

Türkiye’de Finansal Okuryazarlık ve Erişim ve Dijital Olgunluk 2022

Dr. Hüseyin Sami Karaca

Analitik ve İçgörü Araştırma Merkezi

Boğaziçi Üniversitesi

Önsöz

Bu raporda bu yıl sekizincisi düzenlenen Türkiye’de Finansal Okuryazarlık ve Erişim (FOE) anketinin sonuçları detaylı bir şekilde sunulmuştur. Raporda 2022 FOE Endeks değerlerinin yanı sıra tüketicilerin genel finansal tutum ve davranışlarına ilişkin bulgulara, dijital olgunluk seviyelerine, yeni nesil dijital finansal varlık ve uygulamalara olan yatkınlıklarına ve içinden geçtiğimiz Kovid-19 pandemi döneminin finansal ve dijital yansımalarına da yer verilmiştir. Türk Ekonomi Bankası katkıları ile Boğaziçi Üniversitesi Analitik ve İçgörü Araştırma Merkezi Direktörü Dr. Hüseyin Sami Karaca tarafından yürütülen çalışmada kullanılan veriler Türkiye genelinde 18 yaş üstü 1506 katılımcı ile 2022 Haziran – Temmuz ayları arasında gerçekleştirilen yüz yüze anketler aracılığıyla toplanmıştır.

2022 yılı verilerine göre tüketicilerin Finansal Okuryazarlık Endeksi 62.1 olarak hesaplanmıştır. Bu rakam son on yılda ülke olarak ulaştığımız en yüksek finansal okuryazarlık değerini temsil etmesi yönüyle önem taşımaktadır. Finansal okuryazarlık seviyesinin demografik özelliklere göre kırılımına bakıldığında, finansal okuryazarlık açısından avantajlı grubun genellikle erkek, evli, 25-44 yaş grubu, yüksek derecede eğitim, gelir ve sosyo-ekonomik statüye sahip bireylerden ve çoğunlukla işyeri sahipleri, yöneticiler, ordu mensupları ve ücretli nitelikli uzmanlardan (avukat, doktor, mimar, mühendis, akademisyen vs.) oluştuğu görülmektedir. Buna karşın finansal okuryazarlık bakımından dezavantajlı grubun ise genellikle kadın, bekar, 55 yaş üstü, göreceli olarak düşük eğitim, gelir ve sosyo-ekonomik statüye sahip bireylerden ve çoğunlukla işsizler, ev kadınları, öğrenciler ve parça başı çalışan işçilerden oluştuğu gözlemlenmektedir.

2022 verilerine göre ülkemizin Finansal Erişim Endeksi 45.4 olarak hesaplanmıştır. Her ne kadar bu değer 2020’ye ait 45.9 endeksiyle paralellik gösterse de Finansal Erişim konusunda ülke olarak son on yılda oldukça belirgin bir sıçrama kaydettiğimiz söylenebilir. Finansal erişim seviyelerinin demografik değişkenlere göre dağılımı incelendiğinde yüksek finansal erişime sahip grubun genellikle erkek, evli, 35-54 yaş grubu, yüksek sosyo-ekonomik statüye sahip bireylerden ve çoğunlukla çalışan emekliler, işyeri sahipleri, yöneticiler, tek başına çalışan esnaflar, yönetici olmayan memur/teknik eleman/uzmanlar ve ücretli nitelikli uzmanlar grubundan oluştuğu görülmektedir. Diğer yandan düşük finansal erişime sahip grubun ise genellikle kadın, bekar, göreceli olarak düşük sosyo-ekonomik statüye sahip bireylerden ve çoğunlukla öğrenciler, ev kadınları ve işsizlerden oluştuğu gözlemlenmektedir.

Türkiye Finansal Haritasına Genel Bakış

2022 FOE anketinden elde edilen verilere göre, katılımcıların yalnızca %13'ü şu anki kişisel finansal durumundan memnun olduğunu belirtirken, aylık olağan giderlerini karşılamakta zorluk çekenlerin oranının %73 olduğu görülmektedir. Öte yandan, görüşmecilerin %80'lik bir kısmı gelecek 12 ayda ülkemizin ekonomik durumuna yönelik olumsuz beklentilere sahip iken, bu oranın katılımcıların kendi hanelerinin maddi durumuna yönelik yöneltilen soruda %73 seviyelerinde olduğu gözlemlenmektedir.

Çalışmada kullanılan örneklemin %12'si hanehalkına ait bir bütçenin olmadığını söylerken, çocuğu olan katılımcıların %21'i (tüm örneklemin %13'ü) çocuklarına finansal konularda (tasarruf yapma, para harcama alışkanlıkları vb.) aile içi herhangi bir eğitim vermediğini belirtmektedir. Bu konuda her ne kadar geçmiş yılların verilerine göre (örn. 2018: çocuğu olan katılımcıların %38'i, tüm örneklemin %20'si) ciddi bir ilerleme kaydetmiş olsak da finansal okuryazarlık konusunda önümüzde ülke olarak kat edilmesi gereken yollarımızın olduğu görülmektedir.

