

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

TÜRK BANKACILIK SEKTÖRÜNDE İNOVATİF SERMAYE VE
BİR ALAN ARAŞTIRMASI

DOKTORA TEZİ

TUFAN KUŞ

BALIKESİR, 2021

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

**TÜRK BANKACILIK SEKTÖRÜNDE İNOVATİF SERMAYE VE
BİR ALAN ARAŞTIRMASI**

DOKTORA TEZİ

TUFAN KUŞ

TEZ DANIŞMANI

PROF. DR. ŞAKİR SAKARYA

BALIKESİR, 2021

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TEZ ONAYI

Enstitümüz İşletme Anabilim Dalı'nda 201212508008 numaralı Tufan KUŞ'un hazırladığı “**Türk Bankacılık Sektöründe İnovatif Sermaye ve Bir Alan Araştırması**” konulu DOKTORA tezi ile ilgili TEZ SAVUNMA SINAVI Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliği Uyarınca 27/10/2021 tarihinde yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda tezin onayına OY BİRLİĞİ / OY ÇOKLUĞU ile karar verilmiştir.

Başkan/Danışman: Prof.Dr.Şakir SAKARYA

İmza

Üye: Doç.Dr.Sinan AYTEKİN

İmza

Üye: Doç.Dr.Suat KARA

İmza

Üye: Doç.Dr.Nida ABDİOĞLU

İmza

Üye: Dr.Öğr.Üyesi Nevzat ÇALIŞ

İmza

27/10/2021

Enstitü Müdürü

Prof.Dr.Kenan Ziya TAŞ

ETİK BEYAN

Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler 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 ve ortaya çıkan sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

27/10/2021

Tufan KUŞ

ÖNSÖZ

Bankacılık, finansal sektörün şüphesiz en önemli parçasıdır. Rekabetin yoğun olduğu bankacılık sektöründe inovatif sermaye ve unsurlarına önem vermek neredeyse zorunluluk haline gelmiştir. Çünkü bankaların inovatif çözümleri onlara rekabet avantajı sağlamaktadır. Literatürde inovatif sermayenin iki ana unsuru olan inovasyon ve entelektüel sermaye ile bankacılık sektörünü bir araya getiren çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmada ise diğerlerinden farklı olarak inovasyon ve entelektüel sermaye kavramlarının birlikte ele alındığı inovatif sermaye başlığı ile bankaların finansal performansı arasındaki ilişki ortaya konulmuştur.

Doktora eğitimim ve özellikle tez yazım süreci boyunca değerli fikirlerini ve deneyimini benimle paylaşan, bu yolda bana ışık tutan çok değerli hocam Prof.Dr.Şakir SAKARYA'ya; bu sürecin başında yanımda olan ve tez konumu belirlememde büyük pay sahibi olan kıymetli hocam Prof.Dr.Hasan ABDİOĞLU'na; yüksek lisans eğitimimden bu yana tüm çalışmalarımda bana destek olan ve kolaylık sağlayan hocam Prof.Dr.Hasan Aydın OKUYAN'a; jüri üyesi hocalarım Doç. Dr. Sinan AYTEKİN ve Doç.Dr.Suat KARA'ya; tez çalışmam boyunca bana sürekli destek olan ve her konuda fikir veren çok değerli arkadaşım Öğretim Görevlisi Ahmet Doğukan SARIYALÇINKAYA'ya; beni yetiştiren büyüten anneme ve babama; doktora sürecimin en başından beri beni her konuda destekleyen, yanımda olan değerli eşime çok teşekkür ederim.

BALIKESİR,2021

TUFAN KUŞ

ÖZET

TÜRK BANKACILIK SEKTÖRÜNDE İNOVATİF SERMAYE VE BİR ALAN ARAŞTIRMASI

KUŞ, Tufan

Doktora, İşletme Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Şakir SAKARYA

2021, 124 Sayfa

Bankacılık sektörü bilginin ve teknolojinin yoğun olarak kullanıldığı sektörlerin başında gelmektedir. İnovatif sermaye, hem bilgiyi hem de teknolojiyi merkezine alan yenilik odaklı bir kavramdır. Bankaların sürdürülebilir finansal performans artışı için inovatif sermaye son derece önemlidir. Bu çalışmanın amacı bankaların inovatif sermaye unsurlarına verdikleri önem ile finansal performansları arasındaki ilişkinin ölçülmesidir. Bu kapsamda BİST’te işlem gören 8 adet mevduat bankasının 2005-2019 yılları arasındaki yılsonu faaliyet raporları kullanılmıştır. Öncelikle bankaların inovatif sermaye unsurlarına verdikleri önem analiz edilmiştir. Bu analizler inovatif sermaye unsurları kullanılarak, bir nitel araştırma yöntemi olan içerik analizi ile yapılmıştır. İnovatif sermaye unsurları ile oluşturulan bir kodlama sistemi yardımıyla ilgili bankaların yılsonu faaliyet raporları kodlanmış ve sonrasında elde edilmiş analizler raporlanmıştır. Bankaların finansal performanslarını gösteren öz sermaye karlılığı, aktif karlılığı, piyasa değeri/defter değeri ve fiyat kazanç oranı rasyoları ile inovatif sermaye unsurlarından elde edilen veriler korelasyon analizine tabi tutulmuştur. Yapılan analizler sonucunda bankaların inovatif sermayenin iki ana unsuru olan entelektüel sermaye ve inovasyon kavramlarına verdiği önem ile finansal performansları arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bankacılık, İnovatif Sermaye, Finansal Performans, İçerik Analizi.

ABSTRACT

INNOVATIVE CAPITAL IN TURKISH BANKING SECTOR AND A FIELD RESEARCH

KUŞ, Tufan

PhD Thesis, Department of Business Administration,

Advisor: Prof. Dr. Şakir SAKARYA

2021, 124 pages

The banking sector is one of the sectors where knowledge and technology are used extensively. Innovative capital is an innovation-oriented concept that puts both knowledge and technology at its center. Innovative capital is extremely important for the sustainable financial performance of banks. The aim of this study is to measure the relationship between the importance banks attach to innovative capital elements and their financial performance. In this context, 8 deposit banks', which traded on BIST, year-end activity reports between 2005-2019, were used. First of all, the importance given by banks to innovative capital elements was analyzed. These analyzes were carried out with the content analysis, which is a qualitative research method, using innovative capital elements. With the help of a coding system created with innovative capital elements, the year-end activity reports of the relevant banks were coded and the analyzes obtained afterwards were reported. The data obtained from the ratios of return on equity, return on assets, market value / book value and price earnings ratio showing the financial performance of banks and the data obtained from innovative capital elements were subjected to correlation analysis. As a result of the analysis, it has been determined that there is no significant relationship between the importance that banks attach to the two main elements of innovative capital, the concepts of intellectual capital and innovation, and their financial performance.

Keywords: Banking, Innovative Capital, Financial Performance, Content Analysis.



Feyza, Güneş ve Nefes'e...

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER.....	vii
ÇİZELGELER LİSTESİ.....	xii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xiv
RESİMLER LİSTESİ	xv
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xvi
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Problem	2
1.2. Amaç	3
1.3. Önem.....	3
1.4. Varsayımlar	3
1.5. Sınırlılıklar	4
1.6. Tanımlar	4
1.6.1. Bankacılık.....	4
1.6.2. Entelektüel Sermaye.....	5
1.6.3. İnovasyon	5
1.6.4. İnovatif Sermaye	5
2. İLGİLİ ALANYAZIN.....	6
2.1. Kuramsal Çerçeve	6
2.1.1. Türk Bankacılık Sektörünün Genel Görünümü.....	6

2.1.1.1. Türk Bankacılık Sektörünün Gelişimi	6
2.1.1.2. Türk Bankacılık Sektöründe Banka Türleri	8
2.1.1.3. Türk Bankacılık Sektörünün Mevcut Görünümü.....	9
2.1.1.4. Bankacılık Hizmetleri	12
2.1.1.4.1. Bankacılık Hizmet Türleri	12
2.1.1.4.2. Bankacılık Hizmetlerinin Özellikleri.....	14
2.1.1.4.3. Bankacılık Hizmetlerinin İşlev ve Önemi.....	14
2.1.2. Bankacılık Sektöründe İnovatif Sermaye.....	15
2.1.2.1. İnovatif Sermaye Kavramı	15
2.1.2.2. İnovatif Sermayenin Tanımı	16
2.1.2.3. İnovatif Sermayenin Unsurları	17
2.1.2.3.1. İnovasyon Kavramı	18
2.1.2.3.1.1. İnovasyonun İçeriği	19
2.1.2.3.1.2. İnovasyon Türleri.....	21
2.1.2.3.1.2.1. Ürün İnovasyonu	21
2.1.2.3.1.2.2. Süreç İnovasyonu	22
2.1.2.3.1.2.3. Pazarlama İnovasyonu.....	23
2.1.2.3.1.2.4. Organizasyonel İnovasyon	24
2.1.2.3.1.3. İnovasyonun Getirdiği Değişim ve Strateji	26
2.1.2.3.1.4. İnovasyonun İşletmeler İçin Önemi ve Sağladığı Avantajlar.....	26
2.1.2.3.1.4.1. Rekabet Avantajı	27
2.1.2.3.1.4.2. Ürün ve Hizmetlerde Farklılık.....	28
2.1.2.3.1.4.3. Artan Müşteri Memnuniyeti	28
2.1.2.3.1.5. İnovasyonun Maliyetleri	28
2.1.2.3.1.6. İnovasyonun Yönetimi.....	29

2.1.2.3.1.7. İnovasyonun Kaynakları	31
2.1.2.3.1.7.1. Beklenmeyenler	31
2.1.2.3.1.7.2. Uyumsuzluklar.....	32
2.1.2.3.1.7.3. Sürece Bağlı İnovasyon	32
2.1.2.3.1.7.4. Sektör Yapısındaki Değişiklikler.....	32
2.1.2.3.1.7.5. Demografik Değişiklikler	33
2.1.2.3.1.7.6. Algısal Değişimler	33
2.1.2.3.1.7.7. Yeni Bilgi	33
2.1.2.3.2. Entelektüel Sermaye Kavramı	34
2.1.2.3.2.1. Entelektüel Sermayenin Tanımı, Bileşenleri ve Tarihsel Gelişimi.....	34
2.1.2.3.2.2. Entelektüel Sermayenin Önemi	38
2.1.2.3.2.3. Entelektüel Sermayenin Unsurları	40
2.1.2.3.2.3.1. İnsan Sermayesi	43
2.1.2.3.2.3.2. Yapısal Sermaye	45
2.1.2.3.2.3.3. Müşteri Sermayesi	46
2.1.2.4. Finansal İnovasyon.....	48
2.1.2.4.1. Finansal İnovasyon Tanımı.....	48
2.1.2.4.2. Finansal İnovasyonun Belirleyicileri	49
2.1.2.4.2.1. Sınırsız Finans Hareketi.....	50
2.1.2.4.2.2. Sermaye Akışlarındaki Serbestleştirme	50
2.1.2.4.2.3. Deregülasyon ve Artan Rekabet	50
2.1.2.4.2.4. Teknolojik İlerleme.....	51
2.1.2.4.3. Finansal İnovasyonun Tuzakları	51
2.1.2.4.4. Finansal İnovasyonun Faydaları	52
2.1.2.4.5. Finansal İnovasyonun Önemli Nitelikleri.....	53

2.1.2.5. İnovatif Sermaye Unsurlarının Bankacılık Sektöründeki Yeri .	54
2.1.2.5.1. Bankacılık Sektöründe İnovasyonun Önemi	54
2.1.2.5.2. Finansal Yenilik	55
2.1.2.5.3. Finansal Küreselleşme ve Bankacılık	56
2.1.2.5.4. Bankacılık Sektöründe İnovasyon Unsurları	57
2.1.2.5.4.1. Ürün İnovasyonu.....	57
2.1.2.5.4.2. Hizmet İnovasyonu	58
2.1.2.5.4.2.1. Yeni Bir Hizmet Sunmak	58
2.1.2.5.4.2.2. Hizmet Sunumunda Farklılık Yaratılması	58
2.1.2.5.4.3. Süreç İnovasyonu.....	59
2.1.2.5.5. Bankacılık Sektöründe Entelektüel Sermayenin Önemi.....	59
2.1.2.5.1. Bankacılık Sektörü için İnovatif Sermaye	61
2.1.2.5.2. İnovatif Bankacılık Ürünleri	61
2.1.2.5.2.1. ATM Bankacılığı ve Self Servis Bankacılık.....	62
2.1.2.5.2.2. Mobil Ödeme Sistemleri.....	63
2.1.2.5.2.3. Satış Noktası Terminalleri (POS/Sanal POS).....	63
2.1.2.5.2.4. Banka Kartları, Kredi Kartları ve Sanal Kartlar	64
2.1.2.5.2.5. Elektronik Bankacılık	64
2.1.2.5.2.6. Açık Bankacılık ve Uygulama Programlama Arayüzü (Application Programming Interface)	65
2.1.2.5.2.7. Robotik Danışman	66
2.1.2.5.2.8. Çevrimiçi Bankalar (Şubesiz Bankacılık).....	67
2.1.2.6. İnovatif Sermaye İle İlgili Yapılmış Çalışmalar	67
2.1.3. Bankacılık Sektöründe Finansal Performansın Ölçülmesi.....	70
2.1.3.1. Aktif Karlılığı.....	70
2.1.3.2. Öz Sermaye Karlılığı.....	71

2.1.3.3. Piyasa Değeri/Defter Değeri	71
2.1.3.4. Fiyat/Kazanç Oranı	71
3. YÖNTEM.....	73
3.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezler	73
3.1.1. İçerik Analizi.....	73
3.2. Araştırmanın Evreni	76
3.3. Veri Toplama Süreci	76
3.4. Verilerin Analizi.....	76
4. BULGULARVE YORUMLAR.....	79
4.1. Araştırmanın Sonuçları	79
4.2. AKBANK.....	79
4.3. GARANTİ BANKASI.....	82
4.4. HALK BANKASI.....	85
4.5. İŞ BANKASI	88
4.6. QNB FİNANSBANK	91
4.7. ŞEKERBANK.....	94
4.8. VAKIFBANK	96
4.9. YAPI KREDİ BANKASI	99
4.10. Araştırmaya Dahil Bankalar Konsolide	102
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	107
5.1. Sonuç.....	107
5.2. Öneriler	109
KAYNAKÇA	111

ÇİZELGELER LİSTESİ

Çizelge 1: Banka Sayısı	9
Çizelge 2: Çalışan Sayısı (Bin Kişi)	10
Çizelge 3 : Banka Sektör Payları (2020, yüzde).....	11
Çizelge 4 : Seçilmiş Bilanço Kalemleri	11
Çizelge 5 : Literatürde Yer Alan Bazı İnovatif Sermaye Tanımları.....	16
Çizelge 6: İnovatif Sermaye Unsurları	17
Çizelge 7 : İnovasyon Türleri	20
Çizelge 8 : Araştırmacılara Göre Entelektüel Sermaye Unsurları Özet Tablosu	42
Çizelge 9 : Müşteri Sermayesi Unsurları.....	47
Çizelge 10: Araştırmanın Modeli	75
Çizelge 11: Araştırmanın Evreni (Alfabetik Olarak).....	76
Çizelge 12: Akbank Kod İlişkileri Tablosu	80
Çizelge 13: Akbank Kod İlişkileri Korelasyonu Tablosu.....	81
Çizelge 14: Akbank İnovatif Sermaye ile Finansal Performans Korelasyonu	82
Çizelge 15: Garanti Bankası Kod İlişkileri Tablosu.....	83
Çizelge 16: Garanti Bankası Kod İlişkileri Korelasyonu Tablosu	84
Çizelge 17: Garanti Bankası İnovatif Sermaye ile Finansal Performans Korelasyonu	85
Çizelge 18: Halkbank Kod İlişkileri Tablosu	86
Çizelge 19: Halkbank Kod İlişkileri Korelasyonu Tablosu.....	87
Çizelge 20: Halkbank İnovatif Sermaye ile Finansal Performans Korelasyonu	88
Çizelge 21: İş Bankası Kod İlişkileri Tablosu.....	89
Çizelge 22: İş Bankası Kod İlişkileri Korelasyonu Tablosu	90
Çizelge 23: İş Bankası İnovatif Sermaye ile Finansal Performans Korelasyonu	91

Çizelge 24: Qnb Finansbank Kod İlişkileri Tablosu	92
Çizelge 25: Qnb Finansbank Kod İlişkileri Korelasyonu Tablosu	93
Çizelge 26: Qnb Finansbank İnovatif Sermaye ile Finansal Performans Korelasyonu	93
Çizelge 27: Şekerbank Kod İlişkileri Tablosu	95
Çizelge 28: Şekerbank Kod İlişkileri Korelasyonu Tablosu	95
Çizelge 29: Şekerbank İnovatif Sermaye ile Finansal Performans Korelasyonu	96
Çizelge 30: Vakıfbank Kod İlişkileri Tablosu	97
Çizelge 31: Vakıfbank Kod İlişkileri Korelasyonu Tablosu	98
Çizelge 32: Vakıfbank İnovatif Sermaye ile Finansal Performans Korelasyonu	99
Çizelge 33: Yapı Kredi Bankası Kod İlişkileri Tablosu	100
Çizelge 34: Yapı Kredi Bankası Kod İlişkileri Korelasyonu Tablosu	101
Çizelge 35: Yapı Kredi Bankası İnovatif Sermaye ile Finansal Performans Korelasyonu	102
Çizelge 36: Bankalar Kod İlişkileri Tablosu	103
Çizelge 37: Bankalar Kod İlişkileri Korelasyonu Tablosu	104
Çizelge 38: Bankaların İnovatif Sermaye ve Finansal Performans İlişkisi	105

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: İnovasyonun Genel Tanımı ve İktisadi Birimler Açısından Önemi.....	19
Şekil 2: Süreç İnovasyonun Aşamaları.....	22
Şekil 3: Organizasyonel İnovasyon Sınıflandırması	25
Şekil 4: Thomas Stewart'ın Entelektüel Sermaye Modeli.....	35
Şekil 5: Brooking'in Entelektüel Sermaye Yapısı.....	36
Şekil 6: Edvinsson'ın Entelektüel Sermaye Yapısı	37
Şekil 7: Entelektüel Sermaye Unsurları.....	41

RESİMLER LİSTESİ

Resim 1: Araştırmada Kullanılan Kod Sistemi	74
Resim 2: KodlamaAdetleri	78
Resim 3: Akbank Faaliyet Raporlarının Kod Frekansları	79
Resim 4: Garanti Bankası Faaliyet Raporlarının Kod Frekansları	82
Resim 5: Halk Bankası Faaliyet Raporlarının Kod Frekansları	86
Resim 6: İş Bankası Faaliyet Raporlarının Kod Frekansları	88
Resim 7: Qnb Finansbank Faaliyet Raporlarının Kod Frekansları	91
Resim 8: Şekerbank Faaliyet Raporlarının Kod Frekansları	94
Resim 9: Vakıfbank Faaliyet Raporlarının Kod Frekansları	96
Resim 10: Yapı Kredi Bankası Faaliyet Raporlarının Kod Frekansları	100
Resim 11: Bankaların Faaliyet Raporlarının Kod Frekansları	103

KISALTMALAR LİSTESİ

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
ADK	: Alternatif Dağıtım Kanalları
API	: Uygulama Programlama Ara yüzü
ATM	: Otomatik Para Çekme Makinası
BDDK	: Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu
BİST	: Borsa İstanbul A.Ş.
EBTN	: Avrupa Bankaları Eğitim Ağı
EC	: Avrupa Komisyonu
EFT	: Elektronik Fon Transferi
F/K	: Fiyat / Kazanç
GYSH	: Gayrisafi Yurt İçi Hâsıla
IAS	: Uluslararası Muhasebe Standartları
İK	: İnsan Kaynakları
MÜSİAD	: Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği
NFC	: Yakın Alan İletişimi
OECD	: Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
OTC	: Tezgahüstü
PD/DD	: Piyasa Değeri / Defter Değeri
POS	: Satış Noktaları Terminali
ROA	: Aktif Karlılığı
ROE	: Öz Sermaye Karlılığı
SMS	: Kısa Mesaj Servisi
TBB	: Türkiye Bankalar Birliği

TCMB	: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası
TL	: Türk Lirası
TMMOB	: Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği
TMSF	: Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu
UFRS	: Uluslararası Finansal Raporlama Standartları
VIP	: Çok önemli insan
VPOS	: Sanal Ödeme Noktası
YKB	: Yapı Kredi Bankası



1. GİRİŞ

Günümüzde teknolojik gelişmelerdeki hızlı artış, verimlilik ve karlılığın önemli etkileriyle birçok sektörde köklü değişikliklere neden olmuş ve yeni iş modelleri ortaya çıkarmıştır (Özel, Şahin ve Göral, 2017). Bu yenilikler ağırlıklı olarak dijitalleşme ve küreselleşme kavramlarının sonucudur. Bilgi teknolojisi bu yeniliklerde kritik bir role sahiptir (Akbulut, 2019). İnovasyon kavramı da son yıllarda rekabet için önemli hale gelen bir kavramdır. İşletmelerin ekonomik faaliyetlerinin devamlılığını sağlayan pek çok unsurun temelini inovasyon meydana getirmektedir. Pazar payını arttırmak isteyen firmalar yoğun rekabet içinde faaliyetlerini devam ettirirken inovatif düşünce önemli hale gelmekte ve bu alana olan ilgi gün geçtikçe artmaktadır (Arıkan, 2015). Bahsedilen bu gerçeklerden hareketle, dijitalleşmenin tetiklediği finansal inovasyonun rolü verimliliğin artması için çok önemlidir (Yıldırım, 2020).

Bankacılık, bu teknolojik gelişmelerin ve bunun sonucunda ortaya çıkan finansal inovasyonların faydalarından en çok yararlanan sektörlerin başında gelmektedir (Yıldırım, 2020). Bankaların yönettiği inovatif süreçler neticesinde ortaya çıkan ürünler ve hizmetler ile bu ürün ve hizmetlerin sunum şekilleri kurumlara büyük rekabet avantajı sağlamaktadır. Bu şekilde bankalar hem işletme yaşam sürelerini uzatmakta hem de faaliyet karlarında artış sağlamaktadırlar (Gürler, 2009). Bu bağlamda bankacılıkta teknolojik ve finansal yenilikler ekonomik büyümenin altında yatan faktörler arasındadır. Bir başka deyişle, finansal aracı olarak finans faktörlerinin teknolojik gelişmelerle sağlanan etkinliği, finansal sistemin genel etkinliğinin önemli bir göstergesidir. Etkili bir finansal sistem için anahtar bir kavram olan finansal inovasyonlar, bankaları daha verimli ve teknoloji yoğun bir iş modeline dönüştürerek ekonomik kalkınmaya katkıda bulunur (Akhavain, Frame ve White, 2005).

Çalışmanın amacı inovatif sermaye kavramını açıklayarak, bu kavramı ortaya çıkararak iki önemli unsur olan inovasyon ve entelektüel sermayenin bankalar için önemini vurgulamak ve bankaların finansal performansına olan etkilerini ortaya koymaktır. Bu amaçla yapılan çalışma beş bölüme ayrılmıştır. Birinci bölüm, giriş ile birlikte araştırmanın problemi, amacı, önemi, varsayımları, sınırlılıkları ve

çalışmayla ilgili temel kavramların tanımlarından oluşmaktadır. İkinci bölüm çalışma ile ilişkili alan yazından oluşmaktadır. Bu bölümde Türkiye’de bankacılık sektörü ve gelişimi, inovatif sermaye, inovasyon, finansal inovasyon ve entelektüel sermaye kavramları açıklanarak bu kavramların bankacılık sektörü için önemi vurgulanmıştır. Üçüncü bölümde inovatif sermaye ve bankacılık sektörünün finansal performansı arasındaki ilişki ile ilgili yapılan araştırmanın yöntemi ve süreci açıklanmıştır. Dördüncü bölümde de araştırmadan elde edilen veriler ve ortaya çıkan bulgular açıklanmıştır. Çalışmanın beşinci ve son bölümünde ise araştırmanın bulguları ve analiz sonuçları yorumlanarak Türk Bankacılık sektörüne ve bu alanda çalışma yapmak isteyen araştırmacılara önerilerde bulunulmuştur.

1.1. Problem

Bankacılık sektörü üzerine günümüze kadar yapılan birçok çalışmada, inovatif ürün ve hizmetlerin işletme risklerini azalttığı, müşteri memnuniyetini artırdığı, performans ve karlılığı da olumlu etkilediği ortaya konulmuştur.

İnovasyonun temel kaynağının bilgi olduğunu ve bilginin zenginliğinin ise tamamen işletmenin sahip olduğu entelektüel sermayeden meydana geldiğini biliyoruz.

Hem entelektüel sermayenin yoğun olduğu hem de gelişen teknoloji ile inovatif ürün ve hizmetlerin her geçen gün daha da önem kazandığı bankacılık sektöründe daha önce bu iki unsuru bir araya getirerek inovatif sermaye başlığı altında inceleyen bir çalışma olmadığı tespit edilmiştir.

İnovatif sermaye unsurlarını benimsemek bankaların performanslarını artırır. Bu durum da bankalara rekabet avantajı sağlar. Çalışmanın alan yazınında Türk bankacılık sektörü ile inovatif sermayeyi oluşturan unsurlar detaylı olarak açıklanmıştır. Bu bağlamda araştırmanın problemi inovatif sermaye ile Türk bankacılık sektöründe faaliyet gösteren halka açık bankaların finansal performansları arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmaktır.

1.2. Amaç

Literatürde bankacılık sektörü ile inovatif sermaye kavramını bir arada inceleyen çalışmalar sınırlı sayıdadır. İnovatif sermaye ile bankaların finansal performansına etkisini inceleyen çalışmalar da hem ulusal hem de uluslararası alanda oldukça az sayıdadır. Bu çalışmanın amacı Türk bankacılık sektörünün finansal performansı ile inovatif sermaye unsurları arasındaki ilişkiyi araştırmaktır. Bu amaç için çalışmada aşağıdaki sorulara cevap aranacaktır;

1. İnovatif sermayeyi meydana getiren unsurlar nelerdir?
2. Türk bankacılık sektörü inovatif sermaye unsurlarına ne kadar önem vermektedir?
3. İnovatif sermaye ile bankaların finansal performansları arasında ilişki var mıdır?

1.3. Önem

Halka açık olan bankaların yaptıkları açıklamalar ve hazırladıkları yılsonu faaliyet raporları yalnızca ilgili bankaları değil birçok çıkar grubunu da ilgilendirmektedir. Bu nedenle de yılsonu faaliyet raporları kapsamlı bir şekilde hazırlanmaktadır. Araştırma, BİST'te işlem gören bankaların 2005-2019 yılları arasındaki faaliyet raporlarında inovatif sermaye unsurlarına ne kadar önem verdiklerini ortaya koymaları açısından önemlidir. Bu durum bankaların performansı açısından da büyük önem taşımaktadır.

1.4. Varsayımlar

Araştırmanın varsayımları aşağıdaki gibidir;

- Araştırmada kullanılan kodlama sisteminin konu ile ilgili sonuçları ortaya çıkarmak için yeterli olduğu varsayılmaktadır.
- Araştırmacının çalışmaya konu bankaların faaliyet raporlarında ilgili kodlamaları yaparken çalışmaya yeteri kadar vakit ayırarak, doğru, dürüst ve objektif olduğu varsayılmaktadır.

- Araştırma için kullanılan yöntemin araştırmanın amacına uygun olduğu varsayılmaktadır.

- İnovatif sermaye kavramının bu çalışmada açıklanan unsurlar dışında da unsurları olduğu ancak bankacılık sektörü için bu unsurların yeterli olduğu ve araştırılmak istenen konuyu doğru yansıttığı varsayılmıştır.

1.5. Sınırlılıklar

Araştırmanın sınırlılıkları aşağıdaki gibidir;

- Bu araştırmanın ilgili alan yazını ulaşılabilen kaynaklar ile sınırlıdır.

- Araştırmada BİST’de işlem gören 8 mevduat bankası yer almaktadır. Araştırmaya konu olan bankalar sektördeki toplam banka sayısının %17’sini oluşturmaktadır. Ancak 2020 yılı yılsonu aktif toplamına göre sektörün %64’ünü temsil etmektedir. Katılım bankaları ile yatırım ve kalkınma bankaları çalışmaya dâhil edilmemiştir. Çünkü hem ürün çeşitliliği hem de ürün yapıları mevduat bankalarından farklıdır.

- Araştırmada anket yöntemi de kullanılması düşünölmüş ancak gerek banka üst yönetimlerinin izin verme durumu gerekse bankacılık sektöründeki yoğun mesai nedeni ile banka çalışanlarının ankete istenilen düzeyde zaman ayırarak objektif cevap verememe ihtimali düşünölerek içerik analizi yöntemine başvurulmuştur.

- Analiz dönemi 2005-2019 yılları ile sınırlıdır.

1.6. Tanımlar

1.6.1. Bankacılık

Bankacılık, finans sektöründe önemli bir yere sahip olan bankaların yaptığı iş ve işlemleri ifade etmektedir (Ege, Karakozak ve Topaloğlu, 2015). Banka kavramına ilişkin pek çok tanım yapılmakta olup; basitçe tanımlamak istersek, banka gerçek ve tüzel kişilerden fon fazlası olanlar ile fon ihtiyacı olanları bir araya getiren işletmedir (Kuş, 2018).

1.6.2. Entelektüel Sermaye

Entelektüel sermaye bir firmanın amacına ulaşma çabasına değer katan maddi olmayan duran varlıkların toplamıdır. Bu duran varlıklar firmanın sahip olduğu toplam yetenekleri, bilgisi, kültürü, stratejisi, süreci, değer veya rekabet avantajı yaratan fikri mülkiyet ve ilişkisel ağlarının toplamından meydana gelir (Embiale, 2015).

1.6.3. İnovasyon

İnovasyon, rekabetin yoğun olduğu günümüz ekonomik ortamında devamlılık sağlayabilmek için, firmaların ürünlerini, hizmetlerini ve üretim yöntemlerini sürekli değiştirip yeniledikleri süreçtir (Elçi, 2006). İnovasyon üretkenlikte yeni bir boyut oluşturan değişimdir (Drucker, 2014).

1.6.4. İnovatif Sermaye

İnovatif sermaye, bir şirketin piyasaya yeni ürün ve hizmetler sunmak ve bunları tanıtmak için kullanılan fikri mülkiyet ve diğer maddi olmayan duran varlıklar ile yenilikçi yeteneklerinin toplamıdır (Edvinsson ve Malone, 1997).

2. İLGİLİ ALANYAZIN

2.1. Kuramsal Çerçeve

Bu bölümde çalışmanın alan yazınına yer verilmiştir. Toplam üç bölümde ele alınan kuramsal kısımda ilk olarak Türk bankacılık sektörü ile ilgili genel bilgiler bulunmaktadır. İkinci bölümde bankacılık sektöründe inovatif sermaye kavramı açıklanmakta olup; üçüncü ve son bölümde ise bankacılık sektöründe finansal performansın ölçülmesi ile ilgili kavramlar yer almaktadır.

2.1.1. Türk Bankacılık Sektörünün Genel Görünümü

2.1.1.1. Türk Bankacılık Sektörünün Gelişimi

Türk bankacılık sisteminin 1856 yılında kurulan Osmanlı Bankası ile başladığı kabul edilmektedir (Akgüç, 1987). 1908 yılında ikinci Meşrutiyet'in ilan edilmesi ve milliyetçi eğilimlerin artması ile 1856-1923 yılları arasında kurulan bankalarda milli sermayenin ve çoğunluğunu yerel ve tek şubelerin oluşturduğu bankaların kuruluş süreci başlamıştır. Ulusal bankacılık hareketinin ortaya çıkmasının temel nedeni, ülke içinde biriken sermayeyi yabancı ve azınlık bankalarından kurtarmak ve bu sermayeyi ulusal ticareti geliştirmek için kullanmak olmuştur (Coşkun vd., 2012).

1863 yılında, çiftçilere uygun koşullarda tarımsal kredi vermek amacıyla Devlet Fonları kurulmuştur. Fonlardan toplanan kaynakların kullanımına ilişkin şüpheler üzerine 1888 yılında ilk devlet bankası olarak Ziraat Bankası kurulmuştur. 1923 yılında Cumhuriyetin ilanı ile birlikte ulusal bankacılığın geliştirilmesi için çok çalışma yapılmıştır. Bu dönemde Türkiye İş Bankası(1924), Türkiye Sanayi Bankası(1925) ve Emlak Bankası(1927) kurulmuştur. Sonrasında 1930 yılında da T.C. Merkez Bankası'nın kurulmuştur (Keskin vd. 2008).

1945-1959 döneminde devletçiliğin yerini özel sektör desteği ile ekonomik kalkınmayı hızlandırma politikasına almış ve bu dönemde çoğu özel sermayeye ait 31 yeni banka kurulmuştur (Dündar, 2006). 1945-1959 yılları arasında yatırımlar,

modern işletmeler, milli gelirin ve nüfusun hızlı büyümesi, şehirlerin büyümesi, sanayi sektörünün milli gelirden daha fazla pay alması ve pazara yönelik üretimin genişlemesi ile özel bankacılık ivme kazanmıştır. Yapı Kredi Bankası (1944), Garanti Bankası (1946), Akbank (1948), Pamukbank (1955) ve Türkiye Sınai Kalkınma Bankası (1950) bu dönemde kurulmuştur (Kazgan, 1997).

1960'lı yıllarda beşi kalkınma, ikisi ticari olmak üzere toplam yedi yeni banka kurulmuştur. Bu dönemde kurulan kalkınma bankaları, T.C. Turizm Bankası (1962), Sanayi Yatırım ve Kredi Bankası (1963), Devlet Yatırım Bankası (1964), Türk Maden Bankası (1968), Devlet Sanayi ve İşçi Yatırım Bankası (1976) ve Arap-Türk Bankası (1977)'dir (Keskin vd., 2008).

1970'li yıllarda önemli bir döviz darboğazı yaşanmış, bu darboğazın üstesinden gelmek için dış borçlar önemli ölçüde artmış ve bunun sonucunda dönüştürülebilir mevduatlar ve benzeri önlemler alınmıştır (TBB, 1990).

1985 yılında 3182 sayılı Bankacılık Kanunu yürürlüğe girmiş; uluslararası denetim ve gözetim sistemi ile uluslararası bankacılık standartları sistemi getirilmiş, mevduat sigorta fonu kurulmuş ve daha gerçekçi provizyonlar yapılmıştır. 1989'da döviz işlemleri ve sermaye hareketleri serbest bırakılmış ve 1990 yılında TL'nin konvertibilitesi ilan edilmiştir. Yabancıların Türkiye'de yatırım yapmalarına, TL ve döviz mevduat açmalarına izin verilmiştir. 1992 yılında elektronik fon transfer sistemi faaliyete geçmiştir (Keskin, 1993).

1995 sonrası ekonomide yaşanan hızlı toparlanma, tüm sektörlerde olduğu gibi bankacılık sisteminin de büyümesini olumlu etkilemiştir. Yüksek reel faiz oranları, TL cinsinden yatırım araçlarını cazip hale getirmiş ve para ikamesi yavaşlamıştır. Bankacılık sektöründeki vadesiz mevduatın ve vadeli mevduatın çoğu, günlük ve çok yüksek faizli repoya yöneliktir (Parasız, 2000).

Türk bankacılık sektörü 2000'li yıllara geldiğinde tarihinin en büyük mali krizini yaşamış, sektörün yeniden yapılanması ve bankaların mali sorunlarının çözümü kaçınılmaz hale gelmiştir. Krizin aşılmasına yönelik yeniden yapılanma ve düzenleme kapsamında Bankacılık Kanununda köklü değişiklikler yapılmış, bankaların faaliyetlerinin düzenlenmesi ve denetlenmesi çerçevesinde yeni bir yaklaşım getirilmiştir (Özdemir, 2010).

Bankacılık faaliyetlerini düzenlemek ve denetlemek adına 2005 yılında Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) kurulmuştur. Mevcut durumda Türk bankacılık sektörü ve tüm bankacılık faaliyetleri 5411 sayılı Bankacılık Kanunu dâhilinde ve BDDK kriterleri doğrultusunda sürdürülmeye devam etmektedir (TBB, 2017).

2.1.1.2. Türk Bankacılık Sektöründe Banka Türleri

Türk Bankacılık Sektöründe bankalar kalkınma ve yatırım bankası, mevduat bankası ve katılım bankası olarak üç ana başlıkta izlenmektedir.

Literatürde mevduat bankası, “bir yıla kadar kısa vadeli işlemlerle topladıkları fonları, genellikle büyük şirket ve kuruluşlardan oluşan müşterilerinin üretim ve ticaret faaliyetlerini finanse etmek amacıyla kullanan bankalar” şeklinde tanımlanmaktadır (Özata, 2010).

Kalkınma bankaları ise bölgesel düzeyde faaliyet göstererek ülkenin geri kalmış kesimlerindeki yatırımcıları desteklemeye öncelik veren bankalar olarak tanımlanmaktadır. Bu bankaların mevduat kabul etme yetkisi bulunmamakta olup, daha çok girişimcilere uzun vadeli kredileri verirken uluslararası finansal kuruluşlardan, hükümet fonlarından borçlanarak ve tahvil ihraç ederek sermaye piyasasının gelişimine katkı sağlarlar (Toprak ve Coşkun, 2012). Yatırım Bankaları ise tahvil ihraç ederek ve/veya yurtiçi-yurtdışı finansal kurumlardan sağladıkları kredileri, sanayi şirketlerinin uzun vadeli yatırımlarını finanse ederek yatırım desteği sunan bankalardır (Sayım, 2013).

Mevduat bankaları finansal piyasalar ve bankacılık sisteminde en çok kullanılan bankacılık türü olarak nitelendirilmektedir. Türkiye’deki mevduat bankacılığı özünde klasik bankacılık anlayışını temsil etmektedir. Ayrıca ekonomideki mevduatı, finansal piyasalarda değişik faaliyet alanlarına kredi ve iştirak aracı olarak sunan bankalara mevduat bankaları denilmektedir (Akbulak, Kavaklı ve Tokmak, 2004).

Katılım Bankaları ise gerek ülkemizde gerekse de dünyada İslam dininin faizi yasaklaması nedeniyle bu yönde hassasiyetleri olan ve mevduatlarını atıl bir şekilde ellerinde bulunduran bireylerin mevduatlarını ülke ekonomisine kazandırması ve

birikim sahibi bireylerin mevduatlarını güvenli bir şekilde saklamaları amacı ile geliştirilmiş önemli bir bankacılık sistemi olarak nitelendirilmektedir (Özuluçan ve Deran, 2009).

2.1.1.3. Türk Bankacılık Sektörünün Mevcut Görünümü

Türkiye’de Mayıs 2021 itibariyle toplam 54 adet banka faaliyet göstermektedir. Bu bankaların 34 adedi mevduat bankası, 14 adedi ise kalkınma ve yatırım bankalarıdır. Mevduat bankalarından 3’ü kamu sermayeli, 9’u ise özel sermayeli bankadır. Ayrıca Türkiye’de faaliyet gösteren 6 adet de katılım bankası bulunmaktadır.

Çizelge 1: Banka Sayısı

Banka Grupları	2018	2019	2020
Mevduat Bankaları	34	34	34
Kamu Sermayeli	3	3	3
Özel Sermayeli	9	9	9
Yabancı Sermayeli	20	21	21
TMSF Devir	1	1	1
Kalkınma ve Yatırım Bankaları	13	13	14
Katılım Bankaları	5	6	6
Toplam	52	53	54

Kaynak: TBB ve BDDK,2020.

Yurtdışında yerleşik kişi ve/veya kurumların yüzde 51 ve daha fazla oranda paya sahip oldukları yabancı sermayeli mevduat bankalarının sayısı 21’dir. Kalkınma ve yatırım bankalarının 3’ü kamu sermayeli, 7’si özel sermayeli ve 4’ü yabancı sermayeli bankadır (BDDK, 2020). Çizelge 1’de Türk bankacılık sektöründeki bankaların son 3 yıldaki sayısal görünümü yer almaktadır.

Sektörde toplam çalışan sayısı 203 bin kişi olup; çalışanların yüzde 89’u mevduat bankalarında, yüzde 2,5’i kalkınma ve yatırım bankalarında görev yapmaktadır. Katılım bankalarında çalışanlar sektörün yüzde %8,5’i oranındadır.

Bankacılık sektöründe çalışanların yüzde 30'u kamu sermayeli mevduat bankalarında, yüzde 33'ü özel sermayeli mevduat bankalarında ve yüzde 26'sı yabancı sermayeli bankalarda çalışmaktadır. Sektörde kadın çalışanların oranı yüzde 51'dir. Toplam şube sayısı 11.191'dir. 100.000 kişiye düşen çalışan sayısı 242, şube sayısı ise 13,4'tür (BDDK, 2020). Çizelge 2'de Türk bankacılık sektöründe son iki yıldaki çalışan sayısı ve değişimi yer almaktadır.

Çizelge 2: Çalışan Sayısı (Bin Kişi)

Banka Grupları	2019	2020	Değişim
Mevduat Bankaları	183	181	-2
Kamu Sermayeli	60	62	2
Özel Sermayeli	69	67	-2
Yabancı Sermayeli	54	52	-2
TMSF Devir	0,3	0,2	0
Kalkınma ve Yatırım Bankaları	5	5	0
Katılım Bankaları	16	17	1
Toplam	205	203	-2

Kaynak: TBB ve BDDK,2020.

Mevduat bankalarının toplam aktiflerinin sektör içindeki payı yüzde 87, kalkınma ve yatırım bankalarının payı yüzde 7, katılım bankalarının payı ise yüzde 6 olmuştur. Kamu sermayeli mevduat bankalarının payı yüzde 34, özel sermayeli mevduat bankalarının payı yüzde 31, yabancı sermayeli mevduat bankalarının payı ise yüzde 22'dir. Toplam kredilerde ise mevduat bankalarının payı yüzde 87, kalkınma ve yatırım bankalarının payı yüzde 8, katılım bankalarının payı ise yüzde 5 olmuştur. Kredilerde de en yüksek pay yüzde 36 ile kamu sermayeli mevduat bankalarına aittir (BDDK, 2020). Çizelge 3'te Türk bankacılık sektöründeki bankaların sektör payları yer almaktadır.

Çizelge 3 : Banka Sektör Payları (2020, yüzde)

Banka Grupları	Aktifler	Krediler	Mevduat
Mevduat Bankaları	87	87	92
Kamu Sermayeli	34	36	37
Özel Sermayeli	31	30	32
Yabancı Sermayeli	22	21	23
Kalkınma ve Yatırım Bankaları	7	8	0
Katılım Bankaları	6	5	8
Sektör Toplamı	100	100	100

Kaynak: BDDK,2020.

Toplam aktifler TL bazında 6,1 trilyon TL iken dolar bazında ise 823 milyar dolardır. Aktif toplamının yüzde 59'u kredilerden, yüzde 15'i likit aktiflerden oluşmaktadır. Menkul değerlerin payı ise yüzde 17 düzeyindedir. İştirak ve sabit kıymetlerin payı da yüzde 3'tür. Kaynakların da yüzde 57'si mevduat, yüzde 24'ü mevduat dışı kaynaklardan oluşmaktadır. Öz kaynakların payı yüzde 10, diğer pasiflerin payı ise yüzde 9 düzeyindedir (BDDK, 2020). Çizelge 4'te Türk bankacılık sektörünün seçilmiş bazı bilanço kalemlerinin toplam aktif ve pasif içerisindeki yüzdeleri verilmiştir.

