

FINANSAL OKURYAZARLIK SEVİYESİ İLE MOBİL BANKACILIK KULLANIMI ARASINDAKİ İLİŐKİNİN TESPİTİ: TÜRKİYE ÖRNEĞİ

THE DETECTION OF RELATION BETWEEN THE LEVEL OF FINANCIAL LITERACY LEVELS AND THE USE OF MOBILE BANKING: A CASE OF TURKEY

Melek YILDIZ*
İbrahim BOZKURT**

Öz

Bu çalışmanın temel amacı, Türkiye'deki bireylerin finansal okuryazarlık seviyesini ve bireylerin finansal okuryazarlık seviyesi ile mobil bankacılık hizmetinin kullanımı arasındaki ilişkiyi incelemektir. Bu amaç doğrultusunda, Türkiye genelinde tesadüfi örnekleme yöntemi ile seçilen 589 katılımcıya internet üzerinden anket yapılmıştır. Anket verileri SPSS 22.0 programında bağımsız iki grup T-Testi, tek yönlü ANOVA ve Pearson korelasyon yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışma sonunda finansal okuryazarlık skorunun erkekler ve kadınlarda benzer olduğu ancak medeni durum, yaş, gelir ve eğitim durumuna göre farklılaştığı görülmüştür. Bunun yanı sıra, katılımcıların algılanan bilgi düzeyi, sahip oldukları finansal okuryazarlık skorları ile örtüşmektedir. Çalışmada bankacılık işlemlerini mobil bankacılık üzerinden gerçekleştiren katılımcıların daha yüksek finansal okuryazarlık skoruna sahip olduğu ve kullanım tecrübesi ve sıklığı arttıka finansal okuryazarlık skorunun da arttığı tespit edilmiştir. Son olarak, analiz sonuçları göstermektedir ki, mobil bankacılık kullanım sıklığı ve mobil bankacılık hizmetlerinin faydaları ile finansal okuryazarlık skoru arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

Anahtar Kelimeler: Finansal Okuryazarlık, Mobil Bankacılık, T-testi, ANOVA, Pearson.

Jel Kodları: A20; G21; G53

* Doktor Öğretim Üyesi, Çankırı Karatekin Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Bankacılık ve Finans Bölümü, melekyildiz@karatekin.edu.tr

** Doçent Doktor, Çankırı Karatekin Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Bankacılık ve Finans Bölümü, ibozkurt@karatekin.edu.tr

Abstract

The main purpose of this study is to examine the financial literacy levels of individuals in Turkey and the relationship between the level of financial literacy of individuals and the use of mobile banking service. For this purpose, survey has been made to 589 participants in Turkey who were selected by random sampling method over the internet. A survey data were analyzed in SPSS 22.0 program using independent two groups T-Tests, one-way ANOVA and Pearson correlation method. At the end of the study, it was observed that the financial literacy score was similar in men and women, but differed by marital status, age, income and educational status. In addition to this, the perceived level of knowledge of the participants coincides with their financial literacy scores. In the study, it was determined that the participants who carried out their banking transactions over mobile banking had higher financial literacy score and the financial literacy score increased as their experience and frequency of usage increased. Finally, the results of the analysis show that there is a positive and statistically significant relationship between the frequency of mobile banking usage and the benefits of mobile banking services and the financial literacy score.

Keywords: Financial Literacy, Mobil Banking, T-tests, ANOVA, Pearson.

Jel Codes: A20; G21; G53

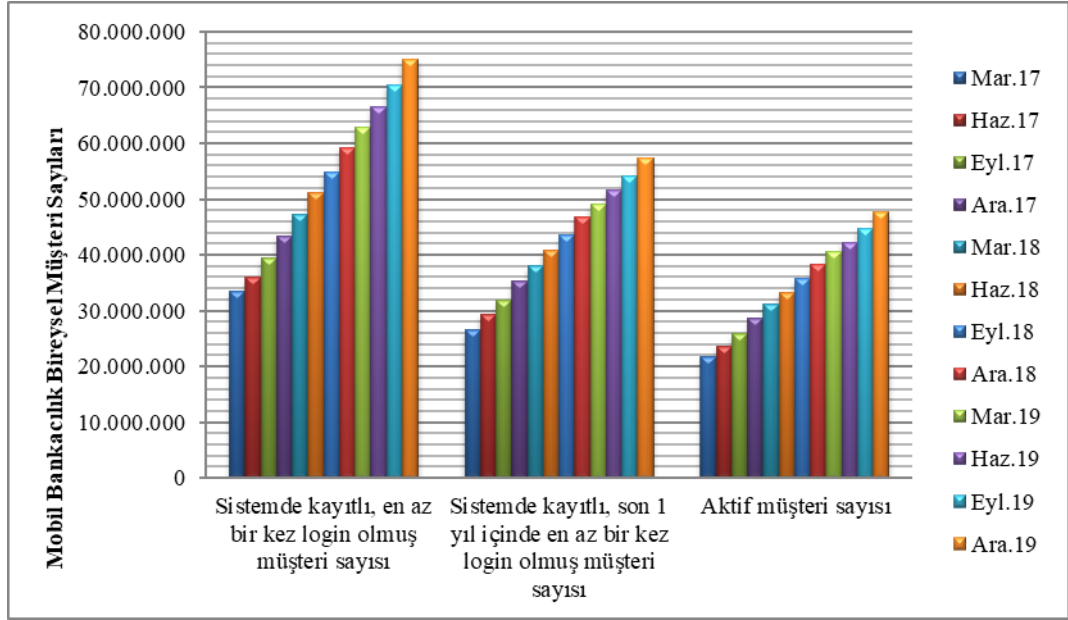
Giriş

Günümüzde bilgi ve iletişim teknolojileri alanında baş döndürücü gelişmeler yaşanmaktadır. Bu gelişmelerin bir sonucu olarak dünyada ve Türkiye’de bilgi teknolojileri kullanım oranları geçmiş yüzyılla karşılaştırılamayacak düzeyde artmıştır. Gerçekten de “*We Are Social ve Hootsuite*” tarafından yayınlanan “*Digital in 2019 Global Overview*” raporu ülkemizde yetişkinlerin %98’inin cep telefonu kullandığını, bu bireylerin %77’sinin akıllı telefon tercih ettiğini ortaya koymaktadır. Aynı rapora göre ülkemizde yetişkinlerin %25’i tablet, %48’i ise masaüstü bilgisayar ya da dizüstü bilgisayar kullanmaktadır. Yine rapora göre 82.44 milyon nüfusa sahip ülkemizde toplam nüfusun %93’ü (76.34 milyon kişi) mobil aboneliklere sahipken %72’si de (59.36 milyon kişi) internet kullanıcısıdır. Öte yandan ülkemizde internet kullananların %84’ü her gün internet kullanmakta ve gün içerisinde ortalama 7 saatini internette geçirmektedir (TEB, Türkiye’nin Dijital Haritası 2019, <http://www.blog-teb.com/turkiyenin-dijital-haritasi-2019/>, 13.07.2019). Dolayısıyla hem akıllı telefonun hem de internetin bu kadar yaygın kullanıldığı bir ortamda, mobil bankacılık¹ hizmetlerinin bankalar açısından cazibesini gün geçtikçe artırması çok da şaşırtıcı bir durum değildir. Bunun yanı sıra mobil bankacılık; maliyet, kolaylık, zaman ve mekân avantajı nedeniyle de kullanıcılara çekici gelmektedir. Hem bankalar hem de kullanıcılar açısından çeşitli avantajlara sahip olmasının bir sonucu olarak mobil bankacılık, son yıllarda yaygın bir kullanım alanına sahip olmuştur. Bu durum Türkiye Bankalar Birliği’nin üçer aylık dönemlerde yayımladığı dijital bankacılık istatistiklerinde de görülmektedir. İlgili istatistiklere göre; internet bankacılığı ile mobil bankacılık hizmetlerinin her ikisini de kullanan bireysel müşteri sayısında önemli artışlar olmaktadır. Ancak yalnızca mobil bankacılık hizmetini kullanan bireysel müşterilerin sayısı gün geçtikçe artarken, yalnızca internet bankacılığı

