

**T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ SOSYAL
BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ ULUSLARARASI
BANKACILIK VE FİNANS BÖLÜMÜ**

**TÜRK BANKACILIĞINDA
İNOVASYON
VE
KREATİF BANKACILIK**

Başak Arıkan

YÜKSEK LİSANS TEZİ

İSTANBUL2015

**T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ SOSYAL
BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ ULUSLARARASI
BANKACILIK VE FİNANS BÖLÜMÜ**

**TÜRK BANKACILIĞINDA
İNOVASYON
VE
KREATİF BANKACILIK**

Yüksek Lisans Tezi

Başak ARIKAN

1150Y75109

Danışman: Doç. Dr. Esin OKAY

İstanbul, Ocak 2015

T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ONAY SAYFASI

Yüksek lisans öğrencisi Berkay Arkan in "Türk Bankacılığında İnovasyon ve Kreatif
konulu tez çalışması jürimiz tarafından Uludağ Bankacılık ve Finans Yüksek Lisans tezi Bankacılık
olarak (oybirliği / oyçokluğu) ile başarılı bulunmuştur.

Adı- Soyadı

İmza

Tez Danışmanı : Prof. Dr. Esin Okay Esin Okay

Jüri Üyesi Prof. Dr. Yusuf TUNA Y. Tuna

Jüri Üyesi Yrd. Doç. Dr. A. Eray A. Eray

Hazırlamış olduğum tez özgün bir çalışma olup YÖK ve İTİCÜ Lisansüstü Yönetmeliklerine uygun olarak hazırlanmıştır. Ayrıca, bu çalışmayı yaparken bilimsel etik kurallarına tamamiyle uyduğumu; yararlandığım tüm kaynakları gösterdiğimi ve hiçbir kaynaktan yaptığım ayrıntılı alıntı olmadığını beyan ederim. Bu tezin ihtiva ettiği tüm hususlar şahsi görüşüm olup İstanbul Ticaret Üniversitesinin resmi görüşünü yansıtmamaktadır.

İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

KISALTMALAR	iv
ŞEKİL LİSTESİ	v
TABLO LİSTESİ	vi
ÖZET	vii
ABSTRACT	viii
GİRİŞ	1
1. İNOVASYON KAVRAMI VE TANIMI	7
1.1. İnovasyonun Tanımı.....	7
1.2. İnovasyonun İçeriği	10
1.3. İnovasyon ve Kurumsal Değişim	15
1.4. İnovasyon ve Strateji	15
1.5. İnovasyonun İşletmeler İçin Önemi	16
1.6. İnovasyonla Sağlananlar	16
1.6.1. Rekabet Avantajı	16
1.6.2. Ürün ve Hizmetlerde Farklılık	16
1.6.3. Artan Müşteri Memnuniyeti.....	17
1.7. Finansal Yenilikler Dönemi ve Finans Dünyasında İnovasyonun Yeri.....	18
1.7.1. Finansal Yenilikler	18
1.7.2. Finansal Küreselleşme	19
1.7.3. Finansal Küreselleşmenin Etkileri	20
1.7.4. Finans Dünyasında İnovasyonun Yeri.....	22
2. BANKACILIKTA İNOVASYON VE KREATİF BANKACILIK	
UYGULAMALARI	24
2.1. İnovasyon ve Kreativite	33
2.2. Bankacılıkta İnovasyon ve Kreativite	33
2.2.1. Kreativite Kavramı ve Tanımı	32
2.2.2. Bankacılıkta İnovasyonun Önemi	35
2.2.3. İnovatif Bankacılık Uygulamaları.....	36
2.2.3.1. İnovatif Ürün Stratejileri.....	36
2.2.3.2. Hizmetlerin Yapılandırılması Sırasında İnovatif Yaklaşımlar.....	39

2.2.3.2.1. Müşterilere Yeni Bir Hizmet Sunulması	39
2.2.3.2.2. Hizmet Sunumunda Farklılık Yaratılması	40
2.2.4. Kreatif Bankacılık ve Örnekleri	40
2.2.4.1. Bankaların Telefon Bankacılığı Hizmetleri	42
2.2.4.2. İnternet Bankacılığı Hizmetleri.....	43
2.2.4.3. Cep Şubesi Hizmetleri	45
2.2.4.4. iPhone, iPad, Android Telefon ve Android Tablet Uygulamaları	46
2.2.4.5. Cep Bankacılığı İşlemlerinde Sosyal Ağların da Kullanılması ...	46
3. TÜRK BANKACILIK SEKTÖRÜNDE KREATİF BANKACILIK UYGULAMALARINA ÖRNEKLER	48
3.1. Garanti Bankası Örneği.....	48
3.2. Diğer Türk Bankalarının İnovatif Ürün Ve Hizmetleri.....	67
3.3. Garanti Bankası'nın Finansal Alandaki Diğer İnovasyon Ürünleri.....	77
SONUÇ	99
KAYNAKÇA	102

KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
a.g.d.	Adı geçen doküman
Ar-Ge	Araştırma-Geliştirme

ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa No.

Şekil 1.1. İnovasyonun Genel Tanımı ve İktisadi Birimler Açısından Önemi.....	11
Şekil 1.2. Etkileşimli Bir İnovasyon Süreci Modeli.....	14
Şekil 2.1. İnovasyonun Ülkeler Açısından Önemi	28
Şekil 2.1. İlk Para Çekme Makinesi – Barclays Bank, Enfield, Kuzey Londra	37
Şekil 2.2. Yeni İnteraktif ATM’ler.....	38
Şekil 2.3. Sanal Kredi Kartı.....	38
Şekil 2.4. İnternet Bankacılığında Güvenlik Gereklere ve Akıllı Parola Uygulaması....	43
Şekil 2.5. İnternet Bankacılığı Güvenlik Uygulamaları ve Ayarları	44
Şekil 2.6. Kişisel LinkedIn Hesabı	47
Şekil 3.1. Garanti ve Çağrı Merkezi hizmeti – Teknoloji İnovasyonu.....	48
Şekil 3.2. Garanti’nin iGaranti Mobil Bankacılık Deneyimi.....	49
Şekil 3.3. Garanti Paramatikleri – İşlem Seçenekleri.....	50
Şekil 3.4. Garanti ATM’leri	51
Şekil 3.5. Türkiye’nin En Büyük Kredi Kartı Platformu: Bonus Card	53
Şekil 3.6. Garanti Faktoring	54
Şekil 3.7. Garanti CepBank uygulaması.....	57
Şekil 3.8. iPhone’da Tek Kullanımlık Şifre Alınması.....	59
Şekil 3.9. iPhone Süper Trader	60
Şekil 3.10. iPhone KonserVe – Garanti Bankası.....	61
Şekil 3.11. Garanti Bankası’nın iPhone 12 Dev Adam Uygulaması.....	62
Şekil 3.12. Nokia X’e Özel Uygulama Garanti Cep Şubesi.....	61
Şekil 3.13. CepŞubesi parola alınma işlemleri.....	63
Şekil 3.14. Garanti Bankası’ndan Dijital Trendlere Bakış Sunan E-Kitap: Influx.....	66
Şekil 3.15. Finansal İnovasyon ve Garanti	68
Şekil 3.16. CEPWAP Akıllı Şifre uygulaması	70
Şekil 3.17. DenizBank’ın FastPay Mobil Cüzdan Uygulaması.....	75
Şekil 3.18. DenizBank Facebook	76
Şekil 3.19. Kuveyt Türk’ten “Altın Köşe” hizmeti	77
Şekil 3.20. Kuveyt Türk’ten “Altın Çek”	78
Şekil 3.21. Albaraka Türk & LinkedIn.....	79

Şekil 3.22. Sanal Pos 80

TABLO LİSTESİ

Sayfa No.

Tablo 1.1. Çeşitli Alanlarda 35 Ürün ve Üretim Sürecinde İcatların Yeniliğe Dönüşme Süreleri	9
Tablo 1.2. OECD-Eurostat (2005)'e göre Yenilik (İnovasyon) Türleri.....	12
Tablo 1.3. Trott'a Göre İnovasyonların Türleri	12
Tablo 1.4. İnovasyonun Bütünsel Bir Faaliyet Olarak Algılanmamasının Doğuracağı Problemler	13
Tablo 2.1. İnovasyon Sistemleri Yaklaşımlarında Analitik Çerçevelerin Özeti	27
Tablo 2.2. Küresel Rekabet Endeksi ve Alt Kalemleri	29
Tablo 2.3. İnovasyon Göstergeleri Dünya Sıralaması	29
Tablo 2.4. 19. Yüzyıl Ortasından 20. Yüzyıl Ortasına Kadar 13 Sanayi Sektöründe Başlıca İcatlar ve İcatlarla Temel Yenilikler Arasındaki Zaman Farkları....	30
Tablo 3.1. Rakamlarla Garanti (2012)	52
Tablo 3.2. Garanti Bankası'nın Yenilikçi Uygulamalarına Bazı Örnek	64
Tablo 3.3. Garanti'nin 2014 Projeksiyonu	67

ÖZET

İnovasyon daha önce olmayan, bilinmeyen bir fikri, uygulamayı, ürünü ya da hizmeti ortaya çıkarmaktır. İcat kapsamındadır. İnovasyonun, inovasyon olabilmesi için insanlığa bir fayda da sağlaması gerekmektedir.

İnovasyon son yıllarda popüler olmuş bir kavramdır. Popüler olmasının sebebi inovatif çözümlerin çeşitli sektörlerde firmalara rekabetsel avantajlar kazandırdığının anlaşılmasıdır. İnovasyona önem veren ve ona yatırım yapan firmalar bunun karşılığını görmektedir. Birçok örnekte bu görülmektedir. İnovasyonlarla firmalara, firmaların ürün ve hizmetlerinde fark yaratılmaktadır. Böylece inovasyonlar çok önem kazanmaktadır.

İnovasyonlar bankacılık sektöründe de sağladığı faydalardan dolayı yoğun uygulamalara sahiptir. Bankacılık sektöründeki inovasyonlara baktığımızda teknolojik gelişmelerin ona rehberlik ettiğini görmekteyiz. Bankacılık sektöründe de inovatif çözümlerle fark yaratılmakta, böylece müşteri memnuniyeti artırılıp ürün ve hizmetlerin satışında artış sağlanmaktadır. Sonuçta böylece bankalar rekabetsel avantajlar elde etmektedirler.

Anahtar sözcükler: İnovasyon, İcat, Fayda, Rekabetsel avantaj, Bankacılık sektörü, Teknolojik gelişmeler, Müşteri memnuniyeti, Ürün, Hizmet, Satış.

ABSTRACT

Innovation is revealing a thing that currently it's not found and known; it can be an opinion, application, product or service. In fact it's in the scope of inventions. For can existence as an innovation a necessity is that it must provide a benefit to the mankind.

As a concept innovation has gained its popularity in recent years. Because of has been understood that innovative solutions gained competitive advantages to the firms in several sectors. Giving importance to and making investments for it the firms get its return. In many examples we see that. With the innovations a difference to the firms and to their products or services is created. In this way innovations gain the most importance.

In the banking sector innovations have wide applications too, because of from them provided benefits. When we looked at the innovations in the banking sector it's seen that technological advances lead it. In the banking sector, by the innovative solutions a difference created too, in this way customer satisfaction levels and the number of sales of the products or services is increased. Ultimately, in this way the banks gain competitive advantages.

Keywords: Innovation, Invention, Benefit, Competitive advantage, Banking sector, Technological advancements, Customer satisfaction, Product, Service, Sales.

GİRİŞ

İnovasyon son yıllarda işletme dünyasında popüler olmuş bir kavramdır. Türkçesi 'yenilik' tir. Literatürde çeşitli tanımlamaları yapılmış bulunmaktadır. Bunlardan birinde; Farklılaşmak için fark yaratmak, fark yaratmak için farklı bakmak şeklinde tanımlanmaktadır. Başka bir tanımda inovasyon, farklı, değişik, yeni fikirler geliştirmek ve bunları uygulamak olarak açıklanmaktadır. Tanımlarından da anlaşıldığı gibi inovasyon olmayan bir şeyi gerçekleştirmeyi ve benimsetmeyi içermektedir.

Bu bir fikir olabileceği gibi, yeni bir ürün, hizmet veya hizmetin farklı bir sunumu ya da üretim bandında bir yenilik, üretim yönteminde yenilik, yine işletmenin farklılaşan bir stratejisi ya da herhangi bir uygulaması şeklinde ortaya çıkabilmektedir. Fikir dendiğinde bu yaratıcı fikirler olmaktadır. İnovatif ürün dendiğinde piyasada o güne kadar olmayan bir tane anlaşılmaktadır. Apple'ın iPod ürününü buna örnek olarak verebilmekteyiz. Fikir olarak da inovatif bulunmaktadır. Çünkü esasında Apple bu ürünü ile bir üründen daha fazlasını onu alanlara sunmaktadır. Apple'ın bu örnekte sunduğu şey basitçe imajdır. Bir imaj satılmaktadır ürünle birlikte. Ürünü alanlar onunla toplum içinde prestij kazanacaklarını düşünmektedirler, böyle bir algıyla ürünü satın almaya yönelmektedirler. Bu, markanın tüketiciyle kurduğu bir iletişim yolu olmaktadır. Farklı bir iletişim yolu ve inovatif bir yaklaşım bulunmaktadır.

Hizmet sektöründen bilinen bir örneği Starbucks oluşturmaktadır. Onlar da ürünlerini farklı sunum konseptleri ve müşterilerine verdikleri değerle öne çıkmaktadırlar. Starbucks kafelerine gelenler kendilerini rahat hissetmektedirler. Bu, markanın onlara bir vaadidir. Böylece diğer rakiplerinden ayrılmakta ve avantaj sağlamaktadırlar.

Şirketler giderek daha fazla inovasyona önem vermektedirler. Bunun nedeni farklılaşmak yoluyla rekabetsel avantaj kazanacaklarını bilmeleridir. Gerçekten de inovatif ürün ya da hizmetler geliştirebilen firmalar bunun avantajını görmekte ve rekabette rakipleri karşısında avantajlı hale gelmektedirler. Yapılan araştırmalar bunu göstermektedir. İnovasyon rekabetle ilişkili tanımlandığında, günümüzün hızla değişen rekabet ortamında ayakta kalabilmek için şirketlerin ürünlerini, hizmetlerini ve üretim

yöntemlerini sürekli olarak değiştirmeleri ve yenilemeleri işlemlerine denmektedir. Böylece irili ufaklı işletmelerde bu kapsamda Ar&Ge faaliyetlerine önem verilmektedir. Böylece kurumsal stratejilerle ilişkilendirilmektedir.

İnovasyon kurumsal stratejilerle ilişkili bir kavramdır. İşletmelerin inovatif uygulamaları stratejilerinden kaynaklanır. Böylece önem kazanır. İşletmelerde inovatif fikirlerin ortaya çıkabilmesi için elverişli bir ortamın olması gerekir. Stratejiye önem verilen işletmelerde ortaya çıkması kolaylaşır. Bir kültür olarak işletmede içselleştirilebildiğinde faydası daha kolay görülür. İnovasyon bir kültürdür aynı zamanda. Ona önem veren işletmeler bunun faydasını görebilirler.

İnovasyon yaratıcılık ile de ilişkili bir kavramdır. İnovasyon farklılaşmak, bunun için fark yaratmak ve bunun için de farklı bakabilmekle ortaya çıkmaktadır. Uygulamasında somut bir düşünce, ürün, hizmet veya farklı bir uygulamayla fark yaratılmaktadır. Bunun için yaratıcı düşünceye ihtiyaç olmaktadır. Böylece inovasyon ile yaratıcılık arasındaki ilişki ortaya çıkmaktadır.

Banka kuruluşlarında da inovasyon önem kazanmaktadır. Son yıllarda çeşitli bankalarımız inovatif ürün ve hizmetlerini oluşturarak piyasaya sürmüşlerdir. Bankaların inovatif çözümleri onlara rekabetsel avantajlar sağlamaktadır. İnovatif çözümlerle müşterilere kolaylıklar sunularak ve memnun edilerek rekabette avantaj sağlanmaktadır. Böylece bankacılık sektöründe de inovasyonlar çok önem arz etmektedir.

İnovasyonun genel olarak tüm işletmeler için bizim konumuzla ilgili olarak da bankalara birçok faydası olmaktadır. Örneğin müşteri memnuniyetini artırmaktadır. Bankanın ürün ve hizmetlerinde farklılaşma yaratılması yoluyla müşterilerin memnun edilip işletme değerinin artırılmasını sağlamaktadır. Tüm bunlarla birlikte inovasyona önem veren bankalar rakipleri karşısında avantajlı pozisyona geçmektedir. Rekabetsel avantaj sağlamaktadır. Bankacılık sektöründe artan rekabetle birlikte rekabette avantaj sağlayacak etkili araçlara ihtiyaç olmaktadır. İnovatif çözümlerle bu sağlanmaktadır. Böylece bankalar için inovasyona önem vermek günümüzde bir zorunluluk haline gelmiş bulunmaktadır. Bankaların başarılı olup ayakta kalabilmeleri için bu konuya

önem vermeleri gerekmektedir. Bankacılıkta yenilikçi yaklaşımlar ve bunun sonucunda ortaya çıkarılan ürün, hizmet ya da hizmet sunum şekilleri büyük fark yaratmaktadır. Bankalar bu şekilde faaliyet karlarını artırdıkları gibi işletme yaşam ömürlerini de uzatma garantisi elde etmektedirler.

Bankacılık sektöründe yapılan inovatif uygulamalar büyük ölçüde teknolojiden destek almaktadır. Yeni teknolojilere yatırım yapılarak inovatif çözümler ortaya konmaktadır. Böylece inovatif bir çözümü olan ve bunu piyasaya ilk süren olmanın avantajını bankalar yaşamaktadır. Bunu yapabilenlere rekabetsel üstünlük sağlamaktadır. Yani inovasyon ile tek(el) olma arasında da ilişki vardır. Başka bankalar benzer ürünü ya da hizmeti veya hizmet sunum şeklini müşterilerine sunamadığından diğerleri üzerinde üstünlük kurulmaktadır.

Bankalar finans kuruluşları içinde önemli yer tutmaktadır. Bunların ve diğer finansman kuruluşlarının finansmandaki yenilikleri de fark yaratmaktadır. Böylece finans sektöründe inovasyonlar önem arz etmektedir.

Bankacılık alanında yapılan kreatif, bir başka deyişle yaratıcı uygulamalar çoğalmaktadır. Örnekleri bankaların inovatif ürünleri (banka kartları vb.), telefon bankacılığı, cep bankacılığı, internet bankacılığı vb. uygulamaları oluşturmaktadır. Cep bankacılığı, kısaca cep telefonu ile bankacılıktır. İnternet bankacılığı da internet üzerinden yapılan bankacılık işlemlerinden oluşmaktadır. Dünyada en son çıkan teknolojiler ve araçları (tabletler, android telefonlar vb.) ve sosyal ağlar da bu kapsamda bankalar tarafından değerlendirilmektedir.

Cep bankacılığı işlemlerinde sosyal ağlar da artık kullanılmaktadır. Genel olarak Türk bankaları da farklı ürün ve hizmetlerini müşterileriyle buluşturmak için inovasyona önem vermektedir. Bazı bankaların yaratıcı uygulamalarıyla dikkat çektiği ve öne çıktığı görülmektedir. Garanti Bankası bu bankalarımızdan biridir. İlk olarak, piyasasında bir ilk olan Bonus Card uygulaması ile dikkat çekmiştir. Onu diğer bazı inovatif çözümleri takip etmiştir. Bonus Card, bedava taksitli alışveriş imkânı sunan Türkiye'nin ilk çipli ve çok markalı kredi kartı olmuştur. Yine Shop- Miles alışveriş ile uçuş milini birleştiren bir uygulamaya imza atmışlardır. Flexi card, dünyada taksiti,

kampanyası, faizi, kazanılan bonusa kadar tüm parametrelerinin ve kart görselinin kullanıcı tarafından belirlendiği karttır. Garanti Bankası uzun zamandır CepBank hizmeti de vermektedir.

Bu tez çalışmasında dünyadan bankaların kreatif bankacılık uygulamaları araştırılmıştır. Tez çalışmasında kreatif bankacılık uygulamaları ile öne çıkan bazı bankalarımızın bu kapsamdaki uygulamaları da incelenmiş ve değerlendirilmiştir. Tez çalışması boyunca ulaşılan bilgilere göre bankacılık kesiminde inovasyonlar bulanlarına büyük faydalar sağlamaktadır. Bankalar yaptıklarında müşterilerine sundukları inovatif ürün ve hizmetlerle memnuniyetlerini sağlamaktadırlar.

Böylece müşteri memnuniyetine katkı yapmaktadır. Bu şekilde bir bankanın müşterilerine sağladığı fayda ve katma değerle bankanın kendisi de çeşitli faydalar elde etmektedir. Örneğin ürün ve hizmetlerinin satışında artış sağlamaktadır. Böylece karlılığını arttırdığı gibi faaliyetlerinden oluşan risklerini azaltarak işletme ömrünü de uzatabilmektedir. En nihayetinde bir bankanın inovatif çözümleri ona rekabetsel üstünlükler getirmektedir. İnovasyonların böylesi bankalara faydalarının açıklanması bu tez çalışmasının amaçları içinde yer almaktadır. Tez çalışmasının temel amacını ise inovasyonların bankacılık sektör kuruluşları için önemini ortaya koymak oluşturmaktadır. Önemi açıklandıktan sonra ilgili uygulamalarına ve bankalara sağladığı çeşitli faydalarına açıklık getirilmektedir.

Literatürde yapılmış olan çeşitli araştırmalar da bankacılık sektöründe inovasyonların kuruluşlara çeşitli faydalar sağladığını, müşteri memnuniyetine yol açtığını, kuruluşların işletme risklerini azalttığını, müşteride sadakat geliştirebildiğini, kuruluşların toplam performans ve karlılıklarını arttırdığını ve sonunda onlara rekabetsel avantajlar, üstünlükler sağladığını göstermektedir. Böylece dünyada olduğu gibi ülkemizde de bankalarımızın inovasyon konusuna daha fazla önem verdikleri, bu alana yatırımlarını arttırdıkları, bunun için araştırma&geliştirme departmanlarını oluşturdukları ve geliştirdikleri görülmektedir. Bu çabaların sonucunda birçok bankamızda inovasyon yoluyla ürün ve hizmetlerinde farklılık yaratarak ve bunları müşterilerine sunarak müşterilerinin memnuniyetini artırmaya çalıştıkları görülmektedir. Bankalar bunu müşterilerine sundukları inovatif ürün veya hizmetleri

vasıtasıyla yapmaktadırlar. İnovatif ürün veya hizmetin tasarlanıp ortaya çıkarılması uzun bir yolculuğu gerektirebilmektedir. Bu süre zarfında işletmenin geliştirme masrafları artmaktadır. Fakat sonuçta ortaya çıktığında değmekte ve kısa sürede bu masrafları yapan kuruluşa geri kazandırmaktadır.

“Türk Bankacılığında İnovasyon ve Kreatif Bankacılık” isimli bu tez çalışmasına önce konuya kısa bir giriş yapılan Giriş bölümü ile başlanmaktadır.

