

T.C.
İZMİR DEMOKRASİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



FİNANSAL SOSYALİZASYON SÜREÇLERİNİN KADIN GİRİŞİMCİLERİN
FİNANSAL OKURYAZARLIĞI ÜZERİNDEKİ ROLÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Didem CANSEVER
1715101006

İşletme Ana Bilim Dalı
Muhasebe ve Finansman Programı

Tez Danışmanı. Prof. Dr. Duygu KIZILDAĞ

HAZİRAN, 2020

ONAY SAYFASI

İzmir Demokrasi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün 1715101006 numaralı Yüksek Lisans Öğrencisi Didem CANSEVER, ilgili yönetmeliklerin belirlediği gerekli tüm şartları yerine getirdikten sonra hazırladığı **“Finansal Sosyalleşme Süreçlerinin Kadın Girişimcilerin Finansal Okuryazarlığı Üzerindeki Rolü”** başlıklı tezini aşağıda imzaları olan jüri önünde başarı ile sunmuştur.

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Duygu KIZILDAĞ
İzmir Demokrasi Üniversitesi

Jüri Üyeleri Prof. Dr. Cevdet Alptekin KAYALI
İzmir Demokrasi Üniversitesi

Prof. Dr. Fatma TEKTÜFEKÇİ
Dokuz Eylül Üniversitesi

Teslim Tarihi:

Savunma Tarihi:

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Finansal Sosyalizasyon Süreçlerinin Kadın Girişimcilerin Finansal Okuryazarlığı Üzerindeki Rolü” adlı çalışmanın, tarafımdan, akademik kurallara ve etik değerlere uygun olarak yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla beyan ederim.

23/06/2020

Didem Cansever

ÖN SÖZ

Bu tez çalışmasında finansal sosyalizasyon süreçlerinin kadın girişimcilerin finansal okuryazarlığı üzerindeki rolü araştırılmıştır. Bu kapsamda, İzmir’de faaliyet gösteren bir iş kadınları derneğindeki kadın girişimcilerle yarı yapılandırılmış mülakat uygulaması gerçekleştirilmiştir. Kadın girişimcilerin ekonomiye katkı sağlayan bireyler olması nedeniyle finansal konularda bilgi, tutum ve davranışları araştırmanın önemini ortaya koymaktadır. Bu tez çalışmasının ve araştırma bulgularının literatüre katkı sağlamasını temenni ederim.

Tez yazmaya başlama sürecinden tezimi sonlandırma sürecine kadar desteğini aldığım kişilere burada bir kez daha teşekkür etmek istedim.

En başta, yüksek lisans eğitimimin başladığı andan itibaren her zaman yanımda olan, desteğini hiçbir zaman esirgemeyen, akademik alandaki ilk çalışmalarımı beraber yaptığım, yol göstericim, bu yoldaki ışığım değerli danışmanım Prof. Dr. Duygu KIZILDAĞ’a sabrından, desteğinden ve bana kattığı pek çok şeyden dolayı teşekkürlerimi ve minnettarlığımı sunarım.

Yüksek lisansta engin bilgilerinden ve tecrübelerinden yararlandığım tez komitesinde de yer alan saygıdeğer Prof. Dr. Cevdet Alptekin KAYALI hocama, tez yazma sürecinde ilgi ve desteğini esirgemeyen ve eserlerinden çok fazla yararlandığım sayın Dr. Yunus KILIÇ hocama çok teşekkür ederim.

Ayrıca tez sürecim boyunca bana olan inançlarını yitirmeyen ve benden desteklerini esirgemeyen dostlarıma çok teşekkür ederim. Son olarak bu zorlu süreçte her zaman yanımda olan aileme, özellikle anne ve babama teşekkürlerimi ve minnettarlığımı sunarım.

Haziran, 2020

Didem Cansever

ÖZET

FİNANSAL SOSYALİZASYON SÜREÇLERİNİN KADIN GİRİŞİMCİLERİN FİNANSAL OKURYAZARLIĞI ÜZERİNDEKİ ROLÜ

Bireyler belli bir yetişkinlik seviyesine gelip finansal okuryazar olma vasfı kazanırken birçok etkene maruz kalmaktadır. Bu etkenlerden biri de finansal sosyalizasyondur. Finansal sosyalizasyon, bireylerin finansal konularda çevrelerinden ne derece etkilendiği ifade eden bir süreçtir. Finansal sosyalizasyon sürecinde bireyler, sosyalizasyon araçlarından etkilenmektedir. Finansal sosyalizasyon süreci bireylerin finansal bilgilerini, becerilerini, tutumlarını ve davranışlarını şekillendirdiği için önemlidir. Bu tez çalışması, finansal sosyalizasyon süreçlerinin kadın girişimcilerin finansal okuryazarlığı üzerindeki rolünü incelemeyi amaçlamıştır. Araştırmada, İzmir ilinde faaliyet gösteren bir iş kadınları derneğinin üyeleri ile yarı yapılandırılmış mülakatlar yapılmıştır. Mülakatlarda finansal okuryazarlığın gelir, bütçe, harcama, tasarruf, borçlanma, yatırım ve emeklilik boyutlarında finansal tutum ve davranışlara olan etkisine yönelik sorular sorulmuştur. Ayrıca finansal okuryazarlığın her bir boyutunda hangi finansal sosyalizasyon aracından etkilendiği belirlenmeye çalışılmıştır.

Araştırmada, örnekleme yer alan kadın girişimcilerin finansal okuryazarlığının tüm boyutları üzerinde, finansal sosyalizasyon araçlarından “ailenin” etkili bir role sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Finansal sosyalizasyon sürecinde aileden etkilenen kadın girişimcilerin benzer tutum ve davranışlar sergilediği görülmüştür. Ayrıca araştırma sonuçlarına göre, kadın girişimcilerin finansal okuryazarlık boyutlarında bilinçli tutum ve davranışlar sergiledikleri belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Finansal Sosyalizasyon, Finansal Okuryazarlık, Kadın Girişimciliği, Girişimcilik

ABSTRACT

THE ROLE OF FINANCIAL SOCIALIZATION PROCESS ON FINANCIAL LITERACY OF WOMEN ENTREPRENEURS

While individuals reach to a certain level of adulthood and gain the ability to be financial literate, they are exposed to many factors. One of these factors is financial socialization. Financial socialization is a process that expresses how individuals are affected by their environment in financial matters. In the financial socialization process, individuals are affected by socialization tools. The financial socialization process is important as it shapes individuals' skills, attitudes and behaviors. This thesis study aimed to investigate the role of financial socialization processes on the financial literacy of women entrepreneurs. In the research, semi-structured interviews were conducted with members of a business women's association operating in Izmir province. In the interviews, questions were asked regarding the impact of financial literacy on financial attitudes and behaviors in terms of income, budget, expenditure, savings, borrowing, investment and retirement dimensions. In addition, it was tried to determine which financial socialization instrument was affected in each dimension of financial literacy.

In the research, it was concluded that the “family”, one of the financial socialization tools, has an effective role on all aspects of the financial literacy of women entrepreneurs in the sample. It was observed that women entrepreneurs are effected by the family exhibited similar attitudes and behaviors during the financial socialization process. In addition, according to the research results, it has been determined that women entrepreneurs exhibit conscious attitudes and behaviors in financial literacy dimensions.

Key Words: Financial Socialization, Financial Literacy, Women Entrepreneurship, Entrepreneurship

İÇİNDEKİLER

YEMİN METNİ	ii
ÖNSÖZ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
ŞEKİLLER LİSTESİ	viii
TABLolar LİSTESİ	ix
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM	4
1. FİNANSAL SOSYALİZASYON	4
1.1. Finansal Sosyalizasyon Kavramı.....	4
1.2. Finansal Sosyalizasyon Süreci Araçları	6
1.2.1. Finansal Sosyalizasyon Sürecinde Aile.....	7
1.2.2. Finansal Sosyalizasyon Sürecinde Arkadaşlar	10
1.2.3. Finansal Sosyalizasyon Sürecinde Eğitim.....	11
1.2.4. Finansal Sosyalizasyon Sürecinde Medya.....	13
1.2.5. Finansal Sosyalizasyon Sürecinde Din.....	14
1.3. Finansal Sosyalizasyon Önemi ve Etkileri	16
1.4. Finansal Sosyalizasyon ve Kadın Girişimciliği.....	18
1.5. Dünyada ve Türkiye’de Yapılan Finansal Sosyalizasyon Çalışmaları.....	19
İKİNCİ BÖLÜM	27
2. FİNANSAL OKURYAZARLIK	27
2.1. Finansal Okuryazarlık Kavramı.....	27
2.2. Finansal Okuryazarlık Bileşenleri	31
2.3. Finansal Okuryazarlığı Etkileyen Faktörler	32

2.4. Finansal Okuryazarlığın Önemi ve Etkileri.....	36
2.5. Finansal Okuryazarlık ve Kadın Girişimciliği.....	40
2.6. Dünya’da ve Türkiye’de Yapılan Finansal Okuryazarlık Çalışmaları	42
2.7. Finansal Sosyalleşme Süreçlerinin Kadın Girişimcilerin Finansal Okuryazarlığı Üzerindeki Rolü.....	57
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM.....	64
3. FİNANSAL SOSYALİZASYON SÜREÇLERİNİN KADIN GİRİŞİMCİLERİN FİNANSAL OKURYAZARLIĞI ÜZERİNDEKİ ROLÜNÜ BELİRLEMeye YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA.....	64
3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	64
3.2. Araştırmanın Kapsamı, Varsayımı ve Sınırlılıkları.....	66
3.3. Araştırma Sorusu	67
3.4. Araştırma Modeli.....	67
3.5. Araştırmanın Yöntemi	69
3.6. Araştırma Verilerinin Analizi.....	71
3.7. Araştırmanın Bulguları.....	89
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM.....	93
4. TARTIŞMA.....	93
SONUÇ	101
KAYNAKÇA.....	105
EK: YARI YAPILANDIRILMIŞ MÜLAKATLARDA SORULAN SORULAR	127
ÖZGEÇMİŞ	129

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1 Araştırmanın Modeli	69
-----------------------------------	----



TABLULAR LİSTESİ

Tablo 1 Literatürdeki Finansal Okuryazarlık Tanımları.....	27
Tablo 2 Katılımcıların Yaş Aralığı.....	71
Tablo 3 Katılımcıların Eğitim Durumu.....	72
Tablo 4 Katılımcıların Annelerinin Eğitim Durumu.....	72
Tablo 5 Katılımcıların Anne Meslekleri.....	72
Tablo 6 Katılımcıların Babalarının Eğitim Durumu.....	73
Tablo 7 Katılımcıların Baba Meslekleri.....	73
Tablo 8 Katılımcıların Medeni Durumu.....	74
Tablo 9 Evli Olan Katılımcıların Eşlerinin Eğitim Durumu.....	74
Tablo 10 Katılımcıların Eş Meslekleri.....	75
Tablo 11 Katılımcıların Çocuk Durumu.....	75
Tablo 12 Katılımcıların Girişimcilik Faaliyeti Gösterdiği Alanlar.....	76
Tablo 13 Ailede Kadın Girişimcilerden Başka Girişimci Olma Durumu.....	76
Tablo 14 Ailedeki Başka Girişimciler ve Girişimde Buldukları Alanlar.....	77
Tablo 15 Gelir Boyutunda Finansal Tutum ve Davranışa Yönelik Sorulan Soruya Verilen Cevaplar.....	78
Tablo 16 Gelir Boyutunda Finansal Sosyalleşmeye Yönelik Sorulan Sorulara Verilen Cevaplar.....	79
Tablo 17 Bütçe Boyutunda Finansal Tutum ve Davranışa Yönelik Sorulan Soruya Verilen Cevaplar.....	80
Tablo 18 Bütçe Boyutunda Finansal Sosyalleşmeye Yönelik Sorulan Soruya Verilen Cevaplar.....	80
Tablo 19 Harcama Boyutunda Finansal Tutum ve Davranışa Yönelik Sorulan Soruya Verilen Cevaplar.....	81
Tablo 20 Harcama Boyutunda Finansal Sosyalleşmeye Yönelik Sorulan Soruya Verilen Cevaplar.....	81

Tablo 21 Tasarruf Boyutunda Finansal Tutum ve Davranışa Yönelik Sorulan Sorulara Verilen Cevaplar.....	82
Tablo 22 Tasarruf Boyutunda Finansal Sosyallaşmaya Yönelik Sorulan Soruya Verilen Cevaplar.....	83
Tablo 23 Borçlanma Boyutunda Finansal Tutum ve Davranışa Yönelik Sorulan Sorulara Verilen Cevaplar.....	84
Tablo 24 Borçlanma Boyutunda Finansal Sosyallaşmaya Yönelik Sorulan Sorulara Verilen Cevaplar.....	85
Tablo 25 Yatırım Boyutunda Finansal Tutum ve Davranışa Yönelik Sorulan Sorulara Verilen Cevaplar.....	86
Tablo 26 Yatırım Boyutunda Finansal Sosyallaşmaya Yönelik Sorulan Sorulara Verilen Cevaplar.....	87
Tablo 27 Emeklilik Boyutunda Finansal Tutum ve Davranışa Yönelik Sorulan Sorulara Verilen Cevaplar.....	88
Tablo 28 Emeklilik Boyutunda Finansal Sosyallaşmaya Yönelik Sorulan Soruya Verilen Cevaplar.....	89

GİRİŞ

Küresel bir pazar haline gelen finansal sistem içerisinde bugün neredeyse her birey işlem yapmaktadır. Finansal piyasalarda gün geçtikçe artan ürün çeşitliliği ve finans dünyasına erişilebilirlik, bireylerin finansal sistem içerisinde işlem yapabilmesi için finansal okuryazar olma gerekliliğini de beraberinde getirmiştir. Toplumda yer alan belli bir yetişkinlik seviyesine gelen her birey, temel ya da ileri düzeyde finansal okuryazar olarak kabul edilmektedir. Bireylerin finansal konularda bilgi sahibi olma, finansal konuları anlama ve yorumlama becerisi olarak tanımlanan finansal okuryazarlık, bireylerin finansal bilgi ve beceri düzeylerini ifade etmeye yardımcı olmaktadır. Ancak finansal okuryazarlık, bireylerin finansal konulardaki bilgi düzeyini belirlemeye çalışırken, bunun oluşmaya başladığı süreç arka planda kalabilmektedir. Finansal okuryazarlık doğuştan kazanılan bir vasıf değildir. Dolayısıyla, bireylerin finansal okuryazarlığı zaman içerisinde bazı etkenlere maruz kalarak oluşmaktadır. Bu etkenlerden biri de finansal sosyalizasyondur.

Finansal sosyalizasyon bireylerin finansal konularda çevrelerinden etkilendiği uzun bir süreci ifade etmektedir. Geniş bir zaman yelpazesini kapsayan finansal sosyalizasyon süreci, bireylerin çocukluk çağlarından başlayıp hayatları son buluncaya kadar devam edebilmektedir. Finansal sosyalizasyon, bireyleri erken dönemlerden itibaren finansal durumlarla karşılaşacağı bir çember içerisine aldığından, bireylere iyi bir finansal okuryazar olma imkânı sunmaktadır. Finansal sosyalizasyon sürecinde bireyler, finansal sosyalizasyonun araçları olarak kabul edilen ailelerinden, arkadaşlarından, eğitim gördüğü kurumlardan, medyadan ve inandıkları dinlerden etkilenebilmektedir. Böylece bireylerin finansal okuryazarlığın bileşenleri olarak kabul edilen; finansal bilgi, finansal tutum ve finansal davranışları oluşmaktadır. Finansal sosyalizasyon sürecinde finansal sosyalizasyon araçlarından etkilenen bireyler, bu durumu finansal tutum ve davranışlarına yansıtmaktadır. Böylece bireylerin finansal okuryazarlıkları şekillenebilmektedir. Özellikle verdikleri finansal kararlarla ekonomiye katkı sağlayan girişimcilerin, iyi bir finansal okuryazar olabilmeleri için finansal sosyalizasyon sürecinin olumlu bir rol oynaması gerekmektedir. Bireylerin finansal okuryazarlık yetkinliği gerektiren finansal piyasalara, araçlara ve konulara ne derece hakim olabildiğinin anlaşılması açısından bu durumun oluşmaya başladığı finansal sosyalizasyonun incelenmesi önemlidir.

Ekonomik sistemin bir parçası olan kadın girişimciler de finansal sosyalizasyon etkisine maruz kalarak yetişmektedir. Kadın girişimciler, finansal dünya ile finansal sosyalizasyon aracılığıyla tanışmaktadır. Finansal sosyalizasyon ile birlikte kadın girişimciler, gelir elde etmeyi, bütçe oluşturmayı, harcama yapmayı, tasarruf etmeyi, borç ilişkisi kurmayı, yatırım yapmayı ve emeklilik planlarını oluşturmayı öğrenebilmektedir. Kadın girişimcilerin finansal alanda edindiği her bilgi ve beceri, uyguladığı her tutum ve davranış hem kişisel ekonomisini hem de ülke ekonomisini doğrudan ya da dolaylı olarak etkilemektedir. Bu açıdan bakıldığında, kadın girişimcilerin finansal okuryazarlığının yüksek olması önemlidir.

Finansal sosyalizasyon sürecinin olumlu olarak etki ettiği kadın girişimciler, iyi bir finansal okuryazar olma potansiyeline sahip olabilecektir. Bu kadın girişimcilerin, finansal konularda başarılı olma ihtimali de artacaktır. Ayrıca kadın girişimcilerin, finansal sosyalizasyon etkisiyle farkındalık duygusu gelişecek, finansal konularda daha bilinçli tutum ve davranışlar sergileyebilecektir. Finansal sosyalizasyon etkisiyle daha bilinçli tutum ve davranışlar sergileyen kadın girişimciler, ekonomiye daha çok katkı sağlayabilecektir.

Bu kapsamda bu tez çalışmasında, ülke ekonomisine katkısı bulunan kadın girişimcilerin finansal okuryazar olmalarının ardındaki süreç ele alınmıştır. Finansal sosyalizasyon ile ilişkilendirilen bu süreçte, kadın girişimcilerin finansal okuryazar olmalarında finansal sosyalizasyon araçlarının rolü incelenmiştir. Finansal sosyalizasyon sürecinde kadın girişimcilerin en çok hangi finansal sosyalizasyon aracından etkilendiği belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma kapsamında, İzmir’de bir iş kadınları derneğine üye olan kadın girişimcilere yönelik nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış mülakat uygulaması gerçekleştirilmiştir.

Tez çalışması edindikleri her bilgi ve beceri, sergiledikleri her tutum ve davranış ülke ekonomisi için önemli olan kadın girişimcilerin, finansal okuryazarlığının oluşmaya başladığı finansal sosyalizasyon sürecinin keşfedilmesi açısından önemlidir. Ayrıca farklı ya da benzer tutum ve davranışlar sergileyen kadın girişimcilerin etkilendikleri finansal sosyalizasyon araçlarının belirlenmesi, bu konuda farkındalık kazanmaları da araştırmanın önemini ortaya koymaktadır.

Tez çalışması üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümünde finansal sosyalizasyon kavramı üzerinde durulmuştur. Bu bölümde finansal sosyalizasyon süreci ve araçları

açıklanmış, finansal sosyalizasyon önemi ve etkileri, finansal sosyalizasyon ve kadın girişimciliği ile olan ilişkisi ele alınmıştır. Son olarak bu bölümde, Dünya’da ve Türkiye’de yapılan finansal sosyalizasyon çalışmaları örnekleriyle ele alınmıştır.

İkinci bölümde, finansal okuryazarlık kavramı üzerinde durulmuş ve bu kavram üzerine literatürde yapılan çeşitli tanımlara yer verilmiştir. Finansal okuryazarlığın bileşenleri, finansal okuryazarlığı etkileyen faktörler, finansal okuryazarlığın önemi ve etkileri, finansal okuryazarlık ve kadın girişimcilik ile olan ilişkisi üzerinde durulmuştur. Bu bölümde de son olarak, Dünya’da ve Türkiye’de yapılan finansal okuryazarlık çalışmalarına örnekleriyle yer verilmiş ve finansal sosyalizasyon süreçlerin kadın girişimcilerin finansal okuryazarlığı üzerindeki rolü ele alınmıştır.

Araştırmanın üçüncü bölümünde ise araştırmanın; amacına, önemine, kapsamına sınırlılıklarına, varsayımlarına ve yöntemine yer verilmiştir. Son olarak tez çalışması, bulguların değerlendirilmesi, tartışma, yorumlar ve gelecekte yapılacak olan çalışmalara sunulan öneriler ile sonlandırılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. FİNANSAL SOSYALİZASYON

1.1. Finansal Sosyalizasyon Kavramı

Sosyalizasyon kavramı, sosyolojide bireyin doğduğu andan itibaren yapma, duyma, düşünme edinimlerini öğrenmesi ve bunu içselleştirmesi süreci olarak tanımlanmaktadır. Sosyalizasyon, bireyin topluma ve yaşama adapte olma süresinde toplumla uyumunu ifade etmektedir (Baran, 2008: 88). Uslu vd. (2017: 12)'ne göre sosyalizasyon, bireyin çevresiyle etkileşimi sonucunda oluşan toplumsal değer ve normların, eski kuşaklardan devralınıp, bugünlere taşınarak, bireylere aktarılması ve öğretilmesidir.

Parke ve Buriel (1998) sosyalizasyonu; bireylerin bilgilerini, becerilerini, güdülerini, tutumlarını, davranışlarını şekillendiren, bunu yaparken de birçok aracın dahil olduğu bir kavram olarak tanımlamıştır. Diğer bir tanımda ise sosyalizasyon, bireyin yaşamında doğrudan etkili olan ve dinamik bir yapıyı içeren dönüşüm kavramını ifade etmektedir (Aslan, 2015: 238). Sosyalizasyon bireyin herhangi bir topluluğa katılırken kendinden beklenen davranışlara uygun roller yapması ve sosyal kurallardan haberdar olması olarak nitelendirilebilir. Aynı zamanda sosyalizasyon, bireyin doğduğu andan itibaren topluma ait bir birey olma çabasını verirken geçirdiği evreler olarak da düşünülebilir (Özkan, 2017: 67).

Tüm bunların ışığında sosyalizasyon; bireyin toplumda bir ya da birçok grubun üyesi olarak yer aldığı (Gutter vd., 2009) burada bilgi, beceri ve tutumlar kazandığı (Ward, 1974), ait olunan gruba, topluma veya ulusa uyma sürecini ifade eden (Baran, 2008: 86) bir kavram olarak tanımlanabilir. Sosyalizasyon sürecinde bireyin topluma uyum sağlayarak yetiştirilmesi amaçlanır. Dolayısıyla birey bebeklikten başlayarak aile içinde ya da toplumun içinde yer aldığı sosyal sınıfın özellikleri çerçevesinde (gelir, meslek, yaşam tarzı ve tüketim alışkanlıkları) sosyalleşmeye başlar. Birey öğrendikleriyle toplumsal yaşama dahil olur. Örneğin; bireylerin çocukluk dönemlerindeki taklit, uyarı ve tekrarlara dayanan bu öğrenmeler oldukça önemlidir. Bu öğrenilenler zihne bir kez kodlandığında onu zihinden silmek güçleşebilmektedir. Bunun yanı sıra çocuğun giderek bağımsız davranışlar kazanması onun önceki öğrenmeleri ile sürekli etkileşime girerek kendi düşünce ve davranışına biçim verir. Böylece sosyalizasyon süreci yaşam boyu devam eder (Baran, 2008: 88).

Sosyalizasyon süreci, günlük yaşam deneyimleri, iletişim ve uyumla da ilişkili olduğundan (Aslan, 2015: 236) bireyin gelişiminde önemli bir faktördür. Sosyalizasyon süreci, bireyin içinde yaşadığı toplumun kültürel norm ve değerlerini öğrenerek sosyal bir varlık haline gelmesini sağlamaktadır (Kasapoğlu vd., 2012: 111). Bu nedenle sosyalizasyon süreci, toplumsal bütünlük açısından bireyin merkezinde olduğu bir yapıda entegrasyon aracı olarak görülmektedir. Toplumsal entegrasyonu oluşturan sosyalizasyonun biçimlenmesi ise bireye sağlanan değerlerle mümkün olmaktadır. Bireysel olarak kazanılan değerler kümesi sosyalizasyon süreciyle ilgili sonuçları da kapsamaktadır. Sosyalizasyon, bireylerin ve toplumdaki öğelerin karşılıklı etkileşimine dayalı bir süreç olduğundan (Aslan, 2015: 235) birbiriyle temas eden her birey bir sosyalizasyon sürecinin içindedir (Okumuş, 2014: 437).

Finansal sosyalizasyon ise bireyin para yönetiminde çevresinden ne derece etkilendiğini gösteren bir kavram olarak tanımlanabilir. Bireyin etrafındaki çevreyi ailesi, arkadaşları, eğitim hayatı, medya ve dini inançları oluşturmaktadır (Kılıç, 2016: 32). Finansal sosyalizasyon, bireyin yaşadığı hayat boyunca devam etmekte, bireylerin çocuk döneminde başlamakta, eğitim ortamlarında oluşmakta, cinsiyete ve sosyal sınıflara göre de farklılık göstermektedir (Lassarre ve Roland-levy, 1989: 351). Gudmunson ve Danes (2011)'e göre ise finansal sosyalizasyon, bireyin aile ortamında başlamakta ve orada gelişmektedir. Sonrasında birey, evlilik sürecinde eşiyle çeşitli finansal eğilimlerini paylaşmaktadır. Bu durum ömür boyu devam eden bir süreçtir.

Danes (1994)'e göre finansal sosyalizasyon, bireyin refahına katkıda bulunan bilgilerin, tutumların, davranışların, değerlerin, standartların, normların edinilmesi ve geliştirilmesi sürecidir. Bowen (2002)'a göre finansal sosyalizasyon; bankacılık, bütçeleme, tasarruf, sigorta, kredi kartı kullanımı gibi çeşitli finansal uygulamalarda beceri geliştirerek öğrenilen bir süreçtir. Shim vd. (2010) finansal sosyalizasyonu, bireylerin genç yaşta sosyalizasyon araçlarından elde ettikleri bilgileri davranışsal boyuta dönüştürmede etkili bir süreç olarak değerlendirmiştir. Bu anlamda finansal sosyalizasyon, bireylerin finansal becerilerine katkıda bulunan bilgiler, değerler, tutumlar, standartlar, normlar ve davranışlar kazanıp geliştirdikleri bir süreç olarak ele alınmaktadır (Gutter vd., 2009). Öğrenmeyi şekillendiren bilişsel, davranışsal ve çevresel etkilerin odağında bireyler, sosyalizasyon süreciyle finansal kararlara yaklaşımlarını yönlendirerek bunları geliştirirler. Bu bağlamda finansal sosyalizasyon, piyasada etkili bir şekilde işlem yapmayı öğrenmekten daha geniş bir süreçtir (Schuchardt vd., 2009: 86). Finansal sosyalizasyon

finansal işlemlerin başarılı bir şekilde yönetileceğini öğrenmekten ziyade, o işlemleri destekleyecek veya engelleyecek tutumların, değerlerin ve standartların gelişimini (Drever vd., 2015: 20) bireylerin finansal piyasaları daha etkin bir şekilde öğrenmesini (Gutter vd., 2009) kapsamaktadır.

Bu nedenle finansal sosyalizasyon sürecinin; bireylere, finansal bilgilerini ve becerilerini geliştirme fırsatı veren olaylar ve kişisel etkileşimler içerdiği söylenebilir. Sosyal öğrenme teorisine göre, finansal sosyalizasyon sürecinde edinilen davranışlar ebeveynler ve etkileşimde bulunulan diğer bireyler tarafından nesilden nesile öğretilir (Gutter vd., 2009). Ward (1974)'a göre ise finansal sosyalizasyon süreci, bireylerin yeteneklerini finansal piyasalarda en üst düzeye çıkardıkları bilgi, beceri ve tutum aldıkları bir süreçtir. Ancak ona göre bu durum genellikle bireylerin yaşantısında örtük bir şekilde ortaya çıkmaktadır.

1.2. Finansal Sosyalizasyon Süreci Araçları

Sosyalizasyon, bireylerin davranışlarını nasıl şekillendirdiğini anlamak, sosyalizasyon araçlarının etkisini belirlemek ve incelemek açısından önemlidir (Sohn vd., 2012: 2). Toplum içerisinde yer alan eğitim, aile, din gibi kurumlar bireylerin içinde yaşadığı toplum ile ilişkisini düzenlemek için vardır (Özkan, 2017: 68). Toplumla birey arasında bulunan bu kurumlar bireyin sosyalizasyonu için temel araçlardır. Örneğin; yeni doğan bebek için sosyalizasyon sürecinin başlangıç etkeni ailesidir. Fakat kısa zaman sonra söz konusu etkenler artmaya ve yayılmaya başlamaktadır (Okumuş, 2014: 437). Samimi ve duygusal ilişkilerin yoğun olarak yaşandığı ailenin dışında eğitim kurumları, arkadaş çevresi, akran grupları, kitle iletişim araçları gibi diğer sosyalizasyon araçları da yaşam boyunca bireylerin sosyalizasyon sürecinde etkili birer araç olma görevini yerine getirmektedir (Adak, 2004: 28; Erdoğan 2012: 9; Sohn vd., 2012: 3). Sosyalizasyon araçları, yarattığı kültürel atmosferle toplumdaki bireyleri toplumun üyesi haline getiren aracı kurumlar olarak değerlendirilmektedir. Aile, akranlar, eğitim ve medya bireylerin bilgilerini, becerilerini ve tutumlarını geliştirmede önemli araçlar olmalarının yanında (Sohn vd., 2012: 3), bireylerin psikolojik, duygusal ve davranışsal gelişimini de etkilemektedir.

Aile, okul, akranlar ve medya gibi sosyalizasyon araçları bireylerin finansal sosyalizasyonunu da etkileyebilir (Kim ve Chatterjee, 2013: 75). Birçok deneysel araştırma (Bachmann vd., 1993; Cude vd., 2006; Greenfield ve Williams, 2007; Danes ve Haberman,

2007; Shim vd., 2010; Solheim vd., 2011; Drever vd., 2015) bu sosyalizasyon araçlarının aynı zamanda finansal sosyalizasyon süreçlerine etki ettiğini bulmuştur (Çopur ve Gutter, 2011: 165). Finansal sosyalizasyon sürecinde önemli rol oynayan araçlar arasında yer alan ebeveynler, akranlar, okullar ve kitle iletişim araçları, sosyalizasyon sürecini etkilediği gibi finansal sosyalizasyon sürecinde bireyin psikolojik, duygusal ve davranışsal gelişimini de etkilemektedir (Gutter vd., 2009). Literatürdeki finansal sosyalizasyon çalışmaları incelendiğinde, bireylerin finansal bilgilerini yalnızca resmi eğitim kurumlarında edinmediğini, bunun yanında arkadaş, aile ve medya gibi sosyalizasyon araçları ile olan etkileşimlerden de bilgi alındığı (Hilgert vd., 2003) ve finansal sosyalizasyon sürecinde genel olarak en çok bu araçların (Bachmann vd., 1993; Cude vd., 2006; Greenfield ve Williams 2007; Sohn vd., 2012; Payne vd., 2013; Sundarasan vd., 2016) kullanıldığı görülmektedir.

Sosyalizasyon sürecine yönelik araştırmalarda iki tip açıklayıcı değişken kullanılmaktadır. Bunlardan birincisi sosyalizasyon araçları (aile üyeleri, kitle iletişim araçları, arkadaşlar vs.) dir. İkincisi ise doğrudan ya da dolaylı olarak sosyalizasyonu etkileyen yapısal (gelir, eğitim düzeyi, meslek, ürüne yönelik ihtiyaç, vs.) değişkenlerdir. (Özkan ve Purutçuoğlu, 2010: 37). Bireylerin finansal sosyalizasyon sürecinde etkileşime girdiği araçlara ise, finansal sosyalizasyon ajanları (Arslan, 2004; Schuchardt vd., 2009; Uslu vd., 2017; Glenn, 2018), finansal sosyalizasyon aracıları (Kasapoğlu vd., 2012; Sohn vd., 2012; Grohmann vd., 2015), finansal sosyalizasyon faktörleri (Hira vd., 2013), finansal sosyalizasyon değişkenleri (Kim ve Chatterjee, 2013) de denilebilmektedir. Bireylerin sosyalizasyon ve finansal sosyalizasyon sürecine etki eden bu araçlar, birbirinden bağımsız olarak değil, birlikte işlevsel bir durum olarak kabul edilmektedir (Parke ve Buriel, 1998: 95).

1.2.1. Finansal Sosyalizasyon Sürecinde Aile

Aile, çocuğun doğduğu andan itibaren yaşamı, kendini ve diğer bireyleri tanımaya başladığı, ilk deneyimlerini edindiği en temel kurumdur (Özel ve Zelyurt, 2016: 13). Aile, ayrılmaz bir şekilde iç içe geçmiş bir yapıdan oluştuğundan (Jennings ve McDougald, 2007: 747) sosyal sistemin önemli bir parçasıdır. Ailelerin biyolojik, ekonomik, psikolojik, sosyolojik ve kültürel alanlarda pek çok işlevinin olduğu bilinmektedir. (Okumuş, 2014: 437). Bu işlevler sayesinde bireyin korunmasında ve topluma kabul edilmesinde çok büyük görev üstlenen aileler (Kasapoğlu vd., 2012: 51), bireyin topluma uyarlandığı sosyalizasyon sürecinde de etkili olmaktadır. (Erdoğan, 2012: 1). Bu açıdan Bisin ve

Verdier (2010) aileyi, bireyin sosyalizasyon sürecinde bir sosyalleşme aktivitesi olarak görmektedir. Bu aktivite içerisinde anne, baba ve çocuk arasındaki ilişkiler hem doğrudan hem de dolaylı bir şekilde etkileşim içerisinde olabilmektedir (Parke ve Buriel, 1998: 96). Bu nedenle aileler, sosyalizasyon sürecinin kaynağını oluşturmaktadır (Erdiç, 2011: 102, Kasapoğlu vd., 2012: 5, Okumuş, 2014: 437).

Geleneksel aileden çekirdek aileye, her bireyin hayatını derinden etkileyen bu kurumun sosyolojik analizi; toplumsal, kişisel, (Kasapoğlu vd., 2012: 29), finansal ilişki ve deneyimlerimizin altında yatan nedenleri anlamak açısından da önemlidir. Çünkü bireyler, sosyalizasyon aracı olarak öne çıkan ailelerine, erken yaşlardan itibaren bağımlı olabilmektedir (Parke ve Buriel, 1998: 95). Bu nedenle, bireylerin ekonomik dünyayı ve ekonomik dünyanın içindeki yerini anlaması da çocukluk döneminde başlamaktadır (Furnham, 1999; John, 1999). Bireyler, finansal sosyalizasyonun büyük bir kısmını ailelerini gözlemleyerek (Gudmunson ve Danes, 2011: 647) ve ebeveynlerinin kendilerine verdiği talimatlara uyarak öğrenirler.

Ebeveynler bireylerin finansal sosyalizasyonunda önemli bir rol oynamakta ve onlara rasyonel kararlar almayı öğretmede etkili olmaktadır (Danes, 1994; Gutter vd., 2009, Grohmann vd., 2015). Bireylerin finansal becerilerini kazanmaları, tasarruf ve para yönetimi kavramlarını aileleri içinde tanımaları, ailelerini bu konuda rol model almalarıyla başlamaktadır. Ailelerin eğitimi, çocukların daha sonraki finansal kararları için önem taşımaktadır. Temel finans bilgisinden yoksun olan çocuklar, evde finansal eğitimin olmaması nedeniyle dezavantajlı olabilmektedir (Grinstein-Weiss vd., 2012: 257).

Gudmunson ve Danes (2011), finansal konularda ailelerini taklit eden çocukların ileride finansal konularda daha başarılı adımlar attıklarını belirtmiştir. Ancak bireylerin finansal sosyalizasyon yoluyla öğrendikleri bilgiler sınırlıdır. Bu nedenle eğer aileler de finansal bilgi ve becerilerden yoksunlarsa, bireyler de sağlam bir şekilde finansal kararlar verememektedirler (Sherraden, 2010: 2). Dolayısıyla aileler, onları her açıdan örnek alan çocuklarına karşı sergiledikleri olumlu ya da olumsuz finansal davranışlarının, çocuklarını erken yaştan itibaren etkilediğinin farkında olmalıdır (Solheim vd., 2011: 109). Ailelerin satın alma davranışları (Gülerarlan, 2011: 126) ve finansal kararları (Alhabeeb, 1996; Lee ve Mortimer, 2009; Shim vd., 2010; Solheim vd., 2011) çocuklarının finansal davranışları üzerinde etkili olabilir. Bu açıdan bakıldığında ailelerin, bireylerin finansal konularda etkilendikleri ilk finansal sosyalizasyon aracı olduğu söylenmektedir.

Gudmunson ve Danes (2011: 649) finansal sosyalizasyonun örtük olduğu durumlarda bile aile üyeleri arasındaki etkileşimin, finansal bilgi aktarımını etkilediğini kabul etmektedir. Bireyler aile içerisinde yetiştiği süreçte farkında olmadan da finansal davranışları şekillenebilmektedir. Glenn (2018: 5) de aile ilişkilerinin ve aile içi etkileşimlerin örtük sosyalizasyon süreçlerini temsil ettiğini savunmaktadır. Aile içindeki iletişim ve ilişki kalitesi bireyin örtülü ve açık mesajları nasıl algıladığını etkilemektedir. Örtülü bir şekilde gerçekleşen finansal sosyalizasyon; bireylerin ailelerinin finansal davranışlarını ve günlük yaşamdaki finansal etkileşimlerini gözlemlemesiyle oluşmaktadır. Açık finansal sosyalizasyon ise; finansal bilgi ve davranışları öğretmek, modellemek, uygulamak amacıyla gerçekleştirilen çabaları içermektedir.

Danes (1994)'e göre finansal sosyalizasyon süreci resmi bir sistem değildir. Çünkü bireyler rastlantısal öğrenmeye maruz kalırlar. Fakat bununla birlikte, finansal sosyalizasyon tam anlamıyla rastgele de değildir. Genel olarak kayda değer miktarda kasıtlı eğitim söz konusudur. Ancak ailelerin bireylere kasıtlı ve bilinçli olarak vermeye çalıştıkları bir eğitim, çocuklarının davranışlarını bilinçsizce şekillendirdikleri kadar etkili değildir (Özel ve Zelyurt, 2016: 13). Bu durumda ailelerin içinde gerçekleşen sosyalizasyon süreçlerine bilinçsiz ve gönülsüz (Danes ve Yang, 2014: 62) bir süreç de denilebilir.

Gudmunson ve Danes (2011) ailedeki finansal sosyalizasyon süreçlerini görmezden gelmeyi, bir kişinin ayakkabı bağcığını yalnızca bir eliyle bağlamaya çalışmasına benzetmektedir. Onlara göre dikkat edilmesi gereken önemli nokta, aile içindeki finansal sosyalizasyon sürecinin, bireyin finansal davranışlarını yaşamı boyunca etkileyen en yoğun faktör olmasıdır. Bu nedenle aile ilişkileri yaşamdaki en kalıcı ilişkiler olma potansiyeline sahiptir. Dolayısıyla aileler, bireylerin diğer finansal sosyalizasyon sürecindeki çevre, eğitim, medya, din gibi araçlardan daha önemli görülmektedir (Kasapoğlu vd., 2012: 112). Literatürde pek çok çalışma (Alhabeeb 1996, Bowen 2002, Cude vd., 2006, Shim vd., 2010, Gudmunson ve Danes 2011) ailenin, bireyleri diğer finansal sosyalizasyon araçlarından daha güçlü olduğunu göstermektedir (Grohmann vd., 2015: 7). Örneğin; Cummings ve Taebel (1978), aile ve okul ortamındaki finansal sosyalizasyonun, bireyleri olumlu şekilde yönlendirdiğine ilişkin güçlü ampirik kanıtlar bulmuşlardır. Solheim vd. (2011), öğrencilerin para yönetimiyle ilgili öğrenme süreçlerindeki farklılıklarını ve benzerliklerini araştırmış, öğrencilerin ailelerinden öncelikle tasarruf alışkanlığıyla bilgiler ve gözlemler edindikleri sonucuna varmışlardır. Sherkart (2013), ailelerin ve akrabaların

finansal boyutta bireylere çok şey öğrettiklerini, bunların bireylerin tercihlerini birinci derecede etkilediğini savunmuştur. Drever vd. (2015)'ne göre ailelerin çocuklarının para yönetimi anlayışı üzerindeki etkisi erken başlamaktadır, aileler çocuklarının finansal tutum ve davranışlarını pozitif yönde etkilemektedir.

1.2.2. Finansal Sosyalleşme Sürecinde Arkadaşlar

Arkadaş grubu; üyeleri benzer ilgi, çıkar, statü ve yaşa sahip insanlardan oluşan bir sosyal gruptur (Okumuş, 2014: 438). Bireyler çevrelerinden bir şeyleri gözleme ve deneyimleme fırsatlarına sahip olduklarını anladıkları an onu benimserler (Sherraden, 2010: 5). Burada en dikkat çeken sosyalleşme araçlarından biri de arkadaş grubudur. Arkadaş grubunun sosyalleştirici etkisi aileninki kadar etkili olmasa da bireyin sosyalleşme sürecinde belli zaman ve durumlarda etkili olmaktadır (Okumuş, 2014: 438).

Bireyin içerisinde bulunduğu arkadaş grupları bireyleri çeşitli konularda ve her dönemde etkilemektedir. Bu etkiler; dereceleri ve konuları bakımından bireyden bireye farklılık göstermektedir. Bireyler çocukluk dönemlerinde ailelerinden sonra ilk olarak arkadaş gruplarıyla karşılaşmaktadır. Sosyalleşme açısından bireyler bu gruplar içerisinde paylaşmayı, yardım etmeyi, fiziksel becerilerini geliştirmeyi (Solmaz, 2017: 35) hatta finansal konulardaki bilgi, tutum ve davranışlarını şekillendirebilmeyi öğrenmektedir. Finansal sosyalleşme üzerine araştırmalarda, bireylerin çeşitli finansal kavramları arkadaşlarıyla birlikte erken dönemlerde öğrenmelerinin, ilerleyen dönemlerde finansal konularda gelişip daha yetenekli hale gelmelerinde gerekli olduğu vurgulanmıştır (Schuchardt vd., 2009: 87).

Sherraden (2010: 2)'a göre bireyler, özellikle finansal tercihleri konusunda arkadaşlarından destek alabilirler. Furnham (1999) bireylerin finansal davranışlarını sosyal grupların içinde inşa ettiğini belirtmektedir. Sohn vd. (2012) ise bireylerin arkadaş çevresinden edindikleri bilgilerin finans konusunda yetkin olmaya katkısı olduğunu savunmaktadır. Bachmann vd. (1993) bireylerin bazı finansal kararlarında, özellikle satın alma davranışlarında arkadaşların önemli bir sosyalleşme aracı olduğunu öne sürmüştür. Ancak araştırma bulguları, çocukluk dönemine nazaran ilerleyen yaşlarda arkadaş etkisinin azalarak değiştiğini göstermektedir. Bireyler büyümeye başladıkça, bazı durumlarda arkadaş etkisinin önemli olduğunu, bazı durumlarda da bu etkinin önemli olmadığını fark etmeye başlarlar (Bachmann vd., 1993). Genel olarak alınan finansal kararlarda bazı arkadaşların etkisi önemlidir. Fakat özel olarak alınan finansal kararlarda arkadaş etkisinin

önemli olmadığını fark edilmektedir. Bu sonuçlar, bireylerde arkadaş grubu etkisindeki gelişimin önemini ortaya koymaktadır.

1.2.3. Finansal Sosyalleşme Sürecinde Eğitim

Eğitim kavramı, bireyde yaşantı ve öğrenme yoluyla istenilen yönde davranış değişikliği meydana getirme süreci olarak tanımlanmaktadır. Sosyalleşme sürecine de bu noktada bir eğitim süreci denilebilir (Arslan, 2004: 7). Bir sosyalleşme aracı olan eğitim, insan doğduğu andan itibaren ölümüne kadar devam etmekle birlikte yeni neslin yetişmesi ve sosyalleşmesine de etki etmektedir (Özkan, 2017: 68). Bireylerin aldığı eğitim, bakış açısını ve düşünüş biçimini belirler (Baran, 2008: 89).

