

## DİJİTAL FİNANSAL OKURYAZARLIK VE FİNANSAL TEKNOLOJİLERİN İLİŞKİSİNDE ROL ALAN FAKTÖRLER: YABANCI TURİSTLER ÜZERİNDE BİR UYGULAMA

Kayhan AHMETOĞULLARI\*

### Öz

Bu çalışmanın ana amacı dijital finansal okuryazarlık ile finansal teknolojiler arasındaki nedensel ilişkiyi incelemektir. Ayrıca bu ilişkide sosyal medya kullanımı ve yaş gibi kategorik değişkenlerin düzenleyici rolünü irdelemek ile dijital finansal okuryazarlık ve finansal teknolojilerin sosyo-demografik değişkenler ve finansal okuryazarlık sertifikası sahipliği, finansal işlemlerde akıllı telefon kullanımı ve katılımcıların dillerine göre nasıl değiştiğini gözlemlemektir. Araştırma nicel desenli birincil anket verilerini yüz yüze toplayarak değişkenler arasındaki ilişkiyi inceleyen ilişkisel tarama modelini kullanmaktadır. Veriler Türkiye'nin en çok ziyaret edilen yerlerinden biri olan Antalya'ya gelen yabancı turistleri hedef almaktadır. Bölgeyi en çok ziyaret eden ilk üç ülke mensuplarının dilleri dikkate alınarak katılımcılar için İngilizce, Rusça ve Lehçe olmak üzere üç dilde anket uygulanmıştır. Verilerin analizinde SPSS ve AMOS paket programlarından yararlanılmıştır. Araştırmada 292 katılımcı üzerinden sürekli değişkenlere ait ölçek ve ölçüm geçerliliği ve güvenilirliğini sağlamak için ölçüm modeline dayalı DFA kullanılmıştır. Ardından uyum iyiliği sağlanan ve geçerlilik testi onaylanan modele ait örtük değişkenler arasındaki nedensel ilişkiyi veren yapısal eşitlik modeli oluşturulmaktadır. Model uyumu sağlanmış ve dijital finansal okuryazarlığın finansal teknoloji deneyimini artıracağı sonucuna ek olarak bu ilişkide sosyal medya kullanımı ve yaşın düzenleyici rolü saptanmıştır. Ayrıca çalışmada sosyo-demografik değişkenlere göre dijital finansal okuryazarlık ve finansal teknoloji deneyiminin nasıl değiştiğini irdelemek için t-testleri ve ANOVA analizi yapılmıştır. Sonuç olarak dijital finansal okuryazarlığın finansal teknoloji deneyimini anlamlı şekilde artırdığı, sosyal medya kullananlarda bu ilişki anlamlı ve daha yüksek olduğu, 36-45 yaş aralığında bu ilişki anlamlı değilken, diğer yaş aralıklarında anlamlı şekilde değiştiği ortaya konmaktadır. Ayrıca yaş aralıkları içerisinde bu ilişkiyi en fazla etkileyen 55 ve üstü yaş aralığındakiler olduğu saptanmıştır. Öte yandan İngilizce konuşanların Rusça konuşanlara göre daha yüksek dijital finansal okuryazarlık ve finansal teknoloji deneyimine sahip oldukları gözlenmektedir. Son olarak finansal okuryazarlık sertifikası olanların olmayanlara göre daha yüksek dijital finansal okuryazarlığa ve finansal teknoloji deneyimine sahip olduğu anlaşılmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Dijital finansal okuryazarlık, Finansal teknolojiler, Yabancı turistler.

**Jel Kodu:** G53, F65, G32.

### **Factors The Relationship Between Digital Financial Literacy And Financial Technologies: An Application on Foreign Tourists**

#### **Abstract**

The primary aim of this study is to examine the causal relationship between digital financial literacy and financial technologies. Additionally, it explores the moderating role of categorical variables such as social media use and age in this relationship. The study also investigates how digital financial literacy and financial technologies vary based on socio-demographic variables, ownership of financial literacy certificates, smartphone use in financial transactions, and the languages spoken by the participants. The research utilizes a quantitative relational survey design, collecting primary survey data through face-to-face interactions. The data targets foreign tourists visiting Antalya, one of Turkey's most popular destinations. Surveys were conducted in English, Russian, and Polish, considering the languages of tourists from the top three visiting countries. Data analysis was performed using SPSS and AMOS software packages. To ensure the validity and reliability of the scales and continuous variables, a Confirmatory Factor Analysis (CFA) based on the measurement model was employed on a sample of 292 participants. Subsequently, a Structural Equation Model (SEM) was created to examine the causal relationships between latent variables in the validated model. The model's fit was achieved, and it was concluded

\* Öğr. Gör. Dr., Bursa Uludağ Üniversitesi, Finans-Bankacılık ve Sigortacılık, [kayhanahmet@uludag.edu.tr](mailto:kayhanahmet@uludag.edu.tr), <https://orcid.org/0000-0002-2658-189X>

*that digital financial literacy significantly enhances financial technology experience, with social media use and age acting as significant moderators in this relationship. Additionally, t-tests and ANOVA analyses were conducted to explore how digital financial literacy and financial technology experience vary according to socio-demographic variables. The results indicate that digital financial literacy significantly increases financial technology experience, particularly among social media users. The relationship is not significant in the 36-45 age group, while it varies significantly in other age ranges, with those aged 55 and above being the most affected. Moreover, English speakers demonstrated higher digital financial literacy and financial technology experience compared to Russian speakers. Finally, individuals with financial literacy certificates exhibited higher levels of digital financial literacy and financial technology experience compared to those without such certificates.*

**Keywords:** Digital financial literacy, Financial technologies, Foreign tourists.

**Jel Code:** G53, F65, G32.

## 1. Giriş

Finansal kararların, etkili finansal seçimler yapmada kilit bir faktör olduğu gösterilmiştir (Lusardi ve Mitchell 2014) Yaşamın erken dönemlerinde edinilen finansal bilgilerdeki farklılıklar, emeklilik dönemindeki servet eşitsizliğinin önemli bir bölümünü açıklamaktadır (Lusardi vd., 2017). Finansal teknoloji (FinTech), finansal hizmetler sektöründe rakipsiz bir hızla devrim yaratmaktadır (Frost vd., 2019). Mobil ödemeler, robo-danışmanlık, uygulama tabanlı yatırım platformları ve çevrimiçi bankacılık çözümlerine kadar, FinTech gelişmeleri finansal planlama, finansal refah ve ekonomik eşitsizlik üzerinde etkili olmuştur (Frame vd., 2019). FinTech, finansal yeterliliği geliştirme potansiyeline sahiptir. Kişisel finansmanı basitleştirmek ve finansal planlama süreçlerini kolaylaştırmak için teknolojiyi kullanan start-up'lar ve platformlar, yalnızca yeni nesil finansal araçları inşa etmekle kalmıyor, aynı zamanda finansal eğitimi teşvik ediyor ve kolaylaştırıyor. Geliştirilmiş finansal ve diğer (teknolojik, politik sağlık, çevresel) okuryazarlıklar, bireylerin yapay zekâ ile daha iyi etkileşim kurmasını sağlar (Aun, 2017). Ayrıca, FinTech'ler finansal kurumların, şirketlerin ve girişimcilerin rolü, finansal okuryazarlığı artıran ve demografik gruplar arasındaki eşitsizlikleri azaltan arz yönlü çözümlerin oluşturulması açısından önemlidir. Lusardi vd. (2015), finansal okuryazarlık araştırma ve uygulamalarının, finansal eğitimin geliştirilmiş tasarım ve sunum yoluyla nasıl daha etkili hale getirilebileceğini anlamaya çalışması gerektiğini savunmaktadır. FinTech çağının ardından, görselleştirme ve erişilebilirlik/kullanıcı dostu olma finansal kapsayıcılık için önemlidir. Nitekim, finansal bilgilerin sunum biçiminin, finansal okuryazarlığı düşük olan bireylerin yaptığı seçimleri etkilediği gösterilmiştir (Hastings ve Tejada-Ashton, 2008; Hastings ve Mitchell 2018). Tüm bunlar dijital finansal okuryazarlığın ve finansal teknolojilerin birlikte hareket etmesi gereken önemli kavramlar olduğuna işaret etmektedir.

FinTek gelişmeleri, finansal teknolojiler ve platformlarla etkileşime girerken dürtüsel tüketici davranışlarını tetikleyerek finansal refaha da zarar verebilir. Örneğin, mobil uygulamalar, gelecekteki tercihleri tahmin etmek için gerekli becerilerden yoksun olan dürtüsel ve sofistike olmayan bireyleri çekebilir. Bu nedenle, mobil uygulamalar bireylerin spekülâtif durumlarda veya satış baskısı altında hatalı kararlar vermesine yol açabilir. Bu gibi durumlarda, finansal hizmetlerin satın alınması ve nihai tüketimi arasındaki sürenin kısaltmasının tüketici refahına zarar vermesi muhtemeldir. Hundtofte ve Gladstone (2017) mobil kullanıcıların dürtüsel satın alma davranışında bulunma ve maaş günü kredisi kullanma olasılıklarının daha yüksek olduğuna dair kanıtlar sunmaktadır. Mobil kredi ürünleri genellikle çok erişilebilirdir ve geçici tercihlere göre hareket edilmesine izin verir. Bu durum, mobil uygulama ve platformların eğitimle tamamlanması gerektiğini göstermektedir. Yakın zamanda yapılan ülkeler arası bir çalışmada Panos ve Karkkainen (2019), finansal okuryazarlığın kripto para birimi sahipliği ile negatif ilişkisi olduğunu bulmuştur. Bu durum, finansal okuryazarlığı daha az olan tüketicilerin, alternatif varlık sınıflarına kıyasla kripto paraların daha büyük risk ve ödül dengeleri konusunda sınırlı bir anlayışa sahip

olduğunu göstermektedir. Piyasanın büyük ölçüde bilgisiz yatırımcılar tarafından domine edilmesi, kripto para birimlerinin oynaklığını artıran muhtemel bir faktördür. Bu durumda dijital finansal okuryazarlığın geliştirilmesi ve finansal teknolojilerin deneyimlenmesi bu doğrultuda ortaya konması daha sağlıklı ve rasyonel davranışı tetikleyebilir.

Dijital finansal okuryazarlık, kişilerin finansal kabiliyetlerine, finansal bilgilerine, finansal davranışlarına ve finansal tutumlarına ek olarak dijital finansal araçlara hakimiyetini de içerisine alan yeni bir konsept sunmaktadır. Finansal okuryazarlıkla ilgili ülkeler, üniversiteler ve teorik yaklaşımlar sürekli gelişim göstermektedir. Finansal okuryazarlığın artırılması kişisel finansal gelişim ve kararlardan bölgesel ve uluslararası alanlarda finansal kararların daha rasyonel ve daha verimli yönetilmesine katkı sağlayan önemli bir kavramdır. Günümüze gelindiğinde ise bu kavram dijitalleşen dünyaya ayak uyduran yeni dijital finansal araç gereçleri, yatırım araçlarını sağlıklı bir şekilde okumak ve analiz etmek nihayetinde optimum kararlara ulaşmak için dijital finansal okuryazarlığın önemini ortaya çıkarmaktadır. Ayrıca dijitalleşme ile birlikte önemli ölçüde gelişen ve dönüşüm sağlayan bir diğer araç da finansal teknolojilerdir. Finansal teknolojiler ve bunlara olan yatkınlık, kabiliyet ve öğrenme çabası dijital finansal okuryazarlıkla bağlantılı olabilmektedir. Bu noktada çalışmada dijital finansal okuryazarlık ile finansal teknolojiler arasında nasıl bir ilişki olduğunu saptamak literatürün gelişmesine önemli katkı sağlayacaktır. Öte yandan bunun yabancı yatırımcılar ve turistler üzerinde Türkiye özelinde araştırılması alana başka farklı bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bunların dışında dijital finansal okuryazarlığın finansal teknolojilerle ilişkisinde günümüzün en önemli iletişim araçlarından olan sosyal medyanın nasıl rol oynadığı ya da oynayıp oynamayacağı da önemli bir boşluğu doldurmaktadır. Dahası dijitalleşen dünyanın dijital finansal okuryazarlığı ile finansal teknolojilerin etkileşiminde yabancıların yaş aralığının nasıl rol oynadığını tespit etmek dikkate değerdir. Ayrıca Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin sosyo-demografik özellikleri ile dijital finansal okuryazarlıkları ve finansal teknolojileri deneyimlemelerinin nasıl değişim gösterdiğini incelemek alana önemli bir değer daha katacaktır. Son olarak bu çalışma, yabancı turistlerin finansal okuryazarlık sertifikasına sahip olup olmaması, hangi dili kullandıkları (milletleri), yatırım ve finansal kararlarında akıllı telefon kullanım durumlarına göre dijital finansal okuryazarlıkları ve finansal teknolojileri deneyimleme durumlarının nasıl değiştiğini inceleyen alandaki ilk çalışmalardan biridir.

