

Finansal Yeniliklerin İşletme Performansına Etkisi: İstanbul'daki Hizmet İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma

The Effect of Financial Innovations on the Performance of Firms: A Study on Service Firms in Istanbul

Mehmet Akif ÖNCÜ

Yrd. Doç. Dr., Düzce Üniversitesi, İşletme Fakültesi, (mehmetakifoncu@duzce.edu.tr)

Muammer MESCI

Yrd. Doç. Dr. Düzce Üniversitesi, Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, (muammermesci@duzce.edu.tr)

Öznur ŞAHİN

Öğr. Gör., Kavram Meslek Yüksekokulu, (ozsahin@kavram.edu.tr)

Seyda FAİKOĞLU

Yrd. Doç. Dr. Düzce Üniversitesi, Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, (seydafaikoglu@duzce.edu.tr)

ÖZ

Anahtar Kelimeler:

*Finansal yenilik,
İşletme performansı*

Bu çalışmanın amacı; finansal yeniliklerin, hizmet işletmelerinin performansını nasıl etkilediğini araştırmaktır. Araştırmanın evrenini İstanbul'da faaliyet gösteren hizmet işletmeleri oluşturmaktadır. 2 otel işletmesi, 2 yiyecek içecek işletmesi, 2 seyahat acentesi, 2 sağlık kulübü, 2 sigorta acentesi, 2 banka, 2 danışmalık şirketi olmak üzere 14 hizmet işletmesi bu araştırmanın analiz birimini oluşturmaktadır. Belirlenen işletmelerin üst düzey yöneticileri ile görüşülerek elde edilen veriler, içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda; hizmet işletmelerinin finansal yenilikleri kullanma ya da oluşturma kararlarında performans değerlendirmeye önem verdikleri tespit edilmiştir. Ayrıca, bazı hizmet işletmelerinin finansal yenilik olarak kullandıkları bir takım faaliyetlerinin olduğu tespit edilmiştir.

ABSTRACT

Keywords:

*Financial Innovation,
Performance
Evaluation.*

The purpose of this study is to examine how financial innovations affect the performance of service firms. The universe of the study is composed of restaurants, five star hotels, travel agents operating in Istanbul. 14 service businesses including 2 hotel operations, 2 restaurants, 2 travel agencies, 2 banks, 2 insurance companies, 2 consulting companies, 2 health clubs constitute the unit of analysis. The data obtained from interviews with managers of mentioned businesses was analyzed with content analysis method. As a result of the study, it is determined that service companies give importance to the dimensions of balanced scorecard model in their decisions to create or use financial innovations. Also, according to the results obtained, it is determined that some service enterprises have a number of activities that they use as financial innovations.

1.GİRİŞ

İşletmecilik alanında son zamanlarda oldukça fazla duyulan "yenilik" kavramı, yeni fikirlerin ürün, hizmet, yöntem vb. gibi eskiye göre daha fazla bir değer oluşturan çıktılara dönüşümü olarak ifade edilebilir (Toraman ve diğ., 2009). Akademik alanda olduğu kadar sektörel alanda da yankılar uyandıran yenilik kavramı işletmeler için rekabet savaşında rakiplerine karşı bir güç ölçütü haline gelmiştir. Birçok bilim adamı ve yönetici yeniliği bir süreç olarak görmektedir. Bu süreç iki temel yaratıcı eyleme dayanmaktadır. Bunlardan birincisi, herhangi bir şey hakkında pazarlanabilir bir fikir üretmektir. İkincisi ise yeniğin pazarda sağlayacağı fırsatlardır (Leucke, 2008).

Uzkurt (2008)'a göre, işletme içi fonksiyonların ve işletme dışı faktörlerin etkileşiminden doğan yeniliğin gerçekleşme sürecini; ekonomik, politik ve sosyal çevre faktörlerinden bağımsız olarak düşünmemek gerekir. Yenilik süreçlerinin işleyişi ve süreçteki aktörlerin yapısı firmadan firmaya, sektörden sektöre ve dolayısıyla ülkeden ülkeye değişim gösterebilir olması nedeniyle yeniliğin gerçekleşme sürecinde, tek bir süreç yönetim şekli yerine her sürecin yapısına uygun yönetim tarzlarını geliştirme ve benimseme daha fazla önem arz etmektedir.

Öyle ki günümüzde yenilik kavramının, sürekli farklı çeşitleriyle karşılaşılmaktadır. Bunlardan biri de finans dünyasında

ÖNCÜ-MESCİ-ŞAHİN-FAİKOĞLU

oldukça önemli bir yer tutan finansal yeniliktir. Finansal piyasalarda son zamanlarda oldukça popülerleşen yenilik çeşitlerinin oluşumuna, 1980'li yılların başından itibaren sanayileşmiş ülkelerin finansal sistemlerinde yapılan değişimlerin neden olduğu ifade edilebilir (Fettahoğlu, 1991).

Akel (2006)'e göre; finansal sistemin temel görevi, risk altında ekonomik kaynakların dağılımını ve kullanımını sağlayarak ekonomik kalkınmaya katkı sağlamaktır. Bu nedenle yeni bir ürünün de gerçek ve kalıcı bir yenilik olabilmesi için finansal sistemin etkinliğini artırması ve aşağıda yer alan finansal yenilik kriterlerine sahip olması gerekebilmektedir:

Yeni finansal araçlar ile finansal kaynakların büyük bir kısmı geniş kullanıcı gruplarına ulaştırılabilir.

Yeni araçlar riskten korunma imkanı sunabilmelidir.

Yeni araçların vade yapıları esnek, değiştirilebilir.

Yeni teknikler, finansal araçların likiditesini artırabilmelidir.

Yeni teknikler, finansal kaynakların sınırını genişletebilir.

Yeni araçların oldukça ucuz olması gerekebilmektedir.

Yukarıda sıralanan tüm unsurlar finansal yeniliklerin belli başlı özellikleri olduğu gibi aynı zamanda avantajları olarak da ifade edilebilir.

2.FİNANSAL YENİLİK

Finansal yenilik kavramının teorik açıdan ifade edilebilmesi için öncelikle yeniliğin kavramsal açıklamasını belirtmek gerekebilir. Yenilik yani inovasyon; yaratıcı bir fikri katma değer yaratabilir ve pazarlanabilir bir ürüne dönüştürme, buluşun ötesinde “yeni bir iş fırsatı” yaratma süreci olarak tanımlanabilir (Gökçe, 2010). Finansal yenilik kavramı ise, finansal araçların yetersiz kalması nedeniyle ortaya çıkabilecek, zaman ve/veya yer açısından yenilik niteliğinde olan, yeni bir ürün, yeni bir arz süreci ya da piyasa düzenlemeleri olarak tanımlanabilir (Fettahoğlu, 1991; Kutukuz, 2003; Parasız, 2009).