Okumuş, (2014: 438)'a göre sosyalleşme bir eğitim süreciyken eğitim süreci de tersinden bir sosyalleşme sürecidir. Birey gerek örgün eğitim sistemi, gerek yaygın eğitim sistemi ile doğumundan itibaren bu sosyalleşme sürecine dahil edilir. Bu nedenle, okulun çok etkili bir eğitim kurumu olduğu söylenebilir. Günümüzde eğitim kurumu olan okulların etkin hali ve sosyalleştirici işlevi bazen ailenin de önüne geçebilmektedir. Eğitimin sisteminin kurumsal boyutunu teşkil eden okul, toplumun kültür mirasının kuşaktan kuşağa aktarılmasında oldukça işlevsel olmaktadır. Finansal sosyalleşme sürecindeki eğitim, bireylerin okulda edindikleri formal eğitimden, bireylerin ailelerinden, arkadaş/dost/akran gruplarından, medyadan, mensup oldukları dine kadar informal bir eğitimi kapsamaktadır. Formal ve informal finansal eğitim, bireylerin ve ailelerin finansal davranışlarının oluşmasındaki sosyalleşme sürecini etkileyebilmektedir (Schuchardt, 2009: 87).

Solheim vd. (2011) okulların, çok fazla etkileşimde bulunan finansal sosyalleşme alanı olduğunu belirtmektedir. Çeşitli alanlarda alınan eğitimlere formal olarak kabul edilen okullardaki finans alanında alınan eğitimler de dahildir. Öncelikle ailede başlayan para yönetimi, okullarda görülen derslerle pekişmekte, edinilen arkadaş çevreleriyle deneyimler tartışılmaktadır. Bu nedenle eğitim sosyo-ekonomik düzeyin diğer bir belirleyicisi olarak kabul edilmektedir (Özkan ve Purutçuoğlu, 2010: 42). Lusardi vd. (2009) eğitimin finansal bilgiyi geliştirebileceğini savunmaktadır. Benzer şekilde Temizel ve Bayram (2011) okullarda alınacak eğitimin, finansal okuryazarlık düzeyini yükseltebileceğini ileri sürmektedir. Buccioli vd. (2018: 17) de bireylerin aile ortamı dışındaki ana rol modellerinin öğretmenleri olduğunu belirtmekte, bireylerin finansal tutumlarda öğretmenlerinden etkilenebileceğini savunmaktadır. Sohn vd. (2012) finansal

sosyalizasyon araçlarından biri olan eğitimin, bireylerin finans bilgisinin şekillendirilmesinde önemli bir rol olduğunu savunmaktadır. Onlara göre, iyi tasarlanmış finansal eğitim programlarının ailede ve bireylerde pratik anlamda deneyim elde etmek için fırsatlar içermesi gerekmektedir.

Eğitim bireylerin okudukları okuldaki aldıkları eğitimden ziyade ailelerinin eğitim düzeyini de kapsayabilmektedir. Eğitim düzeyi yüksek bir ailede yetişen bireyin, eğitim düzeyi düşük bir ailede yetişen bireye göre finansal bilgisi daha yüksek olabilir. Eğitim düzeyi daha yüksek aileler finansal konularda daha sağlıklı bilgiler edinebilmek için daha bilinçli araştırmalar yapabilir. Bu araştırmalarını çeşitlendirerek sağlıklı finansal kararlar almaya çaba gösterebilir. Bu konuda Lee ve Mortimer (2009), özellikle ebeveynlerinin eğitim düzeyleri lisans ve lisansüstü olan çocukların, finansal öz yeterliliğinin daha yüksek çıktığını belirlemişlerdir. Finansal açıdan iyi bilgilendirilmiş bireyler, aileleri için iyi kararlar verebilmekte ve böylece finansal refahlarını arttıracak konuma gelebilmektedirler. Böylece toplumun ekonomik gelişimini daha da geliştirmektedirler. Bu nedenle, finansal eğitim sadece bireysel hane halkları ve aileleri için değil, aynı zamanda bireylerin içinde yaşadıkları toplum için de önemlidir (Hilgert vd., 2003: 309).

Literatürde bireylerin eğitim kurumlarında aldıkları finansal eğitimin yeterliliği konusu da tartışmaları beraberinde getirmektedir. Grohmann vd. (2015: 4) göre bireylerin finansal deneyimlerinin kazandığı ikinci kanal okullardır. Okulların, finansal konular üzerindeki etkisi dolaylıdır. Çünkü okullarda alınan iyi bir eğitim, finansal okuryazarlığı geliştirmektedir. Ancak eğitimin finansal konular üzerindeki etkisi dolaylı olsa da, son otuz yılda yapılan araştırmaların sağladığı kanıtlar kişisel finans eğitiminde eğitim sisteminin sistematik bir eksikliği olduğunu göstermektedir (Chen ve Volpe, 1998: 122). Hathaway ve Khatiwada (2008)'ya göre de bireylerin finansal konularda daha bilgili olması daha iyi finansal davranışlara yol açıyormuş gibi görünmektedir. Bu durum finansal açıdan okuma yazma bilmeyenlerin bu bilgi boşluklarını finansal eğitim programlarıyla doldurabilmeleri sorununu da beraberinde getirmektedir. Genel olarak, finansal eğitim programlarının daha fazla finansal bilgiye ve daha iyi finansal davranışlara yol açtığına dair kesin kanıtlar bulunduğu söylenememektedir.

Finansal eğitim programlarının işe yaradığı konusunda da emin olunamamaktadır. Bu konuda Yates ve Ward (2011) finansal okuryazarlığın, liseden üniversiteye, üniversiteden yetişkinliğe kadar ilerleyişine dair hiçbir kanıt bulamamıştır. Scheresberg (2013)'e göre de yüksek düzeyde bir eğitim, finansal okuryazarlığın garantisi değildir.

Huston (2010) bireylerin finansal konulardaki mevcut düzeyini değerlendirmek ve bireylerin etkili finansal kararlar alma becerisini ölçmek için bir yapıya ihtiyaç olduğunu belirtmektedir. Taylor ve Wagland (2013)'a göre birçok birey için finansal bilgi, belirli bir dersi çalışılarak edinilmez. Finansal okuryazarlık bireyin hayatın boyunca birikimli olarak edindiği tecrübeleri kapsayan ve yaşam boyu devam eden bir süreçtir.

Cummings ve Taebel (1978) eğitim sisteminin, bireysel becerileri ve tutumları yeniden ürettiğini savunmaktadır ancak verilen eğitimler, bireylerin finansal bilgilerinin tamlığının tartışılmasını da beraberinde getirmektedir. Örneğin düşük gelirli bir aileye yeteri kadar finans eğitimi verilse de, aile bireylerinin gelir düşüklüğü nedeniyle uygulayacakları bilgi alanı sınırlıdır. Düşük gelire sahip aile bireyleri para yönetimi konusunda başarılı olsa da tasarruf konusunda başarılı olamayabilir. Orta ve düşük gelire sahip aileler paralarını para ya da sermaye piyasalarında değerlendirmektense yastık altında biriktirmeye tercih edebilir. Eğitim bireyin hayatının her anında ve her döneminde devam etse de finansal eğitim, finansal hizmetlere erişim için finansal politikanın sadece bir dayanağıdır. Finansal eğitim, bireyin korunması ve finansal kurumların düzenlenmesi gibi başarılı finansal politikanın diğer yönlerini tamamlayabilir ancak yerini tutamaz (OECD, 2006: 5). Bu nedenle bireyin finansal sosyalizasyon sürecinde sağlam kararlar alabilmesi için diğer araçlara da ihtiyacı vardır.

1.2.4. Finansal Sosyalizasyon Sürecinde Medya

Toplumunu oluşturan unsurların önemli bir ögesi olan medya (Maigret, 2011: 24), bireylerin iletişim kurma ve bilgi paylaşma biçimini önemli ölçüde değiştirebilmektedir (Sarsar vd., 2015: 419). Uslu vd. (2017)'ne göre medyanın sosyalizasyon aracı olması; medyanın birey, toplum ve kültür üzerindeki etkisini daha anlaşılır hale getirmektedir. Medya sayesinde dünya genelinde ekonomik, siyasal, kültürel etkileşimler artmaktadır. Kitle iletişim araçlarının ürünler hakkında bilgi vermesi (James ve Mindy, 1998) bireylerin finansal açıdan sosyalizasyona etki etmektedir. Medya bireylerin finansal bilgilerini, kanaatlerini, tutumlarını, duygularını ve davranışlarını büyük oranda bir etkileme gücüne sahiptir (Arslan, 2004: 4).

Günümüzde iletişim alanında yaşanan ve tüm dünyayı saran teknolojik gelişmeler ise, medya alanında yeni bir oluşuma sahne olmuştur. Söz konusu oluşum; internet, sosyal ağlar, bloglar ve sosyal medya gibi araçların yeni medya ortamları olarak çağımıza damga vurmasına yol açmıştır. Medya araçları ve internet bireylerin ilgi alanlarını takip

edebilmelerine, kendi deneyim ve görüşlerini paylaşmalarına olanaklar sunabilmektedir (Sarsar vd., 2015: 419). Bu durum önemli toplumsal değişim ve dönüşümleri de beraberinde getirmiştir (Çambay, 2015: 237). Arslan (2004) ve Sohn vd. (2012)'ne göre oldukça etkili bir sosyalizasyon aracı olan medyayı oluşturan bu araçlar bireylerin sosyalizasyonuna farkı derecede etki edebilir. Medyanın sunduğu çeşitlilik, bireylere finansal konularda yüksek derecede bireysel seçim ve özgürlük sunmakta (Arnett, 1995: 530) ve bireylerin karar alma süreçlerini şekillendirmektedir. Bu çeşitlilik bireylerin kendilerine en yakın medya aracından etkilenmesine neden olmaktadır (Arnett, 1995: 526). Örneğin; kitle iletişim araçlarının, özellikle televizyonun, çocukların ve ergenlerin finansal davranışlarının gelişiminde kritik bir sosyalleşme gücü olduğuna inanılmaktadır. Öztürk ve Demir (2015) çalışmalarında ekonomi ve finansal gelişmelerin en çok takip edildiği kaynağın internet olduğunu belirtmiştir. Bu sırayı televizyon ve gazete takip etmektedir. Çalışma hayatında televizyon izlemek ve gazete almak mümkün olmayabilir. Fakat hemen hemen herkeste bulunan akıllı telefonlar sayesinde internete girilebilir. İnternete kolay erişim ve çeşitli kaynaklardan bilgi edinme interneti ilk sıraya taşıyan nedenler arasındadır.

Greenfield ve Williams (2007) medyayı bireyin finansal sosyalizasyonuna katkıda bulunan informal bir eğitim aracı olarak değerlendirmektedir. Sohn vd. (2012), finansal bilgiye daha fazla ihtiyaç duyan bireylerin finansal bilgilerini arttırmak için medya kaynaklarını tercih etmeleri ve kullanmalarının mümkün olduğunu belirtmektedir. Bireyler günlük yaşantılarında medyanın çeşitli türde yoğun etkisi altında kalmaktadır. Ekonomik imkânların artışı iletişim araçlarının elde edilmesini de kolaylaştırmıştır (Kırtepe, 2014: 238). Bu durum bireylerin kişisel gelişimiyle birlikte finansal anlamdaki kararlarını da etkilemektedir. Bu etkiler bireyleri bazen olumlu bazen olumsuz davranış ve kararlara itmektedir. Medyanın bireylerin sosyalizasyonu ve eğitimi ile kültür ürünlerini üretimi ve yaygınlaştırılması konusunda her zaman olumlu işlevler yerine getirdiğini söylemek de mümkün değildir (Arslan, 2004: 9).

1.2.5. Finansal Sosyalizasyon Sürecinde Din

Din kurumu toplumda ahlak, kültür, ibadet, insan ilişkileri ve ticaret gibi alanları düzenlemektedir (Solmaz, 2017: 7). İncanın önemli bir konumda olması, bireylerin yaşamlarını ve yaşamda aldığı bazı kararları dine göre şekillendirmesine neden olmuştur (Özkan, 2017: 69). Ayrıca din, bireylerin davranışlarının iyileştirilmesinde de önemli bir yere sahiptir. Bireylerin anlam veremedikleri olaylar ve durumlar karşısında onlara anlamlı ve ikna edici bilgiler sunmaktadır (Solmaz, 2017: 36-38). Dolayısıyla dini tercihler

bireylerin seçimleri üzerinde hakim olabilmekte ve sosyal sonuçlar doğurabilmektedir (Sherkat, 2013: 283).

Özellikle bireylerle toplum arasında bağ kuran ve bireylerin toplumdaki hayatının devamını sağlayan aileler, doğal bir dini grup olması nedeniyle tarih boyunca din ile yakın bir ilişki içinde olmuştur (Selman, 2018: 13-14). Ailelerin inandıkları dinlerin gereklerini yerine getirmeleri, bireylerin aile içinde ve toplumdaki davranışlarını etkilemektedir. Bu etkilenen davranışların içerisinde bireylerin finansal konularda aldıkları kararlar da girmektedir. Dini öğretiler, hadisler, ayetler, günah-sevap kavramı ve dinde aşırıya kaçmayı yasaklayan (Evkuran, 2015: 618) fıkalar bireylerin finansal konulardaki kararlarını etkileyebilmektedir. Bisin ve Verdier (2010) dindar ailelerde yetişen bireylerin sosyal ve finansal başarılarını önemseydiği belirtmektedir. Ancak bunu başarmak için dinin kapsamı dışındaki norm ve tutumları kabul etmelerinden pişman olduklarını da vurgulamaktadır.

Dinin kalıplaşan rolleri pekiştirme etkisi oluşturduğundan, sosyalizasyon sürecinde bireyin yaşadığı toplumun inanç sistemine katılmasına etki etmektedir (Özkan, 2017: 68). Sherkart (2013)'a göre tercih edilen din, bireyleri uyulması gereken günah ve sevap kavramlarıyla baş başa bırakmaktadır. Bireyler dini öğretilerine uygun davranarak inandıkları kendilerine haram kılınan şeylerden sakınabilirler. Örneğin, faizin haram kılındığı bir dine mensup toplumda bireyler aldıkları finansal kararlarda faizin getirisinden kaçınabilirler. Dinin ilk ve özgün öğretisinin belirleyici olduğu (Evkuran, 2015: 616) düşünülecek olduğunda bireyler dini kitaplarda yer alan faizin haram olduğu hadislerden etkilenip, yatırım kararlarını ona göre belirleyebilirler. Bugün pek çok birey dini hadislerde yer alan faizin "haram para" olgusuna dönüşmesinden çekinebilir ve elindeki birikimini yatırım araçlarından faize yatırmayı tercih etmeyebilir.

Faiz kavramı başta din adamları olmak üzere, filozof ve iktisatçılar tarafından da ele alınmıştır. Faizi din ve ahlak yönünden inceleyen Eflatun ile Aristo, faizi adaletsiz ve çirkin bir kazanç yolu olarak görmüşlerdir. Faizin zenginlerle fakirleri karşı karşıya getirdiğini, devletin geleceğini tehlikeye atıldığını savunmuşlardır. Aristo paradan para kazanmanın doğru bir şey olmadığını ve adalete aykırı olduğunu savunmuştur. Ayrıca tarihin değişik dönemlerinde değişik usul ve uygulamalar ile faizin farklı yaptırımlara konu olduğu bilinmektedir. Faizin, Eski Yunan ve Roma'da borcunu ödemeyen kimseyi alacaklısının kölesi haline getirdiği ileri sürülmektedir. Yine faizin, Eski Hint

medeniyetlerinde de yüksek kastlar için tamamen yasak olduğu görülmektedir (Öz, 2013: 112).

Farklı dine mensup bireylerin faize olan bakış açıları benzer olabilir. Örneğin, Musevilerin tarih boyunca para kavramı ile karşılıklı olan yoğun ilişkilerinin altında dini, tarihi ve toplumsal çok çeşitli sebepler yer almaktadır (Karahöyük, 2013: 200). İslami toplumlarda Kur'an, sermaye işleterek faiz kazancı sağlamayı, faiz ödemeyi ve faiz almayı yasak kılmıştır. İslam hukukunda faiz, borç sonunda alınan, önceden belirlenmiş bir fazlalık olarak görülmektedir. Bu nedenle İslam inancına göre haram kılınıp yasaklanmıştır (Tekin, 2017: 162). Ancak, toplumların sahiplendiği din ne olursa olsun ortaya konan kurallar nedeniyle aynı dine inanalar arasında bile birlikteliği bazen sağlayabilmek mümkün olmayabilir. Toplumların din ile olan ilişkisi, değerler sistemi üzerinden davranışlarına şekil verebilir. Ülkedeki iktisadi gelişmişlik açısından; toplumun din ile olan irtibatı ve onu yorumlama şekli finansal sosyalizasyon sürecinde son derece belirleyicidir. Bu nedenle, dinin ekonomik alandaki etkisini göz ardı edebilmek mümkün değildir (Karagül, 2016: 50).

1.3. Finansal Sosyalizasyon Önemi ve Etkileri

Sosyalizasyon, içerisinde yaşadığı toplumun değerlerini, tutumlarını ve normlarını bireye öğreterek, bireyi toplumla uyumlaştırmaktadır (Hayta, 2008; Akt. Gudmunson ve Danes, 2011: 645). Birey bu uyum sürecinde sosyal ve psikolojik faktörlerden etkilenecek finansal karar alma ve finansal davranışlarının temelini oluşturmaktadır (Gudmunson ve Danes, 2011: 645). Böylece bireylerdeki finansal temeller, finansal sosyalizasyon içerisinde oluşmaya başlamaktadır.

Finansal sosyalizasyon, bireyin finansal alandaki bilgi, değer, standart ve normlarına etki etmektedir (Danes, 1994: 128). Bu etki neticesinde birey finansal konularda bilgi elde etmekte, bunu finansal tutum ve davranışlara dönüştürmektedir. Finansal sosyalizasyon bireylerin finansal davranışlarının nasıl şekillendiğini anlamak ve incelemek açısından, bireylerin finansal konulardaki davranışlarının nasıl başladığının ve nasıl bitebileceğinin anlaşılmasına katkı sağlamaktadır (Shim vd., 2010: 11, Danes ve Yang, 2014: 66). Bu açıdan finansal sosyalizasyon, finansal davranışa yol açan çeşitli bireysel faktörleri ve ilişkiyel süreçleri anlamak geniş bir mercekle sağlamaktadır (Schweichler, 2013: 5).

Finansal sosyalizasyon çeşitli faktörlerin (yaş, cinsiyet, ırk, medeni durum, gelir düzeyi, ebeveynlerin bağımlılığı) en az biriyle önemli ölçüde ilişkilidir. Bu nedenle, davranışların yanı sıra, kişisel finansal yönetim konularındaki tutumumuzu şekillendirmede, finansal sosyalizasyonun önemli bir rol oynayabileceğine dair düşünceler artmaktadır (Gutter vd., 2009). Johnson ve Sherraden (2007)'a göre bireylerin iyi bir yatırımcı olmak için finansal bilgi ve becerilerini geliştirmelidir. Bireyler, finansal sosyalizasyon içerisinde finansal konularda hem özel hem de nesnel bilgiye sahip oldukları zaman olumlu tutum ve davranışlar sergileyebilmektedir. Bu olumlu tutum ve davranışlar bireyin finansal refahı olumlu yönde etkilemekte, bireylerin akademik, kişisel ve sosyal memnuniyetleri de artmaktadır (Shim vd., 2010: 3). Örneğin; bir çocuğu alışveriş yaparken yanınızda götürmek ona finansal karar, tutum ve davranışlarla ilgili önemli dersler verebilir. Bu durum çocuğun küçük yaşlardan itibaren finansal konuları öğrenmesine olumlu bir etki oluşturabilir. Çocuk, yetişkin bir birey olduğunda da gözlemlediklerini ve öğrendiklerini aynı şekilde uygulamaya devam edebilir. Çocukluk çağından itibaren parayı aile içerisinde öğrenmeye başlayan bireylerin, finansal ilişkileri daha kaliteli olabilir, finansal öz yeterliliği yükselebilir (Gudmunson ve Danes, 2011: 661). Ayrıca finansal sosyalizasyon bireylerin finansal kontrolü sağlamalarına yardımcı olur, sorumluluk duygularını etkileyerek borçlanma riskini düşürür (Shim vd, 2010: 3).

Finansal sosyalizasyon bireylerin finansal bağımsızlığını da etkilemektedir. Finansal bağımsızlığın kazanılması yetişkinliğe geçişin kritik bir bileşenidir. Özellikle ekonomik yapıdaki değişimler gençlerin finansal bağımsızlığını zor da olsa kazanmalarını sağlamıştır. Gençlerin finansal bağımsızlığını kazanmalarında finansal sosyalizasyon süreçlerinde, özellikle ailelerinin olumlu yönde etkisi olmaktadır. Örneğin; ekonomik gücü yüksek ailelerin fazla olduğu Amerika Birleşik Devletleri'nde finansal bağımsızlığını kazanan gençlerin diğer ülkelerdeki gençlere göre daha erken gelir elde etme olasılığı yüksektir. Ancak sosyo-ekonomik durumu yüksek olan ailelerde ebeveynler finansal konularda çocukları için birer rol model olmalarına rağmen, bazen finansal bağımsızlıklarını kazanmalarında yetersiz kalabilmektedir (Lee ve Mortimer, 2009: 46).

Diğer taraftan finansal sosyalizasyon bireylerin refahını olumsuz da etkileyebilir. Özellikle aile içerisindeki zayıf ve kötü ilişkiler finansal refahı iyileştirmeyen finansal davranışlara yol açabilir (Gudmunson ve Danes, 2011: 661). Ayrıca yetişkinliğe geçiş sırasında olumsuz finansal alışkanlıklar da oluşabilir. Finansal sosyalizasyon içerisinde oluşan bu olumsuz finansal alışkanlıklar bireyde kalıcı olabilir (Shim vd., 2010: 2).

Örneğin; bazı bireyler bütçeyi aşma, kredi kartı borcunu ödememe, borç ilişkisine sadık kalmama gibi riskli ve olumsuz davranışlar sergileyebilir. Grohmann vd. (2015)'a göre yetişkinlerin çocukların davranışları üzerinde ömür boyu etkilerinin olduğu bilinmektedir. Bireylerin ergenlik döneminde iş ve para ile ilgili edindikleri deneyimler, yetişkinlik döneminde olumsuz etki yaratabilmektedir.

1.4. Finansal Sosyalleşme ve Kadın Girişimciliği

Kadınlar toplumda ekonomik büyümenin kilidini açma potansiyeli olarak rol oynamaktadırlar (Bajpai, 2014: 17). Bu nedenle her geçen gün daha fazla kadın iş hayatında aktif rol almaya başlamıştır (Halis, 2018: 413). Aktif olarak iş hayatına katılmak isteyen kadınlar için girişimcilik; toplum içinde bulunan ve çalışma hayatında yer alan diğer mesleklere kıyasla daha fazla özerklik, bağımsız hareket edebilme, kendini gerçekleştirebilme, geleceğe yönelik hedeflerine ulaşabilme fırsatları sunmaktadır (Özyılmaz, 2016: 25). Bir işletme kurmak ve lider bir işletme olmak için girişimcilik düşüncesini organizasyona yönlendirmek olarak ifade edilen girişimcilik; bir değer yaratma vasıtasıdır. Aynı zamanda ekonomiye dinamizm katan, kaynakların verimli kullanılmasını, istihdamın yaratılmasını ve yeniliklerin ortaya çıkmasını sağlayan bir süreç olarak görülmektedir. Bu sürecin tüm unsurlarının merkezinde bulunan girişimci; sermayesini üretim faktörlerine yatırarak belirli mal ve hizmet üreterek kar elde etmek isteyen, aynı zamanda zarar riskini de göze alan birey olarak ifade edilmektedir. Kadınların yüksek düzeyde girişimcilik faaliyetinde bulunması toplumların yapılanmasını, kalkınmasını ve refah içerisinde yaşayan bir toplum olmasını hızlandırmaktadır. Bu nedenle refah seviyesi yüksek bir toplumun oluşturulmasında kadınların girişimci olma yollarının açılması önem kazanmaktadır (Kaygın ve Güven, 2015: 1).

Bireyler toplumsal düzene sosyalleşme aracılığıyla adapte olabilmektedir. Dolayısıyla sosyalleşme içerisindeki aile ve iş gibi sosyal yapılar, kadınların girişimcilik motivasyonlarını etkileyebilmektedir (Hisrich ve Fülöp, 1997: 300). Ancak sosyalleşme yoluyla edinilen bilgi, tutum ve davranışlar bireylere göre değişkenlik göstermektedir. Bu değişkenlik bireylerin finansal alanlarda farklı kararlar veren farklı girişimci kimliklerini oluşturabilmektedir. Bireylerin finansal açıdan farklı sosyalleşebileceğini belirten Garrison (2010), bu farklılığın temelini finansal davranışlarını öğrendikleri yer olabileceğini ve bu yerin finansal sosyalleşme kavramı kapsamında değerlendirilebileceğini savunmaktadır. Kadınlar sosyalleşme sürecinde dört farklı

boyutta finansal öğrenmeye maruz kalmaktadır. Bu boyutlar; aileler ile finansal konuları konuşmak, ailelerin finansal davranışlarını gözlemlemek, arkadaşlarla finansal konularda konuşmak ve arkadaşların finansal davranışlarını gözlemlemektedir. Bu boyutlardaki öğrenmeyle kadınların; dengeli harcama yapma, bütçe yönetebilme, faturaları zamanında ödeme, tasarruf etme, yatırım yapma gibi konularda daha girişken olduğu belirtilmektedir.

Yapılan bazı araştırmalarda da kadınların girişimciliklerine farklı faktörlerin etki ettiği görülmektedir. Örneğin; Türkiye’de kadınları girişimciliğe yönelten faktörleri belirlemek için yapılan bir araştırmada, kadın girişimcilerin %31’inin işini aile desteğiyle kurduğu ya da girişimcilik kararını eşiyile birlikte aldığı; kadınlardan %18’inin ise arkadaşlarının teklifi ya da desteğiyle işini kurduğu görülmüştür (Halis, 2018: 420). Teoh ve Chong (2007) kadın girişimcilerin performansını etkileyen faktörlerin sosyal, psikolojik ve örgütsel olduğunu belirtmektedir. Hossain vd. (2009), kadın girişimciliğini etkileyen faktörleri inceledikleri araştırmalarında yaş, eğitim, sosyo-kültürel unsurlar, motivasyon, pazar bilgisi, iş fikri, iş kurma gibi faktörler açısından kadınların zorlandıklarını ortaya koymuştur. Bunun yanında finansal bağımsızlık, pazar, başlangıç sermayesi, bilgi ve beceriler, çocuklara karşı sorumluluk arzusu, kadınların girişimci olma kararını etkileyen ana faktörlerdir. Aynı araştırmada kadınların inandıkları dinin girişimcilik faaliyetlerini etkilemediği görülmüştür.

Bireylerin sosyalizasyon sürecinin ailede başlaması, girişimciliği aile ortamı ile doğrudan ilişkili bir kavram olarak şekillendirmektedir (Şahin, 2006: 18). Ailenin değer yönelimi, çocuk yetiştirme tarzı, çocuk sayısı, ebeveynlerin otoriter veya eşitlikçi olmaları gibi öğeler sosyalizasyon sürecini etkilemektedir. Aile, bireyi hayatını rahatça kazanma ve kendi işini kurma konusunda teşvik etmektedir. Özellikle aile reisi girişimciyse veya aile çevresinde girişimci kişiler varsa bu kişiler bireye örnek olmakta, bireyden onun gibi olması ve hatta onu geçmesi istenmektedir (Özyılmaz, 2016: 14). Kadınların girişimcilik davranışı da, hem yüksek hem de düşük gelirli ülkelerde aile yapısı ve sosyal bağlarla ilişkilidir (Minniti ve Arenius, 2003: 24). Finansal sosyalizasyon sürecinde kadınların en çok ailelerinden etkilendiği de belirtilmektedir (Alhabeeb, 1996; Çopur, 2011).

1.5. Dünyada ve Türkiye’de Yapılan Finansal Sosyalizasyon Çalışmaları

Dünya’da ve Türkiye’de finansal sosyalizasyon üzerine yapılan çalışmalarda farklı sosyalizasyon araçlarının etkilerinin farklı örneklerle belirlenmeye çalışıldığı görülmektedir. Farklı finansal sosyalizasyon araçları demografik faktörler açısından da

incelenmiştir. Yapılan araştırmaların pek çoğunda benzer olarak, bireylerin finansal konularda finansal sosyalizasyon araçlarından etkilendikleri görölmektedir. Literatür doğrultusunda incelenen finansal sosyalizasyon çalışmalarında, bireylerin genel olarak ailelerinden etkilendikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Dünyada finansal sosyalizasyon üzerine yapılan çalışmalara; Alhabeeb (1996), James ve Mindy (1998), Bowen (2002), Cude vd. (2006), Greenfield ve Williams (2007), Peng vd. (2007), Gutter vd. (2009), Lee ve Mortimer (2009), Garrison (2010), Shim vd. (2010), Gudmunson ve Danes (2011), Solheim vd. (2011), Grinstein-Weiss vd. (2012), Sohn vd. (2012), Bucciol ve Veronesi (2013), Hancock vd. (2013), Hira vd. (2013), Payne vd. (2013), Schweichler (2013), Danes ve Yang (2014), Drever vd. (2015), Grohmann vd. (2015), Sundarasan vd. (2016), Glenn (2018), Sachitra ve Wijesinghe (2018)'nin araştırmaları örnek verilebilir.

Alhabeeb (1996), bireylerin kişisel ve aile özelliklerinin, harcama ve tasarruf üzerindeki etkilerini incelemiştir. Araştırma sonuçlarında, bireylerin gelir ve yaşlarının farklılığının gıda harcamaları üzerinde olumsuz etkiler yarattığı görölmüştür. Fakat aynı zamanda bu durum hem giyim hem de eğlence harcamaları üzerinde olumlu etkileri olduğunu göstermektedir. Ayrıca aile geliri, bireylerin giyim ve eğlence harcamaları üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Kadınlar ve erkekler karşılaştırıldığında ise erkeklerin daha az tasarruf ettikleri, giyim ve kişisel bakım ürünlerine daha az para harcadıkları belirlenmiştir.

James ve Mindy (1998) alışmalarında medya araçlarının, bireylerin sosyalizasyonları üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla ilkokula giden 409 çocuğa anket uygulamışlardır. Araştırma sonuçlarında, televizyonun bireylerin sosyalizasyonunda önemli bir araç olduğu belirlenmiştir. Çocuklar yeni bir bilgi edinirken; gazete, dergi, radyo gibi diğer kitle iletişim araçlarına nazaran televizyondan daha çok etkilenmektedir.

Bowen (2002) ebeveynlerin finansal bilgileri ile gençler arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre, gençlerin ve ebeveynlerin para bilgisi arasında anlamlı ilişkiler olduğu ortaya çıkmıştır. Cude vd. (2006) üniversite öğrencilerinin finansal bilgi ve davranışlarını nasıl elde ettiklerini araştırmıştır. Bulgular, ailelerin çocuklarının finansal sosyalizasyonunda önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Araştırmada bir sosyalizasyon aracı olarak annelerin, öğrencilerin finansal sosyalizasyon sürecini daha önemli ölçüde etkilediği belirlenmiştir.

Greenfield ve Williams (2007) araştırmalarında medyanın finansal sosyalizasyon sürecine katkıda bulunma amacını belirlemeye çalışmıştır. Araştırma sonucunda, özellikle televizyonun finans rasyonelitesinin oluşumunda önemli bir rol oynadığı ortaya çıkmıştır. Peng vd. (2007) finans eğitiminin etkisini araştırmak için üniversiteden mezun olan öğrenciler üzerine bir araştırma yapmıştır. Araştırma sonucunda, eğitimin finansal sosyalizasyon üzerinde önemli bir rol oynadığı bulunmuştur. Ayrıca finansal deneyimlerin tasarruf ile pozitif yönde ilişkili olduğu belirlenmiştir.

Gutter vd. (2009) niversite ğrencilerinin, finansal sosyal öğrenme fırsatları ile finansal davranışları arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Araştırma sonuçlarına göre, finansal sosyal öğrenme fırsatları ile finansal tasarruflar ve finansal davranışlar arasında önemli ilişkiler olduğu görülmüştür. Lee ve Mortimer (2009) yaptıkları araştırmalarında, ailede iş ile ilgili konuşulan konuların, bireylerde erken yaştan itibaren finansal öz yeterliliğin oluşmasına neden olduğunu ileri sürmüşlerdir. Bu doğrultuda, bireylerin finansal anlamda kendilerini destekleme kapasitelerini nasıl kazanacaklarını araştırmışlarıdır. Araştırma sonuçlarına göre, ailelerle iş hakkındaki iletişimin, bireylerde finansal öz yeterliliğin gelişimini teşvik ettiği görülmüştür.

Garrison (2010), kadınların ve erkeklerin finansal sosyalizasyonundaki potansiyel farklılıkları ve bu farklılıkların risk alma yönelimi üzerindeki etkilerini araştırmıştır. Sonuçlar, finansal sosyalizasyonun erkeklerin ve kadınların davranışsal farklılıkları üzerinde bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Shim vd. (2010) araştırmalarında bireylerin ergenlik dönemindeki sosyalleşmelerini, finansal öğrenimlerine, finansal tutumlarına ve finansal davranışlarına bağlayan kavramsal bir finansal sosyalizasyon süreci modelini test etmiştir. Araştırma sonuçları, bireylerin ailelerinden edindikleri finansal tutumların ve davranışların, iş tecrübesinden ve okuldaki finansal eğitimden daha fazla rol oynadığını göstermiştir. Ayrıca sonuçlar, finansal sosyalizasyonun erken dönemde başladığını göstermiştir. Bunun yanında finansal sosyalizasyonun, finansal tutumlar ve davranışlarla ilgili olan finansal öğrenmeyle ilişkili olduğu belirlenmiştir.

Gudmunson ve Danes (2011), 100'n üzerinde araştırma makalesini incelediği araştırmada, aile sosyalizasyon süreçleriyle finansal alandaki tutum, bilgi, kabiliyet, davranış ve refahın; finansal sosyalizasyonla ilişkisini ortaya koymaya çalışmıştır. Aile finansal sosyalizasyonunun kavramsal modelinin oluşturulduğu araştırmada aile sosyalizasyon teorisinin, finansal davranış ve finansal refahın belirleyicileri olarak yapılacak çalışmalara rehberlik edebileceği ne sürülmüştür. Ayrıca geliştirilen aile

finansal sosyalizasyon modelinde, örtük ve açık sosyalizasyonun doğrudan finansal etkileri olduğu belirlenmiştir. Solheim vd. (2011) ise üniversite öğrencilerinin finansal sosyalizasyon deneyimleri üzerine araştırma yapmışlardır. Araştırma sonucunda, ailelerin, erken yaşlardan itibaren öğrencilerin finansal yeterliliklerin geliştirilmesinde önemli bir rol oynadığı sonucuna varılmıştır.

Grinstein-Weiss vd. (2012) araştırmalarında aile eğitiminin, bireylerin yetişkinlik döneminde varlık geliştirmelerini etkilediği hipotezini ileri sürmüştür. Düşük ve orta gelirli ev sahipleri örneklemini kullanılarak hipotezlerin test edildiği araştırmada, ailelerin bireylere yönelik eğitiminin, uzun vadede bireylerin elde ettikleri varlıkları üzerinde etkisi olduğu görülmüştür. Sohn vd. (2012) gençlerin finansal okuryazarlıklarını yetersiz gördüklerini öne sürdükleri araştırmalarında, bu yetersizliğin temel nedeninin okullardaki eğitimin eksikliği olduğunu belirtmişlerdir. Bu doğrultuda, çalışmalarında gençlerin finansal okuryazarlıklarına etki eden faktörleri bulmaya çalışmışlardır. Finansal sosyalizasyon araçları, finansal deneyimler, para tutumları, demografik özellikler arasındaki ilişkiyi test etmeye çalıştıkları araştırmalarında bu ilişkilerin gençlerin finansal okuryazarlıklarına etkisini incelemişlerdir. Araştırma sonuçlarında, çeşitli sosyalizasyon araçları arasında sadece medyanın, gençlerin finansal okuryazarlığı ile anlamlı bir ilişkisi olduğu bulunmuştur. Ailenin en önemli sosyalizasyon aracı olduğu belirtilmiş, ancak ailenin gençlerin finansal okuryazarlıklarını geliştirmelerine önemli ölçüde katkıda bulunmadığı görülmüştür. Ayrıca okuldaki finansal eğitimin, finansal okuryazarlığı iyileştirecek kadar yeterli ve etkili olmadığı tespit edilmiştir.

Buccioli ve Veronesi (2013), ailelerin alternatif öğretim stratejilerinin, tasarruf eğilimi ve yetişkinlik döneminde tasarruf edilen miktar üzerindeki etkisini incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre en iyi öğretim stratejisi; cep harçlığı vermek, para kullanımını kontrol etmek, tasarruf ve harcama gibi konularda tavsiyeler vermek gibi farklı yöntemlerin bir kombinasyonu olarak belirlenmiştir. Yine sonuçlara göre, en etkili stratejik öğretimin bireye çocukluk ve ergenlik döneminde biriktirmeyi öğretmek olduğu, ebeveynlerin öğrettiklerinin etkisinin ise yaşla birlikte kaldığı görülmüştür.

Hancock vd. (2013) üniversite öğrencilerinin aile etkileşimleri, iş tecrübeleri ve finansal bilgilerinin kredi kartı davranışlarına etkisini incelemiştir. Araştırma sonucunda, ailelerin öğrencilerin kredi kartı davranışlarında olumlu rol modeller olduğu ortaya çıkmıştır. Hira vd. (2013) çalışmalarında finansal sosyalizasyonun yatırım yönelimindeki rolünü araştırmıştır. Araştırmada tüketici sosyalleşme literatürü, davranışsal finans

literatüründeki bulgular ile birleştirerek anket verileri analiz edilmiştir. Araştırma sonuçlarında ebeveynler, yatırım düzenliliği ve net hane halkı değerini etkileyen bir sosyalizasyon aracı olarak ortaya çıkmıştır. Bu sonuç, ebeveynlerin finansal yönetim sürecindeki rolü ve yatırım bağlamındaki tasarruf davranışları ile ilgili önceki bulguları desteklemiştir.

Payne vd. (2013) çalışmalarında, bireyi motive eden pek çok finansal davranışın ailede sosyalizasyon süreçlerinin aracılığıyla oluştuğunu savunmuştur. Bu anlamda aile sosyalizasyon süreçlerinin, bireylerin finansal yetenekleri ve finansal davranışları üzerindeki etkisini daha iyi anlamak için 334 evli çift incelenmiştir. Araştırmanın bulgularına göre, materyalizm ve dindarlığın bireylerin finansal kararlar almasını doğrudan etkilediği görülmüştür. Ayrıca evlilikte finansal sosyalizasyon sürecinin oluştuğu ve kişisel özelliklerin, finansal bilgi, yetenek, tutum ve davranışlarla ilişkili olduğu görülmüştür.

Schweichler (2013), aile finansal sosyalizasyon teorisi perspektifinden, bireylerin finansal davranışlarındaki bağlanma güvensizliğinin, kontrol odağının ve ebeveynlerin finansal iletişiminin rolünü incelemiştir. Araştırma sonucunda, bağlanma güvensizliğinin finansal davranışlar üzerinde dolaylı etkilere neden olduğu bulunmuştur. Ayrıca bulgular, finansal sosyalizasyon sürecinde aile ilişkilerinin önemli olduğunu da desteklemiştir.

Danes ve Yang (2014) ise çalışmalarında konuyu teorik olarak ele almış, 1990-2012 yılları arasından çıkarılan Mali Müşavirlik ve Planlama Dergisi'ni değerlendirerek finansal sosyalizasyonu yorumlamışlardır. Sonuç olarak; finansal refah, finansal davranışlar, finansal sonuçların hem bağlamsal hem de sosyalizasyon boyutlarına katkıda bulunan bir aile finansal sosyalizasyon modeli önermişlerdir. Model, bireysel ve aile sosyalizasyonu araştırmalarında kullanılan diğer kavramsal modellerin ya da teorilerin aksine, aile sosyalizasyon süreçleri ve finansal sosyalizasyon olarak iki boyuttan oluşur.

Drever vd. (2015) çalışmalarında bireylerin finansal sosyalizasyon sürecinde ailelerin, sosyal etkileşim açısından önemli bir rol oynadığını vurgulamışlardır. Bireylerin çocukluk döneminden yetişkinlik dönemine kadarki süreçlerinin araştırıldığı çalışmada, bireylerin finansal alanda rahat etmelerini sağlayan bilgi, alışkanlık, tutum ve kişilik özellikleri ele alınmıştır. Araştırma sonucunda, her yaşta ve dönemde ailelerin kritik yönleri ortaya konmuştur. Ailelerin çocuklarına harcama yapma, tasarruf kararları verme, kaynaklara erişim sağlamada yalnızca öneride bulunmamaları gerektiği, aynı zamanda onlarla bu kararlar hakkında konuşmaları ve onları teşvik etmeleri vurgulanmıştır.

Grohmann vd. (2015)'nin çalışmalarına göre finansal okuryazarlık ve okulla ilgili değişkenler de finansal davranış üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir. Aile ve okul tamamlayıcı kanallar aracılığıyla çalıştığından, araştırmada bireyin çocukluk deneyimlerinin, yetişkinlik döneminde oluşan finansal davranışları üzerindeki rolü analiz edilmiştir. Çocuklarına bütçelemeyi ve tasarruf etmeyi öğreten ailelerin, finansal okuryazarlık düzeyinin artmasına katkı sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu durumun da yetişkinlikte daha iyi finansal kararlar almayı teşvik ettiği vurgulanmıştır. Diğer taraftan araştırmada; ergenlik döneminde iş ve para ile ilgili edinilen deneyimlerin, yetişkinlik döneminde finansal okuryazarlık üzerinde olumsuz bir etki yarattığı görülmüştür.

Sundarasan vd. (2016) finansal okuryazarlığın, sosyalizasyon araçlarının ve aile normlarının para yönetimi üzerindeki etkisini araştırmıştır. Araştırma sonucunda, finansal okuryazarlığın, finansal sosyalizasyon araçlarının ve aile normlarının bireylerin para yönetimi üzerinde önemli bir rol oynadığı görülmüştür. Glenn (2018) çalışmasında, üniversite öğrencilerinin finansal sosyalizasyon, finansal bilgi, finansal öz-yeterliliklerinin, finansal davranışlar üzerindeki doğrudan ve dolaylı etkilerini incelemiştir. Araştırma bulguları, finansal sosyalizasyonun finansal bilgi, finansal öz-yeterlilik ve finansal davranışlar üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca bulgularda, resmi finansal eğitim ihtiyacı vurgulanmış, bireylerdeki finansal bilgiyi geliştirmek için ailelerin ve eğitimcilerin önemi ortaya konmuştur. Sachitra ve Wijesinghe (2018) ise çalışmalarında öğrencilerin para yönetimi davranışını etkileyen faktörleri ve bu faktörlerin para yönetimi davranışları üzerindeki etkisini araştırmıştır. Araştırmanın sonucunda; ekonomik, sosyal ve psikolojik faktörlerin para yönetimi davranışını önemli ölçüde etkilediği görülmüştür.

Türkiye'de sayıları daha az da olsa finansal sosyalizasyon üzerine yapılan çalışmalar görülmektedir. Çoğunluğunun örneğini üniversite öğrencilerinin oluşturduğu bu finansal sosyalizasyon çalışmalarında, finansal sosyalizasyon sürecinde bireylerin genel olarak en fazla ailelerinden etkilendikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Türkiye'de finansal sosyalizasyona yönelik yapılan çalışmalara; Çopur (2011), Çopur ve Gutter (2011), Kılıç (2016), Özbek (2019)'in araştırmaları örnek verilebilir.

Çopur (2011) çalışmasında üniversite öğrencilerinin finansal sosyalizasyon sürecinde algılanan normlar ve materyalizm arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırma sonucunda, algılanan normlar, sosyal öğrenme fırsatları ve sosyalizasyon araçları ile

materyalizm arasında önemli ölçüde ilişkili bulunmuştur. Ayrıca ailelerin ve arkadaşların olumsuz kredi kartı kullanım davranışlarının daha sık algılanmasının materyalizm ile pozitif ilişkili olduğu görülmüştür. Ebeveynlerin gözlenen finansal davranışlarının, materyalizm ile negatif ilişkili olduğu; bir sosyalizasyon aracı olarak arkadaşların bireyleri daha materyalist olmaya ittiği belirlenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, kız öğrenciler, erkek öğrencilerden daha çok aile ve arkadaş davranışlarını gözlemlemektedir, ancak erkek öğrenciler arkadaşlarıyla, kız öğrencilerden daha fazla finans konularını tartışmaktadır. Yine araştırmada kadınlar ve erkekler arasında sosyalizasyon araçlarıyla ilgili olarak da anlamlı bir fark bulunmuştur. Kız öğrencilerin erkelere göre, annelerinden ve babalarından daha fazla bilgi edinirken erkek öğrencilerin daha çok internetten bilgi aldıkları görülmüştür.