1 Mobil bankacılık, bankaların müşterilerine mobil cihazlarındaki ya da avuç içi bilgisayarlarındaki uygulama aracılığıyla 7 gün 24 saat bankacılık işlemlerini gerçekleştirme olanağı sunduğu bir hizmettir. Banka müşterileri bu hizmet ile şubeye gitmeksizin hesap yönetimi, hesaplar ve bankalar arasında para transferi, kredi başvurusu ve borcu ödeme, döviz alım satımı, kredi kartı işlemleri, fatura ödeme, vergi, sigorta ve ceza ödemesi, yatırım işlemleri gibi birçok işlemi gerçekleştirebilmektedir.

kullanan bireysel müşteri sayısında gözle görülür azalmalar yaşanmaktadır (Türkiye Bankalar Birliği, Dijital, İnternet ve Mobil Bankacılık İstatistikleri Mart 2017-Aralık 2019, <https://www.tbb.org.tr/tr/bankacilik/banka-ve-sektor-bilgileri/istatistiki-raporlar/59>, 02.02.2020). Grafik 1’de mobil bankacılık hizmetini kullanan bireysel müşteri sayısındaki artış, dönemsel olarak özetlenmiştir.

Grafik 1. Mobil Bankacılık Hizmetini Kullanan Bireysel Müşteri Sayısı



Kaynak: Türkiye Bankalar Birliği’nin Mart 2017-Aralık 2019 dönemleri arasında yayımladığı “Dijital, İnternet ve Mobil Bankacılık İstatistikleri” raporundan yararlanılarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Grafikte görüldüğü gibi mobil bankacılığı kullanan bireysel müşteri sayısında Mart 2017-Aralık 2019 tarihleri arasında üç aylık dönemlerde önemli artışlar gerçekleşmiştir. Söz konusu artışlar mobil bankacılık uygulamalarını geleneksel bankacılık işlemlerinden ayıran önemli bir dönüşüm sürecini de beraberinde getirmektedir. Buna göre banka işlemlerinin mobil bankacılık uygulamaları üzerinden yapılmasının geleneksel bankacılık hizmetlerine kıyasla bankalara ve müşterilere sağladığı avantajlar şu şekilde açıklanabilir: **(i)** Teknolojinin efektif olarak kullanılması bankaların işlem maliyetlerini azaltan bir husustur. Bu azalış bankalarca müşterilere pozitif anlamda yansıtıldığından müşterilerin de işlem maliyeti avantajı olur. Örneğin, müşteriler fon transferlerinde, döviz alım satım işlemlerinde çok daha az, hatta sıfır komisyon ödeme imkânı bulabilecektir (Zeybek, 2018, 102). Böylece hem bankaların hem de banka müşterilerinin kârlılığı artacaktır. **(ii)** Bankalar, mobil bankacılık hizmeti ile daha geniş müşteri bilgisine erişme olanağına sahip olacağından müşteri odaklı ürün ve hizmet geliştirir. Öte yandan bankalar mobil bankacılık hizmeti üzerinden de bireysel pazarlama ve satış faaliyeti gerçekleştirerek çapraz satış yapabilir ve müşterilerine sunduğu ürün ve hizmet

çeşitliliğini artırabilir (Coşkun, 2012, 33-34). **(iii)** Diğer alternatif dağıtım kanalları gibi mobil bankacılık da şubelerin yoğunluğunu ve şube personelinin operasyonel faaliyetlere ayırdığı zamanı azaltacaktır. Böylece şube personelleri pazarlama ve satış faaliyetlerine daha fazla yoğunlaşabilecektir (Coşkun, 2012, 34). **(iv)** Mobil bankacılık hizmeti, müşteri memnuniyeti, sadakati ve verimliliğine katkı sağlar. Zira müşteri yoğunluğu azalan banka personeli şube içerisinde sunulacak hizmetlerde müşterilere daha etkin zaman ayırabilir. **(v)** Mobil bankacılık, müşterilere döviz alım satımı, kıymetli maden alım satımı, hisse senedi işlemleri, yatırım fonu yönetimi gibi zamana bağlı kâr edilebilen işlemlerde vakit kaybetmeden kârlı işlemler yapabilmesine olanak sağlamaktadır.

Mobil bankacılığın sayılan tüm bu avantajları banka müşterilerinin söz konusu avantajlardan yararlanmasını mümkün kulan finansal okuryazarlık kavramını gündeme getirmektedir. Çünkü finansal okuryazarlık kavramı; bireylerin tasarruf ve yatırım bilincine, borçlanma gereksinimini belirleyebilme ve alternatifler arasında makul olanı tercih edebilme yeteneğine, nakit kaynaklarının ve ödeme yükümlülüklerinin takibini yapabilecek finansal yeterliliğe, emeklilik döneminde refah düzeyini korumaya yönelik finansal planlama yapabilecek düzeyde bilgi ve deneyime sahip olması şeklinde tanımlanabilir. Bu bağlamda finansal okuryazar bireylerin mobil bankacılık hizmetini kullanarak işlem maliyetlerini düşürmesini, para yönetimi ve takibini etkin şekilde yapabilmesini, işlemlerinin kârlılığını ve verimliliğini artırılabilmesini beklemek mümkündür. Zira finansal okuryazar bireyler finansal piyasalara aktif katılırken doğru finansal araçları bilinçli bir şekilde tercih eder. Aynı zamanda finansal okuryazar bireyler finansmana ihtiyaç duyduğu dönemlerde ölçülü ve kontrollü borçlanabildiği gibi para yönetiminde de başarılı olmaları nedeniyle finansal işlemlere gereksiz masraf ödemeyerek bile kullanılabilir gelirlerini artırabilirler. Son olarak finansal okuryazar bireyler finansal güveni olan, diğer bir deyişle finansal bilgi ve deneyimini azımsamayan ve olduğundan çok görmeyen bireyler olduğundan aldığı kararların, tercih ettiği finansal araçların ya da ürünlerin avantaj ve dezavantajlarının farkındadırlar. Böylece ne finansal sistemin aktörü olmaktan kaçarlarsa ne de aşırı özgüveni nedeniyle hatalı kararlar alarak zarar ederler. Görüldüğü üzere finansal okuryazarlık, bireylerin finansal güvenliği ve refahı üzerinde etkili bir unsurdur. Makro açıdan bakıldığında, bireylerin bilgiye dayalı finansal karar vermesi finansal piyasaların daha sağlıklı işleyebilmesi açısından da önemlidir (Bernanke, Financial literacy, <https://www.federalreserve.gov/newsevents/testimony/bernanke20060523a.htm>, 02.11.2019). Finansal okuryazarlık, finansal kaynakların etkin dağılımına katkıda bulunması sebebiyle finansal istikrarın sağlanmasına önemli katkılar sunduğu gibi (Klapper, Lusardi ve Panos, 2012, 2) finansal okuryazar bireylerin finansal kurumlara yönelttiği soruların piyasanın şeffaflığını ve açıklığını artırdığı, şikâyet ve hukuki sorunlarda ise azalmalara neden olduğu bilinen bir gerçektir (TCMB, Mart 2011, 83). Ayrıca finansal okuryazar bireylerin mobil bankacılık üzerinden banka çalışanından yardım almaksızın tek başına kredi başvurusu, yatırım işlemleri, para transferi, nakit avans ve kredi kartı borcu ödeme gibi temel düzeyde finansal bilgi gerektiren işlemleri yapabilmesi beklenmektedir. Dolayısıyla da mobil bankacılık hizmetlerinin yaygın kullanımı banka müşterilerinin finansal okuryazar olmasıyla ilişkilendirilebilir.