Finansal okuryazarlık üzerinde oldukça fazla durulmaktadır (Ahmetoğulları, 2017; Ahmetoğulları & Öcel, 2021; Aydın & Sümer, 2023; Ertaş & Kavas, 2023; Maendru vd., 2020). Daha spesifik olarak dijital finansal okuryazarlıkla ilgili çalışmalar da bulunmaktadır (Kumar vd., 2023; Kaya & Kılıç, 2021; Saydar, 2024; Taşlıyan, 2023). Buna karşın dijital finansal okuryazarlık ile finansal teknolojileri birlikte çalışan çalışmalar görece sınırlıdır (Indrawati, 2021). Öte yandan dijital finansal okuryazarlığın finansal teknoloji ile ilişkisinde sosyal medya kullanımının ve yaşın moderatör rolünü inceleyen çalışmaya rastlanmamıştır. Bu bağlamda finansal teknolojinin (FinTech) gelişimi, bankacılık ve finans sektörünün sunduğu hizmetleri dijital moda dönüştürmektedir. Bu da bireylerin finansal refahını ve toplumsal refahı sağlamak için artık finansal okuryazarlığın tek başına yeterli görülmeceğine işaret etmektedir. Böylece dijital finansal okuryazarlık (DFO), FinTech çağında eğitimin giderek daha hayati bir yönü haline gelmektedir. Bu süreçte ana sorunlardan biri, özellikle dezavantajlı gruplar (finansal teknolojilere erişim güçlüğü yaşayan kırsal kesimdekiler, yaşlı olanlar ya da dijital finansal okuryazarlıkta fırsat eşitliği olmayanlar) arasında DFO'da önemli boşlukların olmasıdır (Liew vd., 2020). Bu noktada çalışmanın teorik ve pratik olarak alana yapacağı katkılar ulusal ve uluslararası düzeyde önemli çıkarımlar sağlamaktadır. Ayrıca bu çalışmada yabancı turistlerin tercih edilmesi, araştırmanın geniş bir demografik yelpazede geçerliliğini test etme ve bulguların evrensel uygulanabilirliğini artırma amacına hizmet etmektedir. Özellikle, Türkiye'nin en çok ziyaret edilen bölgelerinden biri olan Antalya'da gerçekleştirilen bu araştırma, farklı kültürel ve dilsel arka planlardan gelen bireylerin dijital finansal okuryazarlık ve finansal teknolojilere yönelik algı ve deneyimlerinin

karşılaştırılmasına olanak tanımaktadır. Bu sayede, finansal okuryazarlık ve teknoloji kullanımına ilişkin bulgular, yalnızca Türkiye'ye özgü değil, küresel ölçekte de genellenebilir hale gelmektedir. Ayrıca, İngilizce, Rusça ve Lehçe konuşan turistler arasında yapılan karşılaştırmalar, finansal okuryazarlık ve teknoloji deneyiminin kültürel ve dilsel farklılıklar doğrultusunda nasıl şekillendiğini ortaya koyarak literatüre önemli katkılar sunmaktadır. Bu tür çok kültürlü bir yaklaşım, dijital finansal okuryazarlık ve finansal teknolojiler alanındaki politika yapımcılar ve uygulayıcılar için daha kapsayıcı ve etkili stratejiler geliştirilmesine olanak tanır. Dijital finansal okuryazarlık ve finansal teknolojilerin giderek artan önemi, bireylerin finansal karar alma süreçlerini derinden etkilemektedir. Özellikle yabancı turistler gibi finansal piyasalara ve teknolojiye erişimi sınırlı olan gruplar için bu ilişkinin anlaşılması, hem bireysel hem de toplumsal düzeyde önemli sonuçlar doğurabilir. Bu çalışmanın temel motivasyonu, dijital finansal okuryazarlık düzeyinin ve finansal teknoloji kullanımının, yabancı turistlerin finansal karar alma süreçlerindeki etkisini ortaya koymaktır. Çalışma, sosyal medya kullanımı ve yaş gibi moderatör değişkenlerin bu ilişki üzerindeki rolünü inceleyerek, dijital finansal okuryazarlığın geliştirilmesine yönelik stratejilerin belirlenmesine katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda, Antalya'da bulunan yabancı turistler üzerinde gerçekleştirilen anket çalışması, konuya dair önemli veriler sunmakta ve dijital finansal okuryazarlık ile finansal teknoloji kullanımı arasındaki etkileşimin daha iyi anlaşılmasına olanak tanımaktadır.

Alanda finansal okuryazarlık ve dijital finansal okuryazarlıkla ilgili yapılan birçok çalışma bulunmaktadır. Önceki çalışmalarda yer alan analizler ve sonuçları sırasıyla verilmektedir. İlk olarak McKillop vd. (2020), akıllı telefon uygulamalarının arzu edilen finansal yeterliliği geliştirmek için kullanılıp kullanılmayacağını değerlendirmektedir. Yazarlar, Kuzey İrlanda'daki en büyük kredi birliğinin çalışma çağındaki üyelerine (16-65 yaş) dört akıllı telefon uygulaması ('Money Matters' başlığı altında bir araya getirilmiştir) sunmaktadır. Bunlar bir kredi faiz karşılaştırma uygulaması; bir harcama karşılaştırma uygulaması, bir nakit takvimi uygulaması ve bir borç yönetimi uygulamasından oluşmaktadır. Randomize bir kontrol denemesinde yazarlar, uygulamaları kullanan bireyler grubu için 'finansal bilgi, anlayış ve temel beceriler' ile 'tutum ve motivasyonlarda' önemli gelişmeler olduğunu bulmuşlardır. Uygulamaları kullananların gelir ve giderlerini takip etme olasılıklarının daha yüksek olduğu ve finansal bir şokla karşılaştıklarında daha dirençli oldukları görülmüştür. Bu durum dijital finansın geliştirilmesi ve finansal teknolojilerin pratikteki karşılığının finansal kararlar almada ne denli etkili olduğunun göstergelerinden biri olması açısından önemlidir. İkinci olarak Philippas ve Avdoulas (2020), finansal krizi yaşamış Yunan üniversite öğrencilerinden oluşan birincil veri setini kullanarak finansal okuryazarlık ve finansal refah arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Yazarlar, erkek öğrencilerin kız öğrencilere kıyasla daha fazla finansal okuryazar olduğunu bulmuştur. Ayrıca öğrencilerin finansal okuryazarlığı ile ebeveyn eğitimi ve geliri arasında da bir ilişki bulmuşlardır. Bulgular, daha fazla finansal okuryazar olan öğrencilerin beklenmedik finansal şoklarla başa çıkmak için daha donanımlı olduklarını göstermektedir. Genel olarak, finansal okuryazarlık Yunan üniversite öğrencileri arasında finansal refahın önemli bir itici gücüdür. Üçüncü olarak Artavanis ve Kara (2020)'nin, Massachusetts'teki büyük bir devlet üniversitesinden ABD'li öğrencilerin yeni bir veri setini kullanarak öğrenci borcu temasını ele almaktadır. Yazarlar burada üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeyini ve bunun öğrenci borcunun geri ödenmesi üzerindeki etkilerini incelemektedir. Özellikle kadın (%26), azınlık (%24) ve birinci sınıf (%33) öğrenciler arasında düşük finansal okuryazarlık seviyeleri (%39,5) bulmuşlardır. Ayrıca, finansal okuryazarlık eksikliği olan öğrencilerin gelecekteki öğrenci kredisi ödemelerini hafife alma olasılığı daha yüksektir. Yazarlar ayrıca bir finansal okuryazarlık ücret farkını da ortaya çıkarmıştır; düşük finansal okuryazarlığa sahip öğrenciler, yüksek okuryazarlığa sahip meslektaşlarına göre önemli ölçüde daha düşük başlangıç maaşları beklemektedir. Sonuç olarak, düşük okuryazarlığa sahip öğrenciler, ödeme-gelir oranlarındaki beklenmedik, olumsuz şoklara karşı daha savunmasızdır ve bu da gelecekteki kredi itibarını ve mezuniyet sonrası borç ödeme kabiliyetini olumsuz

etkilemektedir. Dördüncü olarak Migliavacca (2020) finansal danışmanlığı incelemektedir. Yazar, finansal okuryazarlığı artırmayı amaçlayan eğitim programlarının hazır olma durumunun, etkinliğinin ve etkisinin henüz büyük ölçüde belgelenmediğini ileri sürmektedir. Bulguları, finansal danışmanların yatırımcıların finansal farkındalığının artmasında etkili bir aracı olduğunu göstermektedir. Bu ilişkiyi üç finansal okuryazarlık ölçütü (temel, orta ve ileri) kullanarak kurmakta ve ayrıca farklı danışman tipolojilerini test etmektedir. Bağımsız finansal danışmanların varlığının, ilgili müşterilerinin 'ileri' finansal okuryazarlık becerilerini artırma eğiliminde olduğunu bulmuştur. Bu bulgulara dayanarak yazar, finansal eğitim programlarının tamamlayıcısı olarak aydınlanmış finansal danışmanlığın önemli rolünü vurgulamaktadır. Bu çalışmada finansal okuryazarlık eğitimi alarak finansal okuryazarlık sertifikası olan ya da olmayan katılımcılara göre dijital finansal okuryazarlığın ve finansal teknolojileri deneyimlemenin nasıl şekilleneceğinin önemi ortaya konmaktadır.

Dünyanın birçok yerinde araştırmanın değişkenleri ve değişkenler arasındaki ilişkiyi doğrudan ve dolaylı olarak inceleyen farklı çalışmalara rastlamak da mümkündür. Söz gelimi Kumar vd. (2023) Hindistan'ın Delhi merkezinde 512 katılımcı üzerinde yaptığı çalışmada, dijital finansal okuryazarlığın finansal karar verme ve finansal refahla ilişkisi irdelenmiştir. Çalışmada finansal yeterlilik ve finansal özerkliğin finansal karar verme ve finansal refah üzerinde aracı etkilerinin olduğu, dürtüselliğin ise finansal karar verme üzerinde aracı etkisinin olmadığı anlaşılmaktadır. Aynı çalışmada yeteneklerin dijital finansal okuryazarlığı artırdığı, dijital finansal okuryazarlığın finansal kararları artırdığı, dijital finansal okuryazarlığın algılanan finansal refahı anlamlı şekilde artırmadığı gözlenmektedir. Ayrıca becerilerin dijital finansal okuryazarlık ve finansal yeterlilik aracılığıyla finansal karar verme ve finansal refahı artırdığını gösteren dolaylı sonuçlar da anlamlıdır. Diğer taraftan Rahayu vd. (2022) Endonezya'daki Y kuşağının dijital finansal okuryazarlıkları ile finansal davranışları, tasarruf davranışı, harcama davranışı ve yatırım davranışı arasındaki ilişkiyi 741 katılımcı ile ele almaktadır. Çalışmada dijital finansal okuryazarlığın harcama davranışı, tasarruf davranışı ve yatırım davranışı üzerindeki olumlu etkisi saptanmıştır. Ayrıca çalışmada gelir gibi sosyal faktörlerin de dijital finansal okuryazarlıkta önemli bir rol oynadığı gözlenmektedir. Bir başka çalışmada ise Daragmeh vd. (2021) Macaristan'daki 1120 katılımcıdan oluşan X kuşağının finansal teknolojileri kullanma niyetlerini mobil bankacılığı benimseme niyetleri bağlamında ele almaktadır. Çalışmada COVID-19 riskinin, algılanan kullanılabilirliğin ve öznel normun mobil ödeme sistemlerini kullanma niyetini önemli ölçüde açıkladığını saptamışlardır. Ayrıca algılanan faydanın algılanan kullanım kolaylığı ile mobil ödeme sistemlerini kullanmaya yönelik davranışsal niyet arasındaki ilişkisinde aracılık rolü olduğu saptanmıştır. Teknoloji kabul modeli ekseninde oluşturulan model genel olarak COVID-19 döneminde finansal teknolojilerin kullanımında etkin olan faktörleri saptamıştır. Dahası Widyastuti vd. (2024), Endonezya'daki hane halkının dijital finansal katılımlarını, demografik değişkenler ve dijital finansal okuryazarlık açısından ele almışlardır. Çalışmada demografik değişkenlerin dijital finansal katılımı etkilediği saptanmıştır. Ayrıca dijital finansal okuryazarlığında dijital finansal katılımı etkilediği saptanmıştır. Son olarak Ahmetoğulları ve Arabacı (2022) katılım banka müşterilerinin pandemik kaygının moderatörlüğünde mobil bankacılık uygulamalarını kullanma niyetleri ve gerçek kullanımlarını etkileyen faktörleri Teknoloji Kabul Modeli ekseninde irdelemektedir. Çalışmada mobil bankacılık kullanma niyetleri gibi finansal teknolojilerin üzerinde düşük pandemik kaygı olduğunda, dijital bankacılık uygulamalarının kullanım kolaylığı, algılanan kullanılabilirliğin, algılanan finansal maliyetin, algılanan güvenin anlamlı ve önemli etkisi gözlenmiştir. Ayrıca dijital bankacılık kullanma niyetinin mobil bankacılık kullanma düzeyini anlamlı şekilde artırdığı saptanmıştır. Ayrıca dijital bankacılık kullanma niyeti gibi finansal teknolojilerin demografik değişkenler açısından anlamlı şekilde değiştiği saptanmıştır.

