



Z Kuşağının Finansal Okuryazarlık Eğilimlerinin İncelenmesine İlişkin Bir Araştırma

A Research on Investigation of Financial Literacy Tendencies of Generation Z

Benan Gök ^a, Ali Coşkun ^b

^a Öğretim Görevlisi, Faruk Saraç Tasarım Meslek Yüksekokulu,
Bursa, Türkiye

benan.gok@faruksarac.edu.tr

ORCID: 0000-0002-3817-2508

^b Dr. Öğr. Üyesi, Boğaziçi Üniversitesi, İstanbul, Türkiye

ali.coskun@boun.edu.tr

ORCID: 0000-0003-1723-1107

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru tarihi: 06.06.2020

Düzeltilme tarihi: 17.06.2020

Kabul tarihi: 22.06.2020

Anahtar Kelimeler:

Finansal Okuryazarlık,

Z Kuşağı,

Tutum,

Davranış,

Yapısal Eşitlik Modeli

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 06.06.2020

Received in revised form: 17.06.2020

Accepted: 22.06.2020

Keywords:

Financial Literacy,

Generation Z,

Attitude,

Behavior,

Structural Equality Modeling

ÖZ

Bireylerin, yaşamları boyunca finansal kararlar almak zorunda kalması, bireylerin finansal okuryazarlık konusunda gereken bilgiyi elde etmelerini gerektirmektedir. Bireyler kendi finansal kararlarından sorumludur ve bu bireyler modern dünyada daha karmaşık finansal durumlarla karşı karşıya kalmaktadırlar. Dolayısıyla, finansal okuryazarlık, özellikle gençler için giderek daha önemli hale gelmektedir. Bu çalışma, Türkiye’de Z kuşağına mensup olan bireylerin finansal okuryazarlık konusundaki bilgi seviyelerinden hareketle onların finansal algı ve tutumlarının harcama davranışlarını nasıl etkilediğini ölçmeye çalışmaktadır. Çalışma, kolayda örneklem yöntemiyle elde edilen 400 veri, yapısal eşitlik modellemesi ile analiz edilmiştir. Araştırma sonuçları, Z kuşağının finansal konulardaki algı ve tutumları, harcama üzerinde negatif etkiye sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Elde edilen bu bulgu, Z kuşağının finansal konulardaki algı ve tutum düzeyleri arttıkça onların günlük yaşamlarındaki harcamalarını azalttığını göstermektedir.

ABSTRACT

The fact that individuals have to make financial decisions throughout their lives requires that individuals acquire the necessary knowledge about financial literacy. Individuals are responsible for their own financial decisions, and these individuals face more complex financial situations in the modern world. Therefore, financial literacy is becoming increasingly important, especially for young people. This study attempts to measure how financial perception and attitudes of individuals belonging to the Z generation in Turkey influence their spending behavior according to their level of knowledge on financial literacy. The study analyzed 400 data obtained by easy sampling method with structural equality modeling. The research results show that the Z generation's perceptions and attitudes on financial issues have a negative impact on spending. This finding shows that the Z generation has reduced their spending in their daily lives as their perception and attitudes in financial matters have increased.

Atıf Bilgisi / Reference Information

Gök, B. ve Coşkun, A. (2020). Z Kuşağının Finansal Okuryazarlık Eğilimlerinin İncelenmesine İlişkin Bir Araştırma. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 6 (1), Yaz, s.356-366.



1. Giriş

Finansal okuryazarlık, bir bireyin kişisel, aile ve küresel topluluk hedeflerini en iyi şekilde yerine getirebilmesi için finansal konularda etkili önlemleri güvenle aldığı bilgi ve beceriler kümesi olarak tanımlanmaktadır (Arthur, 2012: 163; Kaur vd., 2015: 144). Finansal okuryazarlık, bireylerin yaşamlarının erken dönemlerinde ortaya çıkan ve bireylerin dış çevreleriyle etkileşimleri aracılığıyla onların yaşamları boyunca şekillenmektedir (Pesando, 2018: 488). Tüketiciler için finansal okuryazarlık önemli bir konu olmakla birlikte özellikle gençler için gerekli görülmektedir. Çünkü gençler, günümüzün zorlu finansal ortamlarında genç yaşta finansal kararlar almaktadırlar. Bu da gençlerin yaşamlarının erken dönemlerinde karşılaştıkları finansal hataların yüksek maliyetle sonuçlanmasına sebebiyet vermektedir (Cameron vd., 2013: 201-202). Özellikle gençlerin, büyük miktarlarda öğrenci kredisi veya kredi kartı borçları endişe kaynağı olabilmekte ve bu durum, onların birikim yapma yeteneklerini kısıtlayabilmektedir. Bu nedenle, genç borçluların finansal hatalara daha duyarlı olabilmesi için finansal okuryazarlığın önemi ortaya çıkmaktadır (Agarwal vd., 2009: 53). Günümüzde gençlerin, düşük düzeyde finansal okuryazarlık bilgisine sahip olduklarına dair kanıtlar olmasına rağmen, bu gençlerin uzun vadede finansal okuryazarlık bilgileri aracılığıyla onların yaşamlarını değiştiren kararlar vermeleri beklenmektedir (Lusardi vd., 2010). Bu kapsamda, özellikle teknolojik çağın merkezinde yer alan ve daha hızlı edindikleri bilgileri kullanabilme becerilerine sahip olan Z kuşağının harcama ve tasarruf konularındaki tutum ve davranış düzeylerinin nasıl olduğunu araştırmak bu çalışma için değerli bir araştırma sorunsalı olmaktadır.

