

T.C.
BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
BANKACILIK VE FİNANS ANABİLİM DALI
BANKACILIK VE FİNANS BİLİM DALI



ÇALIŞANLARIN FİNANSAL OKURYAZARLIK DÜZEYİNİN
FİRMA PERFORMANSI ÜZERİNE ETKİSİ: AYAKKABI
SEKTÖRÜ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

AHMET ÇETİNKAYA

TEZ DANIŞMANI

Doç. Dr. Oya ERU

BOLU, NİSAN - 2024

KABUL VE ONAY SAYFASI

Ahmet ÇETİNKAYA tarafından hazırlanan “ÇALIŞANLARIN FİNANSAL OKURYAZARLIK DÜZEYİNİN FİRMA PERFORMANSI ÜZERİNE ETKİSİ: AYAKKABI SEKTÖRÜ ÜZERİNE BİR UYGULAMA” adlı tez çalışması jürimiz tarafından Bankacılık ve Finans Anabilim Dalı Bankacılık ve Finans Bilim Dalı’nda Yüksek Lisans Tezi olarak oy birliğiyle kabul edilmiştir. 24/04/2024.

Jüri Üyeleri

Danışman
Doç. Dr. Oya ERU
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

Üye
Prof. Dr. Tolga DURSUN
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

Üye
Dr. Öğr. Üyesi Senem ERGAN
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

İmza

.....

.....

.....

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Onayı

Prof. Dr. İbrahim KÜRTÜL
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

ETİK BEYAN

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez Yazım

Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu bildirir,

aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Teze ilişkin Turnitin adlı programda enstitü müdürlüğünce belirlenen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan benzerlik raporuna göre, tezin benzerlik oranı %30'u geçmemektedir.

Bu çalışma için Sosyal Bilimlerde İnsan Araştırmaları Etik Kurulundan 2022/477 sayısı ile etik izin alınmıştır.

.....

AHMET ÇETİNKAYA

ÖZET

ÇALIŞANLARIN FİNANSAL OKURYAZARLIK DÜZEYİNİN FİRMA PERFORMANSI ÜZERİNE ETKİSİ: AYAKKABI SEKTÖRÜ ÜZERİNE BİR UYGULAMA
YÜKSEK LİSANS TEZİ
AHMET ÇETİNKAYA
BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
BANKACILIK VE FİNANS ANABİLİM DALI
BANKACILIK VE FİNANS BİLİM DALI
(TEZ DANIŞMANI: DOÇ.DR. OYA ERU)
BOLU, NİSAN- 2024
XI + 67 SAYFA

Finansal okuryazarlık, paranın nasıl yönetileceğini anlama ve kullanma becerisi olarak tanımlanabilir. Bu beceri, bireylerin finansal kararlarını daha bilinçli ve sorumlu bir şekilde almalarına yardımcı olur. Finansal okuryazarlık, bireylerin hem kısa hem de uzun vadeli finansal hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olur. Bu da borçlanma ihtiyacını azaltarak, bireylerin tasarruf yapmasına olanak sağlar. Finansal okuryazarlığı geliştirmek için devlet, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları tarafından çeşitli çalışmalar yürütülmektedir. Bu çalışmalar, bireylerin finansal okuryazarlık düzeyini artırmaya ve bireylerin finansal kararlarını daha bilinçli bir şekilde almalarına yardımcı olmayı amaçlamaktadır. Bunun yanında gelişen teknolojik yeniliklerle birlikte internetin hayatımızın her alanında olması bu bilgilere erişimin daha hızlı ve kolay olmasını sağlamaktadır. Ayakkabıcılık sektörü ise ülkemizin önemli istihdam yaratan sektörlerinden biridir ve küçük ölçekli işletmelerin yanında büyük ölçekli işletmeler de fazlasıyla artmıştır. Gerek KOBİ gerekse büyük işletmelerde yetişmiş insan gücü makinalaşmaya rağmen önemini korumaktadır. Bu tezde; Ayakkabı sektöründe hizmet veren Firma çalışanlarının finansal okuryazarlık düzeylerinin firma performansına etkisi araştırılmıştır. Araştırmada 336 Katılımcıya sorular yöneltilmiştir. Anket istatistik paket programı kullanılarak analiz edilmiş ve yorumlanmıştır.

ANAHTAR KELİMELELER: Ayakkabı, Finansal Okuryazarlık, Firma Performansı

ABSTRACT

THE EFFECT OF EMPLOYEES' FINANCIAL LITERACY LEVEL ON FIRM PERFORMANCE: AN APPLICATION ON SHOE INDUSTRY

MASTER THESIS

AHMET ÇETİNKAYA

BOLU ABANT İZZET BAYSAL UNIVERSITY

INSTITUTE OF GRADUATE STUDIES

BANKING AND FINANCE

(SUPERVISOR: DOÇ. DR. OYA ERU)

BOLU, APRIL - 2024

XI + 67 PAGES

Financial literacy can be defined as the ability to understand and use how to manage money. This skill helps individuals make financial decisions more consciously and responsibly. Financial literacy helps individuals achieve both short and long-term financial goals. This reduces the need for borrowing and enables individuals to save. Various activities are carried out by the government, private sector and non-governmental organisations to improve financial literacy. These studies aim to increase the financial literacy level of individuals and help individuals make more informed financial decisions. In addition, the fact that the internet is in every area of our lives with the developing technological innovations makes access to this information faster and easier. Shoemaking sector is one of the important employment generating sectors of our country and besides small-scale enterprises, large-scale enterprises have increased considerably. Trained manpower in both SMEs and large enterprises maintains its importance despite mechanisation. In this thesis; The effect of the financial literacy levels of the employees of the company serving in the footwear sector on company performance has been investigated. 336 participants were asked questions. The questionnaire was analysed and interpreted using statistical package programme.

KEYWORDS: Footwear, Financial Literacy, Firm Performance

İÇİNDEKİLER

Sayfa

KABUL VE ONAY SAYFASI	iii
ETİK BEYAN.....	iv
ÖZET.....	v
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLO LİSTESİ.....	ix
KISALTMA VE SEMBOL LİSTESİ.....	x
TEŞEKKÜR	xi
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM.....	3
1. FİNANSAL OKURYAZARLIĞIN TANIMI VE ÇERÇEVESİ.....	3
1.1 Finansal Okuryazarlığın Tanımı.....	3
1.2 Finansal Okuryazar Bireylerin Özellikleri	5
1.3 Finansal Okuryazarlığın Boyutları	8
1.4 Türkiye’de Finansal Erişim	9
1.5 Finansal Bilgi	9
1.6 Finansal Tutum.....	10
1.7 Finansal Davranış	10
İKİNCİ BÖLÜM	12
2. AYAKKABININ TANIMI VE TARİHÇESİ	12
2.1 Ayakkabının Tarihçesi	12
2.2 Ayakkabının Tanımı	14
2.3 Ayakkabı Üretimi	15
2.4 Ayakkabı İşletmeleri	17
2.5 Türk Ayakkabı Sektörü	18
2.6 Üretim ve Tüketim	19
2.7 İthalat.....	20
2.8 İhracat	21
2.9 Dünyada Ayakkabı Sektörü.....	23
2.10 İthalat.....	24
2.11 İhracat	25
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	27
3. İŞLETME PERFORMANSI VE KAVRAMI	27
3.1 İşletme Performansı.....	27
3.2 İşletme Performansı Kavramı.....	28
3.3 İşletme Performansının Boyutları	29

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	31
4. FİNANSAL OKURYAZARLIK DÜZEYİNİN FİRMA PERFORMANSI ÜZERİNE ETKİSİ	31
4.1 Literatür Taraması	31
4.2 Araştırmanın Amacı	37
4.3 Araştırma Hipotezleri ve Modeli.....	38
4.4 Araştırma Bulguları	40
4.4.1 Frekans Analizleri.....	40
4.4.2 Faktör Analizi	45
4.4.3 Verilerin Normallik Testi	47
4.4.4 Güvenilirlik Analizi	47
4.4.5 Hipotez Analizi.....	48
SONUÇ.....	55
KAYNAKLAR	60
EKLER.....	65

TABLO LİSTESİ

Sayfa

Tablo 2.1. 1638 yılı İstanbul deri mamulleri esnafı	13
Tablo 2.2. Türkiyenin Ayakkabı İthalatı	20
Tablo 2.3. Türkiyenin Ürün Gruplarına Göre Ayakkabı İthalatı.....	21
Tablo 2.4. Türkiyenin Ayakkabı İhracatı	22
Tablo 2.5. Ürün Gruplarına Göre İhracat	22
Tablo 2.6. Ayakkabı İhrac Edilen Başlıca Pazarlar.....	23
Tablo 2.7. Dünya Ayakkabı İthalatı	25
Tablo 2.8. Dünya Ayakkabı İhtacatı.....	26
Tablo 4.1. Araştırmanın Modeli	40
Tablo 4.2. Katılımcıların cinsiyete göre dağılımı.....	40
Tablo 4.3. Katılımcıların yaşa göre dağılımı.....	41
Tablo 4.4. Katılımcıların medeni durumuna göre dağılımı.....	41
Tablo 4.5. Katılımcıların çalışma sürelerine göre dağılımları.....	41
Tablo 4.6. Katılımcıların eğitim durumuna göre dağılımları	42
Tablo 4.7. Katılımcıların aylık gelirlerine göre dağılımları	42
Tablo 4.8. Katılımcıların bakmakla yükümlü olduğu kişi sayısına göre dağılımları	42
Tablo 4.9. Katılımcıların Yaptıkları Görevlerine göre dağılımları	43
Tablo 4.10. Katılımcıların Çocukluk yıllarında çalışmalarına göre dağılımları ..	43
Tablo 4.11. Katılımcıların eğitim hayatlarında finans dersi almalarına göre dağılımları.....	44
Tablo 4.12. Katılımcıların finansal gelişmeleri nasıl takip ettiklerine göre dağılımları	44
Tablo 4.13. Katılımcıların Çalışma hayatına başlayıncaya kadar ailemin düzenli geliri vardı sorusuna göre dağılımları	44
Tablo 4.14. KMO ve Barlett's Testi sonuçları	45
Tablo 4.15. Finansal Okuryazarlık Ölçek İfadelerine İlişkin Faktör Yükleri ve Açıklanan Varyans Değerleri.....	45
Tablo 4.16. Finansal Farkındalık Ölçek İfadelerine İlişkin Faktör Yükleri ve Açıklanan Varyans Değerleri.....	46
Tablo 4.17. Performans Ölçek İfadelerine İlişkin Faktör Yükleri ve Açıklanan Varyans Değerleri	46
Tablo 4.18. Çarpıklık-Basıklık Tablosu	47
Tablo 4.19. Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi.....	47
Tablo 4.20. Cinsiyete göre t testi Analizi	48
Tablo 4.21. Medeni durumlarına göre t testi Analizi	48
Tablo 4.22. Yaş durumlarına göre Anova testi Analizi.....	49
Tablo 4.22.1. Çalışma süresine göre Anova testi Analizi	50
Tablo 4.23. Eğitim durumuna göre Anova testi Analizi	51
Tablo 4.24. Aylık gelirine göre Anova testi Analizi	52
Tablo 4.25. Finansal Okuryazarlığın Performans üzerine etkisi (Regresyon Analizi)	53
Tablo 4.26. Finansal Farkındalığın Performans üzerine etkisi (Regresyon Analizi)	53
Tablo 4.27. Hipotez Sonuçları.....	53

KISALTMA VE SEMBOL LİSTESİ

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
A.B	: Avrupa Birliği
ISFS	: Sosyo-Finansal Araştırmalar Enstitüsü
TASEV	: Türkiye Ayakkabı Sanayiyi Araştırma, Geliştirme ve Eğitim Vakfı
MEB	: Milli Eğitim Bakanlığı
VB	: Ve Bunun Gibi
Y.Y	: Yüzyıl
M.Ö	: Milattan Önce
CE	: Conformité Européenné



TEŞEKKÜR

İki yıllık bu zorlu süreçte desteğini esirgemeyen Tez Danıőmanım Doç. Dr. Oya ERU hocama, yüksek lisans eğitimim boyunca yanımda olan Prof. Dr. Ferudun KAYA hocama, Ayakkabıcılıkla ilgili tüm bilgileri benimle paylaşan ve hep yanımda olan Doç. Dr. Nurettin AKÇAKALE hocama, Bankacılık ve Finans Bölümü'ndeki tüm hocalarıma ve en önemlisi manevi desteklerinden ötürü aileme teşekkür ederim.



GİRİŞ

Finansal okuryazarlık gelişmiş toplumlarda önemini koruyan ancak ülkemizde önemi yeni anlaşılan bir terimdir. Günümüz Dünyasında teknolojinin gelişmesiyle beraber bireyler bankalara daha kolay ulaşmış ve bankaya gitmede işlemlerin tümünü evlerinden ve cep telefonlarından rahatlıkla yapmaktadır.

Bu özgürlükle beraber kendi finansal becerilerini arttırmaları ve finansal okuryazar olma ihtiyaçları artmıştır. Ayakkabı sektörü çalışanlarında Teknolojiye ayak uyduran ve hızla sanayileşen sektörden ekonomik olarak faydalanmıştır. Sadece firma sahipleri değil çalışanlarda finansal okur yazar olmaları önem arz etmektedir. Çalışmada Sektör çalışanlarının finansal okuryazarlık düzeyinin çalıştıkları firmalara etkisi araştırılmıştır.

Günümüzün küresel ve karmaşık ekonomisinde, finansal okuryazarlık her zamankinden daha önemli hale gelmiştir. Bu durum sadece bireyler için değil, firmalar ve çalışanları için de geçerlidir. Finansal okuryazarlık düzeyi yüksek çalışanlar, firmaların finansal hedeflerine ulaşmasına katkıda bulunabilir. Bu makalede, çalışanların finansal okuryazarlık düzeyinin firma performansı üzerindeki etkisini incelenecektir.

Bu araştırmanın amacı, ayakkabı sektöründe faaliyet gösteren firmalarda çalışanların finansal okuryazarlık düzeyinin firma performansı üzerindeki etkisini belirlemektir. Bu amaçla, aşağıdaki araştırma soruları cevaplanacaktır:

- Ayakkabı sektöründe çalışanların finansal okuryazarlık düzeyi nedir?
- Çalışanların finansal okuryazarlık düzeyi ile firma performansı arasında bir ilişki var mıdır?
- Varsa, bu ilişkinin yönü ve gücü nedir?

Bu araştırmanın önemi, firmaların çalışanlarının finansal okuryazarlık düzeyini geliştirmenin önemini anlamalarına yardımcı olmasıdır. Ayrıca, firmaların finansal okuryazarlık eğitimi programları geliştirmelerine ve bu programların firma performansına olan etkisini değerlendirmelerine yardımcı olacaktır.

Araştırmanın birinci bölümde; finansal okuryazarlık ve finansal farkındalık ele alınmıştır. İkinci bölümde Ayakkabının tanımı, tarihçesi ve genel bilgiler verilmiştir. Üçüncü bölümde; İşletme performansı kavramı ele alınmış ve bilgiler verilmiştir. Son olarak dördüncü bölümde ise; Literatür, araştırmanın hipotezi ve bulgular yer almıştır. Elde edilen bulgular doğrultusunda literatürden de destek

alınarak sonuç kısmı oluşturulmuş, çalışmanın kısıtları ele alınmış ve ilgilere çeşitli önerilerde bulunulmuştur.



BİRİNCİ BÖLÜM

1. FİNANSAL OKURYAZARLIĞIN TANIMI VE ÇERÇEVESİ

1.1 Finansal Okuryazarlığın Tanımı

Bilgiye erişimin kolay ve bilgi dolaşımının çok hızlı olduğu günümüzde hemen hemen herkes dakikalar içerisinde ekonomi ya da finans ile ilgili haberlere, bilgi veya rakamlara ulaşabilmektedirler. Bazen bize ait olan yatırımların durumunu takip etmek için kendi isteğimizle, bazen de internet, televizyon gibi mecralarda isteğimiz dışında da olsa finans söylemleriyle karşılaşmaktayız. Finansal okuryazarlığı da günlük hayatta karşılaşmakta olduğumuz bu finansal kavramların temel anlamlarını anlama, algılama yetkinliği olarak tanımlayabiliriz. Literatürde finansal okuryazarlıkla ilgili yerli ve yabancı kaynaklara ulaşmak çok kolaydır (Kocabıyık vd. 2018, s. 119).

Finansal okuryazarlık kavramı, farklı ülkelerde farklı adlarla anılmaktadır. Örneğin, İngiltere'de bu kavram genellikle "*finansal yeterlilik*" olarak bilinirken, ABD, Avustralya gibi ülkelerde "*finansal okuryazarlık*" terimi daha yaygındır. Farklı topluluklar, yazarlar ve kurumlar arasında ise "finansal farkındalık" terimi tercih edilmektedir. Nadiren de olsa, bazı kesimler "ekonomi okuryazarlığı" terimini finansal okuryazarlık kavramının yerine kullanmaktadır. Bu farklı terimler, her ülkenin ve toplumun finansal okuryazarlık konusuna yaklaşımını yansıtmaktadır ve bu kavramın karmaşıklığını ve çeşitliliğini yansıtmaktadır (Kaderli vd. 2016, s. 92).

İnsanlar hem günlük yaşamlarında hem de uzun vadeli planlar yaparken finansal kararlar almak zorundadırlar. Finansal okuryazarlık, insanların belki de farkında olmasalar da günlük yaşamlarında yaygın olarak kullandıkları bir kavramdır. Bu kavram, adını bilmeseler bile insanların var olduğu günden bugüne kadar hayati bir rol oynamaktadır. Finansal okuryazarlık, bireylerin içinde bulunduğu ekonomik ve finansal dünyayı anlama ve çözümleme yeteneği olarak tanımlanabilir. Bu yetenek, bireylerin finansal durumlarını daha iyi yönetmelerine, mantıklı yatırım kararları almalarına ve geleceklerini daha sağlam temellere dayandırmalarına yardımcı olur. Bu bağlamda finansal okuryazarlık, kişisel ve toplumsal finansal refahın temel bir bileşeni haline gelmiştir (Güneş 2019 s.11).

Finansal okuryazarlık, tüketicilerin ve yatırımcıların finansal ürünler ve kavramlarla ilgili, bilgi sahibi olmaları ve finansal riskleri ile alternatifler arasındaki fayda ve zararları anlama yeteneği geliştirerek finansal refahlarını artırma sürecini ifade etmektedir (Güler, 2015 s. 6).

Finansal okuryazarlık, bireylerin finansal ürün ve hizmetleri anlayabilme, yorumlayabilme ve bu bilgilere dayanarak bilinçli kararlar verebilme becerisidir. Kavramsal olarak finansal okuryazarlık, aşağıdaki alt başlıkları içermektedir:

Finansal bilgi: Bireylerin bütçe yönetimi, tasarruf, yatırım, kredi, sigorta gibi finansal kavramları ve bu kavramların temel özelliklerini bilmesidir.

Finansal karar alma becerisi: Bireylerin finansal bilgilerini kullanarak kendi finansal ihtiyaçlarına en uygun kararları verebilmesidir.

Finansal davranış: Bireylerin finansal kararlarını uygulamaya koyma şeklindedir (Bayram, 2010, s. 14).

Finansal okuryazarlık, bireylerin finansal hayatlarını kontrol edebilmeleri ve finansal hedeflerine ulaşmaları için gereklidir. Finansal okur-yazar bireyler, finansal ürün ve hizmetler hakkında bilinçli kararlar alarak, risklerini azaltabilir, gelirlerini artırabilir ve finansal güvencelerini sağlayabilirler (Bayram, 2010, s. 12).

Finansal okuryazarlık, bireylerin finansal ürün ve hizmetler hakkında yeterli düzeyde bilgi sahibi olması, bu bilgileri anlaması ve yorumlaması ve bu bilgilere dayanarak bilinçli kararlar verebilmesi becerisidir (Fettahoğlu, 2015, s. 102-103).

Sosyo-Finansal Araştırmalar Enstitüsü (ISFS) tarafından yürütülen çalışmalarda finansal okuryazarlık, "mali refahı etkileyen kişisel mali yapı hakkında okuma, inceleme, yönetim ve ilişki kurabilme becerisidir." şeklinde tanımlanmıştır. Bu tanımla şu şekilde değişebilir.

Finansal okuryazarlık, bireylerin finansal bilgi ve becerileri kullanarak, finansal kararlarını bilinçli bir şekilde verebilme ve finansal hedeflerine ulaşabilme becerisidir (Ergün vd. 2014, s. 848).

Finansal okuryazarlık, bireylerin yaşamları boyunca sahip oldukları finansal bilgi ve becerileri kullanarak, finansal kararlarını bilinçli bir şekilde verebilme ve finansal hedeflerine ulaşabilme becerisidir (Gutnı vd. 2015, s. 416).

Finansal okuryazarlık, bireylerin yaşamlarını huzurlu, etkin bir şekilde sürdürebilmeleri için gerekli olan yaşam becerilerinden birisidir. Finansal okuryazarlığın en temel açıklaması, ekonomik durumları ve bu durumların etkilerini anlayabilme ve yorumlayabilme yeteneğidir (Mercan vd. 2012, s. 110).

Finansal okuryazarlık, bireylerin yaşam boyunca finansal güvenliklerini sağlayabilmeleri için, finansal kavramlar ve ürünler hakkında bilgi sahibi olmaları ve bu bilgileri kullanarak finansal kararlar verme becerisidir. Finansal okuryazarlığın sadece bireysel düzeyde değil, aynı zamanda toplumsal düzeyde de önemli olduğunu vurgulamak gerekir. Finansal okuryazarlık bireyler, daha bilinçli harcamalar yaparlar, daha az borçlanırlar ve daha fazla tasarruf ederler. Bu durum, bireysel refahın artmasına, ekonomik istikrarın sağlanmasına ve toplumsal huzurun korunmasına katkıda bulunur.

İşte finansal okuryazarlığın bazı temel unsurları:

Finansal kavramlar ve ürünler hakkında bilgi sahibi olmak: Bu kavramlar arasında enflasyon, faiz, mevduat, kredi, sigorta, yatırım, tasarruf vb. yer alır.

Finansal karar verme becerisine sahip olmak: Bu beceriler arasında kişisel finansal durumunuzu değerlendirmek, finansal hedefler belirlemek, bu hedeflere ulaşmak için bir plan yapmak ve bu planı uygulamak yer alır.

Finansal bilinç ve farkındalık: Bu, finansal kararların farkında olmak ve bu kararların yaşamınız üzerindeki etkilerini anlamak anlamına gelir (Onur ve Nazik, 2014, s.94).

Finansal okuryazarlık, bireylerin finansal hayatlarını kontrol edebilmeleri ve finansal hedeflerine ulaşmaları için gerekli olan önemli bir beceridir (Onur ve Nazik, 2014, s. 91).

