



Araştırma Makalesi
Research Article

Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi

Yıl: 2021 Cilt-Sayı: 14(3) ss: 881-905

Academic Review of Economics and Administrative Sciences

Year: 2021 Vol-Issue: 14(3) pp: 881-905

<https://dergipark.org/tr/pub/ohuiibf/>

ISSN: 2564-6931

DOI: 10.25287/ohuiibf.787992

Geliş Tarihi / Received: 30.08.2020

Kabul Tarihi / Accepted: 25.10.2020

Yayın Tarihi / Published: 31.07.2021

KADIN GİRİŞİMCİLERİN FİNANSAL SOSYALİZASYONU VE FİNANSAL OKURYAZARLIĞI ÜZERİNE İZMİR İLİNDE BİR ARAŞTIRMA*

Didem CANSEVER¹

Duygu KIZILDAĞ²

Öz

Finansal sosyalizasyon bireylerin finansal bilgilerini, becerilerini, tutumlarını ve davranışlarını şekillendirmesine katkı sağlayan bir süreçtir. Bireylerin; aile, arkadaşlar, okul, medya ve din gibi farklı finansal sosyalizasyon araçlarından etkilendiği bu süreçte, finansal karar alma anlayışlarının temeli oluşmaktadır. Finansal araçları ve kavramları öğrenen bireylerin, daha rasyonel kararlar alarak, finansal iyiliği sağlayacak davranışlar sergilemesi mümkün olabilmektedir. Literatürdeki çalışmalarda da finansal sosyalizasyon, bireylerin finansal okuryazar olma vasfı kazanması ve davranışlarının şekillenmesine etki eden önemli unsurlardan biri olarak değerlendirilmektedir. Bu çerçeveden hareketle çalışmanın amacı, finansal sosyalizasyonun kadın girişimcilerin finansal okuryazarlığı üzerindeki rolünü incelemektir. Araştırmada, İzmir ilinde faaliyet gösteren bir iş kadınları derneğinin üyelerinden yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılarak veriler toplanmıştır. Mülakatlarda finansal okuryazarlığın gelir, bütçe, harcama, tasarruf, borçlanma, yatırım ve emeklilik boyutları ekseninde, finansal sosyalizasyonun finansal tutum ve davranışların şekillenmesinde nasıl bir rolü olduğu belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma sonucunda, finansal sosyalizasyon araçlarından “ailenin” örnekleme yer alan kadın girişimcilerin finansal okuryazarlığı üzerinde etkili bir role sahip olduğu görülmüştür. Finansal sosyalizasyon sürecinde aileden etkilenen kadın girişimcilerin benzer tutum ve davranışlar sergilediği belirlenmiştir. Aynı zamanda, örneklemedeki kadın girişimcilerin finansal okuryazarlık boyutlarında bilinçli tutum ve davranışlar sergiledikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler : Finansal sosyalizasyon, Finansal okuryazarlık, Kadın girişimciliği.

Jel Sınıflandırması : Z13, G53, L26.

* Bu çalışma, İzmir Demokrasi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde, ikinci yazarın danışmanlığında birinci yazar tarafından hazırlanan “Finansal Sosyalizasyon Süreçlerinin Kadın Girişimcilerin Finansal Okuryazarlığı Üzerindeki Rolü” başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

¹Bilim Uzmanı, didemcansever@hotmail.com.tr, ORCID: 0000-0002-5884-0091.

² Prof. Dr., İzmir Demokrasi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İnsan Kaynakları Yönetimi Bölümü, duygu.kizildag@idu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5354-7729.

Atf / Citation (APA 6):

Cansever, D., & Kızıldağ, D.(2021). Kadın girişimcilerin finansal sosyalizasyonu ve finansal okuryazarlığı üzerine İzmir ilinde bir araştırma. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(3), 881-905. <http://doi.org/10.25287/ohuiibf.787992>.

A RESEARCH ON FINANCIAL SOCIALIZATION AND FINANCIAL LITERACY OF WOMEN ENTREPRENEURS IN IZMIR PROVINCE

Abstract

Financial socialization is a process that contributes to shape individuals' financial knowledge, skills, attitudes, and behaviors. Individuals who learn financial instruments and concepts by being influenced by different financial socialization tools such as family, friends, school, media and religion can make more rational decisions and exhibit behaviors that will provide financial well-being in this process. Also, financial socialization is considered as one of the important factors that affect individuals' acquisition of financial literacy and shaping their behavior in the literature. In this context, the study aims to investigate the role of financial socialization on the financial literacy of women entrepreneurs. Data was collected using a semi-structured interview technique from the members of a business women association operating in Izmir province. As a result of the study in which financial literacy was examined on the line of income, budget, spending, saving, borrowing, investment, and retirement, it was observed that the "family" has an effective role on the financial literacy of women entrepreneurs and women entrepreneurs who were affected by the family also displayed similar attitudes and behaviors. Besides, it was concluded that the women entrepreneurs in the sample exhibited conscious attitudes and behaviors in financial literacy dimensions.

Keywords : Financial socialization, Financial literacy, Women entrepreneurship .

Jel Classification : Z13, G53, L26.

GİRİŞ

Finansal piyasalarda gün geçtikçe artan ürün çeşitliliği ve finans dünyasına erişilebilirlik, bireylerin finansal sistem içerisinde işlem yapabilmesi için finansal okuryazar olma gerekliliğini de beraberinde getirmiştir. Finansal konularda bilgi sahibi olma, finansal konuları anlama ve yorumlama becerisi olarak tanımlanan finansal okuryazarlık, bireylerin finansal konulardaki bilgi düzeyi ile ilişkilendirilmektedir (Schagen & Lines, 1996; Lusardi, 2008). Bu düzey belirlenmeye çalışılırken, finansal okuryazarlığın oluşmaya başladığı süreç arka planda kalabilmektedir. Doğuştan kazanılan bir vasıf olmayan finansal okuryazarlık, bireylerin zaman içerisinde bazı etkenlere maruz kalmasıyla oluşmaktadır. Bu etkenlerden biri de finansal sosyalizasyondur.

Finansal sosyalizasyon bireylerin finansal konularda çevrelerinden etkilendiği uzun bir süreci ifade etmektedir (Gutter ve ark., 2009; Gudmunson & Danes, 2011). Finansal sosyalizasyon süreci, bireyleri erken dönemlerden itibaren finansal durumlarla karşılaşacağı bir çember içerisine aldığından, bireylere iyi bir finansal okuryazar olma fırsatı sunabilmektedir. Finansal sosyalizasyon sürecinde bireyler, finansal sosyalizasyonun araçları olarak kabul edilen ailelerinden, arkadaşlarından, eğitim gördüğü kurumlardan, medyadan ve inandıkları dinden etkilenebilmektedir (Bachmann, John & Rao, 1993; Danes & Haberman, 2007; Drever ve ark., 2015; Greenfield & Williams 2007; Kim & Chatterjee, 2013; Shim ve ark., 2010; Sohn ve ark., 2012; Solheim, Zuiker, Levchenko, 2011). Böylece bireylerin finansal okuryazarlığın bileşenleri olarak kabul edilen; finansal bilgi, finansal tutum ve finansal davranışları oluşmaktadır.

Ekonomiye katkı sağlayan girişimcilerin de doğru finansal kararlar vererek girişimcilik sürecini başarıyla yürütebilmeleri için iyi bir finansal okuryazar olmaları beklenmektedir. Girişimcilerin finansal okuryazar olabilmelerinde, finansal sosyalizasyon sürecinin yarattığı etkilerin önemli etkisi bulunmaktadır. Ekonomik sistemin bir parçası olan kadın girişimciler de finansal sosyalizasyon etkisine maruz kalarak yetişmektedir. Kadın girişimciler, gelir elde etmeyi, bütçe oluşturmayı, harcama yapmayı, tasarruf etmeyi, borç ilişkisi kurmayı, yatırım yapmayı ve emeklilik planlarını oluşturmayı finansal sosyalizasyon aracılığıyla öğrenebilmektedir.

Kadın girişimcilerin finansal alanda edindiği her bilgi ve beceri, gösterdiği her tutum ve davranış hem kişisel ekonomilerini hem de ülke ekonomisini doğrudan ya da dolaylı olarak etkilemektedir. Bu açıdan bakıldığında, kadın girişimcilerin finansal okuryazarlığının yüksek olması önemlidir. Finansal sosyalizasyon sürecinin olumlu olarak etki ettiği kadın girişimciler, sahip oldukları finansal okuryazarlık potansiyelleriyle finansal konularda başarılı olma ihtimallerini artırabilmektedir (Hossain ve ark., 2009; Teoh & Chong, 2007). Ayrıca kadın girişimciler finansal sosyalizasyon etkisiyle finansal konularda farkındalık duygusu geliştirebileceğinden daha bilinçli tutum ve davranışlar sergileyerek, ekonomiye daha çok katkı sağlayabilmektedir (Glenn, 2018; Grohmann ve ark., 2015).

Finansal okuryazarlık, finansal sosyalizasyon ve kadın girişimciliği odağındaki çalışmalarda da, finansal sosyalizasyon süreçlerinin ve araçlarının kadın girişimcilerin finansal okuryazarlığına olan etkisi vurgulanmaktadır (Jiyane & Zawada, 2013; Danes & Yang, 2014; Cesaroni & Paoloni, 2016; Farrell ve ark., 2016). Finansal okuryazarlık ve girişimcilik araştırmalarına kıyasla sayıca daha az olan bu çalışmalarda, finansal sosyalizasyon sürecindeki farklılıkların kadın girişimcilerin finansal tutum ve davranışlarına etki ettiği belirtilmektedir. Ancak diğer taraftan, finansal okuryazarlık odaklı çalışmalarda kadınların finansal okuryazarlık düzeylerinin düşüklüğü de vurgulanmaktadır (Danes & Hiberman, 2007; Lusardi, 2008; Lusardi, 2009). Finansal sosyalizasyonun, finansal okuryazarlığın oluşumuna etkisi değerlendirildiğinde; güçlü birer finansal okuryazar olmaları beklenen kadın girişimcilerin finansal sosyalizasyonu, okuryazarlık düşüklüğünün nedeni olarak düşünülmektedir. Bu kapsamda çalışmada, ülke ekonomisine katkısı bulunan kadın girişimcilerin finansal okuryazar olmalarının ardındaki finansal sosyalizasyon süreci ele alınmıştır. Bu süreçte, kadın girişimcilerin finansal okuryazar olmalarında finansal sosyalizasyon araçlarının rolü incelenerek, finansal sosyalizasyon sürecinde kadın girişimcilerin en çok hangi finansal sosyalizasyon aracından etkilendiği belirlenmeye çalışılmıştır.