Çalışma neticesinde elde edilen bir diğer ilgi çekici istatistik ise bireysel veya bir başkası ile ortak bir banka hesabı olanların oranının %85 seviyesinde olması ve dolayısıyla bankalaştırılmamış nüfus oranının %15 düzeyinde olmasıdır. Herhangi bir banka hesabı sahibi olunmamasına katılımcılar tarafından sebep olarak gösterilen nedenler arasında en üst sıralarda "yeterince finansal kaynağa sahip olamama" (%51), "hanehalkında başka birinin banka hesabı olması" (%30) ve "bankalara güvenmeme" (%17) yer almaktadır. Bu sonuçlar finansal erişim konusunda sektörde rekabet eden tüm kurum ve kuruluşlara yön göstermesi açısından değer taşımaktadır.

Dijital bankacılık ve dijital banka mevzuatındaki son gelişmelerden hareketle katılımcılara yöneltilen "tamamen dijital (tüm bankacılık hizmetlerinin sadece internet ve/veya mobil uygulama üzerinden yapılabildiği, şubesi bulunmayan) bir banka ile çalışır mısınız?" sorusuna halihazırda bir banka hesabı olanların (bankalaştırılmış) %56'sı olumlu dönüş yaparken, henüz bir banka hesabı olmayanların (bankalaştırılmamış) ise sadece %21'i olumlu geribildirimde bulunmuştur. Bu doğrultuda katılımcıların bir banka veya dijital finansal uygulama seçerken en çok önem verdikleri 5 husus şöyle sıralanabilir: kolay ve hızlı olması (%73), basit ve anlaşılır bir ücret modeli olması (%48), kart/kredi limitleri ve onay kolaylığı (%29), bana sürprizler yapması (%27), ödül programı olması (%25). İhtiyaçların karşılanması noktasında bir bankanın en çok ilgi çeken tekliflerini ise şu şekilde listelemek mümkündür: kredi teklifleri - KMH, İhtiyaç, Konut, Araç Kredileri vb. (%45), kredi kartı teklifleri - Kampanya, Limit, Taksit vb. (%43), bütçe yönetimi - Ödeme Takibi vb. (%34), birikim gelirleri - Vadeli Teklifleri (%33), birikim hesapları - BES vb. (%26).

Tüketicilerin şu anki tasarruf alışkanlıkları üzerine yöneltilen sorular neticesinde örneklemin %56'sının hiçbir şekilde tasarruf yapamadığı görülmektedir. Diğer yandan, ayın başında belli bir miktar tasarruf için ayırdığını dile getirenlerin (proaktif tasarruf) oranı %18 iken ayın sonunda harcamalardan arta kalan parayı tasarruf için ayırdığını söyleyenlerin (reaktif tasarruf) oranı %16 seviyesindedir. Dijitalleşmenin getirdiği değişimlerden biri de tüketicilerin birikimlerini yeni finansal araçlarla değerlendirme arayışına girmiş olmalarıdır. Bu arayışın toplumdaki yansımaları resmetmek adına yeni nesil bir takım kripto varlıklara dair bilgi, sahiplik ve ilgi seviyelerini ölçmek üzere oluşturulan ifadelerle katılım oranlarını (%) gösteren tabloya aşağıda yer verilmiştir.

Dijital Varlık	Duydum	Sahibim	Yatırım Yapmayı Düşünüyorum
Bitcoin	95	8	10
Altcoin ve tokenlar (Bitcoin harici diğer coinler, Ethereum vs.)	30	6	7
NFT (Non Fungible Token)	11	1	3
Metaverse varlıkları (arsa, dijital varlıklar vs.)	14	1	2

Birikimi olmayan veya birikimine ek olarak kredi kullanmayı düşünen katılımcıların hangi amaçla kredi kullanmak istediklerine dair en çok belirtilen 5 sebep şöyle sıralanabilir: ev almak için (%31), araba almak için (%22), acil durumlar için (%20), sağlık harcamaları için (%17), çocuğumun eğitimi için (%15). Diğer taraftan, birikim yaptığını belirten katılımcıların hangi amaçla para biriktirdiği sorusuna cevap olarak en çok belirtilen 5 sebep şöyle listelenebilir: acil durumlar için (%38), ev almak için (%32), araba almak için (%25), çocukların eğitimi için (%23), sağlık harcamaları için (%21). Hangi yöntemlerle birikim yapıldığı sorusuna cevap olarak ise en çok tercih edilen 5 tasarruf yolunu şöyle sıralamak

mümkündür: altın (%43), nakit olarak TL (%35), vadesiz TL banka hesabı (%28), vadeli TL banka hesabı (%24), nakit olarak Döviz (%20).

