

T.C.
ERCİYES ÜNİVERSİTESİ
BİLİMSEL ARAŞTIRMA PROJELERİ
KOORDİNASYON BİRİMİ

**BİREYLERİN FİNANSAL OKURYAZARLIK DÜZEYİ VE YENİ
FİNANSAL ÜRÜNLERİ KULLANIM SEVİYELERİ ARASINDAKİ
İLİŞKİNİN İNCELENMESİ: KAYSERİ İLİ ÖRNEĞİ**

Proje No: SHD-2017-7231

Proje Türü: Hızlı Destek Projesi

SONUÇ RAPORU

Proje Yürütücüsü:

Doç. Dr. Derviş BOZTOSUN
İzzet Bayraktar Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
Muhasebe ve Finans Yönetimi Bölümü

Araştırmacılar:

Doç. Dr. Semra AKSOYLU
İzzet Bayraktar Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
Muhasebe ve Finans Yönetimi Bölümü

Yrd. Doç. Dr. Bahatdin DAŞBAŞI
İzzet Bayraktar Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
Muhasebe ve Finans Yönetimi Bölümü

Öğr. Gör. Emre Hayri BARAZ
İzzet Bayraktar Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
Muhasebe ve Finans Yönetimi Bölümü

Arş. Gör. Fatih ALTINIŞIK
İzzet Bayraktar Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
Muhasebe ve Finans Yönetimi Bölümü

Aralık 2017
KAYSERİ

Çalışmamıza sağladığı destekten dolayı T.C. Erciyes Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi'ne teşekkürlerimizi sunarız.

Proje Yürütücüsü:

Doç. Dr. Derviş BOZTOSUN

Araştırmacılar:

Doç. Dr. Semra AKSOYLU

Yrd. Doç. Dr. Bahatdin DAŞBAŞI

Öğr. Gör. Emre Hayri BARAZ

Arş. Gör. Fatih ALTINIŞIK

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER	ii
TABLolar	iii
ÖZET	1
ABSTRACT.....	2
GİRİŞ / AMAÇ VE KAPSAM	3
GENEL BİLGİLER	4
GEREÇ VE YÖNTEM	4
BULGULAR.....	5
Demografik Özelliklere Ait Bulgular	5
Demografik Özelliklere Göre Yeni Finansal Ürünleri Kullanma Düzeyi.....	6
Finansal Okuryazarlık ve Yeni Finansal Ürün Kullanımı Arasındaki İlişkiye Ait Bulgular	13
Finansal Okuryazarlık Durumu İle Yeni Finansal Ürün Kullanımı Arasındaki İlişkinin İstatistikî Olarak İncelenmesi.....	14
TARTIŞMA VE SONUÇ	16
KAYNAKÇA.....	18

TABLÖLAR

Tablo 1: Demografik Bilgiler.....	5
Tablo 2: Cinsiyete Göre Yeni Finansal Ürün Kullanımı	7
Tablo 3: Yaş Gruplarına Göre Yeni Finansal Ürün Kullanımı.....	8
Tablo 4: Eğitim Durumuna Göre Yeni Finansal Ürün Kullanımı	9
Tablo 5: Gelir Düzeyine Göre Yeni Finansal Ürün Kullanımı.....	10
Tablo 6: Meslek Grubuna Göre Yeni Finansal Ürün Kullanımı.....	12
Tablo 7: Finansal Okuryazarlık Başarı Durumu	13
Tablo 8: Finansal Okuryazarlık Durumuna göre Yeni Finansal Ürün Kullanımı	13
Tablo 9: Normal Dağılım Testi Sonuçları	15
Tablo 10: Mann-Whitney U Test Sonuçları.....	15

ÖZET

Finansal okuryazarlık ile ilgili, araştırmacılar ve kurumlar birçok farklı isim ve tanım kullanmaktadırlar. Literatürde “finansal eğitim”, “finansal farkındalık”, “finansal yeterlilik” gibi kavramlar kullanılsa da Türkiye’de “Finansal Okuryazarlık” kavramı kabul görmüştür. Finansal okuryazarlık, bireyin anahtar finansal kavramları anlama derecesinin ve uygun şekilde yapılmış kısa ve uzun vadeli planlarla kişisel finansal durumunu kontrol edebilme yeteneğine sahip olmasının ölçüsü şeklinde tanımlanabilir.

Bilinen en geniş tanımıyla finansal yenilik kavramı, mali piyasaların tam olmaması ve/veya finansal aracılığın etkin olmaması sonucu doğan kâr fırsatlarından yararlanmak amacıyla geliştirilen bir ürünü veya bir süreci ifade etmektedir.

Türkiye’de son yıllarda mevduat ve bireysel emeklilik gibi araçlarla tasarrufun artması; kredi, kredi kartı gibi araçlarla da borçlanmanın artması finansal faaliyetlerin yoğunlaştığını göstermektedir. Yoğunlaşan finansal faaliyetler sonucunda yeni finansal ürünlerin kullanımının da artması beklenmektedir. Bu artışa paralel olarak finansal okuryazarlık seviyesi yüksek olan bireylerin yeni finansal ürünler hakkında daha fazla bilgi sahibi olacakları ve bu ürünleri kullanma eğilimlerinin daha fazla olacağı da beklenmektedir. Bu beklentiler doğrultusunda, Kayseri İl’inde yapılan saha çalışması ile bireylerin finansal okuryazarlık seviyeleri ile yeni finansal ürünleri kullanım seviyeleri arasındaki ilişki tespit edilmeye çalışılmıştır.

Kayseri’de özel olarak bu çalışmanın yapılmak istenmesinin sebebi; şehrin nüfusunun ve bireylerin tasarruf, yatırım, kredi gibi ekonomik faaliyetlerinin yoğun olması ve bu açıdan Türkiye’nin önde gelen illerinden biri olmasıdır.

ANAHTAR KELİMELER: Yeni Finansal Ürünler, Finansal Okuryazarlık, Kayseri

ABSTRACT

Several definitions of financial literacy are given in the literature. Although the concepts such as "financial education", "financial awareness", "financial competence" are used in the literature, the concept of "Financial Literacy" is accepted in Turkey. Financial literacy can be defined as the extent to which an individual has the ability to understand his or her key financial concepts and the ability to control his or her personal financial position with appropriate short-term and long-term plans.

