



**T.C.**

**BATMAN ÜNİVERSİTESİ**

**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**İŞLETME ANABİLİM DALI**

**DİJİTALLEŞME VE FİNANSAL OKURYAZARLIK: BATMAN EMNİYET  
MÜDÜRLÜĞÜ ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Hazırlayan**

**Metin AGRİÇ**

**Danışman**

**Doç. Dr. Erkin Nevzat GÜDELÇİ**

**Ocak 2024**

**BATMAN**

## TEZ KABUL VE ONAYI



## **TEZ BİLDİRİMİ**

Bu tezdeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edildiğini ve tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yapıldığını bildiririm.

## **DECLARATION PAGE**

I hereby declare that all information in this document has been obtained and presented in accordance with academic rules and ethical conduct. I also declare that, as required by these rules and conduct, I have fully cited and referenced all material and results that are not original to this work.

İmza:

Metin AGRİÇ

Tarih:...../... /2024

## ÖZET

### YÜKSEK LİSANS TEZİ

#### DİJİTALLEŞME VE FİNANSAL OKURYAZARLIK: BATMAN EMNİYET MÜDÜRLÜĞÜ ÖRNEĞİ

Metin AGRİÇ

BATMAN ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İŞLETME ANABİLİM DALI

DANIŞMAN: Doç. Dr. Erkin Nevzat GÜDELÇİ

2024, 89 Sayfa

Jüri

Doç. Dr. Erkin Nevzat GÜDELÇİ

Doç. Dr. Kudbeddin ŞEKER

Dr. Öğr. Üyesi Esat ATALAY

Teknoloji alanında yaşanan gelişmeler, geleneksel yöntemlerle gerçekleştirilen birçok hizmetin dijital ortama kaymasına neden olmaktadır. Dijital ortama yayılan bu hizmetler, bireylere ve işletmelere zaman, mekân ve maliyet tasarrufu sağlamaktadır. Dijital alanda yaşanan bu avantaj kendisini okuryazarlık alanında da göstermektedir.

Dijitalleşme birlikte finansal sektörde yaşanan değişimler söz konusu alanın okuryazarlığının bilgi, yetenek ve uygulama ile gerekliliğini ortaya koymaktadır. Bilgisayar, mobil cihazlar ve internet erişiminin yaygınlaşması birlikte finansal okuryazarlık da önemli ölçüde ilerleme kaydetmiştir. Dijital alanda yaşanan yeniliklerle birlikte finansal hizmetlerde çeşitlilik hızlanmış ve insanların anlayabileceği pratik uygulamalar oluşturulmuştur. İnternet ve mobil bankacılık destekleri sayesinde şubeye gitmeden mekân ve zaman fark etmeksizin ihtiyaç duyulan maddi gereksinimler karşılanabilmektedir.

Dijitalleşmenin gelişimi birlikte finansal sektörde oluşan yenilikler ve bu bilgilere erişim ve kullanma özellikleri ortaya konmuştur. Dijital finansal okuryazarlığın öneminin her geçen gün arttığı günümüz yüzyılında bireyler üzerindeki avantaj ve dezavantajlarını hazırlanan anket formu ile sınanmıştır. Çalışmaya katılan bireylerin dijital finansal okuryazarlık bilgilerinin riskleri ve sorunları anlama ve yorumlama konusu yanında bireylerin demografik özellikleri ile bireylerin dijital finansal okuryazarlık ile anlamlı bir ilişkinin olduğu sonucuna varılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Dijitalleşme, finans, finansal okuryazarlık ve dijital finansal okuryazarlık

## **ABSTRACT**

## **MS THESIS**

### **DIGITALIZATION AND FINANCIAL LITERACY: THE EXAMPLE OF BATMAN POLICE DEPARTMENT**

**Metin AGRIC**

**INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES OF BATMAN UNIVERSITY  
THE DEGREE OF MASTER OF SOCIAL SCIENCE  
IN BUSINESS ADMINISTRATION**

**ADVISOR: Assoc. Prof. Dr Erkin Nevzat GÜDELÇİ  
2024, 89 Pages**

**Jury**

**Assoc. Prof. Dr. Erkin Nevzat GÜDELÇİ  
Assoc. Prof. Kudbeddin ŞEKER  
Asst. Prof. Üyesi Esat ATALAY**

Developments in the field of technology cause many services performed by traditional methods to shift to the digital environment. These services, which extend to the digital environment, provide time, space and cost savings to individuals and businesses. This advantage experienced in the digital field also shows itself in the field of literacy.

The changes in the financial sector along with digitalization reveal the necessity of literacy in the field in question with knowledge, skills and practice. With the widespread use of computers, mobile devices and internet access, financial literacy has also progressed significantly. With the innovations in the digital field, diversity in financial services has accelerated and practical applications that people can understand have been created. Thanks to internet and mobile banking support, financial needs can be met regardless of time and place without going to a branch.

With the development of digitalization, innovations in the financial sector and the features of accessing and using this information have been revealed. In today's century, where the importance of digital financial literacy increases day by day, its advantages and disadvantages on individuals were tested with the prepared survey form. It was concluded that there is a significant relationship between the individuals' demographic characteristics and their digital financial literacy, as well as the ability to understand and interpret the risks and problems of the digital financial literacy information of the individuals participating in the study.

**Keywords:** Digitalization, finance, financial literacy and digital financial literacy

## İÇİNDEKİLER

|                        |      |
|------------------------|------|
| TEZ KABUL ONAYI.....   | ii   |
| TEZ BİLDİRİMİ .....    | iii  |
| ÖZET .....             | iv   |
| ABSTRACT.....          | v    |
| İÇİNDEKİLER .....      | vi   |
| KISALTMALAR .....      | viii |
| TABLolar LİSTESİ ..... | ix   |
| GİRİŞ .....            | 1    |

### BİRİNCİ BÖLÜM DİJİTALLEŞME

|                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| 1.1. Dijitalleşme.....                                             | 3  |
| 1.2. Finansal Dijitalleşme .....                                   | 5  |
| 1.2.1. Dijitalleşmenin Bankacılık Sektöründeki Önemi .....         | 5  |
| 1.2.2. Dijitalleşmenin Sigortacılık Sektöründeki Önemi .....       | 10 |
| 1.2.3. Dijitalleşmenin Para ve Sermaye Piyasalarındaki Önemi ..... | 10 |
| 1.3. Finansal Okuryazarlık Ve Dijitalleşme İlişkisi .....          | 11 |
| 1.3.1. Bilgi Okuryazarlığı.....                                    | 13 |
| 1.3.2. Bilgisayar ve İnternet Okuryazarlığı .....                  | 14 |
| 1.3.3. Medya Okuryazarlığı.....                                    | 16 |
| 1.3.4. Elektronik Okuryazarlık .....                               | 17 |

### İKİNCİ BÖLÜM FİNANSAL OKURYAZARLIK

|                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------|----|
| 2.1. Finansal Okuryazarlık .....                          | 20 |
| 2.2. Finansal Okuryazarlığın Bileşenleri.....             | 22 |
| 2.2.1. Finansal Bilgi .....                               | 22 |
| 2.2.2. Finansal Tutum.....                                | 23 |
| 2.2.3. Finansal Davranış .....                            | 23 |
| 2.3. Finansal Okuryazar Olabilme Şartları .....           | 25 |
| 2.4. Finansal Okuryazarlığın İşlevselliği.....            | 26 |
| 2.5. Finansal Okuryazarlığın Önemi .....                  | 26 |
| 2.6. Finansal Okuryazarlığın Makroekonomik Etkileri ..... | 28 |
| 2.7. Türkiye’de Finansal Okuryazarlık.....                | 29 |
| 2.8. Dünya’da Finansal Okuryazarlık.....                  | 32 |

|                                                                      |           |
|----------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>2.9. Dijital Finansal Okuryazarlık.....</b>                       | <b>33</b> |
| 2.9.1. Dijital Finansal Okuryazarlığın Boyutları .....               | 35        |
| 2.9.1.1. Finansal Bilgi .....                                        | 36        |
| 2.9.1.2. Finansal Davranış.....                                      | 36        |
| 2.9.1.3. Finansal Tutum.....                                         | 37        |
| 2.9.1.4. Finansal İlgi.....                                          | 38        |
| 2.9.2. Dijital Finansal Okuryazarlığa Etki Eden Etmenler .....       | 38        |
| 2.9.2.1. Tasarruf .....                                              | 38        |
| 2.9.2.2. Yatırım .....                                               | 39        |
| 2.9.2.3. Harcama .....                                               | 39        |
| 2.9.2.4. Borçlanma .....                                             | 40        |
| 2.9.2.5. Para Yönetimi .....                                         | 41        |
| 2.9.3. Dijital Finansal Okuryazarlık İlgili Literatür Taraması ..... | 41        |

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### DİJİTALLEŞME VE FİNANSAL OKURYAZARLIK: BATMAN EMNİYET MÜDÜRLÜĞÜ ÖRNEĞİ

|                                                                               |           |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>3.1. Araştırmanın Metodolojisi .....</b>                                   | <b>45</b> |
| 3.1.1. Çalışmanın Konusu, Amacı ve Önemi .....                                | 45        |
| 3.1.2. Çalışmanın Yöntemi .....                                               | 46        |
| 3.1.3. Çalışmanın Hipotezleri .....                                           | 46        |
| 3.1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları.....                                       | 48        |
| 3.1.6. Veri Toplama Aracı.....                                                | 49        |
| <b>3.2. Verilerin Analizi.....</b>                                            | <b>49</b> |
| 3.2.3. Faktör Analizi (Geçerlilik Analizi).....                               | 51        |
| 3.2.4. Betimleyici İstatistikler .....                                        | 55        |
| 3.2.2. Regresyon Analizi .....                                                | 55        |
| 3.2.3. Dijital okuryazarlık Bilgi Seviyesi T-testleri ve Anova Testleri ..... | 56        |
| <b>SONUÇ .....</b>                                                            | <b>67</b> |
| <b>KAYNAKÇA.....</b>                                                          | <b>70</b> |

## KISALTMALAR

- ATM:** Automated Teller Machine
- BDDK:** Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu
- BTT:** Bilgi Toplumu Teknolojilerinin
- F:** Anova Test İstatistiği
- KMO:** Kaiser-Meyer-Olkin of Samping
- OECD:** İktisadi İşbirliği ve Gelişme Teşkilatı
- p :** Anlamlılık düzeyi
- PISA:** Uluslararası Öğrenci Değerlendirme Kurumu
- SPSS:** Statistical Package for the Social Sciences
- $\beta$ :** Beta Katsayısı
- Ss:** Standart Sapma
- TCMB:** Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası
- TDK:** Türk Dil Kurumu
- TÜİK:** Türkiye İstatistik Kurumu
- X:** Ortalama

## TABLÖLER LİSTESİ

|                                                                                                                                                                            |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tablo 1:</b> Aktif Dijital Bankacılık Müşteri Sayıları.....                                                                                                             | 6  |
| <b>Tablo 2:</b> İnternet Bankacılığı Müşteri Sayısı .....                                                                                                                  | 7  |
| <b>Tablo 3:</b> İnternet Bankacılığı Finansal İşlemler .....                                                                                                               | 8  |
| <b>Tablo 4:</b> Mobil Bankacılık İstatistikleri .....                                                                                                                      | 8  |
| <b>Tablo 5:</b> Mobil Bankacılık Finansal İşlemler.....                                                                                                                    | 10 |
| <b>Tablo 6:</b> Demografik Özellikler .....                                                                                                                                | 50 |
| <b>Tablo 7:</b> Finansal Okuryazarlık Bilgi Ölçeklerinin Güvenirlik Analizi .....                                                                                          | 51 |
| <b>Tablo 8:</b> Finansal Okuryazarlık Risk Ölçeği Güvenirlik Analizi .....                                                                                                 | 51 |
| <b>Tablo 9:</b> KMO Değerleri ve Yorumları .....                                                                                                                           | 51 |
| <b>Tablo 10:</b> Dijital Finansal Okuryazarlık Bilgi Ölçeği ve Bartlett ve KMO Testi Sonuçları .....                                                                       | 52 |
| <b>Tablo 11:</b> Dijital Finansal Okuryazarlık Bilgi Ölçeğinin Varyans Oranı.....                                                                                          | 52 |
| <b>Tablo 12:</b> Dijital Finansal Okuryazarlık Bilgi Ölçeğinin Faktör Analiz Tablosu .....                                                                                 | 53 |
| <b>Tablo 13:</b> Dijital Riskler Hakkında Farkındalık Ölçeği Bartlett ve KMO Testi Sonuçları .....                                                                         | 53 |
| <b>Tablo 14:</b> Dijital Finansal Risk Farkındalığı Varyans Açıklama Oranı .....                                                                                           | 54 |
| <b>Tablo 15:</b> Risk Farkındalık Ölçeğini Oluşturan İfadelerin Faktör Analizi.....                                                                                        | 54 |
| <b>Tablo 16:</b> Çalışma Sorularının Ortalaması ve Standart Sapma Değerleri .....                                                                                          | 55 |
| <b>Tablo 17:</b> Dijital Finansal Bilgilerin Finansal Risklerin Farkındalığı Üzerindeki Etkisi .....                                                                       | 55 |
| <b>Tablo 18:</b> Kişilerin Cinsiyet Değişkeni ile Finansal Bilgi Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Bağımsız örneklem t testi ile Analizi .....                                | 56 |
| <b>Tablo 19:</b> Kişilerin Medeni Değişkeni ile Finansal Bilgi Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Bağımsız örneklem t testi ile Analizi .....                                  | 57 |
| <b>Tablo 20:</b> Yaş ile Dijital Finansal Okuryazarlık Bilgi Düzeyleri Arasındaki İlişki (Tek Yönlü Anova Analiz Sonuçları).....                                           | 57 |
| <b>Tablo 21:</b> Eğitim Düzeyleri ile Finansal Okuryazarlık Bilgi Düzeyleri Arasındaki Fark (Tek Yönlü Anova Analizi) .....                                                | 58 |
| <b>Tablo 22:</b> Katılımcıların Dijital Finansal Okuryazarlık Bilgi Seviyeleri ile Mesleki Tecrübe Durumu Arasındaki İlişkinin Tek Yönlü ANOVA ile Analizi .....           | 59 |
| <b>Tablo 23:</b> Gelir Değişkeni ile Finansal Okuryazarlık Bilgi Seviyeleri Arasındaki Farkın Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları .....                                        | 60 |
| <b>Tablo 24:</b> Finansal Bütçe Planlama Süresi ile Dijital Finansal Okuryazarlık Bilgi Seviyesi Arasındaki İlişki (Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları).....                  | 60 |
| <b>Tablo 25:</b> Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık risk farkındalıkları ile cinsiyet değişkeni ilişkisi t-Testi .....                                           | 62 |
| <b>Tablo 26:</b> Kişilerin Medeni Değişkeni ile Dijital Finansal Okuryazarlık Risk Arasındaki İlişkinin Bağımsız Örneklem T Testi İle Analizi .....                        | 62 |
| <b>Tablo 27:</b> Yaş ile Dijital Finansal Okuryazarlık Risk Farkındalıkları Arasındaki İlişki (Tek Yönlü Anova Analiz Sonuçları).....                                      | 62 |
| <b>Tablo 28:</b> Eğitim Düzeyleri ile Finansal Okuryazarlık Risk Farkındalık Düzeyleri Arasındaki Fark (Tek Yönlü Anova Analizi).....                                      | 63 |
| <b>Tablo 29:</b> Katılımcıların Dijital Finansal Okuryazarlık Risk Farkındalık Düzeyleri ile Mesleki Tecrübe Durumu Arasındaki İlişkinin Tek Yönlü ANOVA ile analizi ..... | 64 |
| <b>Tablo 30:</b> Gelir Değişkeni ile Dijital Finansal Okuryazarlık Risk Farkındalık Düzeyi Arasındaki İlişkinin Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları .....                      | 65 |
| <b>Tablo 31:</b> Finansal Bütçe Planlama Süresi ile Dijital Finansal Okuryazarlık Arasındaki İlişki (Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları) .....                                | 65 |

## GİRİŞ

Dijitalleşme dijital verilerin sunumuna ve bunların kullanımına olanak sağlayan günümüz sosyal-ekonomik ve bilimsel çevrenin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Teknoloji kullanımının yaygınlaşması birlikte dijital alanda insanlar temel ihtiyaçlarından, yatırım ve finans işlemlerine kadar birçok alanda dijitalleşmenin olanaklarından faydalanmaktadır. Teknoloji tabanlı dijitalleşmenin sunduğu imkânlar sayesinde bireyler kısa zamanda, uygun maliyet ve anlık işlemlerle ihtiyaç duydukları hizmete kavuşma imkânına sahip olmuşlardır.

İnternet sayesinde gelişen dijitalleşme ortamı insan yaşantısında önemli değişimler yaratmıştır. Geleneksel anlamda insan hayatında yer alan çoğu değer sanal ortamda da bir karşılığı oluşmuştur. Sanal ortam ve gerçek yaşam birbirine benzerlik gösterip insanların dijital ortamlarda daha çok zaman harcamasına neden olmuştur. Eğitim, ticaret, sosyal yaşam ve çalışma hayatının dijital ortamda kendine yer bulmasıyla birlikte insan davranışlarında da değişimler yaşanmıştır. Artık iletişimini, ticaretini ve eğitimini dijital ortamda gerçekleştiren bir toplum var olmuştur.

Finansal okuryazarlık, kişinin finansal işlemlerinde başarılı bir yönetim uygulayabilmesi için tüketici uzmanlığına ve beşerî sermayenin ne şekilde kullanıldığına ilişkin göstergeler bütünüdür. Finansal okuryazar bir bireyden günlük harcamalarını takip etmesi, aylık bir bütçeye sahip olması, geleceğe yönelik bir planın olması, acil durum ihtiyaçları için tasarruf yapması ve finansal ürün ve hizmetleri etkin bir şekilde kullanması beklenmektedir. Finansal okuryazarlık, dünya genelinde günlük yaşam için ihtiyaç duyulan bir beceri halini almıştır. Küresel ekonomide yaşanan istikrarsızlık sebebiyle artan finansal ürün çeşitliliği, bireyleri gittikçe daha da karmaşık bir hal alan finansal kararlar ile karşı karşıya bırakmıştır. Bu bağlamda finansal bilgiye sahip olmak, etkin bir finansal karar almada temel unsurdur. Ayrıca finansal refah için de gereklidir. Çünkü finansal okuryazarlık, günlük yaşamda ortaya çıkan finansal zorluklar ve karar süreçlerinde bireylere bu zorluklar ile başa çıkabilme imkânı veren bilgi ve becerilerin tümüne atfedilen bir durumu ifade etmektedir.

Dijitalleşmenin getirdiği imkanların bir yansıması olarak da ifade edilebilen finansal okuryazarlık kendisini dijital alanda güçlü bir şekilde ortaya koymaktadır. Dijital finansal okuryazarlık ile bireyler finansal işlemler hakkında zaman, maliyet ve pratiklik konusunda avantajlı duruma gelmektedir. Tüm avantajlı durumların yanında kişiler dijital finansal okuryazarlık gelişimi olmaması durumunda ise dijital alanda birçok teknik ve

bilgi eksikliği nedeniyle sorunlarla karşılaşabilmektedir. Bireylerin dijital finansal işlemler hakkındaki bilgi, yetenek, uygulama ve becerilerinin düzeyini ortaya koymak amacıyla bu çalışma gerçekleştirilmiştir. Çalışma temel omurga olarak üç bölümden oluşmaktadır. İlk iki bölüm literatür bölümünü kapsarken üçüncü ve son bölüm ise bireylere uygulanan anket çalışmasının sonuçları analiz edilmiştir.



## BİRİNCİ BÖLÜM

### DİJİTALLEŞME

#### 1.1. Dijitalleşme

Dijital kelimesi Türk Dil Kurumunda “verilerin bir ekran üzerinde elektronik olarak gösterilmesi” şeklinde ifade edilmiştir (TDK). Teknolojinin gelişmesiyle birlikte verilerin basılı materyaller üzerinden takibi yerine elektronik ortamlarda kullanımı yaygın hale gelmiştir. Teknik olarak dijital kavramı ele alındığında, kelime, resim ve harf gibi göstergeleri sisteme işleyip, iletimi sağlayan ve elektronik alanda saklanıp depolanmasına imkân veren işlemler bütünü olarak ifade edilmektedir (Ormanlı, 2012, s. 33). Dijitalleşme, teknolojik alt yapıyı kullanarak yeni bir gelir ortamı, büyüme ve işletmeler açısından farklı bir sürecin başlaması olarak da değerlendirilmektedir (Özçelik ve Akçay, 2019, s. 151). Bu yönüyle dijitalleşme, dijital verilerin yaygın olarak kullanılmasına imkân sağlayan sosyal, mesleki ve finansal faaliyetlerin önemli bir parçası haline gelmiştir. Dijitalleşme, teknolojik alt yapının varlığı sayesinde herhangi bir işlemin geniş çevrelere yayılmasına imkân sağlamaktadır. Bu işlemler sosyal hayatın zorunlu ihtiyaçları ya da yatırım ihtiyaçları şeklinde karşımıza çıkabilmektedir.

Dijitalleşmenin kavramsal bir yapıya kavuşmasında internet önemli bir rol oynamaktadır. İnternet, televizyon gibi durağan bir kaynak olmaktan ziyade, interaktif iletişim sunan bir yapıya sahiptir. İnternet günümüzde kamu kurumlarından medyaya, tüketiciden finans dünyasına kadar geniş bir ağ içerisinde sınırsız iletişim, alışveriş ve etkileşimi barındıran bir araç halini almıştır. İnternetin sahip olduğu interaktif ağ sayesinde toplumda dijitalleşme anlamında önemli bir ivme yakalanmıştır. İnternet, sahip olduğu teknik altyapı sayesinde dünyadaki tüm ağları bir araya getirebilmekte, iletişim kurulmasına ve böylece sınırsız bir bilgi paylaşımına imkân sağlamaktadır. İnternetin sağlamış olduğu bu teknik ortam, sağlık, ekonomi, ticaret, eğitim ve çalışma hayatı gibi alanlarda hızlı değişimler yaratmıştır (Ergüney, 2017, s. 1478).

Ortaya çıktığı dönemlerde bireysel kurum ve yerler ile sınırlı olan internet zamanla toplumların değişimine öncülük eden önemli bir araç halini almıştır. İnternetin bu yayılımı sayesinde dijital ortam var olmuş ve toplumların yaşamları bu değerler

etrafında şekillenmiştir. Böylece eski nesil haberleşme, iletişim, ticaret ve sosyal hayat ilişkileri önemli değişimlere maruz kalmıştır.

İnternet sayesinde gelişen dijitalleşme ortamı insan yaşantısında önemli değişimler yaratmıştır. Geleneksel anlamda insan hayatında yer alan çoğu değerın sanal ortamda da bir karşılığı oluşmuştur. Sanal ortam ve gerçek yaşam birbirine benzerlik gösterip insanların dijital ortamlarda daha çok zaman harcamasına neden olmuştur. Eğitim, ticaret, sosyal yaşam ve çalışma hayatının dijital ortamda kendine yer bulmasıyla birlikte insan davranışlarında da değişimler yaşanmıştır. Artık iletişimini, ticaretini ve eğitimini dijital ortamda gerçekleştiren bir toplum var olmuştur (Sayar, 2016, s. 764).

Dijitalleşme toplumsal yaşamda kullanılan geleneksel iletişim kanallarını değiştirerek bunu dijital ortama taşımıştır. Böylece iletişimin fiziksel boyutundan çok dijital boyutu önem kazanmaya başlamıştır. Görsel, sözlü ve yazılı çoğu ortamın dijital platformlara yöneldiği bir dünya söz konusudur. Günümüz insanları sosyalleşmek, fikir beyan etmek ve iletişim içerisinde bulunmak için dijital dünyayı daha fazla kullanmaktadır. Bu durum yeni kültürler oluşturmaya da yol açmaktadır. Dijital platformlar aracılığıyla oluşan iletişim tarzları ve etkinlikler zamanla sosyal yapının da değişimine yol açmaktadır (Turhan, 2017, s. 26).

Teknoloji alanında yaşanan gelişmeler, geleneksel yöntemlerle gerçekleştirilen birçok hizmetin dijital ortama kaymasına neden olmaktadır. Dijital ortama yayılan bu hizmetler, bireylere ve işletmelere zaman, mekân ve maliyet tasarrufu sağlamaktadır. Dijital kanallar sayesinde gerçekleştirilen işlemlerin daha kısa sürede ve daha az maliyetlerle gerçekleştirilmesi dijitalleşmenin önemli avantajları olarak görülmektedir. Buna karşın ihtiyaç fazlası tüketime teşvik etmesi, dijital ortamın güvenlik sorunları, dijitalleşme sonucunda oluşan bağımlılık, zamanın dengesiz kullanımı ve kötü ruh hali gibi durumlar dijital ortamın önemli dezavantajları olarak görülmektedir (Kaya, 2020, s. 37). Tüm bu avantaj-dezavantaj durumları göz önüne alındığında dijitalleşme, günümüz toplumunun vazgeçilmez bir aracı haline gelmiştir. Bu bağlamda dijitalleşme birçok alanda hizmet sunumuna etki etmiş ve bu alanlarda sunulan hizmetlerin dijital ortama taşınmasına neden olmuştur. Söz konusu bu alanlardan biri de finans sektörü olmuştur. Dijitalleşmenin getirmiş olduğu avantajlar sayesinde birçok finans kuruluşu hizmetlerini dijital ortama taşımış ve buna bağlı olarak da finansal dijitalleşme kavramı ortaya çıkmıştır.

## **1.2. Finansal Dijitalleşme**

Dijitalleşme dijital verilerin sunumuna ve bunların kullanımına olanak sağlayan günümüz sosyal-ekonomik ve bilimsel çevrenin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Teknoloji kullanımının yaygınlaşması birlikte dijital alanda insanlar temel ihtiyaçlarından, yatırım ve finans işlemlerine kadar birçok alanda dijitalleşmenin olanaklarından faydalanmaktadır. Teknoloji tabanlı dijitalleşmenin sunduğu imkânlar sayesinde bireyler kısa zamanda, uygun maliyet ve anlık işlemlerle ihtiyaç duydukları hizmete kavuşma imkânına sahip olmuşlardır.

Finansal piyasaların kullanımında dijitalleşmenin sunduğu imkânlar ve olanaklar bu alanı daha yaygın hale getirmiştir. Finansal piyasa, fon sahibi kişiler ile fonu talep eden kişilerin birleştikleri ve aralarında finansal araçların yardımcı kuruluşları aracılığıyla transfer edildiği ve tüm bu işlemlerin önceden belirlenmiş yasal mevzuat çerçevesinde icra edildiği piyasalardır (Kaya, 2020, s. 38). Finansal piyasalar belirlenmiş kriterler çerçevesinde sınıflandırmaya tabi tutulmuş olup, gerçekleştirilen faaliyetler açısından ele alındığında finansal piyasaların temel işlemleri, bankacılık ve sigortacılık ile sermaye piyasası (uzun vadeli menkul kıymetlerin alınıp satıldığı piyasa) işlemleri olarak özetlenebilir.

2008 yılındaki finansal kriz sonucunda finans sistemlerine olan güven sarsılmış ve bu durum finans sektöründeki paydaşların yeni arayışlar içerisine girmesine neden olmuştur. Bu bağlamda dijitalleşme faktörü finans sektörü için önemli bir güç sağlamıştır. Yapay zekâ, bulut bilişim gibi çeşitli yazılımlar finans sektöründe kullanılmaya başlamıştır (Asadova, 2019, s. 40).

