

**Arastırma Makalesi**

**Finansal Okuryazarlık İle Yaşam Tarzı Arasındaki İlişkinin İrdelenmesi**

*Determination Of The Relationship Between Financial Literacy and Life-Style*

<b>Kayhan AHMETOĞULLARI</b> Öğr. Gör. Dr. Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO <a href="mailto:kayhanahmet@uludag.edu.tr">kayhanahmet@uludag.edu.tr</a> <a href="https://orcid.org/0000-0002-2658-189X">https://orcid.org/0000-0002-2658-189X</a>	<b>Yusuf ÖCEL</b> Doç. Dr. Düzce Üniversitesi İşletme Fakültesi <a href="mailto:yusufocel@duzce.edu.t">yusufocel@duzce.edu.t</a> <a href="https://orcid.org/0000-0002-4555-7035">https://orcid.org/0000-0002-4555-7035</a>	
<b>Makale Gönderme Tarihi</b> 15.09.2021	<b>Revizyon Tarihi</b> 06.10.2021	<b>Kabul Tarihi</b> 21.10.2021

**Öz**

*Bu çalışmanın temel amacı finansal okuryazarlık ile yaşam tarzı arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda Düzce ili evreninde anket yöntemiyle 311 veri elde edilmiştir. Elde edilen verilere frekans, faktör, korelasyon, regresyon ve farklılık analizleri uygulanmıştır. Yapılan faktör analizi sonuçlarına göre finansal okuryazarlık ile ilgili dört faktör (harcama, algı, tutum ve ilgi) ortaya çıkmıştır. Yaşam tarzı ile ilgili olarak sekiz faktör (tecrübeliler, gayret edenler, yapımcılar, başarılılar, inananlar, entel sıra dışılar, mücadele edenler ve gerçekleştirenler) ortaya çıkmıştır. Yapılan korelasyon analizi sonucunda ise finansal okuryazarlık ile yaşam tarzı arasında en fazla sırasıyla harcama, tutum, algı ve ilgi boyutlarında pozitif ve anlamlı ilişkiler çıkmıştır. Yapılan regresyon analizi sonucunda ise finansal okuryazarlığın, yaşın ve gelirin yaşam tarzı üzerinde anlamlı etkisinin olduğu ortaya çıkmıştır. Finansal okuryazarlığın yaşam tarzına etkisinde yaş ve gelirin düzenleyici rolü varken; eğitimin düzenleyici rolünün olmadığı ortaya çıkmıştır. Farklılıkları incelemeye yönelik yapılan t-testi ve ANOVA analizleri sonucunda ise cinsiyet, medeni durum, yaş, meslek ve gelir gruplarına yönelik finansal okuryazarlık algısı farklılık gösterirken eğitim grubuna yönelik herhangi bir farklılık ortaya çıkmamıştır. Yaşam tarzı algısı ile sadece meslek gruplarına yönelik bir farklılık çıkmıştır.*

**Anahtar kelimeler:** Finansal okuryazarlık, Yaşam tarzı, Değerler.

**Abstract**

*The main purpose of this study is to examine the relationship between financial literacy and lifestyle. Within the scope of this purpose, 311 data were obtained by survey method in Düzce province population. Frequency, factor, correlation, regression and difference analyzes were applied to the obtained data. According to the results of the factor analysis related to financial literacy, four factors (expenditure, perception, attitude and interest) emerged. Eight factors (experiencers, strivers, makers, achievers, believers, unusualls, survivors, and performers) emerged in relation to lifestyle. As a result of the correlation analysis, the most positive and significant relationships were found between financial literacy and lifestyle in the dimensions of expenditure, attitude, perception, and interest, respectively. As a result of the regression analysis, it was revealed that financial literacy, age and income had a significant effect on lifestyle. While age and income have a moderating role in the effect of financial literacy on lifestyle; It has been revealed that education does not have a moderating role. As a result of the t-test and ANOVA analyzes conducted to examine the differences, the perception of financial literacy for gender, marital status, age, occupation and income groups differed. However, there was no difference for the education group. There was a difference in the perception of lifestyle only for occupational groups.*

**Key words:** Financial literacy, Life-style, Values.

**Jel Kodu:** G53, M31.

**Önerilen Atf /Suggested Citation**

Ahmetoğulları, K., Öcel, Y. 2021 Finansal Okuryazarlık İle Yaşam Tarzı Arasındaki İlişkinin İrdelenmesi, Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi, 56(4), 2477-2497.

## 1. Giriş

Post küreselleşme, pandeminin gölgesinde dijital dönüşümün hızla yayılması, tüketim alışkanlıklarını değiştirdiği gibi yaşam tarzlarını da önemli ölçüde değiştirmektedir. Tüketiciler, ihtiyaç duydukları malları değil, istedikleri ürünleri satın alma eğilimindedirler. Yaşam tarzını belirlemede, ilk eğitim yeri olan aileden başlayarak alışkanlıklar, finansal yetenekler, finansal tutum ve davranışlar gelişmeye başlar. Ekonomik özgürlüğü de artıran bu gelişimin ilk adımı aileden başlayarak üniversite eğitimi sonuna kadar ve çevrenin genişlemesi ile devam etmektedir (Shim, 2010). İster olumlu ister olumsuz, birçok alışkanlık gibi finansal yönetim alışkanlıkları ve yaşam tarzı da aileden başlayarak yetişkinlik evresine kadar değişir ve gelişir. Öyle ki finansal davranışlar bireyin arkadaşları, meslektaşları ve ailesi ile olan ilişkilerini de etkileyecektir. Bu gelişim süreci zarfında bireyler, finansal bağımsızlıklarını elde edemese de, kendilerini istikrarlı bir finansal hayata hazırlarlar. Bu davranışlar, zamanla aile ve diğer sosyal etkileşimler içinde, kişinin diğer insanlarla ve sosyal çevreyle olan ilişkilerini, sosyalleşme biçimleri, yaşam tarzları ve topluluklarıyla uyum sağlama kararlılıklarını ortaya koyar. Ayrıca bu durum, mantıksızca para harcamak için davranışlar üzerinde de doğrudan etkiye sahiptir. Düşük finansal okuryazarlık ise, toplumun tüketim davranışları üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir. Dahası bu durum çok fazla saadet zincirleri, dijital para dolandırıcılığı gibi birçok mağdurlar da ortaya çıkarmaktadır. Yine bu durum, akıllı tüketiciler olmak yerine tasarruf etme niyetinin olmaması ve aşırı harcama alışkanlığı da doğurmaktadır. Kısaca finansal okuryazarlık harcama ve tasarruf arasında denge kuran ve finansal özgürlüğe kavuşturan, bunun yanı sıra giderin gelirden az olmasını sağlayan ve finansmanı güvence altına alarak gelecekte servet kaybını öngörmeye yarayan çok boyutlu bir kavramdır (Sina, 2012).

Bu tüketim çağı insanları planlamadan para harcamaya teşvik etmektedir. Moda, teknoloji ve dijitalleşme trendleri, tüketim alışkanlıklarını değiştirdiği gibi yaşam tarzlarını da iyiden iyiye şekillendirmektedir. Tüketim alışkanlıklarından biri olan yaşam tarzını etkileyen birçok unsur bulunmaktadır. Hawkins ve Mothersbaugh (2010), bir kişinin benimsediği yaşam tarzının, onların ihtiyaçlarını, arzularını ve satın alma davranışı da dahil olmak üzere davranışlarını etkileyeceğini belirtmişlerdir. Pulungan ve Hastina (2018) tarafından yapılan araştırma ile güçlenerek, insanların bir ürünü beğenirse doğrudan satın alacaklarını açıklamıştır. Daha çekici görünmek ve onları memnun etmek için görünümünü desteklemek için çanta ve kıyafet gibi eşyaları satın almak için para kazanmaya çalışacaklardır. Tüketim davranışı eğilimi diğer içsel faktörlerden de etkilenir. İç faktörlerden biri yaşam tarzıdır. İnsanlar genellikle bir gruptaki veya bir sokaktaki arkadaşlarından gelen davetler nedeniyle birtakım şeyler satın alırlar. Bu ifade Kapantouw ve Mandey'in (2015) yaşam tarzının çevreden etkilendiğini, kişinin kendi grubundaki yaşam tarzıyla aynı görünmek ve farklı görünmemek için izleyeceğini belirten araştırmasıyla desteklenmektedir. Yaşam tarzı, insanların nasıl yaşadığını, para harcadığını ve zamanı nasıl ayıracağını gösterir (Erçiş, vd., 2007: 282). Dolayısıyla, yaşam tarzının, bir kişinin faaliyetleri, ilgi alanları ve alışkanlıklarında ifade edilen para harcama ve zaman ayırma şekli olduğu sonucuna varılabilir (Zahra ve Anoraga, 2021). Pulungan ve Hastina'ya (2018) göre bir yaşam tarzını oluşturan temel faktörler, demografik faktörler ve psikografik faktörler olmak üzere ikiye ayrılabilir. Demografik faktörler içinde, eğitim düzeyi, yaş, gelir düzeyi ve cinsiyet yer almaktadır. Bu çalışmada, finansal okuryazarlığın yaşam tarzına etkisi incelenirken, bu etkinin demografik değişkenlere göre de değişim gösterip göstermediği irdelenecektir.

Krishna ve diğerleri (2010), finansal okuryazarlığın finansal sorunlardan kaçınmak için herkesin temel bir ihtiyacı olduğunu söylemişlerdir. Finansal zorluklar sadece gelirin (düşük gelir) bir fonksiyonu değildir, aynı zamanda finansal yönetimde yanlış yönetim (kötü yönetim), örneğin kredinin kötüye kullanılması, finansal planlamanın olmaması gibi zorluklar da ortaya çıkabilir. Bu durum bireylerde, iyi bir finansal planlama yapmadıkları için gereksiz eşyaları satın alma hataları gibi velileri tarafından verilen aylık parayı yönetmedeki hatalardan dolayı finansal sorunlar ortaya çıkabilir. Zahra ve Anogara (2021), tüketim davranışını en çok etkileyen sosyo-demografik (yaş, eğitim, gelir vs.) unsurlar, ikinci olarak yaşam tarzı ve üçüncü olarak da finansal okuryazarlığın olduğunu gözlemlediler. Theodora (2016), öğrencinin yaşam tarzının ailede kabul edilen eğitimden mi yoksa finansal okuryazarlığından mı etkilendiğini incelemişlerdir. Araştırma sonucunda ekonomik eğitim ve finansal okuryazarlığın yaşam tarzını anlamlı şekilde etkilediği görülmüştür. Ayrıca aile eğitim ekonomisinin finansal

okuryazarlık aracılığıyla yaşam tarzını etkilemediği gözlenmiştir. Sekararum ve arkadaşları (2020) ise, ev hanımlarının yaşam tarzı ile finansal okuryazarlık düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Öyle ki, sosyoekonomik durumun finansal okuryazarlığı ve yaşam tarzını etkilediğini, ancak finansal okuryazarlığın yaşam tarzlarını etkilemediğini ortaya koymuşlardır. Bu çalışmada ise, bireylerin finansal okuryazarlıklarının yaşam tarzına etkisinde gelir düzeyi, eğitim düzeyi ve yaş gibi değişkenlerin ılımlaştırıcı rolü irdelenerek literatüre farklı bir boyut kazandırılacaktır.

Robb ve Sharpe (2009), birçok finansal programın sosyo-demografik koşulları hedeflediğini ve yaşlı insanların (ebeveynlerin) daha geniş iç görüleri sahip oldukları ve zaten sabit bir gelirleri olduğu için olumlu finansal davranışa sahip olma eğiliminde olduklarını açıklamaktadır. Ardından, istihdam, eğitim ve gelir gibi sosyoekonomik durum olan çeşitli demografik faktörler vardır. Aynı şekilde, Romadhoni ve diğerleri (2015) ailedeki finansal yönetim eğitiminin alt kültür ve sosyoekonomik sınıfın (iş, eğitim ve gelir) konumu tarafından koşullandırıldığını ve bunun da onların bilişlerini ve davranışlarını etkileyeceğini belirtmişlerdir. Wahyono (2001), daha yüksek bir sosyal statüye (iş, gelir ve eğitim) sahip olan birinin daha geniş bir iç görüye sahip olma eğiliminde olduğunu, daha büyük bir gelir elde edebileceğini ve sosyal çevreleriyle etkileşimde bulunabileceğini belirtmiştir.