As the most widely known definition, the concept of financial innovation refers to a product or process developed to take advantage of the resulting profit opportunities that financial markets are not complete or financial intermediation is not effective.

Increase in savings in Turkey during recent years with means such as deposits and private pensions, and increase in loans by means of credit, credit cards, etc., indicate that financial activities are intensifying. As a result of intensifying financial activities, the use of new financial products is expected to increase. Parallel to this increase, individuals with a high level of financial literacy are expected to have more knowledge of the new financial products and are also expected to use more of these products. In this direction, the field study in Kayseri province tried to determine the relationship between individuals' financial literacy levels and the level of use of new financial products.

The reason of this study applied in Kayseri is intensity of population and economic activities such as individual savings, investments and credits, and so, it is one of Turkey's leading cities.

KEYWORDS: Financial Innovation, Financial Literacy, Kayseri Province

GİRİŞ / AMAÇ VE KAPSAM

Bilinen en geniş tanımıyla finansal yenilik kavramı, mali piyasaların tam (complete) olmaması ve/veya finansal aracılığın etkin olmaması (inefficiency) sonucu doğan kâr fırsatlarından yararlanmak amacıyla geliştirilen bir ürünü veya bir süreci ifade etmektedir. Ürün olarak belirtilen finansal yenilikler genel ekonomik koşullardaki değişimler sonucu geliştirilmişken; süreç olarak tanımlanan yenilikler (banka kartları (elektronik cüzdan), otomatik para çekme makineleri (ATM), satış noktası terminalleri (POS), kişisel bilgisayarlarla yapılan finansal işlemler, elektronik fon transferi sistemi (EFT) ve internet işlemleri (dijital cüzdan) gibi) ise teknolojiadaki gelişmeler nedeniyle alternatif ödeme araçları olarak geliştirilmişlerdir (Van Horne, 1985, s. 625).

Finansal okuryazarlık ile ilgili, araştırmacılar ve kurumlar birçok farklı isim ve tanım kullanmaktadır. Literatürde “finansal eğitim”, “finansal farkındalık”, “finansal yeterlilik” gibi kavramlar kullanılsa da Türkiye’de “Finansal Okuryazarlık” kavramı kabul görmüştür. Kavram ile ilgili birçok tanım bulunmaktadır. Remund’un yaptığı tanıma göre; finansal okuryazarlık “bireyin anahtar finansal kavramları anlama derecesinin ve uygun şekilde yapılmış kısa ve uzun vadeli planlarla kişisel finansal durumunu yürütebilme yeteneğine sahip olmasının ölçüsüdür” (Remund, 2010, s. 284). Noctor ve diğerlerinden aktaran Goel ve Khanna, finansal okuryazarlığı bireylerin paralarını yönetmeleri esnasında değerlendirmelerini bilinçli şekilde yapabilmesi ve efektif kararlar alabilmesi şeklinde tanımlamışlardır (Goel ve Khanna, 2013, s. 338).

Bu tanımlar incelendiğinde; finansal okuryazarlığın hem şimdiki hem de tasarrufları ile gelecekteki ekonomik refahını da etkilediği görülmektedir. Bir ailenin ekonomik refahının yüksek olması, çocuklarına sağlayabilecekleri eğitim kaynaklarının da niteliksel ve niceliksel olarak yüksek olması demektir ve bu durum ülke geleceğini doğrudan etkiler.

Ülkemizde son yıllarda mevduat, bireysel emeklilik, ATM, internet bankacılığı gibi yeni finansal ürünlerin artması finansal faaliyetlerin yoğunlaştığının bir göstergesidir. Bu yoğunluğun üzerinde bireylerin finansal okuryazarlık seviyelerinin etkisinin varlığına dahil bulgular olup olmadığı sorusu ise araştırmanın hareket noktasını oluşturmuştur.

Kayseri’de özel olarak bu çalışmanın yapılmak istenmesinin sebebi; şehrin nüfusunun ve bireylerin tasarruf, yatırım, kredi gibi ekonomik faaliyetlerinin yoğun olması ve bu açıdan Türkiye’nin önde gelen illerinden biri olmasıdır.

GENEL BİLGİLER

Yeni finansal ürün kullanımı, finansal okuryazarlık ve bu ikisi arasındaki ilişki ile ilgili yapılan araştırmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Türkiye genelinde yapılmış çalışmalara bakıldığında bu konuda bazı çalışmalar mevcut olmakla birlikte Kayseri ile ilgili herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Çalışma sonucunda Kayseri iline ait yeni finansal ürün kullanımı, finansal okuryazarlık seviyesi ve bu ikisi arasındaki ilişki belirlenmiştir.

Öncelikle Türkiye’de yeni finansal ürün kullanımı ve finansal okuryazarlık ile ilgili yeterli düzeye ulaşmamış veriler Kayseri ili bazında toplanmış olacaktır. Bu sayede üniversitenin faaliyette bulunduğu şehir hakkında daha önce çalışılmamış bir alanda literatüre katkı sağlanmış olacaktır.

GEREÇ VE YÖNTEM

Çalışmanın anakütlesini Kayseri ilindeki bireyler oluşturmaktadır. Anakütle içerisinde, istatistiki yöntemler kullanılarak anakütleyi temsil etme nitelik ve niceliğine sahip örneklem oluşturulmuş ve yüz yüze görüşme yöntemiyle anket uygulanmıştır.

Çalışmada kullanılmak için oluşturulan anket formu 3 kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısım katılımcıların demografik özelliklerini belirleyebilmek için hazırlanmış sorulardan oluşmaktadır. Bu kısımdaki sorular sayesinde katılımcıların; cinsiyet, yaş grubu, eğitim düzeyi, gelir seviyesi ve meslek bilgilerine ulaşılmıştır. İkinci kısımda OECD’nin finansal okuryazarlık düzeyi ile ilgili küresel çapta ölçümlendiği; basit bölme işlemi, paranın zaman değeri, ödenen faiz, basit faiz, bileşik faiz, risk-getiri ilişkisi, enflasyon ve finansal çeşitlendirme başlıklarına uygun sorular yer almaktadır. Ölçeğin oluşturulmasında Engin ve Cihangir (2015), Alkaya ve Yağlı (2015) çalışmalarından ve OECD ölçek hazırlama klavuzundan faydalanılmıştır. Son kısımda Fettahoğlu (2015), Çıkrıkçı ve Karakaya (2004), Bhushan (2014) gibi çalışmalardan faydalanılarak oluşturulan ölçek kullanılmıştır.