Finansal Okuryazarlık

Bu çalışmada, finansal okuryazarlık kavramı bütçeleme ve para yönetimi, kısa ve uzun vadeli finansal planlar ve finansal ürün seçimi gibi çeşitli yönleriyle ele alınıp tüketicilerin finansal bilgi, finansal tutum ve finansal davranışlarına yönelik birtakım analizler yapılmıştır. Uzman bir panel tarafından geliştirilmiş olan Finansal Okuryazarlık ve Erişim anketine 2022 yılında Türkiye genelinde katılan toplam 1506 tüketicinin her biri için Finansal Okuryazarlık Skoru hesaplanmış ve ülkemizin Finansal Okuryazarlık Endeksi (ortalama finansal okuryazarlık skoru) 62.1 olarak belirlenmiştir. Önceki yıllara ait Finansal Okuryazarlık Endeks değerlerini de göz önünde bulundurarak ülke olarak finansal okuryazarlık konusunda yukarı yönlü bir ivmemizin olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 1 Finansal Okuryazarlık Endeksi

Yıl	Katılımcı Sayısı	Finansal Okuryazarlık Endeks Değerleri			
		Ortalama	Medyan	Minimum	Maksimum
2013	1230	59.9	61.0	11.0	100.0
2014	1638	59.4	59.0	17.0	94.0
2015	1507	60.0	61.0	11.0	100.0
2016	1526	60.1	61.0	17.0	94.0
2017	1510	60.8	62.0	18.0	95.0
2018	1524	61.5	62.0	17.0	95.0
2020	1506	60.8	62.0	18.0	97.0
2022	1506	62.1	64.0	18.0	100.0

Tüketicilerin Finansal Okuryazarlık Skoru hesaplanırken her bir tüketicinin Finansal Bilgi Skoru, Finansal Tutum/Tavır Skoru ve Finansal Davranış Skorunun toplamı kullanılmıştır. Finansal Bilgi Skoru bir kişinin bölme, paranın zaman değeri, ödenen faiz, basit faiz, bileşik faiz, risk ve getiri, enflasyon ve çeşitlendirme gibi temel finansal kavramlar hakkında ne kadar bilgi sahibi olduğunu ölçmek için tasarlanmıştır. 2022 yılı verilerine göre ülkemizin Finansal Bilgi Skoru 21.1 olarak hesaplanmıştır. Finansal Tutum/Tavır Skoru tüketicilerin kısa vadedeki istekleri ile uzun vadeli finansal planlarına ilişkin tavır ve tutumlarını ölçülemektedir. 2022 yılı verilerine göre Finansal Tutum/Tavır Skoru 14.0 olarak belirlenmiştir. Finansal Davranış Skoru, satın almadan önce düşünme, faturaları zamanında ödeme ve bütçeleme, ve hedeflere ve ihtiyaçlara ulaşabilmek için tasarruf ve harcama gibi sergilenen olumlu davranışlar hakkında bilgi edinmeyi amaçlamaktadır. 2022 yılı için hesaplanan Finansal Davranış Skoru 27.1'dir. 2020 yılı verileriyle karşılaştığımızda, Finansal Okuryazarlık skorunun alt bileşenlerinde 2022 itibarıyla yukarı yönlü bir ivme olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 2 Finansal Bilgi, Tutum ve Davranış Skorları

Yıl	Finansal Bilgi Skoru			Finansal Tutum Skoru			Finansal Davranış Skoru		
	Ort.	Med.	Std. Sap.	Ort.	Med.	Std. Sap.	Ort.	Med.	Std. Sap.
2013	22.8	23.0	8.6	15.5	15.0	4.4	21.6	23.0	9.4
2014	19.9	23.0	9.1	14.1	14.0	4.0	25.4	27.0	8.1
2015	21.2	23.0	7.7	15.0	15.0	4.2	24.0	23.0	8.9
2016	20.6	23.0	8.6	14.6	15.0	3.8	25.1	27.0	8.8
2017	21.0	23.0	7.7	14.2	14.0	3.6	25.7	27.0	8.3
2018	21.2	23.0	8.0	15.0	15.0	3.8	25.5	27.0	8.7
2020	21.2	23.0	8.6	13.4	14.0	3.9	26.4	27.0	9.3
2022	21.1	23.0	8.2	14.0	14.0	3.9	27.1	27.0	8.6

Finansal Okuryazarlık Göstergeleri ve Demografik Dağılım

Bu bölümde finansal okuryazarlık değerleri çeşitli demografik ölçütlerle gruplandırılarak nüfusun alt gruplarının finansal davranışlarının daha iyi anlaşılması amaçlanmıştır. Cinsiyet, medeni hal, yaşanılan çevre, yaş, eğitim, gelir ve sosyo-ekonomik grup gibi demografik özellikler ile finansal okuryazarlık endeksi arasındaki ilişkilerin kısa bir değerlendirmesi sunulmuştur.