Birinci bölümde genel olarak inovasyon kavramı üzerinde durularak inovasyonun yani yeniliğin tanımı yapılmaktadır. İnovasyon kavramına açıklık getirilirken inovasyonun neyi içerip neyi içermediği ortaya konulmaktadır. Böylece inovasyon terimi daha iyi anlaşılabilirken inovasyonun kurumsal değişimdeki rolü ve etkisi açıklanmaktadır. İnovasyon, kurumsal stratejilerle de ilişkili bir kavramdır. Belirlenen stratejiler doğrultusunda ve kapsamında uygulamaları yapılmaktadır. Bu nedenle inovasyon ve strateji konusunda da açıklamalarda bulunulmaktadır. Bu bölüm inovasyonun işletmeler için öneminden bahsedilmek, inovasyonun işletmelere sağladığı çeşitli faydaları açıklamak, ayrıca inovasyonun finans dünyasındaki yerine açıklık getirilmek suretiyle bitirilmektedir. İnovatif çözümlerinin işletmelere çeşitli faydaları olmaktadır. Bu faydalar tez çalışmasında rekabet avantajı, ürün ve hizmetlerde farklılık ve artan müşteri memnuniyeti başlıkları altında incelenmektedir.

İkinci bölümde, bankacılıkta inovasyon ve kreatif bankacılık uygulamaları hakkında bilgiler verilmektedir. Kreatif bankacılık dendiğinde yaratıcı bankacılık uygulamalarını içermektedir. İnovasyon ile yaratıcılık arasında ilişki bulunmaktadır. Çünkü inovasyon olmayan bir şeyi sunmaktır. Bankalar göz önüne getirildiğinde bu yeni bir ürünü piyasaya sürmeleri şeklinde olabildiği gibi daha başka şekillerde de örneğin yeni bir hizmet sunumu veya hizmet sunumunda farklılaşma sağlanması ve başka şekillerde de yapılabilmektedir.

Bir bankanın yaratıcı ekiplerinin diğer bankaların yapmadığı piyasaya sürülmemiş bir yeniliği piyasaya sunmaları bu kapsamda bulunmaktadır. Garanti Bankası'nın Bonus Card'ı örneğin inovatif bir ürünü olmuştur. Bu alanda ilk olmuştur. Onu diğer bankaların çıkarttıkları banka kartları takip etmiştir. İnovasyonun yaratıcılıkla

ilişkisinden dolayı bu bölüme önce inovasyon ve kreativite kavramlarına açıklık getirilmek suretiyle başlanmaktadır. Bankacılıkta inovasyon ve kreativite başlığı altında kreativite kavramına açıklık getirilip tanımlandıktan sonra bankacılıkta inovasyonun öneminden söz edilmektedir. Sonra inovatif bankacılık uygulamaları mercek altına yatırılmaktadır. İnovatif ürün stratejileri ve hizmetlerin yapılandırılması sırasında inovatif yaklaşımlar şeklinde ikiye ayrılarak incelenmektedir. Bu bölüm bankaların inovasyon ve yaratıcı uygulamalarına örnekler verilmek ve açıklamalarda bulunulmak suretiyle bitirilmektedir. Bu kapsamda bankaların telefon bankacılığı hizmetlerinden, internet bankacılığı hizmetlerinden, cep şubesi hizmetlerinden vb. uygulamalarından bahsedilmektedir. Son dönemde sosyal ağlar da bu kapsamda değerlendirilmektedir. Bu nedenle bu konuda da açıklamalarda bulunulmaktadır.

Üçüncü bölümde, bankacılık sektöründe kreatif bankacılık uygulamalarına örnekler başlığı altında Garanti Bankası, İş Bankası, Akbank, Finansbank ve diğer bazı bankalarımızdaki uygulamalarına örnekler verilerek açıklamaları yapılmaktadır. Böylece bankalarımızın kreatif bankacılık uygulamaları içerisine giren yaptıkları farklı uygulamalarına açıklık getirilmektedir.

Sonuç bölümünde, tez çalışması süresince ortaya çıkan çeşitli sonuçlar bir araya getirilerek genel bir değerlendirmede bulunulmaktadır. Kaynakça bölümünde de tez çalışması için faydalanılan muhtelif kaynaklar alfabetik sırada listelenmektedir.

1. İNOVASYON KAVRAMI VE TANIMI

Bu bölümde inovasyon kavramına açıklık getirilip tanımı yapılmaktadır. İnovasyonun Türkçe karşılığı yeniliktir. Bu, fikirde bir yenilik olabildiği gibi, bir ürün veya hizmette yenilik yine hizmetin farklı bir sunumu da olabilmektedir. İnovasyon çok geniş bir kavramdır. Genel olarak olmayan bir şeyi ortaya çıkarmayla ilgilidir. Üretim bandında bir yenilik de inovasyon kapsamına girmektedir. Böylece inovasyonun türleri çoğalmaktadır.

1.1. İnovasyonun Tanımı

Genel olarak inovasyon, yenilik demektir. İnovasyon kapsamında değerlendirilebilmesi için daha önceden olmayan bir şeye karşılık gelmesi gerekmektedir. İnovasyon temelde olmayan bir şeyi yaratmaktır. Literatürde yapılmış bazı inovasyon tanımları bulunmaktadır. Bunlar aşağıda açıklanmaktadır.

İnovasyon, günümüzün hızla değişen rekabet ortamında ayakta kalabilmek için şirketlerin ürünlerini, hizmetlerini ve üretim yöntemlerini sürekli olarak değiştirmeleri ve yenilemeleri işlemlerine denmektedir.¹

OECD ve Avrupa Komisyonu tarafından hazırlanan Oslo Klavuzu'nda inovasyon, yeni veya önemli ölçüde değiştirilmiş ürün (mal ya da hizmet), veya sürecin; yeni bir pazarlama yönteminin; ya da iş uygulamalarında, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni bir organizasyonel yönetimin uygulanması olarak tanımlanmıştır.²

Drucker, inovasyonu verimlilikte yeni bir boyut yaratan değişim şeklinde tanımlamıştır.³

¹ Ş. Elçi, "İnovasyonun Tanımı", <http://www.focusinnovation.net/what.html>, 05.03.2007

² TÜBİTAK, "Oslo Klavuzu, Yenilik Verilerinin Toplanması ve Yorumlanması İçin İlkeler" <http://www.tubitak.gov.tr/home.do?sid=471&pid=468>, 2005

³ P.F.Drucker "Yenilikcilik disiplini", Harvard Business Review, Yenilikcilik, Mess yayını. İstanbul. 2003

Dünya çapında faaliyet gösteren bir firma olan Procter and Gamble (P&G) firması da inovasyonu “Herkesten, her yerden fikirler edinin ve bu fikirleri, tüketicinin alacağı bir şekle dönüştürün, daha sonra da bunu satışa sunun” şeklinde tarif etmiştir.

Bir başta tanımlanmasında inovasyon, farklılaşmak için fark yaratmak, fark yaratmak için de farklı bakmak olarak tanımlanmıştır.

Kavrakoğlu'na göre inovasyon olmayan bir şeyi yaratmaktır. Bu bir icat olabilmekte, ya da bilinen bir şeyi farklı bir alanda kullanarak yenilik yaratmayı içerebilmektedir.⁴

İnovasyon, kapitalist toplumun iktisat tarihinde göze çarpan gerçektir. Bu tarih içerisinde tamamıyla ekonomik yaklaşımlar içermekte ve diğer faktörlere nasıl yaklaşmamız gerektiğinden büyük ölçüde sorumlu olmaktadır.⁵

İnovasyonun firma temelli bir tanımı da şöyle yapılmaktadır;

İnovasyon = İcad + Ticari Başarı.

Bu tanıma göre inovasyon, firmalar için anlamlı düzeyde ticari başarı (temelde kârlılık) kazandıracak yenilikler olmaktadır.⁶

Diğer bir açıklanışı inovasyonun, kar amacıyla piyasa mantığında ortaya çıkan icat veya icatlar demeti şeklinde yapılmaktadır.⁷ Günümüze kadar çok sayıda icat yapılmıştır. Bunlardan bazıları aşağıdaki tablodan görülebilmektedir (Tablo 1.1).

⁴ BTSO Etüd ve AR-GE, İnovasyon Nedir – Şirketlere Ne Getirir, Bursa Ticaret ve Sanayi Odası, Mayıs 2007, <http://www.btso.org.tr/databank/publication/inovasyon.pdf>, s. 2-3.

⁵ B.Sastry, Market Structure and Incentives for Innovation, June 2005, <http://www.intertic.org/Policy%20Papers/Sastry.pdf>, s. 1.

⁶ J.C Westland, Global Innovation Management, A Strategic Approach, Palgrave, 2008, s. 8'den aktarılan yer <http://www.virahaber.com/haber/yaratıcı-yıkım-ve-inovasyon-dalgaları-10975.htm>, 08.07.2009.

⁷ E.Türkcan, “Bir Teknoloji Tarihini Okumaya Hazırlık”, Ünite 1, Teknoloji tarihi (E-kitap), 1.Baskı, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2404, Eskişehir 2011, s. 13.

Tablo 1.1. Çeşitli Alanlarda 35 Ürün ve Üretim Sürecinde İcatların Yeniliğe Dönüşme Süreleri

İcat veya ürün	Mucit	Yıl	Yenilikçi firma	Yıl	Fark
Televizyon	Zworykin	1919	Westinghouse	1941	22
Telsiz telgraf	Hertz	1889	Marconi Co.	1897	8
Telsiz telefon	Fessenden	1900	Nat. Elec. Signal Co.	1908	8
Triod tüp	de Forest	1907	RTT Co.	1914	7
Radyo (osilatör)	de Forest	1912	Westinghouse	1920	8
Spinning Jenny	Hargreaves	1765	Hargreaves'	1770	5
İplik makinesi (Su ile çalışan)	Highs	1767	Arkwrights'	1773	6
İplak Makinesi (Katır)	Crompton	1779	Tekstil makinecileri	1783	4
Buhar Makinesi	Newcomen	1705	İngiliz firmaları	711	6
Buhar Makinesi	Watt	1764	Boulton&Watt	1775	11
Ball point kalem	I.J. Biro	1938	Arjantin firması	1944	6
Pamuk toplayıcısı	A. Campbell	1889	Int. Harvester	1942	53
Yağ tutmayan kumaş	Firma A&G	1918	Tootal Broadhurst C.	1932	14
DDT	“ “	1939	J.R. Geigy Co.	1942	3
Elek. Precipitation	O. Lodge	1884	Cottrell's	1909	25
Freon soğutucular	Midgley&Henne	1930	Kinetic Chem. Inc.	1931	1
Gyro pusula	Foucault	1852	Anschütz-Kaempfe	1908	56
Yağların katılaşması	W.Norman	1901	Crosfield's	1909	8
Jet motor	F.Whittle	1929	Rolls-Royce	1943	14
Turbo-jet motor	H.Von Ohain	1934	Junkers	1944	10
Uzun çalar	P. Goldmark	1945	Columbia Records	1948	3
Manyetik kayıt	V.Poulsen	1898	Amer. Teleg. Co.	1903	5
Pleksiglas	W.Chalmers	1929	ICI	1932	3
Naylon	W.Carothers	1928	Du Pont	1939	11
Hidrolik direksiyon	H.Vickers	1925	Vickers Inc.	1931	6
Kendi kurulan saat	J.Harwood	1922	Harwood Self-winding Co.	1928	6
Kabuk döküm	J.Croning	1941	Hamburg Foundry	1944	3
Streptomisin	S.A.Waksman	1939	Merck Co.	1944	5
Terilen, dakron	J.R.Whinfield	1941	ICI	1953	12
Titanyum redüksiyon	W.J.Kroll	1937	ABD, Maden Dairesi	1944	7
Zerografi	C.Carlson	1937	Haloid Corp.	1950	13
Fermuar	W.L.Judson	1891	Automatic Hook&Eye Co.	1918	27

Kaynak: Türkcan, E., “Bir Teknoloji Tarihini Okumaya Hazırlık”, Ünite 1, Teknoloji tarihi (E-kitap), 1.Baskı, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2404, Eskişehir 2011, s.15.

Yapılan çıkarmayı içermektedir. Böylece kavram yaratıcılıkla da ilişkilendirilmiştir.

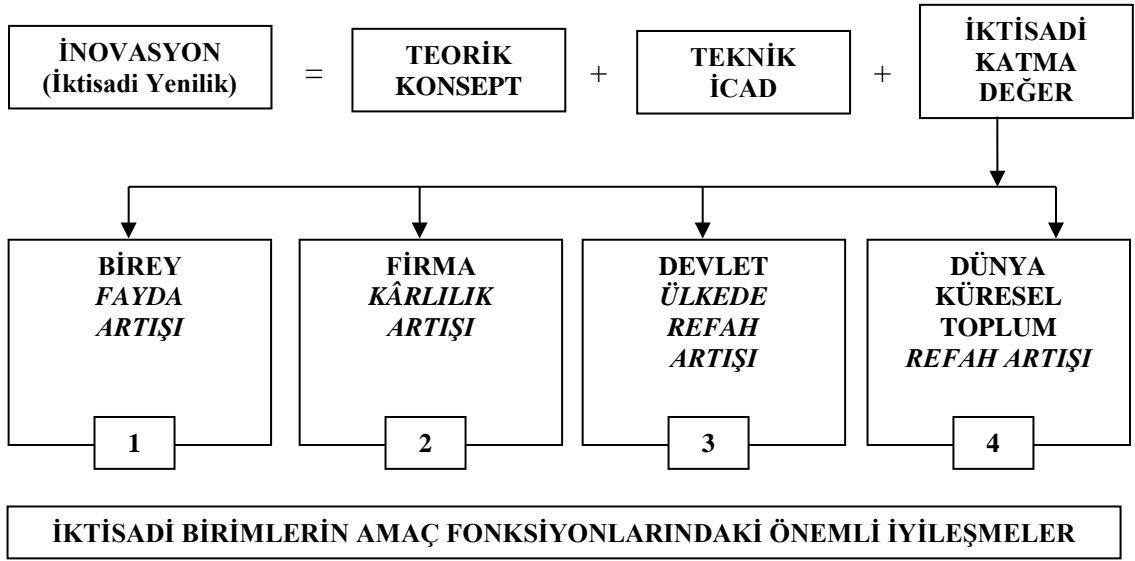
1.2. İnovasyonun İçeriği

İnovasyon Türçede yenilik, yenileme gibi sözcüklerle ifade edilmektedir. Her türlü alanda yeni yöntemlerin kullanılması anlamına gelmektedir.⁸ İnovasyon olmayan bir şeyi ortaya çıkarmakla ilgili olunca, farklı şekil, görünüm ve uygulamalarla ortaya çıkabilmektedir. Bu inovatif bir ürün olabilmektedir. Ya da bir hizmet veya farklılaşan hizmet sunumu şeklinde görülebilmektedir. Sadece fikir, fayda sağlayacak bir fikir de olabilmektedir. Bir fabrikada üretim hattında inovatif bir uygulamaya geçilmesi de bu kapsamda bulunmaktadır.

Ya da iş süreçlerinde verimlilik sağlayacak yeni bir metodun geliştirilmesi de. Örnekler bu şekilde çoğaltılabilmektedir. İnovatif bir çözüm olarak kabul edilebilmesi için öncelikle daha önce mevcut olmayan bir şey olması gerekirken, bununla birlikte, tüketicilere sunulan bir ürün veya hizmetse onlar tarafından benimsenerek kullanmaya başlamaları da gerekmektedir. Benimsenebilmesi ve sağladığı fayda oranında inovatif çözüm olarak görülebilmektedir. Tüketiciler bir ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla satın alma eylemlerini gerçekleştirirler.

İhtiyaçlar çeşitli şekillerde ve düzeylerde olabilmektedir. Kişiden kişiye de değişebilmektedir. Bununla beraber inovatif çözümün tüketicilerin görünen veya görünmeyen bir ihtiyacını karşılıyor olması gerekmektedir. Yoksa ona talep olmayacak ve boşa yapılmış bir icat olacaktır. İktisadi bir yeniliği göz önümüze getirdiğimizde sağladığı katma değerle faydası ortaya çıkmaktadır. Aşağıdaki şekilden de bu görülmektedir.

⁸ BISO Etüd ve AR-GE, a.g.d., s. 2.



Şekil 1.1. İnovasyonun Genel Tanımı ve İktisadi Birimler Açısından Önemi.

Kaynak: Trott, Paul, Innovation Management and New Product Development, 3rd, Prentice Hall Inc., USA (2005)'den aktarılan yer <http://www.virahaber.com/haber/yaratıcı-yıkım-ve-inovasyon-dalgaları-10975.htm>, 08.07.2009.

Fayda temelli olarak inovasyon, yeni fikirlerin ticari bir yarara dönüştürülmesi süreci olarak açıklanmaktadır.⁹ İnovasyon günümüzde firmaların ağırlaşan rekabet koşullarında ayakta kalabilmeleri için önem vermeleri gereken bir olgu bulunmaktadır.¹⁰ Küreselleşme süreci ile birlikte artan rekabet işletmeleri inovasyon yapmaya zorlamaktadır.¹¹

İnovasyon türlerine göre de literatürde çeşitli şekillerde tasnif edilmektedir. İnovasyonun türlerine ayrılarak açıklanışlarını aşağıdaki tablolardan görebilmekteyiz.

⁹ **A.g.d.**, s. 3.

¹⁰ İnomer, İnovasyonun Tanımı, <http://www.inomer.org/Inovasyon/%C4%B0novasyon-Nedir-Ne-Degildir>.

¹¹ E.Örücü., R.Kılıç ve A.Savaş, “KOBİ’lerde İnovasyon Stratejileri ve İnovasyon Yapmayı Etkileyen Faktörler: Bir Uygulama”, Doğu Üniversitesi Dergisi, 12 (1), 2011, s.58.

Tablo 1.2. OECD-Eurostat (2005)'e göre Yenilik (İnovasyon) Türleri.

	Yenilik Türü	Temel Özelliği
1	Ürün Yeniliği	Mal ve hizmetlerde önemli yenilikler
2	Süreç Yeniliği	Mal ve hizmet üretim süreçlerinde önemli yenilikler
3	Pazarlama Yeniliği	Pazarlama faaliyetlerinde önemli yenilikler
4	Organizasyonel Yenilik	Organizasyonel yapılarda önemli yenilikler

Kaynak: Virahaber, Yaratıcı Yıkım ve İnovasyon Dalgaları, <http://www.virahaber.com/haber/yaratici-yikim-ve-inovasyon-dalgalari-10975.htm>, 08.07.2009.

Tablo 1.3. Trott'a Göre İnovasyonların Türleri.

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

Kaynak: Trott, Paul., Innovation Management and New Product Development, 3rd, Prentice Hall (2005) den aktarılan yer Virahaber, Yaratıcı Yıkım ve İnovasyon Dalgaları, <http://www.virahaber.com/haber/yaratici-yikim-ve-inovasyon-dalgalari-10975.htm>, 08.07.2009.

Yukarıdaki tablolarda geçen bazı terimlere daha fazla açıklık getirilecek olursa; **Ürün inovasyonu** ile ilgili olarak bir işletmenin farklı, yeni, değişik bir ürün geliştirmesi ve bunu pazara sunmasının ürün inovasyonu yapması anlamına geldiği **Süreç inovasyonunun**, yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş bir üretim veya teslimat yönteminin gerçekleştirilmesi olduğu,

Tablo 1.4. İnovasyonun Bütünsel Bir Faaliyet Olarak Algılanmamasının Doğuracağı Problemler.

İnovasyonun yalnızca güçlü bir Ar-Ge yeteneği gerektirdiği düşünüldüğünde	Sonuçta teknoloji, kullanıcı gereksinimlerine yanıt vermede yetersiz kalabilir ve kullanıcılar tarafından kabul görmeyebilir.
İnovasyon, Ar-Ge laboratuvarında çalışan beyaz önlüklü uzmanların işi olarak görüldüğünde	Farklı bakış açılarına sahip kişilerin bilgi ve deneyimleriyle katkıda bulunması engellenebilir ve ticari başarı için gereken yaklaşımdan uzaklaşılabilir.
İnovasyon, sadece müşteri taleplerine yanıt vermek olarak algılandığında	Gelecekteki gereksinimleri tahmin ederek rekabet avantajı yakalama olanağının kaybedilmesine ve teknolojik ilerlemelerden yararlanılmamasına yol açabilir.
İnovasyonun, yalnızca teknolojik ilerlemelerden ibaret olduğunu düşünüldüğünde	Pazarın talep etmediği ürünlerin üretilmesine veya kullanıcıların gereksinimlerine yanıt vermeyen süreçlerin tasarlanmasına neden olabilir.
İnovasyon, sadece büyük firmaların yürütebileceği bir faaliyet olarak görüldüğünde	Küçük ve orta büyüklükteki firmaların rekabet güçleri kalmaz.
İnovasyon, yalnızca çok büyük ve önemli değişiklik ve yenilikler olarak algılandığında	Küçük değişik ve yeniliklerin sahip olduğu büyük potansiyel ihmal edilmiş olur.
İnovasyonun şirket içinde bu iş için görevlendirilmiş belli başlı kişilerin işi olduğu düşünüldüğünde	Geri kalan çalışanların yaratıcılıklarından yararlanılmamış; dolayısıyla inovasyonun yeni boyutlarla daha etkili hale gelmesi engellenmiş olur.
İnovasyonun sadece şirket içinde ortaya çıktığı düşünüldüğünde	Dışarıdan gelecek iyi fikirlere kapı kapanmış olur.
İnovasyonun sadece şirket dışında yürütülen bir faaliyet olduğu düşünüldüğünde	Şirket içi öğrenme gerçekleşemez ya da teknolojik yeteneklerin gelişmesi engellenmiş olur.

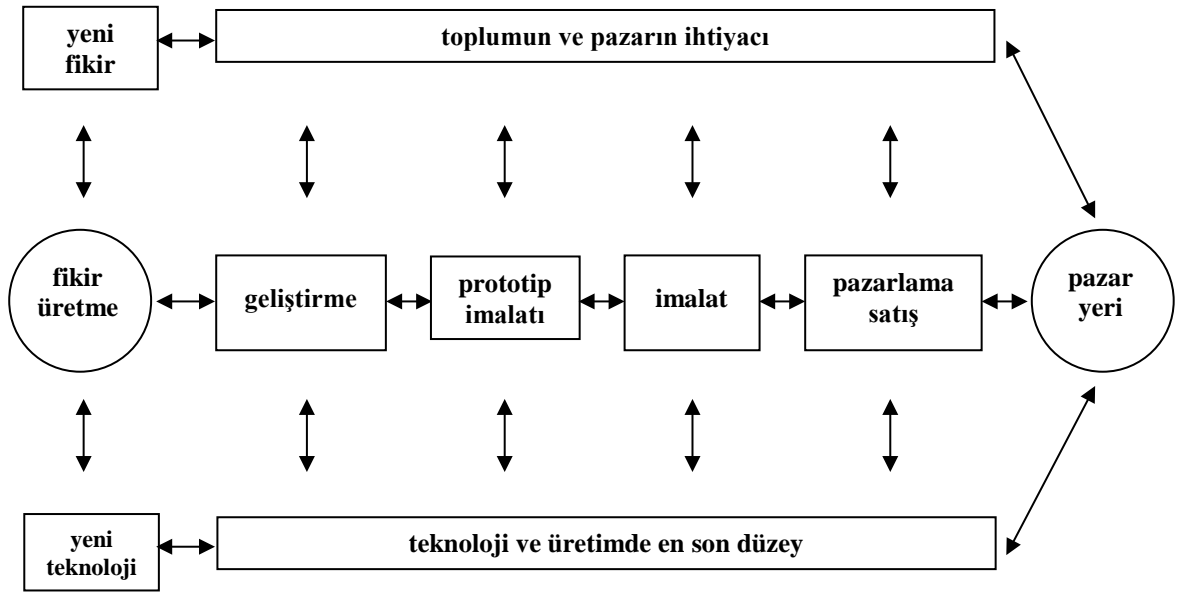
Kaynak: BTSO Etüd ve AR-GE, İnovasyon Nedir – Şirketlere Ne Getirir, Bursa Ticaret ve Sanayi Odası, Mayıs 2007, <http://www.btso.org.tr/databank/publication/inovasyon.pdf>, s. 5-7.

