, milyarlarca insanın finansal ortamdaki hızlı değişimlerle başa çıkmaya hazır olmadığı açıktır. Araştırmaya göre en yüksek oranda finansal okuryazarlığa sahip ülkeler Kanada, Danimarka, Avustralya, Finlandiya, İsrail, Almanya, Hollanda, Norveç, İsveç ve Birleşik Krallık olup, bu ülkelerde yetişkinlerin yaklaşık yüzde 65'i ya da daha fazlası finansal okuryazardır. Öte yandan, Güney Asya en düşük finansal okuryazarlık skorlarına sahip ülkelere ev sahipliği yapmaktadır; bu ülkelerde yetişkinlerin yalnızca dörtte biri ya da daha azı finansal okuryazardır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM, BULGU VE YORUMLAR

3.1. Literatür Araştırması

Literatürde yer alan çalışmalar kontrol edildiğinde dijitalleşme algısı ve finansal okuryazarlık düzeyinin muhasebe meslek tercihinin, muhasebe lisans veya yüksekokul eğitimi alan öğrencilerin bu alana yönelimleriyle alakalı bazı konular yer aldığı anlaşılmaktadır. Araştırmamızı ilgilendiren bazı çalışmalar aşağıda yer almaktadır.

Kamhi (1999) tarafından yapılan çalışmada BT gelişmelerin olumsuz ama önemli bir yönü muhasebe uygulamalarının muhasebe mesleği ile alakalı olmayan diğer uzmanlık alanlarında geliştirilmesi olduğundan söz etmektedir. Önlem alınmadığında muhasebe mesleği için önemli bir sorun olabileceğinden bahsetmiştir. Bu sebeple muhasebe meslek mensupları ilerleyen süreç içinde sorumluluklarının; kurumlarda bilgi sistemleri tasarlamak, bu sistemleri kurumlarda kurmak, kurulan sistemleri yeni ihtiyaçlara göre yeniden tasnif etmek, kurumun bilgi sistemlerini denetlemek, sistemleri hatasız çalışmasını sağlamak olarak tanımladıklarından bahsetmiştir.

Yayla ve Cengiz (2005) araştırmacıları tarafından bir çalışma yapılmıştır. Bu çalışmanın amacı muhasebe mesleğinin seçiminde etkili olan kişisel etmenleri ve mesleğin sahip olduğu özelliklerinin sebep olduğu etmenleri belirlemek olduğu ve bunun dışında muhasebe mesleği seçiminde etkili olan demografik etmenleri ortaya koymak olduğu belirtilmiştir. Çalışma sonucunda ise muhasebe meslek seçiminde kişinin sahip olduğu özellikler ve annelerinin eğitim düzeyi demografik etmenler hariç diğer demografik etmenlerin önemli etmenler olduğu belirlenmiştir. Ayrıca muhasebe mesleği seçiminde kişisel etmenlerden “*mesleğin kendi tercihi olması*”, “*aile ve çevrenin etkisi*”, “*mesleğin ilgi çekici olduğu inancı*” etkili olan etmenlerdir. Mesleğe bağlı faktörlerden

ise “*kazançlı bir meslek olması*”, “*geniş iş olanakları*” değişkenleri önemli faktörler olduğu belirtilmiştir.

Ömürbek ve Usul (2008) araştırmacılar tarafından yapılan çalışmada muhasebe meslek mensuplarının, muhasebe meslek seçiminde etkili olan etmenler ile bu etmenlerin belli bir formatta olup olmadıkları belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaç doğrultusunda, muhasebe meslek seçiminde etkili olan 19 etmen belirtilmiş ve bu etkiler arasındaki ilişkilerde karşılıklı bir etkileşimin var olup olmadığı faktör analizi yardımıyla incelenmiş ve incelemeler sonucunda muhasebe meslek seçiminde etkili olan bazı etmenler arasında yüksek derecede bir korelasyon olduğu görüldüğünü belirtmiştir. Bu korelasyon düzeyi muhasebe meslek seçiminde etkili olan etmenlerin aynı derecede önemli olmadığını ve bazı etmenlerin daha etkili olduğunu göstermiştir. Yapılmış olan faktör analizi neticesinde muhasebe meslek seçiminde kişinin meslekle ilgili düşünceleri ilk sırayı aldığı ve meslek yapısının sebep olduğu etmenlerin bireyin muhasebe meslek seçimindeki etkisi ikinci sırayı oluşturduğu ve çevresel etmenlerin yoğunluğu ise üçüncü sırada bulunduğu ifade edilmiştir.

Dinç (2008) tarafından yapılan araştırma işletmelerin gereksinim duyduğu muhasebe meslek mensuplarının yetiştirilmesi amacıyla faaliyete giren Meslek Yüksek Okulu-Muhasebe Programları, ticaret hayatında önemli bir ihtiyacı karşılamasına rağmen bu okulların ne ölçüde amaçlarına ulaşabildikleri konusunda fazlaca akademik çalışma bulunmamaktadır. Bu sebeple çalışmada, MYO Muhasebe Programı öğrencilerinin hangi oranda eğitim gördüğü alanda kariyer yapmayı düşündüklerini, muhasebe meslek seçiminde etkin olan etmenlerin neler olduğunu ve bu etmenler açısından öğrenciler arasında farklılıkları ortaya koymak amaçlanmıştır. Araştırma sonucunda, muhasebe programı öğrencilerinin büyük bir kısmının muhasebe mesleğinde kariyer yapmaya niyetli olduğu sonucuna varılmıştır. Bununla beraber, kariyer beklentisi, yüksek kazanç ve sorumluluk beklentisi, mesleki bilgi ve meslek becerisi, mesleki tecrübe ile sosyal statü beklentisinden oluşan faktörlerin muhasebe meslek seçimi konusunda önemli olduğu, eğitimçevresi ve aile çevresi faktörlerinin ise önemli olmadığı belirtilmiştir.

Sarıgül (2015) tarafından yapılan çalışmada kişilerin finansal tutum ve davranışlarının belirlenmesinde kullanımı mümkün olan bir ölçek geliştirmiştir. Ölçekte kullanılmak üzere 4 faktör geliştirmiş ve bu faktörler; *harcama, tutum, algı ve ilgi* olarak

belirlenmiştir. Çalışmanın örneklemini üniversite öğrencileri oluşturmuş olmasına rağmen bu sınır sadece ölçek geliştirme çalışmasını gerçekleştirmek için oluşturulduğu ve meslek grupları, ebeveynler, emekliler, öğrenci grupları ve toplumun farklı kesimlerinde daha geniş örneklemlemlerle veya farklı zaman dilimlerinde aynı örneklemlerle yeniden ölçülmesi ölçeğin geçerliliğinin ve güvenilirliğinin daha ileri düzeyde olmasını sağlayacağı düşünülmektedir.

Akın ve Onat (2015) araştırmacıları tarafından yapılan çalışmada muhasebe ve finansal yönetim bölümü yüksek okul öğrencileriyle muhasebe vergi uygulamaları bölümü meslek yüksek okul öğrencilerinin meslek seçimini etkileyen mesleki tatmin, beklenti, bireysel beklenti ve kariyer beklentisi kapsamında faktörleri ortaya koymayı amaçlayan çalışmada sonuçlar değerlendirildiğinde gerek ön lisans gerek lisans düzeyinde eğitim alan bireylerin muhasebe mesleğine yönelmelerindeki ana etmenlerin iş olanaklarının çok olması ve ihtiyaç duyulan bir meslek olmasına odaklandığı belirtilmiştir. Aile işi olmasının en az etkileyen nedenlerden biri olması ise bireylerin dahada özgür kararlar alma eğiliminde olduklarını ifade etmişlerdir. Meslek seçimi ile ilgili faktörler göz önüne alındığında ön lisans ve lisans düzeyinde eğitim gören her iki grubun da eğitim düzeyi, cinsiyet ve mezun olunan okuldan tam ya da kısmi bağımsız olarak kendi kişisel özellikleri ile uyumluluk göstermesi, mesleki gelişime açık olunması, ekonomik getirisinin tatmin edici olması gibi nedenlerle muhasebe mesleğini tercih ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Bireylerin mesleki iş yükünü ve mesleğin yapısından kaynaklanabilecek esneklikleri de çok da önemsemedikleri de elde edilen sonuçlar olduğundan bahsedilmiştir.

Dağdelen (2017) tarafından yapılan araştırmada Aydın ili ve ilçelerinde Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlerin finansal okuryazarlık düzeyleri ölçülmeye çalışılmıştır. Finansal okuryazarlık düzeyinin, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlerin yaş, cinsiyet ve eğitim durumuna göre hangi oranda etkili olduğu ortaya konmaya çalışılmıştır. Araştırmada, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlerin finansal okuryazarlık düzeyinin yüksek olduğu tespit edilmiştir. Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler arasında eğitim ve yaş durumu finansal okuryazarlık düzeyi üzerinde etkili olduğu saptanırken cinsiyet durumunun finansal okuryazarlık düzeyi üzerinde nötr bir etkiye sahip olduğu ortaya konmuştur.

Orhan (2017) tarafından yapılan araştırmanın amacı bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmelerin muhasebe alanını da etkisi altına alması ile birlikte bilgi teknolojileri kullanımının muhasebe meslek mensuplarının verimliliğine olan etkilerini ortaya koyulmasıdır. Bu çalışmanın sonucunda bilgi teknolojileri kullanımının, muhasebe meslek mensuplarının verimliliğini pozitif yönde etkilediği ortaya koyulmuş ve karşılaştırmalı analizler sonucunda muhasebe meslek mensuplarının bilgi teknolojilerine gereken önemi verdiği fakat alt yapısal yetersizliklerin bazı problemlere neden olduğu anlaşıldığı belirtilmiştir.

Akyüz, Yeşil ve Ay (2018) araştırmacıları tarafından yapılan çalışmanın amacı muhasebe meslek eğitimi alan öğrencilerin muhasebe alanında meslek seçimlerinde etkili olan faktörlerin tespit edilip değerlendirilmesi olarak belirtilmiştir. Araştırma sonucunda muhasebe meslek eğitimi alan ve muhasebe meslek mensubu adayları olan öğrencilerin muhasebe meslek tercihinde etkin olan faktörler 7 boyut olarak toplanmış. Ve bu boyutlar saygınlık ve sosyal statü beklentisi, kişisel tercihler, mesleki deneyim, çevre etkisi, bağımsız çalışma, çalışma şartları, mesleki gelişim olarak nitelendirilmiştir. Bunların dışında saygınlık ve sosyal statü beklentisi, kişisel tercihler, mesleki deneyim, bağımsız çalışma faktörleri ile öğrencilerin öğrenim gördükleri bölümler arasında anlamlı bir ilişki bulunduğu belirtilmiştir.

Erturan ve Ergin (2018) araştırmacıları tarafından çalışmada varılan sonuçlar şöyledir: Akıllı sistemler yardımıyla oluşturulan dijital ikiz, işletmenin sanal ortamda varlığını sağlayacak ve bu sanal ortamda var olmaya yeni yeni başlayan işletmeyi muhasebe meslek mensubu teknolojik bilgiyi kullanarak daha hızlı, rahat ve ortam fark etmeden denetleyecektir. Bu süreçte, geleneksel muhasebeci kavramının da finansal veri bilimcisi olarak değişeceği düşünülmektedir. Muhasebe mesleğinin endüstri 4.0 ile olan değişimleri kavrayarak dijitalleşmeye uyum sağlaması ile hata ve hileyi saptama oranı da artacak ve böylece sağlayacağı katkı ve finansal raporların kalitesini artırmış olacaktır denebilir.

Tekbaş, Kurnaz ve Azaltun (2018) araştırmacıları tarafından yapılan çalışmada, muhasebe meslek mensuplarının dijital sistemlere yönelik tutumlarının belirlenmesi ve dijital sistemlerin muhasebe meslek mensupları tarafından doğru, etkin ve verimli kullanılabilmesi için dijital muhasebe okuryazarlığının gerekliliğinin ortaya konulması

amaçlandığı belirtilmiştir. Araştırma sonucu elde edilen veriler ışığında, muhasebe meslek mensupları kullandıkları dijital ürünleri genel olarak verimli buldukları, bu ürünleri kullanabilme hususunda kendilerini yeterli gördükleri ve meslekleriyle ilgili dijital gelişmeleri yakından takip ettikleri tespit edilmiştir. Ancak dijital sistemlerin kullanımına yönelik verilen eğitimlerin yeterli olmadığı ifade edilmiştir. Bunun sonucunda, dijital muhasebe okuryazarlığının gerekliliğini ortaya koyulmuştur.

Tekbaş (2018) tarafından yapılan çalışmanın amacı, dijitalleşmenin ve teknolojik gelişmelerin muhasebe mesleğine ve meslek mensuplarına etkilerini ortaya koyarak, mali müşavirlik mesleğini geleceğe hazırlayacak olan modellemenin mali mühendislik olduğunu ileri sürmektedir. Ve literature mali mühendislik adında yeni bir kavram katmayı planlamaktadır. Muhasebe meslek mensuplarının dijitalleşme ve teknolojik değişimlere kendini hazır hissettiği, uyum sağlayabileceği ve hali hazırda verilen muhasebe yeterlilik eğitimlerinin yaşanacak teknolojik gelişmelere uygun olmadığı ve muhasebe mesleğinin teknolojik gelişmeler kullanılarak geleceğe hazırlayacak olan yeni bir modeli destekleyeceğini tespit etmiştir.

Tenik (2019) tarafından yapılan çalışma teknolojik gelişmelerin muhasebe mesleğine etkilerini ortaya koymak amacıyla hazırlanan araştırma, muhasebe meslek mensuplarının teknolojik gelişmeler karşısında yaşadıkları sorunların tespiti ve çözüm önerilerinin ortaya konulmasına yönelik yürütülmüştür. Dijitalleşme ile meydana gelen değişikliklerin meslek mensupları için güvenlik sorunlarını fazlaştırdığı ancak yine dijitalleşme ile birlikte muhasebe meslek mensuplarına yönelen yasa dışı teklif oranının en aza indirildiği ve bunun sonucunda da hata ve hile oranlarının azalması ile kayıt dışı ekonominin de gösterdiği savunulmuştur. Ayrıca dijitalleşme ile verilerin dijital ortamda tutulmasının defterde tutulmasından daha güvenli olduğu sonucuna varılmıştır.

Temelli (2019) tarafından yapılan çalışmanın amacı; muhasebe eğitimi gören İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi (İİBF) öğrencilerinin muhasebe alanındaki meslek seçimlerinde etkili olan faktörlerin belirlenmesi ve tespit edilmesi amaçlanmıştır. Sonuç olarak; faktör analizi kullanılarak muhasebe meslek mensubu adayları olan İİBF öğrencilerinin muhasebe meslek seçiminde etkin olan faktörler 3 faktör altında toplandığı belirtilmiştir. Çalışmadaki faktör analizinin neticesinde, muhasebe eğitimi gören

öğrencilerin muhasebe meslek seçiminde etkili olan faktörler ölçeğın geçerli ve güvenilir bir araç olduğu tespit edildiğı belirtilmiştir.

Bulut (2019) tarafından yapılan çalışmanın amacı, Afyonkarahisar ilinde faaliyet gösteren muhasebe meslek mensupları üzerinden yola çıkarak, web tabanlı muhasebe sistemi hakkında muhasebe meslek mensuplarının kullanım düzeyinin ne olduğunu tespit etmek ve açıklamak, bilgi seviyesinin ne düzeyde olduğunu belirlemek ve yatkınlıklarını tespit etmek olarak belirlenmiştir. Elde edilen veriler sonucunda ise, muhasebe meslek mensuplarının web tabanlı muhasebe sistemlerini büyük çoğunlukla kullandıkları, bilgi düzeyi ve yatkınlıklarının ise web tabanlı muhasebe sistemini kullananların kullanmayanlara göre yüksek seviyede olduğu belirtilmiştir.

Yardımcıoğlu, Karahan ve Yörük (2019) araştırmacıları tarafından yapılan çalışmada dijitalleşmenin tüm meslekleri etkilediğı gibi muhasebe mesleğini de etkileyeceğı ve bu nedenle muhasebe meslek mensuplarının muhasebe bilgisine ek olarak teknolojik değişimleri benimsemeleri gereklidir. Bu bağlamda çalışmanın amacının endüstri 4.0'ın muhasebe mesleğinin geleceğı üzerinde etkisini incelemek olduğu söylenebilir. Bunun neticesinde muhasebe meslek mensupları, mühendislik yeteneklerinin yanı sıra yaratıcılık, duygusal zekâ, eleştirel düşünme, güçlü sunum ve iletişim becerileri alanında kendilerini geliştirerek geleceğı hazırlamalıdır. Muhasebe mesleğinin dijital dönüşümü içselleştirebilmesi için yeni bir modellemeye olan ihtiyacı zorunlu olduğu yapılması gerekenler arasında sayılmıştır.

Kurnaz, Tekbaş, Bozdoğan, Çetin (2020) araştırmacılarının çalışmasında, dijitalleşmenin muhasebe eğitime etkisi ve muhasebe eğitiminin uygulamada yeterli olup olmadığının ortaya konulması amaçlanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, muhasebe eğitiminde dijitalleşmenin çok önemli olduğu fakat mevcut muhasebe eğitiminde dijital sistemlere gerektiğı yer verilmediğı ve iş dünyasının ihtiyaçlarını karşılayacak nitelikte muhasebe meslek mensubunun yetişmesine katkı sağlayamadığını tespit etmişlerdir. Bununla beraber muhasebe meslek mensuplarının tecrübe, yaş ve mezuniyet sonrası meslekleriyle alakalı teknolojik eğitime gereksinim duymaları ile muhasebe eğitiminde dijital sistemlerin önemi hakkındaki görüşleri arasında önemli ve anlamlı bir farklılık bulunduğundan söz edilmiştir.

Başkan ve Çıtak (2020) araştırmacıları tarafından yapılan çalışma muhasebede elektronik gelişmelerin muhasebe meslek etiğine etkisini ölçmeyi amaçlanmıştır. Kırıkkale ilinde faaliyet gösteren meslek mensuplarına yapılan, toplamda 148 üyeye sahip olan ve 51 üyeye yaptırılabilen anket sonuçlarına göre, katılımlarının %56'ı e-dönüşüm uygulamalarının meslek etiğine etkileyeceğini, %72'sinin e-dönüşüm uygulamasının mesleki özeni destekleyeceğini, %56'sı e-dönüşüm uygulamalarında çalışanların altyapı eksikliğinin muhasebe meslek etik davranışını etkilediğini, %55'i ise çalışanlara e-dönüşümle ilgili eğitim verilmemesinin muhasebe meslek etiği anlayışını etkilediğini ifade etmektedirler. E-dönüşümü uygulayacakların e-dönüşümle ilgili eğitim almaları etik davranışı etkileyebileceği tespit etmişlerdir. Bununla beraber katılımcılar mesleki özene sahip olduklarını, tarafsız oldukları ve yasalara uyduklarını ifade ettiklerinden dolayı e-dönüşüm uygulamalarında muhasebe meslek etiğine uygun olarak hareket ettikleri belirlenmiştir. Elde edilen sonuçlar neticesinde muhasebe meslek mensuplarının meslek etiği bilincine sahip olduklarını fakat e-dönüşüm uygulamalarıyla ilgili eğitimle desteklenmesi gerektiği ifade edilmiştir.

Pusmaz (2021) tarafından yapılan çalışmada, muhasebe meslek mensuplarının cinsiyetleri, yaş düzeyleri, öğrenim düzeyleri, mesleki unvanları, mesleki tecrübeleri, mezun oldukları lise türü ve yerleşim yeri türü ile dijital muhasebe okuryazarlık düzeyleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılığın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Meslek mensuplarının dijital sistemlerin hayatlarındaki ve mesleklerindeki önem derecesi, dijital sistemleri etkin ve verimli kullanmak için eğitim alma durumları ve yeni teknoloji ve dijital sistemleri nasıl öğrendikleri ile dijital muhasebe okuryazarlık düzeyleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığın olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

3.2. Araştırma

Muhasebe meslek mensuplarının dijitalleşme algısı ve finansal okuryazarlık düzeylerinin meslek seçme niyeti üzerine yapılan çalışmada elde edilen bilgi ve bulgular çalışmanın bu aşamasında incelenecektir ve çalışmanın teori bölümünde ifade edilen kavramlar somut bir şekilde ifade edilecektir.

3.2.1. Araştırmanın Amacı

Muhasebe mesleği finansal, sosyal, ekonomik ve teknolojik alanlarda ortaya çıkan değişikliklerle beraber artan oranda önem kazanmaya başlamış ve günümüz toplum ve ticaret hayatı için oldukça etkili bir konuma gelmiştir (Akbulut, 1999). Bu mesleğin zamanla kazandığı önem ve saygınlığın; mesleğin tercih sebepleri arasında yer alan önemli etmenlerden olduğu görülmektedir (Can vd., 2010, s.3). Muhasebe mesleğinin seçilmesini etkileyen kişisel, çevresel ve mesleğe özgü olmak üzere birçok faktör bulunmaktadır.

Bu çalışma, belirtilen bu faktörlerin ve önem derecelerinin belirlenmesi amacıyla Dijitalleşme Algısı Ve Finansal Okuryazarlık Düzeyinin Muhasebe Meslek Tercihine Etkisinin, Elazığ ve Erzincan illerinde okuyan muhasebe öğrencilerinin bu alana yönelimlerinin ölçülmesi adına yapılmıştır. Araştırma içerisinde kullanılan istatistiksel analiz yöntemleri yardımıyla, muhasebe mesleğini seçmeye niyetli öğrencilerin demografik özellikleri de göz önüne alınarak farklılıklar ve ilişkiler tespit edilmeye çalışılmıştır.

3.2.2. Araştırmanın Önemi

Literatür araştırmasında ayrı ayrı olmak üzere muhasebe mesleğini seçmeye niyetli öğrencilerin muhasebe meslek seçimini etkileyen etmenlerin araştırılması, muhasebe meslek mensuplarının finansal okuryazarlık ile ilgili algılarının meslek seçimi açısından incelendiği ve yine muhasebe meslek mensuplarının dijitalleşme algısı ve muhasebe mesleği ile alakalı çalışmalara rastlamak mümkün olup 3.1 numaralı Literatür Araştırması başlığı altında da bu çalışmalara yer verilmiştir. Fakat dijitalleşme algısı ve finansal okuryazarlık düzeyinin muhasebe meslek tercihinin etkisi konusuyla tam olarak ilgilendiren bir çalışma bulunmamaktadır. Çalışma bu alanda bulunan boşluğu doldurması yönünde önemlilik arz etmektedir.

3.2.3. Araştırmanın Kapsamı ve Kısıtları

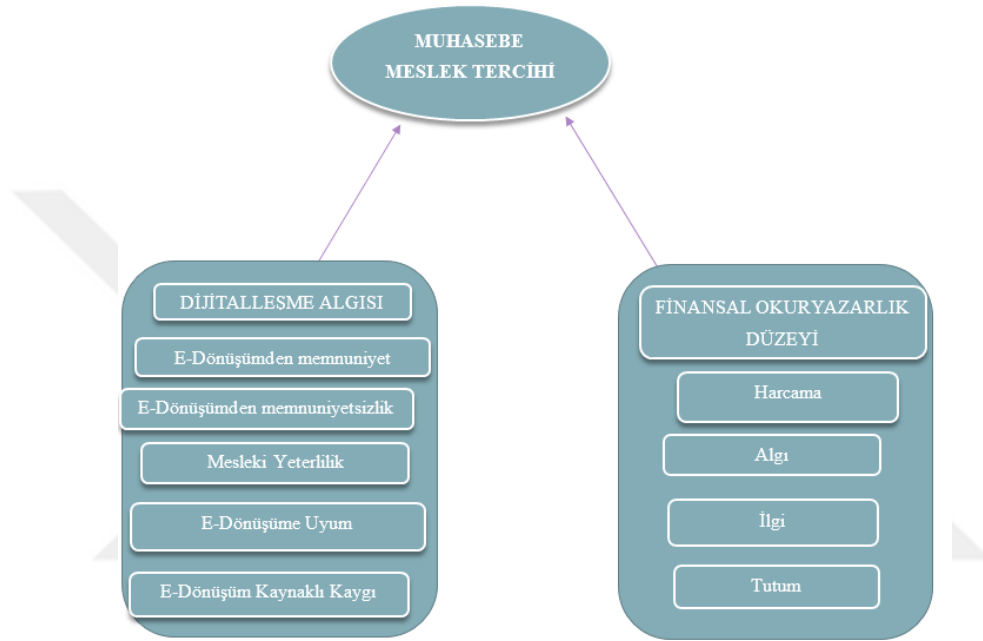
Araştırmanın kapsamını 2022 yılı itibarıyla Elazığ Fırat Üniversitesi ve Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesinde öğrenim görmekte olana muhasebe mesleğini tercih etme yetkisi bulunan öğrenciler oluşturmaktadır. Bunlar: “*Bankacılık ve Sigortacılık, Muhasebe ve Vergi uygulamaları, İşletme yönetimi, İşletme, İktisat, Sağlık yönetimi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi, Finans ve Bankacılık, Maliye ve Çalışma Ekonomisi*”

gibi bölümleri kapsamaktadır. Bu sebeple ilgili üniversitelerde yer alan ve belirtilen eğitim programları dışındaki öğrenciler araştırmanın kapsamına dâhil edilmemiştir.

Araştırmanın sağlıklı ve hızlı bir biçimde tamamlanabilmesi açısından belirtilen üniversite ve bölümlerde anket çalışması yüzyüze bir şekilde gerçekleştirilmiştir.

3.2.4. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Şekil 3.1: Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri



Araştırmanın belirlenen amaçları doğrultusunda değişkenler arasında varlığı düşünülen temel hipotezler test edilmek üzere oluşturulmuştur. Yukarıdaki model baz alınarak oluşturulan 3 temel hipotez bulunmaktadır. Ve H1 hipotezinin 5 adet alt hipotezi bulunmaktadır. H2 hipotezinin 4 adet alt hipotezi bulunmaktadır. H3 hipotezinin ise 5 adet alt hipotezi bulunmaktadır. Aşağıda bu hipotezler şu şekilde sıralanmıştır;

H1: Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin dijitalleşme ve teknolojik gelişmelere yönelik algı düzeyleri muhasebe mesleğini seçme davranışları üzerinde etkilidir.

H1a: Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin dijitalleşme ve teknolojik gelişmelere yönelik algı düzeylerinin e-dönüşümden memnuniyet boyutu muhasebe mesleğini seçme davranışı üzerinde etkilidir.

H1b: Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin dijitalleşme ve teknolojik gelişmelere yönelik algı düzeylerinin e-dönüşümden memnuniyetsizlik boyutu muhasebe mesleğini seçme davranışı üzerinde etkilidir.

H1c: Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin dijitalleşme ve teknolojik gelişmelere yönelik algı düzeylerinin mesleki yeterlilik boyutu muhasebe mesleğini seçme davranışı üzerinde etkilidir.

H1a: Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin dijitalleşme ve teknolojik gelişmelere yönelik algı düzeylerinin e- dönüşüme uyum boyutu muhasebe mesleğini seçme davranışı üzerinde etkilidir.