## 2. Yöntem

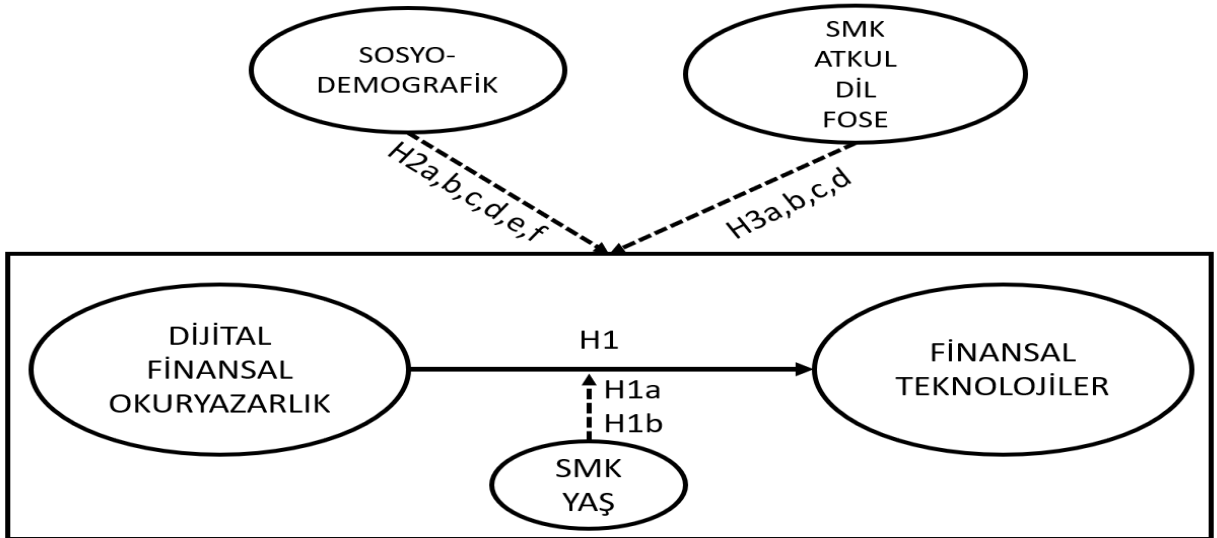
Araştırmada nicel desenli çalışmalardan biri olan anket tekniği kullanılmaktadır. Maliyet ve zaman avantajı açısından kolayda örnekleme tekniği ile katılımcılar belirlenmektedir. Araştırmada nedensellik ve düzenleyicilik ilişkisini saptamak adına elde edilen birincil verilerle hem ölçeğin geçerliliğini doğrulamak adına doğrulayıcı model, hem de oluşturulan ölçüm modeline ait yapısal eşitlik modeli ile hipotez testleri yapılmaktadır. Yapısal eşitlik modelinden önce ölçüm modelinin sınanması model uyum iyiliğini sağlamak ve daha sağlıklı sonuçlar elde etmek için önerilmektedir (Kline, 2016). Nizel desenli araştırma ilişkisel tarama modeli ile sınanmaktadır (Neuman, 2014). Bu yöntem hali hazırdaki bir olayı anlayabilmek, belirli bir konuda veri toplamak ve genel bir durum elde edebilmek adına istimal edilen bir paradigmadır (Karasar, 2020). Bu çalışmada değişkenler dijital finansal okuryazarlık ile finansal teknoloji kullanımı arasındaki ilişkiyi sosyal medya kullanımı ve yaşın düzenleyip düzenlemediğinin yapısal eşitlik modeli aracılığıyla test etmektedir. Ayrıca dijital finansal okuryazarlık ve finansal teknoloji kullanımının sosyo-demografik değişkenler ve sosyal medya kullanımı, akıllı telefon kullanımı, anketin uygulandığı dil ve finansal okuryazarlık sertifikasına sahip olup olmamaya göre nasıl şekillendiği farklılık testleri ile sınanmaktadır. Değişkenler arasındaki nedensel ilişki ve düzenleyicilik ilişkisel tarama modeli ile nicel desenli verilerden aralanarak ele alınmaktadır. Oluşturulan hipotezler ve kavramsal yapı elde edilen veriler tarafından test edilmekte ve Çalışmada 5'li Likert tipi ölçekler ve demografik yapıyı ölçmek için kategorik değişkenler ile elde edilen verilerin AMOS ve SPSS paket programları kullanılarak analizler yapılmaktadır.

### 2.1. Araştırma Deseni

Araştırmanın hipotezleri doğrultusunda ortaya çıkan nedensel ilişkilere dayalı hipotetik model şekil 1'deki gibidir. Modelde yer alan doğrudan tek yönlü çizgi nedensellik ilişkisini gösterirken, kesikli çizgiler düzenleyici ve farklılık testi hipotezlerini ifade etmektedir.

#### Şekil 1

*Araştırmanın Hipotetik Modeli*



Bir araştırmada değişkenler arasındaki teorik bağlantılar doğrultusunda kurulan desensel yapıya model denmektedir. Araştırma modelinde dijital finansal okuryazarlık ile finansal teknolojilerin arasındaki nedensel ilişkiyi ele alan ilk hipotez modelin ana kurgusunu da oluşturmaktadır. Bu ilişkide sosyal medya kullanımı (SMK) ve yaşın düzenleyicilik rolünü gösteren hipotezler ise ana kurgunun alt

hipotezleri olarak sınamaktadır. Öte yandan bir bütün olarak dijital finansal okuryazarlık ve finansal teknolojilerin sosyo-demografik değişkenler açısından nasıl değiştiğini gösteren ikinci ana hipotez ve alt hipotezleri şeklinde oluşturulmuştur. Son olarak dijital finansal okuryazarlık ve finansal teknolojilerin her biri sosyal medya kullanımı, akıllı telefonla yatırım ve finansal işlemler yapma (ATKUL) ve katılımcıların ankete katılım dillerine göre nasıl değiştiğini gösteren üçüncü hipotez ve alt varsayımları şeklinde kurgulanmaktadır.

Dijital finansal okuryazarlığın dijital ürün ve hizmetlere yönelik deneyimi artırdığı ve bunun bilgi ve tutumun davranışsal önyargıları ve finansal hataları en aza indirdiği ve böylece daha rasyonel, güvenli, karlı ve bilinçli finansal kararlara yol açtığı söylenebilir. Dahası dijital finansal okuryazarlık kredi ve tasarrufa yol açarak imkânları kısıtlı ve daha az bilgili kişiler için finansal hizmetlere erişimi kolaylaştırdığı için finansal dayanıklılığı da sağlamaktadır (Kumar vd., 2023, s.180). Finansal teknolojileri deneyimleyen kişilerin dijital finansal okuryazarlıkları sayesinde daha başarılı kararlar alabileceği düşünülebilir. Nitekim dijital finansal hizmetlerin olumlu etkisi sadece gelişmiş olan ülkelerde değil, Amerikan hane halkının finansal davranışlarında önemli rolü olduğu görülmektedir. Fintek firmalarının hane halkı tasarruflarında ve tasarruf davranışlarında olumlu katkısı gözlenmektedir (Yeo & Fisher, 2017). Dahası Yeo ve Fisher (2017) Amerikan hane halkı üzerinde yaptıkları çalışmada finansal teknolojilerin mobil finansal hizmetleri kullanma, para yönetimi, finansal seçimler yapma ve finansal konularda bilgi sahibi olma olasılıklarının finansal teknolojilerle ilişkili olduğunu göstermektedir. Yazarlara göre finansal teknolojilerin daha iyi finansal katılımı teşvik etmesi ve daha iyi finansal okuryazarlık sağlaması beklenmektedir (Moenjak vd., 2020). Ayrıca dijital finansal okuryazarlık gelir düzeyi ve diğer sosyo-demografik değişkenlerle de ilişkili olabilir (Rahayu vd., 2022).

Genel olarak oluşturulan hipotezler şu şekilde sıralanabilir:

H1: Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin dijital finansal okuryazarlıkları finansal teknolojileri kullanmalarını anlamlı ve olumlu yönde etkilemektedir.

H1a: Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin dijital finansal okuryazarlıkları finansal teknolojileri kullanmalarına etkisinde sosyal medya kullanmalarının düzenleyici rolü vardır. Şöyle ki sosyal medya kullananlarda kullanmayanlara göre daha yüksek bir ilişki düzeyi beklenmektedir.

H1b: Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin dijital finansal okuryazarlıkları finansal teknolojileri kullanmalarına etkisinde yaş aralıklarının düzenleyici rolü vardır.

H2: Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin dijital finansal okuryazarlıkları ve finansal teknolojileri kullanmaları cinsiyete (H2a), yaşa (H2b), mesleğe (H2c), eğitime (H2d), gelire (H2e) ve medeni duruma (H2f) göre farklılaşmaktadır.

H3: Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin dijital finansal okuryazarlıkları ve finansal teknolojileri kullanmaları sosyal medya kullanımı (H3a), yatırım ve finansal işlemlerinde akıllı telefon kullanımı (H3b), ankete katılım dili (H3c) ve finansal okuryazarlık sertifikasına (H3d) göre farklılaşmaktadır.

## 2.2. Evren ve Örneklem

Araştırma Antalya ilindeki yabancı turistleri kapsamaktadır. Türkiye'nin en çok turist çeken illerinden biri olan Antalya hem farklı ülkelerden katılımcılara ulaşma imkânı hem de ankete katılacak kitlenin belirli alanlarda yoğunlaşmalarından ötürü ulaşmanın kolaylığı nedeniyle seçilmiştir. Kolayda örnekleme yöntemi ile 300 katılımcıya ulaşılmış ve yedi katılımcının eksik ya da hatalı doldurması nedeniyle değerlendirmeye alınmamış nihayetinde 293 katılımcı ile analize devam edilmiştir. Örneklem sayısı belirlenirken genel bir kural olarak ankete sorulan soru sayısının beş ila on katı aralığında veri toplanmasının yeterli olacağı düşünülmektedir (Karagöz & Kösterelioğlu, 2008). Bu kapsamda anket

soruları dijital finansal okuryazarlık için beş sorudan, finansal teknolojiler ise dört sorudan oluşmak suretiyle toplam 9 soru beşli likert tipi ölçümü ile elde edilmiştir. Ayrıca sosyo-demografik ve finansal okuryazarlıkla ilgili kategorik sorular da bulunmaktadır.

### 2.3. Araştırma süreci

Araştırma Türkiye'nin turizm merkezlerinden biri olan Antalya ilini ziyaret eden yabancı turistleri kapsamaktadır. Rastgele seçilen kolayda örnekleme tekniğine dayalı katılımcılar için turistik tekne turları ve turistlerin yoğun oldukları alanlara gidilerek yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Ankete katılmak isteyenlere gönüllü olarak katılmayı kabul edenlerden oluşmakta ve anket uygulanırken bölgeyi en çok ziyaret eden ilk üç milletin dilleri olan İngilizce, Rusça ve Lehçe dillerinde anketlerle uygulama yapılmıştır. Ancak ankete katılanların büyük çoğunluğu İngilizce ve Rusça dillerde katılımcılardan oluşmuştur. Almanca katılım gösteren olmamıştır. Anket formu Nisan-Mayıs 2024 dönemlerinde ilgili katılımcılardan toplanmaktadır.

### 2.4. Veri Toplama Araçları

Veriler toplanırken iki tane ana değişkene odaklanılmıştır. Anket ile yüz yüze toplanan veriler için dijital finansal okuryazarlık ve finansal teknolojileri kullanma değişkenlerine ait toplamda 9 sorudan oluşan sorular sorulmuştur. Dijital finansal okuryazarlık ve finansal teknoloji deneyimi ölçeklerine ait sorular Kumar vd. (2023) tarafından geliştirilen çalışmadan alınmıştır. Anketin orijinali ile uygulandığı dil aynı olduğundan herhangi bir değişiklik yapılmadan uygulanmıştır. Ancak diğer dillere çevrilirken uzman görüşü alınarak dil kontrolleri yapılmıştır. Ayrıca araştırmada yer alan sosyo-demografik değişkenler cinsiyet, yaş, gelir, meslek, eğitim, medeni durum şeklinde iken, diğer sorular yatırım ve diğer finansal işlemlerde akıllı telefon kullanma durumları, finansal okuryazarlık sertifikasına sahip olup olmadıkları, finansal kararlar alıp almadıkları ve sosyal medya kullanıp kullanmadıkları şeklinde kategorik sorulardan oluşmaktadır.

### 2.5. Verilerin Analizi

Analize geçmeden önce analizlerin ön şartlarının sınanması yapılmış normallik varsayımı sağlanmış ve uç değerler kontrol edildikten sonra analizlere geçilmiştir. Araştırmanın hipotezlerini sınamak için dokuz maddeden oluşan dijital finansal okuryazarlık ve finansal teknolojiler değişkenlerine ait ölçüm modeli için doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Ardından oluşan ölçüm modeline ait yapı üzerinden hipotezlerin sınanması için yapısal eşitlik modeli kurgulanmıştır. Ayrıca yapısal eşitlik modelinde yaş ve sosyal medya kullanımının düzenleyici rolü ele alınmıştır. Son kısımda ise dijital finansal okuryazarlık ve finansal teknolojilere ait ortalama değerlerin sosyo-demografik ve diğer kategorik değişkenler açısından nasıl değiştiğini gözlemlemek adına ANOVA ve t-testine tabi tutulmuştur.

### 2.6. Araştırma Etiği

Bu çalışmanın verilerinin toplanması için 2024-03 Karar No 15, Etik Kurulu Toplantı Tutanağı Kararı ile izin alınmıştır. Bu çalışmada başından sonuna kadar etik kurallara dikkat edilmektedir.

