

## Finansal Okuryazarlık ve Banka Müşteri Segmentasyonları Üzerine Bir Uygulama\*

Eray BAYSA\*\*

Süleyman Serdar KARACA\*\*\*

### ÖZET

*Bu çalışma, Tokat merkez ilçede bireysel, ticari ve tarımsal olarak segmente edilebilen banka müşterilerinin finansal okuryazarlık düzeylerini ve hangi segment grubunun daha finansal okuryazar olduğunu ortaya koymaya yöneliktir.*

*Araştırmada, banka segment müşterilerinin finansal okuryazarlık seviyesinin düşük olduğu tespit edilmiştir. Finansal okuryazarlık seviyesinin, söz konusu segment grupları içerisinde en düşük olanının tarımsal segment grubu, en fazla olanının ise ticari segment grubu olduğu bulgularına ulaşılmıştır. Aynı zamanda finansal okuryazarlık seviyelerinin ölçülmesi amacıyla oluşturulan ölçeğin alt faktörlerinin birbirleri ile ilişkili oldukları bulgusuna da rastlanılmıştır. Yapılan araştırma sonucunda elde edilen bulgulara istinaden, banka segment müşterilerinin finansal okuryazarlık düzeylerinin geliştirilmesine ilişkin önerilerde bulunulmuştur.*

*Anahtar Kelimeler:* Segment, Segmentasyon, Finansal Okuryazarlık, Risk İştahı, Kredi.

*JEL Sınıflandırması:* D14, G21, I22.

### *A Case Study On Financial Literacy And Segmentations Of Bank Customers*

#### **ABSTRACT**

*In this study, it has been aimed to present financial literacy levels of bank customers, who can be segmented as retail, corporate and agricultural customers, and which segment group has higher financial literacy levels in the central district of Tokat province.*

*In the study, financial literacy of segment customers of banks are found to be at low levels. The lowest level of financial literacy is found to be in the agricultural segment group, while the highest level of financial literacy is found to be in the corporate segment group, respectively. Furthermore, the sub-factors of the scale, which was developed to measure financial literacy levels of segment customers, are found to be associated with each other. Considering the findings of the study, some recommendations are provided in order to improve the financial literacy levels of segment customers of banks.*

*Keywords:* Segment, Segmentation, Financial Literacy, Risk Appetite, Credit.

*Jel Classification:* D14, G21, I22.

\* Bu çalışma, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından kabul edilen “Finansal Okuryazarlık ve Banka Müşteri Segmentasyonları Üzerine Bir Uygulama” adlı yüksek lisans tezinden oluşturulmuştur.

\*\* Öğr. Gör. Eray Baysa, Cumhuriyet Üniversitesi Koyulhisar Meslek Yüksekokulu Yönetim ve Organizasyon Bölümü, ebaysa@cumhuriyet.edu.tr

\*\*\* Doç. Dr. Süleyman Serdar Karaca, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü, suleymanserdar.karaca@gop.edu.tr

## 1. GİRİŞ

Bireyler günlük hayatlarını idame ettirebilmeleri için birtakım finansal kararlar almak ve bu kararları alırken de birçok soruya cevap aramak zorundadırlar. Örneğin bireylerin ihtiyaç duyduğu fon ihtiyacının nereden, ne zaman, hangi borçlanma araçlarıyla, ne kadarlık bir süre ile hangi maliyetle karşılanması veya yatırım kararlarında hangi yatırım enstrümanlarının seçileceği, yatırım yaparken vade, risk, getiri oranı arasındaki ilişki, gelecekle ilgili kaygılara cevap ararken en uygun birikim aracının ne olduğu, sahip olunan emeklilik sisteminin yanı sıra ayrı bir emeklilik sistemine ihtiyaç olup olmadığı ya da öngörülemeyen kazalar veya afetler için ne tür önlemler alınması gerektiği gibi birçok konuda insanların doğru ve etkin kararlar verebilmesi günümüzde önem arz etmektedir. Bireylerin bu konulardaki sorulara cevap verebilmesi günümüzde, küreselleşme ve inovasyon ile birlikte gelişen finansal hizmetler sektöründe insanların her türlü ihtiyaçlarına uygun çeşitli ürün ve hizmetler sunulmaya başlanması ile zorlaşmıştır. Özellikle bankaların strateji, politika ve prensipleri doğrultusunda uygulamış oldukları çeşitli ürün ve hizmetler bireyler tarafından kullanılması bir yana, anlaşılır olmaktan dahi uzak bir hâl almıştır. Bırakın bireyleri, finansal hizmetler sektöründeki çalışanlar dahi bu ürün ve hizmetleri anlamakta ve bu hıza ayak uydurmakta zorluk çekmektedirler.

Bireylerin her geçen gün daha da karmaşık bir hâl alan bu tür ürünleri seçerken, fırsatları kendi lehlerine muhasebeleştirebilmeleri için finansal okuryazarlık kavramı günümüzde ortaya çıkmakta ve her geçen gün önemini daha da hissettirmektedir. Finansal okuryazarlık dediğimiz kavram; bireylerin, temel finansal ürün ve hizmetlerde, yatırım-tasarruf ilişkilerinde, gelecek kaygılarının az da olsa önüne geçmek için gereken emeklilik planlarında, kendi veya yakınlarının can ve mal güvenliği için gerekli olan sigorta işlemlerinde, kullanılan araçların ve bu araçlara ilişkin özelliklerin temel düzeyde anlaşılıp, bilgi ve becerilerini artırarak ona göre verilecek kararlardan elde edilecek faydanın lehte muhasebeleştirilmesidir

Bu konuda, bireyler tarafından atılacak her adım yalnızca bireyin kendisine değil, aynı zamanda içinde yaşadığı topluma ve ülkeye de domino taşı etkisinde bulunarak fayda sağlayacak olması hiç şüphesiz bir gerçektir.

## 2. LİTERATÜR ÖZETİ

Finansal okuryazarlık; finansal kavram, finansal bilgi, finansal ürün ve bunlara ilişkin uygulamaları içeren aynı zamanda da bunlara ilişkin temel düzeyde bilgi sahibi olmayı, bilgi sahibi olabilmenin yanında da bu bilgileri kullanıp uygun kararlar alabilmeyi ifade eden bir alandır. (Bayram, 2010: 12). Capuano ve Ramsay (2011: 37) finansal okuryazarlık kavramını, temel anlamda bireylerin para hususunda bilinçli, güvenli ve etkin kararlar alabilmesi için finansal kavramların bilinmesi ve anlaşılabilirliği gerekliliği olarak ifade etmişlerdir.