I. FİNANSAL SOSYALİZASYON KAVRAMI VE ÖNEMİ

Finansal sosyalizasyon, bireyin para yönetiminde ailesi, arkadaşları, eğitim hayatı, medya ve dini inançlarının oluşturduğu çevreden ne derece etkilendiğini gösteren bir kavram olarak tanımlanmaktadır (Kılıç, 2016: 32). Bowen (2002)'a göre finansal sosyalizasyon; bankacılık, bütçeleme, tasarruf, sigorta, kredi kartı kullanımı gibi çeşitli finansal uygulamalarda beceri geliştirerek öğrenilen bir süreçtir. Bu anlamda finansal sosyalizasyon, bireylerin finansal becerilerine katkıda bulunan bilgiler, değerler, tutumlar, standartlar, normlar ve davranışlar kazanıp geliştirmeleri olarak ele alınmaktadır (Danes, 1994; Drever ve ark., 2015; Gutter, Copur & Garrison, 2009).

Finansal sosyalizasyon, bireylerin çocukluk döneminde başlamakta, eğitim ortamlarında oluşmakta, bireyin yaşadığı hayat boyunca devam etmekte, cinsiyete ve sosyal sınıflara göre de farklılık göstermektedir (Lassarre & Roland-Levy, 1989: 351). Literatürdeki finansal sosyalizasyon çalışmaları incelendiğinde; bireylerin finansal sosyalizasyon sürecinin en çok aile, eğitim, arkadaşlar/akranlar, medya ve din gibi sosyalizasyon araçlarından etkilendiği görülmektedir (Bachmann, John, Rao, 1993; Danes & Haberman, 2007; Drever ve ark., 2015; Greenfield & Williams 2007; Hilgert, Hogarth & Beverly, 2003; Kim & Chatterjee, 2013; Payne, Yorgason & Dew, 2013; Shim ve ark., 2010; Sohn ve ark., 2012; Solheim, Zuiker, Levchenko, 2011; Sundarasan ve ark., 2016).

Gudmunson & Danes (2011)'e göre finansal sosyalizasyon, bireyin aile ortamında başlamakta ve orada gelişmektedir. Finansal konularda ailelerini taklit eden çocuklar, ileride finansal konularda daha başarılı adımlar atmaktadır. Ailelerin satın alma davranışları (Gülerarslan, 2011) ve finansal kararları (Alhabeeb, 1996; Lee & Mortimer, 2009; Shim ve ark., 2010; Solheim ve ark., 2011) çocuklarının finansal davranışları üzerinde etkili olabilmektedir. Aksine, aileler finansal bilgi ve becerilerden yoksunlarsa, çocuklar sağlam bir şekilde finansal kararlar verememektedir (Sherraden, 2010: 2). Shim ve ark. (2010) bireylerin ailelerinden edindikleri finansal tutumların ve davranışların, iş tecrübesinden ve okuldaki finansal eğitimden daha fazla rol oynadığını belirtmektedirler. Yine Gudmunson & Danes

(2011)'a göre sadece ebeveynler değil eşler de birbirlerinin finansal davranışları üzerinde etkili olabilmekte, evlilik sürecinde eşler çeşitli finansal eğilimlerini paylaşmaktadırlar.

Buccioli, Manfre & Veronesi (2018) bireylerin aile ortamı dışındaki ana rol modellerinin öğretmenleri olduğunu belirtmekte ve dolayısıyla finansal tutumlarda öğretmenlerinden etkilenebileceğini savunmaktadırlar. Grohmann, Kouwenberg & Menkhoff (2015)'a göre de bireylerin finansal deneyimlerini kazandığı ikinci kanal okullardır. Ancak alınan iyi bir eğitim, finansal okuryazarlığı geliştirdiği için okulların finansal konular üzerindeki etkisi dolaylıdır. Cummings & Taebel (1978) ise eğitim sisteminin, bireysel becerileri ve tutumları yeniden ürettiğini savunmaktadırlar, ancak verilen eğitimler bireylerin finansal bilgilerinin tamlığının tartışılmasını da beraberinde getirmektedir. Örneğin düşük gelirli bir ailenin bireyelerine yeteri kadar finans eğitimi verilse de gelir düşüklüğü nedeniyle bilgiyi uygulayacakları alan sınırlıdır. Bu bireyler paralarını tasarruf edemeyebilir ya da tasarruflarını para veya sermaye piyasalarında değerlendirmektense yastık altında biriktirmeyi tercih edebilir. Scheresberg (2013)'e göre de yüksek düzeyde bir eğitim, finansal okuryazarlığın tek başına garantisi değildir. Ayrıca eğitim, bireylerin okudukları okuldaki aldıkları eğitimin yanında ailelerinin eğitim düzeyinden de etkilenebilmektedir. Örneğin, Lee & Mortimer (2009), özellikle ebeveynlerinin eğitim düzeyleri lisans ve lisansüstü olan çocukların, finansal öz yeterliliğinin daha yüksek olduğunu belirlemişlerdir.

Taylor & Wagland (2013)'a göre birçok birey için finansal bilgi, belirli bir dersi çalışılarak edinilemez. Bireyin finansal sosyalizasyon sürecinde sağlam kararlar alabilmesi için diğer araçlara da ihtiyacı vardır. Örneğin; bireyin içerisinde bulunduğu arkadaş grupları bireyleri çeşitli konularda olduğu gibi finansal konularda da etkileyebilmektedir. Sohn ve ark. (2012) arkadaş çevresinden edinilen bilgilerin, bireylerin finans konusundaki yetkinliğine katkısı olduğunu savunmaktadır. Bireylerin bazı finansal tercihlerinde ve kararlarında, özellikle satın alma davranışlarında arkadaşlar önemli bir sosyalizasyon aracı olabilmektedir (Bachmann ve ark., 1993; Sherraden, 2010).

Finansal sosyalizasyon araçları arasında değerlendirilen medya; sunduğu çeşitlilik sayesinde finansal konularda seçim ve özgürlük sunarak bireyleri şekillendirmektedir (Arnett, 1995: 530). Sohn ve ark. (2012), finansal bilgiye daha fazla ihtiyaç duyan bireylerin finansal bilgilerini arttırmak için medya kaynaklarını tercih etmeleri ve kullanmalarının mümkün olduğunu belirtmektedir. Bu durum bireylerin kişisel gelişimiyle birlikte finansal anlamdaki kararlarını da etkilemektedir. Ancak medyanın bireylerin sosyalizasyonu konusunda her zaman olumlu işlevler yerine getirdiğini söylemek mümkün olmamakta, medya bireyleri bazen olumlu bazen olumsuz davranış ve kararlara itmektir (Arslan, 2004: 9).

Dinin kalıplaşan rolleri pekiştirme etkisi de sosyalizasyon sürecinde bireyin yaşadığı toplumun inanç sistemine katılmasına etki etmektedir (Özkan, 2017: 68). Sherkart (2013)'a göre din, bireyleri uyulması gereken günah ve sevap kavramlarıyla baş başa bırakmaktadır. Bireyler dini öğretilerine uygun davranarak inandıkları, kendilerine haram kılınan şeylerden sakınabilmektedir. Örneğin, faizin haram kılındığı bir dine mensup toplumda bireyler, aldıkları finansal kararlarda faizin getirisinden kaçınabilmektedir. Dinin ilk ve özgün öğretisinin belirleyici olduğu (Evkuran, 2015: 616) düşünüldüğünde bireyler dini kitaplarda yer alan faizin haram olduğu hadislerden etkilenip, yatırım kararlarını ona göre belirleyebilmektedir (Shaikh, 2016: 155).

Finansal sosyalizasyon, bireyin finansal alandaki bilgi, değer, standart ve normlarına etki etmektedir (Danes, 1994: 128). Bu etki neticesinde birey finansal konularda bilgi elde etmekte, bunu finansal tutum ve davranışlara dönüştürmektedir. Johnson & Sherraden (2007)'a göre bireyler finansal sosyalizasyon sürecinde finansal konularda hem özel hem de nesnel bilgiye sahip oldukları zaman olumlu tutum ve davranışlar sergileyebilmektedir. Bu olumlu tutum ve davranışlar bireyin finansal refahını olumlu yönde etkilemekte, bireylerin akademik, kişisel ve sosyal memnuniyetleri de artmaktadır (Shim ve ark., 2010: 3). Ayrıca finansal sosyalizasyon bireylerin finansal bağımsızlığını da etkilemektedir. Özellikle gençlerin finansal bağımsızlığını kazanmalarında sosyalizasyonun olumlu (Lee & Mortimer, 2009: 46) ya da olumsuz (Gudmunson & Danes, 2011: 661) etkileri olmakta ve bu etki kalıcı finansal alışkanlıklara dönüşmektedir (Shim ve ark., 2010: 2).

II. FİNANSAL OKURYAZARLIK KAVRAMI VE ÖNEMİ

Literatürde pek çok finansal okuryazarlık tanımı bulunmasına rağmen, Tablo 1’de görüldüğü gibi hala ortak tek bir tanımın oluşturulmadığı dikkat çekmektedir. Finansal okuryazarlık tanımının kişisel finans yönetimiyle, bireysel özelliklerin ve yeteneklerin ölçüsüne bağlı olarak farklılaştığı belirtilmektedir (Golemac & Loncar, 2016: 92).