H1e: Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin dijitalleşme ve teknolojik gelişmelere yönelik algı düzeylerinin e- dönüşüm kaynaklı kaygı boyutu muhasebe mesleğini seçme davranışı üzerinde etkilidir.

H2: Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeyleri muhasebe mesleğini seçme davranışları üzerinde etkilidir.

H2a: Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeylerinin harcama boyutu muhasebe mesleğini seçme davranışları üzerinde etkilidir.

H2b: Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeylerinin tutum boyutu muhasebe mesleğini seçme davranışları üzerinde etkilidir.

H2c: Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeylerinin algı boyutu muhasebe mesleğini seçme davranışları üzerinde etkilidir.

H2a: Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeylerinin ilgi boyutu muhasebe mesleğini seçme davranışları üzerinde etkilidir.

H3: Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin dijitalleşme ve finansal okuryazarlık algıları demografik özelliklerine göre farklılaşmaktadır.

H3a: Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin dijitalleşme ve finansal okuryazarlık algıları cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.

H3b: Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin dijitalleşme ve finansal okuryazarlık algıları yaşlarına göre farklılaşmaktadır.

H3c: Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin dijitalleşme ve finansal okuryazarlık algıları öğrenim durumlarına (Lisans- Ön Lisans) göre farklılaşmaktadır.

H3d: Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin dijitalleşme ve finansal okuryazarlık algıları öğrenim görmekte oldukları bölüme göre farklılaşmaktadır.

H3e: Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin dijitalleşme ve finansal okuryazarlık algıları AGNO (Ağırlıklı Genel Not Ortalaması)'ya göre farklılaşmaktadır.

3.2.5. Araştırmanın Yöntemi

Muhasebe meslek mensuplarının dijitalleşme algısı ve finansal okuryazarlık düzeylerinin meslek seçimine etkisinin araştırılmasına yönelik yapılan bu araştırma anket yöntemi kullanılarak verilerin toplanıp analiz edilmesine yönelik ilişki arayıcı bir nicel araştırmadır. Elde edilen veriler SPSS 2022 istatistik paket programı ile analiz edilmiştir.

3.2.6. Araştırmanın Değişkenleri

Muhasebe meslek seçimi çalışmanın bağımlı değişkenini oluşturmaktadır. Muhasebe meslek mensuplarının Dijitalleşme ve Teknolojik gelişmelere yönelik algısı, finansal okuryazarlık düzeyleri ve demografik özellikler bağımlı değişkenler olarak ele alınmıştır. Araştırmanın 1 bağımlı ve 2 tane de bağımsız değişkeni bulunmaktadır.

3.2.7. Evren ve Örneklem/Çalışma Grubu

Bu araştırmanın evrenini Elazığ ve Erzincan illerinde okuyan ve muhasebe mesleği yapabilecek lisans ve ön lisans öğrencilerinden oluşmaktadır. Bu öğrencilerin seçilmesindeki amaç; bu öğrencilerin bu bölümleri tercih ederken gelişen teknolojiyle birlikte finansal okuryazarlıklarının artıp artmadığını tespit etmek. Eğer yapılan anketler sonucunda finansal okuryazarlığın bu teknolojiyle arttığı belirlenirse, artan finansal okuryazarlığın muhasebe mesleğini tercihlerinde onları ne kadar etkilediği ölçülmek istenmektedir. Çalışmadan iki farklı eğitim düzeyinin seçilmesinin amacı; lisans ve ön lisans öğrencilerinin seçimlerindeki farklılığın araştırılmasıdır.

Araştırmanın sürdürüldüğü üniversitelerde toplam 371 örneklemden alınan anketlerin tamamının uygun olduğu değerlendirilmiştir.

Araştırmada veri toplama aracı olarak birincil veri toplama yöntemlerinden anket yöntemi uygulanmıştır. Araştırmacı tarafından toplanan ve 4 ana bölümden oluşan bir

soru formu kullanılmıştır. Anketin I. bölümünde kişisel ve demografik özellikleri tespit etmek üzere hazırlanan ve 5 sorudan oluşan bir soru formu, II. bölümünde muhasebe mesleğini seçme niyeti üzerine tek sorudan oluşan bir bölüm, III. bölümünde ise dijitalleşme ve teknolojik gelişmelere yönelik algıların ölçülmesinin amaçlandığı ve kendi içerisinde 5 başlık ve toplam 24 soruluk bir soru formu, IV. Bölümde ise finansal okuryazarlık düzeyinin ölçülmesinin amaçlandığı 4 başlık ve toplam 11 sorudan oluşan bir soru formu kullanılmıştır.

3.2.8. Veri Toplama Süreci ve Araçları

Veri toplama aracı, “Kişisel Bilgiler Formu”, “Muhasebe Mesleğini Seçme Niyeti Ölçeği”, “Dijitalleşme Ve Teknolojik Gelişmelere Yönelik Algılar Ölçeği” ve “Finansal Okuryazarlık düzeyi Ölçeği” olmak üzere dört bölümden oluşmuştur. Araştırma önerisinin etik açıdan uygunluğu için Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Etik Komisyonu’ndan gerekli izinler alınmıştır. 2022 yılı mayıs ayında başlatılan veri toplama süreci 2022 yılı haziran ayında tamamlanmış ve veri toplama süreci iki ay içinde gerçekleşmiştir. Veri toplama sürecinde Elazığ’da bulunan Fırat Üniversitesi ve Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesinde veri toplama formları dağıtılmış ve veriler elden doldurulmuştur. Dijitalleşme algısı ve finansal okuryazarlık konuları ile ilgili literatür taranmış ve gerekli izinler alınarak araştırmada 4 bölümden oluşan anket kullanılmasına karar verilmiştir. Anketin birinci bölümünde beş sorudan oluşan “Kişisel Bilgiler Formu” yer almaktadır. Anketin ikinci bölümünde “Muhasebe Mesleğini Seçme Niyeti Ölçeği” yer almaktadır. Meslek Seçme Niyeti Ölçeği tek sorudan oluşmaktadır. Anketin üçüncü bölümünde “Dijitalleşme Ve Teknolojik Gelişmelere Yönelik Algılar Ölçeği” bulunmaktadır. Dijitalleşme ve teknolojik gelişmeler Ölçeği 5’li likert tipi 24 sorudan oluşmaktadır. Anketin dördüncü ve son bölümünde ise “Finansal Okuryazarlık düzeyi Ölçeği” yer almaktadır. Finansal okuryazarlık ölçeği 5’li likert tipi 14 sorudan oluşmaktadır.

3.2.9. Araştırmada Kullanılan Ölçekler

Araştırmada veri toplama aracı olarak birincil veri toplama yöntemlerinden anket yöntemi uygulanmıştır. Araştırmacı tarafından toplanan ve 4 bölümden oluşan bir soru formu kullanılmıştır. Anketin I. bölümünde kişisel ve demografik özellikleri tespit etmek üzere hazırlanan ve 5 sorudan oluşan bir soru formu, II. bölümünde muhasebe meslek

seçme niyetini belirlemeye yönelik ve 1 sorudan oluşan bir soru formu, III. bölümünde muhasebe meslek mensuplarının dijitalleşme ve teknolojik gelişmelere yönelik tutumlarının belirlenmesine yönelik 24 sorudan oluşan bir soru formu ve son olarak da IV. bölümde muhasebe meslek mensuplarının finansal okuryazarlık düzeylerinin ölçülmesine yönelik 14 sorudan oluşan bir soru formu kullanılarak toplamda 44 sorudan oluşan bir anket formu kullanılmıştır.

Bu kapsamda araştırmada kullanılan dijitalleşme ve teknolojik gelişmeler ölçeği, dijitalleşmenin muhasebe eğitime etkisini ve yükseköğretim kuruluşlarında verilen muhasebe eğitiminin dijital sistemlere yönelik yetkinliğini ölçen Azaltun ve Tekbaş (2018) tarafından geliştirilen 5'li likert şeklinde hazırlanan soruların güvenilirliği için Cronbach Alpha katsayısı hesaplanmış ve α değeri 0,633 olduğu belirlenmiştir. Bu değer aralığında bir katsayının toplanan verilerin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir. Finansal okuryazarlık için geliştirilen Sarıgül (2015) tarafından geliştirilen ölçeğin güvenilirliği incelendiğinde tüm maddelerin 0,30 değerinden yüksek 0,48 ile 0,81 arasında değiştiği gözlenmiştir. Bu da güvenilirliğin yüksek olduğunu gösterir.

3.2.10. Araştırmada Kullanılan Testler

Araştırma sonucunda elde edilen verilerin analizi SPSS.2022 paket programı ile yapılmıştır. Ölçeğin geçerliliği için faktör analizi yapılmıştır, güvenilirliği için ise Cronbach's Alpha testleri uygulanmıştır. Verilerin normal dağılıma uygun olup olmadığını tespit etmek için anketteki soruların çarpıklık ve basıklık katsayılarının incelenmesi adına normallik testi uygulanmış ve incelenmiştir. Muhasebe meslek seçiminde yönelik tutumlar ile muhasebe meslek mensuplarının dijitalleşme ve teknolojik gelişmelere yönelik algıların alt boyutları ve muhasebe meslek mensuplarının finansal okuryazarlık düzeylerinin alt boyutları arasındaki ilişkileri belirleyebilmek için Pearson Korelasyon Analizi yapılmıştır. Daha sonra, meslek mensuplarının muhasebe meslek seçiminde dijitalleşme algısı ve finansal okuryazarlık düzeyinin etkilerini açıklamak üzere lojistik regresyon analizi uygulanmıştır. Son olarak, verilerimiz normal dağılıma uygun olduğundan dolayı; bağımsız örneklem t testi ve One-Way Anova testleri uygulanarak katılımcıların muhasebe muhasebe meslek mensuplarının meslek seçiminde; finansal okuryazarlık düzeyi alt tutumlarının ve dijitalleşme algısı alt tutumlarının farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir.

3.3. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Araştırmaya katılan 371 muhasebe eğitimi alan öğrencilerin demografik özelliklerine ilişkin elde edilen veriler bu bölümde yer almaktadır.

Tablo 3.1: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcıların Demografik Özellikleri		F	%
Cinsiyet	Erkek	187	50,4
	Kadın	184	49,6
	Toplam	371	100,0
Yaş	20 Yaş ve altı	145	39,1
	20 Yaş ve üstü	226	60,9
	Toplam	371	100,0
Öğrenim durumu	Ön lisans	97	26,1
	Lisans	274	73,9
	Toplam	371	100,0
Bölüm	Bankacılık ve Sigortacılık	19	5,1
	Muhasebe ve Vergi Uygulamaları	57	15,4
	İşletme Yönetimi	17	4,6
	İşletme	39	10,5
	İktisat	39	10,5
	Sağlık Yönetimi	26	7,0
	Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi	104	28,0
	Finans ve Bankacılık	15	4,0
	Maliye	35	9,4
	Çalışma Ekonomisi	20	5,4
	Toplam	371	100,0

Tablo 3.1: Katılımcıların Demografik Özellikleri (devamı)

Katılımcıların Demografik Özellikleri	F	%
---------------------------------------	---	---

Not Ortalaması	<i>2,00 ve daha düşük</i>	63	17,0
	<i>2,01-3,00 arası</i>	188	50,7
	<i>3,01 ve daha yüksek</i>	120	32,3
	<i>Toplam</i>	371	100,0
Gelecekte muhasebe mesleğinde kariyer yapmak ister misiniz?	<i>Evet</i>	241	65,0
	<i>Hayır</i>	130	35,0
	<i>Toplam</i>	371	100,0

Araştırmaya katılan 371 katılımcının demografik özellikleri incelendiğinde; katılımcıların cinsiyet frekansı değerlendirildiğinde katılımcıların %50,4'ü (187 kişi) erkek, %49,6'sı (184 kişi) kadın olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların yaş frekansı değerlendirildiğinde, 371 katılımcıdan %39,1'i (145 kişi) 20 yaş ve altındadır. Katılımcıların %60,9'u (226 kişi) 20 yaş ve üzerindedir. Katılımcıların öğrenim durumlarının frekansı değerlendirildiğinde 371 kişiden %26,1'i (97 kişi) ön lisans, %73,9'u (274 kişi) lisans eğitimi alan öğrenciler olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların öğrenim gördükleri bölüm açısından frekansları değerlendirildiğinde 371 kişiden %5,1'i (19 kişi) Bankacılık ve Sigoracılık bölümünde, %15,4'ü (57 kişi) Muhasebe ve Vergi Uygulamaları bölümünde, %4,6'sı (17 kişi) İşletme Yönetimi bölümünde, %10,5 (39 kişi) İşletme bölümünde, %10,5'i (39 kişi) İktisat bölümünde, %7,0'ı (26 kişi) Sağlık Yönetimi bölümünde, %28,0'ı (104 kişi) Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi bölümünde, %4,0'ı (15 kişi) Finans ve Bankacılık bölümünde, %9,4 'ünde (35 kişi) Maliye bölümünde, %5,4'ü (20 kişi) Çalışma Ekonomisi bölümünde öğrenimlerini sürdürdüğü belirlenmiştir. Katılımcıların not ortalaması frekansı değerlendirildiğinde 371 kişinin %17,0'ı (63 kişi) 2,00 ve daha düşük not ortalamasına sahiptir. %50,72'si (188 kişi) 2,01-3,00 arası bir not ortalamasına sahiptir. %32,3 (120 kişi) 3.01 ve daha yüksek not ortalamasına sahiptir. Katılımcıların “Gelecekte muhasebe mesleğinde kariyer yapmak ister misiniz?” sorusuna verdikleri cevapların frekansları incelendiğinde, %65,0'I (241 kişi) evet cevabını vermiştir. %35,0'I (130 kişi) ise hayır cevabı verdiği belirlenmiştir.

3.4. Güvenilirlik Analizi

Anketlerde güvenilirlik kavramı, kullanılan ölçüm aracının farklı zamanlardaki uygulamalarda aynı sonucu verme düzeyidir. Bilimsel araştırmalar alanında çok önemli bir yere sahip olan güvenilirlik analizi, sosyal bilimler alanında yapılan çalışmalarda popüler olarak Cronbach Alpha yöntemi kullanılır. Ankette bulunan maddelerin homojen bir yapıda olup olmadığını ifade etmek için kullanılır. Bu yöntemde sonuçlar 0,00-1,00 arasındadır. İstenilen uygun olan bu değerin 1'e yakın olmasıdır. Bu ifadelerin değeri 1'e yaklaştıkça güvenilirliğinin arttığı söylenebilir. Eğer bu ifade 0,00'a daha yakın bir değer ise güvenilirliğin azaldığı söylenebilir. Likert tipi ölçeklerde sıklıkla kullanılır. Analizler yapılırken bir faktörün güvenilirliği düşürdüğü fark edilmiştir. Kontrol edildikten sonra İİ ifadesi olduğu görülmüş ve güvenilirlik analizinin daha sağlıklı bir sonuç verebilmesi adına analizden çıkartılmış ve işlem yeniden uygulanmıştır.

Cronbach Alfa katsayısı değerlendirilirken güvenilirlik düzeyleri $0.00 \leq \alpha < 0.40$ ise ölçek güvenilir değil, $0.40 \leq \alpha < 0.60$ ise ölçek düşük güvenilir, $0.60 \leq \alpha < 0.80$ ise oldukça güvenilir, $0.80 \leq \alpha < 1.00$ ise yüksek derecede güvenilir şeklinde gruplandırılabilir (Akgül ve Çevik, 2003, ss.435–436).

Tablo 3.2: E-Dönüşümden Memnuniyet Faktörüne İlişkin Güvenilirlik Analizi

Cronbach's Alpha	N of Items
0,833	6

Tablo 3.2'de e-dönüşümden memnuniyet faktörüne yönelik güvenilirlik katsayısı incelendiğinde, ölçeğe ait Cronbach's Alpha değerinin 0,833 olarak hesaplandığı görülmektedir. Bu değer ölçek güvenilirliğinin $0,80 \leq \alpha < 1.00$ arasında yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir.

Tablo 3.3: E-Dönüşüme Uyum Faktörüne İlişkin Güvenilirlik Analizi

Cronbach's Alpha	N of Items
0,820	5

Tablo 3.3'de e-dönüşüme uyum faktörüne yönelik güvenilirlik katsayısı incelendiğinde, ölçeğe ait Cronbach's Alpha değerinin 0,820 olarak hesaplandığı görülmektedir. Bu değer ölçek güvenilirliğinin $0,80 \leq \alpha < 1.00$ arasında yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir.

Tablo 3.4: Mesleki Yeterlilik Faktörüne İlişkin Güvenilirlik Analizi

Cronbach's Alpha	N of Items
0,723	5

Tablo 3.4’de mesleki yeterlilik faktörüne yönelik güvenilirlik katsayısı incelendiğinde, ölçeğe ait Cronbach’s Alpha değerinin 0,723 olarak hesaplandığı görülmektedir. Bu değer ölçek güvenilirliğinin $0,60 \leq \alpha < 0,80$ arasında oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir.

Tablo 3.5: Meslek Mensuplarının Dijitalleşme ve Teknolojik Ürünlerden Memnuniyetsizliği Faktörüne İlişkin Güvenilirlik Analizi

Cronbach's Alpha	N of Items
0,805	5

Tablo 3.5’de Meslek Mensuplarının Dijitalleşme ve Teknolojik Ürünlerden Memnuniyetsizliği faktörüne yönelik güvenilirlik katsayısı incelendiğinde, ölçeğe ait Cronbach’s Alpha değerinin 0,805 olarak hesaplandığı görülmektedir. Bu değer ölçek güvenilirliğinin $0,80 \leq \alpha < 1,00$ arasında yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir.

Tablo 3.6: E-Dönüşüm Kaynaklı Kaygı Faktörüne İlişkin Güvenilirlik Analizi

Cronbach's Alpha	N of Items
0,754	3

Tablo 3.6’da e-dönüşüm kaynaklı kaygı faktörüne yönelik güvenilirlik katsayısı incelendiğinde, ölçeğe ait Cronbach’s Alpha değerinin 0,754 olarak hesaplandığı görülmektedir. Bu değer ölçek güvenilirliğinin $0,60 \leq \alpha < 0,80$ arasında oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir.

Tablo 3.7: Harcama Faktörüne İlişkin Güvenilirlik Analizi

Cronbach's Alpha	N of Items
0,766	4

Tablo 3.7’de harcama faktörüne yönelik güvenirlik katsayısı incelendiğinde, ölçeğe ait Cronbach’s Alpha değerinin 0,766 olarak hesaplandığı görülmektedir. Bu değer ölçek güvenirliğinin $0,60 \leq \alpha < 0,80$ arasında oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir.

Tablo 3.8: Tutum Faktörüne İlişkin Güvenirlik Analizi

Cronbach's Alpha	N of Items
0,642	4

Tablo 3.8’de tutum faktörüne yönelik güvenirlik katsayısı incelendiğinde, ölçeğe ait Cronbach’s Alpha değerinin 0,642 olarak hesaplandığı görülmektedir. Bu değer ölçek güvenirliğinin $0,60 \leq \alpha < 0,80$ arasında oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir.

Tablo 3.9: Algı Faktörüne İlişkin Güvenirlik Analizi

Cronbach's Alpha	N of Items
0,745	3

Tablo 3.9’da algı faktörüne yönelik güvenirlik katsayısı incelendiğinde, ölçeğe ait Cronbach’s Alpha değerinin 0,745 olarak hesaplandığı görülmektedir. Bu değer ölçek güvenirliğinin $0,60 \leq \alpha < 0,80$ arasında oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir.

Tablo 3.10: İlgı Faktörüne İlişkin Güvenirlik Analizi

Cronbach's Alpha	N of Items
0,599	2

Tablo 3.10’da ilgi faktörüne yönelik güvenirlik katsayısı incelendiğinde, ölçeğe ait Cronbach’s Alpha değerinin 0,599 olarak hesaplandığı görülmektedir. Bu değer ölçek güvenirliğinin $0,40 \leq \alpha < 0,60$ arasında ise düşük güvenilir olduğunu göstermektedir.

3.5. Faktör Analizleri

Daniel'e (1988) göre faktör analizi, çok sayıda değişkenin kovaryans yapısını araştırmak ve değişkenlerin ilişkilerini anlamlandırmak üzere kurulmuş bir tekniktir (Büyüköztürk, 2002, s.472). Bu açıdan bakıldığında faktör analizinin sosyal bilimlerde elde edilen verilerin analizinde kullanılması gereken ve verileri anlamlandıran bir hesaplama yöntemi olduğu söylenebilir. Bu analizin en temel amacı birbiriyle ilişkili olan birden fazla değişkenin aralarındaki ilişkinin ifade edilmesini kolaylaştırmakmak amacıyla az miktarda temel yeni faktörler meydana getirmektir (Doğan ve Başokçu, 2010, s.65). Faktör analizi, açımlayıcı faktör analizi ve doğrulayıcı faktör analizi olarak iki ana başlıkta incelenmektedir. Açımlayıcı faktör analizinde, faktörün bulunması öncelikle değişkenler arasındaki ilişkilerin incelenmesiyle tespit edilirken, doğrulayıcı faktör analizinde ise değişkenler arasındaki ilişkiye ilişkin önceden belirlenmiş olan hipotezin test edilmesi hususu önemlidir (Doğan ve Başokçu, 2010, s.65). Bu çalışmada ölçeklerin geçerliliğini tespit etmek amacıyla açımlayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Finansal okuryazarlık düzeyine ve dijitalleşme ve teknolojik gelişmeler ölçeğinin faktör analizi ile uygunluğunu tespit etmek için Kaiser- Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett's küresellik değerleri incelenerek sonuçlar Tabloda gösterilmiştir. Çalışmada kullanılan ölçeklerin geçerliliğinin incelenmesi amacıyla finansal okuryazarlık düzeyine ve dijitalleşme ve teknolojik gelişmeler ölçeğine faktör analizi uygulanmıştır.

3.5.1. Finansal Okuryazarlık Düzeyi Ölçeğinin Faktör Analizi

KMO değeri örneklem sayısının yeterliliği ile ilgilidir. Ve bu değer 0,5'e eşit veya daha büyük olması gerekmektedir. Bu değer daha düşük olduğu durumlarda veri kümesinin faktörlenemeyeceği anlamını taşır. Bu test ile değişkenler arası kısmi korelasyonların düşük olup olmadığı tespit edilir (Yurdugül,2022).

Tablo 3.11: Finansal Okuryazarlık Düzeyi Ölçeğini Faktör Analizine Uygunluk Testi

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,685
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1147,296
	df	78
	Sig.	0,000

Analiz sonucunda elde edilen KMO=0,685 değeri kullanılan verilerin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir. KMO değerinin en az 0,50 olması gerektiğini ve bu örneklem büyüklüğünün faktör analizi için anlamlı düzeyde olduğu anlamına gelmektedir. Bu nedenle KMO>0,50 olması elde edilen verilerin AFA'ya uygun olduğuna göstermektedir (Field,2000). KMO testine ek olarak Bartlett küresellik testi uygulanmıştır. Test sonucunda elde edilen anlamlılık değerinin 0,000 olması nedeniyle KMO testinin sonucu, ölçeğin bir bütün olarak faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir.

Tablo 3.12: Finansal Okuryazarlık Düzeyi Ölçeğinin Faktör Analizi Bulgular

Sorular	Faktörler			
	Harcama (H)	Algı (A)	Tutum (T)	İlgi (I)
H3	0,791			
H4	0,770			
H2	0,742			
H1	0,723			
A2		0,844		
A3		0,805		
A1		0,733		
T4			0,811	
T3			0,775	
T1			0,634	
T2			0,546	
I2				0,837
I3				0,836
Açıklanan Varyans	18,316	15,910	15,801	11,185
Toplam Varyans			61,212	

KMO=0,685 olarak hesaplanmıştır. Bu veri ölçeğe faktör analizini uygulamak için örneklem büyüklüğünün yeterli olduğunu gösterir. Faktör yükleri 0,546-0,844 arasında değişkenlik göstermektedir. Analiz sonucu toplam açıklanan varyansının %61,212 değer aldığı belirlenmiştir. Genel olarak değerlendirildiğinde ise finansal okuryazarlık düzeyi ölçeği faktör analiz bulguları, ölçeğin faktör yapısını ve geçerliliğini desteklemektedir.

3.5.2. Dijitalleşme ve Teknolojik Gelişmeler Ölçeğinin Faktör Analizi

Dijitalleşme ve teknolojik gelişmeler ölçeği için faktör analizi yapılırken bazı faktörlerin birden fazla faktöre yüklendiği farkedilmiştir. Kontrol edildiğinde bu faktörlerin MY3 ve MY5 olduğu görülmüş ve bu faktörler analizden çıkartılmış yeniden analiz edilerek daha sağlıklı bir analiz sonucuna ulaşılmıştır. Tabloda KMO değeri 0,832 olarak hesaplanmıştır. Bu veri ölçeğe faktör analizi uygulayabilmek için örneklem büyüklüğünün yeterli olduğunu göstermektedir.

Tablo 3.13: Dijitalleşme ve Teknolojik Gelişmeler Ölçeğinin Faktör Analizine Uygunluk Testi

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,832
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	3213,168
	df	231
	Sig.	0,000

Analiz sonucunda elde edilen KMO=0,832 değeri kullanılan verilerin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir. KMO değerinin en az 0,50 olması gerektiğini ve bu örneklem büyüklüğünün faktör analizi için anlamlı düzeyde olduğu anlamına gelmektedir. Bu nedenle KMO>0,50 olması elde edilen verilerin AFA'ya (Açımlayıcı Faktör Analizi) uygun olduğuna göstermektedir (Field,2000). KMO testine ek olarak Bartlett küresellik testi uygulanmıştır. Test sonucunda elde edilen anlamlılık değerinin 0,000 olması nedeniyle KMO testinin sonucu, ölçeğin bir bütün olarak faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir.

Tablo 3.14: Dijitalleşme ve Teknolojik Gelişmeler Ölçeğinin Faktör Analizi Bulguları

Sorular	Faktörler				
	<i>E-dönüşümden Memnuniyet (EM)</i>	<i>E-dönüşüme Uyum (EU)</i>	<i>Meslek Mensuplarının Dijitalleşme Ve Teknolojik Ürünlerden Memnuniyetsizliği (M)</i>	<i>E-dönüşüm Kaynaklı Kaygı (EK)</i>	<i>Mesleki Yeterlilik (MY)</i>
EM2	0,816				
EM1	0,776				
EM3	0,735				
EM5	0,732				
EM6	0,589				
EM4	0,585				
EU4		0,773			
EU3		0,764			
EU5		0,737			
EU2		0,700			
EU1		0,626			
M3			0,752		
M2			0,737		
M1			0,727		
M5			0,699		
M4			0,697		
EK2				0,810	
EK3				0,746	
EK1				0,736	
MY2					0,758
MY1					0,709
MY4					0,648
Açıklanan Varyans	15,365	13,931	13,161	9,826	8,433
Toplam Varyans		60,715			

KMO=0,832 olarak hesaplanmıştır. Bu veri ölçeğe faktör analizini uygulamak için örneklem büyüklüğünün yeterli olduğunu gösterir. Faktör yükleri 0,585-0,816 arasında değişkenlik göstermektedir. Analiz sonucu toplam açıklanan varyans değeri %60,715 olarak belirlenmiştir. Genel olarak değerlendirildiğinde ise Dijitalleşme ve teknolojik gelişmeler düzeyi ölçeği faktör analiz bulguları, ölçeğin faktör yapısını ve geçerliliğini desteklemektedir.