Yazında, finansal yenilik kavramı ürün/hizmet yeniliği, süreç yeniliği ve organizasyonel yenilik olarak üç başlık altında toplanmaktadır. Ürün/Hizmet Yeniliği; kar elde etme ve tüketici taleplerini karşılamaya yönelik, türev ürünlerde veya tüketiciye kolaylık sağlamak açısından ödeme metodları olarak oluşturulan veya geliştirilen, araçlar, yöntemler vb. yenilik adımları olarak değerlendirilebilir (Demirci, 2003; Frame, White, 2009). Bir ürünün yeni olarak kabul edilebilmesi için 'yepyeni' oluş bir zorunluluk olmamakla birlikte, varolan bir ürünün kimi özelliklerinin değiştirilmesiyle ya da aynı özelliklerin bambaşka bir birleşimle (combination) ortaya konmasıyla da bir yenilik oluşturulabilir. Örneğin, kredi kartları, tüketici kredileri vb. yenilikler gibi başka bir piyasada bilinen ancak yeni olmamasına rağmen bir ürünün tanınmadığı bir piyasaya sokulması da bir yenilik olarak nitelendirilebilir (Akçaoğlu, 1996). Süreç Yeniliği; yeni ürünlerin üretim süreçlerini veya mevcut ürün ve hizmetlerin süreçlerini yenilemektir, denilebilir (Vargas, 2008). Organizasyonel yenilik ise; kurumların veya piyasaların finans yapısına yönelik olmak üzere gerçekleştirdikleri değişiklikler olarak ifade edilebilir.

Aslan (2008)'a göre, sürekli olarak yeni finansal ürünler piyasaya girdiğinden dolayı finansal piyasalar değişimin en hızlı yaşandığı piyasalardır. Buna rağmen düzenlemeleri yapan otoritelerin gelişimlerin altyapısı olan düzenlemeleri zamanında harekete geçirmemesi nedeniyle; muhasebe, kamuyu bilgilendirme vb. konularda zaman zaman zorluklar ortaya çıkmaktadır. Düzenlemeleri yapan bu otoritelerin gelişimleri izleyememeleri gelişmelerin hızlanmasına engel teşkil etmekte ve yeni ürünlerin, tekniklerin vb. kullanımının benimsenmesini zorlaştırabilmektedir.

Finansal yenilikleri diğer yeniliklerden ayıran özellikleri piyasalar işlevleri olarak da belirtilebilir. Yardım (2005)'a göre finansal yeniliklerin işlevleri aşağıdaki gibi sıralanabilir.

Finansal yenilikler finansal piyasalardaki mevcut eksiklikleri tamamlar,

Finansal yenilikler araştırma ve pazarlama maliyetlerini azaltır,

Finansal yenilikler vergi ve yasal müdahaleler gibi dış etkenlerin, piyasalar üzerindeki etkilerini azaltır,

Finansal yenilikler finansal piyasaların etkinliğinin ve verimliliğinin artmasına katkıda bulunarak, genel ekonomik istikrarın sağlanmasına yardımcı olur,

Finansal yenilikler finansal varlıkların likiditesini artırarak, onların uluslararasılaşmasını sağlarlar.

Finansal yenilikler firmaların, yatırımcıların, hükümetlerin, gerek ulusal gerekse uluslararası finansal piyasalarda karşı karşıya kalabilecekleri risklerin azaltılmasına ve yönetilmesine katkıda bulunurlar.

Tüm bu unsurlardan anlaşılacağı gibi bir yeniliğin finansal yenilik sayılabilmesi için finansal ya da ekonomik bir değer arz etmesi gerekebilmektedir. Aslan (2008)'a göre finansal yeniliklerin ortaya çıkışında belli başlı bir kaç sebep bulunmaktadır. Bu nedenler aşağıdaki gibi sıralanabilir.

1.Yasal Düzenlemeler: Firmaların kar elde etme imkanlarını sınırlayan yasal düzenlemelerden kaçınmak amacıyla finansal

yenilikler ortaya çıkarılabilir. Yasal düzenlemeler yapan otoritelerin finansal piyasalardaki trendleri iyi takip etmesi, yapacakları düzenlemelerin gelişmeler için engel oluşturmamasına dikkat etmek gibi konularda işlevlerini yerine getirmeleri gerekmektedir.

2. Belirsizliklerden Kaçınma: Kriz, enflasyon artışları vb. finansal durumlarda artan belirsizlik ortamında yatırımcılar ve finansal kurumlar risklerini azaltabilmek için yeni finansal ürünler ortaya çıkarabilir.

3. Finansal Kurum ve Mali Araç Çesitliliği: Finansal yeniliklerin temel amacının yasal düzenlemelerin ve değişen yatırımcı profillerinin firmalara yüklediği maliyetleri azaltmak olduğu söylenebilir. Dolayısıyla değişen düzenlemeler, yeni vergi kanunları, klasik tahvil ve hisse senetlerini kullanarak özel ihtiyaca göre portföy tasarlamak finans şirketlerine hep yeni ve ek maliyetler getirmektedir. Bu bağlamda finansal yenilikler, maliyetleri en aza indirmek için ortaya çıkabilir.

4. Teknolojik Gelişme: Son yıllarda yaşanan teknolojik gelişme özellikle bilgisayar ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sayesinde (EFT gibi) finansal piyasaları derinden etkilemiş ve iş hacminin artışı, bilgiye ulaşma maliyeti gibi konularda avantaj sağlamıştır.

5. Finansal Derinlik: Finansal derinleşme zayıf olduğu koşullarda reel sektördeki kaynak yetersizliği nedeniyle, ekonomik büyüme istenilen düzeyde olmayabilir. Örneğin Türkiye'nin finansal kurumlar ve finansal araçların çeşitliliği açısından ilerleme kaydettiği, fakat derinleşmesini tamamlamış finans piyasalarıyla karşılaştırıldığında bu konuda yetersiz kaldığı görülmektedir.

3. PERFORMANS DEĞERLENDİRME

Program değerlendirmesi olarak da kapsamlı bir kavram olarak karşımıza çıkan performans değerlendirme; politika belirleme, kurumsal öğrenme, kaynak tahsisinde etkinlik, hesap verebilirliğin desteklenmesi gibi amaçları içeren uygulamalar olarak tanımlanabilir (Yılmaz, 2010). Başka bir ifadeyle performans değerlendirme herhangi kişinin, grubun ya da bir kurumun herhangi bir konudaki etkinliğini bir takım kriterlere göre analiz ederek konu hakkındaki başarı düzeyini belirlemektir denilebilir (Helvacı, 2002). Performans değerlendirme, performans yönetiminin bir sürecidir. Performans yönetimi örgütü istenilen amaçlara yönlendirmek için; mevcut durum ve gelecekte karşılaştırma olasılığı olan durumlarla ilgili veri toplama, verileri karşılaştırma, sürekli gelişimi destekleme, yeni düzenlemeleri, etkinlikleri başlatma ve bunların istikrarını sağlama süreci şeklinde ifade edilebilir (Çakmak ve Ocaklı, t.y.).

İplik (2004)'e göre, performans değerlendirmesinin temel olarak iki amacı bulunabilir. Bunlardan birincisi iş görenlerin iş ile ilgili performanslarını ölçerek yönetimle ilgili kararlar almayı sağlamaktır. İkincisi ise, çalışanların iş tanımlarında ve iş analizlerinde belirlenen standartlara ne ölçüde yaklaştıklarına dair geri bildirim sağlamaktır.