Finansal okuryazarlık, bireylerin finansal yaşamlarını kendileri kontrol edebilmeleri ve finansal hedeflerine ulaşmaları adına gerekli bilgi, beceri ve tutumlar bütünüdür. Finansal okuryazarlık, yalnızca finansal ürün ve hizmetler hakkında bilgi sahibi olmakla sınırlı değildir. Bu bilgileri etkin şekilde kullanarak akılcı kararlar verebilme becerisi ve finansal konularda güçlü bir farkındalık sahibi olmayı da gerektirmektedir (Ergün, Şahin, Ergin, 2014, s. 848).

1.2 Finansal Okuryazar Bireylerin Özellikleri

Finansal okuryazar bir birey, kendi finansal hedeflerini belirlemek için zaman ayırır ve bu hedeflere ulaşmak için bir plan yapar. Parasını nasıl yöneteceğini bilir ve bu doğrultuda harcama ve tasarruf kararları alır. Kredi ve yatırım gibi finansal ürünleri bilinçli bir şekilde kullanır ve sigorta yaptırarak risklerini azaltır. Vergiler konusunda yeterli bilgiye sahiptir ve bu konuda gerekli işlemleri zamanında yapar (Özdemir ve Temizel, 2018 s. 432).

İnsanlar, yaşamlarını sürdürebilmek için sınırlı kaynakları verimli bir şekilde kullanmalı ve gelir-gider dengesini sağlamalıdır. Bu amaçla, gelirlerini kazanmak, harcamalarını yönetmek ve tasarruflarını yatırıma dönüştürmek gibi ekonomik görevleri yerine getirmelidirler. Bireysel finans, bireylerin finansal hedeflerine ulaşabilmeleri için gerekli bilgi, beceri ve tutumların bütünüdür. Bu kapsamda, bireylerin aşağıdakilere sahip olması gerekir (Kıran vd., 2018, s. 35).

Finansal okuryazarlık bireyler, aşağıdaki faydalardan yararlanırlar:

- Daha bilinçli harcamalar yaparak daha fazla tasarruf ederler.
- Daha az borçlanırlar ve daha hızlı borcunu kapatırlar.
- Finansal risklere karşı daha hazırlıklı olurlar.
- Finansal hedeflerine daha kolay ulaşırlar.

Finansal okuryazarlık, bireylerin yaşamlarını kontrol edebilmeleri ve finansal hedeflerine ulaşmaları için gerekli olan en önemli becerilerin başında gelir (Onur vd. 2014 s. 92).

Finansal güvenlik, günümüzde giderek daha fazla tehdit altındadır. Bu durum, finansal okuryazarlığın önemini daha da artırmaktadır. Finansal okuryazar bireyler, finansal piyasalarda doğru kararlar alarak refah düzeylerini artırabilir ve finansal riskleri azaltabilir.

Finansal okuryazarlık, finansal kavramlar ve ürünler hakkında bilgi sahibi olmak, bu bilgileri kullanarak bilinçli kararlar verebilme becerisi ve finansal konularda farkındalık sahibi olmaktır (Yücel vd. 2018 s. 146).

Finansal okuryazarlık, bireylerin finansal yaşamlarını kontrol edebilmeleri ve finansal hedeflerine ulaşmaları için gerekli olan bilgi, beceri ve tutumların bütünüdür. Finansal okuryazarlığın önemi ve gerekliliği, günlük hayatımızdaki birçok alanda kendini göstermektedir. Örneğin,

- Tasarruf yapmak,
- Kredi kartı kullanmak,
- Emeklilik planlamak,
- Kredi almak

Gibi konularda finansal okuryazar bireyler, daha bilinçli kararlar alır ve daha iyi sonuçlar elde eder (Kıran vd., 2018, s. 33).

Finansal okuryazarlık seviyesi yüksek olan bireyler, finansal hizmetler hakkında daha fazla bilgi sahibi oldukları için bu hizmetleri daha bilinçli bir şekilde

seçebilirler. Örneğin, finansal okuryazarlık seviyesi yüksek olan bir birey, kredi almak istediğinde farklı kredi seçeneklerini karşılaştırarak kendisine en uygun krediyi seçebilir. Ayrıca, finansal okuryazarlık seviyesi yüksek olan bireyler, finansal hizmet sağlayıcıları hakkında daha fazla bilgi sahibi oldukları için bu sağlayıcıları daha doğru bir şekilde değerlendirebilirler (Ergün, 2018, s. 38).

Günümüzde yaşam koşulları sürekli değişiyor ve bu değişimler, mali açıdan istikrarımızı korumak ve gelecekteki finansal güvencemizi sağlamak için finansal yeteneklerimizi güncellememizi gerektiriyor. Bu nedenle, finansal yeteneklerimizi, değişen dünyaya uyum sağlayacak şekilde geliştirmemiz önemlidir. Bu yeteneklerden biri de finansal bilgiye sahip olmak ve bu bilgiyi anlamakla ilgilidir. Temel olarak, para kavramını anlamak bu yeteneklerden biridir. Kişilerin farklı finansal seçenekler arasından en uygun olanını seçebilmeleri ve günlük yaşamlarında mali güvenlik sağlayabilmeleri, kişilerin finansal bilgi düzeylerine büyük ölçüde bağlıdır (Öztürk vd. 2015, s. 116).

Bireylerin finansal okuryazarlık düzeylerinin yüksek olması, çeşitli önemli becerileri içermektedir. Bu beceriler, iyi para yönetimi, orta ve uzun vadeli finansal planlar yapabilme yeteneği, para yönetiminin faydalarını ve risklerini anlama, finansal ürünler ve hizmetler hakkında bilgi sahibi olma, doğru bilgilere nasıl ulaşılacağını öğrenme ve finansal araçları etkili bir şekilde kullanma becerilerini içerir. Bu yetenekler, bireylerin finansal güvencelerini sağlamak ve mali hedeflerine ulaşmak için kritik öneme sahiptir (Aydoğan 2020 s. 15).

Bireylerin gelecekteki emekliliklerini güvence altına almak için doğru finansal kararlar verebilmeleri için finansal okuryazarlıkları önemlidir. Finansal okuryazar bireyler, emeklilik dönemi için daha fazla tasarruf yapma eğilimindedirler, yatırımlarından daha büyük getiriler elde ederler, emeklilik döneminde finansal kaynaklarını daha etkili bir şekilde yönetirler ve emekliliklerine yönelik yatırımlarını riskleri dağıtarak çeşitlendirirler (Karataş, 2017 s. 10).

Finansal okuryazarlığa sahip olmayan bireyler, finansal konularda yanlış kararlar alabilirler. Bu yanlış kararlar, bireylerin mali durumlarını olumsuz etkileyebilir ve finansal sisteme olan güvenlerini kaybetmelerine neden olabilir. Bu durumda, finans sektörünün büyüklüğü küçülebilir ve bu da reel sektöre olumsuz bir etki yapabilir. İşsizlik artabilir ve ekonomik büyüme yavaşlayabilir. Bu nedenle, finansal okuryazarlık hem bireylerin hem de toplumun finansal istikrarını ve büyümesini destekleyen kritik bir öneme sahiptir (Gökmen, 2012 s. 48).

1.3 Finansal Okuryazarlığın Boyutları

Bireylerin finansal okuryazarlık seviyelerini artırmanın ilk adımı, finansal okuryazarlığın doğru bir şekilde ölçülmesidir. Ancak, bu ölçümün zor olduğu, birçok araştırmacı tarafından kabul edilmektedir (Xu ve Zia, 2012 s. 35-36).

Finansal okuryazarlık borç ve yatırım okuryazarlığına bağlıdır. Finansal okuryazarlık, çeşitli finansal hizmetlerin genel erişimini ve kullanımını etkilemektedir. Finansal okuryazarlığın yaygın ölçüleri finansal yönetim, borç, tasarruf, sigorta ve yatırım okuryazarlığıdır (Lusardi. 2008).

Standart bir finansal okuryazarlık ölçütü yoktur. Güney Afrika Bankacılık Birliği'ne göre, bir girişimci için finansal okuryazarlığın ölçülmesi, tüketici ve kişisel finans anlayışı, muhasebe ve finansal yönetim sistemleri, finansal ürünler ve hizmet seçenekleri, finansal risk, sermaye yatırımı ve yasal ve vergi konularını içermelidir (Fernando vb. 2008 s.2).

Yirminci yüzyılın sonlarına ve 21. yüzyılın başlarına doğru gelişen dünya ekonomisi, finansal sisteminde önemli bir dönüşüm ve gelişime neden olmuştur. Bu dönüşümün temelinde, finansal piyasaların küreselleşmesi, teknolojideki gelişmeler ve dış ticaretteki liberalleşme yer almaktadır. Finansal piyasaların küreselleşmesi devam edecek ve finansal piyasalar daha verimli ve etkin hale gelmeye devam edecektir. Ancak, finansal riskler de artmaya devam edecektir. Bu nedenle, finansal sistemin daha sağlam ve dirençli hale getirilmesi için gerekli önlemlerin alınması gerekmektedir (Yılmaz ve Tuncay, 2012 s. 345).

Küreselleşme ve teknolojinin gelişmesi, finansal piyasaların daha karmaşık ve çeşitli hale gelmesine neden olmuştur. Bu durum, finansal kararlar almanın daha zor ve riskli hale gelmesine yol açmıştır. Bu nedenle, bireylerin finansal okuryazarlık seviyelerini artırmaları, finansal kararlar almada daha bilinçli olmalarını ve finansal riskleri azaltmalarını sağlayacaktır. Finansal okuryazarlık, bireylerin finansal kavramlar ve ürünler hakkında bilgi sahibi olmasını, bu bilgileri kullanarak bilinçli kararlar verebilme becerisini ve finansal konularda farkındalık sahibi olmasını içerir. Finansal okuryazarlık, bireylerin aşağıdakiler için önemlidir:

Finansal kararları daha bilinçli olarak verme: Finansal okuryazar bireyler, finansal piyasalar hakkında bilgi sahibi oldukları için, finansal kararlar almada daha bilinçli olurlar.

Finansal riskleri azaltma: Finansal okuryazar bireyler, finansal piyasaların risklerini anladığı için, bu riskleri azaltmak için gerekli önlemleri alabilirler.

Finansal hedeflere ulaşma: Finansal okuryazar bireyler, finansal hedeflerini belirlemede ve bu hedeflere ulaşmada daha başarılı olurlar (Fernando vb. 2008 s.3).

Finansal okuryazarlık, bireylerin yaşam boyu öğrenme ve geliştirmesi gereken bir beceridir. Finansal okuryazarlık seviyelerini artırmak için bireyler, finansal eğitim ve bilgilendirme programlarından yararlanabilirler (Mercan vd, 2012 s.111-112).

1.4 Türkiye’de Finansal Erişim

Finansal erişim, bireylerin ve kurumların, finansal ürün ve hizmetlere yeterli düzeyde, en uygun maliyetle ve tam zamanında ulaşabilmesini ifade etmektedir (Başbakanlık Genelgesi, 2014 s. 1).

Finansal erişim, finansal piyasaların yeterince şeffaf olması ve finansal tüketicilerin korunmasını sağlayan yasal düzenlemelerle ilişkilidir. Bu bağlamda, yetkililerin finansal piyasalarda rekabetçi koşulları güçlendirmesi, ödeme sistemlerinin altyapısını geliştirmesi ve ayırım gözetmeyen bir yasal çerçeve oluşturması finansal erişimi artırabilir. Finansal ürün ve hizmetlere yeterince erişimin olmaması veya hiç olmaması, finansal dışlanma olarak adlandırılır. Bu durumun arz yönlü temel nedenleri arasında, tüketici korumasına yönelik yetersiz düzenlemeler, yüksek işlem ücretleri, finansal piyasaların yeterince derin ve rekabetçi olmaması, altyapı sistemlerinin yeterince gelişmemesi sayılabilir. Finansal dışlanmanın talep yönündeki engelleri ise işsizlik, düşük gelir, dini ve psikolojik nedenler ve finansal bilgi eksikliği gibi faktörlerdir (Karataş, 2017 s. 54-55).

Finansal erişimin artırılması için tüketicilerin finansal eğitimlerle bilinçlendirilmesi, tüketici tabanının geliştirilmesi yani finansal piyasalara talebin artırılması gerekmektedir. Aynı zamanda yasalarla tüketicilerin korunması, finansal sektörün hizmetleri sunabilecek şekilde kapasitesinin artırılmasıyla da arz yönünün desteklenmesi gerekmektedir (Yücel 2021 s 21).

1.5 Finansal Bilgi

Finansal bilgi, iki ana kategori altında incelenebilen bir tür bilgidir: mikroekonomik finansal bilgi ve makroekonomik finansal bilgi. Makroekonomik finansal bilgi, genellikle ekonominin bütünü temsil eden verileri içerir. Bu, cari açık, bütçe rakamları, faiz dışı fazla gibi unsurları içerir. Makroekonomik finansal bilgi, bir ülkenin veya bir ekonominin genel finansal sağlığını ve istikrarını değerlendirmeye yardımcı olur.

Mikroekonomik finansal bilgi ise daha spesifik bir odak noktasına sahiptir. Bu, genellikle şirketlerin finansal tablo verilerini içerir. Ancak daha geniş bir anlamda, tüm işletmelerin ve hane halklarının ekonomik durumunu etkileyen veya gelecekte etkileyebilecek olayların araştırıldığı, izlendiği ve çeşitli iletişim araçları, sunular, tablolar ve metinlerle öğrenilen bilgileri içerir. Başka bir deyişle, finansal bilgi hem muhasebe bilgilerini hem de muhasebe dışı bilgileri içerebilir (Özdemir, 2011 s. 9).

1.6 Finansal Tutum

Finansal okuryazarlığın önemli bir unsuru olan finansal tutum, tasarruf, birikim ve gelecek planlaması üzerinde doğrudan etkisi olan bir kavramdır. Bireyler, geçmiş deneyimlerinden kaynaklanan finansal tutumlarına göre para kullanma alışkanlıklarını değiştirme eğilimindedirler. Örneğin, daha önceki olumsuz deneyimler sonucunda bireyler parayı daha dikkatli kullanmaya başlayabilir, tasarruf yapma ve gelecekteki olumsuz durumlar için birikim yapma eğiliminde olabilirler.

Öte yandan, bireyler kısa vadeli ihtiyaçlarını önceliklendirip gelecek için birikim yapmayı gereksiz veya önemsiz buluyorlarsa, bu durum olumsuz bir finansal tutumu yansıtır. Bu tür bir tutum, birikim yapmaya karşı isteksizlik ve uzun vadeli finansal plan yapma eğiliminin düşük olduğunu gösterir (Alkaya vd 2015 s. 588).

1.7 Finansal Davranış

Finansal davranış, bireylerin finansal yaşamlarında yaptıkları bilinçli veya bilinçsiz seçimlerin ve eylemlerin tümüdür. Finansal davranış, bireylerin finansal hedeflerine ulaşmalarını ve finansal refahlarını artırmalarını etkiler.

Finansal davranışı etkileyen faktörler şunlardır:

Finansal bilgi düzeyi: Bireylerin finansal kavramlar ve ürünler hakkındaki bilgi düzeyleri, finansal davranışlarını etkiler.

Finansal tutumlar: Bireylerin para, borç ve risk gibi finansal konulara yönelik tutumları, finansal davranışlarını etkiler.

Sosyo-demografik özellikler: Bireylerin yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, gelir düzeyi ve yaşam tarzı gibi sosyo-demografik özellikleri, finansal davranışlarını etkiler.

Finansal koşullar: Bireylerin gelir, gider ve borç gibi finansal koşulları, finansal davranışlarını etkiler.

Finansal davranış, bireylerin finansal hedeflerine ulaşmalarını etkileyen önemli bir faktördür. Finansal bilgi düzeyi ve tutumlarını geliştirerek, bireyler finansal davranışlarını iyileştirebilir ve finansal hedeflerine daha kolay ulaşabilirler (Alkaya ve Yağlı 2015 s. 589).

Finansal davranışlar, finansal okuryazarlığın temel unsurudur. Bir birey, harcamalarını planlayarak finansal kontrolü elinde tuttuğunda, olumlu finansal davranışlar sergiler ve kendi finansal refahını artırır. Öte yandan, fazla kredi kullanma ve olumsuz finansal davranışlar sergileme durumunda finansal refahı azalabilir. Harcamalarını planlama alışkanlığı geliştiren bireyler, borçlarını zamanında öderler ve harcamalarını bütçeleri dahilinde tutarlar. Bu, finansal refahlarını artırır.

Finansal davranışlarını planlayarak hareket eden bireyler, bu kazanımlarını uzun vadeli hedeflere yönlendirerek daha fazla finansal fayda sağlayabilirler. Örneğin, eğitim masrafları, emeklilik planları, yatırım stratejileri, düğün masrafları veya alternatif iş fikirleri gibi alanlarda bu finansal kazanımları değerlendirebilirler. Bu şekilde, finansal refahlarını maksimize etme şansına sahiptirler (Yücel 2021 s. 21-22).

İKİNCİ BÖLÜM

2. AYAKKABININ TANIMI VE TARİHÇESİ

2.1 Ayakkabının Tarihçesi

Anadolu; Asya ile Avrupa ve Afrika kıtalarının kesiştiği noktada medeniyetlerin bulunduğu, kültürlerin kavuştuğu eşine az rastlanan eşsiz bir mirasa sahiptir. Peki Anadolu da ilk yaşam izleri ne zaman görüldü. Bugünden en az 150 yada 200 bin yıl önce üzerinde insanlığın hayat bulduğu Anadolu'da milattan önce 7-8 binlere uzanan serüvende Sümer, Mezopotamya, Hitit, Urartu, Frig, Likya, Pers, Bizans, Selçuklu, Osmanlı gibi pek çok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Anadolu'nun ilk insanları Paleolitik çağda avcılık yaparak, yiyeceklerini çevreden toplayarak yaşayan, mağaralarda barınan, ihtiyaç oldukça göç eden topluluklardı (Göncüoğlu, 2020, s 20-21). İnsana gerekli nesnelere arasında yer alan ayakkabı, medeniyetlerin oluşturulmasından önce insanlartarafından keşfedilmiştir. İlk insanlar ayakkabıyı sadece ayağı koruma amacı ile kullanırken gelişmiş toplumlarda özellikle Fransız devrimi ile birlikte (1818-1825) "Escarpine" giymeye başlamışlardır. Sonunda; ayakkabı yapımı endüstri halini almaya başlamıştır. 17.yy. Avrupa'sında genel olarak çizme giyiliyordu, ayakkabıların topukları da oldukça yüksekti ve danteller, fiyonklar ile süsleniyordu (Sürenkök,2005, s 5-9). fonksiyonellik, Malzemelerin farklılığı ve estetik düşünce ile tasarlanmış ayakkabılar üretilmiştir. Ayakkabının tarihsel gelişim ve değişimine bakıldığında kalite, işçilik, form, Kullanılan malzemelerin ve sosyal değişimlerin izleri açıkça görülmektedir (İmre, 2022, s. 52).

Ayakkabı yapımına ne zaman başlandığı kesin olarak bilinmemektedir. Ancak; ayak giysilerinin geçmişte, taş devrinde başladığı mağara resimlerinde görülmektedir. Yaklaşık 14 bin yıl önceki insanlar ayaklarını hayvan derisi veya kürklerle korumayı başarmışlardır. M.Ö 1600-1200 yıllarında Doğu Anadolu'da yaşayan insanların ayakkabı kullandıkları bilinmektedir. At yetiştirme ve at biniciliğinde gelişmiş olan Asurluların çizme giydikleri bilinmektedir.

Farsça da pa boş "pabuç", İngilizcedeki "Footwear" ve Türkçe de kullanılan "ayakkabı" kelimeleri aynı anlama gelen kelimeler olup ayak örtüsü, ayak koruyucusu anlamına gelmektedir. Ayakkabı kullanımının gelişmesinde en önemli faktör yaşanan bölgenin yüzey koşulları olmuştur. Örneğin tarihçiler

Mezopotamya ve Hint topraklarının kumlu olmasından dolayı yararından çok zararının olacağı düşüncesiyle ayakkabı kullanmadıklarını ifade etmektedirler. Dünyada ilk ayakkabı fabrikası 1760 yılında Massachusetts'te kuruldu (Akçakale, 2015, s. 44-81).

1854 yılında ayakkabı endüstrisinde ilk kez makineler kullanılmaya başladı. Davey'in çivi yardımıyla taban ve ayakkabının üstünü birleştiren makinası ile günde 600 çift ayakkabı yapımı mümkün oldu. Bundan sonra ise, ayakkabı üretim makineleri üretimi başladı. Gordon McKay; ayakkabı tabanını üstüne diken, makineyi bulan Lyman R. Lake'dan bu makineyi satın aldı. Fakat makinenin çok pahalı olması nedeniyle hem makineyi satmakta hem de bu makineleri kullanabilecek insanları bulmakta zorlandılar. Bu nedenle makineleri kiralama yolunu tercih ettiler. 1875 yılında Goodyear, geliştirdiği dikiş makinası ile günümüz makinelerinin öncülüğünü yaptı. Ayakkabıcılığın çok ileri düzeyde olduğu Osmanlı imparatorluğu döneminde, ayakkabılarda zarafet ön planda tutuldu. Ev içinde giyilen ayakkabılar ve terlikler dışarda giyilenlerden farklı olarak; kumaş, atlas, kadife gibi malzemelerden ve üstleri sırma ile işlendi. Türkiye'de ilk ayakkabı fabrikası 1810 yılında İstanbul Beykoz'da kurulmuştur. Başlangıçta günde 250-300 çift ayakkabı üretilen fabrika 1816 yılında II. Mahmut tarafından ordu fabrikası haline dönüştürülmüştür. Beykoz ayakkabı fabrikası 1942 yılında makinalaşmış ve yılda üç milyon çift ayakkabı yapabilecek kapasiteye ulaşmıştır (Sürenkök, 1993, s. 6-9).

İstanbul'daki deri ve ayakkabı endüstrisi hakkında bir örnek olması adına 1638 yılında deri mamulleri üreten ve satan esnaftan bir kısmının dükkân ve işçi toplamları Tablo 2.1'deki gibidir.

Tablo 2.1. 1638 yılı İstanbul Deri Mamulleri esnafı

İş Konusu	Dükkân Sayısı	Çalışanlar
Pabuççu esnafı	3.400	8.000
Terlikçiler	200	400
Mestçiler	100	500

(Küçükerman, 1988, s. 22)

Ayakkabıların birinci amacı ayakları soğuk, sıcak veya ıslak ortamlardan ve rahatsız edici yüzeylerden korumaktır. Dokuma kumaş ve hayvan derileri bu amaç için uygundur. İlk uygarlıklara ait silindirik taşlarda Mezopotamya ve mısırdaki

ayakkabı, çizme ve çarıkların bu dönemde şekillendiği ve geliştiği anlaşılmaktadır (Habraken, 2012, s. 19).