Tüm bu bilgiler ışığında çalışmanın temel amacı, Türkiye özelinde, bireylerin finansal okuryazarlık seviyesini (bu seviyeye etki eden faktörlerle birlikte) irdelemek ve finansal okuryazarlık seviyesi mobil bankacılık hizmetinin kullanımı arasındaki ilişkiyi analiz etmektir. Bu amaç doğrultusunda çalışmada, öncelikle bireylerin cinsiyet, medeni durum, yaş, gelir ve eğitim durumuna göre finansal

okuryazarlık skorları karşılaştırılmıştır. Ardından bireylerin finansal durumunu yönetmedeki başarı algısı ile sahip oldukları finansal okuryazarlık skorları arasındaki ilişkiler incelenmiş ve bireylerin mobil bankacılık kullanım durumu, mobil bankacılık tecrübesi ve kullanım sıklığı ile finansal okuryazarlık skorları arasındaki ilişkiler ortaya konulmuştur. Son olarak mobil bankacılık kullanım sıklığı ve mobil bankacılık hizmetlerinin faydaları ile finansal okuryazarlık skorları arasındaki ilişkiler incelenmiştir.

Bu doğrultuda çalışmanın bundan sonraki bölümleri, sırasıyla, literatür taramasına, araştırmanın yöntemine ve veri setine, analiz bulgularına ve nihayet çalışma sonuçlarına yer verecek şekilde dizayn edilmiştir.

1. Çalışmayla İlgili Literatür İncelemesi

Literatürde, bu çalışmanın amacı ile doğrudan ilişkili olan az sayıda çalışma bulunmaktadır. Bunlardan bazısı, amaçları ve ortaya koyduğu sonuçlarıyla birlikte aşağıda özetlenmektedir:

Behrman, Mitchell, Soo ve Bravo (2010) tarafından yapılan çalışmanın amacı finansal okuryazarlık ile servet birikimi arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Çalışma sonuçlarına göre finansal okuryazarlık ile servet birikimi arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır (Behrman, Mitchell, Soo ve Bravo, 2010, 1).

Rooij, Lusardi ve Alessie (2011) tarafından yapılan çalışmada bireylerin finansal okuryazarlıkları ile borsaya katılmaları arasındaki ilişkinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Araştırma sonucunda bireylerin temel düzeyde finansal bilgiye sahip oldukları ve faiz artırımını, enflasyon ve paranın zaman değeri gibi kavramları kavradıkları ancak tahvil ve hisse senedi arasındaki farkı, tahvil fiyatları ile faiz oranları arasındaki ilişkiyi ve risk çeşitlendirmesinin temellerini bilmediği ortaya çıkmıştır. Ayrıca finansal okuryazarlığın finansal karar verme sürecinde etkili olduğu ve bu nedenle de finansal okuryazarlık düzeyleri düşük bireylerin hisse senetlerine yatırım yapma olasılığının da düşük olduğu hususu belirtilmiştir (Rooij, Lusardi ve Alessie, 2011, 449).

Lusardi ve Mitchell (2011) yaptıkları çalışmada Amerikalı bireylere finansal okuryazarlık ile emeklilik planlaması yapma arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla anket uygulanmıştır. Ankete katılan bireylere finansal okuryazarlık düzeyini ölçmek için bileşik faiz oranları, enflasyon ve risk çeşitlendirmesi ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Anket sonucuna göre katılımcıların yarısı bileşik faiz ve enflasyon sorularına doğru cevap verirken, üçte biri bileşik faiz, enflasyon ve risk çeşitlendirmesi sorularına doğru cevap vermiştir. Bu sonuca göre de yaşlı Amerikalılar arasında finansal bilgisizliğin yaygın olduğu ifade edilmiştir. Emeklilik eşiğindeki bireylerin üçte birinden daha azı emeklilik planı yapmaya çalışırken bunların sadece üçte ikisi başarılı bir emeklilik planı yapabilmiştir. Genel olarak ise yaşlı Amerikalıların beşte birinden daha azı başarılı bir emeklilik planlaması yapabilmiştir. Dolayısıyla finansal okuryazarlık ile emeklilik planlaması yapabilme becerisi arasında ilişki olduğu ortaya çıkmıştır (Lusardi ve Mitchell, 2011, 16-17).

Deuflhard, Georgarakos ve Inderst (2015) tarafından yapılan çalışmada finansal açıdan okuryazar olan bireylerin tasarruf hesaplarından ortalama olarak daha yüksek getiri elde ettiği, bankalar

arasında en yüksek faiz getirisi olan hesabı belirlemede daha başarılı oldukları sonucuna varılmıştır (Deuflhard, Georgarakos ve Inderst, 2015, 16).

Ćumurović ve Hyll (2016) finansal okuryazarlık ile serbest meslek sahibi olma arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla yaptıkları çalışmada finansal okuryazarlığın serbest meslek sahibi olma olasılığını olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuştur (Ćumurović ve Hyll, 2016, 12).

Çam ve Çam (2016) Doğu Karadeniz Bölgesi'nde sürekli gelir sahibi bireylere anket uygulayarak finansal okuryazarlığın önemli boyutlarından biri olan finansal davranış ve tutum ile mobil bankacılık uygulamalarının kullanım düzeyi arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarında anlamlı bir etki ve ilişki tespit edememişlerdir (Çam ve Çam, 2016, 104).

Nejad ve Javid (2018) finansal okuryazarlık ile bireysel bankacılık hizmetlerinin kullanımı arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla yaptıkları çalışmada finansal okuryazar bireylerin vadesiz hesabı bulunduğu ve bu bireylerin %75'inin de tasarruf hesabına sahip olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca çalışmada edinilen bulgulara göre finansal açıdan okuryazar bireylerin online ve mobil bankacılık hizmetlerini kullanma ihtimalleri yüksek olduğu gibi diğer bireylere kıyasla müşteri hizmetleri ile daha az iletişime geçtikleri belirtilmiştir (Nejad ve Javid, 2018, 798).

Ye ve Kulathunga (2019) tarafından yapılan çalışmada ise KOBİ'lerin sürdürülebilirlikleri üzerinde finansal okuryazarlığın, finansmana erişimin ve finansal risk tutumunun doğrudan etkisini tespit etmek amacıyla entegre bir model oluşturulmuştur. Yapılan analizler finansal okuryazarlığın finansmana erişim ve finansal risk tutumunun önemli bir göstergesi olduğunu ortaya koymuştur. Araştırma sonucunda yazarlar, finansal okuryazarlık ile KOBİ'lerin sürdürülebilirlikleri arasındaki ilişkide finansmana erişim ve finansal risk tutumunun kısmen de olsa aracı etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır (Ye ve Kulathunga, 2019, 17) .

Son olarak Jünger ve Mietzner (2019) Almanya'da yaptıkları araştırma sonucunda ise finansal teknolojiyi kullanmanın belli bir düzeyde uzmanlık gerektirdiğini; buna bağlı olarak da finansal bilgi düzeyi yüksek hane halkının finansal teknolojiyi kullanma ihtimalinin daha yüksek olduğunu tespit etmişlerdir (Jünger ve Mietzner, 2019, 8).

