

YENİLİKÇİLİK KAVRAMININ İŞLETMELERİN FİNANSAL PERFORMANSI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Yrd. Doç. Dr. Nurdan GÜRKAN¹

Bülent Ecevit Üniversitesi, İİBF, (nurdan.gurkan@hotmail.com)

Yrd. Doç. Dr. Serhan GÜRKAN

Karabük Üniversitesi, İşletme Fakültesi, (serhangurkan@karabuk.edu.tr)

ÖZET

İşletmenin yenilik yapabilme yeteneğinin işletme performansının önemli bir parçası olduğu literatürde kabul gören bir görüştür. Bu görüş doğrultusunda işletmenin yenilikçilik düzeyi ile işletmenin finansal performansı arasında doğrusal bir ilişki bulunduğunu öne sürülebilir. Çalışmanın amacı, işletmelerin yenilikçilik düzeyinin işletmelerin finansal performansı üzerinde etkisinin olup olmadığının incelenmesi olarak belirlenmiştir. Çalışmada işletmelerin yenilikçilik düzeyi, işletmelerin faaliyet raporlarından içerik analizi yöntemi kullanılarak ölçülmüş; işletmenin finansal performansı ise aktif karlılık oranı ile temsil edilmiştir. Yenilikçilik düzeyi ile işletmelerin finansal performansı arasındaki ilişki panel veri analizi yöntemi kullanılarak, 2012–2016 dönemi arasındaki 5 yıllık periyod için Borsa İstanbul Kurumsal Yönetim Endeksi'nde işlem gören 20 adet şirket üzerinden araştırılmıştır. Çalışmanın sonuçları, işletmelerin yenilikçilik düzeyi ile finansal performansları arasında doğru yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yenilikçilik, İnovasyon, Finansal Performans.

THE IMPACT OF INNOVATION ON FINANCIAL PERFORMANCE OF ORGANIZATIONS

ABSTRACT

The one of the common ideas in business literature is to innovation is the important piece of financial performance of organizations. Accordingly, we could claim that there is linear relationship between innovation and financial performance. The purpose of the study is to test whether innovation has any impact on financial performance of organizations. The degree of innovation is measured from annual reports of firms using content analysis and return on assets represents financial performance of organizations. The relationship between innovation and financial performance has been investigated by panel data analysis for the period 2012-2016 over 20 companies listed in the Istanbul Stock Exchange Corporate Governance Index. The results of the study indicate the existence of a statistically significant linear relationship between innovation and financial performance.

Keywords: Inovation, Financial Performance.

¹ Sorumlu yazar

1. Giriş

Küreselleşme ile birlikte artan rekabet koşulları neticesinde işletmeler varlıklarını devam ettirebilmek, performanslarını artırabilmek, kar sağlayabilmek için rakip işletmelerden farklı olmak ve değişim yaratmak durumunda kalmaktadır. İşletmeler açısından rekabet üstünlüğü ve rekabetin sürdürülebilirliğini sağlamak en önemli konuların başında gelmektedir. İşletmelerin farklılaşmasını sağlayan faaliyetlerden biri girişimcilik faaliyetleridir. İşletmelerin girişimcilik faaliyetlerine yönelmeleri, yenilikçi ve yaratıcı olmak, yeni girişimci fırsatları takip etmek, risk almak gibi eğilimler göstermelerini sağlayacaktır.

Girişimcilik eğilimlerinden biri olan yenilikçilik; yeni ürünler, hizmetler ve teknolojik süreçlerle sonuçlanabilen yeni fikirler, yenilik, deneyim ve yaratıcı süreçlerin bir işletme tarafından desteklenme eğilimini göstermektedir (Lumpkin & Dess, 1996:142). Yenilikçilik kavramı stratejik yönetim literatüründe ön plana çıkan ve dikkat çeken bir kavram haline gelmiştir. Günümüzde de işletmelerin kendilerine rekabet üstünlüğü elde etmelerine imkan verdiğini ve performanslarına katkı sağladığını düşündükleri yenilikçiliği daha fazla önem vermekte olup, yeni ürün ve hizmet geliştirmeye, yeni teknolojiler kullanmaya olan eğilimleri de gittikçe artmaktadır.

Girişimciliğin en önemli faktörlerinden biri olan yenilikçiliğin işletmelerin performansına olumlu etki ettiğine yönelik literatürde birçok çalışma bulunmaktadır (Damanpour, 1991; Han vd., 1998; Calantone vd., 2002; Jong & Vermeulen, 2003; Hult vd., 2004; Cho & Pucik, 2005; Löf & Heshmati, 2006; Matsuo, 2006; Prajogo, 2006; Zehir & Özşahin, 2006; Erdil & Kitapçı, 2007; OrfilaSintes & Mattsson, 2009; Eren vd., 2010; Rhee vd., 2010; Erdem vd., 2011; Jimenez-Jimenez & Sanz-Valle, 2011; Çiçek & Onat, 2012; Atalay vd., 2013; Bigliardi, 2013; Muiruri & Ngari, 2014; Öncü vd., 2015; Kitapçı & Çömez, 2016; Şişmanoğlu & Akçalı, 2016). Bu çalışmada da yenilikçilik kavramı ve bu kavramın finansal performans ile ilişkisi üzerinde durulacaktır.

Buradan hareketle; çalışmanın amacı, yenilikçilik eğiliminin işletmelerin finansal performansı üzerinde etkisinin olup olmadığının Türkiye odağında incelenmesi olarak belirlenmiştir.

Çalışma, 2012-2016 dönemi içinde Türkiye’de faaliyet gösteren ve Borsa İstanbul Kurumsal Yönetim Endeksi’nde yer alan 20 şirket ile gerçekleştirilmiştir. Çalışma kapsamına dahil edilecek şirketler belirlenirken şirketlerin araştırma döneminin tamamında endeks içerisinde yer alması şartı aranmıştır.

Belirtilen amaç kapsamında, yenilikçiliğin finansal performans ile ilişkisinin araştırıldığı bu çalışma üç bölümde anlatılmaktadır. İlk bölümde, kavramsal çerçeveye yer verilmektedir. Kavramsal çerçeve kapsamında yenilikçilik kavramı, finansal performans kavramı ile yenilikçilik ve finansal performans arasındaki ilişki üzerinde durulmaktadır. İkinci bölümde, yenilikçiliğin finansal performansı etkileyip etkilemediği sorusuna BIST-Kurumsal Yönetim Endeksi şirketleri üzerinden cevap aranmıştır. Aynı zamanda, çalışmada yararlanılan model, modelde yer alan değişkenler ile araştırmada kullanılan yöntem ve tekniklere yer verilmiştir. Aynı bölümün devamında ise araştırmada kullanılan veri seti ve tanımlayıcı istatistikler; son kısmında ise araştırma bulguları yer almaktadır. Sonuç bölümünde ise elde edilen bulgular ışığında yenilikçiliğin finansal performans üzerinde etkili olup olmadığı ile ilgili yapılan değerlendirmeler yer almaktadır.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Yenilikçilik

Yenilik kavramı firmaların başarısı, varlıklarını devam ettirebilmeleri ve sürdürülebilir rekabet avantajı sağlayabilmeleri açısından önemli faktörlerden birisi olarak görülmektedir. Yenilik kavramı ile ilgili yapılan kesin bir tanım olmamakla birlikte; klasik iktisatçı Schumpeter gelişmenin itici gücü olarak yenilik kavramını ilk kez tanımlamıştır (Atalay vd., 2013:227).

