

Türkiye’de Finansal Okuryazarlık ve Erişim ve Dijital Olgunluk 2020

Dr. Hüseyin Sami Karaca

Analitik ve İçgörü Araştırma Merkezi

Boğaziçi Üniversitesi

Önsöz

Bu raporda bu yıl yedincisi düzenlenen Türkiye’de Finansal Okuryazarlık ve Erişim (FOE) anketinin sonuçları detaylı bir şekilde sunulmuştur. Raporda 2020 FOE Endeks değerlerinin yanı sıra tüketicilerin genel finansal tutum ve davranışlarına ilişkin bulgulara, dijital olgunluk seviyelerine ve içinde bulunduğumuz 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 2020 Ağustos – Eylül ayları arasında gerçekleştirilen yüz yüze anketler aracılığıyla toplanmıştır.

2020 yılı verilerine göre tüketicilerin Finansal Okuryazarlık Endeksi 60,8 olarak hesaplanmıştır. Bu rakam, 2018 yılına ait Finansal Okuryazarlık Endeks değeri olan 61,5’ten bir miktar aşağıda kalmıştır. Finansal okuryazarlık seviyesinin demografik özelliklere göre kırılımına bakıldığında finansal okuryazarlık açısından avantajlı grubun genellikle erkek, bekar, 25-44 yaş grubu, yüksek derecede eğitim, gelir ve sosyo-ekonomik statüye sahip bireylerden ve çoğunlukla işyeri sahipleri, yöneticiler, çalışan emekliler, yönetici olmayan memur/teknik eleman/uzmanlar, tek başına çalışan esnaflar, ve ücretli ve serbest nitelikli uzmanlardan (avukat, doktor, mimar, mühendis vs.) oluştuğu görülmektedir. Buna karşın finansal okuryazarlık bakımından dezavantajlı grubun ise genellikle kadın, evli, 55 yaş üstü, göreceli olarak düşük eğitim, gelir ve sosyo-ekonomik statüye sahip bireylerden ve çoğunlukla işsizler, ev kadınları, öğrenciler ve çiftçilerden oluştuğu gözlemlenmektedir.

2020 verilerine göre ülkemizin Finansal Erişim Endeksi 45,9 olarak hesaplanmıştır. 2018 Finansal Erişim Endeks değeri olan 47,0 rakamı göz önüne alındığında son iki yıl içerisinde finansal hizmetlerin tüketiciler tarafından kullanılma oranlarında bir miktar azalma olduğunu söylemek mümkündür. Bununla beraber 2014 yılına ait 39,2 değerine oranla Finansal Erişim konusunda ülke olarak son yıllarda oldukça belirgin bir sıçrama kaydettiğimiz görülmektedir. Finansal erişim seviyelerinin demografik değişkenlere göre dağılımı incelendiğinde yüksek finansal erişime sahip grubun genellikle erkek, evli, 25-64 yaş grubu, yüksek sosyo-ekonomik statüye sahip bireylerden ve çoğunlukla yöneticiler, tek başına çalışan esnaflar, yönetici olmayan memur/teknik eleman/uzmanlar, ve düzenli işi olan işçilerden 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.

Finansal Tutum ve Davranışlara Genel Bakış

2020 FOE anketinden elde edilen verilere göre, katılımcıların yalnızca %19'u şu anki kişisel finansal durumlarından memnun olduğunu belirtirken, aylık olağan giderlerini karşılamakta zorluk çekenlerin oranının %61 olduğu görülmektedir. Öte yandan, görüşmecilerin %64'lük bir kısmı gelecek 12 ayda ülkemizin ekonomik durumuna yönelik olumsuz beklentilere sahip iken, bu oranın katılımcıların kendi hanelerinin maddi durumuna yönelik yöneltilen soruda %58 seviyelerinde olduğu gözlemlenmektedir.