Tablo 1. Literatürdeki Finansal Okuryazarlık Tanımları

Yazar/Yazarlar	Yıl	Tanımlar
Schagen & Lines	1996	Para yönetimi hakkında temel kavramları anlayan, finansal kurumlar, sistemler ve hizmetler hakkında bilgi sahibi olan; genel ve özel bir dizi becerisi olan, finansal işlerin etkin yönetimine izin veren ve buna yönelik tutumlar sergileyen kişilere finansal okuryazar, bu sürecin sonunda kazanılan edinime de finansal okuryazarlık denir.
Chen & Volpe	1998	Finansal okuryazarlık, belirsiz ortamlarda finansal karar vermedeki en etkili kavramlardandır.
Mason & Wilson	2000	Finansal okuryazarlık, bir bireyin olası finansal sonuçlara ilişkin karar vermek için gerekli olan bilgiyi elde etme, anlama ve değerlendirme becerisidir.
Vitt, Anderson, Kent, Lyter, Siegenthaler & Ward	2000	Finansal okuryazarlık, bireyin kişisel finans konularını anlama, analiz etme, yönetme ve iletme yeteneğidir.
Worthington	2006	Finansal okuryazarlık, matematiksel yetenek ve finansal terimlerin anlaşılması olarak tanımlanabilir.
Greenfield & Williams	2007	Finansal okuryazarlık, bireyi doğru ya da iyileştirici bir yola sokacak bir kapasiteye işaret eden normatif bir kavramdır.
Lusardi	2008	Temel düzeyde finansal okuryazarlık, faiz oranlarını, enflasyonun etkilerini ve riski dağıtmayı anlayabilme becerisidir. İleri düzeyde finansal okuryazarlık, yatırım ve tasarruf kararları alma, risk ve getiri arasındaki ilişkiyi anlama, temel menkul kıymet değerlemesi hakkında bilgi sahibi olma, tahvil, hisse senedi ve yatırım fonlarının işleyişini anlayabilme becerisidir.
Lissington & Matthews	2012	Finansal okuryazarlık çeşitli özellikler içeren bilgi, beceri, davranış ve deneyimlerdir.
Pinto	2012	Finansal okuryazarlık, bireyin için gerekli finansal bilgileri elde etme, anlama ve değerlendirme becerisi olarak tanımlanabilir.
Xu & Zia	2012	Finansal okuryazarlık, finansal ürünler, kurumlar, kavramlar, bilgiler, beceriler, para yönetimi ve finansal planlamayı kapsayan ve genel olarak finansal yeteneği ifade eden bir kavramdır.
Taylor & Wagland	2013	Finansal okuryazarlık, bireylerin refahının ve finansal konularının yönetilmesi için finansal açıdan önemli bir kavramdır.
Ergün, Şahin & Ergin	2014	Finansal okuryazarlık, bireylerin gelirlerini, birikim ve yatırımlarını doğru değerlendirme, bütçelerini yönetebilme yetkinliğidir.
Filippova	2015	Finansal okuryazarlık, bireyin refahını etkileyen bir faktör olarak gözden geçirilir, bir bireyin finansal açıdan yetkin özelliklerini tanımlar.
Gutnu & Cihangir	2015	Finansal okuryazarlık, bireylerin para kullanımı ve yönetimi konusunda tasarrufları ve alacağı yatırım kararlarında, doğru finansal araçların tercih edilmesini sağlayacak şekilde bilgi, beceri ve finansal refahını artırma çabasıdır.
Kılıç, Ata & Seyrek	2015	Finansal okuryazarlık, bireyin finansı anlayabilme becerisidir. Daha açık bir ifade ile, bireyin daha etkin finansal kararlar alabilmesi için sahip olması gereken finansal bilgi ve yeteneklerdir.
Golemac & Loncar	2016	Dar anlamda bir bilgi sentezini temsil eden finansal okuryazarlık, para yönetiminde farkındalık, beceri, tutum ve davranış geliştirilmesidir.
Aksoylu, Boztosun, Altınışık & Baraz	2017	Finansal okuryazarlık, finans dünyasındaki gelişmeler karşısında uygun kararlar alabilmeyi ve finansal planlama yaparak bireyin kendi finansal durumunu yönetebilmeyi sağlayacak düzeyde finansal kavramları anlayabilme yetkinliğine sahip olmaktır.
Karakulle & Tan	2018	Finansal okuryazarlık, bireylerin günlük yaşamda hayatlarını devam ettirebilmelerine ve sahip oldukları gelirler ile giderlerinin dengeli bir şekilde ilerlemesine katkı sağlayan kaynaklarının kullanımı ile ilgili olarak, finansal konularda bilgi, beceri, tutum ve davranışlara sahip olma derecesidir.

OECD (2011)’ye göre finansal okuryazarlık sağlıklı finansal kararlar almak ve nihayetinde bireysel finansal refahı elde etmek için gerekli olan farkındalık, bilgi, beceri, tutum ve davranışların bir kombinasyonudur. Finansal okuryazarlık, bireylerin yaşamları boyunca oluşturduğu genişleyen bilgi, beceri ve strateji kümesi olarak görülmekte, bireylerin finansal bilgi, finansal tutum ve finansal davranış düzeyleri de finansal okuryazarlığın bileşenleri olarak değerlendirilmektedir (PISA, 2012: 145).

Lusardi & Mitchell (2008)’a göre bireylerin verecekleri finansal kararlarda ihtiyaç duydukları finansal bilgi bileşeni; faiz oranlarıyla ilgili hesaplamalar yapmak, enflasyon ve risk çeşitlendirme gibi finansal konuları anlamak için kullanılan kapasitedir. Gelecek planları, birikim ve tasarrufları ilgilendiren finansal tutum; bireylerin parayı dikkatli kullanma, idareli tüketme, gelecek için birikim

yapma gibi konularda önceden yaşadığı çeşitli deneyimler sonucunda sergiledikleri düzenli tavırlardır (Alkaya & Yağlı, 2015: 588). Finansal okuryazarlığın son bileşeni olan finansal davranış ise; bireylerin sahip olduğu finansal bilgilerini kullanarak, nakit akışını, borç ve kredilerini, tasarruf ve yatırımlarını yönetebilmeleri ile ilgilidir (Hilgert ve ark., 2003: 310).

Bireylerin finansal okuryazarlığı finansal sistemleri ve ülke ekonomilerini de etkilemektedir. Bu nedenle OECD (2011) finansal okuryazarlığı, hükümet düzeyinde ele alınması gereken önemli bir politika meselesi olarak görmekte, finansal okuryazarlık düzeyini arttırmak için çalışmalar yapılması teşvik edilmektedir. Özellikle erkeklere kıyasla okuryazarlık düzeyleri daha düşük olan kadınların (Danes & Hiberman, 2007; Kılıç ve ark., 2015; Lusardi, 2009) finansal okuryazarlıklarını arttırmak için eylem planları yapılmakta, genel olarak toplumda finansal okuryazarlığı arttırmak için eğitimler verilmektedir (Grohmann & Menkhoff, 2015, Grohmann ve ark., 2015).

III. FİNANSAL SOSYALİZASYON VE FİNANSAL OKURYAZARLIK İLİŞKİSİ

Lassarre & Roland-levy (1989) bireyin yaşadığı hayat boyunca finansal sosyalizasyonun devam ettiğini belirtirken, Sundarasen ve ark. (2016) finansal okuryazarlığı, para yönetimini ve servet optimizasyonunu içeren beşikten mezara bir süreç olarak tanımlamıştır. Devam eden süreç benzerliği, iki kavram arasındaki ilişkinin hayat boyu süreceğinin göstergesi olarak değerlendirilebilir. Literatür incelendiğinde; sayıca az olarak nitelendirilebilecek finansal okuryazarlık ve finansal sosyalizasyon ilişkisini kuran çalışmalarda, ortak bir sonuca ulaşılamasa da sosyalizasyon süreçleri ve bu süreçlerdeki sosyalizasyon araçlarının finansal okuryazarlık üzerinde olumlu ya da olumsuz etkileri olduğu görülmektedir.

Örneğin; Kim & Chatterjee (2013) çalışmalarında bireylerin finansal sosyalizasyon sürecinde çocuklukta edindiği deneyimlerinin, yetişkinlik dönemindeki finansal uygulamalar ve finansal varlık sahipliğiyle pozitif ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Danes & Yang (2014) ise çalışmalarında finansal davranış değişikliğinin hem çocukluk döneminde hem de yaşam döngüsü boyunca aile etkileşimindeki sosyalleşmeden kaynaklandığını vurgulamışlardır. Grohmann ve ark. (2015) da çalışmalarında ailelerin finansal sosyalizasyonun, bireylerin finansal okuryazarlığı üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğunu belirtmişlerdir. Çalışmalarında ayrıca bireylere bütçe yapmayı ve tasarruf etmeyi öğreten ebeveynlerin olmasının, finansal okuryazarlık düzeyini artırdığını gözlemlemişlerdir.

Albeedy & Gharleghi (2015) ise finansal sosyalizasyon araçlarının öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeyleri üzerindeki etkilerini inceledikleri araştırmalarında; eğitimin, bireylerin finansal okuryazarlığını doğrudan etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Glenn (2018) çalışmasında finansal sosyalizasyonun finansal bilgi, finansal öz yeterlik ve finansal davranışlar üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur. Çalışmada ne ebeveynlerin ne de finansal eğitimin tek başına finansal bilgiyi etkilemediği ancak tüm bu değişkenlerin bir araya gelmesiyle etkilerin anlamlı hale geldiği görülmüştür.