Pazarlama inovasyonunun, daha fazla müşteri çekebilmek için, ürün ve hizmetlerde farklı, değişik ve yeni tasarımların, ambalajların ve pazarlama yöntemlerinin geliştirilip kullanılması olduğu,

Organizasyonel inovasyonun, bir işletmenin rekabet avantajı yakalayıp bunu koruyabilmek için çalışma ve iş yapış yöntemlerini geliştirmesi, farklılaştırması ve yenilemesinin olduğu ifade edilmektedir.¹²

İnovasyonlar işletmelerde varlıklarını sürdürebilmeleri, pazarda lider konuma gelmeleri ve karlarını artırabilmeleri için önem taşımaktadır.¹³

İnovasyonu, bir işletmenin diğer faaliyetlerinden soyutlanmış bir faaliyet olarak görmemek gerekmektedir. İşletmedeki tüm faaliyetleri kapsayan bütünsel bir faaliyet olarak algılamak gerekmektedir. O zaman faydası görülmektedir. İnovasyonun bütünsel bir faaliyet olarak algılanmamasının doğuracağı problemler aşağıdaki tabloda şu şekilde açıklanmaktadır;



Şekil 1.2. Etkileşimli Bir İnovasyon Süreci Modeli.

Kaynak: Akyos, Müfit, Firma Düzeyinde Yenilikçilik (Yenilik) ve Bilgi Yönetimi, <http://www.sistems.org/knownfo1.htm>.

İnovasyonun işletmeler için öneminin artmasıyla birlikte onunla ilgili süreçlerin işletmelerde yönetilmesi de önem kazanmaktadır. Böylece inovasyon süreç modelleri

¹² BTSO Etüd ve AR-GE, a.g.d., s. 10-13.

¹³ Savaş Örucü, a.g.m., s.62.

geliştirilmektedir. Aşağıdaki şekilden böylesi etkileşimli bir inovasyon süreci modeli ve çeşitli bileşenleri görülebilmektedir.

Modellerle ilgili olarak inovasyonun etkileşimli bir süreç olmasından, yenilik sürecinin incelenmesinde artık;

- temel bilimden gelen yeni bilginin başlattığı,
temel bilim > teknolojik geliştirme > imalat > pazarlama > satış
dizilişindeki “teknoloji itimli” doğrusal model veya
- pazar talebinin başlattığı
pazar talebi > teknolojik geliştirme > imalat > satış
dizilişindeki “talep çekimli” doğrusal modelin, yerini etkileşimli (sistemik) modellere bırakmış olduğu bildirilmektedir.¹⁴

1.3. İnovasyon ve Kurumsal Değişim

İnovasyon ile kurumsal değişim arasında ilişki vardır. Değişime açık olan işletmelerde inovatif fikirlerin ortaya atılması ve bu fikirlerin benimsenerek uygulanabilmesi ihtimali artmaktadır. İnovatif fikirlerin ortaya çıkabilmesi için bir işletmede değişime ihtiyaç varsa önce bu değişimin sağlanması gerekmektedir. Çoğu işletme değişime direnmektedir. Kurumsal değişimin onlara ne gibi faydalar sağlayacağını farkında olan işletmeler ise dönüşüme sıcak bakmaktadır. İnovasyonla kurumsal değişim arasındaki ilişki böylece anlaşılmaktadır.

İnovasyon kurumsal stratejilerle de ilgilidir. Aşağıda bu konuda açıklamalar yapılmaktadır.

1.4. İnovasyon ve Strateji

Stratejinin kurumsal kültüre entegre edildiği durumlarda organizasyonlarda inovatif buluşların yapılması ihtimali artmaktadır. Kurumsal stratejilere önem

¹⁴ M.Akyos, Firma Düzeyinde Yenilikçilik (Yenilik) ve Bilgi Yönetimi, http://www.sistems.org/know_info1.htm.

verildiğinden inovasyona da önem verilmektedir. Böylece yaratıcı fikirlerin ortaya çıkması ve uygulamalarının yapılması olanağı doğmaktadır. İşletmelerde çeşitli inovasyon stratejileri uygulanabilmektedir. Örneğin saldırgan, savunmaya yönelik ya da taklitçi stratejiler benimsenebilmektedir.¹⁵

1.5. İnovasyonun İşletmeler İçin Önemi

Günümüzde inovasyonun işletmeler için önemi çok artmıştır. İnovasyonun organizasyonlara birçok fayda sağladığının anlaşılmasıyla işletmelerde inovasyona daha fazla önem verilmeye başlanmıştır. Günümüzde işletmeler inovatif ürün ve hizmetler oluşturarak müşterilerine yararlandırmak, böylece müşteri memnuniyetini sağlamak ve artırmak istemektedirler. Sonuçta bu işletme için yoğun rekabet ortamında pazarda rekabet gücü olmaktadır.

1.6. İnovasyonla Sağlananlar

İşletmeler inovasyona yaptıkları yatırımın karşılığını görmektedir. İnovasyon çabalarının sonuçları onlar için önemli bulunmaktadır. Birçok fayda sağlamaktadırlar. En başta rekabet avantajı sağlamaları gelmektedir. İnovasyona verdikleri önemle ürün ve hizmetlerinde farklılık yaratarak, bu şekilde müşterilerine sunarak onların memnuniyetini de artırmaktadırlar.

1.6.1. Rekabet Avantajı

İnovasyon firmalara rekabet avantajı sağlamaktadır.¹⁶ İnovasyona verdikleri önemin karşılığını işletmeler çeşitli şekillerde görmektedir. En başta faaliyet gösterdikleri pazar içinde edindikleri rekabetsel avantajlar gelmektedir. Böylece ayakta kalabilmekte ve işletme ömürlerini sürdürmektedirler.¹⁷

¹⁵ Savaş Örucü, **a.g.m.**, s.59.

¹⁶ İnovasyon Ekonomisi, <http://www.acikinovasyon.com/icerik/704/inovasyon-ekonomisi.html>. (çevrimiçi), Erişim tarihi:25.11.2014

¹⁷ BTSO Etüd ve AR-GE, **a.g.d.**, s. 2.

Apple örneğinde, ürünleri inovatif fikirlerden doğmuş olup, müşterilerle bu şekilde ayrıcalıklı bir ilişki kurulmaktadır. Apple esasen müşterilerine imaj satmaktadır. Müşterileri ürünlerini satın alarak toplum içinde itibar, saygınlık kazandıklarını düşünmektedirler. Bu bir algı olayıdır. Bu şekilde firma ürünlerini çok satmakta ve rakipleri karşısında büyük avantaj sağlamaktadır. Elde ettikleri rekabet avantajları, firmaların uzun ömürlü olmasını garanti etmektedir. Firmanın ürünlerinin benimsenmesinin sağlanarak, satışları artırılmakta, böylece firmanın başarısı ve uzun ömürlü olması da sağlanmaktadır.

1.6.2. Ürün ve Hizmetlerde Farklılık

İnovasyona verilen önemle ürün ve hizmetlerde farklılık yaratılmaktadır. Bu şekilde oluşturulan farklı ürün ve hizmetlerle müşterilerin memnuniyeti sağlanmaktadır. Sunduğu fayda veya algıladıkları fayda oranında müşterilerin memnuniyeti artmaktadır. Müşteri memnuniyetinin sağlanması pazarlamanın temel çabası olmaktadır. Çünkü ancak müşteriler memnun edilerek işletmenin ürününü tekrar satın alması sağlanabilmektedir. Firmanın bir ürün veya hizmetini bir kez satın alan birisi memnun kalmadığında bir daha satın almak istemeyecektir. Bu durumda işletmeler için müşterilerini memnun edebilmek hayati öneme sahip olmaktadır.

1.6.3. Artan Müşteri Memnuniyeti

İnovatif çabalar, artan müşteri memnuniyetine dönüşebilmektedir. Sağlanan fayda oranında bunun etkisi daha açık görülmektedir. Starbucks cafeler örneğinde bu, işletmenin müşterilerine sağladığı rahatlık olmaktadır. Starbucks cafelerine gelenlerin buralarda kendilerini rahat hissetmeleri sağlanmakta ve kişisel kahve içim tecrübesi yaşatılmaktadır. Ürünlerinin kalitesi ile birlikte bu hizmet şekli işletmeye fark yaratmaktadır. Böylece sağlanan ve artan müşteri memnuniyet düzeyleri ile işletme ömürlerini sürdürebilmeleri kolaylaşmaktadır.

1.7. Finansal Yenilikler Dönemi ve Finans Dünyasında İnovasyonun Yeri

1.7.1. Finansal Yenilikler

Finansal yenilik, finansal piyasaların tam (complete) olmaması ve/veya finansal aracılığın etkin olmaması (inefficiency) sonucu doğan kar fırsatlarından yararlanmak için ortaya çıkan ya bir ürün ya da bir süreç olarak tanımlanabilir.¹⁸

Literatürde kavramsal temelde en yaygın olarak karşılaştığımız bir diğer tanımlamada ise finansal yenilik olgusu, “finansal aracılığın etkin olmaması ve/veya finansal piyasaların tam olmaması sonucunda ortaya çıkan kâr fırsatlarından yararlanmak amacıyla meydana getirilen ürün ya da süreçler” şeklinde ifade edilmiştir (Van Horne, 1985:622)¹⁹. Bir başka tanımlamada ise “ulusal ve uluslararası finans piyasalarında ortaya çıkan ve finansal araçların yer aldığı birincil ve ikincil piyasalarda işlem riskini ve/veya işlem maliyetleri azaltarak, finansal sistemin operasyonel etkinliğini artıran gelişmeler” şeklinde belirtilmiştir (Jacque, 2001:1)²⁰.

Ekonomideki diğer tüm piyasaların olduğu gibi finansal piyasaların da temel fonksiyonu, kaynakların etkin dağılımının sağlanmasıdır (Merton, 1992:12)²¹.

Finansal yenilikler; Dünyada ilk olarak gelişmiş finansal piyasalarda ortaya çıkmıştır. Türkiye’de ise özellikle 1980’lerde başlayan finansal serbestleşme sürecinin devamında uygulanır hale gelmiştir. Bu tarihte, vadeli tasarruf mevduatı ve kredi faiz oranlarının serbest bırakıldığı açıklanmış ve ilk defa faiz oranlarının devlet müdahalesi olmaksızın serbestçe belirlenmesine olanak sağlanmıştır. Faiz oranlarının serbest bırakılmasıyla, bankacılık sektöründe rekabetin artırılması, reel faiz yoluyla yurtiçi tasarrufların yukarı seviyelere çekilmesi ve bu şekilde finansal sektöre derinlik

¹⁸ James C. Van Horne, "Financial Innovations and Excesses", The Journal of Finance, Vol. XL., 1985,s.65

¹⁹ J.C Van Horne, **a.g.m.**,s.24

²⁰ L.L Jacque, "Financial Innovations and the Dynamics of Emerging Capital,2005,ss.78

²¹ R.C Merton, "Financial Innovation and Economic Performance", Journal of Applied Corporate Finance, C.4, 1992, ss.12-22.

kazandırılması amaçlanmıştır. Getirilen bu düzenlemeler çerçevesinde, 1980'li yıllara kadar uygulanan tavanlar nedeniyle negatif düzeyde seyreden reel faiz oranları pozitif dönmüştür ve böylelikle önemli ölçüde artış kaydetmiştir (Yülek, 1998: 11)²².

Finansal yenilikler ile sağlanan avantajlar altı grupta incelenebilir:

- Yeni araçlar oldukça ucuzdur.
- Yeni finansal araçlar ile finansal kaynakların büyük bir kısmı geniş kullanıcı gruplarına ulaştırılabilir.
- Yeni araçlar riskten korunma imkanı sunarlar.
- Yeni araçların vade yapıları esnektir, değiştirilebilir.
- Yeni teknikler, finansal araçların likiditesini artırır.
- Yeni teknikler, finansal kaynakların sınırını genişletir.

Finansal yenilikler genel olarak üçe ayrılmaktadır:

- Risk transferi yapan yenilikler: Futures, opsiyon, forward gibi türev ürünler,
- Likiditeyi artırıcı yenilikler: Değişik tahvil çeşitleri, kredi yaratıcı, çeşitli varlıkların menkul kıymetleştirilmesi, değişik piyasalara girmek için swapların kullanılması,
- Sermaye yaratıcı yenilikler: Ağırlıklı olarak hisse senedi ve türevleridir.

1.7.2. Finansal Küreselleşme

Finansal küreselleşme ; ulusal finans piyasalarını çeşitli kontrol ve sınırlamalardan arındırıp uluslararası finans piyasalarına açılmasını sağlayarak , ulusal finansal piyasaların ortadan kaldırılması olarak tanımlanmaktadır. Bunun için de ulusal piyasaların konverbiliteye kavuşması, kurların dalgalanmaya bırakılması , uluslararası sermaye akımlarının artması ve yatırım fonları ile yatırım ortaklıkları gibi yeni kurumsal yatırımların finans piyasalarındaki rollerinin artması gerekmektedir.²³

Finansal küreselleşme üzerine geniş bir literatür vardır. Yükselen ve gelişen ekonomilerin açıkları olmasına rağmen, uluslararası finansal entegrasyon bağlı riskler

²² M.Yülek. **Economic Planning and Industrial Policy in the Globalizing Economy: Concepts**,1998, ss.78

²³ İsmail Şiriner, **Finansal Küreselleşme**, İstanbul, 2008,ss.124.

çok fazla dikkat çekmiştir. Özellikle, 1990'larda yükselen piyasa krizi bu ekonomiler için, tam ölçekli finansal entegrasyondan çok daha şüpheli görünümüne yol açmıştır.²⁴

Buna karşılık, gelişmiş ekonomilerde finansal küreselleşmenin etkisi hakkında daha fazla iyimserlik yer almaktadır. Özellikle gözlemsel kanıtların kazanımları nispeten küçük olsa dahi, finansal küreselleşmenin, kişi başına gelirin eşik seviyelerini geçtiği ülkeler için geliştirilmiş makroekonomik performans, daha fazla risk paylaşımı ve kurumsal gelişme açısından faydaları önerilmiştir.

Gelişmiş ekonomiler için risk faktörleri açısından odaklanılan ana tema, Amerikan güncel finans akımının birincil derecede endişe uyandırması ile küresel cari dengesizliklerin ortaya çıkması olmuştur. Bunların yanı sıra piyasalardaki finansal küreselleşme rekabet piyasasında gelişmiş ülkeleri ar-ge arayışlarına sokmuştur. Böylelikle finansal küreselleşme ve teknolojik gelişmeler finansal inovasyon kavramının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu oluşum , Türkiye gibi gelişmekte olan ülke şirketleri için de yeni fırsatlar anlamına gelmektedir. Çünkü bu oluşumla birlikte banka kredisi, tahvil ve hisse senedi ihracı gibi geleneksel finansman türlerini, yapılandırılmış finansman (structured finance) araçlarıyla zenginleştirebilmek mümkün hale gelmiştir.

1.7.3. Finansal Küreselleşmenin Etkileri

Dünya çapında birçok araştırmacı küreselleşme hakkında birbirinden farklı açıklama ve analizlerde bulunmuştur. Alimlerin ve teorisyenler her biri bu fenomenin farklı boyutlarını incelemek için çalışmıştır. Çoğuna rağmen, küreselleşmenin genel etkisi yakınsama ve entegrasyon doğru hareket etmektedir.

Örneğin, Aldous Huxleyin , kitabı Wonderful New World, inovasyonu şu şekilde tanımlar; küreselleşmenin ritmik düzeni içinde dünya ve öz benliğini birlikte bağlayarak dünya ve kültürü dönüştüren şeklindedir. Emanuel Wallenstein, Alman sosyolog

²⁴ A.Huxleyin, **Committee on the Global Financial System , iLong-Term Issues in International Banking**, iCGFS 2010, s.41.

küreselleşmenin bu dünyada izole edildiğini, toplumların karşılıklı bağımlılık ve küresel birlik içinde birleştirmek için bazı ağları şekillendirme süreci olduğuna inanmaktadır.²⁵

Küreselleşme son otuz yılda bir bütün olarak dünyada ,iş değil, pek çok şeyi etkilemiştir. Küreselleşme dünyada , özellikle gelişmekte olan piyasalarda refah içinde büyük artışlar yaratmıştır. Küreselleşme inovasyonun yaratıcılık zincirlerini yeniden şekillendirmiştir.

Global sistem teorisine değinmek gerekirse, milletler arasındaki ilişkiyi, uluslararası yakınlaşma ve bir tür bütünleşme olarak çizmektedir. Küreselleşmenin tüm boyutlarını dikkate aldığımızda, küresel varyasyonların kreativite ve inovasyonun iyileştirilmesi üzerinde pozitif etkileri vardır ve inovasyonun kaynağı olarak kabul edilmektedir. Küreselleşme olgusu imha yoluyla inovasyonu ortadan kaldırmış olarak da yorumlanmaktadır. Ekonomide, küreselleşmenin bazı eleştirmenleri destek politikasının zorunlu olduğunu ve pazar küreselleşmesinin büyüme ve gelişme varyasyonu azalttığına inanmaktadırlar.²⁶

Küresel varyasyonlar birçok sektörü olduğu gibi banka sektörünü de etkilemiştir. Büyük bloklar önce piyasaya kapsamını genişletmek ve maliyeti azaltmak, servis, hız, inovasyon yoluyla karı maksimize ve tüketicinin ihtiyaçlarını karşılamak için ortaya çıkmıştır. Organizasyonel bir süreç olan inovasyon, stratejinin başlıca bir sonucudur.²⁷

İnovatif gelişmelerde pozitif veya negatif olabilir küreselleşmenin etkisiyle, yakınsama ve entegrasyona doğru yönelim nedeniyle, ekonomi dahil olmak üzere, küreselleşme inovasyon gerçeğini tüm boyutlarıyla ortaya çıkartmıştır. Küresel liderlik için, yeni fikirler, ürünler ve servisler için en önemli gereklilik inovasyon yeteneğidir. Küreselleşme ve bağımlılık, ülkeleri daha fazla inovatif yapacak ve inovasyonun dünyadaki payı sürekli artacaktır.²⁸

²⁵ Prof. Piotr Pachura, The Systemic Dimension of Globalization, Hırvatistan, 2011, Vol.2. pp.15-28.

²⁶ K.Bollen, World System Position, Dependency And Democracy: The Cross-National Evidence, American Sociological Review, 1983,C.48: pp.468-479

²⁷ F.Fukuyama .Confucianism And Democracy, Journal Of Democracy, 1995,6(2), pp: 20-32.

²⁸ D.Fixler; Reinsdorf, Marshall B & Smith, George M. ,Measuring the Services of Commercial Banks in the NIPAs: Changes in Concepts and Methods, presented at "OECD National Accounts Experts Meeting", Paris, France.2003,pp.98

Tepkiler, riskler veya yeni düzenlemeler inovasyonun bir sonucu olarak ortaya çıkabilmektedir. Her zamanki yaklaşımlarla finansal inovasyon tanımlanırken üç grupta kategorize edebiliriz.²⁹

Süreç inovasyonu yeni veya mevcut finansal ürünlerin ve hizmetlerin sağlanmasını sağlayan yeni üretim süreçleri ifade etmektedir. Yaygın belirtilen iki örnek ise kredi izleme sistemleri ve kredi puanlamalarıdır.

Örgütsel inovasyonu, üretim süreci tutulan kurumlar içinde yeni kurumlar veya organizasyonel yapıları kapsamaktadır. Bu tür kurumsal yenilik, yeni tip işlerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. İnternet bankacılığı bu tip yeniliğe örnektir.

Ürün inovasyonu, pazar ihtiyaçlarını karşılamak için servis ve yeni ürünlerdir. Ürün inovasyonu, müşterilerinin her türlü ihtiyaçlarına çözüm sunarak, rakiplerinden kendilerini farklılaştırmak için yardımcı olmaktadır. Finans ürün inovasyon örnekleri çok yaygındır. Mesela ayarlanabilir ipotek oranıyla erilen ev kredileri bir örnek olarak verilebilir.

1.7.4. Finans Dünyasında İnovasyonun Yeri

1980’li yıllardan günümüze kadar dünyada önemli değişim ve dönüşümler olmuştur. Dünyada teknoloji alanındaki hızlı gelişmeler ve bununla birlikte yapılan büyük buluşlarla büyük dönüşüm yaşanmıştır. Bunun etkileri her alanda görülmüştür. Finansal alanda da büyük etkileri oluşmuştur. Teknoloji alanındaki ilerlemeler dünyanın küreselleşmesini beraberinde getirmiştir. Finansal ürünler çok çoğalmış ve çeşitlenmiştir. Bununla birlikte finansal sistemde inovasyonlar da önem kazanmıştır.³⁰

Her alanda olduğu gibi finans dünyasında da inovasyonun yeri önemlidir. Bankacılık sektörü ve kuruluşları örneğinde de bunu görmekteyiz. Finansal alanda inovatif çözümler fark yaratarak çok olumlu sonuçlar doğurabilmektedir. Böylece genel

²⁹ D.Thornton& C.Stone “Financial Innovation: Causes and Consequences”. In Kevin Dowd and Mervyn K. Lewis (Eds), Current Issues in Monetary Economics London: McMillan.1992, pp 81-107

³⁰ Manuel Castells, **Network Soceity**, 2005, pp. 235-263

olarak finans dünyasında ve finansman kuruluşlarında inovasyonlar çok önem arz etmektedir.

Bankacılıkta inovatif çözümler fark yaratmakta, böylece önem kazanmaktadır. Böylece bankalar inovasyona önem vermekte ve farklı ürün ve hizmetleri müşterilerine sunarak onları memnun etmeye çalışmaktadırlar. Yapılan araştırmalar inovasyonun rekabette önemli etkiler yaptığını göstermektedir.³¹ Böylece bankacılık kuruluşları için de inovasyonlar çok önem arz etmektedir. Artan rekabet koşullarında bankacılık kuruluşları için inovasyonlar daha da önem kazanmaktadır.

Bankacılıkta inovatif çözümler fark yaratmakta, böylece önem kazanmaktadır. Böylece bankalar inovasyona önem vermekte ve farklı ürün ve hizmetleri müşterilerine sunarak onları memnun etmeye çalışmaktadırlar. Yapılan araştırmalar inovasyonun rekabette önemli etkiler yaptığını göstermektedir.³² Böylece bankacılık kuruluşları için de inovasyonlar çok önem arz etmektedir. Artan rekabet koşullarında bankacılık kuruluşları için inovasyonlar daha da önem kazanmaktadır.

