



ISSN 1304-8120 | e-ISSN 2149-2786

**Araştırma Makalesi \* Research Article**

**Dijital Finansal Okuryazarlığın Bireysel Girişimcilik Yönelimine Etkisi:  
Üniversite Öğrencileri Örneği**

**The Effect of Digital Financial Literacy on Individual Entrepreneurship  
Orientation: A Case of University Students**

**Mustafa TAŞLIYAN**

Prof. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, mustafatasliyan@hotmail.com  
Orcid ID:0000-0003-1141-9846

**Nur Esra BEKERECİ**

Doktora Öğrencisi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı  
bekereciesra@gmail.com  
Orcid ID:0000-0003-4625-5132

**Zeliha ÇAKIROĞLU**

Doktora Öğrencisi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı  
cakiroglu\_21@hotmail.com  
Orcid ID:0000-0002-3956-1927

**Öz:** Bu çalışmanın amacı, katılımcıların dijital finansal okuryazarlık düzeylerini temsil ettiği düşünülen finansal teknolojiye dayalı ürün ve hizmetleri bilme ve kullanma seviyelerini belirlemek ve dijital finansal okuryazarlık düzeylerinin bireysel girişimcilik yönelimlerine etkisini araştırmaktır. Bu amaçla, KSÜ İİBF bölümlerinden tesadüfi örneklem yöntemi ile seçilmiş 177 öğrenciye anket uygulanmış ve elde edilen veriler uygun analiz yöntemleri ile değerlendirilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre katılımcıların dijital finansal ürün ve hizmetlerin büyük bir kısmı hakkında bilgi sahibi olduğu görülmektedir. Bu bağlamda en çok bilinen ürün ve hizmetler "Mobil Bankacılık", "İnternet Bankacılığı", "Elektronik Fon Transferi (EFT)", "Dijital Bankacılık" ve "Kare Kod Uygulaması" iken yine en çok kullanılan uygulamalar "Mobil Bankacılık", "İnternet bankacılığı" ve "Elektronik Fon Transferi" olmuştur. En az bilinirlik ve kullanılabilirlik skoru ise "Kitle Fonlama (EFT)" ile "Kredi Derecelendirme" sistemlerine aittir. Çalışmada kadınların dijital teknolojiye yönelik ürün/hizmet bilinirlik ve kullanılabilirlik düzeyleri erkeklere göre daha yüksek bulunurken, finans dersi almayanların, alanlara göre beklenenin aksine söz konusu ürün ve hizmetler hakkındaki bilgi düzeylerinin ortalamasının üzerinde olduğu gözlenmiştir. Son olarak finansal teknolojiye yönelik ürün ve hizmetlerin kullanılabilirlik düzeyi ile bireysel girişimcilik yöneliminin alt boyutları arasında anlamlı ilişki elde edilememiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Dijital finansal okuryazarlık, Finansal teknoloji, Bireysel girişimcilik yönelimi.

**Abstract:** The aim of this study is to determine the level of knowing and using financial technology-based products and services, which are thought to represent the digital financial literacy levels of the participants, and to investigate the effect of digital financial literacy attitudes on individual entrepreneurial orientations. For this purpose, a questionnaire was applied to 177 students selected by a random sampling method from KSU FEAS departments, and the data obtained were evaluated with appropriate analysis methods. According to the results obtained, it is seen that the participants have knowledge about most of the digital financial products and

*Geliş Tarihi:09.08.2022*

*Kabul Tarihi:23.01.2023*

*Yayın Tarihi:30.04.2023*

*Atıf:* Taşlıyan, M., Bekereci, N.E. & Çakıroğlu, Z. (2023). Dijital finansal okuryazarlığın bireysel girişimcilik yönelimine etkisi: Üniversite öğrencileri örneği. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(1), 232-243. Doi: 10.33437/ksusbd.1159724

---

services. In this context, while the most well-known products and services are “Mobile Banking”, “Internet Banking”, “Electronic Funds Transfer (EFT)”, “Digital Banking” and “Square Code Application”, the most used applications are “Mobile Banking”, “Internet banking” and “Electronic Funds Transfer”. The lowest awareness and usability score belongs to the “Crowdfunding” and “Credit Rating” systems. In the study, it was observed that while women's product/service awareness and usability levels for digital technology were higher than men's, those who did not take finance courses were above the average, contrary to what is expected according to the fields. Finally, there is a significant relationship between the usability level of financial technology products and services and the risk-taking dimension of individual entrepreneurial orientation.

**Keywords:** Digital financial literacy, Financial technology, Individual entrepreneurial orientation.

---

## GİRİŞ

Finansal okuryazarlık, günümüzde teknik bilgiye sahip olmanın yanında finansal gelişmeleri takip etmeyi de zorunlu kılmaktadır. Bu nedenle bilgiye ulaşma noktasında dijital kanalların kullanımı, finansal verilere ulaşım sürecini kısaltmakta ve daha hızlı kararlar alınmasını sağlamaktadır. Son yıllarda teknoloji alanında yaşanan gelişmelerle birlikte dijitalleşmenin önemi giderek artmakta ve finansal okuryazarlık ve dijitalleşme kavramları ön plana çıkmaktadır (Kaya ve Kılıç, 2021: 296). Bu iki kavramın birleşiminden doğan dijital finansal okuryazarlık, çeşitli dijital platformlar ve kullanım sıklıkları hakkında farkındalık sahibi olmak şeklinde tanımlanmaktadır (Prasad vd., 2018: 23).

Teknoloji, finans sektörünü hızlı şekilde değiştirmektedir. Özellikle bankalar, geleneksel hizmet biçimlerinden dijital finansal hizmetlere geçişle karşı karşıyadır. Bu dijital teknolojiler, bankacılık sektöründe geleneksel iş modellerine meydan okumakta ve giderek daha fazla günümüz standardı haline gelmektedir (Niemand vd., 2021: 317). Finans sektöründe, dijital teknolojilerin uygulanması finansal teknoloji veya FinTech olarak adlandırılmaktadır. Dijital finansal teknoloji (Fintech) özellikle, ödeme sistemlerinde kolaylık sağlama, bireylerin harcama ve tasarruf davranışlarında olumlu sonuçlar gösterebilme gibi önemli etkilere sahiptir (Setiawan vd., 2020: 1). Ayrıca Fintech, teknolojik yetenekleri birleştirerek finansal katılımı teşvik etme, süreçleri kolaylaştırma ve müşterilere maliyetleri düşürmek için yenilikçi finansal ürünler ve hizmetler sunma gibi avantajlar sağlayabilmektedir (Jarvis ve Han, 2021: 79). Özetle Fintech, finansal hizmetlerin sunumunun teknoloji vasıtasıyla kolaylaştırılması ve iyileştirilmesini sağlayan, finans sektörünü çok daha hızlı ve pratik bir hale getirmeye çalışan bir akımdır denilebilir.