## 3. Bulgular

Araştırmaya katılan yabancı turistlerin %60.6'sı İngiliz, %29.5'i Rus ve %9.9'u diğer milletlerden olduğunu ifade etmektedir. Katılımcıların %19.2'si 18-28, %29.1'i 26-35, %22.6'sı 36-45, %14'ü 46-55 ve %15.1'i 56 ve üstü yaş aralığındadır. %47.9'u erkek, %52.1'i kadınlardan oluşan katılımcıların, %5.5'i ilk, %43.2'si lise, %29.8'i lisans ve %21.6'sı lisansüstü mezundur. %44.2'si bekar, %55.8'i evli olan katılımcıların %27.7'si 2000\$ ve altı, %45.5'i 2001-4000\$, %12.3'ü 4001-6000\$ ve %14.4'ü 6001\$ ve üstü gelire sahiptir. Katılımcıların %84.9'u finansal karar aldığını ifade



ederken%15.1'i finansal karar almadıklarını ifade etmektedir. Öte yandan katılımcıların yatırım kararlarında ve diğer finansal işlemlerinde akıllı telefon kullanıp kullanmadıkları sorusuna %76.4'ü akıllı telefon kullandığını, %23.6'sı kullanmadığını ifade etmektedir. Son olarak katılımcıların %19.9'u finansal okuryazarlık sertifikasına sahip olduklarını söylerken, %80.1'inin finansal okuryazarlık sertifikası olmadığını söylemektedir.

Araştırmada yer alan hipotezlerin sınanması için oluşturulan yapısal eşitlik modeli (YEM) ve doğrulayıcı faktör analizi (DFA) öncesinde değişkenlerin test ön şartlarını sağlayıp sağlamadığını sınamak adına normallik testi sonuçlarına bakılması önerilmektedir. Normallik testi sonuçlarında 30 ve üzeri örnekleme ölçülen çalışmalarda Kolmogorov-Smirnov testi sonuçlarının anlamlı olmaması istenmektedir. Ancak sosyal bilimlerde bu sonuçların yakalanması güç olduğundan alternatif çözüm olarak bazı yazarlar çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılmasını ve bu değerlerin belirli aralıklarda ve sifıra yakın olmasının yeterli olacağını ifade etmektedirler. Söz gelimi Tabachnick ve Fidel (2013) -1.5 ile +1.5 aralığında dağılımın, George ve Mallery (2002) -2 ile +2 aralığındaki dağılımın normallik varsayımı için yeterli olacağını ifade etmektedirler. Bu bağlamda çarpıklık ve basıklık aralıklarına bakılarak normal dağılıma karar verilmektedir. Ayrıca değişkenler arasındaki korelasyon değerleri, standart sapma, ortalama değerler Tablo 1'de gösterilmektedir.

**Tablo 1**

*Tanımlayıcı İstatistikler ve Varsayımların Sonuçları (N=292)*

	Min.	Max.	Ort.	S.S.	Çarp.	Bask.	1	2
FİNTEK (1)	1.00	5.00	2.8390	1.0660	0.103	-0.598	1	0.371**
DFOY(2)	1.00	5.00	3.3822	1.0770	-0.300	-0.623		1

Tablo 1'de görüldüğü üzere finansal teknolojiler (FİNTEK) ve dijital finansal okuryazarlık (DFOY) değişkenleri arasında %1 düzeyinde anlamlı ve olumlu yönde bir ilişki gözlenmektedir. Ayrıca değişkenlerin çarpıklık ve basıklık değerleri literatürde belirlenen alt ve üst sınır içerisinde olduğundan normal dağılım varsayımı kabul edilmektedir. Katılımcıların finansal teknolojileri kullanma durumları ortalamanın altında iken, dijital finansal okuryazarlıkları ortalamanın üzerindedir.

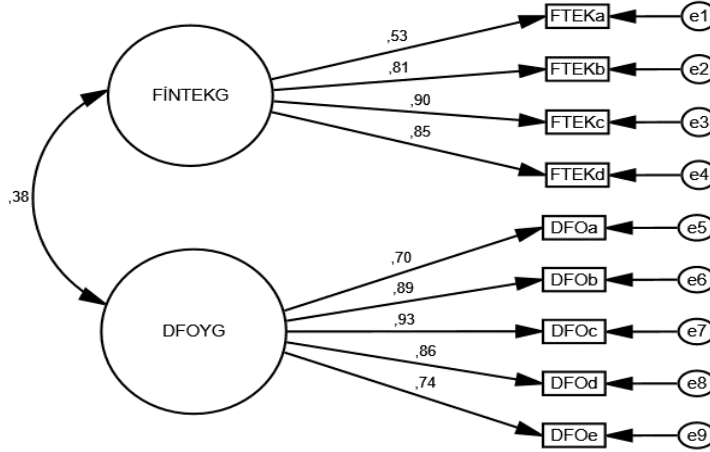
Tüm değişkenlerin tek seferde toplandığı ölçeklerde ortak yöntem yanlılığı ortaya çıkabilir (Podsakoff vd., 2003) ve bu çalışmada olduğu gibi bağımlı ve bağımsız değişken aynı dönemde toplandığında yanıltıcı sonuçlara neden olabilir (Malhotra vd., 2006). Bu durum, sistematik Tip 1 ve Tip 2 ölçüm hatalarına yol açarak değişkenler arasındaki ilişkilerin gücünü olduğundan fazla veya olduğundan az gösterebilir (Chang vd., 2020). Bu sorunu ortadan kaldırmaya yönelik farklı teknikler arasında, bu çalışma için ideal çözüm, literatürde yaygın olarak kullanılan Harman'ın tek faktör testi olmuştur (Podsakoff vd., 2003). Bu testi uygulamak için, likert tipi ölçek ifadelerini ölçen tüm maddeler temel bileşenler analizi yöntemi kullanılarak tek faktör sınırlaması ile analize tabi tutulmuştur. Tek faktör toplam varyansın %50 ve altında açıkladığı sürece yaygın bir yöntem yanlılığı olmadığı kabul edilmektedir (Harman, 1960; Podsakoff vd., 2003). Mevcut çalışmada bu değer %50 olarak gerçekleşmiş ve böylece ortak yöntem yanlılığı sorunu olmadığı teyit edilmiştir. Bu değer büyük olmasının en önemli nedeni ise değişken sayısının bir bağımlı ve bir bağımsız değişkenden oluşması ve ankete konu olan değişkenlerin literatürde yüksek ilişkili kavramlar olarak ele alınmasından kaynaklanmaktadır.

Gözlenen ve gizil değişkenlere yönelik ölçeklerin niteliklerini ortaya koyan (Jöreskog & Sörbom, 1993) ölçüm modelinin sınanmasında doğrulayıcı faktör analizi önerilmektedir (Anderson & Gerbing, 1988; Kline, 2016, s.193). Bu analizi yapmak için verilerin normal dağılım şartını sağlaması (Ding vd., 1995, s.121; Bacon, 1997, s.5) ve sıklıkla tercih edilmesi (Olsson vd., 2000: 558; Schumacker & Beyerlein, 2000, s.631) nedeniyle en çok olabilirlik yöntemi (maximum likelihood) uygulanmıştır. Her

bir yapıya ilişkin ilk önermenin standardize faktör yükünün (SFY) bire sabitlenmesi tavsiye edilmektedir (Byrne, 2010, s.130). Birinci düzey çoklu doğrulayıcı faktör analizine dayanan ölçüm modeline ilişkin standardize model çıktıları Şekil 2'deki gibidir.

## Şekil 2

### Standardize Ölçüm Modeli Sonuçları



CMIN=70,082; DF=26; CMIN/DF=2,695; RMSEA=,076; CFI=,974; GFI=,949; RMR=,082

Araştırmanın hipotezlerinin sınanmasından önce ortaya konan ölçüm modeline ait yapı elde edilen veriler tarafından doğrulanmaktadır. Elde edilen veriler ile oluşturulan model uyum iyiliği değerleri iyi model uyumuna işaret etmektedir ( $\chi^2=70.082$  (sd)=26;  $p<0.001$ ;  $\chi^2/sd=2.695$ ; CFI=0.974; GFI=0.949; IFI=0.974; RMSEA=0.076; SRMR=0.0539). Oluşturulan ölçüm modeli için gözlenen değişkenlerden gizil değişkenlere giden yolların tamamı anlamlı ve literatürde belirlenen sınırlar (0.50) üzerinde olduğundan analizden çıkarılmamıştır. Ayrıca model uyumunun iyi çıkması nedeniyle herhangi bir modifikasyona ihtiyaç olmamıştır. Oluşturulan ölçüm modeline ait standardize ve standardize olmayan faktör yükleri, standart hata, kritik oran (CR), anlamlılık düzeyine ait bulgular Tablo 2'deki gibidir.

**Tablo 2**

### Ölçüm Modeline İlişkin Sonuçları

			$\beta_0$	$\beta_1$	S.H.	C.R.	P
FTEKa	<---	FİNTEKG	0,53	1			
FTEKb	<---	FİNTEKG	0,812	1,619	0,177	9,159	***
FTEKc	<---	FİNTEKG	0,901	1,841	0,193	9,522	***
FTEKd	<---	FİNTEKG	0,847	1,701	0,182	9,334	***
DFOa	<---	DFOYG	0,696	1			
DFOb	<---	DFOYG	0,893	1,274	0,089	14,272	***
DFOc	<---	DFOYG	0,931	1,347	0,091	14,785	***
DFOd	<---	DFOYG	0,864	1,233	0,089	13,85	***
DFOe	<---	DFOYG	0,738	1,022	0,086	11,94	***

$\beta_0$ = Standardize yol katsayısı.  $\beta_1$ = Standardize olmayan yol katsayısı. S.H.=Standart Hata, \*\*\*:0.001 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 2'de görüldüğü üzere, finansal teknolojiler gizil değişkenine ait gözlenen değişkenlerin her birinin faktör yükleri istatistiksel olarak anlamlıdır. Gizil değişkene ait gözlenen değişkenlerden FTEKa için SFY=0.530, FTEKb için SFY=0.812, FTEKc için SFY=0.901 ve FTEKd için SFY=0.847 olarak ortaya çıkmaktadır. Ayrıca dijital finansal okuryazarlık gizil değişkenine ait gözlenen değişkenlere

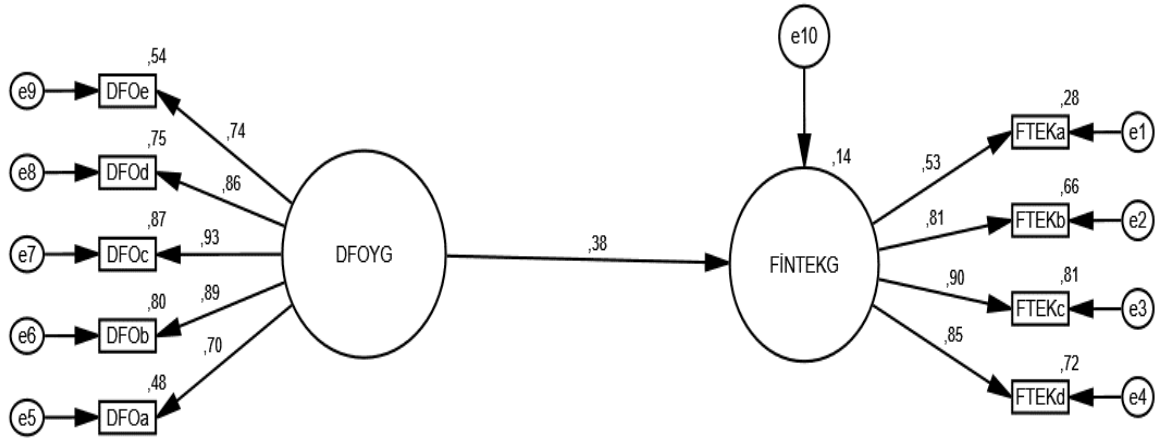
bakıldığında, DFOa için SFY=0.696, DFOb için SFY=0.893, DFOc için SFY=0.931, DFOd için SFY=0.864 ve DFOe için SFY=0.738'dir.

Analiz sonuçları doğrultusunda ölçeğin birleşim ve ayrışım geçerliliği ile güvenilirlik değerlerinin verilmesi önem arz etmektedir. Bu bağlamda gizil değişkenlere ait açıklanan ortalama varyans (AVE), birleşik güvenilirlik (CR) ve iç tutarlılık güvenilirliği Cornbach Alpha (CA) değerleri ortaya konmaktadır. Finansal teknolojilere ait AVE= 0.917, CR=0.862 ve CA=0.854 iken, dijital finansal okuryazarlığa ait AVE=0.688, CR=0.916 ve CA=0.914 olarak saptanmıştır. Son olarak, örtük değişkenlerin Cronbach alfa değerleri (0.854 ila 0.914) ve birleşik güvenilirlik katsayıları (0.862 ila 0.916) güvenilirliğin genel olarak sağlandığını göstermektedir (Fornell & Larcker, 1981; Henseler vd., 2009: 300). Tüm bunların ışığında ölçüm modelinin güvenilir olduğu söylenebilir (Hair vd., 2013). Yapı geçerliliğinin iki bileşeni olan yakınsama ve ıraksama geçerliliği açısından kabul edilebilir düzeydedir (Kline, 2016, s.303; Jöreskog & Sörbom, 1993, s.107; Byrne, 1998, s.104).

