

Giriş

Günümüzde serbest piyasa ekonomisinin yaygınlık kazanmasıyla, finansal farkındalığın önemi hızla artmıştır. Özellikle son yıllarda küresel boyutlarda meydana gelen finansal krizler sonucu sermaye piyasalarına yeni sunulan yatırım enstrümanları ve uygulamalardaki çeşitlenme, finansal farkındalığın öneminin daha da artmasına sebep olmuştur. Finans üzerine eğitim almış insanların bile, günümüzün karmaşık finans dünyasında doğru kararlar almakta zorlanıyor olmaları bu durumun açık bir göstergesidir. Son yıllarda finansal piyasalarda meydana gelen gelişmeler, nüfus ile ilgili değişimler, ekonomik ve idari değişikliklerin hepsi finansal eğitimin önemine işaret etmektedir. Özellikle ABD başta olmak üzere, birçok gelişmiş ülkede insanların önemli bir kısmı maalesef hiç tasarruf yapmamaktadır. Dolayısıyla, nüfusu her geçen gün artmakta olan dünyamızda doğal kaynaklarda yaşanan yetersizlikler sonucu, toplumların finansal okuryazarlık düzeylerini yükseltmek ve tasarruf bilincinin yayılmasını sağlamak tüm ülkelerin ekonomik ve sosyal politikaları arasında ön sıralarda yer almaktadır.

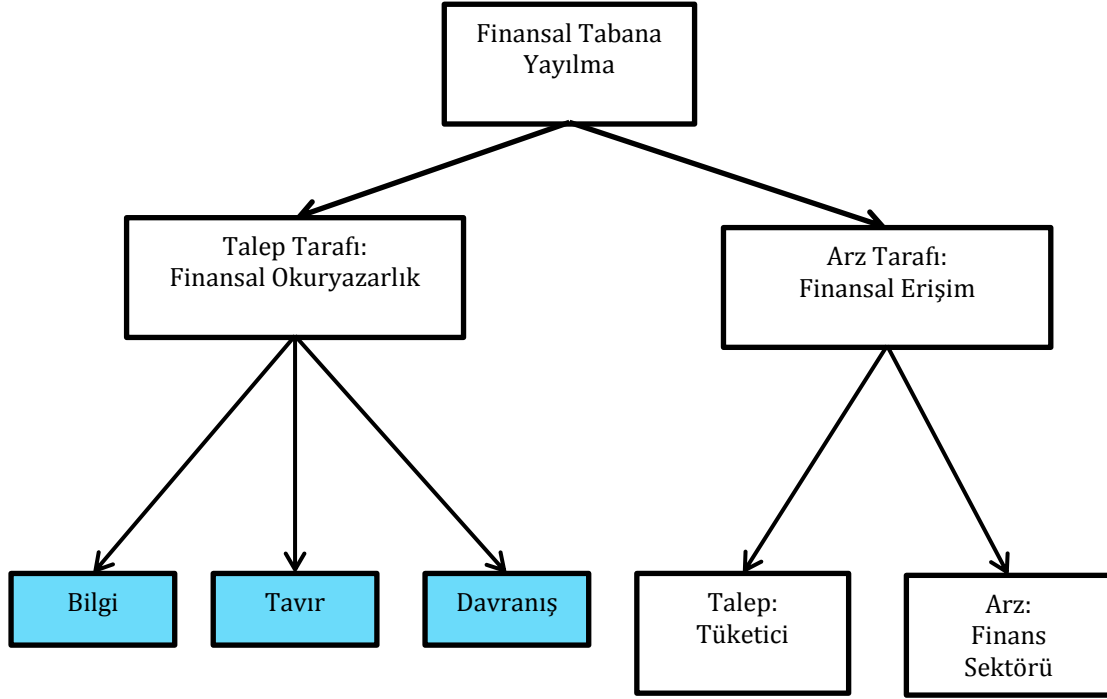
Yapılan çalışmalar, birçok ülkedeki tüketicilerin yeterli finansal altyapıya ya da anlayışa sahip olmadığını göstermektedir. Gerek Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) ülkelerinde, gerekse OECD kapsamı dışındaki bazı ekonomilerde yapılan anketler, tüketicilerin sadece doğru ve bilgiye dayalı finansal kararlar vermelerini engelleyen düşük seviyede finansal beceri, bilgi ve farkındalığa sahip olmakla kalmadıklarını, aynı zamanda finansal beceri, bilgi ve farkındalıklarını da çoğunlukla abarttıklarını göstermektedir. Bu sebeple, insanları 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.

Türkiye sermaye piyasasının istenen gelişmişlik düzeyine ulaşması için arz tarafının yanında talep tarafının - yani yatırımcı tabanının - da güçlendirilmesi gerekmektedir. Bunu sağlamanın yollarından biri de sermaye piyasaları hakkında farkındalık yaratmak ve tüketicileri bilgilendirme yoluyla finans piyasalarına girişin tabana yayılmasıdır. Türkiye Sermaye Piyasası Aracı Kuruluşları Birliği'nin (TSPAKB) öncülüğünde 10 Mart 2012 tarihinde gerçekleştirilen "Yatırımcı Seferberliği Arama Konferansı"nın sonuç raporunda; Türkiye'deki finansal okuryazarlık seviyesinin düşük olmasına, finansal bilinç ve farkındalığın yetersizliğine, ve gerek medyada ve gerekse kamu kuruluşlarında uzman kişi ve bilgi eksikliğine vurgu yapılarak, bu durumun ülkemiz sermaye piyasalarının gelişmesi açısından engel teşkil ettiğinin altı çizilmektedir.