Tablo 3 Finansal Okuryazarlık Endeksi ve Cinsiyet

Finansal Okuryazarlık Endeks Değerleri	
--	--

Cinsiyet	Katılımcı Sayısı	Ortalama	Medyan	Minimum	Maksimum
Erkek	748	63.3	64.0	23.0	100.0
Kadın	758	60.8	62.0	18.0	100.0

Finansal okuryazarlık endeksinin cinsiyete göre kırılımına (Erkek: 63.3 ve Kadın: 60.8) bakıldığında kadınların finansal okuryazarlık seviyesinin erkeklere nazaran düşük olduğu gözlemlenmektedir. 2013 yılında açıklanan ilk değerlerden (Erkek: 63.1 ve Kadın: 56.9) günümüze kadar kadınlar ve erkekler arasındaki finansal okuryazarlık seviyesindeki farkın giderek kapandığı görülmektedir.

Tablo 4 Finansal Okuryazarlık Endeksi ve Medeni Hal

Medeni Hal	Katılımcı Sayısı	Finansal Okuryazarlık Endeks Değerleri			
		Ortalama	Medyan	Minimum	Maksimum
Evli	826	62.3	64.0	18.0	100.0
Bekar	680	61.8	62.0	23.0	97.0

Medeni hal göz önünde bulundurulduğunda bekarların evlilere oranla görece daha düşük finansal okuryazarlığa sahip olduklarını söylemek mümkündür.

Tablo 5 Finansal Okuryazarlık Endeksi ve Yaşanılan Çevre

Yaşanılan Çevre	Katılımcı Sayısı	Finansal Okuryazarlık Endeks Değerleri			
		Ortalama	Medyan	Minimum	Maksimum
Köy, mezra veya kırsal alan (Nüfusu 3000'den az)	418	58.9	59.0	18.0	100.0
Küçük kasaba (Nüfusu 3000 ila 15000 arası)	39	64.2	62.0	33.0	86.0
Kasaba (Nüfusu 15 000 ila 100 000 arası)	152	62.3	64.0	23.0	98.0
Şehir (Nüfusu 100 000 ila 1 000 000 arası)	57	63.4	65.0	29.0	92.0
Büyük şehir (Nüfusu 1 000 000 dan daha fazla)	840	63.4	64.0	23.0	100.0

Yaşanılan çevrenin nüfusu ile bireylerin finansal okuryazarlık seviyeleri ortak bir şekilde değerlendirildiğinde, finansal okuryazarlık açısından büyük şehirlerin kırsal alanlara göre daha avantajlı durumda oldukları söylenebilir.

Tablo 6 Finansal Okuryazarlık Endeksi ve Yaş

Yaş Aralığı	Katılımcı Sayısı	Finansal Okuryazarlık Endeks Değerleri			
		Ortalama	Medyan	Minimum	Maksimum
18-24	249	61.5	62.0	27.0	92.0
25-34	363	63.9	64.0	23.0	100.0
35-44	307	63.7	65.0	26.0	100.0
45-54	248	61.7	62.0	27.0	95.0
55-64	177	60.0	62.0	18.0	91.0
65+	162	58.5	60.0	23.0	95.0

Finansal okuryazarlık ile yaş arasında ters-U benzeri bir bağlantı olduğu gözlemlenmekte ve bu ilişkide 25-44 yaş grubunun diğer gruplara oranla daha yüksek finansal okuryazarlık değerine sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 7 Finansal Okuryazarlık Endeksi ve Eğitim

Eğitim Seviyesi	Katılımcı Sayısı	Finansal Okuryazarlık Endeks Değerleri			
		Ortalama	Medyan	Minimum	Maksimum

İlkokul terk	215	52.3	55.0	18.0	83.0
İlkokul mezunu	505	62.7	64.0	23.0	97.0
Ortaokul mezunu	272	61.0	62.0	23.0	88.0
Lise (Normal) mezunu	244	67.1	68.0	32.0	100.0
Lise (Meslek) mezunu	79	60.2	62.0	35.0	88.0
Yüksek Okul (2 yıllık) mezunu	54	66.3	64.5	36.0	98.0
Açık öğretim (Üniversite) mezunu	21	60.5	59.0	32.0	88.0
Üniversite (normal) mezunu	106	69.1	71.0	36.0	92.0
Lisansüstü	10	66.4	67.5	42.0	91.0

Tüketicilerin eğitim durumu ile finansal okuryazarlık düzeyi arasındaki ilişki incelendiğinde eğitim seviyesinin yükselmesi ile finansal okuryazarlık seviyesinin de genel olarak yükseldiği gözlemlenmektedir.