3.6. Normallik Analizi

Normallik analizinin yapılması, farklılıkları incelemek için yapılan analizler, korelasyon ve regresyon analizlerini yapabilmek için gereklidir. Verilerin normal dağılıp dağılmadığı değerlendirilmiştir. Anket formunda elde edilen verilerden, bu verilerin normal dağılım gösterip göstermediği yapılacak olan analizlerin tespit edilmesi bakımından önemlidir. Likert tipi ölçeklerde verilerin normal dağılım gösterim göstermediğinin belirlenmesi için soruların basıklık ve çarpıklık değerleri göz önünde bulundurulmaktadır. Her bir ifadeye ilişkin basıklık ve çarpıklık değerlerinin -1,5 ile +1,5 arasında olması durumunda verilerin normal dağıldığı ifade edilebilir (Tabachnick and Fidell, 2013). Bu veriler analiz edildiğinde basıklık ve çarpıklık değerlerinin belirtilen aralıkta olduğu ve bu bağlamda verilerin normal dağıldığı ifade edilebilir. Ve parametrik bir analiz olduğu için beklendiği üzere normal dağılmıştır.

Tablo 3.15: Dijitalleşme ve Teknolojik Gelişmeler Kapsamında Normallik Analizi Bulguları

SORULAR	Ortalama	Standart Sapma	Çarpıklık (Skewness)	Basıklık (Kurtosis)
EM1	3,2803	1,23337	-,469	-,742
EM2	3,1968	1,09869	-,323	-,535
EM3	3,3908	1,17672	-,457	-,699
EM4	3,4016	1,11641	-,583	-,279
EM5	3,5229	1,11083	-,736	-,070
EM6	3,6739	1,06230	-,734	-,039
EU1	3,6712	1,08039	-,583	-,219
EU2	3,3585	,96607	-,354	-,183
EU3	3,8356	,98772	-,731	-,190
EU4	3,9003	1,01783	-1,098	1,097
EU5	4,0728	1,02540	-1,296	1,506
MY1	3,7197	1,02515	-,779	,333
MY2	3,3504	1,17226	-,183	-,840
MY4	3,8140	,93022	-,736	,659
M1	2,7116	1,15798	,265	-,869
M2	2,5687	1,14726	,457	-,637
M3	2,1051	1,15887	,904	-,012
M4	2,3558	1,18211	,654	-,532
M5	2,1456	1,13202	,801	-,227
EK1	2,6253	1,14953	,351	-,653
EK2	2,8814	1,18639	,290	-,775
EK3	2,6442	1,21370	,381	-,745

Her bir ifadeye ilişkin basıklık ve çarpıklık değerlerinin -1,5 ile +1,5 arasında olması durumunda verilerin normal dağıldığı ifade edilebilir (Tabachnick and Fidell, 2013). Tablo 3.15 incelendiğinde elde edilen normallik analizi sonuçlarının -1,5 ve +1,5 değerleri arasında olduğu gözlemlenmiştir. Bunun neticesinde dijitalleşme ve teknolojik gelişmeler kapsamında normallik analizi sonucunda elde edilen bulguların normal dağıldığından söz edilebilir.

Tablo 3.15’de verilen değerlere göre Dijitalleşme ve Teknolojik Gelişmelere katılımcıların verdiği cevaplar kapsamında katılımcıların en yüksek düzeyde paylaştığı soru 4,0728 ortalama ile EU5 kodlu “*Dijitalleşme ve teknolojik gelişmeleri desteklerim.*”

İfadesi olmaktadır. En düşük düzeyde paylaşılan soru ise 2,1051 ortalama ile M3 kodlu “Teknoloji ürünlerine yapılan harcamaların gereksiz olduğunu düşünüyorum.” ifadesi olmuştur.

Tablo 3.16: Finansal Okuryazarlık Kapsamında Normallik Analizi Bulguları

SORULAR	Ortalama	Standart Sapma	Çarpıklık (Skewness)	Basıklık (Kurtosis)
H1	3,5337	1,27590	-,417	-,917
H2	2,9811	1,35254	,113	-1,124
H3	2,7871	1,33374	,299	-1,089
H4	3,2588	1,53443	-,175	-1,488
T1	3,8922	1,20325	-1,083	,355
T2	3,1968	1,24622	,201	-,889
T3	3,8949	1,13292	-,981	,315
T4	3,9650	1,05593	-,927	,249
A1	2,7116	1,23040	,310	-,879
A2	2,4178	1,22391	,627	-,522
A3	2,3827	1,18738	,656	-,428
I2	3,8005	1,09697	-,660	-,336
I3	3,6307	1,19731	-,520	-,583

Her bir ifadeye ilişkin basıklık ve çarpıklık değerlerinin -1,5 ile +1,5 arasında olması durumunda verilerin normal dağıldığı ifade edilmiştir (Tabachnick and Fidell, 2013). Bu değerler ışığında tablo incelendiğinde dijitalleşme ve teknolojik gelişmeler kapsamında normallik analizi sonucunda elde edilen bulguların normal dağıldığından söz edilebilir.

Tablo 3.16’da verilen değerlere göre Finansal Okuryazarlık ölçeğine katılımcıların verdiği cevaplar kapsamında katılımcıların en düşük düzeyde paylaştığı soru 2,3827 ortalama ile A3 kodlu “Ne yaparsam yapayım finansal durumumda bir değişiklik olmaz.” ifadesi olmaktadır. En yüksek düzeyde paylaşılan soru ise 3,9650

ortalama ile T4 kodlu “*Bir şey satın alırken finansal durumumu dikkate alırım.*” ifadesi olmuştur.

Sonuçlar incelendiğinde, çalışma kapsamındaki her bir değişken için basıklık ve çarpıklık değerlerinin belirlenen normal dağılım aralığında olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla bu verilerin normal dağıldığı ve buna bağlı olarak parametrik testlerin uygulanmasının uygun olduğu kanısına varılmıştır.

3.7. Anket Sorularına Verilen Cevapların Dağılımı

Araştırmada kullanılan ölçekteki soruların ortalamalarını içeren veriler aşağıda belirtilmiştir. Aşağıda sırasıyla dijitalleşme ve teknolojik gelişmelere yönelik algılar ve finansal okuryazarlık düzeyi ölçeklerinde bulunan her bir ifade ile alakalı ayrı ayrı olmak üzere ortalama ve standart sapma değerleri verilmiştir. Böylece en düşük ve en yüksek skora sahip ifadelerin belirlenmesi mümkündür.

SPSS 2022 programında veriler tanımlanırken kesinlikle katılıyorum ölçeğine beş, katılıyorum ölçeğine dört, kısmen katılıyorum ölçeğine üç, katılmıyorum ölçeğine iki, kesinlikle katılmıyorum ölçeğine bir sayısal değeri verilmiştir.

Tablo 3.17: Dijitalleşme ve Teknolojik Gelişmelere Yönelik Algı Soruları Kapsamında Verilen Cevapların Dağılımı

Soru	<i>Kesinlikle Katılmıyorum</i>		<i>Katılmıyorum</i>		<i>Kısmen Katılıyorum</i>		<i>Katılıyorum</i>		<i>Kesinlikle Katılıyorum</i>	
	<i>N</i>	<i>%</i>	<i>N</i>	<i>%</i>	<i>N</i>	<i>%</i>	<i>N</i>	<i>%</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
EM1	47	12,7	47	12,7	88	23,7	133	35,8	56	15,1
EM2	32	8,6	60	16,2	120	32,3	121	32,6	38	10,2
EM3	29	7,8	62	16,7	78	21,0	139	37,5	63	17,0
EM4	31	8,4	40	10,8	102	27,5	145	39,1	53	14,3
EM5	28	7,5	36	9,7	83	22,4	162	43,7	62	16,7
EM6	17	4,6	36	9,7	79	21,3	158	42,6	81	21,8
EU1	16	4,3	34	9,2	99	26,7	129	34,8	93	25,1
EU2	14	3,8	51	13,7	131	35,3	138	37,2	37	10,0
EU3	9	2,4	27	7,3	81	21,8	153	41,2	101	27,2
EU4	17	4,6	16	4,3	62	16,7	168	45,3	108	29,1
EU5	16	4,3	12	3,2	50	13,5	144	38,8	149	40,2
MY1	16	4,3	26	7,0	87	23,5	159	42,9	83	22,4
MY2	23	6,2	68	18,3	111	29,9	94	25,3	75	20,2
MY3	15	4,0	45	12,1	98	26,4	118	31,8	95	25,6
MY4	10	2,7	15	4,0	96	25,9	163	43,9	87	23,5
MY5	8	2,2	25	6,7	83	22,4	160	43,1	95	25,6
M1	55	14,8	127	34,2	84	22,6	80	21,6	25	6,7
M2	65	17,5	139	37,5	82	22,1	61	16,4	24	6,5
M3	144	38,8	112	30,2	66	17,8	30	8,1	19	5,1
M4	98	26,4	140	37,7	57	15,4	55	14,8	21	5,7
M5	131	35,3	124	33,4	61	16,4	41	11,1	14	3,8
EK1	65	17,5	119	32,1	103	27,8	58	15,6	26	7,0
EK2	41	11,1	115	31,0	109	29,4	59	15,9	47	12,7
EK3	71	19,1	55	14,8	89	24,0	85	22,9	113	30,5

Dijitalleşme ve teknolojik gelişmelere yönelik kısımda ilk soru grubu katılımcıların e-dönüşümden memnuniyetini ölçmeye yöneliktir. EM1 kodlu *“Teknolojik gelişmeler sayesinde muhasebe mesleğine olan ilgili ve istek artacaktır.”* İfadesine katılıyorum cevabı verenlerin oranı %35,8’dir. Kısmen katılıyorum cevabı verenlerin oranı %23,7’dir. Bu da katılımcıların %59,5 oranında bu ifadeyi destekledikleri görülmüştür. EM2 kodlu *“Dijitalleşme ile birlikte muhasebe meslek mensupları daha fazla saygınlık kazanacaktır.”* İfadesine katılıyorum cevabı verenlerin oranı %32,6’dır. Buna en yakın değerle bu ifadede kararsızım cevabı verenlerin oranı ise %32,3’tür. Bu da katılımcıların %64,9 oranında bu ifadeyi destekledikleri görülmüştür. EM3 kodlu *“Teknolojik gelişmeler ile birlikte ücret, çalışma saatleri gibi sosyal haklarımın iyileşeceğini düşünüyorum.”* İfadesine katılıyorum cevabı verenlerin oranı %37,5’tir. Kısmen katılıyorum cevabı verenlerin oranı ise %21’dir. Bu da katılımcıların bu ifadeyi %58,5 oranında destekledikleri görülmüştür. EM4 kodlu *“Teknolojik gelişmeler muhasebe mesleği ve meslek mensuplarının sorunlarının çözümünde (haksız rekabet, tahsilat) aktif katkı sunacaktır.”* İfadesine katılıyorum cevabı verenlerin oranı %39,1’dir. Kısmen katılıyorum cevabı verenlerin oranı %27,5’dir. Bu da katılımcıların bu ifadeyi %66,6’dır. EM5 kodlu *“Teknolojik gelişmelerin muhasebe meslek mensuplarına yeni fırsatlar ve kariyer alanı sunacağını düşünüyorum.”* İfadesine katılıyorum cevabı verenlerin oranı %43,7’dir. Kısmen katılıyorum cevabı verenlerin oranı %22,4’tür. Bu da katılımcıların genel olarak %66,1 oranında bu ifadeyi desteklediği görülmektedir. EM6 kodlu *“Dijitalleşme ve teknolojik gelişmeler muhasebe mesleğini daha verimli hale getirecektir.”* İfadesine katılıyorum cevabı verenlerin oranı %42,6’dır. Kesinlikle katılıyorum cevabı verenlerin oranı %21,8’dir. Bu da katılımcıların bu ifadeyi %64,4 oranında desteklediğini göstermektedir.

Genel olarak bir değerlendirme yapılırsa ankete katılanların e-dönüşümden memnuniyet ifadesine yakın olduğu değerlendirilebilir.

Dijitalleşme ve teknolojik gelişmelere yönelik kısımda ikinci soru grubu katılımcıların e-dönüşüme uyumlarını ölçmeye yöneliktir. EU1 kodlu *“Yeni teknolojileri yakından takip etmekteyim.”* İfadesine katılıyorum cevabı verenlerin oranı %34,8’dir. Katılıyorum cevabı verenlerin oranı %26,7’dir. Bu da bu ifadeye katılanların oranının %61,5 olduğunu göstermektedir. EU2 kodlu *“Muhasebe mesleğinde yaşanacak dijitalleşme ve teknolojik gelişmelere kendimi hazır hissediyorum.”* İfadesinde kısmen

katılıyorum cevabı verenlerin oranı %35,3'tür. Buna en yakın oranla bu ifadeye katılıyorum cevabı verenlerin oranı %35,2'dir. Bu da katılımcıların bu ifadeye olan katılım oranlarının %70,5 olduğunu göstermektedir. EU3 kodlu *“Dijitalleşme ve teknolojik gelişmelere kolaylıkla uyum sağlayabilirim.”* İfadesine katılıyorum cevabı verenlerin oranı %41,2'dir. Kesinlikle katılıyorum cevabı verenlerin oranı %27,2'dir. Bu da katılımcıların bu ifadeye olan katılım oranlarının %68,4 olduğunu göstermektedir. EU4 kodlu *“Dijitalleşme teknolojik gelişmelere uyum sağlayabilmek için çaba gösteririm.”* İfadesine katılıyorum cevabı verenlerin oranı %45,3'tür. Kesinlikle katılıyorum cevabı verenlerin oranı %29,1'dir. Bu da katılımcıların bu ifadeye olan katılım oranlarının %74,4 olduğunu göstermektedir. EU5 kodlu *“Dijitalleşme ve teknolojik gelişmeleri desteklerim.”* İfadesine katılıyorum cevabı verenlerin oranı %38,8'dir. Buna en yakın oranla bu ifadeye kesinlikle katılıyorum cevabı verenlerin oranı %40,2'dir. Bu da katılımcıların bu ifadeye olan katılım oranlarının %79 olduğunu göstermektedir.

Genel olarak bir değerlendirme yapılırsa ankete katılanların e-dönüşüme uyum ifadesine yakın olduğu değerlendirilebilir.

Dijitalleşme ve teknolojik gelişmelere yönelik kısımda üçüncü soru grubu katılımcıların mesleki yeterliliklerini ölçmeye yöneliktir. MY1 kodlu *“Teknolojik gelişmeler neticesinde muhasebe mesleğinin değişime ve dönüşüme ihtiyacı vardır.”* İfadesine katılıyorum cevabı verenlerin oranı %42,9'dur. Kısmen katılıyorum cevabı verenlerin oranı %23,5'tir. Bu da katılımcıların bu ifadeye olan katılım oranlarının %66,4'tür. MY2 kodlu *“Hali hazırda verilen muhasebe ve yeterlilik eğitimleri gelecekte yaşanacak teknolojik gelişmelere uyumlu değildir.”* İfadesinde kararsızım cevabı verenlerin oranı %29,9'dur. Buna en yakın oranla bu ifadeye katılıyorum cevabı verenlerin oranı %25,3'tür. Bu da katılımcıların bu ifadeye olan katılım oranlarının %55,2'dir. MY3 kodlu *“Teknoloji ve dijitalleşmeye uyum sağlamayan meslek mensuplarının rekabette geri de kalacağını düşünüyorum.”* İfadesine katılıyorum cevabı verenlerin oranı %31,8'dir. Kısmen katılıyorum cevabı verenlerin oranı %26,4'tür. Bu da katılımcıların bu ifadeye olan katılım oranlarının %58,2'dir. MY4 kodlu *“Teknolojik gelişmeler neticesinde muhasebe meslek mensuplarının değişime ve dönüşüme ihtiyacı olduğunu düşünüyorum.”* İfadesine katılıyorum cevabı verenlerin oranı %43,9'dur. Kısmen katılıyorum cevabı verenlerin oranı %25,9'dur. Bu da katılımcıların bu ifadeye olan katılım oranlarının %69,8'dir. MY5 kodlu *“Dijitalleşme ve teknolojik gelişmeler ışığında muhasebe mesleğini; düşünce,*

eğitim, kültür ve teknoloji gibi alanlarda A'dan Z'ye yeniden inşa ederek geleceğe hazırlayacak olan yeni bir modeli desteklerim.” İfadesine katılıyorum cevabı verenlerin oranı %43,1’dir. Kesinlikle katılıyorum cevabı verenlerin oranı %25,6dır. Bu da katılımcıların bu ifadeye olan katılımlarının %68,7’dir.

Genel olarak bir değerlendirme yapılırsa ankete katılanların mesleki yeterlilik ifadesine yakın olduğu değerlendirilebilir.

Dijitalleşme ve teknolojik gelişmelere yönelik kısımda dördüncü soru grubu katılımcıların dijitalleşme ve teknolojik ürünlerden memnuniyetsizliğini ölçmeye yöneliktir. M1 kodlu *“Dijitalleşmenin daha fazla iş yükü getireceğini düşünüyorum.”* İfadesine katılmıyorum cevabı verenlerin oranı %34,2’dir. Kısmen katılıyorum cevabı verenlerin oranı ise %22,6’dır. M2 kodlu *“Teknolojik gelişmeler ile birlikte muhasebe mesleği daha zor ve karmaşık bir meslek haline geldi.”* İfadesine katılmıyorum cevabı verenlerin oranı %37,5’tir. Kısmen katılıyorum cevabı verenlerin oranı ise %22,1’dir. M3 kodlu *“Teknoloji ürünlerine yapılan harcamaların gereksiz olduğunu düşünüyorum.”* İfadesine kesinlikle katılmıyorum cevabı verenlerin oranı %38,8’dir. Katılmıyorum cevabı verenlerin oranı %30,2’dir. Bu da katılımcıların bu ifadeyi desteklememe oranının %69 olduğunu göstermiştir. M4 ifadesine *“Dijitalleşmenin ve teknolojik gelişmelerin muhasebe mesleği için vaat ettiği yararı ve faydayı sağlamayacağını düşünüyorum.”* İfadesine katılmıyorum cevabı verenlerin oranı %37,7’dir. Kesinlikle katılmıyorum cevabı verenlerin oranı %26,4’tür. Bu da katılımcıların bu ifadeyi desteklememe oranının %64,1 olduğunu göstermiştir. M5 kodlu *“Dijitalleşme ve teknoloji haberleri dikkatimi çekmez.”* İfadesine kesinlikle katılmıyorum cevabı verenlerin oranı %35,3’tür. Katılmıyorum cevabı verenlerin oranı %33,4’tür. Bu da katılımcıların bu ifadeyi desteklememe oranının %68,7 olduğunu göstermiştir.

Genel olarak bir değerlendirme yapılırsa ankete katılanların meslek mensuplarının dijitalleşme ve teknolojik ürünlerden memnuniyetsizliği ifadesine yakın olmadığı değerlendirilebilir. Bu sonuçta katılımcıların dijitalleşme ve teknolojik ürünlerden memnun olduğunu gösterir.

Dijitalleşme ve teknolojik gelişmelere yönelik kısımda beşinci ve son soru grubu katılımcıların e-dönüşüm kaynaklı kaygılarını ölçmeye yöneliktir. EK1 kodlu *“Dijitalleşme ile birlikte muhasebe mesleği gelecekte yok olacak meslekler arasındadır.”*

İfadeye katılmıyorum cevabı verenlerin oranı %32,1'dir. Kısmen katılıyorum cevabı verenlerin oranı %27,8'dir. EK2 kodlu "*Teknolojik gelişmeler neticesinde işsiz kalacağımı düşünüyorum.*" İfadesine katılmıyorum cevabı verenlerin oranı %31'dir. Kısmen katılıyorum cevabı verenlerin oranı %29,4'tür. EK3 kodlu "*Teknolojik gelişmeler muhasebe mesleğini olumsuz etkilemektedir.*" İfadeye kesinlikle katılıyorum cevabı verenlerin oranı %30,7'dir. Kısmen katılıyorum cevabı verenlerin oranı ise %24'tür. Bu da katılımcıların bu ifadeye olan katılımlarının %54,7'dir.

Genel olarak bir değerlendirme yapılırsa ankete katılanların e-dönüşüm kaynaklı kaygı ifadesine yakın olmadığı değerlendirilebilir. Bu sonuçta katılımcıların e-dönüşüm kaynaklı kaygılarının olmadığını gösterir.



Tablo 3.18: Finansal Okuryazarlık Düzeyi Soruları Kapsamında Verilen Cevapların Dağılımı

Soru	<i>Kesinlikle Katılmıyorum</i>		<i>Katılmıyorum</i>		<i>Kısmen Katılıyorum</i>		<i>Katılıyorum</i>		<i>Kesinlikle Katılıyorum</i>	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
H1	29	7,8	55	14,8	89	24	85	22,9	113	30,5
H2	62	16,7	82	22,1	102	27,5	51	13,7	74	19,9
H3	70	18,9	111	29,9	74	19,9	60	16,2	56	15,1
H4	67	18,1	73	19,7	54	14,6	51	13,7	126	34
T1	30	8,1	18	4,9	56	15,1	125	33,7	142	38,3
T2	44	11,9	61	16,4	109	29,4	92	24,8	65	17,5
T3	21	5,7	22	5,9	67	18,1	126	34	135	36,4
T4	11	3	28	7,5	63	17	130	35	139	37,5
A1	66	17,8	114	30,7	89	24	65	17,5	37	10

Tablo 3.18: Finansal Okuryazarlık Düzeyi Soruları Kapsamında Verilen Cevapların Dağılımı (devamı)

Soru	<i>Kesinlikle Katılmıyorum</i>		<i>Katılmıyorum</i>		<i>Kısmen Katılıyorum</i>		<i>Katılıyorum</i>		<i>Kesinlikle Katılıyorum</i>	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
A2	98	26,4	123	33,2	78	21	41	11,1	31	8,4
A3	96	25,9	132	35,6	74	19,9	43	11,6	26	7
I1	141	38	132	35,6	41	11,1	36	9,7	21	5,7
I2	12	3,2	38	10,2	81	21,8	121	32,6	119	32,1
I3	24	6,5	37	10	104	28	93	25,1	113	30,5

Tablo 3.18’de katılımcıların Finansal Okuryazarlık Düzeyi soruları kapsamında verdikleri cevapların dağılımı incelenmiştir. Finansal okuryazarlık düzeylerinin belirlenmesine yönelik kısımda ilk soru grubu katılımcıların harcama ifadesine verdikleri cevapları ölçmeye yöneliktir. H1 kodlu “ *Alışveriş yapmak mutluluğum için çok önemlidir.*” İfadesine kesinlikle katılıyorum cevabı verenlerin oranı %30,5’tir. Katılıyorum cevabı verenlerin oranı %22,9’dur. Genel olarak bu soruyu destekleyenlerin oranı %53,4’tür. H2 kodlu “ *Para, harcanmak içindir, biriktirmek için değil.*” İfadesine kararsızım cevabı verenlerin oranı %27,5’tir. Katılmıyorum cevabı verenlerin oranı ise %22,1’dir. Katılımcılar genel olarak %49,6 ile bu ifadeyi desteklememişlerdir. H3 kodlu “ *Harcamalarımı kontrol etmekte zorlanırım.*” İfadesine katılmıyorum cevabı verenlerin oranı %29,9’dur. Kısmen katılıyorum cevabı verenlerin oranı ise %19,9’dur. Genel olarak bu ifade %48,8’dur. H4 kodlu “ *Paramın nasıl bittiğini anlamam.*” İfadesine kesinlikle katılıyorum cevabı verenlerin oranı %34’tür. Katılıyorum cevabı verenlerin oranı ise %13,7’dur. Genel olarak bu ifadeyi destekleyenlerin oranı %47,7’dur.

Genel olarak bir değerlendirme yapılırsa ankete katılanların harcama ifadesinde ortalama bir karar olmadığı değerlendirilebilir. Bu sonuçta katılımcıların harcama algılarının farklılık gösterdiğini gösterir.

Finansal okuryazarlık düzeyinin belirlenmesine yönelik kısımda ikinci soru grubu katılımcıların finansal okuryazarlık tutumlarını ölçmeye yöneliktir. T1 kodlu “ *Planlanmamış harcamalar için köşede para bulundurulmalıdır.*” İfadesine kesinlikle katılıyorum cevabı verenlerin oranı %38,3’tür. Katılıyorum cevabı verenlerin oranı ise %33,7’dur. Genel olarak bu ifadeyi destekleyenlerin oranı %72’dur. T2 kodlu “ *Haftalık ve aylık harcama planları yaparım.*” İfadesine kararsızım cevabı verenlerin oranı %29,4’tür. Katılıyorum cevabı verenlerin oranı %24,8’dur. T3 kodlu “ *Alışveriş yaparken fiyatları kıyaslarım.*” İfadesine kesinlikle katılıyorum cevabı verenlerin oranı %36,4’dur. Katılıyorum cevabı verenlerin oranı %34’tür. Genel olarak bu ifadeyi destekleyenlerin oranı %70,4’tür. T4 kodlu “ *Bir şey satın alırken finansal durumumu dikkate alırım.*” İfadesine kesinlikle katılıyorum cevabı verenlerin oranı %37,5’tir. Katılıyorum cevabı verenlerin oranı ise %35’tir.

Genel olarak bir değerlendirme yapılırsa ankete katılanların tutum ifadesini desteklediği değerlendirilebilir.

Finansal okuryazarlık düzeyinin belirlenmesine yönelik kısımda üçüncü soru grubu katılımcıların algıları ölçülmeye yönelik yapılmıştır. A1 kodlu “*Finansal planlama ve bütçe çok parası olanlar için gereklidir.*” İfadesine katılmıyorum cevabı verenlerin oranı %30,7’dir. Kısmen katılıyorum cevabı verenlerin oranı %24’tür. Bu da katılımcıların finansal okuryazarlığın sadece çok parası olanlar için değil herkes için olduğunu düşündüklerini göstermektedir. A2 kodlu “*Günlük ve haftalık gibi kısa dönemler için harcama planı yapmak gereksizdir.*” İfadesine katılmıyorum cevabı verenlerin oranı %33,2’dir. Kesinlikle katılmıyorum cevabı verenlerin oranı %26,4’tür. Bu da genel olarak katılımcıların bu ifadeyi %59,6 oranında desteklemedikleri görülmüştür. A3 kodlu “*Ne yaparsam yapayım finansal durumumda bir değişiklik olmaz.*” İfadesine katılmıyorum cevabı verenlerin oranı %35,6’dır. Kesinlikle katılmıyorum cevabı verenlerin oranı %25,9’dur. Katılımcılar bu ifadeyi %61,5 oranında desteklemedikleri görülmüştür.

Genel olarak bir değerlendirme yapılırsa ankete katılanların algı ifadesini desteklemediği değerlendirilebilir. Bunun sebebi ise katılımcıların finansal okuryazarlığın herkes için gerekli olduğu, harcama planlaması yapmanın günlük ve haftalık olarak kısa dönemler için bile yapılabileceğini ve finansal okuryazarlık düzeyinin kişinin kendi finansal durumunu değiştirebilecek olduğunu düşünmelerinden kaynaklıdır.