2. Finansal Okuryazarlık

Artan küresel rekabet ve teknolojik gelişmeler ile birlikte, piyasalara sunulan sayısız finansal ürün, finansal farkındalığın değerinin anlaşılmasını sağlamıştır (Worthington, 2006). Özellikle dünyadaki artan nüfus dikkate alındığında ülkelerin giderek tasarruf yapma bilincine sahip olduğu görülmektedir. Bu ülkeler, bireysel finansal sorumluluğa öncelik vermiş ve finansal planlama yapmayı ihtiyaç olarak görmüşlerdir. Böylelikle finansal sorumluluk ve tasarruf bilincinin gündemde oluşu finansal okuryazarlık kavramının değerini ortaya çıkarmaktadır (Marcolin ve Abraham, 2006).

Finansal okuryazarlık, bireylerin para kullanımı ve yönetimi hakkında bilinçli kararlar verme becerisi olarak ifade edilirken (Noctor vd., 1992: 4); başka bir tanımda, bir banka hesabını kontrollü kullanmak, bütçeler hazırlamak, geleceğe yönelik tasarruf yapmak ve borç yönetmek için stratejiler oluşturmak olarak tanımlanmaktadır (CBF, 2004: 1). Daha geniş bir tanımda ise, bireylerin bütçeleme, harcama, tasarruf, yatırım yapma ve geleceğe yönelik planlamaya kadar tüm yönleriyle bilinçli ve kendine güvenen kararlar verilmesi olarak tanımlanmaktadır (Roy Morgan Research, 2014: 1). Bu ifadeler ışığında finansal okuryazarlık, finansal kaynakları verimli ve etkin bir biçimde yönetmek için bilgi ve becerileri kullanma yeteneği olduğu anlaşılmaktadır. Finansal okuryazarlık, bir bireyin tasarruf ve birikim yapması, sorunlara çözüm bulunabilmesi finansal refahın artmasına sebep olmaktadır. Finansal refah, bir bireyin mevcut ve devam eden mali yükümlülüklerini tam olarak yerine getirebileceği, finansal geleceğinde güvende hissedebileceği ve hayattan zevk almasına izin veren seçimler yapabileceği bir durum olarak tanımlanmaktadır (CFPB, 2017: 6).

Finansal okuryazarlık kavramı ilk olarak ABD’de 1787’de konu edilmektedir. John Adams’ın (Amerika Birleşik Devletleri tarihindeki ilk Başkan Yardımcısı ve 2. Başkandır), Thomas Jefferson’a (Dış işleri bakanı) yazdığı bir mektupta, ABD’de yaşayan bireylerin finansal bilgi eksikliğinden kaynaklanan sıkıntıların üstesinden gelebilmek için ülkenin finansal okuryazarlık ihtiyacının olduğunu belirtmektedir (Garg ve Singh, 2018: 174). Öyle ki günümüzde bile, dünyanın dört bir yanındaki hükümetler, finansal eğitim için ulusal stratejilerin oluşturulması veya geliştirilmesi yoluyla nüfuslarının finansal okuryazarlık düzeylerini iyileştirmek için etkili yaklaşımlar bulmakla ilgilenmektedir (Atkinson ve Messy, 2012). Çünkü, finansal okuryazarlık yoluyla bireyler, günlük yaşamlarında tasarruf ve birikim yapabilme, finansal problemlere çözüm bulabilme becerilerine sahip olmaktadır. Diğer bir ifadeyle, bireylerin finansal okuryazarlık düzeylerinin yüksek oluşu ülke refahını artırmaktadır ve ülkenin finansal sistemdeki başarısına etki etmektedir. Dolayısıyla, bir ülkenin ekonomisinin büyümesinde o ülkenin finansal başarısı

önemli olmaktadır. Finansal başarının öncülü ise finansal okuryazarlık olduğu belirtilmektedir (Lusardi ve Mitchell, 2007).

Finansal okuryazarlık kavramının finansal bilgi kavramına göre daha derin bir anlam içermesi bahsi geçen kavramların eşanlamlı olarak görülmemesi gerektiğinin altı çizilmektedir. Daha kapsamlı bir ifadeyle, bir bireyin finansal bilgiye sahip olması onun finansal okuryazar olduğu anlamına gelmemektedir. Yani, bireyin, finansal okuryazar olduğu düşünüldüğünde, onun aldığı kararı uygulayabilme özgüvenine ve becerisine sahip olması gerekmektedir. Özetle, finansal okuryazarlık, bireyin sahip olduğu finansal bilgiler ışığında çeşitli alternatifler arasından uygun finansal hedefi seçme ve harekete geçmedeki beceri sürecini içermektedir (Potrich ve Vieira, 2016: 358).

Finansal okuryazarlık, temel bir tüketici becerisi olarak belirtilmiştir (Atkinson ve Messy, 2012) ve özellikle bireylerin kendilerini parasal sıkıntılara karşı savunmasız oldukları zor zamanlarda önemlidir (Borodich vd., 2010). Dolayısıyla, finansal okuryazar olmak, etkili finansal kararlar vermeyi sağlamakla birlikte, finansal konularda yanlış yönlendirilmeyi engellemektedir yani, bireylerin finansal sorunlarla karşılaşma olasılığını en aza indirmektedir (Marcolin ve Abraham, 2006). Tüketicilerin finansal okuryazarlıkları arttıkça tasarruf ve yatırım kararlarına daha duyarlı hâle gelmekte ve günlük finansal seçimler yapmak için daha becerikli olmaları beklenmektedir (Nejad ve Javid, 2018: 784-785). Kötü finansal okuryazarlık ise sadece kişisel mali işlere olumsuz etki etmekle kalmaz, aynı zamanda küresel finansal krizle ilişkili ağırlaştırıcı faktörlerden biri olarak gösterilmektedir (Gerardi vd., 2010).