Çopur ve Gutter (2011) Türkiye'deki ve Florida'daki kadın ve erkek üniversite öğrencileri arasındaki finansal sosyalizasyon süreçlerinin farklılığını araştırmıştır. Araştırmada üniversite öğrencilerinin, ebeveynleri ve arkadaşları tarafından etkilenen finansal sosyalizasyon süreçleri belirlemeye çalışılmıştır. Araştırma sonucunda, Türkiye ile Florida'daki üniversite öğrencileri arasında finansal sosyal öğrenme fırsatlarıyla ilgili farklılıklar olduğu ortaya çıkmıştır. Florida'da, Türkiye'ye kıyasla daha fazla finansal sosyal öğrenme fırsatı olduğu görülmüştür.

Kılıç (2016), araştırmasında üniversite öğrencilerinin, finansal okuryazarlık düzeylerini belirlemeyi ve öğrencilerin finansal okuryazarlıkları ile finansal refah düzeylerini etkileyen faktörleri tespit etmeyi amaçlamıştır. Araştırma sonucunda, finansal okuryazarlığı, finansal öz yetkinlik değişkeninin etkilediği görülmüştür. Finansal okuryazarlığın ise finansal sosyalizasyon değişkenlerinden medya, cinsiyet ve ailenin gelir durumundan etkilendiği belirlenmiştir. Araştırma sonucunda, finansal refahı etkileyen değişkenin de yine finansal öz yetkinlik olduğu, finansal refahı finansal sosyalizasyon değişkenlerinden eğitim ve ailenin gelir durumunu etkilediği görülmüştür.

Özbek (2019) çalışmasında ön lisans öğrencilerinin finansal davranışları üzerinde etkili olan, aile, eğitim, iş, kazanılan para ve ebeveyn gibi faktörlerin, finansal sosyalizasyon üzerinde nasıl etkileri olduğunu araştırmıştır. Araştırma sonucunda, okulda alınan finansal eğitim ve zorunlu staj uygulamalarının, öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeylerine olumlu etki etkilediği ortaya çıkmıştır. Bulgulara göre, ailenin finansal bilgisi, ebeveynlerin sunduğu finansal sosyalleşme, alınan eğitimin kalitesi, finansal davranışlar üzerine pozitif olarak etki etmektedir. Ancak araştırmada, finansal sosyalizasyon

değişkenlerinden para ve iş durumunun, bireyin finansal davranışları üzerindeki etkisi istatistikî olarak anlamsız bulunmuştur.



İKİNCİ BÖLÜM

2. FİNANSAL OKURYAZARLIK

2.1. Finansal Okuryazarlık Kavramı

Finansal okuryazarlık, son dönemlerde eğitimciler, toplum, iş ve tüketici grupları, devlet kurumları ve politikacılar için gündeme gelen bir kavramdır (Worthington, 2006: 2). Literatür incelendiğinde, pek çok finansal okuryazarlık tanımının olduğu fakat hala ortak bir tanımın oluşturulamadığı belirtilmektedir. Finansal okuryazarlık tanımının kişisel finans yönetimiyle, bireysel özelliklerin ve yeteneklerin ölçüsüne bağlı olarak farklılaştığına değinilmektedir (Golemac ve Loncar, 2016: 92). Wagland ve Taylor (2009) finansal okuryazarlık teriminin, finansal okuryazarlık düzeyinin uygun bir ölçümünün belirlenmesinde ayrılmaz bir öneme sahip olduğunu öne sürmektedir. Onlara göre, finansal durumun doğru bir şekilde değerlendirilebilmesi için standartların ve kriterlerin belirlenmesi gerekmektedir. Finansal okuryazarlık, çeşitli operasyonel tanımların ve değerlerin yanı sıra çeşitli kavramsal tanımlara sahiptir (Remund, 2010: 276). Mason ve Wilson (2000) bireylerin finansal okuryazarlık özelliklerini belirli bağlamlarda inceleyen literatürü araştırmış ve mevcut tanımların eksik olduğunu ileri sürmüştür. Aşağıdaki tabloda ise literatürde farklı yazarların finansal okuryazarlık üzerine yaptığı pek çok tanım yer almaktadır.

Tablo: 1 Literatürdeki Finansal Okuryazarlık Tanımları

Yazar/Yazarlar	Tarih	Tanımlar
Schagen ve Lines	1996	Para yönetimi hakkında temel kavramları anlayan, finansal kurumlar, sistemler ve hizmetler hakkında bilgi sahibi olan; genel ve özel bir dizi becerisi olan, finansal işlerin etkin yönetimine izin veren ve buna yönelik tutumlar sergileyen kişilere finansal okuryazar, bu sürecin sonunda kazanılan edinime de finansal okuryazarlık denir.
Chen ve Volpe	1998	Finansal okuryazarlık, belirsiz ortamlarda finansal karar vermedeki etkili kavramlardandır.
Mason ve Wilson	2000	Finansal okuryazarlık, bir bireyin olası finansal sonuçlara ilişkin karar vermek için gerekli olan bilgiyi elde etme, anlama ve değerlendirme becerisidir.

Tablo: 1 Literatürdeki Finansal Okuryazarlık Tanımları (Devamı)

Vitt, Anderson, Kent, Lyter, Siegenthaler ve Ward	2000	Finansal okuryazarlık, bireyin kişisel finans konularını anlama, analiz etme, yönetme ve iletme yeteneğidir.
Worthington	2006	Finansal okuryazarlık, matematiksel yetenek ve finansal terimlerin anlaşılması olarak tanımlanabilir.
Greenfield ve Williams	2007	Finansal okuryazarlık, bireyi doğru ya da iyileştirici bir yola sokacak bir kapasiteye işaret eden normatif bir kavramdır.
Lusardi	2008	Temel düzeyde finansal okuryazarlık, faiz oranlarını, enflasyonun etkilerini ve riski dağıtmayı anlayabilme becerisidir. İleri düzeyde finansal okuryazarlık, yatırım ve tasarruf kararları alma, risk ve getiri arasındaki ilişkiyi anlama, temel menkul kıymet değerlemesi hakkında bilgi sahibi olma, tahvil, hisse senedi ve yatırım fonlarının işleyişini anlayabilme becerisidir.
Temizel ve Bayram	2011	Finansal okuryazarlık, gündelik yaşamda kullanılan finansal enstrümanların seçiminde bilgi temelli kararlar verebilmeyi sağlayan yeterlilik düzeyini ifade etmektedir. Finansal okuryazarlık, finansal ürün ve uygulamalarla temel düzeyde bilgi sahibi olarak finansal kararlar alabilme yeteneğidir.
Lissington ve Matthews	2012	Finansal okuryazarlık çeşitli özellikler içeren bilgi, beceri, davranış ve deneyimlerdir.
Pinto	2012	Finansal okuryazarlık, bireyin için gerekli finansal bilgileri elde etme, anlama ve değerlendirme becerisi olarak tanımlanabilir.
Sohn, Joo, Grable, Lee ve Kim	2012	Finansal okuryazarlık, gündelik hayatta finansal kararlar almada karşılaşılan zorlukları ele almak için gerekli bilgi ve becerilerin anlamına gelir.
Xu ve Zia	2012	Finansal okuryazarlık, finansal ürünler, kurumlar, kavramlar, bilgiler, beceriler, para yönetimi ve finansal planlamayı kapsayan ve genel olarak finansal yeteneği ifade eden bir kavramdır.
Taylor ve Wagland	2013	Finansal okuryazarlık, bireylerin refahının ve finansal konularının yönetilmesi için finansal açıdan önemli bir kavramdır.

Tablo: 1 Literatürdeki Finansal Okuryazarlık Tanımları (Devamı)

Ergün, Şahin ve Ergin	2014	Finansal okuryazarlık, bireylerin gelirlerini, birikim ve yatırımlarını doğru değerlendirme, bütçelerini yönetebilme yetkinliğidir.
Alkaya ve Yağlı	2015	Finansal okuryazarlık, bireylerin bütçe, sigorta, tasarruf, yatırım, kredi gibi finansal konularda bilgi sahibi olmalarını, finansal konularda doğru kararlar almalarını ve doğru davranışlar göstermelerini içermektedir. Ayrıca finansal okuryazarlık, bireylerin finans konularında bilgi temelli kararlar almasını sağlayan yeterlilik düzeyidir.
Çam ve Barut	2015	Finansal okuryazarlık, bireylere paranın kullanımı ve yönetimi konusunda temel bilgi ve beceri sağlayan yeterlilik düzeyidir.
Filippova	2015	Finansal okuryazarlık, bireyin refahını etkileyen bir faktör olarak gözden geçirilir, bir bireyin finansal açıdan yetkin özelliklerini tanımlar.
Gutnu ve Cihangir	2015	Finansal okuryazarlık, bireylerin para kullanımı ve yönetimi konusunda tasarrufları ve alacağı yatırım kararlarında, doğru finansal araçların tercih edilmesini sağlayacak şekilde bilgi, beceri ve finansal refahını artırma çabasıdır.
Kılıç, Ata ve Seyrek	2015	Finansal okuryazarlık, bireyin finansı anlayabilme becerisidir. Daha açık bir ifade ile, bireyin daha etkin finansal kararlar alabilmesi için sahip olması gereken finansal bilgi ve yeteneklerdir.
Biçer ve Altan	2016	Finansal okuryazarlık, bireyin finansal kararlarında akıllıca davranarak, bütçesini yönetebilme yeteneğidir.
Danışman, Sezer ve Gümüş	2016	Finansal okuryazarlık, bireylerin gelir gider dengesini sağlamaya yönelik, bütçe oluşturma becerisiyle etkili finansal kararlar alabilmesidir.
Elmas ve Yılmaz	2016	Finansal okuryazarlık, bireylerin gelirlerini, tasarruflarını, yatırımlarını doğru bir şekilde değerlendirerek, kendilerini finansal açıdan yönetebilme yetkinliğine sahip olmalarıdır.
Golemac ve Loncar	2016	Dar anlamda bir bilgi sentezini temsil eden finansal okuryazarlık, para yönetiminde farkındalık, beceri, tutum ve davranış geliştirmesidir.

Tablo: 1 Literatürdeki Finansal Okuryazarlık Tanımları (Devamı)

Ünal, Torun, Yavuz ve Ediş	2016	Finansal okuryazarlık, bireylerin harcamalarını, tasarruflarını, yatırımlarını, birikimlerini, gelir-gider dengesini bütçesi doğrultusunda yönetebilme yetisidir.
Aksoylu, Boztosun, Altınışık ve Baraz	2017	Finansal okuryazarlık, finans dünyasındaki gelişmeler karşısında uygun kararlar alabilmeyi ve finansal planlama yaparak bireyin kendi finansal durumunu yönetebilmeyi sağlayacak düzeyde finansal kavramları anlayabilme yetkinliğine sahip olmaktır.
Er ve Taylan	2017	Finansal okuryazarlık, temel düzeyde finansal ürünler ve uygulamalar hakkında bilgi sahibi olarak, gündelik hayatta kullanılan finansal araçların seçiminde bilgi temelli kararlar verebilmeyi sağlayan yeterlilik düzeyidir.
Karakulle ve Tan	2018	Finansal okuryazarlık, bireylerin günlük yaşamda hayatlarını devam ettirebilmelerine ve sahip oldukları gelirler ile giderlerinin dengeli bir şekilde ilerlemesine katkı sağlayan kaynaklarının kullanımı ile ilgili olarak, finansal konularda bilgi, beceri, tutum ve davranışlara sahip olma derecesidir.
Kutukız ve Özden	2018	Finansal okuryazarlık, bireyin bütçe yönetiminde etkin finansal kararlar almasıdır.
Şahin ve Barış	2017	Finansal okuryazarlık, bireylerin finansal refahlarını koruma ve iyileştirmelerini kolaylaştıracak finansal bilgiye sahip olmalarını, edindikleri bilgiler yardımıyla bütçelerini yönetirken etkili ve bilinçli kararlar vermelerini, bu kararlar yoluyla da kişisel finansal refahlarını artırmalarını sağlayacak bir kavramdır.

Tablo 1’de görüldüğü üzere finansal okuryazarlığın literatürde farklı tanımları bulunmaktadır. Finansal okuryazarlık bireylerin tutumlarını, davranışlarını ve kararlarını, nihayetinde finansal ve sosyal refahlarını etkileyecek varlık birikiminde merkezi bir rol oynamaktadır (Grinstein Weiss vd., 2012: 257). Bireyin para kullanma ve yönetimi hakkında değerlendirme yapması ve etkili karar verme yetisi olarak da tanımlanan finansal okuryazarlık; bireylerin gelirlerini, birikim ve yatırımlarını akıllıca değerlendirip, bütçelerini doğru yönetebilme yetkinliğine sahip olabilmeleri (www.fo-der.org) açısından önemlidir.

OECD'ye göre finansal okuryazarlık sağlıklı finansal kararlar almak ve nihayetinde bireysel finansal refahı elde etmek için gerekli olan farkındalık, bilgi, beceri, tutum ve davranışların bir kombinasyonudur (OECD, 2011: 3). Finansal açıdan okuryazar bir birey, finansal kavramlar hakkında temel bilgilere ve finansal durumlarda sayısal uygulama becerisine sahip olmalıdır (Atkinson ve Messy, 2012: 16). Bu becerilere sahip olmanın önemli olduğunun farkına varan bazı ülkeler, yurttaşlarını daha bilinçli hale getirmek için birtakım çalışmalar yapmışlardır. Örneğin; finansal okuryazarlık konusunda öncü kuruluşlardan biri olan OECD (The Organisation for Economic Co-operation and Development/ Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü) gözetiminde kurulan INFE (International Network on Financial Education/ Finansal Eğitime Yönelik Uluslararası İşbirliği) 16 farklı ülkeden farklı özelliklere sahip kişiler üzerinde bir anket çalışması yapmıştır. Bu çalışma sonucunda finansal okuryazar olarak olan bireylerin, üç ana kavram olan finansal bilgi, finansal tutum ve finansal davranışlara sahip olması gerektiği üzerinde durulmuştur (Öztürk, 2014: 46).

2.2. Finansal Okuryazarlık Bileşenleri

Finansal okuryazarlık, bireylerin yaşamları boyunca oluşturduğu genişleyen bilgi, beceri ve strateji kümesi olarak görülmektedir. Bilişsel ve pratik becerilerin hareketiyle tutum, motivasyon ve değerler gibi diğer kaynakları içermektedir (PISA, 2012: 145). Finansal bilgi, finansal tutum ve finansal davranış birbirinden ayrılamayan ve birbirini tamamlayan bileşenler olarak finansal okuryazarlık düzeyini etkilemektedir (Tuna ve Ulu, 2016: 129).

Finansal Bilgi: Finansal bilgi, düzeyi finansal okuryazarlığın belirlenmesindeki bileşenlerden biridir. Bireyler verecekleri ekonomik kararlarda ya da karşı karşıya kaldıkları finansal olaylarda finansal bilgiye ihtiyaç duyarlar. Finansal okuryazarlık, temel finansal kavramların yanı sıra, finansal ürünlerin amacı ve temel özellikleri de dahil olmak üzere, finansal dünyanın temel unsurları ile ilgili bazı bilgileri ve anlayışlara bağlıdır (PISA, 2012: 145). Lusardi ve Mitchell (2014)'a göre finansal bilgi, faiz oranlarıyla ilgili hesaplamalar yapmada kullanılan kapasitedir. Onlara göre finansal bilgi; enflasyonu anlamak ve risk çeşitlendirmesini anlamaktan oluşmaktadır. Finansal okuryazar olarak adlandırılan bir kişinin bütçe, sigorta, tasarruf, yatırım, kredi, faiz, enflasyon, risk, getiri, bilanço gibi temel finans bilgilerine sahip olması beklenir (Alkaya ve Yağlı 2015: 587). Karaa ve Kuğu (2016)'ya göre aileler bireylerin para ve tasarruf davranışlarını kullanma

konusunda ilk finansal bilgi kaynakları olmasına rağmen, finansal bilgi en çok örgün ve yaygın eğitimden elde edilmektedir.

Finansal Tutum: Finansal okuryazarlığın bir olgusu olan finansal tutum, bireylerin gelecekte yapmak istedikleri planlarını, birikimlerini ve tasarruflarını kapsamaktadır. Gelecek planları, birikim ve tasarrufları ilgilendiren finansal tutum; finansal okuryazarlığın önemli bir parçası olarak kabul edilmektedir. Bireylerin parayı dikkatli kullanma, idareli tüketme, gelecek için birikim yapma gibi konularda önceden yaşadığı çeşitli deneyimler sonucu düzenli bir tavır sergilemeleri söz konusudur (Alkaya ve Yağlı 2015: 588). Bireylerin sahip oldukları finansal durumlarını kullanma, tutumlu harcamalar yapma, gelecek için tasarruf yapma gibi konularda çeşitli tecrübeler sonucu düzenli bir tavır sergilemeleri söz konusudur. Örneğin, kısa vadedeki isteklerini önemseyen bireylerin, karşılaşılabilecekleri ani durumlar için tasarruf ya da uzun vadeli finansal planlar yapma ihtimalleri daha düşük olacaktır (Kanmaz, 2018: 14). Bireylerdeki gelecek kaygısı azaldığında, gelecek planlarını daha az tutum yaparak geçirmeyi tercih edeceklerdir (Atkinson ve Messy, 2012: 33).

Finansal Davranış: Finansal davranış, bireylerin finansal durumlarının takibi, dikkatli alışveriş yapmaları, borç ve kredilerini yönetebilmeleri, kısa ve uzun vadede yatırımlarını değerlendirebilmeleri olarak düşünülebilir (Alkaya ve Yağlı 2015: 589). Finansal davranışlar, kredi kullanımı, yatırım, alışveriş, tasarruf gibi pek çok finansal araç ve bilginin birbiriyle nasıl çalıştığıyla alakalıdır (Saraç, 2014: 20). Davranış, finansal okuryazarlığın temel ve en önemli unsurudur. Davranış ifadeleri, bireylerin tipik olarak potansiyel satın alımlarını yaparken bu konuda düşünüp düşünmediklerini göstermektedir (Atkinson ve Messy, 2012: 23). Grohmann ve Menkhoff, (2015)'a göre finansal davranışın etkilendiği iki kanal vardır. Birincisi, finansal okuryazarlığı artıran, böylece finansal davranışı geliştiren ebeveyn öğretisidir. İkincisi ise okuldur. Okuldaki eğitim kalitesi, finansal davranış üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir.

2.3. Finansal Okuryazarlığı Etkileyen Faktörler

Finansal okuryazarlığı incelerken yalnızca finansal okuryazarlığın ne olduğunu anlamak yeterli değildir. Genel olarak finansal okuryazarlığın ne demek olduğunu anlayabilmek için finansal okuryazarlığı etkileyen faktörleri de incelemek gerekmektedir (Öztürk, 2014: 19-23). Finansal okuryazarlığı etkileyen faktörleri inceleyen araştırmalar genelde finansal okuryazarlığın belirleyicileri olarak bireylerin sosyo-demografik

özelliklerini ele almıştır. Finansal okuryazarlık üzerine yapılan çalışmalarda, yapılan anketlerde yer alan demografik sorularla elde edilen veriler, çalışmaların farklı yönleriyle değerlendirilmesine olanak tanımıştır. Bu sayede, demografik özelliklere göre bireylerin ihtiyacı olan finansal okuryazarlık bileşenleri tespit edilebilmiştir (Kuyumcu, 2018: 17). Fakat literatürde finansal okuryazarlığın öncülleri olarak demografik özelliklerle beraber farklı tutum ve davranış değişkenlerini ele alan araştırmalar da bulunmaktadır. Finansal okuryazarlığı etkileyen faktörlerin belirlenmesi finansal okuryazarlığın geliştirilmesi, finansal eğitimin yaygınlaşması ve finansal farkındalığın artırılması açısından oldukça önemli olabilmektedir. Literatürde finansal okuryazarlığın öncülleri olarak kullanılan değişkenlerin başlıcaları; cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, iş deneyimi, gelir düzeyi, servet ve din olarak sıralanmaktadır (Öztürk ve Demir, 2015; Kılıç, 2016).

Cinsiyet: Finansal okuryazarlıkla ilgili yapılan hemen tüm çalışmalarda cinsiyet değişkeni öncül olarak kullanılmaktadır. Literatürdeki çalışmalara cinsiyet değişkeni açısından bakıldığında elde edilen genel sonuçlar, kadınların finansal okuryazarlık düzeylerinin erkeklere kıyasla daha düşük olduğunu göstermektedir (Kılıç, 2016: 27). Lusardi (2009), özellikle kadınların okuryazarlık düzeylerinin düşük olduğunu, bu durumun finansal davranışları etkilediğini belirtmektedir. Pek çok çalışma (Garrison, 2010; Kılıç vd., 2015; Çinko vd., 2017; Kanmaz 2018) genel olarak kadınların erkeklerden daha düşük finansal okuryazarlık düzeylerine sahip olduğunu göstermektedir.

Benzer şekilde; Danes ve Hiberman (2007) bireylerin finansal bilgi edinme, öz yeterlik geliştirme ve davranış performansında cinsiyet farklılıklarının etkisini araştırmıştır. Ayrıca, aile sisteminde paranın edinilme, tasarruf edilme, harcanma ve iletilme biçimlerindeki cinsiyet farklılıklarını da incelemiş ve erkeklerin finansal konulardaki bilgisinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır. Sreblin-Kirbis vd. (2017); finansal okuryazarlığın bileşenleri (finansal bilgi, finansal tutum ve finansal davranış) ve finansal memnuniyeti cinsiyet farklılıkları bağlamında araştırmıştır. Sonuçlar, erkeklerin finansal okuryazarlık düzeyinin daha yüksek olduğunu göstermiştir. Ayrıca erkekler arasındaki finansal bilgi, finansal tutum ve finansal davranış korelasyonu daha yüksek çıkmıştır. Araştırmalarında demografik değişkenlere ek olarak, her iki cinsiyet grubunda da finansal memnuniyetin önemli öncülleri temel olarak finansal davranışlar olarak belirlenmiştir. Finansal tutum bileşeni ise, kadınlar için değil, erkekler için ek finansal memnuniyet farkını açıklamıştır.

Yaş: Yaş değişkeni genelde hane halkı, yatırımcılar, çalışanlar olarak belirlenen araştırma örneklerinde finansal okuryazarlığın öncülleri arasında yer almaktadır. Fakat öğrencilerle ilgili yapılan çalışmalarda değişken olarak kullanılmaktadır. Grohmann ve Menkhoff (2015) bireylerin finansal okuryazarlıklarının hangi yaşta önemli bir rol oynadığının belli olmadığını fakat bununla birlikte, orta yaştaki bireylerin yüksek düzeyde finansal okuryazarlığa sahip olma eğiliminde olduğunu belirtmiştir. Agarwalla vd. (2015) ise Hindistan'da çalışan gençler üzerinde yaptıkları araştırma sonucunda, finansal bilgi ve finansal tutumlarını yaşı büyük olanlara göre daha düşük bulmuştur. Ülkemizde yapılan araştırmalarda da yaş değişkeni ile ilgili bulgular elde edilmiştir. Aksoylu vd. (2017), çalışmalarında 25-34 yaş grubunu kapsayan bireylerin daha yüksek finansal okuryazarlık düzeyine sahip olduğunu bulmuştur. Kuyumcu (2018) ise araştırmasında yaş arttıkça finansal okuryazarlığın düştüğünü tespit etmiştir.

Medeni Durum: Bireylerin evli veya bekar olması, çocuklu veya çocuksuz olmasının finansal planlama yeteneklerini ve bütçe yapma becerilerini geliştireceği düşünülmektedir. Bu nedenle, araştırmacılar medeni durumu da bir değişkeni olarak araştırmalarında test etmiştir. Payne vd. (2013)'ne göre finansal davranışlar evlilikte oluşan finansal sosyalizasyonun da bir göstergesidir. Evlilik birliği içerisinde eşler finansal konularda birbirlerini etkileyebilir. Bu da eşlerin finansal tutum ve davranışlarına yansiyabilir. Böylelikle finansal sosyalizasyon evlilik içerisinde de devam edebilmektedir. Ayrıca Agarwalla vd. (2015) araştırmalarında, evli olan bireylerin evlilik hayatlarında yaşadıkları deneyimlerin finansal okuryazarlıkları üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu bulmuştur. Kadoya ve Khan (2016) ise araştırmalarında, eşlerin eğitim düzeylerinin, bireylerin finansal okuryazarlıkları üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu bulmuşlardır.

Eğitim Düzeyi: Gerek Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) ülkelerinde, gerekse OECD kapsamı dışındaki bazı ekonomilerde yapılan anketler, bireylerin sadece doğru bilgiye dayalı finansal kararlar vermelerini engelleyen düşük düzeydeki finansal beceri, bilgi ve farkındalığa sahip olmakla kalmadıklarını, aynı zamanda finansal beceri, bilgi ve farkındalıklarını da çoğunlukla abarttıklarını göstermektedir. Bu sebeple, bireyleri eğiterek paralarını nasıl yönetmeleri gerektiğini bilmelerini, piyasada sunulan geniş finansal ürün ve hizmetler arasından doğru seçim yapabilmelerini ve gelecekleri için birikim yapabilmelerini sağlamak oldukça önemlidir (www.teb.com.tr).

Eğitim düzeyi değişkeni, çalışmalarda sık olarak ele alınan, özellikle örneklemde orta ve st yaş grubunun yer aldığı araştırmalarda kullanılan demografik özelliklerdendir. Hem okulda alınan ekonomi/finans dersleri hem de eğitim kalitesi, matematik yeteneği üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir (Grohmann ve Menkhoff, 2015: 411). Literatürden elde edilen bulgular da, genel olarak eğitim düzeyi yüksek olan bireylerin finansal okuryazarlık düzeylerinin de yüksek olduğunu göstermektedir. Finansal meselelerle de ilgili olan kaliteli eğitim, daha iyi finansal kararlara yol açmaktadır (Grohmann ve Menkhoff, 2015: 407) Okullarda verilen finans eğitimi ve kalitesi, finansal okuryazarlığı doğrudan etkilemektedir (Grohmann vd., 2015: 23). Bazı ülkelerde finansal okuryazarlığı artırmak için, ilköğretimde başlayan eğitimler verilmektedir. Bu uygulama ile küçük yaşlardan itibaren finansal sistem ve ürünler hakkında bilgi sahibi olan bireylerin yetiştirilmesi hedeflenmektedir (Tuna ve Ulu, 2016: 129).

İş deneyimi: Yapılan araştırmalar iş deneyimi yüksek olan bireylerin finansal okuryazarlık düzeylerinin daha yüksek olduğunu göstermektedir. Marcolin ve Abraham (2006) ile Worthington (2006); iş deneyimi olan tecrübeli bireylerde finansal okuryazarlık düzeyini yüksek bulmuştur. Chen ve Volpe (1998) ğrenciler üzerine yaptığı finansal okuryazarlık araştırmasında, iş deneyimine sahip olmayan ya da daha az iş deneyimine sahip olan öğrencilerin finansal okuryazarlıklarının düşük olduğu sonucuna ulaşmıştır. Beal ve Delpachitra (2003), iş deneyimi ve gelirin finansal okuryazarlığı geliştirilebildiğini savunmaktadır. Onlara göre iş deneyimine sahip olan bireyler belli bir tecrübeye sahiptir. Bu tecrübeye sahip bireylerin finansal becerileri, deneme yanılma yoluyla belli bir noktaya gelmiştir. Bu nedenle, iş tecrübesi olan bireylerin finansal alanda daha iyi tercihleri yaptığı söylenebilir. Ayrıca, iş deneyimi finansal risk üzerinde de etkili olmaktadır. Araştırmada, finansal alanda daha yüksek risk alan bireylerin, finansal piyasalar ve finans yönetim üzerinde daha fazla deneyime sahip olduğu görülmüştür. Sohn vd. (2012) finansal okuryazarlığı finansal deneyimlerle ilişkilendirmektedir. Yapılan araştırmaya göre, daha fazla finansal deneyime sahip olan bireyler daha fazla finansal bilgi sergilemektedir.

Gelir Düzeyi: Gelir düzeyi değişkeni, bireylere yönelik yapılan araştırmalarda genelde hane geliri; öğrencilere yönelik yapılan araştırmalarda ise genelde ailenin geliri olarak ele alınmaktadır. Finansal okuryazarlık, gelir seviyelerine göre değişiklik göstermektedir. Örneğin yapılan araştırmalar yüksek gelir düzeyine sahip yüksek eğitimi bireylerin, düşük eğitimi ve daha düşük gelirli bireylere nazaran finansal konular hakkında bilgisiz olabileceğini de göstermektedir (OECD, 2006: 4). Aksoylu vd. (2017)

çalışmalarında genel olarak, bireyler daha yüksek gelir düzeyine sahip bireylerin finansal okuryazarlıklarını düşük gelir seviyelerine sahip bireylerden daha başarılı bulmuşlardır.

Servet: Servet, bireylerin sahip oldukları mal varlıklarıdır. Dolayısıyla bireylerin sahip olduğu bu varlıklarla, bireylerin finansal okuryazarlık ilişkisini araştırmak için bu değişken de kullanılmıştır (Kılıç; 2016: 31). Hira ve Sabri (2013)'nin araştırması bireylerin finansal sosyalizasyonun ve yatırım yöneliminin iki göstergesinin servet birikimiyle ilişkili olduğunu göstermektedir. Grohmann ve Menkhoff (2015) çalışmalarında yüksek gelir ve varlıklara sahip bireylerin, iyi bir eğitim alarak finansal okuryazarlık davranışları gösterdiklerini bulmuşlardır. Rooij vd. (2012) araştırmalarında finansal okuryazarlık, emeklilik planlaması ve tasarruf planının geliştirilmesinin serveti artırdığı sonucuna ulaşmışlardır.

Din: Dinî kimliklerin oluşmasında etkili olan kurucu ve yönlendirici unsurların araştırılması, çağdaş sosyal bilimlerin çok yetkin olduğu bir alan değildir (Evkuran, 2015: 616). Fakat bireylerin inançlarıyla finansal okuryazarlık düzeyleri arasındaki ilişki araştırmacıların ilgisini çeken konular arasında yer almaktadır (Kılıç, 2016: 30). Bisin ve Verdier (2010)'a göre dindar ailelerde yetişen bireylerin finansal konularda başarılı olma ihtimali yüksek olabilir. Bu nedenle din, bireylerin finansal konulardaki başarılarında önemli bir faktör olarak değerlendirilebilmektedir. Murphy (2013), bireylerin psikolojik ve sosyal değişkenlerinin finansal okuryazarlıkla ilişkisini araştırmıştır. Araştırma sonucunda, bireylerin finansal okuryazarlığı ve dindarlığı arasında ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bulgularda bireylerin inanç seviyelerinin arttığında finansal okuryazarlıklarının az seviyede de olsa düştüğünü bulmuştur.

2.4. Finansal Okuryazarlığın Önemi ve Etkileri

Son yüzyılda finansal sistemde yaşanan hızlı dönüşümler, teknoloji ve iletişimdeki gelişmeler, finansal beklentilerin değişmesine yol açmıştır. Finansal ürünler geliştirilmiş, internet aracılığıyla doğrudan yatırım yapılması teşvik edilmiş, finansal stratejiler gündelik konuşmaların bir parçası haline gelmiştir (Beal ve Delpachtra, 2003: 1). Finansal mimarideki değişim sonucu finansal araçlar, teknikler ve uygulamalardaki çeşitlenme finansal okuryazarlığın önem kazanmasına yol açmıştır (Temizel ve Bayram 2011: 74). Piyasanın çok yönlü finansal ürünlerle dolu olduğu finans dünyasında finansal okuryazarlık, bireyler için adeta zorunluluk haline gelmiş, temel kavramları anlama ve günlük finansal işlemlerle ilgilenme becerisi önem kazanmıştır (Ahmad vd., 2016: 278).

Finansal okuryazarlık, finansal kurumların pazar payını arttırması, finansal ürünlerin geliştirilmesi ve pazarlanmasındaki hızlı büyüme gibi faktörler ve artan rekabet sonucunda daha da önemli hale gelmiştir (Marcolin ve Abraham, 2006: 2).

Bireyler için finansal okuryazarlığın önemli olmasının nedenlerinden biri de bireylerin istek ve ihtiyaçlarını karşılarken finansal ürünleri doğru kullanma zorunluluğudur. Modern toplumda, finansal ürünlerin artan çeşitliliği ve karmaşıklığıyla baş edebilmek için finansal okuryazarlık becerilerini geliştirmek gerekli hale gelmiştir. Finansal okuryazarlık becerilerine sahip olmak hem finansal problemleri çözmek hem de bunları daha önceden öngörüp kaçınmak için önemlidir (Öztürk ve Demir, 2015: 113). Aynı zamanda refah içinde, mutlu ve sağlıklı bir hayat sürdürebilmek açısından da önem arz etmektedir (Öztürk, 2014: 18). Finansal okuryazarlık, bireylerin gelirlerini, birikimlerini ve yatırımlarını mantıklı bir şekilde değerlendirip, bütçelerini doğru yönetebilme yetkinliğine sahip olmasını sağlamaktadır (Parmaksız ve Oymak, 2017: 169). Finansal ürün ve hizmetler doğru kullanılması ise bireylerin maddi hedeflerine ulaşmasını kolaylaştırmaktadır (Doğan, 2018: 11). Finansal konularda bilgi ve becerilere sahip bireyler, kısa ve uzun dönemdeki ihtiyaçları konusunda daha doğru kararlar verebilmekte, finansal ürünler arasında daha bilinçli seçimler yapabilmektedirler (Sezici ve Çelikkol, 2016: 422). Finansal okuryazarlık düzeyi arttıkça, bireyler parayla başa çıkabilme ve parayı yönetebilme kabiliyeti kazanmaktadır (Buccioli vd., 2018: 3).

Finansal okuryazarlık, tüm toplumu gerek bütün olarak gerekse toplumu oluşturan bireyleri tek tek yakından ilgilendiren, uzun dönemli etkileri olan ve önemi giderek artan bir alan olarak görünmektedir (Temizel ve Bayram, 2011: 74). Bu nedenle, finansal okuryazarlığın etkisi sadece bireyin kendisi için değil tüm toplumun ekonomik refahı açısından da önemlidir (Coşkun, 2016: 2248). Makro açıdan finansal okuryazarlık, bireylerin verdikleri kararların ekonomik sisteme etkileri, gerek ülke gerek dünya ekonomisi açısından büyük öneme sahip olmaktadır (Ergün vd., 2014: 847). Küresel ekonominin mevcut koşulları altında, bir ülkenin sürdürülebilir sosyal ve ekonomik gelişimi ve insanların refahının iyileştirilmesi birçok faktöre bağlıdır. Sosyal ve ekonomik anlamda esenlik, toplumda önemli bir başarı faktörüdür. Bu nedenle, bireylerin finansal okuryazarlığını yükseltmek, onların akıllı kararlar almasını, riskleri en aza indirmesini ve böylece insanların finansal güvenliğini ilerletmeyi teşvik etmektedir (Filippova vd., 2016: 1).

Finansal okuryazarlık kavramı, günümüzde finansal kesimin ve akademi çevrelerinin de sıklıkla gündeminde yer alan konulardan birisi haline gelmiştir. Konuyla ilgili çalışmaların amacı, uzmanlaşmış finansal araçlar konusunda toplumun bilgi düzeyinin tespiti ve finansal konularda gereken bilincin oluşturularak bireylerin yatırım kararlarında bizzat kendilerinin etkili olabilmesinin sağlanmasıdır. Bu sayede, toplumdaki tasarruflar doğru bir şekilde yatırıma dönüşecek ve yatırımların hızla artması da büyümeyi sağlayarak toplumun ekonomik refahını arttıracaktır (Bekereci vd., 2018: 46). Chen ve Volpe (1998: 122)'ye göre bireyler finansal durumlarını yönetemediğinde, toplum için bir sorun haline gelmektedir. Bu nedenle, OECD (2006) finansal okuryazarlığın önemini en yüksek hükümet düzeylerinde ele alınması gereken bir politika meselesi olarak görmektedir. Hükümetler tarafından finansal okuryazarlığa ilgi artmakta (Nicolini 2017: 35), finansal okuryazarlık düzeyini arttırmak için çalışmalar yapılması teşvik edilmektedir. Örneğin, Amerikan hükümeti, Amerika Birleşik Devletleri'nde finansal başarıyı teşvik etmek için birçok eyalette finansal okuryazarlık müfredatını zorunlu kılmıştır. Avustralya, ulusal finansal okuryazarlık stratejisi başlatmıştır. İngiltere Tüketici Mali Eğitim Kurumu'nu kurmuştur. Kanada federal hükümeti, finansal okuryazarlık müfredat politikası yoluyla, okuryazarlık becerisini anaokulunda geliştirmeye başlamıştır (Pinto, 2012: 177). Türkiye'de ise Finansal Okuryazarlık ve Erişim Derneği (FODER), devlet, özel sektör ve diğer sivil toplum kuruluşları ile iş birliği yaparak ülke çapında bireylerin finansal okuryazarlık, finansal erişim farkındalıklarını ve olanaklarını oluşturmaya çalışmaktadır. Bu doğrultuda bilinçlendirme, eğitim, araştırma faaliyetleri yürütülmekte, uygulamalara destek verilmekte ve politikalar üretilmektedir.

Mevcut ekonomik koşullarda, herhangi bir şeyi kalıcı ve öngörülebilir olarak değerlendirmek imkansızdır. Etrafımızı çevreleyen her şey nasıl değişiyorsa finansal ortam da değişmektedir. Piyasalarda, yatırım, tasarruf veya borçlanma sermayesinin birçok yeni olasılığı vardır. Bu nedenle, her bireyin belirli bir düzeyde finansal okuryazarlığının olması şarttır (Paseková vd., 2013: 462). Çünkü etkin olmayan para yönetimi, bireyleri ciddi finansal krizlere karşı savunmasız bırakan davranışlarla sonuçlanabilmektedir (Braunstein ve Welch, 2002: 445). Bu nedenle, bireyler karmaşık finansal konuları aşabilmek adına yeterli bilgi donanımına da sahip olmak zorundadır (Parlar ve Turan 2017: 75). Doğru kararlar bireyin yaşamına olumlu etkilerde bulunurken, yanlış kararların etkisi ciddi şekilde olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir. Bireyler, yanlış tercihlerinin sonucunda yılların emeği ile ortaya çıkan birikimlerini kaybetmek noktasına gelebilir ya da finansal

okuryazarlıklarını arttırarak, yapacakları bilinçli tercihlerle refah düzeyini artırabilirler (Er ve Taylan, 2017: 298).

Ancak Lusardi (2009) ve Mandell (2008) dünya çapında pek çok bireyin finansal olarak okuma yazma bilmediğini savunmaktadır. Finansal okuryazarlığın düşük olması yalnızca bireyler için değil, finansal sistem hatta ulusal ekonomi için de önemli bir sorun oluşturabilmektedir. Bireylerin tasarruf-harcama davranışı, borçlanma ve yatırım kararlarının kendi servetleri üzerinde doğrudan etkileri olduğu gibi, finansal sistem ve ülke ekonomisi üzerinde de dolaylı etkileri bulunmaktadır (Barış, 2016: 16). Finansal okuryazarlık düzeyinin yükseltilmesi, bireyleri finansal ürün ve hizmetlerin nasıl işlediği ve hangilerinin çıkarlarına daha uygun olduğuna ilişkin bilgilendirerek finansal karar almada yardımcı olmaktadır (Temizel ve Bayram 2011: 74). Finansal okuryazarlığın artırılması yarattığı olumlu etkiler açısından önemlidir. Finansal okuryazarlığı yüksek olan bireylerin yarattığı etkiler şöyle sıralanabilir:

- Yararlı olan kararlar almak ve içinde yaşanılan ekonomik dünyayı yapıcı bir şekilde desteklemek ve eleştirmek için daha donanımlı olmak (PISA, 2012: 146).
- Anahtar bir kavram olan para yönetimini anlamak, genel ve özel bir dizi beceri ve mali işlerin etkin ve sorumlu bir şekilde yönetilmesini sağlayan tutumlar kazanmak (Schagen ve Lines: 1996: 91).
- Daha yüksek bir yaşam standardına, tasarrufa, yatırıma ve sürekli iş başarısına kavuşmak (Lissington ve Matthews, 2012: 25).
- Farkındalığını arttırmak ve daha rasyonel karar verme becerisi kazanmak (Er ve Taylan, 2017: 298).
- Tasarruf bilinci, özgüven artışı ve borçlarını yönetebilme kabiliyetini geliştirmek, kısa ve uzun vadeli bireysel finansal planlama yapabilmek, finansal sistemi anlayarak, finansal araçlar arasından makul tercihler yapmak (Parmaksız ve Oymak: 2017: 179).
- Finansal ürün ve hizmetlerin nasıl işlediği ve hangilerinin çıkarlarına daha uygun olduğuna ilişkin değerlendirme yapabilmek ve bu doğrultuda finansal karar almak (Temizel ve Bayram 2011: 74).
- Piyasadaki günlük finansal durumlarla ve işlemlerle başa çıkmak için yeterli donanıma sahip olmak (Sohn vd., 2012: 1).

- Sadece birey olarak değil, bireyin ailesi açısından da doğru finansal kararlar vermek, aile refahını artırarak toplumun ekonomik gelişimine katkı sağlamak (Hilgert vd., 2003).

2.5. Finansal Okuryazarlık ve Kadın Girişimciliği

Finansal okuryazarlık sadece finansal kavramları anlamada önemli değildir, aynı zamanda bireylerin refahına katkıda bulunan karmaşık bir alandır (Filippova vd., 2016: 2) Finansal okuryazarlık becerilerine sahip olmak, hem finansal problemleri çözmek hem de bunları tahmin edip onlardan kaçınabilmek için önemlidir. Bireyler, mutlu ve sağlıklı bir hayat sürdürebilmek için yaşamın her alanında çeşitli kararlar almaktadırlar. Finansal kararlar da bireyin geleceğini şekillendiren önemli kararlardandır. Bireyler küçük ya da büyük olsun parayla ilgili finansal bir karar almak zorundadır. Yapılacak alışverişin limitini belirlemek de, ev satın almak için birikim yapmak da bir finansal kararın sonucudur. Burada önemli olan şey bireyin bilinçli ve doğru kararlar alabilmesidir (Öztürk ve Demir, 2015: 114). Bunlarla birlikte, bireylerin tasarruf etmesi de son derece önemlidir. Çünkü bireylerin tasarrufları, ülke ekonomisinin büyümesi için yatırımların finansmanında ihtiyaç duyulan birincil kaynak olduğundan büyük önem taşımaktadır. Burada finansal okuryazarlık, bu tasarrufları artırmada bir politika aracı olarak sunulmaktadır (Şahin ve Barış, 2017: 77) Çünkü yatırım fırsatları ulusal sınırların ötesine geçerek, bireylerin geniş bir varlık yelpazesine yatırım yapmalarına izin vermektedir (Scheresberg, 2013: 1). Finansal kararlar, mevcut duruma göre bireyin ve toplumun refah düzeyine olumlu katkı sağlamaktadır. Bu olumlu katkı ülke ekonomisinin istikrarı için önemlidir (Danışman 2016: 29).

Lusardi'nin (2007) "Finansal Okuryazarlık ve Cehalet" başlıklı blog yazısında yazdığı gibi, bireyler okuryazar olmadıklarında, finansal zorluklara karşı daha savunmasızlardır. Ulusal finansal okuryazarlık merkezine liderlik eden Lusardi, belli nüfus grupları arasında bulunan azınlıkların ve kadınların genel olarak eğitim düzeyinin düşük olduğunu, bu nedenle bu kişilerin finansal okuryazarlığının da düşük olduğunu belirtmektedir. Ona göre finansal açıdan okuma yazma bilmeyen bireyler, ekonomik sıkıntıya karşı savunmasızdır. Bu savunmasızlık duygusu bireyleri, finansal açıdan kaygılandırır önemli bir husustur (Lusardi, 2007). Çünkü düşük finansal bilgi düzeyi, bireylerin bilinçli kararlar verme yeteneklerini sınırlamaktadır (Chen ve Volpe 1998: 107). Finansal okuryazarlık becerilerindeki düşüklük ise, bireylerin finansal dünyayı

dolaşmalarına, paralarıyla ilgili bilinçli kararlar almalarına ve yanıtılma şanslarını en aza indirmelerine olanak sağlamamaktadır (Marcolin ve Abraham, 2006: 2).

Kadınların rolü son yıllarda, finansal dünyayla birlikte bir dönüşüm geçirip, çarpıcı bir şekilde değişmiştir. Bir ülkenin ekonomik büyümesini etkileyen yatırımlar, her bireyin sosyal ve ekonomik refahının artması toplumun üyesi (Filippova vd., 2016: 5) olan kadınlara da sorumluluklar yüklemektedir. Bir toplumun kalkınması, gelişmesi ve refah düzeyini yükseltmesi toplumun sahip olduğu girişimcilere bağlıdır. Ancak girişimci sayısının fazla olması sadece erkek bireylerle sağlanamamakta, kadınların da bu süreçte varlık göstermesi gerekmektedir. Yeni mal ve hizmet üreten, yeni kaynaklar bulan, yeni organizasyonlar oluşturan ve yeni yönetim teknikleri uygulayan kadın girişimcilerin katkıları sayesinde toplum istenilen gelişmişlik düzeyine ulaşabilmektedir (Kaygın ve Güven, 2015: 1). Ekonomiyi büyütmenin, yeni iş imkanları oluşturmanın, kullanılmayan potansiyeli etkin bir hale getirmenin kadınların girişimcilik faaliyetlerinin teşvik edilmesinden geçmektedir (Can ve Karataş, 2007: 252; Soysal, 2010: 71). Kadınların çalışma hayatına büyük oranda katılması ve çalışma hayatında aktif rol alarak girişimcilik faaliyetlerinde bulunması, kalkınmanın anahtar gelişmelerinden de biri olarak kabul edilmektedir (Gül ve Altındal; 2016: 1361).