Çizelge 4 : Seçilmiş Bilanço Kalemleri

	Milyar TL (2020)	Milyar USD (2020)	TL Yüzde Değ. (2019'a göre)	Yüzde Pay	
				2019	2020
Likit Aktifler	897	121	39	14	15
Finansal Varlıklar	1.023	138	55	15	17
Krediler	3.577	482	35	59	59
Aktifler	6.108	823	58	100	100
Mevduat	3.455	466	35	57	57
Mevduat Dışı	1.473	199	48	22	24
Öz kaynaklar	601	81	22	11	10
Pasifler	6.108	823	36	100	100

Kaynak: BDDK,2020.

Öz kaynakların toplamı 601 milyar TL olup; öz kaynakların 125 milyar TL'si ödenmiş sermaye, 272 milyar TL'si rezervlerden ve kalanı değerlendirme fonlarından oluşmaktadır. Öz kaynaklar sektörde toplam aktiflerin yüzde 10'unu finanse etmekte iken serbest öz kaynakların toplam aktiflere oranı ise yüzde 7,9 düzeyindedir (BDDK, 2020).

Sermaye yeterliliği standart rasyosu yüzde 18,8 düzeyindedir. Sermaye yeterliliği oranı mevduat bankaları grubunda yüzde 18,4; kalkınma ve yatırım bankalarında ise yüzde 25,6 düzeyindedir. Bu oran katılım bankalarında ise yüzde 17,8 olmuştur (BDDK, 2020).

2.1.1.4. Bankacılık Hizmetleri

Bankalar sağlık ve turizm işletmelerine benzer şekilde hizmet sektöründe faaliyet göstermektedirler. Müşterilerine çok farklı dallarda hizmet sunan bankalar, bu hizmetleri belirli bir hizmet bedeli karşılığında vermektedirler (Çelik, 2010).

Banka hizmetleri deyince ilk akla gelen mevduat kabulü ve kredi tahsisi olsa da bunlardan başka hizmetleri de mevcuttur. Diğer hizmetler başlarda para gönderme ve para alma şeklinde tanımlanmış olsa da pazarlama sektörünün gelişmesi bankaların hizmet alanlarını genişletmiştir. Müşterilerin farklı talep ve arzuları doğrultusunda para alma-gönderme hizmeti finansal hizmetler haline gelmiştir (Kayan, 2009).

Finansal hizmetlerin yanı sıra sosyal etkinlikler de sunan bankalar, bu hizmetleri ile hem kar amacı gütmekte hem de rekabetin yoğun olduğu finans sektöründe kalıcı ve sadık müşteriler edinmeyi hedeflemektedir (Tarhan, 2010). Bankacılık hizmetleri aşağıda başlıklar halinde verilmiştir.

2.1.1.4.1. Bankacılık Hizmet Türleri

Bankacılık işlemlerinin özellikleri hem hizmet hem de müşteri bazında farklılık göstermektedir. Yani müşterinin beklentilerine göre işlem tipinin belirlenmesi ve bu işlemin müşteriye doğru bir şekilde teslim edilmesi amaçlanmaktadır (Omar, 2017).

Bankacılığın yaygınlaşmasıyla bankacılık işlemleri değişerek, çeşitlenmiş ve daha fazla müşteriye ulaşmıştır. Bankacılık hizmetlerini bireysel, kurumsal ve katılım bankacılığı olarak üç ana kategoride toplanabilir (Timur, 2006). Bunlar kısaca aşağıda açıklanmıştır.

Bireysel Bankacılık Hizmetleri: Adından da anlaşılacağı üzere tüzel kişilere değil, gerçek kişilere sağlanan bankacılık hizmetleridir. Bankacılık pazarındaki yoğun rekabet nedeniyle tüm bankalar yeni hizmetler sunmayı tercih ederek bireysel bankacılık hizmetlerine yönelmiştir. Bireysel bankacılık hizmetleri geniş ürün yelpazesi ve kolay uygulanabilir olması ile temel bankacılık hizmetleri olarak da adlandırılabilir. EFT işlemleri, mobil ve internet bankacılığı, bireysel kredi ürünleri ve kredi kartları bireysel bankacılık hizmetleri başlığı altındadır. Bu hizmetler teknoloji vasıtasıyla ortaya çıkmamıştır fakat teknolojiden faydalanmıştır. Teknolojinin gelişmesiyle de bireysel bankacılık hizmetleri gelişmekte ve çeşitlenmektedir.

Kurumsal Bankacılık Hizmetleri: Tüzel kişilere sağlanan bankacılık hizmetlerine denir. Kamu kurumlarına, ticari firmalara ve ticari olmayan firmalara kurumsal bankacılık adı altında hizmet verilir. Bu kurumların fon fazlalıklarının değerlendirilmesi, nakdi ve gayri nakdi kredi kullanımları kurumsal bankacılık hizmetlerine örnek verilebilir. Ayrıca faktöring, leasing ve forfaiting gibi türev ürün ve hizmetleri de bu başlık altında inceleyebiliriz.

Katılım Bankacılığı Hizmetleri: Milenyumda ortaya çıkan ve hala popüler olan bir modern bankacılık türüdür. Dünya genelinde İslami Bankacılık olarak da anılmaktadır. Katılım bankacılığı şu şekilde tanımlanmaktadır; "Mevduat biriktirme yetkisi olmayan, ancak kar ve zarara katılmalarına imkân veren özel cari hesaplar ve hesaplar aracılığıyla mevduat biriktiren ve teçhizat veya ticari mal temin ederek veya kiralararak ekonomik faaliyetleri finanse eden kurumlar"dır. Katılım bankacılığı ile geleneksel bankacılık arasındaki en önemli fark, faiz sistemi yerine katılım payı sisteminin işleresidir. Elindeki fonu faiz sistemi içerisinde değerlendirmek istemeyen kişilerin yatırımlarını değerlendiren sistemdir.

2.1.1.4.2. Bankacılık Hizmetlerinin Özellikleri

Bankacılık işlemleri soyut işlemlerdir ancak bir sözleşmeye bağlı olarak yapıldığı için birçok özelliğe bu sözleşmelerde açıklık getirilmesi gerekmektedir. Bu özellikleri ve bunların nitelikleri hizmetin türüne göre farklılıklar içermektedir. Örnek verecek olursak vadeli bir mevduat hesabı açmak ile bir akreditif hesabı açmanın hem süreci hem de niteliği farklılık gösterir. Bu nedenle de müşteriye vadeli mevduat hesabı açılışını anlatmak ile akreditifi anlatmak da farklıdır. Tüm bankacılık işlemleri para temelli olduğu için güven ön plandadır. Bankalar, müşterilerine parayı ve para ile ilgili işlemleri cazip kılmak için hizmetlerini sürekli geliştirir ve çeşitlendirirler (Berk, 1988).

Bankacılık hizmetleri ile diğer hizmet sektörlerindeki hizmet kavramı arasında da bazı farklılıklar bulunmaktadır. Aşağıda bu duruma ilişkin örnekler verilmiştir (Atış, 2011):

- Her ne kadar bankacılık işlemlerini soyut olarak nitelendirmiş olsak da müşterinin elinde fiziki olarak bulunan somut bankacılık ürünleri de bulunmaktadır. Kredi kartı buna bir örnektir. Acil nakit ihtiyacı bulunan bir müşteri için kredi kartı ürünü, cazip faiz oranına sahip bir tüketici kredisine göre daha somuttur.

- Bankacılık hizmeti yalnızca banka şubesinde verilmemektedir. Alternatif dağıtım kanalları dediğimiz ATM, mobil bankacılık, internet bankacılığı ve çağrı merkezi gibi kanallarda da hizmet verilmektedir. Bu uygulamaların birçoğunda insan faktörü hizmete aracılık etmemektedir.

- Bankacılık işlemleri şube dışından bir kanaldan yapıldığında müşterileri zaman ve/veya fiziksel ortam yönünden kısıtlayan bir durum olmamaktadır.

2.1.1.4.3. Bankacılık Hizmetlerinin İşlev ve Önemi

Bankalar fon fazlası olan müşterilere faiz vererek onların kazanç elde etmesini sağlar. Bununla birlikte ekonomik faaliyetlerin öncüsü durumundaki tüzel müşterilere de sermaye sağlayarak yatırım olanağı sağlamaktadır. Yani sermaye biriktiren bankalar, buldukları ülke ekonomisine yaptıkları katkılar sayesinde lider konumdadır (Arıcan, 2002).

Bankalar şubeleri ve şube dışı kanalları ile verdikleri hizmetler neticesinde müşterilerinin nakit para güvenliğini sağlamaktadırlar. Müşterilerin paralarını yanlarında taşıma riskini ortadan kaldırarak, mesai saatleri içerisinde şubeleri vasıtasıyla; mesai saatleri dışında ise alternatif dağıtım kanalları ile müşterilerinin sahip oldukları paraya 24 saat ulaşabilme imkânı sunmaktadırlar (Balsöz, 2004).

Teknolojinin gelişmesi finansal sistemi etkilemiş ve bankaları alternatif hizmet arayışı içerisine sokmuştur. Bu nedenle bankalar kredi ve mevduat işlemleri yanı sıra müşterilerine kolaylık sağlayacak ek hizmetler geliştirme çabasına girmişlerdir (Arslan ve Kaya, 2016).

Bankaların mobil uygulama hizmetleri ve artan mobil ödeme sistemleri ile internet işlemlerinin artması mevduat ve yatırım alışkanlıklarının da değişmesine neden olmuştur. Teknolojinin artması genç nüfusun banka uygulamalarını yatırım değil de harcama amaçlı kullanmasını ve para sirkülasyonunu artırmasını sağlamıştır. Bankalar da bu değişim ve gelişime ayak uydurarak hizmet çeşitlendirmesi yapmaktadırlar (Berberoğlu ve Uzun, 2018).

Bankalar sürekli karlılık ve büyüme için sadece ekonomik gelişmeleri değil değişen alışkanlıklar ve gelişen teknolojiye bağlı yeni ürün ve hizmetleri de müşteriye sunmalıdır. Çeşitlendirilmiş hizmet türleri ve bu hizmetlerin yaygınlaştırılarak piyasaya sunulması önem taşımaktadır (Korkmaz ve Gövdeli, 2005).

2.1.2. Bankacılık Sektöründe İnovatif Sermaye

2.1.2.1. İnovatif Sermaye Kavramı

İnovatif sermaye, iki önemli ekonomik kavramın, yani sermaye ve inovasyonun birleşiminden doğan bir terimdir. İlk kavram olan sermaye aslında neoklasik sermaye teorisinde, kaynak dönüştürme sürecine girdi olarak giren bir üretim faktörü olarak ele alınır (Birner, 2002). Çağdaş iktisatçıların çoğu, üretim fonksiyonu modellerinde yer alan iki tür sermaye olduğunu varsayar; ilki biriktirilebilir olan fiziksel sermaye; ikincisi ise insan veya bilgi sermayesidir (Arestis, Palma ve Sawyer, 1997). İnovatif sermayeyi ortaya çıkaran diğer kavram olan inovasyon, bir ihtiyacın veya sorunun tanınmasından, bir buluşun araştırılması,

geliştirilmesi ve ticarileştirilmesi yoluyla ortaya çıkan tüm karar ve faaliyetlerden oluşur (Orr, 2003).

2.1.2.2. İnovatif Sermayenin Tanımı

İnovasyon, bir şirket içindeki, işyerindeki veya dış ilişkilerdeki örgütsel uygulamalarda yeni veya önemli ölçüde geliştirilmiş bir ürün (veya hizmet), süreç, pazarlama yöntemi veya yöntemlerinin tanıtılması anlamına gelir (OECD, 2005). İnovasyon ve sermaye kavramlarının sunulan anlamları ışığında, inovatif sermaye, yeni bilgi (inovasyon) yaratma ve ticarileştirme sürecinde tamamlayıcı hizmetler sunan firmanın kaynaklarının/ varlıklarının bir demetidir. Sensu Largo'nun bu tanımı, entelektüel sermaye teorisi temelinde daha da detaylandırılabilir. Çizelge 5'te literatürde bazı yazarlar tarafından yapılan inovatif sermaye tanımlarına yer verilmiştir.

Çizelge 5 : Literatürde Yer Alan Bazı İnovatif Sermaye Tanımları

Yazar	Tanım
Chang and Chen (2004)	Ar-Ge'yi organize etme ve uygulama, müşterilerin taleplerini karşılamak için aralıksız olarak yeni bir teknoloji ve yeni bir ürün getirme becerisi.
Wagner and Hauss (2000)	Süreçlerin, ürünlerin ve hizmetlerin bileşen gelişimini ve aynı zamanda teknoloji ve yönetim konularını içeren bir şirketin gelecekte değer üretme yetenekleri.
Tseng and Goo (2005)	Bir şirketin yeni ürünler ve herhangi bir yaratıcı fikir geliştirme yeteneği.
McElroy (2002)	Yeni bilginin bir organizasyon tarafından ve bir organizasyon için üretilmesini, yayılmasını ve uygulanmasını amaçlayan belirli bir sosyal model.
Joia (2004)	Şirket kültürünün ve mevcut temelden yeni bilgi yaratma yeteneğinin doğrudan sonucu.
De Castro, Verde, Saez and Lopez (2010)	Gelecekteki teknolojik yenilikleri geliştirmek için gerekli organizasyonel bilginin bileşimidir.

Kaynak: Kijek, T. (2012). Innovation capital and its measurement. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 8(4), 52-68.

Entelektüel sermaye literatüründe genel kabul görmüş yenilik sermayesi tanımı yoktur. En eski tanımlardan biri Edvinsson ve Malone (1997) tarafından verilmiştir. İnovatif sermayeyi, piyasaya yeni ürün ve hizmetler yaratmak ve tanıtmak için kullanılan fikri mülkiyetler ve diğer maddi olmayan varlıklar biçiminde bir şirketin yenileme yetenekleri olarak tanımlamışlardır. İnovatif sermayenin yalnızca Edvinsson ve Malone'nin yaklaşımından faydalanmakla kalmayıp aynı zamanda yeni ürün / hizmet geliştirme sürecinde çok önemli olan öğrenme, kültür, teknoloji ve ağlar gibi yeni kavramları da ekleyen başka tanımları da vardır (Kijek, 2012).

İnovatif sermaye; firma gücünü yenileyen, gelişim ve değişime ulaşmak için sürekli çabalayan ve aynı zamanda işin nasıl organize edilip yürütüldüğüne karar veren yaratıcı düşüncedir. Firmalar, bilgi yaratmayı vurgulamak ve rakiplerinden daha iyi performans göstermek ve başarı sağlamak için inovasyon sermayesini kullanır. İnovasyon, işletmelerin değişken ve durağan olmayan ortamlarına karşı koymaları için önemlidir ve sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmeye yönelik etkili bir aracı temsil eder (Yang ve Kang, 2008).

2.1.2.3. İnovatif Sermayenin Unsurları

İnovatif sermaye kavramı ile ilgili yapılan literatür çalışmasında inovatif sermayenin bileşenleri ve/veya unsurları ile net bir açıklamaya ulaşılamamıştır. Ancak yapılan çalışmalardan ve tanımlardan yola çıkarak inovatif sermayenin ana unsurları inovasyon ve entelektüel sermaye olarak ele alınmıştır. Bu iki ana unsuru da meydana getiren alt unsurlar bulunmaktadır. Çalışmamızda kullanılan modele ilişkin inovatif sermaye unsurları çizelge 6'daki gibi oluşturulmuştur.

Çizelge 6: İnovatif Sermaye Unsurları

İnovatif Sermaye	
İnovasyon	Entelektüel Sermaye
Ürün İnovasyonu	Müşteri Sermayesi
Hizmet İnovasyonu	Yapısal Sermaye
Süreç İnovasyonu	İnsan Sermayesi

Kaynak: Yazar tarafından hazırlanmıştır.

2.1.2.3.1. İnovasyon Kavramı

İnovasyonun çoğu tanımında, iki yönünden bahsedilir: yaratıcılık ve yenilik (Amabile ve diğerleri, 1996), buluş ve ayırım (Rogers, 1995), keşif ve sömürü (March, 1991) veya varyasyon ve seçim (Nelson ve Winter, 1977). Bu durum, inovasyonun iki bütünleşmiş süreçten oluştuğu anlamına gelmektedir. Yeni uygun fikirlerin veya buluşların yaratıcı bir şekilde keşfedilmesi gerekir.

Buna ek olarak, bu fikirlerin toplandığı, seçildiği, dağıtıldığı, uygulandığı ve istismar edildiği bir başka paralel süreç daha vardır. İnovasyonun bu iki tarafı arasındaki etkileşim kritiktir. Örneğin, yaratıcılık üzerine çalışan Teresa Amabile, inovasyonu şu şekilde tanımlamıştır. “İnovasyonu, bir organizasyon içinde yaratıcı fikirlerin başarılı bir şekilde uygulanması olarak tanımlıyoruz. Bu görüşe göre, bireylerin ve takımların yaratıcılığı, yenilik için bir başlangıç noktasıdır; ilki gereklidir, ancak ikincisi için yeterli değildir” (Amabile ve diğerleri, 1996).

Kamusal ve sosyal inovasyonu inceleyen Mulgan ve Albury (2003), inovasyonu benzer bir şekilde tanımlamaktadır. Yazarlara göre; “İnovasyonu 'işe yarayan yeni fikirler' olarak tanımlıyoruz. Daha kesin olmak gerekirse: Başarılı yenilik, sonuçların verimliliği, verimliliği veya kalitesinde önemli iyileştirmelerle sonuçlanan yeni süreçlerin, ürünlerin, hizmetlerin ve sunum yöntemlerinin oluşturulması ve uygulanmasıdır” (Mulgan ve Albury, 2003). Bu inovasyon tanımlarının çoğunun kökenleri, Schumpeter'in Ekonomik Kalkınma Teorisi'ndeki orijinal inovasyon tanımına dayanmaktadır. Schumpeter inovasyon tanımıyla, hem girişimcinin tamamen “yeni kombinasyonlar” yaratma hem de yeni pazarlar açma ve tüketicilere yenilikleri kullanmayı öğretme yeteneğini vurgular. Ona göre “yeni ürünler, yeni üretim teknikleri, tedarik zincirinin yeni kaynakları, yeni pazarlar ve yeni iş organizasyonu yöntemlerine yansıyan yeni bir çıktıyı” ifade eder. Tanım, sosyal bilimlerin birçok disiplinde yaygın olarak uygulanmıştır ve inovasyon yönetimi yollarındaki önemli değişikliklere bakılmaksızın hala çoğunlukla geçerli olarak kabul edilmektedir (Sapprasert, 2011).

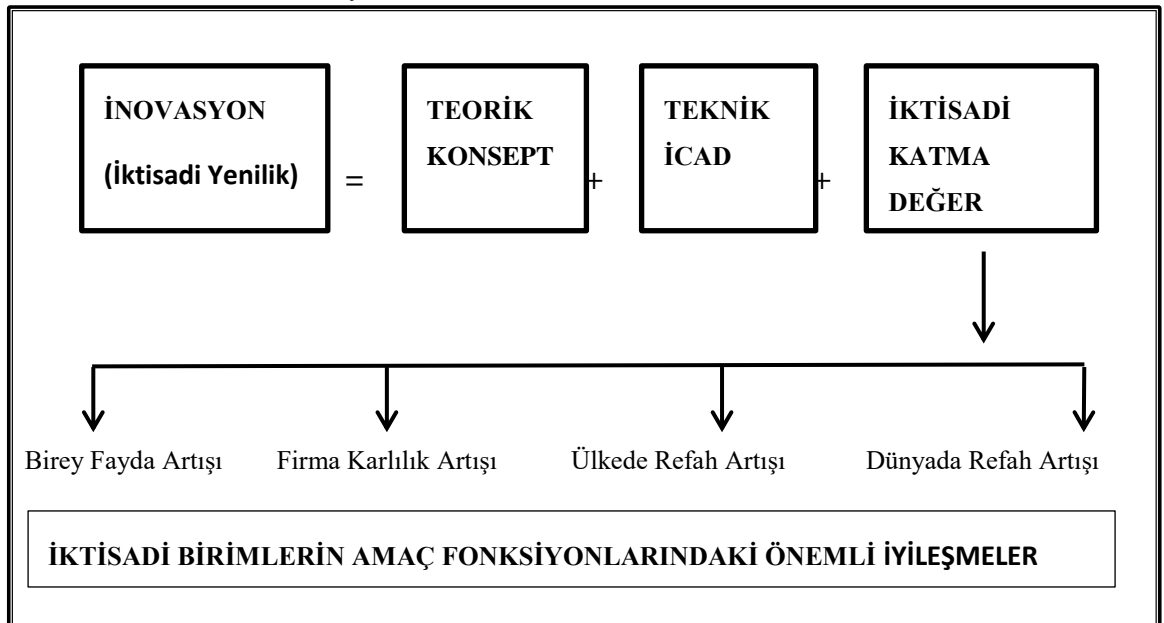
OECD (2005) inovasyonu “işletmenin iç uygulamalarında yeni veya önemli ölçüde geliştirilmiş bir ürün (mal veya hizmet), süreç, pazarlama yaklaşımı veya yeni bir örgütsel yöntemin tanıtılması, işyeri organizasyonu veya dış ilişkiler” şeklinde tanımlamaktadır.

Son zamanlarda, bazı bilim adamları yeniliğin çok kesin ve alana özgü tanımlarını yapmışlardır. Örneğin, Damanpour ve Aravind (2012) kavramı, organizasyonel yapılar, uygulamalar, yönetim sistemleri, süreçler ve organizasyonun değer yaratmasına yardımcı olan yöntemler veya tekniklerdeki yeniliğe atıfta bulunan organizasyonel inovasyon perspektifinden kavramsallaştırmıştır. Öte yandan, bilim adamları özellikle yeniliğin teknolojik yönlerine odaklanmış ve yenilikleri yeni (veya önemli ölçüde değiştirilmiş) bir ürün / hizmet ve / veya süreç geliştirme olarak da tanımlamışlardır (Greeven, 2009; Adeyeye vd. 2017; Barata ve Fontainha, 2017).

2.1.2.3.1.1. İnovasyonun İçeriği

İnovasyon Türkçe yenilik anlamında ifade edilir. Her türlü alanda yeni yöntemlerin kullanılması demektir. Yenilik olmayan bir şeyi ortaya çıkarmak söz konusu olduğunda, farklı şekiller, görünümler ve uygulamalar ortaya çıkabilir. Bu yenilikçi bir ürün olabilir. Veya bir servis veya farklılaştırıcı bir servis teslimi olarak görülebilir. Büyük bir işletmenin üretim hattındaki yenilikçi bir uygulama da yine bu bağlamda yer almaktadır. Ya da iş süreçlerinde yapılan ve verimliliği artıran yeni bir yöntemin geliştirilmesi de örnek verilebilir. Sonuç olarak bir çözümün yenilikçi olarak kabul edilmesi için daha önce bulunmayan bir şey olması önemlidir. Ancak tüketicilere sunulan bir ürün veya hizmet tarafından da benimsenmelidir. Kabulü ve fayda oranı bakımından yenilikçi bir çözüm olarak görülebilir.

Şekil 1: İnovasyonun Genel Tanımı ve İktisadi Birimler Açısından Önemi



İhtiyaçlar çeşitli şekillerde ve seviyelerde olabilir. Aynı zamanda kişiden kişiye değişebilir. Bununla birlikte, yenilikçi çözüm, tüketicilerin görünür veya görünmez bir ihtiyacını karşılamalıdır. Aksi takdirde talep edilmeyecek ve boşa harcanmış bir buluş olacaktır. Ekonomik bir inovasyonu göz önüne aldığımızda, fayda sağladığı katma değer ile ortaya çıkar (Trott, 2008). Bu durum yukarıdaki Şekil 1’de gösterilmiştir.

Yeniliği fayda temelinde ele alırsak, yeni ortaya çıkan fikirlerin ticari faydaya dönüştürülmesi şeklinde tanımlanabilir. İnovasyon, şirketlerin rekabetçi koşullarda ayakta kalabilmek için dikkat etmesi gereken bir olgudur. Küreselleşme süreci ile rekabetin artması, işletmeleri yenilik yapmaya zorlamaktadır. Literatürdeki inovasyon türlerine göre çeşitli şekillerde sınıflandırılmaktadır. İnovasyon açıklamalarını aşağıdaki tablolara ayırarak görebiliriz (Örücü, Kılıç ve Savaş, 2011).

Çizelge7 : İnovasyon Türleri

İnovasyon Türü	Örnek
Ürün İnovasyonu	Yeni veya iyileştirilmiş ürünün geliştirilmesi
Süreç İnovasyonu	Yeni imalat sürecinin geliştirilmesi
Organizasyonel İnovasyon	Yeni bir bölüm kurma, yeni bir içsel iletişim sistemi
Yönetimsel İnovasyon	Toplam Kalite Yönetim Sistemleri, iş süreçlerinin yeniden mühendislikten geçirilmesi
Üretim İnovasyonu	Kalite Çemberleri, Tam Zamanında Üretim, yeni ürün geliştirme
Ticari/Pazarlama İnovasyonu	Yeni finansman antlaşmaları, yeni satış yaklaşımları
Hizmet İnovasyon	İnternet temelli hizmetler

Kaynak: Trott, P. (2008). *Innovation management and new product development*. Pearson education.

2.1.2.3.1.2. İnovasyon Türleri

İnovasyon, bir firma için bir rekabet avantajı kaynağıdır (Zawislak vd., 2012). Oslo Kılavuzuna göre inovasyon, “yeni veya önemli ölçüde geliştirilmiş bir ürünün veya hizmetin, yeni bir pazarlama yöntemi veya uygulaması ile yeni bir işyerinde ortaya çıkmasıdır. Kılavuz inovasyonu; ürün inovasyonu, süreç inovasyonu, pazarlama inovasyonu ve organizasyonel inovasyon olarak dört kategoride incelemiştir (OECD,2005).

İnovasyon çok boyutlu ve karmaşık bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır (MÜSİAD, 2012). Çalışmada yer verilen türler, son dönemde yapılan araştırmalar sıklıkla ele alınan ve tanımlanan türlerdir. Bunlar kısaca aşağıda açıklanmıştır.

2.1.2.3.1.2.1. Ürün İnovasyonu

Oslo Kılavuzu'na göre, ürün yeniliği, “Bir mal veya hizmetin özelliklerinin veya kullanım amaçlarına göre yenilenmesi veya önemli ölçüde geliştirilmesidir. Bu önemli bileşenler teknik özellikler, malzemelerdeki gelişmeler, birleşik yazılım, kullanım kolaylığı veya diğer işlevsel özellikler olabilir.” Oslo Kılavuzu, ürün yeniliğinin yeni teknolojiler ve bilgiden yararlanabileceğini vurgulamaktadır (OECD, 2005). Günay (2007) ürün inovasyonunu şöyle tanımlamaktadır; mevcut teknolojileri birleştirerek veya farklı kullanarak yeni bir ürün geliştirilebilmektir.

Deming (1996), firmaların; müşteri ihtiyaçlarını ve beklentilerini anlamak zorunda olduğuna inanmaktadır. Uzun vadede hayatta kalabilmeleri için de onlara daha iyi yaşamlar sağlayacak ürün ve hizmetler sunmalıdırlar. Günay (2007) ise ürün inovasyonunu, yeni ürünler ve mevcut ürünlerdeki yenilikler olmak üzere iki boyutta ele almıştır. Tübitak (2020) ürün yeniliği ve teknoloji arasında bir ilişki olduğunu kabul eder ve teknolojinin üretim düzeyini, ürün özelliklerini, ürün değerini artırmaya ve azalmaya katkı sağladığı savunur.

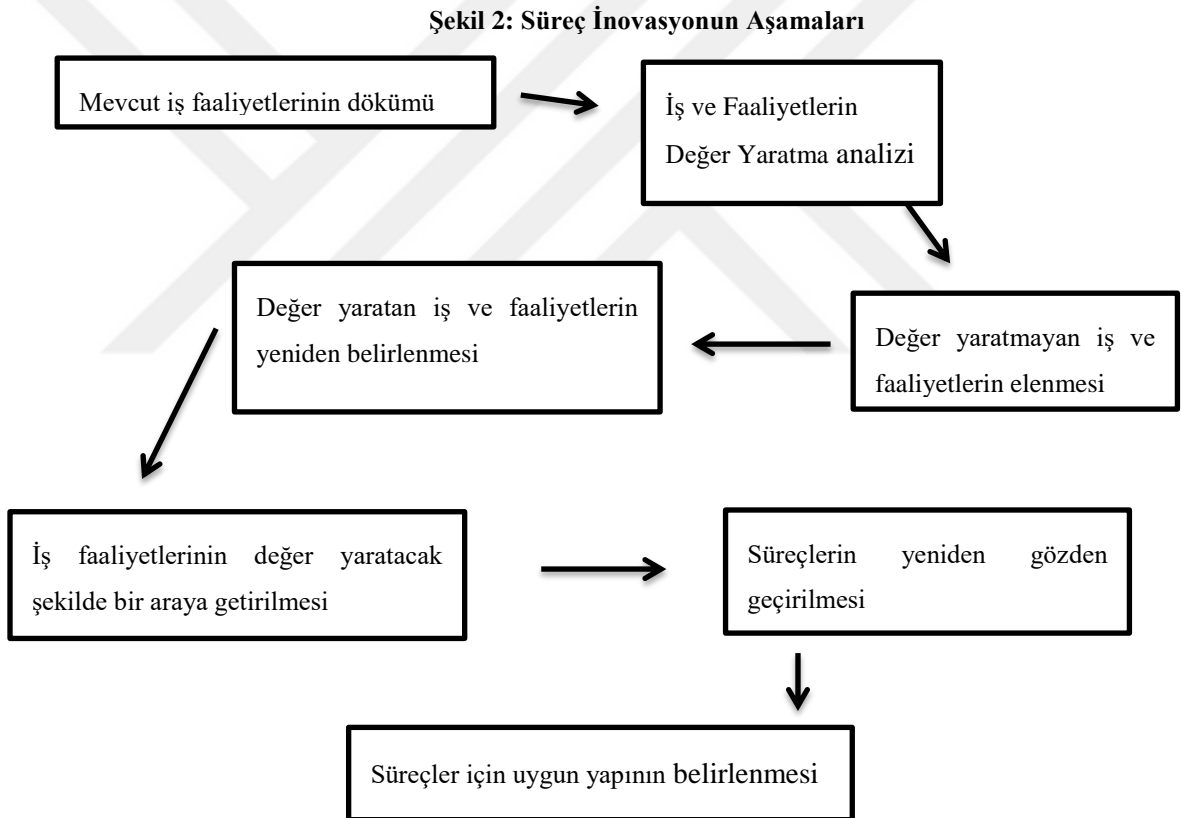
Yoğun rekabet ortamı ürün inovasyonunu gerektiren en önemli unsurlardan biridir. Günümüzde bankacılık sektörü de rekabetin yoğun olarak yaşandığı bir sektör olup; hizmet ve ürün inovasyonu sıklıkla tercih edilmektedir. Bu inovasyonların kopyalanması da işletmelerin rekabet gücünü önemli ölçüde etkilediği için bu durumla baş edebilmek için bankalar yasal olarak da kendilerini

güvence altına almaktadırlar. Bu da açıkça göstermektedir ki, ürün ve hizmet yeniliğinin gücü rekabet gücünü beraberinde getirmektedir (De Brentani, 2001).

2.1.2.3.1.2.2. Süreç İnovasyonu

Süreç yeniliği, organizasyonel verimliliği artıran bir araçtır. Bir firma yeni teknolojileri benimseyebilir, yeni makineler satın alabilir, çalışanlarını eğitir ve bir süreç inovasyonu için tüm gerekli işlemleri gerçekleştirmiş olur. Oslo Kılavuzu, süreç inovasyonunu “Önemli derecede iyileştirilmiş bir üretim veya teslimat yönetiminin gerçekleştirilmesidir” şeklinde tanımlamıştır (OECD, 2005).

Süreç inovasyonun aşamaları şekil 2’de ayrıntılı olarak gösterilmiştir.



Kaynak: Ülgen, H., & Mirze, S. K. (2010). *İşletmelerde stratejik yönetim (5. Baskı). İstanbul: Beta Yayınları.*

Firmalar, süreç inovasyonunu günümüz ekonomik koşullarında hizmet kalitesini artıran bir rekabet silahı olarak görmektedirler. Gelişmekte olan ekonomilerde kitle üretimine geçen işletmelerin eğilimi de bununla aynıdır. Daha çok üretim ve daha düşük maliyet için süreç inovasyonu şarttır. Böylece hizmeti

sunma ve ulaştırma süreleri kısalarak müşteri tatmini artacaktır. Bankacılık sektöründen örnek verecek olursak Citibank dünyada ATM cihazını kullanmaya başlayan ilk banka olarak o dönemde Pazar payını ve rekabet kapasitesini arttırmıştır. Süreç inovasyonunda kimsenin yapmadığını yapmak veya diğerlerinden daha iyi yapmak ciddi bir üstünlük sağlamaktadır. Süreç inovasyonu hem hizmet hem de üretim işletmeleri için önemlidir (Tidd ve Bessant, 2005).

Ettlie ve Reza (1992) süreç inovasyonu ile organizasyonel sistemin entegre edilmesi üzerinde çalışma yapmışlardır. Bunun sonucunda süreç inovasyonunun başarılı olabilmesi için organizasyonda mevcut olması veya geliştirilmesi gereken bazı özelliklerden bahsetmişlerdir (Ettlie ve Reza,1992). Bu özellikler aşağıdaki gibi sıralanabilir;

- İşletme bünyesinde bütünleştirici ve sistematik bir yapıya sahip olmak,
- Temel teknolojilere sahip olmak için sağlam ve güvenilir bir altyapıya sahip olmak,
- İşletmedeki çalışma birimleri arasında dikey ve yatay birleşmelere olanak sağlayacak bir yapılanmaya sahip olmak,
- Müşterilerin talep ve ihtiyaçlarına uygun maliyet, kalite ve zaman ölçeklerini sunabilme kapasitesine sahip olmak.

2.1.2.3.1.2.3. Pazarlama İnovasyonu

Pazarlama inovasyonu bir firma için ürün inovasyonuna göre daha kolay ve daha maliyetsiz olabilir. Firmanın pazardaki konumunu canlandırmak için yardımcı olur. Böylece firma kendi pazarına girebilir ve satış gelirlerini artırabilir. Oslo Kılavuzu pazarlama inovasyonunu “Ürün tasarımı veya ambalajlaması, ürün konumlandırması, ürün promosyonu veya fiyatlandırmasında önemli değişiklikleri kapsayan yeni bir pazarlama yöntemidir” şeklinde tanımlamıştır (OECD,2005).

Kılavuz pazarlama inovasyonunun yeni pazarlar açabileceğini vurgulamaktadır. Müşteri ihtiyaçlarını keşfetmek ve satışları artırmak için pazardaki ürünleri yeniden konumlandırmanın faydalı olduğunu savunmaktadır. Akyos (2006) pazarlama inovasyonun yeni satış ve pazarlama tekniklerinden oluştuğuna inanmaktadır. Günay (2007), ise pazarlama inovasyonunun pazarlanan ürünün

performansı, üretim sistemi ve hizmetlerin toplamından meydana geldiğini vurgulamaktadır.

Polder vd. (2010) pazarlama inovasyonunun teknolojik olmayan bir yenilik olduğunu, firmaların verimliliği artırmak için pazarlama yöntemlerinde inovasyon yaptıklarını eklemektedir. Chen (2006) ise pazarlama yeniliği ile pazarlama için yeni yöntemler ve teknikler geliştirildiğini belirtmektedir.

Bankacılık sektörü üzerinden konuya örnek verecek olursak, son dönemlerde geliştirilen birçok hizmette kullanıcı dostu terimi karşımıza çıkmaktadır. Bununla ilgili Denizbank'ın teknolojiden sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Umut Özdoğan inovasyon ile ilgili bir demecinde şu cümleyi sarf etmiştir; “İnovasyon sürecimize müşteriyi dinleyerek başlıyoruz. İnovasyona önderlik etme misyonu ile inovasyon çalışmalarına müşteri merkezli olarak odaklanıyoruz.” Böylece bir banka mobil uygulamasının ara yüzünde değişikliğe gideceği zaman müşteri istek ve ihtiyaçlarını göz önünde bulundurmaktadır. Hangi özelliklerin kullanımı zorlaştırdığı veya kolaylaştırdığı belirlenerek bu özelliklerin yeniden tasarlanması ve ürünün pazarlama faaliyetlerinin de bu yenilikler üzerinden yürütülmesi tam anlamıyla bir pazarlama inovasyonudur (Aldış, 2012).

Pazarlama inovasyonunun tasarlanması ve yürütülmesinde kurumsal firmalar iç kaynakların yanı sıra dış kaynaklardan da faydalanmaktadırlar. Bu durumda pazarlama inovasyonunun başarılı olabilmesi için kurum kültürü ve değerlerinin dış kaynak sağlayıcısı tarafından benimsenmesi önem arz etmektedir. Dış kaynak ile sağlanan pazarlama inovasyonunda kurumun yetkinliği ve örgütsel altyapısıyla da doğrudan ilişkilidir. Ürün ve hizmetlerin doğru konumlandırılması ve marka başarısı için bu çalışma konseptinin başarısı önemlidir (Değirmenciler, 2019).

Değirmenciler (2019)'a göre firmaların pazarlama inovasyonları ile teknolojik imkânları arasında doğrusal bir ilişki mevcuttur. Teknolojik imkânları kısıtlı olan firmaların pazarlama inovasyonunu kullanmaları doğru bir yöntem olmayacaktır.

2.1.2.3.1.2.4. Organizasyonel İnovasyon

Organizasyonel inovasyon, “İşletmenin ticari uygulamasında, işyeri organizasyon yapısında ve/veya dış ilişkilerde yeni bir örgütsel yöntem

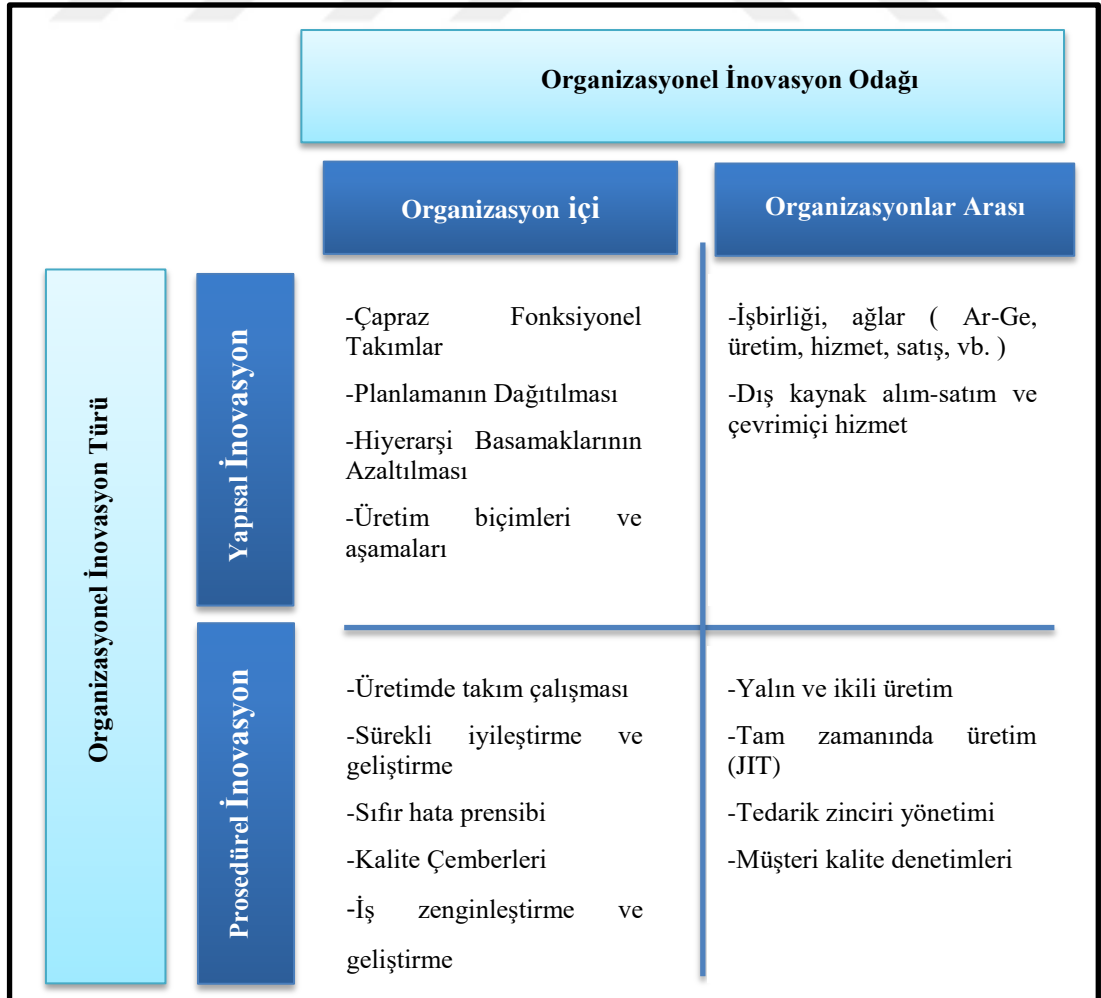
kullanmasıdır.” Örgütsel dönüşüm ve yenilik, bir firmanın yeteneklerini ve vizyonunu genişletir, çalışan memnuniyetini artırır. Buradaki amaç iç müşteri memnuniyetini artırarak, entelektüel sermaye değerini artırmak ve bunun da işletme performansına olumlu yansımalarıdır. Bu yenilik maliyetleri hem işlem bazında hem de idari olarak düşürmektedir (OECD, 2005).

Akyos (2006) örgütsel inovasyonun yeni iletişim ve maliyet sistemi ile ilişkilendirilebileceğine inanmaktadır. Hage (1999) ise, örgütsel bir yeniliğin ürün kalitesini ve üretkenliğini artırabileceğini belirtir.

Organizasyonel inovasyon, diğer inovasyon türlerinin merkezindedir ve onları başlatmak için gereklidir ve yeni çalışma tekniklerinden meydana gelir. İş fonksiyonları arasında bilgi alışverişi, bilgi ve teknoloji kullanım kapasitesini iyileştirmeye yarar. Ayrıca, çalışanların karar alma sürecine katılımını teşvik etmek için organizasyon modelini geliştirmek ile ilgili de olabilir (Günay, 2007).

Organizasyonel inovasyonun sınıflandırılması aşağıdaki şekil 3’te ayrıntılı olarak yer almaktadır.

Şekil 3: Organizasyonel İnovasyon Sınıflandırması



Kaynak : Armbruster, H., Bikfalvi, A., Kinkel, S., & Lay, G. (2008). Organizational innovation: The challenge of measuring non-technical innovation in large-scale surveys. *technovation*, 28(10), 644-657.