### **1.2.1. Dijitalleşmenin Bankacılık Sektöründeki Önemi**

Banka, parayı tasarruf sahipleri ve ihtiyaç sahipleri arasında faizle ödünç alıp veren, dış ticarete katkı sunan ve müşterilerin değerli varlıkların saklanması ve günlük sosyal hayatını devam ettirmek için gerekli olan harcamalarını yapmada yardımcı olan ekonomik bir kuruluştur (Hazar ve Babuşçu, 2017, s. 46). Bankalar bu faaliyetlerinin çoğunu günümüz dünyasında dijital ortamda sunar hale gelmiştir.

Yatırım, tasarruf ve borçlanma gibi faaliyetleri gerçekleştiren bankacılık sektörü dinamik yapısından dolayı teknolojik gelişmelerden en fazla etkilenen sektörlerin başında gelmektedir. Dijitalleşme ile geleneksel bankacılık anlayışı değişmeye başlamıştır.

Müşteriler bankacılığı sadece şube ve ATM olarak görmemeye başlamıştır. Bu nedenle bankacılık sektöründeki operasyon birimleri, risk birimleri ve geri bildirim ofisleri gibi tüm birimler dijitalleşme anlamında dönüşüm yaşamaya başlamıştır. Dijitalleşme ile bankalar potansiyel müşterilere ulaşabilme, müşteri davranışlarını ve büyüme rakamlarını analiz etme gibi birçok avantaja sahip olmuştur (Akbaba ve Gündoğdu, 2022, s. 292).

İnternetin yaygınlık kazanması ve dijital alanlarda yaşanan yenilikler (yapay zekâ, akıllı cihazlar, internet ağı sistemi vb.) sayesinde bankacılık sektörü de bunlardan faydalanarak mal alım ve hizmet sunumunda dijital alana önemli yatırımlar yapmıştır. Bankacılık alanında ilk teknolojik yenilikler kronolojik olarak; ATM kullanımı, internet bankacılığı ve mobil bankacılık şeklinde sıralanabilir. Bankalar geleneksel anlamda faaliyetlerini şubelerde görmesine karşın birçok alanda artık şubesiz işlem yapma imkânı oluşmuştur. Bu durum dijitalleşmenin hem bireye hem de bankaya sunmuş olduğu zaman ve maliyet tasarrufudur. Bankacılık alanında dijitalleşmenin önem kazanmasının belirli nedenleri bulunmaktadır. Bunlar (Bakırtaş ve Ustaömer):

- Karlılık (%16),
- Zaman tasarrufu (%18),
- Etkinlik ve verimlilik artışı (%20),
- Rekabet avantajı sağlama (%36).

Dijitalleşmenin getirmiş olduğu imkânlar sonucunda finansal sektörde yaşanan değişimi sayısal veriler üzerinden ortaya koymak bu çalışma açısından önemli bir fayda sağlayacaktır. Bu bağlamda aşağıdaki Tablolardadijitalleşmenin finansal alandaki etkisi sayısal veriler üzerinden açıklanmaya çalışılmıştır.

**Tablo 1:** Aktif Dijital Bankacılık Müşteri Sayıları

| Zaman                                                          | Ocak-Mart 2020 | Ocak-Mart 2021 |
|----------------------------------------------------------------|----------------|----------------|
| <b>Toplam Aktif Dijital müşteri sayısı (bin kişi)</b>          | 53.981         | 68.475         |
| <b>Toplam Aktif Kurumsal Dijital müşteri sayısı (bin kişi)</b> | 2.343          | 2.989          |
| <b>Toplam Aktif Dijital bireysel müşteri sayısı (bin kişi)</b> | 56.324         | 65.487         |

Kaynak: [www.tbb.org.tr](http://www.tbb.org.tr). Erişim Tarihi: 10.05.2022.

Ocak-Mart 2021 üç aylık dönemde en az bir kez giriş işlemi yaparak bireysel internet bankacılığı kullanan kişi sayısı 65 milyon 487 kişidir. Dijitalleşmenin getirdiği

kolaylıklar göz önüne alındığında bu özellikten faydalanan birey sayısı ve kurumsal kullanıcı sayısının arttığı görülmektedir. Hem zaman hem de maliyet açısından önemli avantajlar sağlayan dijital uygulamalar göz önüne alındığında Ocak-Mart 2020 döneminden Ocak-Mart 2021 dönemine kadarki süreçte yaklaşık 15 milyon kullanıcı sayısı artmıştır (Tablo 1).

**Tablo 2:** İnternet Bankacılığı Müşteri Sayısı

| Bireysel ve Kurumsal Müşteri Sayısı |                                                           |                                                                            |                      |
|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| Dönem                               | Sistemde kayıtlı en az bir kez login olmuş müşteri sayısı | Sisteme kayıtlı, son 1 yıl içinde en az bir kez login olmuş müşteri sayısı | Aktif müşteri sayısı |
| <b>Mart 2019</b>                    | 66.065.26                                                 | 23.448.265                                                                 | 12.416.096           |
| <b>Haziran 2019</b>                 | 67.614.874                                                | 23.160.394                                                                 | 11.584.141           |
| <b>Eylül 2019</b>                   | 69.511.635                                                | 23.146.678                                                                 | 11.779.725           |
| <b>Aralık 2019</b>                  | 71.521.240                                                | 23.302.683                                                                 | 11.984.718           |
| <b>Mart 2020</b>                    | 73.628.850                                                | 23.607.180                                                                 | 12.255.974           |
| <b>Aralık 2020</b>                  | 79.486.111                                                | 25.509.155                                                                 | 12.444.214           |
| <b>Mart 2021</b>                    | 81.539.241                                                | 26.451.554                                                                 | 12.503.412           |

Kaynak: [www.tbb.org.tr](http://www.tbb.org.tr). Erişim Tarihi: 11.05.2022.

Dijitalleşmenin bankacılık sektörüne kazandırmış olduğu internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarında da önemli artışlar görülmüştür. Mart 2019'dan Mart 2021 yılına kadar geçen sürede sisteme en az bir kez kayıt yaptıran müşteri sayısı 66 milyondan 81 milyona ve kaydolup en az bir kez giriş yapan müşteri sayısı ise 23 milyondan 26 milyona yükselmiştir. Söz konusu internet bankacılığı kullanıcı aktif sayısı da iki buçuk milyonu aşmaktadır (Tablo 2).

**Tablo 3:** İnternet Bankacılığı Finansal İşlemler

| Finansal İşlemler              | Ocak-Mart 2019 |             | Ekim-Aralık 2020 |             | Ocak-Mart 2021 |             |
|--------------------------------|----------------|-------------|------------------|-------------|----------------|-------------|
|                                | İşlem          | İşlem       | İşlem            | İşlem       | İşlem          | İşlem       |
|                                | Adedi          | Hacmi       | Adedi            | Hacmi       | Adedi          | Hacmi       |
|                                | (milyon)       | (milyar TL) | (milyon)         | (milyar TL) | (milyon)       | (milyar TL) |
| <b>Para transferleri</b>       | 56             | 1.022       | 63               | 1.321       | 62             | 1.344       |
| <b>Ödemeler</b>                | 28             | 65          | 28               | 87          | 28             | 88          |
| <b>Yatırım işlemleri</b>       | 17             | 364         | 22               | 475         | 21             | 452         |
| <b>Kredi kartı işlemleri</b>   | 7              | 22          | 7                | 24          | 7              | 25          |
| <b>Diğer finansal işlemler</b> | 4              | 59          | 4                | 80          | 4              | 52          |
| <b>Toplam</b>                  | 111            | 1.532       | 123              | 1.987       | 122            | 1.961       |

Kaynak: [www.tbb.gov.tr](http://www.tbb.gov.tr). Erişim Tarihi: 10.05.2022.

Ocak-Mart 2021 dönemi itibariyle, internet bankacılığı hizmeti kullanılarak yapılan finansal işlemlerin toplam adedi 122 milyon, tutarı ise 1 trilyon 961 milyar TL'dir. Para transfer işlemleri finansal işlemler içerisinde en büyük paya (%70) sahip iken, yatırım işlemleri de ikinci sırada yer almaktadır. Gerçekleştirilen finansal hizmetler bir önceki yıla göre 11 milyon adet artarken hacimsel olarak da önemli bir artış göstermiştir (Tablo 3).

**Tablo 4:** Mobil Bankacılık İstatistikleri

|                                                                                    | Aralık 2016 | Aralık 2017 | Aralık 2018 | Aralık 2019 | Aralık 2020 | Aralık 2021 |
|------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Bireysel müşteri sayısı</b>                                                     |             |             |             |             |             |             |
| <b>Aktif müşteri sayısı</b>                                                        | 18,649      | 28,712      | 38,385      | 47,799      | 60,334      | 63,032      |
| <b>Sistemde kayıtlı, en az bir kez login olmuş müşteri sayısı</b>                  | 29,765      | 43,436      | 59,282      | 75,141      | 93,974      | 99,578      |
| <b>Sistemde kayıtlı, son 1 yıl içinde en az bir kez login olmuş müşteri sayısı</b> | 23,745      | 35,227      | 46,796      | 57,272      | 71,743      | 74,547      |
| <b>Aktif/Kayıtlı Müşteri Oranı</b>                                                 | 63          | 66          | 65          | 64          | 64          | 63          |
| <b>Kurumsal müşteri sayısı</b>                                                     |             |             |             |             |             |             |
| <b>Aktif müşteri sayısı</b>                                                        | 569         | 829         | 1,167       | 1,479       | 2,166       | 2,313       |

|                                                                                    | Aralık<br>2016 | Aralık<br>2017 | Aralık<br>2018 | Aralık<br>2019 | Aralık<br>2020 | Aralık<br>2021 |
|------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| <b>Sistemde kayıtlı, son 1 yıl içinde en az bir kez login olmuş müşteri sayısı</b> | 749            | 1,067          | 1,498          | 1,907          | 2,813          | 3,010          |
| <b>Aktif/Kayıtlı Müşteri Oranı</b>                                                 | <b>58</b>      | <b>59</b>      | <b>57</b>      | <b>51</b>      | <b>53</b>      | <b>51</b>      |
| <b>Toplam Müşteri Sayısı</b>                                                       |                |                |                |                |                |                |
| <b>Aktif müşteri sayısı</b>                                                        | 19,218         | 29,541         | 39,552         | 49,279         | 62,500         | 65,345         |
| <b>Sistemde kayıtlı, en az bir kez login olmuş müşteri sayısı</b>                  | 30,751         | 44,851         | 61,320         | 78,039         | 98,061         | 104,144        |
| <b>Sistemde kayıtlı, son 1 yıl içinde en az bir kez login olmuş müşteri sayısı</b> | 24,494         | 36,295         | 48,294         | 59,180         | 74,556         | 77,557         |
| <b>Toplam aktif/toplam kayıtlı müşteri</b>                                         | <b>62</b>      | <b>66</b>      | <b>65</b>      | <b>63</b>      | <b>64</b>      | <b>63</b>      |

Kaynak: [www.tbb.gov.tr](http://www.tbb.gov.tr). Erişim Tarihi: 10.05.2022.

2016 Aralık ayından 2021 Aralık ayına kadar ki süreçte aktif mobil internet bankacılığı kullanan kişi sayısı 3 kattan daha fazla artış göstermiştir. Teknolojinin hayatın her alanına girişiyle birlikte bu değişim kendini iyice hissettirmiştir. Söz konusu kullanıcılar arasında kurumsal müşterilerin de yaklaşık olarak 5 kat arttığı görülmüştür. Bir yıl içerisinde hem kayıt kuran hem de kaydı sonucunda en az bir kez işlem yapmış kullanıcı sayısında da en az 3 katlık bir artış ortaya çıkmıştır (Tablo 4).

Dijitalleşmenin avuç içi cihazlara kadar yaygınlaşması birlikte finansal çoğu işlem şubelere gitmeden kolayca yapabilmektedir. Bu durumu mobil bankacılık üzerinde gerçekleşen finansal işlemlerden de görebilmek mümkündür. Tablo 5’den de anlaşılabacağı üzere Aralık 2019’dan Mart 2021’e kadar olan süreçte para transferleri, ödeme işlemleri, yatırım işlemleri, kredi kartı işlemleri ve diğer finansal işlemlerde hem adet hem de hacimsel olarak önemli artışlar ortaya çıkmıştır (Tablo 5).

**Tablo 5:** Mobil Bankacılık Finansal İşlemler

| Finansal İşlemler              | Aralık 2019                |                                  | Aralık 2020                |                                  | Mart 2021                  |                                  |
|--------------------------------|----------------------------|----------------------------------|----------------------------|----------------------------------|----------------------------|----------------------------------|
|                                | İşlem<br>Adedi<br>(milyon) | İşlem<br>Hacmi<br>(milyar<br>TL) | İşlem<br>Adedi<br>(milyon) | İşlem<br>Hacmi<br>(milyar<br>TL) | İşlem<br>Adedi<br>(milyon) | İşlem<br>Hacmi<br>(milyar<br>TL) |
| <b>Para transferleri</b>       | 229                        | 880                              | 369                        | 1,562                            | 426                        | 1,574                            |
| <b>Ödemeler</b>                | 163                        | 45                               | 230                        | 82                               | 261                        | 93                               |
| <b>Yatırım işlemleri</b>       | 38                         | 457                              | 89                         | 1,191                            | 91                         | 1,122                            |
| <b>Kredi kartı işlemleri</b>   | 70                         | 79                               | 100                        | 118                              | 108                        | 130                              |
| <b>Diğer finansal işlemler</b> | 60                         | 54                               | 72                         | 118                              | 70                         | 104                              |
| <b>Toplam</b>                  | <b>559</b>                 | <b>1,516</b>                     | <b>860</b>                 | <b>3,071</b>                     | <b>955</b>                 | <b>3,022</b>                     |

Kaynak: [www.tbb.gov.tr](http://www.tbb.gov.tr). Erişim Tarihi: 10.05.2022

### 1.2.2. Dijitalleşmenin Sigortacılık Sektöründeki Önemi

Sigorta, çeşitli riskleri teminat altına alan finansal işlemler bütünü olarak ifade edilmektedir. Risklerin yapısı ve özelliklerine göre sigorta poliçeleri de farklılık göstermektedir. Acenteler üzerinden faaliyetlerini sürdüren sigorta şirketleri bununla birlikte gelişen dijital ağ sayesinde bu işlemlerini internet aracılığıyla dijital kanallar üzerinden de sağlamaktadır. Geleneksel zorunlu sigortalar acenteler aracılığıyla yapılabildiği gibi bunların dijital ortamda da ödemesi yapılabilmektedir.

Faaliyetlerinin çoğunluğunu acenteler aracılığıyla sürdüren sigorta şirketlerinin yüklendiği maliyetler müşterileri de etkilemektedir. Dolayısıyla dijital dönüşüm sayesinde poliçelerin internet ortamında düzenlenebilmesi acentelerin sektördeki önemini azaltacaktır. İnternet ortamında sahte beyan gibi durumların varlığı sigortacılık sektörünün dijitalleşmesinin önündeki en büyük engel olarak ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle söz konusu şirketler bu tarz olumsuzlukların önüne geçebilmek için gerekli önlemleri almalıdır (Baştürk, 2019, s. 325).

### 1.2.3. Dijitalleşmenin Para ve Sermaye Piyasalarındaki Önemi

Paranın el değiştirdiği piyasa değil, söz konusu işlemlerin vadesinin bir ya da daha kısa süreyi kapsayan menkul değerler ve kredilerin işleme tabi tutulduğu piyasalara “para piyasası” olarak ifade edilmektedir. Genel olarak tüm tanımlamalarda bir yıl ya da kısa

sürekli fonların arz ve talebinin gerçekleştirildiği piyasalar şeklinde ifade edilmektedir. Sermaye piyasası ise, orta ve uzun vadeli fon arz ve talebinin olduğu piyasalar olarak tanımlanmaktadır. Para piyasasının aksine burada vade bir yıldan uzun süreyi kapsamaktadır (Bora, 1997, s. 229). Sermaye piyasası araçlarına ilişkin alım satım işlemleri menkul kıymetler borsasında gerçekleşmektedir. Bu talepler emir olarak gerçekleşip söz konusu emirler borsaya aracı kurumlar vasıtasıyla iletilmektedir. Bu süreç genel olarak web tabanlı programlar ve yazılımlar üzerinden gerçekleşmektedir.

2005 yılında sermaye piyasalarında gerçekleşen işlemlere ilişkin “Merkezi Kayıt Kuruluşu” denetimi oluşturulmuştur. Bu amaçla oluşturulan kayıt sistemi, sermaye piyasası araçlarına ilişkin tüm bilgileri kapsamaktadır. Söz konusu durumdan da anlaşılacağı üzere menkul kıymetler borsaları kayıt ve saklama işlemleri günümüzde dijital kanallar üzerinden gerçekleşmektedir (Korkmaz ve Ceylan, 2017, s. 169).

Dijitalleşmenin finansal işlemler üzerindeki en güncel etkisi kripto paraların ortaya çıkışıdır. Crypto ve currency sözcüklerinin bir araya getirilmesiyle oluşturulan “crypto currency” deyişi kripto (şifreli) para anlamına gelmektedir. Kripto para, internet aracılığıyla kullanıma sunulan, hiçbir merkezi otorite ve aracı kuruma bağlı olmayan sanal para olarak ifade edilmektedir. Kripto para, gelişen finansal piyasaların ortaya çıkardığı yenilikler ve dijitalleşen dünyada önemli bir alana sahip olmaya başlamıştır. Söz konusu paranın varlığı, finansal teknoloji kavramının gelişiminin önemli bir kanıtı olarak karşımıza çıkmaktadır (Çetinkaya, 2018, s. 12).

### **1.3. Finansal Okuryazarlık ve Dijitalleşme İlişkisi**

Teknoloji hayatımızın her noktasında önemli bir araç haline gelmiştir. Teknoloji sayesinde bilgiyi daha verimli kullanarak sorunları en kısa sürede ve en az maliyetle giderebilme imkânı ortaya çıkmıştır. Yakın olan bilgiye ulaşma isteği ve bu bilgi sayesinde kararlar alınıp uygulanmasında ve reddedilmesinde teknoloji önemli bir araç halini almıştır.

Dijitalleşmenin sağladığı faydalar düşünüldüğünde hayatımızın birçok alanında önemli yenilikler ortaya çıkmıştır. Ortaya çıkan bu yenilikler bilgiye ulaşmayı kolaylaştırdığı gibi hangi bilginin doğru olduğu sorununu da beraberinde getirmiştir. Dijital ortamda varlık yalnızca araçlara sahip olmakla gerçekleşmemektedir. Aynı zamanda bu dijital ağları kullanabilme becerisi ve eğitimini de almak gerekmektedir (Teyyare vd., 2018, s. 101).

Piyasaların globalleşmesi sonucunda finansal alanda önemli rekabetler ortaya çıkmıştır. Oluşan rekabet ortamına teknolojiye ayak uydurabilme hızı da eklenince finansal piyasalar önemli dönüşümler geçirmiştir. Bilgisayar, internet ve dijital ortamın varlığı yapılan birçok finansal işlemin şeffaf, düşük maliyet ve kısa zamanda yapılmasına olanak sağlayarak değişimi hızlandırmıştır. Bununla birlikte sermayenin serbest ticaret bölgelerine kayması ve en iyi faydayı sağlayan alanlara yönelmesi finansal piyasaların değişimini önemli ölçüde etkilemiştir. Böylece teknolojik gelişmeler yeni oluşan finansal işlemelerin çeşitlerini anlamada ve kullanımda önemli kolaylıklar sağlamıştır (Saraç, 2014, s. 9).

Bilgisayarın pratik olarak kullanılacak seviyeye gelmesi, mobil cihazların yaygınlık kazanması ve internetin bu araçlara dahil edilmesiyle birlikte finansal kaynakların takip merkezleri de söz konusu araçlar olmuştur. Finansal piyasalar telefon, tablet ve bilgisayar gibi araçlar ile takip edilebilir hale gelmiştir. Özellikle akıllı telefonların yaygınlaşması ile basılı ve görsel yayınlardan ziyade akıllı cihazlar üzerinden okuma, anlama ve yorumlama faaliyetleri gerçekleşmektedir. Finansal anlamda yaşanan bu yeniliklerle birlikte kredi kartı kullanımı, e-ticaret ve çalışanların ücretlerinin bankalar üzerinden yatırılması gibi süreçler dijital dönüşümün finansal piyasalarda yarattığı önemli yeniliklerdir (Saraç, 2014, s. 45).

Finansal piyasalarda hareketliliği sağlayan teknolojideki gelişmeler böylelikle atıl durumda duran değerlerin de piyasaya kazandırılmasına olanak sağlamıştır. Gelişim gösteren büyük finansal fonların halka arz edilmesi gibi durumlar ile riskler en aza indirilerek halkın da sisteme dâhil edilmesi ve ekonomik büyümenin sağlanmasına olanak sağlamıştır. Özellikle akıllı telefonlar üzerinden sürece dâhil edilme özelliği ve kolaylığı halkın da bu alanı ilgisini arttırmıştır. Bu anlamda bankalar mobil bankacılık uygulamalarında önemli değişimler yaparak tüm finansal faaliyetlerini en etkin şekilde yerine getirme gayreti içerisindeyler (Kaya, 2020, s. 51).

Dijital alanda yaşanan yeniliklerle birlikte finansal hizmetlerde çeşitlilik hızlanmış ve insanların anlayabileceği pratik uygulamalar oluşturulmuştur. İnternet ve mobil bankacılık destekleri sayesinde şubeye gitmeden mekân ve zaman fark etmeksizin ihtiyaç duyulan maddi gereksinimler karşılanabilmektedir.

Finansal okuryazarlığın gelişiminde eğitim kurumları, kitle iletişim araçları ve sivil toplum örgütlerinden bu sürecin etkin işletilmesi için destek alınabilir. Medya organlarında finansal okuryazarlığı destekleyici faaliyetler ile bu süreç desteklenebilir (Kaya, 2020, s. 52).

### 1.3.1. Bilgi Okuryazarlığı

Bilgi okuryazarlığı, bilgiyi tanıma, elde etme, örgütleme, değerlendirme ve paylaşma boyutlarını kapsayan süreci ifade etmektedir (Adıgüzel, 2011, s. 17). Bir başka tanımda ise, bilgiyi farklı kaynak ve araçlardan elde etme, elde edilen bilgiyi yorumlayabilme ve kullanıma dönüştürebilme yeteneği olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, bilgi okuryazarlığı, bireyin bilgiye erişebilme, elde ettiği bilgiyi yorumlayabilme ve söz konusu bilgiyi sosyal, kültürel veya mesleki alanlarda kullanabilme becerisi olarak ifade edilebilir (Kaya, 2020, s. 53).

Bilgi okuryazarlığı, bilgiye ulaşmanın çeşitliliği, ilgili alanlarda bilgiyi kullanma, yorumlama ve değerlendirme yeteneği; başka bir deyişle, hedefe ulaşma sürecinde bilginin elde edilmesi, kullanılması ve sürekli olarak yönetilmesi süreci olarak değerlendirilmektedir (Becel, 2013, s. 64).

Bilgi okuryazarlığında elde edinilen bilgi yazılı ve dijital ortam içerisinde bulunmaktadır. Bu durumda bilgiye ulaşmanın yolu gerek yazılı gerekse de dijital ortamdaki araçları kullanmaktan geçmektedir. Bireylerin bilgi okuryazarlığı olma sürecinde izlemesi gereken aşamalar ve bu aşamalarda sormaları gereken sorular şunlardır (Adıgüzel, 2011, s. 17):

- *Talep edilen bilgiyi bilme:* Bilinmek istenen bilgi nedir? Gereksinim duyulan bilginin miktarı nedir?
- *Talep edilen bilgiye ulaşma:* Söz konusu bilgiye ulaşmanın en etkili yolu nedir? Bu bilgiye ulaşmada hangi araçlar ve kaynaklar kullanılmaktadır?
- *Ulaşılan bilgiyi değerlendirme:* Bilginin kaynağı nedir? Elde edilen bilginin güvenilirliği ve eski bilgiden farkı nedir?
- *Değerlendirilen bilginin kullanılması:* Bilginin sunumu için en etkili yöntem nedir? Ve bu yöntem en iyi mesajı iletebilecek formata sahip midir?
- *Bilgiyi kullanmada etik:* Bilginin kullanımında etik problemleri var mı?
- *Yasal düzenlemeleri kabul etme:* Bilginin kullanımında sansürle ilgili bir durum var mı? Bilginin elde edilmesi ve kullanılmasında yasal sorunlar var mıdır?

Bilgi okuryazarlığı olma sürecinde belirtilen aşamalara uygun davranış içerisinde olan bireyler ihtiyaç duyduğu bilgiyi de etkili şekilde kullanmaktadır. Bilgiye ihtiyaç duyan bu kişilerin sahip olması gereken birtakım yeterlilikler ve beceriler vardır. Bu yeterlilikler ve beceriler şunlardır (Kurbanoğlu, 2010, s. 736):

- Bilgi okuryazarı kişiler, ihtiyaç duyduğu bilginin önemini, hangi bilginin kendisi için önemli olduğunu, bu bilgiye hangi kanallardan ulaşabileceğini ve bilgiye ulaşması sonucunda bu bilgiyi nerede kullanacağını bilir.
- Bilgi okuryazarı kişi, elde edeceği bilgiyi tek doğru olarak değerlendirmeyip eleştirel olarak süreci takip edip analizinden geçirerek kullanır.
- Bilgi okuryazarı kişi elde ettiği bilgileri bir bütün olarak değerlendirerek ihtiyacına uygun olarak kullanmasını bilir.
- Bilgi okuryazarı kişi, bilgiyi hangi amaçla aradığını ve elde edilen bilginin hangi amaçla kullanılacağını bilir.
- Bilgi okuryazarı kişi elde ettiği bilginin güncelliğini araştırarak üretme ve yenilikçi bir süreç başlatır.
- Bilgi okuryazarı kişi bencil bir tutum içerisinde değildir. Elde ettiği bilginin farklı şekillerde değerlendirildiğini de bilir. Ayrıca ulaştığı bilginin diğer bireyler tarafından kullanılmasını da önemser.
- Bilgi okuryazarı kişi, bilgiye ulaşma, değerlendirme ve kullanma aşamalarında ahlaki kuralları önemser. Bilgiyi üreten kişi ya da kurumların fikri mülkiyet haklarına saygıda bulunarak süreci gerçekleştirir.
- Bilgi okuryazarı kişi, sorunların varlığı karşısında katılımcı bir anlayış ile sorunları çözmek ister.

Bilgi okuryazarlığı bireyin bilgiyi arama, eleştirme ve ihtiyaca yönelik olarak kullanımının ele alındığı beceriler olarak değerlendirilmektedir. Dijitalleşme araçları sayesinde bilgiye kolay erişim beraberinde bilgi kirliliğini de getirmiştir. Bireylerin dijital ve dijital olmayan geleneksel araçlardan bilgiyi harmanlayıp kullanmasının önündeki bilgi kirliliği ancak söz konusu bilgi okuryazarı kişilerin edindiği tutum ve davranışların etkili şekilde kullanarak bilgiye açık, anlaşılır ve güvenilir bir şekilde ulaşması ile giderilebilir.