Çalışmada kullanılan örneklemin %13'ü hanehalkına ait bir bütçelerinin olmadığını söylerken, çocuğu olan katılımcıların %19'u (tüm örneklemin %12'si) çocuklarına finansal konularda (tasarruf yapma, para harcama alışkanlıkları vb.) aile içi herhangi bir eğitim vermediklerini belirtmektedir. Bu konuda her ne kadar 2018 yılı verilerine göre (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 %88 seviyesinde olması ve dolayısıyla bankalaştırılmamış nüfus oranının 2018'de ölçülen %17 seviyesinden %12'ye gerilemiş olmasıdır. Herhangi bir banka hesabı sahibi olunmamasına katılımcılar tarafından sebep olarak gösterilen nedenler arasında en üst sıralarda "yeterince finansal kaynağa sahip olamama" (%54), "bankalara güvenmeme" (%26) ve "hanehalkında başka birinin banka hesabı olması" (%20) yer almaktadır. Bu sonuçlar finansal erişim konusunda sektörde rekabet eden tüm kurum ve kuruluşlara yön göstermesi açısından değer taşımaktadır.

Tüketicilerin şu anki tasarruf alışkanlıkları üzerine yöneltilen sorular neticesinde örneklemin %43'ünün hiçbir şekilde tasarruf yapamadığı görülmektedir. Diğer yandan, ayın başında belli bir miktar tasarruf için ayırdığını dile getirenlerin (proaktif tasarruf) oranı %28 iken ayın sonunda harcamalardan arta kalan parayı tasarruf için ayırdığını söyleyenlerin (reaktif tasarruf) oranı %17 seviyesindedir.

Birikim yaptığını belirten katılımcıların hangi amaçla para biriktirdiği sorusuna cevap olarak en çok belirtilen 5 sebep şöyle sıralanabilir: Acil durumlar için (%44), sağlık harcamaları için (%32), çocukların eğitimi için (%31), ev almak için (%23) ve araba almak için (%18). Hangi yöntemlerle birikim yapıldığı sorusuna cevap olarak ise en çok tercih edilen 5 tasarruf yolunu şöyle sıralamak mümkündür: Vadeli TL banka hesabı (%40), vadesiz TL banka hesabı (%27), altın (%26), nakit olarak TL (%24) ve kumbarada para biriktirmek (%17).

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 2020 yılında Türkiye genelinde katılan toplam 1506 tüketicinin her biri için Finansal Okuryazarlık Skoru hesaplanmış ve ülkemizin Finansal Okuryazarlık Endeksi (ortalama finansal okuryazarlık skoru) 60,8 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

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. 2020 yılı verilerine göre ülkemizin Finansal Bilgi Skoru 21,2 olarak hesaplanmıştır. Finansal Tutum/Tavır Skoru tüketicilerin kısa vadedeki istekleri ile uzun vadeli finansal planlarına ilişkin tavır ve tutumlarını ölçülemektedir. 2018 yılında 15,0 olarak hesaplanan Finansal Tutum/Tavır Skoru, 2020 yılında yapılan Finansal Okuryazarlık ve Erişim anketinden elde edilen verilerin incelenmesi neticesinde 13,4 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. 2020 yılı için hesaplanan Finansal Davranış Skoru 26,4'tür.

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

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

Cinsiyet	Katılımcı Sayısı	Finansal Okuryazarlık Endeks Değerleri			
		Ortalama	Medyan	Minimum	Maksimum
Erkek	747	62,4	62	18	97
Kadın	759	59,1	61	18	91

Finansal okuryazarlık endeksinin cinsiyete göre kırılımına (Erkek: 62,4 ve Kadın: 59,1) 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	868	60,1	62	18	97
Bekar	638	61,7	62	27	94

Medeni hal göz önünde bulundurulduğunda bekarların evlilere oranla daha yüksek 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	55,0	55	18	89
Küçük kasaba (Nüfusu 3000 ila 15000 arası)	42	61,5	62	36	89
Kasaba (Nüfusu 15 000 ila 100 000 arası)	149	60,7	61	18	94
Şehir (Nüfusu 100 000 ila 1 000 000 arası)	48	60,6	61	36	88
Büyük şehir (Nüfusu 1 000 000 dan daha fazla)	849	63,6	65	18	97

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	248	59,5	61	27	91
25-34	363	62,7	62	27	95
35-44	308	62,6	64	27	97
45-54	248	61,6	62	18	95
55-64	177	59,2	62	18	91
65+	162	55,0	58	18	94

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 değerlerine sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 7 Finansal Okuryazarlık Endeksi ve Eğitim