Finansal teknoloji (fintech) ürünlerinden etkin bir şekilde yararlanmak, bunları etkin bir şekilde kullanmak ve yanlış satış, kimlik avı, bilgisayar korsanlığı saldırıları, verilerin yetkisiz kullanımı, ayrımcı muamele ve aşırı borçlanma gibi maliyetli hatalardan kaçınmak için bireylerin daha yüksek düzeyde finansal bilgi birikimine sahip olmaları gerekmektedir. Dolayısıyla dijital çağda dijital finansal okuryazar olmanın ve eğitiminin giderek daha önemli hale gelmesi muhtemel görülmektedir (Morgan vd., 2019: 3). Kısaca finansal teknolojilerdeki gelişimle birlikte, dijital finansal okuryazarlığın daha önemli bir hal aldığı aşikârdır. Önceki araştırmaların çoğunlukla bireylerin finansal okuryazarlık düzeylerine ve bunu etkileyen faktörlere odaklandığı görülmektedir. Bu anlamda dijital finansal okuryazarlıkla ilgili çalışmaların artırılması ve çeşitlendirilmesi önemli ve değerlidir. Bu çalışmada bireylerin dijital finansal okuryazarlık düzeylerinin belirlenmesi ve girişimcilik yönelimleri ile ilişkili olup olmadığı gözlenmek istenmiştir. Girişimciler, çevresindeki fırsat ve yenilikleri kolaylıkla algılayabilen, bu durumu avantaja çevirebilen, risk alma, yeniliklere açık olma, yaratıcı davranma özelliklerine sahip kimseler olarak ifade edilmektedir (İşcan ve Kaygın, 2011: 444). Bu özellikteki kişilerin dijital teknolojiye yönelik ürün/hizmetleri bilme ve kullanma farkındalıklarının yüksek olabileceği varsayılmaktadır. Çalışmanın izleyen ikinci bölümünde konunun teorik çerçevesi ele alınarak, alanda yapılmış örneklerle yer verilmiştir. Üçüncü bölümde yöntem ve metodoloji, dördüncü bölümde ise araştırmanın bulguları yer almaktadır. Son bölüm ise çalışmanın genel değerlendirmesini içermektedir.

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde dijital finansal okuryazarlık ve girişimcilik yönelimi kavramının teorik temelleri ile ilgili bilgi verilmiş ve söz konusu alanlarda yapılmış çalışmaların örneklerine yer verilmiştir.

## Dijital Finansal Okuryazarlık ve İlişkili Konularda Yapılmış Çalışmalar

Sözlükte okuryazarlık “okuryazar olma durumu” şeklinde ifade edilmekte ve okuryazar kelimesi; “okuma ve yazma bilen, öğrenim görmüş kişi olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2019). Bireylerin okuma, yazma ve sayıları kullanma, bilgiyi işleme, fikir ve görüşleri ifade etme, karar verme ve problem çözme becerilerinin bütünü ifade eden okuryazarlık kavramı (Young vd., 2001:7) aynı zamanda çeşitli bağlamlarla ilişkili basılı ve yazılı materyalleri kullanarak tanımlama, yorumlama, anlama, iletişim kurma, yaratma ve hesaplama yeteneği olarak tarif edilmiştir. Kısaca okuryazarlık, bireylerin hedeflerine ulaşmalarını, bilgi ve potansiyellerini geliştirmelerini ve toplumun tamamına tam olarak katılmalarını sağlayan bir öğrenme sürekliliğini kapsamaktadır. Tanımlamadan hareketle bu kavramın, okuryazarlığın birkaç farklı boyutunu kapsamına alan bir anlam taşıdığı düşünülebilir (Unesco, 2004: 13). Dolayısıyla bu terimin zamanla geniş bir çeşitliliğe kavuşarak medya okuryazarlığı, teknolojik okuryazarlık, matematik okuryazarlığı, finansal okuryazarlık, dijital okuryazarlık gibi kavramları ortaya çıkardığı söylenebilmektedir. Söz konusu okuryazarlık türlerinden biri olan finansal okuryazarlık genel olarak bir kişinin kişisel finans konularını anlama, analiz etme, yönetme ve iletme yeteneği olarak tanımlanabilir. Daha spesifik olarak bu kavram, bireylerin paralarını kullanma ve yönetmeleri ile ilgili bilinçli kararlar verme ve etkili kararlar alma yeteneklerini ifade etmektedir (Prasad vd., 2018: 23). Çok çeşitli tanımlamaları olmalarına karşın finansal okuryazarlık özetle bireylerin, temel kişisel finans bilgisi, bu bilgiyi kullanabilme becerisi ve doğru finansal kararlar alabilme ehliyetine haiz olmaları olarak ifade edilebilir (Barmaki, 2015: 9).

Finans, günlük yaşamın önemli bir parçasıdır ve finansal okuryazarlık, finansal seçenekleri ayırt etme, para ve finansal sorunları rahatsızlık duymadan tartışma, gelecek için plan yapma ve genel olarak ekonomideki olaylar da dahil olmak üzere günlük finansal kararları etkileyen yaşam olaylarına yetkin bir şekilde yanıt verme becerisini içerir. Dolayısıyla finansal okuryazarlık, bireyin hedeflere ulaşmak için mevcut kaynakları kullanabilen bir dizi beceri ve yeteneğe sahip olması durumunda ortaya çıkar (Sani vd., 2019: 42). Bu bağlamda finansal okuryazarlık, günümüz toplumunda zorunluluk haline gelmiş bir özellik olmaktadır. Finansal piyasaların yaygınlaşması, finansal araçların çeşitliliğinin artması, finansal piyasalarda internet teknolojilerinin kullanılması ve banka müşterilerinin işlemlerini yüz yüze şube ziyaretleri yerine online kanallardan gerçekleştirmeye başlaması gibi unsurlar dikkate alındığında, finansal okuryazarlık ihtiyacı daha net bir şekilde fark edilmektedir (Aydın ve Artar, 2021: 22). Bir başka deyişle günümüzde teknolojinin hızla değişim göstermesi finansal enstrümanların sayısında ve çeşitliliğinde artışa neden olurken aynı zamanda daha karmaşık bir hal almasına da neden olmuştur. Bu noktada ekonomik faaliyetlerin kârlılığı ve verimliliği açısından bireylerin nitelikli düzeyde finansal okuryazarlığa sahip olmaları önem arz eden bir konudur. Dolayısıyla günümüz koşullarında sahip olunan finansal okuryazarlık düzeyinin geleneksel bilgi ve uygulamalara ek olarak değişen ve gelişen dünyayı dikkate alan daha karmaşık, daha yeni ve geleneksel olmayan bilgileri kullanarak finansal işlemleri gerçekleştirebilen bir yapıda olması gereklidir. Bu noktada finansal okuryazarlık günümüzde teknoloji ve beraberinde getirdiği dijitalleşme ile önemli bir boyut kazanmış, bireylerin finansal bilgi edinme ve finansal işlem gerçekleştirme noktasında daha başarılı olduklarını gösteren birçok çalışmanın olduğu görülmüştür (Turhan, 2021: 295-296). Bu çalışmalardan birinde Fettahoğlu ve Kıldize (2019) bireylerin dijital finansal okuryazarlık düzeylerini ve finansal teknoloji kullanma konusundaki tutumlarını incelemişlerdir. Elde edilen bulgulara göre katılımcılar dijital finansal ürün ve hizmetlerin büyük bir kısmı hakkında bilgi sahibidir fakat söz konusu unsurların kullanımı noktasında daha fazla bilgi ve uygulamaya ihtiyaç duydukları gözlemlenmektedir. Prasad vd. (2018), çalışmalarında Hindistan’ın Rajasthan eyaletinin Udaipur şehrindeki 300 haneye uyguladıkları anket ile dijital finansal okuryazarlık düzeylerini belirlemeyi amaçlamışlardır. Araştırma bulguları hanehalkı erkeklerinin kadınlara göre dijital finansal platformlara daha aşina ve bu konuda daha bilinçli olduklarını göstermektedir. Ayrıca eğitim seviyesinin dijital platform ve kullanımı hakkında farkındalık için önemli bir belirleyici olduğu tespit edilmiştir. Setiawan vd. (2020), dijital finansal okuryazarlık, mevcut tasarruf davranışı, mevcut harcama davranışı ve gelecekteki harcama ve tasarruf davranışı öngörülerindeki ilişkiyi Endonezya’nın Java adasında 25-40 yaş grubunu temsil eden Y kuşağı için incelemişlerdir. Sonuçlar, dijital finansal okuryazarlığın sosyal-ekonomik durumdan etkilendiğini göstermektedir. Ayrıca dijital finansal okuryazarlığın mevcut tasarruf ve harcama davranışını olumlu yönde etkilediği ve mevcut tasarruf ve harcama davranışının, gelecekteki tasarruf ve harcama öngörülerine katkıda bulunduğu sonucu elde edilmiştir. Shen vd. (2018), Çin’de finansal okuryazarlık,

