

TÜRKİYE’DE BANKALARIN WEB SAYFASI UYGULAMALARINDA FİNANSAL OKURYAZARLIK İÇERİĞİ**(Dr. Öğr.Üyesi Adem ÖZBEK, ademozbek6961@gmail.com)****ÖZET**

Bilginin elde biçimine bağlı olarak, ekonomik sistem içerisinde önemli yeri olan finansal piyasalar ile bu piyasalardan fon talep eden bireyler arasında bilgi asimetrisi sorunu mevcuttur. Bu sorunun çözümüne yönelik bankalar tarafından bireylere, finansal ürünlerin kullanımı, maliyeti, riskleri ve faydaları ile ilgili bilgilendirmeler yapılarak, onların finansal farkındalıklarının artırılmasına imkân sağlanmalıdır.

Bu çalışmada, finansal bilginin paylaşılması ve kullanılması bağlamında Türkiye’de faaliyette bulunan bankaların bireylere sağlamış oldukları hizmetlerin yeterliliklerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda, finansal okuryazarlık boyutu altında bankaların bireylere sundukları hizmetler, ürünler ile ilgili aktardıkları bilgilendirmeler ve sağlanan eğitim imkânları araştırılmıştır. Araştırma başlıklarına bağlı olarak değerlendirmeye alınan veriler, bankaların web sayfalarından elde edilmiştir. Elde edilen verilerin değerlendirilmesi sonucunda, bankaların web sayfalarında, finansal eğitim ve finansal okuryazarlık içerikli bilgilerin yetersiz olduğu gözlemlenmiştir. Diğer taraftan bankaların, gelecek nesiller adına çocuklara yönelik sağlanacak finansal eğitim içerikli görsellere ve bireylerin finansal okuryazarlık seviyesini belirlemeye yönelik anket uygulamalarına daha fazla önem vermeleri tavsiyelerinde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Finansal Piyasa, Bankalar, Finansal Okuryazarlık, Finansal Eğitim, Web

FINANCIAL LITERACY ORIENTATION IN WEB PAGE OF BANKS IN TURKEY**ABSTRACT**

Depending on the way information is obtained, there is an information asymmetry problem between financial markets, which have an important place in the economic system, and individuals who request funds from these markets. This problem by banks to individuals for the solution, the use of financial products, costs, made disclosures about the risks and benefits should be provided the opportunity to increase their financial awareness.

In this study, the financial information to be shared and utilized in the context of the adequacy of services they provide to individuals by banks operating in Turkey was aimed to determine. In this context, under the dimension of financial literacy, the services provided by banks to individuals, the information they convey about the products and the training opportunities provided were investigated. The data evaluated based on the research titles were obtained from the web pages of the banks. As a result of the evaluation of the data obtained, it was observed that the information on financial education and financial literacy on the web pages of the banks was insufficient. On the other hand, it was recommended that banks pay more attention to the visuals with financial education content to be provided for children on behalf of future generations and to the survey applications to determine the financial literacy level of individuals.

Key Words: Financial Market, Banks, Financial Literacy, Financial Education, Web

1. GİRİŞ

Tüketiciler, günlük olarak olağanüstü karmaşık finansal kararlar vermekte, buna karşılık yaptıkları ekonomik seçimler karşılığında oldukça zayıf bilgilendirildiklerine dair kanıtlar artmaktadır (Lusardi, 2008). Bilgiye dayalı olmayan her karar özellikle de ekonomik yaşamda önemli sorunları ortaya çıkarmaktadır. Bu sorunların azaltılmasında ekonominin temel birimi olan bireylere ve ekonomik sistemin temel unsuru olan bankalara önemli görevler düşmektedir. Doğru finansal adımların atılması, finansal piyasalardan faydalanan birey sayısının ve finansal tabana yayılmanın artması, bireylerin finansal bilgiyi talep, finansal piyasa aktörlerinin ise finansal bilgiyi arz etmelerine bağlıdır.

Lusardi ve Mitchell (2007), finansal okuryazarlığı, duyarlı tasarruf ve yatırım kararları vermek için gerekli olan en temel ekonomik kavram olarak nitelendirmişlerdir. Finansal okuryazarlık, çok geniş bilgi ve davranış içeren bir kavram olmakla beraber, geçerliliği, gelir veya servetten bağımsız olarak tüm tüketicilere yöneliktir (Bonga ve Mlambo, 2016:69). Finansal okuryazarlık ve finansal yeterlilik seviyesi yüksek olan bireyler, ekonomik sistemin önemli bir parçası olmaktadır. Çünkü daha fazla bilgi, bireylerin daha akılcı finansal kararlar almalarına, borçlanma, tasarruf veya yatırım hatalarını azaltmalarına yardımcı olur. Lusardi ve diğ. (2017), finansal okuryazarlığın, yoksulları güçlendirmeye ve eğitmeye yardımcı olduğunu, böylelikle maksimum fayda elde etmek için bilinçli kararlar verebilmelerini, farklı finansal ürünleri değerlendirebilmelerini sağladığını ifade etmişlerdir.