Yenilik kavramı bir süreç ve çıktı olarak çeşitli şekillerde kavramsallaştırılmıştır. Ancak yenilik kavramı ile ilgili yapılan tanımların birçoğu, yeniliğin yeni bir fikrin veya davranışın benimsenmesi anlamına geldiği konusundaki düşüncüyü paylaşmaktadır (Jimenez & Sanz-Valle, 2011:408). Araştırmacılar rekabetçi ve hızlı değişimlerin yaşandığı çevrede yeniliğin işletmeler için çok kritik bir kavram olduğunu ileri sürmektedir. Bu nedenle yenilik işletmelerin rekabetçi avantaj yaratmaları ve sürdürmeleri için bir araç olarak tanımlanmaktadır (Standing & Kiniti, 2011:289).

Yenilik kavramı işletmenin varlığını sürdürebilmesi, pazarda lider konumuna gelmesi ve karın artırılması açısından işletmeye uzun dönemde katkı sağlamaktadır. Rekabet avantajının belirleyicisi sadece maliyetler değil; aynı zamanda pazar ihtiyaçlarına hızlı cevap verebilme, ürün ve hizmet kalitesi, yeni ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi, müşteri isteklerine göre ürün ve hizmet üretimi, yeni yönetim modelleri gibi pek çok faktör de ön plana çıkmaktadır. Günümüzde bu faktörler maliyetlerden daha da önemli olarak ortaya çıkmakta ve işletmelerin yeni pazarlara girebilmesinde, mevcut olan pazar payını yükseltebilmesinde ve rekabet gücünü artırabilmesinde kritik bir rol oynamaktadır (Çiçek & Onat, 2012:47-48).

2.2. Finansal Performans

Performans, amaçlı ve planlanmış bir etkinlik neticesinde elde edilenin nitel veya nicel olarak ifade edilmesidir. Bir işletmenin performansı ise işletmenin belirli bir dönemde elde ettiği çıktı veya çalışma sonuçları göstermektedir. Aynı zamanda işletmenin elde ettiği sonuç yani işletmenin performansı amaç ve hedeflerinin yerine getirilme derecesidir. İşletmelerin performans ölçümü, önceden belirlenmiş olan standartlar açısından kıyaslama yoluyla değerlendirmenin yapılmasıdır. İşletmeler performanslarını ölçmek ile belirledikleri amaçlara ulaşmış olduklarını, güçlü ve zayıf yönleri ile geleceğe yönelik hedeflerini belirleyebilme imkanı bulmaktadır (Öncü vd., 2015:150).

Firma performansı; üretim, finans veya pazarlama ile ilgili göstergeleri bölümsel olan ya da büyüme ve kar ile ilgili sonucu olabilen çok boyutlu bir kavramdır (Atalay vd., 2013:228). İşletmelerde firma performansı kârlılık, satışlardaki büyüme ve pazar payı gibi objektif ölçütlerle ölçülebileceği gibi müşteri memnuniyeti, çalışan memnuniyeti gibi subjektif ölçütlerle de ölçülebilmektedir.

İşletmelerin firma performansını ölçerken kullandıkları bir diğer yöntem; satışlar, kârlılık, müşteri tatmini gibi açılardan rakiplere veya sektör ortalamasına göre kıyaslamaların yapılarak performansın değerlendirilmesidir (Erdil & Kitapçı, 2007:237).

2.3. Yenilikçilik ile Finansal Performans Arasındaki İlişki

İşletmeler için yenilik yapmak; rekabet avantajı elde edebilmek, daha etkili süreçler uygulayabilmek, pazarda daha iyi olabilmek veya iyi bir imaj yaratabilmek açılarından önemlidir. İşletmelerin yenilikçilik eğilimi, yatırım yapılmaya başlanması ve iç kaynak kullanılması nedeniyle kısa dönemde birtakım kayıplar meydana getirebilmektedir. Ancak yenilik uzun dönemde işletmelerin satışlarında ve pazar paylarında artış ve işletmeler rekabetçi üstünlük sağlamakta olup; işletmelerin finansal performansına olumlu bir etki yapmaktadır.

Literatürde çoğunlukla yenilikçilik üzerine anket çalışması yapılmış olup, finansal performans ise genellikle özsermaye kârlılığı ve aktif kârlılık gibi finansal ölçütlerle ölçülmektedir. İşletmelerin yenilikçilik faaliyetleri verimliliklerine ve büyümelerine olumlu bir etki yapmaktadır.

Lööf & Heshmati (2006); yenilikçiliğin finansal performans ve özellikle verimliliğe olumlu etkisinin olduğunu bulmuşlardır. Benzer şekilde; Bigliardi (2013) küçük ve orta ölçekli işletmelerin yenilikçilik düzeyinin onların finansal performansı üzerinde bir etkisinin olup olmadığını araştırdığı çalışmada, yenilikçilik seviyesindeki bir artışın finansal performansı artırdığı sonucuna varmıştır.

Yenilik ve işletme performansı arasındaki ilişkiyi araştıran Prajogo (2006), imalat ve hizmet işletmeleri üzerine yaptığı çalışmada elde ettiği sonuçlara göre hizmet işletmelerinden ziyade imalat işletmelerinde yenilikçilik ve işletme performansı arasında güçlü bir ilişki bulunmaktadır. Calantone vd. (2002) de benzer şekilde çalışmalarında işletmelerdeki yenilik yeteneğinin firma performansını etkilediği sonucuna ulaşmıştır.

Zehir & Özşahin (2006)'in çalışmada imalat sektöründe faaliyet gösteren firmalar üzerinden örgütsel faktörlerden biri olarak yenilikçilik ile firma performansı arasındaki ilişki araştırılmıştır. Yazarlar söz konusu çalışmada firmaların yoğun rekabet ortamında faaliyetlerini sürdürmesi ve müşteri ihtiyaçlarının sürekli olarak değişmesinin etkisiyle yenilikçiliğin firmaların performansına artırıcı bir etki yaptığı sonucuna ulaşmışlardır.

Erdil & Kitapçı (2007)'nin firmaların yenilik çabalarının işletme performansına etkisini araştırdıkları çalışmada da firma yenilikçiliğinin işletme performansını etkilediği sonucuna ulaşmıştır.

Rhee vd. (2010)'nin teknoloji-yenilikçi firmalar üzerine yaptıkları çalışmada yenilikçiliğin performans üzerinde önemli bir etkisinin olduğunu bulmuşlardır. Rhee vd. (2010)'nin çalışmasına benzer şekilde Jimenez-

Jimenez & Sanz-Valle (2011) çalışmasında yenilik ve performans arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Çalışmadan elde edilen bulgular, yenilikçiliğin işletme performansına olumlu biçimde katkı sağladığını göstermektedir.

Çiçek & Onat (2012) çalışmasında, işletmelerde inovasyon ve inovasyon odaklı faaliyetlerin işletmelerin performansına etkisini araştırmıştır. İMKB’de işlem gören bilişim ve teknoloji sektöründe yer alan şirketler üzerine yaptıkları araştırmanın sonuçlarına göre işletmelerin yatırımları ve Ar-Ge harcamaları finansal performansı olumlu etkilemektedir.