Yukarıda da görüldüğü üzere literatür kapsamında finansal okuryazarlık ile mobil bankacılık kullanımı arasındaki ilişkiyi test eden araştırma sayısı sınırlı düzeydedir. Söz konusu çalışmalar arasında konuyu Türkiye bağlamında ancak sadece Doğu Karadeniz Bölgesi ile kısıtlı olarak ele alan tek bir çalışmaya rastlanmıştır. Bu bağlamda bireylerin finansal okuryazarlık skoru ile mobil bankacılık kullanım durumu arasında bir ilişki olup olmadığını Türkiye genelinde ortaya koymaya çalışan bu çalışmanın hem kısıtlı düzeyde ilgi gören konuya ilişkin yazın bağlamında bilgi birikimini genişletecek olması hem de konuyu tüm Türkiye bağlamında değerlendirmesi açısından literatüre katkı sağlayacağını söylemek mümkündür.

2. Çalışmanın Hipotezleri

Türkiye'de yaşayan bireylerin finansal okuryazarlık seviyesini (bu seviyeye etki eden faktörlerle birlikte) irdelemeyi ve finansal okuryazarlık seviyesi ile mobil bankacılık hizmetinin kullanımı

arasındaki ilişkiyi analiz etmeyi amaç edinen bu çalışmada, öncelikle cinsiyet, medeni durum, yaş, gelir ve eğitim durumu gibi faktörlerin finansal okuryazarlık seviyesine etkisi irdelenmiştir. Ardından bireylerin finansal durumunu yönetmedeki başarı algısı ile sahip oldukları finansal okuryazarlık skorları arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışmada ayrıca bireylerin mobil bankacılık kullanım durumu, mobil bankacılık tecrübesi, kullanım sıklığı ile finansal okuryazarlık skorları arasındaki ilişki de analiz edilmiştir. Son olarak hem mobil bankacılık kullanım sıklığı ve hem de mobil bankacılık hizmetlerinin faydaları ile finansal okuryazarlık skorları arasındaki ilişkiler ayrı ayrı araştırılmıştır.

Araştırmaya ilişkin kurulan ana hipotezler şunlardır:

H1: Bireylerin cinsiyetine göre finansal okuryazarlık skorları farklılaşmaktadır.

H2: Bireylerin medeni durumuna göre finansal okuryazarlık skorları farklılaşmaktadır.

H3: Bireylerin yaş gruplarına göre finansal okuryazarlık skorları farklılaşmaktadır.

H4: Bireylerin gelir düzeyine göre finansal okuryazarlık skorları farklılaşmaktadır.

H5: Bireylerin eğitim durumuna göre finansal okuryazarlık skorları farklılaşmaktadır.

H6: Bireylerin finansal durumunu yönetmede başarı algısına göre finansal okuryazarlık skorları farklılaşmaktadır.

H7: Bireylerin mobil bankacılık kullanma durumuna göre finansal okuryazarlık skorları farklılaşmaktadır.

H8: Bireylerin mobil bankacılık kullanma tecrübesine göre finansal okuryazarlık skorları farklılaşmaktadır.

H9: Bireylerin mobil bankacılık kullanma sıklığına göre finansal okuryazarlık skorları farklılaşmaktadır.

H10: Mobil bankacılık kullanım sıklığı ve mobil bankacılık hizmetlerinin faydaları ile finansal okuryazarlık skorları arasında ilişki vardır.

3. Veri Seti ve Metodoloji

Çalışmanın belirtilen amacı doğrultusunda Türkiye’de yaşayan ve tesadüfi olarak seçilen 589 bireye Ağustos-Kasım 2019 dönemi içerisinde internet üzerinden anket uygulanmıştır. Anket üç tür soru grubundan oluşmaktadır. Birinci grupta katılımcıların demografik bilgilerine yönelik sorular bulunmaktadır. İkinci grupta katılımcıların temel ve ileri düzeyde finansal okuryazarlıklarını ölçen sorular yer almaktadır. Söz konusu sorular Rooij, Lusardi ve Alessie (2007) tarafından yapılan çalışmada kullanılan anket çalışmasından alınmıştır. Üçüncü grupta yer alan mobil bankacılık kullanımına ilişkin sorular ise Uzundağ (2013)’in internet bankacılığının gelişimi ve tüketici davranışları üzerine yaptığı çalışmasında kullandığı anketten yararlanılmış ve tarafımızca mobil bankacılığa uyarlanıp geliştirilerek ankete dahil edilmiştir.

George ve Mallery (2010); Tabachnick ve Fidell (2013)'e göre; çarpıklık ve basıklık değerleri +2,0 ile - 2,0 arasında olursa ölçek normal dağılmakta ve parametrik testlerin kullanılması gerekmektedir. Bu bağlamda Tablo 1'de görüldüğü üzere çalışmada kullanılan finansal okuryazarlık, mobil bankacılık kullanım sıklığı ve mobil bankacılık hizmetlerinin faydaları ölçeklerinin çarpıklık ve basıklık değerleri +2,0 ile - 2,0 arasında olduğundan yapılan anket çalışmaları istatistiksel hale getirilmiş ve SPSS 22.0 programında bağımsız iki grup T-Testi, tek yönlü Anova ve Pearson korelasyon yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir.

Tablo 1. Araştırmada Kullanılan Ölçekler ve Boyutlarının Tanımlayıcı İstatistikleri

Ölçekler	Gözlem Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Çarpıklık	Basıklık
Finansal Okuryazarlık	589	7,5857	3,48098	,024	-,649
Mobil Bankacılık Kullanım Sıklığı	589	1,9604	,99178	-,376	,155
Mobil Bankacılık Hizmetlerinin Faydaları	589	3,3089	1,65866	-1,084	-,445

NOT: Anket çalışmasına katılan bireylerin finansal okuryazarlık seviyesini ölçmek amacıyla Rooij vd. (2007) tarafından oluşturulan finansal okuryazarlık sorularından (16 soru) yararlanılmıştır. Finansal okuryazarlığın değerlendirilmesinde doğru cevap=1, yanlış cevap=0 şeklinde puanlanmıştır. Her bir soruya verilen doğru cevaplar esas alınarak toplam 16 puan üzerinden değerlendirme yapılmıştır.

Katılımcıların mobil bankacılık kullanım sıklığını ölçmek amacıyla Uzundağ (2013)'in çalışmasında yararlandığı sorular (17 madde) tarafımızca geliştirilerek kullanılmıştır. Katılımcılar 17 maddeden oluşan hesap açma, hesap hareketlerini izleme, kredi kartı, kredi işlemleri, ödeme işlemleri, para transferleri, yatırım, bireysel emeklilik ve sigorta işlemleri gibi bankacılık işlemlerini ne kadar sıklıkla kullandığını "1=Hiç", "2=Nadiren", "3=Bazen", "4=Sık sık" ve "5=Her zaman" şeklindeki beşli likert tipinde derecelendirmiştir. Elde edilecek veriler sonucunda, ölçekten alınan puan 5'e yaklaştıkça mobil bankacılık sıklığının arttığı; 1'e yaklaştıkça da mobil bankacılık kullanım sıklığının azaldığı varsayılmıştır.

Çalışmada kullanılan anket kapsamında katılımcılara yine Uzundağ (2013)'in çalışmasında yer alan ve 15 maddeden oluşan mobil bankacılık hizmetinin faydaları verilmiş ve kendilerine göre cevaplamaları istenmiştir. Katılımcılar mobil bankacılık hizmetinin faydalarını "1=Kesinlikle Katılmıyorum", "2=Katılmıyorum", "3=Kararsızım", "4=Katılıyorum" ve "5=Kesinlikle Katılıyorum" şeklindeki beşli likert tipinde değerlendirmiştir. Katılımcılar mobil bankacılık faydalarına verdiği cevaplar çerçevesinde ölçekten 1 ile 5 arasında puan almıştır. Buna göre elde edilen sonuçlarda her bir katılımcıya ait puan 5'e yaklaştıkça mobil bankacılık hizmetinin faydalarına katılım düzeyinin arttığı; 1'e yaklaştıkça da mobil bankacılık hizmetinin faydalarına katılım düzeyinin düştüğü varsayılmıştır.