Araştırmada yer alan değişkenlerin geçerlilik ve güvenilirlikleri sağlandıktan sonra ölçüm modeline ait yapının örtük değişkenler arasında yapısal eşitlik modeli ile test edilmesine geçilmektedir. Yapısal eşitlik modelinde dijital finansal okuryazarlığın artmasının finansal teknolojilerin kullanımını artıracığı temel varsayımına ek olarak, bu iki değişken arasındaki ilişkide finansal okuryazarlık sertifikası olup olmamak, finansal karar alıp almamak, finansal yatırım kararları ve diğer finansal işlemlerde akıllı telefon kullanıp kullanılmamanın düzenleyici rolleri ayrı ayrı irdelenmektedir. Bu bağlamda modelin ana yapısına ilişki standardize sonuçlar Şekil 3'teki gibidir.

### Şekil 3

Genel Standardize YEM Modeli Sonuçları



CMIN=70,082; DF=26; CMIN/DF=2,695; RMSEA=,076; CFI=,974; GFI=,949; RMR=,082

Araştırmanın hipotezlerini sınamak için ortaya konan örtük değişkenler arasındaki YEM modeli elde edilen veriler tarafından onaylanmaktadır. Model uyum iyiliği değerleri kabul edilebilir sınırların üzerinde iyi uyuma işaret etmektedir ( $\chi^2=70.082$  (sd)=26;  $p<0.001$ ;  $\chi^2/sd=2.695$ ; CFI=0.974; GFI=0.949; IFI=0.974; RMSEA=0.076; SRMR=0.0539). Bu kapsamda araştırmanın ana hipotezi olan turistlerin dijital finansal okuryazarlıklarının artması finansal teknolojileri kullanmalarını üzerinde anlamlı ve pozitif yönde etkisi vardır, kabul edilmektedir ( $\beta_0=0.380$ ,  $p<0.001$ ,  $R^2=0.145$ ). Bir başka ifade ile dijital finansal okuryazarlıktaki değişimler finansal teknolojilerdeki değişimlerin %14.5'ini açıklamaktadır. Cohen'in (1980) etki büyüklüğü yaklaşımına göre ( $R^2/1-R^2$ ) dijital finansal okuryazarlığın finansal teknolojilerdeki değişim üzerindeki etki büyüklüğü %17 ve orta düzeyde olduğu saptanmıştır. Bu kapsamda H1 kabul edilmektedir.

Ana hipotezin sonuçlanmasının ardından araştırma da yer alan düzenleyici analiz sonuçlarına ilişkin çıktılar Tablo 3'teki gibidir.

**Tablo 3**

*Düzenleyici Etki Sonuçları*

				$\beta_0$	$\beta_1$	S.H.	C.R.	P	R <sup>2</sup>
SMKEVET	FİNTEKG	<---	DFOYG	0,366	0,295	0,063	4,702	***	0,134
SMKHAYIR	FİNTEKG	<---	DFOYG	0,396	0,174	0,106	1,636	0,102	0,157
18-25	FİNTEKG	<---	DFOYG	0,198	0,376	0,096	2,052	0,040	0,141
26-35	FİNTEKG	<---	DFOYG	0,375	0,412	0,126	2,972	0,003	0,170
36-45	FİNTEKG	<---	DFOYG	0,210	0,247	0,126	1,665	0,096	0,061
46-55	FİNTEKG	<---	DFOYG	0,240	0,365	0,119	2,020	0,043	0,133
56- ve üstü	FİNTEKG	<---	DFOYG	0,331	0,452	0,149	2,222	0,026	0,205

$\beta_0$ = Standardize yol katsayısı.  $\beta_1$ = Standardize olmayan yol katsayısı. S.H.=Standart Hata, \*\*\*:0.001 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 3'e göre sosyal medya kullanımının dijital finansal okuryazarlığın finansal teknolojileri kullanma üzerindeki etkisinde düzenleyici rolü anlamlıdır. Şöyle ki sosyal medya kullanan yabancı turistlerin dijital finansal okuryazarlıklarının finansal teknolojileri kullanmaları üzerinde anlamlı ve olumlu etkisi varken ( $\beta_0 = 0.366$ ,  $p < 0.001$ ,  $R^2 = 0.134$ ), sosyal medya kullanmayan yabancı turistlerin dijital finansal okuryazarlıklarının finansal teknolojileri kullanmaları üzerinde anlamlı bir etkisi olmamıştır ( $\beta_0 = 0.396$ ,  $p = 0.102$ ,  $R^2 = 0.157$ ). Bu kapsamda dijital finansal okuryazarlık ile finansal teknolojiler arasındaki ilişkide sosyal medyanın düzenleyiciliğinin olduğu varsayımına dayanan hipotez kabul edilmiştir. Etki büyüklüğü açısından bakıldığında sosyal medya kullananların bu ilişkide %15.5 iken sosyal medya kullanmayanların etki büyüklüğü %18.6 olarak saptanmıştır. Bu kapsamda H1a kabul edilmektedir.

Dijital finansal okuryazarlık ile finansal teknolojiler arasındaki ilişkide yaşın düzenleyiciliğinin olduğu varsayımına dayanan hipotez de kabul edilmektedir. Şöyle ki 18-25 yaş aralığındaki yabancı turistlerde bu ilişki anlamlı ve olumlu yönde iken ( $\beta_0 = 0.198$ ,  $p = 0.040$ ,  $R^2 = 0.141$ ), 26-35 yaş aralığındakilerde daha da belirgin şekilde artmakta ( $\beta_0 = 0.375$ ,  $p = 0.003$ ,  $R^2 = 0.170$ ), ancak 36-45 yaş aralığındakilerde bu ilişki anlamsız olmakta ( $\beta_0 = 0.210$ ,  $p = 0.096$ ,  $R^2 = 0.061$ ), 46-55 yaş aralığında ise bu ilişki tekrar anlamlı hale gelmekte ( $\beta_0 = 0.240$ ,  $p = 0.043$ ,  $R^2 = 0.133$ ) ve son olarak 56 ve üstü yaş aralığında da bu ilişki anlamlı olmaktadır ( $\beta_0 = 0.331$ ,  $p = 0.026$ ,  $R^2 = 0.205$ ). Etki büyüklüğü açısından bakıldığında ise, 18-25 yaş aralığındakilerin %16.4, 26-35 yaş aralığındakilerin %18.9, 36-45 yaş aralığındakilerin %6.5, 46-55 yaş aralığındakilerin %15.3 ve son olarak 55 ve üstü yaş aralığındakiler %25.8 oranında bir büyüklüğüne sahiptir. Bu bakımdan en yüksek oranda etkiye sahip ve ilişkilerin en yüksek düzeyde olduğu yaş aralığı 55 ve üstü olduğu anlaşılmaktadır. Öte yandan 36-45 yaş aralığındakilerde bu ilişki anlamsızdır. Bu kapsamda H1b kabul edilmektedir.

Araştırmada yer alan sosyo-demografik değişkenler açısından dijital finansal okuryazarlık ve finansal teknolojilerin etkilenip etkilenmediğini görmek için değişkenlerin normal dağılım gösterdiğinden hareketle t-testi ve ANOVA yapılmıştır. Katılımcılara uygulanan anketin hangi dilden olduğuna (Rusça-İngilizce ve Polonca dilleri kullanılmıştır) göre dijital finansal okuryazarlık ve finansal teknolojileri nasıl değiştiğini gösteren ANOVA sonuçları Tablo 4'teki gibidir.

**Tablo 4***Anket Diline Göre Dijital Finansal Okuryazarlık ve Finansal Teknolojiler*

		<b>Kareler Top.</b>	<b>sd</b>	<b>Kareler Ort.</b>	<b>F</b>	<b>p</b>	<b>Anlamlı farkın Kaynağı</b>
FinTek	Gruplar arası	7,935	2	3,968	3,553	0,030	İngilizce ile Rusça arasında
	Gruplar içi	322,750	289	1,117			
	Toplam	330,685	291				
DFOY	Gruplar arası	9,741	2	4,871	4,294	0,015	İngilizce ile Rusça arasında
	Gruplar içi	327,846	289	1,134			
	Toplam	337,587	291				

Tablo 4'te görüldüğü gibi katılımcıların hangi dilleri konuştukları dolayısıyla hangi milletten oldukları ile dijital finansal okuryazarlıkları ( $F(2,289)=3.553$ ,  $p<0.05$ ) ve finansal teknolojileri kullanmaları ( $F(2,289)=4.294$ ,  $p<0.05$ ) anlamlı şekilde farklılaşmaktadır. Başka bir ifade ile Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerden İngilizce konuşanların Rusça konuşanlara göre daha yüksek dijital finansal okuryazarlığa (H3ca) sahip olduğu ve daha yüksek finansal teknolojileri (H3cb) kullandığı anlaşılmaktadır. Bu kapsamda H3ca ve H3cb hipotezi kabul edilmiştir.

Katılımcıların dijital finansal okuryazarlıkları ve finansal teknolojileri kullanmaları cinsiyetlerine göre nasıl değiştiğini görmek için t-testi yapılmıştır. İlgili sonuçlar Tablo 5'teki gibidir.

**Tablo 5***Cinsiyete Göre Dijital finansal Okuryazarlık ve Finansal Teknolojilerin Değerlendirilmesi*

		<b>N</b>	<b>Ort.</b>	<b>S.S.</b>	<b>S.H.</b>	<b>t</b>	<b>p</b>
FinTek	Erkek	140	2,6768	1,08310	0,09154	-2.514	0.012
	Kadın	152	2,9885	1,03111	0,08363		
DFOY	Erkek	140	3,3000	1,13328	0,09578	-1.247	0.213
	Kadın	152	3,4579	1,02049	0,08277		

Tablo 5 ele alındığında, finansal teknolojilerin kullanımının cinsiyete göre farklılaştığı gözlenmektedir ( $t=-2.514$ ,  $p<0.05$ ). Bir başka ifade ile Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistler içerisinde kadınların erkeklere göre daha fazla finansal teknolojileri kullandığı anlaşılmaktadır. Öte yandan cinsiyete göre dijital finansal okuryazarlığın anlamlı şekilde değişmediği ortaya çıkmaktadır ( $t=-1.247$ ,  $p = 0.213$ ). Bu kapsamda cinsiyete göre finansal teknolojilerin kullanımı anlamlı şekilde değişmektedir hipotezi kabul edilirken (H2a), dijital finansal okuryazarlık anlamlı şekilde değişmektedir hipotezi (H2ab) reddedilmiştir.

Katılımcıların yaş durumlarına göre dijital finansal okuryazarlıkları ve finansal teknolojileri kullanmalarının nasıl değiştiğini gözlemek için ANOVA testi yapılmıştır. Bu bağlamda yaş değişkeni ile ilgili hipotezlerin sınırdaki bulgular Tablo 6'daki gibidir.

**Tablo 6***Yaşa göre ANOVA Sonuçları*

		<b>Kareler Top.</b>	<b>sd</b>	<b>Kareler Ort.</b>	<b>F</b>	<b>p</b>	<b>Anlamlı farkın Kaynağı</b>
FinTek	Gruplar arası	7,189	4	1,797	1,594	0,176	
	Gruplar içi	323,496	287	1,127			
	Toplam	330,685	291				
DFOY	Gruplar arası	2,381	4	0,595	0,510	0,729	
	Gruplar içi	335,206	287	1,168			
	Toplam	337,587	291				

Tablo 6 incelendiğinde, katılımcıların yaş aralıklarına göre finansal teknolojileri kullanmaları ( $F(4,287)=1.594$ ,  $p = 0.176$ ) ve dijital finansal okuryazarlıkları ( $F(4,287)=0.510$ ,  $p = 0.729$ ) anlamlı şekilde değişmemektedir. Bu kapsamda Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin dijital finansal

okuryazarlıkları (H2ba) ve finansal teknolojileri kullanmaları (H2bb) yaş aralıklarına göre anlamlı bir fark göstermediğinden ilgili hipotezler reddedilmiştir.

Katılımcıların mesleklerine göre dijital finansal okuryazarlıkları ve finansal teknolojileri kullanma düzeylerinin nasıl değiştiğini gözlemek adına ANOVA testi yapılmıştır. Analiz sonuçlarına ilişkin bulgular Tablo 7'deki gibidir.

**Tablo 7**

*Mesleğe Göre ANOVA Sonuçları*

		<b>Kareler Top.</b>	<b>sd</b>	<b>Kareler Ort.</b>	<b>F</b>	<b>p</b>	<b>Anlamlı farkın Kaynağı</b>
FinTek	Gruplar arası	2,910	5	0,582	0,508	0,770	
	Gruplar içi	327,775	286	1,146			
	Toplam	330,685	291				
DFOY	Gruplar arası	15,906	5	3,181	2,828	0,016	Kamu çalışanı ile özel sektör çalışanı arasında
	Gruplar içi	321,681	286	1,125			
	Toplam	337,587	291				

Tablo 7 ele alındığında, katılımcıların mesleğine göre finansal teknolojileri kullanmaları anlamlı şekilde değişmemektedir ((F(5,286)=0.508, p = 0.770). Öte yandan katılımcıların mesleğine göre dijital finansal okuryazarlıkları anlamlı şekilde farklılaşmaktadır ((F(5,286)=2.828, p<0.05). Başka bir ifade ile Türkiye'ye gelen yabancı turistlerden kamu çalışanı olanların özel sektör çalışanı olanlara göre daha fazla bir dijital okuryazarlık düzeyine sahip olduğu gözlenmektedir. Bu bağlamda mesleğe göre finansal teknolojilerin anlamlı şekilde değiştiği hipotezi (H2ca) reddedilirken, mesleğe göre dijital finansal okuryazarlığın anlamlı şekilde değiştiği hipotezi (H2cb) kabul edilmiştir.