Bankalar, finansal piyasalar ve bu piyasalardaki ürünler hakkında yeterli bilgisi olmayan mevduat sahiplerinin birikimlerini, kaynak ihtiyacı olanlara yönlendirmede uzmanlaşmış birimlerdir (Cengiz, 2010: 155). Finansal piyasalarda bankalar, ekonomik birimler için borçlanma ve yatırım hizmetlerini yerine getirmektedirler.

Ekonomik sistem içerisinde finansal güç durumu dikkate alındığında en zayıf olarak görülen ekonomik birim bireylerdir. Gelişmiş kredi piyasalarında son derece önemli zorluklar ortaya çıkmış, bu nedenle de müşteriler daha fazla finansal bilgiye sahip olarak fayda elde edebileceklerdir (Dünya Bankası, 2009). Gelişen teknolojiye ve ihtiyaçlara bağlı olarak karmaşık yapıya dönüşen bu piyasalarda özellikle de bankalara önemli görevler düşmektedir. Kredi verme sürecinde bilginin elde edilmesi ve aktarılması, bankaların temel görevlerinden birisidir. Dolayısıyla finansal piyasalarda finansal ürünlerle ilgili bilgi probleminin çözümünde bankaların önemi büyüktür (Bernanke, 1993:53).

Bankalar, birikimlerini mevduat hesaplarında tutmak isteyen müşterilerine, birikimlerinin güvencesi hakkında teminat vermektedirler. Verilen bu teminat beraberinde bir takım riskleri de getirmektedir. Bu risklerin en önemlilerinden birisi, bu tasarrufları talep eden kredi kullanıcıları hakkındaki bilgi eksikliğidir. Buradaki bilgi eksikliği iki şekilde ifade edilir. Birincisi, fon kullanmak isteyen bireylerin finansal ürünler hakkındaki bilgi eksikliği, ikinci ise bankaların, müşterilerin finansal bilgi düzeyleri hakkındaki bilgi eksikliği. Nasıl, tasarruf sahipleri birikimleri ile ilgili, bankadan faiz kazancı sağlıyorsa, bu tasarrufları talep edenlerin de bir fayda elde etmesi mükemmel işleyen bir finansal piyasa adına önemlidir. Bu nedenle bankalar, ifade edilen faydanın sağlanmasında, bireylere gerekli olan bilgiyi kazandıracak taraf olmalıdır.

Bankaların, ekonomik sistemde finansal ürünü arz edenlerin tek taraflı olarak değil finansal ürünleri talep edenlerinde faydalarının artırılabilceği bir organizasyon yapısını oluşturmaları gerekmektedir. Bu doğrultuda finansal okuryazarlığın geliştirilmesi ile ilgili faaliyetleri yayma, müşterileri finansal ürünlerin özellikleri, faydaları ve riskleri hakkında bilgilendirme gibi uygulamaları hizmete sunmalıdırlar. İyi organize edilmiş, finansal bilginin önemini bireylere iyi aktarabilmiş bir bankacılık sistemi, finansal içermeyi genişleterek, finansal ürünlerin kullanımını artırarak, bireyleri finansal piyasalara dâhil edebilir.

Büyüme amacı taşıyan her ekonomi için finansal istikrar önemlidir. Finansal istikrarın, finansal okuryazarlık, finansal içirme ve tüketicinin korunması olarak üç temel direği bulunmaktadır (Bonga ve Mlambo, 2016: 69). Bankalar, müşterilerin finansal bilgi seviyelerinin gelişimine destek sağlayarak, hem onların doğru kararlar vererek finansal riskleri azaltmalarına hem de daha fazla kişinin finansal piyasalardan faydalanmasına olanak sağlayacaklardır.

Diğer bir ekonomik birim olan işletmeler açısından bakıldığında finansal yönetimin amacı ortakların sermaye pay değerlerini artırmaktır. Bu değer artışının elde edilebilmesi doğru finansal kararların alınması ve uygulanması ile mümkündür. Yatırımlar ve tasarruflar bireyler için, piyasayı finanse etmek için verilen krediler ise bankalar için birer servettir. Hane halkının bir kısmı sermayesinin değerini artırmak için yeni yatırım alanları ararken diğer bir kısmı da finansal sorumluluklarını yerine getirebilmek için borçlanma yolunu tercih etmektedir. Doğru yatırım, kaynağın doğru kar oranıyla, doğru borçlanma aracının ise doğru maliyetle ele alınması gerekmektedir.