Finansal Tabana Yayılım'ın Sınıflandırılması

“Finansal Tabana Yayılım”ı Şekil 1’de görüldüğü üzere alt sınıflara ayırmak mümkündür. Finansal Tabana Yayılım’ı öncelikli olarak arz ve talep kısmı olmak üzere iki ana bileşene ayırabiliriz. Bu iki bileşenden talep bacağına Finansal Okuryazarlık oluştururken, arz bacağına ise Finansal Erişim oluşturmaktadır.

Şekil 1 Finansal Tabana Yayılım Sınıflandırma



Finansal Tabana Yayılım'ın talep kısmını temsil eden finansal okuryazarlığın ölçülmesi için tasarlanan Finansal Okuryazarlık Endeksi'nde Finansal Bilgi, Finansal Tutum/Tavır ve Finansal Davranış olmak üzere toplam üç ana etken önemli birer rol üstlenmektedir. Finansal Tabana Yayılım'ın arz bileşenini temsil eden Finansal Erişim'i yine arz ve talep kısmı olmak üzere iki alt sınıfa ayırmak mümkündür. Finansal Erişim'in arz kısmı finansal tabana yayılım için finansal kuruluşlara düşen sorumluluk gibi düşünülebilir. Bu noktada önemli olan bu tür kuruluşların tüketicilere sundukları fiziksel imkanların ve finansal hizmetlerin yeterliliğidir, örneğin, kilometrekareye veya kişi başına düşen banka şube sayısı veya ATM sayısı gibi. Finansal Erişim'in talep kısmı ise tüketicilerin finansal kuruluşlara ve hizmetlere olan ilgisi ve bu hizmetlerin kullanımı gibi kavramlardan oluşmaktadır.

Türkiye'deki finansal tabana yayılmanın önemini vurgulanması amacı ile finansal okuryazarlık ve erişim seviyesinin ölçümünün sürekliliğinin sağlanması amacıyla Türk Ekonomi Bankası için Boğaziçi Üniversitesi İnovasyon ve Rekabet Odaklı Kalkınma Çalışmaları Merkezi'nden Yard. Doç. Dr. Ali Çoşkun, Yard. Doç. Dr. Hüseyin Sami Karaca, Yard. Doç. Dr. Cenk C. Karahan ve Yard. Doç. Dr. Gözde Ünal Finansal Okuryazarlık ve Erişim Endeksi'ni geliştirmiştir. Nitel ve nicel yöntemler kullanılarak öncelikle Türkiye'deki finansal okuryazarlığın ve erişimin periyodik olarak tespit edilmesi ve bu tespitin bir endeks oluşturularak düzenli aralıklarla kamuoyu ile paylaşılması amaçlanmıştır.

Finansal Okuryazarlık

Finansal okuryazarlık, bir tüketicinin paranın kullanımında ve yönetiminde bilgiyle değerlendirme yapmasını ve yatırımlara yön verecek finansal araçların seçiminde etkili ve rasyonel kararlar verebilmesini sağlayan yeterlilik düzeyi olarak tanımlanabilir. Başka bir ifade ile finansal okuryazarlık, bireylerin gelirlerini, birikim ve yatırımlarını akıllıca değerlendirip, bütçelerini doğru yönetebilme yetkinliğine sahip olabilme durumu şeklinde de tanımlanabilir. OECD'nin yapmış olduğu tanıma göre finansal okuryazarlık; finansal tüketicilerin finansal ürünler ve kavramlar hakkında bilgilendirilmesini veya finansal risk ve alternatifler arasında tercihte bulunabilecek farkındalığa sahip olmasını temin ederek finansal refahını artırma sürecidir.

Finansal eğitim konusunda öncü kuruluşlardan biri olan OECD nezdinde kurulan Finansal Eğitime Yönelik Uluslararası İşbirliği (International Network on Financial Education, INFE) çeşitli ülkelerden farklı altyapılara sahip insanların finansal okuryazarlık seviyelerini anlamaya yönelik kullanılabilecek bir anket aracı geliştirmiştir.

Bu araştırma anketinde mali bilgi, davranış ve tutuma yönelik

- bütçeleme ve para yönetimi,
- kısa ve uzun vadeli finansal planlar,
- finansal ürün seçimi

gibi finansal okuryazarlığın çeşitli yönlerini kapsayan sorular yer almaktadır. Ayrıca, yaş, cinsiyet ve gelir gibi katılımcıların önemli sosyo-demografik bilgilerine ilişkin sorular da yer almaktadır.

INFE bu anketi 4 kıtada 14 ülkede kullanmış ve analiz etmiştir. Ancak Türkiye INFE araştırmasına giren 14 ülke içinde yer almamıştır. Boğaziçi Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinatörlüğü, Sosyal ve Beşeri Alanlarda Stratejik Araştırma Proje Desteği kapsamında eş yürütücülüğünün Boğaziçi Üniversitesi'nden Yard. Doç. Dr. Ali Çoşkun, İstanbul Şehir Üniversitesi'nden Yard. Doç. Dr. M. Abdullah Şahin ve GYODER'den Dr. Murat G. Berberoğlu tarafından yürütülen bir çalışma bu araştırmayı Türkiye'ye taşımış ve Türkiye verilerini OECD çalışmasında yer alan ülkeler ile kıyaslanabilir bir konuma getirmiştir. Yatırımcı Seferberliği'nin ulusal bir stratejiye dönüştürülmesi, mikro ve makro düzeydeki politikaların uygulanması için gerekli olan kaynakların belirlenmesi ve bu kaynakların piyasa aktörleri arasında paylaşılması konusunda uzlaşmaya varılmıştır. Dolayısıyla bu bilimsel araştırma projesi, sermaye piyasasının geleceğine ışık tutması açısından son derece kritik bir öneme sahiptir.