Öte yandan çalışmada kullanılan finansal okuryazarlık, mobil bankacılık kullanım sıklığı ve mobil bankacılık hizmetlerinin ölçeklerinin güvenilirliği Cronbach's Alpha katsayısı ile kontrol edilmiştir. Tablo 2'de yer alan güvenirlik test sonuçları incelendiğinde çalışmada kullanılan finansal okuryazarlık, mobil bankacılık kullanım sıklığı, mobil bankacılık hizmetlerinin faydaları ölçeklerinin "güvenilir" (>.70) olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 2. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenirlikleri

Ölçekler ve Boyutlar	Madde Sayısı	Cronbach's Alpha
Finansal Okuryazarlık Ölçeği	16	.759
Mobil Bankacılık Kullanım Sıklığı Ölçeği	17	.937
Mobil Bankacılık Hizmetlerinin Faydaları Ölçeği	15	.991 .978

Yapılan çalışmada, ankete katılan bireylerin kendileri hakkında sorulan soruları net ve doğru olarak yanıtladığı varsayılmıştır. Çalışmanın kısıtı ise Türkiye sınırları içerisindeki tüm illere ulaşılamamış olmasıdır. Bu nedenle çalışmada yalnızca ulaşılan illerdeki ² bireylerin verdiği cevaplar doğrutusunda analiz yapılmış ve yorumlanmıştır.

4. Çalışmaya İlişkin Bulgular

Anket çalışmamızın ilk 7 sorusu katılımcıların demografik bilgilerine yönelik olup demografik bulgular Tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 3. Katılımcıların Demografik Bilgileri

	Değişkenler	Gözlem Sayısı	%
Cinsiyet	Kadın	307	52,1
	Erkek	282	47,9
Yaş	18-25	294	49,9
	26-35	128	21,7
	36-45	127	21,6
	46-55	33	5,6
	56 ve st	7	1,2
Gelir Durumu	0-1500 TL	256	43,5
	1501-3000 TL	68	11,5
	3001-4500 TL	63	10,7
	4501 TL ve st	202	34,3
Meslek	Kamu	210	35,7
	zel	88	14,9
	Serbest Meslek	11	1,9
	ğrenci	212	36,0
	Emekli	2	,3
	alışmıyorum	66	11,2
Eğitim Durumu	Lise ve altı	40	6,8
	nlisans	50	8,5
	Lisans	340	57,7
	Yüksek Lisans	53	9,0
	Doktora	106	18,0
Medeni Durum	Bekâr	370	62,8
	Evli	219	37,2

2 Çalışmada ulaşılan iller şunlardır: Adana, Adıyaman, Afyonkarahisar, Aksaray, Amasya, Ankara, Antalya, Artvin, Aydın, Balıkesir, Bartın, Batman, Bayburt, Bilecik, Bitlis, Bolu, Bursa, Çanakkale, ankırı, Çorum, Denizli, Diyarbakır, Düzce, Edirne, Erzincan, Eskişehir, Gaziantep, Giresun, Hatay, Isparta, İstanbul, İzmir, Kahramanmaraş, Karabük, Karaman, Kastamonu, Kayseri, Kırıkkale, Kırklareli, Kocaeli, Konya, Kütahya, Malatya, Manisa, Mardin, Mersin, Muğla, Muş, Niğde, Ordu, Osmaniye, Rize, Sakarya, Samsun, Siirt, Sinop, Sivas, şanlıurfa, Tekirdağ, Tokat, Trabzon, Uşak, Van, Yalova, Yozgat, Zonguldak.

Demografik bulgulara göre araştırmaya katılanların yaklaşık yarısı erkek ve 18-25 yaş arasındadır. Bu katılımcıların gelir düzeyine bakıldığında ise %43,5'inin 0-1500 TL aralığında, %34,3'ünün de 4501 TL ve üzerinde olduğu görülmektedir. Katılımcıların %35,7'si kamu sektöründe çalışırken %36'sı öğrencilerden oluşmaktadır. Ayrıca katılımcıların önemli bir bölümü bekâr ve lisans ve üzeri eğitim seviyesine sahiptir.

Demografik bilgilerden sonra gelen 16 soruda ise katılımcıların finansal okuryazarlık skorlarının ölçülmesi amaçlanmıştır. Öncelikle bireylere faiz ve enflasyon kavramlarına ilişkin temel düzey finansal bilgi soruları yöneltilmiştir. Daha sonra finansal piyasa araçlarına (*hisse senedi, tahvil, yatırım fonları*) ilişkin sorularla bireylerin ileri düzey finansal bilgileri tespit edilmiştir. Buna göre bireylere her doğru yanıt için 1 puan, her yanlış yanıt için de 0 (*sıfır*) puan verilerek bireylerin finansal okuryazarlık skoru hesaplanmıştır. Ardından bireylerin demografik özelliklerinin yanı sıra finansal durumunu yönetmede başarı algısına, mobil bankacılık kullanma durumu, tecrübesi ve sıklığına göre finansal okuryazarlık skorları karşılaştırılmıştır.

Tablo 4'te cinsiyete göre katılımcıların finansal okuryazarlık skorları t-testi ile karşılaştırılmıştır. Analiz sonuçları incelendiğinde cinsiyete göre katılımcıların finansal okuryazarlık skorlarının farklılaşmadığı anlaşılmaktadır ($p>0,05$). Başka bir ifade ile kadın ve erkeklerin finansal okuryazarlık skorları birbiri ile benzerdir.

Tablo 4. Cinsiyete Göre Katılımcıların Finansal Okuryazarlık Skorlarının Karşılaştırılması

Ölçekler	Gruplar	Gözlem Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	T İstatistik Değeri	Olasılık Değeri
Finansal Okuryazarlık Skoru	Kadın	307	7,5505	3,58372	-.256	.798
	Erkek	282	7,6241	3,37151		

Tablo 5'te medeni duruma göre katılımcıların finansal okuryazarlık skorları t-testi ile karşılaştırılmıştır. Analiz sonuçları incelendiğinde medeni duruma göre katılımcıların finansal okuryazarlık skorlarının farklılaştığı görülmüştür ($p<0,05$). Buna göre; evlilerin finansal okuryazarlık skorlarının ortalaması, bekârların finansal okuryazarlık skorlarının ortalamasından daha yüksektir.

Tablo 5. Medeni Duruma Göre Katılımcıların Finansal Okuryazarlık Skorlarının Karşılaştırılması

Ölçekler	Gruplar	Gözlem Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	T İstatistik Değeri	Olasılık Değeri
Finansal Okuryazarlık Skoru	Bekâr	370	7,1270	3,34187	-4.216	.000
	Evli	219	8,3607	3,58034		

Tablo 6'da yaşa göre katılımcıların finansal okuryazarlık skorları Anova testi ile karşılaştırılmıştır. Analiz sonuçlarına bakıldığında yaşa göre katılımcıların finansal okuryazarlık skorlarının farklılaştığı anlaşılmaktadır ($p<0,05$). Tablodan da görüleceği üzere 18-25 yaş arasında yer alan katılımcıların

finansal okuryazarlık skorlarının ortalaması, diğer yař gruplarının finansal okuryazarlık skorlarının ortalamasından daha dūřüktür.