### **1.3.2. Bilgisayar ve İnternet Okuryazarlığı**

20. yüzyılın en önemli buluşlarından olan bilgisayar insan hayatında önemli değişimler yaratmıştır. Özellikle bilgisayarın boyutunun küçülmesi ile daha yaygın bir kullanım alanına sahip olunmuş ve günümüzde de okuryazarlığın önemli bir aracı haline gelmiştir. Bilgisayarı ve bilgisayara ait yazılım ve uygulamaları iyi kullanabilme yeteneği

bilgisayar okuryazarlığı olarak ifade edilmektedir. Bu anlamda bilgisayarın basit aç-kapatılması bilgisayar kullanımına örneklik teşkil ederken farklı amaçlar için gerçekleştirilmiş yazılım ve uygulamaların ise daha ileri düzeyde bilgisayarın kullanılmasını ifade etmektedir (Kurbanoglu, s. 2010, s. 741).

Okuryazarlık kavramını sosyal, teknolojik ve ekonomik değerlerden bağımsız olarak değerlendirmemek gerekmektedir. Birbiriyle bağlantı içerisinde bulunan yazının egemenliğinden görüntünün egemenliğine geçişte olduğu gibi kitabın egemenliğinden iletişim aracı olarak dijital ekrana geçişte de aynı bağlantı söz konusudur. Günümüzde farklı yaş grupları tarafından kullanılan bilgisayar ve tamamlayıcısı internet sayesinde söz konusu önemli değişimler ortaya çıkmıştır.

Web okuryazarlığı olarak da bilinen internet okuryazarlığı, kişinin ihtiyaç duyduğu bilgiyi arayıp bulması ve bunu kullanmasını ifade etmektedir. İnternet okuryazarı kişi, doğru bilgiye nasıl ulaşabileceğini, içerisinde bulunduğu ağın güvenilirliğini ve eriştiği bilgiyi nasıl kullanacağını bilen ve söz konusu bu bilgileri yaşam kalitesini artırmak amacıyla kullanan kişidir (Kurbanoglu, 2010, s. 742).

Bilgisayar okuryazarlığı farklı şekillerde tanımlanmıştır. Bilgisayar okuryazarlığı, bilgisayar kullanımı ile ilgili temel bilgilere sahip olmak ve bilgiye ulaşmak için bilgisayarın amaca yönelik araç olarak kullanılması olarak ifade edilmiştir. Bilgisayar okuryazarlığı, bilişim ile ilgili kavramları bilerek ihtiyaçlar doğrultusunda bunların kullanımı olarak da tanımlanabilmektedir. Bilgisayar okuryazarlığı bu anlamda üç temel boyutta ele alınmaktadır. Bunlar (Korkmaz ve Mahiroğlu, 2009, s. 984):

- *İlk olarak bilgisayar bilgisi:* Bilgisayara ait temel bilgileri bilmesini ifade eder.
- *İkinci olarak bilgisayar uygulamaları bilgisi:* Bilginin elde edilmesi, ihtiyaç doğrultusunda bilginin değerlendirilmesi ve elde edilen bilginin amaca uygun olarak geliştirilen uygulamalar aracılığıyla kullanılmasını ifade eder.
- *Üçüncü olarak bilgisayar uygulamalarının toplum üzerindeki etkilerinin bilgisi:* Bilgisayar kullanımının insanlar üzerindeki etkisinin bilinmesi gerektiği üzerinde durulmaktadır.

Bilgisayarın geliştirilmesi ve beraberinde internetin de ortaya çıkışıyla birlikte çoğu işlemin artık internet üzerinden görülmesi insanların bu alanda kendilerini geliştirmesini zorunlu kılmıştır. Bireyler günümüz dünyasında çoğunluklu olarak bilgiyi internet ortamında aramaktadır. İnternet sayesinde dünyanın her yerinde olan insan birbiriyle önemli ilişkiler içerisine girebilmektedir. Farklı yaş grupları açısından toplumun tüm bireyleri internet ağı sayesinde iletişim kurabilmektedir. İnternet sayesinde

okuryazarlık önemli gelişim göstermiştir. Birçok platformu ve uygulamayı bir arada sunabilme özelliğine sahip olan internet sayesinde güncel tüm gelişmeleri okuyabilme ve analiz edebilme imkânı ortaya çıkmıştır. Böyle bir ortamın varlığı sayesinde milyonlarca insan ile iletişim kurup önemli bilgiler elde edinebilir. Bu durum, internetin varlığı ve internet teknolojisinin yarattığı önemli etkinin sonuçları olarak karşımıza çıkmaktadır (Aytan ve Kaplan, 2017, s. 304).

### **1.3.3. Medya Okuryazarlığı**

Uluslararası örgütler anlamında da öneminin ortaya konması açısından üzerinde durulan önemli bir okuryazarlık da medya okuryazarlığıdır. UNESCO tarafından 1982 yılında özel bir bildiri yapılarak 19 ülkenin katılımıyla medya okuryazarlığın önemi üzerinde durulmuştur. Bildiride medya okuryazarlığının gelişiminde payı olan paydaşların, ailenin, eğitimcilerin, sosyal çevrenin ve ülkeyi yönetenlerin önemli görevleri olduğu ifade edilmiştir (Kaya, 2020, s. 59).

Medya okuryazarlığı geleneksel okuryazarlık gibi eleştirel bir yapıda düşünmeyi, analitik becerileri ve kendini farklı biçimlerde ifade etme yeteneklerini kapsamaktadır. Medya okuryazarı olmak, medyayı etkili bir biçimde kullanmayı ve farklı kaynaklardan gelen bilginin güvenilirliğini iyi tespit etmeyi gerektirmektedir.

Medya okuryazarlığı, toplum içerisinde medyanın nasıl bir rol oynadığını anlayabilme rolü; mesajların oluşturulması ve karşıya iletilmesinde kültürel ve kurumsal bağlamı göz önüne alarak sürecin tamamlanmasını ifade etmektedir. Bu anlamda medya okuryazarlığı, iletişim kaynakları ve iletişim teknolojilerinden faydalanarak yapılan şifreleme ve bunları açığa çıkarma becerileri olarak tanımlanabilir (Altun, 2005, s. 75).

Günümüzde dijital alanın gelişimiyle birlikte özellikle internet aracılığıyla her türlü bilgiye kolayca erişilebilmektedir. Bireyler iletişim ağının bu gelişimi sayesinde ulaşılabilir hale gelmiştir. Birçok gereksiz uygulama bireye rahatlıkla ulaşp bilgi ve rahatsız edecek gereksiz işlem yapabilmektedir. Bireyin bu tarz iletişim durumlarından kaçınması için iyi bir medya okuryazarlık becerisine sahip olması gerekmektedir. Söz konusu beceriye ulaşmışsa değişken ve gelişen dünyamızda doğru bilginin kaynağını bulmada zorluk yaşamayacaktır. Bireylerin doğru bilgiye nasıl ulaşılabilirliğini bilmeleri ve iletişim araçlarından hangisini kullanacağını bilmesi medya okuryazarlık seviyesi ile ilişkilidir (Karaman, 2016, s. 334).

Medya okuryazarlığı kavramının farklı tanımlamaları bulunmaktadır. Medya okuryazarlığı, medya kanallarından bilgi sahibi olma; bilginin ortaya çıktığı her türlü aracı (tv, bilgisayar, internet, dergi, kitap, vb.) kullanabilme ve anlayabilme becerisi olarak tanımlanmaktadır (Kurbanoglu, 2010, s. 742).

Medya okuryazarlığı farklı medya kanallarından gelen iletileri farklı açılarıyla ele alıp alternatif medya ürünleri tasarlama süreci olarak da ifade edilmektedir. Bu açıdan medya okuryazarlığı geleneksel bir sürecin işlemesinden ziyade sürece dâhil olarak doğrudan ve etkin bir şekilde katılım göstererek süreci devam ettirir. İlgi duyulan ya da merak edilen bir bilgiye ulaşılabilmesi için en azından o sürece dâhil olma ya da etkileşim içerisinde olmak gerekmektedir.

Türkiye’de medya okuryazarlığı ilk defa 2004 yılında Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından gündeme alınmış olup Milli Eğitim Bakanlığı bünyesinde ilkokullarda ders verilmesi istenmiştir. Ardından bazı üniversite bünyelerinde bu alanla ilgili konferanslar verilerek medya okuryazarlığı eğitimi ve önemi üzerinde durulmuştur (Kaya, 2020, s. 61).

Medya okuryazarlığını birey üzerinde etkileyen iki önemli faktör bulunmaktadır. Bunlar; ev ve okul yaşamıdır. Özellikle gençlerin çoğu, zamanlarını bu iki faktör içerisinde geçirirler. Okulda verilen medya okuryazarlığı eğitiminin aile tarafından da pekiştirilmesi gerekmektedir. Medya içerisinde bulunan birçok olumsuz içerikten de böylelikle çocuklar da korunmuş olunacaktır. Ancak bu tarz verileri kapsayan çalışmaların azlığı medya okuryazarlığı eğitiminin gelişimini hakkında bize sınırlı bilgi vermektedir. Medya okuryazarlığı sürecinde eğitime tabi tutulmuş bireyleri olumsuz etiklerden koruyabilmek için eğitiminin gerçekleşmesi büyük önem taşımaktadır (Aytaş ve Kaplan, 2017, s. 306).

Türkiye’de bazı üniversiteler medya okuryazarlığı ve ilişkili alanlara yakın konularda dersler ve eğitimler vererek medya okuryazarlığının önemi üzerinde durmaktadır. Dijitalleşen dünya ile birlikte sosyal medya okuryazarlığı, sosyal ağ analizleri, yapay zekâ ve sosyal medya yönetimi gibi alanlarda gerçekleştirilen eğitimler ile medya okuryazarlığı kavramının önemi ifade edilmektedir (Kaya, 2020, s. 62).

#### **1.3.4. Elektronik Okuryazarlık**

Teknolojide yaşanan yenilikler ile iletişim, bilgi, bilişim ve internet araçları sayesinde daha fazla sayıda insanın oluşturduğu ağ sistemleri ile büyük gelişimler

yaşanmaktadır. Geleneksel araçların önündeki yayılım engellerini bir bir yok eden dijital alan bu sayede geniş halk kesimlerine çok kısa bir sürede ulaşabilmektedir. Yeni düzen içerisinde yeni kavramlar da kendisine yer bulurken enformasyon, e-ticaret gibi kavramların baş harfi ile “e” ekleme yapılarak uygulamalar (e-devlet ve e-ticaret) geliştirilmektedir. Söz konusu kavramların anlamlandırılması ve topluma mal edilmesi için finansal okuryazarlığın önemiyle birlikte elektronik okuryazarlığın önemi de büyüktür. Elektronik okuryazarlık finansal okuryazarlığın bir tamamlayıcı unsurudur (Kaya, 2020, s. 52).

Dijital okuryazarlık ya da e-okuryazarlık genellikle birbirinin yerine kullanılan bir kavramdır. Dijital okuryazarlık, dijital ortam araçları sayesinde sunulan bilginin geniş kaynaklardan elde edilmesi ve bunları kullanarak anlamlandırması sürecini ifade eder. Burada birey bilişsel becerilere sahip ve hızlı ilerleyen dijital ortam içerisinde bilgiyi etkili şekilde edinmek üzerine çalışır. Bir başka tanımda dijital okuryazarlık, dijital ortamda sunulan bilgiyi iletme, değerlendirme ve özümseme yeteneği olarak ifade edilmiştir (Kılcan ve Gülbudak, 2019, s. 61).

Elektronik okuryazarlık, mesleki, sosyal ve iletişim amaçlı olarak “Bilgi Toplumu Teknolojilerinin (BTT)” bilinçli olarak kullanımını ortaya koyar. Diğer taraftan elektronik okuryazarlığı, bilgisayar ve benzeri dijital araçların bilgi sağlama, ölçme, değerlendirme ve internet ortamında sağladığı imkânların kullanımını içeren bilgi ve iletişim teknolojilerini kapsar. Elektronik okuryazarlık, elektronik araçlarda bulunan iletileri anlamlandırma ve bunlara dair ileti oluşturma süreci olarak değerlendirilmektedir (Özgür, 2016, s. 23).

Geleneksel anlamda okuryazarlığı ifade eden basım okuryazarlığı günümüzde yerini bilgisayar ve benzeri araçlar ve internet ağı sayesinde gelişen elektronik okuryazarlığına bırakmıştır. Bu değişimin en önemli nedeni iletişim araçlarında meydana gelen değişimler ve internetin elektronik cihazlara önemli bir güç vermesinden kaynaklanmaktadır. Bu güç sayesinde elektronik okuryazarlığı dijital uygulamalar açısından diğer okuryazarlık türlerini de kapsamına almaktadır (Kaya, 2020, s. 53).

Elektronik okuryazarlık, kişinin dijital ortamda faaliyetlerini gerçekleştirmesi için gerekli olan bilişsel, sosyal ve toplumsal değerleri içermektedir. Bu yüzden dijital ortam içerisinde elde edilen bilginin kontrolü, güvenilirliği ve geçerliliğini değerlendirmek elektronik okuryazarlığın kapsamına dâhil bir durumu ifade eder. Dijital ortamdaki verileri okunmak, yeni değerler üretmek, verilerin güvenilirliğini belirlemek gibi özellikler de elektronik okuryazarlığın kapsamına giren önemli özelliklerdir.

Elektronik okuryazarlık hakkında verilen tüm bilgiler değerlendirildiğinde, bilgiyi farklı dijital araçlardan elde etmek, mevcut veriler ışığında kontrol etmek ve gerekli görüldüğü zaman dijital alan içerisinde yeniden değerlendirerek bilgiyi ortaya çıkarma süreci olarak ifade edilmektedir.



## İKİNCİ BÖLÜM

### FINANSAL OKURYAZARLIK

#### 2.1. Finansal Okuryazarlık

Literatürde gelişme aşamasında olan finansal okuryazarlık kavramı birçok araştırmacı ve kurum tarafından farklı şekillerde tanımlanmıştır. Finansal okuryazarlık kavramı ilk kez 1997’de yayımlanan “Jumpstart Survey of Financial Literacy Among High School Students” adlı çalışmada tanımlanmıştır. Bu bağlamda bu çalışmaya göre finansal okuryazarlık, kişinin finansal kaynaklarını hayatı boyunca etkin bir şekilde yönetebilmesi için gerekli olan bilgi kullanımı ve yeteneğidir (Hastings, vd., 2012, s. 5). Finansal okuryazarlık, finansal katılımı, finansal gelişimi ve bunların sonucunda finansal istikrarı sağlayabilmede önemli bir birikim olarak kabul edilmektedir. Finansal okuryazarlık, bireyin kendi yararına olacak finansal kararlar alabilmesinde gerekli olan şeyin ne olabileceğini anlayabilmesi şeklinde tanımlanmıştır (Mandell ve Klein, 2009, s. 16).

Finansal okuryazarlık, bireylerin finansal bilgiler ışığında finansal kararlar alması ve almış olduğu bu kararları yorumlamasıdır. Lusardi ve Mitchell ise finansal okuryazarlığı, finansal tüketicilerin veya yatırımcıların finansal tüm kavramları anlayabilmesi ve buna bağlı finansal davranış kabiliyetlerini ve refahlarını geliştirebilmeleri şeklinde tanımlamıştır (Lusardi ve Mitchell, 2007, s. 202).

OECD'ye göre ise finansal okuryazarlık, bireysel finansal refahı sağlamak için gerekli olan farkındalık, bilgi, beceri, tutum ve davranışların birleşimidir (OECD, 2017, s. 13). Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası (TCMB) tanıma göre finansal okuryazarlık, “Bir bireyin kişisel bütçesini yönetme sürecinde etkin ve bilinçli kararlar alabilmesini sağlayan temel finansal bilgiye sahip olması ve bu kararları uygulayarak bireysel ve toplumsal finansal refahı artırma yetisidir.” şeklinde tanımlanmaktadır ([www.tcmb.gov.tr](http://www.tcmb.gov.tr)).

Wachira ve Kihui ise finansal okuryazarlığı risk azaltıcı stratejiler belirleyerek kişilerin finansal anlamda yaşayacakları zor günler için hazırlıklı olmalarına ve bu bağlamda finansal ürünleri en etkin biçimde kullanma becerisi olarak tanımlamıştır (Wachira ve Kihui, 2012, s. 42).

Finansal okuryazarlık, kişinin finansal işlemlerinde başarılı bir yönetim uygulayabilmesi için tüketici uzmanlığına ve beşerî sermayenin ne şekilde kullanıldığına ilişkin göstergeler bütünüdür. Finansal okuryazar bir bireyden günlük harcamalarını takip etmesi, aylık bir bütçeye sahip olması, geleceğe yönelik bir planın olması, acil durum ihtiyaçları için tasarruf yapması ve finansal ürün ve hizmetleri etkin bir şekilde kullanması beklenmektedir (Ayhan, 2019, s. 685). Finansal okuryazarlık, dünya genelinde günlük yaşam için ihtiyaç duyulan bir beceri halini almıştır. Küresel ekonomide yaşanan istikrarsızlık sebebiyle artan finansal ürün çeşitliliği, bireyleri gittikçe daha da karmaşık bir hal alan finansal kararlar ile karşı karşıya bırakmıştır. Bu bağlamda finansal bilgiye sahip olmak, etkin bir finansal karar almada temel unsurdur. Ayrıca finansal refah için de gereklidir. Çünkü finansal okuryazarlık, günlük yaşamda ortaya çıkan finansal zorluklar ve karar süreçlerinde bireylere bu zorluklar ile başa çıkabilme imkânı veren bilgi ve becerilerin tümüne atfedilen bir durumu ifade etmektedir (Philippas ve Avdoulas, 2020, s. 360).

Yapılan tanımlamalardan da anlaşılacağı üzere finansal okuryazarlık ile ilgili olarak literatürde birçok farklı tanımlama bulunmaktadır. Ancak tüm bu tanımlamaların ortak özelliğine bakıldığında finansal okuryazarlık, finansal bilgi ve becerilerin finansal refahı sağlamada kullanılması olarak karşımıza çıkmaktadır. Remund ise finansal okuryazarlığın farklı tanımlamalarından hareketle bu kavramı 4 parçada ele almıştır. Bu çerçevede Remund'a göre (Remund, 2010, s. 279-280):

- Finansal okuryazarlık, bireylerin finansal konulardaki bilgilerinin, becerilerinin ve özgüvenlerinin birleşimidir.
- Finansal konular ile ilgili yorumlama yeteneğidir.
- Bireysel finans yönetimi kabiliyetidir.
- Finansal konularda doğru kararlar verebilme ve gelecek için doğru stratejiler geliştirebilme yeteneğidir.

Bireyin finansal okuryazarlık konusunda eksikliklerinin olması, finansal durumunu kötü yönde etkileyebilecek seçimler yapmasına yol açabilmektedir. Çünkü finansal okuryazarlık bireylerin doğru finansal kararlar almasına yardımcı olabilmektedir. Finansal okuryazarlık bireyin finansal anlamda nasıl kararlar verdiğini de ortaya koymaktadır. Böylece bireyin ne kadar kazandığını ne kadar harcama yaptığını ve ne kadar borçlu olduğunu orta koyan bir yol haritası çizilebilmektedir. Ayrıca finansal

okuryazarlık sayesinde bireyden başlayan etkin ve güçlü bir finansal karar süreci ülke ekonomisinin de güçlenmesine katkıda bulunmaktadır (Barmaki, 2015, s. 9).

## **2.2. Finansal Okuryazarlığın Bileşenleri**

Finansal okuryazarlığın tanımı ile ilgili genel bir görüş birliğinden söz etmek güç olsa da finansal okuryazarlığın bileşenleri ile ilgili genel bir fikir birliğinden söz etmek mümkündür. Bu bağlamda finansal okuryazarlığın temel bileşenleri olarak finansal bilgi, finansal davranışlar ve finansal tutumlar ön plana çıkmaktadır. Aşağıda bu başlıklar tek tek ele alınacaktır.

### **2.2.1. Finansal Bilgi**

Finansal okuryazarlık ve finansal bilgi kavramları birbirlerinden ayrı ancak birbirleri ile ilişkili kavramlardır. Bu iki kavram genelde birbirlerinin yerine kullanılmakta ancak finansal bilgi finansal okuryazarlığın bir bileşeni olarak kabul edilmektedir. Bu bağlamda finansal bilgi, ekonomi ve finans ile ilgili güncel olayları takip etme, finansal ürün ve hizmetler üzerinde karşılaştırma yaparak en doğru finansal kararı vermede temel bir finansal okuryazarlık bileşenidir. Bireylerin finansal kavramlarla ilgili temel bilgilere sahip olması ve finansal becerilerini uygulama kabiliyeti, bireylerin finansal olaylarda doğru karar vermesine ve finansal refaha erişmesine imkân tanımaktadır. Bu bağlamda finansal bilgi seviyesinin yüksek olması tasarruf, emeklilik planlaması gibi finansal konularda olumlu etkiler ortaya çıkarırken, borç gibi olumsuzlukları da azaltmada da etkili olmaktadır (OECD, 2017, s. 15).

Finansal okuryazarlıktan söz edebilmek için öncelikle bireylerin parayı kullanma bilgisine sahip olması, belirli bir gelir elde etmesi ve bu gelire ilişkin harcama bilgisinin olması gereklidir. Başka bir deyişle parayı yönetme bilgisine ve becerisine sahip olması gerekmektedir. Çünkü finans dünyasının temelinde para vardır. Dolayısıyla paraya dair bilgi sahibi olunması önemlidir. Para bilgisi, bir ürünün finansal değeri, faiz, borçlanma, faturaların ödenmesi vb. konulardaki bilgilerden oluşmaktadır. Parayı doğru bir biçimde değerlendirmek, doğru zamanda fırsata çevirebilmek gibi finansal okuryazarlık bilgisine sahip olmak finansal refaha ulaşmada büyük önem arz etmektedir (Bayrı, 2006, s. 283).

Tüm bu açıklamalar ışığında basit finansal kavramlarla ilgili bilgi sahibi olmadan bireylerin finansal konularda etkin karar vermelerinin güç olduğu anlaşılmaktadır.

Dolayısıyla bireylerin, borçlanma, yatırım, tasarruf vb. konularda etkin karar verebilmeleri için finansal okuryazarlığa sahip olmaları gerekmektedir. Bu da finansal bilgi sayesinde olmaktadır. Çünkü finansal okuryazarlık tanımlamalarından da anlaşılacağı üzere, finansal okuryazar bir bireyin sahip olması gereken en temel şey bilgili, eğitilmiş ve bilinçli olmasıdır.

### **2.2.2. Finansal Tutum**

Finansal tutum, önerilen finansal yönetim uygulamalarını belirli bir seviyeye kadar anlama ya da anlamaya çalışma psikolojisi olarak ifade edilmektedir. Finansal tutum ile bireylerin kazanma, harcama, tasarruf yapma nedenleri araştırılmakta, paraya karşı duygusal olarak ne şekilde tepki verdiği ve finansal başarı veya başarısızlık durumundan nasıl etkilendiği ortaya konulmaktadır (Eagle, ve Chaiken, 1993, s. 22-23).

Finansal okuryazarlık, finansal anlamda bireyin doğru hareket etmesini sağlayan bilgi ve beceriye sahip olması anlamına gelse de bireylerin doğru hareket etmesinde tutumlarının da önemli etkisi vardır. Bu bağlamda finansal tutum, finansal konulara karşı kişisel eğilim şeklinde tanımlanmaktadır. Dolayısıyla tutum ve tercihler finansal okuryazarlığın önemli bir unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır. Nitekim bireyler gelecek için tasarruf yapma konusunda olumsuz bir tutum içerisinde ise, bu tür finansal davranışları daha az gerçekleştirme eğiliminde oldukları düşünülür. Aynı şekilde, bireylerin öncelikleri kısa vadeli istekleri olursa, uzun vadeli finansal planlamalar yapma konusunda daha az istekli olurlar (Atkinson ve Messy, 2012, s. 33).

Finansal okuryazarlığa sahip bir birey gerçekleştirmeyi düşündüğü harcamalar için gelirinden belli bir bölümünü ayırır. Harcama planı içerisinde bir ürün satın almak varsa öncelikle bu ürün ile ilgili ihtiyacını doğru şekilde belirler ve benzerleri ile karşılaştırma yaparak rasyonel bir karar verir. Yatırım ve tasarruf konusunda doğru kararlar alır ve bu da finansal refah düzeyini yükseltir. Dolayısıyla bireylerin tasarruf ve yatırım konularında olumlu tutum sergilemeleri finansal okuryazarlık düzeyinde de olumlu etki ortaya çıkaracaktır (Şahin ve Barış, 2017, s. 82).

### **2.2.3. Finansal Davranış**

Finansal davranış, bireylerin mali durumlarını kontrol etmeleri, ihtiyaçlarını rasyonel bir şekilde karşılamaları, yatırım ve tasarrufları ışığında bütçeleme yapmaları ve

yapmış oldukları kısa, orta ve uzun vadeli tüm plan ve yatırımlarını güçlü bir şekilde değerlendirebilmeleri şeklinde tanımlanmaktadır. Finansal davranış, bireylerin finansal bilgileri ile finans toplumundaki psikolojik eğilimlerin bir sonucu olarak da ifade edilmektedir (Alkaya ve Yağlı, 2015, s. 589).

Bireylerin finansal davranışları finansal okuryazarlığın en önemli unsuru olarak kabul edilmektedir. Bireyin finansal davranış bağlamında planlı harcamalar yapması, finansal güvenliğini sağlaması finansal okuryazarlık anlamında olumlu çıktılar olsa da aşırı kredi kullanımı gibi finansal davranışlar ise finansal refahı azaltıcı etkiler ortaya çıkarabilmektedir. Dolayısıyla finansal okuryazarlık, finansal refahın artmasına veya azalmasına neden olacak davranışların belirlenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Finansal davranışlar, kişiden kişiye, kültürden kültüre farklı özellikler gösterse de finansal okuryazar olan bir bireyin finansal davranışının en temel çıktısı finansal refahı sağlamak olmaktadır. Bireylerin finansal davranışlarının sonuçları hem kısa hem de uzun vadede önemli etkiler ortaya çıkarabilmektedir. Örneğin, fatura ödemelerini aksatmak, yeterli araştırmayı yapmadan ürün almak ve ihtiyaç olmadan kredi kullanmak gibi davranışlar bireylerin finansal refahını olumsuz etkilemektedir (Atkinson ve Messy, 2012, s. 35).

Finansal davranışlar basitten zora doğru 4 ana başlıkta toplanmıştır. Bu başlıklar şu şekildedir (Bayram, 2010, s. 25):

- *Nakit akış yönetimi:* Bütçe oluşturma, harcama planı yapma ve ödemeleri zamanında yapma gibi finansal davranışları kapsamaktadır.
- *Kredi yönetimi:* Kredi kartına sahip olma, avantajlı krediler kullanma ve kredi borçlarını zamanında ödeme gibi finansal davranışları kapsamaktadır.
- *Birikim:* Tasarruf edebilme, acil ihtiyaçlar için birikim yapma gibi finansal davranışları içermektedir.
- *Yatırım:* Yatırım hesabı açma, emeklilik planını yapma ve fon hesabı açma gibi finansal davranışları içermektedir.

Tüm bu açıklamalar ışığında finansal okuryazarlığın, finansal davranışlar üzerinde önemli etkileri olduğunu söylemek mümkündür. Çünkü finansal okuryazar bir birey, borçlanma, yatırım, emeklilik planı gibi finansal davranış konularında finansal okuryazarlığı olmayan bireylere göre daha rasyonel hareket edebilmektedir. Başka bir deyişle, finansal davranışları konusunda daha başarılı ve doğru kararlar verebilmektedir.

Bu bağlamda davranış boyutundan yoksun bir finansal okuryazarlığın belirleyiciliğinden söz etmek güçtür.