Performans değerlendirme sistemini kurmak veya kurulan bir sistemi işletmek kimi zaman kolay olmayabilir. İşletmenin yapısına ve kültürüne en uygun sistemi seçerek, kurmak ve de işletmek uzmanlık gerektirebilir (Sabuncuoğlu, 2008). İşletme performansını değerlemeye yönelik olarak geçmişten günümüze, sürekli değişen ve gelişen performans değerlendirme modelleri bulunmaktadır. Örneğin finansal göstergelere dayalı performans değerlendirme yöntemlerinin eksik yönlerinin fark edilmesi çok boyutlu performans değerlendirme yöntemlerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu yöntemlerden başlıcaları Kurumsal Başarı Karnesi (Balanced Scorecard), Payda Temelli Performans Değerleme, Performans Piramidi'dir (Ağça, Tunçer, 2006).

Kurumsal Başarı Karnesi Modeli Robert S. Kaplan ve David P. Norton (1996) tarafından ortaya konulmuştur. Bu model, finansal ve finansal olmayan boyutları birarada değerlendiren, işletmenin vizyon ve stratejisi tarafından belirlenen performans ölçülerinin yer aldığı, performans yönetim sistemine strateji tabanlı ve tasarladıkları bir yönetim sistemidir (Dündar, 2005). Bir çok kaynakta Dengeli Ölçüm Kartı olarak da tanımlanan Kurumsal Başarı Karnesi Modeli, işletmelerin hedeflerinin belirlenmesini ve sonuçların ölçülmesine yönelik olarak, finansal boyut, müşteri boyutu, içsel süreçler boyutu, öğrenme ve gelişme boyutu olmak üzere dört boyutta incelenmektedir (Yıldız ve diğ. 2010). Bu boyutlar aşağıda yer aldığı gibi kısaca açıklanabilir.

Finansal boyut; strateji oluşturma ve uygulama çalışmalarının organizasyonun temel amacına ulaşip ulaşmadığını gösteren, finansal hedefler, işletme gelirleri, satıştaki artış, nakit akışı sağlama ve sermaye/hasıla oranı gibi ölçütleri göz önünde bulundurmaktadır (Kılıç ve Erkan, 2006).

Müşteri boyutu; hedeflenen sonuçları, farklı müşteri değerlendirme kriterlerine göre belirleyerek, hedeflenen sonuçlar, hedef müşteri kitlesinin pazar payı, hedef kitlede kazanılan müşteri ve de müşterilerden elde edilen kar gibi ölçütlere odaklanmaktadır (Genelioğlu, 2005).

İçsel süreç boyutu; yöneticilerin müşteri tatminini sağlayacak faktörleri belirledikten sonra memnuniyette süreklilik için kritik içsel sürece yönelmesini sağlamaktadır. Yani işletmenin hangi önemli iç işleyişi geliştirmesi ve mükemmel hale getirmesi gerekliliğine odaklanmasıdır (Tunçer 2006).

Öğrenme ve gelişme boyutu ise, işletmenin uzun dönemli gelişme ve ilerleme sağlayabilmesi için gerekli olan yapıyı, müşteri ve içsel süreç boyutları, mevcut ve geleceğe yönelik başarı sağlamak için çok kritik olan unsurları tanımlamaktadır (Güller, 2008).

Balanced Scorecard uygulaması, yürütülen projeler ile strateji arasındaki sebep-sonuç ilişkilerine ait varsayımların paylaşımı, takım, kişi ve hedeflerin bütünleşmesi, yenilik geliştirme programlarının belirlenerek öncelik haline getirilmesi, araştırma-geliştirme giderlerini azaltma gibi bir çok avantaj sağlamaktadır (İman vd., 2010: 144; Genellioğlu,2003).

4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışmanın evrenini, İstanbul'da faaliyet gösteren hizmet işletmeleri oluşturmaktadır. Evrenin genişliği nedeniyle, hizmet işletmelerinden 2 tane beş yıldızlı otel, 2 tane A grubu seyahat acentesi, 2 tane yiyecek içecek işletmesi, 2 tane banka, 2 tane danışmanlık şirketi, 2 tane sağlık kulübü, 2 tane sigorta acentesi olmak üzere 14 işletme analiz birimi olarak seçilmiştir. Analiz biriminin 14 işletmeden oluşmasında, ticari ismi duyulan işletmelerin tercih edilmek istenmesi, finansal güç, ulaşım problemi, zaman ve maliyet problemi, kısıtlı işletme ile irtibat kurulabilmesi, görüşülmek istenen yöneticilerin en az bir yıldır bulunduğu işletmede çalışıyor olması şartı gibi unsurlar neden olmuştur.

Finansal yeniliklerin yazında yeni bir kavram olması nedeniyle yöneticilere ön bilgi verilmek istenmesi, yöneticilerin konuya ilişkin düşüncelerine ve algılarına ilişkin verilerin yorumlayıcı bir metot ile kendi çalışma ortamlarında daha kapsamlı bir şekilde elde edilmek istenmesi nedeniyle bu çalışmada bir nitel araştırma yöntemi olan görüşme tekniği tercih edilmiştir. Sonrasında ise elde edilen veriler içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir.

Nitel bir araştırmanın bilimsel çerçevede kabul edilebilmesi için geçerlilik ve güvenilirlik koşullarına bağlı olması gerekebilir. Bu noktada bilimsel bir araştırmanın geçerlilik koşullarını sağlamada tarafsızlık, esneklik, gerçeği yansıtan verilere ulaşmak, elde edilen verileri teyit edebilmek için alana geri gidebilme hususları önem taşımaktadır. Aynı zamanda güvenilirlik koşullarını sağlamada da araştırmacının rolünün net bir biçimde tanımlanması, araştırma süreçlerinin tanımlanması ve çalışmanın tutarlılık göstermesi gibi hususlar önem taşımaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2006:255-273). Bu bağlamda farklı alanlarda hizmet veren 14 işletmenin analiz birimi olarak tercih edilen bu çalışma objektif bir tutum içerebilmektedir. Çalışmada elde edilen veriler tarafsız bir biçimde bulgular kısmında sunulmuş ve sonuçlar objektif bir biçimde değerlendirilmeye çalışılmıştır. Araştırmada işletmelerin farklı alanlarda hizmet vermesi göz önünde bulundurularak esnek sorular hazırlanmaya çalışılmıştır. Analiz biriminin 14 hizmet işletmeden oluşması ve tek bir ilde gerçekleşmesi çalışma için bir sınırlılık olsa dahi elde edilen verilerin alana geri dönerek teyit edilmesinde kolaylık sağlayabilir.

5. BULGULAR

Araştırmanın bu kısmında elde edilen bulgular, demografik veriler, finansal yeniliklere yönelik bakış açılarına ilişkin veriler ve finansal yeniliklerin işletme performansına etkisine ilişkin veriler olarak değerlendirilmiştir.