Eğitim Seviyesi	Katılımcı Sayısı	Finansal Okuryazarlık Endeks Değerleri			
		Ortalama	Medyan	Minimum	Maksimum
İlkokul terk	108	55,8	58	27	86
İlkokul mezunu	577	58,6	61	18	95
Ortaokul mezunu	332	61,4	62	18	97
Lise (Normal) mezunu	259	63,5	65	24	95
Lise (Meslek) mezunu	48	64,1	64,5	27	94
Yüksek Okul (2 yıllık) mezunu	34	66,6	65	35	89
Açık öğretim (Üniversite) mezunu	17	62,8	64	29	80

Üniversite (normal) mezunu	121	64,1	64	27	89
Lisansüstü	10	64,4	58	47	88

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
500 TL'den az	13	59,9	61	35	88
501-1.000 TL	25	52,6	53	18	91
1001-1.500 TL	58	55,8	59	27	82
1501-2.000 TL	160	55,7	56	27	86
2001-3.000 TL	497	58,4	61	18	95
3001-4.000 TL	278	59,9	61	23	95
4.000 TL üzeri	276	64,8	64,5	24	97

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	63,3	65	27	88
B	114	65,3	64	35	89
C1	307	64,3	65	24	95
C2	423	61,2	62	18	97
DE	609	57,6	59	18	91

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 arasındaki finansal okuryazarlık seviyesindeki farkın zaman içinde bir miktar kapandığı görülmektedir (2014 verilerine göre A Grubu: 68,2 ve DE Grubu: 55,5; 2015 verilerine göre A Grubu: 64,6 ve DE Grubu: 57,5; 2016 verilerine göre A Grubu: 64,3 ve DE Grubu: 58,8; 2017 verilerine göre A Grubu: 65,3 ve DE Grubu: 59,0; 2018 verilerine göre A Grubu: 67,2 ve DE Grubu: 58,6).

Son olarak meslek grupları ile finansal okuryazarlık düzeyi arasındaki ilişki incelendiğinde, en yüksek finansal okuryazarlığa sahip grupların işyeri sahipleri, yöneticiler, çalışan emekliler, yönetici olmayan memur/teknik eleman/uzmanlar, tek başına çalışan esnaflar, ve ücretli ve serbest nitelikli uzmanlardan (avukat, doktor, mimar, mühendis vs.) oluştuğu görülürken, en düşük finansal okuryazarlığa sahip grupların ise işsizler, ev kadınları, öğrenciler ve çiftçilerden oluştuğu gözlemlenmektedir.

Finansal Erişim

Finansal erişimin ölçülmesi için tasarlanan Finansal Erişim Endeksi'nin oluşturulmasında finansal hizmetlerin tüketiciler tarafından kullanım oranları baz alınmıştır. 2020 verilerine göre ülkemizin Finansal Erişim Endeksi (ortalama finansal erişim skoru) 45,9 olarak hesaplanmıştır. Bu değer 2018 yılına ait veriler kullanılarak elde edilen Finansal Erişim Endeksi değeri olan 47,0'dan daha düşük olduğu görülmektedir. Bununla beraber son beş yıl içerisinde finansal hizmetlerin tüketiciler tarafından kullanım oranlarında artış olduğunu söylemek mümkündür. Finansal Erişim Endeksi'nin 100 puan üzerinden değerlendirildiği 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	Ortalama	Finansal Erişim Endeks Değerleri		
			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

*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 gruplarının 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	Ortalama	Finansal Erişim Endeks Değerleri		
			Medyan	Minimum	Maksimum
Erkek	747	46,9	50	0	100
Kadın	759	45,0	50	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 verilerine göre erkek: 39,7 ve kadın: 27,7; 2016 verilerine göre erkek: 42,5 ve kadın: 34,0; 2017 verilerine göre erkek: 48,1 ve kadın: 40,2; 2018 verilerine göre erkek: 50,9 ve kadın: 43,2).