Finansal Bilgi

“Finansal okuryazar” olarak adlandırdığımız bir kişi, ana finansal kavramlar hakkında bazı temel bilgilere sahip olmalıdır. Bu nedenle, OECD çekirdek anketi, her ülkede bilgi düzeylerini test eden 8 soru içermektedir. Bu sorular, aşırı karmaşık olmayan ve uzman bilgisi gerektirmeyen bir yapıda, değişik zorluk derecelerinde ve çeşitli mali konuları içerecek bir şekilde tasarlanmıştır.

Katılımcılar tarafından verilen doğru yanıtların sayısı dikkate alınarak bir “finansal bilgi puanı” yaratılmıştır. Finansal bilgisi nispeten yüksek düzeyde (6 veya daha fazla doğru yanıt) olan katılımcıların oranı her ülke için hesaplanmıştır. Bazı ülkelerde, katılımcıların yarısından daha azı, ve tüm ülkelerde %70'ten daha azı bu yüksek finansal puanı elde edebilmiştir.

Tablo 1'de görülebileceği üzere, katılımcıların büyük bir oranı

- bir yıl içinde bir tasarruf hesabının kazanacağı basit faizin hesaplanması
- ve sonrasında bileşik faizin 5 yıl içindeki etkisinin belirlenmesi

konularında başarısızdır.

Arnavutluk, Peru ve Türkiye'de en fazla her beş kişiden biri, bu iki parçalı soruya doğru cevap verebilmiş (başarı oranı %20'nin altında kalmış), ve Norveç hariç tüm ülkelerin katılımcılarının yarısından fazlası bileşik faiz bilgisini bu soruda uygulayamamıştır.

Çeşitlendirmeye yönelik bilgi sorusuna,

- çoğu ülkede katılımcıların en az üçte biri
- bazı ülkelerde yarısından fazlası

doğru cevap verememiştir. Bu sonuçlar, katılımcıların çeşitlendirmenin faydasına ilişkin farkındalığının düşük seviyelerde olduğunu göstermektedir. Anket sonuçları Türkiye’de risk dağıtmakta çeşitlendirmenin faydasına ilişkin bilincin diğer ülkelerden bir adım önde olduğunu göstermiştir.

Tablo 1 Finansal bilgi sorunlarına verilen doğru cevap oranları

	Bölme	Paranın zaman değeri	Ödenen Faiz	Basit Faiz	Basit ve Bileşik Faiz	Risk ve Getiri	Enflasyon	Çeşitlendirme
Macaristan	96%	78%	95%	61%	46%	86%	91%	61%
Estonya	93%	86%	84%	64%	31%	72%	85%	57%
Almanya	84%	61%	88%	64%	47%	79%	87%	60%
İrlanda	93%	58%	88%	76%	29%	84%	88%	47%
Çek Cumhuriyeti	93%	80%	88%	60%	32%	81%	70%	54%
İngiltere	76%	61%	90%	61%	37%	77%	94%	55%
Malezya	93%	62%	93%	54%	30%	82%	74%	43%
Polonya	91%	77%	85%	60%	27%	48%	80%	55%
İngiliz Virgin Adaları	84%	74%	60%	63%	20%	83%	87%	41%
Ermenistan	86%	83%	87%	53%	18%	67%	57%	59%
Türkiye	87%	37%	84%	43%	19%	87%	77%	69%
Arnavutluk	89%	61%		40%	10%	77%	81%	63%
Peru	90%	63%		40%	14%	69%	86%	51%
Norveç	61%	87%	61%	75%	54%	18%	68%	51%
Güney Afrika	79%	49%	65%	44%	21%	73%	78%	48%

Finansal Tutum/Tavır

Tutumlar ve tercihler, finansal okuryazarlığın önemli bir parçası olarak kabul edilmektedir. Örneğin, eğer insanların gelecek için birikim yapma yönünde olumsuz bir tutumları varsa onların birikim davranışını gerçekleştirmeye çok daha az yatkın olacağı tartışılabilir. Benzer şekilde, kısa vadeli isteklerini önemsemeyi tercih eden kişilerin, acil durumlar için tasarruf ya da uzun vadeli finansal planlar yapma ihtimalleri daha düşük olacaktır.

Finansal okuryazarlık anketi finansal tutuma ilişkin üç cümle ile katılımcıların para ve gelecek için planlamalarını ölçmektedir. Bu üç soruya Katılıyorum..... Katılmıyorum Likert ölçeğinde verilen ortalama cevap, Finansal Tutum göstergesini oluşturmaktadır. “Üç” puan üzerinde alınan Finansal Tutum göstergesi yüksek olarak değerlendirilmekte, bir başka deyişle finansal tutumun uzun vadeye yatkınlığını göstermektedir. Ülkeler arasında Finansal Tutum açısından oldukça farklılık gözlemlenmektedir. Ermenistan’da uzun vadeye yönelik olumlu tutum oranı %11 gibi düşük bir oran iken aynı gösterge Peru için %71 seviyelerindedir. Türkiye %61 olumlu Finansal Tutum oranı ile 15 ülke arasında 7. sıradadır.