Borçlanma davranışı açısından bankacılık sistemi ele alındığında, kredi kullanmak isteyen bir kişinin sadece kredibilite notuna bakılarak borçlandırma kararı verilebiliyor. Bireylerin kredibilite notları gerçekten de onların finansal bilgi seviyelerini yansıtabiliyor mu? Bireylerin kredi notunu etkileyen faktörleri şöyle sıralamak mümkündür (www.konupara.com):

- Kredi kartı borcunu ödeme düzeni
- Banka kredilerini ödeme düzeni
- Bankalardaki mevcut borç durumu
- Bankalardaki mevcut varlık durumu
- Yeni ya da ilk kez kredi açılışları
- Borçların kredi limitine oranı
- Ödeme tarihçesindeki olumsuz durumlar
- Gecikmeye düşen hesap sayısı
- Finans kuruluşlarının bildirimleri
- Sosyal Güvenlik Kurumu ödemeleri

Bankalar kredi piyasalarında meydana gelen ters seçim ve ahlaki tehlike problemlerini azaltma konusunda etkili ve dünyanın her bölgesinde finansal sistem içerisinde önemli bir rol oynamaktadırlar. Ayrıca fon talep edenlerin finansal davranışlarını takip ve bilançolarını kontrol etmede daha dikkatli denetim yapabilmektedirler (Vardareri, 2010:139).

Bankaların, 2008 yılında yaşanan küresel finansal krizdeki rolününunutmaması gerekir. Amerika'da 2008 yılında konut fiyatlarındaki sebepsiz artış piyasada asimetrik bilgiye ve ev almak

için kredi kullanan kişilerin yanlış yönlendirilmesine neden olmuştur. ABD Hükümetinin bu uygulamadaki amacı gelir seviyesi düşük olan ailelerin konut sahibi olmalarına kolaylıklar sunmaktır. Ortaya çıkan durum ise, konutların değer kazanacağı beklentisi ile kredi karşılığında ev satın alan düşük gelirli gruplar, konutların değer kaybetmesi sonucu alınan kredilerin geri ödenmesinde güçlükler yaşamışlardır (Demir vd., 2008:4-5).

2. LİTERATÜR

Bilgi, finansın en temel ve yönlendirici ayağıdır. Bireylerin finansal piyasalara katılımını ve finansal ürünleri kullanımını sağlayacak önemli bir pusuladır. Eğitim veya diğer iletişim araçları ile aktarılan bilginin finansal katılımı artırdığına dair yapılan birçok çalışma literatürde yer almaktadır.

Agarwal (2007), düşük eğitim seviyesi ve finansal okuryazarlığın neden olduğu yetersiz bilginin, finansal ürün farkındalığını azalttığını, özellikle de kırsal alanlardaki nüfusun finansal dışlanmaya maruz kaldığını ifade etmiştir. Cole ve Shastry (2009), neoklasik olmayan faktörlerin hanehalkının yatırım kararları üzerindeki etkilerini araştırdıkları çalışmalarında, finansal piyasalara katılımın en önemli belirleyicisinin eğitim olduğunu ve finansal eğitime sahip bireylerin sahip olmayan bireylere oranla %7,6 daha fazla yatırım yaptıklarını bildirmişlerdir.

Merkez bankaları vatandaşların finansal kabiliyetlerini ve finansal okuryazarlık durumlarını güçlendirmeye katkıları önemlidir. Bazı merkez bankaları son zamanlarda ekonomik ve finansal bilgi ve fonksiyonlarının bir parçası olarak kurumsallaşmış eğitim faaliyetlerini genişletmiştir (Fluch, 2007:85). Gnan vd. (2007), merkez bankalarının finansal eğitime ilgilerinin beş ana nedenini şu şekilde ifade etmişlerdir:

- Para politikalarının etkinliğini artırmak
- Finansal piyasaların düzgün çalışmasını sağlamak
- Sürdürülebilir ekonomik politikaları desteklemek
- Ekonomi ve finansal okuryazarlığı bir kamu yararı olarak tanıtmak
- Kamu eylemlerinin itibarlarını artırmak ve eylemlerin kabul edilmelerini teşvik etmek.

OECD (2013), Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankasının ekonomik ve finansal sürekliliğin sağlanması amacıyla finansal eğitim faaliyetlerini yürütmekte olduğunu, Endonezya ve Çin Halk Cumhuriyeti Merkez Bankaları sorumlu oldukları ödeme sistemlerinin etkinliğini sağlamak, Brezilya, Fransa, Malezya ve Hindistan merkez Bankaları finansal tabana yayılmayı teşvik etmek amacıyla finansal okuryazarlığın geliştirilmesine önem verdiklerini bildirmişlerdir.