Armbruster vd. (2008)'nin araştırmasında organizasyonel yeniliğin sınıflandırılmasına yönelik literatürdeki birçok çalışma incelenmiştir. Bu bağlamda organizasyonel inovasyon daha çok yapısal ve prosedürel olarak ikiye ayrılmaktadır. Yapısal organizasyon inovasyonları; örgüt içi hiyerarşi ve yapılanma, Ar-Ge-Finans-İK gibi departmanların fonksiyonelliğini artıran çalışmalar, bilgi akışını sağlayan programlar, ürün ya da müşteri odaklı segmentlere geçiş sürecini kapsamaktadır. Prosedürel organizasyon inovasyonu ise işletmedeki rutin uygulamaların yenilenmesi ile ilgilidir (Armbruster, 2008).

2.1.2.3.1.3. İnovasyonun Getirdiği Değişim ve Strateji

Kurumsal firmalarda değişim önemli bir olgudur. İnovasyon ile kurumsal değişim arasında da güçlü bir ilişki mevcuttur. Kurumsal inovasyonun faydalarını bilen firmalar yeniliği ve dönüşümü dört gözle beklemektedirler. Değişime ve yeniliğe açık firmalarda yenilikçi fikirlerin ortaya atılması ve bu fikirlerin benimsenerek uygulanması olasılığı daha yüksektir. Maalesef çoğu işletme değişimi maliyetli bulmakta, süreci zor bulmakta ve değişime direnmektedir. İnovatif fikirlerin ortaya çıkması için, bir işletmede değişime ihtiyaç varsa, bu önceden sağlanmalıdır. İnovasyon aynı zamanda kurumsal stratejilerle de bağlantılıdır. Bu değişim ve yenilik stratejisi kurum kültürüne entegre edildiğinde, kurumlarda inovatif uygulamaların ortaya çıkma olasılığı artar. Kurumsal stratejilere önem verildiğinde aynı zamanda inovasyona da önem verilmektedir. Bu sayede yaratıcı fikirlerin ortaya çıkması ve uygulama olasılığı doğar. İşletmelerde çeşitli inovasyon stratejileri uygulanabilir. Örneğin, agresif, savunmacı veya taklit edici stratejiler benimsenebilir (Örücü, Kılıç ve Savaş, 2011).

2.1.2.3.1.4. İnovasyonun İşletmeler İçin Önemi ve Sağladığı Avantajlar

İnsanlar hayatlarındaki refah seviyesini sürekli artırmayı hedeflemektedirler. Bu nedenle de hayatlarını kolaylaştıracak yeni süreçler ve ürünler ortaya çıkarmaya çalışmaktadırlar. İnovasyon, bu istekleri ve büyümeyi ortaya çıkaracak bir araç

olarak görülmektedir. İnovasyona önem veren işletmeler çalışma ortamlarındaki verimi artırmakta ve yeni iş alanları hazırlamaktadırlar. ABD’de, Stanford Research Institute zorlukla ayakta durabilen işletmelerle hızlı gelişim gösteren işletmeler arasında bir karşılaştırma araştırması yapmıştır. Bu araştırmanın sonucunda hızlı gelişim gösteren işletmelerin daha yenilikçi, değişime açık ve bunun sonucunda da faaliyet gösterdikleri sektörlerde lider oldukları ortaya çıkmıştır. Bu araştırmada, işletmelerin büyümesinde, gelişmesinde, ayakta durmaya devam etmesinde, rekabet ortamında avantajlı olabilmesinde ve lider olabilmelerinde inovasyonun öneminin büyük olduğu görülmüştür (Gökçe, 2010).

Ayrıca inovasyonun bir diğer sonucu da işletmelere müşteri bağımlılığını ve sadakatini arttırmasıdır. İnovasyon ve değişim hem çalışanların hem de müşterilerin memnuniyetini sağlamaktadır. İşletmeler açık organizasyonlardır ve bu nedenler zamana ve çevreye uyum sağlamaları gerekmektedir. İnovasyon, tam da bu noktada işletmelerin uyum sağlama sürecinde en önemli öğelerden biridir. Bir işletme yenilikçi değilse varlığını devam ettirebilmesi ve gelişim göstermesi zorlaşacaktır. İşletmelerin yoğun rekabet ortamında avantaj elde etmesi, verimliliğinin artması, ödeme dengesizliğinin ortadan kaldırılması, müşteri bağımlılığının artması ve markalaşmayla birlikte kurumsallaşmayı sağlaması gibi inovasyonun getirdiği avantajlar, işletmelerin Ar-Ge çalışmalarına önem vermelerini sağlamaktadırlar (Gökçe, 2010).

İnovasyon işletmelere; rekabet avantajı, düşük maliyet, yüksek pazar payı, kalite artışı, yeni pazarlara zorlanmadan girmeyi, bilgiden ekonomik fayda elde edebilme, çalışma şartlarının düzeltilmesi ve ürün/hizmet üretim süreçlerinin daha kısa olması gibi faydalar sağlamaktadır (Uzkurt, 2010). İnovasyonun işletmelere sağladığı bazı avantajlar kısaca aşağıdaki başlıklar altında incelenmiştir.

2.1.2.3.1.4.1. Rekabet Avantajı

İnovasyon, şirketlere rekabet avantajı sağlar. İşletmeler inovasyona verdikleri önemin geri dönüşünü çeşitli şekillerde görmektedirler. En önemlisi, faaliyet gösterdikleri pazarda kazandıkları rekabet avantajıdır. Böylece hayatta kalabilir ve çalışma ömürlerini arttırabilirler. Örnek verecek olursak; Apple markası söz konusu olduğunda ürünleri inovatif fikirlerden ortaya çıkar ve böylece müşterilerle

ayrıcalıklı bir ilişki kurar. Apple, ağırlıklı olarak bu imajını müşterilerine satmaktadır. Müşteriler, aslında Apple ürünlerini satın alarak toplumda itibar ve saygı kazandıklarına inanmaktadır. Bu bir algı olayıdır. Bu sayede şirket ürünlerini satar ve rakiplerine göre büyük avantaj sağlar. Elde ettikleri rekabet avantajı, şirketlerin uzun ömürlü olmasını sağlar. Şirketin ürünlerinin benimsenmesini sağlayarak satışlar artar, böylelikle şirketin başarısı ve uzun ömrü sağlanır (Marisse vd., 2005).

2.1.2.3.1.4.2. Ürün ve Hizmetlerde Farklılık

İnovasyona önem veren işletmelerde verilen önemle ürün ve hizmetler farklılaşmaktadır. Bu durum aynı zamanda müşteri memnuniyetini de artırmış olur. Müşterilerin memnuniyeti, fayda veya algılanan fayda oranı ile artar. Müşteri memnuniyetini sağlamak, pazarlamanın temel çabasıdır. Bunun nedeni yalnızca müşterilerin memnun kalması ve şirketin ürünü tekrar satın alabilmesidir. Bir müşteri bir ürün veya hizmeti satın aldığı anda, memnun kalmazsa tekrar satın almak istemeyecektir. Bu durumda, şirketlerin müşterilerini memnun etmeleri çok önemlidir. Bu memnuniyetin en önemli sebebi de müşterilere maksimum faydayı sağlayan ve rakiplerinden farklılaşan ürün ve hizmetlerdir (Merton, 1992).

2.1.2.3.1.4.3. Artan Müşteri Memnuniyeti

Yukarıda da belirttiğimiz gibi inovatif ürün ve hizmetler bize müşteri memnuniyeti olarak geri döner. Örneğin; Starbucks kafeler söz konusu olduğunda bu inovatif hizmet, işletmelerin müşterilerine sağladığı rahattır. Starbucks kafelerinin tasarımı gelen müşterilerin kendilerini rahat hissetmesi ve kişisel kahvelerini deneyimleyebilmesi için yapılmıştır. Bu hizmet kalitesi, ürünlerinin kalitesi ile de birleştiğinde işletme için bir fark yaratmaktadır. Bu inovatif düşünce ile sağlanan hizmet ve artan müşteri memnuniyeti seviyeleri işletmelerin iş yaşamlarını sürdürmelerini kolaylaştırmaktadır (Marisse vd., 2005).

2.1.2.3.1.5. İnovasyonun Maliyetleri

Firmalar inovasyon ile yeni bir değer yaratmayı amaçlamaktadırlar. İnovasyon ile maliyet kavramını buluşturan nokta da yaratılan bu yeni değerdir. İnovasyon ile sağlanan yeni değeri, alıcının elde ettiği değer ve şirketin elde ettiği değer olmak üzere tanımlamak mümkündür (Barney, 1997). Eğer inovasyon ile yalnızca maliyet avantajı sağlayacak bir fayda hedefleniyorsa buna maliyet liderliği stratejisi adı verilir. Ama inovasyon ile hedeflenen ürün/hizmetlerde yenilikler yaratarak alıcı değerini artırmaksa buna ise farklılaşma stratejisi adı verilir. Genel olarak firmaların bu iki stratejiden birini desteklediği kabul edilir. Ancak son yıllarda firmalar inovasyonu şirketin bütün faaliyet ve birimlerini kapsayıcı bir değer yenilemesi için benimsemektedir (Kim ve Mauborgne, 2004).

Firmaların inovasyon maliyetleri ile ilgili değerlendirme yapabilmek öncelikle inovasyon için nasıl bir yol izledikleri ve neyi amaçladıklarını bilmek gerekir. Bunun yanında firmaların inovasyondan elde ettiği değer ile inovasyon için yaptıkları harcamalar inovasyonun maliyetlerini ortaya çıkarmaktadır (Barney, 1997).

İnovasyon birçok maliyet kalemini etkileyerek gerçekleşmekte ve ciddi bir harcama gerektirmektedir. Bazen bu maliyet kalemleri çok kazançlı ürün/hizmetler ortaya çıkarırken bazen de zarara neden olabilmektedir. İnovasyona ilişkin maliyetler hesaplanırken bu durum dikkate alınmalı ve inovatif çalışmalar ile bunların risk seviyeleri birlikte değerlendirilmelidir. Aksi takdirde inovasyonun maliyetini bile aşabilecek maliyetleri doğurabilecek inovasyon yapmama maliyetine katlanılması ve sonuçları telafi edilemeyecek boyutlarda organizasyonel kayıplar söz konusu olabilmektedir (Eriş, 2011).

2.1.2.3.1.6. İnovasyonun Yönetimi

İnovasyonu ölçmenin ve ölçülebildiği farklı yolları anlamının önemini kabul etmek, inovasyonu firmalar için daha fazla değer yaratmaya odaklamaya giden yolda kritik bir ilk adımdır. Ancak, inovasyon sürecini etkin bir şekilde yönetmek ve inovasyon yatırımı getirinizi sürekli iyileştirmek için bu ölçümleri doğru kullanabilmek, zaman içinde gelişen bir disiplin gerektirir (Kılıç, 2013).

Yeni teknolojilerin uygulanması firma süreçlerinde değişime neden olur. Aynı zamanda globalleşme, müşteri isteklerindeki farklılaşmalar, bilişim sektöründeki gelişmeler, yeni firmalar ve hukuksal çerçevedeki değişimler de firmaya değişim için baskı yapan diğer unsurlardır. Firmaların ayakta kalmayı başarabilmesi ve büyüebilmesi için zorluklar içeren bu değişimleri yönetebilmeleri gerekir. Teknolojinin uygulanması kapsamında değişim; süreçlerin yeniden tasarlanmasını, personel eğitimini, kurum kültürünün yeniden biçimlendirilmesini, organizasyonel yapının düzenlenmesini, ödül sisteminin oluşturulmasını veya revizyonunu, etkilenen müşteri ve tedarikçilerin bilgilendirilmesini ve yeni bir izleme ve değerlendirme sisteminin tasarlanıp uygulamasını gerektirebilir. Ancak insanların değişime olan karşı duruş doğası, günlük operasyonel işlerin baskısı, finansal problemler, işin karmaşık olması, başarısızlık korkusu ve genel yorgunluk gibi faktörler değişimi zorlaştıran etkenlerdir (Bayhan, 2004).

İnovasyonu yönetmenin başarısı, inovasyon faaliyetinin firmanın kurumsal stratejisi ile bütünleşmiş olmasına bağlıdır. İnovasyonu başarıyla yöneten firmalar liderlik ve risk alma özelliğine sahiptir. Firmada çalışan herkese en yüksek düzeyde sorumluluk verilir, tüm düzeylerdeki çalışanlar büyük sorumluluklarla yeni roller üstlenir, birbirleriyle sınırlı ilişkileri olan gruplar yerine işbirliği için bir araya gelmiş ekipler oluşur. Böylece daha verimli ve daha etkin bir ortam yaratılır (www.globalpiyasa.com).

İnovasyonun başarıyla yönetebilmesi için aşağıdaki hususların bulunması şarttır (www.inomer.org);

- Firmada özel bilgi, deneyim ve bunları kullanma yeteneğinin varlığı şarttır.
- Kurumsal stratejinin en önemli bölümünü inovasyon stratejisi oluşturmalıdır. Bu stratejinin amaçlarının başında firmaya özel bilginin toplanması gelmelidir.
- İnovasyon stratejisi, teknolojiye mevcut ve beklenen gelişmeleri, tehditleri ve pazardaki talepleri değerlendirmeyi sağlayacak şekilde hızla değişen karmaşık dış ortamla başa çıkmayı sağlayacak biçimde şekillendirilmelidir.
- İçyapılar ve süreçler, potansiyel olarak birbiriyle çelişen gereksinimleri dengelemelidir. Burada amacınız, teknolojik alanlar, iş fonksiyonları

ve ürün grupları içinde özel bilgilerin saptanmasını ve geliştirilmesini sağlamak ve bu bilgileri teknolojik alanlar, iş fonksiyonları ve ürün gruplarında kullanmak olmalıdır.

2.1.2.3.1.7. İnovasyonun Kaynakları

İşletmeler yoğun rekabet ortamında teknolojik gelişmeler ile birlikte inovasyona gerek duymaktadırlar. Kural olarak, bunlar hali hazırda gerçekleşmiş veya yapılmakta olan inovasyonlardır. Başarılı inovasyonların çoğunluğu değişimden yararlanır. Bu nedenle inovasyon disiplini (girişimciliğin bilgi tabanıdır) tanısal bir disiplindir. Spesifik olarak, sistematik inovasyon, yedi kaynaktan meydana gelmektedir (Barışık, 2001). İlk dört kaynak, işletmelerin içinde ortaya çıkan kaynaklardır. Bu nedenle, öncelikle o işletmelerdeki kişiler tarafından görülebilir. Bu dört kaynak aşağıdaki gibidir;

- Beklenmeyenler (Beklenmeyen başarı, beklenmeyen başarısızlık, beklenmedik dış olaylar)
- Uyumsuzluklar
- Sürece bağlı inovasyon
- Sektör yapısındaki değişiklikler

İnovasyon fırsatları için ikinci kaynak grubu ise işletme dışından kaynaklanır. Bu üç kaynak da aşağıdaki gibidir;

- Demografik nüfus değişiklikler
- Algısal değişiklikler
- Yeni bilgi

2.1.2.3.1.7.1. Beklenmeyenler

En basit, en temel ve ilk akla gelen inovasyon kaynağı beklenmeyen başarı ve/veya beklenmeyen başarısızlıklar olarak belirtilmektedir. Ayrıca beklenmeyen dış olaylar da inovasyonu meydana getirecek fırsatlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Yani beklenmeyen durumlar işletmelerin yalnızca içinden değil işletme

dışından veya faaliyet gösterilen sektörden de kaynaklanabilmektedir. Bu beklenmeyen durumları inovatif düşünen girişimciler bir fırsat olarak değerlendirmektedirler. Mesela güvenlik konusunda faaliyet gösteren bir firma için terör saldırıları bir kaynak olarak karşımıza çıkabilmektedir (Gökçe, 2010).

2.1.2.3.1.7.2. Uyumsuzluklar

İnovasyonu ortaya çıkaran önemli fırsatlardan biri de uyumsuzluklardır. Uyumsuzluk yaşayan insanların bunu fark edebilmeleri pek mümkün olmamaktadır. Ekonomi, sanayi, pazar ve piyasalar sürekli sorgulanmaktadır. Bu nedenle ortada bir uyumsuzluk durumu olduğunda bu durum kolayca belirlenebilmektedir. Bunun yanı sıra sürekli sorgulama durumu, inovasyonun ortaya çıkması için ortam hazırlamaktadır. Yani, inovasyon kaynaklarının ortaya çıkması için beklentiler, tahminler ve ortaya çıkarılanlar arasında bir uyumsuzluk bulunması gerekmektedir (Gandotra, 2010).

2.1.2.3.1.7.3. Sürece Bağlı İnovasyon

Yeni bir süreç ortaya çıkarmak veya mevcut süreci iyileştirebilmek için inovasyon gereklidir. Bu nedenle de süreçlerde değişiklikler meydana gelmektedir. Süreç inovasyonları ile işletmelerin maliyetlerini azaltmakta, verimliliği ve kaliteyi artırmaktadır. Bu da firmaların piyasalardaki ticari başarılarının artmasına olanak sağlamaktadır (Barışık, 2001).

2.1.2.3.1.7.4. Sektör Yapısındaki Değişiklikler

Sektör yapıları her zaman inovasyona açıktır. İçinde buldukları pazar yapısı ve piyasa şartları değişime uğradıkça inovasyonlar için bir boşluk oluşmaktadır. Bu nedenle de pazar yapısı ve piyasalardaki değişim sürekli incelenmeli ve gerekli analizler yapılmalıdır. Hızlı bir büyüme sürecine giren bir sektör yapısal değişiklikler göstermektedir. Yenilikçi girişimciler bu değişiklikleri fark ederek kendilerine inovasyon alanı oluşturmaktadırlar. Böylece sektör yapısındaki değişiklikleri inovasyon kaynağı olarak kullanmaktadırlar (Yılmaz, 2015).

2.1.2.3.1.7.5. Demografik Değişiklikler

Nüfus yapıları demografiyle ilgilidir. Nüfus yapısı; nüfusun büyüklüğü, nüfusun dağılımı ve nüfusta değişikliğine sebep olan göçler gibi değişkenlerden etkilenmektedir. Nüfus yapısının değişmesi ortaya bir inovasyon çıkarmak için fırsat sunmaktadır. Bu fırsatları yakalayabilmek için bu değişimleri fark edebilmek ve değerlendirebilmek gerekmektedir (Durna, 2002).

2.1.2.3.1.7.6. Algısal Değişimler

İnsanların algılarındaki değişiklikler yenilikler için fırsatlar yaratır. Çevresel faktörler, promosyonlar veya önemli birinin fikirleri insanların algısını değiştirmede rol oynar. Bu durum girişimciyi de etkiler. Yeniliğe uygun ürün ve hizmetlerin üretimi, girişimcilerin bu algısal değişiklikleri farklı bir şekilde değerlendirme yeteneklerinin bir sonucu olarak ortaya çıkar. Bir girişimcinin yarattığı ürün ve hizmetin pazarda tutunabilmesi için bu ürün ve hizmetin özelliklerinin onu tüketecek kişilerin algılarına uygun olması gerekir. Girişimcilerin sürekli değişen insan algılarının farkına varabilmeleri ve buna göre inovasyon uygulamaları geliştirebilmeleri önemlidir. Yeniliğe büyük önem veren girişimciler, algı değişikliklerini bir fırsat ve yenilik kaynağı olarak görmelidir (Gandotra, 2010).

2.1.2.3.1.7.7. Yeni Bilgi

Bilgiye dayalı inovasyon diğer inovasyonlardan farklıdır. Bu tür bir inovasyon, birçok alan hakkında bilgi edinilerek ve bunları birbiriyle ilişkilendirerek yaratılır. Bu nedenle uzun zaman sonra yeni bilgiler ortaya çıkar. Ayrıca sadece yeni bilginin ortaya çıkması değil, bu bilginin ticarileşmesi de uzun zaman almaktadır. Ayrıca bilgiye dayalı her yeniliğin pazarlanabilir özelliklere sahip olduğunu söylemek mümkün değildir. Bu nedenle piyasa riski ortaya çıkar. Bilgiye dayalı inovasyonlar, diğer inovasyonlardan daha çok pazarlara bağımlıdır. Çünkü bilgiye dayalı inovasyonun ancak ticarileştirilirse uygulanma şansı vardır. Bilgiye dayalı inovasyon sonucunda onu kullanacak kişilere fayda sağlanmalıdır (Durna, 2002).

2.1.2.3.2. Entelektüel Sermaye Kavramı

Entelektüel sermaye kavramı, bilgi toplumuna geçiş sürecinde ortaya çıkmıştır. İkinci dünya savaşı sonrasında globalleşen dünyada, bilgiyi işlemek ve bilgi temelli ürünler üretmek işletmeler için önemli bir konu olmuştur. Bu süreçte değer kavramı maddi varlıklardan maddi olmayan varlıklara doğru ilerlemiş ve firmalarda defter değerleri ve piyasa değerleri arasında büyük farklar ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu süreçte başta İskandinav ülkeleri olmak üzere, entelektüel sermaye kavramı üzerine çalışmalar başlatılmış ve bu farkın finansal tablolarda da yer alabilmesi için araştırmalar yapılmıştır (Çam, 2016).

Özellikle son otuz yıldır, maddi olmayan duran varlıkların önemi giderek artmaktadır. Geleneksel yönetim yaklaşımları ise günümüzün bilgi tabanlı girişimleri için yeterli değildir. Bu süreçte dünya genelindeki birçok firmanın defter değerleri ve piyasa değerleri arasındaki ciddi farklılıklar göze çarpmaya başlamış olup, bu nedenle de yeni yaklaşımlar ortaya çıkmıştır. Entelektüel sermaye de, bu yaklaşımların sonucudur. Çok sayıda bilim insanı ile işletme yöneticisi defter değeri ile piyasa değeri arasındaki bu farkın entelektüel sermaye ile açıklanabileceğine inanmışlardır. Böylelikle 1980'lerden sonra entelektüel sermayenin ne olduğu, nasıl sınıflandırılacağı ve nasıl ölçüleceği üzerine çalışmalar yapılmaya başlanmıştır (Pena, 2002).

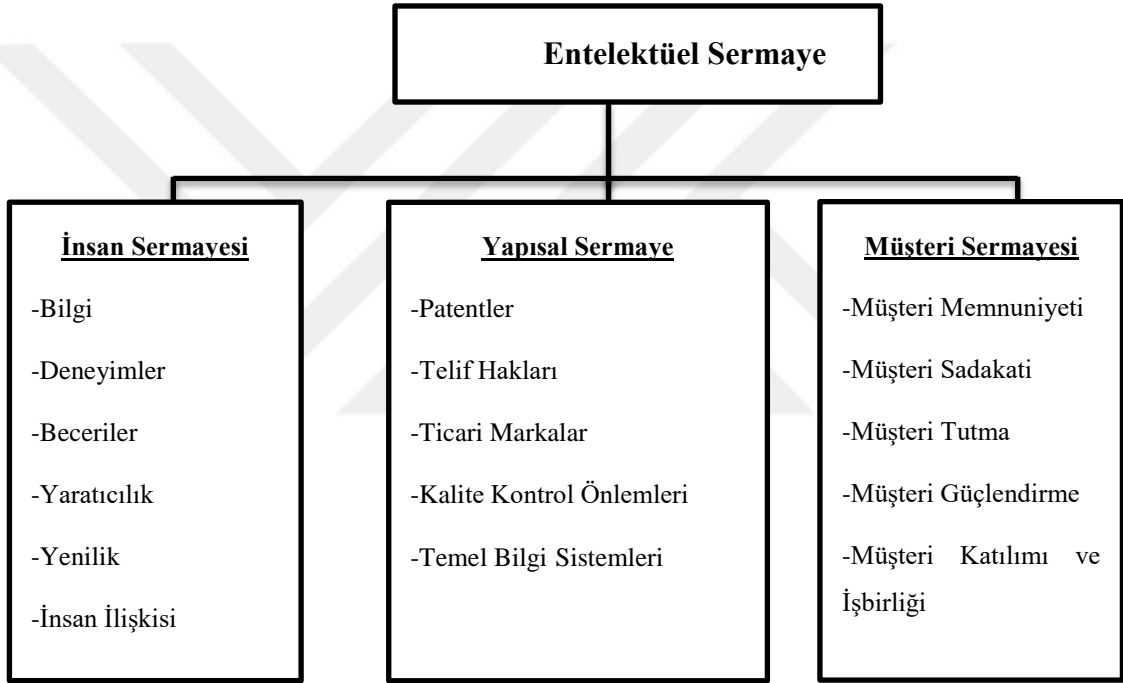
2.1.2.3.2.1. Entelektüel Sermayenin Tanımı, Bileşenleri ve Tarihsel Gelişimi

Modern anlamda entelektüel sermaye kavramını günümüzdeki biçimi ile ilk olarak ele alan ve bu tanıma yer veren kişi Thomas Stewart'tır. Stewart entelektüel sermayeyi "Entelektüel sermaye, işletmeye piyasada rekabet avantajı sağlayan, işletme çalışanlarının bildiği her şeyin toplamıdır" şeklinde tanımlamıştır (Stewart, 1991).

Thomas Stewart entelektüel sermayeyi bir başka tanımında "Entelektüel sermaye, keşifçilik ve yenilenmenin kaynağı olan kişinin bilgi ve know-how birikimidir" veya "Entelektüel sermaye, insan beyinlerinde gizlenmiş olan yetenek, beceri ve uzmanlıktır" şeklinde ifade etmiştir (Stewart, 1991).

Kuşkusuz, Stewart entelektüel sermaye ile ilgili birçok detaylı tanıma yer vermiştir. Thomas Stweart özellikle 1997 yılında yayımladığı “Entelektüel Sermaye: Örgütlerin Yeni Zenginliği” adlı eserinde entelektüel sermaye kavramına ait birçok örnek tanıma yer vermiştir. Stewart’ın, bahsettiğimiz bu eserindeki tanımlardan bir tanesi: “Entelektüel sermaye, zenginlik yaratmak üzere kullanıma sokulabilen entelektüel malzeme, yani bilgi, enformasyon, entelektüel mülkiyet ve deneyimdir” şeklindedir. Bir diğerinde ise şu şekilde bir tanım yapmıştır: Entelektüel sermaye, yüksek değerli varlıklar üretmek ve elde etmek için formüle edilmiş entelektüel materyallerdir (Stewart, 1997).

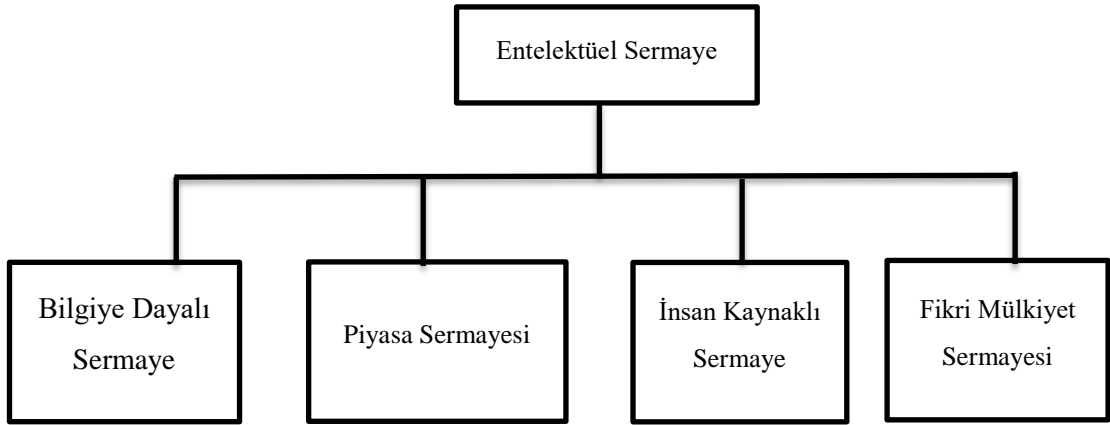
Şekil 4: Thomas Stewart’ın Entelektüel Sermaye Modeli



Kaynak: Stewart, T. A. (1997). *Intellectual Capital: The new wealth of organization*.

Annie Brooking’in entelektüel sermaye kavramını 1996 yılında, “Entelektüel sermaye, işletmenin faaliyetlerini devam etmesini sağlayan maddi olmayan varlıkların tamamıdır” şeklinde tanımlamıştır (Brooking, 1996).

Şekil 5: Brooking'in Entelektüel Sermaye Yapısı



Kaynak: Brooking, A. (1996), *Intellectual Capital: Core Asset for the Third Millennium Enterprise*, International Thomson Business Press, New York.

Annie Brooking entelektüel sermaye konusunda birçok çalışma yapmış ve aynı zamanda “Intellectual Capital: Core Asset for the Third Millenium Enterprise” kitabını yazmıştır. Brooking’in entelektüel sermaye tanımına bakarak şunu rahatlıkla ifade edebiliriz ki, entelektüel sermayenin ile maddi duran varlıkların toplamı işletmelerin toplam varlıklarını oluşturmaktadır.

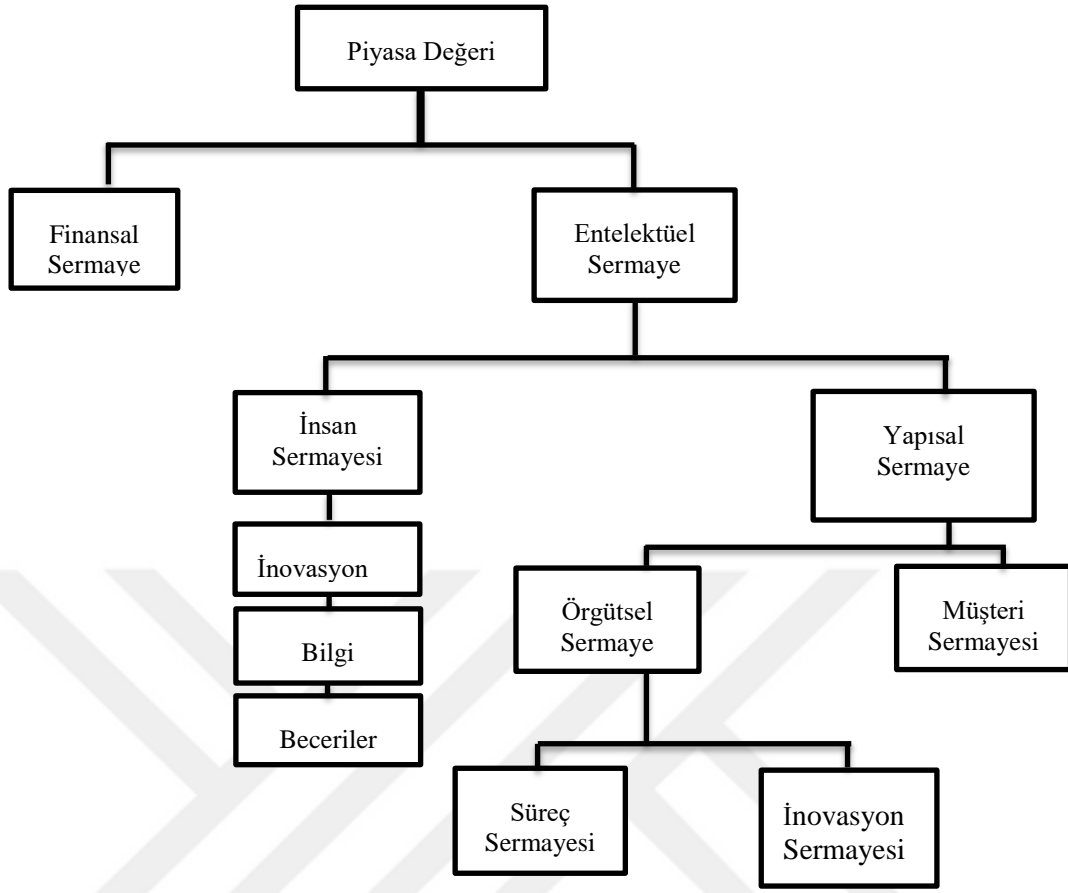
Bhartesh ve Bandyopadhyay 2005 yılında yayımladıkları makalelerinde Annie Brooking’in tanımına oldukça yakın bir tanımlama ile entelektüel sermaye kavramını şu şekilde açıklamışlardır: Entelektüel sermaye, işletmenin faaliyetlerini gerçekleştiren maddi olmayan varlıkların tamamıdır (Bhartesh ve Bandyopadhyay, 2005) .

Leif Edvinsson (1997) entelektüel sermayeyi, bilginin değere dönüştürülebilmesi olarak tanımlamıştır. İnsan sermayesi ve yapısal (organizasyonel) sermaye olmak kaydıyla işletmenin iki temel görünmeyen varlığının toplamı entelektüel sermayeyi oluşturmaktadır. Edvinsson entelektüel sermaye kavramını aşağıdaki gibi bir formül ile açıklamıştır (Edvinsson, 1997):

$$\text{Entelektüel Sermaye} = \text{İnsan Sermayesi} + \text{Yapısal Sermaye}$$

“Entelektüel sermaye, işletmelere pazarda rekabet avantajı ve üstünlük sağlayan bilgi birikimi, tecrübe, uzmanlık, organizasyonel teknoloji, müşteri ilişkileri ve profesyonel yeteneklerdir” (Edvinsson, 1997).

Şekil 6: Edvinsson'ın Entelektüel Sermaye Yapısı



Kaynak: Edvinsson, L. (1997). Developing intellectual capital at Skandia.

Edvinsson ve Grafström entelektüel sermaye kavramını, insan perspektifi ile geleceğin değerlerini üretmeye yardımcı olacak, kazanılmış anlayışlar toplamı olarak tanımlamıştır (Grafström ve Edvinsson, 1999).

Soyut bir kavram olan entelektüel sermaye, bir işletmede çalışan kişilerin sahip olduğu ve işletmeye rekabet avantajı sağlayan bilgilerin tamamıdır. Telif hakkı, marka ve patentlerin yanında çalışanların tecrübe ve donanımları, yetkinlikleri ve işletmede uygulanmakta olan süreçler ile müşteriler ile olan ilişkiler de entelektüel sermayenin bileşenleridir (İşevi ve Çelme, 2002).

Şamiloğlu (2006) ise, entelektüel sermayeyi şu şekilde ifade etmektedir: Entelektüel sermaye, kara dönüştürülebilir bilgidir ve bu bilgi; işletmenin fikirlerinin, yeniliklerinin, teknolojilerinin, genel bilgilerinin, bilgisayar

programlarının, tasarımlarının, veri kullanma yeteneklerinin, ilişkilerinin, süreçlerinin, yaratıcılıklarının ve yayınlarının bütünüdür (Şamiloğlu, 2006).

Entelektüel sermaye, bir organizasyonda bulunan çalışanlara ait yetenekler, o organizasyondaki kaynaklar, çalışma koşulları ve finansal yatırımcıları ile olan ilişkileri ile bağlantılı fiziksel olmayan değer kaynaklarından meydana gelir (Lönnqvist, 2007).

Yukarıda verilen tanımlamalardan hareketle entelektüel sermaye, işletmelerin bilançolarında yer almayan ancak finansal ve fiziksel sermayelerinin dışında yer alan, o işletmenin organizasyon yapısı ile süreçlerini, insan faktörünü kapsayan ve bununla birlikte müşterilerinin değerini de içine alan kapsamlı bir kavram olarak tanımlanabilir.

2.1.2.3.2.2. Entelektüel Sermayenin Önemi

Entelektüel sermaye kavramı günümüzde, bilgi çağında, işletmeler için en önemli konulardan biridir. Ayrıca bir diğer konu da günümüz işletmelerinde çalışanların teknik bilgisi, deneyimleri o kadar önemli hale gelmiştir ki, entelektüel sermaye kavramı işletmeler için daha da önemli bir kavram olmuştur.

Sanayi devriminden sonra fabrikalar ve diğer fiziksel kaynakların önemi katlanarak artmıştır. Ancak 21. yüzyılda, günümüz koşullarında bilginin önemi diğer tüm fiziksel kaynaklardan daha fazladır. Günümüzde bilgi, her türlü üretim için en önemli girdilerden biridir. Bu nedenle, bilgiyi ve maddi olmayan varlıkları yönetmek, kuruluşlar için önemlidir. Bilgi alanındaki araştırmalar göstermiştir ki, rekabet gücü ve performansın bilgi ve entelektüel sermaye ile doğrudan ilişkisi vardır (Bontis vd., 2005). Bu nedenle entelektüel sermaye, rekabet için en önemli araçlardan biridir (Büyüközkan, 2002).

Entelektüel sermaye, daha önce de belirtildiği gibi organizasyonların performansı için çok önemlidir. Entelektüel sermayenin önemi için gerekli olan ana faktörler aşağıdaki gibi sıralanabilir (Ullrich, 1998; Guthrie, 2001 ve Öge, 2002);

- Entelektüel sermaye yönetilebilir ve ölçülebilir değerdir.
- Bilginin önemi ve kullanımını giderek artmaktadır.
- Kuruluşların toplam değeri yalnızca finansal sermaye ve entelektüel sermaye birlikte kullanılarak açıklanabilir ve hesaplanabilir.

- Yenileme ve geliştirme, kuruluşların rekabeti için ana faktörlerdir.
- Fabrika ve makine gibi maddi varlıklar zamanla değerini kaybeder. Fakat entelektüel sermaye, doğru yönetim teknikleri kullanıldığında değerini artırır.
- Bilginin katlanarak artan değeri ve önemi vardır. Hem hizmet ve hem de üretim endüstrileri bilgiyi kullanmaktadır ve entelektüel sermaye yönetimi bu endüstriler için önemlidir.
- Kuruluşlar için ilgi birikimi büyük olan çalışanlar kritik öneme sahiptir. Bu çalışanlar, organizasyonlarını değiştirebilmekte oldukça etkilidir. Bu nedenle çalışan memnuniyeti de önemli bir kriterdir.
- Çalışanlar için hayranlık önemlidir. Özellikle bazı kilit çalışanlar motivasyonları ve bilgilerini kullandıkları için hayranlık duyması gerekir.
- Çalışan devir oranı, entelektüel sermaye yönetimi üzerinde doğrudan etkiye sahiptir. Kritik pozisyonlardaki yüksek personel devir oranı, bilgi kaybı anlamına gelir.

Entelektüel sermayenin önemi, hem teorik hem de uygulamalı araştırma ve çalışmaların sonucunda öne çıkmaktadır. Hansen vd. (1999), entelektüel sermayenin, örgüt içinde en değerli bilgi düzeyini en üst düzeyde tutabilen rekabetçi varlıkları temsil ettiğini doğrulamıştır. 21. yüzyılda organizasyonları küresel zorlukların karşısında tutmak için en önemli güç entelektüel sermayedir. Entelektüel sermayeye sahip bir kuruluş, mükemmel bir bilgi düzeyini sürdürme kapasitesine sahiptir, bu da gelişmiş kurumsal performansa ve rekabet ortamına uyum sağlamak için tam kapasiteye yol açar. Entelektüel sermayenin önemi, organizasyonun rekabet avantajı olarak vurgulanmaktadır, çünkü günümüz organizasyonları bilgi ve becerilerinin temeli için rekabet etmekte ve böylece organizasyonların zenginlik kaynaklarını temsil etmektedir (Nour ve AlQashi, 2010).

Entelektüel sermaye, gömülü bir hazinenin aranması ve onu var olması ve pratiğe çıkarması gerektiğini temsil eder, yaratıcılık süreci, işi inşa eden ve sürdüren operasyonel yetenekleri geliştirmek için onu çıkarmanın yöntemlerinden biridir. Entelektüel sermaye, kuruluş ve çalışanları için bir zenginlik kaynağıdır ve patentleri tescil etme kabiliyeti sayesinde gelişir (Al-Mahyawi, 2006).

Entelektüel sermaye, günümüz dünyasında örgütün temel silahıdır çünkü entelektüel varlıklar, örgütlerin hayatta kalmasını garanti eden gücü temsil eder. Organizasyonda olmak, kafalardaki sınırlı bilgi birikiminin ve organizasyonun rekabet avantajı elde etmek için bu bilgiye yatırım yapma kabiliyetinin bir sonucu olarak bir rekabet avantajıdır. Entelektüel sermayede sağlanan bilgi benzersizdir ve kuruluşun emsallerine göre üretimini artırmasına imkân veren entelektüel katkılar sağlar. Daha yeni veya gelişmiş ürünler sunarak ve her bir inovasyon ile bir sonraki arasındaki süreyi kısaltarak rekabet gücünü artırmaktadır (Al-Hamdani ve Ali, 2010).

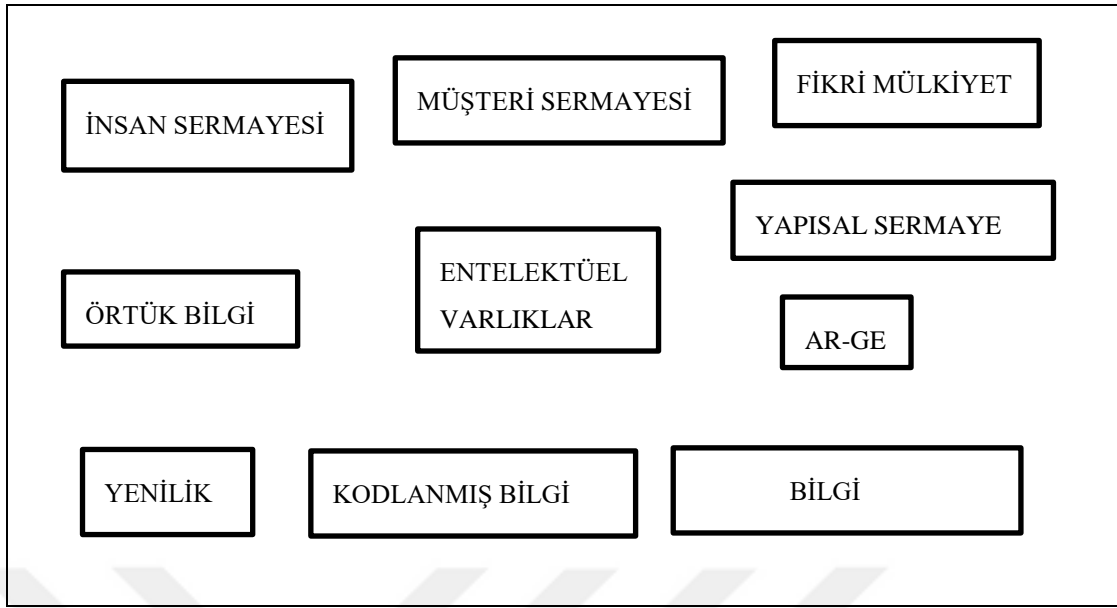
2.1.2.3.2.3. Entelektüel Sermayenin Unsurları

Entelektüel sermaye, üç ana unsurdan oluşur. Bunlar insan sermayesi, yapısal sermaye ve müşteri sermayesidir. Bu unsurların sayısı arttırılabilir (örneğin, ilişki sermayesi, rekabetçi sermaye, sosyal sermaye, topluluk sermayesi, düzenleyici sermaye, sözleşme sermayesi). Entelektüel sermaye, bu unsurların bir araya gelmesinden oluşur (Kong ve Prior, 2008).

Entelektüel sermaye unsurlarının belirlenmesi, ölçülmesini ve yönetilmesini kolaylaştırmak için gereklidir. Bunun yanı sıra, bu unsurların uyumu üreticiliği arttırmakta, yeniliği özendirmekte ve geri bildirimleri daha kolay hale getirmektedir (Erkal, 2006). Bu elemanların bazıları kolayca taklit edilebilir. Entelektüel sermaye unsurlarını taklit etmede çeşitli şekillerde kullanılan yapay zekâ da önemli bir rol oynamaktadır (Önce, 1999).