Bu çalışmada, Düzce ili özelinde bireylerin finansal okuryazarlık düzeylerinin yaşam tarzlarına etkisi ve bu etkide sosyo-demografik değişkenlerin ılımlaştırıcı rolü irdelenecektir. Ayrıca bireylerin finansal okuryazarlık düzeyleri ve yaşam tarzları, eğitime, yaşa, gelire ve cinsiyete göre değerlendirilecektir.

## **2. Literatür taraması**

### **2.1. Finansal okuryazarlık**

Finansal okuryazarlık, finansal koşulları ve finansal kavramları anlama ve bu bilgiyi uygun şekilde davranışa dönüştürme yeteneğidir. Finansal okuryazarlık, finansal seçimleri ayırt etme, para ve finansal sorunları rahatsızlık duymadan tartışma, gelecek için plan yapma ve günlük finansal kararları etkileyen yaşam olaylarına yetkin bir şekilde yanıt verme yeteneğini içerir. Finansal okuryazarlığa sahip olmak, müreffeh bir yaşam elde etmek için en önemli şeydir. İyi bir finansal okuryazarlıkla desteklenen uygun finansal yönetim ile insanların yaşam standartlarının artacağı umulmaktadır, çünkü bir kişinin geliri ne kadar yüksek olursa olsun, uygun finansal yönetim olmadan finansal güvenliğin sağlanması kesinlikle zor olacaktır. Finansal bilgi, günlük yaşamda deneyimlenen finansla ilgili her şeydir (Firmansyah ve Maulana, 2021: 75-76). Finansal okuryazarlık, daha yüksek finansal okuryazarlık seviyesinin daha iyi finansal yönetime yol açtığı finansal yönetim ile yakından ilişkilidir. Kişisel finansal yönetim, finansal yönetim kavramının bireysel düzeydeki uygulamalarından biridir. Plan faaliyeti, yönetim ve mali kontrolü kapsayan mali yönetim, mali refahı sağlamak için çok önemlidir. İyi bir finansal yönetim gereklidir çünkü iyi bir finansal yönetim uygulayarak insanlar şimdi ve gelecekte daha iyi bir yaşama sahip olacaklardır. Daha iyi finansal yönetimi anlamak için finansal okuryazarlık gereklidir. Bu durumda finansal okuryazarlık, iyi bir finansal yönetim ve özellik, fayda ve risk dahil olmak üzere finansal hizmet ürünü ve bankacılığın iyi anlaşılması ve ayrıca bankacılık ürünlerini kullanma becerisine sahip olmaktan oluşur (Sekararum, vd., 2020). Finansal okuryazarlık, her bireyin, ailenin ve toplumun ihtiyaç duyduğu kişisel bir beceri olarak tanımlanmaktadır (Remund, 2010). İşlevi finansal refahı sağlamaktır (Lusardi, 2007). Finansal bilgi, finansal okuryazarlıktan ayrılamaz ancak finansal okuryazarlığı tek başına da tanımlayamaz (Huston, 2010). Herkesin yaşam refahı için temel finansal bilgilere ihtiyacı vardır (Nababan, 2013). Finansal bilgi, gelir, para yönetimi, tasarruf, yatırım ve kredi gibi çeşitli türlere ayrılır. Kişisel finansla ilgili temel bilgiler, basit bir faiz oranı hesaplama gibi finansal sistemle ilgili en temel şeyleri anlamaktır (Lusardi, vd., 2010). Sosyoekonomik durum ve demografik faktörler gibi finansal okuryazarlığı etkileyen çeşitli faktörler bulunmaktadır (Lusardi ve Mitchell, 2007; Wulandari ve Narmaditya, 2015).

Finansal okuryazarlıkla yaşam tarzı arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar da bulunmaktadır. Örneğin, Thedora (2016), aileden gelen eğitimle finansal okuryazarlığın artmasının yaşam tarzına etkilerini incelemiştir. Üniversite öğrencileri üzerinde yapılan araştırmada, öğrencilerin %60.78'inin ailede ekonomik eğitim için orta kategoride olduğunu, öğrencilerin %47'sinin finansal okuryazarlık için yüksek kategoride olduğu ve %58'inin ise yüksek bir yaşam tarzına sahip olduğu vurgulanmaktadır. Ayrıca ekonomik eğitim yaşam tarzının %6.4'ünü; finansal okuryazarlık ise yaşam tarzının %3.7'sini açıkladığı tespit edilmiştir. Son olarak aile eğitiminin finansal okuryazarlık aracılığıyla yaşam tarzına

etkisinin olmadığı saptanmıştır. Öte yandan Sekararum ve arkadaşları (2020), ev hanımlarında yaşam tarzı üzerinde finansal okuryazarlığın hiçbir etkisi olmadığını vurgulamıştır. Aynı çalışmada, sosyoekonomik unsurların finansal okuryazarlık ve yaşam tarzına etkisi ise onaylanmıştır. Zahra ve Anogara (2021) ise, yaşam tarzı, finansal okuryazarlık ve sosyo-demografik unsurların tüketici davranışına etkisini incelemiştir. Öğrenciler üzerinde yapılan bu çalışmada, sosyo-demografik değişkenlerin %51'lik etkiye; yaşam stili %49.3'lük etkiye ve finansal okuryazarlığın %45'lik bir etkiye sahip olduğu gözlenmiştir.

## 2.2. Yaşam tarzı

Yaşam tarzı kişinin gelirini, zamanını ve enerjisini nasıl harcadığı ile ilgili bir kavramdır (Erçiş, vd., 2007: 282). Yaşam biçimleri toplumdan topluma değiştiği gibi kişiden kişiye ve zamana göre de farklılık göstermektedir. İnsanlar aynı gelir grubuna sahip olsalar bile farklı yaşam biçimine sahip olabilirler (Koç, 2016: 383). Bu durumda yaşam biçimleri zaman içerisinde değişime uğrayabildikleri için işletme yöneticileri de politikalarını oluştururken bu durumu dikkate almaları gerekir. Yaşam tarzı, insan yaşamının bir biçimidir. Yaşam tarzı, insanların nasıl yaşadığını, nasıl para harcayacağını ve zamanın nasıl tahsis edileceğini gösteriyor. Dolayısıyla yaşam tarzının, bir kişinin faaliyetleri, ilgi alanları ve alışkanlıklarında ifade edilen para harcama ve zaman ayırma şekli olduğu sonucuna varılabilir (Firmansyah ve Maulana, 2021: 75-76).

Yaşam tarzının bir bölgede çok fazla çeşitlilik göstermesi yani yaşam tarzının zengin olması o bölgenin finans merkezi olması açısından da önem arz etmektedir (Apak ve Elverici, 2008: 18). Özellikle çok uluslu şehirlerin finans merkezi olma açısından değerlendirildiğinde kentsel rekabette önemli bir avantajının olduğunu söylemek mümkündür. Yapılan bir çalışmada İstanbul'un uluslararası finans merkezi olma potansiyeli değerlendirilmiş ve Avrupa da Londra'dan sonra önemli finans merkezi olduğu ortaya çıkmıştır (TBB-Deloitte, 2007: 26).

Tüketicilerin mevcut ve geçmişteki yaşam tarzı deneyimleri de finansal harcamalarını etkileyebilmektedir. Özellikle günümüz dijital dünyasında ödeme seçenekleri ve teknolojilerinde meydana gelen değişimlere bağlı olarak finansal okuryazarlık giderek artmaktadır (Yang ve Ding, 2016: 442). Gençlik yıllarındaki ve ileri yaş zamanlarındaki yaşam tarzlarına bağlı olarak harcamalar değişebilmektedir. Gençlerin sosyal ortamlarda kabul edilme, beğenilme, onaylanma gibi duygularla satın alımlar yaptıkları ve bu sebeple moda uygun hareket etmeye çalıştıkları, marka ürünler satın aldıkları, sosyal ve kültürel değişime maruz kaldıkları söylenebilir (Halimatussakdiyah, vd., 2019: 76).

Tüketicilerin yaşam tarzlarını ölçen çok çeşitli yaşam tarzı ölçekleri bulunmaktadır. Bunlar faaliyetler, ilgiler ve fikirler (AIO-Activities Interests Opinions), Rokeach Değerler Sistemi, Değerler Listesi (LOV) ve değerler ve yaşam tarzları (VALS-Values Attitudes and Life Styles)'dir.

Faaliyetler, İlgi ve Fikirler (AIO), tüketicilerin yaşam tarzlarını belirlemek için 1971 yılında Wells ve Tigert tarafından geliştirilmiş olup; Amerikalı ev hanımlarının etkinliklerini, ilgi alanlarını, görüşlerini ve faaliyetlerini kapsayan 300 ifade ile oluşturulmuş bir ölçektir (Well ve Tigert, 1971: 28). İfadeler içerisinde günlük aktiviteler dahil; medya, sanat, giyim, kozmetik ve ev işlerine ilgi; ve genel ilgileri içeren birçok konuda görüşler yer almaktadır.

Rokeach Değerler Sistemi, 1973 yılında Milton Rokeach tarafından geliştirilmiş olup, Amerikalı insanlar üzerine uygulanan amaçsal ve araçsal toplam 36 değerden oluşan sistemi geliştirmiştir (Rokeach, 1974: 222). Rokeach'a göre bireylerin sahip olduğu değerler amaçsal, bu amaçlara ulaşmak için çeşitli davranışları sergilemesi ise araçsal değerlerdir (Koç, 2016: 371). Amaçsal değerler; rahat, heyecanlı bir yaşam, başarı, barış içinde ve güzel bir dünya, eşitlik, aile güvenliği, özgürlük, mutluluk, içsel uyum, aşk, ulusal güvenlik, rahat bir hayat, kurtuluş, özsaygı, sosyal onay, gerçek dostluk ve bilgeliktir. Araçsal değerler ise; azimli, açık fikirli, yetenekli, neşeli, temiz-düzenli, cesaretli, affedici, yardımsever, dürüst, hayal eden, bağımsız, entelektüel, mantıklı, sevgi dolu, itaat eden, kibar, sorumlu ve kontrollüdür (Rokeach, 1974: 226-227).

Değerler Listesi (LOV- List of Values), Kahle tarafından 1985 yılında Maslow'un, Feather'in ve Rokeach'in çalışmalarını temel alarak Michigan Üniversitesi Araştırma Merkezi'nde VALS'e bir alternatif olarak geliştirilmiştir (Kahle, 1986: 406). 2264 Amerikalıdan elde edilen veriler ışığında dokuz değer oluşturulmuştur. Bunlar; özsaygı, güvenlik, sıcak ilişkiler kurma, başarma, kendini

gerçekleştirme, ait olma, saygınlık, eğlence/keyif alma, heyecandır. Kahle'nin (1983) yaptığı bir çalışma sonucunda başarma değerine sahip insanların gelirlerinin yüksek olduğu, eğlenceye ve hayattan zevk almaya değer verenlerin çok alkol tükettiği, aidiyet duygusuna değer veren insanların grup etkinliklerine önem verdiği ortaya çıkmıştır.