3. Z Kuşağında Finansal Okuryazarlık

İnternet kuşağı (Gen I) ya da gerçek dijital yerliler olarak da bilinen Z kuşağı, 2000 ve 2020 arasında doğan bireyleri kapsamına almaktadır (Frunzaru ve Cismaru, 2018; Lainer, 2017: 289; Koksall, 2019: 462). Z kuşağını temsil eden bireyler, hırslı ve materyalist karakterlere sahip olmalarıyla birlikte bilgiye daha hızlı erişim sağlayıp değerlendirme yapabilme becerilerine sahiptir (Patranabis, 2012: 97). Z kuşağının yaşamlarının büyük bir parçası teknolojidir. Teknoloji aracılığıyla bilgi ve etkileşim Z kuşağı için son derece önemlidir. Bu sayede, Z kuşağının yaratıcı, yenilikçi ve değişen bir ortamda çoklu görevleri yönetme becerilerinin olduğu varsayılmaktadır (Lainer, 2017: 289). Ayrıca Z kuşağı üyeleri daha akıllı, daha özgüvenli ve daha önceki kuşaklara göre bilgileri daha hızlı işleyebilmektedir (İgel ve Urquhort, 2012: 16). Araştırmacılar, Z kuşağını, çoğunlukla önceki kuşakların baharı olarak görmektedirler. Bunun sebebini ise, internet, akıllı telefonlar, dizüstü bilgisayarlar ve dijital ortamın neden olduğu değişiklikler sırasında büyütülmüş olmalarıyla açıklamaktadırlar (Robinson ve Schänzel, 2019).

ABD'de, Z kuşağı nüfusun dörtte birini oluşturmaktadır. Söz konusu kuşak, Amerikan ekonomisine 44 milyar dolar katkıda bulunmakta ve bu kuşağın aile harcamalarındaki karşılığı 600 milyar dolar olduğu belirtilmektedir. Ayrıca, Z kuşağı 2020 yılına kadar ABD, Avrupa ve BRIC (Brazilya, Rusya, Hindistan ve Çin) ülkelerindeki tüketicilerin yüzde 40'ını temsil edeceği ve bu kuşağın en güçlü harcama yapan bireyler olacağı öngörülmektedir (Robinson ve Schänzel, 2019). Özellikle Z kuşağı, yüksek işsizlik oranları, yüksek banka kredileri ve yaşanan küresel ekonomik krizler nedeniyle finansal stres yaşayan ebeveynlerine tanık olmaktadır. Bu tür stres yaşayan ebeveynlerin davranışları Z kuşağını etkileme potansiyeline sahiptir. Birçok Z kuşağı bireyleri, evlerinde yaşanan mali sıkıntılar nedeniyle finansal yönetim bilincine sahip olabilmektedir (Turner, 2015: 104).

Gençlerin finansal okuryazarlık becerilerinin olması gerektiği bilinci her geçen gün önem kazanmaktadır. Özellikle gençlere sunulan krediler ve finans kuruluşlarının sunduğu faizsiz ödeme seçenekleri karşısında bu gençler, finans sektörüne daha hızlı maruz kalmalarına sebep olmaktadır (Artavanis ve Karra, 2020: 382-383). Dolayısıyla gençlerin erken borca girmeleri yaşam boyu potansiyel para birikimlerini kısıtlayabilmektedir. Bu tür sorunlar, gençlerin kişisel finans hakkında ne bildiklerini ya da bilmediklerini, borçlara karşı tutumlarının ne olduğunu ve finansal kararlar alırken ne ölçüde ileri görüşlü olduklarını belirlemek önemlidir (Lusardi vd., 2010).

Mandell (2006), gençlerin lise yıllarının finansal okuryazarlık gelişimi için kritik önemde olduğunun altını çizmektedir. Çünkü bu yılların birçok önemli finansal kararların verildiği zamana en yakın dönem



olduğunu belirtmektedir. Ancak, alan yazın incelendiğinde araştırmacılar, finansal okuryazarlığı geliştirmeye yönelik eğitim desteğinin etkisi konusunda farklı sonuçlar bulmuşlardır. Bazı araştırmacılar, lise öğrencileri üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmalarda, etkin bir finansal okuryazarlık için finansal bilginin geliştirilmesi ve bu bilginin uygulanmasında olumlu sonuçların ortaya çıktığını tespit etmişlerdir (Gellman, 2011; Walstad vd., 2010; Danes vd., 2013). Ancak, Mandell (2008) lise son sınıf öğrencileri üzerinde yaptığı çalışmada, para yönetimi ve kişisel finans alanında eğitim almış öğrencilerin finansal okuryazarlık tutum ve davranışlarını olumlu etkilemediği bulgusuna ulaşmıştır. Diğer araştırmacılar ise gençlerin finansal davranışlarının değiştirilmesinde finansal okuryazarlık eğitimini sorgulamışlar ve uygulanan eğitim sonrasında bu gençlerde finansal tutum ve davranış değişikliğinin olmadığını tespit etmişlerdir (Collins ve O'Rourke, 2010; Adams ve Rau, 2011; Hastings vd., 2013).