Finansal okuryazarlıkla ilgili literatürdeki çalışmalara bakıldığında adını sıkça gördüğümüz ve finansal okuryazarlıkla ilgili birçok çalışmaya imza atmış olan Lusardi ise, finansal okuryazarlığı temel düzey ve ileri düzey olmak üzere ikiye ayırmış ve faiz oranları, enflasyon, risk kavramı ve riskin çeşitlendirilmesiyle ilgili bilgileri temel düzey finansal okuryazarlık; bireylerin risk ve getiri arasındaki ilişkiyi anlamakta dâhil olmak üzere temel finansal kavramların ötesinde olan tahvil, hisse senedi, yatırım fonları ve bunların nasıl işlediğine ilişkin finansal bilgilerin algılanabilmesini ise ileri derece finansal okuryazarlık olarak değerlendirmiştir (Lusardi, 2008: 4-8).

Remund (2010: 279) tarafından finansal okuryazarlık kategorize edilerek bireyin; (1) finansal kavram bilgisi, (2) finansal kavramlar hakkında iletişim yeteneği, (3) kişisel finans yönetim becerisi, (4) uygun finansal kararlar alma yeteneği ve (5) gelecekteki finansal ihtiyaçlar için güvenli plan yapabilmesi olarak beş ayrı kategoride sınıflandırmaya tabi tutulmuştur.

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) tarafından üçer yıllık dönemler itibarıyla, 15 yaş grubunda yer alan öğrencilerin edindikleri bilgi ve becerileri değerlendirmek için bir araştırma projesi olan “Uluslararası Öğrenci Değerlendirme Programı” (PISA) tarafından finansal okuryazarlıkla ilgili yapılan çalışmada; finansal kavramların, becerilerin, motivasyonun bilinmesi ve birtakım finansal kararlar alabilmek için bu bilgilerin uygulanması, şeklinde finansal okuryazarlığın tanımı yapılmıştır (PISA, 2013: 144).

Akademik literatürde bilimselleştirilmiş olarak finansal okuryazarlık birçok anlam kazanmaktadır; finansal ürünlerin bilgisini göstermek, hisse senedinin ne olduğu, sabit ve ayarlanabilir mortgage arasındaki farkın veya enflasyon, çeşitlendirme, kredi puanı gibi finansal kavramların ne anlama geldiğinin bilinmesi vb. becerilere sahip olmayı belirtmektedir (Hastings vd., 2012: 5). Finansal okuryazarlık, önemli bir gündelik yaşam becerisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Mali gidişatı anlayabilme, tartışabilme, para ve finansal riskleri etkin bir şekilde yönetebilme ve mali tehlikeleri önleyebilme yeteneği olarak değerlendirilmektedir (National Financial Literacy Strategy, 2014: 6).

Bireylerin paranın kullanımı ve yönetimi hakkında bilgili bir şekilde değerlendirmede bulunarak etkili kararlar alabilmesi, finansal okuryazarlık faaliyetlerinin etkili bir hale dönüştürülmesine ve geliştirilmesine yardımcı olmak ayrıca bu amaç doğrultusunda çalışmalar yapan kişi ve kuruluşlara destek vermek amacı ile Türkiye’de “Finansal Okuryazarlık ve Erişim Derneği” (FODER) kurulmuştur. FODER finansal okuryazarlığı; bireyin, paranın kullanımına ve yönetimine ilişkin bilgili bir şekilde değerlendirmede bulunabilmesi ve etkili karar verebilme becerisi yani diğer bir ifade ile finansal okuryazarlığı, bireylerin kazançlarını, birikim ve yatırımlarını akıllı bir şekilde değerlendirmeleri, doğru bütçe oluşturabilmeleri ve bunlara ilişkin becerileri kazanmış olma durumu şeklinde tanımlamaktadır ( fo-der.org , 2015).

Literatür araştırmasında bireylerin finansal konulardaki finansal okuryazarlık düzeylerinin ölçülmesine yönelik çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Cude vd (2006) yaptıkları çalışmada, üniversite öğrencilerinin finansal bilgi ve davranışlarının nasıl etkilendikleri araştırmışlar ve öğrencilerin finansal sosyalleşmede ebeveynlerinin önemli bir rol oynadığını bulmuşlardır. Jorgensen (2007) yaptığı çalışmada, üniversite öğrencilerinin finansal bilgi, tutum ve davranışlarına ebeveynlerinin etkisini incelemiş ve ebeveynlerin üniversite öğrencilerinin finansal tutum ve davranışları üzerinde etkili olduğu bulgusuna ulaşmışlardır.

Lusardi ve Tufano (2009) tarafından yapılan çalışmada borç okuryazarlığı üzerinde durulmuş ve ABD vatandaşlarının borç okuryazarlığı, finansal deneyimleri ve bireylerin borçluluk düzeyleri hakkındaki durumları analiz edilmiştir. Katılımcılara; özellikle bileşik faiz, kredi kartı borcunun işleyişi ve avantajlı ödeme araçlarını seçme yetenekleri hakkında bilgilerini değerlendirmeye yönelik test soruları sorulmuştur. Elde edilen bulgular, nüfusun yalnızca üçte birinin kredi kartlarının işleyişine ilişkin bilgilerinin olduğunu ve borç okuryazarlığı az olan kişilerin borç yüklerinin daha fazla olduğunu göstermiştir.

Sabri ve Macdonald (2010) yaptıkları çalışma ile Malezya'daki üniversite öğrencilerinin tasarruf davranışları ile finansal sorunların, finansal okuryazarlık ile ilişkilerini incelemiş ve finansal okuryazarlık seviyesi yüksek olan öğrencilerin tasarruf eğilimlerinin daha fazla olduğu ve daha az finansal sorunlar yaşadığını ortaya koymuşlardır.

Temizel (2010) tarafından yapılan çalışma, Türkiye'de finansal okuryazarlıkla ilgili yapılan detaylı çalışmalardan ilki sayılabilecek niteliktedir. Türkiye'deki mavi yakalı çalışanların finansal okuryazarlık konusundaki düzeylerini belirlemeyi hedefleyen çalışma için Eskişehir Organize Sanayi Bölgesinde gıda ürünleri üretimi konusunda faaliyet gösteren 5 işletmede toplam 1452 çalışana anket uygulanmış ve elde edilen sonuçlar mavi yakalı çalışanların finansal okuryazarlık ihtiyacının olduğunu göstermiştir.