### 2.3. Finansal Okuryazar Olabilme Şartları

Finansal okuryazarlık, finans alanında bir uzman olmak anlamına gelmemektedir. Bu doğrultuda finansal okuryazar kişinin de finans uzmanı olması gerekmemektedir. Finansal okuryazar olabilmek için temel bazı şartlara sahip olmak yeterli olabilmektedir. Bu temel şartlar; temel düzeyde finansal kavram, ürün ve uygulamalara ilişkin konularda bilgi sahibi olmak şeklinde belirtilmektedir (Gökmen, 2012, s. 23). Bu kapsamda finansal okuryazar bir kişi aşağıdaki bilgi, tutum, beceri ve davranışlara sahip olmalıdır (Gökmen, 2012 s. 24);

- Sahip olduğu parayı iyi yönetebilmelidir.
- Finansal sistemin işleyişi hakkında bilgi sahibi olmalıdır.
- Finansal planlar yapabilecek kapasiteye sahip olmalıdır.
- Çevresindeki insanlarla iyi iletişim kurabilme yeteneğine sahip olmalıdır.

Bir kimsenin finansal okuryazar olabilmesi için temel düzeyde finansal kavram ve ürünlere, finansal uygulamalara ilişkin bilgilere sahip olması gerekmektedir. ABD’de finansal okuryazarlık alanında Başkan’a rapor hazırlayan komite, raporda yer alacak bireylerin finansal okuryazar olarak değerlendirilmesi için aşağıda belirtilen kavramlar hakkında bilgi sahibi olmaları gerekmektedir. Bu kavramlar (Er ve Diğerleri, 2014, s. 115-116).

- Sermaye piyasası sistemi ve finansal kurumlar hakkında bilgi sahibi olmak.
- Nakit akım yönetimi ve sürekliliği sağlayabilecek kapasiteye sahip olma.
- Sahip olduğu kaynakları ve öncelikleri göz önünde bulundurarak harcama planı yapabilmek.
- Acil durumlarda fon oluşturabilme ve acil durum nedenlerini araştırabilme yeteneğine sahip olmak.
- Ev sahibi olabilme, kiralama ve tanımlama süreçlerini iyi yönetilmek.
- Piyasadaki finansal riskleri tanımak ve tanımlayabilmek.
- Finansal sahtekarlık ve hırsızlıklardan korunabilmek.
- Doğru zamanda ve doğru nedenlerle yatırım yapabilmek.

- Temel yatırım araçları hakkında bilgi sahibi olmak, risk ve getiri ilişkisini iyi yönetebilmek.
- Olağanüstü durumlara yönelik plan yapabilmek.
- Bireysel emeklilik, sigorta planlamaları yapabilme yeteneğine sahip olmak şeklinde belirtilmiştir.

Bir kimsenin finansal okuryazar olabilme koşulunu belirleyen yetenekler ise üç grupta değerlendirilebilir. Bu gruplar şu şekildedir (Temizel, 2010, s. 8);

- Finansal bilgiyi arayabilme becerileri.
- Finansal bilgiyi değerlendirebilme becerileri.
- Doğru finansal kararlar alabilmek için finansal bilgiden nasıl yararlanacağını bilme becerileri şeklindedir.

#### **2.4. Finansal Okuryazarlığın İşlevselliği**

Finansal okuryazarlığın, yatırım, sigorta ve mevduat gibi değerli araçlara olan güvenin artmasına katkı sağlamaktadır. Serbest piyasa koşullarında bilgilenmiş olan tüketiciler, finansal işlemlerini güvenli bir şekilde yürütebilmektedir. Bu yönüyle tüketiciler, finansal kurumların etkin olarak çalışmasına katkı sağlamaktadır. Bu durum finansal okuryazarlığın önemini açık bir şekilde ortaya koymaktadır. Finansal okuryazarlığın daha geniş perspektiften ele alınması tüketicilerin finansal farkındalıklar içerisinde olmalarını gerektirmektedir. Bu kapsamda, bireyin sahip olduğu finansal bilgi, yetenek, tutum ve davranışlarının seçilecek olan finansal araç ve ürünler üzerinde işlevi bulunmaktadır. Bu bilgi kapsamının içerisinde finansal terimler, finansal kavramlar yer almaktadır. Bunun yanında temel anlamda bireysel veya aile bütçesinin yönetimi de temel yetenekler arasında yer almaktadır. Dolayısıyla finansal okuryazarlık eğitimi tüketicilere yardımcı olan, tüketiciye finansal kararlar almasını sağlayabilen, yasal düzenleme ve politikalar hakkında bilgi akışı sağlayarak, tüketicinin korunmasını sağlayan bir işlev olarak ön plana çıkmaktadır (Bayram, 2010, s. 18).

#### **2.5. Finansal Okuryazarlığın Önemi**

Finansal alanlarda ortaya çıkan yeni gelişmeler, finansal enstrümanların ve finansal uygulamaların çeşitlenmesine neden olmaktadır. Bu durum, finansal alanlarda

karmaşık yapıya sahip finansal ürünlerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Ortaya çıkan bu karışıklıklar başta birey ve hane halkı olmak üzere ekonomik sistemin içerisinde yer alanların hem gündelik yaşamalarına hem de uzun dönemli planlarına yönelik ilgi, tutum ve davranış süreçleri üzerinde önemli bir rol üstlenmektedir (Ergün, vd., 2014, s. 849-850).

Finansal okuryazarlık hem farklı yaşlardaki tüketiciye hem de farklı gelir türüne sahip tüketiciye fayda sağlayabilmektedir. İşe yeni başlayan genç bireylerin bütçeleme ve tasarruf konularında temel araçları sağlama imkânı vermektedir. Böylece genç bireyler harcama ve borçlanma konusunda kontrol atında tutulabilmektedir. Ayrıca finansal okuryazarlık ailelere kendileri için bir ev alma ya da çocuklarının eğitimleri için tasarruf disiplini kazanmasına yardımcı olabilmektedir. Yaşlı çalışan bireylere akıllı yatırım yapmaları için bilgi ve beceri kazandırarak daha rahat bir emeklilik dönemi geçirmelerine yardımcı olabilmektedir. Finansal okuryazarlık, düşük gelir sahibi bireyler için de önem arz etmektedir. Bu kapsamda düşük gelirli bireylerin yapacakları tasarruflarla ve finansal olmayan kurumlar tarafından ücrete tabi tutulan yüksek komisyonlarda kaçınmaları hususunda bilgi akışı sağlamaktadır. Parası olup da yatırım yapmak isteyen tüketiciler için, risk, getiri, bileşik faiz gibi temel finansal bilgilerin yanında, özel yatırım tercihleri hakkındaki avantaj ve dezavantajlarının karşılaştırılmasına imkân sağlamaktadır (Temizel, 2010, s. 25).

Finansal okuryazarlık kavramı üniversite öğrencileri için de önemlilik arz etmektedir. Günümüzde üniversite öğrencileri faturalarını ödemelerini bankalar aracılığıyla ödemekte, kredi kartı kullanmakta, harç ödemelerini mobil internet bankacılığı aracılığıyla gerçekleştirmekte, seyahatler için seyahat sigortası kullanmakta, eğitim kredisi almaktadır. Tüm bunlar finansal okuryazarlığın üniversite gençleri için önemini ortaya koymaktadır (Temizel ve Bayram, 2011, s. 11).

Serbest piyasada finansal tüketicilerin finansal işlemlerini güvenle yürütmelerinde ve finansal kurumların sorunsuz, etkin bir şekilde çalışmasında finansal okuryazarlığın önemi oldukça yüksektir (Temizel, 2010, s. 11).

Finansal okuryazarlık, tüketicilerin çalışma hayatlarındaki istikrarsızlıklar, bireysel sorumluluklarının artması, borçlanma, sosyal güvenlik sorunları, daha uzun süre yaşama isteği gibi nedenlerden dolayı ön plana çıkmaktadır. Bu nedenler göz önünde tutulduğunda finansal okuryazarlığı ortaya çıkaran sosyal, ekonomik ve politik nedenlerin olduğu görülmektedir. Sosyal nedenlere bakıldığında demografik verilerin değişmesi,

ekonomik nedenlere bakıldığında finansal yapıların yapısında meydana gelen değişiklikler, politik nedenlere bakıldığında ise sosyal güvenlik kurumlarının değişmesi gibi nedenler ön plana çıkmaktadır (Bayram, 2015, s. 107).

## **2.6. Finansal Okuryazarlığın Makroekonomik Etkileri**

Türkiye'nin dünyada büyük ekonomiler içerisinde yer almasında finansal okuryazarlığın önemi oldukça yüksektir. Bu kapsamda finansal okuryazarlık alanındaki gelişmeler ile ekonomide etkin ve verimli politikalara ulaşmak mümkün hale gelecektir. OECD'nin PISA (Programme for International Student Assessment) olarak adlandırdığı araştırma, üye olan ülkeler arasında sürekli değerlendirilmektedir. Yapılan araştırmalara göre, Türkiye matematik ve fen bilimlerinde çoğu zaman OECD ortalaması üzerinde kalmaktadır. Tasarruf bilincinin artmasından işletmelerin büyümesine kadar birçok alanda matematiğin alt kolu olan finansal matematik ya da ticari matematikle karşılaşılmaktadır. Bu durum cari denge ve GSYİH gibi makro ekonomik kalemler üzerinde etkili olmaktadır. Finansal matematik, paranın değerini, başka bir ifadeyle alternatif fırsat maliyetinin karşılığı olan fiyatı, yani faizi dikkate almasıyla önemli bir işlev üstlenmektedir. Dolayısıyla finansal matematik, finansal yönetimle beraber, bireylerin ve kurumların hayatında önemli bir yer edinmiştir (Dirican, 2013, s. 1-2)

Bireyler finansal matematikle günlük hayatın her alanında karşılaşmaktadır. Bankacılık sisteminde mevduat faiz oranları ile tahvil getirisini karşılaştırmaktan tutunda, ihtiyaç kredilerinden mortgage ev kredileri hesaplamalarına kadar birçok alanda karşı karşıya kalınmaktadır. Finansal matematik iskonto, faiz oranı hesabından bileşik faiz kadar, işletmelerin güncel yatırım projelerindeki önemli noktalara kadar etki etmektedir. Bireyler v kurumlar finansal planlama ve yönetim ile gereksiz kredi kullanımından, aşırı kredi kullanımından ve yüksek fiyattan kredi kullanımından kurtulabilmektedirler. Ayrıca birikim ve yatırımlarında doğru fiyatlamayla sağlıklı karşılaştırmalar yapma imkânı bulabilmektedirler. Bu kapsamda bireyler veya kurumlar, alternatif fırsat maliyeti, bir durumu tercih etme ya da vazgeçme, vazgeçilene veya tercih edilene göre mevcut olan ile arasındaki lehte ya da aleyhte oluşabilecek farkları gerebilme şansı elde edilmektedir. Tüm bunların gerçekleşmesi için farklı faiz oranları, gizlenen maliyetler, farklı vade yapıları, vergi, harç, döviz kuru, parite ve mekân gibi değişkenler maliyet ve getiri hesaplamalarına dahil edilmelidir. Tüm bu nedenler bakıldığında, finansal okuryazarlık ve okur yazarlık bireylerin, kurumların hayatında önemli bir yer edinmektedir. Bu durum,

ekonomik ve finansal krizlerde, başarı ile başarısızlık kadar, ince bir çizgi kadar önem taşımaktadır (Dircan, 2013, s. 6-11).

## 2.7. Türkiye’de Finansal Okuryazarlık

2008 yılında yaşanan küresel ekonomik krizin ardından borçlu olan ve emeklilik planını yapmayan bireylerin karşı karşıya kalmış olduğu sosyo-ekonomik sıkıntılar finansal okuryazarlığın önemi ortaya koymuştur. Gelişmekte olan bir ülke olan Türkiye’de de bireyler benzer sosyo-ekonomik sıkıntılarla karşı karşıya kalmış ve bunun sonucunda bireyler kendi gelirlerini ve risk yönetimlerini planlamada daha fazla sorumluluk almaya başlamıştır. Özellikle de genç nüfus bu konuda en çok etkilenen kesim olduğu için finansal okuryazarlık anlamında gelişim göstermeye başlamıştır (Özdemir, vd., 2015, s. 98-100).

Finansal okuryazarlığın yüksek olduğu ülkelerde uygulanan ekonomi politikaları ve politikaların uygulanma başarısı, ülkedeki tasarruf düzeyinin artması, bireylerin mutluluğu ve finansal hizmet çeşitliliği gibi birçok olumlu gelişme yaşanmaktadır. Tüm bu olumlu yönlerinden dolayı finansal okuryazarlık eğitimi birçok ülkede hem kamu otoritelerince hem de özel sektör kuruluşlarınca ilgi görmüş ve bireylere verilmeye başlanmıştır. Türkiye’de finansal okuryazarlık eğitimi sivil toplum kuruluşları ve özel sektör tarafından verilen bir hizmet aracı olmaktan ziyade devlet politikalarında yer almaya başlayan bir yatırım aracı olmuştur (Bayram, 2015, s. 110).

Türkiye’de finansal okuryazarlık eğitimi ile ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında birçok kurumun görev ve sorumluluklarından dolayı farklı sahalarda çalışmalar gerçekleştirdiği ve bu çalışmaların genel olarak birbirlerinden bağımsız şekilde gerçekleştiği görülmektedir. Bu nedenle ülkemizde finansal farkındalığın daha da artırılması amacıyla finansal eğitim konusunda ulusal çapta bir stratejinin geliştirilmesi ve bu konuya özel bir önem verilmesi gerekmektedir. Nitekim son yıllarda gelişmiş ülkelerde finansal eğitim konusuna büyük önem verildiği görülmektedir. Bu bağlamda Türkiye’nin finansal eğitim konusunda gelişmiş ülkelere kıyasla istenilen seviye olmadığı görülmektedir. Bunun temel sebebi ise finansal eğitim konusunda neler yapılabilir araştırılması yerine halen finansal eğitim kavramının anlaşılmasına çalışılmasıdır. Ayrıca yaşanan makroekonomik istikrarsızlıklar da bu konuda önemli bir unsurdur (Hayta, 2011, s. 272).

Türkiye’de finansal okuryazarlığın geliştirilmesi için yapılan birtakım çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmaları şu şekilde belirtmek mümkündür.

- **Finansal Okuryazarlık ve Erişim Derneği (FODER)** bu konudaki ilk sivil toplum kuruluşu olarak 2012 yılında kurulmuştur. Dernek OECD tarafından akredite edilmiş ve OECD finansal eğitimin bir parçası olmuştur. Günümüz dünyasında en basit parasal işlemlerde dahi finansal bilginin yeterli olması gerekmektedir. Bireylerin parayı yönetebilmeleri, para bilgilerini gerçekleştirebilmeleri ve finansal anlamda isabetli karar alabilmeleri gün geçtikçe daha da önemli bir hale gelmiştir. Bu bağlamda finansal okuryazarlık bireylere içerisinde bulunduğu finansal dünyayı okuyabilmeyi ve bu doğrultuda isabetli kararlar verebilmeyi sağlamaktadır. İşte bu ihtiyaçlar doğrultusunda bireylerin finansal sorularına cevap verebilmek için FODER kurulmuştur. FODER’in temel amacı, finansal okuryazar bir Türkiye için ekosistem oluşturmaktır. Bu amaç ışığında kamu, özel sektör ve diğer STK’lar ile iş birliği yaparak ülke genelinde bireylerin finansal okuryazarlık düzeylerini arttırmak amacıyla bilinçlendirme, eğitim, araştırma ve uygulamalara destek olma faaliyetlerini sürdürmektedirler. Bu kapsamda FODER’in temel hedefleri şu şekildedir (<https://www.fo-der.org/> Erişim: 05.04.2023):
  - %50 olan bankacılık dışı nüfusun gelişmiş ülkelerdeki standartlara çekilmesi.
  - Araştırma yapacak, koordinasyonu sağlayacak ve bu konudaki diğer çalışmaları yapabilecek bir ulusal konsey kurmak.
  - Finansal okuryazarlığın eğitim müfredatına girmesini sağlayarak her yaştan finansal okuryazarlık eğitimini başlatmak.
- **Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası’nın Faaliyetleri;** TCMB finansal okuryazarlığın geliştirilmesi için diğer kurum ve kuruluşlarla iş birliği içerisinde finansal eğitimler vermektedir. Ayrıca yapmış olduğu çalışmalar ile bireylere doğru bir şekilde borçlanmayı, tasarruflarını etkin bir şekilde kullanmayı ve risk yönetim kültürünün oluşturulmasını sağlamayı amaçlamıştır. Bu bağlamda “Merkez Bankası Stratejik Planı” çerçevesinde çalışmalarını yürütmektedir. Bu çalışmalara örnek olarak TCMB tarafından 2018 yılında yapılan “Herkes İçin Ekonomi” adlı proje önemli bir gelişmedir. Bu çalışma ile toplumun her kesimine ekonomiyi ve para politikasını anlatmak amaçlanmıştır. Bu kapsamda ilköğrencilerinden başlayarak tüm kesimlere para, enflasyon vb. ekonomik kavramların öğretilmesi amaçlanmıştır (Adalar, 2019, s. 60).

- **Sermaye Piyasası Kurulu’nun Faaliyetleri;** SPK bireylerin piyasa ile ilgili kullanışlı, güncel ve yararlı bilgileri öğrenebilmesi için finansal okuryazarlık eğitimlerini aktif bir şekilde yürütmekte ve desteklemektedir. Bu bağlamda kurul, piyasada fon arzının oluşması, sermaye piyasalarına daha çok birikim yönlendirilmesi, toplumda bir sermaye piyasası kültürünün oluşturulması ve piyasada güven ortamının sağlanmasına yönelik çalışmalar yürütmektedir. Örneğin, “Yatırım Yapıyorum” isimli bir web sitesi kurulmuş ve finansal okuryazarlığın gelişimine katkı verilmesi amaçlanmıştır. Bu web sitesi aracılığıyla bireylere finansal işlemlerle ilgili bilgiler verilmekte ve tasarruf yapmak isteyen kişilere sanal ortamda yatırım yapma imkanı verilerek bireylerin bu alanda kendilerini test etmeleri sağlanmaktadır (Haydari, 2018, s. 33-34).

Türkiye’de finansal okuryazarlık ile ilgili yapılan diğer çalışmaları ise şu şekilde belirtmek mümkündür (Bayram, 2015, s. 111):

- 2014 yılında Başbakanlık tarafından finansal eğitim ile ilgili “Finansal Erişim, Finansal Eğitim, Finansal Tüketicinin Korunması Stratejisi ve Eylem Planları” adlı genelge yayımlanmıştır. Böylelikle finansal eğitim ile ilgili yasal bir altyapı oluşturulmuştur.
- 2011 yılında T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi, İSMEK ortaklığında ve Doğu Grubu’nun sponsorluğunda faaliyete geçen, “İstanbul Finans Merkezi Yolunda Hedef 20.000 Kadın” projesi de önemli bir çalışmadır. Finansal okuryazarlık çalışmalarının Türkiye’deki kadınlara yönelik düzenlenen ilk ve tek platformu “Para Durumu” kapsamında, yaklaşık 10 bin kadın katılımcıya ulaşılmış ve böylece kadınların finansal okuryazarlık seviyeleri yükseltilmeye çalışılmıştır.
- Borsa İstanbul ile Anadolu Üniversitesi’nin iş birliğinde borsa ve sermaye piyasalarına dair farkındalık ile finansal okuryazarlığın artırılması amacıyla programlar, eğitimler, tanıtımlar, faaliyetler ve diğer çalışmaların gerçekleştirilmesi amacıyla protokol imzalanmıştır. Bu protokol kapsamında 2013’ten itibaren Anadolu Üniversitesi e-sertifika programı kapsamında Temel Düzey Finansal Okuryazarlık ve İleri Düzey Finansal Okuryazarlık programları verilmektedir.

## 2.8. Dünya’da Finansal Okuryazarlık

Finansal okuryazarlık gerek Türkiye’de gerekse gelişmiş ülkelerde araştırmaya konu olmuştur. Bu kapsamda finansal okuryazarlık düzeyini artırmak için kampanyalar yapılmaktadır. Burada amaçlanan durum, yalnız kişilerin bilgi seviyelerini artırmak değil, aynı zamanda finansal durumun yeniden değerlendirilip iyileştirmeler yapmak şeklinde ortaya çıkmaktadır. Ayrıca gerekli olan finansal bilgiye erişip kullanabilmek, finansal piyasalardaki tehlikelerden korunmak, finansal hizmetler piyasasına katılım sağlamak için gereken bilgi ve becerilere sahip olmalarını sağlamak önemli faktörlerdir (Taşçı, 2011, s. 95-96).

Gelişmiş ülkeler başta olmak üzere dünyada son zamanlarda finansal okuryazarlığa olan ilgi yoğun bir şekilde artmaktadır. Dolayısıyla vatandaşların finansal birikim, beceri ve donanımlarının geliştirilmesi amacıyla, finansal açıdan bilinçli bireylerin hem kendilerine hem de toplumun çıkarlarına fayda sağlayacağı varsayımıyla, kamu sektörü ve özel sektörü iş birliği içerisinde çalışmaktadır. Bunun yanında Avrupa Ekonomik İş birliği ve Kalkınma Örgütü, Dünya Bankası, Avrupa Birliği gibi kuruluşlar da finansal okuryazarlığın önemini anlaşılması için yoğun çaba içerisinde olmaktadır (Altıntaş, 2008, s. 159).

Finansal okuryazarlık konusu, ABD, İngiltere, Japonya vb. gibi ülkelerin yanında gelişmekte olan ülkelerde de ekonominin ve piyasaların sağlıklı gelişmelerine katkı sağlamak için yürütülen alternatif ve stratejik çalışma alanları bulunmaktadır. Ülke uygulamalarında genel olarak, finansal konuların daha iyi anlaşılması için mevcut derslerin içinde bir ünite veya kazanım olarak yer almaktadır. Öğrencilerin bu konuları iyi anlayabilmeleri ve daha etkin öğrenebilmeleri için yazılı dokümanlar dışında internet siteleri, online oyunlar, sosyal aktiviteler gibi farklı yöntemlere başvurulduğu görülmektedir (Taşçı, 2011, s. 98).

Yapılan tüm araştırmalara bakıldığında, finansal okuryazarlık seviyesinin hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde düşük seviyelerde kaldığı görülmektedir. Bu kapsamda yapılan çalışmaların çoğu ABD’de yapılmakta olduğu görülmektedir.

## 2.9. Dijital Finansal Okuryazarlık

Bireylerin okuma-yazma, sayıları kullanma, fikir ve görüşlerini beyan etme, problem çözme ve karar verme becerililerinin tümünü ifade etme yetisi okuryazarlık kavramı olarak ifade edilmektedir. Okuryazarlık, bireyin amaçlarına ulaşma, bilgi ve birikimlerini geliştirmelerini böylece topluma entegre olmalarını sağlayan bir öğrenme sürekliliği olarak da ifade edilir. Her iki tanımdan hareketle okuryazarlığın çeşitli düzeylerinin de olduğu ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla söz konusu terim zamanla kapsamlı bir hal alarak medya okuryazarlığı, finansal okuryazarlık, teknolojik okuryazarlık ve dijital okuryazarlık gibi türlere ayrılmıştır. Söz konusu tanımlardan finansal okuryazarlık, bireylerin finans konularını anlama, analiz yapma, yönetme ve harekete geçme yeteneği olarak ifade edilmektedir. Kısaca finansal okuryazarlık bireylerin sahip oldukları paralarını kullanma ve yönetme kararlarını ifade etmektedir (Parasad vd., 2018, s. 24).

Finansal okuryazarlık düzeyi bireyin teknik bilgiye sahip olmasının yanında finansal gelişmeleri de takip etmeyi zorunlu kılmaktadır. Bu nedenle dijital kanalların kullanımı bilgiye ulaşım konularında daha hızlı bir süreci ifade etmektedir. Dijitalleşmenin artan önemiyle birlikte finansal okuryazarlık ve dijitalleşme kavramları ön plana çıkmaktadır (Taşlıyan vd., 2023, s. 232).

Teknolojinin değişimiyle birlikte finansal sektör de hızlı bir şekilde ivme göstermektedir. Özellikle finansal sektörün dijitalleşen kanalları sayesinde bireylerin finansal işlemleri zaman ve maliyet tasarrufu sağlayarak daha aktif kullanması mümkün olmuştur.

Dijitalleşmenin getirdiği zaman ve maliyet payının düşmesinin yanında tüm bu hizmetlerin dijital ortamda görülmesinin de belirli dezavantajlı sonuçları olmaktadır. Bireylerin dijital ortamlarda karşılaştıkları kimlik avı, bilgisayar korsanlığı, gizli veri erişimi, yetkisiz satış ve aşırı borçlanma gibi sorunların önüne geçmek için dijital finansal okuryazar olmak önemli hale gelmiştir. Dolayısıyla bireylerin bu tarz sorunlardan kaçınmak için dijital finansal okuryazarlık düzeylerinin gelişimi şart hale gelmektedir (Morgan vd., 2019, s. 4).

Dijital okuryazarlık kavramı Gilster tarafından “dijital ortamlardaki bilgiyi farklı şekillerde yorumlayıp anlayabilme becerisi olarak” ifade edilmiştir. Dijital okuryazarlık, akıllı cihazlar, bilgisayar, telefon ve diğer teknolojik ürünler ile bilgiyi anlama, yorumlama ve analiz etme becerisi olarak gösterilmektedir. Ayrıca dijital okuryazarlık

sadece bazı teknolojik araçları kullanma yetisi olarak gösterilmemektedir. Bu yetenekler araçlara erişim, kullanım bilgisi ve becerisine sahip olmayı ortaya koymaktadır (Çavuş, 2023, s. 15):

- Dijital platformların bünyesindeki uygulamaları analiz edebilmek için yeteri seviyede olmak
- Aynı zamanda dijital teknoloji ile yaratma becerisine sahip olmayı gerektirmektedir.

Dijital alanda var olmanın temelini oluşturan dijital okuryazarlık dijital araçları amaca göre kullanmak, üretken olmak, akılcı davranmak ve şeffaf olarak hızlıca denetleyebilmeyi bir hizmet olarak sunmaktadır. Dijital ortamda bulunan her birey önce iyi bir dijital okuryazar ardından da bu ortamı etkili kullanmanın yollarını bulmalıdır. Dijital okuryazarlık birçok yetkinlik, beceri ve yeniliği içinde barındıran geniş kapsamlı bir okuryazarlık türüdür. Finansal sektörün dijitalleşmesi birlikte dijital finansal okuryazarlık da büyük önem kazanmıştır (Kükre vd., 2020, s. 7).

Dijital okuryazarlık özellikle internet erişimiyle birlikte önemli bir hal almıştır. Teknolojinin değişimin öncüsü sayılan internet sayesinde dijital dünyanın faydalarına ulaşmak daha pratik bir hale gelmiştir. Dijital okuryazarlığın internetle birlikte sunduğu hızlı ve pratik erişim imkânının yanında önemli güvenlik sorunlarını da beraberinde getirmiştir. Özellikle finansal alanda yaşanabilecek dolandırıcılık, bilgi hırsızlığı ve hesap erişimleri önemli bir soru haline gelmiştir (Karabacak ve Sezgin, 2019, s. 321).

Bireylerin dijital okuryazarlık hakkında beceri ve yeteneklerini harekete geçirip dijital ortamda işlemlerini zarar görmeden yürütmesi büyük önem taşımaktadır. Dijital okuryazarlık yeteneğine sahip kişilerde bulunması gereken bazı özellikleri Bawden (Çavuş, 2023, s. 23) şöyle ifade etmiştir:

- Güvenilir bilgileri farklı kaynaklardan toplama,
- Elde edilen bilgiler hakkında gerçek ve etkili kararlar almaya yönelik eleştirel bilgi yapısına sahip olma,
- Karmaşık yapıdaki bilgileri ayırt etme ve anlama becerisi,
- İletişim ağlarının neye hizmet ettiğini öğrenme,
- Amaca uygun dijital araç ve filtrelerin kullanılması,
- İletişim ve yayın konusunda kendisinden emin olması.