Tarihsel olarak bakıldığında kadın girişimciler, ilk olarak maddi zorunluluktan dolayı girişimcilik faaliyetlerinde bulunmuş ve genellikle ailelerini desteklemek için çalışma hayatına atılmışlardır. Girişimcilik faaliyetlerine kişisel tasarruflarından, arkadaşlarından veya ailelerinden krediler alıp başlamışlardır. Bu dönemde kadın girişimcilerin profilini genel olarak, eğitim düzeyleri düşük ve iş deneyimi olmayan kadınlar oluşturmaktadır (Buttner, 1993: 1-2). Ancak günümüzde kadın girişimcilerin daha farklı özelliklere sahip olması beklenmektedir. Yaşanan değişimler sonucunda toplumda gelişen rol ve sorumlulukları göz önüne alındığında, finansal okuryazarlık kadınlar için özel bir ihtiyaçtır (Donohue, 2011: 34). Finansal okuryazarlık, kadınların kişisel finans kaynaklarının ve hane halkı finans kaynaklarının yönetimini geliştirmektedir. Finansal okuryazarlık, girişimci faaliyetlerini geliştirmenin ve yönetmenin yanı sıra, kadınların uygun finansal hizmet ve ürünleri seçmeleri ve bunlara erişmeleri için onları güçlendirmektedir. Finansal okuryazarlığı geliştirmek, kadınların matematik okuryazarlığını, iletişim becerilerini ve bilgi arama becerilerini de arttırmaktadır. Finansal bilgi ve planlama birbiriyle yakın ilişkili olduğundan, finansal okuryazarlığı yüksek olan kadınların plan yapma konusunda başarı olasılığı daha yükselmektedir (Lusardi ve

Mitchell, 2008: 416). Bu da, kadınların özgüvenini geliştirerek (Njaramba vd., 2015: 200) girişimcilik eğilimlerinin artmasına neden olmaktadır.

Finansal okuryazarlık her ne kadar sonradan edinilen bir kavram olarak görülse de, sürekli yeni bilgi edinme gereksinimiyle devam eden bir süreçtir (Kutukız ve Özden, 2018: 362). Hem haneye hem de ülke ekonomisine olan katkısıyla gittikçe sayısı artan kadın girişimcilerin de, finansal okuryazarlık düzeyinin artırılması bu bağlamda oldukça önemlidir. Kadınların finansal okuryazarlık düzeyinin hem çalışma hayatında hem de aile ortamındaki finansal bilgisi, davranışı ve tutumu açısından büyük bir etkisi olduğu düşünülmektedir (Kutukız ve Özden, 2018: 349).

2.6. Dünya’da ve Türkiye’de Yapılan Finansal Okuryazarlık Çalışmaları

Dünya’da ve Türkiye’de finansal okuryazarlık alanında çok sayıda çalışma yapıldığı görülmektedir. Literatürdeki finansal okuryazarlık çalışmalarının örneklemelerinin genellikle öğrencilerden oluştuğu dikkat çekmektedir. Bunun yanında finansal okuryazarlık demografik faktörler açısından da incelenmiştir. Yapılan araştırmaların pek çoğunda benzer sonuçlar çıktığı görülmektedir. Araştırma sonuçları, hem bireylerin finansal okuryazarlıklarının geliştirilmesi gerektiğini hem de daha fazla bireyin finansal okuryazar olması gerekliliğini vurgulamaktadır. Elmas ve Yılmaz (2016) finansal okuryazarlık düzeyinin düşük çıkmasının sadece bireylerin sorunu olmadığını, bu durumun aynı zamanda ulusal bir finansal problem olduğunu belirtmiştir.

Dünya’da öğrencilere yönelik yapılan finansal okuryazarlık çalışmalarına; Chen ve Volpe (1998); Beal ve Delpachtra (2003); Mandell ve Klein (2007); Robb ve Sharpe (2009); Yates ve Ward (2011); Kaur vd. (2013); Ahsan (2013); Boyland ve Warren (2013); Pasekova vd. (2013); Xiao vd. (2014); Albeedy ve Gharlegghi (2015); Thapa ve Nepal (2015); Morris ve Koffi, (2015) ve Ahmad vd. (2016)’nin araştırmaları örnek verilebilir.

Chen ve Volpe (1998), çalışmalarında üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlıklarıyla finansal kararları ve davranışları arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Araştırma sonucunda, öğrencilerin genel olarak finansal okuryazarlık düzeyinin düşük olduğu sonucuna varmışlardır. Özellikle işletme bölümü dışında olan öğrencilerin, alt sınıflarda okuyan öğrencilerin, kadınların, 30 yaşın altındaki öğrencilerin ve iş deneyimi az olan öğrencilerin finansal okuryazarlıklarının düşük olduğu belirlenmiştir. Sonuçlara göre, finansal okuryazarlığı düşük olan öğrenciler daha az bilgiye sahip olduğu için finansal alanda yanlış kararlar vermeye ve yanlış davranışlar sergilemeye meyillidir.

Beal ve Delpachtra (2003), Avusturalya’da 789 üniversite öğrencisinin finansal okuryazarlık düzeyini araştırmıştır. Araştırmada, örnekleme yer alan üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeylerinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum liselerde verilen finansal eğitimin yetersizliği ile ilişkilendirilmiştir.

Mandell ve Klein (2007) araştırmalarında lise öğrencilerinin kişisel finans alanında eğitim almadan önce ve sonraki finansal okuryazarlık düzeylerini tespit etmeye çalışmışlardır. Çalışmalarının amacı bu aşamalı durumun öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeyini nasıl etkilediğini belirlemektir. Araştırma sonunda, eğitim alan ve almayan öğrenciler arasında bir farklılık olmadığı, tüm öğrencilerin finansal okuryazarlığının düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Robb ve Sharpe (2009) üniversite öğrencilerinin finansal bilgi ve kredi kartı kullanımı arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Araştırma sonuçlarına göre üniversite öğrencilerinin finansal bilgileri, kredi kartı kullanımlarında önemli bir rol oynamaktadır. Ancak araştırma sonuçlarında, finansal bilgileri yüksek bireylerin de kredi kartı bakiyelerinin yüksek olduğu görülmüştür. Sonuçlar, öğrencilerin finansal bilgilerinin yüksek ya da düşük olmasının kredi kartı bakiyelerinde önemli bir farklılık yaratmadığını göstermiştir.

Yates ve Ward (2011) finansal bilginin, liseden üniversiteye, oradan yetişkinlik düzeyine nasıl aktarıldığını incelemiştir. Araştırma sonuçlarında, finansal öğrenmenin transferinde lise ile yetişkinlik arasındaki geçişlerde kırılmalar meydana geldiği, fakat yine de ilerleme kaydedildiği belirlenmiştir.

Kaur vd. (2013) üniversite öğrencilerine yönelik olarak, mezun olup işe başlayan öğrencilerin finansal eğitim ve finansal davranış bilincine sahip olmanın önemiyle ilgili algılarını belirlemeye çalışmıştır. Ayrıca, paranın nasıl yönetileceği konusunda belirli alanlardaki (yatırım, vergiler, banka / kredi kartı kullanımı, sigorta ve krediler / borç) finansal bilgi düzeyi de araştırılmıştır. Araştırma sonucunda; çoğu öğrencinin finansal düzeylerini iyileştirmek istediği görülmüştür. Ayrıca araştırma sonucunda, kadınların erkeklere göre daha yüksek davranış bilincine sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Para yönetimi konusunda ise öğrenciler, ebeveynlerden, okuldan, arkadaş çevrelerinden ve iş-yaşam deneyimlerinden daha çok etkilenmektedir. Özellikle yeni işe girenlerin mevcut bilgi düzeyini değerlendirmeyi amaçlayan çalışmadaki bulgular öğrencilerin yatırım, kredi kartı kullanımı ve sigorta konusunda daha az bilgiye sahip olduğunu göstermiştir.

Ahsan (2013) gelişmekte olan bir ülke olan Malezya’da artan yaşam maliyetinin, mal ve hizmet fiyatında oluşan dalgalanmaların finansal karar verme konusunda önemli etkisi olduğunu belirttiği çalışmasında, Malezya’da niversite ğrencilerinin finansal okuryazarlığına yönelik yapılan 4 çalışmayı incelemiştir. İnceleme sonucunda, tüm çalışmaların niceliksel uygulamalarında finansal okuryazarlık düzeyi ile yaş ve cinsiyetin ilişkilendirildiği; niteliksel uygulamalarda ise bireysel deneyimlere odaklanıldığı ortaya çıkmıştır. İncelenen tüm çalışmalarda öğrencilerin herhangi bir finansal okuryazarlık kursu ya da programına dahil edilmesi gerektiğinin önemi de vurgulanmıştır.

Boyland ve Warren (2013), ğrencilerin katıldığı finansal eğitim programlarıyla finansal okuryazarlığı arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Araştırma sonuçları öğrencilerin gelir, para yönetimi, tasarruf, harcama ve kredi bilgisine dayanarak analiz edilmiştir. Araştırma sonuçları, finansal okuryazarlık açısından cinsiyet bağlamında bir farklılık olmadığını; fakat yerli ve yabancı öğrenciler arasında önemli farklılıklar olduğunu göstermiştir. Araştırma sonuçlarına göre, kolejlerin ve üniversitelerin finansal okuryazarlık eğitim programlarını öğrenciler arasındaki kültürel ve etnik farklılıklara göre uyarlamaları önerilmiştir.

Pasekova vd. (2013) alışmalarında, her bireyin belirli bir yaşa geldiğinde finansal okuryazar olmasının gerekliliğini savunmuşlardır. Bu nedenle, ek Cumhuriyeti’ndeki öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeyine yönelik bir araştırma yapmışlardır. Araştırma sonuçlarında, örneklemdaki öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeyinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Öğrencilerin özellikle faiz oranlarını ve kredi kartı kullanımını çok iyi bilmedikleri belirlenmiştir.

Xiao vd. (2014) niversite ğrencilerinin finansal okuryazarlıklarını hem öznel hem de nesnel bilgi olarak ölçmeye çalışmıştır. Araştırmada ğrencilerin önceden edindiği bilgilerini daha sonra davranışlarında kullanıp kullanmadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma sonuçlarında, öğrencilerin borçlanma ve borç ödeme konusunda riskli davranışlar sergilemelerinde öznel ve nesnel farklılıklar olduğu ortaya çıkmıştır.

Albeerdy ve Gharleghi (2015) alışmalarında Malezya’daki niversite ğrencilerinin finansal okuryazarlığını etkileyen faktörleri araştırmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; para tutumu, eğitim ve finansal sosyalizasyon araçlarının öğrencilerin finansal okuryazarlıklarını etkilediği grlmştir. Özellikle para tutumunun öğrencilerin finansal okuryazarlığı üzerinde güçlü ve bir pozitif etkiye sahip olduğu bulunmuştur.

Thapa ve Nepal (2015), 436 üniversite öğrencisinin finansal okuryazarlıklarının üzerinde demografik, eğitimsel ve kişilik özelliklerinin etkisini araştırmıştır. Araştırma sonuçları, öğrencilerin çoğunun temel düzeyde finansal bilgiye sahip olduğunu, ancak kredi, vergi, hisse senedi piyasası, finansal tablo ve sigorta anlayışında yetersiz olduklarını göstermiştir. Bununla birlikte, öğrencilerin finansal bilgilerinin yaş, alınan eğitim, üniversite türü ve tutumlardan etkilendiği; cinsiyet, gidilen üniversite, finansal etki ve finansal davranıştan ise etkilenmediği bulunmuştur.

Morris ve Koffi (2015) çalışmalarında öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeyini belirlemek ve bu konuda aldıkları eğitimin onları nasıl etkilediğini araştırmıştır. Örneklemini Kanada Üniversitesi'nde okuyan 1.221 öğrencinin oluşturduğu araştırmada sonuçlar, finansal konularda eğitimin finansal okuryazarlık düzeyini artırdığını ortaya koymuştur. Fakat öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeyi, özellikle gelir vergisi boyutu açısından düşük bulunmuştur. Ayrıca, işletme öğrencilerinin diğer eğitim alanlarından daha yüksek bir finansal okuryazarlık düzeyine sahip olduğu bulunmuştur. Araştırma sonuçları erkeklerin, kadınlardan daha yüksek düzeyde finansal okuryazarlığa sahip olduğunu da göstermiştir. Buna ek olarak, ebeveyn geliri, etnik kökenler de finansal okuryazarlığı etkileyen faktörler arasında yer almıştır.

Ahmad vd. (2016) çalışmalarında, çeşitli faktörlerin finansal okuryazarlığın farklı boyutları üzerindeki etkisini araştırmıştır. Örneklemini İslami Bankacılık ve Finans, İşletme Fakültesi ve Muamalah KUIS programlarında yer alan 201 öğrenciden oluşan araştırmada öğrencilerin finansal bilgileri, finansal eğitimleri ve finansal tutumları 5'li Likert ölçeği ile ölçülmüştür. Araştırma sonucunda, finansal okuryazarlığın boyutları arasındaki ilişki olduğu; finansal bilgi, finansal eğitim ve finansal tutumun finansal okuryazarlığı önemli ölçüde etkilediği görülmüştür.

Finansal okuryazarlık üzerine yapılan farklı örneklemi kapsayan çalışmalar da bulunmaktadır. Örneğin; Golemac ve Loncar (2016) çalışmalarında, değişen finansal piyasa koşullarında gençlerin finansal konularda nitelikli olmaları ve mantıksal kararlar verebilmeleri gerektiğini savunmuşlardır. Bu nedenle, gençler üzerine yapılan pek çok çalışmayı analiz ederek, yapılan araştırmalarda gençlerin küresel düzeyde finansal okuryazarlıklarının düşük bulunduğunu ortaya koymuşlardır. Bu durum genel olarak finansal okuryazarlık kavramlarının bilinmemesi ile ilişkilendirilmiş ve bir finansal okuryazarlık cehaleti olarak nitelendirilmiştir.

Breitbach ve Walstad (2016) ise, Amerika Birleşik Devletleri'nde 18 ila 34 yaş arasındaki gençlerin finansal okuryazarlığını ve finansal davranışlarını araştırmışlardır. Araştırmada kullanılan anket gençlerin finansal okuryazarlığını belirleyici sorularla birlikte; kredi kartı kullanımı, hane halkı harcamaları, banka hesapları, öğrenci kredileri ve emeklilik tasarrufu gibi finansal davranışlarla ilgili konuları da kapsamaktadır. Araştırma sonuçları, gençlerin finansal okuryazarlığının, orta yaştaakilere göre daha düşük olduğunu göstermiştir. Özellikle örnekleme yer alan kadınların, azınlıkların, gelir ve eğitim düzeyi düşük olanların, finansal okuryazarlığı daha düşük bulunmuştur. Araştırma sonuçları finansal okuryazarlığı yüksek olan gençlerin, daha sağlıklı finansal davranışlarda bulunacağını desteklemiştir.

Türkiye'de öğrencilere yönelik yapılan finansal okuryazarlık çalışmalarına ise; Temizel ve Bayram, (2011); Ergün vd. (2014); Alkaya ve Yağlı, (2015); Çam ve Barut, (2015); Kılıç vd. (2015); Barış, (2016); Biçer ve Altan, (2016); Coşkun, (2016); Danışman vd. (2016); Elmas ve Yılmaz (2016); Karaa ve Kuğu (2016); Kılıç (2016); Şamiloğlu vd. (2016); Apan ve Ercan (2017); Çinko vd. (2017); Er ve Taylan (2017); Ergün, (2017); Contuk, (2018); Doğan (2018); Erdoğan ve Erdoğan, (2018); Karakulle ve Tan (2018); Özdemir ve Temizel, (2018) ve Şenbayram, (2019)'in araştırmaları örnek verilebilir.

Temizel ve Bayram (2011) çalışmalarında Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde okuyan 433 öğrencinin temel düzeyde finansal okuryazarlık düzeyini belirlemeye çalışmıştır. Araştırma bulgularında, öğrencilerin finansal okuryazarlığını yüksek bulunmuş, öğrencilerin ekonomik ve finansal gelişmeleri izlediği başlıca kaynaklar arasında televizyon ve internetin olduğu görülmüştür. Öğrencilerin finansal durumlarını yönetmelerinde ve finansal kararlarını almalarında kullandıkları bilgilerin kaynağı olarak ailenin önemli bir yer tuttuğu belirlenmiştir.

Ergün vd. (2014), öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeylerinin ve finansal okuryazarlıklarının demografik özellikler ile ilişkili olup olmadığını araştırmışlardır. Bu bağlamda Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü öğrencilerinin finansal bilgi düzeylerini anket yöntemiyle araştırmışlardır. Araştırma sonucunda, öğrencilerin yalnızca temel düzeyde finansal okuryazar oldukları gözlemlenmiştir. Ayrıca öğrencilerin temel enflasyon bilgileri cinsiyetlerine, öğretim şekillerine ve ortalama gelirlerine göre değişmektedir. Bunun yanında borsanın temel işlevi ve hisse çeşitlendirmesi bilgilerinin cinsiyetlerine göre; faiz oranlarının tahvil fiyatlarına

etkisine ilişkin bilgilerinin öğretim şekillerine göre; varlık çeşitlendirme bilgilerinin de aylık ortalama hane gelirlerine göre değiştiği gözlenmiştir.

Alkaya ve Yağlı (2015), finansal okuryazarlık konusunu teorik olarak incelemek amacıyla Nevşehir Hacı Bektaş-ı Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerinin finansal bilgi, tutum ve davranışlarını araştırmışlardır. Çalışmada finansal bilgi, tutum ve davranış ile finansal okuryazarlık unsurları arasındaki ilişkiler araştırılmıştır. Araştırma bulgularına göre; finansal tutum ile finansal davranış arasında ilişki olduğu ve öğrencilerin olumlu finansal davranış ve tutumlar sergiledikleri sonucuna ulaşılmıştır. Ancak öğrencilerin finansal bilgi açısından yeterli düzeyde olmadıkları belirlenmiştir.

Çam ve Barut, (2015) çalışmalarında üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeyini ve davranışlarını tespit etmeyi amaçlamışlardır. Gümüşhane Üniversitesi ön lisans programlarında kayıtlı öğrencilere anket uygulanan çalışmada çoklu regresyon analizi kullanılmış ve üç adet model oluşturulmuştur. Çalışmada özellikle parayı harcama ve yönetme başarısını etkileyen unsurlar belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma sonucunda, öğrencilerin finansal okuryazar olmadıkları ve temel finansal kavramlar hakkında çok az bilgiye sahip oldukları belirlenmiştir.

Kılıç vd. (2015), Gaziantep Üniversitesi öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeyini belirlemeye çalışmıştır. Çalışmada üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeyini farklı demografik özellikler açısından incelemiştir. Çalışma sonucunda, erkek öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeyi kadın öğrencilere göre daha yüksek çıkmıştır. Ayrıca öğrencilerin, finansal okuryazarlıkla ilgili en fazla bilgiye sahip oldukları alanın bireysel bankacılık konusu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Finansal okuryazarlıkla ilgili en az bilgiye sahip olunan alanın yatırım konusu olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca öğrencilerin güncel finans bilgileri konusunda daha fazla duyarlılığa sahip oldukları tespit edilmiştir.

Barış (2016), üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeylerini ve finansal okuryazarlık düzeyleriyle bütçeleme davranışlarının ilişkisini belirlemek amacıyla, Gaziosmanpaşa Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerine bir anket uygulayarak araştırma yapmıştır. Araştırmada finansal okuryazarlığın sadece cinsiyet faktörü açısından farklılaştığı, kız öğrencilerin finansal okuryazarlığının erkeklerden daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Biçer ve Altan (2016) çalışmalarında öğrencilerin harcama, tutum, algı ve ilgi gibi toplam dört boyutta finansal okuryazarlık düzeyleri incelenmişlerdir. Buna göre öğrencilerin bölümleri, finans eğitimi alıp/almamaları ve demografik özellikleriyle finansal okuryazarlık arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Finansal okuryazarlık eğitimi verilen bir fakültede, öğrenimlerine devam eden öğrencilerden 335 kişiye anket uygulanan araştırmanın sonuçlarına göre, bu dört boyut için cinsiyete göre bir farklılık tespit edilmemiştir. Algı konusunda ise, finansal eğitim alan öğrencilerin finansal okuryazarlık algıları; finansal eğitim almayanlara göre daha yüksek bulunmuştur. Araştırmaya katılan öğrencilerin okudukları bölüme göre finansal okuryazarlık ölçeğinin alt boyut puanları anlamlı bir farklılık göstermiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin sınıf değişkenine göre finansal okuryazarlık ortalama puanları, algı ve ilgi alt boyutlarında da anlamlı farklılık göstermiş; ikinci sınıf öğrencilerinin algı puanı ortalamaları diğer öğrencilere göre yüksek bulunurken, birinci sınıf ilgi puanı ortalamaları üst sınıflara göre daha düşük çıkmıştır.

Coşkun (2016) çalışmasında, Manisa Celal Bayar Üniversitesi ön lisans öğrencilerinin finansal okuryazarlık algılarının finansal davranışlarını ve tutumlarını nasıl etkilediğini tespit etmeye çalışmıştır. Araştırma sonucunda, öğrencilerin finansal okuryazarlığı düşük bulunmuştur. Öğrenciler finansal araçlardan en çok kredi kartını ve vadesiz hesabı bildiğini ve en çok bu finansal ürünleri kullandıklarını belirtmişlerdir. En az sahip olunan finansal ürünler mortgage, hazine bonosu, tahvil ve yatırım hesabı olarak belirlenmiştir. Tercih edilen finansal ürünleri seçim sürecinde öğrencilerin en çok banka şubesinden etkilendiği görülmüştür. Öğrencilerin yaşlarının küçük olması, aile ortamındaki bağımsızlıklarını henüz kazanmamış olmaları sebebiyle paranın yönetimi konusunda bireysel olarak başarı gösteremedikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Danışman vd. (2016) çalışmalarında İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde okuyan 390 kişinin finansal okuryazarlığını ölçmeyi amaçlamışlardır. Araştırma sonuçlarına göre, öğrencilerin finansal okuryazarlığı düşük bulunmuştur. Cinsiyet ve sınıf durumunun finansal okuryazarlık düzeyiyle ilişkisi bulunmazken, menkul kıymet piyasası ile ilişki ortaya çıkmıştır. Öğrencilerin kredi kartı kullanımıyla öğrenim gördükleri bölüm arasında zayıf ama pozitif yönlü ilişki bulunurken; gelir durumu ile finansal okuryazarlık arasında ilişki bulunamamıştır.

Elmas ve Yılmaz (2016) öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeyini belirlemeye çalıştıkları çalışmalarında Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü 4. sınıf öğrencilerine anket çalışması uygulamıştır. Araştırma

sonucunda, öğrencilerin finansal okuryazarlık başarı düzeyleri düşük olarak belirlenmiştir. Kadın öğrenciler ile erkek öğrencilerin finansal okuryazarlık başarı düzeyleri arasında anlamlı bir fark olmadığı anlaşılmıştır. Yapılan test sonucunda, kredi kartı kullanan öğrenciler ile kredi kartı kullanmayan öğrencilerin finansal okuryazarlık başarı düzeyleri arasında anlamlı bir fark olmadığı anlaşılmıştır. Örgün öğretim ile ikinci öğretim öğrencilerinin finansal okuryazarlık başarı düzeyleri arasında da anlamlı bir fark olmadığı anlaşılmıştır.

Karaa ve Kuğu (2016) çalışmalarında üniversite öğrencilerinin demografik özellikleri ve sosyal medya kullanımı ile finansal okuryazarlık arasında ilişki olup olmadığını belirlemeye çalışmıştır. Araştırma sonucunda, sosyal medya kullanımıyla finansal okuryazarlık arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur. Öğrencilerin, ünlü iktisatçıların sosyal medya sayfalarını veya hesaplarını takip etmesinin, finans ders materyallerine maruz kalmasının ileri finansal okuryazarlığı etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeylerinin demografik özelliklere göre de farklılık gösterdiği bulunmuştur.

Kılıç (2016) ise çalışmasında, üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeylerini belirlemeyi ve finansal okuryazarlık ile finansal refah düzeylerini etkileyen faktörleri tespit etmeyi amaçlamıştır. Analiz sonucunda, finansal okuryazarlığı, finansal öz yetkinlik değişkeninin etkilediği görülmüştür. Ayrıca finansal okuryazarlığı finansal sosyalizasyon değişkenlerinden medya, cinsiyet ve ailenin gelir durumunun da etkilediği belirlenmiştir. Finansal refahı etkileyen değişkenin yine finansal öz yetkinlik olduğu ve finansal sosyalizasyon değişkenlerinden eğitim ve ailenin gelir durumunun da finansal refah üzerinde etkisi olduğu görülmüştür.

Şamiloğlu vd. (2016), Erciyes Üniversitesi'nde yapılan anket ile öğrencilerin finansal okuryazarlık davranışlarını analiz etmeye çalışmışlardır. Araştırma sonucunda; işletme öğrencilerinin, diğer bölüm öğrencilerinden daha yüksek finansal okuryazarlık seviyesine sahip olduğunu bulunmuştur. Ayrıca erkek öğrencilerin kadın öğrencilerden daha iyi finansal okuryazarlık düzeyine sahip olduğu sonucuna da ulaşılmıştır.

Apan ve Ercan (2017) çalışmalarında Beş Faktör Kişilik ölçeğinin (dışa dönüklük, sorumluluk, uyumluluk, duygusal dengesizlik ve deneyime açıklık) finansal okuryazarlık üzerine etkisini analiz etmiştir. Analiz sonucunda; dışadönüklük, sorumluluk ve uyumluluk boyutlarının finansal okuryazarlık boyutu üzerinde etkisinin bulunmadığı tespit edilmiştir.

Bununla beraber duygusal dengesizlik boyutunun finansal okuryazarlık boyutu üzerinde negatif ve anlamlı bir etkisi olduğu, deneyime açıklık boyutunun ise finansal okuryazarlık üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisinin bulunduğu belirlenmiştir.

Çinko vd. (2017), üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeylerini, finansal bilgi, davranış ve tutum boyutunda belirlemeye çalışmışlardır. Bu amaçla, Marmara Üniversitesi'nin çeşitli fakültelerinde kayıtlı öğrenciler üzerinde anket çalışması yapılmıştır. Sonuçlar, erkek öğrencilerin ortalama finansal bilgi, finansal tutum ve finansal davranış düzeylerinin kız öğrencilere göre daha yüksek olduğunu göstermiştir. Ayrıca finansal bilgi, davranış ve tutum düzeylerinin fakülte, sınıf, konaklama türü ve gelire göre de farklılaştığı tespit edilmiştir.

Er ve Taylan (2017) lise öğrencilerinin; finansal erişim, bilgi, tutum ve davranışlarından hareketle finansal okuryazarlık düzeylerini incelemiştir. Analiz sonucunda, öğrencilerin finansal gelişmelere olan ilgilerinin düşük olduğu ve temel finansal terimler hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıkları belirlenmiştir. Ayrıca, öğrencilerin olumlu finansal davranış ve tutumlar sergiledikleri ancak finansal bilgilerinin, tutum ve davranışları üzerinde etkisinin az olduğu görülmüştür.

Ergün (2017) çalışmasında; Estonya, Almanya, İtalya, Hollanda, Polonya, Romanya, Rusya Federasyonu ve Türkiye'deki üniversite öğrencileri arasındaki finansal okuryazarlık düzeyini analiz etmiştir. Araştırma sonuçlarında erkek öğrencilerin, doktora öğrencilerinin, ailelerinden ayrı yaşayan öğrencilerin, aile bireyleri yüksek gelir düzeyine sahip olan öğrencilerin, arkadaşlarıyla finansal konularda tavsiye alışverişinde bulunan öğrencilerin ve daha önce finansal ders almış öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeyleri daha yüksek bulunmuştur. Ayrıca diğer ülkelere göre Polonyalı öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeyinin daha yüksek olduğu görülmüştür.

Contuk (2018) Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme bölümünde okuyan öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeyini etkileyen faktörleri araştırmıştır. Araştırma bulgularında, öğrencilerin çoğunun temel düzeyde finans bilgisine sahip olduğu fakat ileri düzeyde finans bilgilerinin yetersiz olduğu görülmüştür. Bununla birlikte, öğrencilerin genel finans bilgilerinin demografik ve eğitimsel özelliklerinden bazıları tarafından etkilendiği belirlenmiştir. Finansal konularda erkek öğrencilerin, kadın öğrencilerden daha başarılı olduğu görülmüştür. Yaş ilerledikçe, almış olunan bireysel sorumluluklar artıkça, paranın yönetimi konusunda daha bilinçli olduğu

vurgulanmıştır. Ayrıca ailede para yönetiminin genel olarak babada olması, babanın finansal konudaki bilgisi ve paylaşımının öğrencilerin finans bilgisi üzerinde etkili olduğu görülmüştür.

Doğan (2018) Sakarya ilinde yaşayan ve X, Y ve Z kuşağında yer alan bireylerin, finansal okuryazarlık düzeylerini belirleyip, finansal okuryazarlık düzeyleri üzerinde sosyal medya ve kitle iletişim araçlarının etkisini incelemiştir. Araştırmanın sonucunda, X ve Z kuşağındaki bireylerin yarısından azının finansal okuryazar olduğu tespit edilmiştir. Araştırmada finans amaçlı sosyal medya kullanımının Y kuşağındaki bireylerin finansal okuryazarlıkları üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Finans amaçlı sosyal medya kullanımının X ve Z kuşakları üzerinde bir etkisinin olmadığı belirlenmiştir. Finans amaçlı kitle iletişim araçları kullanımının üç kuşağın finansal okuryazarlığı üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı görülmüştür.

Erdoğan ve Erdoğan (2018) öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeyini belirlemeyi amaçlamış ve finans alanındaki eğitimin finansal okuryazarlık düzeyine bir etkisinin olup olmadığını araştırmıştır. Şırnak Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde okuyan toplam 146 öğrencinin dahil olduğu araştırma sonucunda, öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeylerinin genel olarak düşük olduğu görülmüştür. Ayrıca ileri düzey finansal okuryazarlık ölçütünde finans eğitiminin finansal okuryazarlık düzeyini etkilediği belirlenmiş; yaş ve cinsiyet gibi faktörlerle finansal okuryazarlık düzeyi arasında ise anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

Karakulle ve Tan (2018) ise çalışmalarında öğrencilerin finansal okuryazarlık bilgisiyle kredi kartı kullanım tutumları arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırmada cinsiyetin ve yaşın finansal okuryazarlık ve kredi kartı kullanma tutumu üzerinde etkili olmadığı belirlenmiştir. Kredi kartı kullanımı tutumu üzerinde anne ve babanın eğitim durumu ile babanın finansal okuryazarlığının daha etkili olduğu tespit edilmiştir.

Özdemir ve Temizel (2018) çalışmalarında üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlıkta ileri düzey becerilerini sorgulamıştır. İleri düzey finansal okuryazarlığın, temel finansal okuryazarlık ve çeşitli demografik değişkenler ile olan ilişkisi, Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde kayıtlı farklı bölüm ve sınıflardan 335 öğrenciden oluşan örneklem üzerinde belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma sonuçları, öğrencilerin temel finansal okuryazarlık düzeylerinin iyi olduğunu göstermiştir. Ayrıca

öğrencilerin ileri düzey finansal okuryazar olmaları üzerindeki en etkili değişkenin temel finansal okuryazarlık olduğu belirlenmiştir.

Şenbayram (2019) çalışmasında Harran Üniversitesi Suruç Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin finansal bilgi düzeyini belirlemeye çalışmıştır. Toplamda 102 öğrenciye yüz yüze anket uygulanan araştırmanın bulgularına göre, Bankacılık, Sigortacılık ve Finans Bölümü öğrencilerinin ekonomi ve finans bilgilerinin daha yüksek olduğu bulunmuştur. Ayrıca öğrencilerin genel finansal okuryazarlık düzeylerinin yeterli düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

Bu çalışmaların yanında hem Dünya'daki hem de Türkiye'deki literatürde yaygın olarak finansal okuryazarlığın farklı demografik faktörlerle (yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, meslek gibi) ilişkilendirildiği araştırmalar da bulunmaktadır. Aşağıda Dünya'da finansal okuryazarlığın farklı demografik faktörlerle (yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, meslek gibi) ilişkilendirildiği çalışmaların bazılarına yer verilmiştir.

Hem Worthington (2006) hem de Marcolin ve Abraham (2006) çalışmalarında Avustralyalı yetişkinlerin finansal okuryazarlığını araştırmıştır. İncelenen faktörler arasında cinsiyet, yaş, etnik köken, meslek, eğitim, gelir, tasarruf ve borcun bulunduğu araştırmaların bulguları, Avustralya'da finansal okuryazarlığın bazı demografik ve sosyoekonomik özelliklere göre güçlü bir şekilde değiştiğini göstermiştir. Finansal okuryazarlık düzeyi 50-60 yaş arasındaki kişilerde, uzmanlarda, üniversitede okuyanlarda, üniversiteden mezunlarda, iş ve ev sahiplerinde yüksek bulunmuştur.

Danes ve Haberman (2007), finansal bilgi, finansal öz yeterlik ve finansal davranışı cinsiyet farklılıkları açısından araştırmıştır. Araştırma sonucunda; kadınların krediye, otosigortasına ve yatırımlara dair daha fazla bilgi edindikleri ortaya çıkmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, kadınlar paranın geleceği yönettiğine erkeklerden daha fazla inanmaktadır. Ayrıca kadınların aileleriyle; parayla ilgili konuları, bütçe kullanımlarını, fiyat karşılaştırmalarını erkeklerden daha fazla tartıştıkları belirlenmiştir.

Lusardi ve Mitchell (2008) çalışmalarında, Amerika Birleşik Devletleri'ndeki yaşlı kadınların finansal okuryazarlık düzeyini belirlemekle birlikte emeklilik planlarını nasıl yaptığını araştırmıştır. Araştırma sonuçlarına göre örnekteki kadınların finansal okuryazarlık düzeyinin düşük olduğu ve çoğunun emeklilik planı yapmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca finansal bilgi, finansal planlamayla ilişkili bulunmuş ve finansal

okuryazarlıkları yüksek olan kadınların daha başarılı planlar yapma ihtimalinin olacağı belirtilmiştir.

Lusardi vd. (2009) çalışmalarında, ulusal bir araştırma anketi verilerini kullanarak gençlerin finansal okuryazarlığını ölçmeye çalışmışlardır. Araştırma sonucunda, gençlerin düşük düzeyde finansal okuryazar olduğu sonucuna varılmıştır. Gençlerin az bir kısmı faiz oranları, enflasyon ve risk çeşitlendirmede temel bilgi düzeyine sahiptir. Ayrıca finansal okuryazarlığın sosyo-demografik özellikler ve ailenin finansal gelişmişliği ile güçlü bir ilişkisinin olduğu görülmüştür. Ayrıca ebeveynleri üniversite mezunu olan erkek öğrencilerin, ebeveynleri lise mezunu olan kadın öğrencilere göre risk çeşitlendirmesi yapmada daha başarılı olduğu belirtilmiştir.

Pinto ve Coulson (2011) finansal okuryazarlıkla sosyal adalet konusunu ele alarak toplumsal cinsiyet eşitliğini araştırmıştır. Araştırma sadece kadınlara ve finansal okuryazarlığa odaklanmıştır. Araştırma, tarafsız olarak gösterilen finansal okuryazarlık müfredatının, herkes için aynı fırsatları ve riskleri taşımadığına dair bir sonuç bulmuştur. Araştırmacılara göre, sosyal ve finansal eşitliğin sağlanması için finansal okuryazarlık eğitimlerinin gözden geçirilmesi ve müfredatın daha kapsamlı ve kapsayıcı şekilde oluşturulması gerekmektedir.

Atkinson ve Messy (2012) ülkelerin sosyo-demografik özelliklerine göre finansal bilgi, finansal tutum ve finansal davranışları analiz etmiştir. Bunun için 14 ülkede gerçekleştirilen OECD pilot çalışmasından elde edilen bulgulardan yararlanılmıştır. Sonuçlar, Türkiye'deki nüfusun büyük bir kısmı arasındaki finansal bilgi eksikliğini vurgulamaktadır. Tutumların ise geniş ölçüde değiştiği ortaya çıkmıştır. Ayrıca, finansal davranışların iyileştirilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Lusardi vd. (2012) çalışmalarında, ABD yaşlı nüfusunu kapsayan katılımcıların sağlık ve emeklilik konularındaki finansal verilerini incelemiştir. Araştırma sonucunda; 55 yaş grubundaki katılımcıların, varlık fiyatlandırması, risk çeşitliliği, portföy seçimi ve yatırım ücretleri konusunda düşük finansal okuryazarlık düzeyine sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Woodyard ve Robb (2012) kadınlar ve erkekler arasında finansal okuryazarlık farkı olup olmadığını objektif ve subjektif olarak tespit etmeye çalışmıştır. Araştırma kapsamı objektif finansal bilgi, finansal davranış; subjektif finansal bilgi ve finansal davranışların değerlendirilmesine yönelik bilgiler sağlamaktadır. Araştırma sonuçlarında, objektif

finansal bilgi açısından kadınlar ve erkekler arasında anlamlı bir farklılığının olduğu ortaya çıkmıştır.

Gutnu ve Cihangir (2015) üniversitede çalışan personellerin finansal okuryazarlık düzeyini ve bu personelin kendilerini finansal okuryazarlık konusunda yeterli görüp görmediklerini belirlemeye çalışmıştır. Bunun için bazı finansal kavramları bilme düzeyleri ve güncel finansal gelişmelerle ilgilenme durumları incelenmiştir. Araştırma sonucunda, katılımcıların büyük bir kısmının güncel finansal olaylarla ilgilendiği, bazı finansal kavramları çoğunlukla bildiği, fakat bunun düzenlenecek eğitim programlarıyla daha çok arttırılabileceği ortaya çıkmıştır.

Angrisani vd. (2016) çalışmalarında Amerika'daki yetişkin bireylerin finansal yeterliliğini araştırmıştır. Araştırma sonucunda; literatürdeki benzer çalışmalarda olduğu gibi Amerikalı yetişkinler arasındaki temel ekonomik kavramlarla ilgili finansal okuryazarlığın düşük seviyede olduğu görülmüştür. Katılımcıların finansal bilgi düzeyleri, sağlam finansal kararlar alabilme becerileri ve finansal yeterlilikleri konusunda kendilerini daha olumlu algıladıkları ortaya çıkmıştır. Ancak algılanan ve gerçek finansal bilgi arasında belli bir düzeyde kopukluk olduğu belirlenmiştir.

Kadoya ve Khan (2016) çalışmalarında Japonya'da finansal okuryazarlığı etkileyen faktörleri belirlemeye çalışmışlardır. Katılımcıların demografik, sosyoekonomik ve psikolojik geçmişlerini kapsayan on dört değişkenin incelendiği araştırmanın sonuçları; cinsiyet, yaş ve eğitim gibi demografik faktörlerin; gelir ve meslek gibi sosyo-ekonomik faktörlerin; geleceğe yönelik algılar gibi psikolojik faktörlerin, finansal okuryazarlık düzeyini önemli ölçüde etkilediğini göstermiştir.

Kadoya ve Khan (2017) farklı bir çalışmalarında yine Japonya'da finansal okuryazarlığı etkileyen demografik ve sosyo-ekonomik faktörleri ele almıştır. Araştırma sonucunda; yaş, eğitim, finansal varlıkların dengesi, finansal bilgilerin kullanımı ile finansal okuryazarlığın pozitif yönde ilişkili olduğu görülmüştür.

Türkiye'de de finansal okuryazarlığın farklı demografik faktörlerle (yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, meslek gibi) ilişkilendirildiği çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmaların bazılarını aşağıda yer verilmiştir.

Altıntaş (2009) araştırmasında temel yatırım eğitimine ilişkin alternatif çözüm uygulaması geliştirmeyi amaçlamıştır. Bu nedenle, belirlenmiş katkı esaslı emeklilik planları katılımcılarının, finansal okuryazarlığını ölçmüştür. Araştırma sonucunda,

katılımcıların tamamının emeklilik yatırım fonu çeşitleri, içerikleri veya yatırım fonlarının kuruluş amaçlarına ilişkin yeterli bilgi birikimine sahip olmadığı anlaşılmıştır.

Mercan vd. (2012) çalışmalarında bireylerin finansal okuryazarlık ve eğitim düzeyleri arttıkça, ekonomik rasyonellik ve bilincinin de artıp artmadığını irdelemiştir. Araştırmada Ulaştırma Bakanlığı'na bağlı bir şubede çalışan 93 kişiye anket uygulanmış, ankete katılanların, bireysel ekonomi kullanımı boyutunda, yüksek düzeyde ekonomi okuryazarı oldukları ortaya çıkmıştır.

Özkan (2014), Türkiye'deki kredi kartı kullanımı ve davranış profilini araştırdığı çalışmasında kredi kartı kullanan katılımcıların okuryazarlık düzeyini, bilgi, derinlik, aktiflik olmak üzere 3 boyutta incelemiştir. Araştırma sonucunda, finansal eğitimin finansal zorluğa düşmeyi engellemede herhangi bir olumlu etkisi bulunmamıştır. Ayrıca finansal eğitim düzeyi yüksek olan kullanıcıların yasal takibe girmekten kurtulduğu belirlenmiştir.

Sezer ve Demir (2015) çalışmalarında yatırımcıların finansal okuryazarlık ve bilişsel yetenek düzeylerini saptamaya çalışmıştır. Yatırımcıların finansal okuryazarlık ve bilişsel yetenek düzeyleriyle psikolojik yanlısalar arasındaki ilişkisi belirlenmiştir. Elde edilen bulgularda, araştırmaya dahil edilen yatırımcıların Amerika, Almanya ve Hollanda'daki araştırmalarla karşılaştırıldığında bilişsel yetenek ve finansal okuryazarlık düzeyleri oldukça düşük düzeyde çıkmıştır.

Öztürk ve Demir (2015) akademik personelin, para yönetimini, finansal bilgilerini, finansal davranışlarını ve finansal tutumlarını irdeleyerek finansal okuryazarlıklarını belirlemeye çalışmıştır. Çalışma sonucunda, akademik personelin finansal okuryazar bireyler olduğu ancak finansal eğitime ihtiyaç duydukları ortaya çıkmıştır.

Baysa ve Karaca (2016) bireysel, ticari ve tarımsal kategoride olan banka müşterilerinin, finansal okuryazarlık düzeylerini belirlemeye çalışmıştır. Hangi kategori grubunun daha finansal okuryazar olduğunun ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Araştırma bulgularına göre, en düşük finansal okuryazarlık düzeyinin tarımsal kategori grubuna, en yüksek finansal okuryazarlık düzeyinin ise ticari kategori grubuna ait olduğu görülmüştür. Ayrıca banka kategori müşterilerinin finansal okuryazarlık düzeylerinin düşük olduğu tespit edilmiştir.

Aksoylu vd. (2017) Kayseri'de yaşayan bireylerin finansal okuryazarlıkları ile demografik özellikleri arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit etmeye çalışmıştır.

Bu amaçla, Kayseri ilinde yaşayan 400 bireye yüz yüze görüşme yöntemiyle anket uygulanmıştır. Çalışma sonucunda, bireylerin ödenen faiz ve paranın zaman değeri gibi bazı temel finansal konular hakkında bilgi sahibi olmalarına rağmen yeterli düzeyde finansal okuryazar olmadıkları ortaya çıkmıştır. Ayrıca bireylerin finansal okuryazarlıkları ile araştırma kapsamında ele alınan bütün demografik özellikleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu gözlenmiştir.

Şahin ve Serin (2017) mobilya endüstrisindeki 30 yöneticinin finansal okuryazarlık düzeyini incelemiştir. Finansal okuryazarlıkla ilişkilendirilen sonuçlar olarak, yöneticilerin %96,7'sinin taksitlendirme yaparken gelirlerini dikkate aldıkları ve kredi kartı kullanırken ödeme güçlerine göre harcama yaptıkları bulunmuştur. Ayrıca yöneticilerin %16,7'si İMF politikalarının ekonomi üzerindeki etkisini tartışmadıklarını ifade etmişlerdir.