Sonuç olarak, Kayseri ilinde yaşayan bireylerin finansal okuryazarlık düzeyleri ile yeni finansal ürünleri kullanım seviyeleri arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla anket çalışması yapılmıştır. Çalışmanın sonunda, ulaşılan bulgular değerlendirilerek finansal okuryazarlık ve yeni finansal ürünlerin kullanımı arasındaki ilişki hakkında Kayseri iline özgü sonuçlara ulaşılmıştır.

BULGULAR

Demografik Özelliklere Ait Bulgular

Çalışmanın ilk bölümünde; anket uygulanan örnekleme ilişkin cinsiyet, meslek, yaş, eğitim ve gelir düzeyi ile ilgili sorular yöneltilmiş ve çalışmaya dâhil edilen bireylere ait demografik bilgiler elde edilmiştir. Bu kapsamda elde edilen bilgiler Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1: Demografik Bilgiler

Cinsiyet	Frekans	%	Yaş Grubu	Frekans	%
Kadın	200	50	15-20	44	11,0
Erkek	200	50	21-25	83	20,8
Toplam	400	100	26-30	84	21,0
Meslek	Frekans	%	31-35	93	23,2
İşsiz	21	5,3	35 ve üzeri	96	24,0
Özel Sektör (Mavi Yakalı)	103	25,7	Toplam	400	100
Özel Sektör (Beyaz Yakalı)	59	14,7	Eğitim Düzeyi	Frekans	%
Kamu Görevlisi(Mavi Yakalı)	31	7,8	İlkokul	20	5,0
Kamu Görevlisi(Beyaz Yakalı)	48	12,0	Ortaokul	49	12,3
Serbest Meslek	50	12,5	Lise	115	28,6
Emekli	14	3,5	Önlisans	59	14,8
Ev Hanımı	14	3,5	Lisans	149	37,3
Öğrenci	60	15,0	Lisansüstü	8	2,0
Toplam	400	100	Toplam	400	100
			Gelir Düzeyi (Aylık ₺)	Frekans	%
			1000 ve altı	100	25,0
			1001-2000	104	26,0
			2001-3000	87	21,8
			3001-4000	79	19,7
			4001 ve üzeri	30	7,5
			Toplam	400	100

Tablo 1’de de görüldüğü üzere örneklem oluşturmak amacıyla Kayseri ilindeki 200 kadın ve 200 erkekten oluşan toplam 400 kişilik bir grup çalışmaya dâhil edilmiştir.

Örnekleme oluşturan bireylere mesleklerinin belirlenmesi amacıyla yöneltilen soruya verilen cevaplar ışığında herhangi bir işte çalışan bireylerin 8 farklı meslek grubuna mensup

oldukları tespit edilmiştir. Bu bağlamda, meslekler göz önünde bulundurulduğunda öne çıkan grubun özel sektör çalışanı mavi yakalılar (%25,7) olduğu görülmektedir. Meslek grubu dağılımına göre en düşük katılımın emeklilerden (%3,5) ve ev hanımlarından (%3,5) olduğu görülmektedir.

Bireylerin yaş gruplarına göre dağılımlarına bakıldığında 35 ve üzeri yaş aralığının (%24) ön plana çıktığı gözlenmektedir. Bu grubu %23,20'lik bir oranla 31-35 yaş aralığı takip etmektedir. En az bireyin yer aldığı grup ise %11'lik oranla 15-20 yaş aralığıdır.

Bir diğer demografik bilgi olan eğitim durumu ele alındığında, anket uygulanan örneklemde yer alan bireylerin mezuniyet derecelerinin yoğunlukla lisans (%37,3) olduğu, ardından lise mezunlarının (%28,6) geldiği görülmektedir. Lisansüstü mezuniyet derecesinin ise oldukça düşük (%2) olduğu göze çarpmaktadır.

Bireylerin aylık gelir düzeyleri ele alındığında asgari ücretin de etkisiyle geliri 1.000 ₺ - 2.000 ₺ aralığında olanlar (%26) ön plana çıkmaktadır. Bu grubu; işsizlerin, ev hanımlarının ve öğrencilerin de etkisiyle geliri aylık 1.000 ₺ ve altında olanlar (%25) takip etmektedir. En düşük sayıda bireyin toplandığı grubu ise %7,5'lik oranla aylık geliri 4.000 ₺ ve üzerinde olanlar oluşturmaktadır.

Demografik Özelliklere Göre Yeni Finansal Ürünleri Kullanma Düzeyi

Araştırmaya konu yeni finansal ürünler aşağıda verilmiştir:

- ATM,
- İnternet bankacılığı,
- Telefon bankacılığı,
- Mobil bankacılık,
- EFT,
- Kredi kartı,
- Bireysel emeklilik,
- Konut kredisi,
- İhtiyaç kredisi,
- Özel sigortalar,
- Otomatik ödeme talimatı,
- Sanal pos,
- Yatırım fonu.

Çalışmada öncelikle söz konusu ürünlerin örneklemdaki bireylerin demografik özelliklerine göre kullanım oranları araştırılmıştır.

Tablo 2’de yeni finansal ürünlerin bireylerin cinsiyetine göre kullanım oranları görülmektedir.