Dijital okuryazarlık kavramı ile birey bilgilerin hangi amaca hizmet edeceğini belirlemekte ve bu amaçlara ulaşmak için hangi uygulamalar ile nasıl ulaşacağını tespit

edebilmektedir. İzlenecek bu yol dijital okuryazarlığın alt boyutlarının oluşmasını sağlamaktadır. Dijital okuryazarlığın alt boyutları (Janssen ve Lazonder, 2020, s. 144):

- Etik ve sorumluluk,
- Genel bilgiler,
- İşlevsel beceri,
- Gündelik hayatta kullanabilme,
- Profesyonel üretim,
- Gizlilik ve güvenlik
- Sosyal boyut.

Birey dijital okuryazarlık ile ilgili becerileri ortaya koymak istediğinde bu alt boyutların farkında olarak hareket etmelidir. Dolayısıyla dijital finansal okuryazarlık kavramının sahip olduğu tüm imkanlar göz önüne alındığında birçok meslek grupları ve bireyler için önemli bir hal almaktadır. Finansal konular hakkında bilgi sahibi olmak ve finansal riskleri en aza indirmek amacıyla dijital okuryazarlığın önemi giderek artmaktadır. Dijital finansal okuryazarlık sayesinde bütçe kontrolleri, mali sorumlulukların planlaması ve mali risklerin bertaraf edilmesi gibi önemli finansal riskler en aza indirgenebilmektedir. Aynı zamanda dijital finansal okuryazarlık ile birlikte bireyler kredi kullanımı, fon yatırımı, vergi ödemeleri, sigorta takibi ve diğer yatırım işlemlerini etkili kullanarak bilinç düzeyini de artırmaktadır (Kaygın, 2020, s. 54).

### **2.9.1. Dijital Finansal Okuryazarlığın Boyutları**

Bireylerin finansal konulardaki bilgi düzeyleri ile finansal alanda tutum ve davranışlar ileriye yönelik harcama ve yönetim gibi parasal konularda alınabilecek kararları etkilemektedir. Finansal konularda bireylerin daha kolay bilinçli kararlar almasını sağlayan 4 alt boyut aşağıda belirtilmektedir (Özer, 2019, s. 256).

- Finansal Bilgi
- Finansal Davranış
- Finansal Tutum
- Finansal İlgi

### **2.9.1.1. Finansal Bilgi**

Finansal bilgi, bireylerin finansal karar almaları için gerekli olan bir etkidir. Bireyler yatırım gerçekleştirirken kar elde ederek kazanç sağlamak isterler. Yatırım da doğru kararlar verebilmek için finansal piyasalar hakkında hem temel düzeyde hem de ileri düzeyde bilgi sahibi olmaları gerekmektedir (Çetinkaya, 2020, s. 1203).

Finansal bilgi, bireylerin finans piyasalarında meydana gelen güncel gelişmelerin takip edilmesi, finansal ürünlerin kıyaslanması ve doğru kararlar ile yatırımlar verilebilmesi için gerekli olan finansal okuryazarlık boyutlarından biridir. Birey finansal piyasalardan bilgi sayesinde elde ettiği avantajlı imkanlara birlikte para tasarrufu konusunda olumlu etkiler ortaya çıkmaktadır (Toktaş, 2019, s. 1581).

Finansal bilgi, finansal ürün ve hizmetler ile ilgilenen bireylerin daha bilgili tüketiciler haline gelmesini sağlamaktadır. Beceri ve yetenekten yoksun bir bireyin eğitime olan ihtiyacı da ortaya çıkmaktadır. OECD, finansal eğitim kavramını, bireylerin finansal ürün ve hizmetleri kapsayan kavramları en iyi düzeyde anlamalarında ve finansal bilgi seviyesinin artırılabilmesinde izlenen bir süreç olarak değerlendirilmektedir. 2005 yılında OECD yayınladığı Finansal Okuryazarlığı Geliştirme Raporunda finansal bilgiyi önemli kılan faktörler şunlardır (OECD, 2017, s. 14):

- Finansal ürünlerde oluşan karmaşıklık,
- Finansal ürünlerin sayısında oluşan artış,
- Doğum oranlarında meydana gelen artış ve ortalama yaşam süresinin uzaması,
- Emeklilik yaşı ve imkanlarında yapılan değişimler,
- Gelirde meydana gelen değişimler,
- Sermaye piyasalarında oluşan değişiklikler.

### **2.9.1.2. Finansal Davranış**

Finansal piyasaların riskli yapıya girmesi bireylerin de finansal karar vermelerini zorlaştırmaktadır. Finansal eğitim konusunda yeterli bireyler riskli finansal kararlara karşı daha bilinçli davranış gösterecekleri düşünülmektedir. Bu durum kişilerin finansal gelişim sürecini de olumlu etkileyebilmektedir (Toktaş, 2020, s. 1203).

Finansal davranışın ölçümü için bireylerin para ile olan ilişkilerine bakılmaktadır. Harcama ve ürün özellikleri, finansal bütçeleme ve borçlanmaya gidebilmesi finansal

davranış özelliklerini ortaya koymaktadır. Kısacası finansal davranış, bütçe kullanımı, finansal karar alımında bilinçli olma ve harcama yaparken planlı şekilde mali işlemleri yürütme olarak ifade edilmektedir (Çetinkaya, 2020, s. 1203).

Bireyler finansal hizmetleri kullanırken hayatının her döneminde uygulaması gereken faaliyetleri finansal açıdan planlaması gerekmektedir. Finansal tutum ve davranışlara sahip bireylerin finansal karar vermede başarılı olma ihtimalleri daha yüksektir. Söz konusu durum tüm meslek grupları için geçerlidir. Örneğin geleceği için kaygılanan bir kişinin geleceği için kaygı durmayan bir kişiye göre harcama ve tasarruf kültürleri birbirinden daha farklı olacaktır (Çavuş, 2023, s. 39).

Kişilerin finansal kararları onların finansal refahlarını da etkilemektedir. Tasarrufların giderek azalması, aile içi borçlanmanın artmasıyla birlikte harcama ve yatırımlardaki dengesizliklerin bireylerin finansal davranışlarını inceleme zorunluluğunu doğurmaktadır. Finansal okuryazarlık bireyleri doğru yatırımlara yönlendirebilmek için risk profillerine uygun tercih yapabilmeyi, harcama ve tasarruf gibi konularda doğru kararlar alabilmeye yardımcı olmaktadır. Söz konusu durum sonucunda bireylerin mali durumlarına göre hareket etmesi beklenmektedir (Temizel, 2020, s. 74).

Bireyler riskli finansal hizmetlere karşı kendilerini güvende hissedebilmeleri için finansal okuryazarlığın gelişimine ihtiyaç duyarlar. Günlük yaşamda sürekli kullanılan kredi kartları, krediler, ödemeler ve bireysel emeklilik planları gibi finansal hizmetler hakkında finansal bilgi eksikliklerinin giderilmesi için finansal davranış içerisinde bulunmak gerekir. Bununla birlikte finansal davranış, tüketici bilinci olarak da bilinmektedir. Bu durum özellikle bireylerin finansal anlamda sorun yaşadıkları dönemlerde gösterdikleri davranışı ifade etmektedir. Bu sebeple finansal okuryazar olmak yerinde kararlar almayı ve böylece finansal anlamda yanlış yönlendirmelerin de önünü kesmeyi amaç edinmektedir (Gök, 2020, s. 358).

### **2.9.1.3. Finansal Tutum**

Finansal tutum, bireylerin finansal konularda bilgili olmalarına rağmen söz konusu bilgiyi harekete geçirebilmeyi ifade etmektedir. Finansal okuryazarlığın önemli boyutlarından olan finansal tutum, bireyin geleceğe yönelik plan yaparak tasarruflarını yönetmesi olarak ifade edilmektedir (Yılmaz ve Kaymakçı, 2021, s. 143).

Birey bir faaliyete bulunmak için gerekli olan bilgiye sahipse bile göstereceği davranış onları tutumlu olmayı zorunlu kılacaktır. Buna göre bilgi, beceri, davranış ve

tutum bireyi finansal refaha ulaştıran kararlar almasına yardımcı olmaktadır. Bireyin kaygı ve öfke gibi duyguları onların finansal kararlar almalarını olumsuz etkilediği görölmektedir. Esnek karar alabilmesi, dijital kanallara ulaşım, finansal hizmetlerin kullanım kolaylığı gibi nedenler ise bireylerin finansal tutumlarını olumlu yönde etkilemektedir (Çavuş, 2023, s. 40).

#### **2.9.1.4. Finansal İlgi**

Finansal ilgi, yatırımcıların motivasyonlarını artırması, yatırım yönetimini doğru bir şekilde yönetmesi, finansal araçlarla ilişkilerin doğru kurulması ve buna karşılık finansal dolandırıcılık girişimlerine karşın bilinçlenme eğilimi ve kredi kullanımı konularında ilgili olarak tepki vermesi olarak ifade edilmektedir. Finansal ilginin amacı bireylerin güvenlik kaygılarını en aza indirme açısından önemlilik arz etmesidir (Karyağdı, 2008, s. 14).

Finansal ilgi, kişilerin finansal okuryazarlık seviyesinin artırmasını sağlayan ve finans kültürünü etkin kılmak, değiştirmek ve gelişimine yön vermek için finansal eğitim öğretim faaliyetlerine duyulan ilgi olarak ifade edilmektedir (Çavuş, 2023, s. 42).

#### **2.9.2. Dijital Finansal Okuryazarlığa Etki Eden Etmenler**

Finansal okuryazarlık için kişilerin doğru kararlar verebilmeleri için bazı becerilere hâkim olması ve bunları bilmesi gerekmektedir. Finansal okuryazarlığa etki eden etmenler şunlardır (Turhan, 2021, s. 293):

- Tasarruf
- Yatırım
- Harcama
- Borçlanma
- Para Yönetimi

##### **2.9.2.1. Tasarruf**

Bireylerin elde ettikleri kazançlarının sonucunda kalan kazançları ileriye dönük olarak elde tutmaları tasarruf olarak ifade edilmektedir. Çeşitli şekillerde gerçekleştirilen

tasarruflar gelecekte ortaya çıkacak finansal risklere karşı önemli ve finansal refah amacıyla gerçekleştirilmektedir (Çavuş, 2023, s. 44).

Vadeli hesap, tahvil, bono, döviz, gayrimenkul ve hisse senedi gibi finansal araçlarla tasarruf kaynakları oluşturulur. Tasarrufların sürekli olarak yatırımlara iletilmesi toplam üretim hacmini de artırmaktadır. Söz konusu üretim hacminde meydana gelen artış da ülke ekonomisinde artışa sebebiyet vermektedir. Tasarruf yetersizliği nedeniyle cari açık yaşayan ülkelerde yurt içi tasarruf oranlarının artırılması büyük önem taşımaktadır. Tüketim harcamaların azaltan faktörler tasarrufları artırmakta ve tüketim harcamalarını artıran faktörler ise tasarrufu azaltmaktadır. Söz konusu durumda tasarruf yatırımı belirleyen bir kavram olarak ortaya çıkmaktadır (Akdağ ve Saban, 2019, s. 7).

### **2.9.2.2. Yatırım**

Sermayenin uluslararası alana yayılmasıyla birlikte finansal ürün ve hizmetler de ekonominin gelişmesine büyük katkılar sunmuştur. Söz konusu gelişmeler bireylerin yatırım yapma olanağı sunmaktadır. Kişilerin yatırım yapma konusunda finansal okuryazarlık düzeyleri yeterli değilse finansal kayıp riskleri artmaktadır. Riskli hale gelen yatırımlar daha çok kazanç sağladığı gibi büyük kayıplara da neden olmaktadır. Bireylerin gerçekleştirdikleri yatırım ve tasarruflar iyi bir yaşamın altyapısını sunmaktadır. Finansal araçlara yapılan yatırımların artması dijital finansal okuryazarlık açısından da büyük önem taşımaktadır (Erkan, 2021, s. 381).

Tasarruflarını yatırım alanına dönüştürmek isteyen eğitimli bireyler bankalar aracılığıyla birikimlerini para piyasalarına ileterek tasarrufları ekonomiye kazandırabilmektedir. Böylece bireysel tasarruflar finansal piyasalarda toplanıp büyük değerlere ulaşabilmektedir. Şirketler için de büyük yatırım düşünenlere önemli fon kaynakları böylece sağlanmaktadır. Şirketlerin önemli yatırım kararlarıyla birlikte ekonomi de büyüme gerçekleşerek yatırımlar sonucunda istihdam ve işsizlik gibi makroekonomik göstergelerin çözülmesine yardımcı olabilmektedir (Temizel ve Özgüler, 2015, s. 3).

### **2.9.2.3. Harcama**

Tolumu oluşturan bireylerin benzer talep ve ihtiyaçları bulunmaktadır. İnsanların ihtiyaçları fazla olmasına karşın bunu karşılayacak olan kaynaklar da kısıtlı durumdadır.

Bu nedenle insanlar isteklerini belirli bir düzeyde mal ve hizmet ile karışılmak zorunda kalmaktadır. Bireyler gelirlerine göre isteklerini maksimum fayda ile elde etmek amacıyla planlama yapmak zorundadır. Bu nedenle bireyler ihtiyaçlarını önem sırasına göre belirleyerek kendi harcama kalemlerini ortaya koymaktadır (Yayar ve Tekgün, 2021, s. 106).

Harcama kalemleri bireyin gelir etkisinin yanında demografik değişkenine göre de çeşitlilik göstermektedir. Bireyin demografik özellikleri değiştikçe harcama bileşenlerinde de farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Nihayetinde her bireyin kendi temel ve öncelikli ihtiyaçları doğrultusunda rasyonel davranış içerisinde harcama yapması beklenmektedir (Yayar ve Tekgün, 2021, s. 107).

Harcama faaliyetinin yerine getirilmesi bireyin ekonomik unsurlarına bağlıdır. Bireyin gelir durumu, tüketim alışkanlıkları, enflasyon beklentisi ve kredi oranları gibi değişkenler harcama özelliğini etkiler. Özellikle tüketim ve gelir üzerinde yapılan araştırmada Keynes (1964), gelirdeki bir artışın tüketim harcamalarında artışa yol açtığı sonucuna varmıştır. İnsanların yaşamlarını devam ettirebilmeleri için tüketim ve harcama gerekliliğini ortaya koymuştur (Keynes, 1964, s. 9).

#### **2.9.2.4. Borçlanma**

Tüketimin yaygın görüldüğü günümüz dünyasında finansal krizler, piyasa dalgalanmaları, ekonomik istikrarsızlıklar ve gelir dağılımındaki adaletsizlik sorunu bireylerin ekonomik durumunu olumsuz etkilemektedir. Bireylerin satın alma gücünün düşmesi ve hayatına devam edebilme zorunluluğu harcama kalemlerinin de artışına sebebiyet vermektedir. Söz konusu durum sonucunda eldeki gelir harcamayı karışılmadığı zaman borçlanmaya gidilmektedir. Borçlanmanın temel göstergelerinden biri olan tüketici kredisi ve kredi kartı harcamaları BDDK verilerine göre her yıl artış göstermektedir. Borçlanmanın artması bireyin kontrolü kaybetmesi gibi durumlar bireyin yaşam kalitesini bozmaktadır (Akova ve Zimonjic, 2018, s. 22).

Borçlanma, günümüzde devletler ve işletmelerin yanında bireyleri de yakından ilgilendiren bir kavramdır. Ekonomide yaşanan tüketimi esas alan iktisadi değişim bireylerin ve devletlerin de borçlanmasını artırmaktadır. Bireylerin dijital finansal okuryazarlık bilgisi ile bireyleri aşırı borçlanmadan alı koyacak eğitim gerçekleştirilebilir (Akova ve Zimonjic, 2018, s. 23).

### 2.9.2.5. Para Yönetimi

Gelişmiş ülkelerde insanların tasarruflarını değerlendirmek için farklı yatırım seçenekleri sunmak gerekmektedir. Türkiye’de 1988 yılından sonra çeşitli tasarruf araçları finansal piyasalarda yerini almıştır. İnsanlar için hisse senedi ve döviz gibi araçlar önemli bir hale gelmiştir. Paranın öneminin anlaşılmasıyla birlikte yönetimi de bu süreçle itibaren önemli hale gelmiştir. İnsanlar sınırsız ihtiyaçlarını sınırlı kaynaklarla karışılmak için önemli ve etkin finansal kararlar almak zorundadır. Bunun içinde para yönetimi ve parayı kullanma eğilimi gerekli olmaktadır (Temizel, 2021, s. 149).

Sosyo-ekonomik koşullarda yaşanan değişimler ile finansal araçlardaki değişim para yönetimine önemli bir boyut kazandırmıştır. Böylece insanlar ekonomik sorunları önceden anlayıp önlemler alabilecektir. Parayı etkin yönetme günümüzde insanların sahip olması gereken önemli becerilerden biridir. Modern dünyada insanlar para yönetimiyle belirli hedeflere ulaşmak isterler bunlar (Yılmaz, 2021, s. 148):

- Aile bireylerinin temel gereksinimleri karşılanabilmelidir.
- Ortaya çıkabilecek risklere karşı önlemler alabilmeli.
- Yaşam kalitelerini yükseltebilmelidir.
- Etkin ve verimli bütçeleme ile para yönetimini gerçekleştirebilmelidir.

### 2.9.3. Dijital Finansal Okuryazarlık İlgili Literatür Taraması

Dijitalleşmenin yaygınlaşmasıyla birlikte finansal okuryazarlık internet sayesinde her konumdan ulaşılabilir hal almıştır. Finansal okuryazarlığın gelişimiyle birlikte araştırmacılar konu üzerinde yoğunlaşarak önemli çalışmalar gerçekleştirmişler.

Beal ve Delpachitra “Avusturyalı Üniversite Öğrencileri Arasında Finansal Okuryazarlık” adlı çalışmasında para yönetim yeteneği ile finansal okuryazarlık arasında önemli sonuçlara ulaşmıştır. Üniversitede (Queensland Üniversitesi) eğitim gören 798 öğrenciye uygulanan anket uygulaması ile bireyin harcamasının sosyokültürel, ekonomik ve sosyal konumlarına bağlı olduğu sonucuna varmıştır. Bireylerin gelirleri arttıkça finansal okuryazarlık düzeylerin de artış görülmüştür (Beal and Delpachitra, 2003, s. 65).

Cude ve arkadaşları, Kolejdeki öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeylerini ele aldığı çalışmasında öğrencilerin finansal okuryazarlık seviyelerinin finansal bilgi ve davranışlarını etkilediği sonucuna varmıştır. Finansal bilgi düzeyleri düşük öğrencilerin

finansal okuryazarlık düzeylerinin de düşük olduğu tespit edilmiştir (Cude vd, 2006, s. 106).

Mandell ve Klein, motivasyon ve finansal okuryazarlık arasındaki ilişkiye baktığı çalışmada öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeylerine bakmıştır. Çalışmada finansal eğitim ile motivasyon arasında ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. Aynı zamanda finansal davranış ile finansal eğitim arasında da bir ilişki tespit edilmiştir (Mandell ve Klein, 2007, s. 105).

Wagland ve Taylor, çalışmada cinsiyet ile finansal okuryazarlık düzeyi arasındaki ilişkiye bakmıştır. Çalışma sonucunda cinsiyete bağlı olarak finansal okuryazarlık değışkenlik göstermektedir. 165 kişiyle gerçekleştirdiğı anket çalışmada katılımcıların %60'nın doğru kararlar ile finansal okuryazarlık yönünde tespit yaptığı sonucuna varılmıştır (Wagland ve Taylor, 2009, s. 3).

Lusardi ve Michel, “Dünya Çapında Finansal Okuryazarlığa Genel Bakış” adlı çalışmada demografik özellikler ile finansal okuryazarlığın etkisini incelemiştir. Çalışmanın sonucunda ABD, Hollanda, Rusya, İtalya, İsveç ve Yeni Zelanda gibi ülkelerde erkeklerin kadınlardan daha yüksek finansal okuryazarlık düzeyine sahip olduğu, eğitim açısından da eğitilmiş kişilerin daha düşük eğitimlilerden daha bilgili olduklarını ve genç yaş grubundakilerin daha yüksek finansal okuryazarlık düzeyine sahip olduğu sonucuna varmışlardır (Lusardi and Michel, 2011, s. 497).

Ergün ve arkadaşlarının “Finansal Okuryazarlık: Öğrenciler Üzerine Bir Çalışma” adlı çalışmada öğrencilerin finansal kavramlar hakkındaki bilgi düzeyleri incelenmiştir. Çalışma sonucunda faiz, tahvil ve hisse senedi gibi kavramların en fazla bilinen kavramlar olduğu sonucuna varmıştır (Ergün, vd., 2014, s. 34).

Kılıç, Ata ve Seyrek, “Finansal okuryazarlık: Üniversite öğrencilerine yönelik bir araştırma” adlı çalışmada Gaziantep Üniversite öğrencilerine uyguladıkları anket sonucunda finansal okuryazarlığın demografik değışkenlere göre etkisini ele almıştır. Çalışma sonucunda erkeklerin kadınlara göre finansal okuryazarlık düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır (Kılıç, vd., 2015, s. 129).

Karakulle ve Tan, “Finansal Okuryazarlık İle Kredi Kartı Tutumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma” isimli çalışmada öğrencilerin harcama türü üzerinde kredi kartı ile finansal okuryazarlık arasında bir ilişkinin olmadığı sonucuna varmıştır (Karakulle ve Tan, 2018, s. 461).

Shen vd. (2018), Çin'de finansal okuryazarlık, dijital finansal ürün kullanımı ve internet kullanımının finansal kapsayıcılık üzerindeki etkisini analiz etmişlerdir.

Sonuçlar, finansal okuryazarlık ve dijital finansal ürün kullanımının finansal içerme ile anlamlı ve pozitif bir ilişki içinde olduğunu ortaya koymuştur. Bu bağlamda dijital finansal ürün kullanımı, internet kullanımı ile finansal içerme arasındaki ilişkide kısmi aracılık etkisine sahip bulunmuştur. Bulgular ayrıca, katılmaların finansal okuryazarlığın geliştirmesinin ve internet kullanımını yaygınlaştırmasının dijital finansal ürünlerin kullanımını teşvik edebileceğini ve finansal içermeyi ilerletme hedefine ulaşabileceğini göstermektedir.

Prasad vd. (2018), çalışmalarında Hindistan'ın Rajasthan eyaletinin Udaipur şehrindeki 300 haneye uyguladıkları anket ile dijital finansal okuryazarlık düzeylerini belirlemeyi amaçlamışlardır. Araştırma bulguları hane halkı erkeklerinin kadınlara göre dijital finansal platformlara daha aşina ve bu konuda daha bilinçli olduklarını göstermektedir. Ayrıca eğitim seviyesinin dijital platform ve kullanımı hakkında farkındalık için belirleyici olduğu tespit edilmiştir.

Fettahoglu ve Kildize (2019) kişilerin dijital finansal okuryazarlık seviyelerini ve finansal teknolojileri kullanma eğilimlerini incelemeye tabi tutmuşlardır. Bulgulara göre katılımcıların dijital finansal ürünlerin neredeyse tamamı hakkında bilgisi bulunmaktadır, ancak daha etkili kullanım konusunda desteğe ihtiyaç duymaktadırlar. (Fettahoglu ve Kildize, 2019).

List, “Defining digital literacy development: An examination of pre-service teachers beliefs” adlı çalışmada dijital okuryazarlığı beceri temelli dijital okuryazarlık ve sosyo-kültürel yaklaşım dijital okuryazarlık olarak ele almıştır. List’e göre öğrenciler dijital okuryazarlığı dijital ağlara giriş yaparak değil, sosyal ortamlarında bağlam kurarak geliştirmektedir. Okullarda sunulan öğrenmeye yönelik faaliyetlerin ise dijital okuryazarlığı geliştirmede etkili olduğunu savunmuştur. Çalışmanın sonucunda sınıflarda verilecek dijital okuryazarlık derslerinin dijital araçları kullanmaya ve dijital teknolojilerden haberdar olmayı artırdığı sonucuna varılmıştır. Ders anlatımlarında akıllı tahta, slayt ve internet kullanımının öğrencilerin dijital yetkinliklerini artırdığı sonucuna da varılmıştır (List, 2019, s. 146).

Öğretmen adaylarının dijital okuryazarlık öz-yeterlilik becerilerinin farklı değişkenler açısından ele alan Karakuş ve Gürbüz, dijital araçların geleneksel araçlardan daha öğretici sonuçlar doğurduğu sonucuna varmıştır. Sınıflarda kullanılan dijital

araçların öğrencilerin öğrenme düzeyleri üzerinde de etkili olduğu sonucuna varmışlardır (Karakuş ve Gürbüz, 2019, s. 130).

Türkiye’de dijital dönüşüm ve dijital okuryazarlık isimli çalışmasında Karabacak ve Sezgin, dijital okuryazarlık ve bilgisayar sayesinde birden fazla bilginin farklı formatlarda anlaşılma ve kullanılma becerilerinin artırdığı sonucuna varılmıştır. Ayrıca söz konusu dijital okuryazarlık ve bilgisayar kullanımının gelişimi için eğitim programlarında önem verilmesi gerektiği ve bu yönde planlamalara ihtiyaç duyulduğu sonuçlarına da varılmıştır (Karabacak ve Sezgin, 2019, s. 120).

Setiawan vd. (2020) Endonezya'nın Java bölgesinde 25-40 yaş arası Y kuşağı özelinde bir inceleme gerçekleştirmiştir. Çalışma sosyo ekonomik düzey ve dijital finansal okuryazarlık oranının doğru orantılı bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca dijital finansal okuryazarlığın gelecekteki tasarruf ve harcama öngörülerine olumlu yansıdığı görülmüştür.

Taşlıyan ve arkadaşlarının “Dijital finansal okuryazarlığın bireysel girişimcilik yönelimine etkisi: Üniversite öğrencileri örneği” adlı çalışmasında, dijital finansal okuryazarlık düzeylerini belirleyen teknolojik ürün ve hizmetleri bilme ve kullanma seviyelerini belirleme ve bunların bireysel girişimcilik yönelimlerine etkisine bakılmıştır. Bu amaçla öğrencilere anket uygulanmış ve anket sonucunda, en çok bilinen ürün ve hizmetlerin, mobil bankacılık, internet bankacılığı, dijital bankacılık, kare kod uygulaması olduğu sonucuna varılmıştır. Aynı zamanda çalışmada kadınların erkeklere göre dijital finansal okuryazarlık bilgi düzeylerinin yüksek olduğu sonucuna da varılmıştır (Taşlıyan, vd., 2023, s. 232).

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### DİJİTALLEŞME VE FİNANSAL OKURYAZARLIK: BATMAN EMNİYET MÜDÜRLÜĞÜ ÖRNEĞİ

#### 3.1. Araştırmanın Metodolojisi

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın amacı, önemi, yöntemi, evren-örneklem ve analiz-bulgulara yer verilecektir.