Entelektüel sermaye unsurları Şekil 7’de verilmiştir. Bu öğeler daha sonra tartışacağımız gibi genelleştirilir ve farklılaştırılabilir, çoğaltılabilir veya farklı şekillerde sistematikleştirilebilir. Bu kadar çok çeşitli faktörlerin varlığının sebebi, sınıflandırma araştırmacılarının entelektüel sermayeyi nasıl gördükleri ve onunla nasıl başa çıktıklarıdır. Ayrıca, entelektüel sermaye unsurlarının çeşitliliğindeki artış, teknolojik yeniliklere bağlı olarak finansal piyasaların oluşumu ve işletmelerin finansal ve organizasyonel yapısındaki değişiklikler göz ardı edilemez (Ercan, Öztürk ve Demirgüneş, 2003).

Şekil 7: Entelektüel Sermaye Unsurları



Kaynak: Sullivan, P. H. (2000). Valuing intangibles companies—An intellectual capital approach. *Journal of Intellectual capital*.

İşletmeler ile ilgili bir döküman, bir evrak veya çalışanların düşünceleri entelektüel sermaye değil, yalnızca entelektüel materyaldir (Stewart, 1997). Bu nedenle, her şeyden önce, bunların entelektüel sermaye mi yoksa entelektüel materyal mi olduğunu belirlemek gerekir. Fikri sermaye bileşenleri firmalara değer katabilir. Rekabetçi ve ilgi çekici özelliğe sahiptirler (Edvinsson, 2002). Bu özellikler neticesine entelektüel materyal veya entelektüel sermaye olup olmadıkları ortaya çıkar.

Yukarıda belirtilen entelektüel sermayenin unsurlarına ilişkin tüm teorilerin ortak bir özelliği vardır. Tüm teoriler bilgiye dayanmaktadır ve araştırmacılar farklı entelektüel sermaye modellerine ait çeşitli unsurlar arasındaki ilişkiyi ortaya koymaya çalışmışlardır (Agndal, Nilsson, 2005).

Aşağıdaki Çizelge 8’de entelektüel sermaye unsurları özet olarak verilmiştir.

Çizelge 8 : Araştırmacılara Göre Entelektüel Sermaye Unsurları Özet Tablosu

Araştırmacı	Unsurlar	Örnekler
Stewart, 1997	-İnsan sermayesi -Yapısal sermaye -Finansal sermaye	Bireyler, ekipler, liderlik yapıları, sistemler, patentler, veri tabanları, sözleşmeler, sadakat, markalar.
Edvinsson and Malone, 1997	-İnsan sermayesi -Finansal sermaye -Kapital seçimi ve geliştirme - İşletim sermayesi	Beceriler, deneyimler, personel bilgisi. Müşteri İlişkileri, Tedarikçiler, Sözleşmeler. Proje Ar-Ge, Yeni Ürünler. Teknolojiler.
Karl Sveiby, 1997	-İç Yapı -Dış yapı -İnsan yapısı	Sistemler ve süreçler, iş modelleri, veri tabanları. Müşteri ilişkileri, tedarikçiler, yatırımcı ortakları, stratejistler, itibar ve mükemmellik. Kapasite, bilgi, bireysel ve toplu deneyimler, problem çözme yetenekleri.
Mayo, 2000	-İnsan sermayesi -Düzenleyici sermaye -İlişki Sermayesi	Bireysel yetenekler, deneyim, bilgelik, liderlik ve motivasyon. Programlama sistemleri, Kurumsal kültür. Müşteri İlişkileri, Müşteri Memnuniyeti, Müşteri Sadakati, İmaj Organizasyonu.
Marr ve Ross, 2005	-İnsan kaynakları -Organizasyon kaynakları -İlişkili Kaynaklar	Bilişsel yetenekler, davranışsal işlevler, değer yaratma yetenekleri. Örgütsel rutinler, süreçler ve bilgiler, yazılımlar, yapılar. Müşteriler, tedarikçiler ve devletle ilişkiler.
Moore and others, 2001	-İnsan kaynakları ilişkileri -Altyapı -Fikri mülkiyet	Deneyim, problem çözme yeteneği, yaratıcılık, liderlik becerileri ve yönetim. Markalar, müşteriler, dağıtım kanalları. Teknik yöntemler, süreçler, teknolojiler. Ticari sırlar, tasarım hakları.
Hamartin and Van Dermere, 2005	Seviye I -Beşeri Sermaye, -Yapısal Sermaye, -İlişki Sermayesi Seviye II: -Maddi olmayan kaynaklar, -Soyut faaliyetler	Somut olmayan kaynaklar: varlıklar (etiket, patentler, lisanslar) + beceriler (organizasyon, varyans) Somut olmayan faaliyetler: araştırma ve geliştirme, eğitim, pazarlama planlaması.
Rawia Hassan, 2003	-İnsan Varlıkları (beşeri sermaye -Fikri varlıklar -Yapısal sermaye fikri mülkiyeti (Sermaye Seçimi)	Korunan bilgiler, örneğin: beceriler, yaratıcılık ve deneyim. Mühendislik planları ve tasarımları, bilgisayar programları gibi bağımsız bilgiler. Kültür, örgütsel modeller, süreçler, prosedürler. Buluşlar, ticari markalar, yatırım hakları, yayıncılık yeteneği, konferanslar. Müşteriler, tekrarlayanlar ve rakiplerle ilişki.

Kaynak: Yazar tarafından hazırlanmıştır.

2.1.2.3.2.3.1. İnsan Sermayesi

İnsan sermayesi, genetik kalıtım, eğitim, deneyim ve yaşam ve işle ilgili tutumların bir birleşimidir. İnsan kaynağı, bir inovasyon ve stratejik yenilenme kaynağı olduğu için çok önemlidir. Ayrıca, araştırma laboratuvarlarında veya ofislerinde projeler geliştirmek, yeni süreçlerde değişiklik yapmak, kişisel becerileri arttırmak veya yeni yollar keşfetmek için beyin fırtınası, insan sermayesi yoluyla gerçekleştirilir (Bontis, 2001a).

İnsan Sermayesi, firma çalışanlarının işleri ile ilgili görevi yerine getirme konusundaki bilgi, beceri, yenilikçilik ve yeteneği olarak tanımlanır. Aynı zamanda şirketin değerlerini, kültürünü ve felsefesini de içerir (Bontis, 1998).

İnsan sermayesi, bireysel çalışanın müşterilere çözümler sağlama konusundaki bilgi, beceri ve kabiliyeti olarak da tanımlanır (Murthy ve Mouritsen, 2011).

Entelektüel sermaye tanımında olduğu gibi, insan sermayesi tanımında da literatürde çok farklı varyasyonlar mevcuttur. Literatürdeki en önemli araştırmacılardan biri Becker (1993), insan sermayesinin faydalarını araştırmış ve ekonomiye olan etkilerinden bahsetmiştir. Becker'e (1993) göre insan sermayesi ile ekonomi arasında doğrudan bir ilişki mevcuttur.

Pablos (2002)'ye göre insan sermayesi çalışanların organizasyondaki toplam bilgisidir. Bu bilgi çalışanların yetenekleri, deneyimleri ve eğitimlerinden meydana gelir. İnsan sermayesi önemlidir çünkü inovasyon ve keşfin ana kaynağıdır.

Seleim, Ashour ve Bontis (2004) insan sermayesini tüm kişisel yeteneklerin, deneyimlerin ve niteliklerin toplamıdır şeklinde açıklamıştır. Bu nedenle bu kuruluşların yenilikleri geliştirmesi ve iyileştirmesi ancak insan sermayesi ile mümkündür.

Bhartesh vd. (2005) insan sermayesini bir organizasyonda çalışanların yeteneklerini kullanarak problem çözme yetisi olarak tanımlamıştır. İnsan sermayesi çalışanların bilgi, yetenek ve deneyimleridir ve bu özellikler organizasyonlara değil çalışanlara aittir. Bu organizasyonlar insan sermayesini ancak kiralayabilir, onun sahibi olamazlar. Çünkü çalışan organizasyondan ayrıldığında onunla birlikte sahip olduğu insan sermayesi de ayrılmış olur.

İnsan sermayesi kuruluşlar için çok önemlidir çünkü her türlü bilgi, yenilik ve icat daha önce de belirtildiği gibi kuruluşa değil insan sermayesine aittir. İnsan sermayesi çalışanların yetenek ve bilgilerinin birleşimidir (Martinez-Torres, 2006). Bu nedenle, çalışanların yetenekleri ve bilgileri kuruluşların finansal başarısı ile doğrudan ilişkilidir (Bozbura, 2004).

Ayrıca, bireylerin her türlü becerileri insan sermayesini teşkil etmez. Rutin işler için insan sermayesini kullanmak yerine otomasyon uygulamak bu gibi durumlarda daha yararlı olacaktır. Böylece çalışanlar zamanlarının ve yeteneklerinin çoğunu inovasyon faaliyetlerine harcayacaklar (Karacan, 2007). Böylece, insan kaynaklarının etkin kullanımı ortaya çıkacaktır. İnsan sermayesine, söylenenlerin ışığında bir yaratıcılık kaynağı denemek yanlış olmaz (Pirtini, 2004).

Örneğin, bir hukuk bürosunda çalışan bir avukat veya bir yazılım firmasında çalışan bir bilgisayar programcısı işleri için bir insan sermayesidir. Doğrudan değer yaratmasalar da, müşterilerine sağladıkları bilgiler entelektüel bir varlık olarak kabul edilir (Edvinsson ve Sullivan, 1996).

Bill Gates: “Benim en önemli yirmi çalışanımı şirketten aldıkları takdirde son derece önemsiz bir firma oluruz.” diyerek insan sermayesinin önemine vurgu yapmıştır. Ona göre, insan sermayesini ölçmek kafa saymak demek değildir (Şamiloğlu, 2002).

İnsan sermayesi genellikle şu faktörlerden oluşur (Arıkboğa, 2003; Karacan, 2007; Aydemir, 2008; Wee ve Chua, 2013):

- Teknik veri,
- Teknolojik bilgi,
- Eğitime ayrılan zaman
- Eğitimin arka planı
- Mesleki yeterlilik / mesleki yeterlilikler
- Mesleğe ilişkin takdir edilen değerler,
- Bilgi üretme faaliyetleri,
- İş sürecinden önce ve sonra,
- Beceri / beceri geliştirme faaliyetleri,
- Psikolojik olarak değer verilen değerler,
- Personel aşınma oranı

- Manevi değerlendirmeler
- Girişimcilik coşkusu, motivasyon, yaratıcılık, yetenekleri kabul etme ve reddetme, yeniden yapılandırma.

Williams, Balaz ve Wallace'ye (2004) göre, insan sermayesi, entelektüel sermayenin anahtar bileşenidir. Bu nedenle, kuruluşlar, insan sermayesine önem vermeli ve insan sermayesi performansını iyileştirmelidir. Bu irade kuruluşların gelecekteki entelektüel sermaye potansiyelini ve ekonomik performansını etkilemektedir.

Son yıllarda çalışan yapısındaki değişimler sayesinde çalışanlar kariyerlerini kendileri yönetmeye başlamıştır. Şimdi seçimleri yapan ve yeteneklerine uygun işverenleri seçen çalışanların kendileridir. Kısacası, insan sermayesi kendisine uygun yapısal sermaye arar (Edvinsson, 2002). Çünkü en zeki insanlar bile bilgi, beceri ve yeteneklerini kullanabilmek için bir kuruma ihtiyaç duyarlar (Görmüş, 2009). Bu nedenle yapısal sermaye entelektüel sermaye unsurları arasında bir diğer önemli unsur olarak görülmektedir.

2.1.2.3.2.3.2. Yapısal Sermaye

Yapısal sermaye, beşeri sermayeyi içeren, şekillendiren ve sürdüren altyapı olarak tanımlanabilir. Aynı zamanda entelektüel materyali iletmek ve depolamak için kullanılan fiziksel sistemleri içeren organizasyon kapasitesidir. Bununla birlikte, yapısal sermayenin tanımlandığı ilişkide, müşteriler, tedarikçiler, ittifak ortağı, hissedarlar ve diğer paydaşlar ile olan ilişkilere odaklanır, onların bakış açısına göre sermaye, örgütler arası ilişkilere karşılık gelir (Angdal ve Nilsson, 2006). Yapısal sermaye donanımdır. Yazılımlar, veri tabanları, organizasyon yapısı, patentler, ticari markalar ve çalışanların üretkenliğini destekleyen diğer tüm organizasyonel yeteneklerdir. Başka bir deyişle, çalışanlar eve gittiğinde ofiste geride kalan her şeydir. İnsan sermayesinin tersine, yapısal sermaye sahip olunabilir ve bu suretle alınıp satılabilir (Bontis, 2001b).

Bilgi temelli şirketlerde yapısal sermaye, entelektüel sermayeden en yüksek verimi almak üzere tasarlanmıştır. Asıl işi inovasyona dayalı fikir üretmek olan bilgi temelli işletmelerin ofis ortamları da takım çalışmasına uygun olarak oluşturulur. Bu

tarz işletmelerin yapısal sermayesi ise yeniliğe açık çalışma alanları, video konferans odaları gibi fiziki ortamlardan meydana gelmektedir (Edvinsson ve Sullivan, 1996).

Van Buren'e göre, yapısal sermaye, şirketin yeni ürün ve hizmetler yaratma ve yenileme kabiliyetini ifade eden inovasyon sermayesini ve bu girişimin süreçlerini, tekniklerini, sistemlerini ve araçlarını kapsayan süreç sermayesini içerir (Buren, 1999).

Yapısal sermayenin en önemli iki amacı çalışanlara aktarılacak bilginin düzenli olarak kaydedilmesi ve bu bilgilerin ihtiyaç anında çalışanlara anında ulaşmasını sağlamaktır (Görmüş, 2009).

Yapısal sermayenin bileşenleri iki ana bölümden meydana gelmektedir. Bu bileşenlerden biri fikri mülkiyet, diğeri ise altyapı varlıklarıdır. Bu öğeler de kendi aralarında aşağıdaki şekilde ayrılmıştır (Lynn, 1998);

Fikri mülkiyet:

- Patentler
- Telif Hakkı
- Tasarım hakları
- Ticaret Sırları
- Ticari Markalar
- Servis markaları

Altyapı varlıkları:

- Yönetim felsefesi
- Örgüt kültürü
- Yönetim süreçleri
- Bilgi sistemi
- Ağ sistemleri
- Mali ilişkiler

Yapısal sermayeye önem veren bu konuda güçlü olan firmalar, çalışanlarının başarısız olsalar bile denemelerine, öğrenmelerine ve yeniden denemelerine olanak sağlayan destekleyici bir kültüre sahiptir. İş kültürü haksız yere haksızlığı cezalandırırsa, başarı asgari düzeyde olacaktır. Ayrıca, kurumdaki insanlar zamanlarını ve yeteneklerini, hata yapmaktan korkmadan yaratıcı faaliyetlere yönlendirirlerse, insan sermayesi en etkili şekilde kullanılacaktır (Sezgin, Haşiloğlu ve Zerenler, 2008).

2.1.2.3.2.3.3. Müşteri Sermayesi

Entelektüel sermayenin önemli bir unsuru da müşteri sermayesidir. İlişkisel sermaye olarak da adlandırılır ve firmaların müşterileri, tedarikçileri ve iş

ortaklarıyla ilgili olduğu için kuruluşun dış ilişkilerinin inisiyatifi, elde tutulması ve geliştirilmesi olarak tanımlanır (Al-Salami, 2001).

Müşteriye sahip olan her işletme doğal olarak müşteri sermayesine de sahiptir (Sezgin, Haşiloğlu ve Zerenler, 2008). Müşteri sermayesi entelektüel sermayenin diğer iki unsuru olan insan sermayesi ve yapısal sermayesi arasındaki bağlantıyı sağlamaktadır. Böylece başarılı bir entelektüel sermaye yönetimi ile işletme hedef ve stratejilerinde önemli bir rol oynar (Karacan, 2007). Zaten organizasyonlarda da en önemli hedeflerden biri müşteri memnuniyetini sağlamak ve müşteri beklentilerini en üst seviyede tutmaktır. Bu da müşteri sermayesinin etkin kullanımı ile mümkündür (Görmüş, 2009).

Müşteri sermayesi kavramı ile insan sermayesi kavramı şu noktada benzerdir. Organizasyonlarda personeli memnun etmek ve elde tutmak nasıl zor ise müşterileri elde tutmak da o kadar zordur. Müşteriler istedikleri işletmeyi bırakabilirler. Bu da önem arz eden bir unsurdur (Pirtini, 2004). Bu konuda yapılan araştırmalar göstermektedir ki; firmaların yeni müşteri bulması mevcut müşteriye korumasından daha maliyetli ve zordur (Arıkboğa, 2003). İşletmeler müşteriye kaybetmek istemiyorsa, müşteri sermayesine önem vererek onların değer verdikleri ürün ve hizmetleri üretmeleri ve sunmaları gerekir (Kaplan ve Norton, 2003). Aşağıdaki Çizelge 9’da müşteri sermayesinin unsurları yer almaktadır.

Çizelge 9 : Müşteri Sermayesi Unsurları

Müşteri Sermayesi Unsurları	Konusu
Tedarikçi Sermayesi	Önemli tedarikçiler ile işletme arasındaki karşılıklı güven, anlaşma ve yaratıcılık
Anlaşma Sermayesi	Güvenilir ve yararlı partnerler
Topluluk Sermayesi	İşletmenin yetenekleri ve dış çevredeki itibarı
Düzenleyici Sermaye	Kanun ve düzenlemeler
Rakip Sermayesi	Rakip Sermayesi Rakipler hakkında kritik anlayış ve zekâ

Kaynak: Knight, D. J. (1999). Performance measures for increasing intellectual capital. *Strategy & leadership*.

Müşteri sermayesi unsurları aşağıdaki şekilde sıralanabilir (Karacan, 2007):

- İşle ilgili işbirlikleri
- Markalar
- Müşteriler
- Lisans anlaşmaları
- Müşteri sadakati
- Sözleşmeler
- İş adı
- Dağıtım kanalları
- Franchising anlaşmaları
- Dağıtım kanalları

2.1.2.4. Finansal İnovasyon

İnovatif sermayenin iki ana unsurundan biri inovasyon kavramını yukarıda açıklamıştık. Bu çalışmanın konusu bankacılık sektöründe inovatif sermaye olup; finans sektöründeki yeniliklerin literatürdeki karşılığı olan finansal inovasyon kavramına da aşağıda yer verilmiştir.

2.1.2.4.1. Finansal İnovasyon Tanımı

Finansal inovasyon, yeni finansal araçların yanı sıra yeni finansal teknolojiler, kurumlar ile pazarlar yaratma ve ardından popülerleştirme eylemidir (Sokolowska, 2014).

Tufano (2003) ürün inovasyonu ve süreç inovasyonu olmak üzere iki temel finansal inovasyon türü tanımlamıştır. İlki, yenilikçi finansal araçları (türevler gibi) içerirken; ikincisi, finansal ürünleri dağıtmanın yenilikçi yollarını (örneğin, menkul kıymetleştirme, kredi puanlama), finansal işlemler için yenilikçi muhasebe yöntemlerini (ör. Genişletilebilir iş raporlama dili - XBRL, elektronik finansal analiz), gözetim sistemlerini (e-FASS) ve yeni ödeme tekniklerini (ör. ATM'ler, internet bankacılığı, banka / kredi kartları, elektronik para, e-fatura ödemesi, vb.)

içerir. Finansal kurumlar bağlamında, organizasyonel inovasyona da bir örnek vermek gerekirse, kurumsal bir yeniden organizasyon veya bir finansal kurumun yönetim yapısındaki değişiklik olabilir.

Başarılı yenilikçiler, rakiplerinden daha hızlı büyümek için yeni ortamdan yararlanabilmektedir. Finansal inovasyonun başarılı olabilmesi için, piyasa katılımcıları (müşteriler ve yatırımcılar) için daha iyi yatırım koşulları yaratması ve geleneksel yatırım türlerine kıyasla piyasa katılımcılarının beklentilerinin veya finansal hedeflerinin daha tatmin edici bir şekilde gerçekleştirilmesini sağlaması gerekir (Frame ve White, 2009). Finans kurumları, aşağıdaki faydaları elde etmek için inovasyonla uğraşmaktadır (Allen ve Gale, 1994);

- Artan risk paylaşım fırsatları,
- Düzenlemelerden ve vergilerden kaçınma,
- Azaltılmış işlem maliyetleri ve artan likidite,
- Azaltılmış acente maliyetleri,
- Geçici karları yakalama ve değişen fiyatlar.

Finansal inovasyonlar, endüstriyel inovasyonların aksine, tamamen yeni ürünlere atıfta bulunmaz. Çoğu durumda, finansal inovasyonlar, temellerini zaten var olan finansal kurumlardan veya araçlardan alır. Modern finansal araçlar genellikle bazı mevcut ürün özelliklerini ortadan kaldırarak veya bunlara bir dizi yeni özellik eklenerek oluşturulur (Sokolowska, 2014).

2.1.2.4.2. Finansal İnovasyonun Belirleyicileri

Bugün dünya çapında finansal inovasyonun gelişiminde etkili olan bir dizi faktör vardır. Bu faktörler şunlar olup kısaca aşağıda açıklanmıştır (Tian, Qin ve Pan, 2009) :

- Sınırsız finans hareketi,
- Sermaye akışının serbestleştirilmesi,
- Deregülasyon ve artan rekabet
- Teknolojik ilerleme

2.1.2.4.2.1. Sınırsız Finans Hareketi

Finansal piyasaların hızlı dönüşümü ve çeşitlenmesi, giderek daha yenilikçi finansal ürün ve hizmetlere yol açmıştır. Sınırsız finans hareketi, “ticaretin gelişmesi ve artan finansal akışların bir sonucu olarak ulusal ekonomilerin artan entegrasyonu” olarak tanımlanabilir (Sokolowska, 2014). Küresel finans piyasaları (kredi piyasaları, para piyasaları ve döviz piyasaları) gittikçe daha fazla iç içe geçtikçe, finansal fazlalıklara sınırların ötesine yatırım yapmak için fırsatlar yaratılır (Zabielski, 1999). Kurumsal yatırımcılar (yatırım fonları, sigorta şirketleri ve emeklilik fonları gibi) arasında ekonomik faaliyetler küresel olarak artarken, getiri ve ek kar arayışı, yatırımcıların bilinçli olarak risk almasına neden olacaktır. Hızlı sermaye transferi ve makro düzeyde yeni risklerin ortaya çıkması, finansal inovasyonu güçlendirme eğilimindedir.

2.1.2.4.2.2. Sermaye Akışlarındaki Serbestleştirme

Finansal küreselleşmenin kolaylaştırıcı unsurlarından biri, uluslararası sermaye akımlarının serbestleştirilmesidir (Janicka, 2008). Sermaye akışının serbestleştirilmesi, sermayenin ülkeler arasında serbest dolaşımını ve sınırların ötesinde finansal işlemlere getirilen kısıtlamaların kaldırılmasını ifade eder. Serbest fon akışı, yerel ekonomi için tasarruf oranının artırılması, tasarrufların ve yatırım fırsatlarının artırılması, belirli ülke risklerinin daha fazla çeşitlendirilmesi ve finansal aracılığın etkinliğinin iyileştirilmesi dâhil olmak üzere önemli faydalar sağlayabilir (Janicka, 2008). Bununla birlikte, finansal entegrasyonun önemli bir dezavantajı, sermaye akışlarının yerel finansal sistemi istikrarsızlaştırma olasılığıdır ve bu da genellikle para krizlerinin ortaya çıkmasına yol açar (Sokolowska, 2014).

2.1.2.4.2.3. Deregülasyon ve Artan Rekabet

Finansal inovasyonu yaratan bir diğer faktör de deregülasyon, yani finansal piyasalarda, özellikle de ürünlerin fiyatlandırılmasına ilişkin düzenleyici müdahalenin kaldırılmasıdır. Deregülasyon süreci, mali işlemlere yönelik idari ve yasal darboğazların kaldırılmasını da içerir. Deregülasyon, yerli ve yabancı finansal hizmet sağlayıcıları arasındaki rekabeti artırarak yerli oyuncuları kalite ve yönetim

için uluslararası standartların benimsenmesi yoluyla verimliliği artırmaya zorlar. Deregülasyon aynı zamanda daha iyi sermaye tahsisi yoluyla genel ekonomik verimliliği ve üretkenliği artırır (Sokolowska, 2014).

2.1.2.4.2.4. Teknolojik İlerleme

Modern teknoloji ve telekomünikasyonun gelişimi, finansal piyasaların entegrasyonuna da katkıda bulunur. İnternetin ve diğer elektronik iletişimin ortaya çıkışından bu yana, bilgi teknolojisi finansal hizmetler ortamını şekillendirmeye devam ederek yeni finansal ürün ve hizmetlerin geliştirilmesine yol açmıştır. Teknolojinin finansal yenilik üretmedeki rolü üzerine çalışmalar Berger (2003) ve Frame ve White (2004) tarafından yapılmıştır. Modern teknolojinin kullanımı finansal aracılık sürecini değiştirmiştir. Bu, potansiyel olarak iyi veya kötü kredi risklerini tanımlamak için kullanılan kredi riski modelleme araçlarının (örneğin, kredi puanlama) geliştirilmesiyle sonuçlanmıştır. İnternet, finansal hizmetler endüstrisindeki rekabet ortamını da değiştirdi. Aslında, geleneksel olarak bankalar tarafından sağlanan hizmetlerin çoğu artık çevrimiçi pazar yerleri aracılığıyla diğer kuruluşlar tarafından sağlanmaktadır (Claessens, Glaessner ve Klingebiel, 2002). Ayrıca teknoloji, finansal piyasaların dönüşümünü de beraberinde getirdi. Bunların artık fiziksel bir yerle ilişkilendirilmesine gerek yok. Sonuç olarak, hisse senetleri, krediler, tahviller ve döviz alım satım sistemleri küresel hale geliyor.

2.1.2.4.3. Finansal İnovasyonun Tuzakları

Sayısız faydasına rağmen, finansal inovasyonun bazı güçlükleri vardır. Finansal inovasyon son yıllarda finansal krizden en ağır şekilde etkilenen, anlaşılması zor ve karmaşık finansal ürünlerle eş anlamlı hale gelmiştir. 2007'de başlayan mali kriz, şimdi Büyük Buhran'dan bu yana en derin ve en uzun süreli ekonomik krizi üreten bazı özel yenilikçi ürünlerde aşırı risk almayı vurguladı. Son araştırmalar artık finansal ekonominin aşırı büyümesini reel ekonominin büyümesine zararlı olmakla suçlamaktadır (Levine, 2005; Rajan, 2006; Piazza, 2010). Başlıca eleştiriler arasında, finansal kurumlar tarafından yeterince tasarlanmamış ve yatırımcılar tarafından yeterince anlaşılmayan riskli ipoteklere dayalı birçok menkul kıymetleştirilmiş varlık ve türevinin karmaşık yapısı bulunmaktadır. Dolayısıyla inovasyon, iki ucu keskin bir kılıçtır. Bankaları yeni teknolojilere yatırım yapmaya

teşvik edebilecek doğru türden yenilik ve elverişli koşullar, finansal sistemin işlevlerini yerine getirmesine ve sonuç olarak büyüme sağlamasına yardımcı olacaktır; ancak uygun şekilde kullanılmayan çok fazla yenilik, genel ekonomi üzerinde ciddi sonuçlar doğurabilir (Stiglitz, 2010; Beck vd.,2012).

Mali kriz inovasyonun zararlı sonuçlarına dikkat çekerken, yenilikçi finansal ürün ve hizmetlerin tümü kötü değildir. Aslında, birçok yenilik (iş modelleri, süreçler ve teknolojiler dâhil) yalnızca değerli olmakla kalmayıp, aynı zamanda insanların finansal hizmetleri kullanma şeklini değiştiren sosyal ve ekonomik eğilimlere ayak uydurmak için gerekli olmuştur. Dünya Ekonomik Forumu (2012), finansal sistemdeki katılımcıların yenilikçi ürün ve hizmetleri yazmak yerine, bir fikrin faydalarını anlamının ve korumanın yollarını aramaktadır.

2.1.2.4.4. Finansal İnovasyonun Faydaları

Finansal hizmetler endüstrisi bir istisna değildir. Genel olarak ifade edilirse, eğer bir endüstri uzun süredir var ise, bunun nedeni değerli bir hizmet sağlaması ve canlılığını koruyan uzun bir dizi yararlı yeniliği teşvik etmesidir. Finansal inovasyon ile ilgili çok az araştırmacı, dünyanın krediler, araba sigortası veya borsalar olmadan daha iyi olacağını savunmuştur. Bunun yerine, finansal inovasyon konusundaki tartışma daha yeni inovasyonlara odaklanmaktadır (World Economic Forum, 2012).

Geçtiğimiz yarım yüzyıl, finansal inovasyon açısından son derece verimli olduğunu kanıtlamış, en önemlisi finansal serbestleşmedeki ve teknolojideki önemli ilerlemeler gibi bir dizi gelişmeyle desteklenmiştir. Finansal inovasyon, daha geniş ekonomik ve sosyal güçlere ve zorluklara karşı fayda olarak görülebilir. 1970'lerden bu yana, dünya çapında finansal serbestleşme; yeni likit piyasalar (örn. Döviz piyasaları) ve bu piyasa risklerini yönetmek için yeni finansal araçlara duyulan ihtiyacı artırırken, bilgisayar teknolojisindeki gelişmeler de hesaplama hızını artırmıştır. Bu durum da ağ özellikli ATM'den internet bankacılığına kadar birçok yeniliğe öncü olmuştur (Lerner ve Tufano, 2011).

Finansal inovasyonlara örnek olan banka kartları, hem mallar ve hizmetler için ödeme yapmak, hem de nakit ve hesap hizmetleri almak için kolay bir yol sunmanın yanı sıra kişisel güvenlik açısından önemli bir fayda (büyük miktarlarda

nakit taşımakla karşılaştırıldığında) sağlamaktadır. Bunun yanı sıra kredi kartları da tüketicilere kısa vadeli finansman sağlamakla beraber telefonla ve/veya çevrimiçi alışveriş yapmanın güvenli yolunu sunmaktadır (World Economic Forum, 2012).

İnternet devriminin getirdiği finansal yenilikler tüketiciye büyük kolaylık sağlamanın yanı sıra genellikle tasarruf ve diğer yatırım ürünlerinden daha iyi getiri sağlamaktadır. Bankaların internet sistemlerinin istikrarı konusundaki bazı endişeleri ve dolandırıcılık olasılıklarına rağmen bugüne kadar büyük zorluklar yaşanmamıştır.

Finansal hizmetler sektöründeki faydalı inovasyonlar, yenilikçi perakende ürünlerin çok ötesindedir. Finansal inovasyonun temel faydalarının, finansal hizmetlerin daha geniş ekonomide klasik işlevlerini yerine getirme şeklindeki iyileştirmelerde yattığına inanmaktadır (Tufano, 2003).

2.1.2.4.5. Finansal İnovasyonun Önemli Nitelikleri

Finans endüstrisi, çoğu finansal inovasyonun doğasını ve etkilerini şekillendiren ayırt edici özelliklere sahiptir. Bu özellikler aşağıdaki gibi sıralanabilir (World Economic Forum, 2012);

- Sermayenin tahsis edilmesinde önemli bir rol oynar ve dolayısıyla ekonomik büyümeyi ve iyileştirilmiş sosyal refahı mümkün kılar
- Diğer endüstrilere kıyasla benzersiz düzeylerde bilanço kaldıracı ile karakterize edilir
- Bir inovasyon benimsediği için birbiriyle son derece bağlantılıdır.

Finansal ürünler çoğu zaman hayatımızın en önemli kararlarında yer alan önemli ürünlerdir. Çok az satın alma kararı, bir evi finanse etmek ve bir emekli aylığı seçmekten daha büyüktür veya hayat veya sağlık sigortası seçmekten potansiyel olarak daha önemlidir.

Pek çok finansal hizmet ve ürün üretilen fiziksel ürün veya hizmete kıyasla daha uzun vadeli. Bu nedenle de üründe bir kusurun ortaya çıkması uzun zaman alabilir. Yenilikçi bir emeklilik planı ürünün ödemesini sözleşme sonunda yapmaktadır ve o süre sonuna kadar üründeki kusurlar fark edilmeyebilir. Ancak arabalar ve diğer dayanıklı mallar gibi fiziksel ürünler nispeten uzun vadeli satın alımları temsil edebilirken, bu satın alımlar genellikle hemen kullanılmaya

başlanarak büyük tasarım kusurlarının tespit edilmesini kolaylaştırır (World Economic Forum, 2012).

Sonuç olarak, sonuçların ortaya çıkması için geçen süre, yenilikçi ürünün hata bulunmadan önce çok sayıda kullanıcıya ulaşmış olabileceği anlamına gelir. Yan etkileri ve kusurları ortaya çıkmaya başladığında, bu artık bir inovasyon olarak görülmeyebilir. Finansal ürünlerin fiziksel ürünlerden ziyade genellikle kâğıt veya elektronik olması gerçeği, ürün zamana göre test edilmeden önce hızla üretilebilen büyük hacimlere ulaşmasını sağlamaktadır. Bu durum finansal hizmet inovasyonu yapmayı kolaylaştırır.

2.1.2.5. İnovatif Sermaye Unsurlarının Bankacılık Sektöründeki Yeri

2.1.2.5.1. Bankacılık Sektöründe İnovasyonun Önemi

İnovasyonun yer aldığı tüm sektörlerde olduğu gibi bankacılık sektöründe de bilişim teknolojilerinin yeri çok önemlidir. Sektörde faaliyet gösteren bankaların rekabet yönünden güçlenebilmesi için teknolojik inovasyonları yakından takip ederek bunlara hızlıca ayak uydurması gerekmektedir. Bankacılık sektöründe ortaya çıkan ve yaşanan teknolojik gelişmeler hayatı kolaylaştırmaktadır (Akata, Dikdak ve Kırbaş, 2015).

Yenilikçi yöntemlere önem vermeden bankacılık faaliyetlerinin yürütülüyor olması, bankaların rekabetten uzaklaşmasına sebep olmaktadır. İnovatif bankacılık ürünleri ile ekonomik birimler bankacılık faaliyetlerini daha rahat yerine getirebilmektedir. Böylece yenilikçi ürünlere önem veren bankalar kullanılan bu yöntemler ile daha fazla müşteriye ulaşma imkânı elde ederler. Bankacılık sektöründe rekabet ve maliyet avantajı sağlamak için, inovatif ürün ve hizmet üretmek, pazar payını arttırmak için teknolojik yatırımlara önem verilmesi gerekmektedir (Yıldız, 2017).

Bankacılıkta inovasyon tamamen yaratıcılık ile bağlantılı olup; bankaların bu üretken ve yenilikçi uygulamaları ortaya çıkarmalarındaki amaç daha önce yapılmayanı yapmaktır. Yani inovasyonun tanımı ile birebir örtüşmektedir. Bankalar, yeni ve farklı bir ürün veya hizmet sunduklarında hem müşterileri için fark yaratır hem de rakiplerine göre avantaj sağlarlar (Harmancıoğlu, 2012).

Günümüzde, tüm sektörlerde olduğu gibi bankacılık faaliyetlerinde de inovasyon büyük bir öneme sahiptir. Yoğun rekabet içerisinde olan bankacılık sektöründe inovatif bankacılık uygulamaları bankaların müşterilerine sağladığı avantajları arttırmaktadır. Bu durum da bankalara rekabet avantajı sağlamaktadır. Bankaların inovasyona yatırımlarının sağladığı faydalar aşağıdaki gibi sıralanabilir (Yüksel, 2004) ;

- Yeni portföy kazanımı,
- Sektörde verimlilik,
- Rekabetteki payın artırılması,
- Nitelikli istihdam,
- Müşteri memnuniyetini sağlamak,
- Mevcut müşterileri sadık müşterilere dönüştürmek,
- Müşterilerle daha iyi ilişkiler,
- Bankacılık işlem ve süreçlerinde iyileştirme / gelişme,
- Bankacılıkta hız (hızlı işlem, hızlı müşteri odaklılık),
- 24 saat hizmet,
- Kârlılıkta artış,
- Ve nihai rekabet avantajları.

2.1.2.5.2. Finansal Yenilik

Finansal yenilik; yeni finansal enstrümanlar, teknolojiler, kurumlar ve pazarlar ortaya çıkarma eylemi olarak tanımlanabilir (Lerner ve Tufano, 2011). Solans (2003) finansal yeniliği “hem bilgiye ulaşmayı, ticareti ve ödeme araçlarına erişimi kolaylaştıran teknolojik ilerlemeler hem de yeni finansal araç ve hizmetlerin, yeni organizasyon biçimleri ve daha gelişmiş ve eksiksiz finansal piyasaların ortaya çıkışı” olarak tanımlamıştır.

Finansal yenilik, doğası gereği stratejik olarak kabul edilir. Costanzo, Keasey ve Short (2003), belirli bir finansal yeniliğin değerinin, finans sektöründeki sürdürülebilirliği tarafından belirlendiğini, dolayısıyla değerinin piyasada ne ölçüde sürdürülebildiğiyle ilgili olduğunu düşünmektedir. Bu nedenle, finansal yenilik, finans sektörü ile sürdürülebilir kalkınma arasındaki bağlantı olarak kabul edilir. Finansal yenilik, finansal ürün ve hizmetlerin geliştirilmesini ve genişletilmesini,

yeni süreçlerin başlatılmasını, müşterilerle etkileşimi ve yeni finansal yapıların ve kurumların geliştirilmesini içerir (Alhassan, 2020).

Finansal yenilikler, öncelikle firmaların karlılıklarına odaklanır ve hissedar servetini en üst düzeye çıkarmayı amaçlayan yeni ürünler ve değiştirilmiş uygulamalar ve prosedürler şeklinde karşımıza çıkar (Forrer ve Forrer, 2015).

Finansal yenilik tanımlanırken gerçekleştiği yere göre üç gruba ayrılabilir (Vargas, 2007). Bunlar süreç yeniliği, örgütsel yenilik ve ürün yeniliğidir.

- **Süreç yeniliği**, yeni veya mevcut finansal ürün ve hizmetlerin sağlanmasına izin veren yeni üretim süreçlerini ifade eder.
- **Örgütsel yenilik**, üretim sürecinin gerçekleştirildiği kurumlar içinde yeni kurumların veya organizasyonel yapıların kurulmasını kapsar. Bu tür bir kurumsal yenilik, finansal sistemi bir bütün olarak etkileyerek yeni aracı türleri ortaya çıkarabilir. İnternet bankacılığı, bu tür yeniliğin en önemli örneğidir.
- **Ürün yeniliği**, pazar ihtiyaçlarını karşılamak için yeni ürün veya hizmetlerin yaratılmasıdır. Böylece müşteri odaklı bir finansal yenilik oluşturur.

Finansal yenilik işlevsel bir yaklaşım uygulandığında, yeni araçların ve tekniklerin tanıtılması, finansal sistemin verimliliğini artırma potansiyeline sahiptir (Llewellyn, 2009). Finansal hizmetler endüstrisi, finansal hesapları kontrol etmeyi veya müşteriler için faturaları çevrimiçi olarak ödemeyi kolaylaştırır. Ancak, bu yenilikler finans sektörünün temel işlevi olan finansal aracılık hizmetini (fonları ihtiyaç duyulmadıkları bir yerden daha değerli oldukları başka bir yere taşımayı) etkilemez (Johnson ve Kwak, 2012).

2.1.2.5.3. Finansal Küreselleşme ve Bankacılık

Finansal küreselleşme, mal ve hizmetlerin üretim, dağıtım ve pazarlamasının uluslararasılaşması olarak tanımlanabilir. Finansal küreselleşme: "Uluslararası ticaret ve finansal bağların liberalleşme ve teknolojik değişimin desteği ile artmasıdır" (Raj ve Reshma, 2009).

Finansal küreselleşme, sermayenin ülkeler arasında sınır olmaksızın, yüksek getiri ve düşük risk amacıyla serbestçe dolaşması anlamına gelmektedir. Finansal küreselleşme sonucunda dünya üzerindeki ülkeler arasında sermaye hareketleri artmaktadır. Bu da ülkelerdeki yatırımların artmasını ve ülkelerin büyümesini sağlamaktadır. Finansal küreselleşme kavramıyla birlikte teknolojinin gelişmesi ve finansal piyasalara entegrasyonu sermaye piyasalarında yatırımlarda artış sağlamıştır. Bununla birlikte de yeni finansal araçlar ortaya çıkmıştır (Bozkurt, 2016).

Bankaların küreselleşmesi veya küresel bankacılık olarak bilinen şey, bankaları yerel çerçevenin dışına çıkaran dinamik ve etkili bir küresel durumdur. Bankacılık sektöründeki küreselleşme finansal küreselleşme ile paralellik göstermektedir. Finansal piyasaların en etkin kurumlarının bankalar olması bunun en önemli sebebidir. Bankacılığın küreselleşmesi ülkelerde fonların serbest dolaşımına, maliyeti düşük kaynak sağlamaya ve rekabete neden olmuştur. Böylece rekabet edebilmek adına küresel bankacılık alanında yenilikçi ürünler rotaya çıkmıştır (Abbas vd., 2018).

2.1.2.5.4. Bankacılık Sektöründe İnovasyon Unsurları

Bankaların inovatif uygulamalarını ürün, hizmet ve süreç inovasyonları olarak üç bölümde inceleyebiliriz.

2.1.2.5.4.1. Ürün İnovasyonu

İnovasyona dayalı bir üründen bahsetmek için ilk olarak daha önce bankacılık sektöründe bulunmayan bir ürünün keşfedilmesi ve müşterilerin kullanımına sunulması akla gelmektedir. Aslında ilk bulunduğu, her bankacılık ürünü inovatif bir üründür. Örneğin; ATM cihazı da ilk bulunduğu öyleydi. Ancak sonraki zamanlarda etkileşimli bir ATM icat edildi. Bu interaktif ATM ile tüm bankacılık işlemleri dokunmatik ve video üzerinden yapılabilir hale geldi. İnovatif bankacılık ürünlerine diğer bazı örnekler arasında sanal kredi kartları, sanal Pos vb. formdaki teknolojik ürünler de örnek verilebilir (Kasımoğlu ve Akkaya, 2012).

Teknoloji, bankacılık sektörünün gelişmesine yardımcı olmaktadır. Bir yandan, teknolojiye gelişmeler aynı zamanda bankacılıkta da yeniliklere yol

açmaktadır. İnternetin gelişmesi ve genişlemesiyle birlikte, çevrimiçi bankacılık işlemlerimizi evde veya cep telefonlarımız aracılığıyla gerçekleştirebildik. Böylece, teknoloji ve yenilik arasındaki ilişki anlaşılmaktadır (Türkcan, 2011).

Bankacılık sektöründe ürün inovasyonu, müşterilerin kullanımına sunulan yenilikçi ürünlerin ortaya çıkarılması olarak tanımlanabilir.