Literatürde en çok kullanılan ölçek ise VALS ölçeğidir. Bu ölçek Amerikalı tüketiciler üzerine uygulanmış olup ölçekte 8 yaşam biçimi (yenilikçiler, düşünürler, başarılılar, deneyimciler, inananlar, yapıcılar, gayret edenler ve hayatta kalanlar) belirlenmiştir. Bu yaşam biçimleri iki ana kavram üzerinde şekillenmektedir; motivasyon ve sahip olunan kaynaklar. Motivasyonların ve kaynakların birleşimi, bir kişinin tüketici olarak pazarda kendini nasıl ifade edeceğini belirler (US Framework and VALS™ Types, 2021). Motivasyon içerisinde de üç temel güdüleyici vardır. Bunlar idealler tarafından motive olanlar (prensipliyantasyonlu-düşünürler ve inananlar), başarı ile motive olanlar (Statü oryantasyonlu-başarılılar ve gayret edenler) ve kendini ifade etme ile motive olanlar (hareket oryantasyonlu-deneyimciler ve yapıcılar) olanlardır. Sahip olunan kaynaklar bakımından da tüketiciler yüksek ve düşük kaynağa sahip tüketiciler olarak iki gruba ayrılmaktadır. Yüksek kaynağa sahip tüketiciler; yenilikçiler, düşünürler, başarılılar ve deneyimciler. Düşük kaynağa sahip tüketiciler ise inananlar, yapıcılar, gayret edenler ve hayatta kalanlardır. Bu yaşam biçimleri aşağıda detaylı bir şekilde açıklanmaktadır (US Framework and VALS™ Types, 2021; Erçiş, vd., 2007: 286-287):

- Yenilikçiler: Çok sayıda finansal işlem yapan, bilgi toplamayı ve denemeyi seven, reklamlara şüpheci olarak bakan, gelecek odaklı, kendilerini yönetebilen, bilime inanan, yeni fikirlere açık, en geniş ilgi ve aktivite çeşitliliğine sahip, problem çözmekten zevk alan kişilerdir.
- Düşünürler: Denenmiş ürünleri satın alan, finansal yönü güçlü, geleneksel uğraşlar peşinde koşan, tarihsel bakış açısına sahip, planlama-araştırma ve düşünme yönü güçlü, sıcaktan etkilenmeyen, teknolojiyi işlevsel yollarla kullanan, sosyal normlara uyan kişilerdir.
- İnananlar: Maneviyatı ve inancı dikkate alan, dostluklar kurmayı seven, TV izlemeyi ve aşk romanları okumayı tercih eden, belli değer ölçütleri olan, moda uyma yönü güçlü olan, toplumu değiştirmeye çalışmayan, belirsizliğe tahammülü olmayan kişilerdir.
- Başarılılar: Paranın otorite kaynağına inanan, kendisinin ve ailesinin önceliğini isteyen, ailesine ve işine bağlı, hedef odaklı, çalışkan, ılımlı, profesyonel, kişiye özel duygusu hakim olan, teknolojiye verimlilik yönünden bakan kişilerdir.
- Çabalayanlar (gayret edenler): Giyimine çok önem veren, sık sık iş değiştiren, eğlenceyi seven, taklitçi, toplu taşıma araçlarını çok kullanan, düşük statülü sokak kültürüne sahip, yaşamlarını iyileştirme arzusu yüksek, video oyunlarına ve video çekimine önem veren kişilerdir.
- Deneyenler: Her şeyi isteyen, trendlere uymada ilk olma ve trendleri ilk terk etme, devrimci, fiziksel aktiviteleri seven, kendilerini sosyal gören, arkadaşlarına önem veren, düşünmeden yaşayan (spontane), görsel anlatıma önem veren kişilerdir.
- Yapıcılar: devlete güven duymayan, otomobillere ilgi duyan, açık hava aktivitelerine sahip olan, toplumsal cinsiyet düşüncesine sahip, kendilerine ait olanları koruyan, kendilerini basit görme, aklın üstünlüğünü reddetme, arazi sahibi olmayı isteyen kişilerdir. Çocuk yetiştirme, araba tamir etme, sebze yetiştirme ve evlerindeki küçük onarımları yapma dışında çok az ilgi alanları vardır.
- Hayatta kalanlar: riskten kaçınan, tutumlu, geleneksel ve moda uymayla ilgilenmeyen, rutin mekanları tercih eden, markalara ve ürünlere sadık, zamanlarının çoğunu yalnız geçiren, interneti en az kullanan, aşırı TV izleyen kişilerdir. Fakir, eğitim seviyesi düşük, yaşlı, becerisi az, güçlü sosyal bağı olmayan, sağlıklarından endişe eden ve çekingen bireylerdir.

Yaşam tarzı ile ilgili yapılan literatür incelemesi sonucunda yaşam tarzı ile finansal okuryazarlık arasında ilişkinin olabileceği düşünülmektedir. Literatür araştırması sonuçları aşağıda detaylı olarak verilmektedir.

Çin de emekliler üzerine yapılan nitel bir çalışma sonucuna göre kişilerin günlük harcamalarını planlamadıklarını, kaydetmediklerini daha önceki yaşamlarında bunu yapsalar da şimdi yapmadıklarını belirtmişlerdir. Bunun nedenini ise sınırlı bir gelir ve istikrarlı bir harcamadan kaynaklandığını belirtmişlerdir. Kredi kartı ya da kart yerine nakit alışveriş yapma, rutin ihtiyaçlar listesi belirleme, teknolojik kullanımdan uzak durma gibi sonuçlarda ortaya çıkmıştır. Teknolojiyi ve kredi kartını kullanmama nedeni ise aşırı bilişsel yük, kartı kaybetme ve kredi kartı kullanımından kaynaklı

borçlanma olarak da belirtmişlerdir Ayrıca ATM'den para çekmek yerine banka kuyruğuna girerek para çekmeyi sosyalleşmek için bir fırsat olarak gördüklerini belirtmişlerdir. (Yang ve Ding, 2016: 443-444).

Öğrenciler üzerine yapılan bir çalışmada yaşam tarzının finansal okuryazarlık ve öz denetim üzerine etkisi incelenmiştir. Araştırma sonucuna göre gençlerin finansal okuryazarlık düzeyleri arttığında tüketimlerinin azaldığı yaşam tarzlarının iyileşmesi veya yüksek yaşam tarzının tüketimi arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Finansal okuryazarlık düzeyi düşük olan öğrencilerin yanlış tüketim kararları aldıkları sonucu da ortaya çıkmıştır (Halimatussakdiyah, vd., 2019: 77-78).

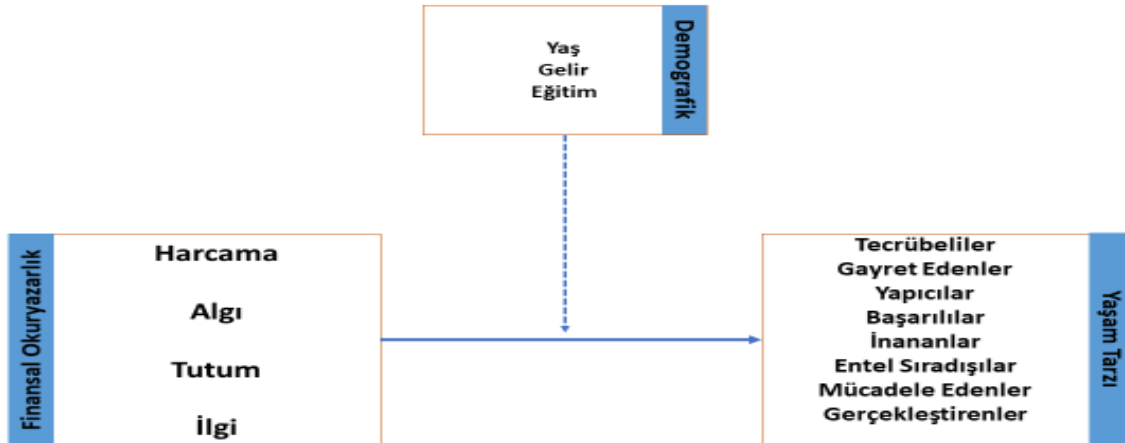
Yaşam tarzının ve finansal okuryazarlığın davranışsal finans üzerindeki etkisinin araştırıldığı çalışmada yaşam tarzının davranışsal finansı etkilediği fakat finansal okuryazarlığın davranışsal finansı etkilemediği ortaya çıkmıştır. Yapılan araştırma öğrenciler üzerine uygulandığından yüksek düzeyde keyif ve eğlence içinde yaşama eğiliminin böyle bir sonuca neden olduğu söylenebilir (Gunawan ve Chairani, 2019: 82).

### 3. Yöntem

Bu çalışmada, araştırma deseni ve modeli doğrultusunda, teorik yapı temelinde oluşturulan hipotezler, kesitsel ve nicel araştırma yöntemi ile ele alınmaktadır. Bu bağlamda ilk olarak araştırmanın hipotetik modeli ortaya konarak, hipotezler geliştirilmiştir. Araştırma modelini ve hipotezlerini test etmek adına elde edilen verilere normallik testi uygulanmıştır. Ardından normal dağılım varsayımına dayalı çok fazla ifadeleri benzer faktörler altında toplamak adına açılımlayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Temel bileşenler analizi ve döndürülmüş faktör yüklerinden elde edilen alt boyutlar literatürle benzerlik göstermektedir. Öte yandan oluşturulan finansal okuryazarlık ve yaşam tarzı değişkenlerine ait alt faktörler arasındaki ilişkiyi görmek için pearson korelasyon analizi yapılmıştır. Bütün alt boyutların toplam puanları üzerinden ortalamalar alınarak finansal okuryazarlık ve yaşam tarzı değişkenleri arasındaki regresyon etkisi test edilmiştir. Diğer taraftan korelasyonel ilişkisi olan değişkenler arasında sosyo-demografik değişkenlerin bu etkileşimdeki düzenleyici rolünü incelemek adına düzenleyici analiz (Model 2) uygulanmıştır. Anlamlı olan iki farklı modele ait çıktılar ve grafik dizini ile çalışma sonlandırılmıştır.

#### 3.1. Araştırma modeli

Model, bir araştırmanın en özet ve sade haliyle resmedilmesini ve bağımlı/bağımsız gibi birçok değişken arasındaki ilişkileri/yönlerini gösteren bir diyagramdır. Genel olarak bir araştırmanın modeli; doğrudan gözlemlenemeyen olguların anlaşılmasını kolaylaştırmak için kullanılan analitik çerçevelerdir. Modeller yoluyla karmaşık ve kavranması zor olan örüntüler, daha anlaşılabilirlik kazanmaktadır. Kuramla model çoğu durumda birbirinin yerine kullanılsa da sosyal bilim araştırmalarında modeller, kuramlardan hareketle ortaya konur. Bu nedenle her modelin bir kurama ya da daha önce yapılmış görgül araştırmalara dayanması arzulanır. Bir kurama dayanarak birden fazla modeller üretilip test edilebilir. Bu nedenle; kuramın açıklayıcı, modelin ise tanımlayıcı olduğu söylenebilir (Gürbüz ve Şahin, 2018: 76). Bu doğrultuda araştırmanın temel modeli (Şekil 1) aşağıda belirtildiği gibidir.



Şekil 1. Araştırmanın Temel Modeli

Araştırma modeli (Şekil 1) bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki doğrudan ilişkileri ele alma imkanı sunmaktadır. Modelde ilk olarak finansal okuryazarlık bağımsız değişkeninin yaşam tarzı bağımlı değişkenine etkisi ele alınmaktadır. Ardından finansal okuryazarlık ana değişkenine ait alt faktörlerin yaşam tarzı bağımlı değişkenine ait alt faktörlerle ayrı ayrı ilişkisi ele alınmaktadır. Son olarak, demografik değişkenlerden yaş, gelir ve eğitimin bu etkiye düzenleyici rolünün ele alınması ve bunlara göre farklılıkların tespit edilmesi amaçlanmaktadır.

Düzce ili özelinde bireylerin finansal okuryazarlıklarının yaşam tarzına etkisi ve yaş, eğitim, gelir gibi demografik değişkenlere göre bu etkinin değişip değişmediği değerlendirilmektedir. Bu açıdan yaşam tarzı finansal okuryazarlık ilişkisini ele alan ve bu alanda önemli bir boşluğu dolduran çalışma hedeflenmektedir.