Cole ve diğ. (2011), Endonezya ve Hindistan gibi gelişmekte olan pazarlarda finansal hizmetlere yönelik düşük talebin nedenlerini araştırdıkları çalışmalarında, anket verileriyle elde ettikleri sonuçlara bağlı olarak, belirli finansal ürünler hakkında bilgi sahibi olmayan bireylerin, kendilerini bu ürünlerin kullanımından dışlayabileceklerini iddia etmişlerdir. Carpena ve diğ. (2011), Hindistan'da 1.200 hanehalkının finansal okuryazarlığını geliştirmek ve finansal davranışlarını etkilemek için bir çalışma dizayn etmişlerdir. Bu çalışmanın sonucunda, finansal bilginin finansal okuryazarlığın üzerindeki etkisine bağlı olarak, finansal okuryazarlığın bireyler arasında sağlam finansal karar ve seçim yapabilme konusunda temel farkındalığı önemli oranda etkilediğini bildirmişlerdir.

Van Rooij ve diğ. (2011), finansal okuryazarlık ile finansal karar verme arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik yaptıkları araştırmada, bireylerin iktisat ve finansal bilgi eksikliğinin borsaya katılımında önemli bir eksiklik olduğunu, finansal okuryazarlık eksikliğinin hanehalkının finansal piyasalara katılımını engellediklerini bildirmişlerdir. Plakoviç (2011), Bosna Hersek'te bankacılık sektörü üzerinde yaptığı çalışmada, finansal okuryazarlığın, bankalar açısından, müşterilerin öncelikli çıkarları arasına koyulması gerektiğini bildirmiştir. Buna bağlı olarak bankaların, banka hizmetlerini kullanan müşterilerin risklerini değiştirme çabası içerisinde olması gerektiğini, aksi halde bu durum, borçlunun sorunlarının bankalara bir bumerang gibi geri gelmesine yol açabileceğini ifade etmiştir.

Kenya'da faaliyette bulunan Equity Bankası, kayıtlarında yer alan 300 KOBİ'ye finansal okuryazarlık eğitimi programı uygulamıştır. Bu eğitimlerin sonucunda KOBİ'lerin, kredilerin geri ödenmesi açısından performanslarının, kredi yönetim bilgilerinin ve bütçeleme becerilerinin arttığı gözlemlenmiştir (Mutegi, 2015:26). Finansal girişim programları kapsamında, Hindistan RBI Bankası, proje finansal okuryazarlığı başlıklı bir proje geliştirerek, hedef kitlesi olan köylülere, genel bankacılık anlayışı hakkında bilgi sağlamayı amaçlamıştır (Agarwal, 2016:5).

Fort vd. (2016), çalışmalarında, banka bilgi politikalarının finansal okuryazarlığı ve buna bağlı olarak hanehalkının finansal servetini artırıp artırmadığını araştırmışlar. Araştırmanın sonucunda, banka bilgi politikalarının nüfusun küçük bir kesimi için finansal okuryazarlığı artırmada ve finansal kararları etkilemede etkili olduğunun sonucuna varmışlardır. Baysa ve Karaca (2016), Tokat merkez ilçede bireysel, ticari ve tarımsal olarak segmente edilebilen banka müşterilerinin finansal okuryazarlık düzeylerini belirlemeye yönelik yaptıkları çalışmada, bankaların strateji, politika ve ilkeleri doğrultusunda uygulamış oldukları çeşitli ürün ve hizmetlerin bireyler tarafından kullanılmasının ve anlaşılır olmalarının mümkün olmadığını ifade etmişlerdir.

Raina (2014), Hindistan Bankacılık Endüstrisindeki finansal okuryazarlık girişimlerini araştırarak, bankaların, insanları uygun finansal yönetim araçları hakkında eğitebileceğini, onlara tasarruf alışkanlığı aşılayabileceğini ve bunun sonucunda da finansal gücü artıracak finansal ürün ve hizmetlere olan talebi oluşturabileceğini ifade etmiştir. Messy ve Monticone (2016), Endonezya, Hindistan, Malezya ve Filipinlerde merkez bankalarının, finansal eğitimin okullarda verilmesine öncülük ettiklerini ve finansal okuryazarlık içeriğinin eğitim müfredatına ekletilmesini sağladıklarını bildirmişlerdir. Bonga ve Mlambo (2016), finansal okuryazarlığın son yıllarda güncel bir konu haline geldiğini, buna bağlı olarak da Zimbabwe'deki bankaların finansal okuryazarlık konusundaki çabalarını araştırmışlardır. Çalışma sonucunda, bankaların ve hükümetin finansal okuryazarlığı ve dolayısıyla ekonomideki gelişmeyi iyileştirmek için üstlenebileceği çeşitli yollar olduğunu ifade etmişlerdir.