2.1.2.5.4.2. Hizmet İnovasyonu

Bankalar inovasyonu yalnızca ürünlerinde değil müşterilerine sundukları hizmetlerde de kullanılmaktadır. Müşterilerine yenilikçi yaklaşımlar ile hizmet sunarak fark yaratırlar. Hizmet inovasyonunu da yeni hizmetlerin sunulması ve sunulan hizmetlerde farklılık yaratılması olarak iki başlıkta incelenebilir.

2.1.2.5.4.2.1. Yeni Bir Hizmet Sunmak

Bankalar için müşterilerine sunduğu her hizmet önemlidir. Müşterilere sağlanan hizmetler onların memnuniyetlerini kazanır ve sadakat sağlar. Bankacılık sektöründe müşteri memnuniyeti ve sadakat oldukça önemlidir. Bu doğrultuda, bankalarda müşteri memnuniyetini yönetim düzeyinde artırma stratejileri geliştirilmektedir. Bankaların, müşterilerinin memnuniyetini artırma yöntemlerinden biri de inovatif servis ve hizmetlerin sunulmasıdır. Bu nedenle bankalar, inovatif hizmet sunumu için araştırma ve geliştirmeye odaklanırlar. İnovasyonlar bu bilimsel faaliyetlerin sonucudur. Bankacılık sektöründe yüksek düzeyde rekabet var. Bu, rekabeti daha iyi hale getirmek için bankaları müşterileri üzerinde etkisi olacak yeni ürün ve hizmetler geliştirmeye zorlamaktadır (Arıkan, 2015).

2.1.2.5.4.2.2. Hizmet Sunumunda Farklılık Yaratılması

Hizmet inovasyonu yeni bir hizmet sunmanın yanı sıra mevcut bir hizmetin sunumundaki bir yenilikle de ortaya çıkabilir. Bankalar bunu hizmet sunum şeklindeki önemli değişikliklerle yapabilir. Örneğin, birebir bankacılık uygulaması buna örnek olarak gösterilebilir. Müşteri ilişkileri yönetimi bankacılık sektörü için her zaman çok değerli olmuştur. Ancak son yıllarda daha da önem kazanmıştır.

Günümüzde bunun en gelişmiş uygulaması müşteriler ile birebir iletişim ve müşteri segmentasyonu ile belli müşteriler ile belli banka çalışanlarının ilgilenmesidir. Bankalar böylece hizmet sunumunda inovatif bir uygulama ile banka hizmetleri alanında fark yaratmayı planlamaktadırlar. Bu inovatif uygulamayı bankalar etkin bir pazarlama stratejisi olarak kullanmaktadırlar. Çünkü sektörde hizmet ve ürünler o kadar benzemektedir ki bankalar ancak hizmet sunumunu farklılaştırarak avantaj sağlamaktadırlar (Güven ve Öztürk, 2013).

2.1.2.5.4.3. Süreç İnovasyonu

Bankalar için yenilikçi ürün ve hizmetleri üretebilmek kadar, bu ürün ve hizmetleri diğer bankalardan daha iyi yöntemlerle sunabilmek de önemli bir rekabet avantajı kaynağıdır. Süreç inovasyonu yeni veya mevcut finansal ürünlerin ve hizmetlerin sağlanmasını sağlayan yeni üretim süreçlerini ifade etmektedir. Bankacılıkta yaygın olarak kullanılan iki süreç yeniliği yöntemi kredi izleme sistemleri ve kredi puanlamalarıdır. Bankalar müşterilerine daha hızlı cevap verebilmek adına kredi değerlendirme süreçlerine inovatif uygulamalar kullanmaktadırlar. Ayrıca sürekli büyüyen kredi hacminin seyyalietini daha doğru yönetebilmek adına da kredi izleme sistemleri ile erken uyarı sistemlerini geliştirmektedirler (Seyrek, Akgün ve Özer, 2007).

2.1.2.5.5. Bankacılık Sektöründe Entelektüel Sermayenin Önemi

Son yıllarda bankalar, sektörde yaşanan serbestleşme, teknolojik gelişim ve küreselleşme nedeniyle hem ulusal hem de uluslararası piyasalarda artan bir rekabet ile yüz yüze gelmiştir. Bankaların ulusal ve uluslararası ekonomilerde önemli bir yeri olduğu dikkate alındığında, faaliyet gösterdikleri ekonomik sahada ürün ve hizmet özelliklerinin, stratejilerinin ve performanslarının geliştirilmesi önemlidir. Bu nedendir ki, rakiplerinden daha iyi bir performans gösterebilmek ve sürdürülebilir rekabet avantajı sağlamak, bankaların temel hedefleri arasında yer almaktadır (Ekim, 2017).

Bankaların bilgi yoğun işletmeler olarak öne çıkması (Kızıllı, 2010); bu bağlamda, entelektüel sermayenin bankalar açısından değer yaratma sürecinin en

hassas kaynağını sağlamasında etkili olmuştur (Saengchan, 2008). Finansal piyasaların etkin bir aktörü olan bankalar, iki konuda hizmet verirler. Birincisi, tasarruflarını güvenli şekilde korumak, tasarruflarından gelir elde etmek isteyen tasarruf sahiplerinin mevduatlarını almaktır. İkincisi, aldıkları borcu zaman içinde geri ödeyebilecek mali güce sahip olduklarını kanıtlayabilenlere borç para vermektir. Bu iki gruptakiler, bireyler ve işletmeler olabilir. Öte yandan birey, hem üretici, hem tüketici, hem tasarruf sahibi hem de borçlu olabilir. Bankalar, borcu olanlara, tasarruf sahiplerine ödediğinden daha yüksek faiz oranı uygularlar. Aradaki fark, bankanın sağladığı mali hizmetler bedelidir (Watts, 1992). Bunu yaparken bankaların amacı, öteki işletmelerde olduğu gibi faaliyet gelirlerinin arttırılması ve faaliyet giderlerinin azaltılmasına dayanır. Bu bir kâr maksimizasyonudur. Herhangi bir bankacılık işlemi ya da yatırımda önemli olan yapılan faaliyetin sonucunda elde edilen kazançtır (Tunay, 2014).

Bankalar aynı zaman birer firmadırlar. Hissedarları yararına çalıştıkları için varlıkları üzerindeki getirilerini maksimize etmek isterler (Güneş, 2015). Bahsedilen işlemler bilgili ve tecrübeli insan sermayesi sayesinde başarabilir. Bankacılıkta, yetenekli çalışanlara ve vasıflı profesyonellere sahip olmak için entelektüel kaynakların devamlı güçlendirilmesi gerekir. Haricinde, insan sermayesini destekleyen yapısal sermaye bankalarda büyük önem taşır. “Bankacılık, entelektüel sermaye ile ilgili araştırmalar için ideal ve verimli bir alandır çünkü bankacılık sektörünün tabiatı gereği entelektüeldir” sözü de belirtilenleri net bir şekilde ispatlamaktadır (Mavridis, 2004). Bankacılık, bir hizmet sektörüdür. Bankaların sunduğu finansal hizmetler, insan ve yapısal sermayeleriyle kazandıkları bilgiye dayanır. Entelektüel sermaye, fiziksel sermaye bankaların faaliyette bulunması için gereklidir ve aynı zamanda müşterilerine sunduğu hizmetin kalitesini belirlemede etkili olmaktadır (Kızıllı, 2010).

Bankacılık sektöründe entelektüel sermayenin anlamını kavrayabilmek için, insan sermayesini geliştirme çalışmalarına ve çabalarına bakmak yararlı olacaktır. Bununla ilgili olarak Avrupa kıtasında önemli adımlar atılmıştır. Örneğin, Avrupa Bankaları Eğitim Ağı (EBTN), finans ve bankacılık sektörlerinde eğitim faaliyetlerini geliştirmeyi ve koordine etmeyi amaçlar. Avrupa Bankaları Eğitim Ağı, otuz dört Avrupa bankacılık kurumunun katılımıyla kurulmuş, kar amacı gütmeyen bir organizasyondur (Spatafora, 2006).

2.1.2.5.1. Bankacılık Sektörü için İnovatif Sermaye

Bankacılık sektörü hem entelektüel sermaye unsurlarının hem de inovasyon unsurlarının yoğun olarak kullanıldığı bilgi ve yenilik temelli bir sektördür.

Entelektüel sermaye unsurları açısından değerlendirirsek; fiziksel sermaye yanı sıra insan kaynağı gibi önemli ölçüde bir insan sermayesine sahiptirler. Ayrıca gelişen teknoloji ile tüm finansal hizmetlerin bankalar aracılığı ile yapılması da son yıllarda müşteri sermayesinde ciddi bir artışa neden olmuştur.

Teknoloji ile birlikte yazılım ve program gibi önemi daha artan yapısal sermayenin de kalitesini artırmak zorunda kalmışlardır.

İnovasyon unsurların açısından bir değerlendirme yaparsak da bankalar müşteri memnuniyeti ve rekabet için ürünlerini sürekli yenilemek durumundadırlar. Ürün yaşam sürelerinin azalmasına neden olan teknoloji bankaları da bu konuda sürekli dinç durmaya zorlamaktadır.

Ayrıca sektörde müşteri sayısı sürekli artarken, iş ve işlemlerin alternatif dağıtım kanallarına yoğunlaşması bankaların hizmetlerini de sürekli yenilemesine neden olmaktadır. Hem yüz yüze hem de elektronik ortamda müşterilerine en iyi ve süratli hizmeti vermek için bankalar hizmet inovasyonuna önem vermektedirler.

Tüm bu ürün ve hizmetlerin yanı sıra banka içi süreçlerde de hem mevzuata yönelik hem de teknoloji tabanlı yenilikler yapan bankalar süreç inovasyonu konusunda da kendilerini yenilemektedirler.

Entelektüel sermaye ve inovasyonun tüm unsurlarını bünyesinde barındıran, rekabet ve karlılık gibi önemli kavramlar için sürekli yenilenen bankacılık sektörü için inovatif sermaye oldukça önemlidir.

2.1.2.5.2. İnovatif Bankacılık Ürünleri

Bu bölümde bankaların inovatif ürünlerine çeşitli örnekler verilecektir. Teknolojinin gelişmesi, bankaların rakipleri karşısında fark yaratmak için bu gelişmeleri yoğun biçimde bünyesinde barındırmasını gerektirmektedir. Böylece klasik anlamda bankacılık hizmetleri derin değişiklik ve yenilenme içerisindedir.

Şubesiz bankacılık uygulamaları ile çevrimiçi hizmetlerden yararlanılarak bankacılık işlemlerini yerine getirme durumu oldukça yoğunlaşmıştır. Hatta yeni bir bankacılık ideali olarak, şimdinin tablet ve telefonu yoğun bir biçimde kullanan çocukları banka müşterisi haline geldiklerinde kendilerini şubeye getirmenin neredeyse imkânsız olacağından, hayalî gibi görünse de 10-15 yıl sonrası için büyük ölçüde şubesiz bankacılık konseptine geçilmesi planları yapılmaktadır. Mevcut durumdaki şubesiz bankacılık sürümü ile birlikte aşağıdaki uygulamalar bir şekilde hayatımızın parçası durumuna gelmiştir. Genel olarak ticari yenilik yaratan sektör faaliyetleri aşağıdaki gibidir (Korkmaz ve Gövdeli, 2005).

2.1.2.5.2.1. ATM Bankacılığı ve Self Servis Bankacılık

Otomatik Para Çekme Makinaları (ATM), 24 saat hizmet vererek müşterilerin bankacılık işlemlerini kolaylıkla yerine getirmelerini sağlayan elektronik cihazlardır. ATM'ler; üzerindeki bilgisayar ve bunun çalışmasını sağlayan işletim sistemi aracılığı ile bankanın ana bilgisayarını ile iletişim kurarak müşterilerin bankacılık sistemindeki hesaplarına ulaşmalarına olanak sağlamaktadır. Dünya üzerindeki ilk ATM, 1939 yılında Luther George Simjian tarafından icat edilmiştir. Modern anlamda işleyen ATM ise, Don Wetzel tarafından 1968 yılında geliştirilmiştir. Bu ATM ilk defa New York Chemical Bank tarafından 1969 yılında kullanılmıştır (Kaya, 2009).

ATM, ilk olarak Fransa'da 1984 yılında, İngiltere'de ise 1988 yılında kullanılmaya başlamıştır. Türkiye'de ATM ilk kez 1987 yılında hizmete girmiştir (TCMB, 2011). Teknolojide sağlanan gelişmeler ve küreselleşmenin hız kazanmasından sonra ATM kullanımı da sektör içerisinde yaygınlaşmıştır (Bayoğlu, 2010).

Selfservis bankacılığın diğer uygulaması olan Kiosk makineleri; kullanıcılarına çeşitli bankacılık işlemleri ve bilgilendirme hizmeti sunmaktadır. Bilgisayar sistemi içinde internet ağına sahip olan bu kiosk makineleri; farklı amaçlara yönelik çeşitli fonksiyonlar gerçekleştirmekte ve kullanıcılarına hızlıca bilgiye erişim sunmaktadır. Kiosk makinelerini kullanan kurumlar, potansiyel müşterilerine kolayca hizmet ve bilgi sunarak müşteri memnuniyetini arttırmaktadırlar (Kumar, Kee and Manshor, 2009).

2.1.2.5.2.2. Mobil Ödeme Sistemleri

Mobil ödeme sistemleri, mobil para transferi ve mobil cüzdan olarak da anılmakta olup; genellikle finansal düzenleme kapsamında işletilen ve bir mobil cihazdan veya mobil cihaz aracılığıyla gerçekleştirilen ödeme hizmetlerini ifade eder. Nakit, çek veya kredi kartlarıyla ödeme yapmak yerine, bir tüketici, çok çeşitli hizmetler veya mallar için ödeme aracı olarak bir cep telefonunu kullanabilir. Madeni paraya dayalı olmayan para birimi sistemlerini kullanma kavramı uzun bir geçmişe sahip olsa da, bu tür sistemleri destekleyecek teknolojinin yaygınlaşması ancak son zamanlarda olmuştur. Günümüzde mobil ödemeler için beş ana model vardır (Wikipedia, 2021). Bunlar aşağıdaki gibi sıralanabilir;

Mobil ödemeler için beş ana model vardır (Wikipedia, 2021):

- Premium SMS tabanlı işlemsel ödemeler,
- Doğrudan Mobil Faturalama,
- Mobil web ödemeleri,
- QR Kod Ödemeleri Temassız,
- NFC (Yakın Alan İletişimi).

2.1.2.5.2.3. Satış Noktası Terminalleri (POS/Sanal POS)

Satış noktası terminalleri, bankaların üye işyeri anlaşması olarak anlaştığı perakende satış yerlerinde ve/veya hizmet işletmelerinde bulunan otomatik terminaller yardımıyla mal ve hizmet edinme bedellerinin nakit kullanmadan plastik kartlar aracılığıyla yani elektronik yolla banka ile iletişim kurarak ödenmesidir (Ergür, 1990).

Bu işlem, müşteriye ait kart ve/veya mobil uygulama (QR Kod da buna dâhil) aracılığı ile müşterinin hesabından bakiyenin satış notası terminali ile bağlantılı üye işyerine aktarılmasıdır. Günümüz teknolojisinde fiziki satış noktası terminalleri yanı sıra Sanal satış noktası terminalleri de sıklıkla kullanılmaktadır.

Sanal POS uygulaması sektörde VPOS (Virtual Point of Sale) olarak bilinmektedir. Kredi kartı ile internet üzerinden satış yapan mağazaların kullandığı satış noktası terminalleridir. Bankaların sağlamış oldukları bu sistem müşteri kredi kartı bilgilerine internet üzerinden ulaşarak, müşterinin bankasının onay vermesi

halinde ilgili bakiyeyi üye işyeri hesabına aktarmaktadır (www.e-ticaret.com, 17.12.2020)

2.1.2.5.2.4. Banka Kartları, Kredi Kartları ve Sanal Kartlar

Bankaların müşterilerine temin ettiği kartları teknolojik kronolojiye göre incelemek istersek, sırasıyla banka kartları, kredi kartları ve sanal kartlardan bahsedebiliriz.

Banka kartları, bankacılık işlemlerini yürütmek için, bankaların açtığı hesaplar ile ilişkili kartlardır. Banka kartına sahip olabilmek için bankada hesabın olması yeterlidir. Banka kartı ile şubeye gitmeden belirli limitler dahilinde ATM cihazlarından para çekme, para yatırma, para transfer etme gibi işlemler yapılabilmektedir (Yıldız, 2017).

Kredi kartı, aslında bankaların müşterilerine sağladığı bir nakit kredi türüdür. Bu kartlar ve limitleri ile müşteriler nakit kullanmaksızın mal ve hizmet alımı yapabilmekte, dilerlerse belirlenen limitler dahilinde nakit kredi de çekebilmektedirler. Kredi kartını banka kartından ayıran özellik kartın bağlı olduğu hesapta bakiye bulunmadan bankanın belirlediği limite kadar harcama yapılabilmesidir (Kaya, 2009).

Kredi kartı ile ilgili şöyle bir tanım da yapılmıştır; “Mülkiyeti kendilerine ait olmak üzere banka ya da finansal kuruluşların müşterilerine önceden belirlenen limitlerde, anlaşmalı işyerlerinden yurtiçi ve yurtdışında mal ve hizmet satın alma ile nakit ödeme birimleri veya otomatik ödeme makinelerinden nakit çekmek amacıyla verilen karttır” (Yılmaz, 2000).

Sanal kartlar ise müşterilerin kredi kartlarını kullanmadan çevrimiçi kanallardan alışveriş yapabilmelerini sağlayan bir finans ürünüdür. Müşteriler sahip oldukları kredi kartı limitlerinden harcama yapacakları tutar özelinde istedikleri limit ile yeni bir kart numarası ve güvenlik numarası oluşturarak harcama yapabilirler. Böylece fiziki olarak sahip oldukları kredi kartlarının bilgilerini internet ortamında paylaşmayarak daha güvenli şekilde harcama yapabilirler.

2.1.2.5.2.5. Elektronik Bankacılık

Bankaların sağladığı elektronik bankacılık hizmetini de internet ve mobil bankacılık olarak ayrı ayrı incelemek doğru olacaktır.

İnternet bankacılığı müşterilere internet erişimi ile dünyanın her noktasından kesintisiz olarak ulaşması hizmetini sunmaktadır. İnternet bankacılığı ile müşteriler; işlemlerine, hesap hareketlerine, zaman ve mekâna bağlı kalmaksızın hızlı şekilde ulaşabilmektedir (Güney, 2008).

Bankaların internet bağlantılı web sitesi veya uygulamalar ile sunduğu bir hizmet olan internet bankacılığı; ilk olarak 1980'li yıllarda denenmeye başlanmıştır. O yılların önemli bankaları olan Citibank ve Bank of Scotland başlarda telefon bankacılığı adı altında hizmet vermiştir. Sonrasında internet bankacılığının ilk sürümü ortaya çıkmıştır. Bu sürümde müşteriler evlerinde bulunan internet bağlantılı telefon veya televizyon gibi elektronik cihazları kullanarak fatura ödemesi ve fon transferi gerçekleştirmeye başlamıştır (Yerlikaya, 2017).

Sonrasında Citibank, NetBank gibi sektörün önde gelen bankaları, web siteleri üzerinden elektronik bankacılık hizmeti sunmaya başlamışlardır. Teknolojinin hızla gelişmesi ve internet ağının tüm elektronik cihazlar ile bütünleşik hale gelmesiyle elektronik bankacılık da tüm bu cihazların kullanarak finansal ürün ve hizmetlere ulaşılabilirdiği bir platform haline gelmiştir (Şanlı ve Hobikoğlu, 2015).

Mobil bankacılık; müşterileri akıllı telefon ve tablet gibi mobil cihazlara yüklediği uygulamalar aracılığı ile bankacılık işlemlerini gerçekleştirmesini sağlayan sistemdir. Günümüzde gelişen teknoloji ile mobil cihaz kullanım oranının artması, erişim kolaylığı, hız ve kullanılabilirlik gibi avantajlar sağlayan mobil bankacılık uygulamalarına olan talebi de arttırmaktadır. Mobil bankacılık ile çoğu ödeme işlemleri, para transferleri, kredi kartı işlemleri gibi finansal işlemler yapıldığı gibi kredi kartı ve kredi başvurusu, otomatik ödeme talimatı gibi finansal olmayan işlemlerde yapılmaktadır (Koç, 2015).

2.1.2.5.2.6. Açık Bankacılık ve Uygulama Programlama Arayüzü (Application Programming Interface)

Geleneksel olarak bankalar, müşterilerin hizmetlerine erişimini sağlamak için her zaman yeni kanallar ile uygulamalar oluşturmuş ve denetlemiştir. Açık

Bankacılık Hizmeti, üçüncü taraflara müşteri verilerini analiz etme veya kullanma fırsatı sunar. API (uygulama programlama ara yüzü) yardımıyla, üçüncü taraf geliştiriciler bankacılık sistemlerine erişir ve kendi kanallarını ve müşterilerle etkileşim araçlarını oluşturur. Üçüncü taraf uygulamalar, müşteri hesapları, ödemelerin oluşturulması ve takibi hakkında bilgi alır. Sonuç olarak müşteriler, banka hesaplarını ve işlemlerini görmenin yanı sıra, bankalara ait olmayan harici portalları da kullanarak bunları yönetme fırsatına sahip olur. Açık Bankacılık sistemi, üçüncü tarafların kullanıcıların finansal verilerini analiz edebileceğini ve ayrıca bankayla teyit etmeden doğrudan kişisel banka hesaplarından para çekebileceğini varsayar. Açık API'ler yenilik için iyi koşullar yanı sıra bankacılık ve ödemelerde devrim yaratır. Banka müşterileri, her zaman fonlarına ve finansal kaynaklarına daha hızlı ve daha kolay erişim elde etmeyi umarlar. Bu durum da bankaları uygulama geliştirme alanındaki girişimlerle işbirliği için motive etmektedir (Fintech İstanbul, 2019).

2.1.2.5.2.7. Robotik Danışman

Robotik-danışmanlık, geleneksel finansal danışmanlığın yatırım deneyimi olmayan müşteriler için de uyarlanmış çevrimiçi teknolojiyle kesişme noktasıdır. Robotik-danışmanlar, hisse senedi yatırım ürünlerinden bir müşterinin yatırım portföyünü oluşturmak için çevrimiçi hizmet sağlar. Sadece VIP müşteriler için değil, aynı zamanda küçük yatırımcılar için de hizmet verirler. Robotik-danışmanlık, her müşterinin bireysel finansal hedefi için çeşitlendirilmiş bir yatırım portföyü oluşturmasına yardımcı olur. Robotik-danışman, müşterinin riske karşı tutumunu bir anket aracılığıyla öğrenir, ardından oluşturulan risk profiline ve müşterinin hedefine dayanarak yatırım portföyünü oluşturur. Bir yatırım portföyü oluşturma süreci, düzenleyici tarafından belirlenen güvene dayalı sorumluluk, güvenilirlik ve şeffaflık standartlarına dayanmaktadır (Gorlov vd, 2019).

Robotik-danışmanlar hızlı, ucuz ve verimlidir. Finans sektöründe, Robotik-danışmanlar yatırımın hemen hemen tüm yönlerinde kullanılabilir:

- Müşterinin borcunun organizasyonu,
- Vergi konularının en uygun çözümü,
- Finansal planlama,

- Yatırım portföyünün oluşturulması ve yönetimi.

Robotik-danışman, finansal yönetimi hem deneyimli hem de acemi yatırımcılar için daha kolay ve daha erişilebilir hale getirir. Büyük olasılıkla, Robotik-danışmanlık hizmetinin finans sektöründeki nüfuzu artacaktır. Robotik-danışmanlık sadece olumlu özelliklere değil, aynı zamanda dünya işgücü piyasası için olumsuz özelliğe de sahiptir. Bank of America, yapay zekâ kullanılarak yapılan iş otomasyonu sayesinde 2025 yılına kadar istihdam maliyetinin 9 trilyon dolar azaltılabileceğini ve bunun da küresel ekonomide önemli işgücü kaybına yol açacağını tahmin ediyor (Gorlov vd, 2019).

2.1.2.5.2.8. Çevrimiçi Bankalar (Şubesiz Bankacılık)

Çevrimiçi-bankalar, geleneksel bankaların modası geçmiş altyapısının aksine, yeni teknoloji platformları üzerine inşa edilmiş, ofis ağı olmayan tamamen çevrimiçi bankalardır. Sanal bankalar, finans teknolojisi pazarında yeni bir çevrimiçi hizmettir. Çevrimiçi-bankalar, faiz dışı giderleri (belge dolaşımı, personel ücretleri, tahsilat, depolama, para, veri işleme giderleri) optimize ederek, iş süreçlerindeki ekonomi sayesinde müşterilere daha düşük kredi oranları ve daha yüksek faiz oranları gibi daha uygun koşullar sunar. Kurumsal çevrimiçi-banka standardı, tamamen yeni bir müşteri hizmetleri düzeyi ve birinci sınıf kullanıcı desteğidir. Müşteri, haberci veya videodaki herhangi bir kelimeyle, bir arkadaşından tavsiye istiyormuş gibi kesinlikle herhangi bir soruyu sorabilir ve hemen yanıtlanır. Burnmark Araştırma Merkezi'ne göre 2016'nın sonunda dünya çapında neredeyse 70 çevrimiçi-banka vardır. Çevrimiçi-bankacılık alanında lider ülke yaklaşık 40 bankacılık girişiminin kayıtlı olduğu İngiltere'dir. Avrupa'nın diğer ülkelerinde de son yıllarda çevrimiçi-bankacılık oluşumunda bir hareketlenme vardır (Gorlov vd, 2019).

Türkiye'de de QNB Finansbank'ın kurduğu npara.com platformu çevrimiçi-bankacılık için önemli bir örnektir.

2.1.2.6. İnovatif Sermaye İle İlgili Yapılmış Çalışmalar

Yapılan literatür taramasında inovatif sermaye ile ilgili çalışmaların sınırlı sayıda olduğu görülmüştür. Ancak literatürde inovatif sermaye unsurlarını barındıran çalışmalar yer almakta olup, ulaşılabilen çalışmalara aşağıda yer verilmiştir.

Yang ve Kang (2008) yaptıkları çalışmada inovatif sermaye ve müşteri sermayesinin, tamamlayıcı etkileşimlerinin önemli olup olmadığını ve firma performansı üzerindeki etkileri araştırmışlardır. Tayvan'da imalat endüstrisindeki 312 yüksek teknolojlili imalat firması ve 204 düşük teknolojlili imalat firmasından toplanan verilere dayanarak tamamlanan çalışmada hem inovatif sermaye hem de müşteri sermayesinin firma performansını önemli ve olumlu yönde etkilediği sonucu elde edilmiştir.

Chang ve Hsich (2011) araştırmalarında işletmeler için değer yaratmada inovatif sermayenin rolünü incelemişlerdir. Entelektüel sermaye perspektifinden ele alınan makale, Ar-Ge yatırımını ve bunun şirketlerin işletme, finans ve pazar performansı üzerindeki etkilerini ele almıştır. Ampirik çalışma, Pearson korelasyonu ve doğrusal çoklu regresyon kullanılarak 367 Tayvan orta ölçekli şirketi üzerinde yürütülmüştür. Araştırma sonucu, bir şirketin entelektüel sermaye yatırımının genel olarak finansal ve piyasa performansı üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Ancak, Ar-Ge harcama verimliliği ile elde edilen inovatif sermaye ile şirketlerin işletme, finans ve pazar performansı arasındaki ilişki önemlidir.

Chiou ve Chen (2012), Tayvan'da faaliyet gösteren ve borsaya kayıtlı 317 adet elektronik endüstrisinde uzmanlaşmış firmanın öğrenme oryantasyonu, inovatif sermayesi ve firma performansı arasındaki ilişkiyi inceleyen bir çalışma yapmışlardır. Özel olarak geliştirilmiş bir anket aracılığıyla toplanan veriler Yapısal Eşitlik Modeli ile test edilmiştir. Çalışma sonucunda inovatif sermaye kaynağı olarak firmalar içinde bir öğrenme yönelimine sahip olmak, firma performansını olumlu yönde etkilemektedir.

Al-Khalil, Dahiyat ve Al-dalahmeh (2014) yaptıkları çalışmada, Ürdün'de faaliyet gösteren bankaların entelektüel sermaye gelişiminin teknik inovasyon gerçekleştirme kabiliyetine etkisini araştırmışlardır. 26 bankadan toplam 163 anket ile tamamlanan çalışma, entelektüel sermayeyi insan sermayesi ve organizasyonel sermaye olarak iki ana boyutta incelemiştir. İnovasyonu ise ürün/hizmet ve süreç inovasyonlarından meydana gelen teknik inovasyon adı ile tek bir yapı altında

incelemiştir. Çalışma sonucunda çoklu regresyon analizi bulguları, entelektüel sermaye unsurlarının teknik inovasyon üzerinde anlamlı ve olumlu bir etkisi olduğunu göstermiştir.

Embiale (2015) yaptığı çalışmada entelektüel sermayenin ürün, süreç ve örgütsel inovasyon üzerindeki doğrudan ve dolaylı etkilerini araştırmıştır. Etiyopya'da faaliyet gösteren bankaların müdürleri ile yapılan anket çalışması sonucunda veriler elde edilmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre; beşeri, sosyal ve müşteri sermayenin bilgi yönetimi üzerinde olumlu ve doğrudan bir etkiye sahip olduğunu tespit edilmiştir. Bilgi yönetiminin de ürün, süreç ve organizasyonel inovasyonlar üzerinde olumlu ve doğrudan bir etkiye sahiptir. Sosyal sermayenin örgütsel yenilik üzerinde olumlu ve doğrudan bir etkisi vardır, ancak ürün ve süreç inovasyonları üzerinde etkisi yoktur. Müşteri sermayesi, ürün ve süreç yenilikleri üzerinde doğrudan etkiye sahiptir, ancak örgütsel inovasyon üzerinde değildir. Önceki çalışmaların aksine, insan sermayesi ürün inovasyonu üzerinde olumsuz ve doğrudan bir etkiye sahiptir.

Elsetouhi, Elbeltagi ve Haddoud (2015) yayımladıkları makalede, entelektüel sermaye unsurları ile farklı inovasyon türleri üzerindeki doğrudan ve dolaylı etkileri analiz etmişlerdir. Çalışmada Mısırda faaliyet gösteren bankalarındaki 198 yöneticiden veri toplanmıştır. Araştırma sonucunda; ürün, süreç ve organizasyonel inovasyonlar ile entelektüel sermaye unsurları arasında pozitif bir ilişki ve olumlu bir etki bulunmaktadır. Çalışmaya göre, entelektüel sermaye tüm organizasyonel, süreç ve ürün inovasyonları üzerinde etkilidir. Entelektüel sermayenin en önemli etkisi ürün inovasyonu üzerinedir. Bunu örgütsel inovasyon izler, en az önemli etki ise süreç inovasyonu üzerinedir.

Demissie (2016) yılında yaptığı çalışmasında örgütsel sermayeyi bir arabulucu olarak kullanarak entelektüel sermayenin inovasyon üzerindeki doğrudan ve dolaylı etkilerini araştırmak amacıyla yapılmıştır. Etiyopya ticari bankacılık sektöründen 235 şube müdürünün anketi ile yapılan çalışma doğrulayıcı faktör analizinde test edilmiştir. Çalışmanın sonucu göstermektedir ki, entelektüel sermayenin ürün inovasyonu üzerinde önemli bir doğrudan etkisi yoktur. İnsan sermayesi, örgütsel sermaye ve müşteri sermayesi süreç yeniliği üzerinde olumlu bir doğrudan etkiye sahipken, sosyal sermaye olumsuz bir etkiye sahiptir.

2.1.3. Bankacılık Sektöründe Finansal Performansın Ölçülmesi

İşletmelerin ayakta kalabilmesi için kar elde etmeleri önemli bir kriterdir. Bankalar da diğer işletmeler gibi yoğun bir rekabetin yaşandığı sektörde faaliyetlerini etkin bir biçimde devam ettirmeli ve karlarını optimize etmelidirler (Albayrak, 2004). Günümüzde bankacılık sektöründeki rekabetçi ortam bankaların hizmet kalitesinin artırmasının yanı sıra, verimli çalışmayı ve kaynaklarını etkin kullanmayı zorunlu hale getirmiştir. Bu nedenle de rekabet ve finansal performans arasında güçlü bir etkileşim ortaya çıkmış ve bankalar için finansal performans ölçümü önemli hale gelmiştir (Çetin ve Bıtrak, 2010).

Bankalar finansal performanslarını ölçerek, karlılık ve büyüme hedeflerindeki başarılarını, hizmet kalitesindeki gelişimlerin ve müşteri memnuniyeti seviyelerini belirleyerek daha doğru kararlar alabilmektedirler (Latifi, 2015). Bu nedenle bankaların finansal performanslarının ölçülmesi ve gerekli analizlerin yapılması zorunluluk haline gelmiştir (Ayrıçay vd., 2013).

Bankaların finansal performans ölçümlerinde ağırlıklı olarak muhasebe verilerine dayalı yöntemler kullanılmaktadır (Yükçü ve Atağan, 2010). Bu çalışmada kullanılan finansal performans göstergeleri aşağıda kısaca açıklanmıştır.

2.1.3.1. Aktif Karlılığı

Aktif karlılığı işletmelerin aktiflerini ne ölçüde karlı kullandığını hesaplamak amacıyla kullanılır (Yurttadur, 2015). İşletmenin yönetim becerisini ortaya koyan bu oran finansman şeklindeki farklılıklara göre değişkenlik gösterebilir. Yabancı kaynak kullanımını yüksek olan işletmelerin borç yükü ağır olduğu için aktif karlılık oranları öz sermaye oranı yüksek olan firmalara göre daha düşüktür (Akgüç, 1998). Aktif karlılık oranı işletmenin kaynaklarını ne kadar verimli kullandığını ve sahip olduğu varlıklarının kâr yaratma gücünün ne kadar yüksek olduğunu gösterir (Gündoğdu, 2018). Aktif karlılığı aşağıdaki formül ile hesaplanır;

$$\text{Aktif Karlılık Oranı} = \frac{\text{Dönem Net Karı}}{\text{Toplam Aktifler}}$$

2.1.3.2. Öz Sermaye Karlılığı

Öz sermaye karlılığı, öz sermayenin performansını ölçmektedir. Oran ne kadar yüksek ise işletme o kadar iyi bir yatırım yaparak giderlerini kontrol edebilmektedir anlamına gelir. Öz sermaye kârlılığı uzun süre ve istikrarlı bir şekilde sürdürebilen işletmeler uzun vadeli yatırım için uygun demektir. Bu nedenle de bu oran yatırımcılar için önemli bir performans göstergesidir (Aktan ve Bodur, 2006). Öz Sermaye karlılığı aşağıdaki formül ile hesaplanır;

$$\text{Öz Sermaye Karlılık Oranı} = \frac{\text{Dönem Net Karı}}{\text{Öz Sermaye}}$$

2.1.3.3. Piyasa Değeri/Defter Değeri

İşletmenin borsa değerinin, öz sermayesinin kaç katı olduğunu gösteren bu oranın payında yer alan piyasa değeri, hisse senetlerinin piyasadaki arz ve talebine göre ortaya çıkan değeridir. Defter değeri ise işletme varlıkları ve borçları arasındaki farkın mevcut hisse senedi sayısına bölünmesi ile elde edilmektedir (İlarslan, 2011). PD/DD aşağıdaki formül ile hesaplanır;

$$PD/DD = \frac{\text{Hisse Senedinin Dönem Sonu Piyasa Fiyatı}}{\text{Hisse Senedinin Dönem Sonu Defter Değeri}}$$

Hisse senedinin dönem sonu defter değeri, bilançoda yer alan toplam öz sermayenin dolaşımdaki hisse senedi sayısına bölünmesiyle bulunur (Brealey, Myers ve Marcus, 2007).

2.1.3.4. Fiyat/Kazanç Oranı

Fiyat/Kazanç oranı piyasada oluşan hisse senedi fiyatlarının gerçeği ne kadar yansıttığını analiz etmede kullanılan bir yöntemdir. Hissedarlar ve işletme yönetimi hisse başına cari kazanç ile cari hisse senedi fiyatı arasındaki ilişkiyi bu oran ile tespit etmektedir. Bu ilişkide hesaplanan katsayı yatırımcıların işletmeye olan güven etkilemektedir (Bolak, 2005). Bu oran ile şirketlerin her bir hisse senedi başına elde edeceği kâra karşılık, hisse senedi almak için ne kadar ödenmesi gerektiği hesaplanmış olur (Toroslu ve Durmuş, 2016). F/K oranı aşağıdaki formüller ile hesaplanır;

$$\text{Fiyat/Kazanç Oranı} = \frac{\text{Hisse Senedinin Dönem Sonu Piyasa Fiyatı}}{\text{Hisse Başına Kar}}$$

$$\text{Hisse Başına Kar} = \frac{\text{Net Kar}}{\text{Hisse Senedi Sayısı}}$$



3. YÖNTEM

Çalışmanın önceki bölümünde inovatif sermaye ve bankacılık ile ilgili kavramlar ele alınmıştır. İnovatif sermaye unsurları tanımlanmış ve literatürde bu unsurlar ile bankaların finansal performansları arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalara yer verilmiştir. Bu bölümde ise araştırmanın modeli, evreni ve veri toplama süreci ile verilerin analizine ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezler

Araştırmada, inovatif sermaye ile bankaların finansal performansları arasındaki ilişki incelenmiştir. Bunun için bir nitel araştırma yöntemi olan içerik analizi kullanılmıştır.

3.1.1. İçerik Analizi

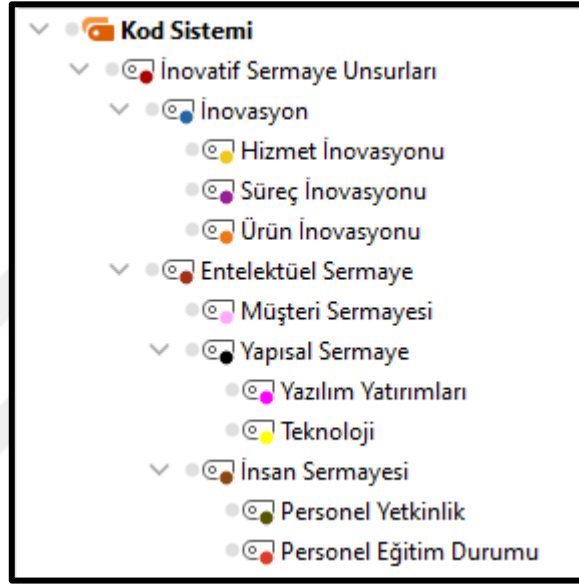
İçerik analizi, birçok metin kelimesini daha az sayıya sıkıştırmak için sistematik, tekrarlanabilir bir teknik olarak tanımlanmıştır. Araştırmacıların büyük hacimli verileri göreceli bir kolaylıkla sistematik bir şekilde incelemesine olanak tanır (Stemler, 2000). Bir diğer tanıma göre ise önceden oluşturulmuş ölçüler ile kullanılarak belge, metin, rapor, kitap gibi kaynakların içeriklerinin sistematik olarak incelenmesi yöntemidir (Geray, 2004).

İçerik Analizi, belirli bir hedef veya araştırma beyanı ile başlar. Araştırmacı bu nedenle araştırma sorusuyla ilgili bir iletişim kaynağı bulur ve içerik analizi ile çözülebilecek sorular sorar. İçerik analizinde araştırmacının amacı, elindeki ham belgeleri veriye dönüştürmektir (Stempel,1989). İçerik analizinde gözlem yerine araştırma yapılan belgelerin incelenmesi söz konusudur (Frankfort-Nachmias ve Nachmias, 2000). Bu inceleme metodu farklı biçimlerde oluşturulabilmektedir. En sık kullanılan yöntem kelime tekrarı analizidir. Kelimelerin tekrarı ile araştırılmak istenen konu hakkında ipuçları sağlanır. Böylece içerik analizine tabi tutulan belgelerde yer alan kelime sıklıkları ile anlamlı sonuçlar elde edilmeye çalışılır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). İçerik analizinin uygulanabilmesi için metinlerin kodlanması veya kategorilere ayrılması gerekmektedir. Bahsi geçen kodlama;

kelimeler, kelimelerin anlamları, cümleler veya temalar yani konular şeklinde olabilir (Leblebici ve Kılıç, 2004).

Bu bağlamda; bankaların yılsonu faaliyet raporları inovatif sermaye unsurları kullanılarak oluşturulmuş bir kodlama sistemi ile analiz edilmiştir. Kodlama sistemi oluşturulurken kullanılan unsurlar bankacılık sektörü ve inovatif sermaye ile ilgili yapılan literatür çalışmasından yararlanılarak oluşturulmuştur. Araştırmada kullanılan kod sistemi aşağıdaki gibidir;

Resim 1: Araştırmada Kullanılan Kod Sistemi



İnovatif sermaye unsurları inovasyon ve entelektüel sermaye olarak ele alınmış olup; inovasyon ile ilgili yapılan literatür çalışmasında bankacılık sektöründe en sık kullanılan inovasyon türleri olan hizmet inovasyonu, ürün inovasyonu ve süreç inovasyonu şeklinde 3 alt kod oluşturulmuştur.

Aynı şekilde entelektüel sermaye ile ilgili olarak ise entelektüel sermayenin ana unsurları olan müşteri sermayesi, yapısal sermaye ve insan sermayesinden meydana gelen 3 alt kod oluşturulmuştur. İnovasyondan farklı olarak entelektüel sermaye kodlamasında insan sermayesi ve yapısal sermaye için ayrı alt da kodlar oluşturulmuştur.

Kodlama sistemi oluşturulduktan sonra bankaların faaliyet raporları incelenerek araştırmacı tarafından raporların ilgili cümle, cümle grupları ve/veya paragrafları yukarıdaki tabloda belirtilen kodların biri veya birkaçı ile kodlanmıştır. Aynı cümlelerin birden fazla kod ile ilişkilendirilmesi araştırmanın esas sonuçlarını

ortaya koyacak sayısal verilerin oluşmasına olanak sağlamaktadır. Çünkü çalışmanın amacı yukarıda da belirttiğimiz üzere ‘entelektüel sermaye ve inovasyon unsurları ile ortaya çıkan inovatif sermaye kavramını açıklamak’ olacaktır. Kodlama işlemi tamamlandıktan sonra da bu kodlar ile ilgili görsel ve sayısal veriler yardımıyla çalışma nicelleştirilmiştir.

Ayrıca ilgili bankaların inovatif sermaye unsurlarına verdikleri önemin bankaların finansal performansları üzerindeki etkisini saptamak üzere, ilgili kodlama analizleri ile finansal performans göstergeleri arasındaki korelasyon raporlanmıştır.

Araştırma Hipotezi;

H₁: İnovatif sermaye unsurları ile bankaların finansal performansları arasında ilişki vardır.