IV. FİNANSAL SOSYALİZASYON, FİNANSAL OKURYAZARLIK VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

Finansal okuryazarlık sadece finansal kavramları anlamak açısından önemli değildir, aynı zamanda bireylerin refahına katkıda bulunan karmaşık bir alandır (Filippova, Kashapova & Nikitina, 2016: 2). Finansal okuryazarlık becerilerine sahip olmak hem finansal problemleri çözmek hem de bunları tahmin edip onlardan kaçınabilmek için önemlidir. Lusardi'nin (2007) "Finansal Okuryazarlık ve Cehalet" başlıklı blog yazısında yazdığı gibi, bireyler okuryazar olmadıklarında, finansal zorluklara karşı daha savunmasızlardır. Ulusal finansal okuryazarlık merkezine liderlik eden Lusardi, belli nüfus

grupları arasında bulunan azınlıkların ve kadınların genel olarak eğitim düzeyinin düşük olduğunu, bu nedenle bu kişilerin finansal okuryazarlığının da düşük olduğunu belirtmektedir. Düşük finansal bilgi düzeyi, bireylerin bilinçli kararlar verme yeteneklerini sınırlamaktadır (Chen & Volpe 1998: 107). Finansal okuryazarlık becerilerindeki düşüklük ise, bireylerin paralarıyla ilgili bilinçli kararlar almalarını engelleyerek yanılmalarına neden olabilmektedir (Marcolin & Abraham, 2006: 2).

Kadınların ekonomik rolü son yıllarda, finansal dünyadaki değişimler ile birlikte daha fazla önem kazanmıştır. Bir ülkenin ekonomik büyümesini etkileyen yatırımlar, her bireyin sosyal ve ekonomik refahının artması toplumun üyesi olan kadınlara da sorumluluklar yüklemektedir (Filippova ve ark., 2016: 5). Kalkınmanın sağlanması ve refah düzeyinin yükseltilmesi sadece erkeklerle sağlanamamakta, kadınların da bu süreçte varlık göstermesi gerekmektedir. Kadınların çalışma hayatına büyük oranda katılması ve çalışma hayatında aktif rol alarak girişimcilik faaliyetlerinde bulunması, kalkınmanın anahtar gelişmelerinden de biri olarak kabul edilmektedir (Gül & Altındal, 2016: 1361). Kadın girişimciliği hem kadın istihdamını artıran bir politika oluşturmakta, hem daha özerk bir çalışma biçimi yaratmakta, hem de farklı becerilerin kullanımını sağlayarak kadınlara yeni iş fırsatları sunmaktadır (Ecevit, 1993; Soysal, 2010). Böylelikle; yeni mal ve hizmet üreten, yeni kaynaklar bulan, yeni organizasyonlar oluşturan ve yeni yönetim teknikleri uygulayan kadın girişimcilerin katkıları sayesinde istenilen gelişmişlik düzeyine ulaşabilmesi mümkün olmaktadır (Kaygın & Güven, 2015: 1). Yaşanan değişimler sonucunda toplumda gelişen rol ve sorumlulukları göz önüne alındığında, finansal okuryazarlık girişimci olan kadınlar başta olmak üzere tüm kadınlar için bir ihtiyaç olarak görülmektedir (Donohue, 2011: 34).

Finansal okuryazarlık, girişimci faaliyetlerini geliştirmenin ve yönetmenin yanı sıra, kadınların uygun finansal hizmet ve ürünleri seçmeleri ve bunlara erişmeleri için onları güçlendirmektedir. Finansal okuryazarlığı geliştirmek, kadınların matematik okuryazarlığını, iletişim becerilerini ve bilgi arama becerilerini de arttırmaktadır. Finansal bilgi ve planlama birbiriyle yakın ilişkili olduğundan, finansal okuryazarlığı yüksek olan kadınların plan yapma konusunda başarı olasılığı daha yükselmektedir (Lusardi & Mitchell, 2008: 416). Bu da, kadınların özgüvenini geliştirerek (Njaramba, Chigeza & Whitehouse, 2015: 200) girişimcilik eğilimlerinin artmasına neden olmaktadır. Jiyane & Zawada (2013) Güney Afrika'da yaptıkları çalışmada kadın girişimcilerin finansal okuryazarlık düzeylerinin artırılmasının iş performansını da arttırabileceğini belirtmişlerdir. Benzer şekilde Farrell, Fry & Risse (2016)'nin yaptığı çalışmanın sonuçlarında, finansal öz yeterliliğe sahip kadınların, yatırım/tasarruf ürünleri elde edebildikleri ve daha yüksek finansal yönetim kapasitesine sahip oldukları belirlenmiştir.

Finansal okuryazarlığı da etkileyen, finansal sosyalizasyon süreci içerisindeki aile, eğitim, arkadaşlar/akranlar, medya ve din gibi araçlar, kadınların girişimcilik motivasyonlarını etkileyebilmektedir (Hisrich & Fülöp, 1997: 300). Literatürde, finansal sosyalizasyon araçlarından ailenin kadın girişimciler üzerindeki etkilerini inceleyen çalışmalar özellikle dikkat çekmektedir. Örneğin; Russell, Kutin, Green & Banks (2016)'in Avustralya'da yaptıkları çalışmada, çocukluk çağında parayla ilgili olumlu tecrübeleri olduğunu söyleyen kadınların, parayla ilgili çocukluk tecrübelerinin olmadığını belirten kadınlara göre finansal öz yeterlilik düzeylerinin daha yüksek olduğu ve bu durumun girişimcilik faaliyetlerine olumlu yansıdığı sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca, geçmişteki ve bugünkü aile ilişkileri ve sosyal ilişkilerin, kadınların para ve finans hakkındaki görüşlerini şekillendirdiği belirlenmiştir.

Yine kadın girişimcilerin iş kurma kararını bireysel olarak alabilmelerinin yanında bu kararı aileleriyle birlikte vermeleri, kadın girişimciliğinde ailenin rolünü ortaya çıkarmaktadır (Buttner, 1993: 5; Yetim, 2008: 88). Bir kadın, girişimci olma isteğini ailesiyle paylaştığı andan itibaren ailesinden maddi ve manevi destek görebilmektedir. Evli kadınlarda, ise bu durumda genelde eşler tarafından desteklenme görülmektedir (Cesaroni & Paoloni, 2016: 1-2). Özellikle evli girişimciler için eşler, işletmenin kuruluş aşamasında ve kadının girişimcilik kararında, önemli sosyal sermaye kaynakları olabilmektedir (Yetim, 2008: 90).

Çakıcı (2004) ise bu çalışmaların aksine, eşlerin kadın girişimcilerin gelişmelerinin önündeki en büyük engel olduğunu gözlemlemiştir. Araştırmaya göre kadın girişimcilerin eşleri işletmeye ortak olduğu zaman, işletme fonksiyonlarında eşin etkisi artmakta, kadının etkisi ise azalmaktadır. Yetim (2008), kadın girişimcilere yönelik yaptığı araştırmasında, kadın girişimcilerin birçoğunun işe giriş kararını eşleriyle birlikte verdiğini belirlemiştir. Bekar olan kadın girişimcilerin ise girişimcilik kararlarında özellikle anne ve babalarının etkili olduğu görülmüştür. Benzer şekilde, Boz & Ergeneli (2013) kadın girişimcilerin ebeveynlerinin, girişimcilik faaliyetlerinde yer alıp almadığını araştırmış, kadınların kurduğu işletmelerin çoğu zaman aile üyelerinin kararlarından ve isteklerinden etkilendiğini görmüştür. Araştırma özellikle; babanın aile içindeki rolü gereği kızları tarafından ekonomik bir rol model olarak algılandığına, babaların mesleğinin kızlarının kariyer planlarını ve girişimcilik faaliyetlerini etkilediğine dikkat çekmektedir.

V. METODOLOJİ

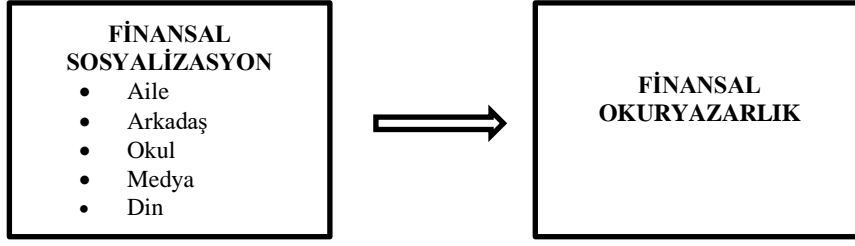
V.I. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmanın amacı finansal sosyalizasyon süreçlerinin kadın girişimcilerin finansal okuryazarlığındaki rolünü araştırmaktır. Araştırmanın kapsamı İzmir ilindeki kadın girişimciler olarak belirlenmiştir. Araştırmada zaman ve maliyet kısıtları nedeniyle, kolayda ulaşılabilir örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu doğrultuda araştırma, sadece İzmir ilinde faaliyet gösteren bir iş kadınları derneğinin daha önce finansal okuryazarlık eğitimi almış ve hala aktif olarak kendi işletmelerinin yönetiminde olan üyeleri ile gerçekleştirilmiştir.