Tablo 2 Finansal Tutuma ilişkin aşağıdaki ifadelere itiraz eden katılımcıların yüzdesi

	Uzun vadede harcamayı tasarruf etmeye yeğlerim.	Bugün için yaşar ve yarın için pek endişelenmem	Para Harcamak İçindir.
Peru	64%	72%	45%
Arnavutluk	61%	66%	45%
Norveç	57%		
Macaristan	56%	68%	33%
İngiliz Virgin Adaları	60%	66%	31%
Güney Afrika	48%	60%	39%
Türkiye	52%	62%	31%
Çek Cumhuriyeti	45%	69%	29%
Almanya	49%	65%	26%
Malezya	47%	57%	26%
İrlanda	38%	54%	30%
İngiltere	35%	50%	29%
Estonya	39%	49%	24%
Polonya	19%	45%	12%
Ermenistan	8%	60%	2%

Soru bazında baktığımızda, ilk soru ile Ermenistan (%8) ve Polonya (%19) katılımcılarının çok az bir oranının tasarruf etmekten tatmin oldukları, aksine Perulu (%64) ve Arnavut (%61) katılımcılarının çoğunluğunun tasarruf etmekten tatmin oldukları gözlemlenmektedir. Üçüncü soru “Finansal Tutum” açısından yine ülkeleri oldukça ayırtmıştır. Arnavutlar ve Perulu katılımcıların neredeyse yarısı (%45) “Para Harcamak İçindir.” ibaresine itiraz etmiştir. Bu soru katılımcıların para açısından ne ölçüde muhafazakar yaklaşımları olduğunu göstermektedir. Tam aksine, Ermenilerin sadece %2’si ve Polonyalıların %12’si bu ibareye itiraz etmiştir.

Finansal Davranış

Kişilerin davranış şekillerinin, mali refahları üzerinde önemli bir etkiye sahip olması nedeniyle, finansal okuryazarlık ölçümünde davranışların etkilerinin belirlenmesi önemlidir. OECD INFE çekirdek anketi çeşitli soruları farklı tarzlarda sorarak,

- satın almadan önce düşünme,
- faturaları zamanında ödeme ve bütçeleme,
- hedeflere ve ihtiyaçlara ulaşabilmek için tasarruf ve harcama

gibi davranışlar hakkında bilgi edinmeye amaçlar.

Finansal Davranış puanı, sergilenen olumlu davranışları sayar, 9 alınabilecek maksimum değerdir. 6 ya da daha fazla bir puan nispeten yüksek olarak kabul edilir. Finansal Bilgi puanlarında olduğu gibi, bazı ülkelerde yarıdan daha az katılımcı 6 üzerinde puan alabilmiştir. İngiliz Virgin Adası sakinleri % 71 oranında 6 üzerinde olumlu davranış belirterek en yüksek “Finansal Davranış” puanını almıştır.

Aynı ülkenin katılımcıları arasında ve ülkeler arasında davranışlarda ayrışmalar gözlemlenmektedir. Ancak, Türkiye haricinde tüm ülkeler için aktif olmayan, bilgilendirilmemiş bir piyasa katılımı dikkat çekmektedir. Son iki yıl içinde çok az katılımcı finansal ürün seçim kararı için tavsiye almış ya da bağımsız bilgiye başvurmuş ve araştırmıştır (en fazla tavsiye alan katılımcılar %16 gibi düşük bir oranla İngilizler’dir). Türkler ise bu soruya %41 oranında evet cevabını vermişlerdir.

Türklerin diğer davranış cevaplarının ortalamalarına bakarsak, Türklerin bu davranıştaki performansı bir sürpriz olarak değerlendirilebilir. Bunu belki Türk bankacılık sektöründeki müşteri ilişkileri personelinin sayısının fazla olması ile açıklamak mümkün olabilir. Belki de Türk halkı bağımsız danışmanlık kavramını diğer ülkelere kıyasla daha geniş kullanıyor olabilir.

Tablo 3 Finansal davranış ve ürün seçimi yüzdeleri

	Davranış ifadeleri					Finansal ürün seçimi			
	Dikkatli alışveriş	Zamanında fatura ödeme	Kişisel mali durum takibi	Uzun vadeli hedef koyma	Sorumluluk ve bütçeleme	Aktif tasarruf ve yatırım alımları	... Bilgi edindikten sonra	...Bağımsız tavsiye aldıktan sonra	İhtiyaçları karşılamak için borç almama
İngiliz Virgin Adaları	87%	83%	80%	68%	43%	83%	70%	2%	87%
Malezya	92%	69%	78%	64%	74%	97%	39%	3%	79%
Almanya	82%	96%	87%	61%	22%	86%	52%	5%	96%
Peru	91%	86%	82%	71%	49%	62%	52%	4%	73%
İrlanda	83%	85%	85%	56%	54%	53%	39%	10%	86%
Norveç	72%	79%	89%	59%	25%	71%	57%	5%	93%
İngiltere	77%	89%	80%	43%	43%	68%	29%	16%	91%
Çek Cumhuriyeti	75%	85%	76%	36%	37%	72%	28%	10%	89%
Ermenistan	91%	94%	81%	58%	51%	36%	42%		53%
Güney Afrika	83%	61%	65%	55%	43%	53%	56%	3%	74%
Polonya	70%	78%	81%	46%	54%	51%	32%	2%	79%
Macaristan	86%	82%	71%	52%	31%	27%	48%	4%	86%
Arnavutluk	87%	77%	71%	30%	59%	42%	49%	2%	69%
Türkiye	80%	70%	48%	36%	55%	30%	44%	41%	70%
Estonya	68%	83%	78%	41%	28%	36%	24%	8%	78%

Ülkeler arasında çok farklılık olmasına rağmen bazı ülkelerde aktif tasarruf oranının düşüklüğü tedirgin edicidir. Son 12 ay içinde tasarruf yapanların oranı Macaristan'da % 27 iken aynı oran Malezya için % 97'dir. Kısaca, tüm ülkeler arasından yalnızca üç tanesi için aktif tasarruf oranı %80'in üzerindedir.