Rooij vd. (2011) bireylerin finansal okuryazarlığını ve borsa ilişkilerini incelemeyi amaçlamışlardır. Yapılan çalışma sonucunda ankete katılanların çoğunluğunun bileşik faiz, enflasyon, paranın zaman değeri gibi temel finansal kavramları bildikleri ancak çok az sayıda katılımcının bu temel finansal kavramların ötesinde sayılabilecek, tahvil ve hisse senedi arasındaki fark, faiz oranlarındaki değişimlerin etkisi, risk çeşitlendirmesi gibi konularda bilgilerinin olduğu ortaya çıkmıştır.

Dünya Bankası ve SPK işbirliği ile "Türkiye Finansal Yeterlilik Araştırması" yapılmıştır. Dünya Bankası tarafından yürütülmekte olan bu araştırma ile ülkelerin karşılaştırılmasına katkıda bulunulması amaçlanmıştır. Ayrıca araştırma da Türk halkının finansal okuryazarlık, bütçe yönetimi ve borçlanma, finansal planlama, finansal ürün seçimi, finansal tutum, davranış ve eğilimler, katılımcıların sosyoekonomik durumu ve finansal bilgi edinimi ve ihtiyacı gibi finansal yeterlilikleri incelenmiştir. SPK tarafından da desteklenen bu araştırma Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) belirlemiş olduğu 12 farklı bölge, 40 il ve

142 ilçe olmak üzere, 3009 yetişkin üzerinde yüz yüze mülakat tekniği uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlar, sorulara doğru cevap verme ile gelir düzeyi arasında doğru bir orantı olduğu sonucunu ortaya çıkarmıştır (SPK, 2012: 1-3).

ING Bank (2015) ekonomik araştırmalar bölümü tarafından, tasarruf ve finansal yetkinlik konularında iki önemli uluslararası araştırma gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen araştırmada katılımcılara, katılımcıların finansal bilgi seviyelerini ölçmek amacıyla; enflasyon, faiz oranları, bono-faiz-fiyat ilişkisi, konut kredilerinde; vade-faiz ilişkisi ile risk ve getiri arasındaki ilişkilerle alakalı 5 soru sorulmuştur. Elde edilen sonuçlarına göre; Türkiye, 11 tane Avrupa ülkesi içerisinde sorulan sorulara en çok doğru cevabı veren, aynı zamanda da hiçbir soruya doğru cevap veremeyenlerin en yüksek orana sahip olduğu ülke olarak ilk sırada yerini almıştır.

Er vd (2014) tarafından yapılan çalışmada, lisans eğitimiyle ilgili içeriklerinin finansal okuryazarlığa etkisi araştırılmış ve bu doğrultuda İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencileri ile Mühendislik Fakültesi öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeyleri karşılaştırılmıştır. Yapılan araştırma neticesinde, üniversite öğrencilerinin 31,7'sinin yüksek, % 30,1'inin orta, % 16'sının ise düşük seviyede finansal okuryazarlığa sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Özdemir vd (2015) tarafından yapılan araştırmada, Eskişehir'de İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde öğrenimlerine devam eden 235 öğrencinin oluşturduğu örnekleme, öğrencilerin finansal okuryazarlık seviyelerinin ölçülmesi için OECD finansal okuryazarlık ölçeğinin Türkiye koşullarına uyarlanması ile tasarlanan ve 21 sorudan oluşan ölçekten yararlanılmıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre öğrencilerin finansal okuryazarlık seviyeleri yüksek olarak belirlenmiştir.

### 3. BANKALARDA MÜŞTERİ SEGMENTASYONU

Günümüzde çoğu şirket müşterisini tanımamakla beraber hangi müşterisinin kısa, uzun ve orta vadede şirkete ne kadar gerçek kâr bıraktığını bilen kuruluş sayısı da çok fazla bulunmamaktadır. Bazı şirketler müşterilerini toplam ciro veya toplam brüt kâr kriterlerinde bazı sınıflandırmalara ve değerlendirmelere tabi tutabilmektedir. Bu durum, müşteriler hakkında hiç bilgi sahibi olamamaktan daha iyidir (Gel, 2004: 6-7).

Birçok banka da günümüzde müşterilerini segmentlere ayırarak hizmet vermeye başlamıştır. Segmentasyon kavramı günümüzde özellikle bankacılık alanında adını duyurmaya başlayan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Bankacılık alanında kullanılan;

*Segmentasyon* kavramı, benzer finansal özelliklere sahip müşterilerin, farklı finansal ihtiyaçlarına etkili bir şekilde cevap verebilmek için gruplara ayrılması olarak tanımlanabilir

Günümüzde bankalar müşterilerini segmentlere ayırdıkları gibi, segmente ayırdıkları müşterilerinin ihtiyaçlarına da doğru kanaldan ve doğru bir şekilde cevap verebilmek adına şubelerini de segmente edebilmektedirler. Müşteri segmentasyonları bankalara, müşterilerinin özelliklerine göre farklı pazarlama stratejilerinin uygulanmasını ve sürekli yeni stratejilerin

geliştirilmesine olanak sağlamaktadır. Bankaların müşterilerini segmentlere ayırması, hem farklı segmentlere ait müşterilere hizmet verecek şubelerin, hem de şube çalışanlarının, ilgili segmentte yer alan müşterilerin ihtiyaçlarını daha doğru analiz etmesine ve de müşteri ihtiyaçlarına daha hızlı ve profesyonel bir çözüm üretmesine yardımcı olacaktır. Böylece bankalar da verimliliklerini artırarak bu durumu lehlerine muhasebeleştirerek hanelerindeki kârlılık rakamlarını artıracaktır.