Ayakkabı, ayakları çeşitli etkilerden koruyan ve uygun ortam ve koşullarda kullanılan bir giyim eşyası olarak tanımlanabilir. Sadece ayağı korumakla kalmayıp, günümüzde stil, renk ve moda uyum açısından giyim tarzını tamamlayan bir unsur olarak da kabul edilen ayakkabılar, tüketimde öne çıkan önemli ürünler arasında yer alır (Budak ve Yaralıoğlu,1993, s.1).

2.2 Ayakkabının Tanımı

Ayağı dış etkenlerden koruyan, insanların topluma vermek istedikleri imajı pekiştiren ayak giysisi olarak tanımlanabilir. Ayakkabı insanlar için en önemli giysilerden biridir, insanoğlu ayakları olduğu sürece ayakkabı giymek zorundadır. Rahatlık konfor gibi etkenlerin dışında moda uyum ve giydiklerinde kendilerini şık hissedecekleri ürünleri tercih ederler.

Çorap dışında ayağa giyilebilen her türlü giysiye “Ayakkabı” denir. Kullanılma sırasında çok farklı ve çeşitli etkilerle karşılaşan, zor ve farklı ortamların giysisidir. Ayakkabı ayağı koruma özelliği dışında; model, renk, görünüm, giysi tamamlayıcı, göz zevki ve rahatlığa yönelik bir yapıdır. Besinden sonra gelen en önemli tüketim kalemidir. Endüstri ve güzel sanatları buluşturan, en az otuz hammaddenin birleştirilmesiyle tamamlanan güzelliğin ve konforu içinde barındıran zor bir yapıdır. Günlük kullanılan ayakkabılardan başka; endüstride, tarımda, sporda ve askeri alanlarda kullanılan ayakkabılar üretilmektedir. Bu çeşitli ürünlerin üretiminde farklı malzeme ve teknikler kullanılır. Ayakkabı üretim yöntemleri ne kadar ve ayakkabı çeşitleri ne kadar gelişmiş olsa da en önemli etken ayakkabının ayağa uyumudur. Bu uyum sağlık içinde çok önemli olup giyen kişide rahatlık ve konfor sağlar. Örneğin kişinin ayakkabısı uyumsuz olursa; oturma, ayakta durma, yürüme ve çalışma koşullarındaki işlevlerini karşılamıyorsa kişi rahatsız olur ve ayak sağlığı bozularak çeşitli ortopedik sorunlar ortaya çıkar (Sürenkök,2005, s 5.)

Yirminci yüzyılın başından itibaren ayakkabı endüstrisinin baş döndürücü büyümesi bu atölyeleri uzmanlaşmaya itmiş ya da başka atölyelerin ortaya çıkmasına neden olmuş ve bu atölyeler esas olarak ayakkabı fabrikaları için makinelerin onarımı ve yapımına yönelmiş ve bu alanda kısa sürede yerli ve yabancı rakiplerini geride bırakmıştır (Campofiloni 2022 s.8).

Sosyo-ekonomik durumu ne olursa olsun her insanın ihtiyacı, giysilerinin tamamlayıcısı, sosyal ve ekonomik alanda geniş bir yeri ve kendisine ait kültürü olan ayakkabı tüm bu yönleriyle insanın hayatında önemli bir yer tutmuş ve hep tutacaktır. Sıradanlık çizgisinin dışında olmak isteyen ve ayakkabının önemli bir aksesuar olduğu kanaatinde olan insanlar tarafından talep görmeye devam eden özel ayakkabılar hep var oldu. Seri üretime geçilmesiyle beraber ayakkabı sektöründe markalaşma eğilimi görüldü (Göncüoğlu, 2020, s. 18-35).

Ayakkabılar, insanların ayaklarını korumalarına, daha rahat hareket etmelerine ve daha iyi bir yaşam sürmelerine yardımcı olur. Ayakkabılar, insanoğlunun gelişiminde önemli bir rol oynamıştır ve günümüzde de vazgeçilmez bir ihtiyaçtır (Akçakale, 2015, s. 15).

Ayakkabı her insan için kesin bir gereksinimdir. İnsanlar ayakları olduğu sürece, ayakkabı giymek zorundadır. Belki mont, palto giymeyebilir, fakat ayakkabısız gezemez. Yaşamak, ayakta durmak, yürümek, hareketli olmak demektir. İnsanı ayakta tutan yürüten ayaktır. İnsanların ağırlığını da ayakları taşır. Vücut ağırlığı, ayağı oluşturan topuk ve parmaklar tarafından taşınır. Ağırlık, topuk ve parmaklara belirli bir kurala göre bölünerek dengeli olarak dağılır. Bu nedenle, ayakkabı ağırlığı taşıyacak ve ayak hareketlerine dayanacak özellikte yapılmak zorundadır. Bu nedenle, ayakkabı yapımı bilgi ve beceri gerektirir (Sürenkök, 1993, s. 5-6).

Ayakkabıda model ve sitiller o kadar çok çeşitlidir ki ilk bakışta ortak noktaları tespit etmek imkânsız gibi görünür. Aslında bu model ve sitiller, nispeten az sayıda temel tema üzerinde sonsuz sayıda varyasyon elde edilebilir (Miller, 1976, s. 1).

2.3 Ayakkabı Üretimi

Ayakkabı üreten işletmelerin kullandıkları teknolojiye göre geleneksel veya enjeksiyon üretimi, olarak iki farklı yöntem uygulanarak üretim yapılmaktadır. Geleneksel üretim yöntemi yaygın olarak kullanılan yöntemdir. Bu yöntemde ayakkabının bölümleri farklı aşamalar kullanılarak farklı yöntemlerle birleştirilmekte, üretim esnasında basit el aletleri, makine ve teçhizatlar kullanılmaktadır. Ayakkabı üretiminde enjeksiyon yöntemi kullanıldığında, ayakkabının tüm bölümleri aynı anda birleştirilmektedir. Bu yöntem, daha düşük maliyetli olduğu için genellikle düşük maliyetli ayakkabıların üretiminde tercih edilmektedir (Küçükerman, 1988, s. 23). Enjeksiyon yöntemiyle, plastik veya

benzeri malzemeler enjeksiyon kalıpları aracılığıyla ayakkabının tamamına uygulanır ve bölümler birleştirilir.

Geleneksel üretim yöntemiyle ayakkabı üretiminde ise, ayakkabının saya ve taban kısımları farklı aşamalardan geçerek üretilir. Öncelikle saya kısmı, deri veya benzeri malzemelerin kesimi, dikişi ve şekillendirilmesiyle üretilir. Ardından, taban kısmı ayrı bir aşamada üretilir. Bu aşamada taban malzemesi şekillendirilir, kalıplanır ve gerekli işlemler uygulanır. Son olarak, saya ve taban kısımları birleştirilerek tamamlanan ayakkabı üretimi gerçekleştirilir.

Her iki üretim yöntemi de farklı avantajlara sahiptir. Enjeksiyon yöntemi, daha hızlı ve verimli bir üretim süreci sağlarken, geleneksel üretim yöntemi daha esneklik ve özelleştirme imkânı sunar. Ayakkabı üreticileri, ürünlerinin niteliği, maliyeti ve pazar taleplerine göre hangi üretim yöntemini kullanacaklarına karar verirler (Küçükerman, 1988, s. 32).

Sonuç olarak, ayakkabı üretiminde hem enjeksiyon yöntemi hem de geleneksel üretim yöntemi kullanılmaktadır. Her iki yöntemin de kendine özgü özellikleri bulunmaktadır ve sektörde çeşitli ayakkabı türlerinin üretiminde tercih edilmektedir (Seyfioğlu & Kadem 2022 s.927).

Sektör, özellikle son yıllarda, giderek daha hedefe yönelik ve sofistike hale gelen teknolojik araçların mevcudiyeti sayesinde, ayakkabı sektörünün son derece yüksek düzeyde bir uzmanlık kazandığını görülmüştür (Campofiloni 2022 s.5-6).

Üretim süreci, ürün tasarımı ve stampa oluşturma işlemi ile başlamaktadır. Deri veya tekstil ürünleri bu stampaya üstünde kesilip, yakma, kıvrma, sayayı toplama, aksesuar işlemleri, yerleştirme vb. işlemler tezgâhlarda kalfalar tarafından yapılmaktadır. Bu nedenle tezgâh üstü işlemler olarak isimlendirilmektedir. Sayalar belirlenen modele uygun olarak kıvrma, tulum, bindirme, sota, içe çatı, dışa çatı gibi çeşitli tekniklerle dikilmektedirler. Saya ve astar parçaları ayrı ayrı dikildikten sonra, saya yüzü ile astarı çoğunlukla kapalı sayalarda ağız kısmından başlayarak dikilerek birleştirilmektedir. Ancak model özelliğine göre saya ile saya astarının birleştirilmesi farklı işlemlerle yapılabilir (Somçağ 2021 s.213). İnsanlık için önemli bir ihtiyaç olarak kabul edilen ayakkabı, tarih boyunca farklı özelliklere sahip malzemeler kullanılarak üretilmiştir. Genellikle otorite ve güç sahibi kişiler tarafından, bulunduğu dönem ve mekânda önemli bir statü belirleyici unsur olarak kullanılmıştır (Vass ve Molnar, 1999 s.44).

Ayakkabıcılık, insanların kültürel özelliklerini yansıtan bir süreçtir. Farklı kültürler, farklı malzemeler, dokular, renkler ve formlar ile kendilerine özgü ayakkabılar üretmiştir. Sandalet, mokasen ve çarık, günümüzde de kullanılmakta olan en eski ayakkabı türleri arasında yer alır.18. yüzyılın sonlarında ilk ayakkabı fabrikalarının kurulmasıyla birlikte, ayakkabı üretiminde standartlaşma süreci başlamıştır. Ayakkabı üretiminde makinelerin kullanımı ve dikiş tekniklerinin gelişmesi ise 19. yüzyılın önemli gelişmeleri arasında yer alır. Sonuç olarak, ayakkabı üretimi, insanların kültürel özelliklerini yansıtan ve teknolojik gelişmelerden etkilenen bir süreçtir (Kuttruff 1998 s. 45).

2.4 Ayakkabı İşletmeleri

Ayakkabı üretimi, işletmelerin tercih ettikleri teknolojiye göre geleneksel üretim ve direkt enjeksiyon yöntemi olmak üzere iki farklı yaklaşım kullanılmaktadır. Geleneksel üretim yöntemi, ayakkabının parçalarının ayrı aşamalarda üretilip daha sonra farklı yöntemlerle birleştirildiği en yaygın üretim yaklaşımıdır. Bu yöntem, basit aletler, makineler ve presler gibi geleneksel üretim araçlarını kullanarak gerçekleştirilir, bununla beraber enjeksiyon yöntemiyle üretimde ayakkabının tüm parçaları bir arada oluşturulur. Bu yöntem, genellikle maliyet açısından daha avantajlı olduğu için ucuz ayakkabıların üretiminde sıkça tercih edilir. Geleneksel üretim yöntemine göre daha hızlı ve verimli bir üretim süreci sunar.

Geleneksel üretim yöntemiyle ayakkabı üretiminde, ayakkabının üst kısmı (saya) ve tabanı farklı aşamalardan geçerek üretilir. Bu süreç, işçilik yoğun bir işlemi içerir ve daha fazla emek gerektirir. Ayrıca, farklı parçaların bir araya getirilmesi, daha fazla insan müdahalesi gerektirir, bu da üretim maliyetlerini artırabilir (Seyfioğlu, 2022, s. 6).

Öte yandan, enjeksiyon yöntemiyle üretimde tüm ayakkabı parçaları bir kalıp içinde bir araya getirilir ve plastik enjeksiyon ile birleştirilir. Bu, daha az işçilik gerektiren ve otomatize edilebilen bir süreçtir, bu da üretim maliyetlerini düşürür. Bu nedenle, özellikle büyük miktarlarda ve ekonomik ayakkabı üretiminde bu yöntem sıkça kullanılır.

Sonuç olarak, ayakkabı üretimi, geleneksel ve enjeksiyon yöntemi olmak üzere iki temel yaklaşım arasında farklılık gösterir. İşletmeler, ürünlerinin kalitesi, maliyet ve üretim hızı gibi faktörlere göre hangi yöntemi tercih edeceklerine karar verirler (Seyfioğlu vd. 2022 s 927).

Ayakkabı üretiminde kullanılan en önemli malzemenin deri olmasının yanında, günümüzde ayakkabının farklı kısımları için keten, saten, sentetik süet, ipek, sentetik rugan, lastik, yapay lifler ve plastik bileşenler gibi alternatif ürünler de ayakkabı yapımında kullanılmaktadır (Seyfioğlu, 2022, s. 5).

Ayakkabı üretimi, el aletleriyle, yarı makineleşmiş veya tamamen makineleşmiş yöntemlerle gerçekleştirilebilir. Ancak üretim yöntemi ne olursa olsun, ayakkabılar insan iş gücü ve emeğiyle şekillendirilen ve ayağa mükemmel uyum sağlama özelliğine sahip ürünlerdir. Bu endüstri, genellikle modanın bir parçası olarak kabul edilir ve üretilen ürünler, moda sektörünün önemli bir dalını oluşturur (Çelik 2010 s.21).

2.5 Türk Ayakkabı Sektörü

Ayakkabılar, kullanım amacına, tasarımına ve malzemesine göre farklı sınıflara ayrılmıştır. Demografik özelliklerine göre kadın, erkek, çocuk ve bebek ayakkabıları olmak üzere beş sınıfta değerlendirmek mümkündür. Kısaca, ayakkabılar ayakların korunması, şıklığın ve konforun sağlanması için kullanılan bir giyim eşyasıdır (Zirek ve Cömert, 2007 s.6-10). Ayakkabı üretiminde kullanılan malzemeler, geleneksel olarak deri, sentetik malzemeler, kauçuk ve tekstil malzemelerden oluşmaktadır. Ancak günümüzde bu malzemelere biyo malzemeler ve geri dönüşüm malzemeleri de eklenmektedir. Deri, ayakkabı üretiminde en yaygın kullanılan malzemedir. Dayanıklılığı, nefes alabilirliği ve estetik görünümü ile tercih edilmektedir. Sentetik malzemeler, deriye alternatif olarak kullanılan malzemelerdir. Daha ucuz, hafif ve dayanıklıdırlar. Kauçuk, ayakkabı tabanlarında kullanılan en yaygın malzemedir. Esnekliği ve kayma direnci ile tercih edilmektedir. Tekstil malzemeler, ayakkabı sayalarında kullanılan malzemelerdir. Nefes alabilirliği ve konforu ile tercih edilmektedir. Biyo malzemeler, doğal kaynaklardan elde edilen malzemelerdir. Doğaya duyarlı bir üretim için tercih edilmektedir. Geri dönüşüm malzemeleri, atık malzemelerden elde edilen malzemelerdir. Çevre dostu bir üretim için tercih edilmektedir (Harvey 1982). Ayakkabı ürün çeşitliliği, farklı modellerin üretilmesi ve talep arzında çoğalma, ayakkabının üretim döngüsünü olumsuz yönde etkileyerek kısaltmıştır. Bu kısa üretim döngüsü, ayakkabı üretiminin artmasına yol açmıştır. Bu fazla üretim ise daha fazla atığın ortaya çıkmasına ve çevreyle daha kısa süre içinde etkileşime girmesine neden olmaktadır (İmre 2021 s.53).

1950 yılından itibaren sanayileşmeye başlayan ayakkabıcılık sektörü, son yıllarda önemli gelişmeler kaydetmiştir. Özellikle 1980'li yıllarda sektörde yapılan ve oldukça pahalı sayılabilecek makine parkı yatırımları sanayileşmenin önünü açmıştır.

Sektörde son yıllarda askeri ayakkabılar, botlar ve iş güvenliği ayakkabıları üretiminde hızlı bir gelişme gözlemlenmektedir. Uluslararası standartlara uygun üretim yapıldığı sektörde CE işaretli ürünler, ülkemizde satışı yapılmakta özellikle de AB ve diğer ülkelere ihraç edilmektedir.

Türk ayakkabı ve yan sanayi sektörü, kapasite ve teknoloji olarak gelişmiş sayılabilir. Ayakkabı yan sanayi, taban, ökçe, kalıp ve vardola gibi yan sanayi ürünleri üretiminde önemli bir yere sahiptir. Bu ürünler, başta İstanbul olmak üzere, İzmir ve Ege Bölgesi, Konya ve Gaziantep gibi illerde üretilmektedir. Ayakkabı üretiminde kullanılan en önemli yöntem geleneksel yöntemdir. Bu yöntemde saya ve taban ayrı aşamalarda üretilerek birbirine yapıştırma veya yapıştırma/dikme veya enjeksiyon yöntemlerinden biriyle monte edilir. İhracata dönük çalışan üreticiler, alıcılar tarafından talep edilen standarda uygun üretim yapmaktadırlar. Türk ayakkabı sanayi ve yan sanayi, çevre konularında da duyarlı bir tutum sergilemektedir. Sonuç olarak Türk ayakkabı ve yan sanayi sektörü, kapasite ve teknoloji olarak gelişmiş, ihracata odaklı ve çevre dostu bir sektördür (Ayakkabı Sektör Raporu, 2022, s. 1).

2.6 Üretim ve Tüketim

Ayakkabılar, kullanım amacına, tasarımına ve malzemesine göre farklı sınıflara ayrılır. Kullanıcılara göre erkek, kadın ve çocuk ayakkabıları olarak sınıflandırılır. Ayakkabı çeşitlerine göre, resmi, abiye, gündelik ve spor ayakkabılar olarak sınıflandırılır. Kullanılan malzemeye göre ise su geçirmezler, plastik/kauçuk, deri, tekstil ve diğerleri olarak sınıflandırılır. Dünya ayakkabı üretiminin %87'si Asya ülkeleri tarafından gerçekleştirilmektedir. Çin, dünya ayakkabı üretiminin %70'ini gerçekleştirerek bu alandaki en büyük üretici ve ihracatçı konumundadır. Çin'i, Vietnam, Endonezya, Hindistan ve Pakistan izlemektedir. Amerika Birleşik Devletleri, dünya ayakkabı ithalatının %40'ını gerçekleştirerek en büyük ithalatçı ülke konumundadır. ABD'yi, Almanya, İngiltere, Fransa, İtalya ve Japonya izlemektedir. Sonuç olarak, ayakkabılar, geniş bir yelpazede yer alan ve çeşitli sınıflandırmalara tabi tutulan ürünlerdir. Ayakkabı üretimi, beş aşamada gerçekleşir ve dünyanın en büyük ekonomilerinden biri haline

gelmiştir. (Sektör Analizi, 2022). Türk ayakkabı sektörü, son yıllarda tasarıma yönelerek moda uygun koleksiyonlar hazırlamaya başlamıştır. Bu doğrultuda, sektördeki dernek ve kuruluşlar tarafından Türkiye Ayakkabı Sanayi Araştırma, Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TASEV) kurulmuştur. TASEV, sektörün tasarım konusundaki nitelikli eleman açığını kapatmak için Mimar Sinan Üniversitesi bünyesinde iki yıllık “Ayakkabı Tasarım Bölümü” açmıştır. Ayrıca, her yıl çeşitli tasarım yarışmaları düzenlenerek genç yeteneklerin ortaya çıkarılması hedeflenmektedir (Ayakkabı Sektörü, 2014, s. 1).

2.7 İthalat

Türkiye'nin ayakkabı ithalatı, 1994 yılından 2002 yılına kadar artmıştır. Bu artış, Gümrük Birliği'nin ardından AB'den yapılan ithalatın rekor düzeyde artmasının bir sonucudur. 2002 yılından sonra ithalat, kriz yıllarında azalma gösterse de 2015 yılına kadar artış trendini sürdürmüştür. 2015 yılında, ayakkabı ithalatı bir önceki yıla göre %16,7 oranında azalarak 794,5 milyon dolara gerilemiştir. Bu azalma, 2014 yılında ayakkabı ithalatında uygulanmaya başlanan ilave gümrük vergisinin etkisiyle yerli ayakkabı üretiminin koruma altına alınmasının bir sonucu olarak görülebilir. 2021 yılında, ayakkabı ithalatında bir artış yaşanmış ve 587,8 milyon dolar değerinde ayakkabı ithal edilmiştir. Bu artış, yerli ayakkabı üretiminin korunması için alınan önlemlerin etkisiyle sınırlı kalmıştır (Sektör Analizi, 2022, s. 3-4).

Tablo 2.2. Türkiye'nin Ayakkabı İthalatı

YIL	DEĞER (ABD DOLARI)
2010	659.673.910
2011	871.463.821
2012	863.682.220
2013	992.947.486
2014	953.894.053
2015	794.566.743
2016	734.370.656
2017	676.126.540
2018	622.793.124
2019	539.194.953
2020	498.033.231
2021	587.849.383

Kaynak: Ticaret Bakanlığı Bilgi Sistemi (2022)

Ayakkabı ithalatımızın %17,2'si Çin'de fason olarak. Çin'den yapılan ithalat 2020 Yılına oranla %26 oranında artmıştır. Ayakkabı ithalatında Vietnam

%12,8 oranındaki Pay ile ikinci sırayı almaktadır. Dünya ayakkabı üretiminde ilk üç ülke arasında olan ve dünya ayakkabı modasına Yön veren İtalya ayakkabı ithal ettiğimiz ülkeler arasında üçüncü sırada yer alır. Endonezya, İspanya, Kamboçya, Almanya ve Portekiz ise ayakkabı ithal ettiğimiz diğer Önemli ülkelerdir. (Ayakkabı Sektörü, 2014, s. 4)

Tablo 2.3. Türkiye'nin Ürün Gruplarına Göre Ayakkabı İthalatı (1000 ABD doları)

ÜRÜN	2019	2020	2021	Değişim (2020-2021)	Pay (2021)
Ayakkabı; Dış tabanı, yüzü kauçuk ve plastik, su geçirmez	1.861.379	1.486.654	3.786.051	154.7%	0.6%
Ayakkabı; Dış tabanı, yüzü kauçuk ve plastik, diğer	101.270.758	101.441.595	126.607.553	24.8%	21.5%
Ayakkabı; Yüzü deri, tabanı plastic tabii, plastik, diğer	177.659.393	157.423.229	174.346.076	10.7%	29.7%
Ayakkabı; Yüzü dokuma maddelerinden, tabanı kauçuk, plastik, vb	231.655.728	200.817.272	237.223.443	18.1%	40.4%
Ayakkabı; Diğer	3.111.593	1.968.192	2.996.349	52.2%	0.5%
Ayakkabı aksamı; iç taban, topuk rampası, tozlu vb	23.636.102	34.896.289	42.889.911	22.9%	7.3%
Genel Toplam	539.194.953	498.033.231	587.849.383	18.0%	100.0%

Kaynak: Ticaret bakanlığı bilgi sistemi (2022)

2.8 İhracat

Türkiye'nin ayakkabı ihracatı, 1990'lı yıllarda Rusya pazarı ile canlandı. Ancak, Rusya'da yaşanan krizle birlikte ihracatta düşüş yaşandı. Sektör, 2002 yılından itibaren yeniden toparlanma sürecine girdi. 2021 yılında ihracatta önemli bir artış yaşandı ve 1,1 milyar doları aştı. Türkiye, dünya ayakkabı ihracatından aldığı pay ile dünya sıralamasında 19. sıraya yükselmiştir.