Alan yazında yer alan ampirik çalışmalardaki farklı sonuçlara rağmen araştırmacılar, gençler üzerinde finansal eğitimi geliştirmek için farklı teknikler önermektedirler. Tosey (2002), finansal okuryazarlık eğitiminde rol yapma, uygulamaya dayalı öğrenme, simülasyon egzersizleri, uygulamalı karşılaşmalar ve grup çalışması yapılmasının deneyimsel öğrenmenin işlevselliğini vurgulamıştır. Johnson ve Sherraden (2007), öğrencilerin eğitimlerde öğrendikleri finansal bilgileri uygulayabilmeleri için finansal kurumlarla işbirliği yapılması gerektiğini belirtmektedir. Bu araştırmacılar, gençlerin finansal okuryazarlık eğitimleri konusunda bir eyleme geçmeden önce onların bilişsel ve duygusal durumlarını, tutumlarını, kişilik faktörlerini ve yaş gibi çeşitli unsurları dikkate almaları gerektiğinin altı çizilmektedir.

4. Araştırma Sorunsalı

Genel olarak yukarıdaki literatürde, finansal okuryazarlığın bireylerin finansal konularda daha başarılı kararlar vermeleri için gerekli görüldüğü vurgulanmaktadır. Özellikle, Türkiye gibi gelişmekte ve genç nüfusa sahip ülkelerin, gençler üzerinde finansal okuryazarlık çalışmaları yapmaları, gençlerin tasarruf yapabilme ve finansal sorunlara çözüm bulabilme becerileri elde etmelerini sağlar. Bu kazanım gençlerin uzun vadede finansal refahını artırır. Bir ülkede yaşayan fertlerin finansal refahlarının yüksek oluşu o ülke ekonomisinin büyümesine bağlıken, finansal ferah ise finansal okuryazarlığın başarısına bağlıdır. Böyle bir önem karşısında, gençlere finansal okuryazarlık becerileri kazandırmaya yönelik etkili eğitim politikaları ve müfredatın oluşturulması gereklidir. Bu çalışma, Türkiye'deki Z kuşağı gençlerinin mevcut finansal algı ve tutumlarının harcama davranışlarını nasıl etkilediğini ölçmeye çalışmaktadır. Kapsamlı literatür çalışmaları ışığında bu çalışmada, düşük finansal bilgi düzeyleriyle hareket eden Z kuşağı gençlerinin günlük yaşamlarındaki harcama davranışlarının yüksek olacağı varsayılmaktadır.

5. Araştırmanın Metodolojisi

Araştırmanın sorunsalını incelemek üzere yapısal eşitlik modelleme analizinden yararlanılmıştır. Bahsi geçen model ve ulaşılan bulgular aşağıda ifade edilmiştir.

5.1. Araştırmanın Örneklemi

Bu araştırmanın örneklemini, 2007 ve 2020 yılları arasında doğan Türk gençleri olarak belirlenmiştir. Z kuşağına ulaşabilmek için bu kuşağın sosyal medyada daha fazla vakit geçirdiği platformlara ulaşılmıştır. Bu platformların yöneticilerinden izin alınarak, anketler yerleştirilmiş ve Z kuşağından anketi doldurmaları istenmiştir. Bu kapsamda, Z kuşağına dijital ortamda kolayda örnekleme yöntemi uygulanmıştır. Araştırma kapsamında 417 bireye anket uygulanmış olup, 17 anket formunun eksik ve hatalı veriler içermesi sebebiyle analizler 400 anket üzerinden gerçekleştirilmiştir. Örneklemin demografik profili Tablo 1 üzerinden özetlenmiştir:

Tablo 1: Araştırmanın Örneklemine İlişkin Bilgiler

		<i>n</i>	%
<i>Cinsiyet</i>	<i>Erkek</i>	152	38,0
	<i>Kadın</i>	248	62,0
<i>Yaş</i>	<i>13 yaş</i>	31	7,7
	<i>14 yaş</i>	41	10,2
	<i>15 yaş</i>	47	11,7
	<i>16 yaş</i>	52	13,0
	<i>17 yaş</i>	80	20,0
	<i>18 yaş</i>	62	15,5
	<i>19 yaş</i>	87	21,7
<i>Aylık ne kadar harcıyorsunuz? (Fast food, oyun, alışveriş vs.)</i>	<i>0-500 TL</i>	240	60,0
	<i>501-1000 TL</i>	72	18,0
	<i>1001-1500 TL</i>	38	9,5
	<i>1501 TL ve üzeri</i>	50	12,5

Katılımcıların, %38,0'ı (n=152) erkek iken, %62,0'si (n=248) kadındır. Yaşları %7,7'sini (n=31) 13 yaş iken, %10,2'sinin (n=41) 14, %11,7'sinin (n=47) 15, %13,0'ünün (n=55) 16, %20,0'sinin (n=80) 17, %15,5'inin (n=62) 18, %21,7'sinin (n=87) ise 19 yaşındadır. Aylık harcamaları, %60,0'ının (n=240) 0-500 TL iken, %18,0'ünün (n=72) 501-1000 TL, %9,5'inin (n=38) 1001-1500 TL, %12,5'inin (n=50) ise 1501 TL ve üzeridir.