Tablo 1: Yöneticilerin Demografik Bilgilerine İlişkin Veriler

İşletme Adı	Eğitim	Cinsiyet	Yaş	Aylık Gelir	Çalışma Süresi
A Bankası	Lisans	Bay	39	2000	5
B Bankası	Yüksek Lisans	Bay	43	2800	3
A Danışmanlık Şirketi	Lisans	Bayan	31	3500	4
B Danışmanlık Şirketi	Lisans	Bayan	32	4000	2
A Sigorta Acentesi	Lisans	Bay	55	5000	30
B sigorta Acentesi	Ön Lisans	Bayan	53	5000	25
A Otel	Lisans	Bayan	38	4000	11
B Otel	Lisans	Bayan	39	3000	4
A Seyahat Acentesi	Lisans	Bayan	28	1500	2
B Seyahat Acentesi	Lisans	Bayan	32	2000	8
A Restoran	Lise	Bay	20	1000	2
B Restoran	Lise	Bay	32	2500	11
A Sağlık Kulübü	Lise	Bay	29	2500	6
B Sağlık Kulübü	Lise	Bay	44	30000	5

Tablo 1’de görüldüğü gibi 14 işletme yöneticisinden 4 kişi lise, 1 kişi ön lisans, 8 kişi lisans, 1 kişi yüksek lisans seviyesinde eğitim düzeyine sahiptir. Katılımcılardan 7 kişi erkek, 7 kişi bayandır. Araştırmaya katılım sağlayan yöneticilerden, 3 kişi 20-30 yaşında, 7 kişi 31-40 yaş sınırında, 2 kişi 41-50 yaş sınırında 2 kişi ise 51-60 yaş sınırındadır. Katılımcılardan, 1000-3000 TL’lik aylık gelire 8 kişi, 3001-6000 TL’lik aylık gelire 5 kişi, işletme sahibi olan 1 yönetici ise 30000 TL aylık gelire sahiptir. Bununla birlikte katılımcılardan 7 kişi 1-5 yıl, 3 kişi 6-10, 2 kişi 11-15, 2 kişi ise 16 yıldan fazla buldukları işletmede görev yapmaktadır.

Finansal yeniliklerin işletme performansına etkisine ilişkin verilerin değerlendirilmesinden önce, yöneticilerin yazında yeni bir kavram olan finansal yeniliklere ilişkin bakış açılarının değerlendirilmesi fayda sağlayabilir.

Tablo 2: Katılımcıların Finansal Yeniliklere Yönelik Bakış Açılarına İlişkin Veriler

İşletme Adı	Farklı Finansman Kaynağı	Farklı Finansal Teknikler	Teknoloji ve Yasal Düzenlemeler Finansal Yenilikleri	Hizmet İşletmeleri Finansal Yenilik	Örnek Bir Finansal Yenilik
A Bankası	Kullanmıyor	Kullanıyor	Etkiler	Oluşturmaz	-
B Bankası	Kullanmıyor	Kullanıyor	Etkiler	Oluşturmaz	-
A Danışmanlık Şirketi	Kullanıyor	Kullanıyor	Etkiler	Oluşturur +	-
B Danışmanlık Şirketi	Kullanmıyor	Kullanıyor	Etkiler	Oluşturmaz	-
A Sigorta Acentesi	Kullanmıyor	Kullanmıyor	Etkiler	Oluşturmaz	-
B Sigorta Acentesi	Kullanmıyor	Kullanıyor	Etkiler	Oluşturmaz	-
A Otel	Kullanmıyor	Kullanıyor	Etkiler	Oluşturur +	Üyelik kartı
B Otel	Kullanmıyor	Kullanıyor	Etkiler	Oluşturur +	Üyelik kartı
A Seyahat Acentesi	Kullanmıyor	Kullanmıyor	Etkiler	Oluşturur +	-
B Seyahat Acentesi	Kullanmıyor	Kullanmıyor	Etkiler	Oluşturmaz	-
A Restoran	Kullanmıyor	Kullanmıyor	Etkiler	Oluşturur +	İndirim kuponu
B Restoran	Kullanmıyor	Kullanmıyor	Etkiler	Oluşturur +	-
A Sağlık Kulübü	Kullanıyor	Kullanıyor	Etkiler	Oluşturur +	Barter Anlaşmaları
B Sağlık Kulübü	Kullanmıyor	Kullanmıyor	Etkiler	Oluşturur +	Üyelik kartları, Ticket

Tablo 2’de görüldüğü gibi sadece 2 işletme farklı bir finansman kaynağından yararlanmıştır. A danışmanlık şirketi kuruluşunda banka kredisinden yararlanmış, A sağlık kulübü ise açılışında banka ve leasing (finansal kiralama) sisteminden yararlanılmıştır. 10 işletme ise, yeterli sermayeye sahip olduğu gerekçesi ve güven problemi nedeniyle farklı finansman kaynaklarından yararlanmadığını belirtmiştir. Aynı zamanda işletmelerin finansman tekniklerinden yararlanıp yararlanmadıkları da sorgulanmıştır. Elde edilen verilere göre, katılımcılar arasından bankalar, danışmanlık şirketleri ve oteller, B sigorta acentesi, A sağlık kulübü özellikle maliyet avantajı sağladığı için leasing, futures gibi finansman tekniklerinden yararlandıklarını belirtmişlerdir. B sigorta acentesi ise yeni finansman tekniklerinin daha çok büyük ölçekteki işletmelere yönelik olduğunu ifade etmiştir. Yapılan araştırmada işletmelerin finansal konularda, genel olarak bir tereddüt içinde olduğu saptanmıştır. Çünkü işletmeler, finansal yeniliklerin ve tekniklerin, farklı finansman kaynaklarının, yatırımların, girişimciliğin uzmanlık gerektiren alanlar olarak görebilmektedir.

A bankasına göre, yasal düzenlemeler ve teknoloji finansal yeniliklerin ortaya konulmasını kimi zaman desteklemekte kimi zaman da sınırlamaktadır. B danışmanlık şirketine göre teknoloji ve yasal düzenlemeler finansal yeniliklerde önemli rol oynamaktadır. Ancak kullanıcıların finansal yenilikleri kullanma konusunda bilinçlendirilmesi gerekmektedir. A sağlık kulübüne göre zamandan tasarruf sağlamaya yönelik destek sağlayacak her türlü yenilikte teknoloji etkin olabilmektedir. Diğer 11 yönetici ise teknolojinin ve yasal düzenlemelerin finansal yeniliklere kullanım kolaylığı sağlama ya da kullanıcılar açısından riskini/güvensizliğini azaltma açısından rol aldığını belirtmiştir. Tüm işletme yöneticilerinin, yasal düzenlemeler ve teknolojinin finansal yeniliklerin kullanımında veya ortaya çıkışında etkin rol alan unsurlar olduğunu düşünmesi yazında