Alt Hipotezler;

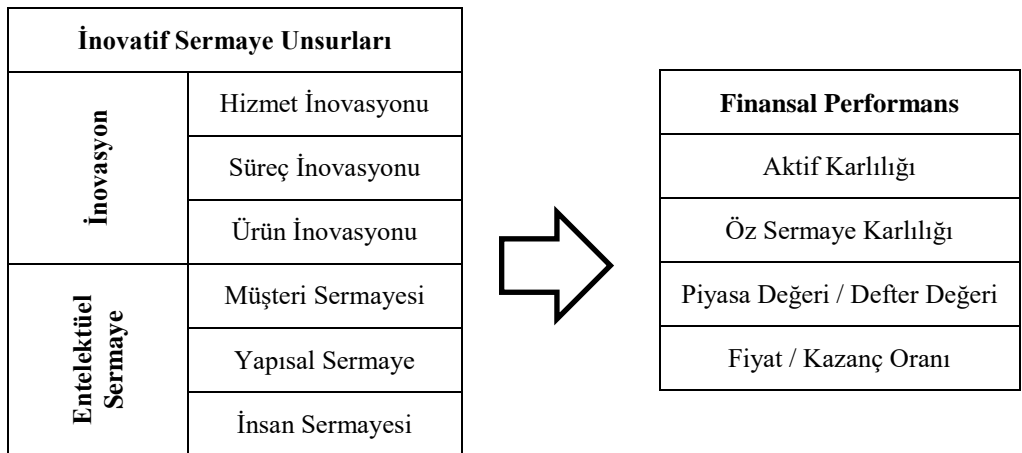
H_{1a}: İnovatif sermaye unsurları ile bankaların aktif karlılıkları arasında ilişki vardır.

H_{1b}: İnovatif sermaye unsurları ile bankaların öz sermaye karlılıkları arasında ilişki vardır.

H_{1c}: İnovatif sermaye unsurları ile bankaların PD/DD oranı arasında ilişki vardır.

H_{1d}: İnovatif sermaye unsurları ile bankaların F/K oranı arasında ilişki vardır.

Çizelge 10: Araştırmanın Modeli



3.2. Araştırmanın Evreni

Araştırmada 2019 yılsonu itibariyle BİST’te işlem gören 10 adet mevduat bankasından 8 adedi seçilmiş olup; bu bankaların 2005-2019 yılları arasındaki yılsonu faaliyet raporları kullanılmıştır. Çalışmada mevduat bankalarının seçilmiş olmasının sebebi ürün çeşitliliğinin çok olması nedeniyle inovasyona daha fazla önem vermeleridir. Çalışmaya konu olan bankalar 2019 yılsonu aktif toplamına göre sektörün %64’ünü temsil etmektedir. Çizelge 11’de araştırmanın evrenin oluşturan bankalara yer verilmiştir.

Çizelge 11: Araştırmanın Evreni (Alfabetik Olarak)

AKBANK T.A.Ş.
QNB FİNANSBANK A.Ş.
ŞEKERBANK T.A.Ş.
TÜRKİYE GARANTİ BANKASI A.Ş.
TÜRKİYE HALKBANKASI A.Ş.
TÜRKİYE İŞ BANKASI A.Ş.
TÜRKİYE VAKIFLAR BANKASI T.A.O.
YAPI VE KREDİ BANKASI A.Ş.

3.3. Veri Toplama Süreci

Araştırmanın evrenin oluşturan bankaların tamamı halka açık bankalar olduğu için web sitelerinin yatırımcı ilişkileri bölümlerinde yıllık faaliyet raporlarını yayımlamaktadırlar. Bu durumda araştırmada kullanılan faaliyet raporlarının tamamı ilgili bankaların web sitelerinden elde edilmiştir. Bankalara ait finansal performans oranlarına ait değerleri ise BİST’e ait web sitesi arşivi ile TBB’nin web sitesi arşivinden elde edilmiştir.

3.4. Verilerin Analizi

Araştırmanın tüm nitel ve nicel analizi MAXQDA paket programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. MAXQDA; nitel ve karma yöntemler için geliştirilmiş profesyonel bir veri analiz yazılımı olup; program ile görüşmeler,

raporlar, tablolar, çevrimiçi anketler, odak grupları, videolar, ses dosyaları, literatür, görseller, PDF'ler gibi çeşitli verilerin analizi yapılabilmektedir.

Araştırmada kullanılan verilerin analizi için oluşturulan kodlama sistemi ile ilgili örnekleri kısaca aşağıdaki gibi açıklayabiliriz.

İnovasyon kavramı ile ilgili kodlamalar; basit bir şekilde aynı ürün üzerinden tek seferde ürün, hizmet ve süreç inovasyonunu şu şekilde açıklayabiliriz:

Ürün İnovasyonu: Covid-19 dönemine özel 6 ay ödemesiz 36 ay vadeli olarak piyasaya yeni sürülen Bireysel Temel İhtiyaç kredisi ürünü.

Hizmet İnovasyonu: Bireysel Temel İhtiyaç Kredisi başvurularının tamamının şube dışı alternatif dağıtım kanalları vasıtasıyla (Web sitesi, Mobil Bankacılık ve İnternet Bankacılığı) gerçekleştirilmesi.

Süreç İnovasyonu: İlgili ürüne ilişkin kredi değerlendirmelerinin tamamının bankanın kredi değerlendirme otomasyonu ile sistem tarafından gerçekleştirilmesi.

İnovasyon ile ilgili kodlamalar yukarıda açıklamalar doğrultusunda gerçekleştirilmiştir.

Entelektüel Sermaye ve unsurları ile ilgili kodlama örneklerini sırasıyla şu şekilde açıklayalım;

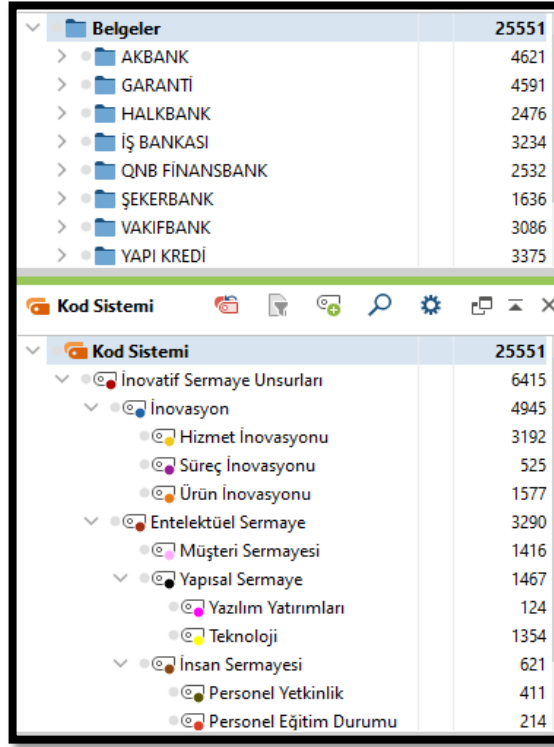
Müşteri Sermayesi; Bankacılık sektöründe müşteri sermayesi tamamen bankaların sahip oldukları aktif müşteriler ve aktif olmaya aday potansiyel müşterilerden meydana gelmektedir. Aktiflik oranını maksimum kılmak için bankalar müşterilerini belirli segmentlere ayırırlar. Bu nedenle faaliyet raporlarındaki müşteri segmentasyonu ile ilgili tüm bölümler bu kod ile kodlanmıştır.

Yapısal Sermaye; Bankaların kullandıkları sistemler ve yazılımlar son derece önemli olup; faaliyet raporlarında bankaya yeni adapte olan yazılımlar yazılım yatırımları ile mevcut teknolojik gelişmeler doğrultusunda yapılan iyileştirmeler de teknoloji alt kodu ile kodlanmıştır.

İnsan Sermayesi; Bankaların bünyesindeki en büyük insan sermayesi şüphesiz ki banka çalışanlarıdır. Faaliyet raporlarının tamamında insan kaynakları ile ilgili bölümler bulunmakta olup; bu bölümlerdeki personel eğitim faaliyetleri personel eğitim durumu kodu ile kodlanmıştır. Onun dışında ileri teknoloji ile

donatılmış programları, farklı segmentteki müşterilerine sunmak için belirli bir yetkinliğe sahip olması gereken banka personellerinin bu konular ile ilişkili kodlamaları ise personel yetkinlik kodu ile yapılmıştır.

Resim 2: KodlamaAdetleri



Kategori	Adet
Belgeler	25551
AKBANK	4621
GARANTİ	4591
HALKBANK	2476
İŞ BANKASI	3234
QNB FINANSBANK	2532
ŞEKERBANK	1636
VAKIFBANK	3086
YAPI KREDİ	3375
Kod Sistemi	25551
İnovatif Sermaye Unsurları	6415
İnovasyon	4945
Hizmet İnovasyonu	3192
Süreç İnovasyonu	525
Ürün İnovasyonu	1577
Entelektüel Sermaye	3290
Müşteri Sermayesi	1416
Yapısal Sermaye	1467
Yazılım Yatırımları	124
Teknoloji	1354
İnsan Sermayesi	621
Personel Yetkinlik	411
Personel Eğitim Durumu	214

Araştırmanın yönteminin içerik analizi olarak seçilmesi şu şekilde açıklanabilir. Banka çalışanlarının yoğun ve uzun mesaisi nedeniyle anket yöntemi ile yapılan araştırmalarda meslek mensupları sorulara yeteri kadar zaman ayıramayıp, objektif cevap vermeleri zorlaşmaktadır. Bu durum da araştırmanın güvenilirliğini olumsuz etkilemektedir. Bankaların faaliyet raporları ise profesyonel denetim şirketleri tarafından da incelenmekte ve yatırımcılar için detaylı bir şekilde hazırlanmaktadır. Ayrıca bankaların şube ağları çok yaygın olup bölgesel değil de Türkiye geneli bir çalışma yapacağımız için tüm bölgelerden homojen şekilde veri elde etme olasılığı zayıf görülmüştür.

4. BULGULAR VE YORUMLAR

4.1. Araştırmanın Sonuçları

Araştırmanın kapsamını oluşturan 8 bankaya ait toplam 117 adet faaliyet raporunun incelenmesi sonucunda yapılan analizler toplam 9 gruba ayrılmıştır. İlk 8 grupta tek tek bankalara ait analizler değerlendirildikten sonra 9. grupta toplu olarak tüm bankalara ait toplam veriler üzerinden analiz ve değerlendirme yapılmıştır. Aşağıda bankalar düzeyinde yapılan analiz sonuçları ayrıntılı olarak ele alınmıştır.

4.2. AKBANK

Akbank'ın faaliyet raporlarına ilişkin kod frekansları incelendiğinde, bankanın faaliyet raporlarında özellikle 2009 yılından sonra inovasyona daha fazla yer verdiği görülmektedir. İnovasyonun alt kodları detaylı incelendiğinde ise 2011 yılına kadar ürün inovasyonu daha fazla iken 2011 yılından sonra hizmet inovasyonunda hızlı bir artış olmuştur.

Resim 3: Akbank Faaliyet Raporlarının Kod Frekansları

Kod Sistemi	2005...	2006...	2007...	2008...	2009...	2010...	2011...	2012...	2013...	2014...	2015...	2016...	2017...	2018...	2019...	TOPLAM
Inovatif Sermaye Unsurları	54	40	58	42	43	58	86	73	85	104	62	81	90	79	89	1044
Inovasyon	29	24	38	32	31	47	58	56	63	78	43	54	63	55	56	727
Hizmet İnovasyonu	14	15	18	11	11	21	19	27	29	35	26	40	39	38	44	387
Süreç İnovasyonu	3	6	7	5	7	7	3	2	6	10	3	2	5	9	10	85
Ürün İnovasyonu	13	5	15	19	13	19	36	27	28	33	14	12	19	8	8	269
Entelektüel Sermaye	36	21	33	26	31	36	45	46	53	81	56	71	77	72	67	751
Müşteri Sermayesi	20	12	15	10	14	10	17	17	17	32	18	21	14	21	31	269
Yapısal Sermaye	11	9	12	10	14	22	22	24	30	44	32	43	54	45	31	403
Yazılım Yatırımları	5	5	3	5	3	2	6	3	3	1		2	1		7	46
Teknoloji	6	4	9	5	11	20	16	21	27	43	32	41	54	45	25	359
İnsan Sermayesi	5	2	6	6	4	7	13	8	9	13	10	14	11	14	17	139
Personel Yetkinlik	2	1	4	5	2	6	12	7	4	12	8	10	9	13	14	109
Personel Eğitim Durumu	3	1	2	1	2	1	1	1	5	1	2	4	2	1	6	33
TOPLAM	201	145	220	177	186	256	334	312	359	487	306	395	438	400	405	4621

Süreç inovasyonunda ise doğrusal bir hareket saptanamamıştır ancak 2011 yılına kadar toplam inovasyon kodlamaları içerisindeki yüzdesi sonraki yıllara göre daha fazladır. Bu durum entelektüel sermaye tarafında yazılım yatırımları ile

paralellik göstermektedir. Bu durum şöyle açıklanabilir; banka 2011 yılına kadar yazılım yatırımları ile süreçlerinde yenilikler yapmış ve proaktif bir davranış sergileyerek 2011 yılı sonrasındaki ürün ve hizmet inovasyonlarına zemin hazırlamıştır.

Hizmet inovasyonundaki artış ile de insan sermayesinin personel yetkinlik kodu paralellik göstermektedir. Bu da inovatif sermaye kavramını şu şekilde açıklamaktadır. İyi ve yenilikçi hizmet sunmak için öncelikle yetkin personele ihtiyaç vardır. Tabi tüm bu yenilikçi ürün ve hizmetler için de teknolojiye önem vermek gerekir. Akbank'ın 2009 yılı sonrasında teknolojiye ağırlık vermesi de bu durumu desteklemektedir.

Akbank, bankacılığın ana faaliyet konusunun hizmet olmasını destekler nitelikte inovasyon alt başlıklarından en çok hizmet inovasyonuna önem vermiştir. Tabi günümüz teknoloji çağında bu hizmeti ve ürünlerini geliştirmek ve daha iyi sunmak için de entelektüel sermaye kavramlarından en çok yapısal sermayeye önem vermiştir.

Araştırmada yapılan kodlamalarda Akbank'ın faaliyet raporlarında entelektüel sermaye ve inovasyona ilişkin bölümler toplam 434 kodlamada keşilmiştir. Banka en çok hizmet inovasyonuna yoğunlaşırken, bunu gerçekleştirmek için de daha ziyade teknolojiden faydalanmıştır. Akbank'ın inovatif sermaye unsurlarına ilişkin kod ilişkileri Çizelge 12'de ayrıntılı olarak gösterilmiştir.

Çizelge 12: Akbank Kod İlişkileri Tablosu

Kod İlişkileri Tablosu (Çakışan Kodlar)	Entelektüel Sermaye	Müşteri Sermayesi	Yapısal Sermaye	Yazılım Yatırımları	Teknoloji	İnsan Sermayesi	Personel Yetkinlik	Personel Eğitim
İnovasyon	434	117	294	30	266	42	41	1
<i>Hizmet İnovasyonu</i>	268	70	185	19	168	31	31	0
<i>Süreç İnovasyonu</i>	48	12	29	3	26	8	7	1
<i>Ürün İnovasyonu</i>	122	35	84	11	73	3	3	0

Bankanın müşteri segmentasyonu ile açıklanmış olan müşteri sermayesi ise oransal olarak en çok ürün inovasyonu ile eşleşmiştir. Bu da Akbank'ın müşteri çeşitliliğini artırdıkça onlara yönelik daha çeşitli ürünler ortaya çıkardığını göstermektedir.

Çizelge 13'te Akbank'ın 2005-2019 yılları arasındaki faaliyet raporlarında yapılan içerik analizi çalışmasına ilişkin verilerin korelasyon analizi bulunmaktadır. Pearson yöntemine göre yapılmış analizde entelektüel sermaye ile inovasyon arasında 0,838 (p=0,0000) değeri ile çok kuvvetli pozitif bir ilişki tespit edilmiştir.

Çizelge 13: Akbank Kod İlişkileri Korelasyonu Tablosu

Korelasyon Pearsons r	Entelektüel Sermaye	Müşteri Sermayesi	Yapısal Sermaye	Yazılım Yatırımları	Teknoloji	İnsan Sermayesi	Personel Yetkinlik	Personel Eğitim Durumu
İnovasyon	0,838 (p=0,0000) N=15	0,581 (p=0,0115) N=15	0,803 (p=0,0002) N=15	-0,342 (p=0,1062) N=15	0,778 (p=0,0003) N=15	0,769 (p=0,0004) N=15	0,743 (p=0,0007) N=15	0,158 (p=0,2865) N=15
Hizmet İnovasyonu	0,923 (p=0,0000) N=15	0,656 (p=0,0039) N=15	0,889 (p=0,0000) N=15	-0,335 (p=0,1111) N=15	0,861 (p=0,0000) N=15	0,859 (p=0,0000) N=15	0,781 (p=0,0003) N=15	0,447 (p=0,0475) N=15
Süreç İnovasyonu	0,235 (p=0,1996) N=15	0,414 (p=0,0625) N=15	0,163 (p=0,2807) N=15	-0,045 (p=0,4371) N=15	0,159 (p=0,2852) N=15	0,220 (p=0,2149) N=15	0,266 (p=0,1690) N=15	0,098 (p=0,3643) N=15
Ürün İnovasyonu	0,160 (p=0,2846) N=15	0,085 (p=0,3821) N=15	0,137 (p=0,3126) N=15	-0,018 (p=0,4752) N=15	0,122 (p=0,3319) N=15	0,179 (p=0,2613) N=15	0,214 (p=0,2223) N=15	-0,227 (p=0,2074) N=15

Entelektüel sermayenin unsuları ile inovasyonun analizlerini incelersek en kuvvetli pozitif ilişki yapısal sermaye ile inovasyon arasında 0,803 (p=0,0002) ölçülmüştür.

Bu tabloda dikkat çekici bir husus ise inovasyon ile yapısal sermayenin güçlü pozitif yönlü ilişkisine karşın yapısal sermayenin alt kodu olarak incelenen yazılım yatırımları ile inovasyonun negatif yönlü bir ilişkiye sahip olmasıdır. Bunu da ilk

tablomuzda açıklamıştık. Banka proaktif bir düşünce ile yazılım yatırımlarını önceki yıllarda tamamlayarak altyapıyı hazırlamış ve sonraki yıllarda da bu altyapıyı kullanarak inovasyona önem vermiştir.

Çizelge 14'te ise Akbank'ın 2005-2019 yılları arasındaki faaliyet raporlarındaki inovatif sermaye unsurları ile bankanın ilgili yıllardaki finansal performans oranlarının korelasyon analizine yer verilmiştir.

Çizelge 14: Akbank İnovatif Sermaye ile Finansal Performans Korelasyonu

AKBANK	PD/DD	F/K	ROA	ROE
İnovatif Sermaye	-0,624 (p=0,0064) N=15	-0,417 (p=0,0610) N=15	-0,698 (p=0,0019) N=15	-0,670 (p=0,0031) N=15

Çizelgeden de görülebileceği gibi gerek PD/DD olsun gerekse F/K değerleri olsun inovatif sermaye ile negatif bir ilişkiye sahiptir. Bu durum şu şekilde yorumlanmıştır. Akbank'ın inovatif sermayeye önem verdiği ve faaliyet raporlarında bu konulara sıkça yer verdiği yapılan çalışmada analiz edilmiştir. Ancak bu durum bankanın finansal performans oranlarına olumlu olarak yansımamıştır. Çünkü son yıllarda artan rekabet ve ilerleyen teknoloji ile bankalar rakiplerinden geri kalmamak ve onlarla aktif olarak rekabet edebilmek için zaten inovatif sermaye kavramına önem vermelidir. Aynı şekilde aktif karlılığı ve öz sermaye karlılığı oranları ile de inovatif sermaye arasında negatif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir.

4.3. GARANTİ BANKASI

Garanti Bankası'na ait faaliyet raporlarında yapılan kodlamaları inceleyecek olursak, banka inovasyon ile ilgili çalışmalarına 2006 yılından itibaren başlamıştır. Özellikle ürün inovasyonu sürecini 2012 yılına kadar büyük ölçüde tamamlamıştır. 2009 yılından sonra ise tamamen hizmet inovasyonuna odaklanmıştır.

Entelektüel sermaye unsurları açısından inceleyecek olursak banka son yıllarda müşteri sermayesi ve teknoloji konularına odaklanmıştır.

Resim 4: Garanti Bankası Faaliyet Raporlarının Kod Frekansları

Kod Sistemi	2005...	2006...	2007...	2008...	2009...	2010...	2011...	2012...	2013...	2014...	2015...	2016...	2017...	2018...	2019...	TOPLAM
İnovatif Sermaye Unsurları	47	53	55	51	82	72	114	114	101	79	82	68	75	70	93	1156
İnovasyon	35	37	45	39	63	59	93	89	85	64	68	47	48	53	67	892
Hizmet İnovasyonu	24	25	18	17	54	40	39	53	61	54	57	35	47	52	48	624
Süreç İnovasyonu	2	3	2	2	6	10	11	15	10	7	8	14	2	2	11	105
Ürün İnovasyonu	12	13	27	25	12	20	48	31	19	7	8	5	3	2	11	243
Entelektüel Sermaye	19	24	19	19	39	33	37	48	33	36	57	42	60	59	56	581
Müşteri Sermayesi	15	13	6	7	9	14	17	23	9	25	15	19	28	16	27	243
Yapısal Sermaye	3	9	9	9	18	10	11	17	14	10	40	21	29	38	22	260
Yazılım Yatırımları			2		2	2	1	4				3	2			16
Teknoloji	3	9	8	9	16	8	10	13	14	10	40	18	28	38	21	245
İnsan Sermayesi	2	4	4	5	15	16	11	10	11	4	5	5	7	5	9	113
Personel Yetkinlik	1	3		1	9	11	7	4	4	2	4	3	3	1	5	58
Personel Eğitim Durumu	1	1	4	4	6	5	5	6	7	2	1	2	4	4	3	55
TOPLAM	164	194	199	188	331	300	404	427	368	300	385	282	336	340	373	4591

Bir diğer dikkat çeken durum ise bankanın yoğun olarak ürün inovasyonu yaptığı ve yenilikçi ürünleri piyasaya sunduğu yıllar ile personel yetkinliğine önem verdiği yıllar paralellik göstermektedir.

Aşağıdaki Çizelge 15'te Garanti Bankası'nın faaliyet raporlarındaki kodlamalarda kesişen unsurlar yer almaktadır. Garanti Bankası genel olarak ürünlerden ziyade hizmet inovasyonu odaklı çalışırken, bu hizmetlerindeki yeniliklere müşteri sermayesi ve teknolojisini kullanarak ulaşmıştır. Bu durumu şöyle yorumlayabiliriz; her müşteri segmentine özel hizmet türü geliştirmiş ve buna ağırlık vermiştir.

Çizelge 15: Garanti Bankası Kod İlişkileri Tablosu

Kod İlişkileri Tablosu (Çakışan Kodlar)	Entelektüel Sermaye	Müşteri Sermayesi	Yapısal Sermaye	Yazılım Yatırımları	Teknoloji	İnsan Sermayesi	Personel Yetkinlik	Personel Eğitim
İnovasyon	317	81	230	11	219	21	19	2
<i>Hizmet İnovasyonu</i>	298	77	216	11	205	18	17	1
<i>Süreç İnovasyonu</i>	19	3	15	0	15	4	3	1
<i>Ürün İnovasyonu</i>	17	4	13	0	13	0	0	0

Ayrıca entelektüel sermaye unsurlarından insan sermayesi de yine en çok hizmet inovasyonu ile kesişmiştir.

Teknolojiye çok önem veren Garanti Bankası'nın tüm inovasyon türleri ile en çok kesişen unsur yapısal sermayenin teknoloji alt başlığı olmuştur. Garanti Bankası teknolojisini yalnızca hizmet ve ürün inovasyonunda kullanmakla kalmamış, süreç iyileştirmede de yine yapısal sermaye ve teknoloji ağırlık kazanmıştır.

Çizelge 16'da Garanti Bankası'nın 2005-2019 yılları arasındaki faaliyet raporlarında yapılan içerik analizi çalışmasına ilişkin verilerin korelasyon analizi bulunmaktadır.

Çizelge 16: Garanti Bankası Kod İlişkileri Korelasyonu Tablosu

Korelasyon Pearsons r	Entelektüel Sermaye	Müşteri Sermayesi	Yapısal Sermaye	Yazılım Yatırımları	Teknoloji	İnsan Sermayesi	Personel Yetkinlik	Personel Eğitim Durumu
İnovasyon	0,372 (p=0,086 2) N=15	0,216 (p=0,219 6) N=15	0,143 (p=0,305 6) N=15	0,197 (p=0,241 2) N=15	0,107 (p=0,352 7) N=15	0,580 (p=0,011 7) N=15	0,461 (p=0,041 9) N=15	0,587 (p=0,010 7) N=15
Hizmet İnovasyonu	0,300 (p=0,138 6) N=15	0,337 (p=0,109 3) N=15	0,046 (p=0,435 4) N=15	0,469 (p=0,038 8) N=15	-0,030 (p=0,457 2) N=15	0,484 (p=0,033 6) N=15	0,489 (p=0,032 0) N=15	0,282 (p=0,154 4) N=15
Süreç İnovasyonu	0,729 (p=0,001 0) N=15	0,408 (p=0,065 3) N=15	0,576 (p=0,012 3) N=15	0,031 (p=0,456 9) N=15	0,557 (p=0,015 4) N=15	0,435 (p=0,052 7) N=15	0,365 (p=0,090 6) N=15	0,348 (p=0,101 7) N=15
Ürün İnovasyonu	-0,401 (p=0,069 2) N=15	-0,292 (p=0,145 5) N=15	-0,499 (p=0,029 3) N=15	0,223 (p=0,212 6) N=15	-0,520 (p=0,023 4) N=15	0,335 (p=0,111 4) N=15	0,236 (p=0,198 2) N=15	0,464 (p=0,040 7) N=15

Garanti Bankası'nın kod ilişkileri korelasyonu incelendiğinde, en yüksek pozitif ilişki, süreç inovasyonu ile entelektüel sermaye kavramları arasındadır. Genel olarak entelektüel sermayenin tüm unsurları ile bu kavram arasında pozitif yönlü ilişki mevcuttur.

Bankanın ürün inovasyonları ile ise yazılım yatırımları ve insan sermayesi paralellik göstermektedir. Teknoloji ile hem ürün inovasyonu hem de hizmet inovasyonu arasında negatif bir ilişki bulunmaktadır.

Çizelge 17’de Garanti Bankası’nın 2005-2019 yılları arasındaki faaliyet raporlarındaki inovatif sermaye unsurlarının analizi ile bankanın ilgili yıllardaki finansal performans oranlarına arasındaki korelasyon analizine yer verilmiştir.

Çizelge 17: Garanti Bankası İnovatif Sermaye ile Finansal Performans Korelasyonu

GARANTİ	PD/DD	F/K	ROA	ROE
İnovatif Sermaye	-0,352 (p=0,0990) N=15	0,058 (p=0,4189) N=15	-0,204 (p=0,2329) N=15	-0,413 (p=0,0630) N=15

Bankanın F/K oranı ile inovatif sermaye unsurları arasında 0,058 katsayı ile pozitif bir ilişki bulunmakta iken; PD/DD oranı ile ise negatif bir ilişki bulunmaktadır. Aynı şekilde bankanın aktif karlılığı ve öz sermaye karlılığı oranları ile inovatif sermaye oranları arasında da negatif bir ilişki söz konusudur. Öz sermaye karlılığı ile inovatif sermaye arasındaki ilişkinin kat sayısı -0,413 olup; güçlü bir negatif ilişki mevcuttur.

4.4. HALK BANKASI

Halkbank’ın son 15 yıldaki faaliyet raporlarına ilişkin kodlamalar incelendiğinde inovatif sermayeye ilişkin unsurların faaliyet raporlarında yer alması özellikle 2010 yılı sonrasında arttığı görülmektedir. Yine buna paralel olarak entelektüel sermaye unsurlarından yapısal sermaye yine 2014 yılından sonra hız kazanmıştır. Özellikle yapısal sermayenin alt unsuru olarak ele aldığımız teknoloji ile ilgili kodlamalardaki artış göze çarpmaktadır.

Resim 5: Halk Bankası Faaliyet Raporlarının Kod Frekansları

Kod Sistemi	2005 ...	2006 ...	2007 ...	2008 ...	2009 ...	2010 ...	2011 ...	2012 ...	2013 ...	2014 ...	2015 ...	2016 ...	2017 ...	2018 ...	2019 ...	TOPLAM
Inovatif Sermaye Unsurları	18	18	25	32	39	39	48	53	57	68	59	57	48	45	52	658
Inovasyon	11	11	13	22	28	32	37	41	43	56	48	51	37	36	42	508
Hizmet İnovasyonu	1	3	7	8	9	3	7	17	16	19	18	22	8	16	18	172
Süreç İnovasyonu	3		1		1	4	3	2	6	7	8	4	11	5	5	60
Ürün İnovasyonu	8	8	6	14	18	25	28	25	24	31	25	25	18	17	20	292
Entelektüel Sermaye	8	13	16	20	18	9	17	25	21	27	25	22	26	29	26	302
Müşteri Sermayesi	3	8	8	14	8	3	9	17	13	14	9	12	15	16	12	161
Vapısal Sermaye	3	2	4	2	7	1	4	4	5	13	12	7	9	11	11	95
Vazıflı Yatırımları			1	1	1		2		1	1	2	1		1		11
Teknoloji	3	2	4	1	6	1	2	4	5	12	11	6	9	10	11	87
İnsan Sermayesi	3	3	4	5	3	5	4	4	5	5	7	3	5	4	5	65
Personel Yetkinlik	2	2	2	3	1	3	2	1	4	3	4	2	4	2	3	38
Personel Eğitim Durumu	1	1	2	2	2	2	2	3	1	2	3	1	1	2	2	27
TOPLAM	64	71	93	124	141	127	165	196	201	258	231	213	191	194	207	2476

Müşteri sermayesi 2006 yılından sonra aynı paralellikte önemini korumuştur. Müşteri sermayesinin arttığı dönemlerde ürün inovasyonları da artış gösterirken, teknolojiye verilen önem ile birlikte bu sefer hizmet inovasyonlarında artış daha belirgin hale gelmiştir. Hizmet inovasyonu ile teknoloji arasında paralellik gözlemlenmiştir. Banka teknolojiye önem verdikçe hizmet inovasyonunda da artış meydana gelmiştir.

Bankanın faaliyet raporlarında insan sermayesi unsurlarına yer vermesi yıllar itibariyle değişkenlik göstermemiştir. Süreç inovasyonları ise yine ürün ve hizmetlerde de olduğu gibi teknoloji unsuruna paralel olarak artış göstermiştir.

Çizelge 18’de Halkbank’ın inovatif sermaye kodlamaları arasındaki ilişki incelenmiş olup, entelektüel sermaye ve inovasyon unsurları toplamda 152 kez birlikte kodlanmıştır. Müşteri sermayesi unsuru ile en çok kodlanan inovasyon unsurları hizmet ve ürün inovasyonlarıdır. Bu durumda Halkbank’ın ürün ve hizmetlerindeki yeniliklerin ortaya çıkmasında müşteri portföyünün önemi oldukça büyüktür. Bu yenilikleri gerçekleştirmek için ise en çok teknoloji unsurundan yararlanılmıştır. Özellikle hizmet inovasyonunda teknolojiden daha çok faydalanılmıştır.

Çizelge 18: Halkbank Kod İlişkileri Tablosu

Kod İlişkileri Tablosu (Çakışan Kodlar)	Entelektüel Sermaye	Müşteri Sermayesi	Yapısal Sermaye	Yazılım Yatırımları	Teknoloji	İnsan Sermayesi	Personel Yetkinlik	Personel Eğitim
İnovasyon	152	79	71	4	68	8	7	1
<i>Hizmet İnovasyonu</i>	91	45	44	1	44	7	6	1
<i>Süreç İnovasyonu</i>	19	0	19	2	17	1	1	0
<i>Ürün İnovasyonu</i>	49	40	9	1	8	0	0	0

Çizelge 19’da Halkbank’ın kod ilişkileri korelasyonuna yer verilmiştir.

Çizelge 19: Halkbank Kod İlişkileri Korelasyonu Tablosu

Korelasyon Pearson's r	Entelektüel Sermaye	Müşteri Sermayesi	Yapısal Sermaye	Yazılım Yatırımları	Teknoloji	İnsan Sermayesi	Personel Yetkinlik	Personel Eğitim Durumu
İnovasyon	0,711 (p=0,0015) N=15	0,521 (p=0,0232) N=15	0,676 (p=0,0029) N=15	0,330 (p=0,1152) N=15	0,639 (p=0,0051) N=15	0,474 (p=0,0372) N=15	0,343 (p=0,1054) N=15	0,278 (p=0,1583) N=15
Hizmet İnovasyonu	0,822 (p=0,0001) N=15	0,664 (p=0,0035) N=15	0,706 (p=0,0016) N=15	0,311 (p=0,1293) N=15	0,689 (p=0,0022) N=15	0,318 (p=0,1242) N=15	0,151 (p=0,2952) N=15	0,301 (p=0,1376) N=15
Süreç İnovasyonu	0,529 (p=0,0214) N=15	0,291 (p=0,1465) N=15	0,677 (p=0,0028) N=15	0,065 (p=0,4088) N=15	0,703 (p=0,0017) N=15	0,597 (p=0,0094) N=15	0,717 (p=0,0013) N=15	-0,068 (p=0,4051) N=15
Ürün İnovasyonu	0,441 (p=0,0498) N=15	0,314 (p=0,1275) N=15	0,400 (p=0,0697) N=15	0,353 (p=0,0982) N=15	0,340 (p=0,1075) N=15	0,421 (p=0,0588) N=15	0,236 (p=0,1984) N=15	0,348 (p=0,1020) N=15

Çizelgede de görüleceği gibi Halkbank’ın inovatif sermayeyi oluşturan inovasyon ve entelektüel sermaye unsurları arasında 0,711 değerinde kuvvetli bir

pozitif ilişki tespit edilmiştir. İlgili tabloda en kuvvetli pozitif ilişki entelektüel sermaye ile hizmet inovasyonu arsındadır. Tabloda aralarında negatif ilişki tespit edilen tek ikili ise süreç inovasyonu ile personel eğitim durumudur. Personel yetkinliği ile ise 0,597 değeri ile güçlü bir pozitif ilişki mevcuttur. Süreç inovasyonu ile teknoloji arasında 0,703 değeri ile oldukça güçlü bir pozitif ilişki söz konusudur.

Çizelge 20’de Halkbank’ın 2005-2019 yılları arasındaki faaliyet raporlarındaki inovatif sermaye unsurlarının analizi ile bankanın ilgili yıllardaki finansal performans oranlarına arasındaki korelasyon analizine yer verilmiştir.

Halkbank’ın finansal performans oranları ile inovatif sermaye unsurları arasındaki korelasyon tablosu incelendiğinde, hisse senedi ile ilişkili olan PD/DD ile F/K rasyoları ile inovatif sermaye arasında pozitif bir ilişki tespit edilmiştir. Ancak karlılık rasyoları olan ROA ve ROE ile ise tam tersi yönde negatif bir ilişki bulunmaktadır.

Çizelge 20: Halkbank İnovatif Sermaye ile Finansal Performans Korelasyonu

HALKBANK	PD/DD	F/K	ROA	ROE
İnovatif Sermaye	0,611 (p=0,0077) N=15	0,478 (p=0,0357) N=15	-0,447 (p=0,0475) N=15	-0,396 (p=0,0719) N=15

4.5. İŞ BANKASI

İş Bankası faaliyet raporlarındaki inovatif sermayeye ilişkin kod frekansları incelendiğinde inovasyon ile ilgili çalışmaların 2014 yılından itibaren hız kazanmadığı görülmektedir. Özellikle de hizmet inovasyonu ile ilgili ciddi bir artış bulunmaktadır. Entelektüel sermaye unsurları ile birlikte değerlendirildiğinde bu durum teknoloji ile paralellik göstermektedir.

Resim 6: İş Bankası Faaliyet Raporlarının Kod Frekansları

Kod Sistemi	2005...	2006...	2007...	2008...	2009...	2010...	2011...	2012...	2013...	2014...	2015...	2016...	2017...	2018...	2019...	TOPLAM
Inovatif Sermaye Unsurları	34	24	38	49	45	38	57	51	44	45	68	64	63	73	83	776
Inovasyon	24	12	24	27	35	32	50	41	37	40	60	53	48	55	62	600
Hizmet İnovasyonu	16	11	20	16	23	24	29	27	24	29	41	35	44	48	44	431
Süreç İnovasyonu	3	1	2	3	8	4	7	9	3	5	5	3	4	7	8	72
Ürün İnovasyonu	11	3	7	13	13	12	21	15	20	11	21	23	5	7	11	193
Entelektüel Sermaye	17	18	27	29	23	17	33	29	15	14	21	28	48	60	55	434
Müşteri Sermayesi	11	13	19	21	11	12	26	17	10	10	7	9	16	13	21	216
Yapısal Sermaye	5	4	8	5	10	5	7	12	6	3	12	19	32	47	38	213
Yazılım Yatırımları		1	2	3	5	2		2		1	1	1	4	7	3	32
Teknoloji	5	3	6	2	5	3	7	10	5	2	12	19	29	42	36	186
İnsan Sermayesi	1	1	2	5	3	1	2		1	1	3	4	4	6	6	40
Personel Yetkinlik		1	2	4			2		1		1	4	2	3	4	24
Personel Eğitim Durumu		1		2	2	1				1	2	1	2	3	2	17
TOPLAM	127	93	157	179	183	151	241	213	166	162	254	263	301	371	373	3234

Diğer taraftan 2009-2013 yılları arasında ise müşteri sermayesi ile ürün inovasyonu arasında bir paralellik bulunmaktadır. Bu durum şöyle yorumlanabilir, banka önce müşteri segmentasyonu ile ürün çeşitliliğini eş zamanlı olarak gerçekleştirmiş ve sonrasında ise teknolojiyi kullanarak bu ürünler ile daha inovatif hizmetler sunmaya ağırlık vermiştir.

Çizelge 21: İş Bankası Kod İlişkileri Tablosu

Kod İlişkileri Tablosu (Çakışan Kodlar)	Entelektüel Sermaye	Müşteri Sermayesi	Yapısal Sermaye	Yazılım Yatırımları	Teknoloji	İnsan Sermayesi	Personel Yetkinlik	Personel Eğitim
İnovasyon	258	93	171	22	153	5	5	0
<i>Hizmet İnovasyonu</i>	215	74	147	17	133	5	5	0
<i>Süreç İnovasyonu</i>	28	1	28	5	23	0	0	0
<i>Ürün İnovasyonu</i>	48	30	18	2	16	0	0	0

Yapılan çalışmada entelektüel sermaye ve inovasyon unsurlarından birlikte kodlama yapılan bölümlerde bu iki kavram 258 kez kesişmiştir. İnovasyon ile birlikte en çok kodlanan entelektüel sermaye unsuru teknoloji olurken, inovasyon unsurlardan da en çok hizmet inovasyonu ile birlikte kodlanmıştır. Aynı şekilde

süreç inovasyonunda da yine teknoloji ön plandadır. Ürün inovasyonu ile birlikte en çok kodlanan ise müşteri sermayesi olmuştur. Yani bankanın yenilikçi ürünler ortaya çıkarması çoğunlukla sahip olduğu müşteri sermayesine bağlıdır.

Aşağıdaki Çizelge 22’de İş Bankası’nın 2005-2019 yılları arasındaki faaliyet raporlarında yapılan inovatif sermaye unsurlarının içerik analizi çalışmasına ilişkin verilerin korelasyon analizi sonuçları bulunmaktadır. Pearson yöntemine göre yapılmış analizde en güçlü pozitif ilişki 0,839 ($p=0,0001$) değer ile teknoloji ile hizmet inovasyonu arasındadır. Ürün inovasyonu ile yapısal sermaye unsurları arasında negatif yönlü bir ilişki çıkmış olması ilginç bir bulgu olarak göze çarpmaktadır. Ayrıca hizmet inovasyonu ile de müşteri inovasyonu arasında negatif yönlü bir ilişkinin tespit edilmesi de dikkat çekmektedir.

Ayrıca banka personelinin eğitim durumu ile hizmet inovasyonu arasında çok güçlü pozitif bir ilişki tespit edilmişken, ürün inovasyonu ile arasındaki ilişki ise negatiftir. Personelin yetkinlik düzeyi ile de hizmet inovasyonu arasındaki ilişki pozitifdir.

Çizelge 22: İş Bankası Kod İlişkileri Korelasyonu Tablosu

Korelasyon Pearsons r	Entelektüel Sermaye	Müşteri Sermayesi	Yapısal Sermaye	Yazılım Yatırımları	Teknoloji	İnsan Sermayesi	Personel Yetkinlik	Personel Eğitim Durumu
İnovasyon	0,590 ($p=0,010$ 3) N=15	0,019 ($p=0,473$ 2) N=15	0,664 ($p=0,003$ 5) N=15	0,239 ($p=0,195$ 0) N=15	0,699 ($p=0,001$ 9) N=15	0,547 ($p=0,017$ 4) N=15	0,396 ($p=0,071$ 7) N=15	0,423 ($p=0,058$ 0) N=15
Hizmet İnovasyonu	0,733 ($p=0,000$ 9) N=15	-0,039 ($p=0,445$ 5) N=15	0,839 ($p=0,000$ 0) N=15	0,457 ($p=0,043$ 6) N=15	0,859 ($p=0,000$ 0) N=15	0,618 ($p=0,007$ 0) N=15	0,390 ($p=0,075$ 6) N=15	0,572 ($p=0,012$ 9) N=15
Süreç İnovasyonu	0,455 ($p=0,044$ 3) N=15	0,249 ($p=0,185$ 3) N=15	0,414 ($p=0,062$ 7) N=15	0,414 ($p=0,062$ 5) N=15	0,388 ($p=0,076$ 4) N=15	0,209 ($p=0,227$ 7) N=15	-0,060 ($p=0,415$ 8) N=15	0,247 ($p=0,187$ 7) N=15
Ürün İnovasyonu	-0,274 ($p=0,161$ 8) N=15	-0,127 ($p=0,325$ 5) N=15	-0,242 ($p=0,192$ 6) N=15	-0,464 ($p=0,040$ 7) N=15	-0,193 ($p=0,245$ 1) N=15	-0,087 ($p=0,378$ 6) N=15	0,076 ($p=0,393$ 3) N=15	-0,267 ($p=0,168$ 5) N=15

Aşağıdaki Çizelge 23’de ise İş Bankası’nın 2005-2019 yılları arasındaki faaliyet raporlarındaki inovatif sermaye unsurları ile bankanın ilgili yıllardaki finansal performans oranları arasındaki korelasyon analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

Finansal performans oranları ile inovatif sermaye unsurları arasında negatif bir ilişkiye mevcuttur. Bankanın bu kavramlara verdiği önem faaliyet raporlarında yıllar gittikçe artmasına rağmen bu durum bankanın finansal performans oranlarına olumlu bir katkı sağlamamıştır.

Çizelge 23: İş Bankası İnovatif Sermaye ile Finansal Performans Korelasyonu

İş Bankası	PD/DD	F/K	ROA	ROE
İnovatif Sermaye	-0,863 (p=0,0000) N=15	-0,791 (p=0,0002) N=15	-0,082 (p=0,3852) N=15	-0,218 (p=0,2176) N=15

4.6. QNB FİNANSBANK

QNB Finansbank’ın kod frekansları tablosu aşağıdaki Resim 7’deki gibidir.