##### 3.1.1. Çalışmanın Konusu, Amacı ve Önemi

Bireylerin kişisel harcamalarını yönetebilmesi finansal yetenek gerektirmektedir. Kişiler finansal okuryazarlık sayesinde kendi ve çevresindeki finansal dünyayı anlayabilmekte ve bireysel olarak kişisel finansal kararlarını yönetebilmektedir. Bu bağlamda bireylerin dijital finansal okuryazarlık bilgi düzeyleri ile risk farkındalıklarını ortaya koymak, demografik değişkenlerin söz konusu değerler üzerindeki etkileri çalışmanın konusunu ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda çalışmanın konusu Batman İl Emniyet Müdürlüğü'nde çalışan personelin dijitalleşme ve finansal okuryazarlık bilgi düzeyini ölçmektir.

Dijital finansal okuryazarlık demografik değişkenlere ve çalışanların eğitim düzeylerine göre değişiklikler gösterebilmektedir. Bu doğrultuda çalışmada Batman Emniyet mensuplarının bilgi ve risk farkındalık düzeylerinin ortaya konulması hedeflenmiştir. Bu kapsamda Batman Emniyet Müdürlüğü bünyesinde çalışan personelin finansal okuryazarlık düzeylerini ortaya çıkartmak çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

Makro açıdan bakıldığında tasarrufların doğru şekilde, doğru yerlere yatırım olarak yönelmesi için kişilerin sahip olduğu finansal okuryazarlık seviyesi önem arz etmektedir. Finansal okuryazarlık günümüzde teknik bilgiye sahip olmanın yanında finansal gelişmeleri takip etmeyi zorunlu kılmaktadır. Bu yüzden bilgiye ulaşma noktasında dijital araçların kullanımı, finansal verilere erişim sürecini kısaltmakta ve daha hızlı kararların alınmasını sağlamaktadır. Dolayısıyla kişilerin sadece finansal okuryazar olması yeterli olmamakta, ayrıca bu kişilerin bu yeteneklerini dijital mecralarda gösterebilmeleri önem arz etmektedir. Fakat demografik özellikler farklı bireylerin benzer yetenekleri gösterip gösteremeyeceği konusunda önemli bir sorun

haline gelmiştir. Literatüre bakıldığında yapılan çalışmaların birçoğunda sadece finansal okur yazarlık üzerine odaklandığı, dijital finansal okur yazarlık üzerine yapılan çalışma sayısının ise çok az sayıda olduğu görülmektedir. Dolayısıyla bu çalışmada dijitalleşme ile birlikte yaygınlaşan dijital finansal okuryazarlık kavramının emniyet çalışanları üzerindeki etkilerinin ilişkisel ve demografik olarak ortaya konulması literatürdeki boşluğun giderilmesine katkı sağlayacaktır.

### **3.1.2. Çalışmanın Yöntemi**

Çalışmanın ilk iki bölümü teorik alt yapı ve literatür taramasından oluşmaktadır. Çalışmanın üçüncü bölümü ise çalışmanın uygulama kısmını oluşturmaktadır. Çalışmada daha önce hazırlanan anket formu sayesinde katılımcılardan elde edilen veriler SPSS programı vasıtasıyla analiz edilmiş ve çalışmada belirlenen hipotezlerin doğruluğu test edilmiştir. Çalışmada bilimsel araştırma yöntemlerinden nicel yöntem tekniği olan anket uygulaması kullanılmıştır. Anket uygulaması aşamasında yüz yüze veya online anket uygulamasına başvurulmuştur. Çalışmada anket yönteminin tercih edilmesinin başlıca nedenleri arasında, anket yönteminin para, zaman ve enerji bakımından uygun bir yöntem olması ve anket yönteminin geniş kitlelere ulaşmaya imkan vermesi etkili olmuştur (Arıkan, 2018, s. 99).

### **3.1.3. Çalışmanın Hipotezleri**

Bilgi gelişi güzel bir şekilde hazırlanan gözlemlerden oluşmamaktadır. Söz konusu olayların doğruluğu belirli kurallara bağlı olarak test edilmektedir. Bilimsel çalışmalarda kuramsal altyapının hazırlanmasının yanında hipotezlerin belirlenmesi de çalışmanın bir diğer önemli tarafını oluşturmaktadır. Bilimsel çalışmaların aşamaları, tümdengelim yoluyla genel bir ön tahminde bulunması, bu tahminlerin probleme uygulanması yani test edilmesi gerekmektedir. Bu şekilde söz konusu iddia formüle edilmiş olur. Çalışmanın bilimsel bir altyapıya bürünmesi kuram ve hipotezlerin oluşturulmasıyla var olmaktadır. Denenmek ve sınanmak için geliştirilen yargıları ifade eden hipotez bilimsel bir çalışmanın ana omurgasını oluşturmaktadır. Söz konusu hipotezler çalışmanın kuramsal yapısıyla yakın ilişki içerisinde olması gerekmektedir (Balıoğlu, 2006, s. 127).

H1: Katılımcıların dijital finansal okur yazarlık bilgi seviyeleri, dijital finansal okur yazarlıkla ilgili risk farkındalıklarını anlamlı şekilde artırmaktadır.

H2: Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık bilgileri demografik özelliklerine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.

H2a: Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık bilgi seviyeleri cinsiyet değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.

H2b: Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık bilgi seviyeleri medeni durum değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.

H2c: Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık bilgi seviyeleri yaş değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.

H2d: Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık bilgi seviyeleri eğitim durumu değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.

H2e: Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık bilgi seviyeleri mesleki tecrübe durumu değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.

H2f: Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık bilgi seviyeleri gelir durumu değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.

H2g: Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık bilgi seviyeleri finansal bütçe yapma süresi değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.

H3: Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık risk farkındalıkları demografik özelliklerine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.

H4a: Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık risk farkındalıkları cinsiyet değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.

H4b: Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık risk farkındalıkları medeni durum değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.

H4c: Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık risk farkındalıkları yaş değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.

H4d: Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık risk farkındalıkları eğitim durumu değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.

H4e: Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık risk farkındalıkları mesleki tecrübe durumu değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.

H4f: Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık risk farkındalıkları gelir durumu değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.

H4g: Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık risk farkındalıkları finansal bütçe yapma süresi değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.

### 3.1.4. Evren ve Örneklem

Çalışmanın amacı finansal okur yazarlık bilgi düzeyi ve risk farkındalığının demografik özellikler açısından ele almak ve dijital finansal okuryazarlık ile risk farkındalığı arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Çalışmada minimum örneklem büyüklüğünün 2500 ana kütle için %95 güvenirlilik oranı ile 333 kişi olması gerektiği hususu, basit tesadüfi örneklem formülünden yararlanarak hesaplanmıştır (Ay ve Koç, 2014, s. 68). Çalışma Batman Emniyet Müdürlüğünde görev alan yaklaşık 2500 (evren sayısı) kişi ile sınırlı tutulmuş ve en az 333 kişilik bir örneklem sayısına ulaşmayı hedeflemiştir. Bu doğrultuda gerçekleştirilen anket çalışmasında 336 örnekleme ulaşılmış olup, çalışmada kullanılan örneklem hesaplaması aşağıda belirtilmiştir.

n= örneklem büyüklüğü

N= ana kütle

d= örneklem hatası

p= incelenen olayın görünüş sıklığı (olasılığı)

q= incelenen olayın görülme sıklığı

z= örneklem hatası için alınan sabit değer.

$$n = \frac{N \cdot z^2 \cdot p \cdot q}{N \cdot d^2 + z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{2500 \cdot 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{2500 \cdot 0,05^2 + 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n = \frac{2500 \cdot 3,8416 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{2500 \cdot 0,0025 + 3,8416 \cdot 0,25} = 333$$

### 3.1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Konu sınırlılığı: Çalışmada dijital finansal okur yazarlık bilgi düzeyi ile risk farkındalığı arasındaki ilişki ve dijital finansal okuryazarlığın alt boyutlarının (bilgi ve risk faktörünün) demografik değişkenlere göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmek istenmiştir.

Uygulama alan sınırlılığı: Bu çalışma sadece Batman İl Emniyet Müdürlüğünde görev alan memurlar üzerine uygulanmıştır.

Kişi Sınırlılığı: İl genelinde çalışan 335 Emniyet Genel Müdürlük memuru araştırmaya dahil edilmiştir.

Zaman Sınırlılığı: Çalışma kapsamında kullanılacak olan veri toplama yöntemi, anketin ilgili kişilere uygulanması 30 iş gününü kapsayacak şekilde düzenlenmiştir.

### **3.1.6. Veri Toplama Aracı**

Çalışmanın varsayımını sınanmak amacıyla Batman Emniyet Genel Müdürlüğünde görev yapan memurlara anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Anket soruları çalışmanın genel yapısına uygun, geçerliliği ve güvenilirliği test edilerek oluşturulmuştur. Anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm kişilerin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 6 sorudan oluşurken, ikinci bölüm finansal okuryazarlık ile ilgili 20 ifadeden oluşmaktadır. Çalışmada kullanılan ölçek “Digital Financial Literacy: A Case Study of Farmers From Rural Areas In Sarawak” adlı çalışmadan alınmıştır (Piaw, vd., 2020, s. 251). Çalışma Batman Emniyet Müdürlüğünde iş günleri içerisinde çalışanlara rastgele olarak uygulanmıştır. Çalışmada dijital finansal okur yazarlık bölümü “kesinlikle katılıyorum” dan “kesinlikle katılmıyorum” doğru 5’li likert ölçekte hazırlanmıştır.

## **3.2. Verilerin Analizi**

Çalışmanın amacına uygun olarak hazırlanan anket soruları katılımcılara uygulanarak elde edilen cevaplar SPSS programı ile analiz edilmiştir. Analiz ile çalışmaya katılan katılımcıların frekans ve hipotez testleri için de basit doğrusal regresyon, bağımsız örneklem bağımsız örneklem t testi ve tek yönlü Anova analizleri kullanılmıştır.

### **3.2.1. Demografik Özellikler**

Tablo 6’da araştırmaya katılan katılımcıların cinsiyette göre dağılımları gösterilmiştir. Araştırmaya katılan katılımcıların %75,8’i erkek iken %24,2’de kadındır. Katılımcıların %65,7’si evli iken %34,3’ü bekardır. Çalışmaya katılan katılımcıların %43,3’ü 31-40 yaş grubu, %23,3’ü 18-30 yaş grubu, %18,2’si 41-50 yaş grubu ve %15,2’si 51 ve üzeri yaş grubunu oluşturmaktadır. Söz konusu çalışmaya katılan

katılımcıların %84,8'i 50 yaş altındaki katılımcıları oluşturmaktadır. Katılımcıların, %66,3'ü lisans, %22,7'si lisansüstü ve %11'i meslek yüksek okulu eğitim düzeyine sahiptirler. Katılımcıların tecrübelerine bakıldığında, katılımcıların %35,2'si 6-10 yıl, %25,1'i 1-5 yıl, %17'si 16-20 yıl, %16,7'si 11-15 yıl ve %6'si da 21 yıldan fazla deneyime sahiptir. Çalışmaya katılanların tamamı kamu personeli olmaları sebebiyle gelirler birbirine yakınlık göstermektedir. Kıdem derecelerine göre gelir durumlarında farklılık görülmektedir. Bu nedenle çalışmaya katılanların %87,2'si 31 bin TL ve üstü aylık gelire sahiptir (Tablo 6).

**Tablo 6:** Demografik Özellikler

| Demografik Özellikler   |                   | Frekans | %    |
|-------------------------|-------------------|---------|------|
| <b>Cinsiyet</b>         | Erkek             | 254     | 75,8 |
|                         | Kadın             | 81      | 24,2 |
| <b>Medeni Durumunuz</b> | Evli              | 220     | 65,7 |
|                         | Bekar             | 115     | 34,3 |
| <b>Yaşınız</b>          | 18-30             | 78      | 23,3 |
|                         | 31-40             | 145     | 43,3 |
|                         | 41-50             | 61      | 18,2 |
|                         | 51 ve üzeri       | 51      | 15,2 |
| <b>Eğitim Durumunuz</b> | MYO               | 37      | 11,0 |
|                         | Lisans            | 222     | 66,3 |
|                         | Lisansüstü        | 76      | 22,7 |
| <b>Meslek Tecrübesi</b> | 1-5 yıl           | 84      | 25,1 |
|                         | 6-10 yıl          | 118     | 35,2 |
|                         | 11-15 yıl         | 56      | 16,7 |
|                         | 16-20 yıl         | 57      | 17   |
|                         | 21 ve üzeri yıl   | 20      | 6    |
| <b>Geliriniz</b>        | 22 bin TL         | 14      | 4,2  |
|                         | 25 bin TL         | 15      | 4,5  |
|                         | 26-30 bin TL      | 14      | 4,2  |
|                         | 31 bin TL ve üstü | 292     | 87,2 |

### 3.2.2. Güvenirlik Analizi

Araştırmada kullanılan ölçeklerin ölçüm kalitesini ortaya koymak ve hataların giderilmesi için kullanılan güvenilirlik, bir çalışmada kullanılan soruların kendi iç tutarlılığını ifade etmektedir. Verilerin istatistiksel anlamda hesaplanması için öncelikli olarak güvenilirlik katsayılarının hesaplanması gerekmektedir. Güvenirliği düşük ifadelerin çalışmadan çıkarılması gerekmektedir (Kayış, 2010, s. 404). 0 ile 1 arası

değerler ile ifade edilen güvenirlik katsayısının 1'e yaklaştığında güvenilir düzeyi artmaktadır.

**Tablo 7:** Finansal Okuryazarlık Bilgi Ölçeklerinin Güvenirlik Analizi

| Finansal Okuryazarlık Bilgi Ölçekleri | Madde Sayısı | Coranbach Alfa (Güvenirlik Katsayısı) |
|---------------------------------------|--------------|---------------------------------------|
| BDF Bilgi                             | 12           | 0,913                                 |

**Tablo 8:** Finansal Okuryazarlık Risk Ölçeği Güvenirlik Analizi

| Finansal Okuryazarlık Risk Ölçeği | Madde Sayısı | Coranbach Alfa (Güvenirlik Katsayısı) |
|-----------------------------------|--------------|---------------------------------------|
| CDFRF                             | 5            | 0,975                                 |

Tablo 7 ve 8'de çalışmada kullanılan maddelerin güvenirlik durumları analiz edilmiştir. Soruların güvenirlik analizini gerçekleştirmek için Coranbach Alfa katsayısından faydalanılmıştır. Çalışmada kullanılan sorular bölümlere ayrılarak her birinin güvenirlik ve geçerlilik katsayıları belirlenmiştir. Çalışmada finansal okuryazarlığın bilgi ölçeğinin ve risk ölçeğinin güvenirlik katsayısı (coranbach alfa) Tablo 7 ve 8'de gösterilmiştir. Ortaya çıkan değerler ölçeğin güvenilir ve iç tutarlılığının bulunduğunu göstermektedir.

### 3.2.3. Faktör Analizi (Geçerlilik Analizi)

Çalışmada kullanılan soruların cevaplayıcılar tarafından kaç farklı boyutta algılandığını ortaya koymayı amaçlayan faktör analizinin bir diğer amacı değişken sayısını azaltmaktır (İslamoğlu ve Alınacak, 2016, s. 415). İlk olarak dijital finansal okuryazarlık ölçeklerinin faktör analizine uygun olup olmadığının tespit edilmesi gerekmektedir.

**Tablo 9:** KMO Değerleri ve Yorumları

| KMO Değeri         | Yorumu        |
|--------------------|---------------|
| 0,80 ve yukarısı   | Mükemmel      |
| 0,70 ve 0,80 arası | İyi           |
| 0,60 ve 0,70 arası | Orta          |
| 0,50 ve 0,60 arası | Kötü          |
| 0,50 ve aşağısı    | Kabul Edilmez |

Kaynak: (Durmuş, 2013, s. 80)

Söz konusu uygunluğun test edilmesi için Keiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett's Test of Sphericity testleri gerçekleştirilmiştir. Bartlett ve KMO testleri yargılar arasındaki ilişkinin faktör analizine

uygun olup olmadığını tespit etmek amacıyla kullanılmaktadır (Durmuş, vd., 2013, s. 79). Tablo 9’da yer alan değerlere göre KMO değeri için kabul edilecek en alt sınır 0,50 olarak gösterilmektedir. 0 ile 1 arasında değer alan KMO değeri 1’e yaklaştıkça iyi değer almaktadır (Akbulut, 2010, s. 96).

**Tablo 10:** Dijital Finansal Okuryazarlık Bilgi Ölçeği ve Bartlett ve KMO Testi Sonuçları

|                                  |                       |                   |              |
|----------------------------------|-----------------------|-------------------|--------------|
| <b>KMO</b>                       | <b>Örneklem</b>       | <b>Yeterlilik</b> | <b>0,833</b> |
| <b>Ölçütü</b>                    |                       |                   |              |
| <b>Bartlett</b> Küresellik Testi | Ki-Kare               |                   | 4778,596     |
|                                  | Standart Sapma        |                   | 78           |
|                                  | Anlamlılık Değeri (p) |                   | 0,001        |

Tablo 10’da KMO test sonucu (0,833) ile Barletbağımsız örneklem t testi sonucuna göre ( $p=0,001<0,05$ ) dijital finansal okuryazarlık bilgi ölçeğinin faktör analizi yapmaya uygun olduğu görülmüştür.

Tablo 11’de dijital finansal okuryazarlık bilgi düzeyi ölçeğinin toplam varyansın ne kadarını açıkladığı gösterilmiştir.

**Tablo 11:** Dijital Finansal Okuryazarlık Bilgi Ölçeğinin Varyans Oranı

| Faktör     | İlk Öz Değer |           |           | Rotasyon Kareleri Toplamı |           |           |
|------------|--------------|-----------|-----------|---------------------------|-----------|-----------|
|            | Toplam       | Varyans % | Kümülatif | Toplam                    | Varyans % | Kümülatif |
| Ürün Bilgi | 6,476        | 51,869    | 51,869    | 6,476                     | 51,869    | 51,869    |
| Risk Bilgi | 2,229        | 17,854    | 69,722    | 2,229                     | 17,854    | 69,722    |
| Hak Bilgi  | 1,287        | 10,304    | 80,027    | 1,287                     | 10,304    | 80,027    |

Tablo 11’e bakıldığında ürün bilgi ölçeği toplam varyansın yaklaşık %52’sini, risk bilgi ölçeği toplam varyansın yaklaşık %18’ini ve hak bilgi ölçeğinin ise toplam varyansın %10’nunu ve toplamda ise tüm varyansın %80’ini oluşturduğu görülmektedir. Açıklanan varyansın %80 üstü olması sosyal bilimlerde yapılan çalışmalarda iyi seviyede olduğunu göstermektedir (Gerekan, 2019, s. 73).

Tablo 12’de görüldüğü tüm ifadeler faktör yüklerinin 0,35 üzeri değerini ölçmektedir. Dolayısıyla söz konusu iki değer dışındaki değerlerin ölçme güçlerinin iyi olduğu görülmektedir.

**Tablo 12:** Dijital Finansal Okuryazarlık Bilgi Ölçeğinin Faktör Analiz Tablosu

| Bilgi İfadeleri                                                                                                             | Faktörler                                                      |                                                         |                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                             | Faktör 1: Dijital finansal ürünler ve hizmetler hakkında bilgi | Faktör 2: Dijital Finansal Risk Kontrolü Hakkında Bilgi | Faktör 3: Tüketici Hakları ve Tazminat Prosedürleri Hakkına Bilgi |
| e-cüzdan kullanabiliyorum.                                                                                                  | 0,389                                                          |                                                         |                                                                   |
| Online bankacılık kullanabiliyorum.                                                                                         | 0,521                                                          |                                                         |                                                                   |
| Online stok ticareti kullanabiliyorum.                                                                                      | 0,386                                                          |                                                         |                                                                   |
| İnternet tabanlı sigorta hizmeti kullanabiliyorum.                                                                          | 0,350                                                          |                                                         |                                                                   |
| İstenmeyen posta, kimlik hırsızlığı vb. durumları önlemek için bilgisayar programlarını nasıl kullanacağımı biliyorum.      |                                                                | 0,844                                                   |                                                                   |
| İstenmeyen posta, kimlik hırsızlığı vb. durumları önlemek için mobil uygulamalarını nasıl kullanacağımı biliyorum.          |                                                                | 0,894                                                   |                                                                   |
| Kişisel kimlik numaramı nasıl koruyacağımı biliyorum (PIN).                                                                 |                                                                | 0,880                                                   |                                                                   |
| Dijital finansal ürünleri kullanırken kişisel bilgilerimi nasıl koruyacağımı biliyorum.                                     |                                                                | 0,888                                                   |                                                                   |
| Dijital finansal ürün ve hizmetlerin bir kullanıcısı olarak haklarımı biliyorum.                                            |                                                                |                                                         | ,756                                                              |
| Dijital yollarla finansal ürünleri kullanırken, dolandırıcılığa maruz kalırsam nereye şikâyetle bulunabileceğimi biliyorum. |                                                                |                                                         | ,655                                                              |
| Dolandırıcılığa uğrarsam, tazminatın nasıl alınacağını biliyorum.                                                           |                                                                |                                                         | ,918                                                              |
| Kişisel verilerime ilişkin haklarımı biliyorum.                                                                             |                                                                |                                                         | ,838                                                              |

**Tablo 13:** Dijital Riskler Hakkında Farkındalık Ölçeği Barlett ve KMO Testi Sonuçları

|                                       |                       |              |
|---------------------------------------|-----------------------|--------------|
| <b>KMO Örneklem Yeterlilik Ölçütü</b> |                       | <b>0,900</b> |
| <b>Bartlett Küresellik Testi</b>      | Ki-Kare               | 2905,796     |
|                                       | Standart Sapma        | 10           |
|                                       | Anlamlılık Değeri (p) | 0,001        |

Tablo 13'te KMO test sonucu (0,900) ile Barlettbağımsız örneklem t testi sonucuna göre ( $p=0,001<0,05$ ) dijital finansal okuryazarlık risk farkındalık ölçeğinin

faktör analizi yapmaya uygun olduğu görülmüştür. Tablo 14’de dijital finansal okuryazarlık risk farkındalık ölçeğinin toplam varyansın ne kadarını açıkladığı gösterilmiştir.

**Tablo 14:** Dijital Finansal Risk Farkındalığı Varyans Açıklama Oranı

| Faktör                   | İlk Öz Değer |           |           | Rotasyon Kareleri Toplamı |           |           |
|--------------------------|--------------|-----------|-----------|---------------------------|-----------|-----------|
|                          | Toplam       | Varyans % | Kümülatif | Toplam                    | Varyans % | Kümülatif |
| <b>Risk Farkındalığı</b> | 2,632        | 91,124    | 91,124    | 2,632                     | 91,124    | 91,124    |

Açıklanan varyans oranı tek faktörler hazırlanmış ölçeklerde %40’ın üzerinde olması uygun görülmektedir (Gerekan, 2019, s. 75). Tabloya bakıldığında bu oranın %90 üzeri olması çok iyi bir seviyede olduğunu göstermektedir.

**Tablo 15:** Risk Farkındalık Ölçeğini Oluşturan İfadelerin Faktör Analizi

| Risk Farkındalık Ölçeğini Oluşturan İfadeler                                                                                                          | Faktör 1: Risk |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| Bir bilgisayar hackerin, kullanıcının kişisel verileri ifşa etmek için kurmuş gibi davranabileceğinin farkındayım.                                    | ,743           |
| Bir virüsün, kullanıcının kişisel verilerini ortaya çıkarmak için kullanıcıyı yanlış bir sayfaya yönlendirebileceğinin farkındayım                    | ,761           |
| Kötü amaçlı yazılımların, kullanıcıların bilgisayarına ya da cep telefonuna yerleştirilebileceğinin ve kişisel verileri iletebileceğinin farkındayım. | ,659           |
| Birinin kullanıcı gibi davranabileceğinin ve kullanıcının SIM kartını alabileceğini ve böylece kullanıcının verileri alabileceğinin farkındayım.      | ,793           |
| Bir hackerin sosyal ağlar gibi online aktivitelerinden kişisel verilerini çalabileceğinin farkındayım.                                                | ,782           |

Anket çalışmasının bu bölümünü oluşturan risk farkındalık ölçeği tek faktörden ve 5 ifadeden oluşmaktadır. Tablo incelediğinde tüm ifadelerin risk farkındalığı ölçeğine katkı sağladığı görülmektedir.

Faktör ve güvenirlik analizi sonucunda gerçekleştirilen çalışmanın bilgi düzeyleri ve risk farkındalığı ölçeklerinin yapısal olarak ölçümleme yapmaya elverişli olduğu görülmektedir.

### 3.2.4. Betimleyici İstatistikler

Bu bölümde dijital finansal okuryazarlık ölçeğine ilişkin ifadelerinin frekans analizleri, ortalama değerleri ve standart sapmaları belirtilmiştir. Çalışmada kullanılan tüm maddelerin ortalama değeri ve standart sapmaları aşağıda gösterilmektedir.

**Tablo 16:** Çalışma Sorularının Ortalaması ve Standart Sapma Değerleri

| Boyut             | Sayı | Ortalama Değer | Standart Sapması | Madde Sayısı |
|-------------------|------|----------------|------------------|--------------|
| Yargıların Durumu | 335  | 1,927          | 0,912            | 26           |

Tablo 16’da “finansal okuryazarlık düzeylerinin” saptanmak istediği 26 soruluk çalışmada, standart sapma 0,912 ve ortalama değer 1,927’dir. Ortalamanın ise 1,927 ile “katlıyorum” ifadesi üzerine yoğunlaştığı görülmektedir.

### 3.2.2. Regresyon Analizi

Çalışmanın hipotezlerini test etmek amacıyla regresyon analizi kullanılmıştır. Regresyon analizi, bağımsız değişkeni (x) bağımlı değişkendeki (y) değişimle açıklamaya çalışan, bağımsız değişkendeki değişimin bağımlı değişkeni etkilediği analiz türüdür. Regresyon analizinde amaç olaylar arasındaki ilişkileri ortaya koymaktır (Arı ve Önder, 2013, s. 169). Analizin gerçekleştirilmesi için gerekli olan değerler test edilmiş olup regresyon analizine uygunluğu doğrulanmıştır.

Çalışmanın ilk hipotezi olan “**H<sub>1</sub>**: Katılımcıların dijital finansal okur yazarlık bilgi seviyeleri, dijital finansal okur yazarlıkla ilgili risk farkındalıklarını anlamlı şekilde artırmaktadır” hipotezini regresyon analizi ile test edilmiştir.

**Tablo 17:** Dijital Finansal Bilgilerin Finansal Risklerin Farkındalığı Üzerindeki Etkisi

| Bağımsız Değişken | Bağımlı Değişken | B     | Std. Hata | $\beta$ | t     | R     | R <sup>2</sup> | F       | P     |
|-------------------|------------------|-------|-----------|---------|-------|-------|----------------|---------|-------|
| BDFB              | CDFRF            | 0,538 | 0,6117    | 0,538   | 5,434 | 0,538 | 0,290          | 135,927 | 0,001 |

Anlamlılık düzeyi (significance)  $p < 0,05$  olduğundan dolayı kurulan regresyon ilişkisi anlamlıdır. İlişkinin etki düzeyini ortaya koymak amacıyla yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre, katılımcıların dijital finansal ürünler ve hizmetler hakkındaki bilgi düzeylerinin dijital finansal riskler hakkında farkındalık oluşturmaya etkilediği

görülmektedir. Modelin açıklama düzeyine bakıldığında  $R^2$  değeri 0,290 ( $R=0,538$ ,  $R^2=0,290$  ve  $p<0,05$ ) olarak hesaplanmıştır. Bu değerler katılımcıların dijital finansal ürünler ve hizmetler hakkındaki bilgi düzeylerinin risk farkındalıklarını %29 düzeyinde etkilediğini göstermektedir. Regresyon analizine katılan bağımsız değişkenin Beta katsayısı 0,538'dir ( $p<0,05$ ). Buna göre dijital finansal ürünler ve hizmetler hakkındaki bilgi düzeyi  $p<0,05$  olduğu için dijital finansal riskler hakkındaki farkındalık üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir. Dolayısıyla analiz sonucunda Hipotez 1 kabul görmüştür.