Tablo 12 Finansal Erişim Endeksi ve Medeni Hal

Medeni Hal	Katılımcı Sayısı	Ortalama	Finansal Erişim Endeks Değerleri		
			Medyan	Minimum	Maksimum
Evli	868	46,8	50	0	100
Bekar	638	44,8	50	0	100

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

Yaşanılan Çevre	Katılımcı Sayısı	Finansal Erişim Endeks Değerleri			
		Ortalama	Medyan	Minimum	Maksimum
Köy, mezra veya kırsal alan (Nüfusu 3000'den az)	418	43,4	50	0	100
Küçük kasaba (Nüfusu 3000 ila 15000 arası)	42	44,8	50	0	93
Kasaba (Nüfusu 15 000 ila 100 000 arası)	149	43,8	50	0	95

Şehir (Nüfusu 100 000 ila 1 000 000 arası)	48	49,8	50	0	95
Büyük şehir (Nüfusu 1 000 000 dan daha fazla)	849	47,4	50	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	248	41,5	50	0	100
25-34	363	47,5	50	0	100
35-44	308	47,7	50	0	98
45-54	248	47,6	50	0	100
55-64	177	47,6	50	0	95
65+	162	41,6	50	0	100

Finansal okuryazarlık endeksinde benzer şekilde, finansal erişim endeksi ile yaş arasında da ters-U benzeri bir bağlantı olduğu gözlemlenmekte ve bu ilişkide 25-64 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	53,2	50	0	98
B grubu	114	48,6	50	0	100
C1 grubu	307	48,6	50	0	100
C2 grubu	423	47,9	50	0	100
DE grubu	609	42,1	50	0	100

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 42 seviyesine düşmüştür. 2018 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 verilerine göre A grubu: 48,8 ve DE grubu: 27,3; 2016 verilerine göre A grubu: 49,5 ve DE grubu: 35,7; 2017 verilerine göre A grubu: 50,1 ve DE grubu: 40,3; 2018 verilerine göre A grubu: 55,8 ve DE grubu: 41,2). Bir diğer dikkat çekici nokta ise A ve B grubunda bulunan kişilerde dahi finansal erişime hiç sahip olmayan bireylerin bulunuyor olmasıdır.

Tablo 16 Finansal Erişim Endeksi ve Meslek

Meslek	Finansal Erişim Endeks Değerleri	
	Katılımcı Sayısı	Ortalama
HERHANGİ BİR İŞTE ÇALIŞMAYANLAR		
Emekli-çalışıyor	11	43,4
Emekli-çalışmıyor	134	47,8
İşsiz - şu an çalışmıyor - ek gelir yok, yardım alıyor	34	36,2
İşsiz - şu an çalışmıyor - düzenli ek gelir var	26	39,8
Ev kadını - ek gelir yok, yardım alıyor	113	39,0
Ev kadını - düzenli ek gelir var	124	45,7
Öğrenci (gelir getirici bir işi olmayan)	104	36,2
MAAŞ YA DA ÜCRET KARŞILIĞI ÇALIŞANLAR		
İşçi/hizmetli - parça başı işi olan (düzensiz zaman zaman çalışan)	224	42,6
İşçi/hizmetli - düzenli işi olan (özel bir sebep olmadıkça aynı işi yapan)	397	51,2
Ustabaşı/kalfa - kendine bağlı işçi çalışan	30	40,0
Yönetici olmayan memur / teknik eleman / uzman vs	117	51,5
Yönetici (1-5 çalışanı olan)	18	47,8

Yönetici (6-10 çalışanı olan)	9	60,1
Yönetici (11-20 çalışanı olan)	3	56,0
Yönetici (20'den fazla çalışanı olan)	2	50,0
Ordu mensubu (uzman er, astsubay, subay)	1	75,0
Ücretli Nitelikli uzman (avukat,doktor,mimar,mühendis, akademisyen vs)	6	43,5
KENDİ HESABINA ÇALIŞANLAR		
Çiftçi (kendi başına/ailesiyle çalışan)	32	34,3
Seyyar - Kendi isi (free lance dâhil), dükkânda hizmet vermiyor	11	45,5
Tek başına çalışan, dükkân sahibi, esnaf (taksi şoförü dâhil)	58	52,2
İşyeri sahibi- 1-5 çalışanlı (Tic, Tarım, İmalat, Hizmet)	28	49,1
İşyeri sahibi- 6-10 çalışanlı (Tic, Tarım, İmalat, Hizmet)	3	44,3
İşyeri sahibi -11-20 çalışanlı (Tic, Tarım, İmalat, Hizmet)	1	38,0
İşyeri sahibi - 20'den fazla çalışanlı (Tic, Tarım, İmalat, Hizmet)	1	0
Serbest nitelikli uzman (avukat, mühendis, mali müşavir, doktor, eczacı vs.)	19	49,1