dijital finansal ürün kullanımı ve İnternet kullanımının finansal kapsayıcılık üzerindeki etkisini analiz etmişlerdir. Sonuçlar, finansal okuryazarlık ve dijital finansal ürün kullanımının finansal içerme ile anlamlı ve pozitif bir ilişkisi olduğunu ortaya koymuştur. Bu bağlamda dijital finansal ürün kullanımı, internet kullanımı ile finansal içerme arasındaki ilişkide kısmi aracılık etkisine sahip bulunmuştur. Bulgular ayrıca, katılımcıların finansal okuryazarlığını geliştirmesinin ve İnternet kullanımını yaygınlaştırmasının dijital finansal ürünlerin kullanımını teşvik edebileceğini ve finansal içermeyi ilerletme hedefine ulaşabileceğini göstermektedir.

## **Girişimcilik Yönelimi ve İlgili Konularda Yapılmış Çalışmalar**

Girişim en basit anlamıyla insanların yaşamlarını idame ettirebilmeleri gayesiyle lazım gelen ihtiyaçlarını karşılayabilmeleri adına yaptıkları faaliyetler bütünüdür. Bu kavram bireysel olduğu kadar aynı zamanda örgütsel düzeyde ele alınan bir olgudur. Dolayısıyla yeni veya var olan bir organizasyon içerisinde yaratıcılık göstererek ve yenilik gerçekleştirerek değer yaratmak, fırsat aralamak ve bu fırsattan en iyi şekilde faydalanmak girişimcilik olarak tanımlanabilir. Gerçekleştirilen girişimlerin temelinde ise hayatı, yaşamı daha iyi yapabilme, hayat kalitesini artırabilme gayesi mevcuttur ve burada da risk alma, yenilik yapma gibi kavramlar önemli noktalar olarak görülmektedir (Kubba, 2021: 6). Belirsizliğin ve riskin ortaya çıktığı zamanlarda yeni iş kolları oluşturabilme yeteneğine haiz olan ve sahip olunan kaynakları fırsat ve kazanç yaratmak amaçlı kullanabilen kişileri ifade eden girişimcilik kavramı, belirsiz sonuçları olan girişimlere cesur adımlar atarak riskli faaliyetlerde bulunmanın yanında yöneticilik için gerekli birtakım unsurları barındıran kişileri de ifade etmektedir. Bu tanımların ortak noktasına bakıldığında girişimcilik unsurlarının temelinde başkalarının göremediği fırsatları tespit edip bu noktaları kendi lehine çevirebilecek yenilikçi fikirlere sahip olan ve bu uğurda risk alabilen kişilik özelliklerinin yer aldığı gözlemlenmektedir (Altınışık ve Külen, 2020: 278-279). Yenilik gerçekleştirme ve risk alma istekliliği, özerk hareket etme eğilimi, rakiplere karşı agresif olma ve pazar fırsatlarına göre proaktif davranma eğilimleri girişimcilik yönelimini karakterize eden boyutlar olarak kabul görmektedir (Lumpkin ve Dess, 1996: 136-137). Aslında girişimcilik yönelimi Miller (1983) tarafından ortaya atılan ve yenilikçilik, proaktiflik ve risk alma olmak üzere üç boyuttan oluşan bir kavramdı. Sonraki yıllarda Lumpkin ve Dess (1996) tarafından geliştirilerek özerklik, yenilikçilik, risk alma, proaktiflik ve rekabetçi saldırganlığı içeren beş boyutlu bir model halini almıştır. Literatür incelendiğinde girişimcilik yönelimi kapsamındaki çalışmaların çoğunda en çok incelenen davranış veya özelliklerin risk alma, yenilikçilik ve proaktiflik özellikleri olduğu söylenebilir (Pala, 2021: 501). Bu boyutlardan biri olan risk alma, yeni ve bilinmeyen pazarlara girme, kaynakların büyük çoğunluğunu sonucu belirsiz girişimlere aktarma ya da ağır borç altına girmek gibi cesaret gerektiren eylemlerde bulunmak olarak adlandırılmaktadır. Yeni ürün veya hizmetlerin tanıtılmasında yaratıcılığı teşvik eden, yeni süreçlerin geliştirilmesinde öncülüğü, teknolojik liderliği ve ARGE'yi destekleme arzusunda olma ise yenilikçiliği ifade etmektedir. Proaktiflik ise değişim yaratmak ve çevreyi şekillendirmek için gelecekteki talebi öngörerek hareket etmeyi içeren, fırsat arayan, ileriye dönük bir bakış açısidir (Lumpkin ve Dess, 2001: 431). Alanyazın incelendiğinde girişimcilik yönelimi ile ilgili Koç ve Yazıcıoğlu (2022), risk alma, yenilikçilik ve proaktiflik boyutlarının küçük ve orta ölçekli konaklama işletmelerinin performansı üzerindeki etkilerinin araştırmışlardır. Proaktiflik ve risk almanın performansı anlamlı etkilediği görülmüştür. Bozağaç ve Aktaş (2022), girişimcilik yönelimi eğilimleri (risk alma, yenilikçilik, proaktiflik, saldırgan rekabetçilik ve özerklik) ile örgütün sıklık eğilimi ilişkisini incelenmiştir. Yapısal eşitlik modeli sonuçlarına göre sıklık/esneklik ile girişimcilik yöneliminin yenilikçilik boyutu arasında pozitif anlamlı ilişki bulunmuştur. Pala (2021), çalışmasında girişimcilik yöneliminin (risk alma, yenilikçilik, proaktiflik) finansal performans üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Eşitti (2017), birey örgüt uyumu ile iç girişimciliğin alt boyutları (yenilik, risk alma, özerklik, proaktiflik) arasındaki ilişkiyi konaklama işletmeleri açısından incelemişlerdir. Çalışanların iç girişimcilik algılarının alt boyutları (risk alma, özerklik, proaktiflik ve yenilik) ile birey örgüt uyumu arasında anlamlı ilişki bulunmuştur.