#### **4. TOKAT İLİNDE BANKA MÜŞTERİ SEGMENTASYONLARI ARASINDA FİNANSAL OKURYAZARLIK DÜZEYİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA**

##### **4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi**

Bu araştırmanın amacı, Tokat merkez ilçesinde bireysel, ticari ve tarımsal olarak segmente edilebilen banka müşterilerinin finansal okuryazarlık düzeylerini ve hangi segment grubunun daha finansal okuryazar olduğunu ortaya koymaya yöneliktir. Ayrıca araştırmanın uygulama alanı daha önceki yapılmış çalışmalardan farklı olarak, bankalar tarafından segmente edilen müşteriler olması ve de bu vesile ile bankaların son yıllarda müşterilerini segmente ederek hizmet vermeleri nedeniyle; segmentasyon kavramına dikkat çekilmesi adına daha önce ilgili konuda yapılmış olan araştırmalardan ayrılması nedeniyle literatüre katkı yapması beklenmektedir.

##### **4.2. Araştırmanın Yöntemi**

###### **4.2.1. Evren ve Örneklem**

Araştırmanın evrenini, 9 Mart 2015- 16 Ağustos 2015 tarihleri arasında Tokat merkez ilçesinde faaliyet gösteren 25 adet banka şubesinin (TBB, 2015)<sup>1</sup> sahip olduğu 400.000'ne yakın potansiyel banka müşterisi oluşturmaktadır. Araştırmanın evrenini oluşturan ve anketin uygulandığı potansiyel banka müşterileri olan yaklaşık 400.000 kişiden ana kütleye ait ulaşılan her birimin örnekleme dâhil edilmesi ile gerçekleştirilen kolay örnekleme yöntemi (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 44) ile en fazla sayıda veri toplanması planlanmıştır. Söz konusu araştırma için toplam 411 adet ölçek değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Ulaşılan bu rakam  $\alpha$ : 0.05 anlamlılık düzeyinde %5'lik örneklem hatası ile söz konusu evreni temsil etme açısından kabul edilebilecek bir örneklem büyüklüğüdür (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 50).

###### **4.2.2. Veri Toplama Araçları**

Araştırmada banka müşteri segmentasyonlarının finansal okuryazarlık düzeylerinin ölçülmesi amacıyla araştırmacı tarafından geliştirilen “Finansal Okuryazarlık Ölçeği” ve demografik özelliklerinin belirlenmesi amacıyla da “Kişisel Bilgi Formu” kullanılmıştır.

<sup>1</sup> Türkiye Bankalar Birliği sitesinde, bankaların şube bilgilerinde katılım bankalarına ait bilgiler yer almadığı için Tokat merkez ilçesinde toplam 21 adet banka gözükmemektedir. Bu rakama 4 adet katılım bankası şubesi ilave edilmiştir.

Araştırma için kullanılan ölçek, 9 adet demografik bilgi sorusu ve 38 adet finansal okuryazarlık düzeyinin ölçülmesine ilişkin likert tipi bir ölçek olmak üzere toplam 2 bölümden ve 47 ifadeden oluşmaktadır..

Banka müşteri segmentasyonları arasındaki finansal okuryazarlık düzeyini ölçmek amacıyla; Finansal okuryazarlık ölçeğinin hazırlanması aşamasında literatürde yer alan konuyla ilgili anket soruları araştırmacıya ışık tutmuş ancak esas olarak ölçeğe ilişkin maddelerin birçoğu araştırmacı tarafından geliştirilmiştir. Daha sonra ölçek soruları oluşturulurken, bankaların müşteri profilini daha yakından tanıyan ve özellikle banka müşterilerinden bireysel, ticari ve tarımsal segment müşterilerine hitap edecek ortak soruların oluşturulabilmesi için Tokat merkez ilçesinde faaliyet gösteren bir kamu bankasının şubesinde; bireysel, tarımsal ve ticari müşteri portföylerine sahip 2 müşteri ilişkileri yöneticisiyle görüşülmüş ve anket sorularının hazırlanmasında yardım alınmıştır.

Oluşturulan anket formu daha sonra bir Türkolog tarafından incelenmiş ve hazırlanan ölçekteki ifadelerin sade ve anlaşılır bir düzeyde olmasına dikkat edilerek ölçeğin son hali belirlenmiştir.

#### **4.2.3. Verilerin Analizi**

Söz konusu örneklemden elde edilen veriler SPSS 21.0 (Statistical Package For Social Sciences) paket programına aktarılarak istatistiksel analize tabi tutulmuştur. Araştırma için elde edilen verilerin analizi aşamasında; Finansal okuryazarlık ölçeğine katılan bireylerin demografik özelliklerini incelemek için frekans ve yüzde değerleri hesaplanmıştır. Ölçeğinin geçerlik çalışması için yapı geçerliğine bakılmış ve açımlayıcı faktör analizi (AFA) yapılmıştır. daha sonra ölçeğin güvenirlik analizi, ve ölçeğin faktörler arasındaki ilişkinin düzeyini ve yönünü ölçmek amacıyla basit korelasyon (Simple Correlation: Pearson Correlation) tekniğinden yararlanılmıştır. Verilerin analizinde anlamlılık düzeyi .05 olarak alınmıştır

#### **4.3. Bulgular**

##### **4.3.1. Katılımcıların Segment Bilgilerine İlişkin Genel Bulgu**

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin kişisel bilgi formunda yer alan sorulardan katılımcıların hangi segment grubunda oldukları sorusuna vermiş oldukları cevaplara ilişkin frekans ve yüzde dağılımları Tablo 1' de gösterilmiştir.

**Tablo 1:** Katılımcıların Segment Bilgisine İlişkin Genel Bulgu

	Frekans	Oran (%)
<b>Segment Grubu</b>		
Bireysel	195	47,4
Ticari	147	35,8
Tarımsal	69	16,8

#### 4.3.2. Araştırmada Kullanılan Ölçeğin Geçerlik Analizi (Açımlayıcı Faktör Analizi)

Araştırmada kullanılan ölçeğin değişkenler arasındaki ilişkilerden hareket ederek faktör bulmaya ilişkin (Büyüköztürk, 2015: 133) açımlayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Açımlayıcı faktör analizi sonucunda testte yer alacak maddelerin belirlenmesinde, maddeler tarafından oluşturulan faktörlerin öz değerlerinin 1, maddelerin faktörlerde sahip olmuş oldukları yük değerlerinin en az .30, maddelerin tek bir faktörde yer alması ve iki faktörde yer alan faktörler arasında ise en az .10 fark olmasına dikkat edilmiştir (Büyüköztürk, 2015: 134-135). Bu ölçütlere uygun olmayan maddelerin ölçekten çıkarılmasına karar verilmiştir. Açımlayıcı faktör analizi sonucunda bulunan faktör ortak varyansı ve faktör yük değeri raporlaştırılmıştır. Faktör analizinden sonra ölçeğin iç tutarlık katsayısına bakılmıştır. Araştırmada tüm analizler SPSS paket programı aracılığıyla gerçekleştirilmiş ve de çözümlenmelerde anlamlılık düzeyi .05 olarak kabul edilmiştir.