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 ve seyyar çalışanların bu grubun ortalamasının altında kaldığı gözlemlenmiştir. Diğer taraftan, yöneticiler, tek başına çalışan esnaflar, yönetici olmayan memur/teknik eleman/uzmanlar, ve düzenli işi olan işçiler 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 bu yılki 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 tüm örneklemin sadece %48’inin dijital olanakları kullanarak günlük işlerini halledebilme konusunda kendisini yetkin gördüğünü belirtmesidir. Türkiye’de internet kullanım oranının %79 olduğu düşünüldüğünde dijital okuryazarlık konusunda tıpkı finansal okuryazarlık ve erişim konusunda olduğu gibi gidilecek yollarımızın olduğu görülüyor. Öne çıkan bir diğer sonuç ise bankacılık ve fatura ödeme gibi finansal konular söz konusu olduğunda dijitalin sunduğu kolaylıklardan günlük hayatta sıklıkla faydalanma oranının %39 seviyelerine düşüyor olması.

2020’ye dünya genelinde damgasını vuran Kovid-19 pandemisi en derin etkilerinden birini hiç şüphesiz tüketicilerin finansal hayatlarında bıraktı. İçinde bulunduğumuz pandemi döneminin tüketicilerin hayatına finansal anlamda yansımaları göz önüne alındığında tüm örneklemin %53’ü hanehalkı gelirinde ciddi bir düşüş olduğunu söylerken, %10’u ise ciddi bir artış olduğunu belirtti. Diğer yandan katılımcıların %34’ü bu dönemde aylık harcamalarında ciddi bir düşüş olduğunu söylerken, %38’i ise ciddi bir artış olduğunu aktardı. Araştırma sonuçlarının belki de en endişe verici noktalarından birisi ise tüm örneklemin %65’inin tasarruf etme oranında ciddi bir düşüş olduğunu belirmesi. Bununla beraber katılımcıların %10’unun bu dönemde tasarruf oranlarında ciddi bir artış olduğunu belirtmesi bir nebze olsun umut verici bir gelişme. Tüm bu değerler 2020 FOE araştırması verilerine göre ortaya çıkan tüketicilerin %43’ünün hiçbir şekilde tasarruf yapmadığı verisiyle beraber değerlendirildiğinde tüketicilerin tasarruf alışkanlıklarının pandemi sebebiyle ciddi bir sekteye uğradığını/uğrayacağını 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, ankete katılan tüm katılımcıların %20’si bankacılık işlemlerini ilk kez pandemi döneminde internet üzerinden yaptığını söylerken, %21’i 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 muazzam bir artışı tetikleme potansiyeline sahip.

İnternet üzerinden bankacılık işlemlerini ilk olarak pandemi döneminde yürüten tüketicilerin (örneklemin %20’si) 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	60
Ödemeler (fatura, üniversite, vergi vb.)	50
Kredi kartı/kredi borcu ödemeleri	39
Hesap/kart ekstresi/bakiyesi inceleme	39
Yatırım işlemleri	18
Kredi/kart başvurusu	17
QR işlemleri	4

Dijital bankacılık hizmetleri ile ilk kez pandemi döneminde tanışan tüketicilerin pandemi sonrası bu hizmetleri kullanmaya devam etme niyetlerine dair yöneltilen soruya grubun %14’ü nadiren cevabını verirken, %32 sıklıkla devam edeceğini belirtmiştir. Basit bir hesapla, pandemi sonrası dijital bankacılık kullanım oranlarında %7’ye yakın kalıcı bir artış olacağı söylenebilir (internet üzerinden bankacılık işlemlerini ilk olarak pandemi döneminde yürüten tüketicilerin oranı (%20) x pandemi sonrasında sıklıkla devam etme olasılığı (%32)).