Finansal okuryazarlık düzeyinin belirlenmesine yönelik kısımda dördüncü soru grubu katılımcıların finansal okuryazarlığa olan ilgileri ölçülmeye yönelik yapılmıştır. İ1 kodlu “*Parasal konular ilgimi çekmez.*” İfadesine kesinlikle katılmıyorum cevabı verenlerin oranı %38’dir. Katılmıyorum cevabı verenlerin oranı ise %35,6’dır. Bu da katılımcıların bu ifadeyi %73,5 oranında katılmadıklarını gösterir. Bu da katılımcıların parasal konularla ilgili olduğunu göstermiştir. İ2 kodlu “*Finans konularında eğitim almak isterim.*” İfadesine kesinlikle katılıyorum cevabı verenlerin oranı %32,1’dir. Katılıyorum cevabı verenlerin oranı %32,6’dır. Bu da katılımcıların bu ifadeyi %64,7 oranında destekledikleri görülmektedir. İ3 kodlu “*Gazetelerin ve televizyonların ekonomi ve finans haberlerini izlerim.*” İfadesine kesinlikle katılıyorum cevabı verenlerin oranı %30,5’tir. Kısmen katılıyorum cevabı verenlerin oranı ise %28’dir. Bu da katılımcıların bu ifadeyi %58,5 oranında destekledikleri görülmüştür.

Anket sorularına verilen cevapların en yüksek orana sahip olanları değerlendirmeye alınmıştır. Bunun sebebi ise katılımcıların en çok yanıt verdiği cevap düzeylerinin tespit edilerek yorumlanmasıdır.

3.8. Korelasyon Analizi

Korelasyon analizi, değişkenler arası ilişki yönünü ve derecesini ortaya koyan bir istatistiksel analiz yöntemidir (Gürer, 2017, s.175). Bu analiz sonucu hesaplanan katsayıya korelasyon katsayısı (r) denir. Bu analizin regresyon analizinden farkı iki değişken arasındaki karşılıklı ilişkiinin analizidir. Bu iki değerin birlikte ilişkili olduğunu ifade eder. Eger r değerlerinin başında negatif yönlü bir işaret varsa bu iki değer negatif yönde bir ilişki içindeler denilebilir. Eger ki r değerinin başında pozitif yönlü bir işaret varsa bu iki değişken anlamlı ve olumlu yönde bir ilişki bulunmaktadır denilebilir. Tablo 3.19’de korelasyon analizi bulgularına yer verilmiştir.

Tablo 3.19: Korelasyon Analiz Bulguları

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1 - E M	-									
2 - E U	,466**	-								
3 - M Y	,247**	,442**	-							
4 - M	,003	-,188**	-,085	-						
5 - E K	-,130*	-,069	,076	,434**	-					
6 - H	-,001	,104*	,240**	,143**	,101	-				
7 - T	,142	,273**	,176**	-,021	,001	,045	-			
8 - A	-,033	-,120*	-,003	,406**	,194*	,295**	,048	-		
9 -I	,155**	,319**	,134**	-,093	,072	,063	,104*	-,037	-	
10 - n iy et	-,147**	-,161**	-,064	-,026	,053	-,020	,136**	,117*	-,166**	-

* 0,05 anlamlılık düzeyinde değişkenler arası ilişki (2-tailed)

** 0,01 anlamlılık düzeyinde değişkenler arası ilişki (2-tailed)

Sosyal bilimlerde yapılan nicel araştırmalarda değişkenler arasındaki ilişki seviyesi tespitinde korelasyon katsayısının 0-0,3 arasında değer alması zayıf derece bir ilişki olduğu, 0,3-0,7 arasında değer alması orta derece bir ilişki olduğu, 0,7-1 arasında bir değer ile alması ise yüksek derecede bir ilişkinin varlığını belirtmektedir (Saruhan ve zdemirci, 2011, s.184).

Korelasyon analizi sonucunda;

E-dönüşüme uyum ve e-dönüşümden memnuniyet arasında orta düzeyde pozitif ve anlamlı bir ilişki görülmüştür denilebilir ($r=0,466$; $p<0.01$). Yani e-dönüşüme uyum arttıka e-dönüşümden memnuniyet de orta düzeyde artmaktadır.

Mesleki yeterlilik ve e-dönüşümden memnuniyet arasında zayıf düzeyde pozitif ve anlamlı bir ilişki görülmüştür ($r=0,247$; $p<0.01$). Yani mesleki yeterlilik arttıka e-dönüşümden memnuniyet de zayıf düzeyde artmaktadır.

Mesleki yeterlilik ve e-dönüşüme uyum arasında orta düzeyde pozitif ve anlamlı bir ilişki görülmüştür ($r=0,442$; $p<0.01$). Yani mesleki yeterlilik arttıka e-dönüşüme uyum orta düzeyde artmaktadır.

Meslek mensuplarının dijitalleşme ve teknolojik ürünlerden memnuniyetsizliği ve e-dönüşümden memnuniyet arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir ($p<0.05$).

Meslek mensuplarının dijitalleşme ve teknolojik ürünlerden memnuniyetsizliği ve e-dönüşüme uyum arasında zayıf düzeyde negatif ve anlamlı bir ilişki vardır ($r=-0,188$; $p<0.01$). Yani meslek mensuplarının dijitalleşme ve teknolojik ürünlerden memnuniyetsizliği ne kadar artarsa e-dönüşüme uyum da zayıf düzeyde azalmaktadır.

Meslek mensuplarının dijitalleşme ve teknolojik ürünlerden memnuniyetsizliği ve mesleki yeterlilik arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir ($p<0.05$).

E-dönüşüm kaynaklı kayęı ve e-dönüşümden memnuniyet arasında zayıf düzeyde negatif ve anlamlı bir ilişki görülmüştür ($r=-0,130$; $p<0.05$). Yani E-dönüşüm kaynaklı kayęı ne kadar artarsa e-dönüşümden memnuniyet de zayıf düzeyde azalmaktadır.

E-dönüşüm kaynaklı kayęı ve e-dönüşüme uyum arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir ($p<0.05$).

E-dönüşüm kaynaklı kaygı ve mesleki yeterlilik arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir ($p<0.05$).

E-dönüşüm kaynaklı kaygı ve *meslek mensuplarının dijitalleşme ve teknolojik ürünlerden memnuniyetsizliği* arasında orta düzeyde pozitif ve anlamlı bir ilişki görülmüştür ($r=0,434$; $p<0.01$). Yani e-dönüşüm kaynaklı kaygı arttıkça meslek mensuplarının dijitalleşme ve teknolojik ürünlerden memnuniyetsizliği de orta düzeyde artmaktadır.

Harcama davranışı ve e-dönüşümden memnuniyet arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir ($p<0.05$).

Harcama davranışı ve e-dönüşüme uyum arasında zayıf düzeyde pozitif ve anlamlı bir ilişki görülmüştür ($r=0,104$; $p<0.05$). Yani harcama davranışı ne kadar artarsa e-dönüşüme uyum da zayıf düzeyde artmaktadır.

Harcama davranışı ve mesleki yeterlilik arasında zayıf düzeyde pozitif ve anlamlı bir ilişki görülmüştür ($r=0,240$; $p<0.05$). Yani harcama davranışı ne kadar artarsa mesleki yeterlilik de zayıf düzeyde artmaktadır.

Harcama davranışı ve *meslek mensuplarının dijitalleşme ve teknolojik ürünlerden memnuniyetsizliği* arasında zayıf düzeyde pozitif ve anlamlı bir ilişki görülmüştür ($r=0,143$; $p<0.01$). Yani harcama davranışı ne kadar artarsa meslek mensuplarının dijitalleşme ve teknolojik ürünlerden memnuniyetsizliği de düşük düzeyde artmaktadır.

Harcama davranışı ve *e-dönüşüm kaynaklı kaygı* arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir ($p<0.05$).

Tutum ve e-dönüşümden memnuniyet arasında zayıf düzeyde pozitif ve anlamlı bir ilişki görülmüştür ($r=0,142$; $p<0.01$). Yani tutum davranışı ne kadar artarsa e-dönüşümden memnuniyet de düşük düzeyde artmaktadır.

Tutum ve e-dönüşüme uyum arasında zayıf düzeyde pozitif ve anlamlı bir ilişki görülmüştür ($r=0,273$; $p<0.01$). Yani tutum davranışı ne kadar artarsa e-dönüşüme uyum da düşük düzeyde artmaktadır.

Tutum ve mesleki yeterlilik arasında zayıf düzeyde pozitif ve anlamlı bir ilişki görülmüştür ($r=0,176$; $p<0.01$). Yani tutum davranışı ne kadar artarsa mesleki yeterlilik de düşük düzeyde artmaktadır.

Tutum ve meslek mensuplarının dijitalleşme ve teknolojik ürünlerden memnuniyetsizliği arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir ($p<0.05$).

Tutum ve e-dönüşüm kaynaklı kaygı arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir ($p<0.05$).

Tutum ve Harcama davranışı arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir ($p<0.05$).

Algı ve e-dönüşümden memnuniyet arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir ($p<0.05$).

Algı ve e-dönüşüme uyum arasında zayıf düzeyde negatif ve anlamlı bir ilişki görülmüştür ($r=-0,120$; $p<0.05$). Yani algı ne kadar artarsa e-dönüşüme uyum da düşük düzeyde azalmaktadır.

Algı ve mesleki yeterlilik arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir ($p<0.05$).

Algı ve Meslek Mensuplarının Dijitalleşme Ve Teknolojik Ürünlerden Memnuniyetsizliği arasında orta düzeyde pozitif ve anlamlı bir ilişki görülmüştür ($r=0,406$; $p<0.01$). Yani algı ne kadar artarsa Meslek Mensuplarının Dijitalleşme Ve Teknolojik Ürünlerden Memnuniyetsizliği de orta düzeyde artmaktadır.

Algı ve e-dönüşüm kaynaklı kaygı arasında zayıf düzeyde pozitif ve anlamlı bir ilişki görülmüştür ($r=0,194$; $p<0.01$). Yani algı ne kadar artarsa e-dönüşüm kaynaklı kaygı da düşük düzeyde artmaktadır.

Algı ve harcama davranışı arasında zayıf düzeyde pozitif ve anlamlı bir ilişki görülmüştür ($r=0,295$; $p<0.01$). Yani algı ne kadar artarsa harcama davranışı da düşük düzeyde artmaktadır.

Algı ve tutum arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir ($p<0.05$).

İlgi ve e-dönüşümden memnuniyet arasında zayıf düzeyde pozitif ve anlamlı bir ilişki görülmüştür ($r=0,155$; $p<0.01$). Yani ilgi ne kadar artarsa e-dönüşümden memnuniyet de düşük düzeyde artmaktadır.

İlgi ve e-dönüşüme uyum arasında orta düzeyde pozitif ve anlamlı bir ilişki görülmüştür ($r=0,319$; $p<0.01$). Yani ilgi ne kadar artarsa e-dönüşüme uyum da orta düzeyde artmaktadır.

İlgi ve mesleki yeterlilik arasında düşük düzeyde pozitif ve anlamlı bir ilişki görülmüştür ($r=0,134$; $p<0.05$). Yani ilgi ne kadar artarsa mesleki yeterlilik de düşük düzeyde artmaktadır.

İlgi ve meslek mensuplarının dijitalleşme ve teknolojik ürünlerden memnuniyetsizliği arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir ($p<0.05$).

İlgi ve e-dönüşüm kaynaklı kaygı arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir ($p<0.05$).

İlgi ve harcama davranışı arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir ($p<0.05$).

İlgi ve tutum arasında zayıf düzeyde pozitif ve anlamlı bir ilişki görülmüştür ($r=0,104$; $p<0.05$). Yani ilgi ne kadar artarsa harcama davranışı da düşük düzeyde artmaktadır.

İlgi ve algı arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir ($p<0.05$).

Gelecekte muhasebe mesleğinde kariyer yapma niyeti ve e-dönüşümden memnuniyet arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir ($p<0.05$).

Gelecekte muhasebe mesleğinde kariyer yapma niyeti ve e-dönüşüme uyum arasında zayıf düzeyde pozitif ve anlamlı bir ilişki görülmüştür ($r=0,161$; $p<0.01$). Yani Gelecekte muhasebe mesleğinde kariyer yapma niyeti ne kadar artarsa e-dönüşüme uyum da düşük düzeyde artmaktadır.

Gelecekte muhasebe mesleğinde kariyer yapma niyeti ve mesleki yeterlilik arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir ($p<0.05$).

Gelecekte muhasebe mesleğinde kariyer yapma niyeti ve *meslek mensuplarının dijitalleşme ve teknolojik ürünlerden memnuniyetsizliği* arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir ($p<0.05$).

Gelecekte muhasebe mesleğinde kariyer yapma niyeti ve e-dönüşüm kaynaklı kaygı arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir ($p<0.05$).

Gelecekte muhasebe mesleğinde kariyer yapma niyeti ve harcama davranışı arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir ($p<0.05$).

Gelecekte muhasebe mesleğinde kariyer yapma niyeti ve tutum arasında zayıf düzeyde pozitif ve anlamlı bir ilişki görülmüştür ($r=0,136$; $p<0.01$). Yani Gelecekte

muhasebe mesleğinde kariyer yapma niyeti ne kadar artarsa tutum da düşük düzeyde artmaktadır.

Gelecekte muhasebe mesleğinde kariyer yapma niyeti ve algı arasında arasında zayıf düzeyde pozitif ve anlamlı bir ilişki görülmüştür ($r=0,117$; $p<0.05$). Yani Gelecekte muhasebe mesleğinde kariyer yapma niyeti ne kadar artarsa algı da düşük düzeyde artmaktadır.

Gelecekte muhasebe mesleğinde kariyer yapma niyeti ve ilgi arasında arasında zayıf düzeyde negatif ve anlamlı bir ilişki görülmüştür ($r=-0,166$; $p<0.01$). Yani Gelecekte muhasebe mesleğinde kariyer yapma niyeti ne kadar artarsa ilgi de düşük düzeyde azalmaktadır.

3.9. Lojistik Regresyon

Lojistik Regresyon Analizi bağımlı değişkenin tahmini değerlerini olasılık olarak hesaplayıp, olasılığa uygun olarak sınıflama yapma imkânı sağlayan bir yöntemdir (Elhan, 1997, s.4). Lojistik Regresyon, sonuç değişkeninin ikili ve çoklu aşamalarda bağımsız değişkenlerle aralarındaki ilişkiyi sorgulayan bir yöntemdir. Bu başlık altında finansal okuryazarlık düzeyi ölçeğinin değişkenleri ve dijitalleşme ve teknolojik gelişmelere yönelik algıyı ölçen ölçeğin değişkenleri için ayrı ayrı lojistik regresyon analizi yapılmıştır.

3.9.1. Dijitalleşme Ve Teknolojik Gelişmelere Yönelik Algı Değişkeni İçin Regresyon Analizi

Tablo 3.20: Dijitalleşme Ve Teknolojik Gelişmelere Yönelik Algı Değişkeni Model Katsayılarının Anlamlılığı

		Ki-Kare	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
Step 1	Step	14,378	5	0,013
	Block	14,378	5	0,013
	Model	14,378	5	0,013

Tablo 3.20’de Sign. değeri $p=0,013<0,05$ olduğu için ki-kare değeri anlamlıdır denilebilir. Model katsayıları anlamlıdır. Bağımsız değişkenler bağımlı değişkenin

tahminine katkı sağlar. Kullanılan 5 değişkenin gelecekte muhasebe mesleğini seçme niyetini anlamlı bir şekilde yordadığı anlamına gelmektedir.

Tablo 3.21: Değişkenler Arasındaki İlişkinin Derecesi

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	466,213	0,038	0,052

Lojistik regresyon modelindeki bağımlı değişkenle bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin derecesi Cox-Snell'e göre %38 ve Nagelkerke'ye göre %52 bulunmuştur. Kurulan lojistik regresyon modelinin sınıflandırmasının doğru yapılp yapılmadığını anlamak için sınıflandırma tablosu kullanılmaktadır.

Tablo 3.22: Lojistik Regresyon Modelinin Sınıflandırma Başarısı (Kesim Değeri 0,50)

Gözlem		Tahmin			
		Gelecekte muhasebe mesleğinde kariyer yapmak ister misiniz?		Doğruluk yüzdesi (%)	
		Evet	Hayır		
St e p 1	Gelecekte muhasebe mesleğinde kariyer yapmak ister misiniz?	Evet	223	18	92,5
		Hayır	116	14	10,8
	Ayrıntılı Yüzde				

Sınıflandırma tablosu, lojistik regresyon analizinde uyum iyiliği ölçütlerini açıklamak için kullanılan bir ölçüttür. Katılımcıların gelecekte muhasebe mesleğinde kariyer yapma niyetlerinin ölçülmesine yönelik kurulan lojistik modeli sınıflandırma başarısının verildiği Tablo 3.22 incelendiğinde; Lojistik regresyon modelinin 1. aşamasında gözlemlerin doğru sınıflama oranının %69,3 olduğu görülmektedir. Bu da toplam 371 katılımcının %63,9'unu doğru tahmin ettiğini gösterir. Bu sonuç modelin uyumunun iyiliğinin başarısını ve modelinin %63,9'luk bir öngörü yüzdesine sahip olduğunu göstermektedir. Bu analiz sonucunda gelecekte muhasebe mesleğinde kariyer

yapma niyetinde olan 18 kişi yanlış sınıflandırılarak diğer gruba atanmış, gelecekte muhasebe mesleğinde kariyer yapma niyetinde olmayan 116 kişi de gelecekte muhasebe mesleğinde kariyer yapma niyetinde olan kişilerin grubuna atanarak yanlış sınıflandırılmıştır. Yani gelecekte muhasebe mesleğinde kariyer yapma niyetinde olmayanların %10,8'i ve gelecekte muhasebe mesleğinde kariyer yapma niyetinde olanların %92,5'i doğru tahmin edilmiştir denilebilir.

Gelecekte muhasebe mesleğinde kariyer yapma niyetine etkili olduğu düşünülen faktörler analiz edilmiş; analizin birinci adımında *e-dönüşümden memnuniyet*, *e-dönüşüme uyum*, *mesleki yeterlilik*, *meslek mensuplarının dijitalleşme ve teknolojik ürünlerden memnuniyetsizliği* ve *e-dönüşüm kaynaklı kaygı* değişkeni analize dahil edilmiştir.

Analize dahil edilen değişkenlerin; yalnızca e-dönüşüme uyum ($p=0,035<0,05$) faktörünün önemli ve anlamlı olduğu görülürken; e-dönüşümden memnuniyet ($p=0,214>0,05$), mesleki yeterlilik ($p=0,952>0,05$), meslek mensuplarının dijitalleşme ve teknolojik ürünlerden memnuniyetsizliği ($p=0,168>0,05$), e-dönüşüm kaynaklı kaygı ($p=0,231>0,05$) faktörlerinin önemli ve anlamlı olmadığı görülmüştür.

β parametreleri ile bu parametrelere ilişkin Wald değeri istatistikleri, serbestlik derecesi, anlamlılık dereceleri ve $\text{Exp}(\beta)$ değerlerine Tabloda yer verilmiştir.

Tablo 3.23: Lojistik Regresyon Modelindeki Değişkenler

Değişkenler	B	Std. Hata	Wald	Serbestlik Derecesi	p	Exp(β)
EM	-,190	0,153	1,543	1	0,214	0,827
EU	-,376	0,178	4,464	1	0,035	0,686
MY	0,009	0,157	0,004	1	0,952	1,009
M	-,207	0,150	1,899	1	0,168	0,813
EK	,156	0,131	1,433	1	0,231	1,169
Sabit	1,457	0,799	3,326	1	0,068	4,295

Tablo 3.23'te gelecekte muhasebe mesleğinde kariyer yapma niyeti üzerinde etkiye sahip değişkenlere ait sonuçlar görülmektedir. Tabloda verilen $\exp(\beta_p)$, Y değişkeninin XP değişkeninin etkisi ile kaç kat daha fazla ya da % kaç oranında fazla gözlenme olasılığına sahip olduğunu belirtir (Özdamar, 2002, s.477). $\exp(B)$ değerlerine göre kariyer yapma niyetini en fazla tahmin eden/yordayan değişkenlerin başında mesleki yeterlilik ($\exp(B)=1,009$), ve e-dönüşüm kaynaklı kaygı ($\exp(B)=1,169$), gelmektedir. $\exp(B)$ değerine göre, ele alınan meslek seçme niyeti sorulan katılımcının e-dönüşümden memnuniyet değişkeni bakımından meslek seçme niyetinde olma olasılığı niyetinde olmama olasılığına göre 0,827 kat daha azdır. Mesleki yeterlilik değişkeni bakımından meslek seçme niyetinde olma olasılığı niyetinde olmama olasılığına göre 0,686 kat daha azdır. Mesleki yeterlilik değişkeni bakımından meslek seçme niyetinde olma olasılığı niyetinde olmama olasılığına göre 1,009 kat daha fazladır. Meslek mensuplarının dijitalleşme ve teknolojik ürünlerden memnuniyetsizliği değişkeni bakımından meslek seçme niyetinde olma olasılığı niyetinde olmama olasılığına göre 0,813 kat daha azdır. E-dönüşüm kaynaklı kaygı değişkeni bakımından meslek seçme niyetinde olma olasılığı niyetinde olmama olasılığına göre 1,169 kat daha fazladır.

Yani denilebilir ki; Mesleki yeterliliğe sahip ve e-dönüşüm kaynaklı kaygı hisseden katılımcıların muhasebe mesleğinde kariyer yapma niyetleri daha yüksek iken; *e-dönüşümden memnuniyet, e-dönüşüme uyum ve meslek mensuplarının dijitalleşme ve teknolojik ürünlerden memnuniyetsizlik* davranışını benimseyen katılımcıların gelecekte muhasebe mesleğinde kariyer yapma niyetleri daha düşüktür.

3.9.2. Finansal Okuryazarlık Düzeyi Değişkeni İçin Regresyon Analiz

Tablo 3.24: Finansal Okuryazarlık Düzeyi Değişkeni Model Katsayılarının Anlamlılığı

		Ki-Kare	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
Step 1	Step	25,190	4	0,000
	Block	25,190	4	0,000
	Model	25,190	4	0,000

Sign. değeri $p=0,000<0,05$ olduğu için ki-kare değeri anlamlıdır denilebilir. Model katsayıları anlamlıdır. Bağımsız değişkenler bağımlı değişkenin tahminine katkı

sağlar. Kullanılan 4 değişkenin gelecekte muhasebe mesleğini seçme niyetini anlamlı bir şekilde yordadığı anlamına gelmektedir.

Tablo 3.25: Değişkenler Arasındaki İlişkinin Derecesi

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	455,401	0,066	0,090

Lojistik regresyon modelindeki bağımlı değişkenle bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin derecesi Cox-Snell'e göre %66 ve Nagelkerke'ye göre %90 bulunmuştur. Kurulan lojistik regresyon modelinin sınıflandırmasının doğru yapıp yapılmadığını anlamak için sınıflandırma tablosu kullanılmaktadır.

Tablo 3.26: Lojistik Regresyon Modelinin Sınıflandırma Başarısı (Kesim Değeri 0,50)

Gözlem		Tahmin			
		Gelecekte muhasebe mesleğinde kariyer yapmak ister misiniz?		Doğruluk Yüzdesi (%)	
		Evet	Hayır		
Step 1	Gelecekte muhasebe mesleğinde kariyer yapmak ister misiniz?	Evet	226	15	93,8
		Hayır	107	23	17,7
Ayrıntılı Yüzde					67,1

Katılımcıların gelecekte muhasebe mesleğinde kariyer yapma niyetlerinin ölçülmesine yönelik kurulan lojistik modeli sınıflandırma başarısının verildiği Tablo incelendiğinde; Lojistik regresyon modelinin 1. aşamasında gözlemlerin doğru sınıflama oranının %67,1 olduğu görülmektedir. Bu da toplam 371 katılımcının %67,1'ünü doğru tahmin ettiğini gösterir. Bu sonuç modelin uyumunun iyiliğinin başarısını ve modelinin %67,1'luk bir öngörü yüzdesine sahip olduğunu göstermektedir. Bu analiz sonucunda gelecekte muhasebe mesleğinde kariyer yapma niyetinde olan 15 kişi yanlış sınıflandırılarak diğer gruba atanmış, gelecekte muhasebe mesleğinde kariyer yapma niyetinde olmayan 107 kişi de gelecekte muhasebe mesleğinde kariyer yapma niyetinde olan kişilerin grubuna atanarak yanlış sınıflandırılmıştır. Yani gelecekte muhasebe

mesleğinde kariyer yapma niyetinde olmayanların %17,7'si ve gelecekte muhasebe mesleğinde kariyer yapma niyetinde olanların %93,8'i doğru tahmin edilmiştir denilebilir.

Gelecekte muhasebe mesleğinde kariyer yapma niyetine etkili olduğu düşünülen faktörler analiz edilmiş; analizin birinci adımında harcama, tutum, algı ve ilgi değişkeni analize dahil edilmiştir.

Analize dahil edilen değişkenlerin; *algı* ($p=0,026<0,05$), *tutum* ($p=0,004<0,05$), *ilgi* ($p=0,001<0,05$) faktörlerinin önemli ve anlamlı olduğu görülürken; *harcama* ($p=0,325>0,05$) faktörünün önemli ve anlamlı olmadığı görülmüştür.

β parametreleri ile bu parametrelere ilişkin Wald değeri istatistikleri, serbestlik derecesi, anlamlılık dereceleri ve $\text{Exp}(\beta)$ değerlerine Tabloda yer verilmiştir.

Tablo 3.27: Lojistik Regresyon Modelindeki Değişkenler

Değişkenler	B	Std. Hata	Wald	Serbestlik Derecesi	p	Exp(β)
Harcama	-,116	0,118	0,970	1	0,325	0,891
Tutum	0,448	0,153	8,515	1	0,004	1,565
Algı	0,272	0,122	4,956	1	0,026	1,313
İlgi	-,410	0,120	11,600	1	0,001	0,664
Sabit	- 1,138	0,757	2,257	1	0,133	0,321

Tablo 3.27'de gelecekte muhasebe mesleğinde kariyer yapma niyeti üzerinde etkiye sahip değişkenlere ait sonuçlar görülmektedir. $\text{Exp}(B)$ değerlerine göre kariyer yapma niyetini en fazla tahmin eden/yordayan değişkenlerin başında tutum ($\text{Exp}(B)=1,565$), ve algı ($\text{Exp}(B)=1,313$), gelmektedir. $\text{Exp}(B)$ değerine göre, ele alınan meslek seçme niyeti sorulan katılımcının harcama değişkeni bakımından meslek seçme niyetinde olma olasılığı niyetinde olmama olasılığına göre 0,891 kat daha azdır. Tutum değişkeni bakımından meslek seçme niyetinde olma olasılığı niyetinde olmama olasılığına göre 1,565 kat daha fazladır. *Algı* değişkeni bakımından meslek seçme niyetinde olma olasılığı muhasebe mesleği yapma niyetinin olmama olasılığına göre

1,313 kat daha fazladır. *İlgi* değişkeni bakımından meslek seçme niyetinde olma olasılığı niyetinde olmama olasılığına göre 0,664 kat daha azdır. Yani denilebilir ki; Finansal okuryazarlık Tutum ve algısı olan katılımcıların muhasebe mesleğinde kariyer yapma niyetleri daha yüksek iken; Finansal okuryazarlığa yönelik Harcama ve ilgisi olan katılımcıların gelecekte muhasebe mesleğinde kariyer yapma niyetleri daha düşüktür.