³¹ <http://www.pandora.com.tr/urun/inovasyonu-olusturan-isletmelerin-yasam-donguleri/332074>

³² <http://www.pandora.com.tr/urun/inovasyonu-olusturan-isletmelerin-yasam-donguleri/332074>

2. BANKACILIKTA İNOVASYON VE KREATİF BANKACILIK UYGULAMALARI

Bu bölümde bankacılıkta inovasyon ve kreatif bankacılık uygulamaları araştırılmaktadır. İnovasyonla ilgili literatürde günümüze kadar yapılmış olan birçok çalışma bulunmaktadır. Bunlardan bazıları inovasyon kavramını tanımlamaya yönelik iken bazıları içeriğini açıklamaya, icat ile ilişkisini, yine teknoloji ile ilişkisini açıklamaya, ar&ge ile ilişkisini ortaya koymaya, bazıları da kreativite yani yaratıcılıkla ilişkisini ortaya koyan çalışmalar bulunmaktadır ve aşağıda açıklanmaktadır.

Tanımlama teşebbüslerine baktığımızda;

- Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) ve Avrupa Komisyonu'nun birlikte yayınladığı Oslo Kılavuzu'nda inovasyon, “yeni veya önemli ölçüde değiştirilmiş ürün (mal ya da hizmet) veya sürecin; yeni bir pazarlama yönteminin; ya da iş uygulamalarında, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni bir organizasyonel yöntemin uygulanmasıdır” şeklinde tanımlanmıştır.
- İcat, yeni bir ürün ya da üretim yöntemi için ilk defa bir fikrin geliştirilmesi iken inovasyon bir fikrin ilk olarak ticarileştirilmesidir.
- Literatürde inovasyon J. Schumpeter ile özdeşleşmiştir. Schumpeter inovasyonu dar anlamda, yeni bir üretim fonksiyonu geliştirmek olarak tanımlamıştır. Schumpeter'e göre inovasyon, yeni bir ürün icat etmek, yeni bir üretim metodu geliştirmek, yeni bir pazar kurmak ve hammadde ya da yarı mamul madde temini için yeni kaynaklar geliştirmek gibi herhangi bir endüstride yeni bir örgüt oluşturmak vb. faaliyetleri kapsamaktadır.³³
- Drucker (2002) inovasyonu, girişimciliğin belli bir fonksiyonu ve girişimcinin yeni kaynaklar yaratarak refah yaratması veya mevcut kaynakların kullanım potansiyelini artırarak refah yaratması olarak açıklamıştır.

³³ N.İşık ve E.C Kılınç,, “Bölgesel Kalkınma'da Ar-Ge ve İnovasyonun Önemi: Karşılaştırmalı Bir Analiz”, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, Ekim 2011, ss.14.

- Dosi (1998)'e göre inovasyon; bir keşif, deney, gelişim, taklit ve yeni ürünler, yeni üretim sistemleri ve yeni organizasyon kurulumlarını içeren bir araştırma faaliyetidir.³⁴
- Mast (2013: 26) da inovasyon olgusunu, gösteren ile gösterilenin, toplumsal alana sızdığı ve orada kök saldığı isabetli bir edim olarak tanımlamıştır.³⁵

Teknoloji, insan ürünü olan her şeyi kapsamaktadır. Sadece bugünkü ileri teknolojiler, bilgisayarlar, ipad'ler, programları içermemekte, insanın avlanma amaçlı yonttuğu ilk taşı da içermektedir. Bilimin ve teknolojinin gelişmesiyle icat ve yenilikler de hız kazanmıştır. Bilim ve teknoloji alanında araştırmalar artmıştır. Bilim ve teknoloji faaliyetlerinin girdileri Ar&Ge harcamaları ve araştırmacı insan gücü, çıktıları da icatlar, yenilikler, patentler vb. dir. Günümüze kadar dünyada çok sayıda buluş (icat) ve yenilik yapılmıştır. İcat ile yenilik kavramları çoğu kez birbirine karıştırılmıştır. İcat ile yenilik arasındaki farkları ortaya koymak, açıklayabilmek böylece önem kazanmıştır.

Bu noktada icat, yeni bir ürün ya da üretim yöntemi için ilk defa bir fikrin geliştirilmesi olarak açıklanırken inovasyon da bir fikrin ilk olarak ticarileştirilmesi olarak açıklanabilmektedir.³⁶ Türkcan (2011)'a göre bir icadın, buluşun, üretime, kullanıma başarıyla uygulanmasına “yenilik” denmektedir. “Yenilik” bir kar amacıyla, piyasa mantığında ortaya çıkan icat veya icatlar demeti bulunmaktadır. Yeni bir ürünü veya üretim tekniğini bulana mucit, eylemine de icat denmektedir. Diğer yanda bunu ilk uygulayarak teknik değişime yol açana yenilikçi, eylemine ise yenilik denmektedir.³⁷

Yenilikler sadece bilim ve teknoloji alanında değil her alanda görülebilmektedir (sosyal alanda, yönetim, kültürde vb.). Bankacılık alanında da görülmektedir. Marx, ekonomik katkıları üzerinde durmuştur. Ona göre buluşlar (yani inovasyon) tasarrufları arttırarak da ekonomiye katkıda bulunur. Schumpeter (1939: 83)'e göre de ekonomik

³⁴ N.İşık ve E.C .Kılınç, **a.g.m** s.14

³⁵ F.Akbey., “Ar-Ge, İnovasyon ve Kalkınma İlişisine Yönelik Bir Literatür Taraması: Kuramsal Özet”, Maliye Dergisi, Sayı 166, Ocak-Haziran 2014, s.3.

³⁶ İşık ve Kılınç, **a.g.m.**, s.14.

³⁷ Türkcan, **a.g.e.**, s.8-10, 13.

evrim, tüm etkileriyle ve bu etkilere ekonomik sistem tarafından verilen tepkilerle, inovasyon ile, başlayan bir süreçtir.³⁸

Son yıllarda Ar-Ge ve inovasyon temelli kalkınma sürecine yapılan vurgu giderek artmıştır. Bunun sonucunda dünyada ve Türkiye’de ar-ge çalışmaları teşvik edilmiştir. Teknoloji, ar-ge ve inovasyon birbiriyle ilişkili kavramlardır. Bu konudaki literatür incelendiğinde;

Akbey (2014)’e göre teknoloji, ar-ge ve inovasyon çağında, teknoloji ile bilim arasındaki ilişki öyle bir düzeye evrilmiştir ki bilim, uygulamalı teknoloji; teknoloji ise uygulamalı bilim haline gelmiştir.

Roelandt ve Hertog’a göre de bilgi temelli ekonomileri ve öğrenen ekonomileri anlayabilmek için teknik değişimi ve inovasyonu anlamak gerekmektedir. Yazarların yaptıkları çalışmada inovasyon sistemi yaklaşımı, ulus devletler yerine üretim ağlarına ve değer zincirine odaklanan bir yaklaşım olarak sunulmuştur.³⁹

Andersson vd. (2013: 137)’ne göre mevcut inovasyon literatüründe, ilkesel olarak birbirinden ayrılan iki tür inovasyon tarzı tartışılmaktadır. Bunlar süresiz inovasyon modeli ile gelişmeci inovasyon modelidir.⁴⁰ Bir başka tasnif de ulusal düzeyde inovasyonlar, bölgesel düzeyde inovasyonlar ve sektörel yenilikler olarak yapılmaktadır.

Ulusal düzeyde olanda, ekonomik yapının içindeki endüstri gruplarında ürün ve süreçler için inovasyon ve geliştirme ihtiyacı odak noktayı oluşturmaktadır.⁴¹ Bunlardan ulusal inovasyon sisteminin; araştırma, finansman, destek ve köprü kuruluşları, eğitim ve bilgi sistemi, iletişim altyapısı, inovasyon faaliyetinde bulunan özel sektör ve kamu kuruluşlarının koordinasyonunu sağlayarak ülkenin gelişmesi sürecinde önemli bir üstlendiği, ulusal inovasyon sisteminin bir alt dalı olarak Bölgesel İnovasyon Sisteminin ise bölgesel düzeyde yüksek bir araştırma ağı ile firmalar ve

³⁸ Akbey, **a.g.m.**, s.s.6-7.

³⁹ H.Keskin, ve M.A.Dulupçu., “Kümelenmeler: Bir Literatür İncelemesi”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Y.2010, C.15, S.1, s.449.

⁴⁰ Akbey, **a.g.m.**, s. 3.

⁴¹ Keskin ve Dulupçu, **a.g.m.**, s.454.

üniversiteler arasında bir bilgi iletişim ağı tesis ederek bölgenin rekabet gücüne katkıda bulunduğu bildirilmektedir.⁴² Aşağıdaki tabloda inovasyon sistemleri yaklaşımlarında analitik çerçevelerin özeti verilmektedir.

Tablo 2.1. İnovasyon Sistemleri Yaklaşımlarında Analitik Çerçevelerin Özeti.

Yazar ve Eser yılı	İnovasyon Sistemi Türü	Çalışma Kapsamı	Analiz Birimleri	Analitik Çerçeve
Freeman, 1987	Ulusal İnovasyon Sistemi	Japonya	Sosyo-ekonomik adaptasyon	MITI (Uluslararası Ticaret ve Sanayi Bakanlığının rolü), teknolojileri ithal etmek için yapılan firma Ar-Ge harcamaları, eğitim ve öğretim kurumları, sanayi holding yapısı-keiretzu (dikay) olarak bütünleşmiş firma grupları
Lundvall, 1992	Ulusal İnovasyon Sistemi	İskandinav ülkeleri, özellikle Danimarka	Kullanıcı-üretici temelli interaktif öğrenme	Kamı sektörü, Ar-Ge kurumları, eğitim, standart ve eğitim kurumları, üretim ve pazarlama sistemleri ve finansal sistemin rolü
Nelson, 1993	Ulusal İnovasyon Sistemi	15 gelişmekte olan ve gelişmiş ülke	Teknoloji ve organizasyon firma temelli yetkinlik ve rutinler arasındaki evrim	Ar-Ge faaliyetinin tahsisi, Ar-Ge harcamalarının finansman kaynakları, firmaların özellikleri, üniversitelerin rolü ve devlet politikası
Carlsson, 1995	Teknolojik İnovasyon Sistemleri	İsveç'in teknolojik inovasyon sistemi	Teknolojik bilgi networkleri (ağları)	Kurumsal altyapı, ekonomik yetkinlik, kümelenme, kalkınma bloğu
Breshi ve Malerba, 1997	Sektörel İnovasyon Sistemleri	OECD ülkelerindeki çeşitli sektörler	Sektörler arası bilgi etkileşimi	Teknolojik rejimler, inovasyonun dinamikleri, bilgi ve mekânsal sınır
Saxenian, 1991	Bölgesel İnovasyon Sistemi	Silikon Vadisindeki ve Route 128'deki bilgi teknolojileri sektörü	Bir bölgedeki bulamık firmalar	İnformal enformasyon değişimi, insan kaynakları, firmalar arası networkler
Cooke vd., 1997	Bölgesel İnovasyon Sistemi	Avrupa'daki İnovatif bölgeler	Yerleşmiş sosyal ve üretken bağlılık	Finansal kapasite, kurumsal öğrenme, üretken kültür

Kaynak: Işık, N., Kılınç, E.C., “İnovasyon Sistemi Yaklaşımı ve İnovasyon’un Coğrafyası: Türkiye Örneği”, Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi, 2012, Cilt: VII Sayı: I, s.171.

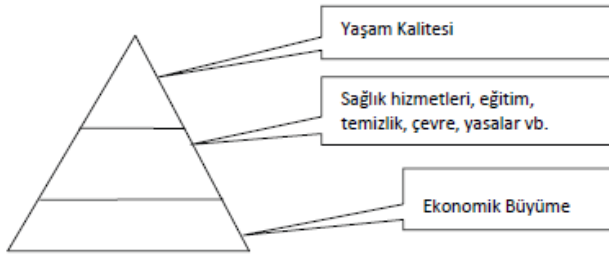
İnovasyonun firmalar, sektörler ve bölgeler arasındaki yayılımını teşvik eden unsurlardan olan inovasyon sisteminin, günümüzde gelişmiş ülkeler (örn. Japonya, İsveç, Finlandiya, Almanya ve ABD) ve bölgeler (örn. Araştırma Üçgeni, Route 128 ve Baden-Württemberg) tarafından bir kalkınma aracı olarak kullanılmakta olduğu bildirilmektedir.⁴³

⁴² N.Işık, E.C.Kılınç, “İnovasyon Sistemi Yaklaşımı ve İnovasyon’un Coğrafyası: Türkiye Örneği”, Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi, 2012, Cilt: VII Sayı: I, s.169.

⁴³ Işık ve Kılınç, **a.g.m.**, s.169.

Bölgesel kalkınma, inovasyon ve ar-ge birbiriyle ilişkili kavramlar bulunmaktadır. Bölgesel kalkınma için inovasyon faaliyetlerine hız verilmesi gerektiği düşünülmektedir. Bölgesel olarak bakıldığında OECD tarafından yayınlanan “Temel Bilim ve Teknoloji Göstergeleri 2009/2” raporuna göre, Ar-Ge harcamalarının 2008 yılı OECD ortalamasının yaklaşık 30 milyar dolar iken, Avrupa Birliği (AB) ortalamasının 10 milyar dolar olduğu, söz konusu yılda Türkiye’de ise bu rakamın 7 milyar dolar ile hem OECD, hem de AB ortalamasının altında kaldığı bildirilmektedir.

Dünya Ekonomik Forumu tarafından hazırlanan 2009-2010 Küresel Rekabet Endeksi Raporunda da⁴⁴ Türkiye’nin inovasyon göstergesi bakımından dünyada 69. sırada yer aldığı, ABD, Almanya, Kore, Japonya, Singapur ve Çin gibi ülkelerin ise aynı gösterge bakımından üst sıralarda yer aldıkları bildirilmektedir. Bu konuda bölgesel ekonomik kalkınma için; inovasyonun, kümelenmenin, öğrenmenin ve bilgi birikiminin öneminin farkına varılmış olunmasını takiben inovasyon politikalarının bölgesel kalkınma politikalarının önemli bir unsuru olmaya başladığı bildirilmektedir.⁴⁵



Şekil 2.1. İnovasyonun Ülkeler Açısından Önemi.

Kaynak: Işık, N. ve Kılınç, E.C., “Bölgesel Kalkınma’da Ar-Ge ve İnovasyonun Önemi: Karşılaştırmalı Bir Analiz”, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, Ekim 2011, 6(2), s.16.

⁴⁴ <http://www.rekabet.gov.tr/tr-TR/Rekabet-Yazisi/Kuresel-Rekabet-Endeksi-2012-2013-Raporu-Turkiye>

⁴⁵ Işık ve Kılınç, **a.g.m.**, s.9-11.

Tablo 2.2. Küresel Rekabet Endeksi ve Alt Kalemleri.

	Türkiye		Japonya		ABD		Çin		Brezilya		Rusya		Yunanistan	
	ED*	S**	ED	S	ED	S	ED	S	ED	S.	E.D.	S.	E.D.	S.
Küresel Rekabet Endeksi	4,16	61	5,37	8	5,59	2	4,74	29	4,23	56	4,15	63	4,04	71
Temel Gereklilikler	4,39	69	5,27	27	5,23	28	5,09	36	4,04	91	4,43	64	4,49	56
Kurumlar	3,49	96	4,9	28	4,81	34	4,39	48	3,5	93	3,23	114	3,83	70
Altyapı	3,92	62	5,83	10	5,92	8	4,31	46	3,5	74	3,62	71	4,01	47
Makroekonomik İstikrar	4,16	64	4,22	97	4,31	93	5,93	8	3,93	109	5,24	36	4,02	103
Temel Eğitim ve Sağlık	5,32	74	6,13	19	5,88	36	5,72	45	5,24	79	5,65	51	5,81	41
Verimlilik Artıncılar	4,16	54	5,21	11	2,66	1	4,56	32	4,41	42	4,2	52	4,13	57
Yükseköğretim ve Eğitim	4,16	54	5,06	23	5,57	7	4,09	61	4,14	58	4,3	51	4,43	43
Mal Piyasası Verimliliği	4,3	56	5,06	17	5,76	3	4,47	42	3,87	99	3,75	108	4,09	75
İşgücü Piyasası verimliliği	3,65	120	5,1	12	5,76	3	4,74	32	4,27	80	4,67	43	3,8	116
Teknolojik Hazırlık	3,83	54	5,23	25	5,61	13	3,38	79	4,06	46	3,45	74	3,86	53
Mali Piyasa Gelişmişliği	4,06	80	4,65	40	4,96	20	4,05	81	4,47	51	3,27	119	4,02	81
Piyasa Büyüklüğü	5,22	15	6,17	3	6,93	1	6,63	2	5,63	10	5,78	7	4,59	34
İnovasyon ve Gelişmişlik fak.	3,7	58	5,7	2	5,71	1	4,23	29	4,08	38	3,47	73	3,59	66
İşletme Gelişmişliği	4,28	52	5,89	1	5,65	5	4,54	38	4,64	32	3,79	83	4,04	66
İnovasyon	3,11	69	5,51	4	5,7	1	3,93	26	3,52	43	3,1	70	3,14	65

Kaynak: Işık, N. ve Kılınç, E.C., “Bölgesel Kalkınma’da Ar-Ge ve İnovasyonun Önemi: Karşılaştırmalı Bir Analiz”, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, Ekim 2011, 6(2), s.19.

Tablo 2.3. İnovasyon Göstergeleri Dünya Sıralaması.

	Türkiye	Japonya	ABD	Çin	Brezilya	Rusya	Yunanistan
İnovasyon Kapasitesi	46	1	6	22	28	42	101
Bilimsel Araştırma Kurumlarının Kalitesi	71	15	2	35	41	42	77
Firmaların Ar-Ge Harcaması	76	2	5	23	29	46	101
Ar-Ge harcamasında Üniversite-Sanayi İşbirliği	67	20	1	23	34	48	90
Hükümetin İleri Teknoloji Ürünü Tedariki	89	49	4	13	60	69	91
Bilim Adamı ve Mühendis Yeterliliği	51	2	5	36	60	48	20
Faydalı Patent	74	2	3	50	59	44	37

Kaynak: Işık, N. ve Kılınç, E.C., “Bölgesel Kalkınma’da Ar-Ge ve İnovasyonun Önemi: Karşılaştırmalı Bir Analiz”, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, Ekim 2011, 6(2), s.20.

Tablo 2.4. 19. Yüzyıl Ortasından 20. Yüzyıl Ortasına Kadar 13 Sanayi Sektöründe Başlıca İcatlar ve İcatlarla Temel Yenilikler Arasındaki Zaman Farkları.

	Yenilik ve Tarihi	İcat Tarihi	Yenilikçiler
A. Matbaa	1846 rotatif baskı 1886 linotip 1894 monotip 1946 fototip baskı 1950 xerografi	1790 1884 1887 1936 1937	Hoe Rotary, ABD New York Tribune, ABD Sellers&Co. ABD American Intertype, ABD Haloid Corp. ABD
<i>Not: Maliyet düşüren yenilikler iyileşme aşamasına rastlıyor.</i>			
B. Petrol Arıtma	1859 petrol kuyusu açmak 1913 Sıcak parçalama 1920 Sürekli parçalama 1937 Katalitik parçalama 1942 Sürekli katalitik parça.	1859 1909 1909 1927 1942	Pennsylvania Rock Oil, ABD Standard Oil of Indiana, ABD Texas Co. ABD Sun Oil, Socony-Mobil, ABD Standard Oil of New Jersey
<i>Not: (Otomobil, uçak, Petro-kimya sanayilerinden) türemiş talep; yenilikler bu sanayilerden gelen talebe cevaptır.</i>			
C. Reçineler vb.	1870 Selüloit 1910 Bakalit 1917 Selofan 1930 Polistiren 1932 Polivinilklorid (PVC) 1935 Pleksiglas 1939 Polietilen 1943 Silikon 1959 Poliasetat 1960 Polikarbonat	1865 1872 1912 1925 1931 1912 1936 1904 1924 1935	J.W. Hyatt, ABD Bakelite Corp. ABD La Cellophane, Fransa IG Farben, Almanya IF Farben, Almanya Röhm&Haas, ABD ICI, İngiltere Dow-Corning, ABD DuPont, ABD Bayer, Alm. GE, ABD
<i>Not: Teknoloji arzı ağırlıklı, refah dönemlerinde daha da güçlüdür.</i>			
D. Sentetik Elyaf	1890 rayon (nitro-selülüz prosesi) 1898 rayon (cuprammonium prosesi) 1901 viskoz rayon 1920 asetat 1932 naylon 1935 orlon 1939 terilen	1884 1890 1892 1902 1934 1945 1941	De Chardonnet, Fransa DuPont, ABD ; IG Farben, Alm DuPont, ABD ICI, İngiltere
<i>Not: Teknoloji arzı ağırlıklı, refah dönemlerinde daha da güçlüdür.</i>			

	Yenilik ve Tarihi	İcat Tarihi	Yenilikçiler
E. İlaç	1899 aspirin 1923 insülin 1932 sıtma ilaçları 1932 sülfürler 1935 penisilin 1939 streptomisin 1948 kortison	1853 1921 1932 1917 1929 1924 1931	Bayer, Almanya Connaught Lab. Kanada Eli Lilly Co. ABD IG Farben, Almanya Kemball, Bishop Co. İngiltere Merk&Co. ABD Merk&Co. ABD
<i>Not: Yenilikler başlıca hastalıklara cevaptır; makro ekonomik gelişmelerle ilgili değildir.</i>			
F. Lastik	1840 vulkanize lastik 1889 şişme teker lastiği 1906 vulkanizasyonu hızlandırıcı kimyasallar 1932 sentetik lastik 1950 radyal lastik	1839 1845 1906 1882	Goodyear, ABD Dunlop Co. İngiltere Diamond Rubber, ABD DuPont, ABD Michelin, Fransa
<i>Not: Otomobil sanayinden türemiş talebe cevap olarak.</i>			
G. Çelik	1856 çelik imalatı (Bessemer prosesi) 1864 çelik imalatı (Siemens-Martin prosesi) 1879 çelik imalatı (Thomas prosesi) 1913 paslanmaz çelik 1923 sürekli sıcak levha 1952 sürekli döküm 1953 oksijenle çelik imali	1855 1857 1877 1911 1892 1927 1939	Çeşitli ülkeler Çeşitli ülkeler Çeşitli ülkeler Çeşitli ülkeler Armco, ABD Mannesmann, Almanya Vöest, Avusturya
<i>Not: Makro, ekonomik gelişmelerin yarattığı türev talebine cevap olarak.</i>			
H. Aydınlanma	1880 telli (enkandesan) Lamba 1938 floresan lambası	1854 1896	Edison Lamp Works, ABD Westinghouse, GE, Sylvania
<i>Not: Yeniliklerin zamanlaması mevcut hayat devresiyle belirlenmiş olabilir.</i>			
I. İletişim ve Teçhizatı	1877 telefon 1888 silindirik kayıt cihazı 1889 mekanik kayıt cihazı 1913 vakum tüp 1920 AM-radyo 1924 dinamik hoparlör 1925 elektrik kayıt cihazı 1935 manyetik kayıt cihazı	1860 1877 1887 1904 1900 1906 1908 1899	Bell Telephone, ABD Colombia, Edison, ABD Kammerer&Rheinhardt, Alm AT&T, ABD Westinghouse, ABD Brunswick Co. ABD AEG, Almanya

	1936 televizyon	1907	Elec.&Musical, İngiltere
	1936 FM-radyo	1902	Telefunken
	1948 uzaçalar plak	1948	CBS, ABD
	1951 transistör	1947	Bell Telephone Lab. ABD
	1953 renkli televizyon	1925	RCA, ABD
<i>Not: Yeniliklerin zamanlaması mevcut hayat devreleri ve ikame kapsamına (scope) göre belirlenmiştir.</i>			
J. Bilgisayar	1951 transistör	1947	Bell Telephone Lab. ABD
	1951 elektronik bilgisayar	1944	Remington Rand, ABD
	1961 tümleşik devreler	1959	Fairchilde, TI, ABD
	1971 mikro-işlemci	1959	Intel, ABD
<i>Not: Depresyon döneminde maliyet düşürücü yenilikler sürüyor.</i>			
K. Otomobil	1860 içten patlamalı motor	1853	Societe de Moteurs Lenoir, Fra.
	1876 dört zamanlı motor	1862	Gasmotorenfabrik Deutz, Alm.
	1888 otomobil	1883	Benz, Almanya
	1894 motosiklet	1885	Hildebrand&Wolfmüller, Alm.
	1895 elektrikli otomobil	1874	Acme&Immisch, İngiltere
	1913 montaj hattı	1913	Ford Motor, ABD
	1948 otomatik vites	1904	Buick, ABD
	1951 hidrolik direksiyon	1926	Chrysler, ABD
	1967 Wankel motor	1954	NSU, Almanya
<i>Not: Büyük talep sadece birkaç önemli yeniliğe yol açmıştır.</i>			
L. Uçak	1910 uçak	1903	Askeri uçaklar, Fransa
	1938 helikopter	1907	Focke-Wulf, Almanya
	1942 jet uçağı	1930	Messerschmitt, Almanya
<i>Not: Yeniliklerin zamanlaması mevcut hayat devreleri ve ikame kapsamına (scope) göre belirlenmiştir.</i>			
M. Fotoğrafçılık	1886 taşınabilir kamera	1881	Eastman Kodak, USA
	1924 Leica	1913	Leitz, Germany
	1935 renkli fotoğrafçılık	1912	Eastman Kodak, USA
	1948 Polaroid Anlık Kamera	1937	Polaroid, USA
<i>Not: Yeniliklerin zamanlaması mevcut hayat devresiyle belirlenmiş olabilir.</i>			

Kaynak: Türkcan, E., “Yirminci Yüzyılın Önemli Teknolojileri”, Ünite 8, Teknoloji tarihi (E-kitap), 1.Baskı, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2404, Eskişehir 2011, s.286-288.