Tablo 2:Cinsiyete Göre Yeni Finansal Ürün Kullanımı

		Cinsiyet			
		Kadın		Erkek	
		Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
ATM	Evet	193	96,5%	194	97,0%
	Hayır	7	3,5%	6	3,0%
İnternet Bank.	Evet	129	64,5%	144	72,0%
	Hayır	71	35,5%	56	28,0%
Telefon Bank.	Evet	138	69,0%	164	82,0%
	Hayır	62	31,0%	36	18,0%
Mobil Bank.	Evet	123	61,5%	148	74,0%
	Hayır	77	38,5%	52	26,0%
EFT	Evet	103	51,5%	133	66,5%
	Hayır	97	48,5%	67	33,5%
Kredi Kartı	Evet	161	80,5%	149	74,5%
	Hayır	39	19,5%	51	25,5%
Bireysel Emeklilik	Evet	53	26,5%	47	23,5%
	Hayır	147	73,5%	153	76,5%
Konut Kredisi	Evet	32	16,0%	35	17,5%
	Hayır	168	84,0%	165	82,5%
İhtiyaç Kredisi	Evet	39	19,5%	61	30,5%
	Hayır	161	80,5%	139	69,5%
Özel Sigorta	Evet	63	31,5%	71	35,5%
	Hayır	137	68,5%	129	64,5%
Ot. Öd. Talimatı	Evet	102	51,0%	106	53,0%
	Hayır	98	49,0%	94	47,0%
Sanal Pos	Evet	156	78,0%	116	58,0%
	Hayır	44	22,0%	84	42,0%
Yatırım Fonu	Evet	12	6,0%	25	12,5%
	Hayır	188	94,0%	175	87,5%

Araştırma sonucunda; kadınların (%96,5) ve erkeklerin (%97) en çok kullandıkları finansal ürünün ATM olduğu belirlenmiştir. Kadınların (%6) ve erkeklerin (%12,5) en az kullandıkları finansal ürünün ise yatırım fonu görülmektedir.

Tablo 3'te bireylerin yaş gruplarına göre finansal ürün kullanım oranlarını görülmektedir.

Tablo 3: Yaş Gruplarına Göre Yeni Finansal Ürün Kullanımı

		Yaş Grupları									
		15-20		21-25		26-30		31-35		35+	
		Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
ATM	Evet	40	90,9%	82	98,8%	84	100,0%	93	100,0%	88	91,7%
	Hayır	4	9,1%	1	1,2%	0	0,0%	0	0,0%	8	8,3%
İnternet Bank.	Evet	20	45,5%	75	90,4%	64	76,2%	69	74,2%	45	46,9%
	Hayır	24	54,5%	8	9,6%	20	23,8%	24	25,8%	51	53,1%
Telefon Bank.	Evet	22	50,0%	75	90,4%	69	82,1%	77	82,8%	59	61,5%
	Hayır	22	50,0%	8	9,6%	15	17,9%	16	17,2%	37	38,5%
Mobil Bank.	Evet	20	45,5%	70	84,3%	67	79,8%	71	76,3%	43	44,8%
	Hayır	24	54,5%	13	15,7%	17	20,2%	22	23,7%	53	55,2%
EFT	Evet	15	34,1%	52	62,7%	62	73,8%	62	66,7%	45	46,9%
	Hayır	29	65,9%	31	37,3%	22	26,2%	31	33,3%	51	53,1%
Kredi Kartı	Evet	22	50,0%	61	73,5%	75	89,3%	81	87,1%	71	74,0%
	Hayır	22	50,0%	22	26,5%	9	10,7%	12	12,9%	25	26,0%
Bireysel Emeklilik	Evet	1	2,3%	14	16,9%	33	39,3%	29	31,2%	23	24,0%
	Hayır	43	97,7%	69	83,1%	51	60,7%	64	68,8%	73	76,0%
Konut Kredisi	Evet	1	2,3%	7	8,4%	12	14,3%	26	28,0%	21	21,9%
	Hayır	43	97,7%	76	91,6%	72	85,7%	67	72,0%	75	78,1%
İhtiyaç Kredisi	Evet	3	6,8%	13	15,7%	25	29,8%	29	31,2%	30	31,3%
	Hayır	41	93,2%	70	84,3%	59	70,2%	64	68,8%	66	68,8%
Özel Sigorta	Evet	3	6,8%	13	15,7%	34	40,5%	46	49,5%	38	39,6%
	Hayır	41	93,2%	70	84,3%	50	59,5%	47	50,5%	58	60,4%
Ot. Öd. Talimatı	Evet	15	34,1%	39	47,0%	51	60,7%	57	61,3%	46	47,9%
	Hayır	29	65,9%	44	53,0%	33	39,3%	36	38,7%	50	52,1%
Sanal Pos	Evet	26	59,1%	64	77,1%	68	81,0%	67	72,0%	47	49,0%
	Hayır	18	40,9%	19	22,9%	16	19,0%	26	28,0%	49	51,0%

Yatırım Fonu	Evet	0	0,0%	2	2,4%	11	13,1%	12	12,9%	12	12,5%
	Hayır	44	100%	81	97,6%	73	86,9%	81	87,1%	84	87,5%

Bütün yaş grupları içerisinde en çok kullanılan finansal ürünün ATM olduğu görülmektedir. Ayrıca yatırım fonunun bütün yaş grupları için en az kullanılan finansal ürün olduğu tespit edilmiştir. 15-20 yaş arası bireylerin yatırım fonu kullanımını hiç tercih etmedikleri, 26-30 yaş aralığındaki bireylerin ise yatırım fonu kullanmayı en çok tercih eden (%13,1) kesim olduğu gözlemlenmiştir.