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

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

Araştırma modeli literatürde yapılan finansal sosyalizasyon ve finansal okuryazarlık modelleri incelenerek oluşturulmuştur. Araştırma modeli tasarlanırken finansal sosyalizasyon araçları boyutunun belirlenmesinde; Kılıç (2016)'ın doktora tezinden, Grohman ve ark. (2015) ile Grohman & Menkhoff (2015)'un çalışmalarından faydalanılmıştır. Finansal okuryazarlık boyutunda ise özellikle Lusardi (2008, 2009), Lusardi & Mitchell (2008, 2009), Lusardi & Tufano (2009) ile OECD'nin (2011, 2012) okuryazarlık çalışmalarından yararlanılmıştır. Finansal sosyalizasyonun, finansal okuryazarlık üzerindeki rolü OECD tarafından belirlenen finansal okuryazarlık boyutları olan; gelir, bütçe, harcama, tasarruf, borçlanma, yatırım ve emeklilik ekseninde değerlendirilmiştir. Araştırmanın modeli doğrultusunda araştırmanın bir ana sorusu ve beş alt sorusu bulunmaktadır.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

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

Araştırmanın Alt Soruları:

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

Literatürde finansal okuryazarlık ile ilgili pek çok ölçeğin bulunması nedeniyle, finansal okuryazarlığı ölçmek için tek başına yeterli bir test aracının mevcut olmadığı belirtilmektedir (Yates & Ward, 2011: 76). Önceki çalışmalarda da finansal okuryazarlık düzeylerinin anketlerdeki sorulara göre değiştiğini belirtmektedir (Hung, Parker, Yoong, 2009; Moore, 2003). Hem bu varsayımlardan hem de araştırmanın soruları literatürde kısıtlı çalışmada incelenmiş olduğundan, daha derinlemesine ve keşfedici bir araştırma yapılması için araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılmıştır. Mülakat soruları literatürde yaygın olarak kabul gören finansal okuryazarlık ve finansal sosyalizasyon çalışmalarına dayalı bir şekilde hazırlanmıştır. Bu doğrultuda Atkinson & Messy (2012)'nin de çalışmalarında yararlandığı, OECD'nin 2011 ve 2012 yıllarında yaptığı finansal okuryazarlığı ölçmeye çalıştığı anketlerden; Webley & Nyhus (2012), Grohman ve ark. (2015) ve Grohman & Menkhoff (2015)'un finansal sosyalizasyon çalışmalarından yararlanılmıştır. Hazırlanan sorular üç farklı akademisyenin görüşüne sunulmuş ve düzeltmeler sonrasında araştırmaya katılan kadın girişimcilere yüz yüze mülakatlarda sorulmuştur. 74 aktif üyesi olan iş kadınları derneğinin 55 üyesi ile yapılan yüz yüze mülakatlar, 2019 yılı Kasım ve Aralık aylarında gerçekleştirilmiştir.

Yarı yapılandırılmış mülakatlardan elde edilen yazılı notlar düzenlenerek içerik analizine tabi tutulmuştur. İçerik analizi verilerin, belirli bir problem veya amaç bakımından sınıflandırılması, özetlenmesi ve belirli bir anlam çıkarılması için taranarak kategorilere ayrılmasını içermektedir (Weber, 1990: 9). Bu bağlamda, çalışmada mülakatlarda kayıt altına alınıp düzenlenen verilerin sınıflandırılabilmesi için içerik analizi tekniklerinden sözcük sayma kullanılmıştır. Düzenlenen yazılı notlarda, belirli sözcüklerin kaç kere tekrar ettiği sayılmıştır. Sayılan sözcükler betimsel istatistikî yöntemler kullanılarak çözümlenmiştir. Yarı yapılandırılmış mülakatlarda sorulan her bir soruya verilen cevapların frekansları ve bu frekansların yüzde oranları hesaplanarak değerlendirme yapılmıştır. İnsan davranışları içeren nitel çalışmalarda güvenilirlik önemli bir sorun olarak görülmektedir (Arastaman, Fidan, Fidan, 2018: 40). Yarı yapılandırılmış mülakatlarda alınan notların ya da kayıtların doğru ve eksiksiz olarak analiz edilmesi araştırmanın güvenilirliği için çok önemlidir. Bu araştırmada yarı yapılandırılmış mülakatlarda belirtilen fikirlere tarafsız davranılmıştır. Mülakatlarda kendilerini daha doğru ifade edebilmeleri için hazırlanan soru formu kadın girişimcilere de verilmiştir. Ayrıca sorular sorulmadan önce tüm katılımcılara finansal okuryazarlık, finansal sosyalizasyon kavramları ve finansal sosyalizasyon boyutları hakkında kısaca bir bilgilendirme yapılmıştır. Katılımcılara istemeleri halinde soruları yanıtlamaktan vazgeçebilecekleri belirtilmiştir. Mülakatlarda ses kaydı alınmamıştır. Ancak katılımcıların izni ile detaylı bir şekilde not tutulmuştur.

V.II. Araştırmanın Bulguları

Araştırmanın 55 kadın girişimciden oluşan örnekleminde; 20-30 yaşında 6 (%11) kişi, 31-40 yaşında 22 (%40) kişi, 41-50 yaşında 16 (%29) kişi 51 ve üstünde 11 (%20) kişi bulunmaktadır.

Tablo 2. Katılımcıların Yaş Aralığı

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

Örneklemdaki kadın girişimcilerin eğitim durumu incelendiğinde; 3 kişinin (%5) lise, 2 kişinin (%4) ön lisans, 33 kişinin (%60) lisans, 11 kişinin (%20) yüksek lisans, 6 kişinin (%11) doktora mezunu olduğu görülmektedir. Örneklemdaki kadın girişimcilerin çoğu lisans mezunudur, kadın girişimcilerin eğitim seviyesinin yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 3. Katılımcıların Eğitim Durumu

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

Kadın girişimcilerden 37 kişi (%67) evli, 18 kişi (%33) ise bekarıdır. Evli ve bekar kadın girişimcilerin yaş ortalaması ile ilgili belirgin farklılık bulunmamaktadır. Kadın girişimcilerden 33'ünün (%60) çocuğu vardır, 22'sinin (%40) ise çocuğu yoktur. Çocuğu olan kadın girişimcilerin 17'si (%52) 1 çocuğa, 16'sı (%48) 2 çocuğa sahiptir. Kadın girişimcilerin çocuklarının çoğu okumaktadır. Yaşça büyük olanların ise bir kısmı kendi işini yapmakta, bir kısmı ise kurumsal bir firmada çalışmaktadır.

37 evli kadın girişimcinin eşlerinin eğitim durumu incelendiğinde; 3 kişinin (%8) lise, 27 kişinin (%73) lisans, 5 kişinin (%14) yüksek lisans, 2 kişinin (%5) doktora mezunu olduğu görülmüştür. Kadın girişimcilerin eşlerinin meslekleri çeşitlilik göstermektedir. 10 kişi (%27) mühendis (jeofizik/makine/inşaat/kimya/ziraat), 9 kişi (%24) iş adamı, 3 kişi (%8) doktor, 3 kişi (%8) avukat, 3 kişi (%8) yönetici, 2 kişi (%5) sigortacı, 2 kişi (%5) gazeteci, 1 kişi (%3) akademisyen, 1 kişi (%3) bankacı, 1 kişi (%3) iş güvenliği uzmanı, 1 kişi (%3) makine teknikeri, 1 kişi (%3) zoologdur.

Tablo 4. Katılımcıların Eşlerinin Meslekleri

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

Kadın girişimcilerin annelerinin eğitim durumu incelendiğinde; 17 kişinin (%31) ilköğretim, 3 kişinin (%6) ortaöğretim, 25 kişinin (%45) lise, 3 kişinin (%5) ön lisans, 6 kişinin (%11) lisans ve 1 kişinin (%2) yüksek lisans mezunu olduğu görülmüştür. Kadın girişimcilerin anne meslekleri çeşitlilik göstermektedir. 36 kişi (%65) ev hanımı, 7 kişi (%13) öğretmen, 5 kişi (%9) emekli, 3 kişi (%5) terzi,

1 kişi (%5) hemşire, 1 kişi (%2) gümrük memuru, 1 kişi (%2) matematik mühendisi, 1 kişi (%2) muhasebecidir. Kadın girişimcilerin çoğunun annesi ev hanımı olduğu görülmektedir.

Tablo 5. Katılımcıların Anne Meslekleri

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

Kadın girişimcilerin babalarının eğitim durumu incelendiğinde; 10 kişinin (%18) ilköğretim, 5 kişinin (%9) ortaöğretim, 17 kişinin (%31) lise, 3 kişinin (%5) ön lisans, 19 kişinin (%35) lisans ve 1 kişinin (%2) doktora mezunu olduğu görülmüştür. Kadın girişimcilerin baba meslekleri de çeşitlilik göstermektedir. 23 kişi (%42) emekli, 10 kişi (%18) esnaf/tacir, 4 kişi (%7) mühendis (inşaat/makine/elektrik), 3 kişi (%5) memur, 3 kişi (%5) işçi, 2 kişi (%4) teknisyen/tekniker, 2 kişi (%4) avukat, 2 kişi (%4) öğretmen, 1 kişi (%2) eczacı, 1 kişi (%2) ekonomist, 1 kişi (%2) iş adamı, 1 kişi (%2) kimyager, 1 kişi (%2) mülki idare amiri, 1 kişi (%2) polistir. Örnekleme yer alan kadın girişimcilerin babalarının genel olarak emekli olduğu görülmektedir, mülakatlarda bu durum kadın girişimcilerin babalarının yaşlarının ilerlemesi ile ilişkilendirilmiştir.

Tablo 6. Katılımcıların Baba Meslekleri

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

Örnekleme yer alan 55 kadın girişimciden; 40 kişi (%73) hizmet (eğitim-danışmanlık, perakende, inşaat, estetik, peyzaj, gayrimenkul), 6 kişi (%11) üretim (engelli eşyaları/makine, ayakkabı, ambalaj), 5 kişi (%9) sağlık, 4 kişi (%7) hukuk alanında girişimcilik faaliyeti göstermektedir. Kadın girişimcilerin en çok hizmet alanında faaliyet gösterdiği görülmektedir.

Tablo 7. Katılımcıların Girişimcilik Faaliyeti Gösterdiği Alanlar

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

Örneklemdaki kadın girişimcilerin ailelerinde girişimci olup olmadığı sorusuna yönelik verdikleri cevaplar incelendiğinde; 15 kadın girişimcinin (%27) ailesinde kendisinden başka girişimci bulunduğu, 40 kadın girişimcinin ise (%73) ailesinde kendisinden başka girişimci bulunmadığı görülmüştür. Araştırmayı derinleştirmek amacıyla kadın girişimcilere “Ailenizde girişimci olan kişi kimdir ve hangi sektörde faaliyetleri vardır?” sorusu yeniden sorulmuş ve cevaplar sadece birinci derecede akrabalarla sınırlandırılmamıştır. Verilen cevaplar doğrultusunda, örneklemdaki kadın girişimcilerden 6 kişinin (%33) eşinin; mobilya, inşaat, hukuk ve hizmet alanlarında. 4 kişinin (%22) babasının, üretim ve hizmet alanlarında girişimci olduğu görülmüştür. 3 kişinin (%17) kardeşi, hukuk ve üretim alanında girişimcidir. 2 kişinin (%11) oğlu, inşaat alanında girişimcidir. 2 kişinin (%11) kuzeni, hizmet ve inşaat alanında ve 1 kişinin (%6) annesi eğitim alanında girişimcidir.