### 3.2.3. Dijital okuryazarlık Bilgi Seviyesi T-testleri ve Anova Testleri

Bağımsız örneklem bağımsız örneklem t testi , iki bağımsız değişken arasında ortalamalardan hareket ederek istatistiksel anlamda anlamlı bir farkın varlığını ya da yokluğunu test etmek için kullanılmaktadır. İki değişkenli grup özelliğinde bağımsız örneklem t testi kullanılmaktadır (Köse ve Öztemur, 2014, s. 401). Cinsiyet değişkeni de bu özelliği barındırdığından bağımsız örneklem t testi ile “H2-H2a: Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık bilgi seviyeleri cinsiyet değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır” hipotezi test edilecektir.

**Tablo 18:** Kişilerin Cinsiyet Değişkeni ile Finansal Bilgi Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Bağımsız örneklem t testi ile Analizi

| Cinsiyet | Sayı (N) | X      | Ss      | Sig. (2-tailed) | t      | bağımsız örneklem t testi sd. |
|----------|----------|--------|---------|-----------------|--------|-------------------------------|
| Erkek    | 254      | 1,8885 | 0,68175 | 0,606           | -2,612 | 335                           |
| Kadın    | 81       | 2,1193 | 0,72588 |                 |        |                               |

Kişilerin cinsiyet değişkeni ile finansal bilgi düzeyleri arasındaki ilişkinin anlamlılığını test etmek amacıyla bağımsız örneklem bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır. Tablo 18’de bağımsız örneklem t testi analizi sonuçlarına yer verilmiştir. Ortaya çıkan sonuçlara göre hipotez (H2a) ( $p=\text{sig}:0,606$ ) analiz sonucunda anlamlı bir ilişki gözlemlenmemiştir.

One-Way ANOVA testi ya da tek yönlü varyans analizi, bağımsız grupların ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farkın varlığını ya da yokluğunu test etmek için kullanılan bir araçtır. Eğer değişkenler iki cevaplı bağımsız örneklem bağımsız örneklem t testi analizi ikiden fazla ise tek yönlü Anaova analizi ile ilişkilerin varlığı

analiz edilir. Söz konusu değişkenler arasında anlamlılık ortaya çıkarsa “Tukey HSD analizi” ile gruplar arasındaki düzey sıralaması yapılarak hangi grubun daha kararlı olduğu ortaya konulmaktadır (Köse ve Öztemur, 2014, s. 401).

H2b: Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık bilgi seviyeleri medeni durum değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmadığı görülmüştür.

**Tablo 19:** Kişilerin Medeni Değişkeni ile Finansal Bilgi Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Bağımsız örneklem t testi ile Analizi

| Medeni Durum | Sayı (N) | X      | Ss      | Sig. (2-tailed) | t      | bağımsız örneklem t testi sd. |
|--------------|----------|--------|---------|-----------------|--------|-------------------------------|
| Evli         | 220      | 1,9027 | 0,63870 | 0,066           | -1,511 | 335                           |
| Bekar        | 115      | 2,0239 | 0,79784 |                 |        |                               |

Kişilerin medeni durum değişkeni ile finansal bilgi düzeyleri arasındaki ilişkinin anlamlılığını test etmek amacıyla bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır. Tablo 19’da bağımsız örneklem t testi analizi sonuçlarına yer verilmiştir. Ortaya çıkan sonuçlara göre hipotez (H2b) ( $p=\text{sig};0,066$ ) analiz sonucunda anlamlı bir ilişki gözlemlenmemiştir.

H2c: Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık bilgi seviyeleri yaş değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.

**Tablo 20:** Yaş ile Dijital Finansal Okuryazarlık Bilgi Düzeyleri Arasındaki İlişki (Tek Yönlü Anova Analiz Sonuçları)

| Boyut          | Yaş                 | N   | X      | Ss     | F     | P     | Tukey HSD |
|----------------|---------------------|-----|--------|--------|-------|-------|-----------|
| Genel ortalama | 18-30 (1)           | 78  | 2,1100 | 0,9129 | 3,464 | 0,017 | 1-3       |
|                | 31-40 (2)           | 145 | 1,9262 | 0,6303 |       |       |           |
|                | 41-50 (3)           | 61  | 1,7309 | 0,4638 |       |       |           |
|                | 51 yaş ve üzeri (4) | 51  | 1,9690 | 0,6894 |       |       |           |
| Toplam         |                     | 335 | 1,9443 | 0,6986 |       |       |           |

Tablo 20’de kişilerin yaş grupları ile dijital finansal okuryazarlık düzeyleri arasındaki ilişkinin anlamlılık derecesi Tek Yönlü Anova testi ile ortaya konmak istenmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonucunda en yüksek ortalamanın 18-30 yaş grubu ( $x=2,1100$ ), sırasıyla, 51 yaş ve üstü ( $x=1,9690$ ), 31-40 yaş grubu ( $x=1,9262$ ) ve en düşük değerin 41-50 yaş ( $x=1,7309$ ) grubuna ait olduğu gözlemlenmiştir. Yapılan analiz sonucuna göre  $F=(3,464)$ ,  $P=0,017<0,05$  istatistiksel olarak anlamlı farklılık

hesaplanmıştır. Analiz sonucunda yaş grupları arasında çalışanların dijital finansal okuryazarlık düzeyleri anlamlı bir şekilde farklılaştığı sonucuna varılmıştır.

Yaş grupları arasında hangi yaş grubunun bilgi düzeyinin daha anlamlı olduğunu ortaya koymak amacıyla Tukey HSD analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucuna göre 18-30 yaş grubunun finansal okuryazarlık bilgi düzeylerinin, 41-50 yaş grubundan istatistiksel olarak daha yüksek olduğu görülmektedir. Diğer yaş grupları arasında bu fark görülmemiştir

H2d: Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık bilgi seviyeleri eğitim durumu değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.

**Tablo 21:** Eğitim Düzeyleri ile Finansal Okuryazarlık Bilgi Düzeyleri Arasındaki Fark (Tek Yönlü Anova Analizi)

| Boyut                 | Eğitim Durumu  | N   | X       | Ss      | F      | P     | Tukey HSD |
|-----------------------|----------------|-----|---------|---------|--------|-------|-----------|
| <b>Genel Ortalama</b> | MYO (1)        | 37  | 2,6712  | 1,19298 | 26,709 | 0,001 | 1-2       |
|                       | Lisans (2)     | 222 | 1,8806  | 0,59468 |        |       | 1-3       |
|                       | Lisansüstü (3) | 76  | 1,77763 | 0,38350 |        |       |           |
| <b>Toplam</b>         |                | 335 | 1,9443  | 0,69862 |        |       |           |

Tablo 21’de çalışanların dijital finansal okuryazarlık bilgi düzeyleri ile eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir farkın farklılaşıp farklılaşmadığını ortaya koymak amacıyla Tek Yönlü ANOVA analizi yapılmıştır. Gerçekleştirilen analiz sonucunda en yüksek ortalamanın meslek yüksek okulu ( $x=2,6712$ ), sırasıyla, lisans ( $x=1,8806$ ) ve en düşük değerin lisansüstü ( $x=1,77763$ ) grubuna ait olduğu tespit edilmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonucunda (tek yönlü varyans analizi/ANOVA) eğitim gruplarının ortalama değerleri arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Analiz sonucuna göre  $F=(26,709)$ , ( $p(0,001)<0,05$ ) istatistiksel olarak anlamlı farklılık hesaplanmıştır.

Eğitim düzeyleri arasında bilgi düzeyinin daha anlamlı olduğunu ortaya koymak amacıyla Tukey HSD analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucuna göre meslek yüksekokulu grubunun finansal okuryazarlık bilgi seviyelerinin hem lisans grubundan hem de lisansüstü grubundan istatistiksel olarak daha yüksek olduğu görülmektedir.

H2e: Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık bilgi seviyeleri mesleki tecrübe durumu değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.

**Tablo 22:** Katılımcıların Dijital Finansal Okuryazarlık Bilgi Seviyeleri ile Mesleki Tecrübe Durumu Arasındaki İlişkinin Tek Yönlü ANOVA ile Analizi

| Boyut                 | Meslek Tecrübesi Yıl    | N   | X      | Ss      | F     | P     |
|-----------------------|-------------------------|-----|--------|---------|-------|-------|
| <b>Genel ortalama</b> | 1-5 tecrübe (1)         | 84  | 1,9950 | 0,84434 | 0,659 | 0,621 |
|                       | 6-10 tecrübe (2)        | 118 | 1,9880 | 0,71498 |       |       |
|                       | 11-15 tecrübe (3)       | 56  | 1,8304 | 0,61360 |       |       |
|                       | 16-20 tecrübe (4)       | 57  | 1,9006 | 0,38750 |       |       |
|                       | 21 ve üzeri tecrübe (5) | 20  | 1,9167 | 0,84682 |       |       |
| <b>Toplam</b>         |                         | 335 | 1,9443 | 0,69862 |       |       |

Tablo 22’de çalışanların dijital finansal okuryazarlık bilgi düzeyleri ile mesleki tecrübe süreleri arasında anlamlı farkın olup olmadığını ortaya koymak amacı ile Tek Yönlü ANOVA analizi yapılmıştır. Gerçekleştirilen analiz sonucunda en yüksek ortalamanın 1-5 yıl ( $x=1,9950$ ), sırasıyla, 6-10 yıl ( $x=1,9880$ ), 21 ve üzeri grup ( $x=1,9167$ ), 16-20 yıl ( $x=1,9006$ ) ve en düşük değerin 11-15 yıl ( $x=1,8304$ ) grubuna ait olduğu tespit edilmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonucunda (tek yönlü varyans analizi/ANOVA) eğitim gruplarının ortalama değerleri arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Analiz sonucuna göre  $F=(0,659)$ , ( $p=0,621>0,05$ ) istatistiksel olarak anlamlı farklılık hesaplanamamıştır. Gerçekleştirilen analiz sonucunda katılımcıların dijital finansal okuryazarlık bilgi düzeylerinin meslek tecrübe sürelerine göre farklılaşmadığı sonucuna varılmıştır.

**H2f:** Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık bilgi seviyeleri gelir durumu değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.

Tablo 23’te kişilerin gelir durumlarına bağlı olarak finansal okuryazarlık düzeylerinin anlamlı bir şekilde farklılaştığını belirlemek amacıyla Tek Yönlü ANOVA testi gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonucunda en yüksek gelir ortalamalarının yüksekten düşüğe doğru sırasıyla 25 bin TL grubuna ( $x=2,8556$ ), sırasıyla, 26-30 bin TL grup ( $x=2,5238$ ), 22 bin TL ( $x=2,5000$ ) ve en düşük değerin 31 bin TL ve üstü ( $x=1,8430$ ) grubuna ait olduğu gözlemlenmiştir. Analiz sonucuna göre  $F=(19,492)$ , ( $p=0,001<0,05$ ) istatistiksel olarak anlamlı farklılık hesaplanmıştır.

Gerçekleştirilen analiz sonucunda katılımcıların gelir durumlarının finansal okuryazarlık düzeyleri üzerinde anlamlı bir farkın var olduğu sonucuna varılmıştır.

**Tablo 23:** Gelir Değişkeni ile Finansal Okuryazarlık Bilgi Seviyeleri Arasındaki Farkın Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

| Boyut                 | Eğitim Durumu         | N   | X      | Ss      | F      | P     | Tukey HSD |
|-----------------------|-----------------------|-----|--------|---------|--------|-------|-----------|
| <b>Genel ortalama</b> | 22 bin TL (1)         | 14  | 2,5000 | 0,75815 | 19,492 | 0,001 | 1-4       |
|                       | 25 bin TL (2)         | 15  | 2,8556 | 1,08948 |        |       | 2-4       |
|                       | 26-30 bin TL (3)      | 14  | 2,5238 | 0,97480 |        |       | 3-4       |
|                       | 31 bin TL ve üstü (4) | 292 | 1,8430 | 0,59233 |        |       |           |
| <b>Toplam</b>         |                       | 335 | 1,9443 | 0,69862 |        |       |           |

Gelir düzeyinin hangi gruplar arasında istatistiksel açıdan farklı olduğunu ortaya koymak için Tukey HSD analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucuna göre 22 bin TL, 25 bin TL ve 26-30 bin TL gelir düzeyine sahip her üç grubun 31 bin TL üzeri gelire sahip gruba göre bilgi düzeylerinin istatistiksel olarak daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır (Tablo 23).

**H2g:** Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık bilgi seviyeleri finansal bütçe yapma süresi değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.

**Tablo 24:** Finansal Bütçe Planlama Süresi ile Dijital Finansal Okuryazarlık Bilgi Seviyesi Arasındaki İlişki (Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları)

| Boyut                 | Bütçe Planlama Süresi  | N   | X      | Ss      | F      | P     | Tukey HSD |
|-----------------------|------------------------|-----|--------|---------|--------|-------|-----------|
| <b>Genel Ortalama</b> | 0-2 yıl (1)            | 37  | 2,6757 | 0,78587 | 29,202 | 0,001 | 1-2       |
|                       | 3-5 yıl (2)            | 47  | 1,6578 | 0,75085 |        |       | 1-3       |
|                       | 5 yıldan daha uzun (3) | 251 | 1,8901 | 0,60154 |        |       |           |
| <b>Toplam</b>         |                        | 335 | 1,9443 | 0,69862 |        |       |           |

Tablo 24'te kişilerin bütçe planlama sürelerinin dijital finansal okuryazarlık düzeyleri açısından nasıl farklılaştığı Tek Yönlü Anova testi ile ortaya konmak istenmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonucunda en yüksek ortalamanın 0-2 yıl grubu

( $x=2,5122$ ), sırasıyla, 5 yıldan daha uzun ( $x=1,8275$ ) ve en düşük 3-5 yıl ( $x=1,5497$ ) grubuna ait olduğu gözlemlenmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonucunda (tek yönlü varyans analizi/ANOVA) bütçe planlama sürelerinin ortalama değerleri arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Yapılan analiz sonucuna göre  $F=(29,291)$ , ( $p (0,001)<0,05$ ) istatistiksel olarak anlamlı farklılık hesaplanmıştır. Analiz sonucunda bütçe planlama süreleri dijital finansal okuryazarlık düzeyleri açısından anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır.

Bütçe planlama süreleri ile bilgi düzeyleri arasında hangi grubun istatistiksel olarak farklılaştığını olduğunu ortaya koymak amacıyla Tukey HSD analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucuna göre 0-2 yıl bütçe planlamasına sahip grubun diğer her iki gruba göre bilgi düzeylerinin istatistiksel olarak daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Son yıllarda yaşanan ekonomik sorunların beraberinde getirdiği yük ile bütçe planlamasını son yıllarda yapan bireylerin daha önce bu planlamayı yapanlara göre daha birikimli olması bekleneli bilecek bir durumu ifade etmektedir.

#### **3.2.4. Dijital Finansal Okuryazarlık Risk Farkındalıkları T-Testleri ve Anova Testleri**

Dijital finansal okuryazarlık risk farkındalıklarının katılımcıların demografik özelliklerine göre nasıl farklılaştığını belirlemek için bu bölümde bağımsız örneklem t testi ve tek yönlü anova testleri gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda ilk olarak “H3a: Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık risk farkındalıkları cinsiyet değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.” hipotezinin testine geçilmiştir.

One-Way ANOVA testi ya da tek yönlü varyans analizi, bağımsız grupların ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farkın varlığını ya da yokluğunu test etmek için kullanılan bir araçtır. Eğer değişkenler iki cevaplı ise bağımsız örneklem t testi analizi ikiden fazla ise Anova analizi ilişkilerin varlığı analiz edilir (Köse ve Öztemur, 2014, s. 401).

Kişilerin cinsiyet değişkeni açısından dijital finansal risk farkındalıklarının nasıl farklılaştığını belirlemek için bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır. Tablo 25’te bağımsız örneklem t testi analizi sonuçlarına yer verilmiştir. Test sonuçlarına göre H3a hipotezi ret edilmiştir ( $p=\text{sig}:0,3824>0,05$ ). “H3b: Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık risk farkındalıkları medeni durum değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.” hipotezinin testine geçilmiştir (tablo 25).

**Tablo 25:** Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık risk farkındalıkları ile cinsiyet değişkeni ilişkisi t-Testi

| Cinsiyet | Sayı (N) | X      | Ss      | Sig. (2-tailed) | t      | bağımsız örneklem t testi sd. |
|----------|----------|--------|---------|-----------------|--------|-------------------------------|
| Erkek    | 254      | 1,5583 | 0,67875 | 0,382           | -2,968 | 335                           |
| Kadın    | 81       | 1,8296 | 0,82469 |                 |        |                               |

H3b: Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık risk farkındalıkları medeni durum değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.

**Tablo 26:** Kişilerin Medeni Değişkeni ile Dijital Finansal Okuryazarlık Risk Arasındaki İlişkinin Bağımsız Örneklem T Testi İle Analizi

| Medeni Durum | Sayı (N) | X      | Ss      | Sig. (2-tailed) | t     | bağımsız örneklem t testi sd. |
|--------------|----------|--------|---------|-----------------|-------|-------------------------------|
| Evli         | 220      | 1,6118 | 0,66074 | 0,085           | -,421 | 335                           |
| Bekar        | 115      | 1,6470 | 0,83659 |                 |       |                               |

Kişilerin medeni durumunun dijital finansal okuryazarlık risk farkındalığı açısından nasıl farklılaştığını ortaya koymak için bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır. Tablo 26’da bağımsız örneklem t testi analizi sonuçlarına yer verilmiştir. Ortaya çıkan sonuçlara göre hipotez (H3b) ret edilmiştir ( $p=\text{sig}; 0,085 > 0,05$ ). H3c “Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık risk farkındalıkları yaş değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.” hipotezinin testine geçilmiştir

**Tablo 27:** Yaş ile Dijital Finansal Okuryazarlık Risk Farkındalıkları Arasındaki İlişki (Tek Yönlü Anova Analiz Sonuçları)

| Boyut          | Yaş             | N   | X      | Ss      | F     | P     |
|----------------|-----------------|-----|--------|---------|-------|-------|
| Genel ortalama | 18-30           | 78  | 1,7385 | 0,95363 | 1,107 | 0,346 |
|                | 31-40           | 145 | 1,5586 | 0,64889 |       |       |
|                | 41-50           | 61  | 1,6557 | 0,64718 |       |       |
|                | 51 yaş ve üzeri | 51  | 1,5961 | 0,59932 |       |       |
| Toplam         |                 | 335 | 1,6239 | 0,72486 |       |       |

Tablo 27’de kişilerin yaş grupları ile dijital finansal okuryazarlık risk farkındalık düzeyleri arasındaki ilişkinin anlamlılık derecesi Tek Yönlü Anova testi ile ortaya konmak istenmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonucunda en yüksek ortalamanın 18-30 yaş grubu ( $x=1,7385$ ), sırasıyla, 41-50 yaş ( $x=1,6557$ ), 51 ve üstü yaş grubu ( $x=1,5961$ ) ve

en düşük değerin 31-40 yaş ( $x=1,5586$ ) grubuna ait olduğu gözlemlenmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonucunda (tek yönlü varyans analizi/ANOVA) yaş gruplarının ortalama değerleri arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Yapılan analiz sonucuna göre  $F=(1,107)$ , ( $p(0,346)>0,05$ ) istatistiksel olarak anlamlı farklılık hesaplanamamıştır. Analiz sonucunda yaş grupları arasında çalışanların dijital finansal okuryazarlık risk farkındalıkları anlamlı bir şekilde farklılaşmadığı sonucuna varılmıştır.

H3d: Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık risk farkındalıkları eğitim durumu değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.

**Tablo 28:** Eğitim Düzeyleri ile Finansal Okuryazarlık Risk Farkındalık Düzeyleri Arasındaki Fark (Tek Yönlü Anova Analizi)

| Boyut          | Eğitim Durumu  | N   | X       | Ss      | F      | P     | Tukey HSD |
|----------------|----------------|-----|---------|---------|--------|-------|-----------|
| Genel Ortalama | MYO (1)        | 37  | 2,1027  | 1,20335 | 10,105 | 0,001 | 1-2       |
|                |                |     |         |         |        |       | 1-3       |
|                | Lisans (2)     | 222 | 1,58892 | 0,65707 |        |       |           |
|                | Lisansüstü (3) | 76  | 1,4921  | 0,48820 |        |       |           |
| Toplam         |                | 335 | 1,6239  | 0,72486 |        |       |           |

Tablo 28’de çalışanların dijital finansal okuryazarlık risk farkındalık düzeyleri ile eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını ortaya koymak amacıyla Tek Yönlü ANOVA analizi yapılmıştır. Gerçekleştirilen analiz sonucunda en yüksek ortalamanın Meslek Yüksek Okulu ( $x=2,1027$ ), sırasıyla, lisans ( $x=1,58892$ ) ve en düşük değerin lisansüstü ( $x=1,4921$ ) grubuna ait olduğu tespit edilmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonucunda (tek yönlü varyans analizi/ANOVA) eğitim gruplarının ortalama değerleri arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Analiz sonucuna göre  $F=(10,105)$ , ( $p=0,001<0,05$ ) istatistiksel olarak anlamlı farklılık hesaplanmıştır

Eğitim düzeyleri arasında bilgi düzeyinin daha anlamlı olduğunu ortaya koymak amacıyla Tukey HSD analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucuna göre meslek yüksekokulu grubunun hem lisans grubundan hem de lisansüstü grubundan daha yüksek risk farkındalığına sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. H3e “Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık risk farkındalıkları mesleki tecrübe durumu değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.” hipotezinin testine geçilmiştir.

**Tablo 29:** Katılımcıların Dijital Finansal Okuryazarlık Risk Farkındalık Düzeyleri ile Mesleki Tecrübe Durumu Arasındaki İlişkinin Tek Yönlü ANOVA ile analizi

| Boyut                 | Meslek Tecrübesi | N   | X      | Ss      | F     | P     |
|-----------------------|------------------|-----|--------|---------|-------|-------|
| <b>Genel ortalama</b> | 1-5              | 84  | 1,6857 | 0,94949 | 0,930 | 0,447 |
|                       | 6-10             | 118 | 1,5864 | 0,98549 |       |       |
|                       | 11-15            | 56  | 1,6500 | 0,67372 |       |       |
|                       | 16-20            | 57  | 1,6737 | 0,52703 |       |       |
|                       | 21 ve üzeri      | 20  | 1,3700 | 0,81515 |       |       |
| <b>Toplam</b>         |                  | 335 | 1,6239 | 0,72486 |       |       |

Tablo 29’da çalışanların dijital finansal okuryazarlık risk farkındalık düzeyleri ile mesleki tecrübe süreleri arasında bir farkın olup olmadığını ortaya koymak amacıyla Tek Yönlü ANOVA analizi yapılmıştır. Gerçekleştirilen analiz sonucunda en yüksek ortalamanın sırasıyla, 1-5 yıl ( $x=1,6857$ ), 16-20 yıl ( $x=1,6737$ ), 11-15 yıl ( $x=1,6500$ ), 6-10 yıl ( $x=1,5864$ ) ve en düşük değerin 21 ve üzeri grup ( $x=1,3700$ ), grubuna ait olduğu tespit edilmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonucunda (tek yönlü varyans analizi/ANOVA) eğitim gruplarının ortalama değerleri arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Analiz sonucuna göre  $F=(0,930)$ , ( $p(0,447>0,05)$ ) istatistiksel olarak anlamlı farklılık hesaplanamamıştır. Gerçekleştirilen analiz sonucunda katılımcıların dijital finansal okuryazarlık risk farkındalık düzeylerinin meslek tecrübe sürelerine göre farklılaşmadığı sonucuna varılmıştır. H3f “Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık risk farkındalıkları gelir durumu değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.” hipotezine geçilmiştir.

Tablo 30’da kişilerin gelir durumlarına bağlı olarak finansal okuryazarlık risk farkındalık düzeylerinin arasında anlamlı bir şekilde farklılaştığını belirlemek için Tek Yönlü ANOVA testi gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonucunda en yüksek ortalamanın 25 bin TL grup ( $x=2,1333$ ), sırasıyla, 26-30 bin TL grup ( $x=2,0714$ ), 22 bin TL ( $x=1,7143$ ) ve en düşük değerin 31 bin TL ve üstü ( $x=1,5719$ ) grubuna ait olduğu gözlemlenmiştir. Yapılan analiz sonucunda (tek yönlü varyans analizi/ANOVA) kişilerin gelir durumuyla finansal okuryazarlık risk farkındalık düzeyleri değerleri arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Analiz sonucuna göre  $F=(4,995)$ , ( $p(0,002)<0,05$ ) istatistiksel olarak anlamlı farklılık hesaplanmıştır. Gerçekleştirilen analiz sonucunda katılımcıların gelir durumlarının finansal okuryazarlık risk farkındalık üzerinde anlamlı bir fark oluşturduğu sonucuna varılmıştır.

**Tablo 30:** Gelir Değişkeni ile Dijital Finansal Okuryazarlık Risk Farkındalık Düzeyi Arasındaki İlişkinin Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

| Boyut          | Gelir Durumu          | N   | X      | Ss      | F     | P     | Tukey HSD |
|----------------|-----------------------|-----|--------|---------|-------|-------|-----------|
| Genel ortalama | 22 bin TL (1)         | 14  | 1,7143 | 1,03393 | 4,995 | 0,002 |           |
|                | 25 bin TL (2)         | 15  | 2,1333 | 1,24824 |       |       | 2-4       |
|                | 26-30 bin TL (3)      | 14  | 2,0714 | 1,49174 |       |       |           |
|                | 31 bin TL ve üstü (4) | 292 | 1,5719 | 0,59566 |       |       |           |
| Toplam         |                       | 335 | 1,6239 | 0,72486 |       |       |           |

Gelir düzeyleri arasında risk farkındalık düzeyinin hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacı ile Turkey HSD analizi gerçekleştirilmiştir

Analiz sonucuna 25 bin TL ve 26-30 bin TL gelir düzeyine sahip grubun 31 bin TL üzeri gelire sahip gruplara göre risk farkındalık risk farkındalık düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bireylerin geliri düştükçe dijital finansal riskleri tespit etme durumunun arttığı sonucuna varılmıştır. H3g “Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık risk farkındalıkları finansal bütçe yapma süresi değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.” Hipotezinin testine geçilmiştir.

**Tablo 31:** Finansal Bütçe Planlama Süresi ile Dijital Finansal Okuryazarlık Arasındaki İlişki (Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları)

| Boyut          | Bütçe Yapma Süresi     | N   | X      | Ss      | F      | P     | Tukey HSD  |
|----------------|------------------------|-----|--------|---------|--------|-------|------------|
| Genel Ortalama | 0-2 yıl (1)            | 37  | 2,0216 | 1,23359 | 13,696 | 0,001 | 1-2<br>1-3 |
|                | 3-5 yıl (2)            | 47  | 1,2255 | 0,52687 |        |       |            |
|                | 5 yıldan daha uzun (3) | 251 | 1,6398 | 0,61502 |        |       |            |
| Toplam         |                        | 335 | 1,6239 | 0,72486 |        |       |            |

Tablo 31’de kişilerin bütçe planlama süreleri ile dijital finansal okuryazarlık risk farkındalık düzeyleri arasındaki ilişkinin anlamlılık derecesi Tek Yönlü Anova testi ile ortaya konmak istenmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonucunda en yüksek ortalamanın 0-2 yıl grubu ( $x=2,0216$ ), sırasıyla, 5 yıldan daha uzun ( $x=1,6398$ ) ve en düşük 3-5 yıl grubu ( $x=1,2255$ ) grubuna ait olduğu gözlemlenmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonucunda (tek

yönlü varyans analizi/ANOVA) bütçe planlama sürelerinin ortalama değerleri arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Yapılan analiz sonucuna göre  $F=(13,696)$ , ( $p(0,001)<0,05$ ) istatistiksel olarak anlamlı farklılık hesaplanmıştır. Analiz sonucunda kişilerin bütçe planlama süreleri dijital finansal okuryazarlık risk farkındalık açısından farklılaştığı sonucuna varılmıştır.