Ölçeğin yapı geçerliliği amacıyla öncelikle ölçekten elde edilen veriler ile açımlayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Söz konusu analizin yapılabilmesi adına ilk olarak örneklemin yeterliliğini test eden Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett Küresellik testine bakılmıştır. KMO değeri .92 olarak bulunmuş ve bu oran mükemmel bir seviyede yeterliliğe işaret etmektedir (Çokluk, Şekercioğlu, Büyüköztürk, 2012: 207). Bulunan değer .60'dan büyük olduğu için (Büyüköztürk, 2015: 136) bu verilerden hareketle faktör analizi yapılabileceği bulgusuna ulaşılmıştır. İkinci adım olarak Bartlett Küresellik testine bakılarak ( $\chi^2= 9314,170$ ,  $p=,000$ ) elde edilen verilerin anlamlı farklılık gösterdiği ve faktör analizinin yapılmasına uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Faktör analizi sonucunda 1, 4, 12, 13, 16, 22, 27, 28, 35 ve 38. Maddelerin iki alt boyuttaki faktör yükleri arasındaki fark .10'dan düşük olduğu için bu maddeler atılarak tekrar faktör analizi gerçekleştirilmiştir.

Daha sonra ikinci ve üçüncü kez yapılan faktör analizleri sonucunda 8, 23, ve 7. maddeler atılarak KMO değeri .89 olarak bulunmuştur.

Son olarak yapılan dördüncü faktör analizinde de KMO değeri ikinci ve üçüncü KMO değerinde çıkan değerle aynı olmuş ve .89 olarak bulunmuştur. Bulunan değer .60'dan büyük olduğu için bu verilerden hareketle faktör analizi yapılabileceği sonucuna ulaşılmıştır. İkinci



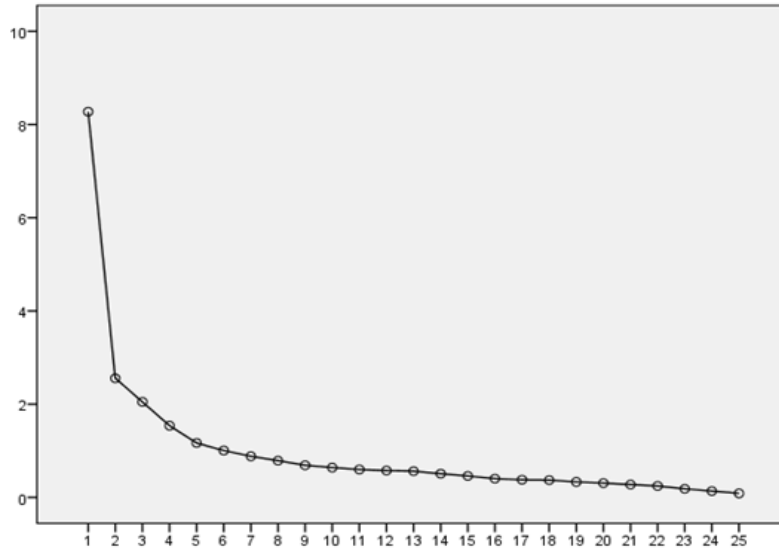
olarak Bartlett küresellik testine tekrar bakılarak ( $\chi^2 = 5586,790$ ,  $p = ,000$ ) elde edilen verilerin anlamlı farklılık gösterdiği ve faktör analizinin yapılmasına uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Tablo 2:** KMO ve Bartlett Küresellik Testi

<b>Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği Testi</b>		,888
<b>Bartlett Küresellik Testi</b>	Yaklaşık Ki-Kare	5586,790
	df	300
	Anlamlılık	,000

Yukarıdaki tablo incelendiğinde yapılan faktör analizi açısından, örneklem büyüklüğünün 0,888 oranında yeterli olduğu görülmektedir. Geçerlilik çalışmaları neticesinde ölçeğin beş faktörlü bir yapıdan oluştuğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Şekil 1:** Scree Plot Grafiği Faktör Yapısı Şekli



25 madde faktör analizine sokulmuş ve Varimax döndürme işleminin sonucunda maddelerin hepsi 5 faktör altında toplanmıştır. Faktörlere ilişkin bulgular Tablo 3' te verilmiştir.

**Tablo 3:** Açıklayıcı Faktör Analizi ( Döndürülmüş Temel Bileşenler Analizi)

Madde No.	Ortak Faktör Varyans	Faktör Yük Değeri	Operasyonel İşlem	Kredibilite ve Güvenlik	Ekonomi Yorumu Kabiliyeti	Riskten Korunma	Sözleşme Metni Bilinirliği
17	,809	,690	,880				
18	,804	,699	,877				
19	,667	,639	,748				
20	,638	,666	,713				
21	,570	,681	,667				
34	,460	,581	,574				
11	,559	,654	,537				
6	,649	,526		,761			
5	,662	,576		,751			
3	,473	,406		,656			
10	,620	,541		,649			
2	,555	,557		,590			
9	,410	,451		,576			
25	,790	,679			,810		
24	,743	,666			,771		
26	,706	,675			,723		
36	,510	,574			,638		
37	,377	,334			,576		
31	,605	,408				,748	
33	,501	,404				,624	
32	,529	,506				,602	
29	,643	,655				,594	
30	,598	,703				,545	
14	,858	,416					,894
15	,845	,410					,884

**Açıklanan Varyans % Toplam= 62,334**

**Faktör-1 :% 18,634**

**Faktör-2: % 13,137**

**Faktör-3: % 12,603**

**Faktör-4: % 9,684**

**Faktör-5: % 8,276**

### 4.3.3. Araştırmada Kullanılan Ölçeğin Güvenirlik Analizi (İç Tutarlılık Katsayısı)

Araştırmada kullanılan finansal okuryazarlık ölçeğinin güvenirlik analizi için ölçeğin tamamı ve alt faktörler için cronbach alfa katsayıları hesaplanmıştır.