3.10. Farklılık Analizleri

Farklılık analizleri, demografik özellikler açısından çalışma doğrultusunda kullanılan değişkenlerde farklılıkların bulunup bulunmadığını analiz etmek amacıyla Bağımsız Örneklem T-testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) aracılığıyla uygulanmıştır. Kategorik değişkenlerimin iki gruptan oluştuğu yaş, cinsiyet, öğrenim durumu ve meslek seçme niyeti gibi durumlara göre, çalışma doğrultusunda tercih edilen değişkenlerin farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek için bağımsız t-testi uygulanmıştır. Değişkenlerin üç ve daha fazla gruptan oluştuğu not ortalaması ve öğrenim görülen bölüm durumunda ise tek yönlü varyans analizi(ANOVA) uygulanmıştır.

3.10.1. Bağımsız T-Testi

Bu başlık altında yaş, cinsiyet, öğrenim durumu ve meslek seçme niyetine göre çalışma doğrultusunda kullanılan değişkenlerin farklılaşıp farklılaşmadığını test etmek amacıyla t-testi kullanılmıştır. Elazığ ve Erzincan illerinde öğrenim gördükleri üniversitede muhasebe dersi alan lisans ve önlisans öğrencilerinin dijitalleşme algısı ve finansal okuryazarlık düzeylerinin muhasebe meslek seçiminde anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini test etmek üzere değişkenlerimize farklılık testi uygulanmıştır.

Tablo 3.28: Soru Gruplarının Yaş Gruplarına Göre Farklılıkların İncelendiği Bağımsız T-Testi Bulguları

	Yaş	N	Ortalama	Std. Sapma	t	F	P
EM	20 yaş ve altı	145	3,4057	,79854	-,099	,599	,922
	20 yaş üstü	226	3,4145	,86370			
EU	20 yaş ve altı	145	3,7297	,72516	-,774	,884	,450
	20 yaş üstü	226	3,7920	,80517			
MY	20 yaş ve altı	145	3,5885	,78961	-,767	,188	,445
	20 yaş üstü	226	3,6534	,80328			
M	20 yaş ve altı	145	2,5007	,90588	2,167	1,523	,028
	20 yaş üstü	226	2,2982	,83250			
EK	20 yaş ve altı	145	2,7977	,99559	1,273	,921	,199
	20 yaş üstü	226	2,6652	,94985			
Harcama	20 yaş ve altı	145	3,1776	1,05940	546	,115	,585
	20 yaş üstü	226	3,1162	1,05491			
Tutum	20 yaş ve altı	145	3,7138	,80200	-,448	,845	,655
	20 yaş üstü	226	3,7522	,81103			
Algı	20 yaş ve altı	145	2,5632	1,01571	,915	,705	,356
	20 yaş üstü	226	2,4661	,97021			
İlgi	20 yaş ve altı	145	3,6552	,98163	-,957	,000	,337
	20 yaş üstü	226	3,7544	,96291			

Tablo 3.28’de soru grupları ayrı ayrı değerlendirilmiştir. Sig.(2-tailed) değeri çalışma kapsamında oluşturulan hipotezlerin kabul edilmesini veya reddedilmesini sağlayan değerlerdir. Kavramların hem tablodaki değerleri hem de sig.(2-tailed) değeri yorumlanmıştır. Tablo 3.28 incelendiğinde katılımcıların e-dönüşümden memnuniyet puanı 20 yaş üstü için $3,41 \pm 0,86$ puan ve 20 yaş altı için $3,40 \pm 0,79$ puan aldığı ve bu kavram için P değeri, 922 olduğu ve 0,05 anlamlılık değerinden yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Bunun neticesinde muhasebe meslek mensuplarının e-dönüşümden memnuniyeti yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir denilebilir.

E-dönüşüme uyum puanı 20 yaş üstü için $3,79 \pm 0,80$ puan ve 20 yaş altı için $3,72 \pm 0,72$ puan aldığı ve bu kavram için P değerinin 0,450 ve anlamlılık değerinden

yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Bunun neticesinde muhasebe meslek mensuplarının e-dönüşümden uyumu yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir denilebilir.

Mesleki yeterlilik puanı 20 yaş üstü için $3,65 \pm 0,80$ puan ve 20 yaş altı için $3,58 \pm 0,78$ puan aldığı ve bu kavram için P değerinin 0,445 ve anlamlılık değerinden yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Bunun neticesinde muhasebe meslek mensuplarının mesleki yeterlilik kavramı sorularına verdikleri cevap yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir denilebilir.

Muhasebe meslek mensuplarının dijitalleşme ve teknolojik ürünlerden memnuniyetsizliği puanı 20 yaş üstü için $2,29 \pm 0,83$ puan ve 20 yaş altı için $2,50 \pm 0,90$ puan aldığı ve bu kavram için P değerinin 0,028 ve anlamlılık değerinden düşük olduğu gözlemlenmiştir. Bunun neticesinde Muhasebe Meslek Mensuplarının Dijitalleşme Ve Teknolojik Ürünlerden Memnuniyetsizliği kavramı sorularına verdikleri cevap yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir denilebilir.

E-dönüşüm kaynaklı kaygı puanı 20 yaş üstü için $2,66 \pm 0,94$ puan ve 20 yaş altı için $2,79 \pm 0,99$ puan aldığı ve bu kavram için P değerinin 0,199 ve anlamlılık değerinden yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Bunun neticesinde E-dönüşüm kaynaklı kaygı kavramı sorularına verdikleri cevap yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir denilebilir.

Harcama puanı 20 yaş üstü için $3,11 \pm 1,05$ puan ve 20 yaş altı için $3,17 \pm 1,05$ puan aldığı ve bu kavram için P değerinin 0,585 ve anlamlılık değerinden yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Bunun neticesinde harcama kavramı sorularına verdikleri cevap yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir denilebilir.

Tutum puanı 20 yaş üstü için $3,75 \pm 0,81$ puan ve 20 yaş altı için $3,71 \pm 0,80$ puan aldığı ve bu kavram için P değerinin 0,655 ve anlamlılık değerinden yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Bunun neticesinde tutum kavramı sorularına verdikleri cevap yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir denilebilir.

Algı puanı 20 yaş üstü için $2,97 \pm 0,86$ puan ve 20 yaş altı için $2,56 \pm 1,01$ puan aldığı ve bu kavram için P değerinin 0,356 ve anlamlılık değerinden yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Bunun neticesinde algı kavramı sorularına verdikleri cevap yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir denilebilir.

İlgi puanı 20 yaş üstü için $3,75 \pm 0,96$ puan ve 20 yaş altı için $3,65 \pm 0,98$ puan aldığı ve bu kavram için P değerinin 0,337 ve anlamlılık değerinden yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Bunun neticesinde ilgi kavramı sorularına verdikleri cevap yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir denilebilir.

Tablo 3.29: Cinsiyete Göre Farklılıkların İncelendiği Bağımsız T-Testi Bulguları

	Cinsiyet	N	Ortalama	Std.Sapma	t	F	P
EM	Erkek	187	3,3636	,89384	-1,101	3,220	,272
	Kadın	184	3,4592	,77608			
EU	Erkek	187	3,7529	,78804	-,369	,009	,713
	Kadın	184	3,7826	,76231			
MY	Erkek	187	3,6061	,86820	-,534	5,555	,593
	Kadın	184	3,6504	,72032			
M	Erkek	187	2,4856	,90919	2,441	4,327	,015
	Kadın	184	2,2674	,80831			
EK	Erkek	187	2,7825	1,00786	1,316	1,324	,189
	Kadın	184	2,6504	,92544			
Harcama	Erkek	187	3,0120	1,08363	-2,373	,779	,018
	Kadın	184	3,2704	1,01286			
Tutum	Erkek	187	3,7901	,87051	1,216	1,354	,203
	Kadın	184	3,6834	,73458			
Algı	Erkek	187	2,5918	1,03596	1,731	2,798	,085
	Kadın	184	2,4149	,93114			
İlgi	Erkek	187	3,8529	,95096	2,772	,433	,006
	Kadın	184	3,5761	,97211			

Tablo 3.29 incelendiğinde katılımcıların e-dönüşümden memnuniyet puanı erkekler için $3,36 \pm 0,89$ puan ve kadınlar için $3,45 \pm 0,77$ puan aldığı ve bu kavram için P değeri 0,272 olduğu ve 0,05 anlamlılık değerinden yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Bunun neticesinde muhasebe meslek mensuplarının e-dönüşümden memnuniyeti cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir denilebilir.

E-dönüşüme uyum puanı erkekler için $3,75\pm0,78$ puan ve kadınlar için $3,78\pm0,76$ puan almıştır. Bu kavram için P değerinin 0,713 olduğu ve anlamlılık değerinden “yüksek” olduğu gözlemlenmiştir. Bunun neticesinde muhasebe meslek mensuplarının e-dönüşüme uyumu cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir denilebilir.

Mesleki yeterlilik puanı erkekler için $3,60\pm0,86$ puan ve kadınlar için $3,65\pm0,72$ puan aldığı ve bu kavram için P değerinin 0,593 olduğu ve anlamlılık değerinden yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Bunun neticesinde muhasebe meslek mensuplarının mesleki yeterlilik kavramı sorularına verdikleri cevap cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir denilebilir.

Muhasebe meslek mensuplarının dijitalleşme ve teknolojik ürünlerden memnuniyetsizliği puanı erkekler için $2,48\pm0,90$ puan ve kadınlar için $2,26\pm0,80$ puan aldığı ve bu kavram için P değerinin 0,015 olduğu ve anlamlılık değerinden düşük olduğu gözlemlenmiştir. Bunun neticesinde Muhasebe meslek mensuplarının dijitalleşme ve teknolojik ürünlerden memnuniyetsizliği kavramı sorularına verdikleri cevap cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir denilebilir.

E-dönüşüm kaynaklı kaygı puanı erkekler için $2,78\pm1,00$ puan ve kadınlar için $2,65\pm0,92$ puan aldığı ve bu kavram için P değerinin 0,189 olduğu ve anlamlılık değerinden yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Bunun neticesinde E-dönüşüm kaynaklı kaygı kavramı sorularına verdikleri cevap cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir denilebilir.

Harcama puanı erkekler için $3,01\pm1,08$ puan ve kadınlar için $3,27\pm1,01$ puan aldığı ve bu kavram için P değerinin 0,018 olduğu ve anlamlılık değerinden düşük olduğu gözlemlenmiştir. Bunun neticesinde harcama kavramı sorularına verdikleri cevap cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir denilebilir.

Tutum puanı erkekler için $3,79\pm0,87$ puan ve kadınlar için $3,68\pm0,73$ puan aldığı ve bu kavram için P değerinin 0,203 olduğu ve anlamlılık değerinden yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Bunun neticesinde tutum kavramı sorularına verdikleri cevap cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir denilebilir.

Algı puanı erkekler için $2,59\pm1,03$ puan ve kadınlar için $2,41\pm0,93$ puan aldığı ve bu kavram için P değerinin 0,356 ve anlamlılık değerinden yüksek olduğu

gözlemlenmiştir. Bunun neticesinde algı kavramı sorularına verdikleri cevap cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir denilebilir.

İlgi puanı erkekler için $3,85 \pm 0,95$ puan ve kadınlar için $3,57 \pm 0,97$ puan aldığı ve bu kavram için P değerinin 0,06 olduğu ve anlamlılık değerinden düşük olduğu gözlemlenmiştir. Bunun neticesinde ilgi kavramı sorularına verdikleri cevap cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir denilebilir.

Tablo 3.30: Öğrenim Durumuna Göre Farklılıkların İncelendiği Bağımsız T Testi Bulguları

	Öğrenim Durumu	N	Ortalama	Std. Sapma	t	F	P
EM	Önlisans	97	3,1254	1,03022	-3,985	29,056	,001
	Lisans	274	3,5122	,73398			
EU	Önlisans	97	3,5938	,88056	-2,364	2,525	,010
	Lisans	274	3,8292	,72508			
MY	Önlisans	97	3,5842	,90271	-,579	3,202	,529
	Lisans	274	3,6436	,75799			
MO	Önlisans	97	2,5567	1,00218	2,387	11,467	,033
	Lisans	274	2,3139	,80540			
EK	Önlisans	97	2,9381	1,09537	2,637	5,738	,017
	Lisans	274	2,6387	,90920			
Harcama	Önlisans	97	3,5619	1,08014	4,552	1,042	,000
	Lisans	274	2,9909	1,00726			
Tutum	Önlisans	97	3,5954	,94541	-2,024	8,948	,072
	Lisans	274	3,7874	,74692			
Algı	Önlisans	97	2,7629	1,01146	2,968	,954	,003
	Lisans	274	2,4124	,96491			
İlgi	Önlisans	97	3,7629	,94674	,567	,567	,572
	Lisans	274	3,6989	,97948			

Tablo 3.30 incelendiğinde katılımcıların e-dönüşümden memnuniyet puanı ön lisans öğrencileri için $3,12 \pm 1,03$ puan ve lisans öğrencileri için $3,51 \pm 0,73$ puan aldığı ve

bu kavram için P değeri 0,001 olduğu ve 0,05 anlamlılık değerinden düşük olduğu gözlemlenmiştir. Bunun neticesinde muhasebe meslek mensuplarının e-dönüşümden memnuniyeti öğrenim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir denilebilir.

E-dönüşüme uyum puanı ön lisans öğrencileri için $3,59 \pm 0,88$ puan ve lisans öğrencileri için $3,82 \pm 0,72$ puan almıştır. Bu kavram için P değerinin 0,010 olduğu ve anlamlılık değerinden düşük olduğu gözlemlenmiştir. Bunun neticesinde muhasebe meslek mensuplarının e-dönüşüme uyumu öğrenim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir denilebilir.

Mesleki yeterlilik puanı ön lisans için $3,58 \pm 0,90$ puan ve lisans için $3,64 \pm 0,75$ puan aldığı ve bu kavram için P değerinin 0,529 olduğu ve anlamlılık değerinden yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Bunun neticesinde muhasebe meslek mensuplarının mesleki yeterlilik kavramı sorularına verdikleri cevap öğrenim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir denilebilir.

Muhasebe Meslek Mensuplarının Dijitalleşme Ve Teknolojik Ürünlerden Memnuniyetsizliği puanı ön lisans için $2,55 \pm 1,00$ puan ve lisans için $2,31 \pm 0,80$ puan aldığı ve bu kavram için P değerinin 0,033 olduğu ve anlamlılık değerinden düşük olduğu gözlemlenmiştir. Bunun neticesinde Muhasebe Meslek Mensuplarının Dijitalleşme Ve Teknolojik Ürünlerden Memnuniyetsizliği kavramı sorularına verdikleri cevap öğrenim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir denilebilir.

E-dönüşüm kaynaklı kaygı puanı ön lisans için $2,93 \pm 1,09$ puan ve lisans için $2,63 \pm 0,90$ puan aldığı ve bu kavram için P değerinin 0,017 olduğu ve anlamlılık değerinden düşük olduğu gözlemlenmiştir. Bunun neticesinde E-dönüşüm kaynaklı kaygı kavramı sorularına verdikleri cevap öğrenim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir denilebilir.

Harcama puanı lisans için $3,56 \pm 1,08$ puan ve lisans için $2,99 \pm 1,00$ puan aldığı ve bu kavram için P değerinin 0,000 olduğu ve anlamlılık değerinden düşük olduğu gözlemlenmiştir. Bunun neticesinde harcama kavramı sorularına verdikleri cevap öğrenim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir denilebilir.

Tutum puanı ön lisans için $3,59 \pm 0,94$ puan ve lisans için $3,78 \pm 0,74$ puan aldığı ve bu kavram için P değerinin 0,072 olduğu ve anlamlılık değerinden yüksek olduğu

gözlemlenmiştir. Bunun neticesinde tutum kavramı sorularına verdikleri cevap öğrenim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir denilebilir.

Algı puanı ön lisans için $2,76 \pm 1,01$ puan ve lisans için $2,41 \pm 0,96$ puan aldığı ve bu kavram için P değerinin 0,003 ve anlamlılık değerinden düşük olduğu gözlemlenmiştir. Bunun neticesinde algı kavramı sorularına verdikleri cevap öğrenim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir denilebilir.

İlgi puanı ön lisans için $3,76 \pm 0,94$ puan ve lisans için $3,69 \pm 0,97$ puan aldığı ve bu kavram için P değerinin 0,572 olduğu ve anlamlılık değerinden yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Bunun neticesinde ilgi kavramı sorularına verdikleri cevap öğrenim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir denilebilir.

Tablo 3.31: Muhasebe Mesleğini Yapmak İster Misiniz Sorusuna Verdikleri Cevaplara Göre Farklılıkların İncelendiği Bağımsız T Testi Bulguları

	Gelecekte muhasebe mesleğinde kariyer yapmak ister misiniz?	N	Ortalama	Std. Sapma	t	F	P
EM	Evet	241	3,5014	,85269	2,926	,137	,005
	Hayır	130	3,2436	,78535			
EU	Evet	241	3,8589	,78465	3,197	,242	,002
	Hayır	130	3,5985	,72838			
MY	Evet	241	3,6653	,80191	1,232	,027	,221
	Hayır	130	3,5590	,78773			
M	Evet	241	2,3942	,89114	,522	1,311	,611
	Hayır	130	2,3462	,82096			
EK	Evet	241	2,6791	1,01759	-1,074	3,614	,306
	Hayır	130	2,7872	,87062			
Harcama	Evet	241	3,1556	1,12438	,383	10,901	,684
	Hayır	130	3,1115	,91820			
Tutum	Evet	241	3,6566	,86005	-2,640	7,782	,005
	Hayır	130	3,8865	,67493			
Algı	Evet	241	2,4191	,98977	-2,282	,802	,024
	Hayır	130	2,6615	,96893			
İlgi	Evet	241	3,8340	,93176	3,169	,893	,001
	Hayır	130	3,4962	1,00483			

Tablo 3.31 incelendiğinde katılımcıların e-dönüşümden memnuniyet puanı verdikleri evet cevabı için $3,50 \pm 0,85$ puan ve verdikleri hayır cevabı için $3,24 \pm 0,78$ puan aldığı ve bu kavram için P değeri 0,005 olduğu ve 0,05 anlamlılık değerinden düşük olduğu gözlemlenmiştir. Bunun neticesinde muhasebe meslek mensuplarının e-dönüşümden memnuniyeti meslek yapma niyetine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir denilebilir.

E-dönüşüme uyum puanı verdikleri evet cevabı için $3,85 \pm 0,78$ puan ve verdikleri hayır cevabı için $3,59 \pm 0,72$ puan almıştır. Bu kavram için P değerinin 0,002 olduğu ve anlamlılık değerinden düşük olduğu gözlemlenmiştir. Bunun neticesinde muhasebe meslek mensuplarının e-dönüşüme uyumu meslek yapma niyetine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir denilebilir.

Mesleki yeterlilik puanı verdikleri evet cevabı için $3,66 \pm 0,80$ puan ve verdikleri hayır cevabı için $3,55 \pm 0,78$ puan aldığı ve bu kavram için P değerinin 0,221 olduğu ve anlamlılık değerinden yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Bunun neticesinde muhasebe meslek mensuplarının mesleki yeterlilik kavramı sorularına verdikleri cevap meslek yapma niyetine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir denilebilir.

Muhasebe Meslek Mensuplarının Dijitalleşme Ve Teknolojik Ürünlerden Memnuniyetsizliği puanı verdikleri evet cevabı için $2,39 \pm 0,89$ puan ve verdikleri hayır cevabı için $2,34 \pm 0,82$ puan aldığı ve bu kavram için P değerinin 0,611 olduğu ve anlamlılık değerinden yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Bunun neticesinde Muhasebe Meslek Mensuplarının Dijitalleşme Ve Teknolojik Ürünlerden Memnuniyetsizliği kavramı sorularına verdikleri cevaplara meslek yapma niyetine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir denilebilir.

E-dönüşüm kaynaklı kaygı puanı verdikleri evet cevabı için $2,67 \pm 1,01$ puan ve verdikleri hayır cevabı için $2,78 \pm 0,87$ puan aldığı ve bu kavram için P değerinin 0,306 olduğu ve anlamlılık değerinden yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Bunun neticesinde E-dönüşüm kaynaklı kaygı kavramı sorularına verdikleri cevap meslek yapma niyetine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir denilebilir.

Harcama puanı verdikleri evet cevabı için $3,15 \pm 1,12$ puan ve verdikleri hayır cevabı için $3,11 \pm 0,91$ puan aldığı ve bu kavram için P değerinin 0,684 olduğu ve anlamlılık değerinden yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Bunun neticesinde harcama

kavramı sorularına verdikleri cevap meslek yapma niyetine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir denilebilir.

Tutum puanı verdikleri evet cevabı için $3,65 \pm 0,86$ puan ve verdikleri hayır cevabı için $3,88 \pm 0,67$ puan aldığı ve bu kavram için P değerinin 0,005 olduğu ve anlamlılık değerinden düşük olduğu gözlemlenmiştir. Bunun neticesinde tutum kavramı sorularına verdikleri cevap meslek yapma niyetine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir denilebilir.

Algı puanı verdikleri evet cevabı için $2,41 \pm 0,98$ puan ve verdikleri hayır cevabı için $2,66 \pm 0,96$ puan aldığı ve bu kavram için P değerinin 0,024 ve anlamlılık değerinden düşük olduğu gözlemlenmiştir. Bunun neticesinde algı kavramı sorularına verdikleri cevap meslek yapma niyetine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir denilebilir.

İlgi puanı verdikleri evet cevabı için $3,83 \pm 0,93$ puan ve verdikleri hayır cevabı için $3,49 \pm 1,00$ puan aldığı ve bu kavram için P değerinin 0,001 olduğu ve anlamlılık değerinden düşük olduğu gözlemlenmiştir. Bunun neticesinde ilgi kavramı sorularına verdikleri cevap meslek yapma niyetine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir denilebilir.

3.10.2 Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)

Elazığ ve Erzincan illerinde öğrenim gördükleri üniversitede muhasebe dersi alan lisans ve ön lisans öğrencilerinin dijitalleşme algısı ve finansal okuryazarlık düzeylerinin muhasebe meslek seçiminde anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini test etmek üzere anket formunun ikili gruplu değişkenlerine t-testi uygulanmıştı. İki'den fazla olan grup değişkenlerinde ise Anova testi ile analiz edilmiştir. Bu grupların ortalamasının anlamlı bir şekilde farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için Anova testi kullanılmıştır. Bu başlık altında öğrencilerin not ortalamaları ve öğrenim gördükleri bölümün meslek seçiminde anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği test edilmek üzere Oneway-Anova analizi yapılmıştır.