## **ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ**

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın amacı ve kapsamı, hipotezleri ile yöntem ve örnekleme ilişkili bilgiler yer almaktadır.

## Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Çalışma Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi'nde öğrenim gören öğrencilerin dijital finansal okuryazarlık düzeylerini belirlemeyi ve katılımcıların bireysel girişimcilik yönelimlerine ne yönde etkilediğini araştırmayı amaçlamaktadır. Ulusal ve uluslararası yazın alanı incelendiğinde dijital finansal okuryazarlık konusunun birkaç farklı konu ile ilişkisinin irdelendiği görülmektedir. Bu çalışmada yapılmış çalışmalardan farklı olarak dijital finansal okuryazarlığın bireysel girişimcilik eğilimi ile ilişkisi araştırılmak istenmiştir. Bu bağlamda öncelikle katılımcıların dijital finansal okuryazarlık düzeylerini temsil ettiği düşünülen finansal teknolojiye dayalı ürün ve hizmetleri bilme ve kullanma seviyeleri belirlenmeye çalışılacaktır. Çalışmanın ikincil amacı olarak ise finansal teknolojiye yönelik ürün/hizmetleri kullanma düzeyleri ile bireysel girişimcilik yöneliminin alt boyutları olan risk alma, yenilikçilik ve proaktiflik arasındaki ilişkinin incelenmesi gerçekleştirilecektir.

## Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın hipotezleri bireylerin dijital finansal okuryazarlık düzeylerini belirlemek ve bireysel girişimcilik yönelimleri üzerinde etkili olup olmadığının araştırılması gayesiyle oluşturulmuştur. Bu bağlamda dijital finansal okuryazarlık düzeyinin (finansal teknolojiye yönelik ürün ve hizmetleri kullanma) bireysel girişimcilik yönelimi boyutları (risk alma, yenilikçilik, proaktiflik) üzerindeki etkisi için geliştirilen hipotezler aşağıdaki gibidir:

**H1:** Katılımcıların dijital finansal okuryazarlıklarını ifade eden finansal teknolojiye yönelik ürün ve hizmetleri bilme düzeyleri cinsiyete göre anlamlı farklılaşmaktadır.

**H2:** Katılımcıların dijital finansal okuryazarlıklarını ifade eden finansal teknolojiye yönelik ürün ve hizmetleri bilme düzeyleri finans dersi alıp/almama durumuna göre anlamlı farklılaşmaktadır.

**H3:** Katılımcıların dijital finansal okuryazarlıklarını ifade eden finansal teknolojiye yönelik ürün ve hizmetleri bilme düzeyleri gelir seviyelerine göre anlamlı farklılaşmaktadır.

**H4:** Katılımcıların dijital finansal okuryazarlıklarını ifade eden finansal teknolojiye yönelik ürün ve hizmetleri bilme düzeyleri buldukları sınıfa göre anlamlı farklılaşmaktadır.

**H5:** Katılımcıların dijital finansal okuryazarlıklarını ifade eden finansal teknolojiye yönelik ürün ve hizmetleri kullanma düzeyleri cinsiyete göre anlamlı farklılaşmaktadır.

**H6:** Katılımcıların dijital finansal okuryazarlıklarını ifade eden finansal teknolojiye yönelik ürün ve hizmetleri kullanma düzeyleri finans dersi alıp/almama durumuna göre anlamlı farklılaşmaktadır.

**H7:** Katılımcıların dijital finansal okuryazarlıklarını ifade eden finansal teknolojiye yönelik ürün ve hizmetleri kullanma düzeyleri gelir seviyelerine göre anlamlı farklılaşmaktadır.

**H8:** Katılımcıların dijital finansal okuryazarlıklarını ifade eden finansal teknolojiye yönelik ürün ve hizmetleri kullanma düzeyleri buldukları sınıfa göre anlamlı farklılaşmaktadır.

**H9:** Bireylerin dijital finansal okuryazarlıklarını ifade eden finansal teknolojiye yönelik ürün ve hizmetleri kullanma düzeyleri ile bireysel girişimcilik yönelimi ölçeğinin risk alma, yenilikçilik ve proaktiflik boyutu arasında anlamlı ilişki vardır.

## Araştırmanın Yöntemi ve Örneklemi

Araştırma verileri KSÜ İİBF'de Şubat 2022-Nisan 2022 tarihleri arasında çevrimiçi ve çevrimdışı anket yöntemi ile toplanmıştır. Söz konusu anket için KSÜ Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulundan E-72321963-200-154328 sayı numaralı etik kurul izni alınmıştır. Hazırlanan soru formu demografik sorulardan ayrı 2 bölümden meydana gelmektedir. İlk bölümde öğrencilerin dijital finansal okuryazarlık düzeylerini haritalamak için finansal teknolojiye yönelik ürün ve hizmetlerden hangilerini bildiklerini ve kullandıklarını gösteren çoktan seçmeli ve birden fazla işaretlemeli 17 soruluk anket kullanılmıştır. Söz konusu anket için Fettahoğlu ve Kıldize'nin (2019) çalışmalarından yararlanılmıştır. İkinci bölümde ise katılımcıların dijital finansal okuryazarlık düzeylerinin bireysel girişimcilik yönelimlerine etkisini

araştırmak amacıyla Ercan ve Yıldırım (2021) tarafından Türkçeye uyarlanan 10 soruluk “Bireysel Girişimcilik Yönelimi Ölçeği” kullanılmıştır.

Araştırmanın örneklemini KSÜ İİBF (İşletme, iktisat, kamu yönetimi, uluslararası ilişkiler) bölümlerinden tesadüfi örneklem yöntemi ile seçilmiş 185 öğrenci oluşturmaktadır. Veri toplama süreci sonunda hatalı veya yanlış cevaplamadan kaynaklı anketler değerlendirme dışı bırakılarak toplam 177 cevap formu ile analizlerin yürütülmesi sağlanmıştır. Örneklem büyüklüğü belirlenirken madde sayısının 4 katı örneklemin yeterli olacağını ileri süren MacCallum vd. (2001) referans alınmıştır. Buna göre çalışma grubuna 27 maddelik ölçek formu uygulandığı düşünülürse ( $27 \times 4 = 108$ ) 177 öğrenci sayısının yeterli örneklem büyüklüğü şartını sağladığı söylenebilir. Analizler için SPSS paket programının kullanıldığı çalışmada araştırmanın amacını ortaya koymak ve hipotez testlerini sınamak için frekans testi, T-testi, ANOVA ve söz konusu ilişkiyi elde etmek için regresyon analizlerinden yararlanılmıştır. Elde edilen çıktılara bulgular bölümde yer verilmiştir.