Tablo 6. Yaşa Göre Katılımcıların Finansal Okuryazarlık Skorlarının Karşılaştırılması

Ölçekler	Gruplar	Gözlem Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	F İstatistik-Değeri	Olasılık Değeri
Finansal Okuryazarlık Skoru	18-25	294	6,9558	3,35012	9.019	.000
	26-35	128	7,6250	3,48224		
	36-45	127	8,7480	3,56786		
	46-55	40	8,4000	3,11160		

Tablo 7’de gelir durumuna göre katılımcıların finansal okuryazarlık skorları Anova testi ile karşılaştırılmıştır. Yapılan Anova testi sonuçları incelendiğinde gelir durumuna göre katılımcıların finansal okuryazarlık skorlarının farklılaştığı anlaşılmaktadır ($p < 0,05$). Buna göre 4501 TL ve üzerinde gelire sahip katılımcıların diğer gelir gruplarına göre finansal okuryazarlık skoru daha yüksektir.

Tablo 7. Gelir Durumuna Göre Katılımcıların Finansal Okuryazarlık Skorlarının Karşılaştırılması

Ölçekler	Gruplar	Gözlem Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	F İstatistik Değeri	Olasılık Değeri
Finansal Okuryazarlık Skoru	0-1500 TL	256	7,0820	3,38351	12.625	.000
	1501-3000 TL	68	6,5588	2,94923		
	3001-4500 TL	63	7,0000	3,54692		
	4501 TL ve st	202	8,7525	3,46239		

Tablo 8’de eğitim durumuna göre katılımcıların finansal okuryazarlık skorları Anova testi ile karşılaştırılmıştır. Sonuçlara bakıldığında eğitim durumuna göre katılımcıların finansal okuryazarlık skorlarının farklılaştığı anlaşılmaktadır ($p < 0,05$). Bir diğer ifade ile katılımcıların eğitim seviyesi yükseldikçe finansal okuryazarlık skorları da artmaktadır.

Tablo 8. Eğitim Durumuna Göre Katılımcıların Finansal Okuryazarlık Skorlarının Karşılaştırılması

Ölçekler	Gruplar	Gözlem Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	F İstatistik Değeri	Olasılık Değeri
Finansal Okuryazarlık Skoru	Lise ve altı	40	5,8500	2,71322	9.896	.000
	nlisans	50	6,2600	3,29384		
	Lisans	340	7,4176	3,43275		
	Yüksek Lisans	53	8,7358	3,10180		
	Doktora	106	8,8302	3,59754		

Yapılan anket çalışmasında demografik değişkenlerden sonra bireylere finansal durumlarını yönetmede ne kadar başarılı oldukları sorularak başarı algıları (*olduğca başarılıyım, orta düzeyde başarılıyım, başarısızım*) tespit edilmiş ve ardından da finansal okuryazarlık skorları ile

karşılaştırılmıştır. Tablo 9’da finansal durumunu yönetmede başarı algısına göre katılımcıların finansal okuryazarlık skorları Anova testi ile karşılaştırılmıştır. Anova testi sonuçlarına bakıldığında finansal durumunu yönetmede algılanan başarıya göre katılımcıların finansal okuryazarlık skorlarının farklılaştığı görülmektedir ($p<0,05$). Buna göre finansal durumunu yönetmede başarısız olduğunu belirten katılımcıların finansal okuryazarlık skorları başarılı olduğunu belirten katılımcılara göre daha düşüktür.

Tablo 9. Finansal Durumunu Yönetmede Başarı Algısına Göre Katılımcıların Finansal Okuryazarlık Skorlarının Karşılaştırılması

Ölçekler	Gruplar	Gözlem Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	F İstatistik Değeri	Olasılık Değeri
Finansal Okuryazarlık Skoru	Oldukça başarılıyım	114	8,3772	3,50067	12.455	.000
	Orta düzeyde başarılıyım	337	7,8131	3,35376		
	Başarısızım	138	6,3768	3,49181		

Tablo 10’da mobil bankacılık kullanma durumuna göre katılımcıların finansal okuryazarlık skorları Anova testi ile karşılaştırılmıştır. Analiz sonuçları incelendiğinde mobil bankacılık kullanma durumuna göre katılımcıların finansal okuryazarlık skorlarının farklılaştığı anlaşılmaktadır ($p<0,05$). Başka bir ifade ile mobil bankacılık kullananların mobil bankacılığı kullanmayanlara ve fikri olmayanlara göre finansal okuryazarlık skorları daha yüksektir.

Tablo 10. Mobil Bankacılık Kullanma Durumuna Göre Katılımcıların Finansal Okuryazarlık Skorlarının Karşılaştırılması

Ölçekler	Gruplar	Gözlem Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	F İstatistik Değeri	Olasılık Değeri
Finansal Okuryazarlık Skoru	Evet	514	7,9825	3,34059	32.432	.000
	Hayır	53	5,5094	3,13554		
	Fikrim Yok	22	3,3182	2,91770		

Tablo 11’de mobil bankacılık kullanma tecrübesine göre katılımcıların finansal okuryazarlık skorları Anova testi ile karşılaştırılmıştır. Anova testi sonuçları incelendiğinde mobil bankacılık kullanma tecrübesine göre katılımcıların finansal okuryazarlık skorlarının farklılaştığı anlaşılmaktadır ($p<0,05$). Tablo incelendiğinde de görüleceği üzere katılımcıların mobil bankacılık kullanma tecrübesi arttıkça finansal okuryazarlık skorları da artmaktadır.

Tablo 11. Mobil Bankacılık Kullanma Tecrübmesine Göre Katılımcıların Finansal Okuryazarlık Skorlarının Karşılaştırılması

Ölçekler	Gruplar	Gözlem Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	F İstatistik Değeri	Olasılık Değeri
Finansal Okuryazarlık Skoru	Kullanmıyor	75	4,8667	3,21455	25.810	.000
	0-1 yıl	37	5,7297	2,89299		
	2-3 yıl	156	7,2692	3,01683		
	4-5 yıl	131	8,1145	3,48544		
	6 yıl üzeri	190	8,9158	3,25190		

Anket çalışmasında ayrıca katılımcılardan mobil bankacılık kullanma sıklığını “*Kullanmıyorum*”, “*Her gün*”, “*Haftada birkaç kez*”, “*Haftada bir kez*” ve “*Ayda bir kez*” şeklinde oluşan şıklara göre yanıtlaması istenmiştir. Ardından mobil bankacılık kullanma sıklığı ile katılımcıların finansal okuryazarlık skorları Anova testi ile karşılaştırılmıştır. Tablo 12’de yer alan Anova testi sonuçları incelendiğinde mobil bankacılık kullanma sıklığına göre katılımcıların finansal okuryazarlık skorlarının farklılaştığı anlaşılmaktadır ($p < 0,05$). Başka bir ifade ile katılımcıların mobil bankacılık kullanma sıklığı arttıkça finansal okuryazarlık skorları da artmaktadır.