Bu özet, metinden alınan önemli bilgileri içermektedir. Metinde yer alan bazı ayrıntılar çıkarılmış ve bilgiler daha özlü bir şekilde ifade edilmiştir. Ayrıca,

metnin ana fikri olan "Türkiye'nin ayakkabı ihracatı, 2021 yılında önemli bir artış göstermiştir." ifadesi vurgulanmaktadır (Sektör Analizi, 2022, s. 2).

Tablo 2.4. Türkiye'nin Ayakkabı İhracatı (ABD doları)

YIL	DEĞER
2010	395624111
2011	441246902
2012	545923172
2013	723219481
2014	670432007
2015	765970181
2016	704163324
2017	765970171
2018	887674572
2019	958237938
2020	829418182
2021	1.081.908.288

Kaynak: Ticaret bakanlığı bilgi sistemi (2022)

Türkiye'nin ayakkabı ihracatında, yüzü deriden mamul ayakkabılar ilk sırada yer almaktadır. 2021 yılında 466,8 milyon dolar değerinde yüzü deriden mamul ayakkabı ihracatı gerçekleşmiştir. Bu, toplam ihracatın %43,2'sine denk gelmektedir. İkinci önemli ürün grubu, dış tabanı ve yüzü kauçuk veya plastik maddeden diğer ayakkabılardır. 2021 yılında bu ürün grubundan 310,6 milyon dolar değerinde ihracat gerçekleştirilmiştir (Sektör Analizi, 2022, s. 2).

Tablo 2.5. Ürün Gruplarına Göre İhracat (ABD doları)

ÜRÜN	2019	2020	2021	Değişim (2020-2021)	Pay (2021)
Ayakkabı; Dış tabanı, yüzü kauçuk ve plastik, su geçirmez	10.626.664	10.442.530	13.842.837	32.6%	1.3%
Ayakkabı; Dış tabanı, yüzü kauçuk ve plastik, diğer	270.636.854	251.146.495	310.635.638	23.7%	28.7%
Ayakkabı; Yüzü deri, tabanı plastic tabii, plastik, diğer	420.436.312	356.022.359	466.870.075	31.1%	43.2%
Ayakkabı; Yüzü dokuma maddelerinden, tabanı kauçuk, plastik, vb	137.757.006	117.378.561	148.902.235	26.9%	13.8%
Ayakkabı; Diğer	66.744.749	44.397.796	79.567.533	79.2%	7.4%

Tablo 2.5[devamı]. Ürün Gruplarına Göre İhracat (ABD doları)

Ayakkabı aksamı; iç taban, topuk rampası, tozlu vb	52.036.353	50.030.261	62.089.970	24.1%	5.7%
Genel Toplam	958.237.938	829.418.182	1.081.908.288	30.4%	100.0%

Kaynak: Ticaret bakanlığı bilgi sistemi (2022)

Tablo 2.6. Ayakkabı İhraç Edilen Başlıca Pazarlar (ABD doları)

ÜLKE	2019	2020	2021	Değişim (2020-2021)	Pay (2021)
RUSYA	105.331.481	65.585.810	82.915.119	26.4%	7.7%
IRAK	71.634.469	63.766.632	76.926.154	20.6%	7.1%
ALMANYA	59.051.495	59.961.293	73.800.403	23.1%	6.8%
İSPANYA	46.886.490	59.918.017	65.458.067	9.2%	6.1%
ROMANYA	40.300.530	33.488.530	42.129.087	25.8%	3.9%
İSRAİL	23.497.534	23.911.434	37.209.788	55.6%	3.4%
HOLLANDA	20.189.240	24.724.348	32.925.284	33.2%	3.0%
İTALYA	28.281.511	25.156.705	31.929.886	26.9%	3.0%
İNGİLTERE	25.671.286	23.578.671	60.445.397	29.1%	2.8%
A.B.D	11.343.957	11.124.980	28.336.482	154.7%	2.6%
LİBYA	28.709.232	16.955.190	27.418.353	61.7%	2.5%
AZERBAYCAN	16.351.091	12.401.259	26.142.834	110.8%	2.4%
POLONYA	21.752.416	19.339.281	25.005.656	29.3%	2.3%
BULGARİSTAN	19.457.014	17.542.360	22.855.495	30.3%	2.1%
FRANSA	16.794.059	14.672.051	21.364.481	45.6%	2.0%
DİĞER	422.986.133	357.291.621	457.045.802	27.9%	42.2%
Genel Toplam	958.237.938	829.418.182	1.081.908.288	30.4%	100.0%

Kaynak: Ticaret bakanlığı bilgi sistemi (2022)

2021 yılında ayakkabı sattığımız başlıca ülkeler arasında Rusya, Irak, Almanya, İspanya ve Romanya yer almaktadır. Bu beş ülkeye toplam 341,2 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirilmiştir.

İsrail, Hollanda, İtalya ve İngiltere diğer önemli ihraç pazarlarımızdır. Ülke bazında ihraç pazarlarımızda çeşitlenme olmakla birlikte, ayakkabı ihracatımızın daha çok komşu ve çevre ülkelere yapıldığı görülmektedir (Ayakkabı Sektörü, 2014, s. 2-3).

2.9 Dünyada Ayakkabı Sektörü

1990'lı yıllarda Sovyetler Birliği ve Doğu Blok'unun dağılmasıyla birlikte küresel anlamda serbest piyasa ekonomisi hızla gelişti. Bu durum, dünya ticaretinin de gelişmesine sebep oldu. Serbest piyasa ekonomisinin gelişmesiyle birlikte dünya ayakkabı ticareti ve sanayinde de önemli değişimler gösterdi. Gelişmiş ülkelerde üretim ve işgücü maliyetlerinin çok yüksek olması nedeniyle, ayakkabı üretim ve

ihracatı gelişmiş ülkelerden az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere doğru geçmeye başladı. Gelişmekte olan ülkeler, düşük üretim maliyetleri ve esnek üretim kapasitesi sayesinde bu alanda önemli avantaj elde ettiler. Bu gelişmelerin sonucunda, gelişmekte olan ülkeler son 20 yıl içerisinde dünya ayakkabı piyasasındaki pazar paylarını önemli ölçüde artırmıştır. Çin, Vietnam, Endonezya ve Hindistan gibi ülkeler, dünya ayakkabı üretiminin önemli merkezleri haline geldiler (Bashimov 2021 s.62).

Dünya ayakkabı üretiminin %87'si Asya ülkeleri tarafından gerçekleştirilmektedir. Çin, dünya ayakkabı üretiminin %60,5'ini gerçekleştirerek bu alandaki en büyük üretici ve ihracatçı konumundadır. Çin'i, Hindistan, Vietnam, Endonezya ve Brezilya izlemektedir. Dünya ayakkabı tüketiminin %38'i Avrupa ve Kuzey Amerika'da gerçekleşmektedir. Ülke bazında incelendiğinde, Çin, ayakkabı dünya tüketiminden aldığı %15,9'luk payla ilk sırada yer almaktadır. Çin'i, ABD, Hindistan, Brezilya ve Japonya takip etmektedir. Ünelere göre farklılık göstermekle birlikte, bugün kişi başına yıllık ayakkabı tüketimi ortalama 3 çift düzeyindedir. Yüksek iş gücü maliyeti nedeniyle Avrupa ülkelerinde ayakkabı sanayi hızla küçülmüştür. Bu nedenle, Avrupa ülkelerinin dünya ayakkabı üretimi içindeki payları büyük ölçüde düşmüştür. Amerika kıtasının dünya üretimindeki payı ise, Avrupa kıtasına göre daha yavaş azalmaktadır. Bunun nedeni, ABD kıtasında Brezilya ve Meksika gibi ayakkabı sanayinde güçlü ülkeler gösterilebilir (Sektör Analizi, 2022, s. 5).

2.10 İthalat

ITC verilerine göre değer bazında, 2000 yılında 49,6 milyar dolar olan dünya ayakkabı İthalatı, on yıl içinde % 75 oranında artış göstererek, kriz görülen 2009 yılında 87 milyar Dolar olmuştur. Küresel kriz sonrasındaki toparlanma sürecinin yaşandığı 2010 yılından itibaren, ayakkabı sektöründe olumlu bir değişim yaşanmış ve 2012 yılında Dünya ayakkabı ithalatı bir önceki yıla göre % 1,3 oranında artarak 117 milyar dolara yükselmiştir. Amerika Birleşik Devletleri dünyadaki en büyük ayakkabı ithalatçısı ülke olup, dünya İthalatının yaklaşık % 21'ini gerçekleştirmiştir. 2012 yılında ABD'nin ithal ettiği ayakkabı Tutarı 24,9 milyar dolardır. Dünyadaki diğer büyük ayakkabı ithalatçısı ülkeler sırasıyla Almanya, Fransa, İngiltere, Japonya ve İtalya'dır. Dört AB ülkesinin ayakkabı ithalatı, 2012 yılındaki dünya ayakkabı İthalatının % 23,3'ünü oluşturmaktadır (Ayakkabı Sektörü, 2014, s. 6).

Tablo 2.7 Dünya Ayakkabı ithalatı (ABD Doları)

İthalatçı Ülkeler	2010	2011	2012	Değişim % (2011-2012)	2012 Dünya İthalatındaki Payı (%)
Dünya	101.299	115.467	116.957	1.3%	100.0%
ABD	21.932	23.650	24.862	5.1%	21.3%
Almanya	7.924	9.492	8.912	-6.1%	7.6%
Fransa	5.999	6.757	6.442	-4.7%	5.5%
İngiltere	5.645	6.003	6.081	1.3%	5.2%
Japonya	4.793	5.427	5.904	8.8%	5.0%
İtalya	5.898	6.759	5.823	-13.8%	5.0%
Hong Kong	4.977	5.141	4.846	-5.7%	4.1%
Rusya	3.905	4.160	4.261	2.4%	3.6%
Hollanda	2.801	3.793	3.474	-8.4%	3.0%
Belçika	2.585	2.454	3.068	25.0%	2.6%
İspanya	2.931	3.242	2.756	-15.0%	2.4%
Kanada	1.927	2.153	2.213	2.8%	1.9%
Güney Kore	1.261	1.672	1.821	8.9%	1.6%
Çin	1.118	1.554	1.785	14.9%	1.5%
Avustralya	1.280	1.361	1.527	12.2%	1.3%

Kaynak: Ticaret bakanlığı bilgi sistemi (2022)

2.11 İhracat

Dünya ayakkabı ihracatı, 2000 yılından 2012 yılına kadar %116 oranında artarak 118,8 milyar dolara yükselmiştir. Bu artışta, Çin'in liderliğindeki Asya ülkelerinin önemli rolü olmuştur. Dünya ayakkabı ihracatının %39,4'ünü Çin gerçekleştirmektedir. Çin'i İtalya, Vietnam, Hong Kong, Almanya, Belçika ve Endonezya izlemektedir. Dünya ayakkabı ihracatının ürün gruplarına göre dağılımına bakıldığında, deri yüzülü ayakkabılar ilk sırada yer almaktadır (Ayakkabı Sektörü, 2014, s. 7).

Tablo 2.8. Dünya Ayakkbı İhracatı (ABD doları)

İhracatçı Ülkeler	2010	2011	2012	Değişim % (2011-2012)	2012 Dünya İhracatındaki Payı (%)
Dünya	96.401	113.763	118.813	4.4%	100.0%
Çin	35.634	41.722	46.811	12.2%	39.4%
İtalya	9.877	11.603	10.828	-6.7%	9.1%
Vietnam	5.230	6.718	10.400	54.8%	8.8%
Hong Kong	5.577	5.651	5.182	-8.3%	4.4%
Almanya	3.942	5.199	4.626	-11.0%	3.9%
Belçika	3.742	4.182	4.306	3.0%	3.6%
Endonezya	2.502	3.302	3.525	6.7%	3.0%
Hollanda	2.443	3.270	3.046	-6.8%	2.6%
İspanya	2.593	2.983	2.772	-7.1%	2.3%
Fransa	2.082	2.549	2.636	3.4%	2.2%
Portekiz	1.780	2.150	2.126	-1.1%	1.8%
Hindistan	1.643	2.091	1.958	-6.3%	1.6%
Romanya	1.476	1.818	1.612	-11.4%	1.4%
İngiltere	1.310	1.490	1.595	7.1%	1.3%
ABD	1.104	1.288	1.331	3.4%	1.1%

Kaynak: Ticaret bakanlığı bilgi sistemi (2022)

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. İŞLETME PERFORMANSI VE KAVRAMI

3.1 İşletme Performansı

Bir kişi, çevresine baktığında, her sektörde yer alan her kuruluşun, mal, hizmet veya fayda sağlayarak işletme faaliyetlerini yürüttüğü gözlemiyle karşılaşır. İşletmeler, belirli bir düzeyde kar elde etmeyi amaçlayarak üretim faktörlerini bilinçli ve düzenli bir şekilde bir araya getirirler. Bu süreçte, tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını karşılamak ve/veya ürünlerini pazarlamak için ekonomik, sosyal ve teknik stratejiler kullanırlar.

İşletme kavramı, temel olarak kar elde etmeyi, mal üretimini, hizmet sunumunu veya fayda sağlamayı hedefler. Bu amaç doğrultusunda işletmeler, üretim süreçlerini düzenler, kaynakları etkili bir şekilde yönetir ve sonuç olarak tüketici taleplerini karşılamaya çalışırlar. İşletmelerin başarısı, kârlılık, verimlilik, ekonomiklik, sosyal sorumluluk ve kalite gibi faktörlere dayanmaktadır (Efil, 2004 s.3,4).

Belirli bir süre boyunca organizasyonun süreçlerinin bir sonucu olarak amaçlara ne ölçüde ulaşıldığını açıklayan birbiriyle ilişkili faktörler kümesidir (Lumpkin ve Dess 1996 s.135).

İş performansının kapsamı, kavramsal çerçevenin geliştirilmesi ve güncel insan kaynakları ve yönetim anlayışının benimsenmesi ile sürekli genişlemektedir. Dünyada artan rekabet nedeniyle, akademisyenler bu kavramın kapsamını ve içeriğini geliştirmeye odaklanmış durumdadır. Bu kavramın öncüsü ile ilgili araştırmalarda da bir artış görülmektedir. Bu nedenle, performans terimleri şirketlere hem de bireylere önemli katkılar sağlamaktadır (Halis ve Tekinkuş, 2003 s. 61).

Bir sistemin güçlülüğü, belirli bir zaman dilimi sonunda elde edilen veri veya yapılan çalışmaların sonucudur. Bu bağlamda, işletme performansı, işletmenin amaçlarına ulaşma düzeyi olarak tanımlanabilmektedir. İşletme performansı, işletmenin elde ettiği sonuçlarla, bu sonuçlara ulaşmak için gösterdiği çabanın bir değerlendirmesidir (Güldoğan 2022 s.73).

3.2 İşletme Performansı Kavramı

Performans, bir şirketin hedeflerine ne kadar yaklaştığını, çalışanlarının yeteneklerini nasıl kullandığını, müşteri ihtiyaçlarını nasıl karşıladığını ve gelecek için nasıl gelişebileceğini değerlendiren bir süreçtir. Performans incelemeleri, çalışanların işyerinde ne kadar verimli olduğunu ölçer, ancak aynı zamanda genel performanslarını da değerlendirir (Sabuncuoğlu, 2012 s. 44-45).

Şirketler, belirli bir amaç ve beklentiler doğrultusunda kurulurlar. Bu amaçlar, şirketin varlık nedenini ve faaliyet alanını belirler. Genel hedefler, şirketin kısa ve uzun vadeli hedeflerini ifade ederken, belirli hedefler, şirketin bu hedeflere ulaşmak için gerçekleştireceği faaliyetleri ve uygulamalarını kapsar (Aksu, 2008, s. 2).

İşletme faaliyetleri, farklı değişkenlerden oluşur ve bu değişkenler birlikte bir bütün oluşturarak ortak çıktılar üretir. Bu çıktılar, işletmelerin performansını belirlemede önemli bir rol oynar. İşletme performansı, sadece yüzeysel bir kavram değildir. Tüm firmaların nitel ve nicel verilerinin değerlendirilmesi sonucunda elde edilir. Bu veriler, işletmelerin stratejilerini, operasyonel süreçlerini ve finansal performansını yansıtır. Artan rekabet nedeniyle, şirketlerin uyguladıkları stratejiler tarafsız bir şekilde değerlendirilmeli ve rakiplerle karşılaştırılmalıdır. Bu, işletmelerin rekabet gücünü korumalarına ve geliştirmelerine yardımcı olur. Şirketler, değerlendirme sırasında işletmenin performansını gösteren teslimat hızı, maliyet ve kalite gibi göstergeleri takip eder. Bu göstergeler, işletmelerin performansını ölçmek ve karşılaştırmak için kullanılan araçlardan biridir. Göstergeler kontrollerin ardından, performansları diğer işletmelerle karşılaştırılır. Bu karşılaştırma, işletmelerin güçlü ve zayıf yönlerini belirlemelerine ve daha da yükseltmek için gerekli önlemleri almalarına yardımcı olur (Yavuz, 2010, s. 147).

Küreselleşme, dünyanın ekonomik, teknolojik, sosyal ve politik yapısını sürekli olarak değiştirmektedir. Bu değişikliklere uyum sağlamak, kurumlar için büyük bir zorluk haline gelmiştir. Firma performansını ölçen göstergelerin doğru bir şekilde belirlenmesi, ölçüm sonrasında belirli periyotlarda meydana gelen değişimlerin izlenmesi ve nedenlerinin belirlenmesi, firmalar için oldukça önemlidir. Rekabetçi ve duyarlı kalabilmek için şirketler, performanslarını ölçmeli ve ilerlemek için gerekli çalışmaları yapmalıdır (Karaman, 2009, s. 413-414).

Performans, hayatta kalma, büyüme, başarı ve rekabet gücü gibi çeşitli anlamları kapsarken, işletmenin amaçlarına ulaşabilme becerisidir. Bu beceri,

işletmenin kabul edilebilir sonuçlar ve eylemler yaratma yeteneğine dayanmaktadır. İşletme performansı, firmanın hedeflerini gerçekleştirmek için gösterdiği tüm çabaların değerlendirilmesidir. (Zerenler, 2005 s.2).

3.3 İşletme Performansının Boyutları

İşletmelerin performansı, işlevsel performans, çıktı performansı ve yenilik ve uyum sağlama başarısı olmak üzere üç boyuta ayrılarak incelenmektedir. Bu boyutlar, işletmenin kısa ve uzun vadeli hedeflerine ulaşmak için gösterdiği çabaları yansıtmaktadır.

İşlevsel performans, işletmenin kaynaklarını etkin ve verimli bir şekilde kullanarak, belirlenen hedeflerine ulaşmasıdır. Bu boyut, işletmenin temel faaliyetlerinin ne kadar iyi yerine getirildiğini gösterir. Çıktı performansı, işletmenin faaliyetlerinden elde ettiği sonuçlardır. Bu boyut, işletmenin rekabette öne geçmesini sağlayan unsurları ölçer.

Yenilik ve uyum sağlama başarısı, işletmenin değişen koşullara uyum sağlayarak, yeniliklere açık olmasıdır. Bu boyut, işletmenin sürdürülebilirliğini sağlayan unsurları ölçer. Belirli performans çıktılarının iyi olmasını hedeflemek, diğer performans çıktılarını olumsuz etkileyebilir. Örneğin, yenilik ve uyum sağlama performansını artırmak, çıktı performansını artırabilir, ancak işlevselliği azaltabilir. Bu nedenle, işletme yöneticilerinin öncelikleri, hangi performans çıktılarına odaklanılacağına karar verirken dikkatli olmalıdır (Apaydın 2008. s.126).

Performans ve performans değerlendirme çalışmaları, işletmelerin başarısını ölçmek ve geliştirmek için gereklidir. Bu nedenle, işletmeler ve işletmelerin çıkar grupları, uzun yıllardır performans ölçümü alanında kendilerini geliştirmeye çalışmaktadır. Türkçe sözlükte performans kelimesinin karşılığı, başarımlık olarak geçmektedir. Performans ölçümü, işletmelerle ilgili çıkar gruplarının yanı sıra akademisyenlerin de ilgisini çekmektedir. Bu alanda yüzlerce ulusal ve uluslararası makale ve tez çalışması bulunmaktadır (Kılınç vd., 2010 s.26).

Bir başka tanıma göre, işletme performansı, farklı faktörlerin etkileşimi sonucunda ortaya çıkan, işletmenin amaçlarına ulaşma düzeyini ifade eden bir kavramdır. Dolayısıyla, bir işletmenin performansı, yalnızca belirli bir periyottaki sonuçlara değil, işletmenin tüm faaliyetlerini ve bunların birbiriyle olan

etkileşimlerini kapsamaktadır. İşletme performansı, nicel ve nitel verilerin bir araya getirilmesiyle ölçülebilecek nesnel bir kavramdır.

Yoğun rekabet koşullarında, işletmelerin stratejilerini etkin bir şekilde yürütmeleri ve rakiplerinin performansı ile karşılaştırmaları gerekmektedir. Bu karşılaştırmalar, işletmelerin stratejilerini gözden geçirmelerine ve performanslarını artırmalarına yardımcı olabilir. Stratejileri yorumlarken, teslim süresi, maliyet, kalite gibi performansı etkileyen faktörler dikkate alınmalıdır. Bu faktörlerin izlenmesi, işletmelerin performansını artırma yönünde çalışmalar yürütmesine yardımcı olacaktır (Yavuz, 2010 s.147).



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. FİNANSAL OKURYAZARLIK DÜZEYİNİN FİRMA PERFORMANSINA ETKİSİ

4.1 Literatür Taraması

Türkiye de finansal okur yazarlık, önemi çok geç anlaşılan bir kavramdır. Yapılan çalışmalarda nispeten daha yenidir ve daha kısıtlıdır, çalışmalar genel olarak üniversite öğrencileri üzerinde yapılmıştır. Banka müşterileri, hane halkı, devlet ve özel sektör çalışanları gibi daha geniş kapsamlı araştırmalar çok azdır, sektörel bazda az sayıda olan çalışma sayısı yeni yapılacak araştırmalara ihtiyaç olduğu aşıkardır. Literatür incelendiğinde.