yer alan bilgileri de güçlü bir biçimde desteklemektedir. B restoran, A bankası, B bankası, A sigorta acentesi, B sigorta acentesi, B danışmanlık şirketi, B seyahat acentesi olmak üzere 6 işletme yöneticisi verilen ön bilgiler doğrultusunda finansal yenilikleri finansal kuruluşların oluşturabileceği düşüncesine katılmamıştır. Yöneticiler bu iddiayı, finansal yeniliklerin makro düzeyde gerçekleşen yenilikler olması, sadece bir işletmenin bünyesinde ya da şubelerinde gerçekleşen yeniliklerin daha çok pazarlama yeniliği kapsamında değerlendirilmesi düşünceleriyle savunmuştur. Hizmet işletmelerinin finansal yenilikler oluşturulabileceği düşüncesinde olan işletmelerin bir kısmı günlük hayattaki enstrümanları örnek verirken bir kısmı da nakit paranın yerine kullanılacak araçları örneklendirmiştir. A seyahat acentesine göre, yapılan indirimlerle ulaşım tasarrufu sağlayan yolcu kartları gibi pazarda tüketiciye maliyet avantajı sağlayan her araç finansal bir yenilik olarak kabul edilebilir. A danışmanlık şirketi çalışanların kullandığı multimet, sodexo örneğini vermiştir. B restoran yöneticisi bir çalışanın fikriyle Bakırköy'deki şubesinde “restoranda üyelik kartı” pilot uygulamasına geçerek satış hacminde patlama yaşadığı eski bir iş tecrübesini konuya örnek vermiştir. Bu uygulama ile kişilerin hem hizmetlerden indirimli faydalandıklarını hem de biriktirdikleri puanlarla ücretsiz yemek yeme fırsatına sahip olduklarını belirtmiştir. Diğer 5 hizmet işletmesi yöneticisi, kullandıkları pazarlama ve tasarruf amaçlı avantaj sağlayan bazı ürünlerin; satış hacmini arttırma, muhasebe, ön büro, resepsiyon gibi departmanlarda işlem kolaylığı ve zaman tasarrufu sağlama, indirimlerle tüketiciye tasarruf sağlama, tüketiciyi işletmeye bağlı hale getirme, karı arttırma, sektörde ilgi çekme vb. avantajlardan dolayı finansal yenilik olarak değerlendirmiştir. Bahsedilen bu işletmeler arasından, A oteli ve B oteli yöneticisi belli bir kredi limitine sahip olan X kart ile müşterilerin oteldeki SPA ve yiyecek içecek vb. departmanından yararlanma fırsatını ifade etmiştir. A restoran bir seyahat acentesiyle yaptığı anlaşma dahilinde acentenin müşterilerine verdiği indirim kuponlarıyla müşteri profilini arttırdığını, kişilerin ise % 20 indirim fırsatından yararlandığını ifade etmiştir. A ve B sağlık kulüpleri de tıpkı otel işletmelerindeki gibi üyelik kartı, para puan kuponu, hizmet kullanım kuponları vb. araçlarla satışlarının arttığı, işlem kolaylığı, indirim avantajı, müşteriye kendine özel hissettirme vb. avantajlardan yararlandığını belirtmiştir.

Bu çalışmada finansal yeniliklerin işletme performansına etkisi araştırılmaktadır. Bu amaç doğrultusunda yararlanılan popüler bir değerlendirme modeli olan Balanced Scorecard Modeli'nin dört boyutuna ilişkin sorularla finansal yeniliklerin işletme performansına etkisi araştırılmıştır. Finansal yeniliklerin, işletmelerin finansal boyutuna yani finansal performansına ilişkin etkileri Tablo 3'de yer aldığı gibi özetlenebilir.

Tablo 3: Finansal Yeniliklerin Finansal Boyuta Etkisine İlişkin Elde Edilen Bulgular

İşletme Adı	Finansal Yenilik İşletme Finansına	Finansal Yenilik Oluşturmada/ Kullanmada Sermayenin Önem Derecesi	Finansal Yeniliği İlk Kullanan/Oluşturan Pazarda Liderlik
A Bankası	Zaman ve Satış Hacmi Tasarrufu	Yüksektir	Sağlamaz
B Bankası	Zaman ve Satış Hacmi Tasarrufu	Yüksektir	Sağlar
A Danışmanlık Şirketi	Vergi ve Faiz Oranlarından tasarruf	Yüksektir	Sağlar
B Danışmanlık Şirketi	Zaman ve Satış Hacmi Tasarrufu	Yüksektir	Sağlar
A Sigorta Acentesi	Rakip Analizi	Değişkendir	Sağlar
B sigorta Acentesi	Zaman ve Satış Hacmi Tasarrufu	Değişkendir	Sağlar
A Otel	İş gücü ve İşlem Hacminden Tasarruf	Yüksektir	Kısmen
B Otel	Zaman ve Satış Hacmi Tasarrufu	Yüksektir	Sağlar
A Seyahat Acentesi	Maliyet Avantajı	Yüksektir	Sağlar
B Seyahat Acentesi	Vergi ve Faiz Oranlarından Tasarruf	Yüksektir	Sağlar
A Restoran	Yatırımın Geri Dönüşümü	Yüksektir	Sağlar
B Restoran	Zaman ve Satış Hacmi Tasarrufu	Yüksektir	Sağlar
A Sağlık Kulübü	Maliyet Avantajı	Yüksektir	Sağlar
B Sağlık Kulübü	Vergi ve Faiz Oranlarından Tasarruf	Yüksektir	Sağlar

Tablo 3'te görüldüğü gibi; finansal yenilikler, A seyahat acentesi ve A sağlık kulübü yöneticisine göre maliyet avantajına, B sigorta, A bankası, B danışmanlık şirketi, B Bankası, B otel, B restoran olmak üzere 7 işletme yöneticisine göre; zaman avantajı ve satış hacminin artışına, A restoran yöneticisine göre yatırımların geri dönüşümüne, 3 yöneticiye göre (A danışmanlık şirketi, B seyahat acentesi, B sağlık kulübü), vergi ve faiz oranlarından avantaja, 1 yöneticiye göre (A otel) iş gücünden ve işlem hacminden tasarrufa, 1 yöneticiye göre (A sigorta) rakip analizi yapmada firmaların finansal yapısına ve ülke ekonomisine katkı sağlamaktadır.

12 yönetici işletmeye yeni bir finansal enstrüman sağlamada, bir ürünü veya hizmeti satın almada, finansal yenilikleri kullanmada sermayenin önemli olduğunu ifade ederken, A sigorta acentesi yöneticisi kullanılan yeniliğin türüne göre sermayenin öneminin değişeceğini ifade etmiştir. Hatta yönetici bu iddiasını "Kastedilen bir finansal teknik, kredi vb. ise sermaye önemli olabilir. Ancak ATM, internet bankacılığı gibi bir yenilik söz konusu olduğunda sermaye önem arz etmez" ifadesi ile güçlendirmeye çalışmıştır. B sigorta acentesi yöneticisi ise, sermayenin önem derecesinde işletmede yapılan işin etkin rol oynadığını belirtmiştir.

Finansal yenilikleri ilk kullanan ya da oluşturan işletmeler, 11 işletme yöneticisi göre, şayet medyanın gücünden yararlanılırsa pazarda liderlik sağlayabilir. Bu düşünceye ek olarak, A oteli yöneticisi ise finansal bir yenilik eğer satış artışını arttırmaya yönelikse ve yüksek teknoloji ile destekleniyorsa pazarda liderlik sağladığını ifade etmiştir. A seyahat acentesi yöneticisi, finansal yeniliklerin pazar liderliği sağladığını ancak kimi zaman da haksız rekabete sebep olabileceğini bunun da diğer işletmelerin varlığını büyük oranda riske atabileceğini ifade ederek bir bakıma finansal yeniliklerin pazar liderliği konusunda kısıtlanması gerektiğini belirtmiştir. Yönetici internet bankacılığının neden olduğu tatil sitelerinden tur satın almanın müşteriye maliyet avantajı sağlarken diğer işletmeleri rekabet edemez hale getirebildiğini belirtmiş ve bir nevi finansal yeniliklerin dolaylı olarak neden olduğu olumsuzlukları dile getirmiştir. Son olarak A bankası yöneticisi ise, finansal yenilikleri ilk ortaya koyan işletmenin değil reklam çalışmalarının güçlü olduğu işletmenin, finansal yeniliklerin patent problemi olması nedeniyle pazar liderliği sağlayabileceğini belirtmiştir.