### 3.2. Araştırma hipotezlerinin geliştirilmesi

Finansal okuryazarlık ile yaşam tarzı arasındaki ilişkiyi inceleyen farklı çalışmalara rastlamak mümkündür. Özellikle finansal bilgi, harcama, tutum ve algı ile alakalı olan bu okuryazarlık aynı zaman da bireylerin yaşam tarzı standartlarına da etki etmektedir. Dahası bu ilişkide yaş, gelir ve eğitim düzeyi gibi demografik değişkenlerin de düzenleyici rolü önem arz etmektedir. Örneğin Sekararum ve diğerleri (2018) tarafından Malang'da ev hanımları üzerine yapılan bir çalışmada, sosyoekonomik durumun finansal okuryazarlığı ve yaşam tarzını etkilediği gözlenmiştir. Öte yandan finansal okuryazarlığın yaşam tarzına etkisi gözlenmemiştir. Münyas (2020) mali müşavir adayları üzerinde yapılan çalışmada, finansal tutum ve davranışla ilgili yaş, cinsiyet, eğitim ve gelir gibi demografik değişkenlere göre değişip değişmediği incelenmiştir. Çalışma detaylarına bakıldığında, cinsiyete göre algı alt boyutunun değiştiği diğer finansal okuryazarlık boyutlarının ise değişmediği gözlenmiştir. Harcama, tutum, algı ve ilgi boyutlarının yaşa göre de değişmediği tespit edilmiştir. Eğitim grupları açısından bakıldığında da benzer şekilde hiçbir boyutla anlamlı farklılık gözlenmemiştir. Lusardi ve diğerleri (2010), finansal okuryazarlık düzeylerini gençler üzerinde incelemiş ve finansal okuryazarlık ile sosyo-demografik özellikler ve ailenin finansal gelişmişliği ile güçlü ilişkiler tespit etmişlerdir. Ebeveynleri hisse senetleri ve emeklilik tasarrufları olan üniversite eğitilmiş bir erkeğin, ebeveynleri varlıklı olmayan liseden daha az eğitilmiş bir kadına göre risk çeşitlendirme hakkında bilgi sahibi olma olasılığını %45 olarak teyit etmişlerdir. Theodora ve Marti'ah (2016) öğrencilerin yaşam tarzının ailede kabul gören eğitimden mi yoksa finansal okuryazarlık eğitiminden mi etkilendiğini incelemiştir. Çalışmada ailede sağlanan ekonomik eğitimin rolünün anlamlı ve yüksek olduğunu, finansal okuryazarlığın ise yaşam tarzına etkide aracılık rolünün olmadığı gözlenmiştir. Öyle ki, ekonomik eğitim yaşam tarzını %6.4 oranında açıklarken, finansal okuryazarlık %3.7 oranında etkilemektedir. Aile eğitimin finansal okuryazarlık aracılığıyla yaşam tarzına etkisi ise %1.9 olarak bulunmuştur. Zahra ve Anoraga (2021) öğrencilerin kompulsif tüketim davranışında yaşam tarzı, finansal okuryazarlık ve sosyo-demografik faktörlerin etkisini inlemişlerdir. Araştırmada yaşam tarzının, finansal okuryazarlığın ve sosyal demografik değişkenlerin öğrenci tüketim davranışı üzerinde anlamlı ve pozitif yönde etkisi olduğunu göstermiştir. Tüketim davranışını etkileyen en baskın değişken olarak %51 regresyon katsayısı ile sosyal demografik değerlerin ardından yaşam tarzı (%49.3) ve finansal okuryazarlık (%45) yer almaktadır. Harputlu ve Kendirli (2019) Z kuşağının finansal okuryazarlık düzeyini ölçmeye çalışmışlardır. Öyle ki Z kuşağının tasarruf ve faiz arasındaki ilişkiyi bilmediğini ve bunu da henüz gelir elde etmeye başlamamış olmalarına ve tasarruf değerlendirme süreçlerine aşina olmamalarına bağlanmıştır. Ayrıca hisse senedi, tahvil ve faiz gibi konularda yeteli bilgiye sahip olmadıkları anlaşılmıştır. Ahmetoğulları ve Parmaksız (2017) finansal okuryazarlığı tek boyut altında toplayarak, finansal refah ve kaygıyla ilişkisini ve kredi kartı kullanımında rasyonel davranma ve tutumla ilişkisini irdelemiştir. Yine cinsiyete göre finansal okuryazarlığın farklılaşmadığını tespit etmişlerdir.

Bu kapsamda araştırmanın hipotezleri sırasıyla;

*H1: Finansal okuryazarlık yaşam tarzına anlamlı ve pozitif yönde etki etmektedir.*

*H2(a,b,c,d): Finansal okuryazarlık eğitim(a), yaş(b), gelir(c), cinsiyet(d) ve mesleğe(d) göre farklılaşmaktadır.*

*H3(a,b,c,d): Yaşam tarzı eğitim(a), yaş(b), gelir(c), cinsiyet(d) ve mesleğe(d) göre farklılaşmaktadır.*

*H4: Finansal okuryazarlığın yaşam tarzına etkisinde yaşın düzenleyici rolü vardır. Şöyle ki, yaş ilerledikçe finansal okuryazarlığın yaşam tarzına etkisi daha fazla artmaktadır.*

*H5: Finansal okuryazarlığın yaşam tarzına etkisinde eğitim guruplarının düzenleyici rolü vardır. Yani, eğitim düzeyi arttıkça finansal okuryazarlığın yaşam tarzına etkisi daha fazla artmaktadır.*

*H6: Finansal okuryazarlığın yaşam tarzına etkisinde gelir düzeyinin düzenleyici rolü vardır. Yani, gelir düzeyi arttıkça finansal okuryazarlığın yaşam tarzına etkisi daha da artmaktadır, şeklinde ifade edilmektedir.*

### **3.3. Araştırmanın evren, örneklem ve veri toplama teknikleri**

Çalışmanın veri toplama sürecinde Google Forms aracılığıyla anket linki hedef kitlelere dağıtılmıştır. Anket dağıtma sürecinde farklı sosyal medya mecraları ve iletişim ağları üzerinden link paylaşımları yapılmıştır. Değişkenlerin ölçülmesine dönük 5’li Likert ölçeği esas alınarak literatürdeki muadil çalışmalara bakılarak ölçekler uyarlanmıştır. İfadelere katılım durumları 1 ile 5 aralığında (1=Kesinlikle katılmıyorum, 3= Orta düzeyde katılıyorum, 5= Kesinlikle katılmıyorum) ortaya konan ölçekler üzerine bina edilmiştir. Çalışmada SPSS Programı ve Process Macro ile analizler yapılmıştır.

Araştırmanın çalışmanın birim evrenini Düzce ili oluşturmaktadır. Düzce ilinin seçilmesinde zaman ve maliyetin, ülkenin farklı kültürlerini bünyesine almasının etkili olduğu söylenebilir. Türkiye’de bireylerin 18 yaş ve üstünde olmaları birçok haklarını bağımsız ellerine alabildikleri yaş olarak kabul edilir. Bu yaş altındaki bireyler genellikle aileleri ile yaşamakta ve gerek finansal okuryazarlıkları için henüz aile dışında eğitim almamış gerekse yaşam tarzları daha çok aile içinde şekillendiği ve aileye bağlı bir tercih sürecinde oldukları varsayılmaktadır. Henüz ekonomik özgürlüğünü de almamış bu grup belirtilen gerekçelerden çalışmaya örnekleme dahil edilmemiştir. Yine çalışma il merkezindeki bireyleri hedef almaktadır. Bunlar çalışmanın kısıtlarından sayılabilir. Bu gerekçeler doğrultusunda il merkezinde akıllı telefon kullanan ve finansal okuryazarlığı farklı etkenler tarafından gelişmeye başlayan, bireysel yaşam tarzı oluşan bireylerin sayısı hedef kitledir. TÜİK (2020) verilerine göre, Düzce ili merkez nüfusu 249695 iken, bunların 19 yaş altı 73256 kişi bulunmaktadır. Bu bağlamda 176439 kişiden oluşan bir birim evreni saptanmıştır. Evreni temsil etme yetisi olan kolayda örnekleme tekniği ile online olarak 1000 farklı deneğe anket gönderilmiştir. Bunlar arasından 400 katılımcı geri dönüş sağlamış ve sağlıklı 311 veri ile analizlere devam edilmiştir. Toplam gönderilenler içerisinde %35’lik bir geri dönüş oranı sosyal bilimler araştırmaları için oldukça iyi bir geri dönüş oranını ifade etmektedir. Nihayetinde çevrimiçi anket metodu ile 311 kişiden veriler toplanmıştır. Genel bir kural olarak, alınacak örneklem büyüklüğünün değişken sayısının en az 5 katı, hatta 10 katı civarında olmasıdır (Karagöz ve Kösterelioğlu 2008: 85). Bu çalışmada yer alan ifadelerin toplamı 41’dir. Bu kapsamda mevcut örneklem sayısı, ifade sayısının 5 katından fazladır.

Anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, 14 sorudan oluşan finansal okuryazarlığı belirlemeye dönük ifadeler yer almaktadır. İkinci bölümde 29 sorudan oluşan yaşam tarzını belirlemeye dönük ifadeler bulunmaktadır. Son olarak 6 sorudan oluşan demografik bilgileri elde etmek amaçlanmaktadır. Değişkenlere ait geçerlilik ve güvenilirlik değerleri Tablo 2 ve Tablo 3’te gösterilmektedir.

Değişkenler oluşturulurken mevcut literatür değerlendirilmiştir. Finansal okuryazarlığa ait ölçek Sarıgül (2015) tarafından “Finansal Okuryazarlık Tutum ve Davranış Ölçeği” isimli çalışmasından uyarlanmıştır. Ölçekte toplamda 14 ifade ve 4 faktör bulunmaktadır. Yaşam tarzına ait ölçek ise VALS2 temel alınarak Erçiş, Ünal ve Can’ın (2007) “Yaşam Tarzlarının Satın Alma Karar Süreci Üzerindeki Rolü” isimli çalışmasından alınmıştır. Çalışmada toplamda 35 ifade kullanılmış olup 6 faktör ortaya çıkmıştır.

### **4. Bulgular**

Araştırmanın bu bölümünde, betimleyici istatistikler, farklılık analizleri ve moderatör (düzenleyici) etki analizi sonuçları ortaya konmaktadır. İlk olarak demografik değişkenlerin frekans dağılımlarını gösteren betimleyici analizler Tablo 1’de sunulmaktadır. İlgili analizlere geçmeden önce değişkenlere ait normallik varsayımı test edilmiştir. Değişkenler çoklu normallığı sağlamasa da her biri basıklık ve çarpıklık değerleri açısından literatürde kabul edilen sınırlar içerisinde (Tabachnic ve Fidell, 2015) değerlere haiz olduğundan normal dağılım varsayımı kabul edilmiştir. Değişkenlerin hepsi -2 ile +2



aralığında basıklık ve çarpıklık değerlerine sahip olduğundan verilerin normal dağılım şartını sağladığı varsayılmıştır.

**Tablo 1. Demografik bulgular**

Değişkenler		n	%	Değişkenler		n	%	
<b>Cinsiyet</b>	Kadın	145	46.6	<b>Yaş</b>	20-30	148	47.6	
	Erkek	166	53.4		31-40	108	34.7	
<b>Eğitim durumu</b>	Ortaöğretim mezunu	11	3.5		41-50	47	15.1	
	Lise mezunu	76	24.4		51 ve üzeri	8	2.6	
	Lisans mezunu	182	58.5		<b>Gelir</b>	3000 TL– ve altı	91	29.3
	Lisansüstü	42	13.5			3001–5000 TL	116	37.3
<b>Meslek</b>	Kamu çalışanı	102	32.8			5001–7000 TL	63	20.3
	Özel sektör	93	29.9			7001 ve üzeri	41	13.2
	Serbest meslek	40	12.9		<b>Medeni durum</b>	Evli	160	51.4
Çalışmıyor	76	24.4	Bekar			151	48.6	

Tablo 1 ele alındığında, araştırma katılımcıları cinsiyet açısından %46.6'sı Kadın, %53.4'ü erkek; eğitim durumu açısından %3.5'i ortaöğretim, %24.4'ü lise mezunu, %58.5'i lisans mezunu, %13.5'i ise lisansüstü mezunudur. Meslek açısından bakıldığında, %32.8'i kamu çalışanı, %29.9'u özel sektör, %12.9'u serbest meslek erbabı ve %24.4'ü de çalışmıyor olarak gözlenmektedir. Denekler yaş açısından %47.8'i 20-30; %34.7'si 31-40; %15.1'i 41-50 yaş aralığında, kalanı ise 51 ve üzeri olarak dağılmaktadır. Ayrıca gelir düzeyine bakıldığında, %29.3'ü 3000 TL ve altı, %37.3'ü 3001-5000 TL, %20.3'ü 5001-7000 TL arasında, %13.2'si ise 7001 ve üzeri gelir dağılımına sahiptir. Son olarak katılımcıların %51.4'ü evli iken %48.6'sı bekar durumundadır.