Von Gaudecker (2015), Hollanda da, internet üzerinden 1.604 hane halkından anket yöntemi ile elde ettiği verileri dikkate alarak, yetersiz finansal bilgi kullanımının yatırım hatalarını en fazla yansıtan unsur olduğunu, finansal danışmanlık hizmeti alınmasının artırılmasının düşük yatırımlardan kaynaklanan refah kayıplarını azaltacağını ifade etmiştir. Zou ve Deng (2019), Çin'de 2012 yılında yaptıkları tüketici finansmanı anketinden elde ettikleri verileri kullanarak, finansal okuryazarlığın hanehalkının finansal piyasalara katılımı üzerindeki etkilerini belirlemeye çalışmışlardır. Çalışma sonucunda, finansal okuryazarlığın tahvil ve konut piyasalarına katılımı artırdığını bildirmişlerdir.

3. ARAŞTIRMA

Faaliyet alanı ne olursa olsun her ekonomik birim kendisini geniş kitlelere az maliyetle ve kısa sürede tanıtılabilmek amacıyla web sitelerinden faydalanmaktadır. Bankalar müşterilerine, faaliyetleri, kredili ürünleri, menkul kıymet ve çeşitli yatırım araçları hakkında kendi web sayfalarında bilgilendirme yapmaktadırlar. Araştırmada Türkiye’de resmi olarak faaliyette bulunan 24 bankanın web sayfaları ele alınarak, bu sayfalarda ekonomi, finansal eğitim ve finansal okuryazarlık ile ilgili bilgi içerikleri tespit edilmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın temel amacı, bankacılık sektörünün müşterilerine yönelik finansal bilgilendirmelerini ve yönlendirmelerini tespit edebilmek, bir durum analizi yaparak, finansal piyasaların en önemli yapı taşı olan bankaların bu konuya bakış açılarını belirlemektir.

Bankaların web sitelerinde aşağıdaki başlıklar incelenmeye çalışılmıştır.

- Finansal eğitim ve okuryazarlık hakkında bilgi,
- Çocuklara yönelik finans içerikli eğitici ve geliştirici sunumlar,
- Finansal okuryazarlık seviye ölçme anketi,
- Finansal ürünlerle ilgili bilgilendirme,
- Kredi maliyeti hesaplama modülünü,
- Kurumsal sosyal sorumluluk projeleri,
- Finansal eğitim içeriklerine sitede kolay ulaşım,
- Finansal risk raporu hizmeti sunumu

3.1.Araştırmanın Yöntemi

Araştırma ’da ülkemizde faaliyette bulunan Kamusal Sermayeli Mevduat Bankaları, Özel Sermayeli Mevduat Bankaları ve Yabancı Sermayeli 24 bankanın web sayfaları yukarıda belirtilen araştırma başlıkları çerçevesinde incelenmiştir. İncelenen başlıklar altında elde edilen veriler bankaların sayıları dikkate alınarak frekans analizi ile değerlendirilmeye çalışılmıştır.

3.2.Araştırma Bulguları

Çalışmada yer alan 24 bankanın web sitelerinden elde edilen bilgiler araştırmanın amacı ve soruları çerçevesinde incelenmiştir. Elde edilen bulgular şu şekildedir;

Bankaların web sayfalarında finansal eğitim ve okuryazarlık hakkında bilgilendirici içeriklerin yer alıp almadığı incelenmiş olup elde edilen veriler Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Finansal Eğitim ve Okuryazarlık Hakkında Bilgi

	FinansalEğitimveOkuryazarlıkHakkında Bilgi	
	Var	Yok
Banka Sayısı	8	16
%	33,3	66,7

Bankaların web sitelerinde, müşterilerin finansal bilgi ve finansal okuryazarlık bağlamında bilgilendirilme konusunda yetersiz kaldığı görülmektedir. Türkiye’de faaliyette bulunan bankaların sadece %33,3’ü bu bilgilendirmeyi web sitelerinde yaparken %66,7’si herhangi bir bilgilendirme yapmamaktadır. Bankaların web sitelerinde finansal eğitim ve okuryazarlık ile ilgili eğitimlerini çoğunlukla bilgilendirme yazıları şeklinde verdikleri görülmektedir. Müşterilere yönelik oluşturulan yazı başlıkları şöyledir:

- Para biriktirmeye yönelik öneriler
- Tasarruflu bir şekilde Online alışveriş yapılabilmesi için ipuçları
- Yaş aralıklarına göre para biriktirme alışkanlıkları
- Riski düşük yatırım araçları
- Kredi kartı başvurularında dikkate edilmesi gerekenler
- Yatırım yapılırken dikkat edilmesi gerekenler
- Üniversite öğrencilerine para yönetimi tavsiyeleri
- Çocuklar için tasarruf yapabilmenin ipuçları