Uzun vadeli hedefler koyma oranı Peru'da % 71 iken, bu oran Arnavutluk'ta sadece %30'dur.

İhtiyaçları karşılama açısından borçlanmak çok yaygın olmamakla beraber, bazı ülkelerde azımsanamayacak oranlar için bir problem olarak gözlenebilmektedir. Özellikle, Ermeni katılımcıların yaklaşık yarısının (%47) gelirlerinin harcamaları karşılayamadığı durumlarda borçlanmaya başvurduğu görülmektedir. Arnavutluk (%31), Türkiye (%30), Peru (%27) ve Güney Afrika'da (%26) da katılımcıların dörtte birinden fazlası aynı yönetime başvurmuştur.

Aynı ülke katılımcılarının davranış ile ilgili cevaplarını kıyasladığımızda önemli davranışsal farklılıklar gözlenmektedir. Örneğin, Malezyalı katılımcıların büyük çoğunluğu aktif olarak tasarruf yapmakta ve alışveriş yaparken dikkatli davranmakta iken, sadece %3 oranında küçük bir grup, finansal ürün tercihlerinde bağımsız tavsiyeye başvurmaktadır. Norveç'te her on kişiden dokuzu mali durumlarını takip ettiklerini belirtirken sadece dört kişiden biri bütçeleme yapmaktadır. Bu çoğu kimsenin gelecek için finansal planlama yapmaktan ziyade geçmiş finansal faaliyetlerini takip ettiklerini göstermektedir.

Türkiye için mali durumu düzenli takip etme, uzun vade için hedef koyma, aktif tasarruf ve ihtiyaçların temini için borca başvurma davranışlarında olumlu cevap oranı çarpıcı bir şekilde düşük kalmıştır.

Finansal Okuryazarlık Göstergeleri: Bilgi, Davranış ve Tutum

Bilgi, davranış ve tutum göstergelerini bir arada değerlendirdiğimizde farklı çıkarımlar yapabilmekteyiz. Tablo 4 yüksek puan alanların oranlarında önemli farklılıklar olduğunu göstermektedir. Anketin uygulandığı 8 ülkede nüfusun daha büyük bir bölümü davranış puanından daha yüksek bilgi puanı almıştır. Bu ülkelerde finansal okuryazarlığın seviyesi davranıştan ziyade bilgi yönündedir. Bunun aksine; Almanya, Malezya, Norveç, Peru, Güney Afrika ve İngiliz Virgin Adalarında finansal okuryazarlık davranış yönünde daha yüksektir. Bunun temel nedeni bu ülkelerde mali bilginin düşük olmasından daha ziyade 6'dan daha fazla olumlu mali davranış gözlemlenmesidir. Türkiye'de ise finansal bilgi seviyesi yüksek olan nüfus oranı %43 iken olumlu finansal davranışları yüksek olanların oranı sadece %37'de kalmaktadır.

Tablo 4 Finansal okuryazarlığa ilişkin bilgi, davranış ve tutum boyutlarında yüksek puan alan katılımcıların ülke içi oranları

	Bilgi Puanı		Davranış Puanı		Tutum Puanı	
	Yüksek Puan Alanların Oranı	Ülke Sıralaması	Yüksek Puan Alanların Oranı	Ülke Sıralaması	Yüksek Puan Alanların Oranı	Ülke Sıralaması
İngiliz Virgin Adaları	57%	6	71%	1	67%	4
Almanya	58%	4	67%	2	63%	5
Macaristan	69%	1	38%	13	69%	2
Peru	41%	13	60%	4	71%	1
Çek Cumhuriyeti	57%	5	48%	8	62%	6
Malezya	51%	8	67%	3	53%	10
İrlanda	60%	3	57%	6	49%	12
İngiltere	53%	7	51%	7	49%	11
Arnavutluk	45%	11	39%	12	69%	3
Norveç	40%	14	59%	5	57%	8
Estonya	61%	2	27%	15	46%	13
Polonya	49%	9	43%	9	27%	14
Türkiye	43%	12	37%	14	61%	7
Güney Afrika	33%	15	43%	10	54%	9
Ermenistan	46%	10	41%	11	11%	15

Ayrıca, her katılımcının kaç adet yüksek puan aldığı hesaplanmıştır. Anketin uygulandığı tüm ülkelerde bazı katılımcıların bilgi, davranış ya da tutum puanlarından hiçbirinin yüksek olmadığı öte yandan bazı katılımcıların her üç dalda da yüksek puan alabildiği gözlemlenmiştir. Genel olarak katılımcıların bir veya iki adet güçlü yönü olduğu gözlemlenmektedir. Katılımcıların %30'unun her üç alanda da yüksek puan almaları ile Almanya ve İngiliz Virgin Adaları yüksek finansal okuryazarlık anlamında öne çıkmaktadır.

Genel olarak Türkiye için bilgi, davranış ve tutum puanı yüksek katılımcı oranları sırasıyla %43, %37 ve %61 seviyelerindedir. Bu oranlar Türkiye'nin finansal okuryazarlık seviyesinin en düşük ülkeler arasında olduğunu işaret etmektedir. Bilgi, davranış ve tutum göstergelerinde Türkiye 15 ülke arasında sırasıyla 12., 14. ve 7. olarak yer almaktadır. Özellikle mali davranışlar açısından Türkiye finansal okuryazarlıkta oldukça geride durmaktadır.