Sabri ve McDonald (2010) ise çalışmalarında, Malezya'da tesadüfen seçtikleri 2519 öğrenciye anket uygulamışlar ve yapılan anketle öğrencilerin tasarruf davranışları ile finansal okuryazarlık arasındaki davranış ilişkilerini ölçmeyi amaçlamışlardır. Anket sonuçlarına göre, bu iki kavram arasında anlamlı bir ilişkinin var olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca özel üniversitelerde eğitim alan öğrencilerin devlet üniversitelerinde eğitim alan öğrencilere kıyasla daha az tasarruf davranışında buldukları sonucu elde edilmiştir.

Yorulmaz (2013) tarafından Türkiye' nin genel ekonomik bölgeleri için 2004 ve 2010 yıllarını içeren, finansal ulaşım indeksleri kullanılarak 0 ile 1 rakamları arasındaki ölçeklerle finansal içerme derecesini gösteren bir endeks ile hesaplanmıştır. Sonuçlar; bölgesel ve iller bazında finansal içerme oranları ile bahse konu bölge ve illerin gelişmişlik seviyelerinin doğru orantılı olduğu anlaşılmıştır. İstanbul gibi gelişmişlik düzeyi en üst seviyede olan metropol şehrin finansal içerme oranına sahipken, Güneydoğu Anadolu gibi bölgelerin finansal içerme oranları daha düşük seviyede olduğunu gözlemlemişlerdir.

Sarıgül (2014); tarafından üniversite öğrencileri üzerinde yapılan bir araştırmanın sonuçlarına Muhasebe ve Finansman Dergisindeki makalesinde değinilmiştir. Erkek öğrencilerin finansal okuryazarlık seviyelerinin kadın öğrencilere göre, eğitim alanı olarak işletme, iktisat gibi alanlarda eğitim alan öğrencilerin ise diğer alanlardaki öğrencilere göre finansal okuryazarlık düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Yardımcıoğlu ve Yörük (2016) yaptıkları çalışmada, çalışanların finansal farkındalık ile finansal okuryazarlık durumları arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamıştır. Kahramanmaraş'ta 324 çalışan üzerinde gerçekleştirilen anket sonucunda; finansal farkındalık ile finansal okuryazarlık arasında pozitif yönde anlamlı ilişkilerin olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Dağdelen (2017) tarafından yapılan çalışmada hem bireylerin hem de ticari işletmelerin finansal bilgilerinin alındığı, mali verilerini saklayabildikleri ve mükellefleri adına çeşitli beyannameleri gönderebildikleri Serbest Muhasebeci ve Mali Müşavirlerin finansal okuryazarlık düzeyleri ölçülmeye çalışılmıştır. Araştırmada, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlerin finansal okuryazarlık düzeyinin yüksek olduğu tespit edilmiştir. Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler arasında eğitim ve yaş durumu finansal okuryazarlık düzeyi üzerinde etkili olduğu saptanmıştır. Üniversite ve Yüksek Lisans mezunlarının Lise mezunlarından oldukça farklı olduğu ve finansal okuryazarlık düzeylerinin yüksek olduğu görülmüştür. Cinsiyet durumunun finansal okuryazarlık düzeyi üzerinde nötr bir etkiye sahip olduğunu belirlemiştir.

Er ve Çetintaş (2018) özel bir işletmede çalışan işçilerin finansal okuryazarlık düzeylerini incelemeyi amaçlamıştır. Amaç doğrultusunda hazırlanan anket formu 298 işçiye uygulanmıştır. Araştırma sonucunda; katılımcıların büyük bir çoğunluğunun maaş takibi fatura ödemeleri gibi sebeplerle internet bankacılığı kullandıkları, yine yoğun bir şekilde kredi kartı kullandıkları belirlenmiştir. Ancak finansal planlama yapmamaları yüzünden çoğu zaman kredi kartı ödemelerini düzenli olarak gerçekleştirememekte veya asgari ödeme ile geçtirdikleri saptanmıştır. Ayrıca çoğu katılımcının finansal krizlere karşı nasıl bir davranış ve tutum göstermeleri gerektiği konusunda fikirlerinin bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Kıran ve Bozkurt (2019) Batı Akdeniz girişimcileri üzerine yaptıkları araştırmada, finansal okuryazarlık düzeyini ağırlıklı olarak demografik yapılaraya göre incelemiştir. Antalya, Burdur ve Isparta illerinde faaliyette bulunan 324 girişimciden elde edilen verilerin sonuçlarına göre; girişimcilerin hemen hemen yarısı (%41) finansal okuryazarlık seviyelerinin orta düzeyde olduğu anlaşılmıştır. Finansal okuryazarlık ölçeği sonuçlarına göre ise girişimcilerin finansal okuryazarlık seviyeleri nispeten daha yüksektir. Analiz sonuçlarına göre finansal okuryazarlık seviyesi ortalaması 69,84 iken katılımcıların yarısından fazlası 70 –

100 puan aralığında bulunmaktadır. Dolayısıyla girişimcilerin düşündüklerinden daha yüksek skorları mevcuttur. Araştırmacılar, finansal okuryazarlık seviyesinin daha düşük olarak algılanmasının altında yatan neden olan finansal okuryazarlık temel düzeyde finans bilgisini yeterli görürken girişimcilerin günlük yaşamda daha karmaşık işlemler ile karşı karşıya kalmaları olduğunu belirtmişlerdir. Bir diğer çalışmada.

Gültekin (2020); “Kamu Çalışanlarının Finansal Okuryazarlık Düzeylerinin Ölçülmesi: Isparta İli Örneği “isimli yüksek lisans çalışmasında Kamu personellerini kendi iç sınıflandırmalarına göre sınıflandırarak finansal okuryazarlık düzeylerinin ölçülmesini amaçlamıştır. Bu amaçla farklı sektörlerden kamu çalışanlarına 450 anket uygulamıştır. Araştırmanın sonucunda diyanet ve teknik sınıf çalışanları kendilerini finansal okuryazar olarak nitelendirmemektedir. Eğitim düzeyi yüksek katılımcıların plan ve bütçe yaparak gelir gideri dengede tutma eğiliminin daha yüksek olduğu ve altın-mevduat hesaplarının katılımcılar arasında en çok tercih edilen finansal yatırım araçları olduğunu tespit etmiştir. Finansal piyasalarda işlem yapma oranının düşük olduğu tespit edilmiştir.

Sünbül ve Buğan (2021) tarafından yapılan çalışmada girişimcilerin finansal okuryazarlık düzeylerinin işletme performansları üzerindeki etkisi incelenmiştir. Çalışma kapsamında Gaziantep ilinde faaliyet gösteren 206 işletme sahibi girişimciye finansal okuryazarlık ve işletme performans ölçeklerinden oluşan anket uygulanmıştır. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre finansal okuryazarlık seviyesi işletme performansını olumlu anlamda etkilemektedir. Ayrıca bir diğer önemli bulgu da girişimcilerin finansal okuryazarlık seviyelerinin eğitim düzeylerinden bağımsız olduğu anlaşılmıştır.

Üngör (2021), araştırmasında, finansal okuryazarlık ile firma performansı değişkenleri arasında ilişki olup olmadığını incelemiştir. Ayrıca katılımcıların; finansal okuryazarlık ve finansal bilgi değişkenlerinin cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim durumlarına, sektör gruplarına, firma türlerine, faaliyet süresine, ciro düzeylerine, firma genel performans gruplarına ve firma performans ölçme gruplarına göre farklılık olup olmadığını belirlemek istemiştir. Bu amaçla, kolayda örnekleme yöntemi ile Bursa ilinde ulaşılan 120 KOBİ'ye anket uygulanmıştır. Araştırma sonucunda; Bursa örnekleme çerçevesindeki KOBİ sahipleri/ yöneticilerinin finansal okuryazarlık seviyelerinin yüksek düzeyde olduğunu, finansal bilgi seviyelerinin ise temel düzeyde olduğunu göstermektedir. Bursa

örnekleme çerçevesinde finansal davranış ile firma performansı arasında pozitif zayıf bir ilişki saptanmıştır. Katılımcıların finansal bilgi seviyeleri ile firma performansı arasında pozitif zayıf bir ilişki belirlenirken, finansal okuryazarlık ve finansal tutum değişkenleri ile firma performansı arasında ilişki olmadığı saptanmıştır.

Clark ve Strauss (2008) tarafından yürütülen bir çalışmada, demografik faktörlerin finansal okuryazarlık üzerinde etkili olduğu vurgulanmıştır. Özellikle sosyo-demografik özelliklerin yatırım tercihlerinde risk algısına etki ettiği belirtilmiştir. Ayrıca, çalışmanın sonuçlarına göre erkeklerin kadınlara oranla daha fazla risk aldığına dair bir bulgu ortaya konulmuştur.

Klapper, Lusardi, Panos (2012) çalışmalarında finansal okuryazarlığın önemini ve bu okuryazarlığın tüketici kredi kullanımı üzerindeki etkilerini incelemek amacıyla Rusya ekonomisinde hızla büyüyen tüketici kredilerini ele almışlardır. Finansal okuryazarlık düzeyi, finansal piyasalara katılım ile pozitif bir ilişki gösterirken, kayıt dışı borçlanma kaynaklarının kullanımı ile negatif bir ilişkilidir. Ayrıca, yüksek finansal okuryazarlığa sahip bireylerin, finansal okuryazarlığı düşük olanlara göre harcamamış gelirlerini daha fazla biriktirdiklerini ve daha yüksek bir harcama kapasitesine sahip olduklarını göstermektedir. Ayrıca finansal okuryazarlık ile harcamamış para birikimi arasındaki ilişkinin, bireylerin finansal kriz dönemlerinde daha iyi hazırlıklı olabileceği düşüncesini desteklemektedir. Bu nedenle, finansal okuryazarlığın bireyleri makroekonomik şoklara karşı daha iyi bir şekilde donatabileceği sonucuna varılmıştır.

Andoh ve Nunoo (2012) tarafından yürütülen çalışmada, Gana'daki KOBİ'lerin finansal hizmetleri kullanma durumu ile girişimcilerin (KOBİ sahiplerinin) finansal okuryazarlık seviyeleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, girişimcilerin finansal okuryazarlık seviyeleri orta seviyelerde bulunmuş ve daha yüksek finansal okuryazarlık seviyelerine sahip girişimcilerin finansal hizmetleri kullanma olasılığının da daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Collins'in (2012) ABD'de gerçekleştirdiği bir çalışma, finansal okuryazarlık seviyesi yüksek olan bireylerin vergi ve yatırım sigortası gibi konularda daha fazla finansal tavsiye alma eğiliminde olduğunu göstermektedir. Ancak bu bireylerin kredi veya borç ile ilgili konularda tavsiye alma eğiliminde olmadıkları tespit edilmiştir (Dağdelen, T. (2017).

Gökmen (2012), bireylerin finansal okuryazarlık düzeyleri ile kaynaklarını daha tasarruflu ve etkin bir şekilde kullanarak ekonomik büyümeye katkı sağlayan tüketiciler olması arasında bir paralellik kurmuştur.

Hastings, Madrian, Skimmyhorn (2013), çalışmada finansal okuryazarlık, finansal eğitim ve tüketici finansal sonuçları ile ilgili mevcut literatürü gözden geçirmektedir. Eğitim önemli bir odak noktasıdır ve bu konuda gelecekteki araştırmalar için yönlendirmeler sunmaktadır.

Wise (2013) tarafından yapılan bir çalışmada, Kanada'da Kanadalı Genç İşletme Kurucuları Birliği'nden iş kurma kredisi alan 509 genç girişimcinin verileri kullanılarak, finansal okuryazarlığın yeni işletmelerin hayatta kalma olasılığı üzerindeki etkisi incelenmiştir. Bu çalışma sonucunda, finansal okuryazarlığın arttıkça girişimcilerin finansal tabloları daha sık hazırlama eğiliminde olduğu ve bu durumun finansal tabloları daha sık hazırlayan girişimcilerin kredi geri ödeme olasılıklarının yükselmesiyle ilişkilendirildiği ve ayrıca bu girişimcilerin işletmelerini istemeyerek (gönülsüzce) kapatma olasılıklarının daha düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Nyamboga vd (2014) tarafından yürütülen bir araştırmada, finansal okuryazarlığın KOBİ'lerin kredi geri ödeme performansı üzerindeki etkisi incelenmiştir. Bu çalışma kapsamında ele alınan finansal okuryazarlık bileşenleri arasında defter tutma, kredi yönetimi ve bütçeleme yetenekleri bulunmaktadır. Araştırma sonuçları, söz konusu finansal okuryazarlık yeteneklerinin KOBİ'lerin kredi geri ödeme performansını önemli ölçüde etkilediğini göstermektedir.

Dahmen ve Rodriguez (2014) tarafından gerçekleştirilen bir araştırmada, ABD'deki küçük işletme sahiplerinin finansal okuryazarlık seviyeleri ile girişimcilerin karşılaştıkları finansal zorluklar arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu çalışmada, finansal okuryazarlığın dar bir perspektifle ele alındığı ve sadece finansal tabloları anlama ve kullanma yeteneği üzerine odaklandığı belirtilmektedir. Araştırma sonuçlarına göre, finansal tabloları incelemeyen veya kullanmayan girişimcilerin finansal sıkıntılara daha fazla maruz kaldığı bulgusuna ulaşılmıştır.

Eniola, Entebang (2015), çalışmasında performans, genellikle literatürde, bir firmanın başarısını veya başarısızlığını ifade eden iki stratejik sonuçla ilişkilendiğinden bahsetmişlerdir. İşletme yönetimi alanında, firmanın performansı iyi veya kötü yönetim ölçütleri olarak yorumlanabilir. Ancak aynı zamanda şansa bağlı olarak da değişebilir. Bir firmanın performansının sonuçları, firmanın

hedeflerine ne kadar başarılı bir şekilde ulaştığına bağlıdır. Firma performansı, işletme yönetiminde merkezi bir konu olarak kabul edilir. Bir firmanın genel performansı, yönetimin üç seviyesinde doğru şekilde yönetilmesine dayanır. Performans, bir firmanın kabul edilebilir sonuçlar ve eylemler üretme yeteneği olarak tanımlanabilir. Ancak performansın farklı şekillerde kavramsallaştırıldığı, rasyonelleştirildiği ve ölçüldüğü gözlemlenmektedir, bu da karşılaştırmayı karmaşıktır ve KOBİ'lerin temel sorunlarından biri haline gelir.

Menike LMCS, çalışmasında finansal okuryazarlığın işletmelerin hayatta kalması, kar maksimizasyonu, satış maksimizasyonu, belirli bir Pazar payı hedefleme, personel değişiminin ve iç çatışmaların azaltılması, refahın artırılması gibi hedeflere ulaşmak için gereken bilgi, beceri, tutum ve deneyimi içeren bir alan olduğunu belirtmiştir. Bir işletmenin karar verme süreci, mantıklı ve bilgiye dayalı olmalıdır; bu da işletme yöneticilerinin ve bireylerin etkili kararlar alabilmek için mevcut bilgileri anlayışlı bir şekilde kullanmalarının gerektiği anlamına gelir. Finansal okuryazarlık, finansal refahı etkileyen bilinçli finansal kararlar almak ve finansal ilkeleri anlamak ve bilmek anlamına gelir. Bu, finansal konularla ilgili bilinçli değerlendirmeler yapma ve etkili kararlar alma becerisini içerir. (Finansal okuryazarlık, yatırımcılar kadar, finansal ürünler ve kavramlar hakkında bilgi sahibi olan ve kararlar alırken finansal riskleri dikkate alan, finansal bilgilerini geliştirmek için diğer etkili eylemlerde bulunan müşterileri de içermelidir.

Kıran ve Bozkurt (2019) tarafından yürütülen çalışma, Batı Akdeniz Bölgesi'nde, özellikle Antalya, Burdur ve Isparta illerinde faaliyet gösteren 324 girişimci üzerinde finansal okuryazarlık seviyelerini incelemek amacıyla bir anket uygulamıştır. Bu araştırma sonucunda, girişimcilerin finansal okuryazarlık düzeylerinin demografik özelliklerine göre değişkenlik gösterdiği bulunmuş ve görece yüksek bir finansal okuryazarlık düzeyinin mevcut olduğu sonucuna varılmıştır.

Sünbül, Buğan (2021) Çalışmada, girişimcilerin finansal okuryazarlık düzeyleri ile işletme performansları arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Araştırmanın sonuçlarına göre, girişimcilerin finansal okuryazarlık düzeylerinin oldukça yüksek olduğu tespit edilmiş ve bu oran %65,88 gibi anlamlı bir değeri temsil ettiği saptanmıştır.

Üngör (2021), Çalışmasının temel amacı, finansal okuryazarlık ile firma performansı değişkenleri arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda

çalışmanın uygulama bölümünde, kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak ulaşılan 120 KOBİ sahibi veya yöneticisine anket yöntemi ile nicel veri toplanmıştır. Katılımcıların finansal okuryazarlık seviyelerini belirlemek için betimsel analizler kullanılmıştır. Bursa örnekleme içindeki KOBİ sahipleri ve yöneticilerinin finansal okuryazarlık seviyelerinin oldukça yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yapılan araştırmalar incelendiğinde Ayakkabıcılık sektörü ve finansal okuryazarlık kavramını konu alan hiçbir araştırma bulunamamıştır. Bu tezde sektör ve finansal kavramlar ele alınarak incelenmiştir.

4.2. Araştırmanın Amacı

Finansal okuryazarlık, toplumu oluşturan herkesi ilgilendiren bir kavramdır, çünkü bireyler, kıt kaynaklarıyla en iyi finansal sonuçları elde etmeyi hedeflemektedirler. Bu amaç doğrultusunda bireylerin finansal okuryazar olmaları önem arz etmektedir. Finansal okuryazar bireyler, temel finansal kavramlardan anlayan, bütçelerini etkin bir şekilde yöneten, tasarruflu olma alışkanlığı gelişmiş, birikimlerini doğru yatırımlarla arttıran ve bilinçli harcamalar yapabilen kişilerdir. Bu bireyler, bireysel refahlarının yanı sıra ülkelerinin sürdürülebilir kalkınmasına ve ekonomik büyümesine de katkı sağlarlar.

Ayakkabı sektörü Türkiye'nin en önemli sektörlerinden biridir, yaklaşık 200.000 kişinin çalıştığı sektörde bireylerin finansal okuryazar olmaları ve finansal okuryazar olanlarında çalıştıkları firmalarına bilgilerini ne derece kullandıkları araştırılmıştır.

Finansal okuryazarlık, günümüzün karmaşık ekonomik ortamında bireyler ve firmalar için hayati önem taşımaktadır. Çalışanların finansal konularda bilgi sahibi olması, firmalar için birçok açıdan fayda sağlayabilir. Bu çalışmada, çalışanların finansal okuryazarlık düzeyinin firma performansı üzerindeki etkisini incelenecektir.

Araştırmanın önemi şu şekilde özetlenebilir:

Bu çalışma, çalışanların finansal okuryazarlık düzeyinin firma performansı üzerindeki etkisini inceleyen ilk çalışmalardan biridir. Ayakkabı sektörü özelinde yapılan bu çalışma, sektördeki firmaların çalışanlarının finansal okuryazarlık düzeyini arttırmaya yönelik stratejiler geliştirmesine yardımcı olacaktır. Bu şekilde literatüre, uygulama ve sosyal katkı yapılmış olacaktır.

Bu çalışmada, çalışanların finansal okuryazarlık düzeyinin firma performansı ile pozitif bir ilişkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılması beklenmektedir.

4.3 Araştırma Hipotezleri ve Modeli

Bu tez çalışması, ayakkabı sektöründe çalışan kişilerin finansal okuryazarlık düzeyi ile firma performansı arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla yapılmıştır. Çalışmanın amacını ve hipotezlerini açıklamak için aşağıdaki metodoloji adımları izlenmiştir:

Nicel araştırma yöntemlerinden betimsel yöntem seçilmiştir. Örneklem yöntemi olarak kolayda örneklem yöntemi seçilmiştir. Örneklemdeki katılımcılar, çalıştıkları firmaların büyüklüğüne, konumuna ve diğer değişkenlere göre dikkatlice seçilmiştir. Örneklem büyüklüğü ana kütle biliniyorken kullanılan formüle göre belirlenmiştir. Formulden yola çıkıldığında ulaşılması gereken örneklem sayısı 384 kişidir. 400 çalışana anket uygulanmıştır. Veri analizine uygun 316 anket değerlendirilmiştir.

Bu çalışmanın verileri, Türkiye genelindeki farklı bölgelerde faaliyet gösteren ayakkabı sektörü firmalarında çalışan personelden anketler aracılığıyla toplanmıştır. Ankette katılımcılardan finansal okuryazarlık düzeylerini ve çalıştıkları firmaların performansını değerlendirmeleri istenmiştir. Anketler İstanbul, Gedikpaşa, İkitelli, Ankara, Konya, Gaziantep ve İzmir'deki ayakkabı sektöründeki firmalarda çalışanlara dağıtılmıştır.

Bu çalışmada ilişkiyi belirlemek için Pearson Korelasyon Katsayısı hesaplanmıştır. Regresyon analizi ile finansal okuryazarlık düzeyinin firma performansını ne kadar açıkladığı incelenmiştir. Farklı gruplar arasındaki farkları belirlemek için bağımsız gruplar t-testi (evli ve bekar çalışanlar), yaş ve deneyim değişkenleri için ise anova testi kullanılmıştır.

Araştırmada kullanılan ölçek Erden (2022) kullandığı ölçekten uyarlanmıştır.