Tablo 8. Ailedeki Başka Girişimciler ve Girişimde Buldukları Alanlar

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

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

Tablo 9. Gelir Boyutunda Finansal Tutum ve Davranışa Yönelik Sorulara Verilen Cevaplar

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

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

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

Tablo 10. Gelir Boyutunda Finansal Sosyalizasyona Yönelik Sorulan Sorulara Verilen Cevaplar

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

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

Tablo 11. Bütçe Boyutunda Finansal Tutum ve Davranışa Yönelik Sorulan Soruya Verilen Cevaplar

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

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

Tablo 12. Bütçe Boyutunda Finansal Sosyalizasyona Yönelik Sorulan Soruya Verilen Cevaplar

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

Finansal Okuryazarlık Boyutlarından “Harcama” İle İlgili Bulgular: Örneklemede yer alan kadın girişimcilere harcama boyutu ile ilgili olarak “Harcamalarınızı yaparken nelere dikkat edersiniz?” sorusu sorulmuştur. Kadın girişimcilerin harcama yaparken; “ihtiyaç önceliğine” (39 kez), “gelir-gider dengesine” (22 kez), “fiyat-kalite dengesine” (8 kez) dikkat ettiği görülmüştür. Bu soruda bir kadın girişimci ise “harcama yapmaya dikkat ettiğim söylenemez” cevabı vermiştir.

Tablo 13. Harcama Boyutunda Finansal Tutum ve Davranışa Yönelik Sorulan Soruya Verilen Cevaplar

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

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

Tablo 14. Harcama Boyutunda Finansal Sosyalizasyona Yönelik Sorulan Soruya Verilen Cevaplar

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

Finansal Okuryazarlık Boyutlarından “Tasarruf” İle İlgili Bulgular: Örneklemede yer alan kadın girişimcilere “Tasarruf eder misiniz?” sorusu sorulmuştur. Verilen cevaplar değerlendirildiğinde; kadın girişimcilerden 51 kişi (%93) “evet” cevabı vererek tasarruf ettiğini belirtmiş, 4 kişi (%7) ise bu soruya “hayır” cevabını vermiştir. Tasarruf boyutu ile ilgili olarak kadın girişimcilere “Nelerden tasarruf edersiniz?” sorusu sorulmuştur. Verilen cevaplar sıklık olarak değerlendirildiğinde kadın girişimcilerin sırasıyla; “gereksiz kişisel ve lüks harcamalardan (giyim, takı, kozmetik gibi)” (52 kez), “sosyal hayattan (yemek ve tatil harcamaları gibi)” (6 kez) tasarruf ettikleri görülmüştür. Bu soruda dört kadın girişimci tasarruf etmediğini belirtmiştir.

Tablo 15. Tasarruf Boyutunda Finansal Tutum ve Davranışa Yönelik Sorulan Sorulara Verilen Cevaplar

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

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

Tablo 16. Tasarruf Boyutunda Finansal Sosyalizasyona Yönelik Sorulan Soruya Verilen Cevaplar

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

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

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

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

Tablo 17. Borçlanma Boyutunda Finansal Tutum ve Davranışa Yönelik Sorulara Verilen Cevaplar

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

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

Tablo 18. Borçlanma Boyutunda Finansal Sosyalizasyona Yönelik Sorulara Verilen Cevaplar

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

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

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

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

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

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

Tablo 19. Yatırım Boyutunda Finansal Tutum ve Davranışa Yönelik Sorulan Sorulara Verilen Cevaplar

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

Kadın girişimcilere “Finansal yatırım yapmayı nereden/kimden öğrendiniz?” sorusu sorulmuştur. Verilen cevaplar sıklık olarak değerlendirildiğinde kadın girişimciler sırasıyla; “baba” (41 kez), “anne” (29 kez), “okul” (12 kez), “arkadaş” (11 kez), “medya” (10 kez), “eş” (8 kez), “kardeş” (1 kez) cevabını vermiştir. Bu soruda kadın girişimcilerden “din” eksenli hiçbir cevap gelmemiştir. Ancak, bir kadın girişimci (%1) “*finansal yatırım yapmayı iş hayatında öğrendim*” şeklinde farklı bir cevap vermiş, belirtilen sosyalizasyon boyutlarının dışında finansal yatırımı iş hayatında öğrendiğini belirtmiştir.

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

Tablo 20. Yatırım Boyutunda Finansal Sosyalizasyona Yönelik Sorulan Sorulara Verilen Cevaplar

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

Finansal Okuryazarlık Boyutlarından “Emeklilik” İle İlgili Bulgular: Örneklemede yer alan kadın girişimcilere emeklilik boyutunda “Emeklilik planınız var mı?” sorusu sorulmuştur. Verilen cevaplar değerlendirildiğinde, kadın girişimlerden 47 kişi (%85) emeklilik planları olduğunu belirterek “evet” cevabını vermiştir. 8 kadın girişimci ise (%15) emeklilik planları olmadığını “hayır” cevabı vererek belirtmiştir. Kadın girişimcilere emeklilik boyutu ile ilgili olarak “Emeklilik planı yaparken nelere dikkat edersiniz?” sorusu sorulmuştur. Verilen cevaplar sıklık olarak değerlendirildiğinde kadın girişimcilerin emeklilik planı yaparken sırasıyla; planın “konforlu ve rahat bir yaşam sağlama düzeyine” (28 kez), “iyi bir maaş getirisine” (22 kez), “mevcut yaşam standardını koruyabilmesine” (8 kez), “ödeme dengesine” (2 kez), “fon dağılımına” (2 kez), “emeklilik şirketine” (2 kez) dikkat ettikleri görülmüştür. Sadece bir kadın girişimci bu soruya “*emeklilik planım yok*” şeklinde cevap vermiştir.

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

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

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

Tablo 22. Emeklilik Boyutunda Finansal Sosyalizasyona Yönelik Sorulan Soruya Verilen Cevaplar

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

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Literatürde finansal okuryazarlık üzerine yapılan çalışmalar genel olarak bireylerin finansal okuryazarlık düzeylerini belirlemeye yöneliktir. Ancak bireyler finansal okuryazar olarak doğmamaktadır. Bireylerin ne derece finansal okuryazar olduğunu ifade eden finansal okuryazarlık kavramı birbirini çevreleyen pek çok değişkenle ilişkilidir. Bu değişkenlerden biri olan finansal

sosyalizasyon, bireylerin finansal konularda çevrelerinden ne derece etkilendiğini ele almaktadır. Finansal sosyalizasyon sürecinde, bireyler finansal konularda kendisini çevreleyen unsurlardan etkilenmektedir.

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

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

Kadın girişimcilerin finansal sosyalizasyon sürecinde aralarında büyük farklılıklar olmamakla birlikte; gelir, bütçe, borçlanma, yatırım ve emeklilik boyutlarında daha çok babalarından; harcama ve tasarruf boyutlarında ise daha çok annelerinden etkilendikleri görülmüştür. Evli olan kadın girişimciler, babaları ve annelerinin yanında eşlerinden de etkilenmektedir. Genel olarak, kadın girişimcilerin ailelerinin etkili bir rolde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanında sosyal hayatlarında anne, kardeş, arkadaş gibi çeşitli rollere bürünen kadın girişimcilerin etraflarındaki potansiyel girişimci adaylarını da etkilemeleri olası bir durumdur. Özellikle anne olan ya da potansiyel anne adayları kadın girişimcilerin çocuklarının finansal konularda kendilerinden etkileneceği göz önünde bulundurulmalıdır. Toplumdaki finansal okuryazarlık düzeyinde artışın sağlanmasında ailelerin çocuklarıyla olan etkileşiminin yanında, özellikle kadın girişimcilere çocuklarıyla finansal konularda yapacakları konuşmaların önemi vurgulanmalı, kadın girişimciler teşvik edilmelidir.

Bu çalışmada, literatürdeki benzer çalışmalardan hareketle kadın girişimcilerin; aile yapılarının ve ebeveyn özelliklerinin (Kim & Chatterjee, 2013), aldıkları eğitimin (Çinko & ark., 2017), sosyal çevrelerinin (Webley & Nyhus, 2012), finansal durumlarının (Drever ve ark., 2015), kişilik ve karakterlerinin farklılık gösterdiği kabul edilmiştir. Ayrıca her kadın girişimci finansal sosyalizasyon sürecinde farklı düzeyde etkilenebilmektedir. Bu nedenle çalışmadaki sonuçlar, sorulan sorulara verilen benzer cevaplar ele alınarak oluşturulmuştur. Araştırma sonuçlarında, benzer tutum ve davranışlar sergileyen kadın girişimcilerin genellikle benzer finansal sosyalizasyon araçlarından etkilendikleri görülmüştür. Bu doğrultuda; okul ya da okul dışında verilen finans temelli eğitimlerin artırılmasının, medyadaki finansal okuryazarlığa katkı sağlayacak bilgilerin çeşitlendirilmesinin ve bu bilgilere erişimin kolaylaştırılmasının hem kadın girişimcilerin hem de genel olarak toplumun okuryazarlığına katkı sağlayacağı düşünülebilir.