## BULGULAR

Anket çalışmamızın ilk kısmı katılımcıların demografik bilgilerine yönelik olup, katılım gösteren 177 öğrenciden elde edilen tanımlayıcı istatistik sonuçlarının gösterimi Tablo 1’deki gibidir:

**Tablo 1.** Katılımcılara ilişkin tanımlayıcı test sonuçları

Değişken	Gözlem	%
<b>Cinsiyet</b>		
Kadın	97	54,8
Erkek	80	45,2
<b>Sınıfınız</b>		
I. sınıf	28	15,8
II. sınıf	57	32,2
III. sınıf	46	26,0
IV. sınıf	46	26,0
<b>Gelir Düzeyiniz</b>		
1000TL den az	95	53,7
1001-2000 TL	31	17,5
2001-3000 TL	19	10,7
3001-4000 TL	15	8,5
4001-5000 TL	11	6,2
5000 TL den fazla	6	3,4
<b>Finans Dersi Aldınız mı?</b>		
Evet	80	45,2
Hayır	97	54,8

Tablo 1’deki demografik bulgulara göre araştırmaya katılanların 97 (%54,8)’si kadın ve 80 (%45,2)’i erkeklerden oluşmaktadır. En fazla katılımcı 57 (%32,2) kişi ile II. sınıflardan oluşurken, gelir düzeylerine bakıldığında 95 (%53,7)’inin 1000 TL’den az bütçeye sahip olduğu gözlemlenmektedir. Ayrıca katılımcıların büyük çoğunluğunun finans dersi almamış kişilerden oluştuğu görülmektedir.

Anket formunun ikinci kısmında ankete katılan öğrencilerden dijital finansal okuryazarlık düzeylerini belirlemeye yönelik “finansal teknolojiye dayalı ürün ve hizmetlerden” hangilerini bildiklerine dair 17 ifadeden oluşan soru ibarelerini işaretlemeleri istenmiştir. Bu bağlamda Tablo 2’de finansal teknolojiye dayalı ürün ve hizmetlerin bilinirlik düzeylerini yansıttığı düşünülen yüzdeler ve katılımcı sayıları yer almaktadır.

**Tablo 2.** Finansal teknolojiye dayalı ürün ve hizmetlerin bilinirlik yüzdeleri

Finansal Teknolojiye Dayalı Ürün-Hizmet Bilgi Düzeyi	Gözlem	%
Mobil bankacılık	173	%97,70
İnternet bankacılığı	169	%95,50

EFT (Elektronik fon transferi)	149	%84,20
Dijital bankacılık (enpara.com, cepteteb....vb)	141	%79,70
Kare kod uygulaması	141	%79,70
Sanal kredi kartı	124	%70,10
Elektronik fatura	117	%66,10
Sanal para (Bitcoin, Lindencoin...vb)	112	%63,30
Dijital cüzdan	94	%53,10
Akıllı sanal asistan (Garanti Bankası UGI, İş Bankası Maxi.....vb)	89	%50,30
Elektronik para (Elektronik para kuruluşlarından)	66	%37,30
Elektronik sigorta (sigortam.net.....vb)	61	%34,50
Smart kart (Akıllı kart)	57	%32,20
Elektronik çek	34	%19,20
Elektronik ortamda kredi karşılaştırma (hangikredi.com,hesapkurdu..vb)	33	%18,60
Kredi derecelendirme hizmeti (findeks, kredico....vb)	24	%13,60
Kitle fonlama (crowdfon, fongogo...vb)	11	%6,20

Tablo 2 incelendiğinde katılımcıların finansal teknolojiye dayalı ürün ve hizmetlerden en çok “Mobil Bankacılık”, “İnternet bankacılığı”, “EFT (Elektronik fon transferi)”, “Dijital Bankacılık” ve “Kare kod Uygulamasını” bildikleri görülmüştür. Yine tablo sonuçlarına göre en az bilinen ürün ve hizmet “Kitle fonlama” hizmeti olmaktadır. Kalan diğer ifade yüzdelerinden katılımcıların orta düzeyde bilinirlik seviyesine sahip olduğu sonucu çıkarılabilmektedir.

Anket formunun devamında katılımcılara bildikleri bu ürün ve hizmetlerden hangilerini kullanmakta oldukları sorusu yöneltilmiş ve yine birden fazla seçeneği işaretlemeleri beklenmiştir. Buna göre Tablo 3 söz konusu sonuçları yansıtmaktadır.

**Tablo 3.** *Finansal teknolojiye dayalı ürün ve hizmetlerin kullanılabilirlik yüzdeleri*

Finansal Teknolojiye Dayalı Ürün-Hizmet Uygulama Düzeyi	Gözlem	%
Mobil bankacılık	170	%96,00
İnternet bankacılığı	158	%89,30
EFT (Elektronik fon transferi)	130	%73,40
Dijital bankacılık (enpara.com, cepteteb....vb)	116	%65,50
Kare kod uygulaması	114	%64,40
Sanal kredi kartı	105	%59,30
Elektronik fatura	88	%49,70
Dijital cüzdan	70	%39,50
Akıllı sanal asistan (Garanti Bankası UGI, İş Bankası Maxi.....vb)	65	%36,70
Sanal para (Bitcoin, Lindencoin...vb)	46	%26,00
Elektronik para (Elektronik para kuruluşlarından)	41	%23,20
Smart kart (Akıllı kart)	27	%15,30
Elektronik sigorta (sigortam.net.....vb)	23	%13,00
Elektronik ortamda kredi karşılaştırma (hangikredi.com,hesapkurdu..vb)	18	%10,20
Elektronik çek	14	%7,90
Kredi derecelendirme hizmeti (findeks, kredico....vb)	9	%5,10
Kitle fonlama (crowdfon, fongogo...vb)	8	%4,50

Tablo 3'ten elde edilen sonuçlara göre “Mobil Bankacılık”, “İnternet Bankacılığı” ve “EFT (Elektronik Fon Transferi)” katılımcıların en fazla kullandıkları ürün ve hizmet seçeneği olmaktadır. Diğer taraftan katılımcıların en az oranda “Kitle Fonlama” ve “Kredi Derecelendirme” sistemlerini kullandıkları görülmüştür. Bunlar dışındaki ürün ve hizmetlerin ise yine orta düzeyde uygulama seviyesine sahip olduğu söylenebilmektedir. Tüm bu sonuçlardan hareketle katılımcıların finansal teknolojiye dayalı ürün ve hizmetlerden güncel olarak sıkça kullanılanlar hakkında daha fazla bilgi ve farkındalığa sahip oldukları ve yine yaygın bir şekilde bu ürün/hizmetleri kullanma eğiliminde oldukları gözlemlenmektedir. Ayrıca katılımcıların, daha fazla bilgi birikimi gerektiren ürün ve hizmetlerin bilinirlik düzeylerindeki düşüklüğe orantılı olarak kullanımında da çekimser davrandıkları söylenebilmektedir.