Bireylerin finansal ürün kullanımının eğitim durumuna göre dağılımı Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4: Eğitim Durumuna Göre Yeni Finansal Ürün Kullanımı

		Eğitim Durumu											
		İlkokul		Ortaokul		Lise		Önlisans		Lisans		Lisansüstü	
		Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
ATM	Evet	14	70,0%	45	91,8%	113	98,3%	58	98,3%	149	100%	8	100,0%
	Hayır	6	30,0%	4	8,2%	2	1,7%	1	1,7%	0	0,0%	0	0,0%
İnternet Bank.	Evet	3	15,0%	8	16,3%	80	69,6%	42	71,2%	132	88,6%	8	100,0%
	Hayır	17	85,0%	41	83,7%	35	30,4%	17	28,8%	17	11,4%	0	0,0%
Telefon Bank.	Evet	6	30,0%	15	30,6%	92	80,0%	43	72,9%	138	92,6%	8	100,0%
	Hayır	14	70,0%	34	69,4%	23	20,0%	16	27,1%	11	7,4%	0	0,0%
Mobil Bank.	Evet	3	15,0%	8	16,3%	80	69,6%	40	67,8%	133	89,3%	7	87,5%
	Hayır	17	85,0%	41	83,7%	35	30,4%	19	32,2%	16	10,7%	1	12,5%
EFT	Evet	1	5,0%	9	18,4%	62	53,9%	32	54,2%	125	83,9%	7	87,5%
	Hayır	19	95,0%	40	81,6%	53	46,1%	27	45,8%	24	16,1%	1	12,5%
Kredi Kartı	Evet	10	50,0%	24	49,0%	74	64,3%	53	89,8%	141	94,6%	8	100,0%
	Hayır	10	50,0%	25	51,0%	41	35,7%	6	10,2%	8	5,4%	0	0,0%
Bireysel Emeklilik	Evet	2	10,0%	2	4,1%	14	12,2%	18	30,5%	58	38,9%	6	75,0%
	Hayır	18	90,0%	47	95,9%	101	87,8%	41	69,5%	91	61,1%	2	25,0%
Konut Kredisi	Evet	2	10,0%	4	8,2%	12	10,4%	9	15,3%	35	23,5%	5	62,5%
	Hayır	18	90,0%	45	91,8%	103	89,6%	50	84,7%	114	76,5%	3	37,5%
İhtiyaç Kredisi	Evet	5	25,0%	9	18,4%	18	15,7%	13	22,0%	49	32,9%	6	75,0%
	Hayır	15	75,0%	40	81,6%	97	84,3%	46	78,0%	100	67,1%	2	25,0%

Özel Sigorta	Evet	2	10,0%	10	20,4%	21	18,3%	19	32,2%	78	52,3%	4	50,0%
	Hayır	18	90,0%	39	79,6%	94	81,7%	40	67,8%	71	47,7%	4	50,0%
Ot. Öd. Talimatı	Evet	2	10,0%	10	20,4%	51	44,3%	28	47,5%	110	73,8%	7	87,5%
	Hayır	18	90,0%	39	79,6%	64	55,7%	31	52,5%	39	26,2%	1	12,5%
Sanal Pos	Evet	1	5,0%	18	36,7%	69	60,0%	48	81,4%	130	87,2%	6	75,0%
	Hayır	19	95,0%	31	63,3%	46	40,0%	11	18,6%	19	12,8%	2	25,0%
Yatırım Fonu	Evet	0	0,0%	0	0,0%	5	4,3%	0	0,0%	29	19,5%	3	37,5%
	Hayır	20	100%	49	100%	110	95,7%	59	100%	120	80,5%	5	62,5%

Eğitim düzeyine göre yapılan sınıflandırmada en çok tercih edilen finansal ürünün ATM olduğu ve kredi kartının da ikinci sırada yer aldığı gözlemlenmiştir. Ayrıca bu ürünlerin kullanım oranının bireylerin eğitim seviyeleri yükseldikçe arttığı tespit edilmiştir. Eğitim düzeyi ne olursa olsun bireylerin en az tercih ettiği finansal ürünün yatırım fonu olduğu anlaşılmıştır. Yatırım fonlarının sadece lisans (%19,5) ve lisansüstü (%37,5) eğitim seviyesindeki bireyler tarafından tercih edilmesi de dikkat çeken bilgilerden biridir.

Finansal ürün kullanımının bireylerin gelir seviyelerine göre dağılımı Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5: Gelir Düzeyine Göre Yeni Finansal Ürün Kullanımı

		Aylık Gelir									
		1000 TL altı		1000-2000		2000-3000		3000-4000		4000+	
		Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
ATM	Evet	91	91,0%	102	98,1%	86	98,9%	79	100%	29	96,7%
	Hayır	9	9,0%	2	1,9%	1	1,1%	0	0,0%	1	3,3%
İnternet Bank.	Evet	61	61,0%	55	52,9%	66	75,9%	64	81,0%	27	90,0%
	Hayır	39	39,0%	49	47,1%	21	24,1%	15	19,0%	3	10,0%
Telefon Bank.	Evet	64	64,0%	66	63,5%	74	85,1%	70	88,6%	28	93,3%
	Hayır	36	36,0%	38	36,5%	13	14,9%	9	11,4%	2	6,7%
Mobil Bank.	Evet	56	56,0%	57	54,8%	66	75,9%	67	84,8%	25	83,3%
	Hayır	44	44,0%	47	45,2%	21	24,1%	12	15,2%	5	16,7%
EFT	Evet	37	37,0%	46	44,2%	63	72,4%	65	82,3%	25	83,3%
	Hayır	63	63,0%	58	55,8%	24	27,6%	14	17,7%	5	16,7%
Kredi Kartı	Evet	56	56,0%	74	71,2%	79	90,8%	73	92,4%	28	93,3%
	Hayır	44	44,0%	30	28,8%	8	9,2%	6	7,6%	2	6,7%

Bireysel Emeklilik	Evet	3	3,0%	15	14,4%	28	32,2%	35	44,3%	19	63,3%
	Hayır	97	97,0%	89	85,6%	59	67,8%	44	55,7%	11	36,7%
Konut Kredisi	Evet	4	4,0%	10	9,6%	17	19,5%	24	30,4%	12	40,0%
	Hayır	96	96,0%	94	90,4%	70	80,5%	55	69,6%	18	60,0%
İhtiyaç Kredisi	Evet	6	6,0%	19	18,3%	25	28,7%	33	41,8%	17	56,7%
	Hayır	94	94,0%	85	81,7%	62	71,3%	46	58,2%	13	43,3%
Özel Sigorta	Evet	5	5,0%	20	19,2%	34	39,1%	52	65,8%	23	76,7%
	Hayır	95	95,0%	84	80,8%	53	60,9%	27	34,2%	7	23,3%
Ot. Öd. Talimatı	Evet	26	26,0%	46	44,2%	50	57,5%	64	81,0%	22	73,3%
	Hayır	74	74,0%	58	55,8%	37	42,5%	15	19,0%	8	26,7%
Sanal Pos	Evet	61	61,0%	58	55,8%	60	69,0%	70	88,6%	23	76,7%
	Hayır	39	39,0%	46	44,2%	27	31,0%	9	11,4%	7	23,3%
Yatırım Fonu	Evet	1	1,0%	2	1,9%	3	3,4%	19	24,1%	12	40,0%
	Hayır	99	99,0%	102	98,1%	84	96,6%	60	75,9%	18	60,0%

Diğer demografik ayrımlardaki bazı gruplar tarafından hiç tercih edilmediği gözlemlenen yatırım fonunun, örnekleme oluşturan bütün gelir gruplarınca kullanıldığı görülmektedir.