Tablo 12. Mobil Bankacılık Kullanma Sıklığına Göre Katılımcıların Finansal Okuryazarlık Skorlarının Karşılaştırılması

Ölçekler	Gruplar	Gözlem Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	F İstatistik Değeri	Olasılık Değeri
Finansal Okuryazarlık Skoru	Kullanmıyor	75	4,8667	3,21455	19.413	.000
	Her gün	182	8,6429	3,12872		
	Haftada birkaç kez	198	7,9495	3,36562		
	Haftada bir kez	94	7,4149	3,45916		
	Ayda bir kez	40	6,4750	3,23433		

Son olarak katılımcıların mobil bankacılık kullanım sıklığı ve mobil bankacılık hizmetlerinin faydaları ölçeği oluşturulmuştur. Mobil bankacılık kullanım sıklığı ölçeği için katılımcılara 17 maddeden oluşan bankacılık işlemini (*hesap açma, hesap hareketlerini izleme, kredi kartı, kredi işlemleri, ödeme işlemleri, para transferleri, yatırım, bireysel emeklilik ve sigorta işlemleri gibi*) ne sıklıkla kullandıkları sorulmuştur. Bu maddelerin ölçeklenmesinde ise “*Hiç*”, “*Nadiren*”, “*Bazen*”, “*Sık sık*” ve “*Her zaman*” şeklinde beşli likert tipi ölçekleme kullanılmıştır. Ardından mobil bankacılığın faydaları 15 maddede listelenmiş ve katılımcıların mobil bankacılık faydalarını kendilerine göre değerlendirmesi istenmiştir. Bu maddelerin ölçeklenmesinde ise “*Kesinlikle Katılmıyorum*”, “*Katılmıyorum*”, “*Kararsızım*”, “*Katılıyorum*” ve “*Kesinlikle Katılıyorum*” şeklinde beşli likert tipi ölçekleme kullanılmıştır. Daha sonra da katılımcıların mobil bankacılık kullanım sıklığı ve mobil bankacılık hizmetlerinin faydaları ile finansal okuryazarlık arasındaki ilişki Pearson korelasyon ile test edilmiştir.

Tablo 13. Mobil Bankacılık Kullanım Sıklığı ve Mobil Bankacılık Hizmetlerinin Faydaları ile Finansal Okuryazarlık Arasındaki İlişki

	Finansal Okuryazarlık	
Mobil Bankacılık Kullanım Sıklığı Ölçeği	Pearson Correlation	,361**
	Sig. (2-tailed)	,000
Mobil Bankacılık Hizmetlerinin Faydaları Ölçeği	Pearson Correlation	,312**
	Sig. (2-tailed)	,000

Analiz sonuçları incelendiğinde mobil bankacılık kullanım sıklığı ve mobil bankacılık hizmetlerinin faydaları ile finansal okuryazarlık arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir ($p < 0,05$). Başka bir ifade ile mobil bankacılık kullanım sıklığı ve mobil bankacılık hizmetlerinin faydaları ölçeğine katılım düzeyi arttıkça katılımcıların finansal okuryazarlık skorları da artmaktadır.

5. Sonuç ve Değerlendirme

Günümüz dünyasında teknolojinin de ilerlemesiyle birlikte bankalar operasyonel maliyetlerini azaltmak, müşterilerine daha kolay ve hızlı ulaşabilmek için işlemlerini büyük yatırımlar yaptıkları alternatif dağıtım kanallarına yönlendirmektedir. Mobil cihazların ve internetin yaygınca kullanılmasına bağlı olarak bireyler tarafından en çok tercih edilen alternatif dağıtım kanallarından biri de mobil bankacılıktır. Böylece bireyler hem istedikleri zaman ve yerde kolaylıkla, şubede zaman kaybetmeden banka işlemlerini gerçekleştirmekte hem de işlem maliyetleri konusunda tasarruf etmektedir. Bununla birlikte bankacılık faaliyetlerindeki bu dönüşümün başarılı bir şekilde gerçekleşebilmesi finansal bilgi düzeyleri ve teknolojik hâkimiyetleri yüksek müşterilerin varlığını gerekli kılmaktadır. Dolayısıyla bireylerin finansal planlama yapabilecek düzeyde bilgi ve deneyime sahip olmasına atıfta bulunan finansal okuryazarlık, günümüz bankacılık faaliyetlerinde dikkate alınması gereken önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Finansal okuryazar bireylerden beklenen faiz, enflasyon, nominal ve reel getiri arasındaki fark, portföy çeşitlendirmesi gibi temel düzeydeki finansal bilgi ve becerilere sahip olmasıdır. Bunun yanı sıra finansal okuryazar bireylerden riskleri anlama, finansal kavramlara hâkim olma, makul finansal kararlar alabilme ve daha yüksek getiri sağlayacak veya gereksiz harcama/ödemelere maruz kalmadan parasını rasyonel bir şekilde yönetme yeteneği beklenmektedir.

Finansal okuryazar bireylerin özellikleri göz önüne alındığında söz konusu bireylerin mobil bankacılık hizmetinin avantajlarının farkında olacaklarını ve bankacılık hizmetlerini daha az masraf ödeyerek ya da hiç ödemedi mobil cihazları üzerinden gerçekleştirebileceklerini beklemek mümkündür. Dolayısıyla bu çalışmada bireylerin finansal okuryazarlıkları ile mobil bankacılık kullanım durumu, alışkanlığı ve sıklığı arasındaki ilişki araştırılmıştır. Araştırma amacı çerçevesinde Türkiye genelini kapsayacak şekilde internet üzerinden ulaşılan 589 kişiye anket uygulaması yapılmıştır. Ankette demografik bilgileri toplanan katılımcıların öncelikle basit ve ileri düzeydeki sorularla finansal okuryazarlık skorları ölçülmüştür. Daha sonra bireylerin mobil bankacılık kullanım durumu, tecrübesi, kullanma sıklığı ile finansal okuryazarlık skorları karşılaştırılmıştır. Son olarak, katılımcıların

mobil bankacılık kullanım sıklığı ve mobil bankacılık hizmetlerinin faydaları ile finansal okuryazarlık skorları arasındaki ilişki tespit edilmiştir.

Araştırma kapsamında cinsiyete göre katılımcıların finansal okuryazarlık skorları t-testi ile karşılaştırıldığında kadın ve erkeklerin finansal okuryazarlık skorları arasında çok önemli bir farkın olmadığı görülmektedir. Literatürde finansal okuryazarlığın cinsiyete göre değiştiğini ispatlayan birçok çalışma olmasına rağmen (Chen ve Volpe, 2002, 294; Worthington, 2006, 73; Furtuna, 2008, 20; Lusardi, 2008, 11; Dvorak ve Hanley, 2010, 650; Lusardi ve Mitchell, 2011, 10; zdemir vd., 2015, 103) Türk Ekonomi Bankası (TEB) ve Boğaziçi niversitesi işbirliğiyle her yıl düzenlenen Türkiyede Finansal Okuryazarlık ve Erişim (FOE) anketinin sonuçlarıyla örtüşmektedir. 2018 yılında yapılan FOE anket sonucuna göre kadınlar ve erkekler arasındaki finansal okuryazarlık seviyesindeki fark giderek kapanmaktadır. Çalışmamızda katılımcıların diğer demografik özelliklerine baktığımızda bekârların evlilere, gençlerin (18-25 yaş arası) diğer yaş gruplarına göre finansal okuryazarlık skorları daha düşüktür. Finansal okuryazarlık skoru gelir durumuna göre kıyaslandığında 4501 TL ve üzerinde geliri sahip katılımcıların daha yüksek bir skora sahip olduğu görülmektedir.

Öte yandan katılımcıların finansal okuryazarlık skoru eğitim seviyesiyle doğru orantılı bir artış göstermektedir. Katılımcıların algılanan bilgi dzeyeleri ile ilgili soruya verdikleri yanıtlara bakıldığında ise, finansal durumunu yönetmede başarısız olduğunu söyleyen katılımcıların finansal okuryazarlık açısından düşük bir skora sahip olduğu görülmektedir. Buradan yola çıkarak katılımcıların finansal okuryazarlık skoru ile algılanan bilgi dzeyelerinin tutarlı olduğunu söylemek mümkündür. Diğer bir açıdan, finansal okuryazarlık skoru yüksek katılımcıların finansal bilgisini azımsayarak ya da kendisine aşırı güven duyarak yanlış finansal kararlar almadığı sonucuna da ulaşılmaktadır.