### T-testi ve ANOVA Sonuçları

Çalışmanın izleyen bölümünde araştırmacının temel amacını oluşturan hipotez testlerine geçilmektedir. Bu bağlamda finansal teknolojiye dayalı ürün/hizmetlerin bilinilirlik düzeyi ve kullanımlarında bir farklılık olup olmadığı katılımcıların demografik özellikleri dikkate alınarak incelenmek istenmiş ve bu amaçla T-testi ve ANOVA testleri gerçekleştirilmiştir. Öncelikle cinsiyete, sınıf düzeyine, finans dersi almış olup olmamaya ve gelir düzeyine göre katılımcıların finansal teknolojiye dayalı ürün ve hizmetleri bilme düzeylerinin farklılaşma durumları test edilmiş ve Tablo 4 ile Tablo 5 oluşturulmuştur.

**Tablo 4.** Cinsiyet ve finans dersi alıp-almama durumu ile finansal teknolojiye dayalı ürün-hizmetlerin bilinilirlik seviyesinin T-testi sonuçları

		Değişkenler	N	Ortalama	T-testi	P Değeri	Hipotez
<b>Finansal Teknolojiye Dayalı Ürün/Hizmet Bilinilirlik Düzeyi</b>	<b>Cinsiyet</b>	Kadın	97	1,5003	2,468	<b>0,015*</b>	<b>H1 Kabul</b>
		Erkek	80	1,4331			
	<b>Finans Dersi</b>	Evet	161	1,4228	-3,193	<b>0,002*</b>	<b>H2 Kabul</b>
		Hayır	244	1,5088			

\*:  $\alpha < 0,01$  \*\*:  $\alpha < 0,05$  anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

Tablo 4'te cinsiyete göre katılımcıların finansal teknolojiye dayalı ürün ve hizmetleri bilme skorları T-testi ile karşılaştırılmıştır. Analiz sonuçları incelendiğinde cinsiyete göre katılımcıların ürün ve hizmetleri bilme düzeyleri farklılaşmaktadır ( $p < 0,05$ ). Diğer bir ifade ile kadın ve erkeklerin finansal teknolojiye dayalı ürün ve hizmet bilinilirlik düzeyleri kadınların ortalama olarak daha yüksek olması ile farklılık arz etmektedir. Yine finans dersi almış ve almamış olanların finansal teknolojiye dayalı ürün/hizmet bilinilirlik düzeyleri birbirinden farklılaşmaktadır ( $p < 0,05$ ). Bu sonuca göre finans dersi almamış olan katılımcıların finans dersi almış olan katılımcılara göre bilinilirlik skorları daha yüksektir. Dolayısıyla finans dersi almamış bireylerin ürün ve hizmetler hakkında beklenenin aksine daha bilgili oldukları söylenebilmektedir. Bu ilginç durumun, ürün ve hizmetler ile ilgili kavramların çok yeni olmasından, ders içeriklerinin henüz bu yönde güncellenmemiş olmasından ve kavramların (EFT, Mobil Bankacılık, İnternet bankacılığı gibi..) genellikle gündelik yaşamda sıkça kullanılmalarından kaynaklı biliniyor oldukları düşünülebilir.

**Tablo 5.** Sınıf ve gelir düzeyi ile finansal teknolojiye dayalı ürün-hizmetlerin bilinilirlik seviyesinin ANOVA testi sonuçları

		Değişkenler	N	Ortalama	F-Değeri	P Değeri	Hipotez
<b>Finansal Teknolojiye Dayalı Ürün/Hizmet Bilinilirlik Düzeyi</b>	<b>Sınıfınız</b>	I. sınıf	28	1,4853	1,316	0,271	<b>H3 Red</b>
		II. sınıf	57	1,5036			
		III. sınıf	46	1,4437			
		IV. sınıf	46	1,4450			
	<b>Gelir Düzeyiniz</b>	1000TL den az	95	1,4923	0,651	0,661	<b>H4 Red</b>
		1001-2000 TL	31	1,4402			
		2001-3000 TL	19	1,4613			
		3001-4000 TL	15	1,4353			
		4001-5000 TL	11	1,4385			
		5000 TL üstü	6	1,4412			

\*:  $\alpha < 0,01$  \*\*:  $\alpha < 0,05$  anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.



Tablo 5'te katılımcıların finansal teknolojiye dayalı ürün ve hizmetleri bilme skorları sınıfları ve gelir durumlarına göre Anova testi ile karşılaştırılmıştır. Analiz sonuçları incelendiğinde gelir durumuna göre katılımcıların finansal teknolojiye dayalı ürün/ hizmet bilinilirlik skorlarının farklılaşmadığı anlaşılmaktadır ( $p>0,05$ ). Aynı şekilde finansal teknolojiye dayalı ürün/ hizmetlerin bilinilirlik düzeyi katılımcıların sınıflarına göre de farklılık arz etmemektedir ( $p>0,05$ ).

Çalışmanın devamında bu kez katılımcıların finansal teknolojiye dayalı ürün ve hizmetleri kullanabilme düzeylerinin demografik özellikler (cinsiyete, sınıf düzeyine, finans dersi almış olup olmamaya ve gelir düzeyi) açısından farklılaşıp farklılaşmadığı analiz edilmiş ve bu bağlamda gerçekleştirilen T-testi, ANOVA sonuçları Tablo 6 ve Tablo 7'de sergilenmiştir.