Ölçeğin tamamı için Cronbach alfa katsayısı, 0,91 olarak bulunmuş ve çıkan bu sonuç ölçeğin yüksek oranda güvenilir olduğunu göstermektedir.

Ölçeğin tamamı için yapılan güvenirlik analizi sonrasında alt boyutların güvenirliliğini tespit etmeye ilişkin yapılan Cronbach alfa sonuçları ise aşağıdaki gibidir:

**Tablo 4:** Finansal Okuryazarlık Ölçeğinin Alt Boyutlarının Cronbach Alfa Katsayısı

Ölçek Faktörleri	Madde Sayısı	Cronbach Alfa Katsayısı.
Operasyonel İşlem	7	,888
Kredibilite ve Güvenlik	6	,804
Ekonomi Yorumu Kabiliyeti	5	,834
Riskten Korunma	5	,764
Sözleşme Metni Bilinirliği	2	,905

Yukarıdaki tablo incelendiğinde ölçeğin alt boyutları için yapılan güvenirlik analizleri sonucunda; “Sözleşme Metni Bilinirliği” faktörüne ilişkin güvenirliliğin oldukça yüksek, diğer dört faktörün güvenirlik sonuçlarına göre ise oldukça güvenilir olduğu belirlenmiştir.

### 4.3.4. Banka Segment Müşterilerinin Operasyonel İşlem Faktörüne İlişkin Temsil Ettikleri Segment Grubu Değişkeni Açısından Düzeyleri

Banka segment müşterilerinin temsil ettikleri segment grubu değişkeni açısından finansal okuryazarlık ölçeğine ait operasyonel işlemler faktörüne ilişkin düzeylerini saptamak amacıyla tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA)’ne ait değerler Tablo 5’te gösterilmiştir.

**Tablo 5:** Banka Segment Müşterilerinin Temsil Ettikleri Segment Grubu Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Operasyonel İşlemler Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Analizi (Anova)

Faktör	Segment Grubu	N	$\bar{x}$	SS
Operasyonel İşlemler	Bireysel(1)	195	3,59	1,00
	Ticari(2)	147	3,92	0,90
	Tarımsal(3)	69	2,45	1,00
	Toplam	411	3,52	1,09

**Tablo 6:** Banka Segment Müşterilerinin Temsil Ettikleri Segment Grubu Değişkenine Göre Finansal Okuryazarlık Ölçeğine Ait Operasyonel İşlemler Faktörüne İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

	Kareler Top.	sd	Kareler Orta.	F	p	Farklar
Gruplararası	103,48	2	51,74	55,52	,000	1-3, 2-1, 2-3
Operasyonel İşlem	Gruplarıçi	380,20	408	0,93		
	Toplam	483,69	410			

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık düzeylerinin temsil ettiği segment grubuna göre değişimi incelendiğinde ( $F_{(2, 408)} = 55,52$ ), operasyonel işlemler faktörü segment grubu değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık ( $p < .05$ ) olduğunu göstermektedir. Başka bir deyişle, banka segment müşterilerinin operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık seviyeleri, temsil ettikleri segment grubuna göre değişmektedir.

Anlamlı farklılık bulunan faktörlerden operasyonel işlem açısından temsil ettiği segment durumuna göre hangi segment grupları arasında fark olduğuna scheffe çoklu karşılaştırma testi ile bakılmıştır. Test sonucunda; operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; bireysel segment grubunda yer alan banka müşterilerinin ( $\bar{x} = 3,59$ ), tarımsal segment grubunda yer alan ( $\bar{x} = 2,45$ ) banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir. Ayrıca operasyonel işlemlerle ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; ticari segment grubunda yer alan banka müşterilerinin ( $\bar{x} = 3,92$ ), bireysel segment ( $\bar{x} = 3,59$ ) ve tarımsal segment grubunda ( $\bar{x} = 2,45$ ) yer alan banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin kredibilite ve güvenlik ile ilgili finansal okuryazarlık düzeylerinin temsil ettiği segment grubuna göre değişimine bakıldığında ( $F_{(2, 408)} = 3,36$ ), kredibilite ve güvenlik faktörü ile segment grubu değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık ( $p < .05$ ) olduğunu göstermektedir. Kredibilite ve güvenlik ile ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; ticari segment grubunda yer alan banka müşterilerinin ( $\bar{x} = 4,33$ ), tarımsal segment grubunda yer alan ( $\bar{x} = 4,08$ ) banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.

Segment müşterilerinin ekonomi yorumu kabiliyeti ile ilgili finansal okuryazarlık düzeylerinin temsil ettiği segment grubuna göre değişimi incelendiğinde ( $F_{(2, 408)} = 4,11$ ); ekonomi yorumu kabiliyeti faktörü ile segment grubu değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık ( $p < .05$ ) olduğu belirlenmiş ve ekonomi yorumu kabiliyeti ilgili finansal okuryazarlık düzeyi; ticari segment grubunda yer alan banka müşterilerinin

( $\bar{x}=3,51$ ), bireysel segment grubunda yer alan ( $\bar{x}=3,17$ ) banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin riskten korunma ile ilgili finansal okuryazarlık düzeylerinin temsil ettiği segment grubuna göre değişimi için yapılan araştırma sonuçları neticesinde; riskten korunma faktörü ile segment grubu değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık ( $p>.05$ ) olmadığı çıkan diğer sonuçlar arasındadır.

Son olarak sözleşme metni bilinirliği ile ilgili finansal okuryazarlık düzeylerinin temsil ettiği segment grubuna göre değişimi incelendiğinde ( $F_{(2, 408)}= 7,35$ ), sözleşme metni bilinirliği ile ilgili finansal okuryazarlık düzeyi bireysel segment grubunda yer alan ( $\bar{x}=3,13$ ) banka müşterileri ile ticari segment grubunda yer alan ( $\bar{x}=3,02$ ) banka segment müşterilerinin tarımsal segment grubunda yer alan ( $\bar{x}=2,38$ ) banka segment müşterilerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.

#### 4.3.5. Faktörler Bazında Banka Segment Müşterilerinin Finansal Okuryazarlık Ölçeğine İlişkin Düzeyi ve Yönü Açısından Yapılan Korelasyon (Simple Correlation: Pearson Correlation) Analizi

Araştırmanın bu aşamasında banka segment müşterileri tarafından yapılan finansal okuryazarlık ölçeğine ilişkin değerlendirmelerin faktörler arasındaki ilişkinin düzeyi ve yönü hakkında ilişkileri irdelenmiştir. Basit korelasyon (Pearson Correlation) analizine ilişkin katsayılar Tablo 7’de gösterilmiştir.