Araştırma değişkenlerine ait açımlayıcı faktör analizi yapılmıştır. Daha önce literatürde güvenilirliği ve geçerliliği kabul edilen ölçeklere ufak uyarlamalar yapıldığı ve farklı bir örneklem üzerinden denendiği için mevcut literatürün sahasını daha da genişletmek, çalışmanın bu alandaki güvenilirlik ve geçerliliğini tekrar sağlamak adına yapılan açımlayıcı faktör analizi ve güvenilirlik testi sonuçları Tablo 2 ve Tablo 3'teki gibidir. Finansal okuryazarlık ve yaşam tarzına ait değişkenler literatürde beklendiği gibi alt boyutlara ayrılmış ve kabul edilir sınırlar üzerinde güvenilirlik ve geçerlilik değerleri ortaya çıkmıştır. Bu kapsamda Tablo 2 finansal okuryazarlık bağımsız değişkenine ait faktör ve güvenilirlik analizi sonuçlarını göstermektedir.

**Tablo 2. Finansal okuryazarlık açımlayıcı faktör analizi bulguları**

Faktörler	Değişkenler	Ort.	Faktör Yüklere	Açıklanan Varyans	Öz Değer	Cronbach 's Alpha
Harcama	Alışveriş yapmak mutluluğum için çok önemlidir.	3,56	,749	25,362	3,551	0,754
	Harcamalarımı kontrol etmekte zorlanırım.	3,03	,730			
	Paramın nasıl bittiğini anlamam	3,24	,684			
	Para, harcanmak içindir, biriktirmek için değil.	3,06	,664			
Algı	Parasal konular ilgimi çekmez	2,39	,740	15,281	2,139	0,739
	Ne yaparsam yapayım finansal durumumda bir	2,42	,713			
	Günlük ve haftalık gibi kısa dönemler için harcama	2,58	,619			
	Finansal planlama ve bütçe çok parası olanlar için	2,60	,520			
Tutum	Aylık harcama planları yaparım	3,66	,730	10,921	1,529	0,582
	Alışveriş yaparken fiyatları kıyaslarım	4,08	,728			
	Planlanmamış harcamalar için köşede para	4,26	,697			
	Bir şey satın alırken finansal durumumu dikkate	4,18	,537			
İlgi	Finans konularında eğitim almak isterim.	3,38	,853	7,862	1,101	0,666
	Gazetelerin ve televizyonların ekonomi ve finans	3,07	,810			
Değerlendirme Kriterleri	Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy: 0,724 Approx. Chi-Square: 1158,054 Barlett's Test of Sphericity: 0,000 Extraction Method: Principal Components Rotation Method: Varimax Açıklanan Varyans Toplamı: 59,426 Cronbach's Alpha: 0,718					

Tablo 2 ele alındığında literatürde gözlemlendiği gibi finansal okuryazarlığın dört boyutta toplandığı ortaya çıkmaktadır. Finansal okuryazarlığı oluşturan harcama, algı, tutum ve ilgi alt boyutları ortaya çıkmıştır. Her değişkene ait faktör yüklerinin kabul edilebilir sınırlar üzerinde olduğu gözlenmektedir. Finansal okuryazarlığa ait açıklanan toplam varyansın %59.426 olduğu, KMO değerinin %72.4 olduğu gözlenmektedir. Bu değerler de bir bütün olarak faktör analizinin uygun olduğunu ve ilgili maddelerin belirlenen dört alt başlıkta toplanmasının anlamlı olduğunu göstermektedir. Ayrıca her bir alt boyuta ait güvenilirlik (cronbach  $\alpha$ ) değerlerinin ortanın üstünde olduğu gözlenmektedir. Genel olarak yüksek güvenilirlik değerleri olsa da, tutum alt boyutunda bu değerler görece düşük olduğu gözlenmektedir. İfadelere ait ortalama değerlerin ise tutum ilgi ve harcama açısından ortalamanın üzerinde olduğu, algı açısından ortalamanın altında belirlediği saptanmıştır. Bu sonuç, Sarıgül (2015) tarafından geliştirilen dört boyutlu yapıyla benzer iken, Ahmetoğulları ve Parmaksız (2017)'in tek boyutta ölçtükleri yapıdan farklılık göstermektedir.

Bağımlı değişkeni oluşturan yaşam tarzına ait açımlayıcı faktör analizi, ortalama değerler ve güvenilirlik testi sonuçları Tablo 3'teki gibidir. Bu değerler de literatürle benzerlik göstermektedir.

**Tablo 3. Yaşam tarzı açımlayıcı faktör analizi bulguları**

Faktörler	Değişkenler	Ort.	Faktör Yüklere	Açıklanan Varyans	Öz Değer	Cronbach 's Alpha
Tercihbeliler	Heyecan benim için bir tutkudur		,842	25,995	7,019	0,840
	Çok fazla heyecanı seviyorum.		,796			
	Genelde heyecan ararım		,770			
	Yeni şeyler denemeyi severim		,735			
	Yaşantımla ilgili çok fazla değişiklikten hoşlanırım.		,541			
Gayret edenler	Birçok insana göre modaya daha uygun giyindiğim söylenebilir		,852	9,996	2,699	0,840
	Modayı ve yenilikleri takip eden biriyim		,767			
	Yenilikleri ve modayı takip eden biri olarak tanınmak isterim		,766			
	Gösterişten hoşlandığımı söyleyebilirim		,746			
	El işleriyle uğraşmayı severim		,804			

Yapıcılar	Satın almaktansa bir şeyi kendim yapmayı tercih ederim	,788	7,134	1,926	0,825
	Kullanabileceğim eşyalar yapmayı çok severim	,785			
	Daha önce denenmemiş şeyleri denemek isterim	,602			
	Yeni ve farklı şeyler yapmayı severim	,475			
Başarılılar	Bir gruptan sorumlu olmayı severim	,814	6,482	1,750	0,632
	Diğer insanlara önderlik yapmayı severim	,736			
	Hayatımın her geçen gün daha da düzenli olmasını isterim.	,445			
İnananlar	Devlet okullarında dini eğitim artırılmalı	,822	5,885	1,589	0,702
	Bence kutsal kitabımızda anlatıldığı gibi dünya 6 günde yaratıldı	,791			
	Televizyonlarda cinselliğin son zamanlarda çok ön planda olduğunu düşünüyorum	,662			
Entel sıra dışılar	Bir yıl ya da daha fazla zamanımı yabancı ülkede geçirmek isterim	,695	4,863	1,313	0,582
	Birçok insandan daha yetenekliyim	,606			
	Sıra dışı insanlardan ve nesnelere hoşlanırım	,488			
Mücadele edenler	Yaşamımda ilgilendiğim yalnızca birkaç şey var	,844	4,482	1,210	0,666
	Kabul etmeliyim ki ilgi alanlarım sınırlı	,844			
Gerçekleştirilenler	Hiçbir zaman işe yaramayacak olsa bile öğrenmek isterim	,790	3,745	1,011	0,581
	Evrenin işleyişi hakkında daha fazla şey öğrenmek isterim	,777			
Değerlendirme Kriterleri	Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy: 0,827 Approx. Chi-Square: 3676,413 Bartlett's Test of Sphericity: 0,000 Extraction Method: Principal Components Rotation Method: Varimax Açıklanan Varyans Toplamı: 68,584 Cronbach's Alpha: 0,855				

Tablo 3 ele alındığında, yaşam tarzına ait faktör yükleri ve KMO değerleri kabul edilir sınırlar üzerindedir (KMO= 0.827; Faktör yükleri= 0.852 ile 0.488 arasında). Ayrıca literatürde beklendiği gibi yaşam tarzı değişkeni sekiz alt bileşene öz değerleri 1'den büyük ve faktör yükleri 0.45'ten büyük olarak yüklenmiştir. Bu kapsamda sekiz alt bileşene ait güvenilirlik değerleri de kabul edilebilir sınırlar içerisinde. Sadece entel sıra dışılar (Cronbach  $\alpha$ = 0.582) ve gerçekleştirenler (Cronbach  $\alpha$ = 0.581) açısından görece düşük sayılabilir.

Düzenleyici etki analiz yapmak için ön şartlardan biri de ilgili değişkenler arasındaki korelasyonun varlığıdır (Hayes, 2018). Alt bileşenlerin fazlalığı ve bağımlı değişkene ait faktörlerin daha fazla olması detaylı düzenleyici analiz için engel teşkil etmektedir. Bu kapsamda açımlayıcı faktör analizi ile teyit edilen alt bileşenlerin genel finansal okuryazarlık ve yaşam tarzı değişkenleri olarak ortalama değerler üzerinden değerlendirilmesi daha uygun görülmüştür. Öyle ki finansal okuryazarlığında yaşam tarzı değişkeni ile anlamlı düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişkisi gözlenmiştir ( $r=0.511$ ,  $p<0.01$ ). Bu kapsamda değişkenlere ait alt bileşenler arasındaki ilişkiyi test etmek adına Pearson korelasyon analizi yapılmış ve ilgili sonuçlar Tablo 4'te sunulmuştur.

**Tablo 4. Finansal okuryazarlık ile yaşam tarzı arasında korelasyon analizi sonuçları**

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
1. Harcama	1	,530**	,021	,006	,463**	,427**	,250**	,155**	-,056	,292**	,130*	,198**
2. Algı		1	-,097	,102	,330**	,335**	,126*	,056	-,008	,113*	,325**	,100
3. Tutum			1	,185**	,133*	,055	,175**	,257**	,186**	,265**	-,071	,240**
4. İlgi				1	,013	,052	,066	,112*	,226**	,038	,039	,216**
5. Tecrübeliler					1	,451**	,457**	,303**	,124*	,468**	,001	,330**
6. Gayret edenler						1	,328**	,336**	-,084	,359**	-,028	,186**
7. Yapıcılar							1	,268**	,237**	,427**	,046	,315**
8. Başarılılar								1	,203**	,426**	,062	,225**
9. İnananlar									1	,104	,137*	,092
10. Entel sıra dışılar										1	-,094	,284**
11. Mücadele edenler											1	-,032
12. Gerçekleştirilenler												1

Korelasyon analizi sonuçlarına göre, finansal okuryazarlık değişkenine ait alt bileşenlerden, harcama, algı ve tutumun yaşam tarzı bileşenlerinden tecrübeliler, yapıcılar ve entel sıra dışılar arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki olduğu saptanmıştır. Ayrıca harcama ve algının gayret edenler ve mücadele edenler arasında da anlamlı düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki vardır. Harcama bileşeninin başarılılar ve gerçekleştirenler ile de anlamlı ve pozitif yönlü ilişkisi ortaya çıkmaktadır. Tutumun başarılılar, inananlar ve gerçekleştirenler ile de anlamlı ve pozitif yönde bir ilişkisi tespit edilmiştir. Son olarak ilgi boyutu ile başarılılar, inananlar ve gerçekleştirenler arasında da anlamlı düzeyde ve pozitif yönlü bir korelasyon gözlenmektedir.

Araştırma hipotezlerinden farklılıkların değerlendirildiği t-testi sonuçları Tablo 5'teki gibidir. Sırasıyla sosyal demografik değişkenlere göre finansal okuryazarlık ve yaşam tarzı değişkenlerinin değişimleri ele alınmaktadır.