İşletmelerin performansını değerlendirirken göz önünde bulundurduğu önemli hususlardan biri de müşteri boyutudur. Bu çalışmada da Balanced Scorecard Modeli'nin boyutlarından biri olan müşteri boyutuna yönelik olarak, finansal yeniliklerin oluşum ya da kullanım kararlarında işletmelerin ne denli müşteri odaklı bir politika izlediği ve finansal yeniliklerin müşteri sadakati oluşturup oluşturmadığı sorgulanmıştır. Yöneticilerden elde edilen veriler Tablo 4'de sunulmuştur.

Tablo 4: Finansal Yeniliklerin Müşteri Boyutuna Etkisine İlişkin Elde Edilen Veriler

İŞLETME ADI	Finansal Yenilik Kullanma Kararını Alma Nedeni	Finansal Yenilik Müşteri Sadakati
A Bankası	Müşteri memnuniyeti	Arttırır
B Bankası	Müşteri memnuniyeti	Arttırır
A Danışmanlık Şirketi	Yapılan iş, müşteri memnuniyeti, güç kazanma	Arttırmaz
B Danışmanlık Şirketi	Müşteri memnuniyeti	Arttırır
A Sigorta Acentesi	Müşteri memnuniyeti	Arttırır
B sigorta Acentesi	Müşteri memnuniyeti	Arttırır
A Otel	İşletme varlığını riske atmamak	Arttırır
B Otel	İşletme varlığını riske atmamak	Arttırır
A Seyahat Acentesi	Müşteri memnuniyeti	Arttırır
B Seyahat Acentesi	Müşteri memnuniyeti	Arttırır
A Restoran	Müşteri memnuniyeti	Arttırır
B Restoran	Müşteri memnuniyeti	Arttırır
A Sağlık Kulübü	Müşteri memnuniyeti	Arttırır
B Sağlık Kulübü	Müşteri memnuniyeti	Arttırır

Tablo 4'de de yer aldığı gibi, elde edilen verilere göre, araştırmaya katılan 11 yönetici işletmelerin müşteri memnuniyeti sağlamak için finansal yenilikleri kullandıklarını belirtmişlerdir. 2 yönetici (A oteli ve B oteli) varlığını riske atmamak, rekabet ortamında yeniliklerden yararlanmamanın müşteri kaybına neden olacağı gerekçeleriyle finansal yeniliklerden yararlandıklarını belirtmişlerdir. Farklı bir bakış açısıyla A danışmanlık şirketi yöneticisi finansal yenilikleri kullanmanın yapılan işe göre müşteri memnuniyeti veya rekabet ortamında güç elde etme amaçlarına göre değişiklik gösterebileceğini ifade etmiştir. 12 işletme yöneticisine göre finansal yenilikler müşteri sadakatini arttırmamaktadır. A danışmanlık şirketi

yöneticisi ise finansal yeniliklerin müşteri sadakatini değil hizmet seçeneğini arttırdığını belirtmiştir. A oteli yöneticisi sunulan yeniliğin ancak müşteri tarafından önemli ölçüde benimsenmesiyle müşteri sadakatinin artacağını ifade etmiştir.

İşletmelerin finansal yenilikleri oluşturma veya kullanma kararlarında, örgüt kültürü, işletme çevresi ve yenilikleri benimseme süreci performansı önemli derecede etkileyebilir ya da etkileyemeyebilir. Finansal yeniliklerin içsel süreç boyutuna etkisine ilişkin elde edilen veriler Tablo 5’de yer almaktadır.

Tablo 5: Finansal Yeniliklerin İçsel Süreç Boyutuna Etkisine İlişkin Elde Edilen Veriler

İşletme Adı	Çalışan Düşünceleri	İşletme Çevresi Finansal Yeniliklerin Kullanımını Zorunlu	Örgütün Yenilikleri Benimseme Süreci
A Bankası	Alınmıyor	Kılar	Kısmen Önemlidir
B Bankası	Alınmıyor	Kılar	Önemlidir
A Danışmanlık Şirketi	Alınmıyor	Kılar	Önemlidir
B Danışmanlık Şirketi	Değişkenlik gösterir	Kılar	Önemlidir
A Sigorta Acentesi	Alınmıyor	Kılar	Önemlidir
B Sigorta Acentesi	Alınmıyor	Kılar	Önemlidir
A Otel	Alınmıyor	Kılar	Önemlidir
B Otel	Alınmıyor	Kılar	Önemlidir
A Seyahat Acentesi	Alınmıyor	Kılar	Kısmen Önemlidir
B Seyahat Acentesi	Alınmıyor	Kılar	Önemlidir
A Restoran	Alınmıyor	Kılar	Önemlidir
B Restoran	Alınmıyor	Kılar	Önemlidir
A Sağlık Kulübü	Alınmıyor	Kılar	Önemlidir
B Sağlık Kulübü	Alınmıyor	Kılar	Önemlidir

Araştırmaya katılan A bankası, B bankası, A danışmanlık şirketi, A seyahat acentesi, B seyahat acentesi, B sigorta acentesi, A sigorta acentesi, yenilikler uygulanırken yenilik kararlarının genel olarak yönetim tarafından alınması, uzman bakış açıları önderliğinde değerlendirilmesi gerekliliği gibi nedenlerle çalışan düşüncelerinin alınmadığını ifade etmişlerdir. B danışmanlık şirketi yöneticisi, yeniliğin yapısına ve derecesine göre çalışan düşüncelerinin alınıp alınmaması gerektiğine karar verildiğini belirtmiştir. A oteli, A restoran, B restoran, A sağlık kulübü, B sağlık kulübü işletmelerinde çalışan düşüncelerine farklı bakış açıları geliştirme, yenilik odaklı olma çabaları nedeniyle önem verildiğini ve fikirlerini aldıklarını ifade etmiştir. B oteli yöneticisi ise, özellikle yenilikleri benimseme sürecinin kısıtlılığı açısından çalışan düşüncelerinin alındığını belirtmiştir.

Tüm işletme yöneticilerine göre işletme çevresi yeniliklerin kullanımını uyumlu iş ilişkileri gerçekleştirmek, sektörü takip etmek zorunda olmak, rekabetin gerisinde kalmamak, anlaşmazlık yaşamamak nedeniyle zorunlu hale getirmektedir. 12 yönetici finansal yeniliklerin örgüt tarafından kısa sürede benimsenmesinin tüketiciye sunulmasında önemli bir etken olacağı nedeniyle rekabet avantajı yaratacağını savunmaktadır. A bankası yöneticisi ise örgütün benimseme sürecinden daha çok öncelikle yeniliği işletme yönetiminin ve çalışanların kendisinin kullanması gerektiğini ifade etmiştir. A seyahat acentesine göre yeniliklerle rekabet avantajı sağlama ürünün yaratıldığı sektöre göre değişiklik göstermektedir.

Finansal yeniliklerin, işletme performansına etkisini belirlemek için son olarak Balanced Scorecard Modeli’ nin öğrenme ve gelişme boyutu kapsamında elde edilen veriler Tablo 6’te yer almaktadır.