Serinkan ve Erdoğan (2018) Kırgızistan'ın başkenti olan Bişkek şehrinde faaliyet gösteren işletme yöneticilerinin finansal okuryazarlık düzeylerini belirlemeye çalışmıştır. Araştırma bulgularına göre, işletme eğitimi alan yöneticilerin diğerlerine göre daha yüksek finansal bilgi düzeyine sahip oldukları, ancak ülkenin ekonomik ve politik özellikleri sebebiyle tasarruflarını çoğunlukla kayıt dışı tuttıkları belirlenmiştir.

Kanmaz (2018) İzmir ilindeki bireysel hisse senedi yatırımcılarının finansal okuryazarlık düzeylerini belirlemeye çalışmıştır. 515 bireysel hisse senedi yatırımcısı üzerinde yürütülen çalışmada; hisse senedi yatırımcılarının finansal okuryazarlık, finansal davranış, finansal bilgi ve finansal tutum düzeyleri belirlenmiştir. Yatırımcıların finansal davranış, finansal bilgi ve finansal tutumları ile finansal okuryazarlık ilişkileri ortaya konmuştur. Araştırmadan elde edilen sonuçlar, erkeklerin finansal okuryazarlık düzeyinin kadınlarınkinden göre daha yüksek olduğunu ve cinsiyet ile finansal okuryazarlık düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğunu göstermiştir.

Kılınç ve Kılıç (2018) yatırım profesyonellerinin finansal okuryazarlık düzeyleriyle, davranışsal finans önyargıları arasında ilişki olup olmadığı tespit etmeye çalışmıştır. Bu amaçla, Türkiye'de faaliyet gösteren birçok yatırım kuruluşundan, yatırım uzmanlarına anket uygulanmıştır. Bulgular, finansal okuryazarlıkla, davranışsal hata ve yanlışlık arasında ilişkiler olduğunu göstermiştir. Finansal okuryazarlık düzeyi arttıkça yatırım profesyonellerinin kendine atfetme yanlışlığının düştüğü; kendini onaylatma, bilişsel çelişki ve muhafazakârlık yanlışlığının ise arttığı tespit edilmiştir.

Kuyumcu (2018) Bursa ilinde gerçekleştirdikleri araştırmalarında finansal okuryazarlık düzeyini belirlemeye çalışmıştır. Araştırma sonucunda, araştırma örnekleminin temel düzey finansal okuryazarlığının yeterli olduğunu, ancak geliştirilmesinin faydalı olacağını belirtilmiştir. Ayrıca ankete katılanların borç yönetimi, tasarruf ve emeklilik konularına önem verdiği ancak yatırım yapmakla pek ilgilenmediği sonucuna ulaşılmıştır. Ankete katılanların demografik özelliklerinin temel finansal okuryazarlık düzeyine etkisi incelendiğinde ise cinsiyet farkının büyük bir etkiye sahip olmadığı ortaya çıkmıştır. Ancak eğitim düzeyi yükseldikçe, finansal okuryazarlığın da yükseldiği tespit edilmiştir. Bunun dışında, yaş arttıkça finansal okuryazarlığın düştüğü belirlenmiştir.

Boz (2019), Kütahya ili zel Eğitim Kurumlarında ğrenim göreni ğrenci velilerinin finansal okuryazarlık seviyesini belirlemeye çalışmıştır. 692 ğrenci velisine anket uygulanan araştırma sonucunda, ğrenci velilerinin finansal okuryazarlık düzeylerinin yüksek olduğu grlmştir.

2.7. Finansal Sosyalizasyon Süreçlerinin Kadın Girişimcilerin Finansal Okuryazarlığı zerindeki Rolü

Lassarre ve Roland-levy, (1989)'in finansal sosyalizasyonu bireyin yaşadığı hayat boyunca devam eden bir süreç olarak tanımlarken, Sundarasen vd. (2016) finansal okuryazarlık kavramını, para yönetimi ve servet optimizasyonu içeren beşikten mezara bir süreç olarak tanımlamıştır. Bu kavramların devam eden süreç benzerliği, kavram arasındaki ilişkinin hayat boyu devam edeceğinin göstergesi olarak değerlendirilebilir. Finansal okuryazarlık, finansal sosyalizasyon aracıları ve ailelerin rehberliği bireylerin para yönetiminde önemli bir rol oynamaktadır. Ayrıca bu faktörler bireylerin finansal özgürlüğüne ve toplumun refahına geniş ölçüde katkıda bulunabilmektedir (Sundarasen vd., 2016: 140).

Finansal okuryazarlık; bireyin, hane halkının ve toplumun refahının artmasına katkı sağlamaktadır. Ancak bu refah artışının sağlanabilmesi finansal bilgiye dayalı doğru finansal kararlar alınabilmesine bağlıdır. Ayrıca birey finansal bilgi yanında olumlu tutum ve davranışlara da sahip olmalıdır. Bu davranışların erken yaşta aile veya okulda öğrenilmesi, hayatın geri kalanı için kazanımların daha fazla olmasına yol açmaktadır (Barış: 2016: 13). Finansal davranışlar finansal okuryazarlıktan olumlu etkilenirken, (Mandell ve Klein, 2009: 17) finansal okuryazarlık da sosyo-demografik özellikler ve aile

ile yakından ilişkilidir (Lusardi vd., 2009: 2). Her ne kadar sosyoloji ya da sosyal refah içinde nadiren ana konu olsa da, bireylerin ve ailelerin finansal işlevleri, bireylerin finansal okuryazarlıklarının etkilenmesinde merkezi bir rol oynamaktadır. Bu açıdan finansal işlevsellik ve sosyal refah politikaları sosyolojik meselelerle iç içedir (Johnson ve Sherraden, 2007: 119).

Donohue (2011)'a göre, finansal okuryazarlık ekonomik eşitlik yapbozunun önemli bir parçasıdır. Finansal dünyanın olağanüstü bir hızla gelişmesi kadınları finansal sorumlulukla karşı karşıya bırakmıştır. Bu nedenle, finansal okuryazarlık onlar için bir özel ihtiyaçtır. Ancak yeteri kadar sosyal veya beşeri sermayesi olmayan birçok kişi için finansal okuryazarlık fırsatları eşit olarak dağıtılmamaktadır (Shim vd., 2010: 2). Her kadın, finansal konularda yeteri kadar bilgiye sahip olmamaktadır. Finansal bilgi düzeyinin düşük olması ise bireyleri finansal kararlar alırken zora düşürmektedir (Kılıç vd, 2015: 130).

Lissington ve Matthews (2012)'e göre nesiller boyunca bilinçli ve bilinçsiz bir şekilde aktarılan finansal okuryazarlığın; kültürler, değerler, inançlar ve alışkanlıklar tarafından şekillendirildiği görülmektedir. Finansal okuryazarlığın nesiller arası aktarımı genellikle ebeveynlerden bilgi, beceri, alışkanlık, inanç, değer ve tutumların aktarılmasıdır. Bununla birlikte, finansal okuryazarlığın aktarımı aynı zamanda büyükanne ve büyükbabalar, komşular, arkadaşlar veya iş arkadaşları tarafından da yapılabilir. Finansal okuryazarlık transferi, okullar, yükseköğretim kurumları, devlet kurumları gibi formal bir eğitim sürecinin sonucu da olabilir. Ayrıca işyeri, devlet kurumları, bankalar, sigorta ve yatırım şirketleri, televizyon ya da internet gibi sosyal medya aracılığı gibi informal bir şekilde de bilgi transferi gerçekleşebilir (Boz ve Ergeneli, 2013: 66). Bilgi transferinin gerçekleşmesi sırasında ortaya çıkan finansal sosyalizasyon, bireylerin yalnızca finansal meseleler hakkında teorik bilgiler elde etmelerini sağlamakla kalmaz, aynı zamanda finansal davranışlarını etkileyebilecek tutum ve davranışları da öğretir. Bu nedenle diğer sosyalleşme biçimlerinde olduğu gibi, finansal sosyalizasyon da çocuklukta başlar. Finansal sosyalizasyon yukarıda da belirtildiği gibi farklı kanallardan gerçekleşse de araştırmalar, ailenin finansal sosyalizasyon üzerinde en güçlü etkiye sahip olduğunu göstermektedir (Grohmann ve Menkhoff, 2015: 408).

Shim vd. (2010) bireylerin para yönetimi ile ilgili finansal davranışlarındaki farklılıkları daha iyi anlamak için, bireylerin çocukluk ve ergenlik döneminde ortaya çıkan süreçler de dahil olmak üzere birçok sosyalizasyon sürecinin incelenmesi gerektiğini

belirtmiştir. Bireylerin finansal okuryazarlığının ve para yönetiminin oluşması konusunda, ailelerin rehberliği kadar finansal sosyalizasyon araçları da önemli bir rol oynamaktadır. Bunlar bireylerin finansal özgürlüğüne ve toplumun refahına geniş ölçüde katkıda bulunabilmektedir (Sundarasan vd., 2016: 140). ABD’de 2008 yılında düzenlenen finansal okuryazarlık ve eğitim sempozyumunda finansal sosyalizasyonun (örneğin aile, akranlar, okullar, medya ve işyeri kültürü) ana araçlarının rolünün anlaşılmasının önemine odaklanılmıştır (Schuchardt, 2009: 86).

Finansal sosyalizasyon, bireylerin girişimcilik becerilerine de etki etmektedir. Bireylerin finansal sosyalizasyon sürecinin ailede başlaması girişimcilikte ailenin etkisini yadsınamaz hale getirmektedir (Güleç, 2011: 6). Aile, ekonomik sistemin gereklerinin yerine gelmesine ve toplumsal ilişkilerin düzenlenmesine önemli bir katkıda bulunmaktadır (Ecevit, 1993: 12). Ailenin sosyal yapı içerisindeki yeri, çocuklarını yetiştirmeleri ve geleceğe hazırlamaları için gerekli finansal kaynaklara ulaşmasını etkileyecektir. Ayrıca ailenin çocuk yetiştirme tarzı, çocuk sayısı, ebeveynlerin eşitlikçi veya otoriter olmaları gibi öğeler de çocukların sosyalizasyon sürecini, buna bağlı olarak sonraki yaşamlarını etkilemektedir. Girişimci bir aileden gelmek, eğitim düzeyinin yüksek olması, ailede ilk çocuk olmak, yaş, cinsiyet, gibi bir takım özellikler bireylerin girişimci olmasında etkili olmaktadır (Kaygın ve Güven, 2015: 76).

Aile ilişkilerinin kadın girişimcilerin performanslarını etkilediği belirtilmektedir. Kadın girişimcilerin içinde bulunduğu toplumla iletişim sürecini başlatan aileleri olabilmektedir. Kadın girişimcilerin iş kurma kararını bireysel alabilmenin yanında bu kararı aileleriyle birlikte vermeleri, kadın girişimciliğinde ailenin rolünü ortaya çıkarmaktadır (Buttner, 1993: 5; Yetim, 2008: 88). Bir kadın girişimci olma isteğini ailesiyle paylaştığı andan itibaren ailesinden maddi ve manevi destek görebilir. Evli kadınlarda, ise bu durumda genelde eşler tarafından desteklenme görülmektedir (Cesaroni ve Paoloni, 2016: 1-5). Özellikle evli girişimciler için eşler, işletmenin kuruluş aşamasında ve kadının girişimcilik kararında, önemli sosyal sermaye kaynaklarıdır (Yetim, 2008: 90). Çakıcı, (2004: 13)’ya göre de kadın girişimciler eş ve diğer aile üyelerinden destek ve teşvik görmektedir. Kadın girişimcilerin eşleri işletmeye ortak olmasa bile, fonksiyonlara düşük düzeyde de olsa müdahale etmektedir. Bu durum, kadın girişimcilerin finansman, satın alma ve muhasebe fonksiyonlarında bilgi ve deneyim eksikliğinin olduğunu ve bu konularda kocaya bağımlı bulunduğunu düşündürmektedir. Kaygın ve Güven (2015), sosyal ve kültürel çevre unsurlarına göre, bilinçli ve eğitilmiş bir aile yapısının

oluşturulmasının, kadın girişimciliğinin başarısını olumlu etkilediğini savunmuşlardır. Onlara göre, toplumun kadın girişimcilere bakış açısı ve algılamaları kadının çalışma yaşamındaki konumunu etkilemektedir.

Literatür incelendiğinde; sayıca az olarak nitelendirilebilecek finansal okuryazarlık ve finansal sosyalizasyon ilişkisini kuran çalışmalarda, ortak bir sonuca ulaşılamasa da sosyalizasyon süreçleri ve bu süreçlerdeki sosyalizasyon araçlarının finansal okuryazarlık üzerinde olumlu ya da olumsuz etkileri olduğu görülmektedir. Örneğin; Lissington ve Matthews (2012: 19) çalışmalarında, beş tane uluslararası standart finansal okuryazarlık sorusunu bir araya getirmiş ve bireylerin finansal birikimlerinin nesiller arası aktarımında, kültürlerin, değerlerin, tutumların ve inançların etkisini anlamaya çalışmıştır. Az sayıda katılımcı aile bireylerinin; borç, tasarruf, eğitim ve yardımlaşma konusundaki tutumlarının, kurallarının ve inançlarının finansal okuryazarlıkları üzerinde büyük bir etkiye sahip olduğunu belirtmiştir. Çoğu katılımcı, finansal konularda öğrendikleri pek çok şeyin, gözlem ve deneyimleri ile şekillendiğine inanmaktadır. Bu durum katılımcılarda finansal okuryazarlığın aktarılmasının çok az gerçekleştiğini ortaya çıkarmıştır.

Kim ve Chatterjee (2013) çalışmalarında bireylerin çocukluk dönemindeki finansal sosyalizasyon süreçlerinin ve finansal uygulamaları ile varlık seçimleri arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Araştırma sonucunda, bireylerin finansal sosyalizasyon sürecinde çocuklukta edindiği deneyimlerinin, yetişkinlik dönemindeki finansal uygulamalar ve finansal varlık sahipliğiyle pozitif ilişkili olduğu ortaya konmuştur. Ayrıca finansal sonuçların aile sosyalizasyonu türlerine göre değişkenlik gösterdiği görülmüştür.

Danes ve Yang (2014) ise çalışmalarında aile finansal sosyalizasyon modeli kurarak, gelecekteki finansal davranış değişikliği için istenilen finansal davranış ve motivasyonun nasıl yaratılacağını ele almışlardır. Çalışmanın bulgularına göre; finansal davranış değişikliğinin hem çocukluk döneminde hem de yaşam döngüsü boyunca aile etkileşimindeki sosyalleşmeden kaynaklandığı belirlenmiştir.

Grohmann vd. (2015) da çalışmalarında ailelerin finansal sosyalizasyonun, bireylerin finansal okuryazarlığı üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğunu bulmuşlardır. Çalışmalarında bireylere bütçe yapmayı ve tasarruf etmeyi öğreten ebeveynlerin olmasının, finansal okuryazarlık düzeyini artırdığı gözlemlenmiştir. Albeedy ve Gharleghi (2015) ise finansal sosyalizasyon araçlarının öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeyleri üzerindeki etkilerini inceledikleri araştırmalarında; eğitimin, bireylerin finansal okuryazarlığını

doğrudan etkilediğini bulmuştur. Araştırmada eğitimin, öğrencilerin finansal bilgileri üzerinde en güçlü etkiye sahip olduğu belirtilmektedir.

Glenn (2018) çalışmasında finansal sosyalizasyonun finansal bilgi, finansal öz yeterlik ve finansal davranışlar üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur. Çalışmada ne diğer çalışmaların ne ebeveynlerin ne de finansal eğitimin tek başına finansal bilgiyi ve finansal sosyalizasyonu etkilemediği görülmüştür. Ancak tüm bu değişkenlerin bir araya gelmesiyle etkilerinin anlamlı hale geldiği belirtilmektedir. Sachitra ve Wijesinghe (2018) ise finansal sosyalizasyon ve okuryazarlık ilişkisini araştırdıkları çalışmalarında, ebeveynlerin finansal davranış, norm ve tutumlarının, bireylerin finansal davranışları üzerinde önemli ölçüde etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Yine literatürde finansal okuryazarlık, finansal sosyalizasyon ve girişimcilik ilişkisi üzerine yapılan çalışmalar da bulunmaktadır. Örneğin; Njoroge (2013) çalışmasında finansal okuryazarlık ile girişimcilik başarısı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırmada görüşülen tüm KOBİ sahibi girişimcilerin belli bir oranda finansal okuryazarlık düzeyine sahip olduğu belirlenmiş, çoğu girişimcinin ise finansal okuryazarlıkta ortalamanın üzerinde bir puan aldığı görülmüştür. Ayrıca finansal okuryazar olan girişimcilerin, finansal bilgi düzeyi düşük olanlara göre başarılı olma şansının yüksek olduğu sonucuna varılmıştır.

Bu değişkenlerle ilgili olarak Türkiye’de de yapılan çalışmalarda örneklemin daha çok öğrencilerden oluştuğu görülmektedir. Örneğin; hem Seyrek ve Gül (2017) hem de Kıran vd. (2018) öğrencilerin girişimcilik niyetleri ve okuryazarlıkları arasındaki ilişkiyi belirlemeye çalışmışlardır. Her iki çalışmada da öğrencilerin girişimcilik niyetinin cinsiyete, fakülteye, sınıfa göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca çalışmalarda, finansal okuryazarlık düzeyi ile girişimciliği cazip bulma arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Diğer yandan, finansal okuryazarlığın girişimcilik niyeti üzerinde etkili olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Akbulut ve Yapa (2018) da girişimcilik ve finansal okuryazarlık kavramları arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Uşak Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi’nde okuyan son sınıf öğrencilerine anket uygulanan araştırma sonucunda; öğrencilerin girişimci bir çevrede olmasının, girişimci olma isteklerinin yüksek olmasının ve girişimcilik dersleri almalarının finansal okuryazarlık düzeyleri üzerinde olumlu etkiler yarattığı sonucuna varılmıştır. Benzer olarak Kıran vd. (2018), öğrencilerin finansal

okuryazarlıkları ve girişimcilik niyetleri arasındaki ilişkiyi tespit etmeye çalışmıştır. Araştırma sonucunda; cinsiyet ve ailede girişimci bulunmasıyla girişimcilik niyeti arasında anlamlı bir farklılık bulunamazken; yakın çevrede girişimci bulunmasıyla, okunulan sınıf ve bölümün girişimcilik niyetini etkilediği görülmüştür. Katılımcıların finansal okuryazarlık düzeyinin cinsiyete göre de istatistiksel olarak farklılaştığı ve erkek öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeyinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Finansal sosyalizasyon ve girişimcilik ilişkisine odaklanan çalışmalardan biri olarak değerlendirilebilecek olan Korkmaz (2012)'in araştırmasında ise, öğrencilerin ailelerinde girişimci olup olmama durumunun; girişimcilik boyutları üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Araştırma sonucunda ailede girişimci olmasının girişimcilik boyutlarından kendine güven, yenilik ve başarıya ihtiyacı üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu ortaya çıkmıştır. Fakat ailede girişimci olmasının diğer girişimcilik boyutları olan kontrol odağı, risk alma ve belirsizliğe karşı tolerans üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı belirlenmiştir. Yine Sezici ve Çelikkol (2016) çalışmalarında girişimcilik tutumu ve finansal okuryazarlığın, girişimcilik eğilimi ile olan ilişkisinde sosyal desteğin etkisini araştırmıştır. Dumlupınar Üniversitesi'nde eğitim gören öğrencilerin katıldığı araştırma sonucunda algılanan sosyal desteğin, hem girişimcilik tutumu ve girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkide, hem de finansal okuryazarlık ve girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkide aracılık rolü olduğu görülmüştür.

Bunların yanında literatürde örneğini kadınların oluşturduğu, finansal okuryazarlık ve finansal sosyalizasyon ilişkisini doğrudan ya da dolaylı olarak inceleyen çalışmalar da bulunmaktadır. Örneğin; Jiyane ve Zawada (2013) Güney Afrika'da kayıt dışı olarak görülen, organize pazarlara erişimi düşük olan kadın girişimcilerin finansal okuryazarlık düzeyini belirlemeye çalışmıştır. Araştırma sonucunda, finansal okuryazarlığın kayıt dışı sektör çalışanı olarak görülen kadın girişimcilerinin finansal okuryazarlıklarının düşük olduğu görülmüş ve kadın girişimcilerin finansal okuryazarlık düzeylerinin artırılmasının performansı da arttırabileceği belirtilmiştir. Benzer şekilde Farrell vd. (2016)'nin yaptığı araştırmanın sonuçlarında, finansal öz yeterliliğe sahip kadınların, yatırım/tasarruf ürünleri elde edebildikleri ve daha yüksek finansal yönetim kapasitesine sahip oldukları belirlenmiştir.

Russell vd. (2016)'nin Avustralya'lı kadınların finansal yaşamlarını etkileyen faktörleri araştırdıkları çalışmalarında katılımcıların parayla ilgili bir çocukluk tecrübelerinin olmadığı görülmüştür. Çocukluk çağında parayla ilgili olumlu tecrübeleri

olduğunu söyleyen kadınların, parayla ilgili çocukluk tecrübelerinin olmadığı belirlenen kadınlara göre finansal öz yeterlilik düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, geçmişteki ve bugündeki aileleri ilişkileri ve sosyal ilişkilerin, kadınların para ve finans hakkındaki görüşlerini şekillendirdiği belirlenmiştir. Yine benzer olarak Cesaroni ve Paoloni (2016) de ailelerin, İtalyan kadın girişimcilerin tercihlerini, davranışlarını ve faaliyetlerini olumlu ve olumsuz yönde etkilemede merkezi rol oynadığını bulmuştur. Tipik kadın aile ilişkileri profillerinin tanımlandığı araştırmanın sonuçlarında, kadın girişimciler ve aileleri arasında güçlü bir bağ olduğu görülmüştür. Kadın girişimcilerin deneyimlerinin, kadınların girişimci olma konusundaki bireysel seçimlerinin ve işletmelerinin özelliklerinin, özellikle ailelerinden etkilendiği sonucuna varılmıştır.

Türkiye literatüründe de benzer çalışmalara rastlamak mümkündür. Örneğin; Çakıcı, (2004) kadın girişimciler üzerine yaptığı çalışmada, kadın girişimcilerin eşlerinin gelişmelerinin önündeki en büyük engel olduğunu gözlemlemiştir. Araştırma sonuçlarına göre kadın girişimcilerin eşleri işletmeye ortak olduğu zaman, işletme fonksiyonlarında eşin etkisi artmakta, kadının etkisi ise azalmaktadır.

Yetim (2008), kadın girişimcilere yönelik yaptığı çalışmada, kadın girişimcilerin birçoğunun işe giriş kararını eşleriyle birlikte verdiğini belirlemiştir. Bekar olan kadın girişimcilerin ise girişimcilik kararlarında özellikle anne ve babalarının etkili olduğu görülmüştür. Benzer şekilde, Boz ve Ergeneli (2013) kadın girişimcilerin ebeveynlerinin, girişimcilik faaliyetlerinde yer alıp almadığını araştırmıştır. Araştırma sonuçları, kadınların kurduğu işletmelerin çoğu zaman aile üyelerinin kararlarından ve isteklerinden etkilendiğine işaret etmektedir. Araştırma özellikle babanın aile içindeki rolü gereği, kızları tarafından ekonomik bir rol model olarak algılanmasına dikkat çekmektedir. Babaların mesleği kızlarının kariyer planlarını ve kadın girişimcilerin faaliyetlerini etkilemektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. FİNANSAL SOSYALİZASYON SÜREÇLERİNİN KADIN GİRİŞİMCİLERİN FİNANSAL OKURYAZARLIĞI ÜZERİNDEKİ ROLÜ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bireyler çocukluk döneminden itibaren finansal sosyalizasyon araçları ile etkileşim içinde olmaktadır. Finansal sosyalizasyon araçlarından aile, eğitim, arkadaş çevresi, medya ve din bireylerin finansal bilgi, tutum ve davranışlarını etkilemektedir. Finansal okuryazarlığın bileşenleri olarak kabul edilen finansal bilgi, tutum ve davranışlar ise bireylerin finansal okuryazarlık düzeylerini etkilemektedir.

Literatürde finansal okuryazarlık üzerine yapılan pek çok çalışmanın, bireylerin finansal okuryazarlık düzeylerini belirlemeye yönelik olarak yapıldığı görülmektedir (Chen ve Volpe, 1998; Beal ve Delpachtra, 2003; Worthington, 2006; Marcolin ve Abraham, 2006; Danes ve Haberman, 2007; Mandell ve Klein, 2007; Lusardi ve Mitchell, 2008; Altıntaş 2009; Lusardi vd. 2009; Robb ve Deanna, 2009; Pinto ve Coulson, 2011; Temizel ve Bayram, 2011; Yates ve Ward, 2011; Atkinson ve Messy, 2012; Lusardi vd. 2012; Mercan vd. 2012; Woodyard ve Robb, 2012; Ahsan, 2013; Boyland ve Warren, 2013; Kaur vd. 2013; Pasekova vd., 2013; Ergün vd., 2014; Albeedy ve Gharlegghi, 2015; Alkaya ve Yağlı, 2015; Çam ve Barut, 2015; Gutnu ve Cihangir, 2015; Kılıç vd., 2015; Öztürk ve Demir, 2015; Sezer ve Demir, 2015; Thapa ve Nepal, 2015; Morris ve Koffi, 2015, Ahmad vd., 2016; Angrisani vd., 2016; Barış, 2016; Baysa ve Karaca, 2016; Biçer ve Altan, 2016; Breitbach ve Walstad, 2016; Coşkun, 2016; Danışman vd., 2016; Elmas ve Yılmaz, 2016; Golemac ve Loncar, 2016; Kadoya ve Khan 2016; Karaa ve Kuğu, 2016; Kılıç, 2016; Şamiloğlu vd., 2016; Aksoylu vd., 2017; Apan ve Ercan, 2017; Çinko vd., 2017; Er ve Taylan, 2017; Ergün, 2017; Kadoya ve Khan, 2017; Şahin ve Serin, 2017; Contuk, 2018; Doğan, 2018; Erdoğan ve Erdoğan, 2018; Karakulle ve Tan, 2018; Kanmaz, 2018; Kılınç ve Kılıç, 2018; Kuyumcu, 2018; Özdemir ve Temizel, 2018; Serinkan ve Erdoğan, 2018; Boz, 2019; Şenbayram, 2019). Bu çalışmaların sonuçlarında bireylerin finansal okuryazarlık düzeylerinin değişkenlik gösterdiği ve ortak bir sonuç üzerinde uzlaşamadığı dikkat çekmektedir. Farklı sonuçlar, seçilen örneklem, araştırma yapılan zaman gibi değişkenlerin yanında kullanılan finansal okuryazarlık ölçeklerinin çeşitliliği

ile de ilişkilendirilmektedir. Yapılan araştırmaların sonuçları farklı olsa da, genel olarak tüm çalışmalarda kadınların finansal okuryazarlık düzeylerinin daha düşük olduğu belirlenmiştir.

Finansal sosyalizasyon kavramı ile ilgili olarak yapılan çalışma sayısı, finansal okuryazarlık çalışmalarından görece daha azdır. Bu çalışmalarda ise finansal sosyalizasyon araçlarının bireyler üzerindeki etkilerine odaklanılmaktadır (Alhabeeb, 1996; James ve Mindy, 1998; Bowen, 2002; Cude vd., 2006; Greenfield ve Williams, 2007; Peng vd., 2007; Gutter vd., 2009; Lee ve Mortimer, 2009; Garrison, 2010; Shim vd., 2010; Gudmunson ve Danes, 2011; Solheim vd., 2011; Grinstein-Weiss vd., 2012; Sohn vd., 2012; Buccioli ve Veronesi, 2013; Hancock vd., 2013; Hira vd., 2013; Payne vd., 2013; Schweichler, 2013; Danes ve Yang, 2014; Drever vd., 2015; Grohmann vd., 2015; Sundarasan vd., 2016; Glenn, 2018; Sachitra ve Wijesinghe, 2018; Çopur, 2011; Çopur ve Gutter, 2011; Kılıç, 2016; Özbek, 2019). Bu çalışmalarda, finansal sosyalizasyon sürecinde bireylerin genel olarak ailelerinden etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır. Finansal konularda ailelerinden etkilenen bireylerin, bu durumu finansal bilgi, finansal tutum ve finansal davranışlarına yansıttığı belirtilmektedir. Ayrıca sonuçlar, finansal sosyalizasyon etkisinin, finansal okuryazarlığın tasarruf ve harcama boyutlarında daha etkili olduğunu ortaya çıkarmıştır. Bununla birlikte, finansal sosyalizasyonun evliliğin içerisinde de devam ettiğine dair bulgulara ulaşılmıştır.

Literatürde finansal okuryazarlık ve finansal sosyalizasyonu birlikte ele alan çalışmalar da bulunmaktadır. Fakat bunların sayısı da oldukça azdır. Bu çalışmalarda, finansal sosyalizasyon süreçlerinin ve finansal sosyalizasyon araçlarının finansal okuryazarlığa etkisinden bahsedilmiştir (Çakıcı, 2004; Yetim, 2008; Lissington ve Matthews, 2012; Boz ve Ergeneli, 2013; Jiyane ve Zawada, 2013; Kim ve Chatterjee, 2013; Danes ve Yang, 2014; Grohmann vd. 2015; Albeedy ve Gharlegghi, 2015; Cesaroni ve Paoloni, 2016; Farrell vd. 2016; Russell vd. 2016; Kılıç, 2016; Glenn, 2018; Sachitra ve Wijesinghe, 2018). Araştırmaların sonuçlarına göre, finansal sosyalizasyon süreci farklı işleyen bireylerin finansal tutum ve davranışları da değişkenlik gösterebilmektedir. Bu durumun nedeni, bireylerin çocukluk dönemlerinden itibaren geçirdikleri finansal sosyalizasyon sürecine bağlanmaktadırlar.

Bu tez çalışmasının amacı finansal sosyalizasyon süreçlerinin kadın girişimcilerin finansal okuryazarlığındaki rolünü araştırmaktadır. Lusardi vd. (2009) kadınların işgücü piyasasına aktif olarak katılmalarının daha yüksek olduğunu ancak kadınların finansal

okuryazarlık düzeylerinin düşük olduğunu belirtmektedir. Bu nedenle, bu tez çalışmasının kadın girişimcileri üzerinde yapılmasının iki nedeni vardır. Bunlardan birincisi, literatürde yapılan finansal okuryazarlık çalışmalarında (Danes ve Hiberman, 2007; Morris ve Koffi, 2015; Şamiloğlu vd., 2016; Sreblin-Kirbis vd., 2017) genel olarak kadınların finansal okuryazarlık düzeylerinin düşük çıkmasıdır. Finansal sosyalizasyon, finansal okuryazarlığın oluşumunda öne çıkan bir konu olduğundan, kadınların finansal okuryazarlıklarının düşük bulunmasının temelinde yatan nedeni incelemek önemlidir. Finansal sosyalizasyon, bu temel nedeni anlayabilmede bir kaynak oluşturmaktadır. İkincisi ise, kadın girişimcilerin sayılarının gün geçtikçe artmaya devam etmesidir. Kadınların girişimci olma yolunda ilerleyebilmesi ve bu yolda doğru adımlar atması ülke ekonomisi için daha çok teşvik edilmelidir. Ancak kadın girişimcilerin, finansal alanda sağlam ilerleyebilmesi için güçlü bir finansal okuryazar olmaları gerekmektedir. Çünkü kadın girişimciler, finansal okuryazarlıklarını finansal sosyalizasyon süreci etkisinde kalarak kazanmaktadır. Bu süreç de finansal okuryazarlıklarını geliştirmektedir. Diğer yandan tez çalışması, finansal sosyalizasyon sürecinin, finansal okuryazarlık bileşenleri olarak adlandırılan; finansal bilgi, finansal tutum ve finansal davranışları üzerindeki rolünü belirlemek açısından da önem arz etmektedir.

3.2. Araştırmanın Kapsamı, Varsayımı ve Sınırlılıkları

Tez çalışmasının kapsamı İzmir ilindeki kadın girişimciler olarak belirlenmiştir. Çalışmanın örneklemini belirlerken zaman ve maliyet kısıtları nedeniyle, kolay ulaşılabilir örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu doğrultuda, çalışmanın örneklemini sadece İzmir ilinde faaliyet gösteren bir iş kadınları derneğinin daha önce finansal okuryazarlık eğitimi almış ve hala aktif olarak kendi işletmelerinin yönetiminde olan üyeleri oluşturmaktadır.

Girişimcilik alanında faaliyet gösteren kadınların, temel ya da ileri düzeyde finansal okuryazar olduğu bilinmektedir. Bu nedenle, bu tez çalışmasında örneklemini oluşturan ve üniversite mezunu olan kadın girişimcilerin, düzey gözetilmeksizin finansal okuryazar olduğu varsayılmıştır. Ayrıca bu derneğe üye olan kadın girişimcilerin tamamının finansal okuryazarlık eğitimine katılmış olması ve kendi işletmelerinin tüm süreçlerinde işletme sahibi olarak bulunması da bu varsayımı destekler nitelikler oluşturmaktadır. Nitekim Marcolin ve Abraham (2006); Worthington (2006) yetişkinler üzerine yaptıkları araştırmada üniversite mezunlarının ve iş sahiplerinin finansal okuryazarlığının yüksek olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Tez çalışmasının bazı sınırları bulunmaktadır. Araştırmanın birinci sınırı örneklemin İzmir ilinde faaliyet gösteren sadece bir derneğe üye kadın girişimcilerden oluşmasıdır. Araştırmanın ikinci sınırını ise, finansal sosyalizasyon araçlarının rolünün olumlu ya da olumsuz etkiler yaratarak bireyden bireye değişiklik gösterebilmesidir. Diğer taraftan, finansal okuryazar olan her birey farklı finansal sosyalizasyon araçlarından etkilenebilmektedir. Bu nedenle bu çalışmadan elde edilen sonuçlar örneklem için anlamlı olup, tüm kadın girişimcilere genellenememektedir.

3.3. Araştırma Sorusu

Araştırmanın bir ana sorusu ve beş alt sorusu bulunmaktadır.

Araştırmanın Ana Sorusu: Finansal sosyalizasyon süreçlerinin kadın girişimcilerin finansal okuryazarlığı üzerindeki rolü nedir?

Araştırmanın Alt Soruları:

- Aile bireylerinin, kadın girişimcilerin finansal okuryazarlığı üzerindeki rolü nedir?
- Arkadaşların, kadın girişimcilerin finansal okuryazarlığı üzerindeki rolü nedir?
- Alınan eğitimin, kadın girişimcilerin finansal okuryazarlığı üzerindeki rolü nedir?
- Medyanın, kadın girişimcilerin finansal okuryazarlığı üzerindeki rolü nedir?
- Dinin, kadın girişimcilerin finansal okuryazarlığı üzerindeki rolü nedir?

3.4. Araştırma Modeli

Araştırma modeli literatürde yapılan finansal sosyalizasyon ve finansal okuryazarlık modelleri incelenerek oluşturulmuştur. Örneğin; Shim vd. (2010) bireylerin finansal öğrenimleri ve finansal tutumlarını öngören bir finansal sosyalizasyon modeli önermişlerdir. Onlara göre, tutumlar bireylerin sağlıklı finansal davranış göstermelerine hizmet etmektedir. Bu çerçevede, sosyalizasyon araçlarıyla davranışsal göstergelerini etkilendiği finansal sosyalizasyon modelini ortaya koymaktadır.

Gudmunson ve Danes (2011), 100'ün üzerinde araştırma makalesini incelenmiştir. İnceleme sonucunda, aile sosyalizasyonu ile finansal sosyalizasyon arasındaki ilişkiyi özetlemek için aile finansal sosyalizasyon modelini oluşturmuşlardır. Model, aile sosyalizasyon süreçleri ve finansal sosyalizasyon sonuçları olarak iki bölüme ayrılmıştır. Finansal sosyalizasyon sonuçları kısmında bireylerin finansal kapasite, finansal bilgi, finansal davranış, finansal refahları yer almaktadır.

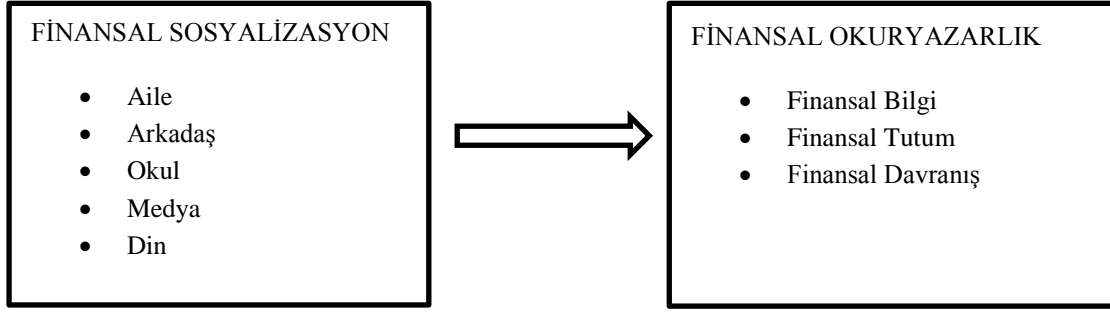
Grohmann vd. (2015) araştırma modellerini; aile, okul, iş tecrübeleri olmak üzere üç finansal sosyalizasyon aracına dayandırmışlardır. Araştırma modelinde aile geçmişi, okuldaki finans dersleri, eğitim kalitesi, para ve iş deneyimleriyle bireylerin finansal okuryazarlığını, matematik bilgisini ve finansal davranışlarını incelemiştir.

Grohmann ve Menkhoff (2015) aile geçmişinin ve çocukluk deneyimlerinin finansal okuryazarlık ve finansal davranış üzerindeki etkisine odaklanmıştır. Araştırma modellerini ailenin eğitim geçmişi, çocukluk dönemindeki para deneyimleri, ebeveynlerin eğitimi, okuldaki finansal eğitim gibi faktörlerin finansal okuryazarlık, matematik bilgisi ve finansal davranışlar üzerindeki etkisine dayandırarak oluşturmuşlardır.

Kılıç (2016) üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeylerini, finansal okuryazarlık ve finansal refah düzeylerini etkileyen değişkenleri incelemiştir. Tez çalışmasında, finansal okuryazarlık değişkeninin finansal öz yetkinlik ve finansal sosyalizasyon değişkenlerinden etkilendiği ileri sürülmektedir. Tez çalışmasının modeline göre, finansal öz yetkinlik ve finansal sosyalizasyon finansal okuryazarlığı, finansal okuryazarlık da finansal refahı etkilemektedir.

Yukarıda örnekleri verilenler dahil, literatürdeki pek çok çalışma incelendikten sonra, kadın girişimcilerin finansal sosyalizasyon süreçlerinin finansal okuryazarlıkları üzerindeki rolünü belirlemek amacıyla bir model oluşturulmuştur. Araştırma modeli tasarlanırken finansal sosyalizasyon araçları boyutunun belirlenmesinde; Kılıç (2016)'ın doktora tezinden, Grohman vd. (2015) ile Grohman ve Menkhoff (2015)'un çalışmalarından esinlenilmiştir. Finansal okuryazarlık boyutunda ise özellikle Lusardi'nin (2008, 2009), Lusardi ve Mitchell (2008, 2009), Lusardi ve Tufano (2009), (OECD'nin (2011, 2012) okuryazarlık çalışmalarından yararlanılmıştır.

Bu doğrultuda araştırma modeli, literatürde yer alan, bireylerin doğuştan finansal okuryazar olarak doğmadığı ve finansal okuryazarlığın finansal sosyalizasyon süreciyle oluştuğu görüşünden hareketle şekillendirilmiştir. Bireyler zamanla finansal sosyalizasyonun diğer araçları olan okul, arkadaş, medya ve dinin etkisinde kalmaktadır. Bireylerde formal ve informal olarak gerçekleşen bu etki, finansal okuryazarlığın bileşenleri olarak tanımlanan finansal bilgi, finansal tutum ve finansal davranışlarına yansımaktadır. Böylece bireyler, finansal sosyalizasyon süreci araçlarının etkisine maruz kalarak finansal okuryazarlık vasfını kazanmaktadır.



Şekil 1: Araştırmanın Modeli

3.5. Araştırmanın Yöntemi

Kavramsal tanımların çeşitliliğinden bekleneceği gibi (Bakınız: Tablo: 1), finansal okuryazarlığın ölçülmesi için de kullanılan yöntemler oldukça değişkendir (Hung vd., 2009). Literatürde finansal okuryazarlığı ölçen pek çok ölçeğin bulunması nedeniyle, finansal okuryazarlığı ölçmek için tek başına yeterli bir test aracının mevcut olmadığı belirtilmektedir (Yates ve Ward, 2011: 76). Başka bir deyişle, finansal okuryazarlığın nasıl ölçüleceğine dair literatürde bir fikir birliği bulunmamaktadır. Önceki çalışmalar da finansal okuryazarlık düzeylerinin anketlerdeki sorulara göre değiştiğini belirtmektedir (Hung vd., 2009; Moore, 2003).

Diğer taraftan literatür incelendiğinde, özellikle son yıllarda sosyal bilimlerde olduğu gibi, finansal okuryazarlık konusunda da nitel araştırmaların arttığı görülmektedir. Örneğin; Donohue (2011) kadınların finansal bilgiyi nereden edindiklerini ve bunu nasıl kullandıklarını araştırmıştır. Araştırmasında kadınların farklı eğilimlerde bulunma nedenini öğrenme amacıyla, nitel araştırma yöntemlerinden gömülü teori analizini uygulamıştır. Bütçe, tasarruf, yatırım ve kredi konularını incelemek amacıyla yapılan odak grup mülakatlarının sonucunda, finansal okuryazarlığın toplumsal cinsiyetle ilişkili olduğu görülmüştür. Sonuçlar, finansal okuryazarlığın finansal kaynaklara erişimle ilgili olabileceği bilgi, beceri ve eğilim kombinasyonundan oluştuğunu göstermiştir. Njaramba vd. (2015) ise, 11 göçmen Afrikalı Avustralyalı kadın girişimcinin finansal okuryazarlığını niteliksel bir vaka çalışması şeklinde araştırmıştır. 11 kadın girişimcinin finansal okuryazarlığını belirtmek üzere yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmış ve tutulan günlükler incelenmiştir. Araştırma sonucunda, görüşmeye katılan tüm kadınların yüksek bir finansal okuryazarlık düzeyi olduğunu gözlemlemiştir.

Türkiye’de ise, Bayrakdaroğlu ve Kuyu (2018) alışmasında nitel araştırma tekniklerinden durum desenini kullanmıştır. Farklı demografik profillerdeki kadınların, yatırım kararlarına ilişkin finansal risk algılarını, katılımcıların kendilerini özgürce ifade edebilmelerine imkân veren odak grup görüşmelerini inceleyerek ortaya koymuştur. Araştırmanın sonucunda; kadınların finansal risk algılarını en çok etkileyen etmenlerin arasında sosyo-ekonomik faktörden gelir düzeyinin, demografik faktörlerden ise yetiştirilme tarzı ve cesaretin yer aldığı görülmüştür.

Tez çalışmasının konusu literatürde kısıtlı çalışmada incelenmiş olduğundan daha derinlemesine bir araştırma yapılması için nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış mülakatlar ile çalışmanın keşfedici bir nitelik kazanması amaçlanmıştır. Mülakat soruları literatürde yaygın olarak kabul gören finansal okuryazarlık ve finansal sosyalizasyon çalışmalarına dayalı bir şekilde hazırlanmıştır. Bu doğrultuda Atkinson ve Messy (2012)’nin de çalışmalarında yararlandığı, OECD’nin 2011 ve 2012 yıllarında yaptığı finansal okuryazarlığı ölçmeye çalıştığı anketlerden; Webley ve Nyhus (2012), Grohman vd. (2015), Grohman ve Menkhoff (2015)’un finansal sosyalizasyon çalışmalarından yararlanılmıştır. OECD tarafından belirlenen gelir, bütçe, harcama, tasarruf, borçlanma, yatırım ve emeklilik boyutları ekseninde, “Kadın girişimcilerin finansal sosyalizasyon süreçlerinin finansal okuryazarlıklarında nasıl bir rolü var?” sorusuna cevap aranmıştır. Hazırlanan sorular üç farklı akademisyenin görüşüne sunulmuş ve düzeltilmeler sonrasında araştırmaya katılan kadın girişimcilere yüz yüze mülakatlarda sorulmuştur. 74 aktif üyesi olan iş kadınları derneğinin 55 üyesi ile yapılan yüz yüze mülakatlar, 2019 yılı Kasım ve Aralık aylarında gerçekleştirilmiştir.

Yarı yapılandırılmış mülakatlardan elde edilen yazılı notlar düzenlenerek içerik analizine tabi tutulmuştur. İçerik analizi verilerin, belirli bir problem veya amaç bakımından sınıflandırılması, özetlenmesi ve belirli bir anlam çıkarılması için taranarak kategorilere ayrılmasını içermektedir (Weber, 1990: 9). Bu bağlamda, çalışmada mülakatlarda kayıt altına alınıp düzenlenen verilerin sınıflandırılabilmesi için içerik analizi tekniklerinden sözcük sayma kullanılmıştır. Düzenlenen yazılı notlarda, belirli sözcüklerin kaç kere tekrar ettiği sayılmıştır. Sayılan sözcükler betimsel istatistikî yöntemler kullanılarak özömlenmiştir. Yarı yapılandırılmış mülakatlarda sorulan her bir soruya verilen cevapların frekansları ve bu frekansların yüzde oranları hesaplanarak değerlendirme yapılmıştır.