Sektörel düzeyde inovasyonun firmalara sağladığı avantaj ve faydalara odaklanılmıştır. Bu konudaki literatür incelendiğinde şu bulgulara ulaşılmıştır;

- Bazı yazarlara göre diğer şirketlerin sahip olmadığı bilgiye ve yetkinliklere ve üstün/yeni ürünlere sahip olan inovatif şirketler yüksek performansa ulaşacaktır.

- Daha fazla inovatif ürünler müşterilere değer sağlar ve benzerlerinden büyük ölçüde ayrılmıştır; bu nedenle rekabet üstünlüğü daha fazladır.⁴⁶

Literatürde yapılan bu çalışmalar ve bulguları varlığında genel olarak inovasyon ve bankacılıkta inovasyon konularını ve kreatif bankacılık uygulamalarını kavramak daha kolaylaşmaktadır.

2.1. İnovasyon ve Kreativite

İnovasyon ile kreativite yani yaratıcılık arasında ilişki vardır. İnovasyon olmayan bir şeyi yaratmayı içermektedir.⁴⁷ Bu bir fikir olabildiği gibi, fikrin somut hali bir ürün veya hizmet, hizmet sunum şekli itibariyle farklılık yaratma, üretim hattında, ilgili süreçlerde fayda sağlayacak bir yenilik, vb. çeşitli şekillerde ortaya çıkabilmektedir. Literatürde inovasyon çeşitli şekillerde açıklanabilmektedir. Örneğin bir açıklanışında yenilik (inovasyon), kar amacıyla, piyasa mantığında ortaya çıkan icat veya icatlar demeti olarak tarif edilmektedir.⁴⁸ Bu açıklanışında da yaratıcılıkla ilişkilendirilmektedir. İcatlar yaratıcı fikirlerle meydana çıkmaktadır.

2.2. Bankacılıkta İnovasyon ve Kreativite

Bankacılıkta da inovasyon yaratıcılıkla ilişkilendirilmektedir. Bankalar tarafından yapılan kreatif uygulamaları daha önce yapılmayan uygulamaları içermektedir. Yeni bir bankacılık ürününü veya hizmetini müşterilerine sunarak ya da hizmet sunumlarında müşteride etki sağlayacak farklı bir uygulamaya imza atarak bankalar diğer bankalar karşısında fark yaratmaktadırlar.

⁴⁶ N. Harmancıoğlu, “İnovasyon Süreci: Yeni Ürün Geliştirmede İnovasyon Literatürünün Teorik Meta Analizi”, Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi, Cilt 1, Sayı 1, Haziran 2012, s.11.

⁴⁷ BTSO Etüd ve AR-GE, **a.g.d.**, s. 4.

⁴⁸ Türkcan, **a.g.e.**, s. 13.

2.2.1. Kreativite Kavramı ve Tanımı

Kreativitenin birden fazla tanımı bulunmaktadır. Bunlardan bazıları kreativitenin, iyi planlanmış yeni fikirlerin üretimi (Newell and Shaw 1972)⁴⁹, bir problemin çözümü veya köklü inovasyon yeniliklerini kapsayan ve problemlere kalıcı yeni çözümler ürettiği şeklinde tanımlardır.

Diğer tanımlamalar ise, yaratıcı bir çözümün farklı bir yol ile kolayca var olan bir bilgiye entegre edilmesidir. 3.grup tanımlama ise yaratıcı bir çözümün, ister yeni ister yeniden yapılandırılmış, bir değerinin olması gerektiğini savunmaktadır (Higgins 1999)⁵⁰.

Orijinal bir fikir bir değeri olmadığı veya pozitif bir yorum ifade etmediği müddetçe kreatif bir fikir demek değildir. Hatta DT Ogilvie (1998)⁵¹ 'e göre geçmişin fikirlerine bağlı kalmayan hayal gücü için yaratıcı faaliyetleri başarmak çok önemlidir.

Bu çeşitli tanımları biraraya getirecek olursak, kreativite bir probleme değerli çözümler içeren, bilinen faktörlere yeniden düzenlemek adına yeni bir şeyler iliştiren veya yeni fikirler üretimini içerir. Hatta motivasyon ve duyguyu da barındırır. Yaratıcılık genelde, insan zekasının doğal bir özelliğidir. Bu günlük yeteneklere dayandırılmaktadır. Tıpkı analogik düşünme, hatırlama, algılama, yapısal bir sorun çözme gibi. Yeni fikirler sadece kavramsal boyutları içermez, motivasyon ve duyguyu da içerir ve benzer şekilde kişilik faktörlerine ve kültürel kaynaklara da bağlıdır (Boden 1998)⁵².

Boden'e göre yeni fikir üreten yaratıcılığın üç ana tipi bulunmaktadır:

a) Benzer fikirlerin yeni kombinasyonlarını içeren "Birleşimli" kreativite.

⁴⁹ A. Newell, and J.C. Shaw, "The process of creative thinking", in A. Newell and H.A. Simon (eds), Human Problem Solving, Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ, 1972, pp. 144-174.

⁵⁰ L.F. Higgins, "Applying principles of creativity management to marketing research efforts in high-technology markets", Industrial Marketing Management, 1992, No. 28, pp. 305-317.

⁵¹ Dt. Ogilvie "Creative action as a dynamic strategy: using imagination to improve strategic solutions in unstable environments", Journal of Business Research, 1998, No. 41, pp. 49-56.

⁵² Boden, M.A. "Creativity and artificial intelligence", Artificial Intelligence, 1998, No. 103, pp. 347-356.

b) Yapısal kavramların araştırmasıyla yeni fikirlerin üretimini içeren “Araştırmacı” kreativite.

c) Yapının bazı boyutlarının değişimini içeren “dönüşümsel” kreativite, böylece yeni yapılar üretilebilir.

Disiplinli bir tavırla yaratıcı düşünce inovasyonda gerçek bir rol alabilir.

Kendi gelişiminde ortaya çıkan zorlukları çözmesi gereken kreativite , inovasyonun temelini oluşturduğundan beri inovasyon ile normalde birbirini tamamlayıcı faaliyetlerdir. Başlangıç noktası olsa dahi yaratıcı fikirler olmadan inovasyonu ifade etmek mümkün değildir (European Commission 1998)⁵³.

Yaratıcılık doğru kurumsal kültür kapsamında meydana geldiği zaman inovasyon sonuçlanır. Doğru kurumsal kültür kişisel ve grup yaratıcı özelliklerinin gelişimi için yaratıcı tekniklerin olasılıklarını içerir. Biz yaratıcılığı gerçekleştiren tekniklerin aracılığıyla yeteneklerin yerleşmesi olarak , kreativiteyi tanımlayabiliriz.

Kreativite daha önce olmayan bir şeyi düşünmeyi ve ortaya çıkarıp şekillendirmeyi de içermektedir. Bu şekilde meydana çıkarılan her şey kreatif bir çözüm olmamaktadır. Sağladığı fayda ile orantılı inovasyon olmaktadır. Fayda, gerçek inovasyon için ön şart olarak kabul edilmektedir.⁵⁴ İnovasyon ve kreativite açılarından hizmet sektörünün büyük bir potansiyel arz ettiği bildirilmektedir.⁵⁵ Bankacılık hizmetleri de hizmet sektörleri içinde yer almaktadır. Bankalar müşterilerine çeşitli hizmetler sağlayan kuruluşlardır. Bankalarda da son yıllarda inovatif ve kreatif uygulamalarına daha sık rastlanmaya başlanmıştır.

2.2.2. Bankacılıkta İnovasyonun Önemi

Tüm sektörlerde olduğu gibi, bankacılıkta da inovasyonun önemi büyüktür. Öneminin büyümesi, onunla bankaların müşterilerine sağladığı faydalar ve dönüşte bunun da bankalara sağladığı faydalarla orantılıdır. Bankacılıkta inovatif buluşlar,

⁵³ European Commission Innovation Management Techniques in Operation, European Commission, Luxembourg.1998

⁵⁴ BTSO Etüd ve AR-GE, **a.g.d.**, ss. 8.

⁵⁵ Z.Taşkesenlioğlu, Hizmet Sektör Raporu, MÜSİAD Araştırma Raporları, İstanbul, Şubat 2010, ss. 5.

bankaların rakipleri karşısında rekabetsel avantajlar elde etmesini sağlamaktadır. Böylece önemi artmaktadır. İnovasyona yatırım yapmalarının bankalara sağladığı bazı faydalar şunlardır;

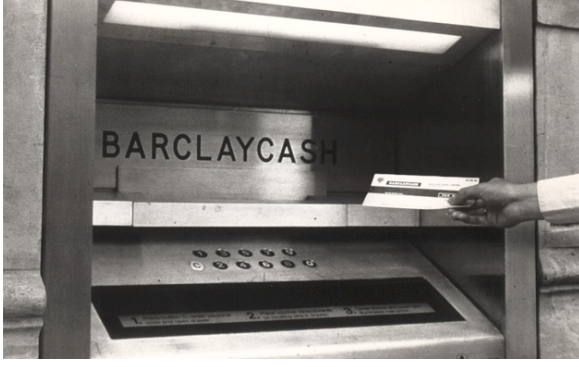
- Müşteri tatminini sağlaması,
- Yeni müşteriler elde edilmesi,
- Var olan müşterilerin sadık müşterilere dönüştürülmesi,
- Müşterilerle daha iyi ilişkiler,
- Bankacılık işlem ve süreçlerinde gelişme/iyileşme (inovasyon bankacılık işlem ve süreçleriyle ilgili yapılmışsa),
- Bankacılıkta sürat (hızlı işlemler, müşteriye çabuk yönelme),
- Her gün 24 saat hizmet (online bankacılık örneğinde),
- Bankada verimlilik artışı,
- Karlılıkta artış,
- Ve nihai rekabet avantajları.

2.2.3. İnovatif Bankacılık Uygulamaları

Bu kısımda inovatif bankacılık uygulamaları değerlendirilmektedir. İnovatif ürün stratejileri ve hizmetlerin yapılandırılırken inovatif yaklaşımlar olmak üzere iki ana bölüme ayrılarak incelenmektedir.

2.2.3.1.İnovatif Ürün Stratejileri

İnovatif ürün stratejileri denilince, bankacılık sektöründe daha önce mevcut olmayan bir ürünün bulunarak, meydana çıkarılarak müşterilere onlara fayda sağlamak üzere sunulmasını anlamaktayız. İlk bulunduğu her bankacılık ürünü aslında inovatif bir ürün olmaktadır. ATM ilk bulunduğu öyle olmuştur. Daha sonra interaktif ATM icat edilmiştir. İnteraktif ATM ile tüm bankacılık işlemleri dokunmatik ve görüntülü olarak yapılabilmektedir. İnovatif bankacılık ürünlerine diğer bazı örnekleri de sanal kredi kartı, sanal Pos vb. oluşturmaktadır.



Şekil 2.1. İlk Para Çekme Makinesi – Barclays Bank, Enfield, Kuzey Londra.

Kaynak: The Guardian, 40 years of the cash machine, 27 June 2007, <http://www.theguardian.com/money/gallery/2007/jun/27/1>.

İnovasyon yeni bir icat kapsamındadır. Yeni bir şey keşfetmek olarak tanımlanabilmektedir. Böyle tanımlandıncı inovasyon da bir icat olmaktadır. Çünkü yeni bir şeyi ortaya çıkarmakla olmaktadır. İnovasyon bir icat olabilmekte ya da bilinen bir şeyi farklı bir alanda kullanarak yenilik yaratmak olabilmektedir.⁵⁶

Teknoloji bankacılık sektörünün gelişmesine yardımcı olmaktadır.⁵⁷ Teknoloji alanındaki ilerlemeler bir yandan da bankacılıkta inovasyonlara yol açmaktadır. İnternetin bulunup geliştirilerek yaygınlaşmasıyla bugün online bankacılık işlemlerimizi evimizden ya da cep telefonlarımız üzerinden yapabilir hale gelmişizdir. Böylece teknoloji ile inovasyon arasındaki ilişki de anlaşılmaktadır.

Günümüzde teknolojiyi iyi kullananlar hedef kitlelerini etkileme gücünü elde etmektedir. Bankalar için de bu söz konusudur. Bankaların müşterilerine sağladığı pek çok ürün ve hizmetleri bugün teknoloji desteğiyle verilmektedir. Teknolojiyi iyi kullananlar kontrolü ellerine geçirmektedir. Teknolojinin yapılan bir tanımlanmasında da bunu görürüz, bu tanıma göre teknoloji, insanın tabiatı, toplumu, kontrol etmek, değiştirmek için hem kendi hem de toplumsal akli ve belleği kullanarak elde ettiği sonuçlardır. Teknoloji çoğu zaman bir alet, araç, makine, diğer türlü çeşitli örgütlenme türlerinde olduğu gibi sosyal bir yapılanma şeklinde de karşımıza çıkabilmektedir.⁵⁸

⁵⁶ BTSO Etüd ve AR-GE, **a.g.d.**, s. 4.

⁵⁷ Taşkesenlioğlu, **a.g.d.**, s. 26.

⁵⁸ Türkcan, **a.g.e.**, s. 7-8.



Şekil 2.2. Yeni İnteraktif ATM'ler.

Kaynak: Houston CU Pioneers New Interactive ATMs, <http://newdaycreditunion.com/houston-cu-pioneers-new-interactive-atms/>.

Virtual PREPAID VISA CREDIT CARD

- No bank account needed.
- No employment required.
- Easy to get via email with no documentation.
- 24-72 hours card order delivery.

ORDER NOW ▶

Şekil 2.3. Sanal Kredi Kartı.

Kaynak: Virtual Prepaid VISA Credit Card, <http://prepaidvcard.com/>.

Sanal kredi kartları, bilinen bankaların kredi kartlarının online ortamda alışverişte kullanılanlarıdır. Sanal kredi kartlarının bazı özellikleri şunlardır;

1. Banka hesabına ihtiyaç olmamaktadır.
2. İstihdam gerektirmemektedir.
3. Belge olmadan Sanal olarak edinmek kolaydır.
4. 72 Saat kart sipariş teslimi.
5. Yahoo, Amazon, eBay, ClickBank, Paypal, iBill, ccBill, Google Adwords ve diğer yerlerde Visa kabul görmektedir.

6. Uluslararası visa kartı tüm dünyada online, telefon ve faks siparişleri için kabul edilmektedir.
7. Dünyanın tüm kesimlerinden herkes için geçerli beş kolay ödeme yolu vardır.
8. İnternet üzerinde satın alma için Paypal hesabı kullanımı (paypal ödemelerin ve para transferlerinin internet üzerinden yapılmasına olanak sağlayan bir sistemdir).
9. Baştan başa internet tüccarları ve web siteleri arasında dünyada kabul görür.
10. Dünyanın her yerinden her kimse kredi kartını edinmek için %100 hak sahibidir.⁵⁹

Sanal Pos da ödemelerin sanal ortamda yapılmasını sağlayan sistemdir. Dünyada ve ülkemizde bankalar uygulamasını yapmaktadır.

2.2.3.2.Hizmetlerin Yapılandırılması Sırasında İnovatif Yaklaşımlar

Hizmetlerin yapılandırılmasıyla ilgili inovatif yaklaşımlar denilince bu örneğin müşterilerine bir bankanın yeni bir hizmet sunması ya da hizmet sunumunda bir farklılık yaratması şeklinde olabilmektedir.

2.2.3.2.1. Müşterilere Yeni Bir Hizmet Sunulması

Bankalar için müşterilerine sundukları her hizmet önemli bulunmaktadır. Müşterilerine sağladıkları hizmetlerle onların memnuniyetini kazanıp büyümektedirler. Müşteri memnuniyeti bankacılık sektöründe çok önemli bulunmaktadır. Bu doğrultuda bankalarda yönetim düzeyinde müşterilerinin memnuniyetini artırmak için stratejiler geliştirilmektedir. Yenilikçi hizmet, hizmet sunumları ile bankalar müşterilerinin memnuniyetini çoğaltabilmektedir. Bu nedenle, bu konuda araştırma & geliştirme çabalarına ağırlık vermektedirler. Yenilikler, bu bilimsel faaliyetlerin bir çıktısı, sonuç ürünüdür.⁶⁰ Bankacılık sektöründe rekabet üst düzeyde bulunmaktadır. Bu durum bankaları rekabette üstünlük sağlamak için sürekli müşterilerinde etki yapacak yeni ürün ve hizmetler geliştirmeye zorlamaktadır.

⁵⁹ Virtual Prepaid VISA Credit Card, <http://prepaidvcard.com/>.

⁶⁰ Türkcan, a.g.e., s. 7.

2.2.3.2.2. Hizmet Sunumunda Farklılık Yaratılması

Hizmetin sunulmasında başlı başına bir yenilikle de ortaya çıkabilmektedir. Hizmet sunum şeklinde büyük bir farklılaşmayla örneğin bir banka bunu yapabilecektir. Buna bir örnek bir bankada müşterilerle birebir ilgilenilmesi olarak verilebilir. Bankalarda müşteri ilişkileri yönetimi giderek önem kazanmaktadır. Bunun daha ileri noktası olanaklar dahilinde muhtemelen müşterilerle birebir ilgilenilmesi veya belli müşterilerle bankanın belli görevlilerinin ilgilenmesi olacaktır. Böylece hizmet sunumunda farklılaşarak, fark yaratarak bir banka hizmetleri alanında inovatif uygulamasını gerçekleştirmiş olacaktır. Hizmetlerin sunumunda farklılaşma etkili bir pazarlama stratejisidir. Bankaların müşterilerine sundukları hizmet ve ürünlerinin giderek birbirine benzediği bir ortamda hizmetlerinin farklılaşmasını sağlayan bankalar avantajlı konuma geçmektedir. Örneğin bireysel bankacılık hizmet ve ürünleri büyük oranda birbirine benzemektedir. Böylece bankalar için bu yöndeki çabaları önem kazanmaktadır.⁶¹

2.2.4 Kreatif Bankacılık ve Örnekleri

Bu kısımda bankaların kreatif uygulamalarına örnekler olarak bankaların telefon bankacılığı hizmetleri, internet bankacılığı hizmetleri, cep şubesi hizmetleri, iPhone, iPad, android telefon ve android tablet uygulamaları açıklanmakta ve cep bankacılığı işlemlerinde sosyal ağların da kullanılması hakkında bilgiler verilmektedir.

Yeni teknolojilerin bankacılık sektöründe kullanılmasıyla kullanan bankalara diğerleri karşısında rekabette avantaj sağlamaktadır. Böylece bu yeni teknolojilerin bankalara adapte edilmesi önem kazanmaktadır. Teknolojilerin bankalara girmesiyle yeni bankacılık hizmetleri ortaya çıkmaktadır. Telefon bankacılığı ve internet bankacılığı bu hizmetlere sadece iki örnektir.⁶²

⁶¹ A. Öztürk, ve Ö.F Güven, “Bireysel Bankacılık Ürün ve Hizmetlerinin Pazarlanmasında Bankaların Fark Yaratma Stratejileri”, Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi, Cilt 5, No 1, 2013, ss. 63.

⁶² <http://www.inovasyonel.com/?Bid=958776>

Günümüzde banka şubelerine gidilmeden bankacılık hizmetlerinden yararlanma olanakları ortaya çıkmıştır. Şube dışı bankacılık hızla gelişmektedir ve aşağıdaki uygulamaları görülmektedir;

- Telefon Bankacılığı,
- İnternet Bankacılığı,
- Mobil (Cep telefonu ile internet bağlantılı) Bankacılık,
- Ev – Ofis Bankacılığı,
- Satış ve Hizmet Noktası (POS) Bankacılığı,
- Mail-Order Sistemi
- Otomatik Ödeme Makinaları (ATM) Bankacılığı,
- Görüntülü Ödeme Makinaları (VTM) Bankacılığı,
- Televizyon Bankacılığı,
- Ve Kabin Bankacılığı.⁶³

Yukarıda bahsedilen ev-ofis bankacılığı, bilgisayar kullanımının henüz yaygınlaşmadığı ve internet bağlantılarının olmadığı dönemlerde oluşturulan ve kişisel bilgisayarların (PC) kablolu olarak bankanın otomasyon sistemine bağlanması esasına dayanan öncü bir dağıtım kanalıydı. Ev-ofis bankacılığı yerini bugünkü internet bankacılığına bırakmış bulunmaktadır.

Satış ve Hizmet Noktası (POS) Bankacılığı uygulamasında alınan mal ya da hizmetin bedelinin para yerine banka kartıyla ödenmesi üye işyerinde bulunan bir cihaz tarafından yapılarak satış noktasına elektronik olarak para aktarılmaktadır.⁶⁴

Mail Order Sistemiyle yapılan alış-verişlerde POS işlemlerini aşan daha ileri bir uygulama var olup bir elektronik ya da sipariş formuyla uzaktan ticaret işleminde ödemenin banka kartından yapılması, kartı fiziksel olarak kullanmadan sadece kart bilgilerini karşı tarafa, tahsilatı yapacak satıcıya bildirmek suretiyle ödeme yapılmaktadır.