Finansal ürün kullanımının meslek gruplarına göre dağılımına ilişkin sonuçlar Tablo 6'da yer almaktadır.

Tablo 6: Meslek Grubuna Göre Yeni Finansal Ürün Kullanımı

		Meslek Grupları																	
		İşsiz		Özel Sektör (Mavi Yaka)		Özel Sektör (Beyaz Yaka)		Kamu (Mavi Yaka)		Kamu (Beyaz Yaka)		Serbest Meslek		Emekli		Ev Hanımı		Öğrenci	
		Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
ATM	Evet	21	100%	103	100%	59	100%	31	100%	48	100%	48	96,0%	13	92,9%	8	57,1%	56	93,3%
	Hayır	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	2	4,0%	1	7,1%	6	42,9%	4	6,7%
İnternet Bank.	Evet	18	85,7%	60	58,3%	48	81,4%	25	80,6%	43	89,6%	34	68,0%	3	21,4%	0	0,0%	42	70,0%
	Hayır	3	14,3%	43	41,7%	11	18,6%	6	19,4%	5	10,4%	16	32,0%	11	78,6%	14	100%	18	30,0%
Telefon Bank.	Evet	19	90,5%	70	68,0%	50	84,7%	27	87,1%	44	91,7%	41	82,0%	6	42,9%	3	21,4%	42	70,0%
	Hayır	2	9,5%	33	32,0%	9	15,3%	4	12,9%	4	8,3%	9	18,0%	8	57,1%	11	78,6%	18	30,0%
Mobil Bank.	Evet	17	81,0%	63	61,2%	48	81,4%	25	80,6%	39	81,3%	37	74,0%	4	28,6%	0	0,0%	38	63,3%
	Hayır	4	19,0%	40	38,8%	11	18,6%	6	19,4%	9	18,8%	13	26,0%	10	71,4%	14	100%	22	36,7%
EFT	Evet	12	57,1%	45	43,7%	48	81,4%	21	67,7%	41	85,4%	38	76,0%	2	14,3%	0	0,0%	29	48,3%
	Hayır	9	42,9%	58	56,3%	11	18,6%	10	32,3%	7	14,6%	12	24,0%	12	85,7%	14	100%	31	51,7%
Kredi Kartı	Evet	16	76,2%	77	74,8%	57	96,6%	27	87,1%	44	91,7%	43	86,0%	9	64,3%	4	28,6%	33	55,0%
	Hayır	5	23,8%	26	25,2%	2	3,4%	4	12,9%	4	8,3%	7	14,0%	5	35,7%	10	71,4%	27	45,0%
Bireysel Emeklilik	Evet	2	9,5%	18	17,5%	23	39,0%	11	35,5%	23	47,9%	20	40,0%	1	7,1%	0	0,0%	2	3,3%
	Hayır	19	90,5%	85	82,5%	36	61,0%	20	64,5%	25	52,1%	30	60,0%	13	92,9%	14	100%	58	96,7%
Konut Kredisı	Evet	2	9,5%	15	14,6%	12	20,3%	6	19,4%	13	27,1%	15	30,0%	3	21,4%	1	7,1%	0	0,0%
	Hayır	19	90,5%	88	85,4%	47	79,7%	25	80,6%	35	72,9%	35	70,0%	11	78,6%	13	92,9%	60	100,0%
İhtiyaç Kredisı	Evet	1	4,8%	26	25,2%	12	20,3%	11	35,5%	17	35,4%	21	42,0%	7	50,0%	2	14,3%	3	5,0%
	Hayır	20	95,2%	77	74,8%	47	79,7%	20	64,5%	31	64,6%	29	58,0%	7	50,0%	12	85,7%	57	95,0%
Özel Sigorta	Evet	2	9,5%	25	24,3%	23	39,0%	17	54,8%	26	54,2%	34	68,0%	3	21,4%	1	7,1%	3	5,0%
	Hayır	19	90,5%	78	75,7%	36	61,0%	14	45,2%	22	45,8%	16	32,0%	11	78,6%	13	92,9%	57	95,0%
Ot. Öd. Talimatı	Evet	9	42,9%	45	43,7%	40	67,8%	20	64,5%	35	72,9%	34	68,0%	8	57,1%	0	0,0%	17	28,3%
	Hayır	12	57,1%	58	56,3%	19	32,2%	11	35,5%	13	27,1%	16	32,0%	6	42,9%	14	100%	43	71,7%
Sanal Pos	Evet	17	81,0%	60	58,3%	52	88,1%	24	77,4%	39	81,3%	37	74,0%	3	21,4%	2	14,3%	38	63,3%
	Hayır	4	19,0%	43	41,7%	7	11,9%	7	22,6%	9	18,8%	13	26,0%	11	78,6%	12	85,7%	22	36,7%
Yatırım Fonu	Evet	0	0,0%	2	1,9%	11	18,6%	5	16,1%	5	10,4%	12	24,0%	1	7,1%	0	0,0%	1	1,7%
	Hayır	21	100%	101	98,1%	48	81,4%	26	83,9%	43	89,6%	38	76,0%	13	92,9%	14	100%	59	98,3%

Finansal Okuryazarlık ve Yeni Finansal Ürün Kullanımı Arasındaki İlişkiye Ait Bulgular

Örnekleme oluşturan bireylerin finansal okuryazarlık ile ilgili sorulara vermiş oldukları doğru cevapların sayıları göz önünde bulundurularak, finansal okuryazarlık başarı grupları oluşturulmuştur. Bu bağlamda, 4 veya daha az sayıda soruya doğru cevap verenler başarısız; 5 veya daha fazla sayıda soruya doğru cevap verenler ise başarılı olarak nitelendirilmiştir. Katılımcıların finansal okuryazarlık başarı durumları Tablo 7’te gösterilmiştir.