5.2. Veri Toplama Yöntem ve Aracı

Araştırmada nicel araştırma yöntemi olan anket tekniği kullanılmıştır. Anket, örneklemin finansal okuryazarlık konusundaki dört temel (ilgi, algı, tutum ve harcama) performansını test etmeye çalışmıştır. Ankette bulunan ifadelerin yanıtları “Kesinlikle katılmıyorum... Kesinlikle katılıyorum” şeklindeki 5’li Likert derecelendirme ölçeğine göre hazırlanmıştır. Anket, demografik sorular da dâhil olmak üzere 18 sorudan oluşmaktadır. Ankette cinsiyet, yaş, gelir düzeyi gibi standart bilgilerden elde edildiği demografik sorular bulunmaktadır. Bu araştırmada, anketin ölçek soruları Sarıgül (2015) tarafından geliştirilmiş 14 sorudan oluşan “Finansal Okuryazarlık Tutum ve Davranış Ölçeği: Geliştirme, Geçerlik ve Güvenirlik” isimli çalışmasından alınmıştır. Bahsi geçen ölçek, 14 soru 4 boyuttan oluşmaktadır. Araştırma yer alan verilerin demografik profillerini değerlendirmek için frekans ve yüzdeler yöntemi kullanılmıştır. Araştırma modelini test etmek için doğrulayıcı faktör analizi yapılmış ve ölçüm modelinin güvenilirliği ve geçerliliği test edilmiştir. Daha sonra, önerilen model yapısal eşitlik modeli kullanılarak test edilmiştir. Yapısal eşitlik modelinin yapısal geçerliliğini belirlemek için χ^2 / sd oranı, CFI, GFI, AGFI, NFI, RMSEA ve RMR indeksleri kullanılmıştır. Verilerin analizinde tanımlayıcı istatistikler için SPSS paket programı, SEM için LISREL programı kullanılmıştır.



5.3. Bulgular

Tablo 2: Faktör Analizi Sonuçları

Faktör	Faktör Yüğü	Özdeğer	Açıklanan Varyans (%)
Harcama			
HA1. Alışveriş yapmak mutluluğum için çok önemlidir.	.593	2,697	29,971
HA2. Harcamalarımı kontrol etmekte zorlanırım.	.840		
HA3. Paramın nasıl bittiğini anlamam.	.807		
Tutum			
TU1.Planlanmamış harcamalarım için köşede para bulunduyorum.	.668	1,554	17,265
TU2. Alışveriş yaparken fiyatları kıyaslarım.	.805		
TU3. Birşey satın alırken finansal durumumu dikkate alırım.	.758		
Algı			
AL1. Finansal planlama ve bütçe çok parası olanlar için gereklidir.	.670		
AL2. Günlük ve haftalık gibi kısa dönemler için harcama planı yapmak gereksizdir.	.790	1,269	14,101
AL3. Ne yaparsam yapayım finansal durumumda bir değişiklik olmaz.	.792		

Araştırmada kullanılan ölçeğin orijinali, 4 faktörden (harcama, tutum, algı, ilgi) oluşmaktadır. Bu araştırmanın açıklayıcı faktör analizinin faktör yükü en az 0,30 olarak dikkate alınmıştır. Faktör analizinde kullanılan Temel Bileşenler Analizi ve Varimax Dik Döndürme yöntemi neticesinde, faktör yükleri 0,30'un altında ve binişik olan maddeler atılmıştır. Dolayısıyla, *ilgi* faktöründe yer alan 3 madde, *harcama* faktöründe yer alan "Para, harcanmak içindir, biriktirmek için değil" maddesi ve *tutum* faktöründe yer alan "Haftalık ve aylık harcama planları yaparım." maddesi çıkarılmıştır. Sonuç olarak, araştırmada kullanılan ölçek, 3 faktör 9 madde ile araştırmaya devam edilmiştir.

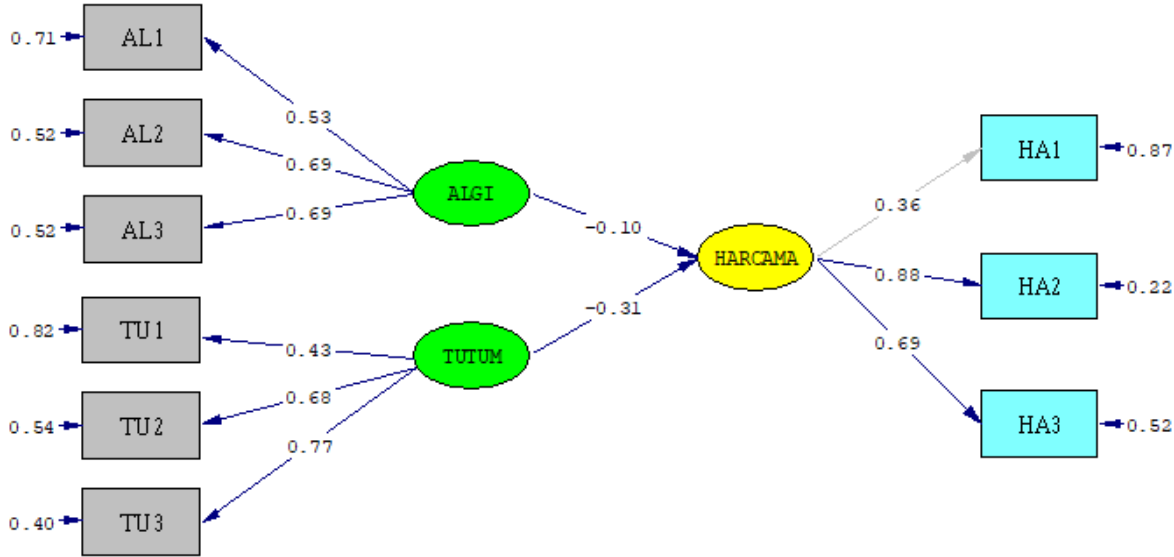
Tablo 2'deki açıklayıcı faktör analizi sonuçlarına göre Harcama (HA), Tutum (TU) ve Algı (AL) olmak üzere 3 faktörden oluşmaktadır. Faktörlerin özdeğerleri, varyans açıklama oranları ve her bir maddenin faktör yükleri verilmiştir. Bu üç faktörün toplam varyans açıklama oranı 61,33 olarak hesaplanmıştır. Söz konusu ölçeğin faktör yükleri incelendiğinde, harcama faktörü 0,593 ve 0,807 arasında; tutum faktörü 0,668 ve 0,805 arasında; algı faktörü ise 0,670 ve 0,792 arasında olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 3: Ölçeğin İçsel Tutarlılığı