⁶³ <http://www.slideshare.net/efinans/12-bankaclk-hizmetleri-ii>

⁶⁴ Prof. Dr. Necdet Timur, Banka Ve Sigorta Pazarlaması, 1.Baskı, 2006, s.20-31

Otomatik Vezne Makinaları (ATM) Bankacılığı, daha önce de açıklandığı gibi her yere kurulabilen kabinlerde 7 gün 24 saat aralıksız hizmet vererek müşterilerin bankacılık işlemlerini yerine getiren elektronik cihazlarla yapılan bankacılık işlemleri olmaktadır. Daha yakın zamanda Görüntülü Ödeme Makinaları (VTM) Bankacılığı da ortaya çıkmıştır.⁶⁵

Televizyon bankacılığı da ortaya çıkmıştır. Uygulamasında dijital (sayısal) kablolu televizyon kanalları arasında bankanın sağladığı bir dekoder yardımıyla müşterilerin hesaplarına ulaşması sağlanmaktadır. Bu sistemde gelen veriler uydu anten aracılığıyla alınıp televizyonda görüntülenmektedir. Yollanan veriler için ise telefon hatları kullanılmaktadır. İki farklı uygulaması yapılmaktadır; “Birincisinde “Smart / Akıllı” nitelikli TV alıcı cihazlarının işletim sistemi uygulama marketlerinden (Örneğin; SamsungApps) ücretsiz olarak indirilebilen belli bankalara özgü programlardan televizyon kumandasıyla sunulan ve genellikle bilgilendirme niteliğindeki hizmetlere ulaşılabilir. İkincisinde, Dijital TV yayın sağlayıcısı şirketlerin katkısıyla belli bir bankanın yayını seçilmekte ve programa interaktif katılarak bankacılık hizmetlerinden yararlanılabilmektedir.”⁶⁶

2.2.4.1. Bankaların Telefon Bankacılığı Hizmetleri

Telefon bankacılığı; bankaların “Çağrı Merkezi / Call Center” olarak adlandırılan bir merkezinde çalışan banka personeliyle canlı konuşma yapılarak gerçekleştirilebilen bankacılık işlemleri için kurulmuş bir sistem olarak açıklanmaktadır. Bankaların telefon bankacılığı hizmetleri, müşterilerinin işlemlerini bankaya gelmeden telefonla yapabilmelerini sağlamaktadır. Uygulamasında müşteriye sadece kendisinin bildiği bir şifre verilerek, müşteri kendi hesap bilgilerine ulaşmaktadır. Telefon tuşlarını kullanarak kendisini yönlendiren sesli uyarılar ile yapmak istediği işlemini yapabilmektedir.⁶⁷ Müşteri temsilcisi aracılığı ile yapılabilen işlemler de olmaktadır.

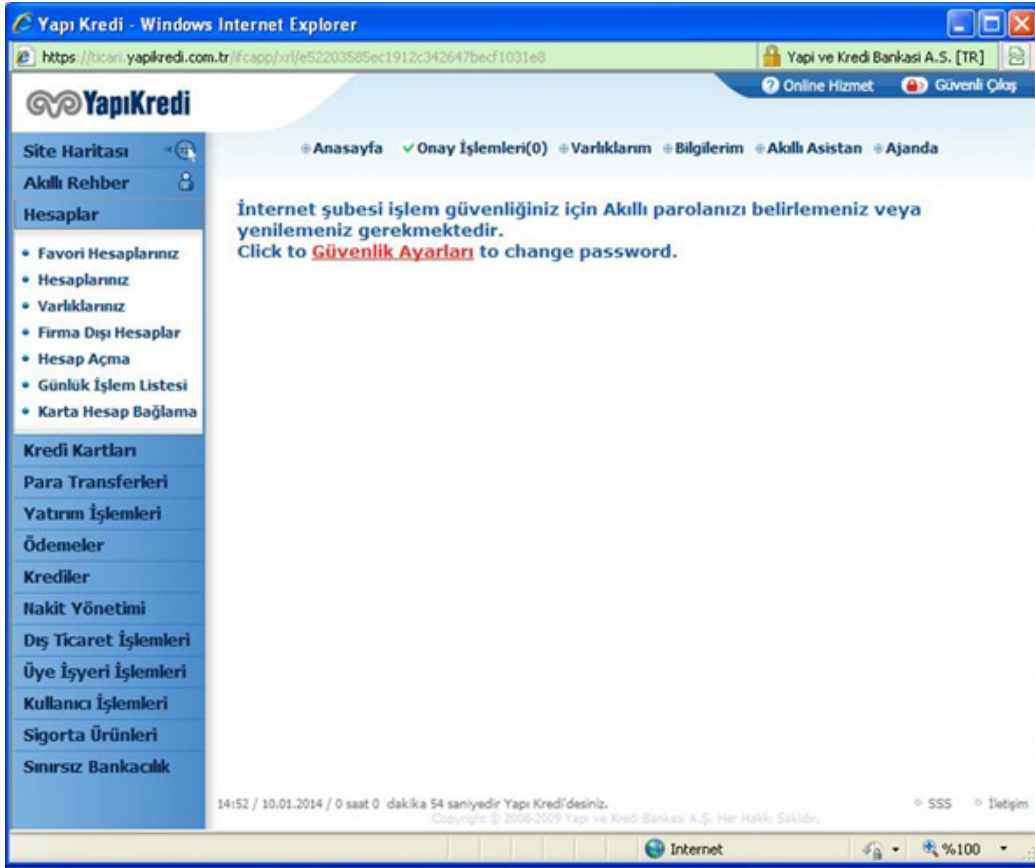
⁶⁵ M. Baydemir, Kredi Kartı Uygulamasında Kredi Kartı Sistemleri, Vergi Raporu, Vergi Denetmenleri Derneği Yayını, Yıl:7, Sayı:43, İstanbul, Ekim-Kasım 1999.

⁶⁶ 12. Bankacılık Hizmetleri II, <http://www.slideshare.net/efinans/12-bankacik-hizmetleri-ii>.

⁶⁷ Ekodialog.com, Telefon ve İnternet Bankacılığı Nedir, <http://www.ekodialog.com/Konular/telefon-ve-internet-bankaciligi-nedir.html>.

2.2.4.2. İnternet Bankacılığı Hizmetleri

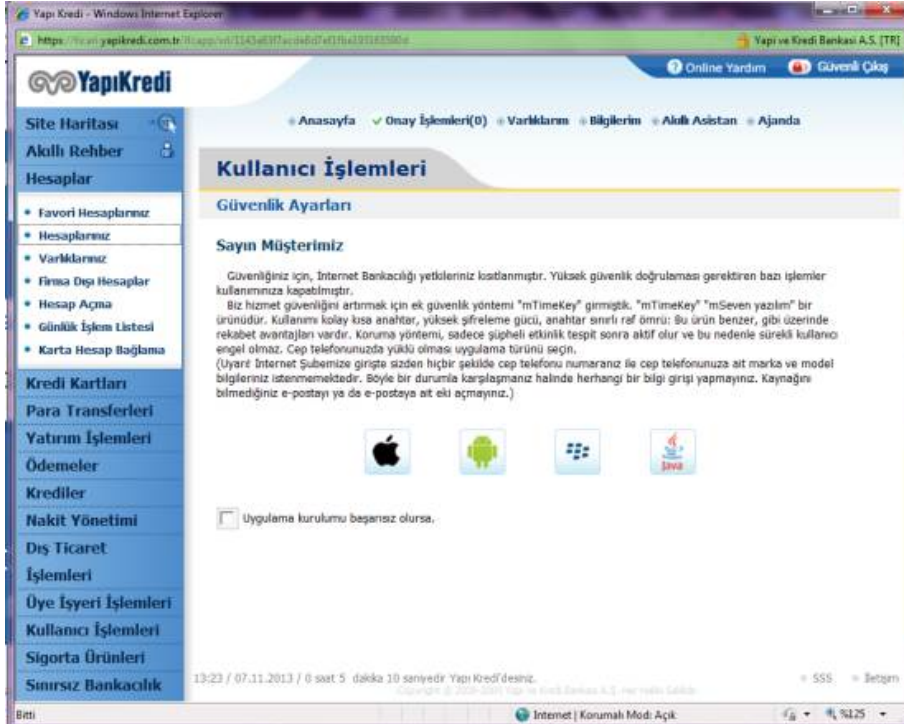
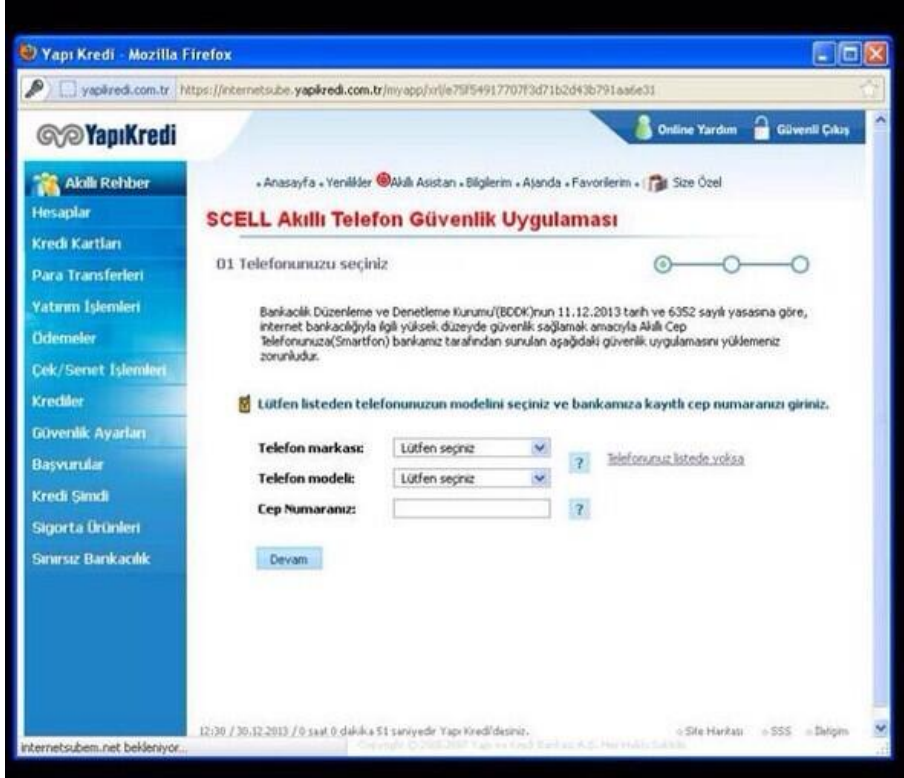
Bankaların internet bankacılığı hizmetleri, müşterilerinin banka işlemlerini internet üzerinden bankaya gelmeden yapabilmelerini sağlamaktadır. İnternet bankacılığı, bilgisayar kullanan müşterilerin bankanın otomasyon sistemine internet yoluyla erişimlerine olanak sağlamaktadır. Bu yolla müşteriler birçok işlemlerini gerçekleştirebilmektedirler. Uygulamasında bankaların müşterileri bankalarından bir İnternet Bankacılığı kullanıcı kodu, parola ve şifre almaktadırlar. Şifre sadece ilk girişte gerekmektedir. Sonraki işlemlerde “Tek Kullanımlık Şifre / İşlem Doğrulama Kodu” girilmesi yeterli olmaktadır. Bu tek kullanımlık şifre, müşterinin bankada kayıtlı olan cep telefonu numarasına SMS gönderilerek ya da müşterilere verilen ve sürekli şifre üreten bir cihazdan da sağlanabilmektedir.⁶⁸



Şekil 2.4. İnternet Bankacılığında Güvenlik Gereklere ve Akıllı Parola Uygulaması.

Kaynak: Yapı Kredi, Güvenlik Duyuruları, <http://www.yapikredi.com.tr/sinirsiz-bankacilik/internet/guvenlik/guvenlik-duyurulari.aspx>.

⁶⁸ 12. Bankacılık Hizmetleri II, <http://www.slideshare.net/efinans/12-bankacik-hizmetleri-ii>.



Şekil 2.5. İnternet Bankacılığı Güvenlik Uygulamaları ve Ayarları.

Kaynak: Yapı Kredi, Güvenlik Duyuruları, <http://www.yapikredi.com.tr/sinirsiz-bankacilik/internet/guvenlik/guvenlik-duyurulari.aspx>.

İnternet, günümüzde hizmetler sektöründe yoğun olarak kullanılmaktadır. Yoğun olarak kullanıldığı sektörlerden birini de bankacılık sektörü oluşturmaktadır. İnternet

üzerinden bankacılık hizmetlerinin en büyük handikapı en başta bu sisteme karşı duyulan güvenlikle ilgili kuşkular olmuştur. Fakat güvenlik gereklerinin sağlandığının banka müşterileri tarafından görülmesiyle internet üzerinden yapılan bankacılık işlemleri hızla artmıştır.

Son zamanlarda internet bankacılığı yolu ile yapılan işlemleri daha güvenli kılmak için bankalarda çeşitli önlemler alınmaktadır. Tek kullanımlık şifre uygulaması bu çabaların bir ürünüdür. Tek kullanımlık şifre teknolojisi ile internet bankacılığında yüksek güvenlik sağlanmaktadır.⁶⁹ Bu, internet üzerinden dolandırıcılık olaylarına karşı bankaların aldığı etkili bir yöntem bulunmaktadır. Benzer uygulaması cep telefonları için de yapılmaktadır.

Telefon bankacılığı gibi internet bankacılığı da dünyada teknoloji alanındaki ilerlemelerin sonucunda ortaya çıkmıştır. Telefon ve internetin bulunması bu bakımdan önemli icatlardır. Bu icatlar yakın zamanda telefon bankacılığı ve internet bankacılığı icatlarını doğurmuştur. Bunlar inovatif, bankaların kreatif uygulamalarıdır. Mobil bankacılık da telefon bankacılığı ile internet bankacılığının ortaklaşa değerlendirildiği bir dağıtım kanalı uygulaması bulunmaktadır.

2.2.4.3. Cep Şubesi Hizmetleri

Bankaların cep şubesi hizmetleri ile müşterilerinin havale, EFT, fatura ödemeleri, hisse senedi alış-satışına kadar birçok bankacılık işlemlerini cep telefonlarını kullanarak kolayca yapabilmeleri sağlanmaktadır. Bunun için bir Cep Şubesi parolası alınması gerekmektedir.⁷⁰

⁶⁹ Yapı Kredi, Güvenlik Duyuruları, <http://www.yapikredi.com.tr/sinirsiz-bankacilik/internet/guvenlik/guvenlik-duyurulari.aspx>.

⁷⁰ B.Graham, Mobile Banking Trends

2.2.4.4. iPhone, iPad, Android Telefon ve Android Tablet Uygulamaları

Bugünkü gelinen noktada cep telefonlarına iPhone, iPad, Android telefon ve tablet, BlackBerry 10, Windows 8 telefon, tablet ve bilgisayar uygulamaları indirilerek bankacılık işlemleri cihazın ekranına dokunarak daha hızlı ve kolay gerçekleştirilebilmektedir.⁷¹ Bankaların teknoloji alanındaki gelişmeleri takip ederek müşterilerine farklı hizmetler sunabilmeleri için bunları kendi bünyelerine adapte edebilmeleri çok önem taşımaktadır. Böylece bankalar bu alanda çeşitli uygulamalar yapmaktadırlar.

2.2.4.5. Cep Bankacılığı İşlemlerinde Sosyal Ağların da Kullanılması

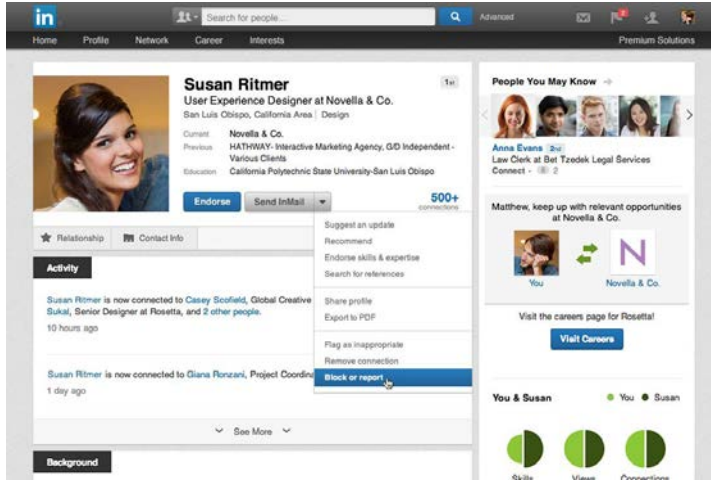
Cep bankacılığı işlemlerinde sosyal ağların da kullanılması gündeme gelmektedir. Bunun nedeni kullanıcıların %78'inin sosyal paylaşım ağları için internete giriyor olmasıdır. Türkiye'de 40 milyondan fazla internet kullanıcısının olduğu, kullanıcıların %78'inin ise sosyal paylaşım ağları için internete girdikleri, cep telefonundan internet kullanımının da 8.5 milyon kişiye ulaştığı tespit edilmiştir.⁷² Uygulamasında sosyal iş ağları çevrimiçi bankacılıkla daha yakından ilgilidir.

LinkedIn burada öne çıkmaktadır. Bankalar günümüzde sosyal medya uygulamaları yapmaktadırlar. Fakat yapılan araştırmalar bankaların sosyal medyadaki varlığından haberdar olanların oranının çok sınırlı kaldığını göstermektedir. Oran olarak %18 bildirilmektedir. Bankaların sosyal medya profillerinin takip edilme sebeplerinde sunulan teklifler ve fırsatların ise başı çektiği belirtilmektedir.⁷³ Aşağıda kişisel bir LinkedIn hesabı ile bir bankanın LinkedIn ile bağlantısı görülebilmektedir.

⁷¹ Garanti Bankası, Cep Şubesi,
http://www.garanti.com.tr/tr/bireysel/subesiz/cep_bankaciligi/cepsubesi.page

⁷² Erdem Aytac, Güvenli İnternet Kullanımı,
http://mebk12.meb.gov.tr/meb.../28014701_gvenliinternetkullanımı.pptx, s. 2.

⁷³ Fırat Demirel, ABD'de web ve mobil bankacılık kullanımı (Araştırma), 3 Şubat 20122,
<http://webrazzi.com/2012/02/03/abd-mobil-bankacilik/>.



Şekil 2.6. Kişisel LinkedIn Hesabı.

Kaynak: Mike Flacy, LinkedIn Finally Starts fighting Stalkers with Member Blocking Feature, February 21, 2014, <http://www.digitaltrends.com/social-media/linkedin-launches-blocking-feature/>.

3.TÜRK BANKACILIK SEKTÖRÜNDE KREATİF BANKACILIK UYGULAMALARINA ÖRNEKLER

Bu bölümde Türk bankacılık sektöründeki kreatif bankacılık uygulamalarına örnekler bazı bankalarımızda yapılan uygulamalar şeklinde verilmektedir. Bu alanda belli başlı incelenilen bankaları Garanti Bankası, İş Bankası, Akbank, Finans Bank ve diğer bazı bankalarımız oluşturmaktadır.

3.1. Garanti Bankası Örneği

Garanti Bankası bankacılık faaliyetlerini sürekli gelişim ve inovasyon üzerinde geliştirmektedir. Garanti Bankası'nın Çağrı Merkezi, Avrupa, Orta Doğu ve Afrika'nın önde gelen şirketleri arasında yapılan değerlendirme sonucunda En İyi Teknoloji İnovasyonu-İçsel Çözüm kategorisinde "Altın Madalya" kazanmıştır. En İyi Satış Kampanyası kategorisinde de "Bronz Madalya" ile ödüllendirilmiştir.

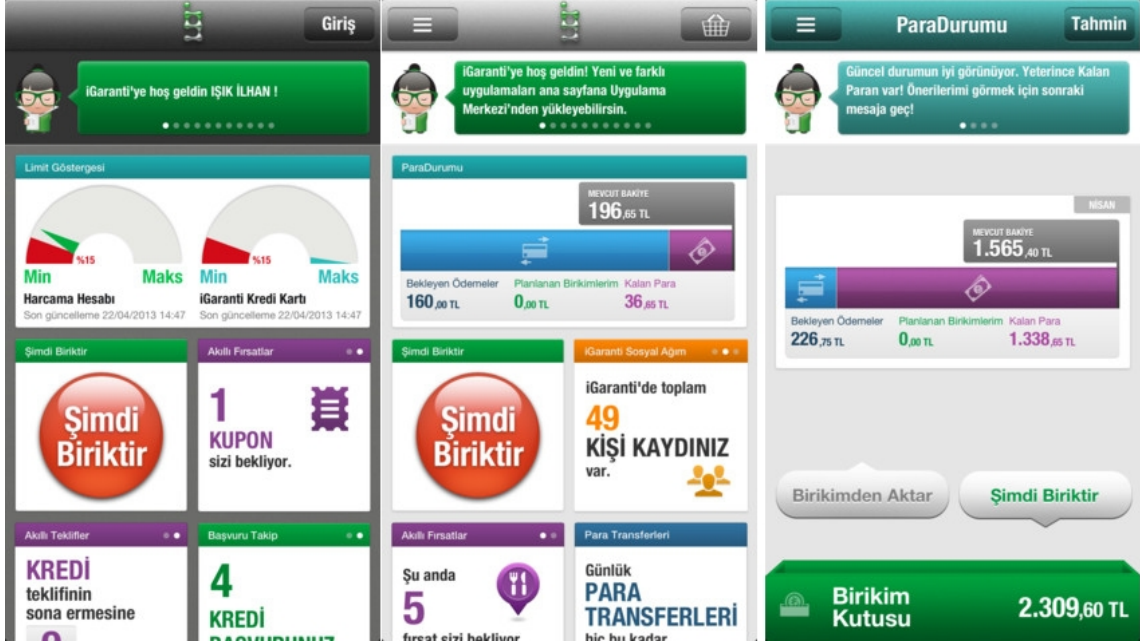


Şekil 3.1. Garanti ve Çağrı Merkezi hizmeti – Teknoloji İnovasyonu.

Kaynak: Sivas'ın Sesi, Personel Sayısı 800'e Ulaşacak..., <http://www.sivasinsesi.com/haberKat.aspx?Id=43252&kat=5>.

İGaranti uygulaması da, pazarlama, teknoloji, inovasyon alanlarında faaliyet gösteren Contagious dergisinin her yıl düzenlediği Most Contagious ödülleri "En İyi Servis

Ödülü”ne layık görülmüştür.⁷⁴ Garanti’nin iGaranti mobil bankacılık deneyimi iPhone uygulamasıyla gün yüzüne çıkmıştır.



Şekil 3.2. Garanti’nin iGaranti Mobil Bankacılık Deneyimi.

Kaynak: Fırat Demirel, Yeni iGaranti mobil bankacılık deneyimi iPhone uygulamasıyla gün yüzüne çıktı, 9 Mayıs 2013, <http://webrazzi.com/2013/05/09/igaranti-iphone-uygulamasi/>.