Finansal sosyalizasyondan verimli olarak yararlanan kadın girişimciler, bilinçli bir finansal okuryazar olma potansiyeline sahip olabilmektedir. Araştırmanın sonuçlarına göre, verilen cevaplar dikkate alındığında örneklemdaki kadın girişimcilerin finansal okuryazarlığın tüm boyutlarında genel olarak bilinçli tutum ve davranışlar sergiledikleri düşünülebilir. Finansal sosyalizasyon süreci finansal

okuryazarlıklarına olumlu etki eden kadın girişimciler, bunu kendi tutum ve davranışlarını yansıtabilecektir. Erken dönemden itibaren edindikleri bilgileri kullanarak ilerleyen kadın girişimcilerin, finansal konularda başarılı olma ihtimali de artmaktadır. Ayrıca kadın girişimcilerin, finansal sosyalizasyon etkisiyle farkındalık duygusu gelişecek, finansal konularda daha bilinçli tutum ve davranışlar sergileyebilmeleri mümkün olacaktır. Finansal sosyalizasyon etkisiyle daha bilinçli tutum ve davranışlar sergileyen kadın girişimciler ise, ekonomik dünyaya daha yüksek düzeyde finansal okuryazar olarak giriş yapabilecektir.

Çalışmanın literatüre finansal sosyalizasyon, finansal okuryazarlık ve özellikle kadın girişimciliği açısından katkı sağlaması beklenmektedir. Ancak daha sağlıklı bilgilere ulaşabilmek için finansal okuryazarlığa etki eden her bir finansal sosyalizasyon aracı hakkında daha fazla araştırma yapılması gerekmektedir. Konuyla ilgili farklı kuşaklarda yer alan kadın girişimcilerin, finansal sosyalizasyon süreci araştırılabilir. Temel düzeyde finansal okuryazar olan kadın girişimcilerle, ileri düzey finansal okuryazar olan kadın girişimcilerin en çok hangi finansal sosyalizasyon aracından etkilendikleri karşılaştırılabilir. Beş faktör kişilik envanteriyle farklı kişilikteki bireylerin en fazla hangi sosyalizasyon aracından etkilendikleri belirlenebilir. Girişimci olan ve girişimci olmayan kadınların finansal sosyalizasyon süreci araştırılıp karşılaştırmalar yapılabilir. Örneklem cinsiyet bazında girişimci kadınların ve girişimci erkeklerin, en çok hangi finansal sosyalizasyon aracından etkilendiklerini belirlemek amacıyla yapılabilir.

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

KAYNAKÇA

- Aksoylu, S., Boztosun, D., Altnışık, F., & Baraz, H. E. (2017). A baseline investigation of financial literacy levels: The case of Kayseri province. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 75, 229–246.
- Albeerd, M. I., & Gharleghi, B. (2015). Determinants of the financial literacy among college students in Malaysia. *International Journal of Business Administration*, 6(3), 15–24.
- Alhabeeb, M. J. (1996). Teenagers money, discretionary spending and saving. *Journal of Financial Counseling And Planning*, 7, 123–132.
- Alkaya, A., & Yağlı, İ. (2015). Finansal okuryazarlık-f finansal bilgi, davranış ve tutum: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi İİBF öğrencileri üzerine bir uygulama. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(40), 585–599.
- Arastaman, G., Fidan, İ. Ö., & Fidan, T. (2018). Nitel araştırmada geçerlik ve güvenilirlik: Kuramsal bir inceleme. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15(1), 37–75.
- Arnett, J. J. (1995). Adolescents' uses of media for self-socialisation. *Journal of Youth and Adolescence*, 24(5), 519–533.
- Arslan, A. (2004). Medyanın birey, toplum ve kültür üzerine etkileri. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 1(1), 1–12.
- Atkinson, A., & Messy, F. A. (2012). Measuring financial literacy: Results of OECD/international network on financial education (infe) pilot study, *OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions*, 15, 1–73.
- Bachmann, G. R., John, D. R., & Rao, A. R. (1993). Children's susceptibility to peer group purchase influence: An exploratory investigation. *Advances in Consumer Research*, 20(1), 463–468.

- Bowen, C. F. (2002). Financial knowledge of teens and their parents. *Financial Counseling and Planning*, 13(2), 93–101.
- Boz, A., & Ergeneli, A. (2013). Descriptive analysis of parents of women entrepreneurs in Turkey. *Intellectual Economics*, 7(1), 63–73.
- Buccioli, A., Manfre, M., & Veronesi, M. (2018). The role of financial literacy and money education on wealth decisions. *Working Paper Series Department of Economics University Of Verona*, 5, 1–38.
- Buttner, E. H. (1993). Female entrepreneurs: How far have they come? *Business Horizons*, 36, 59.
- Cesaroni, F. M., & Paoloni, P. (2016). Are family ties an opportunity or an obstacle for women entrepreneurs? Empirical evidence from Italy. *Palgrave Commun*, 2, 1–7.
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial Services Review*, 7(2), 107–128.
- Cummings, S., & Taebel, D. (1978). The economic socialization of children: A neo-marxist analysis. *Social Problems*, 26, 198–210.
- Çakıcı, A. (2004). Kadın girişimcilerin işletme fonksiyonlarındaki etkisinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 1(3), 1–15.
- Çinko, M., Avcı, E., Ergün, S., & Tekçe, M. (2017). Üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeyleri: Marmara üniversitesi örneği. *Marmara Business Review*, 2(1), 25–50.
- Danes, S. M. (1994). Parental perceptions of children's financial socialization. *Financial Counseling and Planning*, 5, 127–149.
- Danes, S. M., & Haberman, H. R. (2007). Teen financial knowledge, self efficacy and behavior: A gendered view. *Financial Counseling and Planning*, 18(2), 48–60.
- Danes, S. M., & Yang, Y. (2014). Assessment of the use of theories within the journal of financial counseling and planning and the contribution of the family financial socialization conceptual model. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 25(1), 53–68.
- Donohue, M. (2011). Financial literacy and women a mixed method study of challenges and needs. (Doctoral dissertation, University of Massachusetts). Retrieved from: <https://search.proquest.com/openview/6fb83bf9c463c828938163c98dcace84/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>
- Drever, A. I., Odders-White, E., Kalish, C. W., Else-Quest, N. M., Hoagland, E. M., & Nelms, E. N. (2015). Foundations of financial well-being: Insights into the role of executive function, financial socialization, and experience-based learning in childhood and youth. *Journal of Consumer Affairs*, 49(1), 13–38.
- Ecevit, Y. (1993). Aile kadın ve devlet ilişkilerinin değerlendirilmesinde klasik ve yeni yaklaşımlar, *Kadın Araştırmaları Dergisi*, 1, 9–34.
- Ergün, B., Şahin, A., & Ergin, E. (2014). Finansal okuryazarlık: İşletme bölümü öğrencileri üzerine bir çalışma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(34), 847–864.
- Evkuran, M. (2015). Çağdaş islam düşüncesinde “mezhep” krizi: Mezheplerin dinsel/teolojik meşruiyeti ve sosyolojik anlamı üzerine. *Kelâm Araştırmaları Dergisi*, 13(2), 615–633.
- Farrell, L., Fry, T. R. L., & Risse, L. (2016). The significance of financial self-efficacy in explaining women's personal finance behaviour. *Journal of Economic Psychology*, 54, 85–99.
- Filippova, T. V. (2015). Information subsystem of shadow economy deactivation. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 166, 526–529.
- Filippova, T. V., Kashapova, E. R., & Nikitina, S. S. (2016). Financial literacy as a key factor for an individual's social and economic well-being. In *SHS Web of Conferences. Vol. 28: Research Paradigms Transformation in Social Sciences (RPTSS 2015)*. (s. 1037). Ullis: EDP Sciences.
- Glenn, E. C. (2018). The influence of financial socialization on young adults (Doctoral dissertation, University of Kansas State University). Retrieved from: <https://krex.k-state.edu/dspace/handle/2097/39235>.
- Golemac, Z., & Loncar, I. (2016). The importance of financial literacy for teens. *Some Studies of Economics Change*, 27(2), 91–97.
- Greenfield, C., & Williams, P. (2007). Financialization, finance rationality and the role of media in Australia. *Media Culture and Society*, 29(39), 415–433.
- Grohmann, A., Kouwenberg, R., & Menkhoff, L. (2015). Childhood roots of financial literacy. *Journal of Economic Psychology*, 51, 1–45.