Atalay vd. (2013)’nin yenilikçilik ve firma performansı arasındaki ilişkiyi araştırdıkları çalışmasında elde ettikleri sonuçla, ürün ve süreç yeniliğine bağlı teknolojik yeniliklerin firma performansı üzerinde önemli ve pozitif bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir.

Muiruri & Ngari (2014) çalışmasında ticari bankaların finansal performansı üzerinde finansal yeniliklerin etkisinin olup olmadığını araştırmıştır. Çalışmadan elde edilen bulgular, finansal yeniliklerin bankaların finansal performansı üzerinde büyük etkisinin olduğu göstermiştir.

Öncü vd. (2015)’nin çalışmasında orta ölçekli işletmelerde yenilik ve müşteri performansının finansal performans üzerindeki etkisi araştırılmış olup; araştırma sonucuna göre orta ölçekli imalat işletmelerinde hem yenilik performansı hem müşteri performansının finansal performansı etkilediği bulunmuştur.

Kitapçı & Çömez (2016)’in çalışmasında firma performansı üzerinde yenilikçilik ve örgütsel öğrenmenin etkisi kalite odaklı özel sektör firmaları üzerinden araştırılmıştır. Elde edilen bulgular, yenilikçilik ve finansal performans arasında olumlu bir ilişkiyi göstermektedir. Şişmanoğlu & Akçalı (2016)’nın çalışmasında ise yenilikçiliğin bir göstergesi olarak ele alınan Ar-Ge harcamalarının finansal performans üzerindeki etkisi bilgi ve teknoloji şirketleri kapsamında değerlendirilmiştir. Çalışmada, ele alınan yedi adet bilgi ve teknoloji şirketi arasında bir şirketin ar-ge harcamalarının finansal performansın bir ölçüsü olarak satışlar üzerinde pozitif etkisinin olduğu bulunmuştur.

Yenilikçilik ve finansal performans üzerine yapılan çalışmalardan, işletmelerin yenilikçilik eğiliminde olmalarının işletme performanslarını artırabilme ve rekabet avantajı sağlayabilme isteğinde olmalarından ileri geldiği söylenebilir.

3. Araştırmanın Metodolojisi

Bu bölüm altında yenilikçilik ile işletmelerin finansal performansı arasında ilişki olup olmadığı sorusuna cevap aranmıştır. Bu bölümde araştırmanın amacından başlayarak çalışmada kullanılan değişkenlere, yöntem ve tekniklere, son olarak da araştırmanın bulgularına yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Katkısı

İşletmenin yenilik yapabilme yeteneğinin işletme performansının önemli bir parçası olduğu literatürde kabul gören bir görüştür. Bu görüş doğrultusunda işletmenin yenilikçilik düzeyi ile işletmenin finansal performansı arasında doğrusal bir ilişki bulunduğunu öne sürülebilir.

Buradan hareketle çalışmanın amacı, işletmelerin yenilikçilik düzeyinin işletmelerin finansal performansı üzerinde etkisinin olup olmadığının Türkiye’de faaliyet gösteren ve Kurumsal Yönetim Endeksi’nde yer alan şirketler odağında, incelenmesi olarak belirlenmiştir.

Literatürde, yenilikçilik ve işletme performansı veya finansal performans arasındaki ilişkiyi inceleyen ve bu değişkenler arasında anlamlı ve olumlu yönde ilişki olduğunu tespit eden bir çok çalışma bulunmaktadır (Damanpour, 1991; Han vd., 1998; Calantone vd., 2002; Jong & Vermeulen, 2003; Hult vd., 2004; Cho & Pucik, 2005; Löf & Heshmati, 2006; Matsuo, 2006; Prajogo, 2006; Zehir & Özşahin, 2006; Erdil & Kitapçı, 2007; OrfilaSintes & Mattsson, 2009; Eren vd., 2010; Rhee vd., 2010; Erdem vd., 2011; Jimenez & Sanz-Valle, 2011; Çiçek & Onat, 2012; Atalay vd., 2013; Bigliardi, 2013; Muiruri & Ngari, 2014; Öncü vd., 2015; Kitapçı & Çömez, 2016; Şişmanoğlu & Akçalı, 2016). Yenilikçilik ve finansal performans ilişkisinin belirlenmesine yönelik yapılan çalışmalarda yenilikçiliğin ölçülmesinde daha çok anket yönteminden yararlanıldığı söylenebilir. Bu çalışmada ise yenilikçilik kavramı içerik analizi yöntemi ile ölçülmüştür. Aynı zamanda çalışmada, araştırma sorusuna tek bir dönem yerine birden fazla döneme ait verilerden yararlanılarak yanıt aranmıştır ve araştırma yönetimi olarak panel

veri analiz yöntemi tercih edilmiştir. Bu açıdan çalışmanın literatüre yönetsel olarak farklılık kazandırdığı düşünülmektedir.

Aynı zamanda bu çalışma ile şirketlerin yenilikçilik düzeyinin karlılık üzerinde etkisi olduğu yönündeki genel inanış doğrultusunda ampirik bir çalışma yapılmıştır. Çalışmamızın gerek yöntem gerekse de bulguları ile Türkçe literatüre önemli katkı yapacağı ve ileride yapılacak çalışmalara yol göstereceği öngörülmektedir.

3.2. Araştırmanın Kapsamı

Çalışma, Türkiye’de faaliyet gösteren ve Borsa İstanbul Kurumsal Yönetim Endeksi’nde yer alan 20 şirket ile gerçekleştirilmiştir. Çalışma, 2012 – 2016 dönemini kapsamaktadır.

Çalışmanın kapsamı belirlenirken Kurumsal Yönetim Endeksi’ne dahil olan şirketlerin kamuoyuna daha açık ve daha doğru bilgi açıkladığı varsayıldığından, bu endekste yer alan şirketlerin çalışma kapsamına alınması tercih edilmiştir. Çalışma kapsamına dahil edilecek şirketler belirlenirken söz konusu şirketin araştırma döneminin tamamında endeks içerisinde yer alması şartı aranmıştır. Bunun yanı sıra, finans alanında faaliyet gösteren şirketler başka alanlarda faaliyet göstermeleri Kanunlar ile yasaklandığından çalışma kapsamından çıkarılmıştır. Söz konusu şirketlerin girişimcilik alanında yapılacak deneysel çalışmalara dahil edilmesi elde edilecek bulgularda sapmalara neden olacağı düşünülmektedir.