**Tablo 7:** Faktörler bazında Banka Segment Müşterilerinin Finansal Okuryazarlık Ölçeğine İlişkin Basit Korelasyon Katsayıları

	Operasyonel İşlem	Kredibilite ve Güvenlik	Ekonomi Yorumu Kabiliyeti	Riskten Korunma	Sözleşme Metni Bilinirliği
Operasyonel İşlem	1				
Kredibilite ve Güvenlik	,451**	1			
Ekonomi Yorumu Kabiliyeti	,514**	,348**	1		
Riskten Korunma	,470**	,547**	,521**	1	
Sözleşme Metni Bilinirliği	,308**	,180**	,361**	,217**	1

\*\*  $p<.01$

Yapılan analiz sonuçlarına istinaden; araştırmaya katılan banka segment müşterilerinin operasyonel işlem faktörü ile kredibilite ve güvenlik ( $r=.451$ ), ekonomi yorumu kabiliyeti ( $r=.514$ ), riskten korunma ( $r=.470$ ) ve sözleşme metni bilinirliği ( $r=.308$ ) alt faktörleri arasında pozitif yönlü, orta düzeyde ve anlamlı ( $p<.05$ ) bir ilişkinin bulunduğunu

göstermektedir. Bu açıdan bakıldığında banka segment müşterilerinin; hangi durumların kredibilitelerine zarar vereceğini, banka ürünlerini güvenli bir şekilde kullanmaları, ekonomiye ilişkin temel düzeyde yorum yapabilme kabiliyetlerinin artması ve riskten korunma amaçlı davranmalarına da katkı sağlayacak şekilde bankalarla yapacakları sözleşme içeriklerinin bilinmesi operasyonel işlemlere ilişkin finansal okuryazarlıklarının artması sonucunu doğuracağı söylenebilir.

Kredibilite ve güvenlik faktörü ile ekonomi yorumu kabiliyeti ( $r=.348$ ) ve riskten korunma ( $r=.547$ ) alt faktörleri arasında pozitif yönlü, orta düzeyde ve anlamlı ( $p<.05$ ), sözleşme metni bilinirliği ( $r=.180$ ) alt faktörü arasında ise pozitif yönlü, düşük düzeyde ve anlamlı ( $p<.05$ ) bir ilişki bulunmaktadır.

Ekonomi yorumu kabiliyeti ile riskten korunma ( $r=.521$ ) ve sözleşme metni bilinirliği ( $r=.361$ ) alt faktörleri arasında pozitif yönlü, orta düzeyde ve anlamlı ( $p<.05$ ) bir ilişkinin olduğu çıkan diğer sonuçlar arasındadır.

## 5. SONUÇ

Günümüzde bireylerin, bankaları ve bankaların sunmuş oldukları ürün ve hizmetleri kullanmaları neredeyse bir zorunluluk halini almıştır. Fakat bu ürün ve hizmetlerin kullanımı, gün geçtikçe ekonomide yaşanan gelişmelerle birlikte bankacılık kesiminin risk iştahının artması ile de zorlaşmaktadır. Sürekli olarak bankaların farklı müşteri portföylerine yönelik farklı ürün ve hizmet sunmaları, tüketicinin kafasında karışıklığa sebebiyet vermekte ve bu tür ürün ve hizmetlerin anlaşılabilirliğini olumsuz yönde etkilemektedir. Bireylerin büyük bir kısmı bu tür ürün ve hizmetlerden yararlanırken kendi bilgilerinde daha çok, çalışanlara karşı duymuş oldukları güven duygusuyla hareket etmektedirler. Bundan dolayı finansal okuryazarlık kavramı günümüzde büyük bir önem arz etmektedir. Finansal okuryazarlık kavramının günümüzde büyük önem arz etmesi ve ilerleyen yıllarda da artan bir şekilde önemini koruyacak olması finansal okuryazarlığın, finansal ürün ve hizmetleri en çok kullanan banka müşterilerine yönelik yapılması ihtiyacını ortaya çıkarmıştır.

Yapılan analiz sonuçlarına bakılarak; banka segment müşterilerinin finansal okuryazarlık seviyelerinin düşük olduğu ve çalışmanın asıl amacını oluşturan segmentler arasındaki finansal okuryazarlık düzeyinin, ticari segmentte yer alan müşterilerde daha fazla, tarımsal segmentte yer alan müşterilerde ise en az olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ticari faaliyetle uğraşan müşterilerin günlük iş akışında; mal bedellerinin, SGK, vergi, personel maaşları vs. gibi işlemlerinin birçoğunu bankalar aracılığıyla gerçekleştirmeleri, bunun dışında ticari müşterilerin kredi, çek, senet vs. işlemleriyle daha fazla muhatap olmaları ister istemez operasyonel işlemlerde daha fazla rol almalarına neden olmaktadır. Aynı zamanda büyük ticari işletmelerde, mal alım ve satımlarında yabancı para biriminin önemli bir yer tutması özellikle de ithalat ve ihracat faaliyetinde yer alan ticari müşterilerin piyasaları yakından takip etmelerine ve bunun da ekonomiyle ilgili yorum yapabilme kabiliyetlerinin gelişmesine neden olduğu söylenebilir. Birçok ticari işletmenin kredi kullanımını sırasında

diğer segment müşterilerine göre daha büyük tutarlı kredi taleplerinin olması da ister istemez bu konudaki farkındalıklarının artmasına neden olacaktır. Oysa tarımsal müşteriler, ticari müşterilere göre çok daha az bankacılık ürün ve hizmetleriyle muhatap olmaktadır. Tarımsal müşterilerin kullanmış oldukları kredi türünün özelliği gereği; genellikle yılda bir ödemeli olması ve tarımsal müşterilerin yılın belli dönemlerinde daha çok tarımsal faaliyetleri çerçevesinde mahsulleriyle ilgilenmesi ve bu müşteri grubunun bankaların alternatif dağıtım kanallarına (ATM, İnternet bankacılığı vs.) erişim olanaklarının sınırlı olmasından dolayı bankalara gelme ve işlem yapma sayılarını azalttığı düşünülmektedir. Bu durumun ise, tarımsal segment müşterilerinin bankacılık ürün ve hizmetlerine ilişkin finansal okuryazarlık seviyelerini etkilemektedir.