Tablo 3.32: Öğrenim Görülen Bölüme Göre Farklılıkların İncelendiği Tek Yönlü Varyans Analizi Bulguları (Dijitalleşme Ve Teknolojik Gelişmelere Yönelik Algılar)

ANOVA Sonuçları					
Değişken	Grup	N	Ortalama	F	p
EM	“Bankacılık ve Sigortacılık”	19	2,5263	6,739	0,000
	“Muhasebe ve vergi uygulamaları”	57	3,4883		
	“İşletme Yönetimi”	17	2,6275		
	“İşletme”	39	3,5214		
	“İktisat”	39	3,5085		
	“Sağlık Yönetimi”	26	3,8141		
	“Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi “	104	3,4263		
	“Finans ve Bankacılık”	14	4,0556		
	“Maliye”	35	3,3095		
	“Çalışma Ekonomisi”	20	3,3833		
EU	“Bankacılık ve Sigortacılık”	19	3,3053	2,132	0,026
	“Muhasebe ve vergi uygulamaları”	57	3,6947		
	“İşletme Yönetimi”	17	3,7059		
	“İşletme”	39	3,7282		
	“İktisat”	39	3,7179		
	“Sağlık Yönetimi”	26	3,6692		
	“Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi”	104	3,7712		
	“Finans ve Bankacılık”	14	4,2000		
	Maliye”	35	3,9429		
	“Çalışma Ekonomisi”	20	4,120		
	“Sağlık Yönetimi”	26	3,6154		

Tablo 3.32: Öğrenim Görülen Bölüme Göre Farklılıkların İncelendiği Tek Yönlü Varyans Analizi Bulguları (Dijitalleşme Ve Teknolojik Gelişmelere Yönelik Algılar) (devamı)

Değişken	Grup	N	Ortalama	F	p
EU	“Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi”	104	3,7712	2,132	0,026
	“Finans ve Bankacılık”	14	4,2000		
	Maliye”	35	3,9429		
	“Çalışma Ekonomisi”	20	4,120		
	“Bankacılık ve Sigortacılık”	19	3,3333		
	“Muhasebe ve vergi uygulamaları”	57	3,5848		
	“İşletme Yönetimi”	17	3,9216		
	“İşletme”	39	3,7436		
MY	“İktisat”	39	3,6410	1,342	0,213
	“Sağlık Yönetimi”	26	3,6154		
	Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi”	104	3,5160		
	“Finans ve Bankacılık”	14	3,5333		
	“Maliye”	35	3,8571		
	“Çalışma Ekonomisi”	20	3,8000		

Tablo 3.32: Öğrenim Görülen Bölüme Göre Farklılıkların İncelendiği Tek Yönlü Varyans Analizi Bulguları (Dijitalleşme Ve Teknolojik Gelişmelere Yönelik Algılar) (devamı)

Değişken	Grup	N	Ortalama	F	p
M	“Bankacılık ve Sigortacılık”	19	2,2632	1,823	0,063
	“Muhasebe ve vergi uygulamaları”	57	2,7088		
	“İşletme Yönetimi”	17	2,4118		
	“İşletme”	39	2,5282		
	“İktisat”	39	2,2872		
	“Sağlık Yönetimi”	26	2,1308		
	“Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi”	104	2,3673		
	“Finans ve Bankacılık”	14	2,3067		
	“Maliye”	35	2,2400		
EK	“Çalışma Ekonomisi”	20	2,0600	2,803	0,003
	“Bankacılık ve Sigortacılık”	19	2,8246		
	“Muhasebe ve vergi uygulamaları”	57	2,9123		
	“İşletme Yönetimi”	17	3,1569		
	“İşletme”	39	3,0085		

Tablo 3.32: Öğrenim Görülen Bölüme Göre Farklılıkların İncelendiği Tek Yönlü Varyans Analizi Bulguları (Dijitalleşme Ve Teknolojik Gelişmelere Yönelik Algılar) (devamı)

Değişken	Grup	N	Ortalama	F	p
	<i>“İktisat”</i>	39	2,4872		
	<i>“Sağlık Yönetimi”</i>	26	2,1410		
	<i>“Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi”</i>	104	2,7115		
EK	<i>“Finans ve Bankacılık”</i>	14	2,3111	2,803	0,003
	<i>“Maliye”</i>	35	2,7619		
	<i>“Çalışma Ekonomisi”</i>	20	2,5667		

Tablo 3.32’de görüldüğü üzere, finans ve bankacılık ($4,0556 \pm 0,66$) öğrencilerinin e-dönüşümden memnuniyet ortalamaları diğer bölümlere göre daha yüksektir. Yani Finans ve bankacılık eğitimi alan katılımcıların e-dönüşümden memnuniyeti diğer katılımcıların algılarından daha yüksek olduğu söylenebilir. Dolayısıyla, katılımcıların öğrenim gördükleri bölümlerin e-dönüşümden memnuniyet algıları üzerinde etkili bir faktör olduğu yorumu yapılabilir. Muhasebe eğitimi alan katılımcıların e-dönüşümden memnuniyete ilişkin algılarının eğitim aldıkları bölüm değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu saptanmıştır. ($P < 0,05$)

Finans ve Bankacılık ($4,2000 \pm 0,64$) öğrencilerinin e-dönüşüme uyum ortalamaları diğer bölümlere göre daha yüksektir. Yani Finans ve bankacılık eğitimi alan katılımcıların e-dönüşüme uyumları diğer katılımcıların algılarından daha yüksek olduğu söylenebilir. Dolayısıyla, katılımcıların öğrenim gördükleri bölümlerin e-dönüşüme uyumları üzerinde etkili bir faktör olduğu yorumu yapılabilir. Muhasebe eğitimi alan katılımcıların e-dönüşüme uyum algılarının eğitim aldıkları bölüm değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu saptanmıştır. ($P < 0,05$)

İşletme Yönetimi ($3,9216 \pm 0,72$) öğrencilerinin mesleki yeterlilik ortalamaları diğer bölümlere göre daha yüksektir. Yani işletme yönetimi eğitimi alan katılımcıların mesleki yeterlilikleri diğer katılımcıların mesleki yeterliliklerinden daha yüksek olduğu söylenebilir. Dolayısıyla, katılımcıların öğrenim gördükleri bölümlerin mesleki yeterlilikleri üzerinde etkili bir faktör olduğu yorumu yapılabilir. Ancak muhasebe eğitimi alan katılımcıların mesleki yeterlilik algılarının eğitim aldıkları bölüm değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı saptanmıştır. ($P > 0,05$)

Muhasebe ve vergi uygulamaları ($2,7088 \pm 0,91$) öğrencilerinin Meslek Mensuplarının Dijitalleşme Ve Teknolojik Ürünlerden Memnuniyetsizliği ortalamaları diğer bölümlere göre daha yüksektir. Yani işletme muhasebe ve vergi uygulamaları eğitimi alan katılımcıların Dijitalleşme Ve Teknolojik Ürünlerden Memnuniyetsizliği diğer katılımcıların Dijitalleşme Ve Teknolojik Ürünlerden Memnuniyetsizliğinden daha yüksek olduğu söylenebilir. Dolayısıyla, katılımcıların öğrenim gördükleri bölümlerin Dijitalleşme Ve Teknolojik Ürünlerden Memnuniyetsizliği üzerinde etkili bir faktör olduğu yorumu yapılabilir. Ancak muhasebe eğitimi alan katılımcıların Dijitalleşme Ve Teknolojik Ürünlerden Memnuniyetsizlik algılarının eğitim aldıkları bölüm değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı saptanmıştır. ($P > 0,05$)

İşletme Yönetimi ($3,1569 \pm 0,97$) öğrencilerinin e-dönüşüm kaynaklı kaygı ortalamaları diğer bölümlere göre daha yüksektir. Yani işletme yönetimi eğitimi alan katılımcıların e-dönüşüm kaynaklı kaygıları algıları diğer katılımcıların algılarından daha yüksek olduğu söylenebilir. Dolayısıyla, katılımcıların öğrenim gördükleri bölümlerin e-dönüşüm kaynaklı kaygı algıları üzerinde etkili bir faktör olduğu yorumu yapılabilir. Muhasebe eğitimi alan katılımcıların e-dönüşüm kaynaklı kaygılarına ilişkin algılarının eğitim aldıkları bölüm değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu saptanmıştır. ($P < 0,05$)

Tablo 3.33: Öğrenim Görülen Bölüme Göre Farklılıkların İncelendiği Tek Yönlü Varyans Analizi Bulguları (Finansal Okuryazarlık)

Değişken	Grup	N	Ortalama	F	p
Harcama	“Bankacılık ve Sigortacılık”	19	3,4737		
	“Muhasebe ve Vergi Uygulamaları”	57	3,5088		
	“İşletme Yönetimi”	17	4,0735		
	“İşletme”	39	3,2436	4,319	0,000
	“İktisat”	39	2,8077		
	“Sağlık Yönetimi”	26	2,9231		
	“Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi”	104	3,0120		
	“Finans ve Bankacılık”	15	3,0833		
	“Maliye”	35	3,0786		
	“Çalışma Ekonomisi”	20	2,5250		
Tutum	“Bankacılık ve Sigortacılık”	19	3,4605		
	“Muhasebe ve Vergi Uygulamaları”	57	3,5789		
	“İşletme Yönetimi”	17	3,6471		
	“İşletme”	39	3,6795	0,926	0,503
	“İktisat”	39	3,6795		

Tablo 3.33: Öğrenim Görülen Bölüme Göre Farklılıkların İncelendiği Tek Yönlü Varyans Analizi Bulguları (Finansal Okuryazarlık)(devamı)

Değişken	Grup	N	Ortalama	F	p
Tutum	“Sağlık Yönetimi”	26	3,8654	0,926	0,503
	“Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi”	104	3,8438		
	“Finans ve Bankacılık”	15	3,8667		
	“Maliye”	35	3,8000		
	“Çalışma Ekonomisi”	20	3,8250		
Algı	“Bankacılık ve Sigortacılık”	19	2,6842	2,925	0,002
	“Muhasebe ve Vergi Uygulamaları”	57	2,7719		
	“İşletme Yönetimi”	17	2,8824		
	“İşletme”	39	2,6325		
	“İktisat”	39	2,6239		
	“Sağlık Yönetimi”	26	2,2564		
	“Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi”	104	2,5288		
	“Finans ve Bankacılık”	15	1,8667		
	“Maliye”	35	2,1524		

Tablo 3.33: Öğrenim Görülen Bölüme Göre Farklılıkların İncelendiği Tek Yönlü Varyans Analizi Bulguları (Finansal Okuryazarlık) (devamı)

Değişken	Grup	N	Ortalama	F	p
Algı	“Çalışma Ekonomisi”	20	2,0500	2,925	0,002
	“Bankacılık ve Sigortacılık”	19	4,0263		
	“Muhasebe ve Vergi Uygulamaları”	57	3,7281		
	“İşletme Yönetimi”	17	3,5588		
	“İşletme”	39	3,5128		
	“İktisat”	39	3,9744		
	“Sağlık Yönetimi”	26	3,5385		
	“Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi”	104	3,5481		
	“Finans ve Bankacılık”	15	4,4667		
	“Maliye”	35	3,7429		
İlgi	“Çalışma Ekonomisi”	20	3,9000	2,363	0,013
	“İşletme Yönetimi”	17	3,5588		
	“İşletme”	39	3,5128		
	“İktisat”	39	3,9744		
	“Sağlık Yönetimi”	26	3,5385		
	“Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi”	104	3,5481		
	“Finans ve Bankacılık”	15	4,4667		
	“Maliye”	35	3,7429		
	“Çalışma Ekonomisi”	20	3,9000		
	“İşletme Yönetimi”	17	3,5588		

Tablo 3.33’de görüldüğü üzere, işletme yönetimi ($4,0735 \pm 1,07$) öğrencilerinin harcama ortalamaları diğer bölümlere göre daha yüksektir. Yani işletme yönetimi eğitimi alan katılımcıların harcamaya olan meyili diğer katılımcıların harcamaya olan meyilleriden daha yüksek olduğu söylenebilir. Dolayısıyla, katılımcıların öğrenim gördükleri bölümlerin harcama algıları üzerinde etkili bir faktör olduğu yorumu yapılabilir. Muhasebe eğitimi alan katılımcıların harcamaya ilişkin algılarının eğitim

aldıkları bölüm değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu saptanmıştır. ($P<0,05$)

Finans ve Bankacılık ($3,8667\pm0,69$) öğrencilerinin tutum ortalamaları diğer bölümlere göre daha yüksektir. Yani Finans ve bankacılık eğitimi alan katılımcıların tutum diğer katılımcıların algılarından daha yüksek olduğu söylenebilir. Dolayısıyla, katılımcıların öğrenim gördükleri bölümlerin tutum üzerinde etkili bir faktör olduğu yorumu yapılabilir. Muhasebe eğitimi alan katılımcıların tutum algılarının eğitim aldıkları bölüm değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı saptanmıştır. ($P>0,05$)

İşletme Yönetimi ($2,8824\pm0,88$) öğrencilerinin algı ortalamaları diğer bölümlere göre daha yüksektir. Yani işletme yönetimi eğitimi alan katılımcıların algısı diğer katılımcıların algısından daha yüksek olduğu söylenebilir. Dolayısıyla, katılımcıların öğrenim gördükleri bölümlerin algıları üzerinde etkili bir faktör olduğu yorumu yapılabilir. Ancak muhasebe eğitimi alan katılımcıların algılarının eğitim aldıkları bölüm değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu saptanmıştır. ($P<0,05$)

Finans ve bankacılık ($4,4667\pm0,61$) öğrencilerinin ilgi ortalamaları diğer bölümlere göre daha yüksektir. Yani işletme finans ve bankacılık eğitimi alan katılımcıların ilgisi diğer katılımcıların ilgi daha yüksek olduğu söylenebilir. Dolayısıyla, katılımcıların öğrenim gördükleri bölümlerin ilgi üzerinde etkili bir faktör olduğu yorumu yapılabilir. Ancak muhasebe eğitimi alan katılımcıların finansal okuryazarlık ilgilerinin eğitim aldıkları bölüm değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu saptanmıştır. ($P<0,05$)

Tablo 3.34: Not Ort. Göre Farklılıkların İncelendiği Tek Yönlü Varyans Analizi Bulguları (Dijitalleşme Ve Teknolojik Gelişmelere Yönelik Algılar)

	Değişken	N	Ortalama	F	p
EM	2,00 ve daha düşük	63	3,4021	,293	,747
	2,01-3,00 arası	188	3,3839		
	3,01 ve daha yüksek	120	3,4583		
EU	2,00 ve daha düşük	63	3,7429	,404	,668
	2,01-3,00 arası	188	3,7426		
	3,01 ve daha yüksek	120	3,8200		
MY	2,00 ve daha düşük	63	3,5503	,567	,568
	2,01-3,00 arası	188	3,6206		
	3,01 ve daha yüksek	120	3,6806		
M	2,00 ve daha düşük	63	2,6571	4,827	,009
	2,01-3,00 arası	188	2,3691		
	3,01 ve daha yüksek	120	2,2433		
EK	2,00 ve daha düşük	63	2,7778	1,296	,275
	2,01-3,00 arası	188	2,7713		
	3,01 ve daha yüksek	120	2,6000		

Tablo 3.34'te görüldüğü üzere, 3,01 ve daha yüksek not ortalamasına sahip ($3,4583 \pm 0,85$) katılımcıların e-dönüşümden memnuniyet ortalamaları diğer not ortalamalarına göre daha yüksektir. Yani not ortalaması 3,01 ve daha yüksek katılımcıların e-dönüşümden memnuniyeti diğer katılımcıların e-dönüşümden memnuniyetinden daha yüksek olduğu söylenebilir. Dolayısıyla, katılımcıların not ortalamalarının e-dönüşümden memnuniyet algıları üzerinde etkili bir faktör olduğu yorumu yapılabilir. Muhasebe eğitimi alan katılımcıların e-dönüşümden memnuniyetlerine ilişkin algılarının not ortalaması değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı saptanmıştır. ($P > 0,05$)

3,01 ve daha yüksek not ortalamasına sahip ($3,8200 \pm 0,77$) katılımcıların e-dönüşüme uyum ortalamaları diğer not ortalamalarına göre daha yüksektir. Yani 3,01 ve daha yüksek not ortalamasına sahip olan katılımcıların e-dönüşüme uyumu diğer katılımcıların uyumundan daha yüksek olduğu söylenebilir. Dolayısıyla, katılımcıların not ortalamalarının e-dönüşüme uyum üzerinde etkili bir faktör olduğu yorumu yapılabilir. Muhasebe eğitimi alan katılımcıların e-dönüşüme uyum algılarının not ortalaması değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı saptanmıştır. ($P > 0,05$)

3,01 ve daha yüksek not ortalamasına sahip ($2,8824 \pm 0,88$) katılımcıların mesleki yeterlilik ortalamaları diğer not ortalamalarına göre daha yüksektir. Yani 3,01 ve daha yüksek not ortalamasına sahip olan katılımcıların mesleki yeterliliği diğer katılımcıların mesleki yeterliliğinden daha yüksek olduğu söylenebilir. Dolayısıyla, katılımcıların not ortalamaları mesleki yeterlilikleri üzerinde etkili bir faktör olduğu yorumu yapılabilir. Ancak muhasebe eğitimi alan katılımcıların *mesleki yeterliliklerinin* not ortalaması değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı saptanmıştır. ($P > 0,05$)

2,00 ve daha düşük not ortalamasına sahip ($4,4667 \pm 0,61$) katılımcıların “*meslek mensuplarının dijitalleşme ve teknolojik ürünlerden memnuniyetsizliği*” ortalamaları diğer not ortalamalarına göre daha yüksektir. Yani 2,00 ve daha düşük not ortalamasına sahip katılımcıların “*meslek mensuplarının dijitalleşme ve teknolojik ürünlerden memnuniyetsizliği*” diğer katılımcıların memnuniyetsizliğinden daha yüksek olduğu söylenebilir. Dolayısıyla, katılımcıların not ortalamaları “*meslek mensuplarının dijitalleşme ve teknolojik ürünlerden memnuniyetsizliği*” üzerinde etkili bir faktör olduğu yorumu yapılabilir. Ve muhasebe eğitimi alan “*meslek mensuplarının dijitalleşme ve teknolojik ürünlerden memnuniyetsizliği*” katılımcıların not ortalamaları değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu saptanmıştır. ($P < 0,05$)

2,00 ve daha düşük not ortalamasına sahip ($2,7778 \pm 0,93$) katılımcıların not ortalamaları diğer not ortalamalarına göre daha yüksektir. Yani işletme finans ve bankacılık eğitimi alan katılımcıların *e-dönüşüm kaynaklı kaygıları* diğer katılımcıların kaygılarından daha yüksek olduğu söylenebilir. Dolayısıyla, katılımcıların not ortalamaları “*e-dönüşüm kaynaklı kaygı*” üzerinde etkili bir faktör olduğu yorumu

yapılabilir. Ancak muhasebe eğitimi alan katılımcıların not ortalaması değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı saptanmıştır. ($P>0,05$)

Tablo 3.35: Not Ort. Göre Farklılıkların İncelendiği Tek Yönlü Varyans Analizi Bulguları (Finansal Okuryazarlık)

ANOVA Sonuçları					
	Değişken	N	Ortalama	F	p
Harcama	2,00 ve daha düşük	63	3,2103	,326	,722
	2,01-3,00 arası	188	3,1529		
	3,01 ve daha yüksek	120	3,0833		
Tutum	2,00 ve daha düşük	63	3,5754	1,546	,215
	2,01-3,00 arası	188	3,7766		
	3,01 ve daha yüksek	120	3,7604		
Algı	2,00 ve daha düşük	63	2,6878	3,210	,041
	2,01-3,00 arası	188	2,5532		
	3,01 ve daha yüksek	120	2,3306		
İlgi	2,00 ve daha düşük	63	3,7540	,325	,723
	2,01-3,00 arası	188	3,6755		
	3,01 ve daha yüksek	120	3,7583		

Tablo 3.35'te görüldüğü üzere, 2,00 ve daha düşük not ortalamasına sahip ($3,2103\pm1,04$) katılımcıların harcama ortalamaları diğer not ortalamalarına göre daha yüksektir. Yani not ortalaması 2,00 ve daha düşük katılımcıların harcama eğilimi diğer katılımcıların harcama eğiliminden daha yüksek olduğu söylenebilir. Dolayısıyla, katılımcıların not ortalamalarının harcama algıları üzerinde etkili bir faktör olduğu yorumu yapılabilir. Muhasebe eğitimi alan katılımcıların harcama algılarına ilişkin algılarının not ortalaması değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı saptanmıştır. ($P>0,05$)

2,01-3,00 arası not ortalamasına sahip ($3,7766\pm0,72$) katılımcıların tutum ortalamaları diğer not ortalamalarına göre daha yüksektir. Yani 2,01-3,00 arası not ortalamasına sahip olan katılımcıların tutumu diğer katılımcıların tutumundan daha

yüksek olduğu söylenebilir. Dolayısıyla, katılımcıların not ortalamalarının tutum üzerinde etkili bir faktör olduğu yorumu yapılabilir. Muhasebe eğitimi alan katılımcıların tutum algılarının not ortalaması değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı saptanmıştır. ($P>0,05$)

2,00 ve daha düşük not ortalamasına sahip ($2,6878\pm1,07$) katılımcıların algı ortalamaları diğer not ortalamalarına göre daha yüksektir. Yani 3,01 ve daha yüksek not ortalamasına sahip olan katılımcıların algısı diğer katılımcıların algısından daha yüksek olduğu söylenebilir. Dolayısıyla, katılımcıların not ortalamaları algıları üzerinde etkili bir faktör olduğu yorumu yapılabilir. Ve muhasebe eğitimi alan katılımcıların algıları not ortalaması değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu saptanmıştır. ($P<0,05$)

2,00 ve daha düşük not ortalamasına sahip ($4,4667\pm0,61$) katılımcıların ilgi ortalamaları diğer not ortalamalarına göre daha yüksektir. Yani 2,00 ve daha düşük not ortalamasına sahip katılımcıların ilgisi diğer katılımcıların ilgisinden daha yüksek olduğu söylenebilir. Dolayısıyla, katılımcıların not ortalamaları ilgi üzerinde etkili bir faktör olduğu yorumu yapılabilir. Ancak muhasebe eğitimi alan katılımcıların not ortalamaları ilgi değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu saptanmıştır. ($P>0,05$)

3.11 Araştırma Hipotezlerinin Sonuçları

Oluşturulan 3 temel hipotez bulunmaktadır. Ve H1 hipotezinin 5 adet alt hipotezi bulunmaktadır. H2 hipotezinin 4 adet alt hipotezi bulunmaktadır. H3 hipotezinin ise 5 adet alt hipotezi bulunmaktadır. Araştırma kapsamında toplam 17 hipotez oluşturulmuş olup, hipotezlerin sonuçları Tablo 3.36'da sunulmuştur:

Tablo 3.36: Hipotez Sonuçları

HİPOTEZLER	SONUÇ
H1: Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin dijitalleşme ve teknolojik gelişmelere yönelik algı düzeyleri muhasebe mesleğini seçme davranışları üzerinde etkilidir.	Red
H1 _a : Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin dijitalleşme ve teknolojik gelişmelere yönelik algı düzeylerinin e-dönüşümden memnuniyet boyutu muhasebe mesleğini seçme davranışı üzerinde etkilidir.	Red
H1 _b : Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin dijitalleşme ve teknolojik gelişmelere yönelik algı düzeylerinin e-dönüşümden memnuniyetsizlik boyutu muhasebe mesleğini seçme davranışı üzerinde etkilidir.	Red
H1 _c : Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin dijitalleşme ve teknolojik gelişmelere yönelik algı düzeylerinin mesleki yeterlilik boyutu muhasebe mesleğini seçme davranışı üzerinde etkilidir.	Red
H1 _d : Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin dijitalleşme ve teknolojik gelişmelere yönelik algı düzeylerinin e- dönüşüme uyum boyutu muhasebe mesleğini seçme davranışı üzerinde etkilidir.	Kabul
H1 _e : Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin dijitalleşme ve teknolojik gelişmelere yönelik algı düzeylerinin e- dönüşüm kaynaklı kaygı boyutu muhasebe mesleğini seçme davranışı üzerinde etkilidir.	Red
H2: Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeyleri muhasebe mesleğini seçme davranışları üzerinde etkilidir.	Red
H2 _a : Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeylerinin harcama boyutu muhasebe mesleğini seçme davranışları üzerinde etkilidir.	Red
H2 _b : Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeylerinin tutum boyutu muhasebe mesleğini seçme davranışları üzerinde etkilidir.	Kabul
H2 _c : Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeylerinin algı boyutu muhasebe mesleğini seçme davranışları üzerinde etkilidir.	Kabul
H2 _d : Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeylerinin ilgi boyutu muhasebe mesleğini seçme davranışları üzerinde etkilidir.	Kabul
H3: Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin dijitalleşme ve finansal okuryazarlık algıları demografik özelliklerine göre farklılaşmaktadır.	Kabul
H3 _a : Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin dijitalleşme ve finansal okuryazarlık algıları cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.	Kabul
H3 _b : Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin dijitalleşme ve finansal okuryazarlık algıları yaşlarına göre farklılaşmaktadır.	Kabul
H3 _c : Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin dijitalleşme ve finansal okuryazarlık algıları öğrenim durumlarına (Lisans- Ön Lisans) göre farklılaşmaktadır.	Kabul

Tablo 3.36: Hipotez Sonuçları (devamı)

HİPOTEZLER	SONUÇ
H3d: Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin dijitalleşme ve finansal okuryazarlık algıları öğrenim görmekte oldukları bölüme göre farklılaşmaktadır.	Kabul
H3e: Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin dijitalleşme ve finansal okuryazarlık algıları AGNO (Ağırlıklı Genel Not Ortalaması)’ya göre farklılaşmaktadır.	Kabul

Hipotezler için hem farklılıkların incelenmesine yönelik olarak analiz teknikleri uygulanmıştır. Bu amaçla iki gruplu değişkenler için bağımsız t-testi (independent samples t-test) uygulanmıştır. Daha sonra ikiden fazla grup arasındaki karşılaştırmalar için ANOVA testi uygulanmıştır. Hem de hipotezlere en az değişkeni kullanarak en iyi uyuma sahip olacak şekilde bağımlı ile bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla lojistik regresyon analizi yapılmıştır.

H1 hipotezi için lojistik regresyon analizi neticesinde elde edilen değer anlamlı bulunmadığı için H1 hipotezi reddedilmiştir. H1a hipotezi lojistik regresyon analizi sonucunda elde edilen değer($p>0,05$) anlamlı bulunmadığı için hipotez reddedilmiştir. H1b hipotezi için lojistik regresyon analizi neticesinde elde edilen değer($p>0,05$) anlamlı bulunmadığı için hipotez reddedilmiştir. H1c hipotezi için lojistik regresyon analizi neticesinde elde edilen değer($p>0,05$) anlamlı bulunmadığı için hipotez reddedilmiştir. H1d hipotezi için lojistik regresyon analizi neticesinde elde edilen değer($p<0,05$) anlamlı bulunduğu için hipotez kabul edilmiştir. H1d hipotezi için lojistik regresyon analizi neticesinde elde edilen değer($p>0,05$) anlamlı bulunmadığı için hipotez reddedilmiştir. H2 hipotezi için lojistik regresyon analizi neticesinde elde edilen değer($p>0,05$) anlamlı bulunmadığı için hipotez reddedilmiştir. H2a hipotezi için lojistik regresyon analizi neticesinde elde edilen değer($p>0,05$) anlamlı bulunmadığı için hipotez reddedilmiştir. H2b hipotezi için lojistik regresyon analizi neticesinde elde edilen değer($p<0,05$) anlamlı bulunduğu için için hipotez kabul edilmiştir. H2c hipotezi için lojistik regresyon analizi neticesinde elde edilen değer($p<0,05$) anlamlı bulunduğu için için hipotez kabul edilmiştir. H2d hipotezi için lojistik regresyon analizi neticesinde elde edilen değer($p<0,05$) anlamlı bulunduğu için için hipotez kabul edilmiştir. H3 hipotezi için farklılık analizleri neticesinde elde edilen değer($p<0,05$) anlamlı bulunduğu için için hipotez kabul edilmiştir. H3c hipotezi için farklılık analizleri neticesinde elde edilen

değer($p<0.05$) anlamlı bulunduğu için için hipotez kabul edilmiştir. H3c hipotezi için farklılık analizleri neticesinde elde edilen değer($p<0.05$) anlamlı bulunduğu için için hipotez kabul edilmiştir. H3d hipotezi için farklılık analizleri neticesinde elde edilen değer($p<0.05$) anlamlı bulunduğu için için hipotez kabul edilmiştir. H3e hipotezi için farklılık analizleri neticesinde elde edilen değer($p<0.05$) anlamlı bulunduğu için için hipotez kabul edilmiştir. Sonuç olarak H1d, H2c, H2d, H3, H3a, H3b, H3d ve H3e hipotezleri anlamlı bulunduğu için kabul edilmiştir. Diğer hipotezler anlamlı bulunmadığı için reddedilmiştir. Bunun sonucunda muhasebe eğitimi alan öğrencilerin dijitalleşme ve teknolojik gelişmelere yönelik algı düzeylerinin e- dönüşüme uyum boyutu muhasebe mesleğini seçme davranışı üzerinde etkili olduğu söylenebilir. Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeylerinin algı ve ilgi boyutu muhasebe mesleğini seçme davranışları üzerinde etkili olduğu söylenebilir. Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin dijitalleşme ve finansal okuryazarlık algıları demografik özelliklerine (Öğrenim durumları değişkeni hariç) göre farklılaştığı söylenebilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Globalleşen dünyada finansal bilgi ve yetenek giderek önemli bir hal almaktadır. Finansal piyasalarda borç almanın kolaylaşması ve bu artış göstermesi, ödeme seçeneklerinin dijital ortama taşınması, finansal ürün pazarlamalarının geliştirilmesi ve bu yönde kurumlar arası rekabetin artması gibi bazı nedenlerden dolayı finansal bilgi düzeyinin geliştirilmesini gerekli kılmaktadır. Finansal bilgi düzeyi gelişmiş olan bireyin finansal okuryazarlık düzeyi de buna bağlı olarak kademeli olarak artmaktadır (Abraham, 2006, s.2).

Günümüzde her alanda yaşanan dijital dönüşüm muhasebe alanında yaşanacak gelişmeleri de kaçınılmaz hale getirmektedir. Muhasebe eğitimi için de bu dijital dönüşüm geçerlidir. Teknoloji ve iletişimdeki gelişmeler muhasebe mesleğinin eğitim anlayışında değişimleri zorunlu kılmakta ve eğitim sürecinde farklı bakış açılarını da beraberinde getirmektedir. Muhasebe eğitiminde ve mesleki yeterlilik alanında verilen derslerde daha fazla teknolojiye ve dijital sistemlerin kullanımına yer verilmesi, muhasebe meslek mensuplarının geleceği açısından çok önemlidir. Bu sebeple gelecekte muhasebe meslek mensuplarının istihdam edilmesi ancak dijital dönüşümün ihtiyaç duyduğu yetkinliğe sahip olan muhasebe meslek mensuplarının yetişmesiyle mümkündür (Kurnaz vd,2020).