**Tablo 5. Finansal okuryazarlık ve yaşam tarzının cinsiyet ve medeni duruma göre t-testi sonuçları**

Faktörler	Farklılıklar	N	Ort.	Std. Sapma	t	p
Finansal Okuryazarlık	Erkek	166	3.345	.581	3.420	<b>.001*</b>
	Kadın	145	3.152	.373		
Yaşam Tarzı	Erkek	166	3.485	.524	1.037	.293
	Kadın	145	3.429	.412		
Finansal Okuryazarlık	Evli	160	3.341	.518	3.149	<b>.002*</b>
	Bekâr	151	3.164	.472		
Yaşam Tarzı	Evli	160	3.429	.452	-1,141	.255
	Bekâr	151	3.491	.498		

**\*Gruplar arası farklılık 0,05 düzeyinde anlamlıdır.**

Tablo 5 incelendiğinde, finansal okuryazarlık cinsiyete ( $t=3.420$ ,  $p<.01$ ) ve medeni duruma ( $t=3.149$ ,  $p<.01$ ) göre değişmektedir. Yani erkeklerin finansal okuryazarlık algısı kadınlardan daha yüksektir. Ayrıca evli olanların finansal okuryazarlık algısı bekârlara göre daha yüksektir. Yaşam tarzı açısından medeni durum ve cinsiyete göre anlamlı bir farklılık çıkmamıştır.

Araştırma hipotezlerinden diğerlerini test etmek adına ANOVA analizi yapılmıştır. Finansal okuryazarlık ve yaşam tarzının yaşa, eğitim, meslek ve gelir düzeyine göre değerlendirildiği analiz sonuçları Tablo 6'daki gibidir.

**Tablo 6. Finansal okuryazarlık ve yaşam tarzına ait ANOVA sonuçları**

Faktörler	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ort.	F	P	Anlamlı Fark
<b>Yaşa göre</b>							
Finansal okuryazarlık	Gruplararası	5.251	3	1.325	7.325	<b>.000*</b>	<b>31-40 ile 20-30; 41-50 ile 20-30 arasında</b>
	Grupiçi	73.362	307	.239			
	Toplam	78.614	310				
Yaşam tarzı	Gruplararası	.039	3	.013	.057	.982	<b>Fark yok</b>
	Grupiçi	69.915	307	.228			
	Toplam	69.954	310				

Eğitime göre							
Finansal okuryazarlık	Gruplararası	,319	3	,106	,417	,741	Fark yok
	Grupiçi	78,295	307	,255			
	Toplam	78,614	310				
Yaşam tarzı	Gruplararası	,492	3	,164	,724	,538	Fark yok
	Grupiçi	69,462	307	,226			
	Toplam	69,954	310				
Meslek							
Finansal okuryazarlık	Gruplararası	8,806	3	2,935	12,9	,000	Serbest Meslek çalışanı ile diğerleri; kamu personeli ile çalışmayanlar arasında
	Grupiçi	69,807	307	,227			
	Toplam	78,614	310				
Yaşam tarzı	Gruplararası	2,535	3	,845	3,84	,010	Serbest meslek çalışanı ile çalışmayan arasında
	Grupiçi	67,419	307	,220			
	Toplam	8,806	3	2,935			
Gelir							
Finansal okuryazarlık	Gruplararası	5,209	3	1,736	7,26	,000	3001-5000 ile 3000 ve altı; 7000 ve üzeri ile 3000 ve altı arasında
	Grupiçi	73,404	307	,239			
	Toplam	78,614	310				
Yaşam tarzı	Gruplararası	1,069	3	,356	1,58	,192	Fark yok
	Grupiçi	68,885	307	,224			
	Toplam	69,954	310				

**\*Gruplar arası farklılık 0,05 düzeyinde anlamlıdır.**

Tablo 6 incelendiğinde, Finansal okuryazarlık yaşa ( $F=7.325$ ,  $p<.001$ ), mesleğe ( $F=12.910$ ,  $p<.001$ ) ve gelir ( $F=7.262$ ,  $p<.001$ ) düzeyine göre anlamlı düzeyde değişmektedir. Öte yandan eğitim düzeyine göre farklılaşmamaktadır. Yaşam tarzı bağımlı değişkeni ise, sadece mesleğe göre farklılık göstermektedir ( $F=3.848$ ,  $p<.01$ ). Bu kapsamda,  $H_{2(a,c,d)}$  hipotezleri kabul edilirken,  $H_{2(b)}$  reddedilmiştir. Öte yandan  $H_{3(c)}$  hipotezi kabul edilirken,  $H_{3(a,b,d)}$  hipotezleri reddedilmiştir.

Yapılan korelasyon analizi sonuçları değerlendirildiğinde genel finansal okuryazarlık ve yaşam tarzı değişkenleri arasındaki ilişkide yaş ve gelir gibi sosyal demografik düzenleyici değişkenlerin rolünü test eden hipotezler ayrı ayrı sınanmıştır. Sırasıyla, yaşın, gelirin ve eğitim düzeyinin rolü incelenmiştir. Eğitim düzeyinin gerek farklılık testlerinde gerek korelasyon analizinde finansal okuryazarlık ve yaşam tarzı ile herhangi bir ilişkisi gözlenmediğinden, düzenleyici rolü de saptanmamıştır. Bu bağlamda eğitim düzeyine ait bulgular anlamsız olduğu ve ön şartları sağlamadığı için analize dahil edilmemiştir. Finansal okuryazarlığın yaşam tarzına etkisinde yaşın ve gelirin düzenleyici rolünü test etmek amacıyla bootstrap yöntemini temel alan regresyon analizi modeli (Hayes'in Model 2'si kullanılarak) sonuçları Tablo 7'deki gibidir.

**Tablo 7. Finansal okuryazarlığın yaşam tarzına etkisinde yaş ve gelir düzenleyici etkisini gösteren regresyon analizi sonuçları (N=311; Hayes, Model 2)**

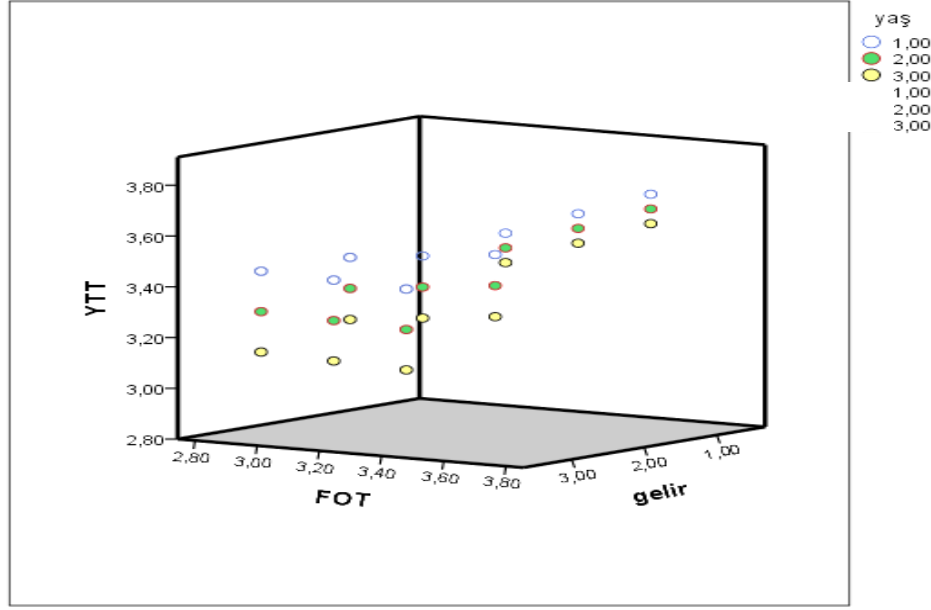
Değişkenler	Model 2 (Y=Yaşam tarzı)			
	b	S.H.	t	p
Sabit	1.664*** [.726 ; 2.603]	.477	3.49	.0006
Finansal okuryazarlık (X(b1))	.590*** [.299 ; .881]	.148	3.99	.0001
Yaş (W(b2))	-.527*** [-.915 ; -.140]	.197	-2.68	.0078
X.W ((b3))	.129** [.014 ; .244]	.058	2.204	.0282
Gelir (Z(b4))	.490*** [.207 ; .773]	.144	3.406	.0007
X.Z(b5)	-.142*** [-.229 ; -.055]	.044	-3.226	.0014

**R= .562 R<sup>2</sup>= .316 F(5-305)=28.19 p=.0000**

\*\*\* p < .01, \*\* p < .05, S.H. : Standart Hata, Parantez içindeki değerler güven aralıklarıdır. Standardize edilmemiş beta katsayıları (b) raporlanmıştır.

Bootstrap yönteminin, Baron ve Kenny'nin (1986) geleneksel yönteminden daha güvenilir sonuçlar ortaya çıkardığı söylenmektedir (Gürbüz, 2019; Hayes, 2018). Analizler Hayes'in geliştirdiği Process Macro kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Ayrıca bootstrap tekniği ile 5000 yeniden örneklem seçeneği kullanılmıştır. Tablo 5'te gösterilen regresyon analizleri sonuçlarına göre, analize dahil edilen tüm tahmin değişkenlerinin, yaşam tarzı üzerindeki değişimin yaklaşık %31.6'sını (R<sup>2</sup>= .316) açıkladığı görülmüştür. Yaşam tarzına finansal okuryazarlığın (b= .590, p< .001), yaşın (b= -.527, p< .001) ve gelir düzeyinin (b= .490, p< .001) anlamlı düzeyde etkilerinin olduğu tespit edilmiştir. Aynı anda yapılan analizde finansal okuryazarlık ve yaşın yaşam tarzı üzerindeki düzenleyici etkisinin pozitif yönlü ve anlamlı düzeyde olduğu tespit edilmiştir (b= .129, p< .001). Ancak finansal okuryazarlık ve gelir düzeyinin yaşam tarzı üzerindeki düzenleyici etkisi de anlamlı ve negatif yönlü olduğu gözlenmektedir (b=-.142; p<0.0014). Bu kapsamda araştırma hipotezlerinden H<sub>1</sub>, H<sub>4</sub> ve H<sub>6</sub> hipotezleri kabul edilirken, H<sub>5</sub> hipotezi reddedilmiştir.

Finansal okuryazarlığın yaşam tarzına etkileri ve düzenleyicilik rolünü gösteren eğim analizi sonuçları Şekil 2'deki gibidir.



**Şekil 2. Düzenleyicilik rolüne ilişkin eğim grafiği**

Eğim analizi sonuçlarına göre (Şekil 2), finansal okuryazarlığın yaşam tarzına etkisinde gelir düzeyi ve kuşakların (yaşın) düzenleyici rolü bulunmaktadır. Yani bütün yaş gruplarında düşük gelire sahip bireylerin finansal okuryazarlığı arttıkça yaşam tarzları da olumlu şekilde artmaktadır. Benzer şekilde bütün yaş gruplarında orta ve yüksek gelirli bireylerde de finansal okuryazarlık arttıkça yaşam tarzı olumlu değişmektedir. Daha ilginç olan yaşın tek başına yaşam tarzı üzerinde negatif ve anlamlı etkisi varken finansal okuryazarlıkla birleştiğinde pozitif ve anlamlı bir etkiye dönüşmektedir. Öte yandan gelirin tek başına yaşam tarzına pozitif etkisi varken finansal okuryazarlıkla birlikte etkisinin anlamlı ve negatif yönde olduğu gözlenmektedir. Yani gelir artarken yaşam tarzı da olumlu gelişmektedir. Buna karşın gelirle birlikte finansal okuryazarlık da arttığında yaşam tarzı olumsuz yönde anlamlı değişmektedir. Yaşın tek başına yaşam tarzına negatif etkisi bulunurken finansal okuryazarlıkla birlikte anlamlı ve pozitif yönde etkilediği gözlenmektedir. Yaşla finansal okuryazarlığın birlikte yaşam tarzındaki  $R^2$  değişimlerin %1.1. Yine gelir düzeyi ile finansal okuryazarlığın birlikte yaşam tarzındaki  $R^2$  değişimlerin %2.3'ünü açıkladığı gözlenmiştir. Diğer taraftan gerek yaşın gerekse gelirin birlikte düzenleyiciliği finansal okuryazarlıkla yaşam tarzındaki değişimin %3.1'ini açıkladığı gözlenmektedir. Gerek gelirin gerekse yaşın ayrı ayrı ve birlikte düzenleyici rolü saptanmıştır. Finansal okuryazarlığın yaşam tarzına etkisinde düzenleyiciler içerisinde en yüksek etkiyi ( $b=.834$ ,  $p<0.001$ ) yaşın en büyük (3) ve gelirin en düşük (1) olduğu noktada ortaya çıkmaktadır. Yine düzenleyicilikte en düşük anlamlı role sahip olan kesişim ise, yaşın en genç (1) ve gelirin en yüksek (3) olduğu noktada belirmiştir ( $b=.292$ ;  $p<0.001$ ).