Garanti’de inovasyonlara çok önem verilmektedir. Gelecek stratejilerinde bu önemli bir yer tutmaktadır. Garanti olarak gelecek stratejilerini belirlerken, ülkemizin ve toplumumuzun ihtiyaç alanlarını sürekli izleyerek her kesime ulaşmak için projeler, yenilikçi fikirler ve ürünler tasarlamaktadırlar. Garanti Bankası kurulduğu günden bu yana kârlı ve sürdürülebilir büyüme stratejisini izlemektedir. Temel stratejileri, sürekli değer yaratarak uzun vadeli sürdürülebilir büyüme kaydetmek bulunmaktadır.⁷⁵ Garanti Bankası’nın stratejisi müşteriye, teknolojik yeniliğin sürekliliğine, yetkin insan kaynaklarına, operasyonel etkinliğe, disiplinli büyümeye, sürdürülebilir gelir kaynaklarına sahip olmaya ve kârlılığa, güçlü dağıtım kanallarına, risk yönetimi ve denetimine, ve kurumsal yönetim ve sosyal sorumluluklara odaklanmaktadır.⁷⁶

⁷⁴ Garanti Bankası 2013 Yıllık Faaliyet Raporu, http://www.garanti.com.tr/tr/garanti_hakkinda/yatirimci_iliskileri/mali_tablolar_ve_sunumlar/yillik_faaliyet_raporlari.page, s. 41.

⁷⁵ Garanti Bankası 2012 Yılı Faaliyet Raporu, http://www.garanti.com.tr/tr/garanti_hakkinda/yatirimci_iliskileri/mali_tablolar_ve_sunumlar/yillik_faaliyet_raporlari.page, s.22-23.

⁷⁶ Strateji – Vizyon ve misyonumuzu gerçekleştirecek stratejiler, http://www.garanti.com.tr/tr/garanti_hakkinda/yatirimci_iliskileri/kurumsal_yonetim/strateji.page.

Müşteriye odaklılık stratejileri doğrultusunda yenilikçi ürün ve yüksek hizmet kalitesine sahip olmaya, rakipsiz bir yetkinlik, deneyim ve uygulama yetisine sahip olmaya, banka çapında üstün iş süreçleri geliştirmeye ve müşteri memnuniyetini sağlamaya önem vermektedirler.

Garanti İnternet Şubesi üzerinden uluslararası para transferi servisi sağlayan Garanti Bankası ve Western Union, Garanti'nin yurt çapındaki 3000'i aşkın Paramatikleri üzerinden de hizmet vermeye başlamıştır.



Şekil 3.3. Garanti Paramatikleri – İşlem Seçenekleri.

Kaynak: Dijitalce.com, Garanti Paramatikleri ve Western Union El Sıkıştı!, <http://dijitalce.com/2011/02/01/garanti-paramatikleri-ve-western-union-el-sikisti/>.

Garanti Bankası, müşteri odaklı büyüme stratejisi izlemektedir. Bunun sonucunda müşterilerinin memnuniyeti artmaktadır. Müşteri memnuniyetini sağlamak için müşteri odaklı yenilikçi ürün ve hizmetler geliştirmektedirler. Hızlı ve etkin çözümler sunan çok kanallı müşteri ilişkileri yönetimi araçları bulunmaktadır. Bütünleşik kanal stratejileri internet & mobil bankacılığı, ATM, çağrı merkezi ve şube ağından oluşmaktadır. Yeni müşteriler kazanmak için yaygın şube ağına sahip bulunmaktadırlar. Şube sayılarını son 10 yılda 3 katına çıkarmışlardır. Şube ağları Türkiye'nin %96'sını kapsamaktadır. Akıllı iş süreçleriyle de müşteri deneyiminde fark yaratmaktadır.⁷⁷

⁷⁷ Garanti Bankası 2012 Yılı Faaliyet Raporu, s.30.



Şekil 3.4. Garanti ATM'leri.

Garanti olarak teknolojik yeniliğin sürekliliğine odaklılık stratejileri doğrultusunda iş alanlarıyla bütünleşik, sürekli gelişen, en iyi ve hızlı teknolojik donanımına sahip olmayı ve en güncel bilişim altyapısını oluşturmaya odaklanmaktadır.

Alternatif yatırım ürünlerinde de inovatif yaklaşımlara sahip bulunmaktadır. Örneğin Anapara Korunmalı Fonlarda alışılmış kalıpların dışına çıkarak yatırımcıları, BRIC ülkeleri, Dinamik BIST30 Endeksi, Yüksek Temettü Ödeyen Dünya Şirketleri Endeksi, Dinamik İnovasyon Endeksi gibi yeni yatırım alternatifleri ile buluşturmaktadırlar.⁷⁸

Garanti Bankası olarak sürdürülebilirliğe önem vermektedirler. Sürekli gelişim için stratejiler belirlemektedirler. Kalitelerini statükoyu korumak yerine sürekli gelişimle sürdürmektedirler. Sürekli gelişim içinse çalışanlarına ve teknolojiye yatırım yapmaktadırlar. Kalite standartlarını sağlamayı, ürün ve hizmetlerinin kalitesini sürekli geliştirmeyi amaçlamaktadırlar. Kalitelerini geliştirme konusundaki yaklaşım tarzları

⁷⁸ Garanti Bankası 2013 Yılı Faaliyet Raporu, s.75.

proaktiftir. Müşterileri ihtiyaç ve beklentilerini dile getirmeden önce bunları saptayıp giderme yönünde çaba göstermektedirler.

Tablo 3.1. Rakamlarla Garanti (2012).

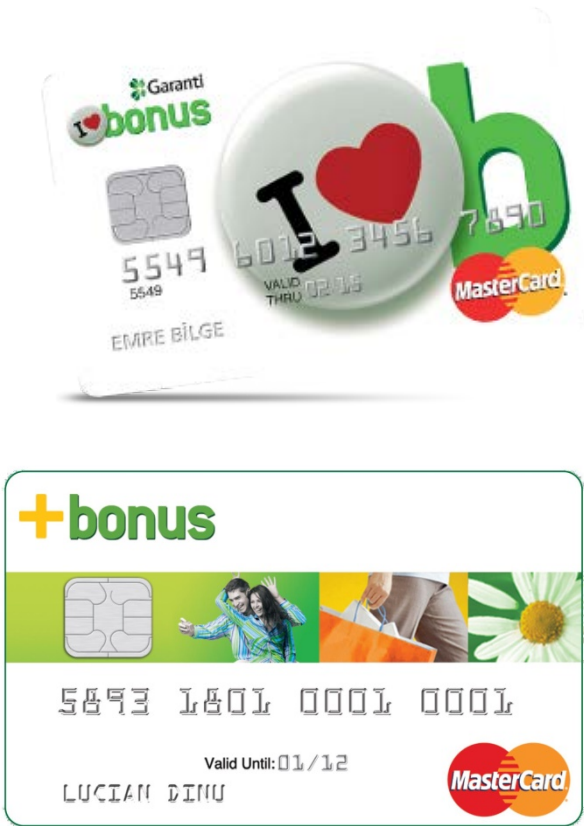
AKTİFLER	Pazar Payları	Müşteri odaklı aktiflerin artan katkısıyla
	12,8	<i>Türkiye'nin en büyük 2. Özel bankası</i>
TL KREDİLER	%10,8	
YP KREDİLER	%18,3	Sürdürülebilir ve sağlam büyüme stratejisiyle ekonomiye olan kesintisiz destek
TÜKETİCİ & TAKSİTLİ TİCARİ KREDİLER	%12,8	<i>Konut kredilerinde lider</i>
KONUT KREDİLERİ	%13,5	
İHTİYAÇ KREDİLERİ	%10,7	
OTO KREDİLERİ	%16,1	
KREDİ KARTI CİROSU	%17,9	<i>Ödeme Sistemlerinde öncü</i>
KREDİ KARTI ÜYE İŞYERİ CİROSU	%19,2	Alışveriş ve nakitte toplam 65 milyar TL kart cirosu
KREDİ KARTI ADETİ	%16,7	>16 milyon kart
POS TERMİNALİ ADETİ	%17,7	>500 bin POS terminali
		<i>Türkiye'nin en büyük kredi kartı platformu</i>
		Bonus Card
MÜŞTERİ MEVDUATI	%11,5	<i>Müşteri odaklı, istikrarlı ve yaygın mevduat tabanı</i>
TL MÜŞTERİ MEVDUATI	%10,0	
YP MÜŞTERİ MEVDUATI		Üstün hizmet çeşitliliğiyle yüksek vadesiz mevduat seviyesi
VADESİZ MÜŞTERİ MEVDUATI	%14,8	toplam mevduatta payı >%20
	%13,5	
NET KÂR	%14,3	<i>Güçlü performans</i>
OLAĞAN BANKACILIK GELİRLERİ	%13,6	<i>Başarılı iş modeliyle desteklenen olağan bankacılık gelirleri</i>

Kaynak: Garanti Bankası'nın 01/2011-06/2012 Sürdürülebilirlik Raporu, http://www.garanti.com.tr/tr/garanti_hakkinda/yatirimci_iliskileri/mali_tablolar_ve_sunumlar/yillik_faali_yet_raporlari.page?gbid2=200051, s.3.

Sonuçta sahip olduğu yetkin ve dinamik insan kaynağı, benzersiz teknolojik altyapısı, benimsediği müşteri odaklı hizmet yaklaşımı ve kaliteden ödün vermeden sunduğu inovatif ürün ve hizmetleri Garanti Bankası'nı Türk bankacılık sektöründe

yükseltmektedir.⁷⁹ 2012 yılı Faaliyet raporlarından o yıla kadarki büyümeleri hakkında Tablo 3.1'den fikir edinilmektedir.

Buna göre Garanti Bankası, kurulduğu günden beri izlediği kârlı ve sürdürülebilir büyüme stratejisiyle faaliyet gösterdiği tüm alanlarda öncülüğe soyunmaktadır. Garanti Bankası Türkiye'nin en büyük 2. özel bankasıdır. Garanti Bankası konut kredilerinde liderdir. Ödeme sistemlerinde öncüdürler. Türkiye'nin en büyük kredi kartı platformu Bonus Card'dır.



Şekil 3.5. Türkiye'nin En Büyük Kredi Kartı Platformu: Bonus Card.

Bankanın müşteri odaklı, istikrarlı ve yaygın mevduat tabanı bulunmaktadır. Garanti Bankası gelirleri itibariyle de güçlü bir performans sergilemektedir. Garanti olarak sürdürülebilirlik kapsamında istikrarlı ve sağlıklı büyümeye odaklanmaktadır. Böylece istikrarlı ve sağlıklı bir büyümeye sahip olmaktadır. Bir banka olarak 2013 yılı Faaliyet Raporları'na göre de istikrarlı büyümelerini sürdürmeye devam etmektedirler. Uygulamalarında ve süreçlerinde kalite yönetimine ve inovasyona

⁷⁹ Garanti Bankası 2012 Yılı Faaliyet Raporu, s.22.

verdikleri önemin sonucunu görmektedirler. Böylece Garanti Faktoring, Business Initiative Directions (BID) tarafından Uluslararası Kalite “Altın” Yıldızı (International Star for Quality) ödülüne layık görülmüştür.⁸⁰



Şekil 3.6. Garanti Faktoring.

Bankanın felsefesi sürekli gelişim ve inovasyon üzerine kuruludur. Garanti’de ürün geliştirme ve inovasyon yönetimi yapılmaktadır. Garanti’nin Ürün Geliştirme ve İnovasyon Yönetimi Birimi, 2013 yılında 15 pazarlama araştırması yapmıştır. Bu araştırmalarda 13.000 müşterinin görüşüne başvurulmuştur. Araştırmalar, iki ana başlıkta toplanmıştır:

Marka, Sponsorluk ve İletişim Araştırmaları:

- Marka İmajı İzleme Araştırması
- İtibar Araştırması
- Reklam İzleme Araştırması
- Caz Festivali Sponsorluğu Araştırması
- Kredi Kampanyası İletişimi Araştırması
- Yerel İletişim Araştırması
- iGaranti İletişimi Post-Test.

⁸⁰ Garanti 2013 Yılı Faaliyet Raporu, s. 77.

Müşteri İhtiyaçları ve Deneyimi Araştırmaları:

- Altın Araştırması
- Şubesiz Bankacılık Bariyer ve Motivasyonlar Araştırması
- Yatırım Fonu Deneyimleri Araştırması
- Sosyal Bankacılık Araştırması
- iGaranti Konsept Testi
- iGaranti Kullanılabilirlik Araştırması.

Bu araştırmalarının sonucu, 569 ürün ile farklı ihtiyaçlara buldukları çözümler, çalışanlardan 2.200 yenilikçi fikir ve ihtiyaçları dinlenen 13.000 müşteridir.⁸¹

2013'te gerçekleştirilen Altın Araştırması, tüketicilerin altın birimi çevresinde şekillenen algılarına ışık tutmuştur.

Sosyal medya ve şubesiz kanallarla ilgili yapılan araştırmalarda dijital dünya ile yeniden şekillenen müşteri davranışları yakından incelenmiştir.

Düzenli olarak gerçekleştirilen Marka İmajı Araştırması'nda da müşteriler Garanti Bankası'nı güvenilir, kendini yenileyen, yenilikçi ve teknolojik bir banka olarak değerlendirilmiştir.

Garanti Bankası'nda çalışanların fikirleri, hem mevcut ürün ve hizmetlerin iyileştirilmesi, hem de yeni ürün ve hizmet tasarımı sürecinin önemli bir girdisi olmaktadır. Çalışanların diledikleri konularda önerilerini iletebildikleri "Önersen" platformuyla 2013 boyunca yaklaşık 2.200 öneri toplanmıştır. 2010'dan bu yana faaliyet gösteren proje bazlı fikir platformu "Atölye" de ise 6 projeye ulaşılmıştır.

İnovasyona önem veren bankalar, farklı bankacılık ürün ve hizmetlerini ortaya çıkararak bunun faydasını görmektedir. Garanti Bankası inovasyonlara önem veren

⁸¹ Garanti 2013 Yılı Faaliyet Raporu, s. 85.

bankalarımız içinde yer almaktadır. İnovasyona verdikleri değerle bunun faydalarını görüp müşterilerinin memnuniyetini sağlayarak karlılıklarını arttırmaktadırlar.⁸²

Garanti Bankası'nın iPhone için;

- Cep Şubesi uygulaması
 - CepBank Uygulaması
 - e-Trader Uygulaması
 - Cep Şifrematik
 - Süper Trader
 - Konserve Uygulaması
 - Ve Garanti 12 Dev Adam Uygulaması
- bulunmaktadır.⁸³

Garanti Bankası'nın Cep Şubesi kurumsal müşterilere de hizmet vermektedir. Kurumsal Cep Şubesi'ni kullanarak firmalar günlük bankacılık işlemlerini akıllı telefonların üzerinden gerçekleştirebilmektedir. Kurumsal Cep Şubesi ile bankacılık işlemlerinin yanı sıra, onay bekleyen para transferi ve nakit yönetimi işlemleri akıllı telefonlara gelen bildirimlerle vakit kaybetmeden onaylanabilmektedir. Cep Şubesi üzerinden yapılan işlemler şunlar bulunmaktadır;

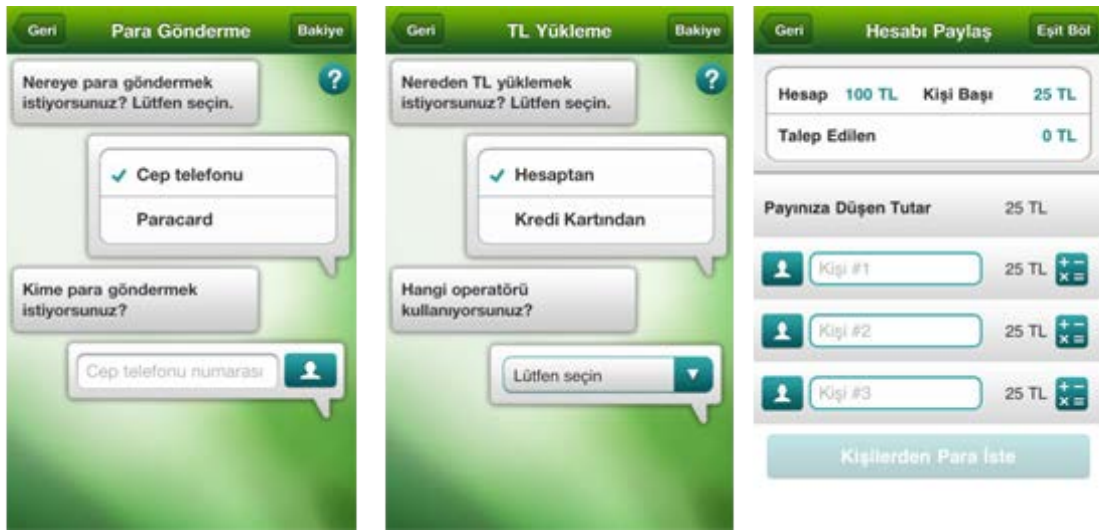
- Varlık ve borçlarımızı sorgulama,
- Geçmişten bugüne varlıklarımızın gelişimini görebilme,
- Gelir ve giderlerimizi takip edebilme,
- Takvim üzerinden gelecek dönem harcamalarımızı görüntüleyebilme,
- Nakit akışımızda, geçmiş ve gelecekteki finansal hareketleri izleyebilme,
- Hesap ve kartlarımızın hareket ve detaylarını görüntüleyebilme,
- Para transferi, fatura, şans oyunları ve kredi kartı borç ödemesi, gsm tl yüklemesi, altın ve döviz alış/satış ve çek senet görüntüleme işlemlerimizi anında gerçekleştirebilme.⁸⁴

⁸² <http://rapor2011.garanti.com.tr/tr/garanti-hakkinda/detay.aspx?SectionID=obOkuozYxiAQFKTa%2BLJMRA%3D%3D&ContentID=zMZohgBeVsDvCSISRj%2ByMA%3D%3D>

⁸³ Garanti Bankası, Uygulama Dükkanı,
http://www.garanti.com.tr/tr/bireysel/subesiz/uygulama_dukkanı.page.

CepBank Uygulaması ile işlem yapmak daha kolay ve hızlı hale gelmiştir. Cep Bank iPhone uygulaması ile bankacılık işlemleri çok daha kolay gerçekleştirilebilmektedir. SMS yazmaya gerek kalmadan, karşımıza çıkan sorulara yanıt vermemiz yeterli olmaktadır.

-Garanti Bankası'nda hesabı olmasa da dilediğimiz bir kişiye para gönderebilmekteyiz. Para gönderdiğimiz kişi gönderdiğimiz tutarı en yakın Paramatik'ten çekebilmektedir.



Şekil 3.7. Garanti CepBank uygulaması.

Kaynak: Garanti CepBank, CepBank ile işlem yapmak artık daha da kolay ve hızlı, http://www.garanti.com.tr/tr/bireysel/subesiz/uygulama_dukkani/cepbank.page?

-Dilediğimiz kişiden para isteyebilmekteyiz.

-“Bump ile Transfer” özelliği para göndereceğimiz kişi yanımızda ise ekrana telefon numarası yazmamıza gerek kalmadan telefonlarımızı birbirine dokundurarak para gönderebilmemizi sağlamaktadır.

-Kendimizin ya da başkasının cep telefonuna TL yükleyebilmekteyiz.

-Kendimizin ya da başkasının kredi kartı borcunu ödeyebilmekteyiz.

-CepBank'a bağlı hesabımızın bakiyesini görüntüleyebilmekteyiz.

-CepBank ile gerçekleştirdiğimiz tüm hareketleri görüntüleyebilmekteyiz.

⁸⁴ Garanti Bankası, Cep Şubesi, http://www.garanti.com.tr/tr/bireysel/subesiz/uygulama_dukkani/cep_subesi.page?

-Ve dilediğimiz işlemi kolaylıkla tekrar ya da iptal edebilmekteyiz.⁸⁵

Garanti e-Trader iPhone uygulaması ile hisse senedi ve VIOP işlemlerimizi daha hızlı bir şekilde yapabilmekteyiz. Hiçbir ek ücret ödemediğimiz iPhone üzerinde hisse senedi ve VIOP dahil çeşitli piyasaları izleyebilmekte, hisse senedi ve VIOP kontratı alım-satımını yapabilmekteyiz. e-Trader iPhone uygulaması borsada hızımızı arttırmaktadır. Ayrıca birçok zengin özelliği deneyimleyebilmekteyiz:

-İşlem yapma: Hisse senedi ile ilgili olarak; al/sat emri, emir bölme, emir düzeltme, emir iyileştirme, emir iptali işlemleri yapılabilmektedir. VIOP kontratları ile ilgili olarak; al/sat emri, emir iyileştirme, emir iptali işlemleri yapılabilmektedir. E-Trader iPhone uygulaması üzerinden yapılan alım satım işlemleri işlem ücretleri İnternet Şubesi işlem ücretleri ile aynı işlem komisyonları ve yapısı ile çalışmaktadır.

-Veri İzleme: Anlık seans izleme, kurlar, piyasalar izlenebilmektedir.

-Kolay İşlem Yapabilme: Hisse ve VIOP detay sayfalarından ya da Portföyüm menüsü üzerinden fiyat bilgisi de görülerek alım satım işlemi gerçekleştirilebilmektedir.

-Hatırlatıcılar: İstenilen bir sembol tanımlanan değere ulaştığında kullanıcıya anında bildirim (push notification) altyapısı ile haber verilmesi sağlanabilmektedir.

-Derinlik: Uygun hizmet paketi sahibi olduğunda, hisse senetleri ve VIOP kontratları için derinlik ve aracı kurum bilgilerine ulaşılabilir.

-Portföy İzleme: Garanti müşterileri login olup, hisse anlık portföy ve günlük emirlerini takip edebilmekte, hisse senedi alış satış işlemi gerçekleştirebilmektedir. VIOP teminat ve günlük emirlerini görüntüleyip, al-sat işlemi gerçekleştirebilmektedirler.

⁸⁵ Garanti CepBank, CepBank ile işlem yapmak artık daha da kolay ve hızlı, http://www.garanti.com.tr/tr/bireysel/subesiz/uygulama_dukkani/cepbank.page?

-**Haberler:** Türk ve uluslararası haber ajanslarından ve Matriks haber merkezinin hazırladığı derleme haberler gerçek zamanlı olarak görülmekte, Garanti'den Günün Yorumu izlenebilmektedir.

-**Döviz Çevirici:** Pariteler menüsünde bulunan hesap makinesi ile en güncel kur bilgilerine ulaşılabilir.

-**Kişisel Sayfa Oluşturma:** Takip edilmek istenen tüm enstrümanları Sayfam'a eklenip, detay bilgilerine kısa yoldan ulaşılabilir.⁸⁶

iPhone'a özel Cep Şifrematik İnternet/Cep Şubesi girişlerinde kullanıcılara ekstra güvenlik sağlamaktadır. Menüde yer alan "Cep Şubesi" adımı ile de Cep Şubesi'ne girişler hızlı ve kolay sağlanmaktadır. İşlem basamakları şunlar olarak açıklanmaktadır;

- Cep Şifrematik uygulamasını çalıştırdığınızda PIN kodunuz sorulur. PIN kodunuzu girip Devam'a basın ve menüden "Şifre üretme" seçeneğine tıklayın.
- Ekranda göreceğiniz 6 haneli değeri, İnternet Şubesi giriş ekranında Müşteri Numaranız ve Parolanızı girip Güvenlik Resminizi onayladıktan sonra gelecek olan Şifre sahasına girin.



Şekil 3.8. iPhone'da Tek Kullanımlık Şifre Alınması.