Bütçe planlama süreleri ile risk farkındalık düzeyleri arasında hangi grubun daha farklı olduğunu ortaya koymak amacıyla Tukey HSD analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucuna göre 0-2 yıl bütçe planlamasına sahip grubun diğer her iki gruba göre risk farkındalık düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır.

Dijital finansal okuryazarlık bilgi düzeyinde ortaya çıkan durum gibi dijital finansal risk farkındalık düzeyi de 0-2 yıl grubunda daha yüksek ortaya çıkmaktadır.



## SONUÇ

Teknoloji kullanımının yaygınlaşması birlikte dijital alanda insanlar temel ihtiyaçlarından, yatırım ve finans işlemlerine kadar birçok alanda dijitalleşmenin olanaklarından faydalanmaktadır. Teknoloji tabanlı dijitalleşmenin sunduğu imkânlar sayesinde bireyler kısa zamanda, uygun maliyet ve anlık işlemlerle ihtiyaç duydukları hizmete kavuşma imkânına sahip olmuşlardır. Dijital alanda yaşanan yeniliklerle birlikte finansal hizmetlerde çeşitlilik hızlanmış ve insanların anlayabileceği dijital uygulamalar oluşturulmuştur. Bu bağlamda günümüzde dijital finansal okuryazarlık, finansal katılımı, finansal gelişimi ve bunların sonucunda finansal istikrarı sağlayabilmenin önemli bir aracı olarak kabul edilmektedir.

Bu çalışmanın amacı Batman Emniyet Müdürlüğünde Çalışan meslek mensuplarının dijital finansal okur yazarlık bilgi düzeyi ve risk farkındalıklarının demografik özellikler açısından ele almak ve dijital finansal okuryazarlık ile risk farkındalığı arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda ortaya konan hipotezler Basit Doğrusal Regresyon, Tek Yönlü Anova ve Bağımsız örneklem Bağımsız örneklem t testi ile analiz edilmiştir.

Çalışmanın ilk hipotezi olan “Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık bilgi seviyeleri, dijital finansal okur yazarlıkla ilgili risk farkındalıklarını anlamlı şekilde artırmaktadır” hipotez regresyon analizi ile test edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda dijital finansal ürünler ve hizmetler hakkındaki bilgi düzeyinin, dijital finansal risk farkındalığı üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin finansal bilgi seviyelerinin artmasının karşılaşılabilecek riskleri daha iyi değerlendirmelerini sağlamakta olduğu görülmektedir. Özellikle dijitalleşme ile birlikte paralel bir şekilde artan dijital tehditler konusu günümüzde en çok gündem yaratan konular arasındadır. Bireyler artan dijitalleşme ile birlikte daha fazla tehlike ile yüzleşmektedirler. Bu bağlamda kişilerin karşılaştıkları tehditler ile mücadele etmede bilgi sahibi olmaları önem arz etmektedir. Bu bağlamda finansal işlemlerin daha fazla dijitalleştiği dünyamızda kişilerin karşılaşılabilecekleri risklerden korunması için bilgi seviyesini arttıracak kamusal ve özel kanallar ile verilecek bilgilendirici faaliyetlerin önem arz ettiği görülmektedir. Ayrıca kişilerin finansal okur yazarlık seviyelerini arttıracak eğitimlerin ilk öğretimden başlayarak verilmesi gerektiği düşünülmektedir. Günümüzde kişilerin finansal okur yazarlık bilgi seviyelerini arttırmalarının ne kadar önemli olduğu kişilerin karşılaştıkları dolandırıcı faaliyetler göz önüne alındığında ortaya çıkmaktadır.

Kişilerin cinsiyet değişkeni ile finansal bilgi düzeyleri arasındaki ilişkinin anlamlılığını test etmek amacıyla bağımsız örneklem bağımsız örneklem t testi uygulanmış ve anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ( $p=0,009<0,05$ ). Kadınların erkeklere oranla dijital finansal okuryazarlık bilgi düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir. Kadınların teknolojik konulara daha iyi adapte oldukları ve bu konuda erkeklere göre teknoloji odaklı bir bakış açısına sahip oldukları düşünülmektedir.

Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık bilgi seviyeleri yaş değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaştığı tespit edilmiştir ( $p=0,017<0,05$ ). Analiz sonucuna göre 18-30 yaş grubunun finansal okuryazarlık bilgi düzeylerinin, 41-50 yaş grubundan istatistiksel olarak daha yüksek olduğu görülmektedir. Dolayısıyla katılımcıların yaşlarının nispeten düşük olması teknoloji ile ilgili gelişmeleri daha iyi takip edebilmelerini ve bu teknolojilere daha iyi uyum sağlayabilmelerine neden olduğu düşünülmektedir. Yaşça büyük katılımcıların ise dijital finansal teknolojiyi takip etme noktasında sıkıntıları olabileceği ve geleneksel yöntemler ile finansal işlemlerini gerçekleştirdiği düşünülmektedir. Bu bağlamda teknoloji tabanlı finansal işlemlerin tüm yaş kesimlerinin anlayacağı şekilde tasarlanmasının önemli olduğu düşünülmektedir.

Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık bilgi seviyeleri eğitim durumu değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır ( $p=0,001<0,05$ ). Benzer şekilde katılımcıların dijital finansal okuryazarlık risk farkındalıkları eğitim durumu değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır ( $p=0,001<0,05$ ). Dolayısıyla hem dijital finansal okuryazarlık bilgi seviyesi açısından hem de risk farkındalığı açısından, meslek yüksekokulu grubunun hem lisans grubundan hem de lisansüstü grubundan farklılaştığı görülmektedir. Meslek yüksekokulu mezunlarının eğitimleri sırasında almış oldukları bilgisayar ve benzeri teknoloji derslerinin erken yaşlarda kişilerin hayatına etki ettiği ve bu sayede teknolojiye daha iyi adapte olabildikleri düşünülmektedir. Ayrıca meslek yüksekokulu öğrencilerinin erken yaşta staj eğitimi almış olmalarının da teknoloji ile tanışmalarında etken olduğu düşünülmektedir.

Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık bilgi seviyeleri gelir durumu değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır ( $p=0,001<0,05$ ). Benzer şekilde katılımcıların dijital finansal risk farkındalık seviyeleri de gelir değişkenine göre farklılık göstermektedir ( $p=0,002<0,05$ ). Analiz sonucuna göre 22 bin TL, 25 bin TL ve 26-30 bin TL gelir düzeyine sahip her üç grubun 31 bin TL üzeri gelire sahip gruba göre bilgi düzeylerinin istatistiksel olarak daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Daha düşük

gelir durumuna sahip bireylerin yaşamlarını daha az risk ve daha çok bilgiye ihtiyaç duyarak sürdürdükleri düşünülmektedir.

Katılımcıların dijital finansal okuryazarlık bilgi seviyeleri finansal bütçe yapma süresi değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır ( $p=0,001<0,05$ ). Benzer şekilde katılımcıların finansal risk farkındalık düzeyleri finansal bütçe yapma süresi değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır ( $p=0,001<0,05$ ). 0-2 yıl grubunun finansal dijital okuryazarlık bilgi düzeyleri ve risk farkındalık düzeylerinin her ikisinde de diğer gruplara göre daha yüksek bilgi ve farkındalık düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Bu yükseklik iki nedene bağlanabilir. İlki bireylerin değişen teknoloji çağında internet tabanlı uygulamalara erişiminin ve dijital okuryazarlık düzeylerinin son yıllarda artması gösterilebilir. İkincisi ise, ülkede son yıllarda yaşanan ekonomik sorunların bireylerin bütçelerini önemsemelerini zorunlu hale getirmesine bağlanabilir.

## KAYNAKÇA

- Adalar, H. (2019). “Sosyal Bilgiler Öğretmen Eğitiminde Finansal Okuryazarlık ve Öğretimi: Bir Model Önerisi”, Doktora Tezi, *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Ankara.
- Adıgüzel, A. (2011). Bilgi okuryazarlığı ölçeğinin geliştirilmesi, *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, 17(11), 15-28.
- Akdağ, G., Uygurtürk, H., Genç, M. ve Şaban M, (2019). Finansal tutum ve davranışın yatırım kararlarına etkisi: Bartın, Karabük ve Zonguldak illerine yönelik bir araştırma. *Business & Management Studies: An International Journal Dergisi*, 7(5), s. 2669-2700.
- Alkaya A. ve Yağlı İ. (2015). Finansal okuryazarlık-f finansal bilgi, davranış ve tutum: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi İİBF öğrencileri üzerine bir uygulama, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(40). 585– 589.
- Altıntaş, K. M. (2008). Bireysel yatırımcılar açısından finansal eğitimin önemi. Toplumda finansal okuryazarlık düzeyinin yükseltilmesi ve bireylerde asgari finans kültürünün oluşturulma süreci. *Türk Sigorta Enstitüsü Vakfı (TESEV): İstanbul*
- Altun, A. (2005). Gelişen teknolojiler ve yeni okuryazarlıklar. *Anı Yayıncılık: Ankara*.
- Asadova, N. (2019). Perspective cryptocurrency projects supported by China. *Review of Business and Economics Studies*, 7(2), 37-44.
- Atkinson, A. & F. Messy, (2012). “Measuring Financial Literacy: Results Of The OECD/International Network On Financial Education (INFE) Pilot Study”, *Working Paper No. 15, OECD Working Papers On Finance, Insurance And Private Pensions, OECD Publishing, Paris*.
- Arı, A. ve Önder, H. (2013). Farklı veri yapılarında kullanılabilecek regresyon yöntemleri, *Anadolu Bilim Dergisi*, 28(3), 168-174.
- Arıkan, R. (2018). Anket yöntemi üzerine bir değerlendirme, *Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1, 97-159.
- Ayhan, B., (2019). Constituting financialized subjectivities: cultural political economy of financial literacy in Tukey, *Turkish Studies*, 20(5), 680-707.
- Aytaş, G. ve Kaplan, K. (2017). Medya okuryazarlığı bağlamında yeni okuryazarlıklar, *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(2), 291-310.
- Barmaki, N. (2015). Üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeylerini belirlemeye yönelik bir araştırma: Hacettepe üniversitesi örneği, Doktora Tezi, *Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul*.

- Baştürk, H. F. (2019). Sigortacılık sektöründeki dijitalleşme süreci ve sigortacılık eğitimine yansımaları, *International Congresses on Education*, 320-328.
- Bayram, S. (2010). Finansal okuryazarlık ve para yönetimi davranışları: Anadolu Üniversitesi öğrencileri üzerine uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir: *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*. Eskişehir.
- Bayrı, O. (2006). Paranın gelecekteki değeri: fiyatlar genel seviyesi, faiz oranları ve döviz kuralları, *Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(2), 283-304.
- Beal, D. ve Delpachitra, S. (2003). Financial literacy among Australian university students, *Economic Papers: A Journal Of Applied Economics and Policy*, 22(1), 65-78.
- Becel, A. (2013). Bilişim teknolojileri ekseninde yazarlık ve yazma becerileri dersine yönelik bir değerlendirme, *International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 3(1), 61-80.
- Bora, A. (1997). Finansal piyasalar ve Türkiye değerlendirmesi (online), <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1071985>. (Erişim Tarihi: 10.05.2022).
- Balıoğlu, B. (2006). Hipotez ve varsayım birbrinin yerine kullanılabilir mi? (online), <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/100977>. (Erişim Tarihi: 12.01.2024).
- Cude, B., Lawrence, F., Lyons, A., Metzger, K., LeJeune, E., Marks, L. & Machtmes, K. (2006). College students and financial literacy: What they know and what we need to learn. *Proceedings of the Eastern Family Economics and Resource Management Association*, 102(9), 106-109.
- Çavuş, Ö. (2023). Dijital okuryazarlık ile finansal okuryazarlık arasındaki ilişki. Karabük Üniversitesi Sosyal ilimler Enstitüsü, *Yüksek Lisans Tezi*, Karabük.
- Çetinkaya, Ş. (2018). Kripto paraların gelişimi ve para piyasalarındaki yerinin SWOT analizi ile incelenmesi, *Uluslararası Ekonomi ve Siyaset Bilimleri Akademik Araştırmalar Dergisi*, 2(5), 11-21.
- Dirican, C. (2013). Finansal farkındalık ve finansal okuryazarlık (online), <http://www.salom.com.tr>, (Erişim Tarihi: 21.12.2022).
- Fettahoglu, S. & Kildize, D. (2019). Dijital finansal okuryazarlık ve bireylerin finansal teknoloji kullanma konusundaki tutumlar, *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 9(12), 867-889.
- OECD, (2012), Education at a glance highlights, *OECD Publishing*: Paris.
- OECD, (2017), Education At A Glance 2017: OECD Indicators, *OECD Publishing*: Paris.

- Er, F., Temizel, F. ve Sönmez, A. (2014). Lisans eğitim programlarının finansal okuryazarlık düzeyine etkisinin araştırılması: Türkiye örneği, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(4), 113-126.
- Ergün, B., Şahin A.ve Ergin, E. (2014). Finansal okuryazarlık: işletme bölümü öğrencileri üzerine bir çalışma, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (34), 847-864.
- Ergüney, M. (2017). İletişimin dijitalleşmesi ve iletişim fakültelerinde yeni medya eğitimi, *Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(15), 1475-1486.
- Gökmen, H. (2012). Finansal okuryazarlık. *Hiperlink Yayınları*: İstanbul.
- Hastings, J., B. Madrian, & W. Skimmyhorn, (2012). Financial literacy, financial education and economic outcomes, *Nber Working Papers*, No: 18412, Cambridge.
- Haydari, A. H. (2018). Bireylerin finansal okuryazarlık, finansal eğitim ve finansal erişim düzeyleri üzerine bir araştırma: İstanbul ili örneği, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, *Yüksek Lisans Tezi*. Muğla.
- Hayta, A. (2011). Aile finans sistemi ilişkileri. *Gazi Kitapevi*: Ankara.
- Karaman, M. K. (2016). Öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri ve eleştirel düşünme eğilimleri üzerine bir araştırma, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 4(1), 326-350.
- Karyağdı, N. (2018). Finansal okuryazarlık ve farkındalığının belirlenmesine yönelik Bitlis Eren Üniversitesi Sbmyo öğrencileri üzerine bir uygulama. *İşletme Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 110-126.
- Karakuş, G. ve Gürbüz, O. (2019). Öğretmen adaylarının dijital okuryazarlık öz-yeterlilik becerilerinin farklı değişkenler açısından incelenmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21,129-147.
- Kaya, I. U. (2020). Finansal Okuryazarlık ve Finansal Dijitalleşme İlişkisi: Bankacılık ve Finans Bölümü Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, *Yüksek Lisans Tezi*, Burdur.
- Kaygin, C. (2020). Üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık konusundaki görüşlerinin tespiti, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 54-72.
- Keynes, J.M. (1926). The general theory of employment, interest and Money, *Palgrave Macmillan*: United Kingdom.
- Kılcan B. ve Gülbudak B. (2019). E-Okuryazarlığa yönelik tutum ölçeğinin geliştirilmesi: geçerlik ve güvenirlik çalışmaları, *Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(1), 59-71.
- Kılıç, Y., Ata, H. ve Seyrek, İ. (2015). Finansal okuryazarlık: Üniversite öğrencilerine yönelik bir araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 66, 129-150.

- Korkmaz T. ve Ceylan A. (2017). Sermaye piyasası temel konular. *Ekin Yayınevi*: Bursa.
- Korkmaz, Ö. ve Mahiroğlu, A. (2009). Üniversiteyi yeni kazanmış öğrencilerin bilgisayar okuryazarlık düzeyleri, *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 17(3), 983-1000.
- Kocabıyık, T. ve Teker, T. (2018). Finansal okuryazarlık: Süleyman Demirel Üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 117-144.
- Kurbanoglu, S.S. (2010). Bilgi okuryazarlığı: kavramsal bir analiz. *Türk Kütüphaneciliği*, 24(4), 723-747.
- Köse, İ. ve Öztemur, B. (2014). Kayıp veri ele alma yöntemlerinin t-testi ve ANOVA parametreleri Üzerine Etkisinin İncelenmesi (online), <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/16769>, (Erişim Tarihi:12.12.2023).
- Lazonder, A. W., Walraven, A., Gijlers, H. & Janssen, N. (2020). Longitudinal assessment of digital literacy in children: Findings from a large Dutch single-school study, *Computers & Education*, 143.
- Lusardi, A. (2011). Financial literacy around the world: an overview. *Journal of pension, economics & finance*, 10, 497-508.
- List, A. (2019). Defining digital literacy development: An examination of pre-service teachers beliefs, *Computers & Education*, 138, 146-158.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2007). Baby boomer retirement security: the roles of planning, financial literacy and housing wealth, *Journal of Monetary Economics*, (54), 205-224.
- Mandell, L., ve Klein, L. S. (2009). The impact of financial literacy education on subsequent financial behavior. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 20(1), 15-24.
- Morgan, P.J., Huang, B. & Trinh, L.Q. (2019). The need to promote digital financial literacy for the digital age, *Realizing Education for All in the Digital Age*, 40-46.
- OECD, (2018). INFE toolkit for measuring financial literacy and financial inclusion. *Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development*, (1-9).
- Ormanlı, O. (2012). Dijitalleşme ve Türk sineması. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 2(2), 32-38.
- Özçelik, A. G. M. ve Akçay, V. H. (2019). Bankacılık sektöründe dijitalleşmenin kariyer platosu ile ilişkisi. *Türk İslam Dünyası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 22, (152-163).
- Özdemir, A., Temizel, F., Sönmez, H. ve Er, F. (2015). Financial literacy of university students: a case study for anadolu university Tukey. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 2(24), 97-110.

- Özgür H. (2016). Öğretmen adaylarının yaşam boyu öğrenme yeterlikleri ve bilgi okuryazarlığı öz-yeterlikleri üzerine bir çalışma, *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12(1), (22-38).
- Philippas, N. & Avdoulas, C., (2020). Financial literacy and financial well-being among generation-z university students: evidence from Greece, *The European Journal Of Finance*, 26(4-5), 360-381.
- Prasad, H.İ., Meghwal, D. & Dayama, V. (2018). Digital financial literacy: a study of households of udaipur, *JBM The Journal of Business and Management*, 5 (1), 23-32.
- Remund, D. (2010). Financial Literacy Explicated: The case for a clearer definitionin an increasingly complex economy, *The Journal of Consumer Affairs*, 276-295.
- Sayar, K. (2016). Dijital toplum, *TRT Akademi*, 1(2), 762-775.
- Setiawan, M., Effendi, N., Santoso, T., Dewi, V. I. & Sapulette, M. S. (2020). Digital financial literacy, current behavior of saving and spending and its future foresight, *Economics of Innovation and New Technology*, 1-20.
- Shen, Y., Hu, W & Hueng, C. J. (2018). "The effects of financial literacy, digital financial product usage and internet usage on financial inclusion in china", 2018 3rd International Conference on Circuits and Systems, 228, 1-6.
- Sezgin, A. ve Karabacak, Z. (2020). Yükseköğretimde dijital dönüşüm ve dijital okuryazarlık dersine yönelik betimsel bir analiz. *Kurgu*, (28)17-30.
- Şahin, M. ve Barış, S. (2017). Finansal okuryazarlık ve tasarruf davranışları: kamu çalışanları üzerine bir inceleme, *Çankırı Karatekin Üniversitesi İİBF Dergisi*, 7(2), 77-103.
- Taşçı, M. (2011). Okullarda temel finans eğitimi verilmesinin önemi, dünya uygulamaları, öneriler, *Sermaye Piyasası Dergisi*, 5, 87-103.
- Taşlıyan, M., Bekerci, N. ve Çakıroğlu, Z. (2023). Finansal okuryazarlığın bireysel girişimcilik yönelimine etkisi: üniversite öğrencileri örneği, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(1) 232–243.
- Temizel, F. ve Özgüler İ. (2015). Finansal eğitime bakış. *Business & Management Studies: An International Journal*, 3, 1-16.
- Temizel, F. (2010). Mavi yakalılarda ekonomi okuryazarlık, *Beta Yayınları*: İstanbul.
- Temizel, F., & Bayram, F. (2011). Finansal okuryazarlık: Anadolu Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi (İİBF) öğrencilerine yönelik bir araştırma, *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 12 (1), 73-86.

Turhan, D. G. (2017). Dijital Aktivizm. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(1), 26-44.

Türk Dil Kurumu Sözlüğü, <https://sozluk.gov.tr/>. (Erişim Tarihi: 12.04.2022).

(TCMB),<https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/tr/tcmb+tr/main+menu/banka+hak+kinda/egitim-akademik/terimler+sozlugu/>. (Erişim Tarihi: 03. 02. 2023).

Wachira, M. ve Kihui, E. N. (2012). Impact of financial literacy on access to financial services in Kenya, *International Journal of Business and Social Science*, 3(12), 42-50.

Yayar, R. ve Tekgün, B. (2021). Türkiye hane halkı harcamalarının engel eğrisi analizi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 8, 105-125.



## EKLER

### Anket Formu Ek1



## Dijitalleşme ve Finansal Okur Yazarlık: Batman Emniyet Müdürlüğü Örneği

Sayın katılımcı,

Bu soru formu, Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde hazırlamakta olduğum “Dijitalleşme ve Finansal Okur Yazarlık: Batman Emniyet Müdürlüğü Örneği” konulu yüksek lisans tez araştırmasının veri toplama aracı olarak tasarlanmıştır. Buradan elde edilecek veriler yalnızca bu çalışma için kullanılacak, soruları cevaplandıracak ve yetkililerin ismi kesinlikle araştırma içerisinde yer almayacaktır. Bu nedenle sorulara objektif bir şekilde cevap vermeniz beklenmektedir.

Yoğun çalışmalarınız arasında zaman ayırıp çalışmaya katkıda bulunduğunuz için teşekkür eder, görevinizde başarılar dilerim.

**Metin AGRİÇ**

Yüksek Lisans  
Öğrencisi

### A. Demografik Sorular

#### 1. Cinsiyetiniz:

Erkek () Kadın ()

#### 2. Medeni durumunuz:

Evli () Bekar ()

#### 3. Yaşınız:

18-30 () 31-40 () 41-50 () 51 ve üzeri ()

**4.Eğitim durumunuz:**

MYO( ) Lisans ( ) Yüksek Lisans ( )

**5. Kaç yıldır bu mesleği icra ediyorsunuz?**

1-5 ( ) 6-10 ( ) 11-15 ( ) 16-20 ( ) 21 ve üzeri ( )

**6. Geliriniz:**

22 bin ( ) 22-25 bin ( ) 26-30 bin ( ) 31 bin üzeri ( )

**7. Finansal bütçenizi ne zamandan beri yapmaya başladınız?**

0-2 yıl ( ) 3-5 yıldır ( ) 5 yıldan daha uzun süredir ( )

**8. Tasarruflarınızı hangi yatırım aracı ile değerlendiriyorsunuz?**

Döviz ( ) Gayrimenkul ( ) Vadeli banka hesabı ( ) Devlet değerli kağıtları (tahvil,bono, hisse senedi) ( ) Diğer ( )

**9. Finansal bilgi düzeyinizi ne kadar yeterli görüyorsunuz?**

Çok düşük ( ) Düşük ( ) Orta ( ) Yüksek ( ) Çok yüksek ( )

| (1) Katılıyorum<br>(2) Kesinlikle Katılıyorum<br>(3) Kararsızım<br>(4) Katılmıyorum<br>(5) Kesinlikle Katılmıyorum                     | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| <b>B. Dijital finansal ürünler ve hizmetler hakkında bilgi</b>                                                                         |   |   |   |   |   |
| 1. e-cüzdan kullanabiliyorum.                                                                                                          |   |   |   |   |   |
| 2. Online bankacılık kullanabiliyorum.                                                                                                 |   |   |   |   |   |
| 3. Online stok ticareti kullanabiliyorum.                                                                                              |   |   |   |   |   |
| 4. İnternet tabanlı sigorta hizmeti kullanabiliyorum.                                                                                  |   |   |   |   |   |
| <b>C. Dijital Finansal Riskler Hakkında Farkındalık</b>                                                                                |   |   |   |   |   |
| 1. Bir bilgisayar hackerin, kullanıcının kişisel verileri ifşa etmek için kurmuş gibi davranabileceğinin farkındayım.                  |   |   |   |   |   |
| 2. Bir virüsün, kullanıcının kişisel verilerini ortaya çıkarmak için kullanıcıyı yanlış bir sayfaya yönlendirebileceğinin farkındayım. |   |   |   |   |   |

|                                                                                                                                                          |  |  |  |  |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| 3. Kötü amaçlı yazılımların, kullanıcıların bilgisayarına ya da cep telefonuna yerleştirilebileceğinin ve kişisel verileri iletebileceğinin farkındayım. |  |  |  |  |  |
| 4. Birinin kullanıcı gibi davranabileceğinin ve kullanıcının SIM kartını alabileceğini ve böylece kullanıcının verileri alabileceğinin farkındayım.      |  |  |  |  |  |
| 5. Bir hackerin sosyal ağlar gibi online aktivitelerinden kişisel verilerini çalabileceğinin farkındayım.                                                |  |  |  |  |  |
| <b>D. Dijital Finansal Risk Kontrolü Hakkında Bilgi</b>                                                                                                  |  |  |  |  |  |
| 1. İstenmeyen posta, kimlik hırsızlığı vb. durumları önlemek için bilgisayar programlarını nasıl kullanacağımı biliyorum.                                |  |  |  |  |  |
| 2. İstenmeyen posta, kimlik hırsızlığı vb. durumları önlemek için mobil uygulamalarını nasıl kullanacağımı biliyorum.                                    |  |  |  |  |  |
| 3. Kişisel kimlik numaramı nasıl koruyacağımı biliyorum (PIN).                                                                                           |  |  |  |  |  |
| 4. Dijital finansal ürünleri kullanırken kişisel bilgilerimi nasıl koruyacağımı biliyorum.                                                               |  |  |  |  |  |
| <b>E. Tüketici Hakları ve Tazminat Prosedürleri Hakkında Bilgi</b>                                                                                       |  |  |  |  |  |
| 1. Dijital finansal ürün ve hizmetlerin bir kullanıcısı olarak haklarımı biliyorum.                                                                      |  |  |  |  |  |
| 2. Dijital yollarla finansal ürünleri kullanırken, dolandırıcılığa maruz kalırsam nereye şikâyetle bulunabileceğimi biliyorum.                           |  |  |  |  |  |
| 3. Dolandırıcılığa uğrarsam, tazminatın nasıl alınacağını biliyorum.                                                                                     |  |  |  |  |  |
| 4. Kişisel verilerime ilişkin haklarımı biliyorum.                                                                                                       |  |  |  |  |  |

*Çalışmaya yapmış olduğunuz değerli katkıdan ötürü teşekkür ederim.*