Resim 7: Qnb Finansbank Faaliyet Raporlarının Kod Frekansları

Kod Sistemi	2008 ...	2009 ...	2010...	2011...	2012 ...	2013 ...	2014 ...	2015 ...	2016 ...	2017 ...	2018 ...	2019 ...	TOPLAM
İnovatif Sermaye Unsurları	35	42	51	51	43	43	53	72	74	79	87	41	671
İnovasyon	24	27	35	43	36	37	45	63	56	67	72	29	534
Hizmet İnovasyonu	15	17	22	36	27	29	31	48	47	55	63	19	409
Süreç İnovasyonu	4	6		2	2	2	2	4	2	8	7		39
Ürün İnovasyonu	7	5	15	7	12	8	18	19	11	10	8	10	130
Entelektüel Sermaye	16	20	22	19	16	8	19	24	34	34	40	34	286
Müşteri Sermayesi	10	12	13	8	6	6	10	7	14	11	13	23	133
Yapısal Sermaye	1	3	5	8	6	1	5	12	12	16	17	9	95
Yazılım Yatırımları		1		1	1	1							4
Teknoloji	1	2	5	7	5		5	12	12	16	17	9	91
İnsan Sermayesi	5	5	4	3	6	1	4	7	10	11	10	4	70
Personel Yetkinlik	4	4	4	2	5		3	5	8	9	8	3	55
Personel Eğitim Durumu	1	1		1	1	1	1	2	2	2	2	1	15
TOPLAM	123	145	176	188	166	137	196	275	282	318	344	182	2532

İlgili tabloya baktığımızda 2015 yılı ve sonrasında inovasyon kodlamalarına paralel olarak teknoloji kodlamalarında artış olurken, diğer bankalardan farklı olarak insan sermayesine ilişkin kodlamalarda da aynı yıllarda artış olması göze

çarpmaktadır. Müşteri sermayesi ile ilgili kodlamalar ise yıllar itibarı ile yatay seyretmiştir. Diğer taraftan banka ürün ve hizmet inovasyonuna ilişkin çalışmalarını artırırken süreç inovasyonu ile ilgili belirgin bir artış gözlenmemiştir.

Bankanın Çizelge 24’te yer alan kod ilişkileri tablosu incelendiğinde entelektüel sermaye ile inovasyonun 149 kez birlikte kodlanmıştır. Entelektüel sermaye ile en sık birlikte kodlanan inovasyon unsuru ise hizmet inovasyonu olmuştur. Hizmet inovasyonunu tek başına ele aldığımızda ise en sık teknoloji ile birlikte kodlandığı görülmektedir. QNB Finansbank’ta diğer bankalara göre farklı olan durum ise şudur ki; ürün ve hizmet inovasyonlarında insan sermayesinin de payı oldukça yüksektir. Süreç inovasyonu unsurunu incelediğimizde ise bu kavramın entelektüel sermayenin yalnızca yapısal sermaye unsuru ile birlikte kodlandığı görülmektedir. Müşteri sermayesi ve insan sermayesi ile hiçbir kodlamada çakışmamıştır. Ürün inovasyonu ile ise en çok birlikte kodlanan unsur müşteri sermayesi olmuştur. Bu sonuca bakarak QNB Finansbank ürün yeniliği ve ürün geliştirme konusunda müşteri geri bildirimlerine oldukça önem veriyor diyebiliriz.

Çizelge 24: Qnb Finansbank Kod İlişkileri Tablosu

Kod İlişkileri Tablosu (Çakışan Kodlar)	Entelektüel Sermaye	Müşteri Sermayesi	Yapısal Sermaye	Yazılım Yatırımları	Teknoloji	İnsan Sermayesi	Personel Yetkinlik	Personel Eğitim
İnovasyon	149	47	89	1	88	20	20	0
<i>Hizmet İnovasyonu</i>	136	38	86	1	85	19	19	0
<i>Süreç İnovasyonu</i>	3	0	3	0	3	0	0	0
<i>Ürün İnovasyonu</i>	14	9	2	0	2	3	3	0

Aşağıdaki Çizelge 25’de QNB Finansbank’ın korelasyon analizi sonuçları yer almaktadır. Buna göre, inovasyon ve entelektüel sermaye arasında 0,623 (p=0,0152) değeri ile güçlü bir ilişki bulunmaktadır.

Çizelge 25: Qnb Finansbank Kod İlişkileri Korelasyonu Tablosu

Korelasyon Pearsons r	Entelektüel Sermaye	Müşteri Sermayesi	Yapısal Sermaye	Yazılım Yatırımları	Teknoloji	İnsan Sermayesi	Personel Yetkinlik	Personel Eğitim Durumu
İnovasyon	0,623 (p=0,015 2) N=12	-0,123 (p=0,352 1) N=12	0,884 (p=0,000 1) N=12	-0,396 (p=0,101 1) N=12	0,880 (p=0,000 1) N=12	0,748 (p=0,002 6) N=12	0,688 (p=0,006 7) N=12	0,803 (p=0,000 8) N=12
Hizmet İnovasyonu	0,623 (p=0,015 2) N=12	-0,128 (p=0,345 5) N=12	0,885 (p=0,000 1) N=12	-0,319 (p=0,156 1) N=12	0,874 (p=0,000 1) N=12	0,746 (p=0,002 7) N=12	0,681 (p=0,007 4) N=12	0,820 (p=0,000 5) N=12
Süreç İnovasyonu	0,345 (p=0,135 9) N=12	-0,190 (p=0,277 6) N=12	0,467 (p=0,063 1) N=12	-0,071 (p=0,413 1) N=12	0,453 (p=0,069 8) N=12	0,638 (p=0,012 8) N=12	0,599 (p=0,019 8) N=12	0,633 (p=0,013 5) N=12
Ürün İnovasyonu	0,010 (p=0,487 8) N=12	-0,126 (p=0,347 7) N=12	0,150 (p=0,320 6) N=12	-0,470 (p=0,061 4) N=12	0,185 (p=0,282 9) N=12	0,051 (p=0,438 0) N=12	0,055 (p=0,432 1) N=12	0,016 (p=0,479 8) N=12

İnovasyon ile müşteri sermayesi arasındaki ilişki ise çok güçlü değildir. Ancak yapısal sermaye ve insan sermayesi unsurları inovasyon ile güçlü bir ilişkiye sahiptir. Ürün inovasyonu ile müşteri sermayesi arasında negatif yönlü bir ilişki tespit edilmiş olup; yapısal sermayenin alt unsuru olan yazılım yatırımları ile tüm entelektüel sermaye unsurları arasında negatif bir ilişki bulunmuştur. Bunun nedeni de yazılım yatırımları unsurunun faaliyet raporlarında sıklıkla kodlanmamış olmasıdır.

Çizelge 26: Qnb Finansbank İnovatif Sermaye ile Finansal Performans Korelasyonu

QNB Finansbank	PD/DD	F/K	ROA	ROE
İnovatif Sermaye	-0,625 (p=0,0064) N=15	0,068 (p=0,4046) N=15	-0,711 (p=0,0015) N=15	-0,658 (p=0,0038) N=15

Yukarıdaki Çizelge 26’da QNB Finansbank’ın inovatif sermaye unsurları ile finansal performans oranları arasındaki korelasyon analizi sonuçları yer almaktadır. Buna göre F/K oranı ile düşük oranda da olsa inovatif sermaye arasında pozitif yönlü

bir ilişki tespit edilmiştir. Ancak PD/DD, ROA ver ROE oranlar güçlü bir negatif yönlü ilişki mevcuttur.

4.7. ŞEKERBANK

Şekerbank'ın kod frekanslarına bakıldığında 2010-2016 yılları arasında paralel olarak hizmet inovasyonu ve teknoloji unsurlarına önem verdiği dikkat çekmektedir. Bankanın müşteri sermayesine verdiği önem yıllar itibariyle hep aynı düzeyde kalmıştır. Bankanın süreçleri ile ilgili yeniliklerinde artış gözlenmezken, ürün inovasyonunda ise 2008-2013 yıllarında arasında bir artış varken sonrasında ise düşüş gerçekleşmiştir.

İnsan sermaye unsurlarına bakıldığında yıllar itibariyle paralellik söz konusudur.

Resim 8: Şekerbank Faaliyet Raporlarının Kod Frekansları

Kod Sistemi	2005 ...	2006 ...	2007 ...	2008 ...	2009 ...	2010 ...	2011 ...	2012 ...	2013 ...	2014 ...	2015 ...	2016 ...	2017 ...	2018 ...	2019 ...	TOPLAM
Inovatif Sermaye Unsurları	27	32	36	43	22	22	25	28	46	43	42	29	21	28	20	464
Inovasyon	17	24	25	34	13	15	19	23	41	33	38	25	15	17	14	353
Hizmet İnovasyonu	9	14	15	12	5	7	10	13	28	24	31	20	14	13	9	224
Süreç İnovasyonu	4	7	5	5	2			2			1	2				28
Ürün İnovasyonu	4	3	8	20	8	10	13	12	17	9	9	6	3	6	5	133
Entelektüel Sermaye	12	12	14	11	10	10	11	10	13	14	9	10	7	13	13	169
Müşteri Sermayesi	7	8	8	6	4	6	6	5	5	5	4	4	5	8	7	88
Yapısal Sermaye	3	1	3	1	2	2	3	4	6	2	2	3		1	4	37
Yazılım Yatırımları	1		3		2				1					1		8
Teknoloji	2	1	1	1		2	3	4	5	2	2	3			4	30
İnsan Sermayesi	2	3	3	5	4	2	2	1	2	8	3	4	4	4	4	51
Personel Yetkinlik	1	1	1	3	2	1				2	2	3	3	3	3	25
Personel Eğitim Durumu	1	2	2	2	2	1	2	1	2	6	1	1	1	1	1	26
TOPLAM	90	108	124	143	76	78	94	103	166	148	144	110	73	95	84	1636

Şekerbank'ın Çizelge 27'de yer alan kod ilişkileri tablosuna bakıldığında ise entelektüel sermaye ve inovasyon unsurlarının toplamda 58 kez birlikte kodlandığı görülmektedir. Müşteri sermayesi unsuru ile en çok hizmet ve ürün inovasyonu birlikte kodlanmıştır. İnsan sermayesi ise yalnızca hizmet inovasyonu ile kesişmiştir. Yapısal sermaye unsuru hizmet ve süreç inovasyonu ile kesişirken, ürün inovasyonu ile hiçbir kodlamada eşleşmemiştir.

Çizelge 27: Şekerbank Kod İlişkileri Tablosu

Kod İlişkileri Tablosu (Çakışan Kodlar)	Entelektüel Sermaye	Müşteri Sermayesi	Yapısal Sermaye	Yazılım Yatırımları	Teknoloji	İnsan Sermayesi	Personel Yetkinlik	Personel Eğitim
İnovasyon	58	27	28	4	24	5	5	0
<i>Hizmet İnovasyonu</i>	45	18	24	2	22	5	5	0
<i>Süreç İnovasyonu</i>	6	1	5	2	3	0	0	0
<i>Ürün İnovasyonu</i>	11	11	0	0	0	0	0	0

Şekerbank'ın aşağıdaki Çizelge 28'de kod ilişkileri korelasyonu tablosu incelenmiştir. En güçlü pozitif ilişkinin inovasyon ile yapısal sermaye unsurları arasında olduğu görülmektedir.

Çizelge 28: Şekerbank Kod İlişkileri Korelasyonu Tablosu

Korelasyon Pearson r	Entelektüel Sermaye	Müşteri Sermayesi	Yapısal Sermaye	Yazılım Yatırımları	Teknoloji	İnsan Sermayesi	Personel Yetkinlik	Personel Eğitim Durumu
İnovasyon	0,208 (p=0,228 1) N=15	-0,289 (p=0,148 1) N=15	0,281 (p=0,154 8) N=15	-0,105 (p=0,355 3) N=15	0,341 (p=0,107 0) N=15	0,175 (p=0,265 8) N=15	-0,162 (p=0,282 4) N=15	0,379 (p=0,081 8) N=15
Hizmet İnovasyonu	0,082 (p=0,386 0) N=15	-0,381 (p=0,080 7) N=15	0,240 (p=0,194 7) N=15	-0,148 (p=0,298 9) N=15	0,319 (p=0,123 1) N=15	0,198 (p=0,240 2) N=15	-0,035 (p=0,451 3) N=15	0,291 (p=0,146 0) N=15
Süreç İnovasyonu	0,163 (p=0,280 4) N=15	0,416 (p=0,061 6) N=15	-0,205 (p=0,231 4) N=15	0,271 (p=0,164 7) N=15	-0,296 (p=0,142 4) N=15	-0,095 (p=0,368 2) N=15	-0,096 (p=0,367 0) N=15	-0,037 (p=0,448 2) N=15
Ürün İnovasyonu	0,091 (p=0,373 2) N=15	-0,260 (p=0,174 8) N=15	0,344 (p=0,104 6) N=15	-0,062 (p=0,413 2) N=15	0,361 (p=0,093 2) N=15	-0,070 (p=0,401 7) N=15	-0,303 (p=0,136 5) N=15	0,185 (p=0,254 1) N=15

Diğer taraftan müşteri sermayesinin hizmet inovasyonu ile pozitif bir ilişkisi bulunurken, süreç ve ürün inovasyonu unsurları ile negatif yönlü bir ilişkiye sahiptir. Süreç inovasyonu ile teknoloji unsuru arasında -0,296 değeri ile negatif bir ilişki bulunması dikkat çekmektedir. Ayrıca bir diğer dikkat çeken negatif ilişki de hizmet inovasyonu ile müşteri sermayesi arasındadır.

Şekerbank'ın inovasyonları ile insan sermayesi arasında çok güçlü olmasa da 0,175 değer ile pozitif bir ilişki tespit edilmiştir. Ancak personel yetkinliği ile negatif bir ilişki bulunurken, personelin eğitim durumu unsuru ile pozitif bir ilişki mevcuttur. En güçlü pozitif ilişki ise 0,361 değeri ile ürün inovasyonu ile teknoloji unsuru arasındadır.

Şekerbank'ın finansal performans oranları ile inovatif sermaye unsurları arasındaki korelasyon Çizelge 29'da yer almıştır. İlgili tablo incelendiğinde, bankanın 2005-2019 yılları arasındaki PD/DD oranları ile entelektüel sermaye unsurları arasında pozitif yönlü ilişki tespit edilmiştir. F/K oranı ile 0,189 değer ile negatif bir ilişki mevcuttur. Ancak bankanın karlılık oranları olan ROA ve ROE ile inovatif sermaye arasında pozitif bir ilişki söz konusudur. Şekerbank'ın inovatif sermayeye verdiği önem bankanın karlılığına olumlu olarak yansımıştır.

Çizelge 29: Şekerbank İnovatif Sermaye ile Finansal Performans Korelasyonu

ŞEKERBANK	PD/DD	F/K	ROA	ROE
İnovatif Sermaye	0,049 (p=0,4316) N=15	-0,189 (p=0,2501) N=15	0,336 (p=0,1105) N=15	0,354 (p=0,0977) N=15

4.8. VAKIFBANK

Vakıfbank faaliyet raporlarına ilişkin kod frekansları incelendiğinde ilk olarak göze çarpan bankanın 2012 yılından sonra ciddi biçimde teknolojiye önem vermesidir. Teknoloji yatırımları ile birlikte en çok artan inovasyon unsuru ise süreçler olmuştur. Aynı zamanda hizmet inovasyonunda da yine bir miktar artış gözlemlenmiştir.

Resim 9: Vakıfbank Faaliyet Raporlarının Kod Frekansları

Kod Sistemi	2005 ...	2006 ...	2007 ...	2008 ...	2009 ...	2010...	2011 ...	2012 ...	2013 ...	2014 ...	2015 ...	2016 ...	2017 ...	2018 ...	2019 ...	TOPLAM
Inovatif Sermaye Unsurları	21	37	32	49	44	58	65	67	66	52	77	77	50	57	43	795
Inovasyon	18	35	28	42	36	49	58	55	58	44	60	65	43	50	34	675
Hizmet İnovasyonu	11	14	14	22	19	31	29	40	36	29	47	38	35	28	17	410
Süreç İnovasyonu	4		1	2		1	2	3	12	6	6	12	7	9	7	72
Ürün İnovasyonu	5	23	14	22	19	19	28	13	13	15	11	21	6	15	12	236
Entelektüel Sermaye	5	6	7	14	14	16	17	21	28	25	42	45	32	31	31	334
Müşteri Sermayesi	1	4	3	9	9	14	12	12	13	11	12	11	6	8	10	135
Vapısal Sermaye	2	1	2	3	3		1	5	16	14	24	29	25	21	21	167
Yazılım Yatırımları								2	1			1	1	1		6
Teknoloji	2	1	2	3	3		1	3	15	14	24	28	23	20	21	160
İnsan Sermayesi	2	2	2	2	3	2	5	5		3	7	6	1	4	4	48
Personel Yetkinlik	1	1	1		2	1	4	4		2	5	3		3	2	29
Personel Eğitim Durumu	1	1	1	2	1	1	1	1		1	2	3	1	1	2	19
TOPLAM	73	125	107	170	153	192	223	231	258	216	317	339	230	248	204	3086

Vakıfbank'ın müşteri sermayesine verdiği önem 2008 yılı ve sonrasında genel olarak aynı seviyelerde seyretmiştir. Banka 2008 yılında yeni bir hizmet modeli ve segmentasyon yapılanmasına gitmiştir. Sonrasında ise daha çok teknoloji ve buna bağlı olarak hizmet kalitesini artırmaya yönelik çalışmıştır. Ürün inovasyonu süreci ise 2006-2011 yılları arasında hız kazanmış olup; sonrasında yatay seyretmiştir. Banka önce ürün geliştirme, sonrasında ise bu ürünleri en iyi şekilde sunmak için hizmet kalitesini artırmaya öncelik vermiştir. Bunun için de hizmet inovasyonu ile paralel olarak personel yetkinliğine verdiği önem artmıştır. Ancak genel olarak insan sermayesi unsurunu ele alırsak, yıllar itibariyle insan sermayesine verdiği önem değişmemiştir.

Çizelge 30'a bakıldığında bankanın inovatif sermaye unsurlarının kodlamaları arasındaki ilişkiyi görülecektir. Buna göre teknoloji ile en çok kesişen inovasyon unsuru hizmet inovasyonu olurken, müşteri sermayesi de hizmet inovasyonu ile oldukça fazla birlikte kodlanmıştır. Yani teknoloji her ne kadar hizmet kalitesini artırmaya yönelik kullanılmış olsa da, burada bankanın müşteri sermayesinin de payı büyüktür. Ürün inovasyonu ise en çok müşteri sermayesi unsuru ile kesişirken, insan sermayesi unsurunun neredeyse tamamı ürünlerden çok hizmet kalitesi ile eşleşmiştir.

Çizelge 30: Vakıfbank Kod İlişkileri Tablosu

Kod İlişkileri Tablosu (Çalışan Kodlar)	Entelektüel Sermaye	Müşteri Sermayesi	Yapısal Sermaye	Yazılım Yatırımları	Teknoloji	İnsan Sermayesi	Personel Yetkinlik	Personel Eğitim
İnovasyon	214	67	142	2	140	11	11	0
<i>Hizmet İnovasyonu</i>	143	50	87	1	86	11	11	0
<i>Süreç İnovasyonu</i>	54	1	54	1	53	0	0	0
<i>Ürün İnovasyonu</i>	25	18	6	0	6	1	1	0

Aşağıdaki Çizelge 31’de ise Vakıfbank’ın kod ilişkileri tablosu yer almaktadır.

Çizelge 31: Vakıfbank Kod İlişkileri Korelasyonu Tablosu

Korelasyon Pearson's r	Entelektüel Sermaye	Müşteri Sermayesi	Yapısal Sermaye	Yazılım Yatırımları	Teknoloji	İnsan Sermayesi	Personel Yetkinlik	Personel Eğitim Durumu
İnovasyon	0,705 (p=0,001 6) N=15	0,810 (p=0,000 1) N=15	0,453 (p=0,044 8) N=15	0,479 (p=0,035 3) N=15	0,438 (p=0,051 1) N=15	0,498 (p=0,029 4) N=15	0,514 (p=0,025 0) N=15	0,215 (p=0,220 4) N=15
Hizmet İnovasyonu	0,760 (p=0,000 5) N=15	0,717 (p=0,001 3) N=15	0,550 (p=0,016 8) N=15	0,553 (p=0,016 3) N=15	0,528 (p=0,021 6) N=15	0,454 (p=0,044 8) N=15	0,486 (p=0,033 2) N=15	0,156 (p=0,289 1) N=15
Süreç İnovasyonu	0,795 (p=0,000 2) N=15	0,277 (p=0,158 6) N=15	0,852 (p=0,000 0) N=15	0,481 (p=0,034 8) N=15	0,844 (p=0,000 0) N=15	0,124 (p=0,329 5) N=15	0,065 (p=0,409 1) N=15	0,196 (p=0,241 9) N=15
Ürün İnovasyonu	-0,174 (p=0,268 0) N=15	0,335 (p=0,111 4) N=15	-0,366 (p=0,089 7) N=15	-0,240 (p=0,194 5) N=15	-0,352 (p=0,099 4) N=15	0,204 (p=0,233 2) N=15	0,170 (p=0,272 2) N=15	0,178 (p=0,262 7) N=15

Tablo incelendiğinde inovasyon ile entelektüel sermaye arasında 0,705 (p=0,0016) değeri ile çok güçlü bir ilişkinin olduğu görülmektedir. İnovasyon unsurlarından hizmet ve süreç inovasyonu ile entelektüel sermayenin tüm unsurları arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunurken, ürün inovasyonu ile yalnızca insan sermayesi unsuru arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre Vakıfbank insan sermayesine önem verdiği yıllarda ürün inovasyon sürecini tamamlamış ve sonrasında özellikle yapısal sermaye ile hizmet ve süreç inovasyonlarını gerçekleştirmiş olduğu ifade edilebilir. Bu süreçte bankanın müşteri sermayesi ise tüm inovasyon unsurlarına pozitif katkı sağlamıştır.

Vakıfbank'ın inovatif sermaye unsurları ile finansal performans oranları arasındaki korelasyon ise aşağıdaki Çizelge 32'de yer almaktadır.

Çizelge 32: Vakıfbank İnovatif Sermaye ile Finansal Performans Korelasyonu

VAKIFBANK	PD/DD	F/K	ROA	ROE
İnovatif Sermaye	-0,721 (p=0,0012) N=15	-0,696 (p=0,0020) N=15	-0,474 (p=0,0373) N=15	-0,248 (p=0,1866) N=15

Bankanın finansal performans oranları ile inovatif sermaye unsurları arasındaki korelasyon veri seti incelendiğinde, tüm oranlar ile inovatif sermaye arasında negatif bir ilişki bulunmaktadır. Özellikle bankanın hisse senetlerine ilişkin rasyoları ile olan korelasyon oranları negatif ilişkiye sahiptir. Banka yıllar itibari ile teknoloji yatırımları ile hem süreçlerini hem de hizmet kalitesini artırmaya yönelik çaba sarf etmiş olsa da bu bankanın finansal performans oranlarına olumlu yansımamıştır.

4.9. YAPI KREDİ BANKASI

Yapı Kredi Bankası'nın 2005 – 2019 yılları arasındaki faaliyet raporlarına ilişkin kodlamaları incelediğimizde, bankanın ürün ve hizmet inovasyonuna her dönem önem vermiş olması ve teknoloji yatırımları ile birlikte bunun daha da artmış olması göze çarpmaktadır. Özellikle 2015 yılından sonra diğer bankalar gibi Yapı Kredi Bankası da teknolojiye verdiği önemi artırmış ve faaliyet raporlarında bu konuya daha çok önem vermiştir.

Bankanın müşteri sermayesi ile ilgili kodlamalar belirli dönemlerde kümelenmiş olup; bu dönemler insan sermayesi unsuru ile de aynı dönemlere denk

gelmektedir. Yani banka personelinin yetkinliği ile müşteri kazanımı ve segmentasyonuna aynı yıllarda önem vererek bu unsurları geliştirmiştir.

Resim 10: Yapı Kredi Bankası Faaliyet Raporlarının Kod Frekansları

Kod Sistemi	2005...	2006...	2007...	2008...	2009...	2010...	2011...	2012...	2013...	2014...	2015...	2016...	2017...	2018...	2019...	TOPLAM
Inovatif Sermaye Unsurları	24	53	71	59	79	56	22	29	47	56	74	78	73	69	61	851
Inovasyon	20	35	52	44	67	48	18	26	38	48	61	46	56	57	40	656
Hizmet İnovasyonu	16	23	39	37	53	37	14	22	25	39	55	45	50	50	30	535
Süreç İnovasyonu	1	3	2	1	1	4	2	1	9	8	5	2	5	9	11	64
Ürün İnovasyonu	3	9	11	7	14	8	2	5	7	7	1	2	3	2		81
Entelektüel Sermaye	6	27	27	25	25	14	13	14	23	24	38	55	47	44	51	433
Müşteri Sermayesi	1	14	13	14	17	6	5	5	9	6	11	19	17	10	24	171
Yapısal Sermaye	3	8	4	4	3	4	5	6	11	11	20	32	28	32	26	197
Yatırım Yatırımları															1	1
Teknoloji	3	8	4	4	3	4	5	6	11	11	20	32	28	32	25	196
İnsan Sermayesi	2	7	11	8	7	4	3	3	7	8	9	7	8	5	6	95
Personel Yetkinlik	1	6	10	5	6	3	2	2	6	7	8	3	5	4	5	73
Personel Eğitim Durumu	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	4	3	1	1	22
TOPLAM	81	194	245	211	276	189	92	120	194	226	303	325	323	315	281	3375

Aşağıdaki Çizelge 33’de bankanın faaliyet raporlarında yapılan kodlamalarda keşişen kodların sayısal verileri yer almaktadır. Entelektüel sermaye ve inovasyon kavramları toplamda 238 kodlamada keşişirken, inovasyon en çok teknoloji unsuru ile keşişmiştir.

Entelektüel sermaye ise en çok hizmet inovasyonuna katkı sağlamıştır. Entelektüel sermaye unsurlarından hizmet inovasyonuna en çok faydayı sağlayan unsurları sıralayacak olursak, yapısal sermaye ilk sırayı almaktadır. Sonrasında müşteri sermayesi ve son olarak da insan sermayesi yer almaktadır. Ürün inovasyonunda ise müşteri sermayesinin payı büyüktür. Bankanın insan sermayesi unsurlarından personel yetkinliği ise en çok hizmet inovasyonu ile keşişmiştir. Yani daha iyi hizmet verebilmek için daha yetkin personele ihtiyaç duyulmuştur. Süreç inovasyonunda ise teknoloji ağır basmaktadır. Banka iş ve işlemleri ile ilgili süreçlerini teknolojik altyapısı ile iyileştirmiştir.

Çizelge 33: Yapı Kredi Bankası Kod İlişkileri Tablosu

Kod İlişkileri Tablosu (Çakışan Kodlar)	Entelektüel Sermaye	Müşteri Sermayesi	Yapısal Sermaye	Yazılım Yatırımları	Teknoloji	İnsan Sermayesi	Personel Yetkinlik	Personel Eğitim
İnovasyon	238	60	167	0	167	25	25	0
<i>Hizmet İnovasyonu</i>	221	56	156	0	156	23	23	0
<i>Süreç İnovasyonu</i>	16	2	13	0	13	1	1	0
<i>Ürün İnovasyonu</i>	9	6	1	0	1	4	4	0

Bankanın inovasyon ve entelektüel sermaye unsurları arasındaki korelasyon tablosu Çizelge 34 incelendiğinde 0,538 (p=0,0192) değeri ile güçlü bir ilişki tespit edilmiştir. İnovasyon kavramı ile en güçlü ilişki ise insan sermayesi unsuru arasındadır.

Çizelge 34: Yapı Kredi Bankası Kod İlişkileri Korelasyonu Tablosu

Korelasyon Pearson's r	Entelektüel Sermaye	Müşteri Sermayesi	Yapısal Sermaye	Yazılım Yatırımları	Teknoloji	İnsan Sermayesi	Personel Yetkinlik	Personel Eğitim Durumu
İnovasyon	0,538 (p=0,0192) N=15	0,493 (p=0,0310) N=15	0,360 (p=0,0937) N=15	-0,071 (p=0,4003) N=15	0,364 (p=0,0909) N=15	0,674 (p=0,0029) N=15	0,624 (p=0,0065) N=15	0,159 (p=0,2862) N=15
Hizmet İnovasyonu	0,617 (p=0,0072) N=15	0,469 (p=0,0389) N=15	0,493 (p=0,0308) N=15	-0,116 (p=0,3400) N=15	0,500 (p=0,0290) N=15	0,601 (p=0,0089) N=15	0,486 (p=0,0332) N=15	0,317 (p=0,1246) N=15
Süreç İnovasyonu	0,460 (p=0,0421) N=15	0,233 (p=0,2012) N=15	0,555 (p=0,0159) N=15	0,543 (p=0,0183) N=15	0,546 (p=0,0176) N=15	0,139 (p=0,3108) N=15	0,243 (p=0,1916) N=15	-0,249 (p=0,1851) N=15
Ürün İnovasyonu	-0,405 (p=0,0674) N=15	-0,021 (p=0,4706) N=15	-0,650 (p=0,0043) N=15	-0,371 (p=0,0870) N=15	-0,646 (p=0,0046) N=15	0,326 (p=0,1176) N=15	0,419 (p=0,0602) N=15	-0,211 (p=0,2251) N=15

Hizmet inovasyonu ile yapısal sermaye arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Ürün inovasyonu ile en güçlü ilişki ise yapısal sermaye unsuru arasındadır. Ancak ürün inovasyonu ile entelektüel sermaye arasında -0,405

($p=0,0674$) değeri ile gcl bir negatif ilişki bulunmaktadır. Özellikle de teknoloji unsuru ile ürün inovasyonu arasındaki ilişki $-0,646$ ($p=0,0046$) değeri ile ölçülmüŐ olup; en gcl negatif ilişkiye sahiptir.

Yapı Kredi Bankasının finansal performans oranları ile inovatif sermaye arasındaki korelasyon yukarıdaki izelge 35’de yer almaktadır.

Çizelge 35: Yapı Kredi Bankası İnovatif Sermaye ile Finansal Performans Korelasyonu

Yapı Kredi	PD/DD	F/K	ROA	ROE
İnovatif Sermaye	-0,278 ($p=0,1581$) N=15	0,195 ($p=0,2427$) N=15	0,431 ($p=0,0544$) N=15	0,458 ($p=0,0429$) N=15

Bankanın inovatif sermayeye verdiği önem ile F/K değeri, ROA ve ROE oranları arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiş olsa bile; PD/DD ile inovatif sermaye arasında negatif yönlü bir ilişki mevcuttur.

4.10. Araştırmaya Dahil Bankalar Konsolide

Çalışmaya dâhil tüm bankalara ait kod frekansları tablosu incelendiğinde inovasyon unsurlarından en çok hizmet inovasyonunun kodlandığını görmekteyiz. Bunda bankaların hizmet sektöründe faaliyet göstermelerinin önemi büyüktür. Bunu ikinci sırada ürün inovasyonu ve son olarak da süreç inovasyonu izlemektedir.

Entelektüel sermaye unsurlarına baktığımızda ise yapısal sermaye başta olmak üzere müşteri sermayesi de oldukça çok sayıda kodlanmıştır. İnsan sermayesi genel olarak tüm bankalarda daha az ele alınmıştır.

Genel olarak inovasyon ve entelektüel sermaye unsurlarını kıyasladığımızda ise, ürün inovasyonları ile müşteri sermayesinin; teknoloji ile de hizmet inovasyonlarının paralellik gösterdiği gözlenmektedir. İnsan sermayesi unsuruna önem veren bankaların da yine ürün inovasyonlarına daha çok önem verdiği görülmüştür.

Resim 11: Bankaların Faaliyet Raporlarının Kod Frekansları

Kod Sistemi	AKBANK	GARANTİ	HALKBANK	İŞ BANKASI	QNB FINANSBANK	ŞEKERBANK	VAKIFBANK	YAPI KREDİ	TOPLAM
İnovatif Sermaye Unsurları	1044	1156	658	776	671	464	795	851	6415
İnovasyon	727	892	508	600	534	353	675	656	4945
Hizmet İnovasyonu	387	624	172	431	409	224	410	535	3192
Süreç İnovasyonu	85	105	60	72	39	28	72	64	525
Ürün İnovasyonu	269	243	292	193	130	133	236	81	1577
Entelektüel Sermaye	751	581	302	434	286	169	334	433	3290
Müşteri Sermayesi	269	243	161	216	133	88	135	171	1416
Yapısal Sermaye	403	260	95	213	95	37	167	197	1467
Yazılım Yatırımları	46	16	11	32	4	8	6	1	124
Teknoloji	359	245	87	186	91	30	160	196	1354
İnsan Sermayesi	139	113	65	40	70	51	48	95	621
Personel Yetkinlik	109	58	38	24	55	25	29	73	411
Personel Eğitim Durumu	33	55	27	17	15	26	19	22	214
TOPLAM	4621	4591	2476	3234	2532	1636	3086	3375	25551

Aşağıdaki Çizelge 36’da araştırmadaki tüm bankaların faaliyet raporlarında yapılan kodlamaların ilişkileri yer almaktadır. İnovasyon ve entelektüel sermaye unsurları toplam 1820 kez birlikte kodlanmıştır. Bu da bizim çalışmamızın ana konusu olan inovatif sermayeyi ortaya koyan bir göstergedir. Hizmet inovasyonu için teknoloji çok önemli bir etkidir ancak insan sermayesi ve müşteri sermayesi de çok önemlidir. Aynı şekilde süreç inovasyonu da tamamen yazılım ve teknoloji ile ilgili değildir. Süreçlerin iyileşmesi ve yenilenmesi için de insan sermayesi ve müşteri sermayesinin önemi büyüktür. Aşağıdaki tabloya bakarsak süreç inovasyonu ile kesişen kodlamaların % 18’ini insan ve müşteri sermayesi oluşturmaktadır.

Çizelge 36: Bankalar Kod İlişkileri Tablosu

Kod İlişkileri Tablosu (Çıkışan Kodlar)	Entelektüel Sermaye	Müşteri Sermayesi	Yapısal Sermaye	Yazılım Yatırımları	Teknoloji	İnsan Sermayesi	Personel Yetkinlik	Personel Eğitim
İnovasyon	1820	571	1192	74	1125	137	133	4
<i>Hizmet İnovasyonu</i>	1417	428	945	52	899	119	117	2
<i>Süreç İnovasyonu</i>	193	20	165	13	153	14	12	2
<i>Ürün İnovasyonu</i>	295	153	133	14	119	11	11	0

Ürün inovasyonu ile birlikte kodlanan entelektüel sermaye unsurlarını ele aldığımızda bu oran %50'ye ulaşmaktadır. Bankalar yenilikçi ürünleri için tabii ki teknolojiye ihtiyaç duyarlar ancak bu ürünler genellikle müşteri talebine göre, müşteri ihtiyacına göre ortaya çıkmaktadır. Ayrıca insan sermayesi olarak ele aldığımız banka çalışanları sahada sürekli müşteriler ile ilişki içerisinde oldukları için yenilikçi ürünlere katkıları büyüktür. Bankaların müşterileri ne kadar çeşitli ise ürünleri de o kadar çeşitlidir.

Çizelge 37: Bankalar Kod İlişkileri Korelasyonu Tablosu

Korelasyon Pearsons r	Entelektüel Sermaye	Müşteri Sermayesi	Yapısal Sermaye	Yazılım Yatırımları	Teknoloji	İnsan Sermayesi	Personel Yetkinlik	Personel Eğitim Durumu
İnovasyon	0,649 (p=0,000 0) N=117	0,472 (p=0,000 0) N=117	0,568 (p=0,000 0) N=117	0,105 (p=0,129 0) N=117	0,570 (p=0,000 0) N=117	0,604 (p=0,000 0) N=117	0,515 (p=0,000 0) N=117	0,425 (p=0,000 0) N=117
Hizmet İnovasyonu	0,617 (p=0,000 0) N=117	0,406 (p=0,000 0) N=117	0,574 (p=0,000 0) N=117	0,014 (p=0,441 9) N=117	0,588 (p=0,000 0) N=117	0,514 (p=0,000 0) N=117	0,439 (p=0,000 0) N=117	0,358 (p=0,000 0) N=117
Süreç İnovasyonu	0,493 (p=0,000 0) N=117	0,396 (p=0,000 0) N=117	0,458 (p=0,000 0) N=117	0,273 (p=0,001 4) N=117	0,433 (p=0,000 0) N=117	0,349 (p=0,000 1) N=117	0,300 (p=0,000 5) N=117	0,242 (p=0,004 3) N=117
Ürün İnovasyonu	0,061 (p=0,258 1) N=117	0,113 (p=0,112 1) N=117	-0,015 (p=0,436 4) N=117	0,137 (p=0,070 8) N=117	-0,033 (p=0,363 5) N=117	0,194 (p=0,018 2) N=117	0,139 (p=0,068 0) N=117	0,203 (p=0,014 2) N=117

Yukarıdaki Çizelge 37'de tüm bankaların faaliyet raporlarındaki kodlamaların korelasyon analiz sonuçları yer almaktadır. Daha önce bankalara ait verileri tek tek incelediğimizde banka özelinde inovasyon ve entelektüel sermaye unsurları arasındaki ilişki farklılık göstermiş olsa da; genel tabloya bakıldığında bu unsurların tamamına yakını arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır.

Bankaların sahip oldukları entelektüel sermaye değerleri ne kadar yüksek ise inovasyon konusunda da o kadar başarılı olmuşlardır. İnovatif ürün, hizmet ve

süreçlerin ortaya çıkmasında entelektüel sermaye unsurlarının direk katkısı bulunmaktadır.

Hizmet ve süreç inovasyonu ile arasında en güçlü pozitif ilişkiye sahip olan unsur teknoloji olurken; ürün inovasyonunda ise müşteri sermayesi öne çıkmaktadır. Bu da bize göstermektedir ki bankaların yeni ürün geliştirmelerinde sahip oldukları müşteri çeşitliliği en önemli unsurdur.

Aşağıdaki Çizelge 38’de çalışmaya konu bankaların inovatif sermaye unsurları ile finansal performans oranları arasındaki ilişki toplu olarak verilmiştir.

Çizelge 38: Bankaların İnovatif Sermaye ve Finansal Performans İlişkisi

İNOVATİF SERMAYE	PD/DD	F/K	ROA	ROE
AKBANK	-0,624 (p=0,0064) N=15	-0,417 (p=0,0610) N=15	-0,698 (p=0,0019) N=15	-0,670 (p=0,0031) N=15
GARANTİ BANKASI	-0,352 (p=0,0990) N=15	0,058 (p=0,4189) N=15	-0,204 (p=0,2329) N=15	-0,413 (p=0,0630) N=15
HALKBANK	0,611 (p=0,0077) N=15	0,478 (p=0,0357) N=15	-0,447 (p=0,0475) N=15	-0,396 (p=0,0719) N=15
İŞ BANKASI	-0,863 (p=0,0000) N=15	-0,791 (p=0,0002) N=15	-0,082 (p=0,3852) N=15	-0,218 (p=0,2176) N=15
QNB FİNANSBANK	-0,625 (p=0,0064) N=15	0,068 (p=0,4046) N=15	-0,711 (p=0,0015) N=15	-0,658 (p=0,0038) N=15
ŞEKERBANK	0,049 (p=0,4316) N=15	-0,189 (p=0,2501) N=15	0,336 (p=0,1105) N=15	0,354 (p=0,0977) N=15
VAKIFBANK	-0,721 (p=0,0012) N=15	-0,696 (p=0,0020) N=15	-0,474 (p=0,0373) N=15	-0,248 (p=0,1866) N=15
YAPI KREDİ BANKASI	-0,278 (p=0,1581) N=15	0,195 (p=0,2427) N=15	0,431 (p=0,0544) N=15	0,458 (p=0,0429) N=15

Çalışmaya konu olan bankaların inovatif sermaye unsurları ve finansal performans oranları arasındaki ilişkiyi toplu olarak ele aldığımızda, çalışmanın yöntem kısmında belirttiğimiz hipotezler aşağıdaki gibi sonuçlanmıştır;

H₁: İnovatif sermaye unsurları ile bankaların finansal performansları arasında negatif bir ilişki mevcuttur.

Alt Hipotezler;

H_{1a}: İnovatif sermaye unsurları ile bankaların aktif karlılıkları arasında negatif bir ilişki mevcuttur.

H_{1b}: İnovatif sermaye unsurları ile bankaların öz sermaye karlılıkları performansları arasında negatif bir ilişki mevcuttur.

H_{1c}: İnovatif sermaye unsurları ile bankaların PD/DD oranı arasında negatif bir ilişki mevcuttur.

H_{1d}: İnovatif sermaye unsurları ile bankaların F/K oranı arasında negatif bir ilişki mevcuttur.



5. SONUÇ VE ÖNERİLER

5.1. Sonuç

Bankacılık sektörü, inovatif sermayeyi meydana getiren entelektüel sermaye ve inovasyon unsurlarını barındırır ve bu unsurlar bankaların faaliyetleri için önemli temel taşlarıdır. 21. yüzyıla girdikten sonra teknolojinin hızla gelişmesi her sektörde olduğu gibi bankacılık sektöründe de geleneksel bir takım yapıların sona ermesine neden olmuştur.

Türk bankacılık sektörü de özellikle 2001 yılından sonra meydana gelen yapılanma ile bu değişime ve gelişime ayak uydurmuştur. Çalışmamızda Türkiye’de faaliyet gösteren ve mevduat bankası olan, aynı zamanda payları borsada işlem gören 8 adet bankanın 2005-2019 yılları arasındaki son 15 yıla ait faaliyet raporları incelenerek içerik analizi yöntemi ile inovatif sermaye unsurları ve finansal performansları arasındaki ilişki değerlendirilmiştir.

Öncelikle inovatif sermaye kavramının iki ana unsuru olan inovasyon ve entelektüel sermaye ile ilgili literatür taraması yapılarak, bu kavramların bankacılık sektörüne ilişkin araştırmamızda kullanılacak alt unsurları belirlenmiştir. Bunlar inovasyon için; hizmet inovasyonu, süreç inovasyonu ve ürün inovasyonudur. Entelektüel sermaye için ise; müşteri sermayesi, yapısal sermaye ve insan sermayesidir. Bankaların finansal performanslarını değerlendirmek üzere de PD/DD, F/K, ROA ve ROE oranları kullanılmıştır.

İnovatif sermaye unsurları ve bankaların finansal performansları arasındaki ilişkiyi ölçmek için bir model geliştirilmiştir. Bu modelde hem nitel hem de nicel araştırma yöntemleri bir arada kullanılarak sonuçlar elde edilmiştir. Öncelikle inovatif sermaye unsurları ile oluşturulan kod sistemi bankaların son 15 yıla ait faaliyet raporlarında kodlamalar yapılmıştır. Sonrasında ise bu kodlamalar sayısallaştırılarak, finansal performans oranları veri seti ile arasındaki ilişki tespit edilmiştir.

Çalışmanın sonuçlarını ilk olarak bankaların inovatif sermayeye verdiği önem açısından değerlendirecek olursak, her banka özelinde farklılık göstermekle birlikte bu süreci 3 dönemde incelemek doğru olacaktır.