- Grohmann, A., & Menkhoff, L. (2015). School, parents, and financial literacy shape future financial behavior. *DIW Economic Bulletin*, 5, 407–412.
- Gudmunson, C. G., & Danes S. M. (2011). Family financial socialization: Theory and critical review. *Journal of Family and Economic Issues*, 32(4), 644–667.
- Gutnu, M. M., & Cihangir, M. (2015). Finansal okuryazarlık: Osmaniye Korkutata Üniversitesi personeli üzerinde bir araştırma. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(10), 415–424.
- Gutter, M., Copur, Z., & Garrison, S. T. (2009). which students are more likely to experience financial socialization opportunities? *Networks Financial Institute Working Paper No. 2009-Wp-07*. Retrieved from: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1432523.
- Gül, S., & Altındal, Y. (2016). Türkiye’de kadın girişimciliğinin serüveni: Başarı mümkün mü? *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(4), 1361–1377.
- Gülerarlan, A. (2011). Tüketici olarak çocuk ve ailenin satın alma kararlarına etkisi. *Selçuk İletişim*, 6(4), 126–137.
- Hilgert, M. A., Hogarth, J. M., & Beverly, S. (2003). Household financial management: The connection between knowledge and behavior. *Federal Reserve Bulletin*, 309–322.
- Hisrich, R. D., & Fulop, G. (1997). Women entrepreneurs: The Hungarian case. *Family Business Review*, 10(3), 281–302.
- Hossain, A., Naser, K., & Nuseibeh, R. (2009). Factors influencing women’s business development in the developing countries: *Evidence from Bangladesh. International Journal of Organizational Analysis*, 17(3), 202–224
- Hung, A. A., Parker, A. M., & Yoong, J. K. (2009). Defining and measuring financial literacy. *Rand Labor and Population, Working Paper Wr-708*. Retrieved from: https://papers.ssrn.com/Sol3/Papers.Cfm?Abstract_Id=1498674.
- Jiyane, G., & Zawada, B. (2013). Sustaining informal sector women entrepreneurs through financial literacy. *Libri*, 63(1), 47–56.
- Johnson, E., & Sherraden, M. S. (2007). From financial literacy to financial capability among youth. *Journal of Sociology and Social Welfare*, 34(3), 119–145.
- Karakulle, İ., & Tan, F. Z. (2018). Finansal okuryazarlık ile kredi kartı tutumu arasındaki ilişkinin incelenmesi: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 69, 461–477.
- Kaygın, E., & Güven, B. (2015). *Güçlü kadınlar: Türkiye’de kadının girişimciliği*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Kılıç, Y. (2016). *Finansal okuryazarlık ve finansal refahın belirleyicileri: gaziantep ve çevre illeri için yapısal eşitlik modeli uygulaması*. (Doktora Tezi). Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Kılıç, Y., Ata, H. A., & Seyrek, H. İ. (2015). Finansal okuryazarlık: Üniversite öğrencilerine yönelik bir araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 66, 129–150.
- Kim, J., & Chatterjee, S. (2013). Childhood financial socialization and young adults financial management. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 24(1), 61–79.
- Lassarre, D., & Roland-Levy, C. (1989). Understanding children’s economic socialization. In K. G. Grunert & F. Ölander (Eds.), *Understanding economic behaviour* (pp. 347–368). Dordrecht: Springer.
- Lee, J. C., & Mortimer, J. T. (2009). Family socialization, economic self- efficacy, and the attainment of financial independence in early adulthood. *Longitudinal and Life Course Studies*, 1(1), 45–62.
- Lissington, R. J., & Matthews, C. D. (2012). Intergenerational transfer of financial literacy. *GFLEC Presentation*. Retrieved from: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2256791.
- Lusardi, A. (2007). The importance of being financially literate. Retrieved from: <https://www.bruegel.org/wp-content/uploads/2018/05/Presentation-by-Annamaria-Lusardi.pdf>.
- Lusardi, A. (2008). Financial literacy: An essential tool for informed consumer choice? *NBER Working Paper Series 14084*, 2–29.
- Lusardi, A. (2009). The importance of financial literacy. *NBER Reporter*, 2, 13–16.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2008). Planning and financial literacy: How do women fare? *American Economic Review*, 98, 413–417.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2009). How ordinary consumers make complex economic decisions: Financial literacy and retirement readiness. *NBER Working Paper Series 15350*, 1–35.

- Lusardi, A., & Tufano, P. (2009). Debt literacy, financial experiences, and overindebtedness. *NBER Working Paper 14808*, 1–44.
- Marcolin, S., & Abraham, A. (2006). Financial literacy research: Current literature and future opportunities. *Proceedings of The 3rd International Conference On Contemporary Business Conference*. Retrieved from: <https://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1233&context=commpapers>.
- Mason, C. L. J., & Wilson, R. M. S. (2000). Conceptualising financial literacy. *Occasional paper*, 7. Retrieved from: <https://core.ac.uk/download/pdf/2738276.pdf>.
- Moore, D. (2003). Survey of financial literacy in Washington State: Knowledge, behavior. *Attitudes, and Experiences*, 10(2.1), 4729–4722.
- Njaramba, J., Chigeza, P., & Whitehouse, H. (2015). Financial literacy: The case of migrant African-Australian women entrepreneurs in the Cairns Region. *Entrepreneurship and Sustainability*, 3(2), 198–208.
- OECD (2011). *Measuring financial literacy: Questionnaire and guidance notes for conducting an internationally comparable survey of financial literacy*. Paris: Organisation for Economic Co-Operation and Development.
- OECD (2012). *Supplementary questions: Optional survey questions for the OECD INFE financial literacy core questionnaire*. Paris: Organisation for Economic Co-Operation and Development.
- Özkan, F. N. A. (2017). Bir sosyalleşme aracı olarak kuran kursları. *Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(1), 65–82.
- Payne, S. H., Yorgason, J. B., & Dew, J. P. (2013). Spending today or saving for tomorrow: the influence of family financial socialization on financial preparation for retirement. *Journal of Family and Economic*, 35(1), 106–118.
- PISA, (2012). *Assessment and analytical framework: Mathematics, reading, science, problem solving and financial literacy*. Paris: OECD Publishing.
- Pinto, L. E. (2012). One size does not fit all: Conceptual concerns and moral imperatives surrounding gender-inclusive financial literacy education. *Citizenship, Social and Economics Education*, 11(3), 177–188.
- Russell, R., Kutin, J., Green, R., & Banks, M. (2016). Women & money in Australia across the generations. *MIT University Technical Report*. Retrieved from: <http://purl.org/au-research/grants/arc/DPI10103808>.
- Schagen, S., & Lines, A. (1996). *Financial literacy in adult life*. Retrieved from: <https://www.nfer.ac.uk/media/1415/91091.pdf>.
- Scheresberg, C. (2013). Financial literacy and financial behavior among young adults: Evidence and implications. *Numeracy*, 6(2), 1–21.
- Shaikh, S.A. (2016). Marksçı, ana akım ve İslami iktisatta emeğin rolü ve emeğe yaklaşıma dair karşılaştırmalı bir inceleme. *İGİAD Yayınları (İslam İktisadı ve Emek)*, 18, 147–166.
- Sherkat, D. E. (2013). Dini sosyalleşme: Etki kaynakları ve araçların etkileri (Ö. Güngör, Çev.). *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 8(3), 279–297.
- Sherraden, M. S. (2010). *Financial capability: What is it, and how can it be created?* CSD Working Papers, No. 10–17, St. Louis: Oxford University Press.
- Shim, S., Barber, B. L., Card, N. A., Xiao, J. J., & Serido, J. (2010). Financial socialization of first-year college students: The roles of parents. *Journal of youth and adolescence*, 39(12), 1475–1470.
- Sohn, S. H., Joo, S. H., Grable, J. E., Lee, S., & Kim, M. (2012). Adolescents' financial literacy: The role of financial socialization agents, financial experiences, and money attitudes in shaping financial literacy among South Korean youth. *Journal of Adolescence*, 35(4), 1–12.
- Solheim, C. A., Zuiker, V. S., & Levchenko, P. (2011). Financial socialization of family pathways: Reflections from college students narratives. *Family Science Review*, 16(2), 97–112.
- Soysal, A. (2010). Kadın girişimcilerin özellikleri, karşılaştıkları sorunlar ve iş kuracak kadınlara öneriler: Kahramanmaraş ili'nde bir araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(1), 71–95.
- Sundarasan, S. S. D., Rahamn, M. S., Otham, N. S., & Danaraj, J. (2016). Impact of financial literacy, financial socialization agents, and parental norms on money management. *Journal of Business Studies Quarterly*, 8(1), 140–156.
- Taylor, S. M., & Wagland, S. (2013). The solution to the financial literacy problem: What is the answer? *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 7(3), 69–90.

- Teoh, W. M., & Chong, S. C. (2007). Theorizing and framework of factors influencing performance of women entrepreneurs in Malaysia. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, 3(2), 1–17.
- Vitt, L. A., Anderson, C., Kent, J., Lyter, D. M., Siegenthaler, J. K., & Ward, J. (2000). *Personal finance and the rush to competence: Financial literacy education in the U.S. Washington*. Retrieved from: https://www.researchgate.net/profile/Lois_Vitt/publication/240619141_Personal_Finance_and_the_Rush_to_Competence_Financial_Literacy_Education_in_the_US/links/56203f3f08aed8dd194046de/Personal-Finance-and-the-Rush-to-Competence-Financial-Literacy-Education-in-the-US.pdf.
- Weber, R. P. (1990). *Basic content analysis*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Webley, P., & Nyhus, E. K. (2012). Economic socialization, saving and assets in european young adults. *Economics of Education Review*, 33, 1–19.
- Worthington, A. C. (2006). Predicting nancial literacy in Australia. *Financial Services Review*, 15(1), 1–26.
- Xu, L., & Zia, B. (2012). Financial literacy around the world: An overview of the evidence with practical suggestions for the way forward. *World Bank Policy Research Working Paper No. 6107*, 1–56.
- Yates, D., & Ward, C. (2011). Financial literacy: Examining the knowledge transfer of personal finance from high school to college to adulthood. *American Journal of Business Education*, 4(1), 65–78.
- Yetim, N. (2008). Sosyal sermaye olarak kadın girişimciler: Mersin örneği. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 2(2), 79–92.

Etik Beyanı : Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara uyulmuştur. Aksi bir durumun tespiti halinde Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisinin hiçbir sorumluluğunun olmadığını ve tüm sorumluluğun çalışmanın yazarlarına ait olduğunu bildiririz. Makale bir yüksek lisans tezinden üretilmiş olup, tez araştırması için İzmir Demokrasi Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırmalar ve Yayın Etik Kurulu'ndan izin alınmıştır. Ayrıca çalışmada kullanılan veriler 2019 yılında toplanıp, analiz edildiği için etik kurul kararı gerekmemektedir.

Yazar Katkıları : Didem CANSEVER, çalışmanın tüm bölümleri ile veri toplama ve analiz aşamalarında katkı sağlamıştır. Prof. Dr. Duygu KIZILDAĞ, çalışmanın tüm bölümlerinde düzenleme, analiz ve kontrol aşamalarında katkı sağlamıştır. 1. yazarın katkı oranı %60, 2. yazarın katkı oranı %40.

Çıkar Beyanı : Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Ethics Statement : Ethical rules were followed in all preparation processes of this study. In the event of a contrary situation, we inform that Ömer Halisdemir University Academic Review of Economics and Administrative Sciences has no responsibility and all responsibility belongs to the authors of the study. The article was produced from a master's thesis and permission was obtained from İzmir Democracy University Social and Human Sciences Scientific Research and Publication Ethics Committee for the thesis research. Also, since the data used in the study was collected and analyzed in 2019, an ethics committee decision is not required.

Author Contributions : Didem CANSEVER contributed to all parts of the study and the stages of data collection and analysis. Prof. Dr.Duygu KIZILDAG contributed to the editing, analysis and control stages in all parts of the study. Contribution rate of the 1st author 60%, contribution rate of the 2nd author 40%.

Conflict of Interest : There is no conflict of interest among the authors.