**Tablo 6.** Cinsiyet ve finans dersi alıp-almama durumu ile finansal teknolojiye dayalı ürün-hizmetlerin uygulanabilirlik seviyesinin T-testi sonuçları

		Değişkenler	N	Ortalama	T-testi	P Değeri	Hipotez
<b>Finansal Teknolojiye Dayalı Ürün/Hizmet Uygulanabilirlik Düzeyi</b>	<b>Cinsiyet</b>	Kadın	97	1,6258	2,213	<b>0,028*</b>	<b>H5 Kabul</b>
		Erkek	80	1,5699			
	<b>Finans Dersi</b>	Evet	161	1,4228	-1,053	0,294	H6 Red
		Hayır	244	1,5088			

\*:  $\alpha < 0,01$  \*\*:  $\alpha < 0,05$  anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

**Tablo 7.** Sınıf ve gelir düzeyi ile finansal teknolojiye dayalı ürün-hizmetlerin uygulanabilirlik seviyesinin ANOVA sonuçları

		Değişkenler	N	Ortalama	F-Değeri	P Değeri	Hipotez
<b>Finansal Teknolojiye Dayalı Ürün/Hizmet Uygulanabilirlik Düzeyi</b>	<b>Sınıf</b>	I.sınıf	28	1,4853	1,316	0,271	H7 Red
		II.sınıf	57	1,5036			
		III. sınıf	46	1,4437			
		IV. sınıf	46	1,4450			
	<b>Gelir Düzeyi</b>	1000TL den az	95	1,4923	0,651	0,661	H8 Red
		1001-2000 TL	31	1,4402			
		2001-3000 TL	19	1,4613			
		3001-4000 TL	15	1,4353			
		4001-5000 TL	11	1,4385			
		5000 TL üstü	6	1,4412			

\*:  $\alpha < 0,01$  \*\*:  $\alpha < 0,05$  anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

Tablo 6 ve Tablo 7 sonuçlarından görüleceği üzere öğrencilerin finansal teknolojiye dayalı ürün ve hizmetleri uygulama/kullanma düzeyleri cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermektedir ( $p<0,05$ ). Buna göre finansal teknolojiye dayalı ürün ve hizmetleri kullanma noktasında bayan öğrenciler erkeklere göre ortalamanın üzerinde katılım göstermektedirler. Diğer taraftan finans dersi alıp almama durumuna, gelir düzeyine ve sınıf değişkenine göre öğrencilerin finansal teknolojiye dayalı ürün ve hizmetleri kullanma tutumları anlamlı olarak farklılık göstermemektedir ( $p>0,05$ ).

Çalışmanın ikinci kısımda, katılımcıların finansal teknolojiye dayalı ürün ve hizmetleri bilme ve kullanma tutumları üzerinde etkili olduğu düşünülen bireysel girişimcilik eğiliminin alt boyutları arasındaki ilişki belirlenmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda öncelikle kullanılması planlanan girişimcilik

yönelimi ölçeğine ilişkin soruların genel güvenilirlik analizi yapılmıştır. Ölçeğin güvenilirliğinin belirlenmesinde kullanılan Cronbach alfa değeri %86 olarak bulunmuştur. Karagöz'e göre  $0.80 \leq \alpha < 1.00$  ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir (Karagöz, 2016: 941). Dolayısıyla anketlerin öğrenciler tarafından analizlere elverişli şekilde doldurulduğu söylenebilir. Bu noktada modeldeki bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemek ve oluşturulan hipotezleri test etmek amacıyla regresyon analizi gerçekleştirilebilir.

### Regresyon Analizi Sonuçları

Araştırmanın hipotezlerinin regresyon yöntemi kullanılarak test edilmesinden önce çalışmanın temel değişkenleri arasındaki ilişkinin gücünü ortaya koyabilmek hedeflenmiş ve korelasyon analizi yapılmıştır. Tablo 8 sonuçlarına göre dijital finansal okuryazarlığı temsil eden finansal teknolojiye yönelik ürün/hizmetleri kullanma düzeyi ile bireysel girişimcilik yönelimi alt boyutlarından risk alma eğilimi arasında pozitif ve anlamlı ilişki vardır (0,177\*).

**Tablo 8.** Değişkenlere ait Pearson korelasyon sonuçları

Değişkenler	(RA)	(Y)	(P)	(DFO)
Risk Alma (RA)	1	,636**	,404**	,177*
Yenilikçilik (Y)		1	,559**	,127
Proaktiflik (P)			1	,021
DFO Kullanılabilirlik (DFO)				1

Bireysel girişimcilik eğiliminin dijital finansal okuryazarlık düzeyine etkisini incelemek amacı ile yapılan çoklu regresyon analizinde finansal teknolojiye yönelik ürün ve hizmetleri kullanma düzeyi (DFO- Kullanılabilirlik) ile risk alma, yenilikçilik ve proaktiflik değişkenleri arasındaki ilişki incelenmektedir.

**Tablo 9.** DFO-kullanılabilirlik düzeyi ile bireysel girişimcilik yönelimi (risk alma, yenilikçilik, proaktiflik) arasındaki çoklu regresyon analizi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişkenler	Regresyon Katsayıları				P (Sig)	Model
		B	Std. Hata	Beta	t		
DFO-Kullanılabilir	Risk Alma	,030	,017	,168	1,735	,085	R <sub>2</sub> =,037 F=2,19 2 Model (p): ,091
	Yenilikçilik	,012	,020	,068	,634	,527	
	Proaktiflik	-,016	,018	-,084	-,936	,351	

Tablo 9'da yer alan modele göre, bireysel girişimcilik boyutları olan risk alma, yenilikçilik ve proaktiflik ile finansal teknolojiye yönelik ürün ve hizmetleri kullanma düzeyleri arasında etkileşim bulunmamaktadır. Dolayısıyla "Bireylerin dijital finansal okuryazarlıklarını ifade eden finansal teknolojiye yönelik ürün ve hizmetleri kullanma düzeyleri ile bireysel girişimcilik yönelimi ölçeğinin risk alma, yenilikçilik ve proaktiflik boyutu arasında anlamlı ilişki vardır" şeklinde kurulan H9 hipotezinin reddedildiği görülmektedir.

### SONUÇ ve ÖNERİLER

Finansal teknolojinin (FinTech) gelişim göstermesi ile birlikte, bankacılık ve finans sektörünün sunduğu ürün ve hizmetlerde dijital dönüş söz konusu olmuştur. Dolayısıyla dijitalleşen bu ortamda teknolojiye dayalı ürün ve hizmetlerinden etkin bir şekilde yararlanmak için bireylerin daha yüksek düzeyde finansal bilgi birikimine sahip olmaları gerekmektedir. Bu çalışma FinTech çağında bu değişim