Tablo 8 Finansal Okuryazarlık Endeksi ve Hanehalkı Geliri

Hanehalkı Geliri	Katılımcı Sayısı	Finansal Okuryazarlık Endeks Değerleri			
		Ortalama	Medyan	Minimum	Maksimum
1.000 TL'den az	23	52.4	55.0	32.0	74.0
1.001-2.000 TL	30	57.2	55.0	29.0	82.0
2.001-3.000 TL	73	54.6	55.0	27.0	95.0
3.001-4.000 TL	205	55.0	56.0	23.0	92.0
4.001-6.000 TL	492	62.2	64.0	18.0	100.0
6.001-8.000 TL	340	64.4	64.0	23.0	100.0
8.000 TL üzeri	282	69.2	71.0	32.0	95.0

Tüketicilerin gelir gruplarına göre finansal okuryazarlık seviyelerini değerlendirdiğimiz zaman gelirin yükselmesiyle beraber finansal okuryazarlığın da genel olarak yükseldiği gözlemlenmektedir.

Tablo 9 Finansal Okuryazarlık Endeksi ve Sosyo-Ekonomik Grup

Sosyo-Ekonomik Grup	Katılımcı Sayısı	Finansal Okuryazarlık Endeks Değerleri			
		Ortalama	Medyan	Minimum	Maksimum
A	53	69.5	70.0	42.0	91.0
B	114	66.7	71.0	32.0	92.0
C1	307	65.0	65.0	29.0	100.0
C2	423	62.2	64.0	23.0	100.0
DE	609	59.0	59.0	18.0	95.0

Finansal okuryazarlık endeksinin sosyo-ekonomik gruba göre kırılımına bakıldığında beklendiği üzere tüketicilerin sosyo-ekonomik seviyeleri ile finansal okuryazarlık seviyeleri arasında doğru orantı olduğu gözlemlenmektedir. En alt ve en üst sosyo-ekonomik gruplar arası finansal okuryazarlık seviyesindeki zamanla kapanan farkın maalesef tekrardan açılma eğiliminde olduğu görülmektedir (2014 - A: 68.2, DE: 55.5; 2015 - A: 64.6, DE: 57.5; 2016 - A: 64.3, DE: 58.8; 2017 - A: 65.3, DE: 59.0; 2018 - A: 67.2, DE: 58.6; 2020 - A: 63.3, DE: 57.6).

Son olarak meslek grupları ile finansal okuryazarlık düzeyi arasındaki ilişki incelendiğinde, en yüksek finansal okuryazarlığa sahip grupların işyeri sahipleri, yöneticiler, ordu mensupları ve ücretli nitelikli uzmanlardan (avukat, doktor, mimar, mühendis, akademisyen vs.) oluştuğu görülürken, en düşük finansal okuryazarlığa sahip grupların ise işsizler, ev kadınları, öğrenciler ve parça başı çalışan işçilerden oluştuğu gözlemlenmektedir.

Finansal Erişim

Finansal erişimin ölçülmesi için tasarlanan Finansal Erişim Endeksi'nin oluşturulmasında finansal hizmetlerin tüketiciler tarafından kullanım oranları baz alınmıştır. 2022 verilerine göre ülkemizin Finansal Erişim Endeksi (ortalama finansal erişim skoru) 45.4 olarak hesaplanmıştır. Bu değer 2020'de ölçülen 45.9'la paralellik gösterdiği görülmektedir. Bununla beraber son on yıl içerisinde finansal hizmetlerin tüketiciler tarafından kullanım oranlarında ciddi bir artış olduğunu söylemek mümkündür. Finansal Erişim Endeksi'nin 100 puan üzerinden ölçüldüğü göz önüne alındığında ortalama endeks skorunun düşük çıkması bize sıradan tüketicilerin banka hesabı, kredi kartı vs. gibi temel ürünler dışında başka finansal ürün ve hizmetlerden yararlanmadığını göstermektedir.

Tablo 10 Finansal Erişim Endeksi

Yıl	Katılımcı Sayısı	Finansal Erişim Endeks Değerleri			
		Ortalama	Medyan	Minimum	Maksimum
2013*	1230	31.5	33.0	0	100
2014	1638	39.2	40.0	0	100
2015	1507	33.7	40.0	0	98
2016	1526	38.2	48.0	0	100
2017	1510	44.1	50.0	0	100
2018	1524	47.0	50.0	0	98
2020	1506	45.9	50.0	0	100
2022	1506	45.4	50.0	0	100

*Endeksin bir önceki versiyonuna göre hesaplanmış değerler.