Tablo 2. Çocuklara Yönelik Eğitici Finans İçerikli Sunumlar

	Çocuklara Yönelik Eğitici Finans İçerikli Sunumlar	
	Var	Yok
Banka Sayısı	5	19
%	20,8	79,2

Sadece 5 banka web sayfalarında, çocukların finansal ürünlere ve ekonomik kavramlara yönelik bilgi seviyelerinin artırılabilmesi amacıyla çeşitli görsel içerikli sunumlar sağlarken, 19’u sitelerinde bu içeriklere yer vermemiştir. Çocuklara yönelik verilen finans içerikli sunum başlıkları şu şekildedir:

- Para ve banka adası
- Kredi ve kredi kartı adası
- Bütçe adası
- Tasarruf adası
- Çocuklar için bilgi bankası: Kumbara Dergisi
- Çocuklara tasarruf öğütleri

Çocuklara yönelik verilen sunum başlıklarına bakıldığında özellikle para ve paranın kullanımı, bütçe, tasarruf gibi önemli finansal bilgi ve davranışların kazandırılması amaçlanılmıştır.

Tablo 3. Finansal Okuryazarlık Seviye Belirleme Anketi

	Finansal Okuryazarlık Seviye Belirleme Anketi	
	Var	Yok
Banka Sayısı	2	22
%	8,0	92,0

Çalışmanın temel konusu olan, bireylerin finansal okuryazarlık seviyelerinin belirlenmesine yönelik Türkiye’de faaliyette bulunan 2 banka web sayfasında bu anket uygulamasını müşterilerine sunmaktadır. Basit ve hızlı bilgi alma yöntemi olan anket uygulamalarının özellikle de müşterilerin finansal okuryazarlık durumlarının tespiti noktasında bankalar tarafından yaygın kullanılması önem arz etmektedir.

Tablo 4. Finansal Ürünler Hakkında Bilgilendirme

	Finansal Ürünler Hakkında Bilgilendirme	
	Var	Yok
Banka Sayısı	19	5
%	79,2	20,8

Tablo 4’de bankaların %79,2’sinin sundukları finansal ürünler hakkında web sitelerinde gerekli bilgilendirmeyi yaptıklarını, %20,8’inin ise bu ürünler hakkında bilgilendirme yapmadıklarını görülmektedir. Bilgilendirme yapılan finansal ürünler şu şekilde sıralanabilir:

- Krediler
- Kartlar
- Mevduat ve yatırım ile ilgili yatırım araçları
- Sigorta ve emeklilik ürünleri
- Nakit yönetimi hizmet paketleri

Bankaların yaklaşık %80’i, faaliyet konusu olan temel ürünler hakkında web sayfalarında bilgilendirici açıklamalar yaptıkları tespit edilmiştir.

Tablo 5. Kredi Maliyeti Hesaplama Modülünün Bulunması

	Kredi Maliyeti Hesaplama Modülünün Bulunması	
	Var	Yok
Banka Sayısı	21	3
%	87,5	12,5

Bankaların % 87,5’i en önemli ürünlerinden birisi olan kredi maliyetinin müşteri tarafından hesaplanabilmesi amacıyla web sitelerinde hesaplama modülü bulundururken, %12,5’i böyle bir hizmeti müşterilerine sağlamamaktadır. Hesaplama modülü olan bankaların tamamı güncel kredi oranlarını dikkate alarak müşterilerine bu hizmeti sağlamaktadırlar. Müşteriler kredi hesabı yaparken karşılıklarına sadece anapara ve faizden oluşan aylık taksit ödemeleri çıkmaktadır. Bu hesaplama modülleri ile kümülatif maliyetin hesaplanması ve vade sonunda müşterilerin ne kadar bir maliyetle karşı karşıya kalınacağına verilmesi net bilgi adına önem taşımaktadır.