Ölçekte yer alan maddelerin oluşturduğu faktörlerin arasındaki ilişkinin düzeyini ve yönünü belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi çerçevesinde; her bir faktör arasında pozitif yönlü, anlamlı ve genellikle orta düzeyde ilişkinin bulunduğu diğer sonuçlar arasındadır. Bu doğrultuda; faktörlere ilişkin finansal okuryazarlık seviyesinde yaşanacak bir iyileşme diğer faktörlere yönelik finansal okuryazarlık seviyesini artırabileceği söylenebilir.

Tüm elde edilen bulgular çerçevesinde; finansal okuryazarlık düzeylerinin artırılabilmesi adına atılacak her türlü adım banka müşterilerinin yaptıkları işleri daha bilinçli ve güvenli bir şekilde yapmalarına ve bankacılık ürün ve hizmetlerinin daha az maliyetli elde edilmesine yardımcı olacaktır. Bu doğrultuda, özellikle bankaların sosyal sorumluluk çerçevesinde müşterilerine finansal okuryazarlık konusunda çeşitli eğitimler düzenlemesi faydalı olacaktır. Aynı zamanda bankaların müşterilerine özellikle kredibilityle ilgili vermiş oldukları finansal okuryazarlık eğitimi doğrultusunda, müşterilere kullanmış oldukları kredilerin vadesinde ödenmesi konusunda farkındalık yaratılmasına katkı sağlayacaktır. Bu durum da, müşteriler tarafından ödenmeyen ve bunun sonucunda bankalarca yakın izlemeye ve bir sonraki aşamada da takibe alınan krediler için bankaların, “Bankalarca Kredilerin ve Diğer Alacakların Niteliklerinin Belirlenmesi ve Bunlar İçin Ayrılacak Karşılıklara İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik”e istinaden ayırması gereken özel karşılıkların azalmasına yardımcı olacaktır. Böylece ilk olarak banka şubelerinin kârlılık rakamları artacak ve banka şube yöneticilerinin performans değerlendirmelerinde performanslarının yüksek çıkmasına neden olacaktır. Son olarak bu durum bankaların bilançolarındaki kâr rakamlarının artmasına da katkı sağlayacaktır.

### **KAYNAKLAR**

- Bayram, Seliha Seçil (2010), “Finansal Okuryazarlık ve Para Yönetimi Davranışları: Anadolu Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Uygulama” (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Büyüköztürk, Şener (2015), Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı (Genişletilmiş 21. Baskı), Pegem Akademi, Ankara.

- Capuano, Angelo - Ian, Ramsay (2011), "What Causes Suboptimal Financial Behaviour? An Exploration of Financial Literacy, Social Influences and Behavioural Economics", Financial Literacy Project, University of Melbourne Legal Studies Research Paper Series No. 540.
- Cude, J. Brenda. - Lawrance, C. Frances. - Lyons, C. Angela. - Metzger, Kaci. - Lejeune, Emily. - Marks, Loren. - Machtmes, Krisanna. (2006), "College Students and Financial Literacy: What They Know and What We Need to Learn", Eastern Family Economics and Resource Management Association, pp. 102-109.
- Er, Fikret. - Temizel, Fatih. - Özdemir, Ali. - Sönmez, Harun (2014), "Lisans Eğitim Programlarının Finansal Okuryazarlık Düzeyine Etkisinin Araştırılması: Türkiye Örneği", Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Vol. 14, No. 4, ss. 113-126.
- Gel, Oğuzhan C. (2004), Operasyonel Yönetimde Finansal Farkındalık (ikinci baskı), Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- Hastings, Justine S. - Madrian, Brigitte. C. - Skimmyhorn, William L.. (2012), "Financial Literacy, Financial Education And Economic Outcomes (No. w18412)", National Bureau of Economic Research, pp. 1-42.
- ING Bank (2015), Türkiye'nin Tasarruf Eğilimleri Araştırması-2015 1. Çeyrek Raporu.
- Jorgensen, Bryce L. (2007), "Financial Literacy Of College Students: Parental And Peer Influences", Virginia Polytechnic Institute and State University, Blacksburg, Virginia, pp. 1-82.
- Lusardi, Annamaria (2008), "Financial Literacy: An Essential Tool For Informed Consumer Choice?", (No. w14084), National Bureau of Economic Research, pp. 1-29.
- Lusardi, Annamaria. - Tufano, Peter (2009), "*Debt Literacy, Financial Experiences, And Overindebtedness*", (No. w14808), National Bureau of Economic Research, pp. 1-44.
- Özdemir, Ali. - Temizel, Fatih. - Sönmez, Harun. - Er, Fikret (2015), "Financial Literacy Of University Students: A Case Study For Anadolu University, Turkey", Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, Vol. 11, No. 24, pp. 97-110.
- Programme for International Student Assessment (PISA) (2013), "PISA 2012 Assessment And Analytical Framework- OECD 2013"
- Remund, David L. (2010), "Financial Literacy Explicated: The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy", The Journal of Consumer Affairs, Vol. 44, No. 2, pp. 276-295.
- Rooij, Maarten Van. - Lusardi, Annamaria. - Alessie, Rob (2011), "Financial Literacy And Stock Market Participation", Journal Of Financial Economics, Vol. 101, No. 2, pp. 449-472.



Sabri, Mohamad Fazli. - MacDonald, Maurice (2010), “Savings Behavior And Financial Problems Among College Students: The Role Of Financial Literacy İn Malaysia”, Cross-Cultural Communication, Vol. 6, No. 3, pp. 103-110.

Sermaye Piyasası Kurulu (2012), “Türkiye Finansal Yeterlilik Araştırması” Sonuç Raporu, <http://www.spk.gov.tr/duyurugoster.aspx?aid=20121116&subid=0&ct=f>, (07.08.2015).

Temizel, Fatih (2010), Mavi Yakalılarda Finansal Okuryazarlık, Beta, İstanbul.

Yazıcıoğlu, Yahşi - Erdoğan, Samiye (2004), “SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri”, Detay Yayıncılık, Ankara.

<http://www.financialliteracy.gov.au/> , (18.06.2015)

<http://www.fo-der.org/edit-post/> , (31.03.2015)