Finansal okuryazarlık endeksi Türkiye geneli için **59.8** olarak hesaplanmıştır. OECD çalışmasındaki diğer ülkelerin ortalama puanı ise **62.3**'tür. Erkekler için okuryazarlık endeksi **63.2**, kadınlar için ise **56.7** olarak hesaplanmıştır. Erkeklerin finansal okuryazarlık endeksinde kadınlardan daha yüksek ortalamaya sahip olması OECD çalışmasında diğer ülkelerde de gözlemlenmiştir. Çalışmanın yapıldığı ülkeler arasında yalnızca Macaristan ve Çek Cumhuriyeti'nde kadınların ortalama finansal okuryazarlığının küçük bir farkla erkeklerin ortalamasından daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir.

Tablo 5 Türkiye’de yaş aralıkları itibariyle yüksek finansal okuryazarlık oranları

Yaş Aralığı	Finansal Okuryazarlık Oranları Yüksek Parametre Sayısı			
	0	1	2	3
18-19	0.17778	0.37778	0.35556	0.08889
20-29	0.1115	0.39024	0.36934	0.12892
30-39	0.11615	0.36544	0.33711	0.1813
40-49	0.17391	0.37154	0.27668	0.17787
50-59	0.12281	0.42105	0.27485	0.18129
60-69	0.14458	0.42169	0.3253	0.10843
70-79	0.16129	0.54839	0.25806	0.03226
80-00	0.14286	0.42857	0.42857	0

Tablo 5’te Türkiye’de finansal okuryazarlığın ölçümünde kullanılan bilgi, davranış ve tutum parametrelerinin hiçbirinde, sadece birinde, ikisinde ya da her üçünde yüksek skor alanların oranları yer almaktadır. Finansal okuryazarlığı en yüksek olan yaş aralığı Türkiye’de 40-49 ve 20 yaş altı yetişkinler olarak gözlenmiştir. OECD çalışmasında diğer ülkeler için genel olarak 30-60 yaş aralığında en yüksek finansal okuryazarlık skorları gözlemlenmiştir.

Tablo 6 Gelir gruplarına göre finansal okuryazarlık

Gelir Grubu	Ortalama	Medyan
Düşük gelir grubu	53.91	54.55
Milli gelir ortalaması seviyesinde	63.14	64.41
Yüksek gelir grubu	69.23	68.18
Gelir Grubu sorusunu “Cevap vermek istemiyorum” veya “Bilmiyorum” olarak cevaplayanlar	56.36	57.59

Tablo 6’da katılımcıların gelir gruplarına göre finansal okuryazarlık ortalamaları yer almaktadır. Diğer OECD ülkelerine benzer bir şekilde, gelirlerin yükselmesine paralel olarak finansal okuryazarlığın da yükseldiği gözlemlenmektedir.

Tablo 7 Eğitim seviyesine göre finansal okuryazarlık

Eğitim durumu	Finansal Okuryazarlık Oranları Yüksek Parametre Sayısı			
	0	1	2	3
Lise altında	0.2062	0.49453	0.22628	0.07299
Lise mezunu	0.08022	0.31343	0.40858	0.19776
Lise üzerinde	0.05517	0.26897	0.36552	0.31034

Tablo 7’de Türkiye’de finansal okuryazarlığın ölçümünde kullanılan bilgi, davranış ve tutum parametrelerinin hiçbirinde, sadece birinde, ikisinde ya da her üçünde yüksek skor alanların oranları yer almaktadır. Bu tabloda katılımcıların eğitim durumu ile finansal okuryazarlık düzeyi arasındaki ilişki verilmektedir. Diğer OECD ülkelerine benzer bir trend Türkiye için de gözlemlenmektedir. Lise altında eğitime sahip grubun yüksek finansal okuryazarlık skoru alamadığı ancak eğitim seviyesi nispeten düşük olanlar arasında da yine yüksek finansal okuryazarlığına sahip skorların elde edilebildiği gözlemlenmektedir. Eğitimin yükselmesi ile beraber finansal okuryazarlık parametrelerinde skorların bilgi seviyesinin yanısıra tutum ve davranışlarda da yükseldiği gözlemlenmektedir.

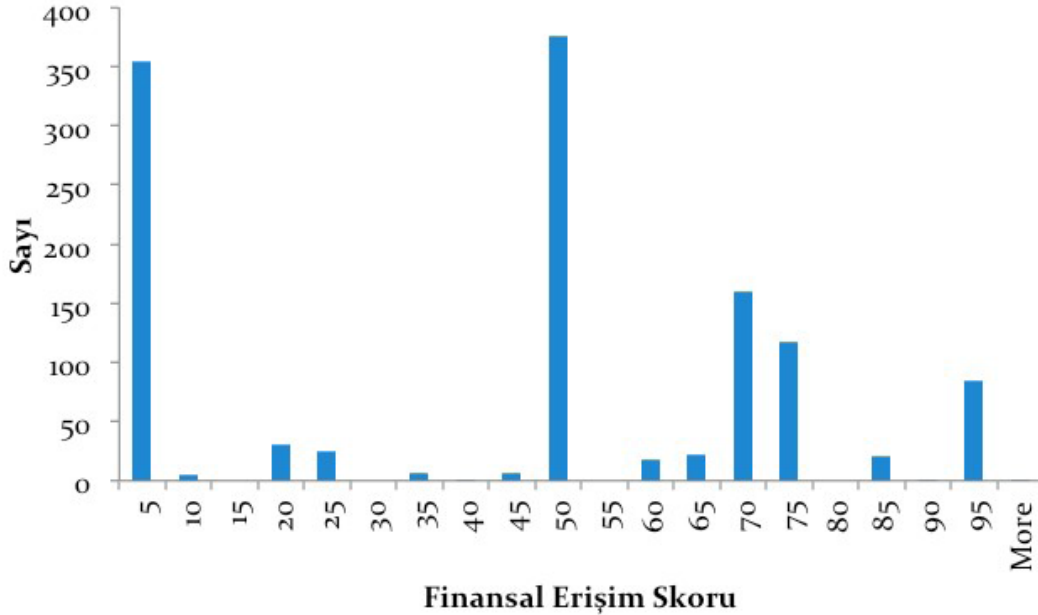
Finansal Erişim

Finansal erişimin ölçülmesi için tasarlanan Finansal Erişim Endeksi'nin oluşturulmasında finansal hizmetlerin tüketiciler tarafından kullanılma oranları baz alınmaktadır.