Sonuç olarak çalışma, 20 şirkete ait 2012–2016 yılları arasındaki 5 dönemi kapsamaktadır. Çalışma kapsamına dahil edilen 20 şirketin adları Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo 1: Araştırma Kapsamındaki Şirketlerin Listesi

Sıra	Kod	Şirket Adı
1	AEFES	Anadolu Efes Biracılık A.Ş.
2	ARCLK	Arçelik A.Ş.
3	AYGAZ	Aygaz A.Ş.
4	CCOLA	Coca-Cola İçecek A.Ş.
5	DOHOL	Doğan Şirketler Grubu Holding A.Ş.
6	HURGZ	Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş.
7	IHEVA	İhlas Ev Aletleri İmalat Sanayi ve Ticaret A.Ş.
8	IHLAS	İhlas Holding A.Ş.
9	LOGO	Logo Yazılım Sanayi ve Ticaret A.Ş.
10	OTKAR	Otokar Otomotiv ve Savunma Sanayi A.Ş.
11	PETKM	Petkim Petrokimya Holding A.Ş.
12	PRKAB	Türk Prysmian Kablo ve Sistemleri A.Ş.
13	PRKME	Park Elektrik Üretim Madencilik Sanayi ve Ticaret A.Ş.
14	TAVHL	Tav Havalimanları Holding A.Ş.
15	TOASO	Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş.
16	TTKOM	Türk Telekomünikasyon A.Ş.
17	TTRAK	Türk Traktör ve Ziraat Makineleri A.Ş.
18	TUPRS	Tüpraş-Türkiye Petrol Rafinerileri A.Ş.
19	VESTL	Vestel Elektronik Sanayi ve Ticaret A.Ş.
20	YAZIC	Yazıcılar Holding A.Ş.

Çalışmanın modelinde yer alan her bir değişken için toplam 100 adet (20 şirket * 5 yıl) veriden yararlanılmıştır.

3.3. Çalışmanın Hipotezleri

Çalışmanın temel öngörüsü; yenilikçiliğin işletmelerin finansal performansına etki eden önemli bir faktör olduğudur. Bu öngörü çerçevesinde cevaplanmak istenen araştırma sorusu “İşletmelerin yenilikçilik düzeyi, işletmelerin finansal performansı üzerinde etkili midir?” şeklinde olmuştur.

Çalışma kapsamında test edilmek istenilen hipotez, araştırma sorusuna yanıt bulmak amacıyla önceki bölümlerde anlatılanlar ve daha önce yapılan çalışmalar çerçevesinde belirlenmiştir.

Ağca & Karademir (2008)’in imalat sektöründe faaliyet gösteren şirketler üzerine hazırladıkları çalışmada yenilikçilik ile işletme performansını oluşturan boyutlardan karlılık ve verimlilik arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Benzer şekilde, yenilikçilik ve firma performansı arasındaki ilişkinin araştırıldığı Atalay vd., (2013)’nin çalışmasında teknolojik yeniliğin firma performansı üzerinde önemli ve pozitif bir etkisinin olduğu sonucuna varılmıştır. Bu anlamda yenilikçiliğin firma performansı üzerindeki etkisini belirleyebilmek amacıyla oluşturulan hipotez aşağıdaki gibidir:

H₁: İşletmelerin yenilikçilik düzeyinin işletmelerin finansal performansı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

Hipotezin test edilebilmesi için finansal performansın bağımlı değişken; yenilikçilik düzeyinin ise bağımsız değişken olarak yer aldığı araştırma modelinden elde edilecek katsayının yorumlanması ile test edilecektir.

3.4. Araştırma Modeli

Araştırma sorusu dikkate alınarak hazırlanan hipotezin test edilebilmesi için finansal performansın bağımlı değişken; yenilikçilik düzeyinin ise bağımsız değişken olarak ele alındığı regresyon modeli kullanılmıştır. Hipotezin test edilmesi için kurulan model aşağıdaki gibidir:

$$AKO_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{Yenilik}_{it} + \varepsilon_{it}$$

AKO : Aktif Karlılık Oranı

Yenilik : İşletmenin Yenilikçilik Düzeyi

ε : Hata Terimi

Modelin çözümünden elde edilecek katsayı hipotezin kabul edilip edilemeyeceğini noktasında etkili olacaktır. Yenilikçilik değişkeninin işletmelerin finansal performansı üzerinde etkili olup olmadığı α_1 katsayısına bakılarak karar verilebilir. Modelin çözümünden elde edilen α_1 katsayısının istatistiksel olarak anlamlı olması durumunda H₁ hipotezi kabul edilecektir. Diğer bir ifadeyle; yenilikçilik değişkenine ilişkin olarak elde edilen α_1 katsayısının istatistiksel olarak anlamlı olması, yenilikçiliğin işletmelerin finansal performansı üzerinde etkili olduğuna işaret etmektedir. Elde edilen α_1 katsayısının pozitif (negatif) olması, yenilikçilik düzeyindeki artışın işletmenin finansal performansını artırdığı (azalttığı) şeklinde yorumlanacaktır.

3.5. Modelde Kullanılan Değişkenler

Bu başlık altında, araştırma modelinde kullanılan değişkenler ve değişkenlerin nasıl elde edildiğine ilişkin bilgiler yer almaktadır. Bu başlık altında ilk olarak modelde bağımsız değişken olarak yer alan yenilikçiliğe; sonrasında ise bağımlı değişken olan finansal performansa ilişkin açıklamalara yer verilmiştir.

3.5.1. Yenilikçilik

Literatürde, yenilikçilik değişkeni genellikle anket yöntemi kullanılarak ölçülmüştür. Söz konusu çalışmada ise yenilikçilik değişkenini ölçmek için içerik analizi yöntemi tercih edilmiştir. Bu çalışmada anket yönteminin tercih edilmemesinin nedenleri; öncelikle anket formunu cevaplayan kişinin şirketin yenilikçilik konusundaki politikalarını yansıtacak yetki ve bilgiye sahip olmasının gerekmesi ve büyük çaplı kurumsal işletmelerde tek bir kişiden veya kişilerden alınacak cevapların işletmenin tamamını yansıttığını varsaymanın sağlıklı görünmemesidir.

Yenilikçilik değişkeninin belirlenmesinde kullanılan ve çalışmada uygulanan yöntem olan içerik analizi yöntemi, şirketlerin faaliyet raporlarının incelenmesini kapsamaktadır. Stratejik yönetim araştırmacıları, çok

kapsamlı araştırma akışları içindeki elde edilmesi zor verileri toplamak için içerik analizine güvenmektedir (Short & Palmer, 2008:727).

Büyük çaplı kurumsal işletmeler faaliyet raporlarını düzenli olarak kendi internet siteleri aracılığıyla halka açıklamaktadır. İşletmelerin faaliyet raporlarına istenilen zamanda tekrar ulaşılabilmesi, farklı kullanıcıların da aynı rapor metnini inceleyebilmesi gibi nedenler yapılan çalışmaların güvenilirliğinin ölçülmesine veya tekrar edilebilmesine olanak sağlamaktadır (Short & Palmer, 2008:729).

İçerik analizi yönteminde herhangi bir konuyu analiz ederken öncelikle metin içerisinde aranacak sözcüklerden oluşan kodlama listesinin (araştırma sözlüğünün) oluşturulması gerekmektedir. Short vd. (2010)'in yöntemi ve oluşturduğu kodlama listesi, literatürde önemli bir yere sahip olup; birçok çalışmada kullanılmış ve çok sayıda çalışmadan atıf almıştır. Covin & Lumpkin (2011), Slevin & Terjesen (2011), Kreiser vd. (2013) bu çalışmalara örnek olarak verilebilir.