Finansal Erişim Göstergeleri ve Demografik Dağılım

Finansal erişimin ölçümü için tasarlanan anket, bu değerleri çeşitli demografik ölçütlerle gruplandırarak nüfusun alt kümelerinin finansal davranışlarının daha iyi anlaşılmasına yardımcı olacaktır. Ankete eklenen demografik sorular, nüfusun cinsiyet, yaş, medeni hal, yaşanılan çevre, sosyo-ekonomik grup ve istihdam durumu gibi geniş bir yelpazede ayrıntılı olarak değerlendirilmesine imkan tanımaktadır.

Tablo 11 Finansal Erişim Endeksi ve Cinsiyet

Cinsiyet	Katılımcı Sayısı	Finansal Erişim Endeks Değerleri			
		Ortalama	Medyan	Minimum	Maksimum
Erkek	748	46.4	50.0	0	100
Kadın	758	44.4	50.0	0	100

Finansal erişim endeksinin cinsiyete göre dağılımına bakıldığında kadınların finansal hizmetlere erişiminin erkeklere oranla bir miktar düşük seviyede kaldığı görülmüştür. Gruplar arasındaki farkın yıllar içerisinde giderek kapanmaya başladığı görülmektedir (2015 - erkek: 39.7 ve kadın: 27.7; 2016 - erkek: 42.5 ve kadın: 34.0; 2017 - erkek: 48.1 ve kadın: 40.2; 2018 - erkek: 50.9 ve kadın: 43.2; 2020 - erkek: 46.9 ve kadın: 45.0).

Tablo 12 Finansal Erişim Endeksi ve Medeni Hal

Medeni Hal	Katılımcı Sayısı	Finansal Erişim Endeks Değerleri			
		Ortalama	Medyan	Minimum	Maksimum
Evli	826	46.0	50.0	0	100
Bekar	680	44.7	50.0	0	98

Finansal erişim endeksinin medeni hale göre kırılımına bakıldığında evlilerin bekarlara oranla daha yüksek finansal erişime sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 13 Finansal Erişim Endeksi ve Yaşanılan Çevre

Finansal Erişim Endeks Değerleri					
----------------------------------	--	--	--	--	--

Yaşanılan Çevre	Katılımcı Sayısı	Ortalama	Medyan	Minimum	Maksimum
Köy, mezra veya kırsal alan (Nüfusu 3000'den az)	418	38.7	50.0	0	95
Küçük kasaba (Nüfusu 3000 ila 15000 arası)	39	44.9	50.0	0	85
Kasaba (Nüfusu 15 000 ila 100 000 arası)	152	46.7	50.0	0	98
Şehir (Nüfusu 100 000 ila 1 000 000 arası)	57	44.2	50.0	0	100
Büyük şehir (Nüfusu 1 000 000 dan daha fazla)	840	48.6	50.0	0	100

Yaşanılan çevrenin nüfusu ile bireylerin finansal erişim seviyeleri arasında genel anlamda doğru orantılı bir ilişki gözlemlenmektedir.

Tablo 14 Finansal Erişim Endeksi ve Yaş

Yaş Aralığı	Katılımcı Sayısı	Finansal Erişim Endeks Değerleri			
		Ortalama	Medyan	Minimum	Maksimum
18-24	249	44.3	50.0	0	95
25-34	363	46.0	50.0	0	100
35-44	307	48.9	50.0	0	95
45-54	248	47.2	50.0	0	100
55-64	177	42.0	50.0	0	85
65+	162	40.1	50.0	0	85

Finansal okuryazarlık endeksine benzer şekilde, finansal erişim endeksi ile yaş arasında da ters-U benzeri bir bağlantı olduğu gözlemlenmekte ve bu ilişkide 35-54 yaş grubunun diğer gruplara oranla daha yüksek finansal erişim değerlerine sahip olduğu görülmektedir. Çoğunluğu öğrenci olan 18-24 yaş grubu ve 65 yaş üstünün göreceli olarak düşük değerlere sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 15 Finansal Erişim Endeksi ve Sosyo-Ekonomik Durum

Sosyo-Ekonomik Grup	Katılımcı Sayısı	Finansal Erişim Endeks Değerleri			
		Ortalama	Medyan	Minimum	Maksimum
A grubu	53	52.9	50.0	8	95
B grubu	114	55.4	50.0	0	95
C1 grubu	307	47.6	50.0	0	100
C2 grubu	423	47.1	50.0	0	95
DE grubu	609	40.6	50.0	0	95

Finansal erişim değerlerinin sosyo-ekonomik gruplara göre dağılımına bakıldığında çok da şaşırtıcı olmayan bir trendle karşılaşılmaktadır. A grubunda 53 olan ortalama endeks değeri DE grubuna gelindiğinde 41 seviyesine düşmüştür. 2020 yılında yapılan anket ile benzer bulgulara ulaşılmış olsa da alt ve üst sosyo-ekonomik gruplar arasındaki finansal erişim seviyesindeki farkın seneler içinde kapandığı görülmektedir (2015 - A grubu: 48.8 ve DE grubu: 27.3; 2016 - A grubu: 49.5 ve DE grubu: 35.7; 2017 - A grubu: 50.1 ve DE grubu: 40.3; 2018 - A grubu: 55.8 ve DE grubu: 41.2; 2020 - A grubu: 53.2 ve DE grubu: 42.1). Bir diğer dikkat çekici nokta ise A ve B grubunda bulunan kişilerde dahi hiç yakın finansal erişime sahip bireylerin bulunuyor olmasıdır.