Katılımcıların eğitim düzeylerine göre dijital finansal okuryazarlıkları ve finansal teknolojileri kullanmalarının nasıl değiştiğini gösteren sonuçlar Tablo 8'deki gibidir.

**Tablo 8**

*Eğitim Düzeyine Göre ANOVA Sonuçları*

		<b>Kareler Top.</b>	<b>sd</b>	<b>Kareler Ort.</b>	<b>F</b>	<b>p</b>	<b>Anlamlı farkın Kaynağı</b>
FinTek	Gruplar arası	3,580	3	1,193	1,051	0,370	
	Gruplar içi	327,105	288	1,136			
	Toplam	330,685	291				
DFOY	Gruplar arası	4,481	3	1,494	1,291	0,278	
	Gruplar içi	333,106	288	1,157			
	Toplam	337,587	291				

Tablo 8 ele alındığında eğitim düzeyine göre katılımcıların finansal teknolojileri kullanmaları ((F(3,288)=1.051, p = 0.370) ve dijital finansal okuryazarlıkları ((F(3,288)=1.291, p = 0.278) anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Bu kapsamda ilgili hipotezler (H2da), (H2db) reddedilmiştir.

Katılımcıların gelir düzeylerine göre dijital finansal okuryazarlıkları ve finansal teknolojileri kullanma durumları nasıl değiştiğini gözlemek için ANOVA testi yapılmıştır. Analize ilişkin bulgular Tablo 9'da gösterilmektedir.

**Tablo 9***Gelire Göre ANOVA Sonuçları*

		<b>Kareler Top.</b>	<b>sd</b>	<b>Kareler Ort.</b>	<b>F</b>	<b>p</b>	<b>Anlamlı farkın Kaynağı</b>
FinTek	Gruplar arası	26,031	4	6,508	6,131	0,000	8001\$ ve üstü ile 2000\$ ve altı, 2001-4000\$, 6001-8000\$ arası, 4001-6000\$ ile 2001-4000\$ arası
	Gruplar içi	304,654	287	1,062			
	Toplam	330,685	291				
DFOY	Gruplar arası	14,712	4	3,678	3,269	0,012	4001-6000\$ ile 2001-4000\$ aralığında
	Gruplar içi	322,876	287	1,125			
	Toplam	337,587	291				

Tablo 9 incelendiğinde, katılımcıların gelir düzeylerine göre finansal teknolojileri kullanımları anlamlı şekilde farklılaşmaktadır ( $F(4,287)=6.131$ ,  $p<0.05$ ). Bir başka ifade ile 8001\$ ve üstü gelir düzeyindekiler ile 2000\$ ve altı, 2001-4000\$, 6001-8000\$ arasındakiler göre daha fazla finansal teknoloji kullanımına sahiptirler. Ayrıca 4001-6000\$ arasındaki gelir düzeyindekiler, 2001-4000\$ arasındakiler göre daha fazla finansal teknoloji kullanımına sahiptir. Bu kapsamda gelire göre finansal teknolojilerin kullanımının değiştiği hipotezi (H2ea) kabul edilmektedir.

Dijital finansal okuryazarlığın gelir düzeyine göre anlamlı şekilde farklılaştığı gözlenmektedir ( $F(4,287)=3.269$ ,  $p<0.05$ ). Anlamlı farkın kaynağına bakıldığında 4001-6000\$ arasındaki gelire sahip olanlar 2001-4000\$ arasındakiler göre daha fazla dijital finansal okuryazarlığa sahiptir. Bu kapsamda ilgili hipotez (H2eb) kabul edilmiştir.

Katılımcıların sosyal medya kullanıp kullanmadıklarına göre finansal teknolojileri ve dijital finansal okuryazarlığa sahip olmalarının nasıl değiştiğini gösteren t-testi sonuçları Tablo 10'daki gibidir.

**Tablo 10***SMK'na Göre T-Testleri*

		<b>N</b>	<b>Ort.</b>	<b>S.S.</b>	<b>S.H.</b>	<b>t</b>	<b>p</b>
FinTek	Evet	253	2,8814	1,06452	0,06693	1.757	0.085
	Hayır	39	2,5641	1,04774	0,16777		
DFOY	Evet	253	3,4403	1,05068	0,06606	2.173	0.035
	Hayır	39	3,0051	1,18098	0,18911		

Tablo 10 incelendiğinde, sosyal medya kullanıp kullanmadıklarına göre finansal teknolojiler anlamlı şekilde değişmemektedir ( $t= 1.757$ ,  $p = 0.085$ ). Bu bağlamda ilgili hipotez (H3aa) reddedilmiştir. Öte yandan sosyal medya kullanıp kullanmanın dijital finansal okuryazarlık puanlarını anlamlı şekilde etkilemektedir ( $t= 2.173$ ,  $p<0.05$ ). Bir başka ifade ile Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerden sosyal medya kullananlar kullanmayanlara göre daha yüksek dijital finansal okuryazarlığa sahiptir. Bu kapsamda ilgili hipotez (H3ab) kabul edilmiştir.

Katılımcıların finansal okuryazarlık sertifikasına sahip olup olmamalarına göre dijital finansal okuryazarlıkları ve finansal teknolojileri kullanmalarının nasıl değiştiğini gözlemlemek için t-testi yapılmıştır. Analize ilişkin sonuçlar Tablo 11'deki gibidir.

**Tablo 11***Finansal Okuryazarlık Sertifikasına Göre T-Testleri*

		<b>N</b>	<b>Ort.</b>	<b>S.S.</b>	<b>S.H.</b>	<b>t</b>	<b>p</b>
FinTek	Evet	58	3,2586	0,98003	0,12868	3.580	0.001
	Hayır	234	2,7350	1,06283	0,06948		
DFOY	Evet	58	3,8138	0,79900	0,10491	3.473	0.001
	Hayır	234	3,2752	1,11123	0,07264		

Tablo 11 incelendiğinde, finansal okuryazarlık sertifikasına göre katılımcıların finansal teknolojileri kullanma durumları anlamlı şekilde değişmektedir ( $t= 3.580, p<0.05$ ). Şöyle ki, finansal okuryazarlık sertifikası olan yabancı turistlerin sertifikası olmayanlara göre daha fazla finansal teknolojileri kullandıkları gözlenmektedir. Bu kapsamda ilgili hipotez (H3da) kabul edilmektedir.

Finansal okuryazarlık sertifikasına göre, dijital finansal okuryazarlık puanı istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaşmaktadır ( $t= 3.473, p<0.05$ ). Bir başka ifade ile finansal okuryazarlık sertifikası olan yabancı turistlerin, sertifikası olmayanlara göre daha fazla dijital finansal okuryazarlık puanına sahip oldukları anlaşılmaktadır. Bu kapsamda ilgili hipotez (H3db) kabul edilmektedir.

Katılımcılar yatırım kararları ve diğer işlemlerinde akıllı telefon kullanıp kullanmadıklarına göre finansal teknolojileri kullanma düzeyleri ve dijital finansal okuryazarlık durumları nasıl değiştiğini gösteren sonuçlar Tablo 12'deki gibidir.

**Tablo 12**

*Akıllı Telefon Kullanımına Göre T-Testi Sonuçları*

		N	Ort.	S.S.	S.H.	t	p
FinTek	Evet	223	2,9126	1,07316	0,07186	2.196	0.030
	Hayır	69	2,6014	1,01398	0,12207		
DFOY	Evet	223	3,5256	1,02316	0,06852	4.003	0.000
	Hayır	69	2,9188	1,12319	0,13522		

Tablo 12 ele alındığında, yatırım kararlarında ve diğer finansal işlemlerinde akıllı telefon kullanıp kullanmalarına göre finansal teknolojileri kullanmaları anlamlı şekilde farklılık göstermektedir ( $t= 2.196, p<0.05$ ). Başka bir ifade ile yatırım kararlarında ve diğer finansal işlemlerinde akıllı telefon kullananların kullanmayanlara göre daha fazla finansal teknolojileri kullandıkları görülmektedir. Bu kapsamda ilgili hipotez (H3ba) kabul edilmektedir.

Katılımcıların yatırım kararlarında ve diğer işlemlerinde akıllı telefon kullanıp kullanmadıklarına göre dijital finansal okuryazarlıkları anlamlı şekilde farklılaşmaktadır ( $t= 4.003, p<0.05$ ). Bir başka ifade ile Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin yatırım işlemlerinde ve finansal işlemlerinde akıllı telefon kullananlar kullanmayanlara göre daha fazla dijital finansal okuryazarlık puanına sahiptir. Bu kapsamda ilgili hipotez (H3bb) kabul edilmektedir.

Son olarak katılımcıların medeni durumuna göre dijital finansal okuryazarlıkları ve finansal teknolojileri kullanma durumlarının nasıl değiştiğini gözlemek adına yapılan t-testi sonuçları Tablo 13'teki gibidir.

**Tablo 13**

*Medeni Duruma Göre T-Testi Sonuçları*

		N	Ort.	S.S.	S.H.	t	p
FinTek	Bekar	129	2,6860	1,00355	0,08836	-2.220	0.027
	Evli	163	2,9601	1,10097	0,08623		
DFOY	Bekar	129	3,1783	1,13502	0,09993	-2.873	0.004
	Evli	163	3,5436	1,00333	0,07859		

Tablo 13 ele alındığında katılımcıların medeni durumuna göre finansal teknolojileri kullanmaları anlamlı şekilde farklılaşmaktadır ( $t= -2.220, p<0.05$ ). Bir başka ifade ile Türkiye'ye gelen yabancı turistlerden evli olanların bekar olanlara göre daha fazla finansal teknolojileri kullandığı gözlenmektedir. Bu kapsamda ilgili hipotez kabul (H2fa) edilmektedir.

Benzer şekilde katılımcıların medeni durumuna göre dijital finansal okuryazarlıkları anlamlı şekilde değişmektedir ( $t= -2.873, p<0.05$ ). Bir başka ifade ile Türkiye'ye gelen yabancı turistlerden evli



olanların bekar olanlara göre daha fazla dijital finansal okuryazarlık puanına sahip olduğu gözlenmektedir. Bu kapsamda ilgili hipotez (H2fb) kabul edilmektedir.

#### 4. Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Bu çalışmada, Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin dijital finansal okuryazarlıkları ve finansal teknolojileri kullanma düzeyleri farkı değişkenler açısından irdelenmektedir. Temel doğrulayıcı faktör analizi ile ölçeklerin geçerliliği ve güvenilirliği sağlandıktan sonra YEM modeli ile dijital finansal okuryazarlığın artmasının finansal teknolojileri kullanmayı artıracakı tespit edilmiştir. Bu sonuç literatürdeki birçok çalışma ile tutarlıdır (Yeo & Fisher, 2017; Kumar vd., 2023; Moenjok vd., 2020). YEM kullanılarak yapılan hipotez testinden dijital finansal okuryazarlık ile finansal teknolojileri kullanma ve kavram düzeyleri arasında aynı yönde ve anlamlı bir etki gözlenmektedir. Bu sonuç Moenjok vd. (2020)'nin çalışması ile tutarlıdır.

Dijital finansal okuryazarlığın finansal teknolojiler ile olan ilişkisinde sosyal medya kullanımı ve yaş aralığının düzenleyici rolü saptanmıştır. Şöyle ki sosyal medya kullanmayanlarda dijital finansal okuryazarlığın finansal teknolojilere etkisi anlamlı değilken, sosyal medya kullanıcılarında bu etki anlamlı ve olumludur. Bu sonuç literatürdeki Ahmetoğulları ve Boz (2023)'ün sosyal medyanın düzenleyiciliği gözlemlendiği çalışmalarıyla tutarlıdır. Öte yandan Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin dijital finansal okuryazarlıklarının finansal teknolojilere etkisi 36-45 yaş aralığında anlamlı değilken, diğer yaş aralıklarında bu etki anlamlı ve olumlu yöndedir. Bu sonuç ilgili yazarların Rahayu vd. (2022)'nin sosyo-demografik faktörlerin dijital finansal okuryazarlıkta önemli bir rolü olduğunu vurgulayan çalışmaları ile tutarlıdır.

Yabancı turistlerin gelir düzeylerine göre dijital finansal okuryazarlıkları ve finansal teknoloji deneyimleri anlamlı şekilde değişmektedir. 4001-6000 \$ arası gelire sahip olanların 2001-4000 \$ arasında gelire sahip olanlara göre daha yüksek dijital finansal okuryazarlığa sahiptir. Bu sonuçlar Rahayu vd. (2022)'nin sonuçları ile tutarlıdır. Dahası Setiawan vd. (2020)'nin finansal okuryazarlık ile gelirin arasında anlamlı bir ilişki bulunduğu çalışma ile tutarlıdır. Benzer şekilde Morgan vd. (2019)'un gelirle finansal okuryazarlık arasındaki ilişkiyi saptayan çalışmalarıyla da tutarlıdır.