Hem girişimcilik literatüründe sıklıkla kullanılması hem de geçerliliğe ve güvenilirliğe sahip olması nedeniyle bu çalışmada, girişimsel oryantasyonun belirlenmesi için Short vd. (2010) tarafından oluşturulan kodlama listesi kullanılmıştır. Kelimelerin seçiminde Short vd. (2010)'un kodlama listesinde yer alan kelimelerin Türkçe karşılıklarının tamamı kullanılmaya çalışılmıştır. Bazı İngilizce sözcükler ise tek bir Türkçe kelime ile karşılanabilmiştir.

Tablo 2: Yenilikçilik Kavramı için Kelime Listesi

Yenilikçilik	açık fikirli, adapte etmek, akademi, akıllı, amaçlamak, araştırmak, arzulamak, becerikli, büyüme, canlandırmak, değişiklik yapmak, değişim, desteklemek, devrim, dönüştürmek, eğitim, farklılık yaratmak, fikir, geliştirmek, geliştirmek, gerçekleştirmek, girişim, hayal etmek, hayal gücü, hedeflemek, icat etmek, ilerleme, inovasyon, iyileştirme, kalite, keşfetmek, lisans, markalaşmak, misyon, modern, mükemmellik, nitelikli, orijinal, öncü, özgün, özgürlük tanımak, teşvik etmek, proje, patent, rekabetçi, sürdürülebilirlik, teknopark, teşvik etmek, verimlilik, vizyon, yaratıcı, yaratmak, yeni yatırım, yenilikçi, yenilik, yetenekli.
---------------------	---

Çalışmada yenilikçilik boyutu 63 kelime ile incelenmiş olup; kodlama listesinde yenilikçilik boyutunun hangi kelimeler ile araştırıldığı Tablo 2’de sunulmuştur.

Short vd. (2010)'nin çalışmasına paralel olarak yenilikçilik değişkeni, bir içerik analizi yöntemi olan “kelime kullanım sıklığı” tekniği aracılığıyla hesaplanmıştır. İçerik analizi yöntemi, söyleşiler, açık uçlu anket cevapları, şirket raporları, makaleler gibi nitel verileri analiz etmeye yarayan Nvivo 10 paket programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

Bu teknikle öncelikle yenilikçilik düzeyi için belirlenen kelimelerin faaliyet raporları içerisindeki toplam kullanım sıklıkları (sayısal olarak) her bir şirket ve her bir yıl için ayrı ayrı belirlenmiştir. Sonrasında ise yenilikçilik düzeyine ilişkin kelimelerin toplam kullanım sayısı, faaliyet raporundaki toplam kelime sayısına oranlanmış ve yüzde olarak ifade edilmiştir. Böylelikle her bir şirket ve her bir yıl ait yenilikçilik değerleri elde edilmiştir.

3.5.2. Finansal Performans

İşletme literatüründe genel kabul gören bir sınıflandırmaya göre performans kavramı belli başlı yedi performans boyutu ile incelenmektedir. Bu boyutlar; etkinlik, verim ve girdilerden yararlanma, verimlilik, kalite, yenilik, çalışma yaşamının kalitesi, karlılık şeklindedir (Akal, 2000: 15).

Finansal performans; bir işletmenin sahip olduğu varlıkları ne kadar iyi kullandığının ve gelir yaratabildiğinin ölçüsüdür. Finansal performans; piyasa odaklı, muhasebe odaklı ve algısal olmak üzere üç alt başlıkta ele alınmaktadır. Bu performans türleri aşağıdaki gibi özetlenebilir (Fu & Zeng, 2015):

- Piyasa odaklı – Yatırımcıların elde ettiği getiri ile ölçülür.
- Muhasebe odaklı – İşletmenin elde ettiği kar ile ölçülür.
- Algısal – Anketler ile ölçülür.

Bu çalışmada işletmenin finansal performansı muhasebe odaklı bakış açısıyla ölçülmüştür. Muhasebe odaklı finansal performans, aktiflerin işletmede ne ölçüde karlı kullanıldığını tespit etmek amacıyla kullanılan aktif karlılık oranı ile temsil edilmiştir. Aktif karlılık oranı, dönem karının aktif toplama oranlanması ile Eşitlik 1’de görüldüğü gibi elde edilmektedir.

$$\text{Aktif Karlılık Oranı} = \frac{\text{Dönem Karı}}{\text{Aktif Toplamı}} \quad (1)$$

3.6. Araştırmada Kullanılan Yöntem ve Teknikler

Araştırmanın veri seti hem farklı işletmelere hem de farklı yıllara ait verileri kapsadığı için araştırmanın yöntemi panel veri tahmin yöntemi olarak belirlenmiştir. Panel veri setlerinde belirli bir zaman boyutunda yatay kesit gözlemleri birleştirilmektedir. Araştırma modelinin çözümü ve panel veri analizine ilişkin varsayımlardan sapmaların tespiti için Stata 11 paket programı kullanılmıştır.

Model’deki otokorelasyon, değişen varyans ve yatay kesitsel bağımlılık Driscoll - Kraay standart hataları kullanılarak düzeltilmiş ve bu yöntemle elde edilen regresyon sonuçları yorumlanmıştır.

3.7. Araştırmada Kullanılan Veri Seti ve Tanımlayıcı İstatistikler

Yenilikçilik ile finansal performans arasındaki ilişkinin Borsa İstanbul’da işlem gören ve Kurumsal Yönetim Endeksi’nde yer alan şirketler bazında incelendiği çalışmamızda,

(i) finansal raporlar Kamuyu Aydınlatma Platformu (KAP)’nun resmi internet sitesinden (<http://www.kap.gov.tr/yay/ek/index.aspx>),

(ii) çalışmada yer alan şirketlere ait faaliyet raporları şirketlerin resmi internet sitelerinden, temin edilmiştir.

Araştırma, 2012–2016 yılları arasında faaliyet gösteren 20 şirket ile gerçekleştirilmiştir. Bir bütün olarak bakıldığında toplam $N(20) \times T(5) = NT(100)$ gözlem mevcuttur. Her bir yatay kesit birimi için zaman boyutunda eşit sayıda gözleme sahip olduğundan veri seti dengeli panel olarak nitelendirilmektedir. Söz konusu verilere ilişkin tanımlayıcı istatistikler Tablo 3’te sunulmuştur.

Tablo 3: Değişkenlere Ait Tanımlayıcı İstatistikler

	Aktif Karlılık Oranı	Yenilikçilik
Ortalama	0,053	1,263
Medyan	0,055	1,186
Maksimum	0,227	2,287
Minimum	-0,216	0,574
Std. Sap.	0,077	0,401
Çarpıklık	-0,277	0,474
Basıklık	4,230	2,605
Gözlem Sayısı	100	100

Çalışma kapsamında yer alan 20 adet şirketin ilgili dönem aralığında ortalama aktif karlılık oranı rakamı, 0,053 olarak belirlenmiştir. Söz konusu dönemde en yüksek aktif karlılık oranı rakamı 0,227 iken; en düşük aktif karlılık oranı rakamı - 0,216'dır. En yüksek aktif karlılık oranı değerinin (0,227), 2013 yılında Yazıcılar Holding'in; en düşük aktif karlılık oranı değerinin (-0,216) ise, 2014 yılında Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş.'nin olduğu çalışma sonuçlarından tespit edilmiştir.