Dijitalleşme algısı ve finansal okuryazarlık düzeyinin muhasebe meslek seçimine olan etkisini belirlemek amacıyla yapılan bu çalışmada, Elazığ ve Erzincan illerinde aktif olarak eğitim gören ve muhasebe dersi alan öğrenciler ile yüz yüze görüşme tekniği ile anket yapılmıştır. Toplamda 371 adet anket uygulanmış ve uygulanan anketlerin hepsi geçerli kabul edilmiştir.

Çalışmamızda, Dijitalleşmenin Ve Teknolojik Gelişmelerin Muhasebe Mesleğine Ve Meslek Mensuplarına Etkilerine Yönelik etkilerini ortaya koymak üzere Azaltun ve Tekbaş (2018) tarafından geliştirilen dijitalleşme ve teknolojik gelişmelere yönelik algılarını belirlemeye ilişkin uygulanan ölçek kullanılmıştır. Finansal okuryazarlık algılarını ortaya koymak üzere Sarıgül (2015) tarafından geliştirilen ve katılımcıların finansal tutum ve davranışlarının belirlemeye ilişkin uygulanan Finansal okuryazarlık tutum ve davranış ölçeği kullanılmıştır. Ankette kullanılmış olan ölçeğe, katılımcıların demografik özelliklerinin yer aldığı bir bölüm eklenerek ölçek son halini almıştır.

Hazırlanan ölçeklerle yapılan uygulama neticesinde, katılımcıların demografik özellikleri doğrultusunda, bu özellikleri ile muhasebe meslek seçimi arasında bir ilişki olup olmadığı, katılımcıların sahip olduğu finansal okuryazarlık düzeyinin muhasebe mesleğinin seçme tutumu üzerinde etkili olup olmadığı ve katılımcıların dijitalleşme algılarının muhasebe meslek seçiminde bir etkiye sahip olup olmadığı sorularına cevap aranmıştır.

Araştırmada elde edilen verileri SPSS 2022 paket programı ile analiz edilmiştir. Ölçeklerin güvenilirliği için ayrı ayrı Cronbach's Alpha testleri, finansal okuryazarlık düzeyi ve dijitalleşme ve teknolojik gelişmeler ölçeklerinin geçerliliği için ayrı ayrı faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizine uygunluğunu tespit etmek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett's testi değerlerini incelenmiştir.

Analiz sonucunda elde edilen Finansal Okuryazarlık Düzeyi KMO=0,685 değeri kullanılan verilerin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir. KMO değerinin en az 0,50 olması gerektiğini ve bu örneklem büyüklüğünün faktör analizi için anlamlı düzeyde olduğu anlamına gelmektedir. KMO testine ek olarak Bartlett küresellik testi uygulanmıştır. Test sonucunda elde edilen anlamlılık değerinin 0,000 olması nedeniyle KMO testinin sonucu, ölçeğin bir bütün olarak faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir. Bu veri ölçeğe faktör analizini uygulamak için örneklem büyüklüğünün yeterli olduğunu gösterir. Faktör yükleri 0,546-0,844 arasında değişkenlik göstermektedir. Analiz sonucu toplam açıklanan varyans %61,212 olarak belirlenmiştir. Genel olarak değerlendirildiğinde ise finansal okuryazarlık düzeyi ölçeği faktör analiz bulguları, ölçeğin faktör yapısını ve geçerliliğini desteklemektedir.

Dijitalleşme ve teknolojik gelişmeler ölçeği faktör analiz sonucunda elde edilen KMO=0,832 değeri kullanılan verilerin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir. KMO değerinin en az 0,50 olması gerektiğini ve bu örneklem büyüklüğü faktör analizi yapımı için anlamlı düzeyde olduğu anlamına gelir. KMO testine ek olarak Bartlett küresellik testi uygulanmıştır. Test sonucun elde edilen anlamlılık değeri 0,000 olduğu için KMO testi sonucu, ölçeğin bir bütün olarak faktör analizine uygunluğunu göstermektedir. KMO=0,832 olarak hesaplanmıştır. Bu değer, ölçeğe faktör analizinin uygulanması için örneklem büyüklüğü yeterlidir denilebilir. Ölçeğin faktör yükleri 0,585-0,816 değerleri arasında değişiklik göstermektedir. Analiz sonucunda ise toplam

açıklanan varyansın %60,715 olduğu belirlenmiştir. Genel olarak bakıldığında dijitalleşme ve teknolojik gelişmeler ölçeğinin faktör analizi bulguları, dijitalleşme ölçeğinin faktör yapısını ve faktör geçerliliğini desteklemektedir denilebilir.

Ölçeklerin güvenilirliğini saptamak amacıyla ise Cronbach's Alpha değerlerine bakılmıştır. Tüm ölçek güvenilirliklerinin % 65 ve üzeri bir değerde olduğu belirlenmiştir. Bunun sonucunda araştırmada kullanılan ölçeklerin bu örneklem için güvenilir ve geçerli olduğu belirlenmiştir.

Ankette bulunan değişkenler arası anlamlı bir ilişkinin var olup olmadığını incelemek amacıyla Korelasyon analizi yapılmıştır. Yapılan analize göre; “*e-dönüşüme uyum ve e-dönüşümden memnuniyet, mesleki yeterlilik ve e-dönüşüme uyum, e-dönüşüm kaynaklı kaygı ve Meslek Mensuplarının Dijitalleşme Ve Teknolojik Ürünlerden Memnuniyetsizliği, algı ve Meslek Mensuplarının Dijitalleşme Ve Teknolojik Ürünlerden Memnuniyetsizliği, ilgi ve e dönüşüme uyum*” arasında orta düzeyde bir ilişki vardır denilebilir. “*Meslek Mensuplarının Dijitalleşme Ve Teknolojik Ürünlerden Memnuniyetsizliği ve e-dönüşüme uyum*” arasında negatif yönde ve zayıf düzeyde bir ilişki vardır. “*E-dönüşüm kaynaklı kaygı ve e-dönüşümden memnuniyet*” arasında negatif yönde ve zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki vardır. “*Harcama ve e-dönüşüme uyum*” arasında zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki vardır. “*Harcama ve mesleki yeterlilik*” arasında zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki vardır. “*Harcama ve Meslek Mensuplarının Dijitalleşme Ve Teknolojik Ürünlerden Memnuniyetsizliği*” arasında zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki vardır. “*Tutum ve e-dönüşümden memnuniyet*” arasında zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki vardır. “*Tutum ve e-dönüşüme uyum*” arasında zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki vardır. *Tutum ve mesleki yeterlilik* arasında zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki vardır. “*Algı ve e-dönüşüme uyum*” arasında negatif yönlü ve zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki vardır. “*Algı ve e-dönüşüm kaynaklı kaygı*” arasında zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki vardır. “*Algı ve harcama*” arasında zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki vardır. “*İlgi ve e-dönüşümden memnuniyet*” arasında zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki vardır. “*İlgi ve mesleki yeterlilik*” arasında zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki vardır. “*İlgi ve tutum*” arasında zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki vardır. “*Meslekte kariyer yapma niyeti ve e-dönüşüme*” arasında zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki vardır. “*Meslekte kariyer yapma niyeti ve tutum*” arasında zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki vardır. “*Meslekte kariyer yapma niyeti ve algı*” arasında zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki vardır. “*Meslekte kariyer yapma niyeti ve ilgi*” arasında zayıf

düzeyde bir ilişki vardır denilebilir. Korelasyon analizi yapılan diğer değişkenlerin ise anlamlı bir ilişkisi bulunamamıştır.

Araştırmaya katılan 371 katılımcının demografik özellikleri incelendiğinde; katılımcıların %50,4'ü (187 kişi) erkek, %49,6'sı (184 kişi) kadın olduğu belirlenmiştir. Katılımcılar yaş grupları açısından değerlendirildiğinde, 371 katılımcıdan %39,1'i (145 kişi) 20 yaş ve altındadır. Katılımcıların %60,9'u (226 kişi) 20 yaş ve üzerindedir. Katılımcıların öğrenim durumları değerlendirildiğinde 371 kişiden %26,1'i (97 kişi) ön lisans, %73,9'u (274 kişi) lisans eğitimi alan öğrenciler olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların öğrenim gördükleri bölüm açısından değerlendirildiğinde 371 kişiden %5,1'i (19 kişi) Bankacılık ve Sigoracılık bölümünde, %15,4'ü (57 kişi) Muhasebe ve Vergi Uygulamaları bölümünde, %4,6'sı (17 kişi) İşletme Yönetimi bölümünde, %10,5 (39 kişi) İşletme bölümünde, %10,5'i (39 kişi) İktisat bölümünde, %7,0'ı (26 kişi) Sağlık Yönetimi bölümünde, %28,0'ı (104 kişi) Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi bölümünde, %4,0'ı (15 kişi) Finans ve Bankacılık bölümünde, %9,4 'ünde (35 kişi) Maliye bölümünde, %5,4'ü (20 kişi) Çalışma Ekonomisi bölümünde öğrenimlerini sürdürdüğü belirlenmiştir. Katılımcıların not ortalaması değerlendirildiğinde 371 kişinin %17,0'ı (63 kişi) 2,00 ve daha düşük not ortalamasına sahiptir. %50,72'si (188 kişi) 2,01-3,00 arası bir not ortalamasına sahiptir. Katılımcıların “Gelecekte muhasebe mesleğinde kariyer yapmak ister misiniz?” sorusuna verdikleri cevaplar incelendiğinde, %65,0'I (241 kişi) evet cevabını vermiştir. %35,0'I (130 kişi) ise hayır cevabı verdiği belirlenmiştir.

Yapılan tüm analizler sonucunda H1d, H2c, H2d, H3, H3a, H3b, H3d ve H3e hipotezleri anlamlı bulunduğu için kabul edilmiştir. Diğer hipotezler anlamlı bulunmadığı için reddedilmiştir. Bunun sonucunda muhasebe eğitimi alan öğrencilerin dijitalleşme ve teknolojik gelişmelere yönelik algı düzeylerinin e- dönüşüme uyum boyutu muhasebe mesleğini seçme niyeti üzerinde etkili olduğu söylenebilir. Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeylerinin algı ve ilgi boyutu muhasebe mesleğini seçme niyeti üzerinde etkili olduğu söylenebilir. Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin dijitalleşme ve finansal okuryazarlık algıları demografik özelliklerine (Öğrenim durumları değişkeni hariç) göre farklılaştığı söylenebilir.

Bu tez çalışmasında yapılan araştırmalarda elde edilen bulgulara göre ve yapılan analizlere göre elde edilen bulgular neticesinde:

- Finansal tutum ve davranışların daha şuurulu olması için finansal okuryazarlığın gerekli girişimler ve eğitimlerle geliştirilmesi,

- Finansal okuryazarlık ve şuurulu tutum ve davranışlarda bulunmak için finans eğitimlerine ön lisans-lisans eğitiminden önce verilecek dersler ile yer verilmesi,

-Finansal okuryazarlığın gelişimi açısından, sadece meslek mensuplarının değil genel hayat içindeki bireylere de bu eğitimler sunularak uzun vadede toplumsal refah artırılmasının amaçlanması,

-Bireyleri finans alanında belirli bir temel olması açısından mesleki sanayi kuruluşları tarafından personel eğitimlerinin yapılması ve yaygınlaştırılması her kesim açısından finansal eğitim daha kolay ulaşılabilir hale getirilebilir.

- Bankacılıkta ve muhasebe alanında dijital dönüşümün hedefleri arasında yeni nesil müşteriye ulaşmak, değişen ve gelişen müşteri ihtiyaçlarına hızlı bir şekilde yanıt verebilmek, daha zahmetsiz ve ucuz hizmet sunabilmek, arz ettikleri ürün ve hizmet çeşitliliği ile rekabet avantajı ve benzersiz satış önerisi elde etmek yer almalıdır. Ayrıca zaman ve para kaybına neden olan süreçlerin ortadan kaldırılması, değişen teknolojik dönüşüme ayak uydurulması ile bankalar ve muhasebe meslek mensupları teknolojinin faydalarından maksimum düzeyde yararlanacaktır.

-Finansal okuryazarlık düzeyinin yükseltimesi yıkıcı hataları önleyebilir. Finansal okuryazarlık, bireylerin kişisel mali durumlarıyla ilgili hatalar yapmaktan kaçınmalarına yardımcı olur.

-Finansal okuryazarlık insanları acil durumlara hazırlar. Tasarruf veya acil durum hazırlığı gibi finansal okuryazarlık konuları bireyleri belirsiz durumlara karşı hazırlar. Bir işi kaybetmek veya beklenmedik büyük bir harcama yapmak her zaman finansal açıdan etkili olsa da bireyler acil durumlara hazırlıklı olarak finansal okuryazarlıklarını önceden uygulayarak darbeyi hafifletebilirler. Bu nedenle finansal okuryazarlık düzeyi bu tür acil ihtiyaç ve durumlara karşı hazırlıklı olmak adına arttırılmalıdır.

-Finansal okuryazarlık bireyin hedeflerine ulaşmasına yardımcı olabilir. Bireyler nasıl bütçe yapacaklarını ve para biriktireceklerini daha iyi anlayarak, beklentileri belirleyen planlar oluşturabilir, mali durumları konusunda kendilerini sorumlu tutabilir ve ulaşılabilir gibi görünen hedeflere ulaşmak için bir rota belirleyebilirler. Bir kişi bugün

bir hayalini gerçekleştirmeyecek durumda olsa da, bunu gerçekleştirme şansını artırmak için her zaman bir plan yapabilir.

-Finansal okuryazarlık güven uyandırır. En iyi kararı vermek için ihtiyaç olan tüm bilgiler olmadan hayatı değiştirecek bir karar verildiği düşünüldüğünde, finans konusunda uygun bilgilerle donanmış olan bireyler, öngörülemeyen sonuçlardan şaşırma veya olumsuz etkilenme olasılıklarının daha düşük olduğunu fark ederek önemli yaşam seçimlerine daha büyük bir güvenle yaklaşabilirler. Bu sebeple finansal okuryazarlık düzeyinin yüksek olması veya bireylerin düşük finansal okuryazarlık düzeylerini yükseltmesi bu gibi doğru kararlar almalarına yardımcı olacaktır.



KAYNAKÇA

- Accenture, (2015). Accenture Dijitalleşme Endeksi Türkiye Sonuçları. [Online] http://www.tbv.org.tr/core/uploads/page/document/1100_18031611540.pdf.
- Accenture, (2016). Accenture Türkiye Dijitalleşme Endeksi 2016.
- Akgül, A., ve Çevik, O. (2003). *İstatistiksel Analiz Teknikleri. SPSS'te İşletme Yönetimi Uygulamaları*. Ankara, Emek Ofset Ltd. Şti.
- Aksoy, T. (2007). *Basel'li ve İç Kontrol*, Ankara: Serbest Muhasebeci ve Mali Müşavirler Odası Yayını, No: 53.
- Allgood, S., & Walstad, W. (2013). *Financial literacy and credit card behaviors: A cross-sectional analysis by age*. Numeracy, 6(2), 1-26.
- Altan, Ö. Z. (2009). In *Sosyal Politika Dersleri* (pp. 45-50). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Altıntaş, K. M. (2009). Belirlenmiş Katkı Esaslı Emeklilik Planlarında Finansal Eğitimin Önemi: Katılımcıların Finansal Okur Yazarlığı Çerçevesinde Alternatif Bir Yatırım Eğitimi Modeli. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 5(9), 151-176.
- Apostolou, B., Dorminey, J. W., Hassell, J. M., & Rebele, J. E. (2017). Accounting education literature review (2016). *Journal of Accounting Education*, 39, 1-31.
- Aral, S. & W. P., 2007. IT Assets, Organizational Capabilities, And Firm Performance: How Resource Allocations And Organizational Differences Explain Performance Variation. *Organization Science*, 18(5), pp. 763-780.
- Asarta, C. J., Hill, A. T., & Meszaros, B. T. (2014). The features and effectiveness of the keys to financial success curriculum. *International Review of Economics Education*, 16, 39-50.
- Atkinson, A. and F. Messy (2012). Measuring financial literacy: results of the OECD / international network on financial education (INFE) Pilot Study. (*OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions* No. 15).
- Baek, E., & Hong, G. S. (2004). Effects of family life-cycle stages on consumer debts. *Journal of Family and Economic Issues*, 25(3), 359-385.
- Banker, R. D., Bardhan, I. & Asdemir, O., (2006). Understanding The Impact Of Collaboration Software On Product Design And Development. *Information Systems Research*, 17(4), pp. 352-373.
- Basu, S. (2008). Financial Literacy and the Life Cycle. *Financial Planning Journal* January - March 2008, [https://www.scribd.com/document/39345311/ Financial-Literacy-and-Life-Cycle#download](https://www.scribd.com/document/39345311/Financial-Literacy-and-Life-Cycle#download).
- Bayrakdaroğlu, A., & Bilge, S. (2018). Kadınlarda finansal eğitimin finansal okur-yazarlık üzerindeki etkisine yönelik bir araştırma. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 19(42 Kadın Çalışmaları Özel Sayısı), 97-120.
- Behrman, J. R., Mitchell, O. S., Soo, C. K., & Bravo, D. (2012). How financial literacy affects household wealth accumulation. *American Economic Review*, 102(3), 300-304.
- Beichar, A. (2018). *A Study On The Relationship Of Financial Literacy And Individual financial Decisions: Case Of Adana*. (Yüksek Lisans Tezi). Türkiye Cumhuriyeti Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Bhutani, S., & Paliwal, Y. (2015). Digitalization: A Step Towards Sustainable Development. *OIDA International Journal of Sustainable Development*, 11-24.
- Biçer, E. B. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Finansal Okuryazarlık ile İlgili Tutum ve Davranışlarının Değerlendirilmesi/Evaluation of University Student's Financial Literacy Related to Attitudes and Behavior. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(4), 1519-1533.
- Bılcan, F. R., Oncioiu, I., Stoica, D. A., & Stanciu, A. (2019). Digital transformation of managerial accounting-trends in the new economic environment. *EIRP Proceedings*, 14(1), 266-274.
- Bogasiu, I., & Ardeleanu, N. (2021). Advantages and disadvantages of digitalisation in accounting. *EIRP Proceedings*, 16(1), 294-299.
- Bogasiu, I., & Ardeleanu, N. (2021). Advantages and disadvantages of digitalisation in accounting. *EIRP Proceedings*, 16(1), 294-299.
- Bolden-Barrett, V. (2019). hrdiver.com. [Online] <https://www.hrdiver.com/news/digitization-drives-job-satisfaction-but-few-employers-are-digital-ready/> 5274 98/.
- Borden, L. M., Lee, S. A., Serido, J., & Collins, D. (2008). Changing college students' financial knowledge, attitudes, and behavior through seminar participation. *Journal of family and economic issues*, 29(1), 23-40.
- Brennen, S., & Kreiss, D. (2014). Digitalization and Digitization. In *International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy* (s. 556-566). United Kingdom: Wiley Blackwell.
- Brynjolfsson, E. & H. L. M., (2003). Computing Productivity: Firm-Level Evidence. *Review Of Economics And Statistics*, 85(4), pp. 793-808.
- Bumcrot, C., Lin, J., & Lusardi, A. (2013). *The geography of financial literacy*. Numeracy, 6(2), 2.
- Büyüköztürk, Ş., 2002. Faktör analizi: temel kavramlar ve ölçek geliştirmede kullanımı. *Kuram ve uygulamada eğitim yönetimi*, 32:470-48.
- Carlin, B. I., & Robinson, D. T. (2012). What does financial literacy training teach us?. *The journal of economic education*, 43(3), 235-247.
- Civelek, M. E. (2018). Humans of Machine Age: Management Strategies for Redundancy. *Journal of Industrial Policy and Technology Management*, 1(2), 87-96.
- Civelek, M. E., & Sözer, E. G. (2003). *İnternet Ticareti*. İstanbul: Beta Basım.
- Clark, R., Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2017). Employee financial literacy and retirement plan behavior: a case study. *Economic Inquiry*, 55(1), 248-259.
- Coelho, F., & Easingwood, C. (2003). Multiple channel structures in financial services: A framework. *Journal of Financial Services Marketing*, 8(1), 22-34.
- Coşkun Arslan, M., & Demirkan, S. (2019). Endüstri 4.0 ve Muhasebe Sistemine Etkisi Üzerine Kuramsal Bir İnceleme, *Enderun Dergisi*, 3 (1), 40–56.
- Çancı, M., & Erdal, M. (2003). *Lojistik Yönetimi*, İstanbul: Utikad Yayınları.
- Danes, S. M., & Haberman, H. (2007). Teen financial knowledge, self-efficacy, and behavior: A gendered view. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 18(2).

- Danes, S. M., Huddleston-Casas, C., & Boyce, L. (1999). Financial planning curriculum for teens: Impact evaluation. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 10(1), 26.
- Daşdöğen, S. (2015). *Household Indebtedness And Financial Literacy In Turkey*. (Yüksek Lisans Tezi). Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dedrick, J., Gurbaxani, V. & Kraemer, K. L., (2003). Information Technology And Economic Performance: A Critical Review Of The Empirical Evidence. *ACM Computing Surveys (CSUR)*, 35(1), pp. 1-28.
- Değirmencioğlu, T.(2022). *Muhasebe Meslek Mensuplarının Muhasebe Kültürü Algılarının Hata Ve Hileye Yönelik Tutumlarına Etkisi: Tra1 Bölgesinde Bir Araştırma*(Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Erzincan
- Demir, T. (2019). *Determining Financial Literacy Level Of University Students: The Case Of Yıldız Technical University*.(Yüksek Lisans Tezi). Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- dijitaldonusumdergisi.com. (2017) s.123. Retrieved 11 24, (2019), from Dijital Dönüşüm Nedir: <http://www.dijitaldonusumdergisi.com/dijital-donusumnedir/>.
- Doğan, N., ve Başokçu, T. O. (2010). İstatistik Tutum Ölçeği İçin Uygulanan Faktör Analizi ve Aşamalı Kümeleme Analizi Sonuçlarının Karşılaştırılması. *Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi*, 1(2), s. 65-71.
- Ege, B. (2014). *4.Endüstri Devrimi Kapıda mı? Bilim ve Teknik*(Mayıs), 27-29. Emek. Ankara: Nota Bene.
- Elhan, A.H. (1997), *Lojistik Regresyon Analizinin İncelenmesi ve Tıpta Bir Uygulaması*. (Biyoistatistik Yüksek Lisans Tezi) A.Ü.,4-29, ANKARA
- Er, B., & Çetintaş, M. (2018). *İşçilerde Finansal Okuryazarlık: Finansal Bilgi, Tutum Ve Davranış Eksenli Bir Araştırma*. Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(2), 61-71.
- Ergün, K. (2018). *Öğrencilerinin Finansal Okuryazarlığı: Balıkesir Üniversitesi Örneği*. (Doktora Tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Eskici, Y. (2014). *Seçilmiş Ülke Örnekleriyle Finansal Okuryazarlığın Önemi ve Tasarruflar Üzerindeki Etkileri*. Master's Thesis, Aydın: Adnan Menderes University Graduate School of Social Sciences.
- Field, A., (2000). *Discovering statistics using SPSS for windows*. Sage, London.
- Finchman, R. G., Dos Santos, B. L., & Zheng, E. (2014). Digital Innovation as a Fundamental and Powerful Concept in the Information Systems Curriculum. *MIS Quarterly*, 38(2), 329-343.
- Gerek, S., & Kurt, A. A. (2011). Ekonomi okuryazarlığı ölçeğinin geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 30(1), 59-73.
- Gupta, S. (2018). Organizational Barriers to Digital Transformation, (Thesis for the M.A, Degree. Sweden:KTH Industrial Engineering and Management Industrial Management).<https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1218220/FULLTEXT01.pdf>.

- Gustman, A. L., Steinmeier, T. L., & Tabatabai, N. (2012). Financial knowledge and financial literacy at the household level. *American Economic Review*, 102(3), 309-13.
- Güney, A. (2022). The role of digitalization in accounting: Muhasebede dijitalleşmenin rolü. *Journal of Human Sciences*, 19(2), 190-201.
- Güney, S., & Özyiğit, H. (2015). *Muhasebedeki Verilerin Yönetimde Kullanılması ve Elektronik Muhasebe Verilerinin Yönetim Kararlarına Etkisi*, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Bahar, 14(53), 279–297.
- Gürer, A., (2017). *Algılanan örgütsel kronizmin çalışan sessizliği üzerindeki etkisinde kişiliğin düzenleyici rolü*. Doktora Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi, İstanbul.
- Güvenç, H. (2017). *Öğretim programlarımızda finansal okuryazarlık*. İlköğretim Online, 16(3), 935-948.
- Hall, K. (2008). *The Importance of Financial Literacy. Deepening Financial Capacity in the Pacific Region*. Sydney, Australia.
- Hastings, J. S., Madrian, B. C., & Skimmyhorn, W. L. (2012). Financial literacy, financial education and economic outcomes (Working Paper No. 18412). National Bureau of Economic Research website: <http://www.nber.org/papers/w18412>.
- Henager, R., & Mauldin, T. (2015). Financial literacy: The relationship to saving behavior in low-to moderate-income households. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 44(1), 73-87.
- Hilgert, M. A., Hogarth, J. M., & Beverly, S. G. (2003). Household financial management: The connection between knowledge and behavior. *Fed. Res. Bull.*, 89, 309.
- Hira, T. K., & Loibl, C. (2005). Understanding the impact of employer-provided financial education on workplace satisfaction. *Journal of Consumer Affairs*, 39(1), 173-194.
- Holtzblatt, M., & Tschakert, N. (2011). Expanding your accounting classroom with digital video technology. *Journal of Accounting Education*, 29(2-3), 100-121.
- Huston, S. J. (2010). Measuring financial literacy. *Journal of consumer affairs*, 44(2), 296-316.
- Ilcus, M. A. (2018). Impact of Digitalization in Business World. Faculty of Management, *Academy of Economic Studies*, 350-358.
- Işın, F. B. (2006). Teknoloji Araçlarının Bankacılık Sektöründe Uygulanabilirliği ve Türkiye’deki Bu doğrultudaki Bankacılık Uygulamalarının Değerlendirilmesi. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 20 (2), 108-125.
- Jappelli, T., & Padula, M. (2013). Investment in financial literacy and saving decisions. *Journal of Banking & Finance*, 37(8), 2779-2792.
- Jappelli, T., & Padula, M. (2013). Investment in financial literacy and saving decisions. *Journal of Banking & Finance*, 37(8), 2779-2792.
- Jóannes Jacobsen, Skaksen, J. R., & Anders Sørensen, C. E. B. R. (2019). Digitalization, Skilled labor and the Productivity of Firms. https://openarchive.cbs.dk/bitstream/handle/10398/8648/jacobsen_skaksen_soerensen_2012_digitalization-skilled-labor-and-the-productivity-of-firms.pdf?sequence=1.
- Jonsson, S., & Gunnarsson, C. (2005). Internet technology to achieve supply chain performance. *Business Process Management Journal*.