Öte yandan dijital finansal okuryazarlık ve finansal teknolojilerin eğitim durumu ve yaşa göre anlamlı bir değişim göstermediği gözlenmektedir. Bu sonuçlar eğitim düzeyinin bir kişinin finansal okuryazarlık düzeyini etkilemediğini gösteren Mandel ve Klein (2009)'un çalışmaları ve Rahayu vd. (2022)'nin çalışmaları ile tutarlıdır. Benzer şekilde Ahmetoğulları ve Öcel (2021)'in Türkiye özelinde eğitim durumuna göre finansal okuryazarlığın farklılaşmadığı sonucu ile de tutarlıdır. Bunun durumun nedeni ilk okuldan liseye, liseden üniversiteye kadar eğitim müfredatında dijital finansal okuryazarlığı tartışan özel bir müfredatın bulunmamasından kaynaklanabilir. Dolayısıyla yabancı turistler finansal ürünler hakkında bilgileri genellikle çeşitli elektronik ortamlarda bulunana bilgiler aracılığıyla kendi imkanları ile öğrendikleri söylenebilir. Katılımcıların yaş aralıklarında ağırlıklı olarak genç kuşak olması (%50'ye yakın kısmı 18-35 yaş aralığında) psikolojik olarak genç neslin büyük bir merak, taklit etme ve trendleri takip etme eğiliminde olmasından kaynaklanmaktadır. Bu nedenle dijital finansal ürünler ve finansal teknolojiler dahil teknolojik değişimleri takip etmeleri çok kolaydır. Dolayısıyla eğitim durumu ve yaşın dijital finansal okuryazarlık ve finansal teknolojileri belirleyen faktörler olmaması literatürle uyumlu ve şaşırtıcı değildir. Öte yandan elde edilen sonuçlar dijital finansal okuryazarlıkla ve finansal teknoloji deneyimi ile bağlantılı olan dijital bankacılık kullanımının eğitim düzeyine göre anlamlı şekilde değiştiğini saptayan Ahmetoğulları (2022)'nin çalışması ile çelişmektedir.

Çalışmada katılımcılardan evli olanların bekarlara göre daha yüksek dijital finansal okuryazarlığa sahip olduğu ve daha yüksek finansal teknoloji deneyimi yaşadığı gözlenmektedir. Bu

sonuçlar medeni durumla finansal okuryazarlık arasındaki ilişkiyi inceleyen önceki çalışmalarla tutarlıdır (Ahmetoğulları & Öcel, 2021). Dahası katılımcıların mesleklerinin dijital finansal okuryazarlıkları ilişkili gözlenmektedir. Kamu çalışanları özel sektör çalışanlarına göre daha yüksek dijital finansal okuryazarlığa sahiptir. Bu sonuçlar Ahmetoğulları ve Öcel (2021)'in finansal okuryazarlığın mesleğe göre değiştiğini vurgulayan çalışmaları ile tutarlıdır. Ayrıca çalışmada cinsiyete göre dijital finansal okuryazarlık anlamlı şekilde farklılaşmamaktadır. Bu sonuç Ahmetoğulları ve Parmaksız (2017)'nin finansal okuryazarlığın cinsiyete göre anlamlı şekilde değişmediğini gösteren çalışması ile tutarlıdır. Daha iyi finansal okuryazarlığa sahip kişiler, finansal sistemi yoğun bir şekilde kullanmaya ve erişmeye yöneleceklerdir. Öte yandan Hasan vd. (2022)'nin kadın girişimcilere yönelik dijital finansal okuryazarlığın, özellikle banka işlemlerinin desteklenmesinde finansal hizmetlerin kullanımını artırabileceğinin altını çizdiği çalışma ile çelişmektedir. Dahası cinsiyete göre finansal teknoloji deneyimlerinin anlamlı şekilde değiştiği ve kadınlar erkeklerden daha fazla finansal teknoloji deneyimine sahip oldukları gözlenmektedir. Bu sonuç Türkiye özelinde erkeklerin kadınlardan daha yüksek düzeyde finansal okuryazarlık puanına sahip olduğunu gösteren Ahmetoğulları ve Öcel (2021)'in çalışması ile çelişmektedir. Bunun temel nedeni çalışmanın yapısal modelindeki dijital finansal okuryazarlığın artması finansal teknoloji deneyimini artırır sonucuna istinaden cinsiyete göre finansal teknoloji deneyiminin de değişebildiği ve kadınların daha yüksek finansal teknolojiler deneyimlediği sonuçları ile örtüşmesidir. Çalışmanın sonuçları kendi içerisinde tutarlı olsa da gerek örneklem farklılığı gerek ülke, kültür, eğitim ve birçok parametrenin farklılaşmasından ötürü Ahmetoğulları ve Öcel (2021)'in sonuçları ile farklılık gösterebilir.

Finansal okuryazarlık sertifikasına sahip olan bireylerin sertifikası olmayanlara göre daha yüksek dijital finansal okuryazarlıkları ve finansal teknoloji deneyimleri gözlenmektedir. Bu çalışmanın en özgün kritik sonuçlarından biridir. Ayrıca yatırım kararlarında ve diğer finansal işlemlerinde akıllı telefon kullanarak işlem yapanların akıllı telefon kullanmayanlara göre daha yüksek dijital finansal okuryazarlıkları ve daha yüksek finansal teknolojileri deneyimledikleri gözlenmektedir. Bu sonuçlar McKillop vd. (2020)'nin akıllı telefon kullanmanın ve bunu finansal kararlarda optimum kullanmanın finansal teknolojiler açısından önemini vurgulayan çalışması ile tutarlıdır. Bu kritik sonuçlar dijitalleşme ile entegre araçların kullanımının ne denli önemli olduğunu ve finansal okuryazarlık sertifikasının zorunluluk olduğunu gösteren en önemli göstergelerden biridir. Bu bulgular çalışmanın özgün sonuçlarından biridir. Bu sonuçlar kırsal kesimlerin ve çiftçilerin finansal teknolojilere erişimi ve bunları kullanmaları noktasında problemlerin olduğu, dijital finansal okuryazarlıkları orta düzeyde olsa bile finansal teknolojilere erişimin sınırlılığı ve bu teknolojilerin doğurduğu risklere karşı daha düşük korunaklı olmaları nedeniyle yaşlı ve kırsal kesimlerde yaşayanların bu gibi dezavantajlarını bertaraf etmek için özel girişimler gerektiğini savunan Liew vd. (2020)'nin çalışmaları ile tutarlıdır. Zira finansal okuryazarlık sertifikası olanların daha yüksek dijital finansal okuryazarlık ve daha yüksek finansal teknoloji deneyimine sahip olmaları bu eğitimlerin kırsal kesimler başta olmak üzere bütün alanlara yayılması ve değişime karşı adil bir şekilde fırsat eşitliği sağlanması suretiyle bireylerin ve ülkelerin refahı artırılabilir. Buna katkı olarak dijital platformların kullanım alanlarını en rahat şekilde açan ve herkesin rahatlıkla erişebileceği akıllı telefonun bilinçli kullanılmasının öğretilmesi ve finansal teknolojilere kırsaldan erişim zorluklarının bu sayede çözülmesi ve internet ağının bu alanlara da yayılması ile tabana yayılım kolaylaşabilir. Finansal teknoloji (FinTech), kişisel finansal refah (Frame vd., 2019) üzerinde önemli etkiler meydana getirmektedir. Bir yandan, dijital ödeme sistemindeki hızlı gelişme, düşük gelirli haneleri akıllı telefon ve diğer dijital araçlar aracılığıyla uygun fiyatlı ve güvenilir finansal araçlara bağlamak için fırsatlar ortaya çıkarmaktadır. Bu durumda akıllı telefonun ve internet erişiminin yaygınlaşması ile dijital finansal okuryazarlık eğitimlerinin artırılması önem arz etmektedir.

Bu çalışma Türkiye'yi ziyaret eden İngiliz, Rus ve Polonyalı turistlerin bireysel finansal teknoloji deneyimlerinin hala düşük olduğunu göstermektedir (Finansal teknoloji ortalama puan: 2.839).

Buna karşın dijital finansal okuryazarlıklarının görece daha yüksek olduğunu ancak hala alınması gereken çok yol olduğunu göstermektedir (Dijital finansal okuryazarlık ortalama: 3.3822). Bu sonuç Rahayu vd. (2022)'nin Endonezya'daki Y kuşağı üzerinde yapılan çalışmanın sonuçları ile tutarlıdır. Çalışmada ayrıca İngiliz turistlerin Rus turistlere göre daha yüksek dijital finansal okuryazarlığa ve finansal teknoloji deneyimine sahip oldukları gözlenmektedir. Bu durum farklı bölgelerden gelen turistlerin sahip oldukları eğitim sistemi, maruz kaldıkları çevresel etkenler ve teknolojiye dönük eğitimlerin farklılıklarından kaynaklanabilir. Bu sonuç İngiliz ve Rus eğitim sisteminin farklılıklarının ve finansal okuryazarlıklarının karşılaştırılması açısından gelecek çalışmalar için ışık tutabilir. Bu çalışmanın sadece belirli kesimi kapsamaması görece örneklem sayısının azlığı genellenebilirlik açısından bir dikkate alınması gereken bir noktadır. Öte yandan çalışmanın teorik olarak dijital finansal okuryazarlıkla bağlantılı diğer değişkenlerle birlikte daha geniş bir örnekleme test edilmesi faydalı olabilir.

Yabancı turistler üzerine yapılmış bir çalışma olması nedeniyle uluslararası genellenebilirliği olan bazı çıkarımlar sunulabilir. Ayrıca Türkiye'deki genel dijital finansal okuryazarlık ve finansal teknoloji deneyimi de araştırılarak alana katkı sağlanabilir. Çalışma FinTech sağlayıcıları ve akademik taraflar gibi çeşitli tarafları ilgilendirmektedir. Ülkeler açısından, dijital finansal okuryazarlığın bu düşük seviyesi dikkat gerektirmektedir çünkü bilindiği üzere, finansal okuryazarlık seviyesi bir ülkenin ekonomisini iyileştirmede önemli göstergelerden biridir. Bu nedenle hükümetin, dijital finansal okuryazarlık konusunda seminerler veya çalıştaylar yoluyla sosyalleşme gibi çeşitli çabalar göstermesi gerekmektedir. Dolayısıyla, bu faaliyetlerle özelde Türkiye'de ve genelde ise gelişmiş ve gelişmekte olan diğer ülkelerde çalışma hayatındakilerin dijital finansal okuryazarlık seviyesinin artabileceği umulmaktadır. Ardından, FinTech şirketleri, özellikle varlık yönetimi, yatırım ve finansman ürünleri olmak üzere daha da cazip finansal ürünler üretmeli veya sunabilmeli ve birçok kesimi bu ürünleri kullanmaya çekebilmelidir. Akademisyenler açısından, ön lisans, lisans ve lisans üstü düzeyde bu konudaki anlayış düzeyinin artırılabilmesi için finansal okuryazarlık, özellikle de dijital finansal okuryazarlık konusunun müfredatı dahil edilmesi düşünülmelidir. Politikacılar, ülkeleri yönetirken dijitalleşen dünyaya entegre olacak şekilde eğitim müfredatlarını güncellemelidir. Aileden başlayarak, ilk orta ve liseden üniversiteye kadar finansal okuryazarlıkla beraber, finansal okuryazarlığın özel ya da kamu sertifikalarının verilmesi, eğitim müfredatının vazgeçilmez bir parçası haline gelmesinin Türkiye özelinde ve dünyada yaygınlaştırılması gerekmektedir. Bu durum yapay zekânın, kripto varlıklarının yaygınlaştığı bu dönemde dijital finansal okuryazarlığın artmasına ve finansal teknolojiler konusunda daha derinlemesine teorik bilgilerin ve pratik deneyimlerin yayılmasına öncülük edecektir. Bu bağlamda, elde edilen sonuçlar hala bu alanda yeteri eğitimin tüm yaş gruplarında sağlanamadığını göstermektedir. Bu durumda değişime ayak uyduramayan ülkeler, bireysel finansal özgürlükleri sınırlanmış, tasarruf ve yatırım kararları noktasında finans ve sigorta alanındaki dijital dönüşüme uyum sağlayamayan toplumlar ve ülkeleri kaçınılmaz kılacaktır. Bu da uzun vadede ülkelerin finansal yapılarına olumsuz yansıtacaktır.