Finansal Okuryazarlık Tutum ve Davranış Ölçeği	İfade Sayısı	Cronbach's Alpha
Harcama	3	0,748
Tutum	3	0,753
Algı	3	0,766

Yukarıda yer alan Tablo 3’te araştırmada kullanılan “Finansal Okuryazarlık Tutum ve Davranış” ölçeğinin içsel tutarlılıklarına ilişkin Cronbach’s Alpha değerleri bulunmaktadır. Elde edilen değerlerin kabul sınırları içerisinde yer aldıkları tespit edilmiştir.

Şekil 1: Yapısal Eşitlik Modeli



Chi-Square=64.90, df=24, P-value=0.00001, RMSEA=0.065

Araştırmanın yapısal eşitlik model sonuçları Şekil 1’de görülmektedir. Buna ek olarak araştırmanın uyum indeksi sonuçları Tablo 4’te verilmektedir.

Tablo 4: Uyum İyiliği İstatistikleri

Model Uyum Kriteri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Model
RMSEA	$0 \leq RMSEA \leq 0.05$	$0.05 < RMSEA \leq 0.08$	0.06
NFI	$0.95 \leq NFI \leq 1$	$0.90 \leq NFI < 0.95$	0.92
CFI	$0.97 \leq CFI \leq 1$	$0.95 \leq CFI < 0.97$	0.95
SRMR	$0 \leq SRMR \leq 0.05$	$0.05 \leq SRMR < 0.10$	0.057
GFI	$0.95 \leq GFI \leq 1$	$0.90 \leq GFI < 0.95$	0.97
AGFI	$0.90 \leq AGFI \leq 1$	$0.85 \leq AGFI < 0.90$	0.93

Tablo 4 incelendiğinde model çıktılarının kabul edilebilir uyum ile mükemmel uyum arasında olduğu bulunmuştur. Bu uyum iyiliği kriterlerinin yanı sıra, $\{\chi^2/df\}$ değeri 3’ten düşükse, kabul edilebilir bir uyum olduğu anlamına gelmektedir (Yaşlıoğlu, 2017: 81). Bu model için $64,90/24 = 2.70$ olarak elde edilmiştir. Diğer bir deyişle, araştırma modelinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir.



Finansal algı gizil değişkeni için faktör yükleri 0,53 ve 0,69 arasında değişmekte, *finansal tutum* gizil değişkeni için faktör yükleri 0,43 ve 0,77 arasında değişmekte ve *finansal harcama* gizil değişkeni için faktör yükleri ise 0,36 ve 0,88 arasında değişmektedir. Standardize edilmiş regresyon (*Beta*) katsayıları incelendiğinde, algı düzeyinin harcama üzerinde negatif bir etkiye sahip olduğu ($B=-0,10$; $p<0,01$), tutum düzeyinin ise harcama üzerinde negatif bir etkiye sahip olduğu ($B=-0,31$; $p<0,01$) görülmektedir. Ortaya çıkan bu bulgulardan hareketle, harcama değişkenini açıklamada algı değişkeninin tutum değişkenine göre daha fazla etkiye sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

6. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'deki Z kuşağı gençlerinin mevcut finansal algı ve tutumlarının harcama davranışlarını nasıl etkilediğini ölçmeye çalışmaktadır. Bu çalışmada, düşük finansal bilgi düzeyleriyle hareket eden Z kuşağı gençlerinin günlük yaşamlarındaki harcama davranışlarının yüksek olacağı varsayılmıştır. Diğer bir deyişle, finansal konular hakkında yeterince bilgi sahibi olmayan bu gençlerin, daha fazla harcama yapacakları düşünülmüştür. Araştırma sonuçları, Z kuşağının finansal konulardaki mevcut algı ve tutumları harcama üzerinde negatif etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Elde edilen bu bulgu, Z kuşağının finansal konulardaki algı ve tutum düzeylerinin düşük olması onların günlük yaşamlarındaki finansal harcamalarını artıracığına işaret etmektedir. Dolayısıyla araştırma verilerinden elde edilen sonuç, araştırma sorusunu desteklemektedir. Bu sonuç, Z kuşağı gençlerinin yenilikçi, elde ettikleri bilgileri daha hızlı kullanabilme ve birçok görevi üstlenebilme gibi temel özellikleri göz önüne alındığında, bu gençlere finansal okuryazarlık eğitimi verilmesi onların finansal konularda daha bilinçli harcama ve tasarruf yapma davranışları göstermelerini sağlayacaktır. Böylece, Türk Z kuşağı gençleri arasında harcama ve tasarruf düzeyleri finansal refah başarısının temel göstergeleri olacaktır. Bir ülkede yaşayan vatandaşların refahı büyük ölçüde finansal refaha bağlı olmaktadır. Bu sebeple, tüm nüfusun gelecekteki yaşam kalitesinin gelişmesinde finansal eğitimin payı büyüktür. Her birey için gerekli olan temel finansal bilgilerin sunulması finansal konularda eğitilmiş yeni nesil bireylerin oluşmasına olanak sağlayacaktır. Bu sayede, genç bireylerin kişisel finansal eğitim almaları uzun vadede ülkenin finansal sisteminin daha etkin işlemesine katkı sağlayacaktır. Özellikle bugün şirketlerin gündeminden sosyal sorumluluk faaliyetleri eksik olmamaktadır. Bu bağlamda, şirketlerin toplum yararını göz önüne alarak özellikle ortaöğretim gençlerine finansal okuryazarlık eğitim girişimlerinde bulunmaları hem ülkemizin uzun dönemde finansal refahına katkı sağlayan adımlar olacak hem de şirket için önemli bir sosyal sorumluluk faaliyeti olacaktır. Bunun gibi kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarını etkin bir şekilde uygulayan ve bunu topluma hissettirebilen şirketler, toplumun güvenini elde ederek kurumsal itibar algısı oluşturabilecektir. Buna ek olarak, bugünün Z kuşağı gelecekte yönetici adayları olacağı düşünülürse, bu gençlerin finansal okuryazarlık eğitimlerini erken yaşta almaları gelecekte şirket yönetiminin sürdürülebilirliğine dolaylı bir etkisi de olsa fayda sağlayacağı düşünülmektedir. Bu çalışmada sorgulanan finansal algı ve tutumların harcama davranışlarını nasıl etkilediği sorunsalı, farklı kuşaklardan veri toplanarak karşılaştırmalı olarak incelenmesi gelecek çalışmalara önerilebilir.

Bu araştırmanın birtakım kısıtları mevcuttur. Araştırmanın verileri, küçük örneklem boyutundan elde edilmesinden dolayı kısıtlıdır. Örneklem boyutu farklı demografik profildeki Z kuşağı gençlerinin dâhil edilmesiyle artırılabilir. Bu çalışmadan elde edilen sonuçlar, Türkiye'deki Z kuşağının finansal okuryazarlık düzeylerini anlamada pilot bir çalışma olarak hareket ederken, tüm nüfus için daha kapsamlı sonuçlar elde etmede sınırlıdır. Bu nedenle, ülke genelinde yapılacak hane halkı araştırması, Türkiye'deki finansal bilgi düzeyinin derinlemesine değerlendirilmesine imkân verecektir. Ülke genelinde yapılacak bir çalışmadan çıkan sonuç, ülkenin mali kapasitesini artırmak için programlar belirlenmesine ve tüm nüfusun öncelikli hangi profillerine odaklanması gerektiğine ışık tutacaktır. Araştırma bulguları, araştırma verilerinin elde edilmiş olduğu süreç Şubat ve Mart 2020 ile kısıtlıdır.

Kaynakça

Adams, G., & Rau, B. (2011). Putting off Tomorrow to Do What You Want Today: Planning for Retirement. *American Psychologist*, 66(3): 180-192.



- Agarwal, S., Driscoll, J C., Gabaix, X., & Laibson, D. (2009). The Age of Reason: Financial Decisions over the Life Cycle and Implications for Regulation. *Brookings Papers on Economic Activity*, 2009: 51-101.
- Arthur, C. (2012). Financial Literacy Education for Citizens: What Kind of Responsibility, Equality and Engagement?. *Citizenship, Social and Economics Education*, 11(3): 163-176.
- Atkinson, A., & Messy, F. (2012). Measuring Financial Literacy: Results of the OECD/International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study. Working Paper, No. 15, *OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions*, Paris: OECD Publishing, doi.org/10.1787/5k9csfs90fr4-en.
- Borodich, S., Deplazes, S., Kardash, N., & Kovzik, A. (2010). Comparative Analysis of The Levels of Financial Literacy among Students in the US, Belarus, and Japan. *Journal of Economics and Economic Education Research*, 11(3): 71-86.
- Cameron M P., Calderwood, R., Cox, A., Lim, S., & Yamaoka, M. (2013). Personal Financial Literacy among High School Students in New Zealand, Japan and the USA. *Citizenship, Social and Economics Education*, 12(3): 200-215.
- CFPB, Consumer Financial Protection Bureau (2017). CFPB Financial Well-being Scale: Scale Development Technical Report.
- CBF, Commonwealth Bank Foundation (2004). Improving Financial Literacy in Australia: Benefits for The Individual and the Nation. *Commonwealth Bank Foundation*, Sydney.
- Collins, M., & O'Rourke C. (2010). Financial Education and Counseling-Still Holding Promise. *Journal of Consumer Affairs*, 44(3): 483-498.
- Danes, S M., Rodriguez, M C., & Brewton, E K. (2013). Learning Context When Studying Financial Planning in High Schools: Nesting of Student, Teacher, and Classroom Characteristics. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 24(2): 20-36.
- Frunzaru, V., & Cismaru, D.M. (2018). The Impact of Individual Entrepreneurial Orientation and Education on Generation Z's Intention Towards Entrepreneurship. DOI 10.1108/K-05-2018-0272.
- Garg, N., & Singh, S. (2018). Financial Literacy among Youth. *International Journal of Social Economics*, 45(1): 173-186.
- Gellman, S. (2011). *Financial Fitness for Life: Teacher Guide Grades 9-12*. 3.ed., New York: Council for Economic Education.
- Gerardi, K., Goette, L., & Meier, S. (2010). Financial Literacy and Subprime Mortgage Delinquency: Evidence from A Survey Matched to Administrative Data. *Federal Reserve Bank of Atlanta Working Paper 2010-10*, Atlanta: Federal Reserve Bank of Atlanta.
- Hastings, J S., Madrian, B C., & Skimmyhorn, W L. (2013). Financial Literacy, Financial Education, and Economic Outcomes. *Annual Review of Economics*, 5(1): 347-373.
- Igel, C., & Urquhort, V. (2012). Generation Z, Meet Cooperative Learning. *Middle School Journal*, 43(4): 16-21.
- Johnson, E., & Sherraden, M S. (2007). From Financial Literacy to Financial Capability among Youth. *The Journal of Sociology and Social Welfare*, 34: 119-145.
- Kaur, M., Vohra, T., & Arora, A. (2015). Financial Literacy among University Students: A Study of Guru Nanak Dev University, Amritsar, Punjab. *Asia-Pacific Journal of Management Research and Innovation*, 11(2): 143-152.