- Kablan, A. (2018). Endüstri 4.0, Nesnelerin İnterneti-Akıllı İşletmeler ve Muhasebe Denetimi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(Özel sayı), 1561-1579.
- Karahisar, T. (2013). Dijital Nesil, Dijital İletişim ve Dijitalleşen(!) Türkçe. Online *Academic Journal of Information Technology*, 4(12), 72-83.
- Kıran, F. , Çetinkaya Bozkurt, Ö. & Tunç, H. (2018). Finansal Okuryazarlık ve Girişimcilik Niyeti Arasındaki İlişki: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma . *Bucak İşletme Fakültesi Dergisi* , 1 (1) , 29-51 .
- Klapper, L. F., Lusardi, A., & Van Oudheusden, P. (2015). *Financial literacy around the world: insights from the Standard & Poor's ratings services global financial literacy survey*.
- Klapper, L., Lusardi, A., & Panos, G. A. (2013). Financial literacy and its consequences: Evidence from Russia during the financial crisis. *Journal of Banking & Finance*, 37(10), 3904-3923.
- Koski, H. (2010). Firm Growth And Profitability: The Role Of Mobile IT And Organizational Practices. [Online] Available at: <https://www.etla.fi/wp-content/uploads/2012/09/dp1222.pdf>.
- Kurnaz, E., Tekbaş, İ., Bozdoğan, T. ve Çetin, Ö. O. (2020). Dijitalleşmeyle birlikte muhasebe eğitiminin muhasebe meslek mensupları açısından değerlendirilmesi. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 22 (Özel Sayı), ss.81- 96. <http://dx.doi.org/10.31460/mbdd.642307>
- Kurtulmuş, N. (2012). Post-Endüstriyel Ekonomilerde Kitle Üretimine Bir Alternatif: Esnek Uzmanlaşma. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 161-173.
- Kutukız, D., & Özden, C. (2018). Kadın girişimciliği ve finansal okuryazarlığın kadın girişimciler üzerindeki etkisi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 8(1), 349-365.
- Küçükcalay, M. A. (2014). *Dünya İktisat Tarihi*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Leach, L. J., Hayhoe, C. R., & Turner, P. R. (1999). Factors affecting perceived economic well-being of college students: A gender perspective. *Financial Counseling and Planning*, 10(2), 11-23.
- Lusardi, A. (2008). Financial Literacy: An Essential Tool For Informed Consumer Choice?, *National Bureau Of Economic Research*, No:14084, Page: 1 29.
- Lusardi, A. and Mitchell, O. S. (2011). Financial Literacy and Retirement Planning in the United States, *Journal of Pension Economics and Finance*, 10, 509-525.
- Lusardi, A., & Mitchel, O. (2009). *Financial Literacy Among the Young: Evidence and Implication for Consumer Policy in Pensio Research Working Paper*. Pension research council: University of Pensylvania.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of economic literature*, 52(1), 5-44.
- Lusardi, A., Mitchell, O. S., & Curto, V. (2010). Financial literacy among the young. *Journal of consumer affairs*, 44(2), 358-380.
- Lusardi, Annamaria and Mitchell, O. S. (2011). Financial Literacy and Retirement Planning in the United States, *Journal of Pension Economics and Finance*, 10, 509-525.

- Lusardi, Annamaria. (2008). Financial Literacy: An Essential Tool For Informed Consumer Choice?, *National Bureau Of Economic Research*, No:14084, Page: 1-29.
- Lusardi, Annamaria. (2013). The Economic Importance of Financial Literacy for Students.<http://annalusardi.blogspot.com.tr/2013/04/the-economic-importance-offinancial>.
- Lusch, R. F. & Nambisan, S., (2015). Service Innovation: A Service-Dominant Logic Perspective. *Mis Quarterly*, 39(1), p. 155–175.
- Lyons, A. C., Rachlis, M., & Scherpf, E. (2007). What's in a score? Differences in consumers' credit knowledge using OLS and quantile regressions. *Journal of Consumer Affairs*, 41(2), 223-249.
- Mandell, L., & Klein, L. S. (2009). The impact of financial literacy education on subsequent financial behavior. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 20(1), 15-24.
- Marcolin, S., & Abraham, A. (2006). *Financial literacy research: Current literature and future opportunities*.
- Mckinsey (2014). *Global Flows in a Digital Age*.
- Meraghni, O., Bekkouche, L., & Demdoun, Z. (2021). Impact of digital transformation on accounting information systems—evidence from Algerian firms. *Economics and Business*, 35(1), 249-264.
- Mithas, S., Tafti, A. R., Bardhan, I. & Goh, J. M., (2012). Information Technology And Firm Profitability: Mechanisms And Empirical Evidence. *Mis Quarterly*, 36(1), pp. 205-224.
- Mitrofanova, E. A., Konovalova, V. G., & Mitrofanova, A. E. (2018). *Opportunities, problems and limitations of digital transformation of HR management*. In The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences EpSBS, 1717-1727.
- Monticone, C. (2010). How much does wealth matter in the acquisition of financial literacy?. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 403-422.
- Moreau, F. (2013). The disruptive nature of digitization: The case of the recorded music industry. *International Journal of Arts Management*, 15(2), s. 18.
- Orange, (2017). Retail banking and the challenge of digitalisation. <https://www.orange.com/en/news/2017/fevrier/Retail-banking-and-the-challenge-of-digitalisation>.
- National Council of State Legislatures. (2018). Financial Literacy 2018 Legislation <http://www.ncsl.org/research/financial-services-and-commerce/financial-literacy-2018-legislation.aspx>.
- OECD. (2005). Recommendation on Principles and Good Practices for Financial Education and Awareness. Recommendation of The Council. <https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/35108560.pdf>.
- Özdamar, K. (2002). “*Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi*”. Cilt 1, 2.Baskı, Kaan Kitabevi, 475-477 Eskişehir.
- Öndes, H., & Arlı, N. B. (2020). Üniversite Çalışanlarının Finansal Okuryazarlık Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(Armağan Sayısı), 101-116.

- Özer, Ö. (2019). Finansal okuryazarlığın incelenmesi: sağlık yönetimi bölümü öğrencilerinde bir uygulama. *Acıbadem Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, (2), 253-259.
- Özkaya, M. (2018). *Digital Transformation Of Telecommunications Industry*. (Yüksek Lisans tezi). Türkiye Cumhuriyeti Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal bilimler Enstitüsü.
- Palfrey, J., & Gasser, U. (2008). Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives. *New York: Basic Books*.
- Peng, T. C. M., Bartholomae, S., Fox, J. J., & Cravener, G. (2007). The impact of personal finance education delivered in high school and college courses. *Journal of family and economic issues*, 28(2), 265-284.
- Perry, V. G., & Morris, M. D. (2005). Who is in control? The role of self-perception, knowledge, and income in explaining consumer financial behavior. *Journal of consumer affairs*, 39(2), 299-313.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On The Horizon MCB University Press*, 9(5), 1-6.
- President's Advisory Council on Financial Literacy [PACFL]. (2008). Annual Report to the President, 35. https://www.treasury.gov/about/organizationalstructure/offices/Domestic-Finance/Documents/PACFL_Draft-AR-0109.pdf.
- Rehm, S. V. (2017). Accounting information systems and how to prepare for digital transformation. *The Routledge Companion to Accounting Information Systems*, 69-102.
- 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.
- Saruhan, Ş. C., ve Özdemirci, A. (2011). *Bilim, Felsefe ve Metodoloji* (2. b.). İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Savic, D. (2019). From Digitization, Through Digitalization, to Digital Transformation. *Online Searcher*, 43(1), 36-39.
- Savul, G. (2018). *Sınıfın Yeni Görünümleri ve Bilişim Sektörü-Maddi, Gayri-Maddi*
- Sekita, S. (2011). Financial Literacy and Retirement Planning in Japan. Network for Studies on Pensions, Aging and Retirement (Netspar). Discussion Paper. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1809681.
- Sevim, A. (2009). *Dijital Muhasebe*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Sönmez, Y., & Kılıç, E. (2020). Finansal Okuryazarlık Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Kastamonu Üniversitesi Örneği. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 10(2), 479-497.
- Sumer, S., & Gövdeli, T. (2020). Finansal okuryazarlık ve finansal davranış üzerine bir çalışma. *Oltu Beşeri ve Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 86-98.
- Tabachnick, B. G. And Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics*. Boston, Pearson.
- T.C Hazine ve Maliye Bakanlığı. (2020). 515 No.lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği. Erişim adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2020/01/20200110-4.htm>
- T.C Hazine ve Maliye Bakanlığı. (2021). 526 No.lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği. Erişim adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2021/02/20210209-5.htm>

- T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı. (2019). 509 No.lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği. Erişim adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2019/10/20191019-5.pdf>
- Tekbaş, İ., Kurnaz, E., & Azaltun, M. (2018). Dijital Muhasebe Okuryazarlığı: Muhasebe Meslek Mensupları Üzerine Bir Araştırma. *5th International Congress on Accounting and Finance Research (ICAFR'18)*, Seferihisar, İzmir.
- Tekbaş, İ., Kurnaz, E., (2018). *Dijitalleşmenin Muhasebe Mesleğine Ve Meslek Mensuplarına Etkileri Üzerine Bir Araştırma Ve Yeni Bir Kavram Önerisi: Mali Mühendislik*. (Yüksek Lisans Tezi) , Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Temel, H. Y., & Yapraklı, H. (2015). *Küreselleşen Dünyada İşsizlik*. İCEP (s. 1.12). Makedonya: ResearchGate.
- Tilson, D., Lyytinen, K., & Sorensen, C. (2010). Digital Infrastructures: The Missing IS Research Agenda. *Information System Research*, 21(4), 748-759.
- Tomášková, H., Mohelská, H. & Němcová, Z. (2011). Issues of financial literacy education. *Procedia—Social and Behavioral Sciences*, 28, 365–369.
- TÜSİAD. (2016). *Türkiye'nin Küresel Rekabetçiliği İçin Bir Gerekliklik Olarak Sanayi 4.0 Gelişmekte Olan Ekonomi Perspektifi*. İstanbul: TÜSİAD.
- Van Rooij, M., Lusardi, A., & Alessie, R. (2011). Financial literacy and stock market participation. *Journal of Financial economics*, 101(2), 449-472.
- Van Rooij, M., Lusardi, A., & Alessie, R. (2011). Financial literacy and stock market participation. *Journal of Financial economics*, 101(2), 449-472.
- Varcoe, K., Martin, A., Devitto, Z., & Go, C. (2005). Using a financial education curriculum for teens. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 16(1).
- Volpe, R. P., Chen, H., & Pavlicko, J. J. (1996). Personal investment literacy among college students: A survey. *Financial Practice and Education*, 6(2), 86-94.
- Walstad, W. B., Rebeck, K., & MacDonald, R. A. (2010). The effects of financial education on the financial knowledge of high school students. *Journal of consumer Affairs*, 44(2), 336-357.
- Welchman, L. (2016). *Managing Chaos: Digital Governance by Design*.
- Willis, L. E. (2008). Evidence and Ideology in Assessing the Effectiveness of Financial Literacy Education. Faculty Scholarship. Paper 197, <https://pdfs.semanticscholar.org/1ab4/f359e00eac541d012bd19358a89fd51cf62e.pdf>.
- WIN-EURASIA, Toplum 5.0 Akademi Paneli, Erişim Tarihi: 07/01/2023, <https://www.youtube.com/watch?v=ehBJGNoswIU&t=261s>
- Xiao, J.J. (2008) *Applying behavior theories to financial behavior*. In: Xiao JJ (ed) *Handbook of consumer finance research* (pp 69–81). Springer, New York.
- Xu, L. and Zia, B. (2012). Financial Literacy Around the World: An Overview of the Evidence with Practical Suggestions for the Way Forward. World Bank Policy Research Working Paper No. 6107. <http://documents.worldbank.org/curated/en/264001468340889422/pdf/WPS6107.pdf>.
- Yankın, F. B. (2019). Dijital Dönüşüm Sürecinde Çalışma Yaşamı. *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E-Dergi*, 7(2), 1-38.
- Yenal, Ü. (2009). *Bilgi Toplumunun Tarihçesi*. *Tarih Okulu*(V), 123-144.

- Yıldırım, D., & Özbek, A. (2021). Erken dönem ekonomi eğitimi ve finansal sosyalizasyonun finansal okuryazarlık düzeyine etkisi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(2), 694-710.
- Yiğitbaş, Ş., Temeloğlu, E., & Şimşek, A. (2020). Ortaöğretim çağındaki gençlerde finansal eğitimin finansal okuryazarlık üzerindeki etkisi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, 411-432.
- Yurdugül H. “Faktör Analizinde KMO ve Bartlett Testleri Neyi Ölçer?” Erişim Tarihi:23.11.2022,<http://yunus.hacettepe.edu.tr/~yurdugul/3/indir/Kuresellik.pdf>
- Yücel, E., & Kuyumcu, O. (2018). Finansal Okuryazarlığın Ülke Ekonomisindeki Yeri Ve Finansal Okuryazarlık Düzeyinin Tespit Edilmesi: Bursa İli Uygulaması. *International Journal of Social Inquiry*, 11(2), 395-422.
- Yüksel, A. N., & Şener, E. (2017). The Reflection of Digitalization At Organizational Level: Industry 4.0 In Turkey. *Journal of Business Economics and Finance*, 291-300.
- Yüksel, A. N., & Şener, E. (2017). The Reflection of Digitalization At Organizational Level: Industry 4.0 In Turkey. *Journal of Business Economics and Finance*, 291-300.
- Zelan, Z. (2015). Sosyal Medya ve Fikri Haklar. [Online] <https://docplayer.biz.tr/6617860-Dijital-dunya-sosyal-medya-ve-fikri-haklar.html>.
- Zhan, M., Anderson, S. G., & Scott, J. (2006). Financial management knowledge of the low-income population: Characteristics and needs. *Journal of Social Service Research*, 33(1), 93-106.

EKLER

Ek 1: Anket Formu

Değerli katılımcı,

Bu çalışma Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Muhasebe, Finans ve Bankacılık Yüksek Lisans Programı çerçevesinde yürütülen **Dijitalleşme Algısı ve Finansal Okuryazarlık Düzeyinin Muhasebe Meslek Tercihine Etkisi: Muhasebe Eğitimi Alan Öğrenciler Üzerine Bir Uygulama** isimli yüksek lisans tez çalışmasının araştırma kısmıyla ilgilidir. Sorulara verilen cevaplar bilimsel amaçlarla değerlendirilecektir. Araştırmanın geçerliliği açısından bütün soruların cevaplanması önem arz etmektedir. Lütfen seçenekler arasından size göre en doğru olanı işaretleyiniz.

Katılımınız için teşekkür ederiz.

ELİF AVCI
Yüksek Lisans Öğrencisi

Dr. Öğr. Üyesi MehmetGÜNER
Tez Danışmanı

DEMOGRAFİK BİLGİLER

- 1) Cinsiyetiniz: () Erkek () Kadın
- 2) Yaşınız: _____
- 3) Öğrenim Durumunuz: () Ön Lisans Öğrencisiyim () Lisans Öğrencisiyim
- 4) Bölümünüz: _____
- 5) Ağırlıklı Genel Not Ortalamanız (AGNO): _____

MUHASEBE MESLEĞİNİ SEÇME NİYETİ

1) Gelecekte eğitimini aldığım muhasebe mesleğinde (bir ofis açarak ya da bir işletmenin muhasebe biriminde görev almak suretiyle) çalışmak ister misiniz?

Evet () Hayır ()

DİJİTALLEŞME VE TEKNOLOJİK GELİŞMELERE YÖNELİK ALGILAR

	e-Dönüşümden Memnuniyet	1) Kesinlikle Katılmıyorum	2) Katılmıyorum	3)Kısmen Katılıyorum	4) Katılıyorum	5) Kesinlikle Katılıyorum
1	<i>Teknolojik gelişmeler sayesinde muhasebe mesleğine olan ilgili ve istek artacaktır.</i>	()	()	()	()	()
2	<i>Dijitalleşme ile birlikte muhasebe meslek mensupları daha fazla saygınlık kazanacaktır.</i>	()	()	()	()	()
3	<i>Teknolojik gelişmeler ile birlikte ücret, çalışma saatleri gibi sosyal haklarımın iyileşeceğini düşünüyorum.</i>	()	()	()	()	()
4	<i>Teknolojik gelişmeler muhasebe mesleği ve meslek mensuplarının sorunlarının çözümünde (haksız rekabet, tahsilat) aktif katkı sunacaktır.</i>	()	()	()	()	()
5	<i>Teknolojik gelişmelerin muhasebe meslek mensuplarına yeni fırsatlar ve kariyer alanı sunacağını düşünüyorum.</i>	()	()	()	()	()
6	<i>Dijitalleşme ve teknolojik gelişmeler muhasebe mesleğini daha verimli hale getirecektir.</i>	()	()	()	()	()
	e-Dönüşüme Uyum	1) Kesinlikle Katılmıyorum	2) Katılmıyorum	3)Kısmen Katılıyorum	4) Katılıyorum	5) Kesinlikle Katılıyorum
1	<i>Yeni teknolojileri yakından takip etmekteyim.</i>	()	()	()	()	()
2	<i>Muhasebe mesleğinde yaşanacak dijitalleşme ve teknolojik gelişmelere kendimi hazır hissediyorum.</i>	()	()	()	()	()
3	<i>Dijitalleşme ve teknolojik gelişmelere</i>	()	()	()	()	()

	<i>kolaylıkla uyum sağlayabilirim.</i>					
4	<i>Dijitalleşme teknolojik gelişmelere uyum sağlayabilmek için çaba gösteririm.</i>	()	()	()	()	()
5	<i>Dijitalleşme ve teknolojik gelişmeleri desteklerim.</i>	()	()	()	()	()
	Yeni Mesleki Yeterlilik	1) Kesinlikle Katılmıyorum	2) Katılmıyorum	3)Kısmen Katılıyorum	4) Katılıyorum	5) Kesinlikle Katılıyorum
1	<i>Teknolojik gelişmeler neticesinde muhasebe mesleğinin değişime ve dönüşüme ihtiyacı vardır.</i>	()	()	()	()	()
2	<i>Hali hazırda verilen muhasebe ve yeterlilik eğitimleri gelecekte yaşanacak teknolojik gelişmelere uyumlu değildir.</i>	()	()	()	()	()
3	<i>Teknoloji ve dijitalleşmeye uyum sağlamayan meslek mensuplarının rekabette geri de kalacağını düşünüyorum.</i>	()	()	()	()	()
4	<i>Teknolojik gelişmeler neticesinde muhasebe meslek mensuplarının değişime ve dönüşüme ihtiyacı olduğunu düşünüyorum.</i>	()	()	()	()	()
5	<i>Dijitalleşme ve teknolojik gelişmeler ışığında muhasebe mesleğini; düşünce, eğitim, kültür ve teknoloji gibi alanlarda A'dan Z'ye yeniden inşa ederek geleceğe hazırlayacak olan yeni bir modeli desteklerim.</i>	()	()	()	()	()
	Meslek Mensuplarının Dijitalleşme Ve Teknolojik Ürünlerden Memnuniyetsizliği	1) Kesinlikle Katılmıyorum	2) Katılmıyorum	3)Kısmen Katılıyorum	4) Katılıyorum	5) Kesinlikle Katılıyorum

1	<i>Dijitalleşmenin daha fazla iş yükü getireceğini düşünüyorum.</i>	()	()	()	()	()
2	<i>Teknolojik gelişmeler ile birlikte muhasebe mesleği daha zor ve karmaşık bir meslek haline geldi.</i>	()	()	()	()	()
3	<i>Teknoloji ürünlerine yapılan harcamaların gereksiz olduğunu düşünüyorum.</i>	()	()	()	()	()
4	<i>Dijitalleşmenin ve teknolojik gelişmelerin muhasebe mesleği için vaat ettiği yararı ve faydayı sağlamayacağını düşünüyorum.</i>	()	()	()	()	()
5	<i>Dijitalleşme ve teknoloji haberleri dikkatimi çekmez.</i>	()	()	()	()	()
	e-Dönüşüm Kaynaklı Kaygı	1) Kesinlikle Katılmıyorum	2) Katılmıyorum	3) Kısmen Katılıyorum	4) Katılıyorum	5) Kesinlikle Katılıyorum
1	<i>Dijitalleşme ile birlikte muhasebe mesleği gelecekte yok olacak meslekler arasındadır.</i>	()	()	()	()	()
2	<i>Teknolojik gelişmeler neticesinde işsiz kalacağımı düşünüyorum.</i>	()	()	()	()	()
3	<i>Teknolojik gelişmeler muhasebe mesleğini olumsuz etkilemektedir.</i>	()	()	()	()	()

FİNANSAL OKURYAZARLIK DÜZEYİ

	Harcama	1) Kesinlikle Katılmıyorum	2) Katılmıyorum	3) Kısmen Katılıyorum	4) Katılıyorum	5) Kesinlikle Katılıyorum
1	<i>Alışveriş yapmak mutluluğum için çok önemlidir.</i>	()	()	()	()	()
2	<i>Para, harcanmak içindir, biriktirmek için değil.</i>	()	()	()	()	()
3	<i>Harcamalarımı kontrol etmekte zorlanırım.</i>	()	()	()	()	()
4	<i>Paramın nasıl bittiğini anlamam.</i>	()	()	()	()	()
	Tutum	1) Kesinlikle Katılmıyorum	2) Katılmıyorum	3) Kısmen Katılıyorum	4) Katılıyorum	5) Kesinlikle Katılıyorum
1	<i>Planlanmamış harcamalar için köşede para bulundurulmalıdır.</i>	()	()	()	()	()
2	<i>Haftalık ve aylık harcama planları yaparım.</i>	()	()	()	()	()
3	<i>Alışveriş yaparken fiyatları kıyaslarım.</i>	()	()	()	()	()
4	<i>Bir şey satın alırken finansal durumumu dikkate alırım.</i>	()	()	()	()	()

	<i>Algı</i>	<i>1) Kesinlikle Katılmıyorum</i>	<i>2) Katılmıyorum</i>	<i>3)Kısmen Katılıyorum</i>	<i>4) Katılıyorum</i>	<i>5) Kesinlikle Katılıyorum</i>
1	<i>Finansal planlama ve bütçe çok parası olanlar için gereklidir.</i>	()	()	()	()	()
2	<i>Günlük ve haftalık gibi kısa dönemler için harcama planı yapmak gereksizdir.</i>	()	()	()	()	()
3	<i>Ne yaparsam yapayım finansal durumumda bir değişiklik olmaz.</i>	()	()	()	()	()

	<i>İlgi</i>	<i>1) Kesinlikle Katılmıyorum</i>	<i>2) Katılmıyorum</i>	<i>3)Kısmen Katılıyorum</i>	<i>4) Katılıyorum</i>	<i>5) Kesinlikle Katılıyorum</i>
1	<i>Parasal konular ilgimi çekmez.</i>	()	()	()	()	()
2	<i>Finans konularında eğitim almak isterim.</i>	()	()	()	()	()
3	<i>Gazetelerin ve televizyonların ekonomi ve finans haberlerini izlerim.</i>	()	()	()	()	()

Ek 2: Anket İzin Belgeleri

EBYU Tarih ve Sayısı: 05.04.2022-160128



T.C.
FIRAT ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Genel Sekreterlik

Sayı : E-11611387-044-166353
Konu : Araştırma İzni (Elif AVCI)

04.04.2022

ERZİNCAN BİNALİ YILDIRIM ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜNE

İlgi : 25.03.2022 tarih ve E-93368059-044-157872 sayılı yazınız.

Üniversiteniz Sosyal Bilimler Enstitüsü Muhasebe Finans ve Bankacılık Ana Bilim Dalı Dr. Öğr. Üyesi Mehmet GÜNER'in danışmanlığını yürüttüğü, tezli yüksek lisans programı öğrencisi Elif AVCI'nın, "Dijitalleşme Algısı ile Finansal Okuryazarlık Düzeyinin Muhasebe Meslek Tercihine Etkisi: Muhasebe Eğitimi Alan Öğrenciler Üzerine Bir Uygulama" konulu tez çalışması kapsamında; Üniversitemiz İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Baskil Meslek Yüksekokulu ve Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu bünyesinde anket uygulaması yapabilmesi talebi, gönüllülük esasları çerçevesinde uygun görülmüş olup, konuya ilişkin gerekli duyuru yapılmıştır.

Bilgileriniz ile gereğini arz ederim.

Prof. Dr. Fahrettin GÖKTAŞ
Rektör

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu: BSULVJR6HT Pın Kodu: 11792 Belge Takip Adresi: <https://turkiye.gov.tr/ebd?eK=5392&eD=BSULVJR6HT&eS=166353>
Adres: Firat Üniversitesi Rektörlüğü 23119 ELAZIĞ/TÜRKİYE Bilgi için: Cansel GÜNEŞLİ
Telefon: 0 (424) 237 00 00 Faks: 0 (424) 0 Unvanı: Bilgisayar İşletmeni
Elektronik Ağ: <http://www.firat.edu.tr>

Tel No: 0424 237 00 00 (Dahili No: 8162)



Evrak Tarih ve Sayısı: 07.04.2022-160376



T.C.
ERZİNCAN BİNALİ YILDIRIM ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı

Sayı : E-93368059-044-160376
Konu : Araştırma İzni (Elif AVCI)

07.04.2022

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

İlgi : 24.03.2022 tarihli ,63579008-399-E.157460 sayılı yazınız.

Enstitünüz Muhasebe, Finans ve Bankacılık Anabilim Dalı Muhasebe, Finans ve Bankacılık tezli yüksek lisans programı öğrencisi **Elif AVCI**'nin araştırma iznine ilişkin Fırat Üniversitesi Rektörlüğünden alınan 04.04.2022 tarih ve 166353 sayılı yazı ekte gönderilmiştir. Bilgilerini ve gereğini rica ederim.

Prof.Dr. Adem BAŞIBÜYÜK
Rektör Yardımcısı

Ek:Araştırma İzni (Elif AVCI)

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu: BSA46MMFT3

Belge Takip Adresi :

Adres: Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Rektörlüğü Yalnızbağ yerleşkesi Erzincan Sivas
karayolu 12. km 24002 Erzincan
Telefon: 444 8 024 – (0446) 226 66 66 Faks: 0 446 226 26 60
e-Posta: ogrencisleri@erzincan.edu.tr Web: https://ebyu.edu.tr/tr/
Kep Adresi: erzincanuniv@hs02.kep.tr

Bilgi için: Şükran TAŞTAN
Unvanı: Birim Evrak Sorumlusu
Tel No: 0446 224 04 26

ÖZ GEÇMİŞ

Ad Soyad: Elif AVCI	
Eğitim Bilgileri	
Lisans	
Üniversite	Fırat Üniversitesi
Fakülte	İktisadi ve İdari Bilimler
Bölümü	İşletme
Yüksek Lisans	
Üniversite	
Enstitü Adı	
Ana Bilim Dalı	
Programı	
Makale ve Bildiriler (Varsa)	
1.	
2.	