Gelişmekte olan piyasalarda ve gelişmekte olan ülkelerdeki birçok mali denetim otoritesinin finansal katılım hedefi vardır. Bu, yoksulluğu azaltmanın, ekonomik büyümeyi artırmanın ve bir dizi diğer sürdürülebilir kalkınma hedefine katkıda bulunmanın bir yolu olarak finansal katılımın önemini yansıtmaktadır. Finansal eğitim ve finansal okuryazarlık, özellikle tüketicilerin finansal ürün ve hizmetlerin faydalarını anlamalarına ve bu ürün ve hizmetler hakkında bilinçli kararlar almalarına yardımcı olarak ve dolayısıyla genel finansal durumlarını iyileştirerek, daha yüksek düzeyde finansal katılımın sağlanmasına önemli ölçüde katkıda bulunabilir. Bu nedenle finansal katılım girişimleri sağlam finansal eğitim ve okuryazarlık programlarını içermelidir. Denetleyici otoriteler tüketicilerin finansal okuryazarlığının güçlendirilmesinde önemli bir rol oynayabilir ve tüm paydaşlara finansal eğitim sağlamak ve teşvik etmek için gerekli yasal temele, kaynak kapasitesine ve esnekliğe sahip

olmalıdır. Bu genel tablo içinde, dijital finansal katılım ve dolayısıyla dijital finansal eğitim ve okuryazarlık programları, daha genel olarak finansal katılıma özellikle önemli bir katkıda bulunabilir ve finans sektörü genelinde rekabet ve yenilik üzerindeki etkisi yoluyla daha geniş faydalar sağlayabilir. Bu nedenle denetleyici otoritelerin, FinTech ve geleneksel olmayan finansal ürün ve hizmetleri anlamak ve benimsemek için zihniyete, uzmanlığa ve deneyime ve kapsayıcı bir finansal hizmete etkili bir şekilde katkıda bulunmak için hızla değişen finansal hizmetler ortamının zorluklarına uyum sağlama becerisine ihtiyaçları vardır. Böylece elde edilecek çıktılar tüm tüketicileri kapsayan bir çevredir. Ancak aynı şekilde denetleyici otoritelerin mobil para ve dijital para birimleri gibi yeni dijital ürünlerle ilişkili riskler konusunda bilgili olması ve sağlayıcıların bu riskleri ele almak ve sorumlu finansal hizmetler sunmak için önlemler (etkili uyum programları dâhil) uygulamasını talep etmesi gerekiyor. Bu önlemler, tüketicileri korumaya yönelik duyarlılaştırma ve bilinçlendirme programlarını içermelidir. Denetleyici otoriteler (ve diğer politika yapıcılar), vatandaşların ihtiyaçları olan temel finansal okuryazarlık kavramlarını (bütçeleme, planlama ve tasarruf) yeniden vurgulamaya odaklanmalı ve kendi ihtiyaçlarına uygun finansal eğitim programları sağlamak için etkili iletişim kanallarını, dijital araçları ve yenilikçi teknikleri (davranışsal içgörüler gibi) kullanmalıdır. Ayrıca finansal eğitim camiasından benzer zorluklarla karşılaşmış ve yenilikçi çözümleri zaten test etmiş ve/veya uygulamış olabilecek meslektaşlarla da iş birliği yapmalıdırlar. Dijital finansal hizmetler ekosisteminin sektörler arası doğası göz önüne alındığında, kurumlar içi ve kurumlar arası denetim koordinasyonu ve uygulayıcı otoriteler ve özel sektör ile denetleyici diyalog, tüm sektörlerde finansal hizmetleri kapsayan finansal okuryazarlık programlarının başarılı bir şekilde geliştirilmesi ve uygulanması için hayati öneme sahiptir. Benzer şekilde, uluslararası standartların hızlı ve tutarlı bir şekilde küresel olarak uygulanmasıyla birlikte sınır ötesi koordinasyon, dijital finansal hizmetlerin sınır ötesi doğası nedeniyle kritik öneme sahiptir. Finansal okuryazarlık izleme ve değerlendirme stratejileri aynı zamanda denetleyici otoritelere (ve diğer politika yapıcılara ve sağlayıcılara) finansal tabana yayılma boşluklarını tespit etme ve bunları ele alma konusunda yardımcı olma konusunda kritik bir rol oynamaktadır. Finansal tabana yayılma ve finansal okuryazarlık düzeyleri hakkında bilgi edinmek amacıyla hükümetlerin ulusal araştırmaları ve finansal kuruluşlar ve uluslararası kuruluşlar gibi özel sektör paydaşlarının yaptığı araştırmalar burada önemli bir katkı sağlayabilir. Uluslararası en iyi uygulamalarla kıyaslama yapmak, finansal okuryazarlığın desteklenmesi için yararlı bir araçtır; uluslararası örneklerin bilgilendirici olabileceğinin ancak her ülkenin, kurumun, ürünün veya hizmetin kendine özgü bağlamına her zaman uygun olmayabileceğinin bilincinde olarak değerlendirilmesinde fayda bulunmaktadır. Son olarak, denetleyici otoritelerin, burada yapılması gereken bazı zor seçimler olabileceğinin bilincinde olarak, finansal katılım girişimlerini ve tüketiciyi koruma önlemlerini dengelemeleri gerekmektedir. Aşırı derecede kısıtlayıcı tüketici koruma tedbirleri (örneğin piyasaya yeni girecek kişileri yetkilendirme konusundaki isteksizlik veya kâğıt bazlı hesap açma ve açıklama gereklilikleri), dijital finansal ürün ve hizmetlerin geliştirilmesini ve piyasaya sürülmesini engelleyebilir. Aynı şekilde, yetersiz finansal okuryazarlık ve dijital finansal ürün ve hizmetlerdeki risklerin anlaşılması, tüketicileri dolandırıcılık ve diğer risklere maruz bırakabilir (Toronto Centre, 2022, s.15).

## 5. Kaynakça

- Ahmetoğulları, K. (2022). Pandemi dönemi çevrimiçi satın alma davranışında finansal yetenekler ve teknolojik uygulamalar için öneriler: Türkiye’den kanıtlar. *Business & Management Studies: An International Journal*, 10(2), 683–702. <https://doi.org/10.15295/bmij.v10i2.2032>
- Ahmetoğulları, K., & Arabacı, N. (2022). Pandemi sonrası finansal yeteneklerin teknoloji kabul modeli ekseninde irdelenmesi: Katılım finans sektöründe dijital bankacılık üzerine bir uygulama. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 14(3), 2270-2289.

- Ahmetoğulları, K., & Öcel, Y. (2021). Finansal okuryazarlık ile yaşam tarzı arasındaki ilişkinin irdelenmesi. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 56(4), 2477-2497.
- Ahmetoğulları, K., & Parmaksız, H. (2017). Finansal iyilik halinin finansal okuryazarlık ve kredi kartı tutumuyla ilişkisi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(48), 317-330.
- Artavanis, N., & Kara, S. (2020). Financial literacy and student debt. *European Journal of Finance*, 26(4-5), 382-401.
- Aun, J. (2017). *Robot-proof: Higher education in the age of artificial intelligence*. MIT.
- Aydın, Z., & Sümer, E. (2023). Dijital finansal okuryazarlığın demografik faktörlere göre değişimi. *Finans ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 18(1), 22-38.
- Boz, N. & Ahmetoğulları, K. (2023). Turistlerin finansal memnuniyeti ile finansal tavsiye almalarının finansal yetenekler aracılığıyla tavsiye etme niyetlerine etkisinde sosyal medyanın düzenleyiciliği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 11(4), 2733-2759.
- Byrne, B. M. (1998). *Structural equation modelling with LISREL, PRELIS, and SIMPLIS: Basic concepts, applications, and programming*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Chang, S. J., van Witteloostuijn, A., & Eden, L. (2010). From the editors: Common method variance in international business research. *Journal of International Business Studies*, 41(2), 178-184.
- Daragmeh, A., Lentner, C., & Sági, J. (2021). FinTech payments in the era of COVID-19: Factors influencing behavioral intentions of "Generation X" in Hungary to use mobile payment. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 32, 100574. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2021.100574>
- Ertaş, M., & Kavas, M. (2023). Finansal teknoloji ve okuryazarlık. *Teknoloji ve Ekonomi Dergisi*, 14(4), 55-72.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Frame, W. S., Wall, L., & White, L. J. (2019). Technological change and financial innovation in banking: Some implications for FinTech. In A. Berger, P. Molyneux, & J. O. S. Wilson (Eds.), *Oxford handbook of banking* (3rd ed., pp. 262-284). Oxford University
- Frost, J., Gambacorta, L., Huang, Y., Shin, H. S., & Zbinden, P. (2019). BigTech and the changing structure of financial intermediation. *Bank of International Settlements Working Paper Number 779*.
- George, D., & Mallery, P. (2019). *IBM SPSS statistics 26 step by step: A simple guide and reference*. Routledge.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. R. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective*. Pearson Education.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. R. (2013). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson Education.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Harman, H. H. (1960). *Modern factor analysis*. The University of Chicago.

- Hasan, R., Ashfaq, M., Parveen, T., & Gunardi, A. (2022). Financial inclusion–does digital financial literacy matter for women entrepreneurs? *International Journal of Social Economics*, 50(8), 1085–1104. <https://doi.org/10.1108/IJSE-04-2022-0277>
- Hastings, J., & Mitchell, O. S. (2018). How financial literacy and impatience shape retirement wealth and investment behaviors. *Wharton Pension Research Council Working Papers Number 13*.
- Hastings, J., & Tejada-Ashton, L. (2008). Financial literacy, information, and demand elasticity: Survey and experimental evidence from Mexico. *National Bureau of Economic Research Working Paper Number 14538*.
- Hundtofte, S., & Gladstone, J. (2017). Who uses a smartphone for financial services? Evidence of a selection for impulsiveness from the introduction of a mobile FinTech app. *Working Paper*.
- Indrawati, S. (2021). Digital financial literacy and fintech adoption. *Journal of Financial Technology*, 25(4), 90-105.
- Jöreskog, K., & Sörbom, D. (1993). *LISREL 8: Structural equation modeling with the SIMPLIS command language*. Scientific Software International.
- Karagöz, Y., & Kösterelioğlu, İ. (2008). İletişim becerileri değerlendirme ölçeğinin faktör analizi metodu ile geliştirilmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21, 81-97.
- Karasar, N. (2020). Bilimsel araştırma yöntemi: Kavram ilkeler teknikler. 3A Eğitim Araştırma Danışmanlık.
- Kaya, A., & Kılıç, H. (2021). Dijital okuryazarlık ve finansal davranışlar. *Finansal Yönetim Dergisi*, 13(3), 44-60.
- Kline, R. B. (2016). *Principles and practice of structural equation modeling* (4th ed.). Guilford.
- Kumar, V., Singh, A., & Patel, S. (2023). Digital financial literacy in urban India. *Journal of Economic Studies*, 37(2), 88-104.
- Liew, T., Lim, P., & Liu, Y. (2020). Digital financial literacy: A case study of farmers from rural areas in Sarawak. *International Journal Of Education And Pedagogy*, 2(4), 245-251. Retrieved from <https://myjms.mohe.gov.my/index.php/ijeap/article/view/11612>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44.
- Lusardi, A., Michaud, P. C., & Mitchell, O. S. (2017). Optimal financial knowledge and wealth inequality. *Journal of Political Economy*, 127(2), 431–477.
- Lusardi, A., Samek, A., Kapteyn, A., & Glinert, L. (2015). Visual tools and narratives: New ways to improve financial literacy. *Journal of Pension Economics and Finance*, 16(3), 1–27.
- Maendru, C., Smith, J., & Lee, T. (2020). Financial literacy and technology adoption. *Journal of Financial Studies*, 28(3), 102-118.
- Mahendru, M., Sharma, G. D., & Hawkins, M. (2022). Toward a new conceptualization of financial well-being. *Journal of Public Affairs*, 22(2), e2505.
- Malhotra, N. K., Kim, S. S., & Patil, A. (2006). Common method variance in IS research: A comparison of alternative approaches and a reanalysis of past research. *Management Science*, 52(12), 1865-1883.

- McKillop, D., French, D., & Stewart, E. (2020). The effectiveness of smartphone apps in improving financial capability. *European Journal of Finance*, 26(4–5), 302–318.
- Migliavacca, M. (2020). Keep your customer knowledgeable: Financial advisors as educators. *European Journal of Finance*, 26(4–5), 402–419.
- Moenjak, T., Kongprajya, A., & Monchaitrakul, C. (2020). Fintech, financial literacy, and consumer saving and borrowing: The case of Thailand. *ADB Working Paper Series* (Issue 1100). Retrieved from <https://www.adb.org/publications/fintech-financial-literacy-consumer-saving-borrowing-thailand>
- Neuman, W. L., (2014). *Toplumsal araştırma yöntemleri nitel ve nicel yaklaşımlar I. Cilt* (Çev. Ed. S. Özge, 7. baskı). Yayınodası.
- Panos, G. A., & Karkkainen, T. (2019). *Financial literacy and attitudes to cryptocurrencies*. Working Paper.
- Philippas, N., & Avdoulas, C. (2020). Children of crisis: Financial literacy and financial well-being among Generation-Z business-school students in Greece. *European Journal of Finance*, 26(4–5), 360–381.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J. Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879-903.
- Rahayu, D., Sukoco, I., & Purnomo, H. (2022). Digital financial literacy and financial behavior in Indonesian millennials. *Asian Journal of Economics*, 35(1), 58-75.
- Saydar, R. (2024). Dijital finansal okuryazarlık ve teknoloji kullanımı. *Finans Teknolojileri Dergisi*, 15(1), 31-48.
- Tabachnick, B.G. & Fidell, L.S. (2013). *Using Multivariate Statistics* (6th ed.). Pearson.
- Taşlıyan, M. (2023). Dijital okuryazarlık eğitimleri ve etkileri. *Eğitim ve Teknoloji Araştırmaları Dergisi*, 19(2), 23-39.
- Toronto Centre. (2022). *Financial literacy and digital financial inclusion: Supervisory policy and practice*. <https://www.findevgateway.org/paper/2022/02/financial-literacy-and-digital-financial-inclusion-supervisory-policy-and-practice>
- Widyastuti, U., Respati, D. K., Dewi, V. I., & Soma, A. M. (2024). The nexus of digital financial inclusion, digital financial literacy and demographic factors: lesson from Indonesia. *Cogent Business & Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2322778>
- Yeo, K., & Fisher, P. (2017). Financial technologies and household savings. *Journal of Financial Services*, 22(2), 75-89.