Tablo 6: Finansal Yeniliklerin Öğrenme ve Gelişme Boyutuna Etkisine İlişkin Elde Edilen Veriler

İŞLETME ADI	Finansal Yenilik Yeni Eğitim İhtiyacı
A Bankası	Gerektirmez
B Bankası	Gerektirmez
A Danışmanlık Şirketi	Değişkenlik göstererek gerekli kılar
B Danışmanlık Şirketi	Gerekli kılar
A Sigorta Acentesi	Bireylerde gerekli kılar
B Sigorta Acentesi	Değişkenlik göstererek gerekli kılar
A Otel	Kısmen gerektirir
B Otel	Kısmen gerektirir
A Seyahat Acentesi	Gerekli kılar
B Seyahat Acentesi	Kısmen gerektirir
A Restoran	Gerekli kılar
B Restoran	Kısmen gerektirir
A Sağlık Kulübü	Kısmen gerektirir
B Sağlık Kulübü	Kısmen gerektirir

Finansal yenilikler, A seyahat acentesi, B danışmanlık şirketi, A restoran yöneticilerine göre, kullanımla ilgili yeni eğitim ihtiyacını gerekli kılmakta hatta ek masraflar veya işlevler gerektirmektedir. A ve B bankası yöneticilerine göre finansal yenilikler teknik bir bilgi gerektirmediği için personelde yeni eğitim ihtiyacı gerektirmemektedir. B seyahat acentesi, B oteli, A sağlık kulübü, B sağlık kulübü, B restoran olmak üzere 5 katılımcıya göre finansal yenilikler, muhasebe, resepsiyon, önbüro, kasa gibi departmanlarda bulunan çalışanlar için finansal yeniliklerle işlem yapmayı öğrenme açısından yeni eğitim ihtiyacını gerektirmektedir. A sigorta şirketi ve A oteline göre finansal yenilikler işletmelerden çok bireylerde yeni eğitim ihtiyacını gerekli kılmaktadır. Bu yöneticilere göre kişi kendi kendini geliştirmeli, eğitim programlarından yararlanmalı ve yenilikleri takip etmelidir. B sigorta şirketi, A danışmanlık şirketi yöneticisine göre eğitim ihtiyacı finansal yeniliğin özelliğine ve şirketin yapısına göre değişiklik gösterebilir.

Araştırmanın üst düzey yöneticilerle mülakat süreci sona erdiğinde 1 akademisyenin “Finansal yeniliklerin krizlere etkisinin olup olmadığı” sorusu üzerine alandaki 14 yöneticiden 13’ü ile tekrar irtibata geçilmiştir. B Otel’inde görüşülen yönetici işten ayrıldığı için kendisine konu ile ilgili kendisine ulaşamamıştır. Bu görüşmelerden elde edilen verilere göre, A Danışmanlık, B Danışmanlık, A Sigorta Acentesi, B restoran, B Seyahat Acentesi yöneticisine göre krizlerin finansal yeniliklere olumlu veya olumsuz herhangi bir etkisi bulunmamaktadır. Çünkü bu yöneticilere göre, finansal yenilikler satış hacmini arttırma, kar sağlama, müşteri memnuniyeti ve rekabet amaçlıdır ve krize karşı alınacak bir önlem olarak değerlendirilmemelidir. B Sigorta Acentesi, A Restoran, A Seyahat Acentesi, A Sağlık Kulübü, A Otel ‘ne göre ise, kriz ortamında ayakta kalabilmek, müşteri profilini kaybetmemek, satış hacminde hızlı bir düşüş yaşamamak için kişilere tasarruf sağlayan finansal yenilikler oluşturulabilir. A Bankası ve B Bankası, kriz ortamında likidite azalmasını önlemek için finansal yeniliklerin arttırılabileceğini ifade etmiştir. B sağlık kulübü ise; finansal yeniliklerin elde edilen satış hacmi, kar ve gelirin geri dönüşümünü sağlamada kriz döneminde önemli bir etki sağladığını belirtmiştir.

6.SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmadan elde edilen verilere göre, tüm işletmeler finansal yenilikleri kullanmakta, finansal etkileri göz önünde bulundurmakta ve finansal yenilik kararlarında müşteri odaklı bir davranış sergilemektedir. Buna rağmen, çalışanları, işletme çevresini, öğrenme ve gelişme çalışmalarını önemseme ve destekleme konusunda farklı politikalar benimsemektedir. Yapılan bu araştırmada elde edilen veriler ışığında ulaşılan sonuçlar aşağıdaki gibi sıralanabilir.

İşletmeler farklı finansal kaynakları risk olarak görebilmektedir.

Olumsuz bakış açıları girişimciliği engelleyebilmektedir.

Finansal yeniliklerin sağladıkları avantajların etkileri işletmelerin finansal performansını etkileyebilmektedir.

Finansal yeniliklerin patentinin olmayışı müşteri sadakati ve pazar liderliği önünde engel olabilmektedir.

Finansal tekniklerin karmaşıklığı KOBİ'lerin gelişimini engellemektedir.

Hedef kitle, demografik yapı, oluşturulan ürünün özellikleri ve işletme yapısı finansal yeniliklerin oluşumunda önemli

ÖNCÜ-MESCİ-ŞAHİN-FAİKOĞLU

unsurlar olarak karşımıza çıkabilmektedir.

Çalışan düşüncelerinin alınması konusu, işletmelerin yapısına göre, değişiklik gösterebilmektedir.

Finansal hizmet sunan işletmelere göre; finansal yenilikler, eğitim ihtiyacı gerektirmemektedir.

Finansal yenilikleri kullanmamak varlığı riske atabilmektedir.

Sektörde, hizmet işletmelerinin, finans bazlı yenilik oluşturup oluşturmadığına dair iki farklı bakış açısı bulunmaktadır.

Teknoloji ve yasal düzenlemelerin finansal yeniliklerin oluşumuna katkı sağladığı düşüncesi yazında yer alan bilgileri desteklemiştir.

Yazında yer aldığı gibi örgütün yenilikleri benimseme sürecinin kısıtlılığı işletme için avantaj sağlayabilmektedir.

Yapılan araştırmada ulaşılan sonuçlar ışığında ise akademik ve sektörel bazda aşağıdaki önerilerde bulunulabilir.

Yatırım yapmak için farklı finansman kaynakları da güvenilir olabilir.

Finansal yeniliklere patent problemi çözümlenmelidir.

Çalışanlar, müşterilerin ihtiyaç ve önerilerini en yakından gözlemleme olanağı bulan kişilerdir.

Eğitilmiş personelin her zaman problemleri çözmede daha aktif olduğu göz önünde bulundurulmalıdır.

Elde edilen sonuçlar ışığında akademik camiada, finansal yeniliklerin pazarlama boyutunun olup olmadığı, araştırılabilir.

Konu hakkında daha kapsamlı bir çalışma yapılmasıyla daha radikal sonuçların elde edilmesi sağlanabilir.

Bu çalışmanın birer hizmet işletmesi olarak sadece İstanbul ilindeki on dört işletmeyi kapsıyor olması çalışmayı sınırlandırmıştır. Araştırma farklı sektörlerde yer alan işletmeler ya da farklı iller, farklı bölgeler, farklı ülkeler çapında kıyaslamalar yapılarak genişletilebilir. Böylece milli unsurların, örgüt kültürünün finansal yeniliklerin kullanımına veya yenilik odaklı olmaya etkisi de ortaya çıkarılabilir.