Tablo 6. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Proje Varlığı

	Kurumsal Sosyal Sorumluluk Proje Varlığı	
	Var	Yok
Banka Sayısı	11	13
%	45,8	54,2

Öğrencilere eğitim gördükleri kurumlarda bankacılık ürünleri hakkında bankalar tarafından eğitimler verilmesi, kültür, sanat ve çevre projelerine yönlendirilmeleri gibi sosyal sorumluluk projelerini yürüten bankaların oranı %45,8 iken, %54,2'si herhangi bir toplumsal projeyi hayata geçirmediği görülmektedir. Bankaların sosyal sorumluluk projeleri şu şekilde sıralanmaktadır:

- Toplumsal yardım projesi
- Doğaya destek projesi
- Eğitime destek projesi
- Bankacılık ürünleri projesi
- Spora destek projeleri
- Türkiye'de KOBİ finansman projesi
- Türkiye Özürlüler Eğitim ve Dayanışma Vakfı projesi
- Tarih projeleri

Tablo 7. Finansal Eğitim İçeriklerine Sitede Kolay Ulaşım

	Finansal Eğitim İçeriklerine Sitede Kolay Ulaşım	
	Var	Yok
Banka Sayısı	3	21
%	12,5	87,5

Web sayfalarının kullanılabilirliği ve kolayca bilgiye ulaşılabilirliği açısından bankalar değerlendirildiğinde %12,5'inin web sayfasında finansal eğitim içerikli bilgilere kolay ulaşım sağlanırken, %87,5'nde bu tip bilgilere ulaşımın kolay gerçekleşmediği görülmektedir.

Tablo 8. Finansal Risk Raporu Hizmeti Sunulması

	Finansal Risk Raporu Hizmeti Sunulması	
	Var	Yok
Banka Sayısı	16	8
%	66,7	33,3

Bankalar tarafından kredili ürünlerinin satışını gerçekleştirmeden önce kredi talebinde bulunan müşterilerin kredibilite durumlarına yani risk raporlarına bakılır. Risk raporu, bireyin tüm bankalardan kullanmış olduğu kredi, kredi kartı ve kredili mevduat hesabı borç ve limit bilgilerinin

öğrenilebildiği, yapılan ödemelerin tek bir yerden takip edilebildiği rapordur (www. Findeks.com). Müşterilerine web sayfalarında bu hizmeti sağlayan bankaların oranı %66,7 iken, %33,3'ünün bu hizmeti sağlamadığı görülmektedir.

4. SONUÇ

Finansal okuryazarlık, sahip olunan finansal bilgiyi ve bu bilginin kullanılmasıyla ortaya çıkan finansal davranışları kapsamaktadır. Genel itibariyle bakıldığında sadece bankacılık sektöründe değil tüm finansal piyasalarda, piyasa aktörleri ürünleri talep eden kişilerin finansal bilgi seviyelerini dikkate almadan onlara ürünlerle ilgili anlık bilgi verip ürünleri kullanmalarını sağlamaktadırlar. En basit ve önemli örneğini bankaların vermiş oldukları krediler de görmekteyiz. Müşteriler tarafından basit ve bileşik faizin ilgili yeterli bilgiye sahip olmadan, kredi kullanımının gerektirdiği yaptırımlar dikkate almadan banka kredisi kullanılmaktadır. Bankaların web sayfalarında müşterilerine, kullanılacak kredinin maliyetini hesaplayabilme hizmeti sunması, kredi ile ilgili risklerin ortadan kalmasına imkan vermemektedir. Diğer taraftan, ürün ve hizmetlerin özellikleri, fiyatları hakkında bilgiler sağlanması da müşterileri bilgilendirme açısından yeterli fakat bu ürünleri kullandırma bakımından yetersiz kalmaktadır.

Türkiye’de faaliyette bulunan 24 bankanın web sayfaları, finansal eğitim ve finansal okuryazarlık uygulamaları içerik olarak değerlendirmeye alınmıştır. Genel itibariyle bakıldığında bankaların web sayfalarında finansal okuryazarlık uygulamaları ve hizmetleri açısından yetersiz oldukları, diğer taraftan satışa çıkardıkları ürünlerin özelliklerini ve maliyetlerini sunma açısından yeterli oldukları görülmektedir.

Piyasaların arz tarafını oluşturan şirketlerin amacı daha fazla gelir ve kar elde etmektir. Bankalar da netice olarak ticaret yapmaktadırlar, dolayısıyla kar isteği onları da ilgilendirmektedir. Ne var ki bu sektörü diğerlerinden ayıran en önemli nokta, kar elde etmek için ürününü sattığı ekonomik birimler, ekonomik sistemin en temel taşı olmalarıdır. Bankalar tarafından kredi kullandırılan bireylerin kredi borçlarını geri ödeyememeleri sadece o kişileri olumsuz etkilememektedir. Verilen kredilerin bir başka bireyin tasarrufları olduğu unutulmamalıdır. Bu bağlamda Amerika’da yaşanan 2008 krizinin nedenlerinin iyi anlaşılması önemlidir.

Bankalar finansal piyasaların sağlıklı işlemlerini sağlayan en önemli aktörlerdir. Sadece bireylere ürünleri kullandırmada değil onları doğru finansal davranışlara yönlendirmede de etkili olmaları gereklidir. Bu noktada bankalar bireylerin finansal okuryazarlık seviyelerinin yükseltilmesine katkı sağlayacak faaliyetlerde bulunmaları, özellikle de çocuklara yönelik finansal eğitim içerikli sosyal sorumluluk projelerinin içinde yer almaları önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

Agarwal, R. (2007). 100% Financial Inclusion: A challenging task ahead.