Katılımcıların mobil bankacılık kullanım durumuna bakıldığında, mobil bankacılık kullanan katılımcıların kullanmayan ve fikri olmayanlara göre daha yüksek finansal okuryazarlık skoruna sahip olduğu açıktır. Öte yandan katılımcıların mobil bankacılık kullanım tecrübesi ve sıklığı arttıkça finansal okuryazarlık skorlarının da arttığı gözlenmiştir. Son olarak analiz sonucuna göre, mobil bankacılık kullanım sıklığı ve mobil bankacılık hizmetlerinin faydaları ile finansal okuryazarlık arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır. Diğer bir ifadeyle mobil bankacılık kullanım sıklığı ve mobil bankacılık hizmetlerinin faydaları leğine katılım düzeyi arttıkça katılımcıların finansal okuryazarlık skorları da artmaktadır. Bu sonuç, bankaların mobil bankacılık uygulamaları ile müşterilerine sunduğu zaman, mekan, maliyet, kolaylık gibi birçok faydanın finansal okuryazarlık skoru yüksek bireyler tarafından bilindiğini ve bu nedenle de mobil bankacılık kanalının sıklıkla kullanıldığı ve tecrübe edindiği söylenbilir. Buradan yola çıkarak, bankaların müşterilerini mobil bankacılık ve benzeri alternatif dağıtım kanallarına yönlendirmesi ve bu yolla operasyonel maliyetlerini düşürebilmesi için öncelikle sosyal sorumluluk kapsamında müşterilerinin finansal eğitimine katkıda bulunması gerektiği söylenbilir.

Elde edilen bulgular ışığında, bankaların mobil bankacılık hizmetinin daha çok müşteri tarafından kullanılmasını sağlamak ve mobil bankacılık hizmetini kullanan müşterilerin kullanım sıklığını artırmak amacıyla müşterilerinin finansal okuryazarlık dzeyelerini artırmaya yönelik basit ve ileri düzeyde olmak üzere evrimii finansal eğitim vermeleri tavsiye edilebilir. Böylece finansal okuryazarlık düzeyi artan müşteriler, banka işlemlerini şubeye gitmeden ve yardıma ihtiyaç duymadan

kendileri gerçekleştirebilir. Öte yandan, müşteriler mobil bankacılık hizmetinin avantajları konusunda bilgilendirilmelidir. Zira müşteriler mobil bankacılık kanalının sunduğu fayda ve kolaylığı anladığında bu dağıtım kanalını kullanma konusunda daha istekli olacaktır. Son olarak, bankaların Türkiye genelinde olacak şekilde illerde üniversitelerle birlikte finansal okuryazarlığın geliştirilmesine yönelik ortak eğitim programları düzenlemeleri de yararlı olacaktır.

Kaynakça

- BEHRMAN, Jere R., MITCHELL, Olivia S., SOO, Cindy ve BRAVO, David. (2010), "Financial Literacy, Schooling, and Wealth Accumulation", *NBER Working Paper* No. 16452.
- BERNANKE, Ben S. (2006), "Financial Literacy", Testimony of Chairman Ben S. Bernanke Before the Committee on Banking, Housing, and Urban Affairs of the United States Senate, 23 May 2006. <https://www.federalreserve.gov/newsevents/testimony/bernanke20060523a.htm>, (02.11.2019).
- CHEN, Haiyang ve VOLPE, Ronald P. (2002), "Gender Differences in Personal Financial Literacy Among College Students", *Financial Services Review*, No. 11, August, ss. 289-307.
- COŞKUN, Özcan. (2012), "Bankacılık Sektöründe Alternatif Dağıtım Kanallarının Müşteriler Üzerindeki Etkisi", *Ufuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- ĆUMUROVIĆ, Aida ve HYLL, Walter. (2016), "Financial Literacy and Self-employment", *IWH Discussion Papers*, No.11/2016, Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung Halle (IWH), Halle (Saale).
- DEUFLHARD, Florian, GEORGARAKOS, Dimitris ve INDERST, Roman. (2015), "Financial literacy and savings account returns", *Institute for Monetary and Financial Stability, Working Paper Series* No. 88.
- DVORAK, Tomas ve HANLEY, Henry. (2010), "Financial literacy and the design of retirement plans", *The Journal of Socio-Economics*, No.39, ss. 645-652.
- FURTUNA, Florentina. (2008), "College Students' Personal Financial Literacy: Economic Impact and Public Policy Implications", *Undergraduate Economic Review*, Vol. 4, No. 1, ss. 1-32.
- GEORGE, D. Ve MALLERY, M. (2010), "SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference". *Allyn & Bacon*, Boston.
- JUNGER, Moritz ve MARK, Mietzner. (2019), "Banking Goes Digital: The Adoption of FinTech Services by German Households", Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3368133> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3368133>.
- KLAPPER, Leora F, LUSARDI, Annamaria ve PANOS, Georgios A. (2012), "Financial Literacy and The Financial Crisis", *NBER Working Paper*, 17930.
- LUSARDI, A. (2008), "Financial literacy: an essential tool for informed consumer choice?" *NBER Working Paper*, No. w14084.
- LUSARDI, Annamaria ve MITCHELL, Olivia S. (2011), "Financial Literacy Around The World: An Overview", *NBER Working Paper Series*, 17107.
- LUSARDI, Annamaria ve MITCHELL, Olivia S. (2011), "Financial Literacy and Planning: Implications For Retirement Wellbeing", *NBER Working Paper Series*, 17078.
- NEJAD, Mohammad G. ve JAVID, Katayon. (2018), "Subjective and objective financial literacy, opinion leadership, and the use of retail banking services", *International Journal of Bank Marketing*, 36(4), ss.784-804.
- ÖZDEMİR, A., TEMİZEL, F., SÖNMEZ, H., ve ER, F. (2015), "Financial Literacy of University Students: A Case Study for Anadolu University, Turkey", *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 11(24), 97-110.

- ROOIJ, Maarten van, LUSARDI, Annamaria ve ALESSIE, Rob. (2007), "Financial Literacy and Stock Market Participation", *National Bureau of Economic Research, Working Paper* 13565.
- ROOIJ, Maarten van, LUSARDI, Annamaria ve ALESSIE, Rob. (2011), "Financial Literacy and Stock Market Participation", *Journal of Financial Economics*, 101(2), ss.449-472.
- TABACHNICK, B.G. ve FIDELL, Linda S. (2013), "Using Multivariate Statistics, *Boston: Pearson*.
- TCMB. Dünyada ve Türkiye'de Finansal Hizmetlere Erişim ve Finansal Eğitim, Mart 2011, s.83.
- TEB. Türkiye'nin Dijital Haritası 2019, <http://www.blogteb.com/turkiyenin-dijital-haritasi-2019/> (13.07.2019).
- Türkiye Bankalar Birliği. Dijital, İnternet ve Mobil Bankacılık İstatistikleri, Mart 2017-Aralık 2019, <https://www.tbb.org.tr/tr/bankacilik/banka-ve-sektor-bilgileri/istatistiki-raporlar/59> (02.02.2020).
- UZUNDAğ, şukr. (2013), "Türkiye'de İnternet Bankacılığının Gelişimi ve İnternet Bankacılığına İlişkin Tüketici Davranışları Analizi Aydın İli Merkezinde Görev Yapan ğretmenler zerine Bir Araştırma", *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- WORTHINGTON, Andrew C. (2006), "Predicting Financial Literacy In Australia", *Financial Services Review*, No. 15, ss. 59-79.
- YE, Jianmu ve KMMCB. Kulathunga. (2019), "How Does Financial Literacy Promote Sustainability in SMEs? A Developing Country Perspective." *Sustainability* 11.10: 2990.
- ZEYBEK, Hasan. (2018), "Dijital Bankacılık", *Mali zm Dergisi*, Kasım-Aralık 2018, 28 (150), ss. 79-107.