İlgili dönem için çalışma kapsamındaki şirketlerin yenilikçilik ortalaması 1,263 olarak belirlenmiştir. En yüksek yenilikçilik rakamı 2,287 iken; en düşük yenilikçilik rakamı 0,574 olarak gerçekleşmiştir. Aynı zamanda finansal performans ile yenilikçilik değişkenlerinin standart sapmalarına bakıldığında, finansal performansın (0,077) yenilikçiliğe (0,401) göre daha az değişkenlik gösterdiği ifade edilebilir.

Araştırma modelinde yer alan değişkenler arasındaki korelasyon matrisi Tablo 4'te sunulmaktadır.

Tablo 4: Korelasyon Matrisi

	Yenilikçilik	Aktif Karlılığı
Yenilikçilik	1.000	
Aktif Karlılığı	0.098	1.000

Değişkenler arasında ekonometrik olarak anlamlı ilişkiler elde edilebilmesi için serilerin durağan özellik göstermesi gerekmektedir. Değişkenlere ait zaman serilerinde trend bulunması durumunda, ilişki gerçek olarak değil, "sahte regresyon" şeklinde ortaya çıkabilmektedir. Bundan dolayı, regresyonun gerçek ve yanıltıcı bir ilişkiden hangisini ifade ettiğinin anlaşılması için zaman serisi verilerinin durağan olup olmadıklarına bakılması gerekmektedir (Tarı, 2010:374). Hem zaman boyutu hem de kesit veri boyutunun kısa olması nedeniyle analize dahil edilen değişkenlere ait serilerin durağanlıklarının tespitinde, ADF-Fisher Ki-Kare ve PP-Fisher Ki-Kare birim kök testleri uygulanmıştır. Yapılan birim kök testlerinin sonuçları Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 5: Değişkenlere Ait Birim Kök Testi Sonuçları

	Yenilikçilik	Aktif Karlılığı	
SABİT	ADF - Fisher	62,601* [0.000]	83,251* [0.000]
	PP - Fisher	76,094* [0.000]	110,897* [0.000]
SABİT VE TRENDLİ	ADF - Fisher	56,818* [0.000]	71,433* [0.000]
	PP - Fisher	88.578* [0.000]	105,898* [0.000]

Notlar: Fisher ADF ve Fisher PP testleri için parantez içindeki rakamlar ADF-Fisher ve PP-Fisher χ^2 istatistiklerine ilişkin p değerleridir. *, simgesi değişkenlerin %1 önem düzeyinde durağan olduğunu göstermektedir.

Tablo 5'te yer alan Fisher ADF ve Fisher PP birim kök testlerindeki sonuçlara dayanarak tüm serilerin durağan oldukları tespit edilmiştir. Bu tespit doğrultusunda, söz konusu seriler ile yapılan analizlerde "sahte regresyon" sorununun olmayacağı varsayılabilir.

3.8. Araştırma Bulguları ve Değerlendirmeler

Model'in çözümünde havuzlanmış panel veri yönteminin mi yoksa sabit etkiler panel veri yönteminin mi kullanılacağına karar verebilmek için standart F-Testi uygulanmıştır. Testten elde edilen bulgular Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6: Standart F-Testi Sonuçları

H₀ : Modelin sabit terimi tüm yatay kesit birimleri için aynıdır.

F-İstatistiği	7,292
Olasılık Değeri	[0.000]

F-İstatistiği ile elde edilen sonuçlar "Modelin sabit terimi tüm yatay kesit birimleri için aynıdır." şeklindeki boş hipotezi doğrulamamış ve %1 önem düzeyinde reddedilmiştir. Bu sonuç, sabit etkiler panel veri modelinin havuzlanmış panel veri modeline göre veriyi daha iyi temsil ettiği şeklinde yorumlanmaktadır.

Bir sonraki aşamada, modelin çözümünde sabit etkiler yöntemi ile rassal etkiler yöntemi arasında tercih yapabilmek amacıyla Hausman Testi uygulanmıştır. Hausman Testi'nden elde edilen bulgulara ise Tablo 7'de yer verilmiştir.

Tablo 7: Hausman Testi Sonuçları

H₀ : Rassal etkiler modeli uygundur.

Ki-Kare İstatistiği	1,779
Olasılık Değeri	[0.182]

Hausman testinden elde edilen ki-kare istatistiğine ve olasılık değerine göre "Modelin çözümünde rassal etkiler yöntemi uygundur." şeklindeki boş hipotez %1 önem düzeyinde kabul edilmiştir.

Modelin çözümüne geçmeden önce, modelin hata terimlerinde varsayımdan sapmalar olarak nitelendirilen otokorelasyon, değişen varyans ve kesitsel bağımlılığın var olup olmadığının tespiti için araştırma yapılması gerekmektedir. Modelin hata terimlerinde otokorelasyonun olup olmadığını tespit etmek için Wooldridge (2002) tarafından geliştirilen panel veri otokorelasyon testi kullanılmıştır. Regresyon modelinde, otokorelasyon testinden sonra değişen varyansın mevcut olup olmadığı Breusch & Pagan (1980) tarafından geliştirilen Breusch-Pagan LM panel değişen varyans testi ile ölçülmüştür. Panel veri modellerinde, otokorelasyon ve değişen varyans sorunları tespit edildikten sonra yatay kesitsel bağımlılık probleminin test edilmesi gerekmektedir. Yatay kesitsel bağımlılık, Pesaran CD Testi ile incelenmiştir. Varsayımdan sapmalar için kullanılan testlere ilişkin sonuçlar Tablo 8'de birlikte sunulmuştur.

Tablo 8: Varsayımdan Sapmalar Test Sonuçları

Wooldridge Panel Veri Otokorelasyon Testi

H₀ : Hata terimleri arasında birinci dereceden otokorelasyon yoktur.

F (1, 19)	6,949
F Olasılık Değeri	[0,016]

Breusch-Pagan LM Panel Değişen Varyans Testi

H₀ : Hata terimleri sabit varyanslıdır.

LM Test İstatistiği	63,842
Serbestlik Derecesi	19,0
Olasılık Değeri	[0.000]

Pesaran Yatay Kesitsel Bağımlılık Testi

H₀ : Yatay kesitsel bağımlılık yoktur.

CD Değeri	0,684
Olasılık Değeri	[0.494]

Tablo 8’den görüleceği üzere “Hata terimleri arasında birinci dereceden otokorelasyon yoktur.” şeklindeki sıfır hipotezi %1 önem düzeyinde reddedilmiştir. Dolayısıyla “Hata terimleri arasında birinci dereceden otokorelasyon yoktur.” şeklinde kurulan sıfır hipotezi kabul edilmemiştir. Breusch-Pagan LM panel değişen varyans testinin sonucuna göre; hata terimlerinin sabit varyanslı olduğu yani bütün birimler için aynı olduğu şeklinde kurulan sıfır hipotezi %5 önem düzeyinde reddedilmiştir. Hem dengeli hem de dengesiz panel veri setleri için etkili sonuçlar ortaya koyabilen Pesaran CD testi sonuçlarına göre; “Yatay kesitsel bağımlılık yoktur.” şeklindeki sıfır hipotezi %1 önem düzeyinde kabul edilmiştir. Diğer bir ifadeyle; araştırma modelinde yatay kesitsel bağımlılık söz konusu değildir.