Finansal Erişim Endeksi oluşturulurken öncelikli olarak finans sektöründe faaliyet gösteren kuruluşların tüketicilere sunduğu belli başlı finansal hizmetler ve ürünlerden oluşan bir liste oluşturulmuştur. Oluşturulan bu listedeki ürünler daha sonra alanında uzman profesyoneller ve akademisyenlerden oluşan bir panel tarafından ürünün gelişmişlik seviyesine göre temel ürünler, kredi ve mevduat ürünleri, sigorta ve yatırım ürünleri ve son olarak da ileri finansal ürünler olmak üzere dört gruba ayrıştırılmıştır. Son olarak ise uzman panel tarafından her bir gruba uygun değerlerde ağırlıklar verilerek tüketicilerin Finansal Erişim skoru 0 ile 100 puan arasında bir değer alabilecek şekilde tasarlanmıştır. Bu metodolojiye göre Finansal Erişim skoru 0 olan bir tüketici yukarıda bahsi geçen dört finansal ürün grubundan hiçbirini kullanmazken, skoru 100 olan bir tüketici bu dört grubun her birinden en az bir ürünü kullanmaktadır.

Yukarıda detaylandırılan metodoloji kullanılarak ülkemizde yapılan Finansal Okuryazarlık ve Erişim Anketi'ne katılan 1230 kişinin her biri için Finansal Erişim Skoru hesaplanmış ve Şekil 2'de görüldüğü gibi bir dağılım elde edilmiştir. Buna göre ülkemizin Finansal Erişim Endeksi (ortalama finansal erişim skoru) 43,15'dir. Şekil 2'de üç grup tüketici öne çıkmaktadır. Bunlardan birincisi, belki de en önemlisi, finansal erişim skoru 0 olan tüketici grubudur. Bu verilere göre ülkemizde finansal hizmetlerden faydalanabilecekken bu hizmetleri kullanmayan %28,8'lik bir tüketici grubu mevcut ki bu grup finansal kuruluşlar için bir fırsat teşkil etmektedir. İkinci grup tüketici ise finansal erişim skoru 50 puan civarında olan "ortalama finansal tüketici" olarak tabir edebileceğimiz %30,6'lık bir kısım ki bu grup genelde sadece banka hesabı ya da kredi kartı gibi temel finansal ürünleri kullanan tüketicilerden oluşmaktadır. Dikkat edilmesi gereken son tüketici grubu ise finansal erişim skoru 95 puan civarında olan "gelişmiş finansal tüketici" diyebileceğimiz %6,9'luk bir kısım ki bu grup en temelinden en gelişmişine kadar tüm finansal ürün gruplarını kullanan tüketicilerden oluşmaktadır. Bu son grup tüketicilerin dikkatlice "çalışılması" ve bunlardan elde edilen içgörülerin diğer tüketici grupları üzerinde tatbik edilmesi finansal kuruluşlar için büyük bir önem arz etmektedir.

Şekil 2 Finansal Erişim Skoru Dağılımı



Finansal Erişim Göstergeleri ve Demografik Dağılım

Finansal erişimin ölçümü için tasarlanan anket, bu değerleri çeşitli demografik ölçütlerle gruplandırarak nüfusun alt gruplarının finansal davranışlarının daha iyi anlaşılmasına yardımcı olacaktır. Ankete eklenen demografik sorular, nüfusun cinsiyet, yaş, medeni hal, yaşanılan çevre, eğitim seviyesi, istihdam durumu, gelir kaynağı ve seviyesi gibi geniş bir yelpazede ayrıntılı olarak değerlendirilmesine imkan tanımaktadır. Bu kısımda, tüm denek grubunun ve yukarıda bahsi geçen bazı tüketici gruplarının cinsiyet, yaş, medeni hal ve yaşanılan çevre gibi ana demografik karakteristiklerle kısa bir değerlendirilmesi sunulmuştur.

Tablo 8 Finansal Erişim Endeksi ve Cinsiyet

Cinsiyet	Katılımcı Sayısı	Finansal Erişim Endeks Değerleri			
		Ortalama	Medyan	Minimum	Maksimum
Erkek	589	50,30	50,00	0	95
Kadın	641	36,58	50,00	0	100
Toplam	1230	43,15	50,00	0	100

Finansal erişim endeksinin cinsiyete göre kırılımına bakıldığında ülkemiz için çok da şaşırtıcı olmayacak şekilde kadınların finansal hizmetlere erişiminin erkeklere nazaran kayda değer bir şekilde düşük olduğu görülmüştür. Ama bu ankette erkekler arasında 100 skorunu elde eden birisi yokken, en sofistike finansal türev ürünlerini de kullanan tek tüketicinin kadın olması da dikkat çekmektedir. Genel istatistikler kadınların finansal ürünlere erişimindeki eksikliği vurgulasa da, bu anket çok küçük bir örnek de olsa, imkanlar sağlandığında kadınların da erkekler kadar finansal yatırım ürünlerini kullanabileceğini göstermiştir.