ve dönüşüme daha kolay uyum sağlayacağı düşünülen üniversite öğrencilerinin dijital finansal okuryazarlık düzeylerini araştırmayı amaçlamaktadır. Aynı zamanda çevresindeki değişim ve dönüşüme kolay uyum sağlayan bireylerin çevrelerindeki fırsatları algılamada ve bu fırsatlardan ekonomik değerler elde etme arzusunda oldukları görülmektedir. Bu iki özellik sonucunda çalışmada ikincil amaç olarak bireylerin girişimcilik yönelimlerinin dijital finansal okuryazarlık düzeylerine etkisi incelenmek istenmiştir. Alanyazın tarandığında dijital finansal okuryazarlık konusu ile ilgili çalışmaların sınırlı kaldığı görülmektedir. Bu çalışmada söz konusu alana çeşitlilik kazandırılarak katkı sunmak amaçlanmaktadır. Söz konusu amaç doğrultusunda KSÜ İİBF'den tesadüfi olarak seçilen 177 öğrenciye anket uygulanmış ve veriler SPSS paket programı ile analiz edilmiştir. Elde edilen verilere göre kadın katılımcıların erkeklere göre daha yüksek dijital finansal okuryazarlık düzeyine sahip olduğu görülmüştür. Şaşırtıcı olarak finans dersi almayan katılımcılar alan katılımcılara kıyasla finansal teknolojiye yönelik kavramlara daha aşina bulunmuştur. Bu durumun söz konusu ürün ve hizmetlerin gündelik hayatın içinde devamlı kullanılıyor olmasında kaynaklandığı düşünülmektedir. Bu bağlamda en çok bilinen ve yine en çok kullanılan araçlar "Mobil Bankacılık", "İnternet bankacılığı" ve "EFT" olurken, en az bilinen "Kitle Fonlama" sistemi olmaktadır. Dolayısıyla katılımcı öğrencilerin temel düzeyde ve herkes tarafından yaygın olarak kullanılan finansal teknolojilere vakıf oldukları görülürken, biraz daha fazla bilgi birikimi gerektiren ürün ve hizmetleri tanıma ve kullanma noktasında eksik kaldıkları veya bunlardan haberdar olmadıkları düşünülmektedir. Bu bağlamda konunun birincil muhatapları olan üniversite öğrencilerinin dijital finansal okuryazarlık düzeylerinin iyi bir seviyeye getirilmelerinin sağlanması gerekmekte ve bu noktada konunun ilgililerine önemli görev düşmektedir. Öncelikle üniversitelerde eğitim müfredatına söz konusu alana yönelik derslerin eklenmesi, var olan ders içeriklerinin bu yönde güncellenmesi sağlanabilir ve gerekirse uygulamalı eğitime yönelik adımlar atılabilir. Yine konu ile ilgili kongreler ve etkinliklerin düzenlenmesi yoluyla öğrencilerin farkındalıkları artırılabilir.

#### KAYNAKÇA

Altınışik, İ. & Külen, C. (2020). Girişimcilik kültürü ve ekonomik büyüme ilişkisi: teorik bir değerlendirme, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 22(39), 277-290.

Aydın, Ö. & Artar, O. K. (2021). The relationship between financial literacy and finance education: a research for university students of the sütlüce region, *Journal of International Trade*, 7 (2), 22-29.

Barmaki, N. (2015). *Üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeylerini belirlemeye yönelik bir araştırma: hacettepe üniversitesi örneği*, Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara. DOI: 10.1080/10438599.2020.1799142

Bozağaç, F. & Aktaş, M. (2022). Örgüt kültürünün sıklık/esneklik boyutunun girişimcilik yönelimine etkisi: borsa istanbul şirketlerinde bir uygulama, *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1), 184-213.

Ercan, S. & Yıldırım, C. (2021). Bireysel girişimcilik yönelimi ölçeği'nin türkçe'ye uyarlanması", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 16(1), 91-105.

Eşitti, B. (2017). Konaklama işletmelerinde iç girişimcilik ve birey örgüt uyumunun değerlendirilmesi, *8. Uluslararası Girişimcilik Kongresi (ICE 2017) Bildiriler Kitabı*, 14- 16 Temmuz 2017, Balıkesir, 337- 356.

Fettahoğlu, S. & Kıldize, D. (2019). Dijital finansal okuryazarlık ve bireylerin finansal teknoloji kullanma konusundaki tutumları, *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 9(12), 867-889.

İşcan, Ö. F. & Kaygın, E. (2011). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini belirlemeye yönelik bir araştırma, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(2), 443-462.

Jarvis, R. & Han, H. (2021). FinTech innovation: review and future research direction, *International Journal of Banking, Finance and Insurance Technologies (IJBFIT)*, 1(1), 79-102.

Karagöz, Y. (2016). *SPSS ve AMOS 23 uygulamalı istatistiksel analizler*, Nobel Yayıncılık, Ankara,

- Kaya, I. U. & Kılıç, M. B. (2021). Finansal okuryazarlık ve dijitalleşme: ölçek geliştirme üzerine bir çalışma” *İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi*, 6(15), 296-315
- Koç, B. & Yazıcıoğlu, İ. (2022). Küçük ve orta ölçekli konaklama işletmelerinde girişimcilik yöneliminin işletme performansına etkisi”, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 14(1), 1041-1062.
- Kubba, Z. İ. (2021). *Girişimcilik Eğiliminin Girişimsel Hazır Bulunuşluk Üzerindeki Etkisinde Girişimcilik Eğitiminin Düzenleyici Rolü*, Doktora Tezi, Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir.
- Lumpkin, G.T. & Dess, G.G. (2001). Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: the moderating role of environment and industry life cycle, *Journal of Business Venturing*, 16, 429-451.
- Lumpkin, G.T. & Dess, G.G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance”, *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
- MacCallum, R. C., Widaman, K. F., Preacher, K. J., & Hong, S. (2001). Sample size in factor analysis: the role of model error, *Multivariate Behavioral Research*, 36(4),611-637.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms, *Management Science*, 29 (7), 770-791.
- Morgan, P.J., Huang, B., & Trinh, L.Q. (2019). The need to promote digital financial literacy for the digital age, *Realizing Education for All in the Digital Age*, 40-46.
- Niemand, T., Rigtering, J.P.C, Kallmunzer, A., Kraus, S. & Maalaoui, A. (2021). Digitalization in the financial industry: a contingency approach of entrepreneurial orientation and strategic vision on digitalization”, *European Management Journal*, 39(3), 317-326.
- Pala, F. (2021). Girişimcilik yönelimi ile finansal performans arasındaki ilişkide araştırma ve geliştirme (ar-ge) kapasitesinin aracı rolü üzerine bir araştırma: istanbul ve kocaali bölgesi örneği”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 35(2), 497-521.
- Prasad, H.İ., Meghwal, D. & Dayama, V. (2018). Digital financial literacy: a study of households of udaipur, *JBM The Journal of Business and Management*, 5 (1), 23-32.
- Sani, A. A., Wicaksana, R. S. & Ilmiah, D. (2019). Implikasi Adiba Msme Sebagai Instrumen Channeling Masyarakat Umkm Dalam Menggunakan Layanan Lembaga Keuangan Syariah, *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 2 (2), 38-49.
- Setiawan, M., Effendi, N., Santoso, T., Dewi, V. I. & Sapulette, M. S. (2020). Digital financial literacy, current behavior of saving and spending and its future foresight, *Economics of Innovation and New Technology*, 1-20.
- Shen, Y., Hu, W & Hueng, C. J. (2018). “The effects of financial literacy, digital financial product usage and internet usage on financial inclusion in china”, *2018 3rd International Conference on Circuits and Systems*, 228, 1-6.
- Turhan, G. T. (2021). Dijital okuryazarlığın finansal okuryazarlığa etkisi: üniversite öğrencileri örneği”, *12th SCF International Conference on “Contemporary Issues in Social Sciences*, 292-302.
- Unesco, (2004). The plurality of literacy and its implications for policies and programmes, *Unesco Education Sector*.
- Young, S., Macrae, C., Cairns, G. & Pia, A. (2001). Adult literacy and numeracy in scotland, *The Scottish Government Publications*, 1-50.