Model’deki otokorelasyon ve değişen varyans düzeltilerek elde edilen regresyon sonuçları Tablo 9’da verilmiştir.

Tablo 9: Model Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	Katsayı	t Değeri	Olasılık Değeri
Sabit Terim #	1,236*	50,93	[0,000]
Yenilikçilik	0,191*	3,71	[0,001]
R ²	0,010		
F Değeri	13,75		
Gözlem Sayısı	100		

* %1 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlılığı belirtmektedir.

Model’den elde edilen bulgulara göre; yenilikçilik değişkeni ile finansal performans arasında %1 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif (doğru yönlü) bir ilişki bulunmuştur. Yenilikçilik değişkenine ilişkin Model’den tahmin edilen katsayı (0,191) göz önünde bulundurulduğunda, yenilikçilik düzeyindeki bir birimlik artış (azalış) işletmelerin finansal performansında yaklaşık olarak 0,19 birimlik yükselişe (azalışa) neden olmaktadır. Elde edilen bulgu, yazında daha önce yapılan çalışmalarda ortaya konulmuş olan yenilikçiliğin işletme performansını pozitif bir şekilde etkilediği yönündeki bulguları desteklemektedir.

Model’in tahmin edilen F değeri (13,75) ve bu değere ilişkin olarak ortaya çıkan olasılık değeri [0,000] modelin bir bütün olarak geçerli olduğunu göstermektedir. Başka bir ifade ile Model’in tahmini katsayısına güvenilerek değerlendirme yapmak mümkündür.

Model’in R² değeri, modelde yer alan bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki açıklama gücünü göstermektedir. Bu bilgiye göre; Model’de hesaplanan R² değeri (0,010) temel alınarak, yenilikçilik işletmelerin finansal performansındaki değişikliğin yaklaşık olarak %1’ini açıklamaktadır.

Modelden elde edilen bulgu değerlendirildiğinde araştırma kapsamındaki şirketler açısından incelenen dönemde şirketlerin sahip olduğu yenilikçiliğin şirketlerin finansal performansı üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

4. Sonuç ve Öneriler

İşletmeler rekabet avantajı sağlayabilmek, varlıklarını devam ettirebilmek ve kar sağlayabilmek için yenilik faaliyetlerine gün geçtikçe daha fazla ihtiyaç duymaktadır. Artık işletmelerin şirket politikalarını oluştururken

yenilik yapmayı öncelikli olarak düşünmeleri bir gereklilik olarak ortaya çıkmaktadır. Bu anlamda yenilikçilik kavramının daha da ön plana çıktığı dönemlerde, bu kavramın çeşitli araştırmalarda ele alınması ve işletmelerin performansı ile ilişkisinin incelenmesi önemli olmaktadır. Bu doğrultuda bu çalışmanın amacı; yenilikçilik kavramının işletmelerin finansal performansı üzerinde etkisinin olup olmadığının, Türkiye’de faaliyet gösteren ve Kurumsal Yönetim Endeksi’nde yer alan şirketler odağında, incelenmesi olarak belirlenmiştir. Çalışma, “İşletmelerin yenilikçilik düzeyi, işletmelerin finansal performansı üzerinde etkili midir?” araştırma sorusu çerçevesinde belirlenmiştir. Çalışmada, araştırma sorusuna Türkiye’de faaliyet gösteren ve Borsa İstanbul Kurumsal Yönetim Endeksi’nde yer alan 20 şirkete ait 2012–2016 yılları arasını kapsayan yıllık faaliyet raporları üzerinden cevap aranmıştır. Araştırma sorusu temel alınarak hazırlanan hipotezin test edilebilmesi için finansal performansın bağımlı değişken; yenilikçiliğin ise bağımsız değişken olarak ele alındığı regresyon modeli kullanılmıştır.

İşletmelerin yenilik yapma düzeylerinin işletme performansı üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu literatürde daha önce yapılmış olan çalışmalarda görülmektedir. Bu çalışmadan elde edilen bulgu, yazında yer alan çalışmaların sonuçlarıyla tutarlı olarak, yenilikçilik ile finansal performans arasında doğru yönlü bir ilişkinin istatistiksel olarak var olduğunu göstermektedir.

Sonuç olarak; araştırmadan elde edilen bulgular işletmelerin finansal performansının yenilikçilik düzeyinden etkilendiğini göstermektedir. Çalışmadan elde edilen bulgular ışığında, işletmelerin performanslarını arttırabilmeleri için yenilikçilik seviyelerini yüksek tutmaları önerilmektedir. Bunun yanısıra işletmelerin yenilikçilik seviyesindeki artışın finansal performansa olumlu yansıdığı bulgusuna dayanarak, işletmelerin yenilikçilik eğiliminde olabilmeleri için politika ve stratejilerini yenilikçiliği göz önünde bulundurarak belirlemeleri ve faaliyetlerini ve yatırımlarını bu doğrultuda yapmaları faydalı görülmektedir.

Çalışma kapsamı, Borsa İstanbul Kurumsal Yönetim Endeksi altında işlem gören 20 işletme ile sınırlandırılmıştır. Dolayısıyla modelin çözümünden elde edilen bulgular ve yapılan yorumlamalar çalışmanın kısıtları göz önünde bulundurularak değerlendirilmelidir. Aynı zamanda, çalışmadan elde edilen bulgular Türkiye sermaye piyasasında işlem gören şirketler açısından değerlendirilmelidir. Bununla birlikte farklı işletmeler ya da farklı ülkelerin sermaye piyasası üzerine yapılacak çalışmalar, farklı sonuçların ortaya çıkmasını sağlayabilir. Türkiye’nin rakibi sayılabilecek diğer gelişmekte olan ülke piyasalarına yönelik yapılacak çalışmaların da karşılaştırma noktasında bu çalışmanın tamamlayıcısı olacağı düşünülmektedir.

Bu çalışma, işletmelerin yenilikçilik eğiliminin finansal performansları üzerinde etkili olup olmadığı sorusuna odaklanmıştır. İşletmelerin finansal performansı çok yönlü bir kapsamda ele alınabileceği için sadece yenilikçiliğin bu kavram üzerinde etkisinin olduğunu düşünmek ya da yenilikçilik ile açıklamaya çalışmak doğru olmayacaktır. Bu nedenle, farklı örgütsel faktörlerin finansal performans üzerindeki etkilerini belirlemeye yönelik gelecekte yapılacak çalışmaların literatürü zenginleştireceği düşünülmektedir.

Çalışmada, tek bir dönem yerine birden fazla döneme ait verilerden yararlanılarak araştırma sorusuna cevap aranmıştır. Bu açıdan çalışma literatüre yönetsel olarak farklılık kazandırmaktadır. İşletmelerin yenilikçilik eğiliminde olmalarının ürün ve hizmet kalitesini geliştireceği ve karlılık, satışlar gibi başarı kriterlerine önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Bu çalışma ve ileride yapılacak olan çalışmalar, işletmelerdeki karar alıcılara yenilikçilik eğilimlerini nasıl geliştirebilecekleri ve destekleyebilecekleri konusunda yardımcı olacaktır. İşletmelerin gelecekte rekabet gücünü sürdürebilmeleri açısından yenilikçilik kavramının önemli bir faktör olması nedeniyle bu çalışma işletme ile ilgili çıkar gruplarının bir işletmenin yenilikçilik yönü hakkında değerlendirmelerde bulunmasına katkı sağlayacaktır.