İnsan davranışları içeren nitel çalışmalarda güvenilirlik önemli bir sorun olarak görülmektedir (Arastaman vd., 2018: 40). Yarı yapılandırılmış mülakatlarda alınan notların ya da kayıtların doğru ve eksiksiz olarak analiz edilmesi araştırmanın güvenilirliği için çok önemlidir. Bu çalışmada yarı yapılandırılmış mülakatlarda belirtilen fikirlere tarafsız davranılmıştır. Mülakatlarda kendilerini daha doğru ifade edebilmeleri için hazırlanan soru formu kadın girişimcilere de verilmiştir. Ayrıca sorular sorulmadan önce tüm katılımcılara finansal okuryazarlık, finansal sosyalizasyon kavramları ve finansal sosyalizasyon boyutları hakkında kısaca bir bilgi verilmiştir. Katılımcılara istemeleri halinde soruları yanıtlamaktan vazgeçebilecekleri belirtilmiştir. Mülakatlarda ses kaydı alınmamıştır. Ancak katılımcıların izni ile detaylı bir şekilde not tutulmuştur. Elde edilen notlar incelenip düzenlenmiştir. Verilen cevaplar ve çalışmadaki boyutların birbiri ile uyumlu olması çalışmanın güvenilirliği açısından önemlidir.

3.6. Araştırma Verilerinin Analizi

Demografik Analiz

Tablo 2’de örnekleme de yer alan 55 kadın girişimcilerin yaş aralığı ve dağılımı gösterilmektedir. Örnekleme de 20-30 yaşında 6 (%11) kişi, 31-40 yaşında 22 (%40) kişi, 41-50 yaşında 16 (%29) kişi 51 ve üstünde 11 (%20) kişi bulunmaktadır. Tablo incelendiğinde, örnekleme de 31-40 yaşları arasında daha fazla kadın girişimci olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Katılımcıların Yaş Aralığı

20-30	31-40	41-50	51 ve üstü
6 kişi (%11)	22 kişi (%40)	16 kişi (%29)	11 kişi (%20)

Tablo 3’de örnekleme de yer alan 55 kadın girişimcinin eğitim durumu gösterilmektedir. Tablodan da anlaşılacağı gibi; 3 kişi (%5) lise, 2 kişi (%4) ön lisans, 33 kişi (%60) lisans, 11 kişi (%20) yüksek lisans, 6 kişi (%11) doktora mezundur. Kadın girişimcilerin eğitim düzeyi lise ve doktora arasında dağılmaktadır. Kadın girişimciler arasında ilköğretim ve orta öğretim mezunu bulunmamaktadır. Örnekleme deki kadın girişimcilerin çoğu lisans mezundur ve kadın girişimcilerin eğitim seviyesinin yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 3. Katılımcıların Eğitim Durumu

İlköğretim	Ortaöğretim	Lise	Ön Lisans	Lisans	Yüksek Lisans	Doktora
---	---	3 kişi (%5)	2 kişi (%4)	33 kişi (%60)	11 kişi (%20)	6 kişi (%11)

Tablo 4’de örnekleme de yer alan 55 kadın girişimcinin annelerinin eğitim durumu gösterilmektedir. Kadın girişimcilerin annelerinin eğitim durumuna bakıldığında; 17 kişi (%31) ilköğretim, 3 kişi (%6) ortaöğretim, 25 kişi (%45) lise, 3 kişi (%5) ön lisans, 6 kişi (%11) lisans, 1 (%2) kişi yüksek lisans mezunudur. Örnekleme de yer alan kadın girişimcilerin annelerinin eğitim düzeyi çoğunlukla lisedir. Kadın girişimcilerin annelerinin arasında doktora mezunu bulunmamaktadır.

Tablo 4. Katılımcıların Annelerinin Eğitim Durumu

İlköğretim	Ortaöğretim	Lise	Ön Lisans	Lisans	Yüksek Lisans	Doktora
17 kişi (%31)	3 kişi (%6)	25 kişi (%45)	3 kişi (%5)	6 kişi (%11)	1 kişi (%2)	---

Tablo 5’de örnekleme de yer alan 55 kadın girişimcinin anne meslekleri görülmektedir. Tabloya göre, kadın girişimcilerin anne meslekleri çeşitlilik göstermektedir. 36 kişi (%65) ev hanımı, 7 kişi (%13) öğretmen, 5 kişi (%9) emekli, 3 kişi (%5) terzi, 1 kişi (%5) hemşire, 1 kişi (%2) gümrük memuru, 1 kişi (%2) matematik mühendisi, 1 kişi (%2) muhasebecidir. Kadın girişimcilerin çoğunun annesi ‘‘Ev Hanımı’’dır.

Tablo 5. Katılımcıların Anne Meslekleri

Meslekler	Kişi Sayısı
Ev Hanımı	36 kişi (%65)
Öğretmen	7 kişi (%13)
Emekli	5 kişi (%9)
Terzi	3 kişi (%5)
Hemşire	1 kişi (%2)
Gümrük Memuru	1 kişi (%2)
Matematik Mühendisi	1 kişi (%2)
Muhasebeci	1 kişi (%2)

Tablo 6’da örnekleme yer alan 55 kadın girişimcilerin babalarının eğitim durumu gösterilmektedir. Kadın girişimcilerin babalarının eğitim durumuna bakıldığında; 10 kişi (% 18) ilköğretim, 5 kişi (%9) ortaöğretim, 17 kişi (%31) lise, 3 kişi (%5) ön lisans, 19 kişi (%35) lisans, 1 kişi (%2) doktora mezundur. Örnekleme yer alan kadın girişimcilerin babalarının eğitimi genel olarak lisans düzeyindedir. Bununla birlikte, yalnızca bir kadın girişimcinin babasının eğitimi doktora düzeyindedir.

Tablo 6. Katılımcıların Babalarının Eğitim Durumu

İlköğretim	Ortaöğretim	Lise	Ön Lisans	Lisans	Yüksek Lisans	Doktora
10 kişi (%18)	5 kişi (%9)	17 kişi (%31)	3 kişi (%5)	19 kişi (%35)	---	1 kişi (%2)

Tablo 7’de örnekleme yer alan 55 kadın girişimcinin baba meslekleri görülmektedir. Tabloda görüldüğü gibi, kadın girişimcilerin baba meslekleri de çeşitlilik göstermektedir.

Tablo 7. Katılımcıların Baba Meslekleri

Meslekler	Kişi Sayısı
Emekli	23 kişi (%42)
Esnaf/Tacir	10 kişi (%18)
Mühendis	4 kişi (%7)
Memur	3 kişi (% 5)
İşçi	3 kişi (% 5)
Tekniker/Teknisyen	2 kişi (%4)
Avukat	2 kişi (%4)
Öğretmen	2 kişi (%4)
Eczacı	1 kişi (%2)
Ekonomist	1 kişi (%2)
İş Adamı	1 kişi (%2)
Kimyager	1 kişi (%2)
Mülki İdare Amiri	1 kişi (%2)
Polis	1 kişi (%2)

Kadın girişimcilerin baba mesleklerinin yer aldığı Tablo 7’de görüldüğü; 23 kişi (%42) emekli, 10 kişi (%18) esnaf/tacir, 4 kişi (%7) mühendis (inşaat/makine/elektrik), 3 kişi (% 5) memur, 3 kişi (%5) işçi, 2 kişi (%3) teknisyen/tekniker, 2 kişi (%4) avukat, 2 kişi (%4) öğretmen, 1 kişi (%2) eczacı, 1 kişi (%2) ekonomist, 1 kişi (%2) iş adamı, 1 kişi (%2) kimyager, 1 kişi (%2) mülki idare amiri, 1 kişi (%2) polistir. Kadın girişimcilerin babalarının genel olarak ‘Emekli’ olduğu görülmektedir.

Tablo 8’de örnekleme de yer alan 55 kadın girişimcinin medeni durumu gösterilmektedir. Kadın girişimcilerden 37 kişi (%67) evli, 18 kişi (%33) ise bekar. Örnekleme de yer alan kadın girişimcilerin çoğu evlidir. Evli ve bekar kadın girişimcilerin yaş ortalaması ile ilgili belirgin farklılık bulunmamaktadır.

Tablo 8. Katılımcıların Medeni Durumu

Evli	Bekar
37 kişi (%67)	18 kişi (%33)

Tablo 9’da örnekleme de yer alan, 37 evli kadın girişimcinin eşlerinin eğitim durumu gösterilmektedir. Kadın girişimcilerin eşlerinin eğitim durumuna bakıldığında; 3 kişi (%8) lise, 27 kişi (%73) lisans, 5 kişi (%14) yüksek lisans, 2 kişi (%5) doktora mezunudur. Evli olan kadın girişimcilerin eşlerinin arasında ilköğretim, ortaöğretim ve ön lisans mezunu bulunmamaktadır. Evli olan katılımcıların eşlerinin eğitim düzeyi genel olarak lisans düzeyindedir.

Tablo 9. Evli Olan Katılımcıların Eşlerinin Eğitim Durumu

İlköğretim	Ortaöğretim	Lise	Ön Lisans	Lisans	Yüksek Lisans	Doktora
---	---	3 kişi (%8)	---	27 kişi (%73)	5 kişi (%14)	2 kişi (%5)

Tablo 10’da evli olan 37 kadın girişimcinin eşlerinin meslekleri görülmektedir. Tablodan da anlaşılacağı üzere örnekleme de yer alan ve evli olan kadın girişimcilerin eş meslekleri çeşitlilik göstermektedir. Kadın girişimcilerin eşlerinin mesleklerine bakıldığında; 10 kişi (%27) mühendis (jeofizik/makine/inşaat/kimya/ziraat), 9 kişi (%24) iş adamı, 3 kişi (%8) doktor, 3 kişi (%8) avukat, 3 kişi (%8) yönetici, 2 kişi (%5) sigortacı, 2 kişi (%5) gazeteci, 1 kişi (%3) akademisyen, 1 kişi (%3) bankacı, 1 kişi (%3) iş güvenliği

uzmanı, 1 kişi (%3) makine teknikeri, 1 kişi (%3) zoologdur. Evli olan kadın girişimcilerin eşlerinin meslekleri genel olarak mühendislik meslek grubunda toplanmaktadır.

Tablo 10. Katılımcıların Eş Meslekleri

Meslekler	Kişi Sayısı
Mühendis	10 kişi (%27)
İş adamı	9 kişi (%24)
Doktor	3 kişi (%8)
Avukat	3 kişi (%8)
Yönetici	3 kişi (%8)
Sigortacı	2 kişi (%5)
Gazeteci	2 kişi (%5)
Akademisyen	1 kişi (%3)
Bankacı	1 kişi (%3)
İş Güvenliği Uzmanı	1 kişi (%3)
Makine Teknikeri	1 kişi (%3)
Zoolog	1 kişi (%3)

Tablo 11’de örnekleme yer alan 55 kadın girişimcinin çocuk durumu gösterilmektedir. Kadın girişimcilerden 33’ünün (%60) çocuğu vardır, 22’sinin (%40) ise çocuğu yoktur. Çocuğu olan kadın girişimcilerin 17’si (%52) 1 çocuğa, 16’sı (%48) 2 çocuğa sahiptir. Kadın girişimcilerin çocuklarının çoğu okumaktadır. Yaşca büyük olanların ise bir kısmı kendi işini yapmakta, bir kısmı ise kurumsal bir firmada çalışmaktadır.

Tablo 11. Katılımcıların Çocuk Durumu

Evet	Hayır
33 kişi (%60)	22 kişi (%40)

Tablo 12’de 55 kadın girişimcinin, girişimci olduğu sektörler bulunmaktadır. Tabloya göre; 40 kişi (%73) hizmet (eğitim-danışmanlık, perakende, inşaat, estetik, peyzaj, gayrimenkul), 6 kişi (%11) üretim (engelli eşyaları/makine, ayakkabı, ambalaj), 5 kişi

(%9) sağlık, 4 kişi (%7) hukuk alanında girişimcidir. Örneklemedeki kadın girişimcilerin en çok hizmet alanında faaliyet gösterdiği görülmektedir.

Tablo 12. Katılımcıların Girişimcilik Faaliyeti Gösterdiği Alanlar

Girişim Faaliyeti Alanları	Kişi Sayısı
Hizmet	40 kişi (%73)
Üretim	6 kişi (%11)
Sağlık	5 kişi (%9)
Hukuk	4 kişi (%7)

Tablo 13’de, örneklemedeki kadın girişimcilerin ailelerinde girişimci olup olmadığı sorusuna yönelik verdikleri cevaplar görülmektedir. Tabloya göre, 15 kadın girişimcinin (%27) ailesinde kendisinden başka girişimci bulunmaktadır. 40 kadın girişimcinin ise (%73) ailesinde kendisinden başka girişimci bulunmamaktadır.

Tablo 13. Ailede Kadın Girişimcilerden Başka Girişimci Olma Durumu

Evet	Hayır
15 kişi (%73)	40 kişi (%27)

Kadın girişimcilere ’’Ailenizde girişimci olan kişi kimdir ve hangi sektörde faaliyetleri vardır?’’ sorusu sorulmuştur. Soruya verilen cevaplar sadece birinci derecede akrabalarla sınırlanılmamıştır. Bu doğrultuda Tablo 14’de kadın girişimcilerin bu soruya verdikleri cevaplar görülmektedir.

Verilen cevaplar doğrultusunda, örneklemedeki kadın girişimcilerden 6 kişinin (%33) eşi; mobilya, inşaat, hukuk ve hizmet alanlarında girişimcidir. 4 kişinin (%22) babası, üretim ve hizmet alanlarında girişimcidir. 3 kişinin (%17) kardeşi, hukuk ve üretim alanında girişimcidir. 2 kişinin (%11) oğlu, inşaat alanında girişimcidir. 2 kişinin (%11) kuzeni, hizmet ve inşaat alanında girişimcidir. 1 kişinin (%6) annesi ise eğitim alanında girişimcidir. Tablo 14 incelendiğinde, kadın girişimcilerin ailelerinde genel olarak eşlerinin girişimci olduğu görülmektedir. Yine tabloya bakıldığında, kadın girişimcilerin eşlerinin girişimde oldukları alanlar çeşitlilik göstermektedir.

Tablo 14. Ailedeki Başka Girişimciler ve Girişimde Buldukları Alanlar

Ailelerinde Kendilerinden Başka Girişimci Olan Kadın Girişimciler	Girişimci Olan Aile Üyeleri ve Girişimde Buldukları Alanlar
1. Kadın Girişimci	Anne-Eğitim Alanı
3. Kadın Girişimci	Baba-Hizmet/Danışmanlık Alanı
7. Kadın Girişimci	Eş-Mobilya Alanı, Oğul-İnşaat Alanı
10. Kadın Girişimci	Eş-İnşaat Alanı
16. Kadın Girişimci	Kardeş-Hukuk Alanı
17. Kadın Girişimci	Kardeş-Hukuk Alanı
18. Kadın Girişimci	Kardeş-Üretim Alanı
21. Kadın Girişimci	Eş-Hukuk Alanı
23. Kadın Girişimci	Baba-Üretim Alanı
30. Kadın Girişimci	Kuzen-Hizmet Alanı
31. Kadın Girişimci	Baba-Hizmet Alanı
33. Kadın Girişimci	Baba-Hizmet Alanı, Kuzen-İnşaat Alanı
39. Kadın Girişimci	Eş-İnşaat Alanı, Oğul- İnşaat Alanı
42. Kadın Girişimci	Eş-Hizmet Alanı
55. Kadın Girişimci	Eş-İnşaat Alanı

Finansal Okuryazarlık Boyutlarının Analizi

Gelir Boyutu: Örnekleme yer alan kadın girişimcilere gelir boyutu ile ilgili olarak “Para kazanırken nelere dikkat edersiniz?” sorusu sorulmuştur. Verilen cevaplar sıklık olarak değerlendirdiğinde kadın girişimcilerin para kazanırken sırasıyla; “dürüst ve güvenilir olmaya” (29 kez), “karlılığa ve maliyete” (11 kez), “etik olmaya-işi düzgün yapmaya” (10 kez), “emeğinin karşılığı almaya-hak ettiğini kazanmaya” (7 kez), “çalışan, müşteri ve kendi mutluluğuna” (4 kez), “maliyete” (3 kez), “sürdürülebilirliğe” (1 kez) dikkat ettiği belirlenmiştir.

Tablo 15. Gelir Boyutunda Finansal Tutum ve Davranışa Yönelik Sorulan Soruya Verilen Cevaplar

“Para Kazanırken Nelere Dikkat Edersiniz?”	Tekrar Sıklığı (f)
Dürüst ve Güvenilir Olmak	29
Karlılık ve Maliyet	11
Etik Olmak-İşi Düzgün Yapmak	10
Emeğinin Karşılığı Almak-Hak Ettiğini Kazanmak	7
Çalışan, Müşteri ve Kendi Mutluluğu	4
Maliyet	3
Sürdürülebilirlik	1

Örnekleme yer alan kadın girişimcilere gelir boyutu ile ilgili olarak “Para kazanırken nelere dikkat edilmesi gerektiğini nereden/kimden öğrendiniz?” sorusu sorulmuştur. Bu soruyla, kadın girişimcilerin gelir boyutundaki finansal tutumlarının ve davranışlarının öğrenilmesinde en çok etkilendiği finansal sosyalizasyon aracı belirlenmeye çalışılmıştır. Verilen cevaplar sıklık olarak değerlendirildiğinde kadın girişimciler sırasıyla; “baba” (47 kez), “anne” (36 kez), “okul” (21 kez), “eş” (16 kez), “medya” (12 kez), “arkadaş” (11 kez), “kardeş” (8 kez), “din” (8 kez) cevabını vermiştir.

Kadın girişimcilere gelir boyutuyla ilgili olarak “Para kazanmayı nereden/kimden öğrendiniz?” sorusu sorulmuştur. Bu soruyla, kadın girişimcilerin gelir boyutunda para kazanmadaki finansal tutumlarının ve davranışlarının öğrenilmesinde en çok etkilendiği finansal sosyalizasyon aracı belirlenmeye çalışılmıştır. Verilen cevaplar sıklık olarak değerlendirildiğinde sırasıyla; “baba” (45 kez), “okul” (26 kez), “anne” (24 kez), “medya” (17 kez), “arkadaş” (13 kez), “eş” (10 kez), “kardeş” (9 kez) cevabı verilmiştir.

Tablo 16. Gelir Boyutunda Finansal Sosyalizasyona Yönelik Sorulara Verilen Cevaplar

“Para Kazanırken Nelere Dikkat Edilmesi Gerektiğini Nereden/Kimden Öğrendiniz?”	Tekrar Sıklığı (f)
Baba	47
Anne	36
Okul	21
Eş	16
Medya	12
Arkadaş	11
Din	8
Kardeş	8
“Para Kazanmayı Nereden/Kimden Öğrendiniz?”	Tekrar Sıklığı (f)
Baba	45
Okul	26
Anne	24
Medya	17
Arkadaş	13
Eş	10
Kardeş	9

Bütçe Boyutu: Örnekleme yer alan kadın girişimcilere bütçe boyutu ile ilgili olarak “İşinizle ilgili bütçe yaparken nelere dikkat edersiniz?” sorusu sorulmuştur. Verilen cevaplar sıklık olarak değerlendirildiğinde kadın girişimcilerin sırasıyla; “gelir-gider dengesine” (39 kez), “önceliklere ve ihtiyaçlara” (19 kez), “ülkenin durumuna ve potansiyel işlere” (6 kez) dikkat ederek bütçe oluşturdıkları görülmüştür.

Tablo 17. Bütçe Boyutunda Finansal Tutum ve Davranışa Yönelik Sorulan Soruya Verilen Cevaplar

“İşinizle İlgili Bütçe Yaparken Nelere Dikkat Edersiniz?”	Tekrar Sıklığı (f)
Gelir-Gider Dengesi	39
Öncelikler ve İhtiyaçlar	19
Ülkenin Durumu ve Potansiyel İşler	6

Kadın girişimcilere bütçe boyutu ile ilgili olarak ‘‘Bütçe yaparken nelere dikkat edilmesi gerektiğini nereden/kimden öğrendiniz?’’ sorusu sorulmuştur. Bu soruyla, kadın girişimcilerin bütçe boyutundaki finansal tutumlarının ve davranışlarının öğrenilmesinde en çok etkilendiği finansal sosyalizasyon aracı belirlenmeye çalışılmıştır. Verilen cevaplar sıklık olarak değerlendirdiğinde kadın girişimciler sırasıyla; ‘‘baba’’ (44 kez), ‘‘anne’’ (42 kez), ‘‘eş’’ (16 kez), ‘‘okul’’ (11 kez), ‘‘medya’’ (9 kez), ‘‘kardeş’’ (8 kez), ‘‘arkadaş’’ (4 kez), ‘‘din’’ (1 kez) cevabını vermiştir.

Tablo 18. Bütçe Boyutunda Finansal Sosyalizasyona Yönelik Sorulan Soruya Verilen Cevaplar

‘‘Bütçe Yaparken Nelere Dikkat Edilmesi Gerektiğini Nereden/Kimden Öğrendiniz?’’	Tekrar Sıklığı (f)
Baba	44
Anne	42
Eş	16
Okul	11
Medya	9
Kardeş	8
Arkadaş	4
Din	1

Harcama Boyutu: Örnekleme yer alan kadın girişimcilere harcama boyutu ile ilgili olarak ‘‘Harcamalarınızı yaparken nelere dikkat edersiniz?’’ sorusu sorulmuştur.

Tablo 19. Harcama Boyutunda Finansal Tutum ve Davranışa Yönelik Sorulan Soruya Verilen Cevaplar

“Harcamalarınızı Yaparken Nelere Dikkat Edersiniz?”	Tekrar Sıklığı (f)
İhtiyaç Önceliği	39
Gelir-Gider Dengesi	22
Fiyat-Kalite Dengesi	8

Tablo 19’da görüldüğü gibi, verilen cevaplar sıklık olarak değerlendirildiğinde kadın girişimcilerin harcama yaparken; “ihtiyaç önceliğine” (39 kez), “gelir-gider dengesine” (22 kez), “fiyat-kalite dengesine” (8 kez) dikkat ettiği görülmüştür. Bu soruda bir kadın girişimci ise “*harcama yapmaya dikkat ettiğim söylenemez*” cevabı vermiştir.

Kadın girişimcilere harcama boyutuyla ilgili olarak “Harcamalarınızı nasıl yapmanız gerektiğini nereden/kimden öğrendiniz?” sorusu sorulmuştur. Bu soruyla, kadın girişimcilerin harcama boyutundaki finansal tutumlarının ve davranışlarının öğrenilmesinde en çok etkilendiği finansal sosyalizasyon aracı belirlenmeye çalışılmıştır. Verilen cevaplar sıklık olarak değerlendirdiğinde kadın girişimciler sırasıyla; “anne” (46 kez, “baba” (44 kez), “eş” (17 kez), “okul” (14 kez), “medya” (13 kez), “arkadaş” (8 kez), “kardeş” (5 kez) cevabını vermiştir. Kadın girişimcilerin bu soruda “din” eksenli bir cevap vermedikleri görülmüştür.

Tablo 20. Harcama Boyutunda Finansal Sosyalizasyona Yönelik Sorulan Soruya Verilen Cevaplar

“Harcamalarınızı Nasıl Yapmanız Gerektiğini Nereden/Kimden Öğrendiniz?”	Tekrar Sıklığı (f)
Anne	46
Baba	44
Eş	17
Okul	14
Medya	13
Arkadaş	8
Kardeş	5

Tasarruf Boyutu: Örnekleme de yer alan kadın girişimcilere ‘‘Tasarruf eder misiniz?’’ sorusu sorulmuştur. Verilen cevaplar değerlendirdiğinde; kadın girişimcilerden 51 kişi (%93) ‘‘evet’’ cevabı vererek tasarruf ettiğini belirtmiş, 4 kişi (%7) ise bu soruya ‘‘hayır’’ cevabını verilmiştir.

Tasarruf boyutu ile ilgili olarak kadın girişimcilere ‘‘Nelerden tasarruf edersiniz?’’ sorusu sorulmuştur. Verilen cevaplar sıklık olarak değerlendirildiğinde kadın girişimcilerin sırasıyla; ‘‘gereksiz kişisel ve lüks harcamalardan (giyim, takı, kozmetik gibi)’’ (52 kez), ‘‘sosyal hayattan (yemek ve tatil harcamaları gibi)’’ (6 kez) tasarruf ettikleri görülmüştür. Bu soruda dört kadın girişimci tasarruf etmediğini belirtmiştir.

Tablo 21. Tasarruf Boyutunda Finansal Tutum ve Davranışa Yönelik Sorulan Sorulara Verilen Cevaplar

‘‘Tasarruf Eder Misiniz?’’	
Evet	Hayır
51kişi (%93)	4 kişi (%7)
‘‘Nelerden Tasarruf Edersiniz?’’	Tekrar Sıklığı (f)
Gereksiz Kişisel ve Lüks Harcamalar (Giyim, Takı, Kozmetik Gibi)	52
Sosyal Hayat (Yemek Ve Tatil Harcamaları)	6

Kadın girişimcilere tasarruf boyutu ile ilgili olarak ‘‘Tasarruf Etmeyi Nereden/Kimden Öğrendiniz?’’ sorusu sorulmuştur. Bu soruyla, kadın girişimcilerin tasarruf boyutundaki finansal tutumlarının ve davranışlarının öğrenilmesinde en çok etkilendiği finansal sosyalizasyon aracı belirlenmeye çalışılmıştır. Verilen cevaplar sıklık olarak değerlendirdiğinde kadın girişimciler sırasıyla; ‘‘anne’’ (49 kez), ‘‘baba’’ (35 kez), ‘‘eş’’ (15 kez), ‘‘kardeş’’ (10 kez), ‘‘arkadaş’’ (8 kez), ‘‘medya’’ (6 kez), ‘‘okul’’ (6 kez) cevabı vermiştir. Kadın girişimcilerin hiçbiri bu soruda ‘‘din’’ eksenli bir cevap vermemiştir.

Tablo 22. Tasarruf Boyutunda Finansal Sosyalizasyona Yönelik Sorulara Verilen Cevaplar

‘Tasarruf Etmeyi Nereden/Kimden Öğrendiniz?’	Tekrar Sıklığı (f)
Anne	49
Baba	35
Eş	15
Kardeş	10
Arkadaş	8
Medya	6
Okul	6

Borçlanma Boyutu: Örnekleme yer alan kadın girişimcilere borçlanma boyutu ile ilgili olarak ‘‘Nereden/kimlerden borç alırsınız?’’ sorusu sorulmuştur. Verilen cevaplar sıklık olarak değerlendirildiğinde kadın girişimcilerin sırasıyla ‘‘bankadan’’ (26 kez), ‘‘aileden’’ (25 kez), ‘‘arkadaş ve dosttan’’ (9 kez) borç aldıkları görülmüştür. Ailesinden borç aldıklarını belirten üç kadın girişimci özellikle babalarından borç istediklerini belirtmiştir. Bununla birlikte bir kadın girişimci ‘‘eşimden, kolay kolay borç almam, ola ki borç aldım ailem ve dostumdan alırım’’ ifadesini kullanmıştır. Bu soruyu cevaplarırken kadın girişimcilerin ‘‘borç almamaya çalışırım ama gerekli görürsem bankadan kredi çekerim’’, ‘‘borçlanmamaya dikkat ederim ama gerekirse ailemden alırım’’ şeklinde ifadeler kullandıkları görülmüştür. Bu soruya yedi kadın girişimci ‘‘borç almam’’ cevabını vermiştir.

‘‘Borçlanırken faiz unsuruna dikkat eder misiniz?’’ sorusuyla kadın girişimcilerin borçlanma yaparken faiz unsurunu dikkate alıp almadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Verilen cevaplar değerlendirildiğinde kadın girişimcilerden 45 kişi (%82) ‘‘evet’’ cevabı vererek borçlanırken faiz unsuruna dikkat ettiğini, 10 kişi (%18) ise bu soruya ‘‘hayır’’ cevabını vererek borçlanmada faiz unsuruna dikkat etmediğini belirtmiştir.

‘‘Borçlarınızı zamanda ödemeye dikkat eder misiniz?’’ sorusuna örnekleme oluşturan 55 kadın girişimcinin tamamı (%100) ‘‘evet’’ cevabını vermiştir.

Tablo 23. Borçlanma Boyutunda Finansal Tutum ve Davranışa Yönelik Sorulan Sorulara Verilen Cevaplar

‘Nereden/Kimlerden Borç Alırsınız?’		Tekrar Sıklığı (f)
Banka		26
Aile		25
Arkadaş ve Dost		9
‘Borçlanırken Faiz Unsuruna Dikkat Eder Misiniz?’		
Evet	Hayır	
45 kişi (%82)	10 kişi (%18)	
‘Borçlarınızı Zamanda Ödemeye Dikkat Eder Misiniz?’		
Evet	Hayır	
55 kişi (%100)	---	

Kadın girişimcilere ‘‘Borçlanmayı nasıl yapmanız gerektiğini nereden/kimden öğrendiniz?’’ sorusu sorulmuştur. Bu soruyla, kadın girişimcilerin borçlanma boyutundaki finansal tutumlarının ve davranışlarının öğrenilmesinde en çok etkilendiği finansal sosyalizasyon aracı belirlenmeye çalışılmıştır. Verilen cevaplar sıklık olarak değerlendirildiğinde sırasıyla; ‘‘baba’’ (39 kez), ‘‘anne’’ (30 kez), ‘‘eş’’ (15 kez), ‘‘medya’’ (9 kez), ‘‘okul’’ (8 kez), ‘‘arkadaş’’ (7 kez), ‘‘kardeş’’ (6 kez) cevapları verilmiştir. Kadın girişimcilerin hiçbiri bu soruda ‘‘din’’ eksenli bir cevap vermemiştir.

‘‘Borçlanırken faiz unsuruna dikkat etmenizde inandığınız dinin bir etkisi var mıdır? Varsa bu etki nedir?’’ sorusunda kadın girişimcilerden 49 kişi (%89) ‘‘hayır’’ cevabı vermiştir. Bu soruyla, kadın girişimcilerin borçlanma boyutundaki finansal tutumlarında ve davranışlarında finansal sosyalizasyon araçlarından dinin etkisinin olup olmadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Soruya ‘‘hayır’’ cevabını veren kadın girişimcilerden bir tanesi ‘‘dinin bir etkisi yok’’ diye belirtirken, diğer bir kadın girişimci ‘‘hayır, asıl önemli olan faiz oranıdır’’ şeklinde cevap vermiştir. 6 kadın girişimci (%11) ise bu soruyu cevaplamak istememiştir.

Tablo 24. Borçlanma Boyutunda Finansal Sosyalizasyona Yönelik Sorulan Sorulara Verilen Cevaplar

“Borçlanmayı Nasıl Yapmanız Gerektiğini Nereden/Kimden Öğrendiniz?”	Tekrar Sıklığı (f)
Baba	39
Anne	30
Eş	15
Medya	9
Okul	8
Arkadaş	7
Kardeş	6
“Borçlanırken Faiz Unsuruna Dikkat Etmenizde İnanışınız Dinin Bir Etkisi Var Mıdır? ”	
Hayır	Bu Soruyu Cevaplamak İstemeyenler
49 kişi (%89)	6 kişi (%11)
“Borç Ödeme İle İlgili Davranışlarınızı Nereden/Kimden Öğrendiniz?”	Tekrar Sıklığı (f)
Baba	49
Anne	47
Eş	17
Kardeş	8
Okul	7
Arkadaş	5
Medya	4
Din	3

Kadın girişimcilere “Borç ödeme ile ilgili davranışlarınızı nereden/kimden öğrendiniz?” sorusu sorulmuştur. Bu soruyla kadın girişimcilerin borç öderken en çok

hangi finansal sosyalizasyon aracından etkilendikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Verilen cevaplar sıklık olarak değerlendirildiğinde sırasıyla; “baba” (49 kez), “anne” (47 kez), “eş” (17 kez), “kardeş” (8 kez), “okul” (7 kez), “arkadaş” (5 kez), “medya” (4 kez), “din” (3 kez) cevabı verilmiştir.

Yatırım Boyutu: Örnekleme yer alan kadın girişimcilere yatırım boyutu ile ilgili olarak ‘‘Finansal yatırım yaparken nelere dikkat edersiniz?’’ sorusu sorulmuştur. Verilen cevaplar sıklık olarak değerlendirildiğinde kadın girişimcilerin sırasıyla yatırımların ‘‘karlılığına’’ (30 kez), ‘‘uzun vadede getiri sağlamasına’’ (23 kez), ‘‘koşullarına’’ (16 kez), ‘‘risk unsurlarına’’ (4 kez) dikkat ettiği belirlenmiştir. Ayrıca kadın girişimciler; gelecek ihtiyaçlarına, bütçelerine, yatırım aracı hakkında sahip oldukları bilgiye, faiz oranlarına ve döviz kuruna dikkat ederek finansal yatırım yaptıklarını da vurgulamıştır.

Yine bu boyutta sorulan ‘‘Finansal yatırım yaparken faiz unsuruna dikkat eder misiniz?’’ sorusuna, kadın girişimcilerden 47 kişi (%85) ‘‘evet’’ cevabı vererek finansal yatırım yaparken faiz unsuruna dikkat ettiğini belirtmiştir. 8 kadın girişimci (%15) ise soruya ‘‘hayır’’ cevabını vermiştir.

Tablo 25. Yatırım Boyutunda Finansal Tutum ve Davranışa Yönelik Sorulan Sorulara Verilen Cevaplar

‘‘Finansal Yatırım Yaparken Nelere Dikkat Edersiniz?’’	Tekrar Sıklığı (f)
Karlılık	30
Uzun Vadede Getiri Sağlama	23
Koşullar	16
Risk Unsurları	4
‘‘Finansal Yatırım Yaparken Faiz Unsuruna Dikkat Eder Misiniz?’’	
Evet	Hayır
47 kişi (%85)	8 kişi (%15)

Kadın girişimcilere ‘‘Finansal yatırım yapmayı nereden/kimden öğrendiniz?’’ sorusu sorulmuştur. Verilen cevaplar sıklık olarak değerlendirildiğinde kadın girişimciler

sırasıyla; “baba” (41 kez), “anne” (29 kez), “okul” (12 kez), “arkadaş” (11 kez), “medya” (10 kez), “eş” (8 kez), “kardeş” (1 kez) cevabını vermiştir. Bu soruda kadın girişimcilerden “din” eksenli hiçbir cevap gelmemiştir. Ancak, bir kadın girişimci (%1) “finansal yatırım yapmayı iş hayatında öğrendim” şeklinde farklı bir cevap vermiş, belirtilen sosyalizasyon boyutlarının dışında finansal yatırımı iş hayatında öğrendiğini belirtmiştir.

“Finansal yatırım yaparken faiz unsuruna dikkat etmenizde inandığımız dinin bir etkisi var mıdır? Varsa bu etki nedir?” sorusuna kadın girişimcilerden 48 kişi (%87) “hayır” cevabı vermiştir. 7 kadın girişimci ise (%13) bu soruya cevap vermek istememiştir.

Tablo 26. Yatırım Boyutunda Finansal Sosyalizasyona Yönelik Sorulan Sorulara Verilen Cevaplar

“Finansal Yatırım Yapmayı Nereden/Kimden Öğrendiniz?”	Tekrar Sıklığı (f)
Baba	41
Anne	29
Okul	12
Arkadaş	11
Medya	10
Eş	8
İş Hayatı (*Boyut Dışı)	1
Kardeş	1
“Finansal Yatırım Yaparken Faiz Unsuruna Dikkat Etmenizde İnanığımız Dinin Bir Etkisi Var Mıdır? Varsa Bu Etki Nedir?”	
Hayır	Bu Soruyu Cevaplamak İstemeyenler
48 kişi (%87)	7 kişi (%13)

Emeklilik Boyutu: Örnekleme yer alan kadın girişimcilere emeklilik boyutunda “Emeklilik planınız var mı?” sorusu sorulmuştur. Verilen cevaplar değerlendirildiğinde, kadın girişimlerden 47 kişi (%85) emeklilik planları olduğunu belirterek “evet” cevabını

vermiştir. 8 kadın girişimci ise (%15) emeklilik planları olmadığını “hayır” cevabı vererek belirtmiştir.

Kadın girişimcilere emeklilik boyutu ile ilgili olarak “Emeklilik planı yaparken nelere dikkat edersiniz?” sorusu sorulmuştur. Verilen cevaplar sıklık olarak değerlendirildiğinde kadın girişimcilerin emeklilik planı yaparken sırasıyla; planın “konforlu ve rahat bir yaşam sağlama düzeyine” (28 kez), “iyi bir maaş getirisine” (22 kez), “mevcut yaşam standardını koruyabilmesine” (8 kez), “ödeme dengesine” (2 kez), “fon dağılımına” (2 kez), “emeklilik şirketine” (2 kez) dikkat ettikleri görülmüştür. Sadece bir kadın girişimci bu soruya “*emeklilik planım yok*” şeklinde cevap vermiştir.

Tablo 27. Emeklilik Boyutunda Finansal Tutum ve Davranışa Yönelik Sorulan Sorulara Verilen Cevaplar

“Emeklilik Planınız Var Mı?”	
Evet	Hayır
47 kişi (%85)	8 kişi (%15)
“Emeklilik Planı Yaparken Nelere Dikkat Edersiniz?”	
Tekrar Sıklığı (f)	
Konforlu ve Rahat Bir Yaşam Sağlama Düzeyi	28
İyi Bir Maaş Getirisi	22
Mevcut Yaşam Standardını Koruyabilme	8
Ödeme Dengesi	2
Fon Dağılımı	2
Emeklilik Şirketi	2

Kadın girişimcilere “Emeklilik planı yaparken nelere dikkat edilmesi gerektiğini nereden/kimden öğrendiniz?” sorusu sorulmuştur. Bu soruyla, kadın girişimcilerin emeklilik boyutundaki finansal tutumlarının ve davranışlarının öğrenilmesinde en çok etkilendiği finansal sosyalizasyon aracı belirlenmeye çalışılmıştır. Verilen cevaplar sıklık olarak değerlendirildiğinde sırasıyla; “baba” (39 kez), “anne” (26 kez), “eş” (18 kez), “medya” (13 kez), “arkadaş” (11 kez), “kardeş” (6 kez), “okul” (4 kez) cevabı verilmiştir.

Tablo 28. Emeklilik Boyutunda Finansal Sosyalizasyona Yönelik Sorulara Verilen Cevaplar

“Emeklilik Planı Yaparken Nelere Dikkat Edilmesi Gerektiğini Nereden/Kimden Öğrendiniz?”	Tekrar Sıklığı (f)
Baba	39
Anne	26
Eş	18
Medya	13
Arkadaş	11
Kardeş	6
Okul	4

3.7. Araştırmanın Bulguları

Örnekleme oluşturan 55 kadın girişimci genel olarak 31-40 yaş aralığındadır. Örnekleme oluşturan kadın girişimcilerin eğitim durumu genel olarak lisans düzeyindedir. Kadın girişimcilerin annelerinin eğitim durumu genel olarak lise, babalarının eğitim durumu ise genel olarak lisans düzeyindedir. Kadın girişimcilerin ebeveynlerinin mesleklerine bakıldığında, annelerinin genel olarak ev hanımı, babalarının genel olarak emekli olduğu görülmektedir.

Örnekleme yer alan kadın girişimcilerin çoğu evlidir. Evli olan kadın girişimcilerin eşlerinin eğitim durumu genel olarak lisans düzeyindedir. Evli olan kadın girişimcilerin eşleri genel olarak mühendis veya iş adamıdır. Kadın girişimcilerin çoğunun çocuğu bulunmaktadır. Çocuklardan çoğu okul çağında olduğundan okula gitmektedir. Kadın girişimciler genelde olarak hizmet sektöründe faaliyet göstermektedir. Örneklemedeki kadın girişimcilerin çoğunun ailelerinde girişimci bulunmamaktadır. Sadece 15 kadın girişimcinin ailesinde kendisinden başka girişimci bulunmaktadır. Aile üyeleri arasında girişimci olanlar ise genel olarak kadın girişimcilerin eşleri ve babalarıdır.

Finansal okuryazarlık boyutlarının bulguları değerlendirildiğinde;

- *Gelir boyutuna* ilişkin olarak örnekleme yer alan kadın girişimcilerin para kazanırken en çok “dürüst ve güvenilir olmaya” dikkat ettiği görülmektedir. Kadın girişimcilerin, para kazanmayı ve para kazanırken dikkat etmesi gerekenleri genel olarak babalarından öğrendiği söylenebilir.
- *Bütçe boyutu* açısından değerlendirildiğinde; örnekleme yer alan kadın girişimcilerin bütçe boyutunda en çok “gelir ve gider dengesine” dikkat ettiği belirlenmiştir. Sonuçlara göre kadın girişimcilerin bütçe yapmayı en çok babalarından öğrendiği söylenebilir.
- *Harcama boyutu* açısından, örnekleme yer alan kadın girişimcilerin harcama boyutunda en çok “ihtiyaç önceliğine” dikkat ettiği görülmektedir. Elde edilen sonuçlara göre kadın girişimcilerin harcama yapmayı en çok annelerinden öğrendiği söylenebilir.
- *Tasarruf boyutuna* ilişkin olarak, örnekleme yer alan kadın girişimcilerin çoğunun tasarruf ettiği söylenebilir. Kadın girişimciler, en çok “gereksiz kişisel ve lüks harcamalardan (giyim, takı, kozmetik gibi)” tasarruf etmektedir. Sonuçlara göre kadın girişimcilerin tasarruf etmeyi en çok annelerinden öğrendiği söylenebilir.
- *Borçlanma boyutuna* ilişkin olarak, örnekleme yer alan kadın girişimcilerin genel olarak bankadan borç aldığı ve borçlarını zamanında ödediği görülmektedir. Verilen cevaplar değerlendirildiğinde; kadın girişimcilerin borçlanma ile ilgili tutum ve davranışları en çok babalarından öğrendikleri söylenebilir. Ayrıca cevaplara göre kadın girişimcilerin çoğunun borçlanırken faize dikkat ettiği belirlenmiştir. Ancak verilen cevaplar doğrultusunda, kadın girişimcilerin borçlanma yaparken faize dikkat etmesinde inandıkları dinin etkisinin olmadığı söylenebilir. Faiz ile ilgili soruyu cevaplamak istemeyen kadın girişimcilerin de bulunması, kadın girişimcilerin, borçlanma yaparken dinin etkisinin olduğunu bildiğini fakat bunu belirtmek istemediklerini düşündürebilir.
- *Yatırım boyutu* açısından örnekleme yer alan kadın girişimcilerin yatırım yaparken en çok “karlılığa” dikkat ettikleri görülmektedir. Verilen cevaplar doğrultusunda kadın girişimcilerin yatırım yapmayı en çok babalarından öğrendiği söylenebilir. Kadın girişimcilerin çoğu yatırım yaparken faize dikkat ettiğini belirtmektedir. Verilen cevaplara bakıldığında, kadın girişimcilerin faize dikkat ederken dinin etkisinde olmadığı söylenebilir. Ancak din eksenli soruyu da yanıtlamaktan

çekinen kadın girişimcilerin olması, kadın girişimcilerin yatırım ve faiz ilişkisinde dinin etkisinin olduğunu bildiği fakat bunu belirtmek istemediklerini düşündürebilir.

- *Emeklilik boyutuna* ilişkin olarak, örnekleme yer alan kadın girişimcilerin çoğunun emeklilik planının bulunduğu görülmüştür. Verilen cevaplara göre; kadın girişimcilerin emeklilik planı yaparken en çok “konforlu ve rahat bir yaşam düzeyine” dikkat ettiği ve bu konuda en çok babalarından etkilendiği söylenebilir.