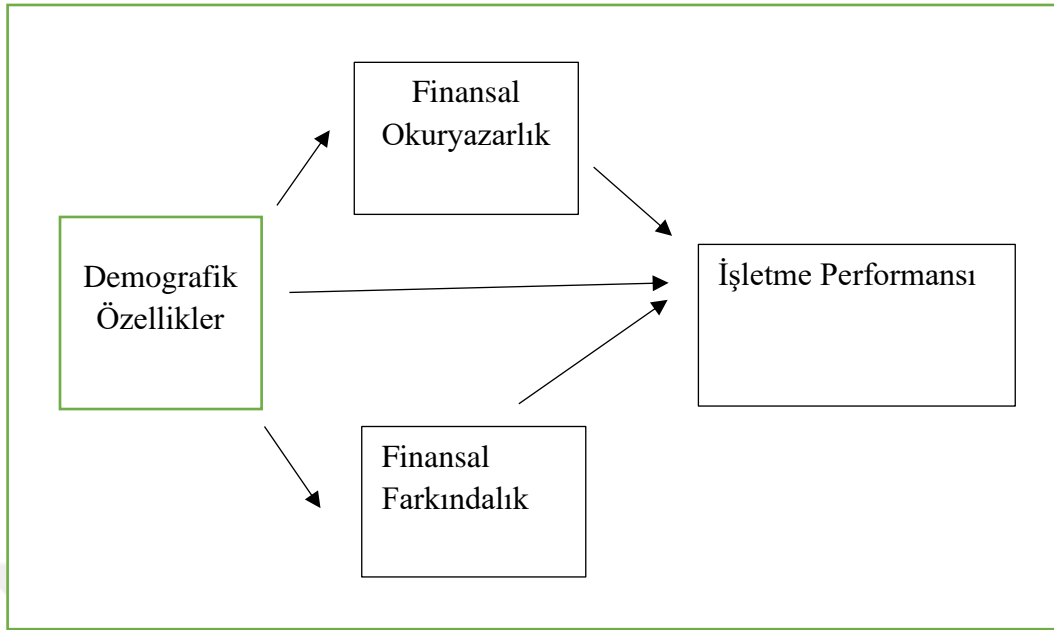
Araştırmanın amacına uygun olarak, araştırma ile ilgili oluşturulan hipotezleri aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır.

H₀: Finansal okuryazarlık, Finansal Farkındalık ve işletme performansı Cinsiyete göre farklılık göstermemektedir.

H₁: Finansal okuryazarlık, Finansal Farkındalık ve işletme performansı Cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

- H₀: Finansal okuryazarlık, Finansal Farkındalık ve işletme performansı Medeni duruma göre farklılık göstermemektedir.
- H₂: Finansal okuryazarlık, Finansal Farkındalık ve işletme performansı Medeni duruma göre farklılık göstermektedir.
- H₀: Finansal okuryazarlık, Finansal Farkındalık ve işletme performansı Yaş'a göre farklılık göstermemektedir.
- H₃: Finansal okuryazarlık, Finansal Farkındalık ve işletme performansı Yaş'a göre farklılık göstermektedir.
- H₀: Finansal okuryazarlık, Finansal Farkındalık ve işletme performansı Eğitim durumuna göre farklılık göstermemektedir.
- H₄: Finansal okuryazarlık, Finansal Farkındalık ve işletme performansı Eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.
- H₀: Finansal okuryazarlık, Finansal Farkındalık ve işletme performansı Aylık gelirlerine göre farklılık göstermemektedir.
- H₅: Finansal okuryazarlık, Finansal Farkındalık ve işletme performansı Aylık gelirlerine göre farklılık göstermektedir.
- H₀: Çalışanların finansal okuryazarlık düzeyi işletmenin performansını etkilememektedir.
- H₆: Çalışanların finansal okuryazarlık düzeyi işletmenin performansını etkilemektedir.
- H₀: Çalışanların finansal farkındalık düzeyi işletmenin performansını etkilememektedir.
- H₇: Çalışanların finansal farkındalık düzeyi işletmenin performansını etkilemektedir.

Tablo 4.1. Araştırmanın Modeli



Modelde sektör çalışanlarının demografik özellikleri ele alınarak finansal okuryazarlık, finansal farkındalık bilgilerinin işletme performansı arasındaki ilişki araştırılacaktır.

4.4 Araştırma Bulguları

4.4.1 Frekans analizleri

Araştırmaya Katılan Katılımcıların Cinsiyet özellikleri Tablo 4.2’de yer almaktadır.

Tablo 4.2 Katılımcıların Cinsiyete göre dağılımları

Cinsiyet	Frekans (sıklık)	Oran (%)
Kadın	45	13,4
Erkek	291	86,6
Toplam	336	100,0

Tablo 4.2 incelendiğinde araştırma 336 Kişiyle gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya Katılan katılımcıların %13.4 ü (45) Kadın, %86.6 (219)’sı Erkeklerden oluşmaktadır.

Araştırmaya katılan katılımcıların yaşlara göre dağılımı Tablo 4.3 de gösterilmiştir.

Tablo 4.3 Katılımcıların yaşlara göre dağılımları

Yaş	Frekans (sıklık)	Oran (%)
18-22	22	6.5
23-25	30	8.9
26-30	77	22.9
31-35	87	25.9
36 ve üzeri	120	35.7
Toplam	336	100

Tablo 4.3'e göre katılımcıların %6.5 (22)'i 18-22 yaş aralığında, %8.9 (30)'u 23-25 yaş aralığında, %22.9 (77)'u 26-30 yaş aralığında, %25.9 (87)'u 31-35 yaş aralığında, %35.7 (120)'si 36 yaş ve üzeri yaş gruplarından oluşmaktadır.

Araştırmaya katılan katılımcıların Medeni durumlarına göre dağılımı Tablo 4.4'de gösterilmiştir.

Tablo 4.4. Katılımcıların medeni durumlarına göre dağılımları

Medeni Durum	Frekans (sıklık)	Oran (%)
Evli	225	67.0
Bekar	211	33.0
Toplam	336	100.0

Tablo 4.4 incelendiğinde Katılımcıların %67 (225)'si Evli, %33 (211)'ü Bekar kişilerden oluşmaktadır.

Araştırmaya katılan katılımcıların çalışma sürelerine göre dağılım Tablo 4.5'te gösterilmiştir.

Tablo 4.5. Katılımcıların çalışma sürelerine göre dağılımları

Çalışma Sürelesi	Frekans (sıklık)	Oran (%)
1 Yıdan az	32	9.5
1-2 Yıl	80	23.8
3-5 Yıl	93	27.7
6-10 Yıl	55	16.4
11-15 Yıl	41	12.2
16 ve Üzeri	35	10.4
Toplam	336	100,0

Tablo 3.5 İncelendiğinde Katılımcıların %9.5(32)'i 1 Yıdan az, %23.8 (80)'i 1-2 Yıl, %27.7 (93)'si 3-5 Yıl, %16.4 (55)'ü 6-10 Yıl, %12.2 (41)'si 11-15 Yıl, %10.4 (35)'ü 16 ve üzeri yıl çalıştıkları görülmüştür.

Araştırmaya katılan katılımcıların Eğitim durumlarına göre dağılımları Tablo 3.6'da gösterilmiştir.

Tablo 4.6. Katılımcıların eğitim durumuna göre dağılımları

Eğitim Durumu	Frekans (sıklık)	Oran (%)
İlk öğretim	23	6.8
Orta okul	38	11.3
Lise	178	53.0
Ön Lisans	61	18.2
Lisans	27	8.0
Lisans Üstü	9	2.7
Toplam	336	100,0

Tablo 4.6 incelendiğinde katılımcıların %6.8 (23)'i ilk öğretim, %11.3 (38)'ü Orta okul, %53.0 (178)'ü Lise, %18.2 (61)'si Ön lisans, %8.0 (27)'i Lisans, %2.7 (9)'si Lisans üstü Eğitim durumuna sahip olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılan katılımcıların aylık gelirlerine göre dağılımları Tablo 4.7'de gösterilmiştir.

Tablo 4.7. Katılımcıların aylık gelirlerine göre dağılımları

Aylık Gelir	Frekans (sıklık)	Oran (%)
11,000 ve Altı	4	1.2
11,001-13,000	43	12.8
13,001-15,000	114	33.9
15,000 ve Üzeri	175	52.1
Toplam	336	100.0

Tablo 3.7 incelendiğinde katılımcıların %1.2 (4)'si 11,000 ve altı, %12.8 (45)'i 11,001-13,000, %33.9 (114)'ü 13,001-15,000, %52.1 (175)'i 15,000 ve üzeri aylık gelire sahip olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılan katılımcıların Bakmakla yükümlü olduğu kişi sayısı dağılımları Tablo 4.8'de gösterilmiştir.

Tablo 4.8. Katılımcıların bakmakla yükümlü olduğu kişi sayısına göre dağılımları

Bakmakla yükümlü olduğu kişi sayısı	Frekans (sıklık)	Oran (%)
1	102	30.4
2	126	37.5
3	60	17.9
4	28	8.3
5 ve Üzeri	20	6.0
Toplam	336	100.0

Tablo 4.8 incelendiğinde katılımcıların %30.4 (102)'ü 1, %37.5 (126)'i 2, %17.9 (60)'i 3, %8.3 (28)'ü 4, %6.0 (20)'sı 5 ve üzeri kişiye bakmakla yükümlü olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılan katılımcıların Yaptıkları Görev dağılımları Tablo 4.9’da gösterilmiştir.

Tablo 4.9. Katılımcıların Yaptıkları Görevlerine göre dağılımları

Görev	Frekans (sıklık)	Oran (%)
Depo Personeli	13	3.9
İşçi	80	23.8
Temizlik	17	5.1
Kalfa	67	19.9
Kesici	5	1.5
Ustabaşı	53	15.8
Modelist	21	6.3
Müdür	18	5.4
Müdür yardımcısı	4	1.2
Muhasebe	17	5.1
Sevkiyat	22	6.5
Öğretmen	5	1.5
Şef	4	1.2
Pazarlama	3	0.9
Satınalma	3	0.9
Üst düzey yönetici	4	1.2
Toplam	336	100.0

Tablo 4.9 incelendiğinde katılımcıların %3.9 (13)’u Depo Personeli, %23.8 (80)’i İşçi, %5.1 (17)’i Temizlik, %19.9 (67)’u Kalfa, %1.5 (5)’i Kesici, %15.8 (53)’i Ustabaşı, %6.3 (21)’ü Modelist, %5.4 (18)’ü Müdür, %1.2 (4)’si Müdür yardımcısı, %5.1 (17)’i Muhasebe, %6.5 (22)’i sevkiyat, %1.5 (5)’i Öğretmen, %1.2 (4)’si Şef, %0.9 (3)’u Pazarlama, %0.9 (3)’u Satınalma, %1.2 (4)’si Üst düzey yönetici olarak görev yaptıkları görülmektedir.

Araştırmaya katılan katılımcıların Çocukluk yıllarında Çalışma dağılımları Tablo 4.10’da incelenmiştir.

Tablo 4.10. Katılımcıların Çocukluk yıllarında çalışmalarına göre dağılımları

Çocukluk yıllarında çalıştınız mı?	Frekans (sıklık)	Oran (%)
Evet	262	78.0
Hayır	74	22.0
Toplam	336	100.0

Tablo 4.10 incelendiğinde katılımcıların %78.0 (262)’inin Evet, %22.0 (74)’sinin Hayır yanıtını verdikleri görülmektedir.

Araştırmaya katılan katılımcıların eğitim hayatlarında finans dersi alıp almadıkları dağılımları Tablo 4.11’de incelenmiştir.

Tablo 4.11. Katılımcıların eğitim hayatlarında finans dersi almalarına göre dağılımları

Eğitim hayatınızda finans dersi aldınız mı?	Frekans (sıklık)	Oran (%)
Evet	85	25.3
Hayır	251	74.7
Toplam	336	100.0

Tablo 4.11 incelendiğinde katılımcıların %25.3 (85)'inin Evet, %74.7 (251)'inin ise Hayır yanıtını verdikleri görülmüştür.

Araştırmaya katılan katılımcıların Finansal gelişmeleri nasıl takip ettiklerine göre dağılımları Tablo 4.12'de incelenmiştir.

Tablo 4.12. Katılımcıların finansal gelişmeleri nasıl takip ettiklerine göre dağılımları

Finansal gelişmeleri nasıl takip edersiniz?	Frekans (sıklık)	Oran (%)
Gazete	6	1.8
Dergi	2	0.6
Kitap	1	0.3
Tv	41	12.2
İnternet	286	85.1
Toplam	336	100.0

Tablo 4.12 incelendiğinde katılımcıların %1.8 (6)'i Gazete, %0.6 (2)'si Dergi, %0.3 (1)'ü Kitap, %12.2 (41)'si TV, %85.1 (286)'i İnternet yanıtını verdikleri görülmüştür.

Araştırmaya katılan katılımcıların Çalışma hayatına başlayıncaya kadar ailemin düzenli geliri vardı cevaplarına göre dağılımları Tablo 4.13'de incelenmiştir.

Tablo 4.13. Katılımcıların Çalışma hayatına başlayıncaya kadar ailemin düzenli geliri vardı sorusuna göre dağılımları

Çalışma hayatına başlayıncaya kadar ailemin düzenli geliri vardı	Frekans (sıklık)	Oran (%)
Evet	50	14.9
Hayır	134	39.9
Kısmen	152	45.2
Toplam	336	100.0

Tablo 4.13 incelendiğinde katılımcıların %14.9 (50)'unun Evet, %39.9 (134)'unun Hayır, %45.2 (152)'sinin ise Kısmen yanıtını verdikleri görülmektedir.

4.4.2 Faktör Analizi

Faktör analizi (AFA); birçok değişkeni, belirli gruplara ayırarak, her bir grubun içindeki değişkenlerin arasındaki ilişkileri maksimum yaparak, gruplar arasındaki ilişkiyi de minimum yaparak, grupları yeni değişkenlere çeviren bir analiz türüdür. KMO değerleri, örneklem yeterliliğini ölçer ve örneklem büyüklüğüyle ilgilenmektedir. (Karagöz, 2019, s. 671-673). Finansal okuryazarlık ve Finansal farkındalık ölçeklerine ilişkin KMO ve Barlett's Testine ait sonuçlar Tablo 4.14'de verilmiştir.

Tablo 4.14. KMO ve Barlett's Testi sonuçları

Ölçekler	KMO	Barlett's Testi
Finansal Okuryazarlık	0.959	0.000
Finansal Farkındalık	0.954	0.000
İşletme Performansı	0.948	0.000

Tablo 4.14'de Görüldüğü üzere KMO Değerlerinin 0.70'den büyük çıkması örneklem büyüklüğünün faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir. Barlett testinin sonucuda $P < 0.05$ olduğundan anlamlıdır.

Çalışmada yer alan Finansal okuryazarlık, finansal farkındalık ve performansa ait faktör yükleri aşağıda Tablo 4.15, 4.16 ve 4.17'de gösterilmiştir.

Tablo 4.15. Finansal Okuryazarlık Ölçek İfadelerine İlişkin Faktör Yükleri ve Açıklanan Varyans Değerleri.

İfadeler	Faktör	Açıklanan toplam varyans
Finansal Okuryazarlık		62.885
FO 01	,774	
FO 02	,661	
FO 03	,746	
FO 04	,738	
FO 05	,641	
FO 06	,699	
FO 07	,684	
FO 08	,594	
FO 09	,636	
FO 10	,742	
FO 11	,698	
FO 12	,696	
FO 13	,703	
FO 14	,640	
FO 15	,692	
FO 16	,649	
FO 17	,726	
FO 18	,782	
FO 19	,739	
FO 20	,653	

Tablo 4.15 [devamı]. Finansal Okuryazarlık Ölçek İfadelerine İlişkin Faktör Yükleri ve Açıklanan Varyans Değerleri.

FO 21	,628	
FO 22	,577	
FO 23	,634	
FO 24	,602	
FO 25	,586	

Tablo 4.16. Finansal Farkındalık Ölçek İfadelerine İlişkin Faktör Yükleri ve Açıklanan Varyans Değerleri.

İfadeler	Faktör	Açıklanan toplam varyans
Finansal Farkındalık		63.094
FF 26	,609	
FF 27	,583	
FF 28	,601	
FF 29	,617	
FF 30	,559	
FF 31	,643	
FF 32	,600	
FF 33	,643	
FF 34	,610	
FF 35	,579	
FF 36	,668	
FF 37	,691	
FF 38	,720	
FF 39	,669	
FF 40	,641	
FF 41	,625	
FF 42	,662	
FF 43	,636	

Tablo 4.17. Performans Ölçek İfadelerine İlişkin Faktör Yükleri ve Açıklanan Varyans Değerleri.

İfadeler	Faktör	Açıklanan toplam varyans
İşletme Performansı		66.843
ışkarart	,707	
pazpaybüy	,726	
sathacart	,669	
malidüş	,490	
müşmemart	,678	
sadart	,726	
çalmemart	,721	
işayorazi	,586	
kurimolmart	,713	

Tablo 4.15, 4.16 ve 4.17 incelendiğinde faktör analizinde ölçeklerin faktör yükleri 0.782 ile 0.559 arasında değiştiği ve faktörlerin toplam varyansları 66.843, 63.094, 62.885'ini açıkladığı görülmektedir. Faktör yükü 0.50'nin altında olan soru olmadığı için ölçeklerde değişiklik yapılmamıştır.

4.4.3 Verilerin Normallik Testi

Tabachnik ve Fidell'in (2013) önerdiği kriterlere göre, çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerlerinin -1.50 ile +1.50 arasında olması durumunda değişkenlerin normal dağılımdan geldiği kabul edilir. Bu değerler, normal dağılıma oldukça yakın olan bir dağılımı ifade eder. Bu ölçüt, verilerin normal dağılıma ne kadar yakın olduğunu değerlendirmek için kullanılır. Eğer incelenen değişkenin çarpıklık ve basıklık değerleri bu aralık içindeyse, normal dağılıma daha yakın olduğu kabul edilir. Tabii ki, başka faktörler de göz önünde bulundurulmalı ve sadece bu değerlere dayanarak bir sonuca varmak doğru olmayabilir. Veri setinin büyüklüğü, dağılımın gerçekten normal olup olmadığına ilişkin diğer testler gibi faktörler de dikkate alınmalıdır. George ve Mallery (2010)'in önerisine göre, normal dağılım için çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerlerinin -2.00 ile +2.00 arasında olması gerektiğini ifade etmişlerdir.

Tablo 4.18. Çarpıklık-Basıklık Tablosu

Ölçekler	Ortalama	Standard Sapma	Çarpıklık	Basıklık
Finansal Okuryazarlık	3.5869	,85459	-1.116	,287
Finansal Farkındalık	3.7650	,87437	-1.066	,178
İşletme Performansı	3.3522	,89877	-,540	-,515

4.4.4 Güvenilirlik Analizi

Tablo 4.19 İncelendiğinde Crobach's Alpha değerinin Finansal okuryazarlık ölçeğini (9 ifade) için ,937, Finansal farkındalık ölçeğini (25 ifade) için ,975 Performans ölçeğini (18 ifade) için ,965 olduğu görülmektedir. Crobach Alpha katsayılarının 0.70 in üzerinde olduğu için yüksek düzeyde bir güvenilirlik kat sayısına sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 4.19. Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi

Ölçekler	N	Crobach's Alpha
Finansal Okuryazarlık	9	,937
Finansal Farkındalık	25	,975
İşletme Performansı	18	,965

Çalışmada kullanılan ölçeklerle katılımcıların demografik özellikleri karşılaştırılmıştır. Karşılaştırma sonuçları aşağıda gösterilmiştir, ölçekler katılımcıların Cinsiyet ve medeni durumlarına göre farklılaşp farklılaşmadığını incelemek için t testi analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları aşağıda gösterilmiştir.

4.4.5 Hipotez analizleri

H₁: Finansal okuryazarlık, Finansal Farkındalık ve işletme performansı Cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

Tablo 4.20. Cinsiyete göre t testi Analizi

	Cinsiyet	n	Ortalama	Std.Sapma	T Değeri	Sig(p)
Finansal Okuryazarlık	Erkek	291	3,6193	,83367	-1,770	,016
	Kadın	45	3,3778	,96334		
Finansal Farkındalık	Erkek	291	3,7932	,85089	-1,506	,022
	Kadın	45	3,5827	1,00480		
İşletme Performansı	Erkek	291	3,3391	,91648	,680	,095
	Kadın	45	3,4370	,77828		

Tablo 4.20 de Cinsiyete göre yapılan t testinde Finansal okuryazarlık sig (p) değeri 0.05 den küçük olduğundan aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır. Finansal farkındalık; sig (p) değeri 0.05 den küçük olduğundan aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır. Performans; ise sig (p) değeri 0.05 den büyük olduğundan aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Tablo 4.21. Medeni durumlarına göre t testi Analizi

	Medeni Durum	n	Ortalama	Std.Sapma	T Değeri	Sig(p)
Finansal Okuryazarlık	Evli	225	3,5898	,85164	,088	,629
	Bekar	111	3,5811	,86439		
Finansal Farkındalık	Evli	225	3,7768	,85089	,350	,194
	Bekar	111	3,7412	,92364		
İşletme Performansı	Evli	225	3,3348	,94663	-,504	,031
	Bekar	111	3,3874	,79587		

H₂: Finansal okuryazarlık, Finansal Farkındalık ve işletme performansı Medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

Tablo 4.21 de medeni durumlara göre yapılan t testinde Finansal okuryazarlık sig (p) değeri 0.05 den büyük olduğundan aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık yoktur. Finansal farkındalık; sig (p) değeri 0.05 den büyük olduğundan aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık yoktur. Performans; ise sig (p) değeri 0.05 den küçük olduğundan aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Çalışmada yer alan ölçeklerin katılımcıların yaşlarına göre farklılaşım farklılaşmadığını incelemek için ANOVA testi yapılmıştır. Test sonuçları aşağıda gösterilmiştir.

Tablo 4.22 Yaş durumlarına göre Anova testi Analizi

Ölçekler	Yaş	Ortalama	Std.Sapma	f Değeri	Sig(p)
Finansal Okuryazarlık	18-22	3,0844	1,05708	4,217	,002
	23-25	3,2119	1,18302		
	26-30	3,6169	,81999		
	31-35	3,7077	,75841		
	36 ve üzeri	3,6661	,75690		
Finansal Farkındalık	18-22	3,2677	,97750	5,391	,000
	23-25	3,2741	,1,21137		
	26-30	3,8276	,82764		
	31-35	3,9285	,79335		
	36 ve üzeri	3,8204	,77590		
İşletme Performansı	18-22	3,5000	,66556	,247	,911
	23-25	3,3667	,78792		
	26-30	3,3045	,84262		
	31-35	3,3831	,92043		
	36 ve üzeri	3,3296	,98594		

H₃: Finansal okuryazarlık, Finansal Farkındalık ve işletme performansı Yaş'a göre farklılık göstermektedir.

Tablo: 4.22 İncelendiğinde katılımcıların Finansal Okuryazarlık algıları yaş durumları incelendiğinde ortalamaları sırasıyla 18-22 (3,0844), 23-25 (3,2119), 26-30 (3,6169), 31-35 (3,7077), 36 ve üzeri (3,6661) dir. ANOVA testi sonuçlarına göre ($f= 4,217$ $p= 0,002$), istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmektedir. Elde edilen farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla post hoc testlerinden oneway lcd testleri uygulanmıştır.