Tablo 7: Finansal Okuryazarlık Başarı Durumu

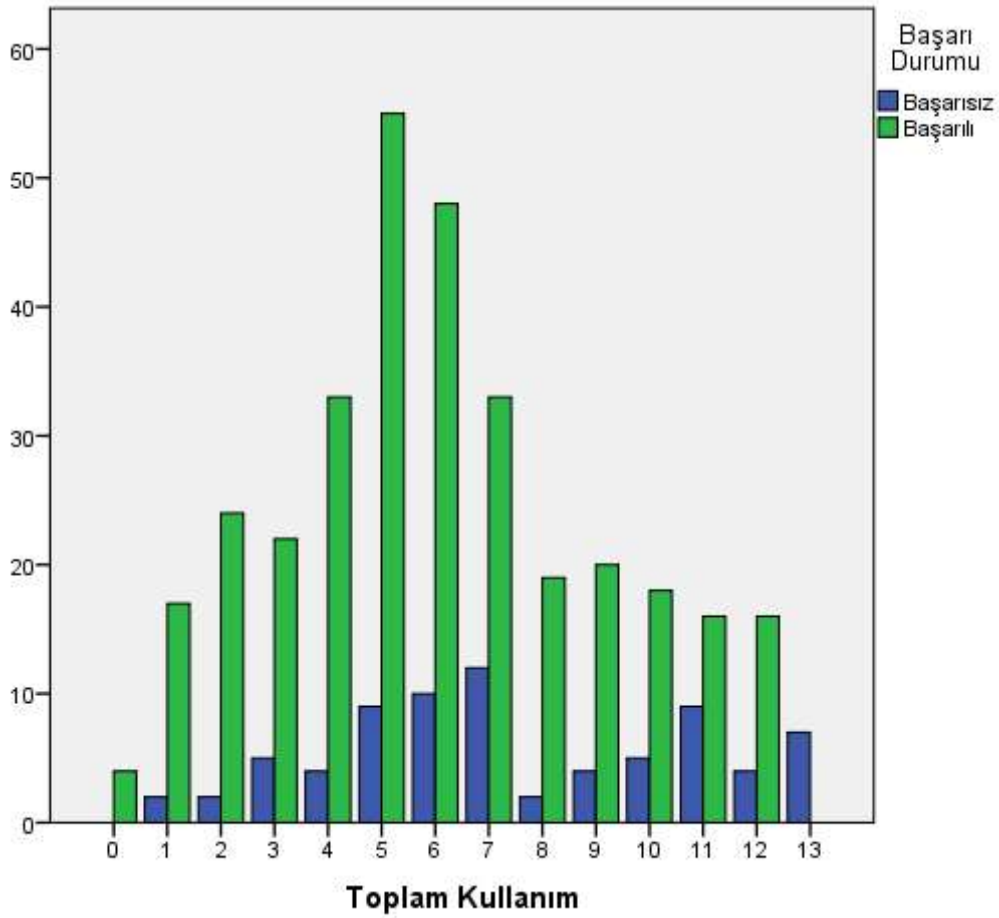
Finansal Okuryazarlık Başarı Durumu	Frekans	%
Başarısız	75	18,8
Başarılı	325	81,3
Toplam	400	100

Bireylerin yeni finansal ürünleri kullanımlarının finansal okuryazarlık başarı durumlarına göre dağılımı Tablo 8’de gösterilmiştir.

Tablo 8: Finansal Okuryazarlık Durumuna Göre Yeni Finansal Ürün Kullanımı

Kullanılan Finansal Ürün Sayısı	Başarı Durumu		Toplam Kullanım
	Başarısız	Başarılı	
0	0	4	4
1	2	17	19
2	2	24	26
3	5	22	27
4	4	33	37
5	9	55	64
6	10	48	58
7	12	33	45
8	2	19	21
9	4	20	24
10	5	18	23
11	9	16	25
12	4	16	20
13	7	0	7
Toplam	75	325	400

Tablo 8’deki verilerin daha anlaşılır olması için Şekil 1’de grafik olarak sunulmuştur.



Şekil 1: Finansal Okuryazarlık Seviyesine Göre Yeni Finansal Ürün Kullanımı

Finansal Okuryazarlık Durumu İle Yeni Finansal Ürün Kullanımı Arasındaki İlişkinin İstatistiki Olarak İncelenmesi

Finansal okuryazarlık açısından başarılı ve başarısız grupların yeni finansal ürün kullanım düzeyleri arasında istatistiki açıdan anlamlı bir farklılık olup olmadığını araştırmak için t testi yapılacaktır. t testinin yapılabilmesi için;

- Örneklemelerin birbirinden bağımsız olarak seçilmesi,
- Anakütlenin normal dağılım göstermesi,
- Varyansların homojen olması gerekir.

t testinin uygulanabilirliğini kontrol etmek amacıyla öncelikle normal dağılım testi yapılmıştır. Testin hipotezleri;

H_0 : Başarılı ve başarısız grupların finansal ürün kullanım değerleri %5 önem seviyesinde normal dağılım göstermektedir.

H₁: Başarılı ve başarısız grupların finansal ürün kullanım değerleri %5 önem seviyesinde normal dağılım göstermemektedir.

Tablo 9: Normal Dağılım Testi Sonuçları

Başarı Durumu	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Başarısız	,152	75	,000	,951	75	,005
Başarılı	,119	325	,000	,966	325	,000

Gerek Shapiro-Wilk gerekse Kolmogorov-Smirnov test sonuçlarına göre sıfır hipotezi reddedilir ve alternatif hipotez kabul edilir. Yani veriler normal dağılım göstermemektedir. Bu durumda “Bağımsız İki Örneklem – t Testi”nin non-parametrik karşılığı olan “Mann-Whitney U Test”i kullanılmasına karar verilmiştir. Bu test iki anakütlenin benzer dağılıma sahip olup olmadığını karşılaştırmak için kullanılır (Bayram, 2013, s. 116). Test hipotezleri;

H₀: Başarılı ve başarısız grupların finansal ürün kullanım değerleri arasında istatistiki açıdan önemli bir farklılık yoktur.