## 5. Sonuç ve tartışma

Bu çalışma, finansal okuryazarlığın yaşam tarzına etkisini Düzce ili özelinde araştırmaktadır. Literatürde çok fazla değinilmeyen önemli konulardan biri de yaşam tarzına etki eden faktörlerden en önemli unsurunda finansal etkenler olduğudur. Bu boşluktan hareketle finansal bilgi, algı, harcama ve tutumdan oluşan finansal okuryazarlık davranış tutum ölçeğinin tecrübeliler, gayret edenler, yapıcılar, başarılılar, inananlar, entel sıra dışılar, mücadele edenler ve gerçekleştirenlerden oluşan yaşam tarzına etkisini ve bu etkide yaş eğitim ve gelir gibi sosyal demografik değişkenlerin düzenleyici rolü irdelenerek literatüre önemli bir katkı sağlandığı düşünülmektedir. Hedef pazarın incelenmesi ve pazarlama stratejilerinin oluşturulması noktasında da bu çalışma uygulayıcılara önemli ipuçları sağlamaktadır.

Finansal okuryazarlığın gelir düzeyine göre değiştiği, yaşa ve mesleğe göre farklılaştığı gözlemlendi. Gelir düzeyi arttıkça finansal okuryazarlık artmaktadır. Öte yandan daha yaşlı olanların gençlere göre daha fazla finansal okuryazar olduğu saptandı. Serbest meslek erbaplarının diğer mesleklere göre daha fazla finansal okuryazarlığı teyit edildi. Evli olan erkeklerin finansal okuryazarlıkları daha yüksek çıkmıştır.

Bu sonuçlar sosyoekonomik faktörlerin önemli bir finansal okuryazarlığı artırıcı unsur olduğunu ifade eden çalışmalarla benzerlik göstermektedir (Martono ve Sudarma, 2019; Doğan, 2019). Öte yandan yaşam tarzı açısından ise serbest meslek erbablarının diğer mesleklere göre daha farklı oldukları gözlenmiştir. Yaşam tarzı çoğunlukla sosyal etkileşimle olduğu için kişinin yaşama biçimi, faaliyetlerini ve ilgi alanlarını, tutumlarını, tüketimini ve beklentilerini kapsamaktadır (Rahman ve Risman, 2021: 30). Bu durum yaşam tarzı olarak serbest meslek erbablarının farklılaşmasında önemli bir rol oynamaktadır.

Yapılan faktör analizi sonuçlarına göre finansal okuryazarlık ile ilgili dört faktör ortaya çıkmıştır. Ölçeğin kullanıldığı Sarıgül'ün (2015) çalışmasında yer alan faktörlerle örtüşmektedir. Yaşam tarzı ile ilgili yapılan faktör analizi sonuçları da ölçeğin kullanıldığı Erçis, Ünal ve Can'ın (2007) çalışmasında yer alan ve VALS2'de yer alan faktörlerle ve Öcel (2020)'in değerlendirmesiyle benzerlik göstermektedir.

Yapılan korelasyon analizi sonuçlarına bakıldığında finansal okuryazarlık ile yaşam tarzı boyutları arasında genel olarak ilişkinin varlığından bahsedilebilir. Bu kapsamda finansal okuryazarlığın arttığı bir platformda yaşam tarzının da anlamlı ve pozitif yönde arttığı gözlenmektedir. Bunun yanı sıra alt boyutların birbiriyle korelasyonel bağlantıları da, harcama alt boyutu ile tecrübeliler, gayret edenler, yapıcılar, başarılılar, inananlar, entel sıra dışılar, mücadele edenler ve gerçekleştirenler arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki saptanmıştır. Yine finansal okuryazarlık alt bileşenlerinden algı ile tecrübeliler, gayret edenler, yapıcılar, entel sıra dışılar ve mücadele edenler arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Dahası, tutum alt boyutu ile tecrübeliler, yapıcılar, başarılılar, inananlar, entel sıra dışılar ve gerçekleştirenler arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki bulunmuştur. Son olarak ilgi değişkeni ile başarılılar, inananlar ve gerçekleştirenler arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki gözlenmiştir.

Finansal okuryazarlık, bireyin ekonomik işlem faaliyetlerinde seçim yapması için önemli bir unsurdur. Finansal okuryazarlıkla ilgili teorinin gelişimi, insan davranışını inceleyen çeşitli kavramlarla yakında ilişkilidir. Pandemi döneminde birçok şey gibi yaşam tarzı da zorunlu ve isteğe bağlı olarak önemli değişikliklere maruz kaldı. Bilhassa kısıtlı bir yaşam tarzının olduğu ortamda, finansal okuryazarlığın geliştirilmesinin önemi bir kez daha teyit edildi. Bu sonuç her ne kadar tam tersi bir hipotez kurulsa da Firmansyah ve Maulana (2021)'nin çalışmaları ile uyumludur. Ayrıca Sari ve diğerleri (2020) finansal yönetim davranışını yaşam tarzının etkilediğini öngören çalışmayla da aynı minvaldedir. İyi finansal yönetim becerilerine sahip bireyler, paranın bu bireylerin ihtiyaçlarına göre uygun şekilde tahsis edilmesi için kesinlikle maliyetleri kontrol edeceklerdir. Bu da yaşam tarzlarına etki edecektir. Finansal okuryazarlığın yaşam tarzına etkisinde yaşın ve gelir düzeyinin düzenleyici rolü saptanmıştır. Bir bütün olarak modeli ele aldığımızda yaş, gelir ve finansal okuryazarlık yaşam tarzının %31.6'sını açıklamaktadır. Diğer taraftan eğitim düzeyinin herhangi bir düzenleyici rolü gözlenmemiştir. Yaşın ve gelirin birlikte düzenleyici rolünün yanı sıra ayrı ayrı da düzenleyici rolü tespit edilmiştir. Şöyle ki yaş ilerledikçe finansal okuryazarlığın yaşam tarzına etkisinde olumlu ve anlamlı değişimler gözlenmektedir. Ayrıca yaşın tek başın artması yaşam tarzını olumsuz etkilemektedir. Bu durumda gençlerin eğlence, keyif, moda uygun davranma gibi davranışlarda bulunduğu söylenebilir. Bu sonuçla Yang ve Ding'in (2016), Halimatussakdiyah ve diğerlerinin (2019), Gunawan ve Chairani'nin (2019) çalışmaları benzerlik göstermektedir. Öte yandan gelirin yaşam tarzına olumlu etkisi varken finansal okuryazarlıkla birlikte ele alındığında bu etki negatife dönmektedir. Yani gelir arttıkça haliyle keyif, moda düşkün olma, eğlence gibi davranışlara yönelim artmaktadır. Ancak Finansal okuryazarlığı yükselen ve geliri artan bireylerde yaşam tarzı unsurları olumsuz gelişmektedir. Bu sonuçlar çalışmanın en özgün sonuçlarından bir olduğundan görece alanda destek ya da antitez bir çalışmaya rastlanmamıştır.

Bu çalışmanın maliyet, zaman ve harcanan çaba bakımından bir takım kısıtları bulunmaktadır. İlk olarak çalışma Düzce ili ve kullanılan ölçeklerle sınırlıdır. Nitekim kullanılan yaşam tarzı ölçeği Amerikalıların yaşam tarzını yansıtan bir ölçektir. Çalışma 2021 yılı ile sınırlıdır.

Bu araştırmanın sonuçları dikkate alındığında gelecekte aşağıdaki çalışmaların yapılması önerilmektedir:



- Yapılan araştırmalar dikkate alındığında genelde Amerikalıların yaşam tarzı ve değerlerini yansıtan ölçekler üzerinden çalışmalar yapılmaktadır. Dolayısıyla Türkiye ölçeğinde geliştirilen, Türk milletinin yaşam tarzı ve değerlerini yansıtan bir ölçeğe rastlanmamıştır. Bu alanda çalışmalar yapılabilir.
- Bu çalışmada finansal okuryazarlık ile yaşam tarzı arasındaki ilişki irdelenmiştir. Gelecekte finansal okuryazarlık ile kişilik yapısı arasındaki ilişki incelenebilir.

### Kaynakça

- Ahmetoğulları, K., & Parmaksız, H. (2017). Finansal İyilik Halinin Finansal Okuryazarlık ve Kredi Kartı Tutumuyla İlişkisi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(48), 317-330.
- Apak, S., & Elverici, G. (2008). “İstanbul’un Finans Merkezi Olması” Projesinin Değerlendirilmesi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (38), 9-20.
- Baron, R.M., & Kenny, D.A. (1986). The Moderator–Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, And Statistical Considerations. *Journal of Personality And Social Psychology*, 51(6), s.1173.
- Doğan, M. (2019). Türkiye Finansal Okuryazarlık Araştırması. *Third Sector Social Economic Review*, 54(4), 1602-1620.
- Erciş, A., Ünal, S., & Can, P. (2007). Yaşam Tarzlarının Satın Alma Karar Süreci Üzerindeki Rolü. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), 281-311.
- Firmansyah, M.F., & Maulana, H.Z. (2021). Empirical Study of E-Learning on Financial Literacy and Lifestyle: A Millenial Urban Generations Cased Study. *International Journal of Engineering, Science and Information Technology*, 1(3), 75-81.
- Gunawan, A., & Chairani, C. (2019). Effect of Financial Literacy and Lifestyle of Finance Student Behavior. *International Journal of Business Economics (IJBE)*, 1(1), 76-86.
- Gürbüz, S. & şahin, F. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (Felsefe-Yöntem-Analiz)*. 5. Baskı. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Gürbüz, S. (2019). *Sosyal Bilimlerde Aracı, Düzenleyici ve Durumsal Etki Analizleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Halimatussakdiyah, H., Martono, S. & Sudarma, K. (2019). Influence of Life Style And Financial Literacy to Consumptive Behavior through Self-Control of Unisnu FEB College Students Jepara. *Journal of Economic Education*, 8(1), 75-80.
- Hawkins, D.I. & Mothersbaugh, D. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (11th ed.). New York, NY: McGrawHill/Irwin.
- Harputlu, M.S. & Kendirli, S. (2019), “An Assessment On The Financial Literacy Level Of Generation Z”, 3rd International Conference on Economic Research 24-25th October 2019, Alanya, Turkey.
- Hayes, A.F. (2018). *Introduction to Mediation, Moderation, And Conditional Process Analysis Second Edition: A Regression-Based Approach*. NY: Ebook The Guilford Press.
- Huston, S.J. (2010). Measuring Financial Literacy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 22-78.
- Kahle, L.R., Beatty, S.E. & Homer, P. (1986). Alternative Measurement Approaches to Consumer Values: The List of Values (LOV) And Values And Life Style (VALS). *Journal of consumer research*, 13(3), 405-409.
- Kahle, Lynn R., ed. (1983). *Social Values and Social Change: Adaptation to Life in America*. New York: Praeger
- Kapantouw., C. & Mandey, S.L. (2015). The Influence Of Attitudes, Subjective Norms, And Lifestyle On Purchasing Decisions Asus Mobile Phones In Gamezone Computer Megamall Manado. *Jurnal EMBA*, 3(2), 706–718. <https://doi.org/10.35794/emba.v3i2.8699>.