Tablo 9 Finansal Erişim Endeksi ve Medeni Hal

Medeni Hal	Katılımcı Sayısı	Finansal Erişim Endeks Değerleri			
		Ortalama	Medyan	Minimum	Maksimum
Evli	866	42,61	50,00	0	100
Bekar	310	44,75	50,00	0	95

Medeni hal sorusuna verilen cevaplar iki grup arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark ortaya çıkarmamıştır. İleride görüleceği üzere, bekar grubun az da olsa daha yüksek finansal erişim değerlerine ulaşması diğer demografik kriterlerle birlikte değerlendirildiğinde açıklanmaktadır.

Tablo 10 Finansal Erişim Endeksi ve Yaşanılan Çevre

Yaşanılan Çevre	Katılımcı Sayısı	Finansal Erişim Endeks Değerleri			
		Ortalama	Medyan	Minimum	Maksimum
Köy, mezra veya kırsal alan (Nüfusu 3000'den az)	267	29,30	20,00	0	95
Küçük kasaba (Nüfusu 3000 ila 15000 arası)	13	60,19	50,00	45,00	95
Kasaba (Nüfusu 15 000 ila 100 000 arası)	86	40,26	50,00	0	95
Şehir (Nüfusu 100 000 ila 1 000 000 arası)	108	40,30	50,00	0	95
Büyük şehir (Nüfusu 1 000 000 dan daha fazla)	756	48,27	50,00	0	100

Beklendiği üzere yaşanılan çevrenin nüfusu ile bireylerin finansal erişim değerleri doğru orantılıdır. Az sayıdaki denek dolayısıyla istatistiki olarak sağlıklı olan “küçük kasaba” grubu göz ardı edilirse ortalama finansal erişim endeks değerleri köyde yaşayanlar için 29,30, kasaba ve şehir sakinleri için yaklaşık 40,30 ve büyük şehir nüfusu için ise 48,27 olmuştur. Anketin ileride tekrarlanacak versiyonlarında finansal erişim eksikliğinin arz mı yoksa talep eksikliğinden mi kaynaklandığı araştırılıp küçük yerleşim yerlerine hizmet ve eğitim götürme yoluyla bu probleme çözüm önerileri getirilebilir.

Tablo 11 Finansal Erişim Endeksi ve Yaş

Yaş Aralığı	Katılımcı Sayısı	Finansal Erişim Endeks Değerleri			
		Ortalama	Medyan	Minimum	Maksimum
15-19	45	24,44	0,00	0	75
20-29	287	44,88	50,00	0	100
30-39	353	46,35	50,00	0	95
40-49	253	37,29	50,00	0	95
50-59	171	44,48	50,00	0	95
60-69	83	50,99	50,00	0	95
70+	38	38,29	50,00	0	95

Finansal erişimin yaşa göre dağılımı çok açık ve belirgin bir tablo çizmemektedir. 19 yaş altının ve 70 yaş üstünün göreceli olarak düşük değerlere sahip olması beklenir. Ancak diğer yaş gruplarında belirgin bir trend göze çarpmaktadır. İş durumuna bakıldığında, 60-69 yaş aralığının diğer yaş gruplarına ve ortalamaya göre daha yüksek erişim sahibi olmasının nedeninin emeklilik ile birlikte bireylerin düzenli bir şekilde banka hizmetleri kullanmak zorunda kalmaları olduğu anlaşılmaktadır.

Ortalama erişime sahip bir bireyin karakteristiklerine bakarsak endeks değeri 45 ile 55 arasında kalan 376 denek bize iyi bir fikir verebilmektedir. Türkiye'deki ortalama bir finansal servis tüketicisi %54,26 oranla erkek (204 denek), %45,74 oranla ise kadındır (172 denek). Yine bu grupta 237 birey evli (%63,03), 112 birey ise bekar (%29,79). Bu oranlar genel nüfusun cinsiyet ve medeni hal oranından az da olsa sapmaktadır.

Bu anket ile ülkemizde finansal hizmetlere erişimi olmayan önemli bir grubun varlığı niceliksel olarak belirlenmiştir. Finansal erişim endeks değeri 5'in altında olan %28,8'lik bu önemli grubun karakteristik özelliklerine bakacak olursak %68,64 oranla kadın ve %31,36 oranla ise erkektir. Medeni hal dağılımı evliler lehine %73,16'lık bir oran göstermektedir, fakat bu oran bütün anketteki evli oranından (%70,41) çok da yüksek değildir. Cinsiyet kırılımındaki bu dengesiz dağılımı iş durumu ile karşılaştırınca bu grubun büyük bölümünün (%53,39) ev hanımı olduğu görülmektedir. Finansal hizmetlere erişimi olmayan bu grup yeni bir pazar olarak değerlendirilebilir.

Son olarak en ileri finansal ürünleri de kullanarak 90'ın üzerinde yüksek bir finansal erişim skoru elde eden küçük gruba (toplam nüfusun yaklaşık %7'si) bakacak olursak %61,63 oranla erkek, %38,37 oranla ise kadındır. Bu grup ortalama bireylere nazaran daha eğitimli ve daha yüksek gelir seviyesine sahiptir.

Bu finansal erişim endeks değerlerinin zaman içindeki değişimini düzenli anketlerle ölçerek daha ayrıntılı analizlerle finansal okuryazarlık ve erişim geliştirme çabalarının daha etkili yönlendirilmesi amaçlanmaktadır.

Kaynak: Atkinson, A. and F. Messy (2012), "Measuring Financial Literacy: Results of the OECD / International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study", *OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions*, No. 15, OECD Publishing.
<http://dx.doi.org/10.1787/5k9csfs90fr4-en>