Tablo 16 Finansal Erişim Endeksi ve Meslek

Meslek	Finansal Erişim Endeks Değerleri	
	Katılımcı Sayısı	Ortalama

HERHANGİ BİR İŞTE ÇALIŞMAYANLAR		
Emekli-çalışıyor	3	68.3
Emekli-çalışmıyor	126	44.0
İşsiz - şu an çalışmıyor - ek gelir yok, yardım alıyor	89	28.8
İşsiz - şu an çalışmıyor - düzenli ek gelir var	45	42.8
Ev kadını - ek gelir yok, yardım alıyor	155	40.9
Ev kadını - düzenli ek gelir var	87	42.0
Öğrenci (gelir getirici bir işi olmayan)	109	40.6
MAAŞ YA DA ÜCRET KARŞILIĞI ÇALIŞANLAR		
İşçi/hizmetli - parça başı işi olan (düzensiz zaman zaman çalışan)	188	44.3
İşçi/hizmetli - düzenli işi olan (özel bir sebep olmadıkça aynı işi yapan)	451	49.0
Ustabası/kalfa - kendine bağlı işçi çalışan	22	42.4
Yönetici olmayan memur / teknik eleman / uzman vs	63	55.2
Yönetici (1-5 çalışanı olan)	15	59.6
Yönetici (6-10 çalışanı olan)	3	58.3
Yönetici (11-20 çalışanı olan)	0	-
Yönetici (20'den fazla çalışanı olan)	3	36.0
Ordu mensubu (uzman er, astsubay, subay)	3	51.0
Ücretli Nitelikli uzman (avukat,doktor,mimar,mühendis, akademisyen vs)	20	52.8
KENDİ HESABINA ÇALIŞANLAR		
Çiftçi (kendi başına/ailesiyle çalışan)	33	44.1
Seyyar - Kendi isi (free lance dâhil), dükkânda hizmet vermiyor	8	60.1
Tek başına çalışan, dükkân sahibi, esnaf (taksi şoförü dâhil)	30	57.6
İşyeri sahibi- 1-5 çalışanlı (Tic, Tarım, İmalat, Hizmet)	24	56.0
İşyeri sahibi- 6-10 çalışanlı (Tic, Tarım, İmalat, Hizmet)	3	66.7
İşyeri sahibi -11-20 çalışanlı (Tic, Tarım, İmalat, Hizmet)	3	51.0
İşyeri sahibi - 20'den fazla çalışanlı (Tic, Tarım, İmalat, Hizmet)	2	65.0
Serbest nitelikli uzman (avukat, mühendis, mali müşavir, doktor, eczacı vs.)	19	50.7

Son olarak, finansal erişim değerlerinin meslek gruplarına göre dağılımı incelenmiştir. Çalışmayanlar grubunda öğrenciler, ev kadınları ve işsizler düşük finansal erişim skorları sebebiyle sistemin en dışında kalan gruplar olmuştur. Ücret karşılığı çalışan grup içinde, tahmin edilebileceği üzere beyaz yakalı grup mavi yakalı gruba göre daha yüksek erişim değerlerine sahiptir. Kendi hesabına çalışanlar grubunda çiftçilerin bu grubun ortalamasının altında kaldığı gözlemlenmiştir. Diğer taraftan, çalışan emekliler, işyeri sahipleri, yöneticiler, tek başına çalışan esnaflar, yönetici olmayan memur/teknik eleman/uzmanlar, ve ücretli nitelikli uzmanlar grubunun bütün katılımcılar içinde en yüksek erişim değer ortalamalarına sahip oldukları görülmüştür.

Dijital Olgunluk ve Kovid-19 Pandemisinin Etkileri

Her yıl düzenlenen Türkiye’de Finansal Okuryazarlık ve Erişim anketinin son iki versiyonuna tüketicilerin çağın getirdiği dijital olanaklar konusundaki bilgi, tutum ve davranışlarını tespit etmek ve bu olanakları günlük hayatlarına uyarlama seviyelerini ölçmek amacıyla yeni sorular eklenmiştir.