H₁: Başarılı ve başarısız grupların finansal ürün kullanım değerleri arasında istatistiki açıdan önemli bir farklılık vardır.

Tablo 10: Mann-Whitney U Test Sonuçları

Başarı Durumu	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Başarısız	75	244,66	18349,50
Başarılı	325	190,31	61850,50
Total	400		
Test Parametreleri		Test İstatistikleri	
Mann-Whitney U		8875,500	
Wilcoxon W		61850,500	
Z		-3,690	
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000	
a. Grouping Variable: Başarı Durumu			

Hesaplanan p değeri, finansal okuryazarlık seviyesi başarılı ve başarısız olarak gruplandırılan bireylerin finansal ürün kullanım arasında istatistiki açıdan %5 önem seviyesinde anlamlı bir farklılık olduğunu göstermektedir. Yani alternatif hipotez kabul edilmiştir ($p < 0,05$).

TARTIşMA VE SONUÇ

Yapılan alışmada Kayseri İli’ndeki bireyler anakütle olarak seçilmiş ve bu anakütleyi niteliksel ve niceliksel olarak temsil etme kabiliyetine sahip rassal olarak oluşturulmuş örneklem üzerinde anket çalışması uygulanmıştır.

Çalışmada “Bireylerin finansal okuryazarlık seviyeleri ile yeni finansal ürünleri kullanım oranları arasında anlamlı bir ilişki var mı?” sorusuna cevap aranmıştır. Bu amaçla üç kısımdan oluşan bir anket hazırlanmıştır. Anketin birinci kısmı bireylerin demografik özelliklerini ölçmekte, ikinci kısmı finansal okuryazarlık seviyelerini belirlemekte ve son bölüm ise yeni finansal ürün kullanım oranlarını ölçmektedir.

Finansal okuryazarlık seviyesini ölçen ikinci kısım OECD’nin finansal okuryazarlık seviyesini ölçmek için oluşturduğu kılavuzun yanı sıra bu konu hakkında son yıllarda yapılmış çalışmalardan da faydalanılmıştır. OECD kılavuzu doğrultusunda katılımcılara; basit bölme işlemi, paranın zaman değeri, ödenen faiz, basit faiz, bileşik faiz, risk-getiri ilişkisi, enflasyon ve finansal çeşitlendirme konularında sorular yneltirmiştir.

Bireylerin yeni finansal ürünleri kullanımı ile ilgili üçüncü kısım hazırlanırken öncelikle literatürden faydalanılarak yeni finansal ürünler belirlenmiştir. Daha sonra katılımcılara bu ürünleri kullanıp kullanmadıkları sorulmuştur.

Çalışma başarı ile sonuçlandırılmış ve elde edilen sonuçlar bulgular bölümünde sunulmuştur. Bulgular içerisinde öncelikle demografik veriler sunulmuştur. Ardından demografik özelliklere göre yeni finansal ürünlerin kullanımı ile ilgili rakamsal veriler sunulmuştur. Bir sonraki aşamada bireyler finansal okuryazarlık sorularına verdikleri doğru cevaplara göre “başarılı (5 veya daha fazla soruya doğru cevap veren)” ve “başarısız (4 veya daha az soruya doğru cevap veren)” olmak üzere iki gruba ayrılmıştır.

Çalışmanın temel amacı Kayseri’deki bireylerin finansal okuryazarlık düzeyleri ile yeni finansal ürünleri kullanma seviyeleri arasında bir ilişki olup olmadığının araştırılmasıdır. Bu amaçla sıfır hipotezi olarak “başarılı ve başarısız grupların finansal ürün kullanım değerleri arasında istatistiki açıdan önemli bir farklılık yoktur”, alternatif hipotez olarak ise “başarılı ve başarısız grupların finansal ürün kullanım değerleri arasında istatistiki açıdan önemli bir farklılık vardır” hipotezleri oluşturulmuştur.

Yapılan testler sonucunda sıfır hipotezi reddedilmiştir. Yani oluşturulan bu grupların yeni finansal ürün kullanımlarının istatistiksel açıdan önemli bir farklılık gösterdiği anlaşılmıştır.

Bu konuda daha detaylı çalışmalar yapılarak, finansal okuryazarlık seviyesi ile yeni finansal ürünlerin kullanımı arasındaki ilişkinin de ötesinde bu ilişkinin yönü ve şiddeti hakkında da bilgi sahibi olunabilir.

KAYNAKÇA

- Bayram, N. (2013), *Sosyal Bilimlerde SPSS ile Veri Analizi*, Bursa; Ezgi Kitabevi.
- Bhushan, P. (2014), Insights into Awareness Level and Investment Behaviour of Salaried Individuals towards Financial Products, *International Journal of Engineering, Business and Enterprise Applications*, 8 (1), 53-57.
- Çıkrıkçı, M., & Karakaya, A. (2004). Finansal Ürünlerin Kullanımı ve Memnuniyeti: Türkiye'deki Banka Müşterileri Üzerine Bir Çalışma. *Bankacılar Dergisi*, (51), 37-49.
- Fettahoğlu, S. (2015), Hane Halkının Finansal Eğitimi ve Finansal Okuryazarlık Düzeyleri Üzerine Kocaeli'nde Bir Araştırma, *Muhasebe ve Finans Dergisi*, (67), 101-116.
- Goel, I., & Khanna, S. R. (2013), Financial Education as Tool to Achieve Financial Literacy, *Eastern Academic Forum*, 338-345.
- Remund, D. (2010). Financial Literacy Explicated: The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy, *The Journal Of Consumer Affairs*, 44 (2), 276-295.
- Van Horne, J. C. (1985), Of Financial Innovation and Excesses, *The Journal of Finance*, 40 (3), 620-631.