Verilerin analizine dayanarak araştırmanın soruları değerlendirildiğinde;

- Araştırmanın “Finansal sosyalizasyon süreçlerinin kadın girişimcilerin finansal okuryazarlığı üzerindeki rolü nedir?” şeklindeki ana sorusu, elde edilen bulgular doğrultusunda değerlendirildiğinde; finansal sosyalizasyonun kadın girişimcilerin finansal okuryazarlıkları üzerinde etkisi olduğu söylenebilir. Sonuçlara göre finansal sosyalizasyon süreçlerinin kadın girişimcilerin finansal tutum ve davranışları üzerinde etkili bir role sahip olduğu görülmüştür.
- “Aile bireylerinin, kadın girişimcilerin finansal okuryazarlığı üzerindeki rolü nedir?” şeklindeki araştırmanın birinci alt sorusu bulgular ışığında değerlendirildiğinde; finansal sosyalizasyon aracı olan ailenin, özellikle de baba ve annenin, kadın girişimcilerin finansal okuryazarlığı üzerinde oldukça etkili bir role sahip olduğu belirlenmiştir.
- “Arkadaşların kadın girişimcilerin finansal okuryazarlığı üzerindeki rolü nedir?” şeklindeki araştırmanın ikinci bir alt sorusu bulgular ışığında değerlendirildiğinde; arkadaşların kadın girişimcilerin finansal okuryazarlığı üzerindeki rolünün zayıf olduğu görülmüştür.
- “Alınan eğitimin, kadın girişimcilerin finansal okuryazarlığı üzerindeki rolü nedir?” şeklindeki araştırmanın üçüncü alt sorusu bulgular ışığında değerlendirildiğinde; örnekleme yer alan kadın girişimcilerin yüksek eğitimli olması da dikkate alınarak aile faktörü kadar olmasa da alınan eğitimin kadın girişimcilerin finansal okuryazarlığı üzerinde etkili bir rolü olduğu söylenebilir.
- “Medyanın, kadın girişimcilerin finansal okuryazarlıkları üzerindeki rolü nedir?” şeklindeki araştırmanın dördüncü alt sorusu bulgular ışığında değerlendirildiğinde; medyanın kadın girişimcilerin finansal okuryazarlığı üzerindeki rolünün zayıf olduğu görülmüştür.

- “Dinin kadın girişimcilerin finansal okuryazarlığı üzerindeki rolü nedir?” şeklindeki araştırmanın beşinci ve son sorusu bulgular ışığında değerlendirildiğinde, dinin örnekleme yer alan kadın girişimcilerin finansal okuryazarlığı üzerinde etkili bir role sahip olmadığı söylenebilir.



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. TARTIŞMA

Araştırmaya göre kadın girişimciler, almış oldukları finansal okuryazarlık eğitimi de dikkate alınarak, finansal okuryazar varsayılmıştır. Örnekleme oluşturan kadın girişimcilerin üniversite mezunu olması, eğitim düzeyi yüksek olan bireylerin finansal okuryazarlık düzeylerinin de yüksek olduğunu belirten Grohmann ve Menkhoff (2015)'un bulgularını desteklemektedir. Ayrıca örnekleme oluşturan kadın girişimcilerin genel olarak 31-40 yaş aralığında olması, orta yaş aralığındaki bireylerin, yüksek düzeyde finansal okuryazarlığa sahip olma eğiliminde olduğunu belirten diğer çalışmaları (Marcolin ve Abraham 2006; Worthington 2006; Grohmann ve Menkhoff 2015; Breitbach ve Walstad 2016; Aksoylu vd., 2017) desteklemektedir.

Örneklemedeki kadın girişimcilerin anne ve babalarının eğitim düzeyi lise-üniversite arasındadır. Kadın girişimcilerin anne ve babalarının eğitim düzeyi, onların finansal okuryazar olmalarında önemli olabilmektedir. Araştırma bulgularına bakıldığında, kadın girişimcilerin finansal okuryazarlığın tüm boyutlarında ailelerinden etkilendikleri söylenebilir. Bu bulgu, anne ve babanın eğitim durumu ile bireylerin finansal okuryazarlığı arasında pozitif bir ilişkiye ulaşan Karakulle ve Tan (2018)'i desteklemektedir.

Örnekleme yer alan kadın girişimcilerin bir kısmı bekar bir kısmı evlidir. Finansal sosyalizasyonun ömür boyu devam eden bir süreç olduğu düşünüldüğünde, finansal sosyalizasyon evlilik içerisinde de devam edebilmektedir. Evli olan kadın girişimcilerin verdiği cevaplar değerlendirildiğinde, kadın girişimcilerin eşlerinden etkilendikleri söylenebilir. Bu durum, araştırma sonuçları eşlerinden etkilenen çalışmaları (Payne vd., 2013; Agarwalla vd., 2015) desteklemektedir. Ayrıca eşlerin genel olarak üniversite mezunu olması kadın girişimcilerin finansal okuryazarlığı üzerinden etkili olabilmektedir. Bu durum Kadoya ve Khan (2016)'in sonuçlarını destekleyici bir nitelik oluşturabilir. Kadın girişimciler ailelerindeki diğer girişimci bireylerin tecrübelerinden etkilenebilir. Bu durum, iş deneyimi olan tecrübeli bireylerde finansal okuryazarlık düzeyini yüksek bulan Worthington (2006)'un araştırmasının sonuçlarıyla desteklenebilir.

Gelir Boyutu

Ashby vd. (2011), bireylerin ekonomik dünyada sosyalleşme olasılıklarının anne ve babalarının yanında daha yüksek olacağını belirtmektedir. Bireylerin finansal

sosyalizasyon sürecinde anne ve babaların rolü üzerine yapılan araştırmalar, genellikle para kullanımını üzerine odaklanmaktadır. Bu araştırmada da kadın girişimciler, gelir boyutunda para kazanırken ve parayı kullanırken öncelikle babalarından etkilenmektedir. Kadın girişimcilerin para kazanırken en çok “dürüst ve güvenilir olmaya” dikkat etmesi, bu konuda en çok ailesinden etkilenmesi, anne ve babalarının etkili bir rol model olmasından kaynaklanabilir. Evli olan kadın girişimcilerin bir kısmı, para kazanırken aileleri ile birlikte eşlerinden de etkilendiklerini belirtmiştir. Araştırma sonuçları, finansal sosyalizasyon araçlarından ailenin bireylerin para yönetiminde etkili olduğuna ulaşan çalışmalarla (Çopur 2011; Kılıç 2016; Sundarasan vd., 2016) benzer çıkmıştır.

Solheim vd. (2011) okulları, bireylerin çok fazla etkileşimde bulunduğu finansal sosyalizasyon alanı olarak belirtmektedir. Onlara göre, temeli aileler tarafından atılan finansal bilgi, tutum ve davranışlar eğitim hayatına hazır olarak gelmekte ve burada pekişmektedir. Bulgulara göre, örnekleme yer alan kadın girişimcilerin, gelir boyutunda aileden sonra en çok okuldan etkilendiği söylenebilir. Okullarda ya da okul dışında herhangi bir eğitim kurumunda alınan finansal eğitimler de kadın girişimcilerin para kazanmalarında etkili olabilir.

Kadın girişimcilerin gelir boyutunda medyadan, az da olsa etkilendiği söylenebilir. Kadın girişimciler, yatırımlarını medyayı takip ederek yapıp bundan kazanç elde edebilir. Bu durum medyanın, finansal bilgileri, tutumları ve davranışları etkileme gücüne sahip olduğunu belirten Arslan (2004)'ın görüşünü destekleyebilir.

Kadın girişimcilerin gelir boyutunda arkadaş çevresinden az da olsa etkilendiği söylenebilir. Kadın girişimciler, arkadaşlarıyla finansal konularda konuşarak para kazanma tutum ve davranışlarından etkilenebilirler. Bu durum Sherraden (2010: 2) ve Kaur vd. (2013) bireylerin finansal konularda arkadaşlarından destek alabilirler görüşünü destekler nitelikte çıkmıştır.

Kadın girişimcilerin gelir boyutunda dinden etkilenmediği söylenebilir. Bu sonuçlar, dindarlığın bireylerin finansal kararlar almasını doğrudan etkilediği sonucuna ulaşan Payne vd. (2013)'nin araştırma sonuçlarına ters düşmektedir. Sadece 8 kadın girişimci, dinin para kazanmada etkili olduğunu belirtmişlerdir.

Bütçe Boyutu

Webley ve Nyhus (2012) araştırmalarında, küçük yaşlardan itibaren anne ve babaları tarafından bütçe yapmaları konusunda teşvik edilen bireylerin, harcamalarını daha

iyi kontrol edebildikleri ve tasarruf etmeye daha meyilli oldukları sonucuna varmışlardır. Anne ve babaların çocuklarına bütçe yapmayı öğretmesi, tasarrufla ilgili pratik tavsiyeler vermesi, çocukların ilerleyen dönemlerde finansal konularda olumlu tutum ve davranışlar sergilemeleri konusunda etkili olmaktadır. Araştırma bulgularında, kadın girişimcilerin bütçe yaparken en çok "gelir-gider dengesine" dikkat etmesi ve bu konuda en çok ailelerinden etkilenmeleri bilinçli olduklarını gösterebilir. Araştırma bulguları, bütçe yapmayı öğreten ailelerin, bireylerin finansal okuryazarlığını arttırdığı sonucuna ulaşan Grohmann vd. (2015) ile benzerlik göstermektedir.

Payne vd. (2013) evliliğin, çiftlerin finansal deneyimlerinde çok kapsamlı bir etkiye sahip olabileceğini belirtmektedir. Örnekleme yer alan 37 evli kadın girişimciden nerdeyse yarısı (16 kişi), bütçe yapmayı eşinden öğrendiğini belirtmiştir. Bu durumda, evli olan kadın girişimcilerin bütçe yaparken eşlerinden etkilendiği söylenebilir. Ayrıca evli olan kadın girişimcilerin eşlerinin eğitim düzeyleri genel olarak lisanstır. Eğitim düzeyi ve eğitim kalitesi bütçe hazırlıklarını farklı şekillerde etkileyebilir. Eğitim düzeyi yüksek olan bireyler, eğitim düzeyi daha düşük bireylere göre daha düzenli ve sağlam bütçe planı oluşturabilir.

Kadın girişimcilerin bütçe yaparken okuldan az da olsa etkilendiği söylenebilir. Okulda alınan finansal eğitimler, bütçe yapma bilgisi ve becerisine etki etmiş olabilir. Araştırma bulgularına bakıldığında, kadın girişimcilerin bütçe boyutunda arkadaşlarından ve dinden etkilenmediği söylenebilir.

Harcama Boyutu

Alhabeeb (1996) gelirin, aile bireylerinin harcamaları üzerinde oldukça güçlü bir etkiye sahip olduğunu belirtmiştir. Buna göre geliri yüksek olan bireylerle, düşük gelire sahip olan bireylerin harcamaları da değişkenlik gösterebilmektedir. Kadın girişimciler harcama yaparken en çok "ihtiyaç önceliğine" dikkat etmektedir. Bunlar birlikte "gelir gider dengesi, fiyat-kalite dengesi" cevaplar da vermişlerdir. Bir kadın girişimci "harcama yapmaya dikkat ettiğim söylenemez" cevabını vermiştir.

Kadın girişimcilerin cevap çeşitliliğine gelirlerinin etkisi olduğu söylenebilir. Bu durumda kadın girişimcilerin harcama alışkanlıklarının aile içindeki gelirlerine ve kişisel gelirlerine bağlı olarak da değişebileceğini söylemek mümkün olabilir (Gudmunson vd., 2016: 68). Ancak aile geliri ne olursa olsun cevaplara bakılacak olduğunda kadın girişimcilerin harcama yaparken benzer tutum ve davranışlar sergilendiği söylenebilir.

Araştırmadaki kadın girişimcilerin harcama alışkanlıkları kazanırken annelerinden ve sonra babalarından etkilendikleri belirlenmiştir. Evli olan kadın girişimcilerin neredeyse yarısı bu boyutta ayrıca eşlerinden etkilendiğini de belirtmişlerdir. Bu durumda kadın girişimcilerin anne ve babalarından etkilendikleri kadar kendi aile düzenleri içinde de eşlerinden etkilendikleri söylenebilir.

Kadın girişimcilerin harcama boyutunda az da olsa okuldan ve medyadan etkilendiği görülmektedir. Okulda ya da okul dışında alınan finansal eğitimler de harcamaların yapılmasında etkili olabilir. Medyada indirim ve fırsat haberlerinin yer alması kadın girişimcilerin harcama yapmasında etkili olabilir. Araştırma bulgularına göre; kadın girişimcilerin harcama boyutunda arkadaşlarından ve dinden etkilenmediği söylenebilir.

Tasarruf Boyutu

Drever vd. (2015) bireylerin tasarruf ve harcama konusundaki tutum ve davranışlarında genellikle anneyi rol model aldıklarını belirtmektedirler. Araştırma bulgularına göre kadın girişimcilerin çoğunun tasarruf ettiği söylenebilir. Kadın girişimciler tasarruf boyutunda anneleri başta olmak üzere ailelerinden etkilenmektedir. Tasarruf boyutu sonuçları, öğrencilerin finansal sosyalizasyon sürecini araştıran annelerin, öğrencilerin finansal sosyalizasyon sürecini daha önemli ölçüde etkilediği sonucuna ulaşan Cude vd. (2006)'yi desteklemektedir.

Solheim vd. (2011)'e göre bireylere tasarruf alışkanlıklarını oluşturmalarına dair somut öneriler sunmanın ve onlara bu konuda yardım etmenin finansal gelişmeyi sürdürdüğünü belirtmektedir. Tasarrufu harcamalardan sonra yedek para ayırma tanımlayan Ashby vd. (2011) araştırmalarında ergenlik ve yetişkinlik dönemindeki tasarruf tutum ve davranışlarının birbiriyle bağlantılı olduğunu görmüştür. Ergenlik döneminde tasarruf eden bireylerin, yetişkinlikte tasarruf etme olasılığının daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla, kadın girişimcilerin tasarruf alışkanlıklarını küçük yaşlardan itibaren annelerini gözlemleyerek edindikleri söylenebilir. Kadın girişimcilerin çocukluk ve ergenlik döneminde tasarruf konusunda rol model olan annelerinin, yetişkinlik döneminde de etkisinin olduğunu söylemek mümkün olabilir. Bu etkiyle birlikte kadın girişimciler, dikkatli seçimler yaparak tasarruf konusunda daha başarılı olabilirler (Chowa ve Despard, 2013: 376).

Tasarruf boyutunda daha çok annelerinden etkilenen kadın girişimciler en çok “gereksiz kişisel ve lüks harcamalardan” tasarruf etmektedir. Bu bulgudan hareketle, tasarruf öğreten ailelerin, finansal okuryazarlık düzeyinin artmasına katkı sağladığı sonucuna ulaşan Grohmann vd. (2015) ile benzer sonuçlara ulaşıldığı söylenebilir.

Kadın girişimcilerin tasarruf boyutunda az da olsa eşlerinden ve kardeşlerinde de etkilendiği görülmektedir. Kadın girişimciler aile içerisinde kardeşlerde gözlemledikleri tasarruf davranışları edinmiş olabilir. Evli olan kadın girişimciler daha iyi bir gelecek planlaması yapmak için eşleriyle birlikte tasarruf alışkanlıklarını geliştirmiş olabilir.

Kadın girişimciler tasarruf boyutunda okuldan ve medyadan etkilenmemektedir. Literatürde eğitiminin etkisini araştıran finansal sosyalizasyon çalışmaları (Peng vd., 2007; Gutter vd., 2009) tasarruf ile pozitif yönde ilişkili sonuçlara ulaşmıştır. Ancak bu tez çalışmasının tasarrufa yönelik bulguları bu durumu destekleyici nitelikte çıkmamıştır.

Borç Boyutu

Lusardi ve Tufano (2009) borçlanma, borç ödeme faiz gibi konuların kadınlar, yaşlılar ve boşanmış bireyler arasında düşük seviyede olduğunu belirtmektedir. Fakat örneklemdaki kadın girişimciler borçlarının tamamı zamanında ödediklerini belirtmişlerdir. Örneklemdaki kadın girişimcilerin borç ödeme konusunda yüksek sorumluluğa sahip olduğu söylenebilir. Ayrıca örneklemda yer alan kadın girişimcilerin çoğu borçlanırken faiz unsuruna dikkat etmektedir. Kadın girişimcilerin genel olarak faiz konusunda bilinçli hareket ettiği de düşünülebilir. Bu durum kadın girişimcilerin finansal okuryazar oldukları varsayımını destekleyici bir nitelik oluşturmaktadır.

Kadın girişimcilerin genel olarak bankadan borç ya da ailelerinden borç aldığı görülmektedir. Bazı kadın girişimciler borçlanma yapmadığını ve nakit çalışmaya özen gösterdiğini belirtmiştir. Öte yandan evli olan kadın girişimcilerden neredeyse yarısı borç alırken ya da borç öderken eşinden de etkilendiğini söylemiştir. Kadın girişimcilerin bir kısmının borç ödeme konusunda anne ve babalarından etkilendikleri kadar eşlerinden de etkilendikleri söylenebilir. Kadın girişimcilerin borçlanma boyutunda medya okul arkadaş ve dinden pek etkilenmediği görülmektedir. Ancak altı kadın girişimcinin din eksenli soruyu cevaplamaktan kaçınması, kadın girişimcilerin borçlanma ve faiz konusunda inandıkları dinin etkisinde kaldıkları fakat bunu söylemekten çekindikleri şeklinde değerlendirilebilir.

Yatırım Boyutu

Araştırma bulgularında, kadın girişimcilerin yatırım yaparken en çok ailelerinden etkilendiği görülmektedir. Örneklemedeki kadın girişimcilerin anneleri genel olarak lise, babaları ve eşleri genel olarak üniversite mezunudur. Aile bireyleri ve eğitim düzeyleri kadın girişimcilerin yatırım kararlarını şekillendirebilir. Kadın girişimcilerin yatırım yaparken “karlılığa” dikkat etmelerine etki eden bir durum oluşturabilir. Örnekleme ile bireyleri (anne, baba, eş, kardeş, oğul, kuzen) girişimci olanların yatırım konusunda onlardan ve onların tecrübelerinden etkilenmesi söz konusu olabilir. Verilen cevaplar doğrultusunda ailelerle iş hakkında konuşulan konuların, finansal öz yeterliliğin gelişimini teşvik ettiği sonucuna ulaşan diğer çalışmaları (Lee ve Mortimer 2009; Solheim vd., 2011) destekleyici bulgular elde edildiği söylenebilir. Bir kadın girişimci, yatırım yapmayı “iş hayatından” öğrendiğini belirtmiştir. Bu durumda kadın girişimcilerin yatırım yaparken, finansal sosyalizasyon araçları dışındaki araçlardan söylenebilir.

Chowa ve Despart (2013), finansal eğitimi kalkınmanın önemli bir aracı olarak gördüğünü belirtmektedir. Bu açıdan okul vb. eğitim kurumları finansal eğitim için önemli bir finansal sosyalizasyon aracı olabilir. Burada edinilen finansal bilgiler, güçlü finansal sonuçlar doğurabilir (Gudmunson vd., 2016: 64). Örneklemedeki kadın girişimcilerin yatırım yaparken okullardan veya eğitim aldıkları kurumlardan az da olsa etkilendikleri söylenebilir.

Kadın girişimciler yatırım boyutunda az da olsa arkadaşlarından ve medyadan etkilenmektedir. Kadın girişimciler arkadaşlarıyla finansal konular ve yeni yatırım alanları üzerine ettikleri sohbetlerin etkisinde de kalabilir. Bu durum, Çopur (2011)’un kadınların finansal konuları daha fazla tartıştığı sonucunu destekleyebilir.

Greenfield ve Williams (2007) medyanın özellikle televizyonun finansal sosyalizasyon sürecinde önemli bir rol oynadığını savunmaktadır. Chowa ve Despart, (2013)’a göre, televizyon, radyo, telefon gibi bazı medya araçlarına sahip olmak bireylerin reklamlarda geçen finansal bilgilere maruz kalma olasılığını arttırmaktadır. Bu finansal bilgilere maruz kalan kadın girişimciler, medya araçlarının etkisinde kalarak yatırımlar yapıyor olabilir. Bu durum, araştırmasında finansal okuryazarlığın medyadan etkilendiği sonucuna ulaşan Kılıç (2016)’ı destekleyebilir.

Kadın girişimcilerin çoğunun yatırım yaparken faize dikkat ettiği söylenebilir. Ancak verilen cevaplar doğrultusunda bu durumun dinle alakası olmadığı görülmektedir. 7 kadın girişimcinin din eksenli soruyu cevaplamak istememesi kadın girişimcilerin yatırım

yaparken faize dikkat edilmesinde dinin etkisine inandıkları fakat bunu belirtmek istemedikleri şeklinde değerlendirilebilir.

Emeklilik Boyutu

Payne vd., (2013)'ne göre finansal sosyalizasyon teorisi, bireylerin emeklilik planlarına geniş bir mercekte bakmalarını sağlamaktadır. Bu teori özellikle, bireylerin finansal bilgi, tutum ve davranışlarını geliştirilmesine yöneliktir. Emeklilik boyutunda kadın girişimciler çoğunlukla ailelerinden etkilenmektedir. Kadın girişimcilerin, rol model aldıkları babalarının etkisinde kalarak erkenden emeklilik planlarını oluşturmaya başladıkları söylenebilir.

Lusardi ve Mitchell (2009)'e göre finansal bilgi birikiminin yüksek olması, emekliliğe hazır olma olasılığını arttırmaktadır. Kadın girişimcilerin ebeveynlerinin eğitim düzeylerinin genel olarak yüksek olması bilgi birikimi açısından önemli olabilmektedir. Nitekim, kadın girişimcilerin çoğunun emeklilik planı bulunmaktadır. Bu planı oluştururken en çok “konforlu ve rahat bir yaşam sağlama düzeyine” dikkat edilmektedir. Araştırma bulgularına göre kadın girişimcilerin emeklilik planı yaparken en çok ailelerinden etkilendiği söylenebilir. Kadın girişimcilerin emeklilik boyutunda bilinçli olduğu ve bunda daha çok babalarının etkili olduğu söylenebilir. Bu sonuçlar literatürde babanın finansal konudaki bilgisi ve paylaşımının öğrencilerin finans bilgisi üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşan Contuk (2018)'un çalışmasını destekleyebilir.

Kadın girişimcilerin, emeklilik boyutunda az da olsa medyanın ve arkadaşlarının etkisinde kaldığı söylenebilir. Özellikle son dönemlerde yaygın olarak yaptırılan bireysel emeklilik reklamlarının medyada yer alması, kadın girişimcilerin bu konuda dikkatini çekmiş olabilir. Bunun dışında arkadaşların emeklilik planlarına yönelik tercihleri kadın girişimcileri etkileyebilir. Araştırma sonuçları, bireylerin finansal konularda arkadaşlarından etkilendiği benzer (Ergün 2017; Furnham 1999) çalışmaları destekleyici niteliktedir. Ancak verilen cevaplar doğrultusunda, kadın girişimcilerin emeklilik boyutunda okuldan etkilendiği söylenememektedir.

Araştırma bulguları değerlendirildiğinde, finansal okuryazarlığın tüm boyutlarında finansal sosyalizasyon araçlarından en çok ailenin rolünün etkili olduğu söylenebilir. Literatürde finansal sosyalizasyon üzerine yapılan pek çok çalışmada, bireyler finansal sosyalizasyon sürecinde ailelerinden diğer finansal sosyalizasyon araçlarına göre daha güçlü bir şekilde etkilenmektedir. Bu tez çalışmasının sonuçları literatürde benzer konular

üzerinde yapılan araştırmaların (Alhabeeb, 1996; Bowen, 2002; Cude vd., 2006; Shim vd., 2010; opur ve Gutter, 2011; Gudmunson ve Danes, 2011; Solheim vd., 2011; Grinstein-Weiss vd., 2012; Payne vd. 2013; Schweichler, 2013; Bucciol ve Veronesi, 2013; Grohmann vd., 2015; Sundarasen vd., 2016; Glenn, 2018; zbek, 2019) sonuçlarını destekler niteliktedir. Literatürde finansal sosyalizasyon üzerine yapılan bazı çalışmalarda (Sohn vd., 2012) ailenin bireylerin finansal okuryazarlıklarında çok etkili olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu tez çalışmasında kadın girişimcilerin finansal okuryazarlıklarında finansal sosyalizasyon araçlarından ailenin etkili bir rolü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu bilgiler doğrultusunda, araştırma sonuçlarında ailenin kadın girişimcilerin finansal okuryazarlıklarını geliştirmelerine önemli ölçüde katkı sağladığı söylenebilir. Ayrıca kadın girişimcilerin finansal yazarlık boyutlarında bilinçli finansal tutum ve davranışlar sergiledikleri söylenebilir. Araştırma sonuçları, literatürde finansal bilgi, tutum ve davranış üzerinde yapılan benzer alışmaları (Danes ve Haberman, 2007; Donohue, 2011; inko vd., 2017), destekler nitelikte çıkmıştır.

SONUÇ

Literatürde finansal okuryazarlık üzerine yapılan çalışmalar genel olarak bireylerin finansal okuryazarlık düzeylerine belirlemeye yönelik yapılmıştır. Ancak bireyler doğuştan finansal okuryazar doğmamaktadır. Bireylerin ne derece finansal okuryazar olduğunu ifade eden finansal okuryazarlık kavramı birbirini çevreleyen pek çok değişkenle ilişkilidir. Bu değişkenlerden biri olan finansal sosyalizasyon, bireylerin finansal konularda çevrelerinden ne derece etkilendiğini ele almaktadır. Finansal sosyalizasyon sürecinde, bireyler finansal konularda kendisini çevreleyen unsurlardan etkilenmektedir.

Her birey gibi ekonomik sistemin bir parçası olan kadın girişimciler de finansal sosyalizasyon etkisine maruz kalarak yetişmektedir. Finansal sosyalizasyon ile birlikte kadınlar, finansal okuryazarlığın boyutları gelir elde etmeyi, bütçe oluşturmayı, harcama yapmayı, tasarruf etmeyi, borç ilişkisi kurmayı, yatırım yapmayı ve emeklilik planlarını oluşturmayı öğrenebilmektedir. Kadın girişimciler, finansal konularda öğrendikleri bu bilgileri finansal sosyalizasyonun devam eden tüm süreçlerinde tutum ve davranışlarına yansıtabilmektedir. Sırasında değişiklik olabilen tüm finansal konularda bireyler finansal sosyalizasyon araçları olan; ailelerinden, arkadaşlarından, eğitim gördükleri okullardan, medyadan ve inandıkları dinlerden etkilenebilmektedir.

Bu kapsamda bu tez çalışmasında finansal sosyalizasyon sürecinin kadın girişimcilerin finansal okuryazarlığı üzerindeki rolü araştırılmıştır. Araştırmanın demografik bulgularına göre, kadın girişimcilerin yaş grupları, eğitim düzeyleri, girişim gösterdikleri alanlar, anne ve babalarının eğitim düzeyleri, anne ve babalarının meslekleri, ailelerinde girişimci olup olmaması durumuyla etkilendikleri finansal sosyalizasyon araçlarının, sergilenen finansal tutumları ve davranışları doğrudan şekillendirdiği söylenememektedir. Kadın girişimcilerin medeni durumlarına bakıldığında; evli olan kadın girişimcilerin bekar olan kadın girişimcilere kıyasla; bütçe, harcama, tasarruf, borçlanma ve emeklilik boyutunda anne ve babalarının yanında eşlerinden de etkilendikleri görülmektedir. Bununla birlikte kadın girişimcilerin eşlerinin eğitim düzeylerinin ve mesleklerinin, kadın girişimcilere olan etkisinin, finansal tutumları ve davranışları doğrudan şekillendirdiğini söylemek güçtür. Yine kadın girişimcilerin çocuk sahibi olması ile ilgili olarak, çoğunluğun okul çağında çocuklara sahip olması nedeniyle, bir değerlendirme yapmak mümkün olamamıştır.

Bireylerin finansal bilgileri, tutumları ve davranışları, finansal sosyalizasyon araçlarından özellikle aile ile ilişkilidir (Chowa ve Despard, 2013: 376). Bireyler anne ve babalarının finansal konulardaki tutum ve davranışlarını yetişkinlik dönemlerinde sergileyebilir. Bu nedenle özellikle ailelerin finansal sosyalizasyon sürecinde, aktardıkları finansal bilgiler, tutumlar ve kazandırdıkları davranışlar bireylerin finansal okuryazar olmalarında oldukça önemlidir. Webley ve Nyhus (2012) annelerin ve babaların finansal davranışlarının, çocukların finansal davranışı üzerinde uzun vadeli bir etkisi olduğunu belirtmektedir. Bu durumun bireylerde, ileriye yönelik finansal sonuçlar için uzun vadeli etkileri olabilir. Bireyler aile içerisinde finansal konularda gözlemediklerini, belli bir yetişkinlik seviyesine geldiklerinde tutum ve davranışlarına yansıtabilirler. Bu tez çalışmasında da kadın girişimcilerin finansal sosyalizasyon sürecinde aralarında büyük farklılıklar olmamakla birlikte; gelir, bütçe, borçlanma, yatırım ve emeklilik boyutlarında daha çok babalarından; harcama ve tasarruf boyutlarında ise daha çok annelerinden etkilendikleri görülmüştür. Evli olan kadın girişimciler, babaları ve annelerinin yanında eşlerinden de etkilenmektedir. Genel olarak, kadın girişimcilerin ailelerinin etkili bir rolde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanında sosyal hayatlarında anne, kardeş, arkadaş gibi çeşitli rollere bürünen kadın girişimcilerin etraflarındaki potansiyel girişimci adaylarını da etkilemeleri olası bir durumdur. Özellikle anne olan ya da potansiyel anne adayları kadın girişimcilerin çocuklarının finansal konularda kendilerinden etkileneceği göz önünde bulundurulmalıdır. Toplumdaki finansal okuryazarlık düzeyinde artışın sağlanmasında ailelerin çocuklarıyla olan etkileşiminin yanında, özellikle kadın girişimcilere çocuklarıyla finansal konularda yapacakları konuşmaların önemi vurgulanmalı, kadın girişimciler teşvik edilmelidir.

Öte yandan her bireyin aile yapısı, aldığı eğitim, arkadaş ortamı, kullandığı medya araçları ve inandıkları dinler farklılık gösterebilmektedir. Bu nedenle, bireyler finansal sosyalizasyon süreci araçlarından aynı düzeyde etkilenmeyebilir. Farklı finansal sosyalizasyon araçlarından farklı şekillerden etkilenen bireylerin finansal tutum ve davranışları değişkenlik gösterebilir. Bu konuda Kim ve Chatterjee (2013) anne ve babaların finansal sosyalizasyondaki etkilerinin farklı olabileceğini, bu nedenle finansal sonuçların ebeveyn türlerine göre değiştiğini belirtmiştir. Webley ve Nyhus (2012) araştırmalarında, bireylerin finansal sosyalizasyon sürecinde farklı şekillerde etkilendiği sonucuna ulaşmıştır. Çinko vd. (2017) finansal bilgi, davranış ve tutum düzeylerinin cinsiyet, fakülte, sınıf, konaklama türü ve gelire göre farklılaştığı tespit etmiştir. Bu tez

çalışmasında da kadın girişimcilerin; aile yapıları, aldıkları eğitimler, sosyal çevreleri, finansal durumları, en önemlisi kişilik ve karakterleri farklılık gösterebilmektedir. Ayrıca her kadın girişimci finansal sosyalizasyon sürecinde farklı düzeyde etkilenebilir. Bu nedenle tez çalışmasındaki sonuçlar, sorulan sorulara verilen benzer cevaplar ele alınarak oluşturulmuştur. Araştırma sonuçlarında, benzer tutum ve davranışlar sergileyen kadın girişimcilerin genellikle benzer finansal sosyalizasyon araçlarından etkilendikleri görülmüştür. Bu doğrultuda; okul ya da okul dışında verilen finans temelli eğitimlerin artırılmasının, medyadaki finansal okuryazarlığa katkı sağlayacak bilgilerin çeşitlendirilmesinin ve bu bilgilere erişimin kolaylaştırılmasının hem kadın girişimcilerin hem de genel olarak toplumun okuryazarlığına katkı sağlayacağı düşünülebilir.

Finansal sosyalizasyondan verimli olarak yararlanan kadın girişimciler, bilinçli bir finansal okuryazar olma potansiyeline sahip olabilmektedir. Tez araştırmasının sonuçlarına göre de örneklemdaki kadın girişimcilerin finansal okuryazarlığın tüm boyutlarında genel olarak bilinçli tutum ve davranışlar sergiledikleri düşünülebilir. Finansal sosyalizasyon süreci finansal okuryazarlıklarına olumlu etki eden kadın girişimciler, bunu kendi tutum ve davranışlarını yansıtabilecektir. Erken dönemden itibaren edindikleri bilgileri kullanarak ilerleyen kadın girişimcilerin, finansal konularda başarılı olma ihtimali de artmaktadır. Ayrıca kadın girişimcilerin, finansal sosyalizasyon etkisiyle farkındalık duygusu gelişecek, finansal konularda daha bilinçli tutum ve davranışlar sergileyebilmeleri mümkün olacaktır. Finansal sosyalizasyon etkisiyle daha bilinçli tutum ve davranışlar sergileyen kadın girişimciler ise, ekonomik dünyaya daha yüksek düzeyde finansal okuryazar olarak giriş yapabilecektir.

Tez çalışmasının literatüre finansal sosyalizasyon, finansal okuryazarlık ve özellikle kadın girişimciliği açısından katkı sağlaması beklenmektedir. Ancak daha sağlıklı bilgilere ulaşabilmek için finansal okuryazarlığa etki eden her bir finansal sosyalizasyon aracı hakkında daha fazla araştırma yapılması gerekmektedir (Sohn vd., 2012: 10). Konuyla ilgili farklı kuşaklarda yer alan kadın girişimcilerin, finansal sosyalizasyon süreci araştırılabilir. Temel düzeyde finansal okuryazar olan kadın girişimcilerle, ileri düzey finansal okuryazar olan kadın girişimcilerin en çok hangi finansal sosyalizasyon aracından etkilendikleri karşılaştırılabilir. Beş faktör kişilik envanteriyle farklı kişilikteki bireylerin en fazla hangi sosyalizasyon aracından etkilendikleri belirlenebilir. Girişimci olan ve girişimci olmayan kadınların finansal sosyalizasyon süreci araştırılıp karşılaştırmalar

yapılabilir. Örnekleme cinsiyet bazında girişimci kadınların ve girişimci erkeklerin, en çok hangi finansal sosyalizasyon aracından etkilendiklerini belirlemek amacıyla yapılabilir.

Uygulamada ise; kadınların finansal okuryazarlık düzeylerini artırabilmek için odaklanılacak sosyalizasyon araçları bağlamında çözümler geliştirilebilir. Örneğin; eğitim kurumlarının müfredatlarında düzenlemeler veya eklemeler yapılabilir ya da farklı eğitim ve gelişim programları şekillendirilebilir. Böylece temel finans bilgisine sahip olan birey sayısının artışı ve ailedeki olumlu etkileşime katkı sağlanabilir. Ayrıca doğrudan finansal okuryazarlık odaklı eğitimlerin sayısı artırılarak özellikle daha çok kadına ulaşılması sağlanabilir. Bir diğer önemli sosyalizasyon aracı olan medyadaki bilgi paylaşımları artırılarak, finansal bilgilere erişim kolaylaştırılabilir. Kadın girişimci rol modellerinin bilgilerini başkalarıyla paylaşmasını sağlayacak farklı platformlar oluşturulabilir.

KAYNAKÇA

- ADAK, N. (2004). “Bir Sosyalizasyon Aracı Olarak Televizyon ve Şiddet”, *Bilig*, sayı 30, ss.27-38.
- AGARWALLA, S., BARUA, S. K, JACOB, J., VARMA, J. R., (2015). “Financial Literacy Among Working Young in Urban India”, *World Development*, cilt 67, ss.101-109.
- AHMAD, N. W., MAWAR, M. Y., RIPAIN, N. (2016). “Financial Literacy of Youths: A Case Study of Islamic Banking and Finance Students in Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor”, Proceeding of the 3rd International Conference on Management, 31st October - 1st November.
- AHSAN, M. H. (2013). “Financial Literacy Research on Undergraduate Students in Malaysia: Current Literature and Research Opportunities”, *International Journal of Education and Research*, cilt 1, sayı 11, ss.1-12.
- AKBULUT, İ., YAPA, K. (2018). “Girişimcilik İle Finansal Okuryazarlık Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Uşak Üniversitesi Örneği”, Proceedings of 6 Th Scf International Conference on “Economic and Social Impacts of Globalization and Liberalization”, 11-13 Ocak, 2018 Antalya, Turkey.
- AKSOYLU, S., BOZTOSUN, D., ALTINIŞIK, F., BARAZ, H. E. (2017). “A Baseline Investigation of Financial Literacy Levels: The Case of Kayseri Province”, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, sayı 75, ss.229-246.
- ALBEERDY, M. I., GHARLEGHI, B. (2015). “Determinants of The Financial Literacy Among College Students in Malaysia”, *International Journal of Business Administration*, cilt 6, sayı 3, ss.15-24.
- ALHABEEB, M. J. (1996). “Teenagers Money, Discretionary Spending and Saving”, *Journal of Financial Counseling and Planning*, cilt 7, ss.123-132.
- ALKAYA, A., YAĞLI, İ. (2015). “Finansal Okuryazarlık - Finansal Bilgi, Davranış ve Tutum: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi İibf Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, cilt 8, sayı 40, ss.585-599.

- ALTINTAŞ, K. M. (2009). “Belirlenmiş Katkı Esaslı Emeklilik Planlarında Finansal Eğitimin Önemi: Katılımcıların Finansal Okur Yazarlığı Çerçevesinde Alternatif Bir Yatırım Eğitimi Modeli”, *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, cilt 5, sayı 9, ss.151-176.
- ANGRISANI, M., KAPTEYN, A., LUSARDI, A. (2016). “The National Financial Capability Study: Empirical Findings From The American Life Panel Survey”, http://gflec.org/wp-content/uploads/2016/11/nfcs_alp_report_final_updated.pdf, (Erişim Tarihi: 3 Aralık 2018)
- APAN, M., ERCAN, S. (2017). “Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin Finansal Okuryazarlık Üzerine Etkisinin Yol Analizi İle Belirlenmesi: Lisans Düzeyindeki İşletme Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, cilt 8, sayı 16, ss.177-202.
- ARASTAMAN, G., FİDAN, İ. Ö., FİDAN, T. (2018). “Nitel Araştırmada Geçerlik ve Güvenirlik: Kuramsal Bir İnceleme”, *YYÜ Eğitim Fakültesi Dergisi*, cilt 15, sayı 1, ss.37-75.
- ARNETT, J. J. (1995). “Adolescents’ Uses of Media For Self-Socialisation”, *Journal of Youth and Adolescence*, cilt 24, sayı 5, ss.519-533.
- ARSLAN, A. (2004). “Medyanın Birey, Toplum ve Kültür Üzerine Etkileri”, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, cilt 1, sayı 1, ss.1-12.
- ASHBY, J. S., SCHOON I., WEBLEY, P. (2011). “Save Now, Save Later? Linkages Between Saving Behavior in Adolescence and Adulthood”, *European Psychologist*, cilt 16, sayı 3, ss.227-237.
- ASLAN, H. (2015). “Sosyalizasyonun Bir Bileşeni Olarak Sanat ve Sanat Eğitiminin Rasyonellik Görünümü”, *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, cilt 4, sayı 1, ss.235-248.
- ATKINSON, A., MESSY, F. A. (2012). “Measuring Financial Literacy: Results of Oecd/International Network on Financial Education (Infe) Pilot Study”, *Oecd Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions*, sayı 15, ss.1-73.
- BACHMANN, G. R., JOHN, D. R., RAO, A. R. (1993). “Children’s Susceptibility to Peer Group Purchase Influence: An Exploratory Investigation”, *Advances in Consumer Research*, cilt 20, sayı 1, ss.463-468.

- BAJPAI, G. C. (2014). “African Women Entrepreneur: Problems, Challenges and Future Opportunities”, *International Journal of Managerial Studies and Research*, cilt 2, sayı 5, ss.17-22.
- BARAN GÖRGÜN, A. (2008). “Yaşlılıkta Sosyalizasyon ve Yaşam Kalitesi”, *Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi*, sayı 2, ss.86-97.
- BARIŞ, S. (2016). “Finansal Okuryazarlık ve Bütçeleme Davranışı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Yönelik Bir Araştırma”, *Tesam Akademi Dergisi*, cilt 3, sayı 2, ss.13-38.
- BAYRAKDAROĞLU, A., KUĞU, E. (2018). “Farklı Demografik Profillerdeki Kadınların Yatırım Kararlarına İlişkin Finansal Risk Algılarının İncelenmesi”, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, cilt: 5, sayı: 3, ss.705-724.
- BAYSA, E., KARACA, S. S. (2016). “Finansal Okuryazarlık ve Banka Müşteri Segmentasyonları Üzerine Bir Uygulama”, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, sayı 71, ss.109-126.
- BEAL, D. J., DELPACHTRA, S. B. (2003). “Financial Literacy Among Australian University Students”, *Economic Papers*, https://eprints.usq.edu.au/3432/2/Beal_Delpachitra_2003_AV.pdf, (Erişim Tarihi: 09 Ekim 2018)
- BEREKECİ, N. E., AYRIÇAY, Y., KÖK, D. (2018). “İslami Finansal Okuryazarlık: Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi’nde Bir Alan Araştırması”, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, sayı 33, ss.45-60.
- BISIN, A., VERDIER, T. (2010). *The Economics of Cultural Transmission and Socialization*, In Handbook of Social Economics, Amsterdam and San Diego: Elsevier, North-Holland, Volume 1A.
- BİÇER, E. B., ALTAN, F. (2016). “Üniversite Öğrencilerinin Finansal Okuryazarlık İle İlgili Tutum ve Davranışlarının Değerlendirilmesi”, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, cilt 20, sayı 4, ss.1501-1517.
- BOYLAND, J., WARREN, R. (2013). “Assessing The Financial Literacy of Domestic and International College Students”, *Mbastudent Scholarship*, sayı 18, ss.1-14.
- BOZ, A., ERGENELİ, A. (2013). “Descriptive Analysis of Parents of Women Entrepreneurs in Turkey”, *Intellectual Economics*, cilt 7, sayı 1, ss.63-73.

- BOZ, D. (2019). “Kütahya İlinde Bulunan Özel Eğitim Kurumlarında Öğrenim Gören Öğrenci Velilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeylerinin Belirlenmesi”, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, sayı 82, ss.147-160.
- BOWEN, C. F. (2002). “Financial Knowledge of Teens and Their Parents”, *Financial Counseling and Planning*, cilt 13, sayı 2, ss.93-101.
- BRAUNSTEIN, S., WELCH, C. (2002). “Financial Literacy: An Overview of Practice Research and Policy”, *Federal Reserve Bulletin*, sayı 88, ss.445-457.
- BREITBACH, E., WALSTAD, B. A. (2016). “Financial Literacy and Financial Behavior Among Young Adults in The United States Economic Competence and Financial Literacy of Young Adults Status and Challenges”, Eds., Eveline W., Seifried J., schumannhttps://www.pedocs.de/volltexte/2016/12165/pdf/wuttke_seifried_2016_economic_competence_and_financial_literacy.pdf, (Erişim Tarihi: 12 Aralık 2018)
- BUCCIOL, A., VERONESI, M. (2013). “Teaching Children to Save and Lifetime Savings: What Is The Best Strategy?”, *Journal of Economic Psychology*, sayı 45, ss.1-17.
- BUCCIOL, A., MANFRE, M., VERONESI, M. (2018). “The Role of Financial Literacy and Money Education on Wealth Decisions”, *Working Paper Series Department of Economics University of Verona*, sayı 5, ss.1-38.
- BUTTNER, E. H. (1993). “Female Entrepreneurs: How Far Have They Come?”, *Business Horizons*, https://libres.uncg.edu/ir/uncg/f/e_buttner_female_1993.pdf, (Erişim Tarihi: 24 Ocak 2019)
- CAN, Y., KARATAŞ, A. (2007). “Yerel Ekonomilerde Kalkınmanın İtici Gücü Olarak Kadın Girişimcilerin Rolü ve Mikro Finansman: Muğla İli Örneği”, *Selçuk Üniversitesi Karamana İ.İ.B.F.Dergisi Yerel Ekonomiler Özel Sayısı*, ss. 251-261.
- CESARONI, F. M., PAOLONI, P. (2016). “Are Family Ties An Opportunity or An Obstacle For Women Entrepreneurs? Empirical Evidence From Italy”, *Palgrave Commun*, cilt 2, ss.1-7.
- CHEN, H., VOLPE, R. P. (1998). “An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students”, *Financial Services Review*, cilt 7, sayı 2, ss.107-128.
- CHOWA, G. A., DESPARD, M. R. (2013). “The Influence of Parental Financial Socialization on Youth's Financial Behavior: Evidence From Ghana”, *Journal of Family and Economic Issues*, cilt 35, ss.376-389.