İlk Dönem: 2005-2009 yılları arasındaki dönemdir. Bu dönemde henüz teknolojik ürünlerin çok sıklıkla faaliyet raporlarında yer olmadığını, ürün ve hizmet inovasyonlarına belli oranlarda yer verildiğini görüyoruz. Birinci dönem olarak nitelendirilen bu süreçte bankalar müşteri sermayesine çok önem vermişlerdir. Her banka kendi özelinde müşteri segmente etmeye, farklı müşteri ilişkileri yöntemleri kullanmaya ve bunlarla ilgili bir takım yapılanmalara önem vermişlerdir. Tabii müşteri ilişkileri yönetimi deyince müşteriler ile bire bir ilişki içerisinde olan personelin yetkinlik durumu ve eğitimi de öne çıkan unsurlar arasında yer almıştır.

Birinci dönemde inovasyona verilen önem ile entelektüel sermayeye verilen önem arasında ciddi farklar bulunmakta olup; sonuç olarak birinci dönemi entelektüel sermaye yoğun dönem olarak nitelendirebiliriz.

İkinci Dönem: 2010-2014 yılları arasındaki dönemdir. Bu dönemde yine müşteri sermayesi önemli iken bunun yanında ürün inovasyonları dikkat çekmektedir. Önceki 5 yılda müşteri segmente etmeye önem veren bankalar bu dönemde ise her müşteri türüne hitap edecek türden yeni ürünler üretmeye başlamışlardır. Bu dönemde karşımıza sektörlere özel kredi paketleri, birikime özel mevduat türleri ve özellikle farklı bakış açılarına da hitap etmek üzere özellikle altın ve altına dayalı bir takım ürünlerin ortaya çıktığını görüyoruz. Bu durumu şöyle yorumlayabiliriz. Bankalar müşteri tiplerini arttırdıktan sonra bu müşterileri tutundurmak için onlara özel ürünler icat etme çabasına girmişlerdir.

Bu durumda ikinci döneme de entelektüel sermaye ile inovasyonun dengeye oturduğu dönem diyebiliriz.

Üçüncü Dönem: 2014-2019 yılları arasındaki dönemdir. Bu dönem ise teknoloji yoğun dönemdir. Bu 5 yılda bankalar farklı ürünler icat etmekten çok bu ürünleri en hızlı ve kaliteli şekilde nasıl nihai müşteri ile buluşturabiliriz telaşına girmişlerdir. Bu dönemde bankaların faaliyet raporlarında en çok teknolojiden ve ürünlerin sunuluş biçimlerinden yani hizmet inovasyonlarından bahsedilmiştir.

Teknoloji ve hizmet inovasyonu ile birlikte yine müşteri sermayesi de önemli ölçüde bankaların üzerinde durduğu unsurlardandır. Ayrıca teknoloji yatırımları ile ürünler ve hizmetler sürekli yenilenirken bu yeniliğe ayak uyduracak yetkin ve eğitilmiş personeller de yine önem arz etmektedir. Bu nedenle üçüncü dönemde insan sermayesi unsuru da geçmiş iki döneme göre daha ön plandadır.

Üçüncü dönemi de inovasyon ağırlıklı dönem olarak nitelendirmemiz doğru olacaktır. Tüm bu sonuçlara baktığımızda inovatif sermayenin iki ana unsuru olan entelektüel sermaye ve inovasyon aslında bankacılık sektöründe her zaman önemli olmuştur. Bu kavramlar birbiri ile her zaman iç içe olmuş ve bankaların rekabet gücünü birlikte artırmışlardır.

Çalışmanın asıl amacı bankaların inovatif sermaye unsurları ile finansal performansları arasındaki ilişkiyi ölçmektir. Yapılan analizlerde istisnalar olmakla birlikte bankaların çoğunda inovatif sermaye unsurları ile finansal performans oranları arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

5.2. Öneriler

Bu tez çalışması inovatif sermaye kavramı ve bankaların finansal performansları ile ilgili yeni çalışmalar yapılmasına katkı sağlayacaktır. Literatürde bankaların finansal performansları ile ilgili çok sayıda çalışma olmasına rağmen, inovatif sermaye bakış açısıyla yapılan çalışmalar az sayıdadır. İnovatif sermaye kavramı ile ilgili çalışmalar daha derinleştirilebilir.

Özellikle inovatif sermayenin ölçülmesi ve maddi olmayan duran varlıklarda yer alıp alamaması irdelenerek, inovatif sermaye kavramı ölçülebilir bir değer olarak ele alınabilir. Kavramı biraz da genişletmek adına bu çalışmada belirlenen unsurlara yenileri eklenebilir ve genişletilebilir.

Bu çalışmada inovatif sermaye ile bankaların finansal performansı arasındaki ilişki araştırılmıştır. Araştırmada kullanılan finansal performans oranlarının iki tanesi hisse senedi oranları olduğu için yalnızca borsaya kote olan bankalar kullanılmıştır. Gelecek araştırmalarda farklı finansal performans oranları ele alınarak bankacılık sektörünün geneline yönelik bir çalışma yapılabilir.

Çalışmanın araştırma kısmında kullanılan yöntem, nitel bir analizden elde edilen sayısal veriler ile bankaların mali tablolarından ve hisse senedi değerlerinden elde edilen nicel veri setinin korelasyonu ile oluşturulmuştur. Fakat bu analizlerde istatistiksel olarak anlamlı olmayan bir takım sonuçlar çıkmış ve yorumlama kısmında güçlük yaşanmıştır. Bundan sonra inovatif sermaye konusunda yapılacak

çalışmalarda farklı değişkenler ve veri setlerinin kullanılması daha anlamlı sonuçlar bulunmasına olanak sağlayabilir.

İleride yapılacak çalışmalarda farklı sektörlerdeki inovatif sermaye kavramı ile ilgili çalışmalar yapılarak da alana katkı sağlanabilir.

Araştırma ile ortaya çıkarılan sonuç inovatif sermaye kavramı ile yapılacak çalışmalara katkı sağlamaktadır. Çünkü bu kavram ile daha önce yapılmış çalışma az sayıdadır. Bu alışma ile inovatif sermaye kavramının açıklanmasına olanak sağlanmıştır.



KAYNAKÇA

- Abbas, S. K., Hassan, H. A., Asif, J., Junaid, H. M. and Zainab, F. (2018). What are the key determinants of mobile banking Adoption in Pakistan. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 9(2), 841-848.
- Adeyeye, M. M. (2017). Market innovation for economic diversification in Lagos: A resource-based perspective. *Ghanaian Journal of Economics*, 5(1), 96-116.
- Agndal, H. and Nilsson, U. (2005). Investing in Intellectual Capital through Relationship Transformation: A Framework. In Proceedings of the 2nd International Conference on Intellectual Capital, *Knowledge Management and Organisational Learning (ICICKM 2005): ICICKM (p. 11)*. Academic Conferences Limited.
- Agndal, H. and Nilsson, U. (2006). Generation of human and structural capital: Lessons from knowledge management. *Electronic Journal of Knowledge Management*, 4(2), 91-99.
- Akata, K. G., Dikdak, S. ve Kırbaş, İ. (2015). Yeni Ekonomide Bilgi Dönüşümlerinin Teknoloji Açısından Toplum ve İşletmeler Üzerindeki Etkileri. *20. Türkiye'de İnternet Konferansı. İstanbul Üniversitesi. İstanbul.*
- Akbulak, Y., Kavaklı, E. ve Tokmak, A. (2004). *Kayıp yıllar: Türkiye'de 1980'li yıllardan bu yana kamu borçlanma politikaları ve bankacılık sektörüne etkileri*. İstanbul. Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Akbulut, M. (2019). *A Strategic Approach For Traditional Banking System Against Fintech Startups*. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Akgüç, Ö. (1987). *100 soruda Türkiye'de bankacılık*. Gerçek Yayınevi. İstanbul.
- Akgüç, Ö. (1998). *Finansal Yönetim (7. Baskı)*. İstanbul. Avcıol Basım Yayın.
- Akhavein, J., Frame, W. S. and White, L. J. (2005). The diffusion of financial innovations: An examination of the adoption of small business credit scoring by large banking organizations. *The Journal of Business*, 78(2), 577-596.
- Aktan, B. ve Bodur, B. (2006). Oranlar Aracılığı İle Finansal Durumunuzu Nasıl Çözümlersiniz. *Journal of Yasar University*, 1(1), 49-67.
- Akyos, M. (2006). Sürekli Yenilikçilik (İnovasyon) İçin Teknolojik Yetenek Değerlendirmesi (Technology Audit). *Tmmob Mmo Endüstri Mühendisliği Dergisi (2)*, 6-12.
- Albayrak, Y. E. (2004). *Hizmet Sektöründe Performans Odaklı Çok Amaçlı Karar Verme: Banka Performans Ölçümünde Analitik Hiyerarşi Süreci Uygulaması*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Aldış, A. Ö. (2012). *Finansal yeniliklerin piyasalara olan etkisi*. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı İktisat Politikası Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Al-Hamdani, N. and Ali, A. (2010). The Intellectual Capital and its Effect on the Employees' Performance Management An Analytic Study to Sample of

- Scientific Departments Heads in Mosul University. *Tanmiyat AL-Rafidain*, 32(98), 119-145.
- Alhassan, T. F. (2020). Financial Innovation Paradigm In Sub-Saharan Africa. *Digital Finance 2020 (DF2020)* (pp. 350-360).
- Al-Khalil, S. S., Dahiyat, S. E. and Al-dalahmeh, M. A. (2014). Intellectual capital development and its effect on technical innovation in banks operating in Jordan. *Journal of Management Research*, 6(1), 211-238.
- Allen, F., & Gale, D. (1994). *Financial innovation and risk sharing*. MIT press.
- Al-Mahyawi, Q. (2006). *Managing quality in services: concepts, processes, and applications*.
- Al-Salami, A. (2001). *Strategic Human Resources Management*.
- Amabile, T. M., Conti, R., Coon, H., Lazenby, J. and Herron, M. (1996). Assessing the work environment for creativity. *Academy of management journal*, 39(5), 1154-1184.
- Arestis, P., Palma, J. G., Sawyer, M. C. and Harcourt, G. C. (Eds.). (1997). *Markets, Unemployment, and Economic Policy (Vol. 2)*. Psychology Press.
- Arıcan, E. (2002). Gelişmekte Olan Ülkelerde İstikrar Politikaları: Türkiye. İstanbul. Derin Yayınları.
- Arıkan, B. (2015). *Türk bankacılığında inovasyon ve kreatif bankacılık*. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyol Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Arıkboğa, F. Ş. (2003). *Entellektüel sermaye*. İstanbul. Derin Yayınları.
- Armbruster, H., Bikfalvi, A., Kinkel, S. and Lay, G. (2008). Organizational innovation: The challenge of measuring non-technical innovation in large-scale surveys. *Technovation*, 28(10), 644-657.
- Arslan, T. R. ve Kaya, F. (2016). İnternet bankacılığında müşterilerin banka tercihlerine etki eden faktörler: Bolu ilinde kamu çalışanları üzerine bir araştırmaya. *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 15(8), 423-449.
- Atış, A. (2011). *Bankacılık sektöründe hizmet kalitesinin çalışan memnuniyetine etkileri*. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, İzmir.
- Aydemir, O. (2008). *Entellektüel Sermaye: Yeni Yaklaşımlar*. Bölüm Yazarları Prof. Dr. Rıza AŞIKOĞLU, S.99.
- Ayrıçay, Y., Şebnem, A. D. A. ve Ahmet, Kaya (2013). Katılım bankacılığının gelişiminin önündeki engeller: bir alan araştırması. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(1), 119-137.
- Balsöz, F. M. (2004). *Bankacılıkta değişen pazarlama anlayışı bankacılık sektöründe bir uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Ankara.
- Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu. (2020). Aylık, Haftalık, Günlük Veriler, <https://www.bddk.org.tr>, Erişim Tarihi: 28.10.2020.

- Barata, J. M. and Fontainha, E. (2017). Determinants of innovation in European construction firms. Technological and Economic Development of Economy, *Journal of Finance* 23(6), 915-936.
- Barışık, S. (2001). Yenilik, yenilik oluşumunda devletin rolü. *Verimlilik Dergisi*, 7, 24.
- Barney, J. (1997). *Gaining and sustaining competitive advantage*. Addison-Wesley Publishing Company, 1997, s. 183.
- Bayhan, B. D. (2004). *Teknoloji ve inovasyon yönetimi*. Ankara: Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği Yayını, 283-308.
- Bayoğlu, S. (2010). *Türkiye'de internet bankacılığı adaptasyonunu etkileyen faktörlerin teknoloji-organizasyon-çevre modeli ile araştırılması*. Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul.
- Beck, T., Chen, T., Lin, C. and Song, F. M. (2016). Financial innovation: The bright and the dark sides. *Journal of Banking & Finance*, 72, 28-51.
- Becker, G. S. (1993). Nobel lecture: The economic way of looking at behavior. *Journal of political economy*, 101(3), 385-409.
- Berberoğlu, M. ve Uzun, U. (2018). Mobil Bankacılığın Ticari Banka Performansı Üzerine Etkisi: Türkiye Örneği. *FSCONGRESS 2018*, 179.
- Berger, A. N. (2003). The economic effects of technological progress: evidence from the banking industry. *Journal of Money, credit and Banking*, 141-176.
- Berk, J. M. (1998). *Monetary transmission: what do we know and how can we use it?*. PSL Quarterly Review, 51(205).
- Bhartesh, K. R. and Bandyopadhyay, A. K. (2005). *Intellectual capital: concept and its measurement*. Finance India, 19(4), 1365.
- Birner, J. (2002). The Cambridge controversies in capital theory: a study in the logic of theory development (Vol. 47). *Psychology Press*.
- Bolak, M. (2005). *İşletme finansı*. İstanbul. Birsen Yayınevi.
- Bontis, N. (1998). *Intellectual capital: an exploratory study that develops measures and models*. Management decision.
- Bontis, N. (2001a), Assessing knowledge assets: a review of the models used to measure intellectual capital, *International Journal of Management Reviews*, Vol. 3 No. 1, pp. 41-60.
- Bontis, N. (2001b). Managing organizational knowledge by diagnosing intellectual capital: framing and advancing the state of the field. *Knowledge management and business model innovation*, 267-297.
- Bontis, N., Wu, S., Wang, W. Y. and Chang, C. (2005). Intellectual capital and performance in causal models. *Journal of intellectual capital*.
- Bozbura, F. T. (2004). *Measurement and application of intellectual capital in Turkey. The learning organization*.
- Bozkurt, A. (2016). *Türkiye inşaat sektöründe inovasyonu yönlendiren faktörler, İskenderun Teknik Üniversitesi Mühendislik ve Fen Bilimleri Enstitüsü İnşaat Mühendisliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Hatay*.

- Brealey, R. A., Myers, S. C. and Marcus, A. J. (2007). *İşletme Finansının Temelleri* (çev. Ü. Bozkurt, T. Arıkan ve H. Doğukanlı). İstanbul. Literatür Yayıncılık.
- Brooking, A. (1996), *Intellectual Capital: Core Asset for the Third Millennium Enterprise*, International Thomson Business Press, New York.
- Büyüközkan, G. (2002). Entelektüel sermaye yönetimi. *In KalDer Forum*, Nisan-Mayıs-Haziran (No. s 35, p. 44).
- Chang, W. S. and Hsieh, J. J. (2011). Intellectual capital and value creation-is innovation capital a missing link?. *International Journal of Business and Management*, 6(2), 3.
- Chang, Y. C. and Chen, M. H. (2004). Comparing approaches to systems of innovation: the knowledge perspective. *Technology in Society*, 26(1), 17-37.
- Chen, Y. (2006). Marketing innovation. *Journal of Economics & Management Strategy*, 15(1), 101-123.
- Chiou, C. C. and Chen, Y. C. (2012). Relations among learning orientation, innovation capital and firm performance: An empirical study in Taiwan's IT/electronic industry. *International Journal of management*, 29(3), 321.
- Claessens, S., Glaessner, T. and Klingebiel, D. (2002). Electronic finance: reshaping the financial landscape around the world. *Journal of Financial Services Research*, 22(1), 29-61.
- Costanzo, L. A., Keasey, K. and Short, H. (2003). A strategic approach to the study of innovation in the financial services industry: The case of telephone banking. *Journal of Marketing Management*, 19(3-4), 259-281.
- Coşkun, M. N., Ardor, H. N., Çermikli, A. H., Eruygur, H. O., Öztürk, F., Tokatlıoğlu, İ. ve Dağlaroğlu, T. (2012). *Türkiye'de bankacılık sektörü piyasa yapısı, firma davranışları ve rekabet analizi*. İstanbul: Türkiye Bankalar Birliği.
- Çam, İ. (2016). *İnsan Sermayesi, İlişkisel Sermaye, İnovasyon Sermayesi Ve Süreç Sermayesinin Firma Değer İle İlişkisi: BIST Üzerine Bir Uygulama*. Gebze Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze.
- Çelik, M. K. (2010). Bankaların Finansal Başarısızlıklarının Geleneksel ve Yeni Yöntemlerle Öngörüsü. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(2), 129-143.
- Çetin, A. C. and Bıtrak, İ. A. (2010). Banka Karlılık Performansının analitik hiyerarşi süreci ile değerlendirilmesi: Ticari bankalar ile Katılım bankalarında bir uygulama. *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 2/2, (75-92).
- Damanpour, F. and Aravind, D. (2012). Managerial innovation: Conceptions, processes, and antecedents. *Management and organization review*, 8(2), 423-454.
- De Brentani, U. (2001). Innovative versus incremental new business services: Different keys for achieving success. *Journal of Product Innovation Management: An International Publication of the Product Development & Management Association*, 18(3), 169-187.

- De Castro, G. M., Verde, M. D., Sáez, P. L. and López, J. E. N. (2010). *Technological Innovation. In Technological Innovation* (pp. 46-72). Palgrave Macmillan, London.
- Değirmenciler, D. (2019). *Finansal Hizmet Pazarlamasında Yenilikçiliğin (İnovasyonun) Artan Rolü; Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama*, Yüksek Lisans Tezi, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa.
- Deming, W. E. (1996). *Out of Crisis Mass*. The MIT Press.
- Demissie (2016), *Relationship between Intellectual Capital and Innovations: The Mediating Role of Organizational Capital(The case of Commercial Banks in Ethiopia)*
- Drucker, P. (2014). *Innovation and entrepreneurship*. Routledge.
- Durna, U. (2002). *Yenilik yönetimi*. Ankara. Nobel Yayın Dağıtım.
- Dündar, B. (2006). *Birleşmeler ve stratejik işbirliklerinin şirketlerin küreselleşmeleri üzerindeki etkileri (bankacılık sektöründe bir araştırma)*, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, İzmir.
- Edvinsson, L. (1997). Developing intellectual capital at Skandia. *Long range planning*, 30(3), 366-373.
- Edvinsson, L. (2002). *Corporate longitude: Navigating the knowledge economy*. BookHouse Pub..
- Edvinsson, L. (2002). *The knowledge capital of nations*. Knowledge Management, (April), 27-30.
- Edvinsson, L. and Malone, M. S. (1997). *Intellectual Capital. Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Roots*. NY, Harper Business, a Division of Harper Collins Publishers.
- Edvinsson, L. and Sullivan, P. (1996). Developing a model for managing intellectual capital. *European management journal*, 14(4), 356-364.
- Ege, İ., Topaloğlu, E. ve Karakozak, Ö. (2015). *CAMELS performans değerlendirme modeli: Türkiye'deki mevduat bankaları üzerine ampirik bir uygulama*. Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 8(4), 109-126.
- Ekim, N. (2017). Entellektüel sermayenin finans sektöründe değer yaratmadaki rolü: Türk bankacılık sektöründe bir araştırma. *Eskişehir Anadolu Üniversitesi İktisadi ve idari Bilimler Fakültesi Yayınları*.
- Elçi, Ş. (2006). *İnovasyon: Kalkınma ve Rekabetin Anahtarı*. Ankara. Nova Yayınları.
- Elsetouhi, A., Elbeltagi, I. and Haddoud, M. Y. (2015). Intellectual capital and innovations: is organisational capital a missing link in the service sector?. *International Journal of Innovation Management*, 19(02), 1550020.
- Embiale, Mekete (2015). *The Effects of Intellectual Capital on Innovations in the Ethiopian Commercial Banks: The Mediating Role of Knowledge Management*.

- Ercan, M. K., Öztürk, M. B. ve Demirgüneş, K. (2003). *Değere Dayalı yönetim ve entellektüel sermaye*. Ankara. Gazi Kitabevi.
- Ergür, H. (1990). *Bankacılıkta teknoloji uygulamaları: Elektronik bankacılık ve hukuk*. İstanbul. İlkem Yayıncılık.
- Eriş, D. B.(2011). *İnovasyon Maliyetleri Ve Bir Uygulama*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Doktora Tezi, İstanbul.
- Erkal, Z. E. (2006). *Entellektüel sermaye: Ölçülmesi ve raporlanması*. İstanbul. Derin Yayınları.
- Ettlie, J. E. and Reza, E. M. (1992). Organizational integration and process innovation. *Academy of management journal*, 35(4), 795-827.
- FinTech İstanbul (2019). *Dünyada ve Türkiye'de Açık Bankacılık: Bankacılığın Geleceği*. Rumi Matbaacılık. İstanbul.
- Forrer, A. S. and Forrer, D. A. (2015). Analysis of the relationship between economic cycle swings and adoption rate models of financial innovation diffusion. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 13(2), 103-114.
- Frame, W. S. and White, L. J. (2004). Empirical studies of financial innovation: lots of talk, little action?. *Journal of economic literature*, 42(1), 116-144.
- Frankfort-Nachmias, Chava, and David Nachmias. (2000). *Research Methods in the Social Sciences*, 6th ed. New York: Worth Publishers.
- Gandotra, N. K. (2010). Innovation culture for sustainable competitive advantage. *Asia Pacific Journal of Research in Business Management*, 1(2), 51-59.
- Geray, H. (2004). *Toplumsal araştırmalarda nicel ve nitel yöntemlere giriş*. Ankara. Siyasal Kitabevi.
- Gorlov, I. F., Fedotova, G. V., Glushchenko, A. V., Slozhenkina, M. I. and Mosolova, N. I. (2019, April). Digital technologies in the development of the agro-industrial complex. *In Institute of Scientific Communications Conference* (pp. 220-229). Springer, Cham.
- Gökçe, S. G. (2010). *İnovasyon kavramı ve inovasyonun önemi*. Fırat Kalkınma Ajansı, 1-5.
- Görmüş, A. Ş. (2009). Entellektüel Sermaye Ve İnsan Kaynakları Yönetiminin Artan Önemi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1), 57-75.
- Grafström, G. and Edvinsson, L. (1999). *Accounting for Minds. An Inspirational Guide to Intellectual Capital*. Skandia publication.
- Greeven, M. (2009). Innovation in an uncertain institutional environment: Private software entrepreneurs in Hangzhou, China (No. EPS-2009-164-ORG).
- Guthrie, J. (2001). The management, measurement and the reporting of intellectual capital. *Journal of Intellectual capital*.

- Günay, Ö. (2007). *Kobi'lerde yenilik türlerinin analizi ve yenilik engellerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Gündoğdu, A. (2018). Türkiye'de Katılım Bankalarının Finansal Performansının Gri İlişki Analizi İle Ölçülmesi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 201-214.
- Güneş, N. (2015). Banka Karlılığının Belirleyicileri: 2002-2012 Dönemi Türk Mevduat Bankaları Üzerine Bir İnceleme. *Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics & Administrative Sciences*, 20(3).
- Güney, A. (2008). *Banka işlemleri*. İstanbul. Beta Basım Yayım.
- Gürler, U. (2009). *Bireysel bankacılıkta yenileşim (inovasyon) ve bir uygulama*. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi. İzmir.
- Güven, Ö. F. ve Öztürk A. (2013). Bireysel Bankacılık Ürün ve Hizmetlerinin Pazarlamasında Bankaların Fark Yaratma Stratejileri. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(1), 63-72.
- Hage, J. T. (1999). Organizational innovation and organizational change. *Annual review of sociology*, 25(1), 597-622.
- Hansen, M. T., Nohria, N. and Tierney, T. (1999). *What's your strategy for managing knowledge*. The knowledge management yearbook 2000-2001, 77(2), 106-116.
- Harmancıoğlu, N. (2012). İnovasyon süreci: Yeni ürün geliştirmede inovasyon literatürünün teorik meta analizi. *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 1(1), 1-23.
- Hassan, R. (2003). *Strategic approach to planning and development of human resources*. University House, Alexandria, Egypt.
- İlarıslan, K. (2011). *Birleşme Ve Satın Almaların Finansal Oranlar İşletmelerinin Finansal Performansı Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi*.
- İşevi, A. S. ve Çelme, B. (2002). *Entelektüel Sermayeye Rekabeti Yakalamak*. Araştırma ve Teknoloji Genel Müdür Yardımcılığı, 38-50.
- Janicka, M. (2008). The liberalization of capital flows-benefits and risks. *Bank and Credit*, 3, 34-49.
- Johnson, S. and Kwak, J. (2012). Is financial innovation good for the economy?. *Innovation policy and the economy*, 12(1), 1-16.
- Joia, L. A. (2004). Are frequent customers always a company's intangible asset? Some findings drawn from an exploratory case study. *Journal of Intellectual capital*.
- Kaplan, R. and Norton, D. P. (2003). *Balanced ScoreCard-BSC*. São Paulo: Atlas.
- Karacan, S. (2007). *Entelektüel sermayenin muhasebeleştirilmesi ve finansal tablolarda sunulması. Entelektüel Sermayeye Muhasebe Bilgi Sistemi Açısından Bir Yaklaşım*. Ankara. Orient Yayınları.
- Kasımoğlu, M. Ve Akkaya, F. (2012). *Kamu Kurumlarında İnovasyon*. İstanbul. Kültür Sanat Basımevi.

- Kaya, F. (2009). *Türkiye'de kredi kartı uygulaması (No. 263)*. İstanbul: Türkiye Bankalar Birliği.
- Kayan, M. Ö. (2009). *Bankacılık Hizmetlerinin Pazarlanması: Halkbankası Samsun Bölge Koordinatörlüğü Uygulama Örneği*. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi. İzmir.
- Kazgan, H. (1997). *Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Türk bankacılık tarihi*. Türkiye Bankalar Birliği.
- Keskin, E. (1993). Türkiye Ekonomisi ve Bankacılık Sistemi, 1993. *Finans Dünyası, Haziran Sayısı*.
- Keskin, E., İnan, E. A., Mumcu, M., Erdönmez, P., Kılınc, G. ve Özaktan, A. (2008). 50. Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye'de Bankacılık Sistemi 1958-2007. *Türkiye Bankalar Birliği*, 262, 1-36.
- Kılıç, S. (2013). *İnovasyon anlayışına dayalı ürün geliştirme performansının değerlendirilmesi*. Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı, Doktora Tezi. Bursa.
- Kızıl, C. (2010). *Entelektüel Sermaye Analizleri*. İstanbul. Derin Yayınları.
- Kijek, T. (2012). Innovation capital and its measurement. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 8(4), 52-68.
- Kim, W. C. and Mauborgne, R. (2004). *Value innovation*. Harvard business review, 82(7/8), 172-180.
- Knight, D. J. (1999). *Performance measures for increasing intellectual capital*. Strategy & leadership.
- Koç, B. (2015). *Mobil bankacılık ve Türkiye'deki uygulamaların değerlendirilmesi*. Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü Bankacılık Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- Kong, E. and Prior, D. (2008). An intellectual capital perspective of competitive advantage in nonprofit organisations. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 13(2), 119-128.
- Korkmaz, S. ve Gövdeli, Y. E. (2005). Türk bankacılığında alternatif dağıtım kanalları ve ürünleri ile bunların gelişiminde ve pazarlanmasında eğitimin önemi. *Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15(4).
- Kumar, M., Kee, F. T. and Manshor, A. T. (2009). Determining the relative importance of critical factors in delivering service quality of banks: an application of dominance analysis in SERVQUAL model. *Managing Service Quality: An International Journal*.
- Kuş, P. (2018). *Dijital Bankacılık Hizmetleri*. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi Yüksek Lisans Programı, Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- Latifi, P. (2015). *Arnavut bankacılık sektöründe finansal performans değerlendirilmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

- Leblebici, D. N., & Kılıç, M. (2004). *İçerik Analizi Araştırmasının Genel Tasarım Süreci*. İçerik Analizi, 23-56.
- Lerner, J. and Tufano, P. (2011). The consequences of financial innovation: a counterfactual research agenda. *Annu. Rev. Financ. Econ.*, 3(1), 41-85.
- Levine, R. (2005). *Finance and growth: theory and evidence*. Handbook of economic growth, 1, 865-934.
- Llewellyn, D. T. (2009). *Financial innovation and a new economics of banking: Lessons from the financial crisis*. Challenges for Monetary Policy-makers in Emerging Markets, 1.
- Lönnqvist, A. (2007). Intellectual capital and productivity: identification and measurement of the relationship at company-level (No. 1108). *ETLA Discussion Papers*.
- Lynn, B. E. (1998). Performance evaluation in the new economy: bringing the measurement and evaluation of intellectual capital into the management planning and control system. *International Journal of Technology Management*, 16(1-3), 162-176.
- Mairesse, J., Mohnen, P. and Kremp, E. (2005). The importance of R&D and innovation for productivity: A reexamination in light of the French innovation survey. *Annales d'Economie et de Statistique*, 487-527.
- March, J. G. (1991). *Exploration and exploitation in organizational learning*. Organization science, 2(1), 71-87.
- Marr, B. and Roos, G. (2005). *A strategy perspective on intellectual capital*. *Perspectives on intellectual capital*, 28-52.
- Martínez-Torres, M. R. (2006). *A procedure to design a structural and measurement model of intellectual capital: an exploratory study*. Information & Management, 43(5), 617-626.
- Mavridis, D. G. (2004). The intellectual capital performance of the Japanese banking sector. *Journal of Intellectual capital*.
- Mayo, A. (2000). *The role of employee development in the growth of intellectual capital*. Personnel Review.
- McElroy, M. W. (2002). Social innovation capital. *Journal of intellectual capital*.
- Merton, R. C. (1992). Financial innovation and economic performance. *Journal of applied corporate finance*, 4(4), 12-22.
- Moore, C., Rowe, B. J. and Widener, S. K. (2001). HCS: designing a balanced scorecard in a knowledge-based firm. *Issues in Accounting Education*, 16(4), 569-601.No. 151
- Mulgan, G. and Albury, D. (2003). Innovation in the public sector. . *Strategy Unit, Cabinet Office*, 1(1), 40
- Murthy, V. And Mouritsen, J. (2011). The performance of intellectual capital. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*.
- MÜSİAD (2012), Küresel Rekabet İçin Ar-Ge ve İnovasyon, *Müsiad Araştırma Raporları:76, İstanbul*.

- Nelson, R. R. and Winter, S. G. (1977). In search of a useful theory of innovation. *In Innovation, economic change and technology policies* (pp. 215-245). Birkhäuser, Basel.
- Nour, A. N. and Al-Qashi, Z. (2010). Intellectual Capital: Importance, Measurement, and Disclosure, an intellectual study from multiple perspectives, *Baghdad College of Economic Sciences Journal*, (25).
- OECD - Organisation for Economic Co-Operation and Development (2005): "Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data", *Oslo Manual (3rd. Edition)*, OECD, Paris.
- Omar, H. M. (2017). *Müşteri memnuniyeti açısından bankacılık hizmeti kalite standartlarının rolü (Kuzey Irak Duhok'daki özel ticari bankaların belirli müşterilerinin görüşleri ile ilgili çalışma)*. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- Orr, G. (2003). Diffusion of innovations, by Everett Rogers (1995). Retrieved January, 21, 2005.
- Öge, S. (2002). Entelektüel Sermaye: İşletmeler İçin Yeni Bir Değer. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 16.
- Önce, S. (1999). Muhasebe Bakış Açısı İle Entellektüel Sermaye. Eskişehir. *Anadolu Üniversitesi Yayınları*.
- Örücü, E., Kılıç, R., ve Savaş, A. (2011). KOBİ'lerde inovasyon stratejileri ve inovasyon yapmayı etkileyen faktörler: bir uygulama. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 12 (1) 2011, 58-73.
- Özata, Y. (2010). *Türk Bankacılık Sisteminin Gelişimi Ve Yabancı Bankaların Sistem İçindeki Rolü*. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- Özdemir, Z. (2010). Bilanço yapısı itibarıyla Türk bankacılık sistemi. *In Journal of Social Policy Conferences* (No. 50, pp. 867-899).
- Özel, N. G., Şahin, I. E. ve Göral, R. (2017). Türk Bankacılık Sektöründe Etkinlik Ve Verimlilik Analizinin Veri Zayıflama Yöntemi İle İncelenmesi: 2013-2015 Dönemi Uygulaması. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 17, 85-100.
- Özulucan, A. ve Deran, A. (2009). Katılım Bankacılığı ile Geleneksel Bankaların Bankacılık Hizmetleri ve Muhasebe Uygulamaları Açısından Karşılaştırılması. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(11), 85-108.
- Pablos, P. O. (2002). Evidence of intellectual capital measurement from Asia, Europe and the Middle East. *Journal of Intellectual capital*.
- Parasız, I. (2000). *Para Banka ve Finansal Piyasalar*. 7. Baskı. Bursa. Ezgi Kitabevi Yayınları.
- Pena, I. (2002). Intellectual capital and business start-up success. *Journal of intellectual capital*.
- Piazza, R. (2010). Financial innovation and risk: the role of information. *Bank of Italy Temi di Discussioni (Working Paper)* No, 759.

- Pirtini, S. (2004). *Pazarlama yönetimi açısından entelektüel sermaye*. İstanbul. Türkmen Kitabevi.
- Polder, M., Van Leeuwen, G., Mohnen, P. and Raymond, W. (2010). *Product, process and organizational innovation: drivers, complementarity and productivity effects*.
- Raj, L. S. and Reshma, S. (2009). A Study On The Role Of Mobile Banking In Economic Growth. <http://infokara.com/gallery/48-nov-c122.pdf>. (Erişim Tarihi: 22.11.2020).
- Rajan, R. G. (2006). Has finance made the world riskier?. *European financial management*, 12(4), 499-533.
- Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of Innovations: modifications of a model for telecommunications*. In Die diffusion von innovationen in der telekommunikation (pp. 25-38). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Saengchan, S. (2008). The role of intellectual capital in creating value in the banking industry. *International Review of Business Research*, 7(2), 157-169.
- Sapprasert, K. (2011). On factors explaining organisational innovation and its effects. Centre for Technology, *Innovation and Culture, University of Oslo*.
- Sayım, F. (2013). A Different Banking Methods and the Developing in the Turkish Finance Market-Turkish Participation Banking for 2007-2012. In International Conference on Economic and Social Studies (ICESoS'13) (Vol. 10, p. 11). *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 50, 867-899.
- Seleim, A., Ashour, A. and Bontis, N. (2004). *Intellectual capital in Egyptian software firms*. The Learning Organization.
- Seyrek, İ. H., Akgün, A. E. ve Özer, G. (2007). Süreç yeniliği yapan takımların öğrenmesine etki eden faktörler ve yenilik çalışmasının başarısına etkileri. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 17-31.
- Sezgin, M., Haşiloğlu, S. ve Zerenler, M. (2008). Pazarlama Ambalajlama ve Un Mamulü Ambalajının Müşteri Üzerindeki İmajını Belirlemeye Yönelik Bulanık Mantık Yaklaşımı. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 25(2).
- Sokołowska, E. (2014). *The Evolution of the Financial Innovation Market*. In *Alternative Investments in Wealth Management* (pp. 1-22). Springer, Cham.
- Solans, E. D. (2003, February). Financial innovation and monetary policy. In *Excerpts of speech delivered at the 38th SEACEN Governors Conference and 22nd Meeting of the SEACEN Board of Governors on "Structural Change and Growth Prospects in Asia—Challenges to Central Banking"*, Manila (13 February 2003).
- Spatafora, M. (2006). Professional Qualification Recognition In The EU Banking Sector. *BIATEC*, 14, 3.
- Stemler, S. (2000). *An overview of content analysis*. Practical assessment, research, and evaluation, 7(1), 17.

- Stempel, G. H. II.(1989). *Content analysis*. Research methods in mass communication.
- Stewart, T. A. (1991). The leading edge: intellectual capital. *Fortune Magazine*.
- Stewart, T. A. (1997). *Intellectual Capital: The new wealth of organization*. Currency.
- Stiglitz, J. E. (2010). Risk and global economic architecture: Why full financial integration may be undesirable. *American Economic Review*, 100(2), 388-92.
- Sullivan, P. H. (2000). Valuing intangibles companies–An intellectual capital approach. *Journal of Intellectual capital*.
- Sveiby, K. E. (1997). *The new organizational wealth: Managing & measuring knowledge-based assets*. Berrett-Koehler Publishers.
- Şamiloğlu, F. (2002). *Entellektüel sermaye*. Ankara. Gazi Kitabevi.
- Şamiloğlu, F. (2006). Entelektüel sermaye: İMKB’de hisse senetleri işlem gören bankalar üzerine bir uygulama. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (31), 78-89.
- Şanlı, B. ve Hobikoğlu, E. (2015). Development of Internet banking as the innovative distribution channel and Turkey example. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 343-352.
- Tarhan, G. (2010). *Bankacılık hizmetlerinde promosyon uygulamaları ve muhasebesi*. Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü Bankacılık Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- TBB, (1990). *90’lı Yıllarda Türk Bankacılığının Gündemindeki Konular Ve Öneriler*. Ankara. Türkiye Bankalar Birliği Yayını.
- TBB, (2017), *Türkiye Bankalar Birliği Türkiye’de Bankacılık Sistemi, 1959 – 2017*, Haziran, <https://www.tbb.org.tr> (Erişim Tarihi: 15.09.2020)
- TCMB, (2011), *Türkiye’de Kredi Kartı Piyasası*, www.tcmb.gov.tr
- Tian, Z. W., Qin, T. and Pan, H. X. (2009). Finacial Innovation of Forestry Based on Collateral Mechanism of Extension and Substitution [A]. *Journal of Beijing Forestry University (Social Sciences)*, 4.
- Tidd, J. and Bessant, J. P. (2005). Managing Innovation: integranting technological, managerial organizacional change.
- Timur, M. N. (2006). *Banka ve Sigorta Pazarlaması*. Eskişehir. Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Toprak, M., ve Coşkun, M. (2012). *Bankacılık ve Sigortacılığa Giriş*. Eskişehir. Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Toroslu, V. M. ve Durmuş, N. C. (2016). *Finansal Tablolar Analizi*. Ankara. Seçkin Yayıncılık.
- Trott, P. (2008). *Innovation management and new product development*. Pearson education.
- Tseng, C. Y. and James Goo, Y. J. (2005). Intellectual capital and corporate value in an emerging economy: empirical study of Taiwanese manufacturers. *R&D Management*, 35(2), 187-201.

- Tufano, P. (2003). Financial innovation. *Handbook of the Economics of Finance*, 1, 307-335.
- Tunay, K. B. (2014). Türkiye'de Banka Karlılığının Belirleyicileri: Ölçek Büyüklükleri, Mülkiyet ve Finansal Krizler Temelinde Yeni Bir Analiz. *Bankacılar Dergisi*, 25(91), 3-35.
- Türkcan, E. (2011). *Bir Teknoloji Tarihini Okumaya Hazırlık*. E- kitap
- Ulrich, D. (1998). Intellectual capital= competence x commitment. *MIT Sloan Management Review*, 39(2), 15.
- Uzkurt, C. (2010). *İnovasyon yönetimi: inovasyon nedir, nasıl yapılır ve nasıl pazarlanır*. Ankara Sanayi Odası Yayın Organı, 39.
- Ülgen, H. ve Mirze, S. K. (2010). *İşletmelerde stratejik yönetim* (5. Baskı). İstanbul. Beta Yayınları.
- Van Buren, M. E. (1999). A yardstick for knowledge management. *Training & development*, 53(5), 71-78.
- Vargas, L. F. M. (2007). A bet on passive investment strategies. *The International Journal of Applied Economics and Finance*, 1(2), 67-78.
- Wagner, K. and Hauss, I. (2000, May). Evaluation and measurement of R&D knowledge in the engineering sector. *In Proceedings of the 2000 information resources management association international conference on Challenges of information technology management in the 21st century* (pp. 709-711).
- Watts, M. (1992). *Piyasa Ekonomisi Nedir?* (Çeviren: Levent Köker), Ankara: Türk Demokrasi Vakfı.
- Wee, J. C. and Chua, A. Y. (2013). The peculiarities of knowledge management processes in SMEs: the case of Singapore. *Journal of knowledge management*.
- WEF (2012) Rethinking financial innovation.
- Williams, A. M., Baláž, V. and Wallace, C. (2004). International labour mobility and uneven regional development in Europe: Human capital, knowledge and entrepreneurship. *European Urban and Regional Studies*, 11(1), 27-46.
- Yang, S., and Kang, H. H. (2008). Is synergy always good? Clarifying the effect of innovation capital and customer capital on firm performance in two contexts. *Technovation*, 28(10), 667-678.
- Yerlikaya, S. (2017). *Seçilmiş Avrupa Birliği Ülkeleri ve Türkiye'de Dijital Bankacılığın Dönüşümü*, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul
- Yıldırım, A. C. (2020). *The impacts of digitalization and covid-19 on the business model of banking: a qualitative study on turkish banks*. Ortadoğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Yıldız, Ç. (2017). *Yeni Teknolojilerin Bankacılık Sektörüne Olan Sosyoekonomik Etkileri: Türkiye Örneği*. Yayınlanmış Bitirme Projesi, Marmara üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Yıldız, M. R. (2017). *Turizm işletme yöneticilerinin yenilikçilik algısının yenilikçilik faaliyetlerine ve yenilik stratejilerine etkisi: Bartın, Zonguldak ve Karabük illerinde bir araştırma*. Bartın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi. Bartın.
- Yılmaz, E. (2000). *Türkiye'de kredi kartı uygulaması ve ekonomik etkileri*. İstanbul. Türkmen Kitabevi.
- Yılmaz, H. (2015). *Stratejik inovasyon yönetimi*. İstanbul. Beta Basım Yayın.
- Yurttadur, M. (2015). *Finansal Analiz*. İstanbul. Beta Basım Yayın.
- Yükçü, S., ve Atağan, G. (2010). TOPSIS yöntemine göre performans değerlendirme. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (45), 28-35.
- Yüksel, A. (2004). *Yeni Basel Sermaye Yeterliliği Uzlaşısı (Basel II)*. Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu.
- Zabielski, K. (1999). *International finance*. PWN, Warsaw.
- Zawislak, P. A., Cherubini Alves, A., Tello-Gamarra, J., Barbieux, D. and Reichert, F. M. (2012). Innovation capability: From technology development to transaction capability. *Journal of technology management & innovation*, 7(2), 14-27.
- http1:** https://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/taral/pdf/bilim_teknoloji_kavram_terimleri.pdf (Erişim tarihi: 11.12.2020)
- http2:** <https://www.globalpiyasa.com/tr/inovasyonyonetimi> (Erişim tarihi: 29.12.2020)
- http3:** <https://inomer.org/firmalara-yonelik-hizmetler/inovasyon/inovasyon-yonetimi/> (Erişim tarihi: 29.12.2020)
- http4:** https://tr.wikipedia.org/wiki/Mobil_%C3%B6deme (Erişim Tarihi: 09.10.2020)
- http5:** www.e-ticaret.com (Erişim tarihi:17.12.2020)