Kaynakça

Ağca, V., & Kandemir, T. (2008). Aile İşletmelerinde İç Girişimcilik Finansal Performans İlişkisi: Afyonkarahisar’da Bir Araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(3), 209-230.

Akal, Z. (2000). *İşletmelerde Performans Ölçüm ve Denetimi*. Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları.

- Atalay, M., Anafarta, N., & Sarvan, F. (2013). The relationship between innovation and firm performance: An empirical evidence from Turkish automotive supplier industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 75, 226-235.
- Bigliardi, B. (2013). The effect of innovation on financial performance: A research study involving SMEs. *Innovation*, 15(2), 245-255.
- Breusch, T., & Pagan, A. (1980). The Lagrange Multiplier Test and its Applications to Model Specification in Econometrics. *Review of Economic Studies*, 47, 239-253.
- Calantone, R. J., Cavusgil, S. T., & Zhao, Y. (2002). Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance. *Industrial Marketing Management*, 31, 515-524.
- Cho, H.-J., & Pucik, V. (2005). Relationship Between Innovativeness, Quality, Growth, Profitability, and Market Value. *Strategic Management Journal*, 26, 555-575.
- Covin, J. G., & Lumpkin, G. T. (2011). Entrepreneurial Orientation Theory and Research: Reflections on a Needed Construct. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(5), 855-872.
- Çiçek, H., & Onat, O.K. (2012). İnovasyon Odaklı Faaliyetlerin Firma Performansına Etkisinin Veri Zarflama Analizi İle Belirlenmesi; İMKB Üzerine Bir Araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(7), 46-53.
- Damanpour, F. (1991). Organizational Innovation: A Meta-Analysis of Effects of Determinants and Moderators. *The Academy of Management Journal*, 34(3), 555-590.
- Erdem, B., Gökdeniz, A., & Met, Ö. (2011). Yenilikçilik ve İşletme Performansı İlişkisi: Antalya'da Etkinlik Gösteren 5 Yıldızlı Otel İşletmeleri Örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26(2), 77-112.
- Erdil, O., & Kitapçı, H. (2007). TKY Araçlarının Kullanımı ve Firma Yenilikçiliğinin Yeni Ürün Geliştirme Hızı ve İşletme Performansına Etkisi. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(1), 233-245.
- Eren, Ş., Yücel, R., & Eren, S. S. (2010). Firma Performansına Etkileri Kapsamında Çevresel Olumsuzluk Pazar Dinamizmi Müşteri Odaklılık ve Yenilikçilik Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi. *Journal of Yasar University*, 18(5), 3102-3116.
- Fu, G., & Zeng, P. (2015). The relationship between corporate social performance and corporate financial performance: a literature review of twenty years. (Der: Dawei Zheng), Tianjin, China: Education Management and Management Science.
- Han, J. K., Kim, N., & Srivastava, R. K. (1998). Market Orientation and Organizational Performance: Is Innovation a Missing Link?. *Journal of Marketing*, 62(4), 30-45.
- Hult, G. T. M., Hurley, R. F., & Knight, G. A. (2004). Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance. *Industrial Marketing Management*, 33, 429-438.
- Jimenez-Jimenez, D., & Sanz-Valle, R. (2011). Innovation, organizational learning, and performance. *Journal of Business Research*, 64, 408-417.
- Jong, J. P.J., & Vermeulen, P. A.M. (2003). Organizing successful new service development: a literature review. *Management Decision*, 41(9), 844-858.
- KAP. (2017). <http://www.kap.gov.tr/yay/ek/index.aspx>, Erişim Tarihi: 04.09.2017.

- Kitapçı, H., & Çömez, P. (2016). The Effect of Innovation and Organizational Learning on Firm Performance: An Empirical Study in Quality Oriented Firms. *International Journal of Research in Commerce & Management*, 7(3), 28-34.
- Kreiser, P. M., Marino, L. D., Kuratko, D. F., & Weaver, K. M. (2013). Disaggregating Entrepreneurial Orientation: The Non-Linear Impact of Innovativeness, Proactiveness and Risk-Taking on SME Performance. *Small Business Economics*, 40(2), 273-291.
- Lööf, H., & Heshmati, A. (2006). On the relationship between innovation and performance: A sensitivity analysis. *Economics of Innovation and New Technology*, 15(4/5), 317-344.
- Lumpkin, G. T., & Gregory, G. D. (1996). Clarifying The Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance. *The Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
- Matsuo, M. (2006). Customer orientation, conflict, and innovativeness in Japanese sales departments. *Journal of Business Research*, (59), 242-250.
- Muiruri, J. K., & Ngari, J. M. (2014). Effects of Financial Innovations on the Financial Performance of Commercial Banks in Kenya. *International Journal of Humanities and Social Science*, 4(7), 51-57.
- Orfila-Sintes, F., & Mattsson, J. (2009). Innovation behavior in the hotel industry. *Omega The International Journal of Management Science*, 37, 380-394.
- Öncü, M. A., Bayat, M., Kethüda, Ö., & Zengin, E. (2015). Yenilik ve Müşteri Performansının Finansal Performans Üzerindeki Etkisi: Orta Ölçekli Sanayi İşletmelerinde Bir Araştırma. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, XXXVII(I), 149-164.
- Prajogo, D. I. (2006). The Relationship between Innovation and Business Performance-A Comparative Study between Manufacturing and Service Firms. *Knowledge and Process Management*, 13(3), 218-225.
- Rhee, J., Park, T., & Lee, D. H. (2010). Drivers of innovativeness and performance for innovative SMEs in South Korea: Mediation of learning orientation. *Technovation*, 30, 65-75.
- Short, J. C., Broberg, J. C., Coglisier, C. C., & Brigham, K. H. (2010). Construct Validation Using Computer-Aided Text Analysis (CATA)- An Illustration Using Entrepreneurial Orientation. *Organizational Research Methods*, 13(2), 320-347.
- Short, J. C., & Palmer, T. B. (2008). The Application of Diction to Content Analysis Research in Strategic Management. *Organizational Research Methods*, 11(4), 727-752.
- Slevin, D. P., & Terjesen, S. A. (2011). Entrepreneurial Orientation: Reviewing Three Papers and Implications for Further Theoretical and Methodological Development. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(5), 973-987.
- Standing, C., & Kiniti, S. (2011). How can organizations use wikis for innovation?. *Technovation*, 31, 287-295.
- Şişmanoğlu, E., & Akçalı, B. Y. (2016). The Effect of Innovation on Financial Performance of Some Information and Technology Companies in Turkey. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri ve İstatistik Dergisi*, 24, 82-93.
- Tarı, R. (2012). *Ekonometri*. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Wooldridge, J. (2002). *Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data*. London: The MIT Press.
- Zehir, C., & Özşahin, M. (2006). Stratejik Karar Verme Hızını Etkileyen Örgütsel, Çevresel Faktörler Ve Firma Performansı İlişkisi: İmalat Sektöründe Bir Saha Çalışması. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1), 137-157.