- Koksal, M H. (2019). Differences among Baby Boomers, Generation X, Millennials, and Generation Z Wine Consumers in Lebanon Some Perspectives. *International Journal of Wine Business Research*, 31(3): 456-472.
- Lanier, K. (2017). 5 Things HR Professionals Need to Know about Generation Z. *Strategic HR Review*, 16(6): 288-290.
- Lusardi, A., & Mitchell, S. (2007). Baby Boomer Retirement Security: The Roles of Planning, Financial Literacy, and Housing Wealth. *Journal of monetary Economics*, 54(1): 205-224.
- Lusardi, A., Mitchell, O., & Curto, V. (2010). Financial Literacy among the Young. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2): 358-380.
- Mandell, L. (2006). Financial Literacy: If it's so Important, Why isn't it Improving?. *Networks Financial Institute Policy Brief*, Terre Haute: Networks Financial Institute, Indiana State University, DOI: 10.2139/ssrn.923557.
- Mandell, L. (2008). Financial Literacy of High School Students. Ed. Xiao JJ, in *Handbook of Consumer Finance Research*, pp.163-183, London: Springer.
- Marcolin, S., & Abraham, A. (2006). Financial Literacy Research: Current Literature and Future Opportunities. Eds. P. Basu, G. O'Neill, A. Travaglione, in *Proceedings of the 3rd International Conference on Contemporary Business*, Leura New South Wales, Bathurst: Faculty of Commerce, Charles Sturt University.
- Nejad, M G., & Javid, K. (2018). Subjective and Objective Financial Literacy, Opinion Leadership, and the Use of Retail Banking Services. *International Journal of Bank Marketing*, 36(4): 784-804.
- Noctor, M., Stoney, S., & Stradling, R. (1992). Financial Literacy: a Discussion of Concepts and Competences of Financial Literacy and Opportunities for its Introduction into Young People's Learning. Report Prepared for the National Westminster Bank, *National Foundation for Education Research*, London.
- Patranabis, C I. (2012). The Future of Workforce Management: Perspectives and Way ahead. in *Today's HR for a Sustainable Tomorrow*, Eds. Mishra, R K., Sarkar, S., Singh, P., pp. 92-99, New Delhi: Allied Publishers.
- Pesando, M. (2018). Does Financial Literacy Increase Students' Perceived Value of Schooling?. *Education Economics*, 26(5): 488-515.
- Potrich, G., Vieira, K M., & Mendes-Da-Silva, W. (2016). Development of A Financial Literacy Model for University Students. *Management Research Review*, 39(3): 356-376.
- Robinson, M., & Schänzel, H. A. (2019). A Tourism Influx: Generation Z Travel Experiences. *Journal of Tourism Futures*, DOI: 10.1108/JTF-01-2019-0014
- Roy Morgan Research (2014). ANZ Survey of Adult Financial Literacy in Australia. *Final Report*, Melbourne.
- Sarıgül, H. (2015). Finansal Okuryazarlık Tutum ve Davranış Ölçeği: Geliştirme, Geçerlik ve Güvenirlik. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 13(1): 200-218.
- Tosey, P. (2002). Experiential Methods of Teaching and Learning. Ed. Peter Jarvis, in *The Theory and Practice of Teaching*, 1.ed, pp.108-122, VA: Stylus Publishing.
- Turner, A. (2015). Generation Z: Technology and Social Interest. *Journal of Individual Psychology*, 71(2): 103-113.



- Walstad, B W., Rebeck, K., & Macdonald, R A. (2010). The Effects of Financial Education on the Financial Knowledge of High School Students. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2): 336-357.
- Worthington, C. (2006). Predicting Financial Literacy in Australia. *Financial Services Review*, 15(1): 59-79.
- Yaşlıoğlu, M. (2017). Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46: 74-85.