KAYNAKÇA

- AĞCA, V., TUNÇER, E., 2006, "Çok Boyutlu Performans Değerleme Modelleri ve Bir Balanced Scorecard Uygulaması", *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, VIII. (1).
- AKÇAOĞLU, E., (1996), "Finansal Yeniliklere Teorik Bir Yaklaşım", <http://www.belgeler.com/blg/2i3p/finansalyeni%20liklere-teorik-bir-yaklasim> adresinden 20 Ekim 2011 tarihinde alınmıştır.
- AKEL, V., (2006), "Finansal Yenilikler ve Risk Yönetimi Tekniklerinin Finansal Gelişmişlik Üzerine Etkileri, Ders Notu, iibf.bozok.edu.tr/kisiselsiteler/veli_akel/finansal_yenilik_gelisme.pdf adresinden 20 Ekim 2011 tarihinde alınmıştır.
- ASLAN, B. O., (2008), "Finansal Gelişme ve Yeniliklerin Para Politikası Üzerine Etkisi:Türkiye Örneği", Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- ÇAKMAK, N., OCAKLI, E., (t.y.), "Performans Değerlendirmesi Gerekli Midir? Neden?", <http://kaynak.unak.org.tr/bildiri/unak06/u06-18.pdf> adresinden 15 Ekim 2011 tarihinde alınmıştır.
- DEMİRCİ, D. (2003), "Kredi Türevleri ve Kullanımı", Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- DÜNDAR, İ., (2005), "Otomotiv Sektöründe Kurumsal Karne Uygulamasına Dayalı Performans Yönetim Sistemi Kurumsal Ve Değerlendirilmesi", Çukurova Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Adana.
- FETTAHOĞLU, A., (1991), "Finansal Piyasalarda Yenilikler ve 1980 Sonrası Türkiye", Adalet Matbaacılık: Ankara.
- FRAME, W. S., WHITE, L. J., (2009), "Technological Change, Financial Innovation, and Diffusion in Banking", <http://www.frbatlanta.org/filelegacydocs/wp0910.pdf> adresinden 20 Ekim 2011 tarihinde alınmıştır.
- GENELİOĞLU, Ö. K., (2003), "Stratejik Maliyet Yönetiminde Faaliyete Dayalı Maliyetleme İle Balanced Scorecard'ın Bütünleştirilmesi", Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- GÜLLER, Y., (2008), "Konaklama İşletmelerinde Dengeli Ölçüm Kartı Üzerine Bir Araştırma", Yüksek Lisans Tezi, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Düzce.
- GÜRAVŞAR GÖKÇE, S., (2010), "İnovasyon Kavramı ve İnovasyonun Önemi", <http://www.fka.org.tr/SayfaDownload/Inovasyon%20Kavrami.pdf> adresinden 18 Ekim 2011 tarihinde alınmıştır.
- HELVACI, M. A., (2002), "Performans Yönetimi Sürecinde Performans Değerlendirmenin Önemi", *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, Sayı: 1-2, Cilt: 35, <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/40/137/973.pdf> adresinden 18 Ekim 2011 tarihinde alınmıştır.
- İMAN, M. E., EREN, E., YILMAZ, R., (2010), "EFQM Mükemmellik Modeli ile Performans Karnesinin İşletme İtibarına Etkisi: Eskişehir Arçelik A.Ş. Buzdolabı İşletmesi Üzerine Bir Araştırma", Zonguldak Karaelmas Üniversitesi, 9. Ulusal İşletmecilik Kongresi Bildiriler Kitabı, Editör:H. Yıldırım, Y. Köse, 142-148, Zonguldak: Gazi Kitabevi, http://iibf.karaelmas.edu.tr/uik2010/images/9_uik_kitap.pdf adresinden 18 Ekim 2011 tarihinde alınmıştır.

- İplik, F. N., (2004), “Performans Değerlendirmesi: Türkiye'deki Beş Yıldızlı Otellerde Çalışanların Performans Değerlendirme Sürecinin Tespitine Yönelik Bir Araştırma”, Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- KILIÇ, M., ERKAN, V., (2006), Stratejik Planlama Ve Dengeli Performans Yönetimi Yaklaşımları Bir Arada Olabilir Mi?”, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 2, <http://www.ttefergi.gazi.edu.tr/makaleler/2006/Sayi2/77-94.pdf> adresinden 18 Ekim 2011 tarihinde alınmıştır.
- KUTUKIZ, D., (2003), “Finansal Yeniliklerin Gelişimi, Piyasalar Üzerindeki Etkileri ve Türkiye Üzerinde Deneysel Bir Çalışma”, *Mali Çözümler Dergisi*, sayı: 65, archive.ismmmo.org.tr/docs/.../1265%20DOĞAN%20KUTUKIZ.do... adresinden 25Ekim 2011 tarihinde alınmıştır.
- LUECKE R., (2008),” *İş Dünyasında Yenilik Ve Yaratıcılık*”, (Çeviren: T. Parlak), İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- PARASIZ, İ., (2009), “*Finansal Krizin Güven Krizine Dönüşmesi Küresel Kriz*”, (Birinci Baskı), Bursa: Ezgi Kitapevi.
- SABUNCUOĞLU, Z., (2008), “*İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamalı*“ (2. Basım), İstanbul: Alfa Aktüel Yayınları.
- TORAMAN, C., ABDİOĞLU, H., İŞGÜDEN, B., (2009), “İşletmelerde İnovasyon Sürecinde Entelektüel Sermaye ve Yönetim Muhasebesi Kapsamında Değerlendirilmesi”, *İ.İ.B.F. Dergisi (C.X IS I, 2009)*, 91-120.
- TUNÇER, E., (2006), “*Çok Boyutlu Performans Değerleme Modelleri Ve Bir Balanced Scorecard Uygulaması*”, Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- UZKURT, C., (2008), “*Yenilik Yönetimi ve Yenilikçi Örgüt Kültürü*” (1. Baskı), Beta Yayınları.
- VARGAS, A. R., (2008), “Assessing The Contribution Of Financial Innovations To The Production Of Implicit Services Of Financial Intermediation In Costa Rica”, *IFC Bulletin* No 31, <http://www.bis.org/ifc/publ/ifcb31ai.pdf> adresinden 20 Ekim 2011 tarihinde alınmıştır.
- YARDIM, Ö., (2005), *Finansal Yenilikler ve Ekonomik Etkileri*, Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş.
- YILDIRIM, A., ŞİMŞEK, H., (2006),” *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*”, 5. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- YILDIZ, M. S., KARAGÖZ, Y., MESCİ, M., (2010), “Performans Değerlendirme Ve Süreç Yönetim Aracı Balanced Scorecard'ın Boyutlarına Katılım Düzeyi: Küçük Ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmelerinde Bir Araştırma”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt:24, Sayı:2, http://edergi.atauni.edu.tr/index.php/IIBD/article/viewFile/65_17/6094 adresinden 18 Ekim 2011 tarihinde alınmıştır.
- YILMAZ, S., (2010), “Uluslararası Uygulamalar Kapsamında Kamu Kesiminde Performans Değerlendirmesi”, *Bütçe Dünyası Dergisi*, Sayı: 34, http://www.butce.org/html/dergi/34/6_s_yilmaz.pdf adresinden 15 Ekim 2011 tarihinde alınmıştır.