Katılımcıların Finansal farkındalık algıları yaş durumları incelendiğinde ortalamaları sırasıyla 18-22 (3,2677), 23-25 (3,2741), 26-30 (3,8276), 31-35 (3,9285), 36 ve üzeri (3,8204) dir. ANOVA testi sonuçlarına göre ($f= 5,391$ $p= 0,000$), istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmektedir. Elde edilen farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla post hoc testlerinden oneway lcd testleri uygulanmıştır.

Katılımcıların performans algıları yaş durumları incelendiğinde ortalamaları sırasıyla 18-22 (3,5000), 23-25 (3,3667), 26-30 (3,3045), 31-35 (3,3831), 36 ve üzeri (3,3296)'dir. ANOVA testi sonuçlarına göre ($f= 0,247$ $p= 0,911$), istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Elde edilen farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla post hoc testlerinden oneway lcd testleri uygulanmıştır.

Tablo 4.22.1 Çalışma süresine göre Anova testi Analizi

Ölçekler	Çalışma Süresi	Ortalama	Std.Sapma	f Değeri	Sig(p)
Finansal Okuryazarlık	1 yıldan az	3,6049	1,02294	,828	,181
	1-2 yıl	3,4705	,94136		
	3-5 yıl	3,5883	,80361		
	6-10 yıl	3,5442	,79593		
	11-15 yıl	3,6777	,79702		
	16 ve üzeri	3,7939	,76985		
Finansal Farkındalık	1 yıldan az	3,7951	1,00699	1,194	,312
	1-2 yıl	3,6174	,92764		
	3-5 yıl	3,7873	,87161		
	6-10 yıl	3,6818	,81140		
	11-15 yıl	3,9444	,82823		
	16 ve üzeri	,9365	,75277		
İşletme Performansı	1 yıldan az	3,4757	,82582	1,525	,181
	1-2 yıl	3,3000	,87335		
	3-5 yıl	3,3811	,85525		
	6-10 yıl	3,3818	,94008		
	11-15 yıl	3,5366	1,03724		
	16 ve üzeri	3,0190	,85833		

Tablo: 4.22.1 İncelendiğinde katılımcıların Finansal Okuryazarlık algıları çalışma sürelerine göre incelendiğinde ortalamaları sırasıyla 1 yıldan az (3,6049), 1-2 yıl (3,4705), 3-5 yıl (3,5883), 6-10 yıl (3,6818), 11-15 yıl (3,9444), 16 ve üzeri (3,7939) dır. ANOVA testi sonuçlarına göre ($f= ,828$ $p= 0,181$), istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Elde edilen farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla post hoc testlerinden oneway lcd testleri uygulanmıştır.

Katılımcıların Finansal farkındalık algıları çalışma sürelerine göre incelendiğinde ortalamaları sırasıyla 1 yıldan az (3,7951), 1-2 yıl (3,6174), 3-5 yıl (3,7873), 6-10 yıl (3,5442), 11-15 yıl (3,6777), 16 ve üzeri (3,7939) dir. ANOVA testi sonuçlarına göre ($f= 1,194$ $p= 0,312$), istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Elde edilen farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla post hoc testlerinden oneway lcd testleri uygulanmıştır.

Katılımcıların performans algıları çalışma sürelerine göre incelendiğinde ortalamaları sırasıyla 1 yıldan az (3,4757), 1-2 yıl (3,3000), 3-5 yıl (3,3811), 6-10 yıl (3,3818), 11-15 yıl (3,5366), 16 ve üzeri (3,0190) dir. ANOVA testi sonuçlarına göre ($f= 1,525$ $p= 0,181$), istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Elde edilen farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla post hoc testlerinden oneway lcd testleri uygulanmıştır.

Çalışma sürelerine göre yapılan bu ANOVA testinde hiç bir anlamlı sonuç çıkmamıştır.

Tablo 4.23 Eğitim durumuna göre Anova testi Analizi

Ölçekler	Eğitim Durumu	Ortalama	Std.Sapma	f Değeri	Sig(p)
Finansal Okuryazarlık	İlköğretim	3,5248	,95701	1,112	,354
	Ortaokul	3,3985	,99705		
	Lise	3,5702	,90864		
	Ön lisans	3,7283	,70701		
	Lisans	3,7698	,47228		
	Lisansüstü	3,3651	,46490		
Finansal Farkındalık	İlköğretim	3,7826	,92780	1,023	,404
	Ortaokul	3,5102	,97404		
	Lise	3,7625	,91706		
	Ön lisans	3,9144	,76555		
	Lisans	3,8066	,67853		
	Lisansüstü	3,7099	,52025		
İşletme Performansı	İlköğretim	3,1691	1,02487	3,952	,002
	Ortaokul	2,9269	,92468		
	Lise	3,5044	,85449		
	Ön lisans	3,1931	,86802		
	Lisans	3,3086	,93081		
	Lisansüstü	3,8148	,67128		

H₄: Finansal okuryazarlık, Finansal Farkındalık ve işletme performansı Eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.

Tablo: 4.23 İncelendiğinde katılımcıların Finansal Okuryazarlık algıları eğitim durumlarına göre incelendiğinde ortalamaları sırasıyla ilköğretim (3,5248), ortaokul (3,3985), lise (3,5702), ön lisans (3,7283), lisans (3,7698), lisans üstü (3,3651) dır. ANOVA testi sonuçlarına göre ($f= 1,112$ $p= 0,354$), istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Elde edilen farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla post hoc testlerinden oneway lcd testleri uygulanmıştır.

Katılımcıların Finansal farkındalık algıları eğitim durumlarına göre incelendiğinde ortalamaları sırasıyla ilköğretim (3,7826), ortaokul (3,5102), lise (3,7625), ön lisans (3,9144), lisans (3,8066), lisans üstü (3,7099) dir. ANOVA testi sonuçlarına göre ($f= 1,023$ $p= 0,404$), istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Elde edilen farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla post hoc testlerinden oneway lcd testleri uygulanmıştır.

Katılımcıların performans algıları eğitim durumlarına göre incelendiğinde ortalamaları sırasıyla ilköğretim (3,1691), ortaokul (2,9269), lise (3,5044), ön lisans (3,1931), lisans (3,3086), lisans üstü (3,8148) dir. ANOVA testi sonuçlarına göre ($f= 3,952$ $p= 0,002$), istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmektedir. Elde edilen farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla post hoc testlerinden oneway lcd testleri uygulanmıştır.

Tablo 4.24. Aylık gelirine göre Anova testi Analizi

Ölçekler	Aylık Gelir	Ortalama	Std.Sapma	f Değeri	Sig(p)
Finansal Okuryazarlık	11000 ve altı	3,6964	,58139	14,868	,000
	11001-13000	3,0017	,1,01609		
	13001-15000	3,4192	,99831		
	15000 ve üstü	3,8376	,58076		
Finansal Farkındalık	11000 ve altı	3,8194	1,39986	14,152	,000
	11001-13000	3,1421	1,04880		
	13001-15000	3,6277	1,00534		
	15000 ve üstü	4,0063	,59107		
İşletme Performansı	11000 ve altı	4,0278	,38889	,895	,444
	11001-13000	3,4005	,87056		
	13001-15000	3,3060	,88650		
	15000 ve üstü	3,3549	,92024		

H₅: Finansal okuryazarlık, Finansal Farkındalık ve işletme performansı Aylık gelirlerine göre farklılık göstermektedir.

Tablo 4.24 incelendiğinde katılımcıların Finansal Okuryazarlık algıları aylık gelir durumlarına göre incelendiğinde ortalamaları sırasıyla 11000 ve altı (3,6964), 11001-13000 (3,0017), 13001-15000 (3,4192), 15000 ve üstü (3,8376), dır. ANOVA testi sonuçlarına göre ($f= 14,868$ $p= 0,000$), istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır. Elde edilen farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla post hoc testlerinden oneway lcd testleri uygulanmıştır.

Katılımcıların Finansal farkındalık algıları aylık gelir durumlarına göre incelendiğinde ortalamaları sırasıyla 11000 ve altı (3,8194), 11001-13000 (3,1421), 13001-15000 (3,6277), 15000 ve üstü (4,0063) dir. ANOVA testi sonuçlarına göre ($f= 14,152$ $p= 0,000$), istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır. Elde edilen farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla post hoc testlerinden oneway lcd testleri uygulanmıştır.

Katılımcıların performans algıları aylık gelir durumlarına göre incelendiğinde ortalamaları sırasıyla 11000 ve altı (4,0278), 11001-13000 (3,4005), 13001-15000 (3,3060), 15000 ve üstü (3,3549) dir. ANOVA testi sonuçlarına göre ($f= 0,895$ $p= 0,444$), istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Elde edilen farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla post hoc testlerinden oneway lcd testleri uygulanmıştır.

Çalışmanın Regresyon testleri ve sonuçları aşağıdaki gibidir.

Tablo 4.25. Finansal Okuryazarlığın Performans üzerine etkisi (Regresyon Analizi)

	B	Std. Error	Beta	t	p
Sabit	3,444	,212		16,237	,000
Finansal Okuryazarlık	-,026	,058	-,024	-,446	,656
F					,199
R²					,001

Bağımlı Değişken: İşletme Performansı

H₆: Çalışanların finansal okuryazarlık düzeyi işletmenin performansını etkilemektedir.

Tablo 4.25’de yer alan sonuçlara göre bağımsız değişken olan İşletme performansı ölçeğinin Finansal okuryazarlık ölçeği üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olmadığı görülmüştür (F=0,199; p>0,05).

Tablo 4.26. Finansal Farkındalığın Performans üzerine etkisi (Regresyon Analizi)

	B	Std. Error	Beta	t	p
Sabit	3,365	,217		15,479	,000
Finansal Farkındalık	-,003	,056	-,003	-,060	,953
F					,004
R²					,000

Bağımlı Değişken: İşletme Performansı

H₇: Çalışanların finansal farkındalık düzeyi işletmenin performansını etkilemektedir.

Tablo 4.26’da yer alan sonuçlara göre bağımsız değişken olan İşletme performansı ölçeğinin Finansal farkındalık ölçeği üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olmadığı görülmüştür (F=0,004; p>0,05).

Tablo 4.27. Hipotez Sonuçları

Hipotezler	Sonuç
H1: Finansal okuryazarlık, Finansal Farkındalık ve işletme performansı Cinsiyete göre farklılık göstermektedir.	KABUL
H2: Finansal okuryazarlık, Finansal Farkındalık ve işletme performansı Medeni duruma göre farklılık göstermektedir.	RET
H3: Finansal okuryazarlık, Finansal Farkındalık ve işletme performansı Yaş’a göre farklılık göstermektedir.	KABUL
H4: Finansal okuryazarlık, Finansal Farkındalık ve işletme performansı Eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.	RET
H5: Finansal okuryazarlık, Finansal Farkındalık ve işletme performansı Aylık gelirlerine göre farklılık göstermektedir.	KABUL
H6: Çalışanların finansal okuryazarlık düzeyi işletmenin performansını etkilemektedir.	RET
H7: Çalışanların finansal farkındalık düzeyi işletmenin performansını etkilemektedir.	RET

Sonuçlar incelendiğinde, H₁, H₃ ve H₅ hipotezleri Kabul edilmiş, H₂, H₄, H₆ ve H₇ hipotezleri reddedilmiŐtir. Cinsiyet, yaş ve aylık kazanç finansal okuryazarlık düzeyine farklılık gösterirken, medeni durum ve eğitim durumunun finansal okuryazarlığa etkisinin olmadığı görülmüştür.

Sonuç olarak çalışanların finansal okuryazarlık ve finansal farkındalık düzeyi işletme performansını etkilemektedir.



SONUÇ

Bu tez, ayakkabı sektöründe çalışan işçi ve yöneticilerin finansal okuryazarlık düzeylerinin firma performansı üzerine etkisini incelemektedir. Araştırma hem işçi hem de yönetici düzeyindeki çalışanların; finansal okuryazarlık bilgilerinin firmanın genel performansı arasında bir ilişki olup olmadığını belirlemeyi hedeflemektedir. Bu bağlamda, temel araştırma sorusu "Finansal okuryazar çalışanların firma performansına etkisi var mıdır?" şeklinde belirlenmiştir.

Literatür incelendiğinde Ayakkabı sektörüne yönelik finansal okuryazarlık düzeyinin belirlenmesi ile ilgili bir kaynağa rastlanılmamıştır. Yardımcıoğlu ve Yörük (2016) yaptıkları çalışmada, çalışanların finansal farkındalık ile finansal okuryazarlık durumları arasındaki ilişkiyi incelemeye çalışmıştır. Kahramanmaraş'ta 324 çalışan üzerinde gerçekleştirilen anket sonucunda; finansal farkındalık ile finansal okuryazarlık arasında olumlu yönde anlamlı ilişkilerin olduğu saptanmıştır. Yapılan diğer bir çalışmada ise; Er ve Çetintaş (2018) özel bir işletmede çalışan işçilerin finansal okuryazarlık düzeylerini incelemeyi amaçlamıştır. Amaç çerçevesinde hazırlanan anket formu 298 işçiye uygulanmıştır. Araştırma sonucunda; katılımcıların büyük bir çoğunluğunun maaş takibi, fatura ödemeleri gibi sebeplerle internet bankacılığı kullandıkları, yine yoğun bir şekilde kredi kartı kullandıkları anlaşılmıştır. Ancak finansal planlama yapmamaları nedeniyle çoğu zaman kredi kartı ödemelerini düzensiz olarak gerçekleştirmekte veya asgari ödeme ile geçtirdikleri görülmüştür. Ayrıca bir çok katılımcının finansal krizlere karşı nasıl bir davranış ve tutum göstermeleri gerektiği konusunda fikirlerinin olmadığı sonucuna varılmıştır.

Sünbül, Buğan (2021) Çalışmada, girişimcilerin finansal okuryazarlık düzeyleri ile işletme performansları arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Araştırmanın sonuçlarına göre, girişimcilerin finansal okuryazarlık düzeylerinin oldukça yüksek olduğu tespit edilmiş ve bu oran %65,88 gibi anlamlı bir değeri temsil ettiği saptanmıştır. Bu çalışmada da tersi sonuçlar elde edilmiştir.

Üngör (2021), Çalışmasının temel amacı, finansal okuryazarlık ile firma performansı değişkenleri arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda çalışmanın uygulama bölümünde, kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak ulaşılan 120 KOBİ sahibi veya yöneticisine anket yöntemi ile nicel veri toplanmıştır.

Katılımcıların finansal okuryazarlık seviyelerini belirlemek için betimsel analizler kullanılmıştır. Bursa örneklemindeki KOBİ sahipleri ve yöneticilerinin finansal okuryazarlık seviyelerinin oldukça yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bu araştırmada Firma yöneticileri, girişimciler ve çalışanları'da kapsayan sfirmaların tüm bölümlerinde en alt kademedan en üst kademeye kadar geniş bir yelpazede araştırılması amaçlanmış ve anket yapılmıştır (Erden, 2022).

Araştırma, çeşitli ayakkabı üretim ve satış işletmelerinde çalışan, farklı görev ve pozisyonlarda bulunan bireyler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın temel veri toplama aracı olarak bir anket kullanılmış ve bu anketin sonuçları istatistik paket programı aracılığıyla analiz edilmiştir. (Erden, 2022).

Anket sonuçlarının analizi, finansal okuryazarlık düzeyinin, bireylerin finansal kararlarını ve iş anlayışını etkileyebileceğini göstermiştir. Bu durum, firmaların genel performansının yanı sıra, firmaların üretim etkinlikleri, maliyet yönetimleri ve finansal kararlarının genel kalitesi üzerinde sınırlı da olsa bir etki yapmaktadır.

Bu tez, finansal okuryazarlık düzeyinin kısmen yüksek olduğu işçi ve yöneticilerin, ayakkabı sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin genel performansını olumlu bir şekilde etkileyebileceğini göstermektedir. Bu nedenle, finansal okuryazarlık eğitiminin ve gelişiminin, firmaların genel performansını artırmak ve sürdürülebilir büyümeyi teşvik etmek için önemli bir araç olabileceği beklenmektedir.

Finansal okuryazarlık düzeyinin yükseltilmesi de finansal erişimi geliştirmek için önemli bir adımdır. Finansal okuryazarlık eğitimi ve farkındalık programları, bireylerin finansal bilgi ve becerilerini artırarak finansal kararlarını daha bilinçli bir şekilde yönetmelerini sağlar. Bu sayede, bireyler finansal hizmetlere erişim konusunda daha güvende hisseder ve finansal ürünleri daha etkin bir şekilde kullanabilirler.

Türkiye'de finansal erişimi iyileştirmek amacıyla çeşitli kuruluşlar ve devlet destekli programlar da faaliyet göstermektedir. Mikro finans kuruluşları, küçük işletmelere finansal destek sağlayarak finansal kapsayıcılığı artırmayı hedefler. Kredi garantileri ve teşvikler de küçük ve orta ölçekli işletmelerin finansmana erişimini kolaylaştırmayı amaçlar.

Araştırmanın diğer bir konusu olan İşletme performansı, işletmenin belirlenen hedeflere ulaşma derecesini ve başarı düzeyini ifade eder. Finansal ve

operasyonel göstergeler aracılığıyla ölçülür ve değerlendirilir. İyi bir işletme performansı, işletmenin mali sağlığını, operasyonel etkinliğini ve rekabet gücünü yansıtır. İşletme performansının yönetilmesi, stratejik kararlar almak, veri analizi yapmak, sürekli iyileştirme ve inovasyon gerçekleştirmek gibi faktörleri gerektirir. İşletme performansının sürekli olarak izlenmesi ve iyileştirilmesi, işletmenin sürdürülebilirlik, büyüme ve rekabetçilik açısından kritik öneme sahiptir.

Araştırmada istatistik paket Programı kullanılarak analizler yapılmıştır. Eylül -Aralık aylarında 400 adet anket dağıtılarak 336 katılımcıya ulaşılmıştır.

Ankete katılan 336 katılımcıya sorulan demografik sorulara verdikleri cevaplar Frekans analizi yapılmıştır.

KMO ve Barlett's Testi yapılarak KMO Değerlerinin 0.70'den büyük olduğu, örneklem büyüklüğünün faktör analizi için uygun olduğu görülmüştür. Barlett testinin sonucuda $P < 0.05$ olduğundan anlamlıdır. Faktör analizi yapılmış olup Faktör yükü 0.50'nin altında olan soru olmadığı görülerek ölçeklerde değişiklik yapılmamıştır.

Güvenilirlik analizi yapılarak Crobach's Alpha değerinin katsayılarının 0.70 in üzerinde olduğu için yüksek düzeyde bir güvenilirlik kat sayısına sahip olduğu görülmüştür.

Çalışmada katılımcıların demografik özelliklerinin karşılaştırılması için T Testi yapılmıştır. Cinsiyete göre yapılan t testinde Finansal okuryazarlık sig (p) değeri 0.05 den küçük olduğundan aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuş. Finansal farkındalık; sig (p) değeri 0.05 den küçük olduğundan aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuş. Performans; ise sig (p) değeri 0.05 den büyük olduğundan aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Medeni durumlara göre yapılan t testinde ise Finansal okuryazarlık sig (p) değeri 0.05 den büyük olduğundan aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Finansal farkındalık; sig (p) değeri 0.05 den büyük olduğundan aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Performans; ise sig (p) değeri 0.05 den küçük olduğundan aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Çalışmada yer alan ölçeklerin katılımcıların yaşlarına göre farklılaşp farklılaşmadığını incelemek için ANOVA testi yapılmıştır. Buna göre katılımcıların Finansal Okuryazarlık algıları yaş durumları incelendiğinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmektedir. Finansal farkındalık algıları

yaş durumları incelendiğinde ise istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmektedir. Katılımcıların performans algıları yaş durumları incelendiğinde ise istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Katılımcıların Finansal okuryazarlık, Finansal farkındalık ve işletme performansı bilgileri çalışma sürelerine göre incelendiğinde hiç bir anlamlı sonuç elde edilmemiştir.

Katılımcıların Finansal Okuryazarlık algıları eğitim durumlarına göre incelendiğinde, istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Finansal farkındalık algıları eğitim durumlarına göre incelendiğinde, istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Katılımcıların performans algıları eğitim durumlarına göre incelendiğinde ise istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmüştür.

Katılımcıların Finansal Okuryazarlık algıları aylık gelir durumlarına göre incelendiğinde, istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Katılımcıların Finansal farkındalık algıları aylık gelir durumlarına göre incelendiğinde yine istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Katılımcıların performans algıları aylık gelir durumlarına göre incelendiğinde ise istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

Çalışmada yapılan Regresyon Testlerinde sonuçlara göre bağımsız değişken olan İşletme performansı ölçeğinin Finansal okuryazarlık ölçeği üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olmadığı görülmüştür ($F=0,199$; $p>0,05$). Finansal Farkındalığın Performans üzerine etkisi araştırıldığında sonuçlara göre bağımsız değişken olan İşletme performansı ölçeğinin Finansal farkındalık ölçeği üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olmadığı görülmüştür ($F=0,004$; $p>0,05$).

Ayakkabı sektörü genelinde yapılan bu çalışmada Finansal okuryazarlığın işletme performansına istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi bulunmamıştır.

Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre sektörel olarak yapılabilecek öneriler aşağıdaki gibi sıralanabilir,

Sektördeki küçük işletmelerde yabancı uyruklu göçmenlerin ucuz iş gücü olarak görülmesi ve sigortasız istihdam edilen eğitim düzeyi nisbeten daha az olan işçilerin çalıştırılması.

Firmalarda yönetim kadrosunun en az ön lisans düzeyinde eğitimi olan kişilerin çalıştırılıp imalatta eğitim düzeyi ilk öğretim ve lise düzeyinde kaldığından finansal bilgileri olsa dahi bu bilgileri firmada hayata geçirememeleri.

Az sayıda olan büyük ölçekli marka firmaların sayıca daha az olması, küçük işletmelerin yoğun olması nedeniyle yüksek öğrenim almış kişilerin sadece bu büyük firmalarda çalıştıkları sebebiyle işletme performansı etkisinin marka firmalarla sınırlı olması.

Öneriler şu şekilde sıralanabilir,

Firmaların çalışanlarına finansal eğitim almalarının yolunu açarak finansal okuryazar olmalarını desteklemesi.

Finansal bilgiye sahip çalışanların hangi kademede olursa olsun bilgilerini çalıştıkları firmanın yararına kullanmaları.

Ayrıca, çalışanların finansal okuryazarlık düzeyini artırmak için firmaların çeşitli eğitim ve farkındalık programları düzenlemesi önerilecektir. Firmalarda az olan yüksek eğitilmiş kişilerin sayısını arttırarak finansal bilgi sahibi çalışanların arttırılması.