Agarwal, T. (2016). Twin Pillars of Indian Banking: Financial Literacy and Financial Inclusion, *SIES Journal of Management*, 12(2).

Baysa, E. & Karaca, S. S. (2016). Finansal Okuryazarlık ve Banka Müşteri Segmentasyonları Üzerine Bir Uygulama, *Journal of Accounting & Finance*, (71).

- Bernanke, B. S. (1993). Credit in the Macroeconomy, *Federal Reserve Bank of New York Quarterly Review*, Volume 18, No: 1, 50-70.
- Bonga, W. G. & Mlambo, N. (2016). Banks and Financial Literacy Enhancement in Zimbabwe, *IOSR Journal of Economics and Finance (IOSR-JEF)*, 7(2), 69-74.
- Carpena, F., Cole, S., Shapiro, J., & Zia, B. (2011). Unpacking the causal chain of financial literacy, *The World Bank*.
- Cengiz, V. (2010). Finansal Piyasalarda Bilgi Problemlerinin Çözümünde Bankaların Rolü. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 5(1), 151-162.
- Cole, S. A. & Shastry, G. K. (2009). Smart money: The effect of education, cognitive ability, and financial literacy on financial market participation, *Boston, MA: Harvard Business School*, 09-071
- Cole, S., Sampson, T. & Zia, B. (2011). Price or knowledge? What drives demand for financial services in emerging markets?, *The Journal of Finance*, 66(6), 1933-1967.
- Demir, F., Karabıyık, A., Ermişoğlu, E. & Küçük, A. (2008). ABD Mortgage Krizi, *BDDK Çalışma Tebliği*, 3, 1-118.
- Fluch, M. (2007). Selected central banks' economic and financial literacy programs. *Monetary Policy & the Economy Q*, 3, 85-104.
- Fort, M., Maresi, F. & Trucchi, S. (2016). Adult financial literacy and households' financial assets: the role of bank information policies, *Economic Policy*, 31(88), 743-782.
- Gnan, E., Silgoner, M. A. & Weber, B. (2007). Economic and financial education: Concepts, goals and measurement, *Monetary Policy & the Economy Q*, 3(1), 28-49.
- Lusardi, A. & Mitchell, O. S. (2007). Baby boomer retirement security: The roles of planning, financial literacy, and housing wealth. *Journal of Monetary Economics*, 54, 205-224.
- Lusardi, A. 2008. "Household Saving Behavior: The Role of Literacy, Information and Financial Education Programs." *NBER Working Paper* n. 13824.
- Lusardi, A., Michaud, P. C., & Mitchell, O. S. (2017). Optimal financial knowledge and wealth inequality, *Journal of Political Economy*, 125(2), 431-477.
- Messy, F. A. & Monticone, C. (2016). Financial education policies in Asia and the Pacific.
- Mutegi, H. K., Njeru, P. W. & Ongesa, N. T. (2015). Financial literacy and its impact on loan repayment by small and medium entrepreneurs.
- OECD. (2013). *Advancing National Strategies for Financial Education*. Paris.
- Plakalović, N. (2011). Financial (il) Literacy and Stability of the Financial System. *Make Learn, International Conference*.

Raina, N. (2014). Financial literacy and credit counselling a demand-side solution to financial inclusion (A study of initiatives by selected scheduled commercial banks in India), *Journal of Commerce and Management Thought*, 5(4), 659.

Van Rooij, M., Lusardi, A. & Alessie, R. (2011). Financial literacy and stock market participation, *Journal of Financial Economics*, 101(2), 449-472.

Vardareri, D. & Dursun, G. (2010). Asimetrik Bilgi Çerçevesinde 2008 Küresel Krizin İncelenmesi. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 5(1), 137-150.

Von Gaudecker, H. M. (2015). How does household portfolio diversification vary with financial literacy and financial advice?, *The Journal of Finance*, 489-507.

World Bank (2009). The Case for Financial Literacy in Developing Countries: Promoting Access to Finance by Empowering Consumers. *World Bank, Washington DC*.

Zou, J. & Deng, X. (2019). Financial literacy, housing value and household financial market participation: Evidence from urban China, *China Economic Review*, 55, 52-66.

<https://konupara.com/kisisel-finans/kredi-notunu-etkileyen-faktorler-8494/erişim-tarihi:11/12/2019>

<https://www.findeks.com/urunler/risk-raporu/erişim-tarihi:16/12/2019>