- Koç, E. (2016). *Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri: Global ve Yerel Yaklaşım: Pazarlama ve Tüketici Davranışı Kavramlarının İngilizceleriyle*. 7. Baskı. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Krishna, A., Rofaida, R. & Sari, M. (2010). Analysis of Financial Literacy Levels Among Students And Influencing Factors (Survey on Indonesian Education University Students). *Proceedings of the 4th International Conference on Teacher Education Join Conference UPI & UPSI Bandung*. Indonesia: Bandung.
- Lusardi, A. & Mitchell, O.S. (2007). Baby Boomer Retirement Security: The Roles of Planning, Financial Literacy, And Housing Wealth. *Journal of Monetary Economics*, 54(1), 205-224.
- Lusardi, A., Mitchell, O.S., & Curto, V. (2010). Financial Literacy Among The Young. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 358-380.
- Münyas, T. (2020). Mali Müşavir Adaylarının Finansal Okuryazarlık Tutum ve Davranışlarıyla İlgili Bir İnceleme. *Muhasebe ve Denetim Bakış*, 20(62), 223-244.
- Nababan, D. (2013). Analisis Personal Financial Literacy Dan Financial Behavior Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara. *Jurnal Media Informasi Manajemen*, 1(1).
- Öcel, Y. (2020). The Effect of Lifestyle on Brand Hate: An Application on Football Fans. *Journal of Current Researches Business And Economics*, 10(1), 91-108.
- Pulungan, D. R. & Hastina, F. (2018). The Effect of Lifestyle And Financial Literacy on Student Consumptive Behavior. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 103–110. Retrieved from <https://ejurnal.id/index.php/jsm/article/view/173>.
- Rahman, A., & Risman, A. (2021). Is Behavior Finance Affected by Income, Learning Finance And Lifestyle? *The EURASEANs: Journal on Global Socio-Economic Dynamics*, 4(29), 29-40.
- Remund, D.L. (2010). Financial Literacy Explicated: The Case For a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 276-295.
- Robb, C.A. & Sharpe, D.L. (2009). Effect of Personal Financial Knowledge on College Students' Credit Card Behavior. *Journal of Financial Counseling And Planning*, 20(1), 25–40.
- Rokeach, M. (1974). Change And Stability in American Value Systems, 1968-1971. *Public Opinion Quarterly*, 38(2), 222-238.
- Romadhoni, B., Hadiwidjojo, D. & Noermijati, S. (2015). Relationship Between E-Service Quality, E-Satisfaction, E-Trust, E-Commitment in Building Customer E-Loyalty. *International Journal of Business and Management Invention*, 4(2), Retrieved from [http://www.ijbmi.org/papers/Vol\(4\)2/Version-2/A4220109.pdf](http://www.ijbmi.org/papers/Vol(4)2/Version-2/A4220109.pdf).
- Sarıgül, H. (2015). Finansal Okuryazarlık Tutum ve Davranış Ölçeği: Geliştirme, Geçerlik ve Güvenirlik. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 200-218.
- Sari, S.R., Andriani, S. & Kemala Sari, P.R. (2020). The Influence of Financial Literacy And Lifestyle on The Financial Behavior of Female State Civil Apparatus (ASN) in Sumbawa Besar. *Indonesian Journal of Economics and Business*, 5(02), 33-37.
- Sekararum, P.C., Wulandari, D. & Narmaditya, B.S. (2018). Financial Literacy And Lifestyle Among Housewives. In *Proceedings of the 2nd International Research Conference on Economics and Business (IRCEB 2018)*, 262-266, Doi: 10.5220/0008786302620266.
- 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, Work, And Education. *Journal of Youth And Adolescence*, 39(12), 1457-1470.
- Sina, P.G. (2012). Analisis Literasi Ekonomi. *Jurnal Economia*, 8(2), 135-143.
- Strategic Business Insights (2021). US Framework And VALS™ Types. Erişim linki: <http://www.strategicbusinessinsights.com/vals/ustypes.shtml>

- Tabachnick, B.G. & Fidell, L.S. (2015). *Çok Değişkenli İstatistiklerin Kullanımı* (6. Basımdan Çev. Mustafa Baloğlu). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- TBB-DELOITTE. (2007). İstanbul'un Uluslararası Finans Merkezi Olma Potansiyelinin Değerlendirilmesi. İstanbul: Deloitte Yayınları.
- Theodora, B.D. (2016). The Effect of Family Economic Education Towards Lifestyle Mediated by Financial Literacy. *Dinamika Pendidikan*, 11(1), 18-25.
- Wahyono. (2001). The Effect of The Economic Behavior of The Head of The Family on The Intensity of Economic Education in The Family Environment (Dissertation). PPS UM Malang, Indonesia.
- Wells, W.D. & Tigert, D.J. (1971). Activities, İnterests And Opinions. *Journal of Advertising Research*, 11(4), 27-35.
- Wulandari, D., & Narmaditya, B.S. (2015). Dampak Literasi Keuangan Pada Akses Layanan Keuangan: Studi Pada Kepemilikan Polis Asuransi di Malang. *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 7(1), 63-67.
- Karagöz, Y. & Kösterelioğlu İ. (2008). İletişim Becerileri Değerlendirme Ölçeğinin Faktör Analizi Metodu İle Geliştirilmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21, 81-97.
- Yang, P. J. & Ding, X. (2016). Today's Life Style And Yesterday's Life Experience: A Study of Financial Practices of Retirees in China. In *Proceedings of the 19th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work And Social Computing Companion*, 441-444, <https://doi.org/10.1145/2818052.2869084>.
- Zahra, D.R. & Anoraga, P. (2021). The Influence of Lifestyle, Financial Literacy, And Social Demographics on Consumptive Behavior. *The Journal of Asian Finance, Economics, And Business*, 8(2), 1033-1041.

**Research Article**

**Finansal Okuryazarlık İle Yaşam Tarzı Arasındaki İlişkinin İrdelenmesi**

*Determination Of The Relationship Between Financial Literacy and Life-Style*

<p><b>Kayhan AHMETOĞULLARI</b> Öğr. Gör. Dr. Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO <a href="mailto:kayhanahmet@uludag.edu.tr">kayhanahmet@uludag.edu.tr</a> <a href="https://orcid.org/0000-0002-2658-189X">https://orcid.org/0000-0002-2658-189X</a></p>	<p><b>Yusuf ÖCEL</b> Doç. Dr. , Düzce Üniversitesi İşletme Fakültesi <a href="mailto:yusufocel@duzce.edu.t">yusufocel@duzce.edu.t</a> <a href="https://orcid.org/0000-0002-4555-7035">https://orcid.org/0000-0002-4555-7035</a></p>
---	---

**Aim:** This study basically evaluates the effect of financial literacy on lifestyle by collecting samples specific to Düzce province. In addition, it measures the relationships between the sub-dimensions of financial literacy and lifestyle. It also examines the moderator role of socioeconomic variables in the effect of financial literacy on lifestyle. Finally, it is examined how financial literacy and lifestyles differ according to demographic variables. Examining the role of financial literacy, which includes managing oneself and financial conditions correctly, especially in an environment where lifestyle is greatly affected during the pandemic period, has given the study a unique quality.

**Method:** A cross-sectional analysis method with a quantitative pattern was used in the study. The data were obtained through an online survey. 350 of 1000 subjects selected by convenience sampling technique gave feedback. The questionnaire form is composed of three parts. Financial literacy statements were adapted from the Financial literacy attitude and behavior scale created by Sarıgöl (2015). The lifestyle scale, on the other hand, was taken from the statements in Erciş, Ünal, and Can's (2007) study named the role of lifestyles on the purchasing decision process, based on VALS2. Finally, demographic questions were added. The population of the study consists of volunteers between the ages of 18 and 70 who agreed to participate in the study in Düzce. Problematic answers were eliminated from 350 subjects participating in the study, and 311 data were included in the analysis as healthy.

The scale of financial literacy was adapted by Sarıgöl (2015) from the study named "Financial Literacy Attitude and Behavior Scale". There are 14 statements and 4 factors in total in the scale. The lifestyle scale was taken from Erciş, Ünal, and Can's (2007) study titled "The Role of Lifestyles on the Purchasing Decision Process" based on VALS2. A total of 35 expressions were used in the study and 6 factors emerged. Financial literacy and lifestyle statements were measured with a 5-point Likert scale in the study (1=strongly agree, 3=partially agree, 5=strongly agree).

The obtained data were analyzed with SPSS 21.0 package program and process macro. Cronbach's Alpha coefficient was used to determine the reliability of the scales used in the study. Frequency and percentage analyzes were performed for descriptive data. Parametric tests were performed because the data provided the assumption of normal distribution. T-test and ANOVA analyzes were performed to compare the differences between the groups. Exploratory factor analysis was applied to reevaluate the validity of the scales. Regression models and regulatory analyzes were performed to test the research hypotheses.

**Findings:** According to the results of the analysis, the financial literacy of the participants varies according to age, income and profession. That is, those with higher age and income are more financially literate than those with lower income. Self-employed people are more financially literate than other professions. In addition, a difference was determined according to occupation in terms of lifestyle. In other words, self-employed people have more lifestyles than other professions.

Financial literacy, one of the research scales, was loaded on four different factors as interest, attitude, expenditure and perception. Again, the scales of the lifestyle variable were collected in eight separate

components. These results show that the validity and reliability of the scales, whose validity and reliability were tested before, were re-established with a different data set.

The significant and positive effect of financial literacy on lifestyle has been confirmed. On the other hand, while age and income have a moderator role in the effect of financial literacy on lifestyle, educational status has not been found to have a moderator role. More strikingly, age was observed to have a positive effect on lifestyle together with financial literacy, while the effect of age alone on lifestyle was observed to be significant and negative. Income, on the other hand, has a positive effect on lifestyle, while it negatively affects lifestyle with financial literacy. In fact, age, income and financial literacy together explain 31.6% of changes in lifestyle.

**Conclusion and recommendations:** This study investigates the effect of financial literacy on lifestyle in the province of Düzce. One of the important issues that are not mentioned much in the literature is that the most important factor affecting the lifestyle is the financial factors. Based on this gap, the effect of the financial literacy behavior attitude scale, which consists of financial information, perception, spending and attitude, on the lifestyle of experienced, hard-working, constructive, successful, believers, intellectuals, strugglers and performers, and the effect of this effect on social demographics such as age, education and income. It is thought that an important contribution to the literature has been made by examining the regulatory role of the variables. This study provides important clues to practitioners at the point of examining the target market and creating marketing strategies.

The research coincides with a period in which the lifestyle has changed significantly, especially during the pandemic period. For this reason, it is emphasized that financial literacy can play an important role as well as internal and external factors that affect lifestyle. It is assumed that some of the most important socioeconomic factors affecting financial literacy and lifestyle are education, age and income levels. In this context, a regulatory role of socioeconomic factors in the effect of financial literacy on lifestyle is also emphasized.

The research found that financial literacy significantly increased the lifestyle. On the other hand, the regulatory role of age and income together and separately has been affirmed. Age, income and financial literacy as a whole were found to explain 31.6% of changes in lifestyle.

Financial literacy is an important element for an individual to make choices in economic transaction activities. The development of financial literacy theory is closely related to various concepts that study human behavior. Lifestyle, like many things during the pandemic period, has undergone significant and optional changes. The importance of developing financial literacy was reaffirmed, especially in the context of a restricted lifestyle. This result is consistent with the studies of Firmansyah and Maulana (2021), although the opposite hypothesis is established. In addition, Sari et al. (2020) is in the same vein with the study that predicts that lifestyle affects financial management behavior. Individuals with good financial management skills will certainly control costs so that money is appropriately allocated according to the needs of these individuals. This will affect their lifestyle. The moderator role of age and income level in the effect of financial literacy on lifestyle has been determined. On the other hand, no regulatory role of education level was observed. In addition to the co-regulatory role of age and income, it has also been determined separately. Namely, as the age progresses, positive and significant changes are observed in the effect of financial literacy on the lifestyle. In addition, the increase in age alone affects the lifestyle negatively. In this case, it can be said that young people engage in behaviors such as entertainment, pleasure, and fashionable behavior. With this result, the studies of Yang and Ding (2016), Halimatussakdiyah et al. (2019), Gunawan and Chairani are similar. On the other hand, while income has a positive effect on lifestyle, this effect turns negative when considered together with financial literacy. In other words, as income increases, the tendency towards behaviors such as pleasure, being fond of fashion and entertainment increases. However, lifestyle factors develop negatively in individuals with increasing financial literacy and increasing income. Since these results are among the most original results of the study, no support or antithesis study was found in the field.

### **Katkı Beyanı**

Bu çalışmada yazarlar ortak ve eşit katkı sunmuştur.