KAYNAKLAR

(Bu tez çalışmasında APA 6 atıf sistemi kullanılmıştır)

- Akçakale, N. (2015). *Sadece Ayakkabı*. Serüven Kitap. 21-48
- Aksu, M. (2008). *Performans ölçümünde dengeli ölçüm kartı tekniğinin kullanımı ve bir dış hekimliği fakültesi'nde uygulama*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Alkaya, A. vd. (2015). *Finansal okuryazarlık-finansal bilgi, davranış ve tutum: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi İİBF öğrencileri üzerine bir uygulama*. 55-78
- Apaydın, F. (2008). Kurumsallaşmanın küçük ve orta ölçekli işletmelerin performansına etkileri. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 4(7), 119-143.
- Ayakkabı Sektör Raporu. (2022). www.ticaret.gov.tr: https://ticaret.gov.tr/data/5b87000813b8761450e18d7b/Ayakkabi_Sektoru.pdf adresinden alındı
- Ayakkabı Sektörü. (2014). <https://www.ttso.org.tr>: <https://www.ttso.org.tr/dosyalar/AYAKKABI-SEKTO%CC%88RU%CC%88-RAPORU.pdf> adresinden alındı
- Aydoğan, E. (2020). Türkiye'de finansal okuryazarlık oranlarının incelenmesi ve finansal okuryazarlığın bütçeleme davranışı üzerine etkileri: İstanbul ili uygulaması. İstanbul Üniversitesi.s. 24-31
- Bankacılık ve Finansal Piyasalar Dergisi, Cilt 7, Sayı 1, 2013, s. 79-101.
- Bashimov, G. (2021). Türkiye Ayakkabı Endüstrisinin İhracat Performansı ve Karşılaştırmalı Üstünlüğü. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 56-71. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/pub/eyad/issue/65425/1009565>
- Başbakanlık, T. C. (2014). Finansal erişim, finansal eğitim, finansal tüketicinin korunması stratejisi ve eylem planları konulu genelge (2014/10). *Resmî Gazete*, 29021(5).
- Bayram, S.S. (2015). *Finansal okuryazarlık ve para yönetimi davranışları: Anadolu Üniversitesi öğrencileri üzerine uygulama*. (Doctoral dissertation, Anadolu University (Turkey)).
- Budak, G. ve Yaralıoğlu, K. (1993). Ayakkabı Sektörünün İhracata Yönlendirilmesi İzmir Ayakkabı Sektörü Prototip Atölye Geliştirme Modeli. İzmir ticaret odası.40-81
- Campofiloni, E. (2022). Economia circolare nel settore calzaturiero. (1) 44-51
- Cole, S. ve Fernando, N. (2008). Assessing the importance of financial literacy. *ADB Finance for the Poor*, 9(2), 1-6.
- Clark, G. L., & Strauss, K. (2008). Individual pension-related risk propensities: the effects of socio-demographic characteristics and a spousal pension entitlement on risk attitudes. *Ageing & Society*, 28(6), 847-874.
- Çelik, N. (2010). *Anadolu'nun geleneksel ayakkabı formlarından günümüz tasarım anlayışına ayakkabı kültürü*. (Yüksek Lisans Tezi). [yy].
- Dağdelen, T. (2017). *Finansal okuryazarlık düzeyinin belirlenmesi ve Aydın ilindeki serbest muhasebeci mali müşavirler üzerine bir uygulama* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dahmen, P., & Rodríguez, E. (2014). Financial literacy and the success of small businesses: An observation from a small business development center. *Numeracy*, 7(1), 3.
- Efil, İ. (2004). *İşletme Yönetimi*. Aktüel Yayınları. S. 38.

- Er, B. ve Çetintaş, M. (2018). İşçilerde finansal okuryazarlık: finansal bilgi, tutum ve davranış eksenli bir araştırma. *Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(2), 61-71.
- Erden, E. (2022). *Perakende Sektörü Çalışanlarının Finansal Okuryazarlık ve Finansal Farkındalık Düzeylerinin Belirlenmesi: Burdur ili örneği*. Burdur: Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi. Yüksek Lisans Tezi. 103-106.
- Ergün, B., Şahin, A. ve Ergin, E. (2014). Finansal Okuryazarlık: İşletme Bölümü Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma. *Journal of International Social Research*, 7(34).
- Ergün, K. (2018). *Üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlığı: Balıkesir Üniversitesi örneği*. Doktora tezi. 67-75
- Eskici, Y. (2014). *Seçilmiş ülke örnekleriyle finansal okuryazarlığın önemi ve tasarruflar üzerindeki etkileri*. (Yüksek Lisans Tezi). Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Fettahoğlu, A. (2014). *Finans Yönetimi*. Umuttepe Yayınları.
- Gökmen, H. (2012). *Finansal Okuryazarlık*. Hiperlink Yayınları. 1. Baskı.
- Göncüoğlu, S.F. (2020). *Geçmişten Günümüze Ayakkabının Tarihi*. TASD.
- Gutnu, M. ve Cihangir, M. (2019). Finansal Okuryazarlık: Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Personeli Üzerinde Bir Araştırma. *The Journal of Academic Social Science*, 10(10), 415-424.
- Güldoğan, A. (2022). *ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemine Sahip Olan İşletmelerde Sürekli İyileştirmenin Üretim Performansı ve İşletme Performansına Etkisi: Konya Organize Sanayi Bölgesinde Bir Araştırma* (Doctoral dissertation, Necmettin Erbakan University (Turkey)
- Güler, E. (2015). Hane halkının finansal okuryazarlık düzeyinin belirlenmesi üzerine bir araştırma: Sakarya ili örneği (Doctoral dissertation, Sakarya Üniversitesi (Turkey).
- GÜLTEKİN, G. (2020), "Kamu Çalışanlarının Finansal Okuryazarlık Düzeylerinin Ölçülmesi: Isparta İli Örneği." *Süleyman Demirel Üniversitesi, Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 13(25), 432-456.
- Güneş, E. (2019). *Bireylerin finansal okuryazarlık düzeyinin belirlenmesi üzerine bir araştırma: Kayseri ve Sivas ili örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Lisansüstü Eğitim Enstitüsü. 52-74
- Habraken, B. (2012). TRIBAL AND ETHNIC FOOTWEAR OF THE WORLD. HOLLAND: LSC COMMUNICATIVE BV. 102-211
- Halis, M. ve Tekinkuş, M. (2003). *Kamuda performans yönetimi, kamu yönetiminde çağdaş yaklaşımlar*. Editörler: Balcı, Nohutcu, Öztürk ve Coşkun). ss. 170-184. Seçkin Yayınları.
- Harvey, A.J. (1982). Footwear materials and process technology. New Zealand Leather and Shoe Research Association. 65-78
- İmre, H.M. (2021). Üretim Süreçleri ve Atık Bakımından Ayakkabı Sektörünün Çevreye Etkisi ve Geri Dönüşüm Uygulamaları. *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(2), 52-61.
- İmre, H.M. (2022). *Ayakkabı Tasarımında Kullanılan Yenilikçi Tekstiller ve Çevreci Yaklaşımla Bir Model Önerisi*. İstanbul Sosyal Bilimler Enstitüsü. 19-24
- Karaman, R. (2009). İşletmelerde performans ölçümünün önemi ve modern bir performans ölçme aracı olarak Balanced Scorecard. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 8(16), 410-427.
- Karagöz, Y. (2019). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Nobel Yayıncılık.

- Karataş, Ç. (2017). *Finansal okuryazarlığın geliştirilmesinde merkez bankalarının rolü ve Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası için bir değerlendirme*. (Uzmanlık Yeterlik Tezi). Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası İletişim ve Dış İlişkiler Genel Müdürlüğü Ankara, Mayıs.
- Kılıncı, İ., Kınır, S. ve Mesci, M. (2010). Türkiye'deki Seyahat Acentalarının Performans Değerlendirmelerinde Etkili Olan Faktörler. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 24(1), 25-42.
- Kıran, F. ve Bozkurt, Ö.Ç. (2019). Finansal okuryazarlık seviyesinin demografik değişkenlere göre incelenmesi: Batı Akdeniz girişimcileri üzerine bir araştırma. *Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 8(2), 68-96.
- Kıran, F., Bozkurt, Ö.Ç. ve Hakan, T. (2018). Finansal okuryazarlık ve girişimcilik niyeti arasındaki ilişki: üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Bucak İşletme Fakültesi Dergisi*, 1(1), 29-51.
- Kocabıyık, T. ve Teker, T. (2018). Finansal Okuryazarlık: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(2), 117-144.
- Kuttruff, J.T., DeHart, S.G., & O'Brien, M.J. (1998). 7500 years of prehistoric footwear from Arnold Research Cave, Missouri. *Science*, 281(5373), 72-75.
- Küçükerman, Ö. (1988). *Geleneksel Türk Dericilik Sanayiği ve Beykoz Fabrikası*. İSTANBUL: Sümerbank yayınları. 12-87
- Lumpkin, G.T. ve Dess, G.G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of management Review*, 21(1), 135-172.
- Lusardi, A. (2008). *Financial literacy: an essential tool for informed consumer choice?* (No. w14084). National Bureau of Economic Research.
- Mercan, N., Emine, O., Altınay, A. ve Aksanyar, Y. (2012). Ekonomi Okur Yazarlığına Yönelik Ampirik Bir Araştırma. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 4(2), 109-118.
- Miller, R. (1976). *Manual of Shoemaking*. Printed by Clarks LTD.
- Müftüoğlu, B.G. (2005). *Fason Ekonomisi: Gedikpaşa'da Ayakkabı Üretimi*. Bağlam Yayıncılık.
- Neslihan, O. ve Nazik, M.H. (2014). Öğretmenler İçin Bireysel Finans Alanında Finansal Tutum Ölçeğinin Geliştirilmesi (FTÖ): Geçerlik ve Güvenilirlik Çalışması. *Vocational Education*, 9(4), 90-99.
- Nunoo, J., & Andoh, F. K. (2011). Sustaining small and medium enterprises through financial service utilization: does financial literacy matter?
- Nyamboga, T. O., Nyamweya, B. O., Abdi, A. M., Njeru, F., & George, G. E. (2014). An assessment of financial literacy on loan repayment by small and medium entrepreneurs in Ngara, Nairobi County. *Research Journal of Finance and Accounting*, 5(12), 181-192.
- Onur, N. ve Nazik, M.H. (2014). Öğretmenler İçin Bireysel Finans Alanında Finansal Tutum Ölçeğinin Geliştirilmesi (FTÖ): Geçerlik ve Güvenilirlik Çalışması. Özet. *E-Journal of New World Sciences Academy*, 54.
- Özdemir, A. ve Temizel, F. (2018). Üniversite Öğrencilerinin İleri Finansal Okuryazarlık Düzeylerinin İncelenmesi, Anadolu Üniversitesi Örneği. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(2), 430-448.
- Özdemir, F.S. (2011). Finansal raporlama sistemlerinin bilginin ihtiyaca uygunluğu açısından değerlendirilmesi: İMKB şirketlerinde finansal başarısızlık tahminleri yönüyle bir uygulama.

- Öztürk, E. ve Demir, Y. (2015). Finansal okuryazarlık ve para yönetimi: Süleyman Demirel Üniversitesi akademik personel üzerine bir uygulama. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (68), 113-134.
- Sabri, Mohamad Fazli ve Maurice MacDonald (2010). Savings Behavior and Financial Problems Among College Students: The Role of Financial Literacy in Malaysia. *Cross-Cultural Communication*, 6(3), 103-110.
- Sabuncuoğlu, Z. (2013). *Uygulamalı İnsan Kaynakları Yönetimi*. Beta Yayınları.
- Sarıgül, H. (2014). "A Survey of Financial Literacy Among University Students", *The Journal of Accounting and Finance*, S. 64, s.207-224.
- Sektör Analizi. (2022). <https://www.aymakop.com>: <https://www.aymakop.com/sector-analizi/> adresinden alındı
- Seyfioğlu, İ. (2022). Seçilmiş ayakkabı İmalathanelerinin iş sağlığı ve güvenliği açısından Değerlendirilmesi. Adana.
- Seyfioğlu, İ. ve Kadem, F.D. (2022). Bir Ayakkabı İşletmesinin Fine-Kinney Yöntemi ile Risk Değerlendirmesi. *Çukurova Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Dergisi*, 37(4), 925-936.
- Somçağ, H. (2021). Cezaevleri İş Yurtlarında Ayakkabı Üretimi. *Uygulamalı Sosyal Bilimler ve Güzel Sanatlar Dergisi*, 3(7), 211-232.
- Sünbül, V. ve Buğan, M.F. (2021). Girişimcilerin Finansal Okuryazarlık Düzeylerinin İşletme Performansları Üzerindeki Etkisi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 17(1), 181-205.
- Sürenkök, R. (1993). Ayakkabı Öğreniyorum. İzmir. (2) 6-23
- Sürenkök, R. (2005). *Ayakkabı Bilgileri*. İzmir. (4) 1-44
- Thornton, J. (1955). *Textbook of Footwear Materials*. London: The National Trade Press LTD.
- Üngör, A. (2021). *Küçük ve orta ölçekli işletmelerin finansal okuryazarlık ile firma performansı arasındaki ilişki: Bursa üzerine bir saha çalışması*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Bursa: Uludağ Üniversitesi.
- Vass, L., Molnár, M., Valerius, G., Bell, A., Moran, T. ve Pearce, M. (1999). *Handmade shoes for men* (p. 216). Könnemann.
- Wise, S. (2013). The impact of financial literacy on new venture survival. *International Journal of Business and Management*, 8(23), 30.
- Xu, L. ve 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, (6107).
- Yardımcıoğlu, M. ve Yörük, A. (2016). Türkiye'deki finansal okuryazarlığın ve finansal farkındalığın durumu. *Journal of Accounting and Taxation Studies*, 9(2), 173-207
- Yavuz, Ç. (2010). İşletmelerde inovasyon-performans ilişkisinin incelenmesine dönük bir çalışma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*.
- Yılmaz, V. ve Tuncay, M. (2012). Finansal Liberalizasyonun Tasarruf ve Yatırım Üzerine Etkisi: Türkiye Örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 26(3-4), 345-363.
- Yorulmaz, R. (2013). Construction of a regional financial inclusion index in Turkey. *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar Dergisi*, 7(1), 79-101.

- Yücel, K.O. (2021). Finansal Okuryazarlık ve Okuryazarlık Düzeylerinin Ölçülmesi Üzerine Kırıkkale İlinde Bir Araştırma. Yüksek lisans tezi. Kırıkkale sosyal bilimler enstitüsü. 33-59
- Yücel, S. ve Çiftçi, N. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeylerinin Bazı Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi. *İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 143-161.
- Zerenler, M. (2005). Performans Ölçüm Sistemleri Tasarımı ve Üretim Sistemlerinin Performansının Ölçümüne Yönelik Bir Araştırma. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1-36.
- Zirek, S. ve Özcömert, M. (2003). *Ayakkabı Sektör Araştırması*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayın, (15).



EKLER

Sayın Katılımcı,

Bu anket formu, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Bankacılık ve Finans Tezli Yüksek Lisans Programında hazırlanmakta olan “Çalışanların finansal okuryazarlık düzeyinin firma performansı üzerine etkisi: Ayakkabı sektörü üzerine bir uygulama”

Başlıklı Yüksek lisans tezine yönelik bir çalışmadır. Anket sorularına vermiş olduğunuz cevaplar tamamen akademik ve bilimsel amaçlara yönelik kullanılacak olup, vermiş olduğunuz cevaplar kesinlikle gizli tutulacaktır. Kesinlikle isim belirtmeyiniz. Vereceğiniz samimi cevaplarla çalışmamıza katkıda bulunacağınız için şimdiden teşekkür eder saygılarımızı sunarız.

Ahmet ÇETİNKAYA
Yüksek Lisans Öğrencisi

S. No.	Aşağıdaki çalışmada bazı ifadeler verilmiştir. Her ifadenin karşısındaki rakamlar; 5=Kesinlikle Katılıyorum. 4=Katılıyorum. 3= Ne katılmıyorum Ne katılıyorum. 2=Katılmıyorum. 1=Kesinlikle katılmıyorum. İfadelerini belirtmektedir. Size en uygun olan kutucuğu işaretleyerek düşüncenizi belirtiniz.	5	4	3	2	1
1. FO	Bankamatik veya kredi kartımın kaybolması ya da çalınması durumunda ne yapacağımı bilirim.	5	4	3	2	1
2. FO	Kredi kartı kullanırken gelirime göre harcama yaparım.	5	4	3	2	1
3. FO	Kullandığım veya kullanacağım kredinin vade yapısında aylık ödeme durumumu dikkate alırım.	5	4	3	2	1
4. FO	Almış olduğum kredi tutarını kredinin amacına uygun olarak kullanırım.	5	4	3	2	1
5. FO	Kredi borcumu erken kapattığımda ödenecek tutarda avantaj sağlar.	5	4	3	2	1
6. FO	Bir bankada kötü bir kredi sicilim varsa başka bir bankaya kredi talebi yaptığımda bunun görüleceğini ve dikkate alınacağını bilirim.	5	4	3	2	1
7. FO	Bankaya gitmeden de kredi notumu öğrenebilirim.	5	4	3	2	1
8. FO	Finansal bir hizmet alırken o hizmete yönelik bütün şart ve sözleşmeleri okurum.	5	4	3	2	1
9. FO	Sözleşme öncesi bilgi formunu mutlaka okurum.	5	4	3	2	1
10. FO	İnternet bankacılığıyla ne tür işlemler yapabileceğimi bilirim.	5	4	3	2	1
11. FO	İnternet bankacılığı kullanmanın ne tür avantajlar sağladığını bilirim.	5	4	3	2	1

12. FO	Virman, Havale, EFT gibi para transfer türleri arasındaki farkı bilirim.	5	4	3	2	1
13. FO	IBAN numarasının ne olduğunu bilirim.	5	4	3	2	1
14. FO	Bir bankamatik kartı üzerinde yazan numaralardan hangilerinin şube kodu hangilerinin müşteri ve hesap numarası olduğunu ayırt edebilirim.	5	4	3	2	1
15. FO	Faiz oranında meydana gelen değişimlerin etkisini yorumlayabilirim.	5	4	3	2	1
16. FO	Döviz fiyatlarındaki artış veya azalışların etkisini yorumlayabilirim.	5	4	3	2	1
17. FO	Altın, döviz ve petrol fiyatlarındaki değişmelerin sebeplerini yorumlayabilirim.	5	4	3	2	1
18. FO	Sigorta yaptıracağım zaman ne tür sorular sormam gerektiğini bilirim.	5	4	3	2	1
19. FO	Yaptırdığım sigorta poliçemin hangi teminatları kapsadığını bilirim.	5	4	3	2	1
20. FO	Sigorta yaptırmanın iyi bir yatırım olduğuna inanırım.	5	4	3	2	1
21. FO	Kredi kullanırken hayat sigortası yaptırmanın beni, olası bir yaşam kaybı durumunda kullandığım kredinin finansal yükünden kurtarır.	5	4	3	2	1
22. FO	Gelecekte oluşabilecek riskler veya planlanmamış harcamalar için yatırım yapmam gerekir.	5	4	3	2	1
23. FO	Bireysel emeklilik sisteminin sağladığı avantajları bilirim.	5	4	3	2	1
24. FO	Ekonomi ve finans haberlerini takip ederim.	5	4	3	2	1
25. FO	Finans konularında eğitim almayı isterim.	5	4	3	2	1
26. FF	Harcamalarımda zorunlu ihtiyaçlarıma öncelik veririm.	5	4	3	2	1
27. FF	Kredi kartına taksit uygulaması harcamalarımı artırır.	5	4	3	2	1
28. FF	Promosyon veya indirimler alışverişlerde kredi kartı kullanımımı artırır.	5	4	3	2	1
29. FF	Geliri artırmanın yolu parayı akıllıca kullanmaktır.	5	4	3	2	1
30. FF	Satın alınan ürünlerin fatura, fiş ve garanti belgelerini saklarım.	5	4	3	2	1
31. FF	Alışverişte kredi kartı kullanmak kolaylık sağlar.	5	4	3	2	1
32. FF	Kredi kartının maksimum limitine ulaşmaması gerekir.	5	4	3	2	1
33. FF	Kredi kartı borcunun tamamı ödenmelidir.	5	4	3	2	1
34. FF	Yüksek miktardaki harcamalar (ev, araba almak gibi) için borçlanabilir.	5	4	3	2	1
35. FF	Borcum varken yeni bir borca girmek kötü bir durumdur.	5	4	3	2	1
36. FF	Beklenmedik durumlar için kenara para koyulması gerekir.	5	4	3	2	1
37. FF	Düzenli olarak tasarruf yapılmalıdır.	5	4	3	2	1
38. FF	Yatırımların nereye yapılacağı konusunda aile üyelerinin fikrini alırım.	5	4	3	2	1
39. FF	Gayrimenkule (ev, arsa, dükkân vs.) yapılan yatırım güvenlidir.	5	4	3	2	1
40. FF	Sigorta, maddi ve manevi zararlara karşı güvence sağlar.	5	4	3	2	1
41. FF	Sigorta yaptırmak can ve mala gelebilecek zararları azaltır.	5	4	3	2	1
42. FF	Sigortasız bir araca binmek risklidir.	5	4	3	2	1
43. FF	Para ile ilgili bilmediğim konuları öğrenmek isterim.	5	4	3	2	1

KİŞİSEL BİLGİ FORMU:

1: Cinsiyet: Kadın (..) Erkek (..)

2: Yaş: 18-22 (..) 23-25 (..) 26-30 (..) 31-35 (..) 36 ve Üzeri (..)

3: Medeni Durum: Evli (..) Bekar (..)

4: Bu firmada çalışma süreniz: 1 yıldan az (..) 1-2 yıl (..) 3-5 yıl (..) 6-10 yıl (..) 11-15 yıl (..) 16+ yıl (..)

5: Eğitim durumunuz: İlkokul (..) Ortaokul (..) Lise (..) Ön Lisans (..) Lisans (..) Lisans üstü (..)

6: Aylık Geliriniz: 11000 ve altı (..) 11001-13000 (..) 13001-15000 (..) 15000+ (..)

7: Bakmakla yükümlü olduğunuz kişi sayısı: 1 (..) 2 (..) 3 (..) 4 (..) 5+ (..)

8: Göreviniz.....?

9: Çocukluk yıllarınızda çalıştınız mı? Evet (..) Hayır (..)

10: Eğitim Hayatınız Süresinde Finans, Ekonomi vb. Ders aldınız mı?

11: Ekonomik ve Finansal gelişmeleri nereden takip edersiniz?

Gazete (..) Dergi (..) Kitap (..) Televizyon (..) İnternet (..)

12: Çalışma hayatına başlayıncaya kadar ailemin düzenli bir işi / geliri yoktu.

Evet (..) Hayır (..) Kısmen (..)