Türkiye geneli tüketicilerin dijital olgunluklarına dair göze çarpan ilk bulgulardan birisi ankete katılan örneklemin %67’sinin dijital olanakları kullanarak günlük işlerini halledebilme konusunda kendisini yetkin gördüğünü belirtmesidir. Pandeminin günlük hayatımıza girmeye başladığı 2020 yılına ait %48 seviyesine göre oldukça dikkat çekici bu sıçrayış pandeminin dijital kullanım davranışlarımız üzerindeki muazzam etkisini gözler önüne sermektedir. Diğer yandan Türkiye’de internet kullanım oranının %79 olduğu düşünüldüğünde dijital okuryazarlık konusunda tıpkı finansal okuryazarlık ve erişim konusunda olduğu gibi gidilecek yollarımızın olduğu görülüyor. Göze çarpan bir diğer sonuç ise bankacılık ve fatura ödeme gibi finansal konular söz konusu olduğunda dijitalin sunduğu kolaylıklardan günlük hayatta sıklıkla faydalanma oranının sırasıyla %52 ve %48 seviyelerinde olmasıdır. 2020’de her iki oran da %39 seviyesinde iken günümüze doğru finansal dijitalleşmede yüksek bir ivme kazandığımız net bir şekilde ortaya çıkmaktadır.

İki yılı aşkın süredir dünya genelinde damgasını vuran Kovid-19 pandemisi en derin etkilerinden birini hiç şüphesiz tüketicilerin finansal hayatlarında bıraktı. İçinden geçtiğimiz pandemi döneminin tüketicilerin hayatına finansal anlamda yansımaları göz önüne alındığında tüm örneklemin %62’si hanehalkı gelirinde ciddi bir düşüş olduğunu söylerken, %12’si ise ciddi bir artış olduğunu belirtti. 2020 yılında bu değerlerin sırasıyla %53 ve %10 olduğu göz önüne alındığında alt ve üst gelir grupları arasındaki makasın daha da açıldığını söylemek mümkündür. Diğer yandan katılımcıların %53’ü (2020: %34) bu dönemde aylık harcamalarında ciddi bir düşüş olduğunu söylerken, %28’i (2020: %38) ise ciddi bir artış olduğunu aktarmaktadır.

Araştırma sonuçlarının belki de en endişe verici noktalarından birisi ise tüm örneklemin %72’sinin (2020: %65) tasarruf etme oranında ciddi bir düşüş olduğunu belirtmesi. Bununla beraber katılımcıların %10’unun (2020: %10) bu dönemde tasarruf oranlarında ciddi bir artış olduğunu belirtmesi bir nebze olsun umut verici bir gelişme. Tüm bu değerler 2022 FOE araştırması verilerine göre ortaya çıkan tüketicilerin %56’sının hiçbir şekilde tasarruf yapamadığı verisiyle beraber değerlendirildiğinde tüketicilerin tasarruf alışkanlıklarının pandemi sürecinde ciddi bir sekteye uğradığını söylemek mümkündür.

Kovid-19 pandemisi her ne kadar hayatın birçok alanında tamiri zor hasarlara yol açmış olsa da özellikle dijital alanda birtakım fırsatları beraberinde getirdiği de çok açık. Örneğin, tüm katılımcıların %33’ü (2020: %20) bankacılık işlemlerini ilk kez pandemi döneminde internet üzerinden yaptığını söylerken, %38’i (2020: %21) ise ilk kez bu dönemde internet üzerinden fatura ödeme işlemi gerçekleştirdiğini belirtiyor. Her iki gelişme de sürdürülebilirliği sağlanması durumunda gerek dijital okuryazarlık gerekse de finansal okuryazarlık ve erişim seviyelerimizde büyük bir artışı tetikleme potansiyeline sahip.

İnternet üzerinden bankacılık işlemlerini ilk olarak pandemi döneminde yürüten tüketicilerin (örneklemin %33’ü) davranışları göz önüne alındığında dijital bankacılık hizmetlerinin kullanım yüzdelerine Tablo 17’de yer verilmiştir.

Tablo 17 Pandemi Dönemi Dijital Bankacılık Hizmetleri Kullanım Yüzdeleri

Para transferi	71
Ödemeler (fatura, üniversite, vergi vb.)	57
Hesap/kart ekstresi/bakiyesi inceleme	50
Kredi kartı/kredi borcu ödemeleri	47
Yatırım işlemleri	28
Kredi/kart başvurusu	24
QR işlemleri	8

Dijital bankacılık hizmetleri ile ilk kez pandemi döneminde tanışan tüketicilerin pandemi sonrası bu hizmetleri kullanmaya devam etme niyetlerine dair yöneltilen soruya grubun %23'ü nadiren cevabını verirken, %47 sıklıkla devam edeceğini belirtmiştir. Basit bir hesapla, pandemi sonrası dijital bankacılık kullanım oranlarında %16'ya yakın kalıcı bir artış olacağı söylenebilir (internet üzerinden bankacılık işlemlerini ilk olarak pandemi döneminde yürüten tüketicilerin oranı (%33) x pandemi sonrasında sıklıkla devam etme olasılığı (%47)).