- CONTUK, F. Y. (2018). “Üniversite Öğrencilerinin Finansal Okuryazarlık Durumunu Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Örneği”, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, sayı 77, ss.115-136.
- COŞKUN, S. (2016). “Üniversite Öğrencilerinin Finansal Davranış ve Tutumlarının Belirlenmesi: Finansal Okuryazarlık Üzerine Bir Araştırma”, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, cilt 5, sayı 7, ss.2247-2258.
- CUDE, B. J., LAWRENCE, F. C., LYONS, A. C., METZGER, K., LEJEUNE, E., MARKS, L., MACHTMES, K. (2006). “College Students and Financial Literacy: What They Know and What We Need to Learn”, Eastern Family Economics and Resource Management Association, Conference.
- CUMMINGS, S., TAEBEL, D. (1978). “The Economic Socialization of Children: A Neo-Marxist Analysis”, *Social Problems*, cilt 26, ss.198-210.
- ÇAKICI, A. (2004). “Kadın Girişimcilerin İşletme Fonksiyonlarındaki Etkisinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, cilt 1, sayı 3, ss.1-15.
- ÇAM, A. V., BARUT, A. (2015). “Finansal Okuryazarlık Düzeyi ve Davranışları: Gümüşhane Üniversitesi Önlisans Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma”, *Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi*, cilt 4, sayı 7 ss., 63-72.
- ÇAMBAY, S. O. (2015). “Bir Toplumsallaşma Aracı Olarak Yeni Medya: Kuramsal Bir Değerlendirme”, *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, cilt: 5, sayı 2. ss.237-247.
- ÇİNKO, M., AVCI, E., ERGÜN, S., TEKÇE, M. (2017). “Üniversite Öğrencilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeyleri: Marmara Üniversitesi Örneği”, *Marmara Business Review*, cilt 2, sayı 1, ss.25-50.
- ÇOPUR, Z. (2011). “Effects of Financial Socialization and Perceived Norms on Materialism: College Students Sample”, *Journal of Family and Economic Issues*, cilt 32, sayı 4, ss.1-20.
- ÇOPUR, Z., GUTTER, S. M. (2011). “Financial Socialization of College Students: A Comparison of University Students in Ankara and Florida”, *Sosyoekonomi*, sayı 16, ss.161-178.

- DANES, S. M. (1994). "Parental Perceptions of Children's Financial Socialization", *Financial Counseling and Planning*, cilt 5, ss.127-149.
- DANES, S. M., HABERMAN, H. R. (2007). "Teen Financial Knowledge, Self Efficacy and Behavior: A Gendered View", *Financial Counseling and Planning*, cilt 18, sayı 2, ss.48-60.
- DANES, S. M., YANG, Y. (2014). "Assessment of The Use of Theories Within The Journal of Financial Counseling and Planning and The Contribution of The Family Financial Socialization Conceptual Model", *Journal of Financial Counseling and Planning*, cilt 25, sayı 1, ss.53-68.
- DANIŞMAN, E., SEZER, D., GÜMÜŞ, U. T. (2016). "Finansal Okuryazarlık Düzeyini Belirlenmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma", *Kara Harp Okulu Bilim Dergisi*, cilt 26, sayı 2, ss.1-37.
- DOĞAN, D. (2018). "Kuşaklar Arasındaki Finansal Okuryazarlık Seviyesi Üzerinde Sosyal Medya İle Kitle İletişim Araçlarının Etkisinin İrdelenmesi", (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), İşletme Anabilim Dalı, Sakarya Üniversitesi.
- DONOHUE, M. (2011). "Financial Literacy and Women A Mixed Method Study of Challenges and Needs", <https://search.proquest.com/openview/6fb83bf9c463c828938163c98dcace84/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>, (Erişim Tarihi: 11 Şubat 2019)
- DREVER, A. I., ODDERS WHITE, E., KALISH, C. W., ELSE QUEST, N. M., HOAGLAND, E. M., NELMS, E. N. (2015). "Foundations of Financial Well-Being: Insights Into The Role of Executive Function, Financial Socialization, and Experience-Based Learning in Childhood and Youth", *Journal of Consumer Affairs*, cilt 49, sayı 1 ss.13-38.
- ECEVİT, Y. (1993). "Aile Kadın ve Devlet İlişkilerinin Değerlendirilmesinde Klasik ve Yeni Yaklaşımlar", *Kadın Araştırmaları Dergisi*, sayı 1, ss.9-34.
- ELMAS, B., YILMAZ, H. (2016). "Finansal Okuryazarlık: Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma", *Ağrı İbrahimkasapoğlu Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, cilt 2, sayı 1, ss.116-140.

- ER, B., TAYLAN, A. E. (2017). “Lise Öğrencilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”, *Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi*, cilt 7, sayı 14, ss.297-317.
- ERDİÇ, Ş. (2011). “Din Görevlisinin Toplumsallaştığı Ailede Geleneksel Formlar ve Bunların Kendi Aile Yapılarındaki Görünümleri (Antalya İli Örneği)”, *Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, cilt 15, sayı 2, ss.101-130.
- ERDOĞAN, D. C., ERDOĞAN S. (2018). “Finansal Okuryazarlık Düzeyinin Ölçülmesi ve Finansal Eğitimin Finansal Okuryazarlık Düzeyi Üzerine Etkisi: Şırnak Üniversitesi Örneği”, *Njosos Al-Farabi International Journal on Social Sciences/ Al-Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, cilt 2, sayı 1, ss.138-159.
- ERDOĞAN, T. (2012). “Ailede Cinsiyet Sosyalizasyonunu Etkileyen Faktörlerin Araştırılması: Denizli Örneği”, Pamukkale Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi Paubap, Bilimsel Araştırma Projesi Sonuç Raporu.
- ERGÜN, K. (2017). “Financial Literacy Among University Students: A Study in Eight European Countries”, *International Journal of Consumer Studies*, cilt 42, sayı 1, ss.2-15.
- ERGÜN, B., ŞAHİN, A., ERGİN, E. (2014). “Finansal Okuryazarlık: İşletme Bölümü Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, cilt 7, sayı 34, ss.847-864.
- EVKURAN, M. (2015). “Çağdaş İslam Düşüncesinde “Mezhep” Krizi: Mezheplerin Dinsel/Teolojik Meşruiyeti ve Sosyolojik Anlamı Üzerine”, *Kelâm Araştırmaları Dergisi*, cilt 13, sayı 2, ss.615-633.
- FARRELL, L., FRY, T. R. L., RISSE, L. (2016). “The Significance of Financial Self-Efficacy in Explaining Women's Personal Finance Behaviour”, *Journal of Economic Psychology*, sayı 54, ss.85-99.
- FILIPPOVA, T., KASHAPOVA, E., NIKITINA, S. (2016). “Financial Literacy as a Key Factor for an Individual’s Social and Economic Well-Being”, DOI: 10.1051/shsconf/20162801037, SHS Web of Conferences.
- FILIPPOVA, T. V. (2015). “Information Subsystem of Shadow Economy Deactivation”, *Procedia Social and Behavioral Sciences*, cilt 166, ss.526-529.

- FODER (Finansal Okuryazarlık ve Erişim Derneği), <https://www.fo-der.org/foder-hakkinda/>, (Erişim Tarihi: 12 Aralık 2018)
- FURNHAM, A. (1999). “The Saving and Spending Habits of Young People”, *Journal of Economic Psychology*, cilt 20, ss.677-697.
- GARRISON, S. (2010). “Gender Differences in Financial Socialization and Willingness to Take Financial Risks”, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), University of Florida.
- GLENN, E. C. (2018). “The Influence of Financial Socialization on Young Adults”, (Yayımlanmamış doktora tezi), Personal Financial Planning College of Human Ecology, Kansas State University.
- GOLEMAC, Z., LONCAR, I. (2016). “The Importance of Financial Literacy For Teens”, *Some Studies of Economics Change*, cilt 27, sayı 2, ss.91-97.
- GREENFIELD, C. WILLIAMS, P. (2007). “Financialization, Finance Rationality and The Role of Media in Australia”, *Media Culture and Society*, cilt 29, sayı 3, ss.415-433.
- GRINSTEIN-WEISS, M., SPADER, J. S., YEO, Y. H., KEY, C. C., FREEZE, E. B. (2012). “Loan Performance Among Low-Income Households: Does Prior Parental Teaching of Money Management Matter?”, *Social Work Research*, cilt 36, sayı 4, ss.257-270.
- GROHMANN, A., MENKHOFF, L. (2015). “School, Parents, and Financial Literacy Shape Future Financial Behavior”, *Diw Economic Bulletin*, cilt 5, ss.407-412.
- GROHMANN, A., KOUWENBERG, R., MENKHOFF, L. (2015). “Childhood Roots of Financial Literacy”, *Journal of Economic Psychology*, cilt 51, ss.1-45.
- GUDMUNSON, C. G., DANES S. M. (2011). “Family Financial Socialization: Theory and Critical Review”, *Journal of Family and Economic Issues*, cilt 32, sayı 4, ss.644-667.
- GUDMUNSON, C. G., RAY, S. K., XIAO, J. J. (2016). *Handbook of Consumer Finance Research*, Springer International, Switzerland.
- GUTNU, M. M., CİHANGİR, M. (2015). “Finansal Okuryazarlık: Osmaniye Korkutata Üniversitesi Personeli Üzerinde Bir Araştırma”, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, cilt 3, sayı 10, ss.415-424.

- GUTTER, M., COPUR, Z., GARRISON, S. T. (2009). “Which Students Are More Likely to Experience Financial Socialization Opportunities?”, Networks Financial Institute Working Paper No. 2009-Wp-07.
- GÜL, S., ALTINDAL, Y. (2016). “Türkiye’de Kadın Girişimciliğinin Serüveni: Başarı Mümkün Mü?”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, cilt 21, sayı 4, ss.1361-1377.
- GÜLEÇ, S. (2011). “Kadın Girişimciliği Karaman Örneği”, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), İşletme Ana Bilim Dalı, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi.
- GÜLERARSLAN, A. (2011). “Tüketici Olarak Çocuk ve Ailenin Satın Alma Kararlarına Etkisi”, *Selçuk İletişim*, cilt 6, sayı 4, ss.126-137.
- HALİS, M. (2018). “Kadın Girişimciliğinin Bilinmeyen Yönü”, *Current Debates in Business Studies*, cilt 1, ss.413-431.
- HANCOCK, A. M., JORGENSEN, B., L., SWANSON, M. S. (2013). “College Students and Credit Card Use: The Role of Parents, Work Experience, Financial Knowledge, and Credit Card Attitudes”, *Journal of Family and Economic*, sayı 34, ss.369-381.
- HATHAWAY, I., KHATIWADA, S. (2008). “Do Financial Education Programs Work?”, Working Paper, No. 08-03, Federal Reserve Bank of Cleveland.
- HILGERT, M. A., HOGARTH, J. M., BEVERLY, S. (2003). “Household Financial Management: The Connection Between Knowledge and Behavior”, *Federal Reserve Bulletin*, ss.309–322.
- HIRA, T. K., SABRI, M. F., LOIBL, C. (2013). “Financial Socialization’s Impact on Investment Orientation and Household Net Worth”, *International Journal of Consumer Studies*, cilt 37, sayı 1, ss.29-35.
- HISRICH, R. D., FULOP, G. (1997). “Women Entrepreneurs: The Hungarian Case”, *Family Business Review*, cilt 10, sayı 3, ss.281-302.
- HOSSAIN, A., NASER, K., NUSEIBEH, R. (2009), “Factors Influencing Women’s Business Development in The Developing Countries: Evidence From Bangladesh”, *International Journal of Organizational Analysis*, cilt 17, sayı 3, ss.202-224.

- HUNG, A. A., PARKER, A. M., YOONG, J. K. (2009). "Defining and Measuring Financial Literacy", Rand Labor and Population, Working Paper WR-708, RAND Corporation.
- HUSTON, S. J. (2010). "Measuring Financial Literacy", *The Journal of Consumer Affairs*, cilt 44, sayı 2, ss.296-316.
- JAMES, U. M., MINDY, F. (1998). "The Role of Mass Media in Consumer Socialization of Chinese Children", *Association For Consumer Research*, <http://acrwebsite.org/volumes/11494/volumes/ap03/ap-03>, (Erişim Tarihi: 18 Kasım 2018)
- JENNINGS, J. E., MCDOUGALD, M. S. (2007), "Work-Family Interface Experiences and Coping Strategies: Implications For Entrepreneurship Research and Practice", *Academy of Management Review*, cilt 32, sayı 3, ss.747-760.
- JIIYANE, G., ZAWADA, B. (2013). "Sustaining Informal Sector Women Entrepreneurs Through Financial Literacy", *Libri*, cilt 63, sayı 1, ss.47-56.
- JOHN, D. R. (1999). "Consumer Socialization of Children: A Retrospective Look at Twenty-Five Years of Research", *The Journal of Consumer Research*, cilt 26, sayı 3, ss.183-213.
- JOHNSON, E., SHERRADEN, M. S. (2007). "From Financial Literacy to Financial Capability Among Youth", *Journal of Sociology and Social Welfare*, cilt 34, sayı 3, ss.119-145.
- KADOYA, Y., KHAN, M. S. R. (2016). "What Determines Financial Literacy in Japan?", Iser Discussion Paper, No. 982, Osaka University, Institute of Social and Economic Research (Iser), Osaka.
- KADOYA, Y., KHAN, M. S. R. (2017). "Explaining Financial Literacy in Japan: New Evidence Using Financial Knowledge, Behavior, and Attitude", *Electronic Journal*, https://www.researchgate.net/profile/Yoshihiko_Kadoya/publication/321231313_Explaining_Financial_Literacy_in_Japan_New_Evidence_Using_Financial_Knowledge_Behavior_and_Attitude/links/5a8f847c0f7e9ba4296982c4/Explaining-Financial-Literacy-in-Japan-New-Evidence-Using-Financial-Knowledge-Behavior-and-Attitude.pdf, (Erişim Tarihi: 20 Aralık 2018)

- KANMAZ, A. (2018). “Bireysel Hisse Senedi Yatırımcılarının Finansal Okuryazarlık Düzeyi Üzerine Bir Çalışma: İzmir Örneği”, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Finansal Ekonomi Anabilim Dalı, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi.
- KARAA, İ. E., KUĞU, D. T. (2016). “Determining Advanced and Basic Financial Literacy Relations and Overconfidence, and Informative Social Media Association of University Students in Turkey”, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, cilt 16, sayı 6, ss.1865-1891.
- KARAGÜL, M. (2016). “Toplumsal Değerler, Din ve İktisadi Kalkınma”, *Ayrıntı Dergisi*; ss.49-51.
- KARAHÖYÜK, M. (2013). “Din ve Ekonomi İlişkisi”, *Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, sayı 16, ss.193-220.
- KARAKULLE, İ., TAN, F. Z. (2018). “Finansal Okuryazarlık İle Kredi Kartı Tutumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, sayı: 69, ss.461-477.
- KASAPOĞLU, A., FATİME, F., GÖKÇE, B., ÇETİN BEKLAN, O., KAYA ÇABUK, N., BARAN GÖRGÜN, A., ODABAŞI, Y. Z., TURHANOĞLU KOÇAK, A., AYAN, D., TURAN, F. (2012). *Aile Sosyolojisi*, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi, 3. Baskı.
- KAUR, A., MITTAL N., AGARWAL, S. (2013). “Financial Literacy of New Job Entrants”, *Pertanika J. Soc. Sci. & Hum.*, cilt 21, sayı 2, ss.713-724.
- KAYGIN, E., GÜVEN, B. (2015). *Güçlü Kadınlar: Türkiye’de Kadının Girişimciliği*, İstanbul, İnkılap Kitabevi.
- KILIÇ, Y. (2016). “Finansal Okuryazarlık ve Finansal Refahın Belirleyicileri: Gaziantep ve Çevre İlleri İçin Yapısal Eşitlik Modeli Uygulaması”, (Yayımlanmamış doktora tezi), İşletme Anabilim Dalı, Gaziantep Üniversitesi.
- KILIÇ, Y., ATA, H. A., SEYREK, H. İ. (2015). “Finansal Okuryazarlık: Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma”, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, sayı 66, ss.129-150.
- KILINÇ, N., KILIÇ, Y. (2018). “Finansal Okuryazarlık ve Davranışsal Finans İlişkisi: Yatırım Profesyonellerine Yönelik Bir Araştırma”, Uluslararası Katılımlı 22. Finans Sempozyumu, Mersin.

- KIM, J., CHATTERJEE, S. (2013). "Childhood Financial Socialization and Young Adults Financial Management", *Journal of Financial Counseling and Planning*, cilt 24, sayı 1, ss.61-79.
- KIRAN, F., BOZKURT ÇETİNKAYA, Ö., TUNÇ, H. (2018). "Finansal Okuryazarlık ve Girişimcilik Niyeti Arasındaki İlişki: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma", *Bucak İşletme Fakültesi Dergisi*, cilt 1, sayı 1, ss.29-51.
- KIRTEPE, S. (2014). "Sosyo-Kültürel Değişme ve Kitle İletişim Araçları", *Gaziosmanpaşa Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, sayı 2, ss.237-256.
- KORKMAZ, O. (2012). "Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği", *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İibf Dergisi*, cilt 14 sayı 2, ss.209-226.
- KUTUKIZ, D., ÖZDEN, C. (2018). "Kadın Girişimciliği ve Finansal Okuryazarlığın Kadın Girişimciler Üzerindeki Etkisi", *Opus Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, cilt: 8, sayı:1, ss.351-365.
- KUYUMCU, O. (2018). "Finansal Okuryazarlığın Makroekonomik Önemi ve Ülkemizde Finansal Okuryazarlık Düzeyinin Belirlenmesi: Bursa İli Uygulaması", (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), İşletme Anabilim Dalı, Bursa Uludağ Üniversitesi.
- LASSARRE, D., ROLAND-LEVY, C. (1989). "Understanding Children's Economic Socialization, *Understanding Economic Behaviour, Doordrecht, Nl: Kluwer Academic Publishers*, ss.347-368.
- LEE, J. C., MORTIMER, J. T. (2009). "Family Socialization, Economic Self- Efficacy, and The Attainment of Financial Independence in Early Adulthood", *Longitudinal and Life Course Studies*, cilt 1, sayı 1, ss.45-62.
- LISSINGTON, R. J., MATTHEWS, C. D. (2012). "Intergenerational Transfer of Financial Literacy", <https://academyfinancial.org/resources/Documents/Proceedings/2012/E4-Lissington-Matthews.pdf>, (Erişim Tarihi: 25 Aralık 2018)
- LUSARDI, A. (2007). "The Importance of Being Financially Literate", <http://annalusardi.blogspot.com/2007/10/importance-of-being-financially.html>, (Erişim Tarihi: 08 Kasım 2018).

- LUSARDI, A. (2008). "Financial Literacy: An Essential Tool For Informed Consumer Choice?", *Nber Working Paper Series*, ss.2-29.
- LUSARDI, A. (2009). "The Importance of Financial Literacy", *The National Bureau of Economic Research*, <https://www.nber.org/reporter/2009number2/lusardi.html>, (Erişim Tarihi: 29 Kasım 2018)
- LUSARDI, A., MITCHELL, O. S. (2008). "Planning and Financial Literacy: How Do Women Fare? ", *American Economic Review*, sayı 98, ss.413-417.
- LUSARDI, A., MITCHELL, O. S. (2009). "How Ordinary Consumers Make Complex Economic Decisions: Financial Literacy and Retirement Readiness", *Nber Working Paper 15350*, ss. 1-35.
- LUSARDI, A., MITCHELL, O. S. (2014). "The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence", *Journal of Economic Literature*, cilt 52, sayı 1, ss.5-44.
- LUSARDI, A., MITCHELL, O. S., CURTO V. (2009). "Financial Literacy Among The Young: Evidence and Implications For Consumer Policy", *Nber Working Paper Series*, <https://www.nber.org/papers/w15352.pdf>, (Erişim Tarihi: 12 Ekim 2018)
- LUSARDI, A., MITCHELL, O. S., VILSA, C. (2012). "Financial Sophistication in The Older Population", <https://www.nber.org/papers/w17863.pdf>, (Erişim Tarihi: 10 Ekim 2018)
- LUSARDI, A., TUFANO, P. (2009). "Debt Literacy, Financial Experiences, and Overindebtedness", *Nber Working Paper 14808*.
- MANDELL, L. (2008). "The Financial Literacy of Young American Adults: Results of The National Jump\$Tart Coalition Survey of High School Seniors and College Students", Washington: Jump\$Tart Coalition.
- MANDELL, L., KLEIN, L. S. (2007). "Motivation and Financial Literacy", *Financial Services Review*, sayı 16, ss.106-116.
- MANDELL, L., KLEIN, L. S. (2009). "The Impact of Financial Literacy Education on Subsequent Financial Behavior", *Financial Counseling Planning*, cilt 20, sayı 1, ss.15-24.

- MAIGRET, E. (2011). *Medya ve İletişim Sosyolojisi*, Çeviren YÜCEL, H., İstanbul, İletişim Yayıncılık, 4. Baskı, <https://iletisimkutuphanem30419862.files.wordpress.com/2018/01/eric-maigret-medya-ve-iletic59fim-sosyolojisi.pdf>, (Erişim Tarihi: 19 Kasım 2018)
- MARCOLIN, S., ABRAHAM, A. (2006). “Financial Literacy Research: Current Literature and Future Opportunities”, Proceedings of The 3rd International Conference on Contemporary Business Conference, University of Wollongong, Faculty of Commerce, <https://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1233&context=commpapers> (Erişim Tarihi: 3 Mart 2019)
- MASON, C. L. J., WILSON, R. M. S. (2000). “Conceptualising Financial Literacy”, <https://dspace.lboro.ac.uk/dspace-jspui/bitstream/2134/2016/3/coverforpdf.pdf>, (Erişim Tarihi: 12 Ekim 2018)
- MERCAN, N., OYUR, E., ALTINAY, A., AKSANYAR, Y. (2012). “Ekonomi Okur Yazarlığına Yönelik Ampirik Bir Araştırma”, *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, cilt 4, sayı 2, ss.109-118.
- MINITTI, M., ARENIUS, P. (2003). “Women in Entrepreneurship”, Paper Presented At The Entrepreneurial Advantage of Nations: First Annual Global Entrepreneurship Symposium, United Nations Headquarters, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.471.7819&rep=rep1&type=pdf>, (Erişim Tarihi: 3 Ocak 2019)
- MOORE, D. L. (2003). “Survey of Financial Literacy in Washington State: Knowledge, Behavior, Attitudes and Experiences”, Social and Economic Sciences Research Center, Technical Report 03-39, Washington State University.
- MORRIS, T., KOFFI, V. (2015). “The Link Between Financial Literacy and Education of Canadian University Students”, *International Journal of Innovation and Research in Educational Sciences*, cilt 2, sayı 3, ss.2349-5219.
- MUPRHY, J. (2013). “Psychosocial Factors and Financial Literacy”, *Social Security Bulletin*, cilt 73, sayı 1, ss.73-81.

- NJARAMBA, J., CHIGEZA, P., WHITEHOUSE, H. (2015). "Financial Literacy: The Case of Migrant African-Australian Women Entrepreneurs in The Cairns Region", *Entrepreneurship and Sustainability*, cilt 3, sayı 2, ss. 198-208.
- NJOROGE, R. M. (2013). "Relationship Between Financial Literacy and Entrepreneurial Success in Nairobi County", Kenya (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Business Administration, University of Nairobi.
- NICOLINI, G. (2017). "The Assessment Methodologies of Financial Literacy, Challenges in Ensuring Financial Competencies", *Electronic Journal*, <http://www.consob.it/documents/46180/46181/wp84.pdf/a00b40b0-a39d-49d7-a8f7-a8d59ff0b65f>, (Erişim Tarihi: 12 Aralık 2018)
- OECD. (2006). "The Importance of Financial Education", <http://www.oecd.org/finance/financial-education/37087833.pdf>, (Erişim Tarihi: 12 Aralık 2018)
- OECD INFE. (2011). "Measuring Financial Literacy: Questionnaire and Guidance Notes For Conducting An Internationally Comparable Survey of Financial Literacy", Organisation For Economic Co-Operation and Development: Paris.
- OECD INFE. (2012). "Supplementary Questions: Optional Survey Questions For The Oecd Infe Financial Literacy Core Questionnaire", Paris: Oecd.
- OKUMUŞ, E. (2014). "Din ve Sosyalleşme", *Turkish Studies International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, cilt 9, sayı 11, ss.429-454.
- ÖZ, S. (2013). "Din-İktisat İlişkisinin Çerçevesinde Çok Ortaklı Şirketlerin Kuruluş ve Gelişmesinde Dinin Rolü", *Bozok Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, cilt 4, sayı 4, ss.105-136.
- ÖZBEK, A. (2019). "Bireylerin Finansal Davranış Boyutlarını Etkileyen Sosyalleşme Ajanlarının Tespiti: Gümüşhane Meslek Yüksekokulu Öğrencilerine Yönelik Bir Uygulama", *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, Ekonomi&Siyaset Özel Sayısı*, ss.27-38.
- ÖZDEMİR, A., TEMİZEL, F. (2018). "Üniversite Öğrencilerinin İleri Finansal Okuryazarlık Düzeylerinin İncelenmesi, Anadolu Üniversitesi Örneği", *Business & Management Studies: An International Journal*, cilt 6, sayı 2, ss.430-448.

- ÖZEL, E., ZELYURT, H. (2016). “Anne Baba Eğitiminin Aile Çocuk İlişkilerine Etkisi”, *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, sayı 36, ss.9-34.
- ÖZKAN ALPARSLAN, F. N. (2017). “Bir Sosyalleşme Aracı Olarak Kuran Kursları”, *Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, cilt 2, sayı 1, ss.65-82.
- ÖZKAN, C. (2014). “Türkiye’de Kredi Kartı Kullanıcı Profili ve Davranışı Analizi”, (Yayımlanmamış uzman yeterlilik tezi), Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Bankacılık ve Finansal Kuruluşlar Genel Müdürlüğü.
- ÖZKAN, Y., PURUTÇUOĞLU, E. (2010). “Yaşlılıkta Teknolojik Yeniliklerin Kabulünü Etkileyen Sosyalizasyon Süreci”, *Aile ve Toplum Dergisi*, cilt 6, sayı 23, ss.37-46.
- ÖZTÜRK, E., DEMİR, Y. (2015). “Finansal Okuryazarlık ve Para Yönetimi: Süleyman Demirel Üniversitesi Akademik Personel Üzerine Bir Uygulama”, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, cilt 17, sayı 68, ss.113-134.
- ÖZTÜRK, E. (2014). “Finansal Okuryazarlık ve Para Yönetimi: Süleyman Demirel Üniversitesi Akademik Personel Üzerine Bir Uygulama”, Yüksek Lisans Tezi, İşletme Anabilim Dalı, Süleyman Demirel Üniversitesi.
- ÖZYILMAZ, A. M. (2016). “Türkiye’de Kadın Girişimciliği ve Girişimci Kadınların Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Araştırma”, (Yayımlanmamış yüksek lisans Tezi), Sosyoloji Anabilim Dalı, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi.
- PARKE, R. D., BURIEL, R. (1998). *Socialization in The Family: Ethnic and Ecological Perspectives*, See Eisenberg & Damon, Handbook of Child Psychology, Social, Emotional and Personality Development, New York: Wiley, 3. Baskı.
- PARLAR, H., TURAN, G. (2017). “Medyanın Aile Harcamalarına Etkisi ve Ailenin Ekonomik İşlevinin Önemi”, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimleri Dergisi*, sayı: 33, ss.55-78.
- PARMAKSIZ, H., OYMAK, S. A. (2017). “Finansal Okuryazarlık: Harran Üniversitesi Öğretim Görevlileri Üzerinde Bir Araştırma”, Mestek, 4. Ulusal Meslek Yüksekokulları Sosyal ve Teknik Bilimler Kongresi Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, 11-13 Mayıs 2017, Burdur.
- PASEKOVA, M., REDINOVA, H., OPREAN, V., KALLASTE, K., HOMOLKA, L., BLECHOVA, B., SOBOTOVICOVA, S. (2013). “The Level of Financial Literacy

Among The High School Students in The Chosen Regions of The Czech Republic”, *International Journal of Mathematical Models and Methods in Applied Sciences*, cilt 7, sayı 4, ss.462-469.

PAYNE, S. H., YORGASON, J. B., DEW, J. P. (2013). “Spending Today or Saving For Tomorrow: The Influence of Family Financial Socialization on Financial Preparation For Retirement”, *Journal of Family and Economic*, cilt 35, sayı 1, ss.106-118.

PENG, T. C. M., BARTHOLOMUE, S., FOX, J. J., CRAVENER, G. (2007). “The Impact of Personal Financial Education Delivered in High School and College Courses”, *Journal of Family and Economic Issues*, cilt 28, sayı 2, ss.265-284.

PINTO, L. E., COULSON, E. (2011). “Social Justice and The Gender Politics of Financial Literacy Education”, *Journal of The Canadian Association For Curriculum Studies*, cilt 9, sayı 2, ss. 54-85.

PINTO, L. E. (2012). “One Size Does Not Fit All: Conceptual Concerns and Moral Imperatives Surrounding Gender-Inclusive Financial Literacy Education”, *Citizenship, Social and Economics Education*, cilt 11, sayı 3, ss.177-188.

PISA, (2012). “Assessment and Analytical Framework: Mathematics, Reading, Science, Problem Solving and Financial Literacy”, Paris: Oecd Publishing.

REMUND, D. L. (2010). “Financial Literacy Explicated: The Case For A Clearer Definition in An Increasingly Complex Economy”, *Journal of Consumer Affairs*, cilt 44, sayı 2, ss.276–295.

RUSSELL, R., KUTIN, J., GREEN, R., BANKS, M. (2016). “Women & Money in Australia Across The Generations”, Full Report, Technical Report, RMIT University.

ROBB, C. A., SHARPE, D. (2009), “Effect of Personal Financial Knowledge on College Students’ Credit Card Behavior”, *Financial Counseling and Planning*, cilt 20, sayı 1, ss.25-43.

ROOIJ VAN, M., LUSARDI, A., ALESSIE, R. J. (2012). “Financial Literacy, Retirement Planning, and Households Wealth”, *Economic Journal*, <https://www.nber.org/papers/w17339.pdf>, (Erişim Tarihi: 5 Ocak 2019)

SACHITRA, V., WIJESINGHE, D. (2018). “What Determine Money Management Behaviour of Undergraduates? An Examination in An Emerging Economy”, *Journal of Education, Society and Behavioural Science*, cilt 26, sayı 4, ss.1-14.

- SARAÇ, E. (2014). “Finansal Okuryazarlık ve Dumlupınar Üniversitesi Öğrencilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeylerinin Ölçülmesi Üzerine Bir Araştırma”, (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), İşletme Anabilim Dalı, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi.
- SARSAR, F., BAŞBAY, M., BAŞBAY, A. (2015). “Öğrenme-Öğretme Sürecinde Sosyal Medya Kullanımı”, *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, cilt 11, sayı 2, ss.418-431.
- SCHAGEN, S., LINES, A. (1996). “Financial Literacy in Adult Life”, <https://www.nfer.ac.uk/media/1415/91091.pdf>, (Erişim Tarihi: 26 Aralık 2018)
- SCHERESBERG, C. (2013). “Financial Literacy and Financial Behavior Among Young Adults: Evidence and Implications”, *Numeracy*, cilt 6, sayı 2, ss.1-21.
- SCHUCHARDT, J., HANNA, S. D., HIRA, T. K., LYONS, A. C., PALMER, L., XIAO, J. J. (2009). “Financial Literacy and Education Research Priorities”, *Journal of Financial Counseling and Planning*, cilt 20, sayı 1, ss.84-95.
- SCHWEICHLER, T. J. (2013). “The Financial Behavior of Emerging Adults: A Family Financial Socialization Approach”, (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Department of Child Development and Family Relations, East Carolina University.
- SELMAN, A. (2018). “Aile-Din İlişkisi ve Aile İçi Roller”, *Akademia Sosyal Bilimler Dergisi*, cilt 1, sayı 4, ss.13-20.
- SERİNKAN, C., ERDOĞAN, M. (2018). “Yöneticilerin Finansal Okuryazarlık Düzeylerinin Belirlenmesi: Bişkek Örneği”, (25-27 Ekim 2018) 1. Uluslararası Ekonomi ve İşletme Sempozyumu, Gaziantep.
- SEYREK, İ. H., GÜL, M. (2017). “Finansal Okuryazarlık ve Girişimcilik Niyeti: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, cilt 15, sayı 2, ss.103-118.
- SEZER, D., DEMİR, S. (2015). “Yatırımcıların Finansal Okuryazarlık ve Bilişsel Yetenek Düzeylerinin Psikolojik Yanılsımlar İle İlişkisi”, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, cilt 17, sayı 66, ss.69-88.
- SEZİCİ, E., ÇELİKKOL, M. M. (2016). “Girişimcilik Tutumu ve Finansal Okuryazarlığın Girişimcilik Eğilimi İle Arasındaki İlişkide Algılanan Sosyal Desteğin Aracılık

Etkisi”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Afro-Avrasya Özel Sayısı*, ss.419-436.

SHERRADEN, M. S. (2010). “Financial Capability: What Is It, and How Can It Be Created?”, *Csd Working Papers*, No. 10-17, St. Louis, Mo, Oxford University Press.

SHERKAT, D. E. (2013). “Dini Sosyalleşme: Etki Kaynakları ve Araçların Etkileri”, Çeviren GÜNGÖR, Ö., *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, cilt 8, sayı 3, ss.279-297.

SHIM, S., BARBER, B. L., CARD, N. A., XIAO, J. J., SERIDO, J. (2010). “Financial Socialization of First-Year College Students: The Roles of Parents”, *Journal of Youth and Adolescence*, cilt 39, sayı 12, ss.1475-1470.

SREBLIN-KIRBIS, I., VEHOVEC, M., GALIC, Z. (2017). “Relationship Between Financial Satisfaction and Financial Literacy: Exploring Gender Differences”, *Društvena Istraživanja, Zagreb*, cilt 26, sayı 2, ss.165-185.

SOHN, S. H., JOO, S. H., GRABLE, J. E., LEE, S., KIM, M. (2012). “Adolescents’ Financial Literacy: The Role of Financial Socialization Agents, Financial Experiences, and Money Attitudes in Shaping Financial Literacy Among South Korean Youth”, *Journal of Adolescence*, cilt 35, sayı 4, ss.1-12.

SOLHEIM, C. A., ZUIKER, V. S., LEVCHENKO, P. (2011). “Financial Socialization of Family Pathways: Reflections From College Students Narratives”, *Family Science Review*, cilt 16, sayı 2, ss.97-112.

SOLMAZ, A. (2017). “Toplumsallaşma Sürecinde Din Eğitiminin Medya Algılaması ve Medya Kullanım Alışkanlıkları Üzerindeki Rolü”, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Gazetecilik Anabilim Dalı, Selçuk Üniversitesi.

SOYSAL, A. (2010). “Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İli’nde Bir Araştırma”, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, cilt 5, sayı 1, ss.71-95.

SUNDARASEN, S. S. D., RAHAMN, M. S., OTHAM, N. S., DANARAJ, J. (2016). “Impact of Financial Literacy, Financial Socialization Agents, and Parental Norms on Money Management”, *Journal of Business Studies Quarterly*, cilt 8, sayı 1, ss.140-156.

- ŞAHİN, E. (2006). “Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama”, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), İşletme Anabilim Dalı, Selçuk Üniversitesi.
- ŞAHİN, M., BARIŞ, S. (2017). “Finansal Okuryazarlık ve Tasarruf Davranışları: Kamu Çalışanları Üzerine Bir İnceleme”, *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, cilt 7, sayı 2, ss.77-103.
- ŞAHİN, Y., SERİN, H. (2017). “Mobilya Endüstrisinde Finansal Okuryazarlık Düzeyi: Gaziantep Şehri, Türkiye Örneği”, *Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, cilt 15, sayı 1, ss.181-194.
- ŞAMILOĞLU, F., KAHRAMAN, Y. E., BAĞCI, H. (2016). “Finansal Okuryazarlık Araştırması: Erciyes Üniversitesi Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama”, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, *İcafr 16 Özel Sayısı*, ss.308-318.
- ŞENBAYRAM, A. E. (2019). “Finansal Okuryazarlık: Harran Üniversitesi Süruç Meslek Yüksekokulu Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma”, *Econharran Harran Üniversitesi İibf Dergisi*, cilt: 3, sayı 3, ss.1-21.
- TAYLOR, S. M., WAGLAND, S. (2013). “The Solution to The Financial Literacy Problem: What Is the Answer?”, *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, cilt 7, sayı 3, ss.69-90.
- TEB, Finansal Okuryazarlık ve Erişim Endeksi, <https://www.teb.com.tr/document/finansalokuryazarlik-ve-erisim-endeksi.pdf>, (Erişim Tarihi: 23 Kasım 2018)
- TEKİN, A. (2017). “Türkiye Kira Sertifikaları İle İslami Finans Piyasalarındaki Eşdeğer Ürünler Arasında Bir Karşılaştırma”, *Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, cilt 20, sayı 2, ss.160-174.
- TEMİZEL, F., BAYRAM, F. (2011). “Finansal Okuryazarlık: Anadolu Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi (İibf) Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma”, *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, cilt 12, sayı 1, ss.73-86.
- TEOH, W. M., CHONG, S. C. (2007). “Theorizing and Framework of Factors Influencing Performance of Women Entrepreneurs in Malaysia”, *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, cilt 3, sayı 2, ss.1-17.

- THAPA, B. S., NEPAL, S. R. (2015). “Nepal Financial Literacy in Nepal: A Survey Analysis From College Students”, *Nrb Economic Review*, sayı 27, ss.49-74.
- TUNA, G., ULU, M. O. (2016). “Üniversite Öğrencilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeylerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: İşletme Bölümü Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, *İcafr 16 Özel Sayısı*, ss.128-141.
- USLU, K. Z., ARSLAN, A., ÇAĞLAYANDERELİ, M., (2017). “Medya Dünyasının Değişen Birey, Toplum, Kültür İlişkileri”, Herkes İçin İletişim, https://www.researchgate.net/profile/mustafa_caglayandereli2/publication/321860226_medya_dunyasinin_degisen_birey_toplum_kultur_ılskileri/links/5a356f73a6fdcc769fd49b19/medya-duenyasinin-degisen-birey-toplum-kueltuer-ılskileri.pdf, (Erişim Tarihi: 25 Kasım 2018)
- ÜNAL, O., TORUN, S., YAVUZ, E., EDİŞ, S. (2016). “İlköğretim Bölümü Öğretmen Adaylarının Finansal Okuryazarlık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi”, *Turkish Studies International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Academic Journal*, cilt 11, sayı 9, ss.931-946.
- VITT, L. A., ANDERSON, C., KENT, J., LYTER, D. M., SIEGENTHALER, J. K., WARD, J. (2000). “Personal Finance and The Rush to Competence: Financial Literacy Education in The U. S. Washington”, <https://www.isfs.org/documents-pdfs/rep-finliteracy.pdf>, (Erişim Tarihi: 22 Aralık 2018)
- YATES, D., WARD, C. (2011). “Financial Literacy: Examining The Knowledge Transfer of Personal Finance From High School to College to Adulthood”, *American Journal of Business Education*, cilt 4, sayı 1, ss.65-78.
- YETİM, N. (2008), “Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği”, <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/556800>, (Erişim Tarihi:29 Ocak 2019)
- WARD, S. (1974). “Consumer Socialization”, *Journal of Consumer Research*, cilt 1, sayı 2, ss.1-16.
- WAGLAND, S. P., TAYLOR, S. (2009). “When It Comes to Financial Literacy, Is Gender Really An Issue?”, *The Australasian Accounting Business and Finance Journal*, cilt 3, sayı 1, ss.13-25.

- WEBER, R. P. (1990). “*Basic Content Analysis*”, Beverly Hills, CA: Sage. (No. 49).
- WEBLEY, P., NYHUS, E. K. (2012). “Economic Socialization, Saving and Assets in European Young Adults”, *Economics of Education Review*, sayı 33, ss.1-19.
- WORTHINGTON, A. C. (2006). “Predicting Nancial Literacy in Australia”, *Financial Services Review*, cilt 15, sayı 1, ss.1-26.
- WOODYARD, A., ROBB, C. (2012). “Financial Knowledge and The Gender Gap”, *The Journal of Financial Therapy*, cilt 3 sayı 1, ss.1-6.
- XU, L., ZIA, B. (2012). “Financial Literacy Around The World: An Overview of The Evidence With Practical Suggestions For The Way Forward”, World Bank Policy Research Working Paper No. 6107, <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/9322/wps6107.pdf?sequence=1>, (Erişim Tarihi: 20 Aralık 2018)
- XIAO, J. J., AHN, S. Y., SERIDO, J., SHIM, S. (2014). “Earlier Financial Literacy and Later Financial Behaviour of College Students”, *International Journal of Consumer Studies*, ss.1-29.

EK: YARI YAPILANDIRILMIŞ MÜLAKATLARDA SORULAN SORULAR

FİNANSAL SOSYALİZASYON SÜREÇLERİNİN FİNANSAL OKURYAZARLIK ÜZERİNDEKİ ROLÜNÜN BELİRLENMESİNE YÖNELİK SORU FORMU

1. Kaç yaşındasınız?
2. Eğitim durumunuz nedir?
3. Annenizin eğitim durumu nedir?
4. Annenizin mesleği nedir?
5. Babanızın eğitim durumu nedir?
6. Babanızın mesleği nedir?
7. Medeni durumunuz nedir?
8. Eşinizin eğitim durumu nedir?
- Eğer 7. soruya "evli" cevabı verildiyse*
9. Eşinizin mesleği nedir?
- Eğer 7. soruya "evli" cevabı verildiyse*
10. Çocuğunuz var mı?
11. Kaç çocuğunuz var?
- Eğer 10. soruya "evet" cevabı verildiyse*
12. Çocuklarınız okuyor mu yoksa çalışıyor mu? Çalışıyorsa meslekleri nedir?
13. Sizin girişimci olarak faaliyet gösterdiğiniz sektör nedir?
14. Ailenizde sizden başka girişimci var mıdır?
15. Ailenizde girişimci olan kişi kimdir ve hangi sektörde faaliyetleri vardır?
16. Para kazanmayı nereden/kimden (aile, arkadaş, eğitim, medya, dini inancınız vb.) öğrendiniz?
17. Para kazanırken nelere dikkat edersiniz?

18. Para kazanırken nelere dikkat edilmesi gerektiğini nereden/kimden öğrendiniz?

19. Evinizle ve işinizle ilgili bütçe yaparken nelere dikkat edersiniz?

20. Bütçe yaparken nelere dikkat edilmesi gerektiğini nereden/kimden öğrendiniz?

21. Harcamalarınızı yaparken nelere dikkat edersiniz?

22. Harcamalarınızı nasıl yapmanız gerektiğini nereden/kimden öğrendiniz?

23. Tasarruf eder misiniz?

24. En çok nelerden tasarruf edersiniz?

Eğer 23. soruya ‘evet’ cevabı verildiyse:

25. Tasarruf etmeyi nereden/kimden öğrendiniz?

26. Nereden/kimden borç alırsınız?

27. Borçlanmayı nasıl yapmanız gerektiğini nereden/kimden öğrendiniz?

28. Borçlanırken faiz unsuruna dikkat eder misiniz?

29. Borçlanırken faiz unsuruna dikkat etmenizde inandığınız dinin bir etkisi var mıdır? Varsa bu etki nedir?

30. Borçlarınızı zamanda ödemeye dikkat eder misiniz?

31. Borç ödeme ile ilgili davranışlarınızı nereden/kimden öğrendiniz?

32. Finansal yatırım yaparken nelere dikkat edersiniz?

33. Finansal yatırım yapmayı nereden/kimden öğrendiniz?

34. Finansal yatırım yaparken faiz unsuruna dikkat eder misiniz?

35. Finansal yatırım yaparken faiz unsuruna dikkat etmenizde inandığınız dinin bir etkisi var mıdır? Varsa bu etki nedir?

36. Emeklilik planınız (SGK, Bireysel Emeklilik) var mı?

37. Emeklilik planı yaparken nelere dikkat edersiniz?

Eğer 36. soruya ‘evet’ cevabı verildiyse:

38. Emeklilik planı yaparken nelere dikkat edilmesi gerektiğini nereden/kimden öğrendiniz?

ÖZGEÇMİŞ

Didem Cansever 1993 yılında İzmir’de doğmuştur. Lise eğitimini 50. Yıl Lisesi’nde tamamlamıştır. 2016 yılında, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü’nde lisans eğitimini tamamlamıştır. Lisans dönemi boyunca bölüm dereceleri elde etmiş, bu sayede özel başarı bursları kazanmıştır. 2017 yılında, İzmir Demokrasi Üniversitesi’nde Muhasebe ve Finansman Bilim Dalı’nda yüksek lisans eğitimine başlamıştır. Yüksek lisans dönemi boyunca akademik çalışmalara yönelmiş, bu çalışmalardan iki bildirisi bir makalesi yayınlamıştır. Ayrıca, 1. Uluslararası Sosyal Bilimlerde Kritik Tartışmalar Kongresi’nde ve 4. Lisansüstü İşletme Öğrencileri Sempozyumu’unda sekreteriyasında bulunmuş, aktif olarak katılım gösterdiği bu projelerden teşekkür belgesi almıştır. Bununla birlikte, 4. Lisansüstü İşletme Öğrencileri Sempozyumu’unda Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalı’nda “Z Kuşağı Ne İster? İşveren Markası Perspektifinden Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma” bildirisiyle üçüncülük ödülü elde etmiştir. Şu an İzmir’de yaşamaktadır.