Kaynak: Garanti Bankası, Cep Şifrematik, Tek kullanımlık şifreleriniz iPhone'unuzda!, http://www.garanti.com.tr/tr/bireysel/subesiz/uygulama_dukkani/cep_sifrematik.page?

- İnternet Şubesi'ne girişinizden sonra ekrana gelecek bir uyarı ile kayıt işlemlerinizi başlayacaktır.

⁸⁶ Garanti Bankası, e-Trader, e-Trader iPhone uygulaması ile hızınızı arttırın!, http://www.garanti.com.tr/tr/bireysel/subesiz/uygulama_dukkani/e-trader.page?

- Kayıt işlemlerinde, Alo Garanti ve Paramatiklerden Kartsız Para çekme işlemlerinde de Cep Şifrematik'i kullanmak istiyorsanız ilgili seçenekleri işaretleyin. Ve bir sonraki sayfadaki uyarıyı okuyarak işleminizi onaylayın.⁸⁷

Garanti Süper Trader, Garanti Bankası e-Trader uygulamasının hem iPhone hem iPod Touch için üretilmiş oyunu bulunmaktadır. Borsada hisse senedi alıp satmayı çok kolaylaştırıp eğlenceli hale getirmektedir. Onunla kullanıcılar uzman bir borsacı olmaya doğru adım atmaktadırlar.⁸⁸



Şekil 3.9. iPhone Süper Trader.

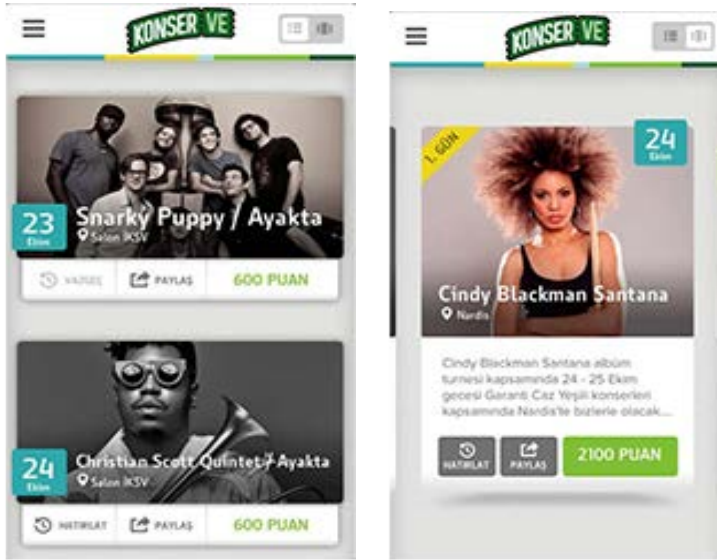
Kaynak: Garanti Bankası, Süper Trader, Süper Trader ile uzman bir borsacı olun!, http://www.garanti.com.tr/tr/bireysel/subesiz/uygulama_dukkani/super_trader.page?

iPhone KonserVe uygulaması ile Garanti Bankası ve iştirakleri tarafından düzenlenen ve sponsor olunan tüm etkinlikler takip edilebilmektedir.⁸⁹

⁸⁷ Garanti Bankası, Cep Şifrematik, Tek kullanımlık şifreleriniz iPhone'unuzda!, http://www.garanti.com.tr/tr/bireysel/subesiz/uygulama_dukkani/cep_sifrematik.page?

⁸⁸ Garanti Bankası, Süper Trader, Süper Trader ile uzman bir borsacı olun!, http://www.garanti.com.tr/tr/bireysel/subesiz/uygulama_dukkani/super_trader.page?

⁸⁹ Garanti Bankası, KonserVe, http://www.garanti.com.tr/tr/bireysel/subesiz/uygulama_dukkani/konserve.page?



Şekil 3.10. iPhone KonserVe – Garanti Bankası.

Kaynak: Garanti Bankası, Konser Ve, http://www.garanti.com.tr/tr/bireysel/subesiz/uygulama_dukkani/konserve.page?

Garanti Bankası'nın bir başka iPhone uygulaması da "12 Dev Adam" dır. Garanti 2001 yılından beri A Milli Erkek Basketbol Takımı'mıza sponsor olarak destek vermektedir. Bu uygulamayı telefonlarına indiren iPhone kullanıcıları 1 dakika süre içerisinde topun belirlediği farklı noktalardan en çok basket atmaya ve en yüksek skoru yapmaya çalışmaktadır.⁹⁰

⁹⁰ Garanti Bankası, 12 Dev Adam, iPhone uygulaması, http://www.garanti.com.tr/tr/bireysel/subesiz/uygulama_dukkani/12_dev_adam.page?



Şekil 3.11. Garanti Bankası'nın iPhone 12 Dev Adam Uygulaması.

Kaynak: Garanti Bankası, 12 Dev Adam, iPhone uygulaması, http://www.garanti.com.tr/tr/bireysel/subesiz/uygulama_dukkani/12_dev_adam.page?

Kreatif bankacılık uygulamalarına bir başka örnek verilecek olursa; android uygulamalarının kullanılabilirdiği yeni akıllı telefon Nokia X için özel olarak geliştirilen Garanti Cep Şubesi ile bankanın müşterileri, günlük finansal işlemlerini istedikleri zaman ve istedikleri yerden yapabilmektedir.



Şekil 3.12. Nokia X'e Özel Uygulama Garanti Cep Şubesi.

Kaynak: Donanım Günlüğü, Nokia X'e Özel Uygulama Garanti Cep Şubesi, 12 Mayıs 2014, <http://donanimgunlugu.com/garanti-cep-subesi-nokia-xe-ozel-uygulama/>.

Parola Al

İnternet/Cep Şubesi parola ve Alo Garanti şifrenizi almak çok kolay!

Size uygun olan seçenek ile parolanızı hemen alıp işlemlerinizi istediğiniz yerden istediğiniz zaman gerçekleştirin.

Garanti Bankası'na ait herhangi bir kredi kartı veya Paracard numaranız ile parolanızı alabilirsiniz:

* Kart numaranızın son 6

Şekil 3.13. CepŞubesi parola alınma işlemleri.

Kaynak: Garanti Bankası, Parola Al, https://www.garanti.com.tr/tr/bireysel/subesiz/internet_bankaciligi/ssl/parola_al.page?#calcContent=UID325926e.

Verdikleri hizmetlerle ilgili güvenlik gereklerine dikkat etmektedirler. Bunun için özel uygulamalar geliştirmektedirler. Aşağıdaki şekilden Garanti cep şubesi için parola ve Alo Garanti şifresi alınması görülmektedir.

Tablo 3.2. Garanti Bankası'nın Yenilikçi Uygulamalarına Bazı Örnekler.

<p><i>Cep Şubesi iPhone, iPad, Android Telefon ve Android Tablet Uygulamaları</i></p> <p>2007'den bu yana wap.garanti.com.tr adresinden müşterilere sunulan Cep Şubesi; Nisan ayından itibaren akıllı telefonlarda mobil uygulamalar olarak yer almaya başladı. Sırasıyla iPhone, Android telefon, iPad ve Android tabletlerde sunulan uygulamaların sağladığı kullanıcı dostu deneyimle hem müşteri adedinde hem de işlem adetlerinde ciddi artış sağlandı. Yine 2012 yılı içinde wap.garanti.com.tr'nin de arayüzü yenilenerek wap'ta yaşanan deneyim de uygulamalardaki kullanıcı dostu deneyime yaklaştırıldı.</p>	<p><i>Garanti müşterisi olmayanlara bile CepBank ile Facebook ve Twitter'dan para transferi</i></p> <p>Şubat başında hizmete sunduğumuz Facebook CepBank uygulamamız ile müşterilerimiz, Garanti Bankası müşterisi olsun ya da olmasın istediği kişinin cep telefonuna ücretsiz para gönderebiliyor ve masaya gelen hesabı bölüşerek arkadaşlarından para isteyebiliyor, kendi ya da dilediği kişinin cep telefonuna TL yükleyebiliyor. Yine müşterilerimiz Twitter üzerinden de CepBank uygulamamız ile diledikleri kişiye ücretsiz para gönderebiliyorlar.</p>
<p><i>CepBank iPhone ve Android Uygulamaları</i></p> <p>2004'ten bu yana müşterilerin hizmetinde olan para gönderme uygulaması CepBank'a Şubat ayı itibarıyla yeni özellikler eklenerek iPhone ve Android telefonlar için uygulamalar geliştirildi. Bu uygulamalar ile müşterilerimiz diledikleri kişiye para gönderebilmenin yanı sıra, Para İsteme, TL yükleme, Kredi Kartı Borç Ödeme, Hesap Paylaşma gibi günlük finansal işlemlerini gerçekleştirebiliyor.</p>	<p><i>E-Trader Android Uygulaması</i></p> <p>iPhone, iPad ve Blackberry için geliştirilen uygulamalardan sonra Android platformu için geliştirilen uygulama ile Garanti Bankası müşterileri; hisse senedi ve VOB piyasalarını izleyebilir, portföylerini görüntüleyebiliyor, hisse senedi ve VOB kontratı alım/satım işlemi gerçekleştirebiliyor, Müşteri Temsilcileri ile canlı chat yapabiliyor, gün içinde CNBC-e canlı yayın ile finans gündemini takip edebiliyor, Garanti'den Günün Piyasa Yorumu videolarını izleyebiliyorlar.</p>
<p><i>Windows 8 Uygulaması</i></p> <p>Dünyada bir bankanın geliştirdiği ilk Windows 8 uygulaması olan Garanti Bankası uygulaması, Windows Store'da yayına alındı. Uygulama aynı zamanda Türkiye, Orta Doğu ve Afrika'daki ilk finans uygulaması olma özelliği taşıyor.</p> <p>Windows 8 tablet ve telefonlara uyumlu olarak geliştirilen uygulama ile müşteriler Piyasa kur bilgilerine anında ulaşabilir.</p>	<p><i>Turkcell Cüzdan İşbirliği</i></p> <p>Garanti Bankası ve Master Card işbirliği ile hayata geçirilen Turkcell Cüzdan'a para yatırma ve hesap hareketlerini izleme adımları, Türkiye'nin her yerindeki Paramatik'lerden yapılabiliyor.</p>

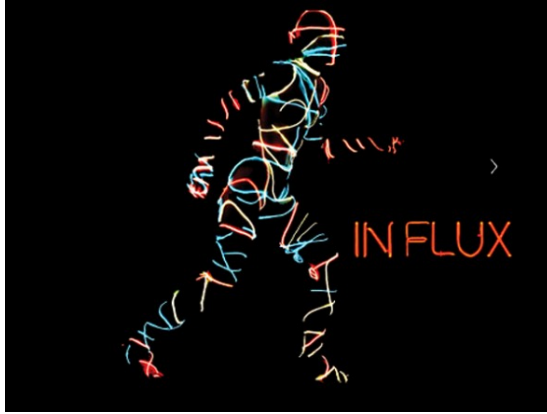
Kaynak: Garanti Bankası 2012 Yıllık Faaliyet Raporu, Garanti Bankası, Yıllık Faaliyet Raporları, http://www.garanti.com.tr/tr/garanti_hakkinda/yatirimci_iliskileri/mali_tablolar_ve_sunumlar/yillik_faaliyet_raporlari.page, s. 105.

Garanti Bankası'nda inovasyonlara çok önem verilmektedir. Böylece farklı uygulamalar gerçekleştirip bankalarımız içinde öne çıkmaktadırlar. 2012 Yılı Faaliyet Raporlarında inovatif uygulamalarına örnekler vermektedirler. Tablo 3.2' den görülebilmektedir.

2007 yılından bu yana wap.garanti.com.tr üzerinde çalışan Cep Şubesi hizmetlerini vermektedirler. 2012 yılının Nisan ayından itibaren iPhone, iPad, android telefon ve android tabletlerde uygulama olarak yer almaya başlamıştır. Cep Şubesi hizmetleri bankanın müşterileri tarafından kısa sürede benimsenmiş, yapılan işlem sayısı 5 milyona, aktif müşteri sayısı da 500.000'e ulaşmıştır. 2012 başından bu yana mobil bankacılık müşteri adedinde %283 büyüme sağlamışlardır. 2 milyon'dan fazla kez indirilen, 30'a yaklaşan mobil finans uygulamalarını, garanti.com.tr'de yer alan Uygulama Dükkanı'nda toplamışlardır. CepBank'a yeni özellikler ekleyerek iPhone ve android telefonlara özel uygulamalar geliştirmişlerdir. Yine Garanti, Facebook ve Twitter üzerinden CepBank ile para gönderimini başlatmıştır. Diğer yanda bankanın Windows 8 uygulaması, Windows 8 uygulama marketinde yer alan ilk finans uygulaması olmuştur. Garanti Bankası olarak mobile yaptıkları yatırımlarını da arttırmak istemektedirler.⁹¹

Garanti Bankası İnovasyon ve Ürün Geliştirme Birimi, Influx isiminde bir e-kitap yayınlamıştır. Türkiye ve Dünya'da tüketicilerin ve şirketlerin gündemini değiştiren trendlerin inovasyon bakış açısıyla yorumlandığı trend kitabı "in Flux" 2013 yılının içinde yayınlanarak, banka içi ve dışında paylaşılmıştır.

⁹¹ Garanti Bankası 2012 Yıllık Faaliyet Raporu, Garanti Bankası, Yıllık Faaliyet Raporları, http://www.garanti.com.tr/tr/garanti_hakkinda/yatirimci_iliskileri/mali_tablolar_ve_sunumlar/yillik_faaliyet_raporlari.page, s. 70.



CHARACTERISTICS OF MOBILITY

If we look deeper into some examples associated with mobility, we see that there is a whole new set of characteristics that go beyond just space and time, even if they lack a strict causal relationship. We'll try to discuss some of them here.

- When compared to a bank with a whole lot of financial services, **Tapas** provides just one POG solution. It is a "fragmented" piece out of the complete service portfolio of a bank.
- Traditional work has strict rules and timeliness, whereas **Tapas** is more ad-hoc, allowing you to find short-duration paid tasks.
- When compared to the procedure of a traditional money transfer, **BumpPay**, with its dead-simple interaction, is much more effortless and instantaneous.

- **Tutor-on-mobile**, a P2P mobile learning service from Indian telecom operator Tata Docomo is far more scalable to masses than traditional schools are.
- Finally **M-Pesa**, which has village ladies working as bank branches, is a more decentralized version of a classical bank branch network.

ASK YOURSELF

What other adjectives could be associated with mobility?

What would your services look like if they were to be more fragmented, ad-hoc, instantaneous, scalable or decentralized?

LESS MOBILE	→	MORE MOBILE
Bank	→	Tapas
Work	→	taskable
Money Transfer	→	bumpPay
School	→	Tutor on Mobile
Bank Branch	→	M-PESA

MOBILITY AS THE NEXT STEP IN THE EVOLUTION OF THE INTERNET

It's important to see that mobility is the next and most recent step in the evolution of the Web 2.0. According to Harish Mohandas, a technology journalist writing for the blog PandoDaily, the advent of mobility is as significant as Web 2.0 itself. One can see that with the arrival of mobile technologies, the Web has acquired new characteristics that have unlocked a whole new set of value propositions.

Web 2.0 is a participatory version of the old web. Its content is no longer created by the few for the many, with its many central structures, gave way to P2P structures. All these changes have resonated strongly across industries and assets.

The web is certainly more participatory than ever, but with mobile technologies, it has also become real-time, pervasive and always on, its content and services are fragmented into bite-sized chunks and optimized for easy and fast interactions. Because of these extremely disruptive characteristics, mobility has been (and will no doubt continue to be) a major driver of change for businesses and society.

THE ADVENT OF MOBILITY IS AS SIGNIFICANT AS WEB 2.0 ITSELF.



Şekil 3.14. Garanti Bankası'ndan Dijital Trendlere Bakış Sunan E-Kitap: Influx.

Kaynak: Duygu Arslan, Garanti Bankası'ndan Dijital Trendlere Bakış Sunan E-Kitap: Influx, 08 Mayıs 2014, <http://sosyalmedya.co/influx/>.

Garanti'de araştırma ve analizlerin, sektör ve dünyadaki gelişmelerin, çeşitli kanallardan gelen fikirlerin sentezlenmesiyle 63 yeni ürün geliştirilmiştir.⁹²

⁹² Garanti 2013 Yılı Faaliyet Raporu, s. 85.

Tablo 3.3. Garanti'nin 2014 Projeksiyonu.

2014 PROJEKSİYONU

Hızlı dijitalleşme, ihtiyaçlarının farkında olan tüketiciler ve alışıldık sektör sınırlarını zorlayan bir rekabet yarattı. Teknolojiyi her işin kolaylaştırıcısı olarak kullanmak ve akıllı tüketiciye akıllı ürün ve hizmetler sunmak her zamankinden daha önemli.

2014'te, müşterilerin ihtiyaçları göz önünde bulundurularak, birbiriyle ilişkili ürünlerin kolayca edinilmesine olanak tanıyan paketler üzerinde çalışılıp; müşterilerin bankayla ilişkileri artırılarak, finansal dünyalarını daha kolay yönetebilmeleri sağlanacak.

Bankalar için önemli bir konu haline gelen küçük birikimlerin ve yastıkaltı altının ekonomiye kazandırılmasına yönelik, tabana yayılacak mevduat

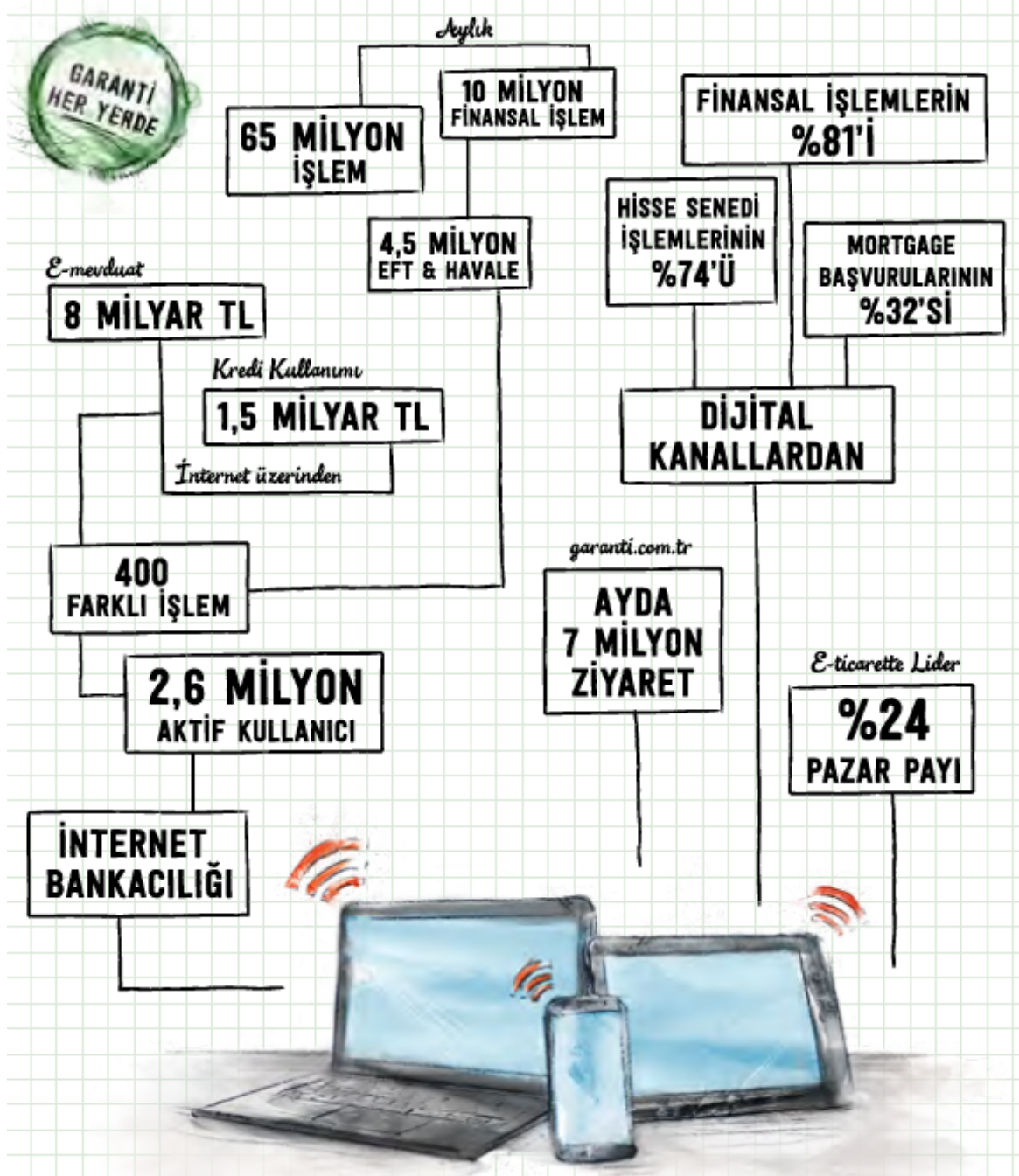
toplama stratejisi izlenerek, farklı ihtiyaçlara uygun ürünler ve hizmetler sunulacak.

Kullanımı hızla artan sosyal medya, müşterilerin finansal alışkanlıklarının da sosyalleşmesinde etkili olacak. 2014'te, müşterilerin sosyal çevrelerini oluşturan kişilerle olan finansal ilişkileri, yeni ürün ve hizmetlerle desteklenerek, birlikte gerçekleştirilen ortak birikim ve harcamaların bankaya taşınması sağlanacak.

Firmaların faaliyet alanlarına özel ihtiyaçlarına yönelik harcamalarını vadeli yapabilmeleri ve geri ödemelerini buldukları sektörün koşullarına göre belirleyerek finanse edebilmelerine imkan verecek ürün çözümleriyle ticaretin finansmanı desteklenecek.

Kaynak: Garanti 2013 Yılı Faaliyet Raporu, s. 85.

Garanti'de yarının dinamikleri dikkate alınarak müşteri ihtiyaçları etrafında şekillendirilen, teknolojik ve sektörel gelişmelere paralel olarak geliştirilen yeni ürün ve hizmetlerle beraber müşterilerine fayda yaratabilecek, hızlı, kolay ve efektif bir finansal ortam yaratılması hedeflenmektedir. Finansal alandaki inovasyonları da önemli bulunmaktadır (EK-1).



Şekil 3.15. Finansal İnovasyon ve Garanti.

Kaynak: Garanti 2013 Faaliyet Raporu, s.90.

3.2. Bankaların Diğer İnovatif Ürün ve Hizmetleri

Bugün irili ufaklı bir çok bankamızda öneminden dolayı inovasyonlara önem verilmekte ve böylece kreatif bankacılık uygulamaları gerçekleştirilmektedir. Örnek verilecek olursa; en köklü bankalarımızdan olan Ziraat Bankası'nda telefon bankacılığı kanalı ile yapılabilecek işlemler şunlar olarak sıralanmaktadır:

Sesli Yanıt Sistemi (IVR) Aracılığı ile Yapılabilen İşlemler

- Hesap İşlemleri
- Para Transferleri
- Yatırım İşlemleri
- Kredi Kartı İşlemleri
- OGS İşlemleri
- Şifre İşlemleri
- Faiz, Kur ve Oran Bilgileri

Müşteri Temsilcisi Aracılığı ile Yapılabilen İşlemler

- Hesap İşlemleri
- Para Transferleri
- Yatırım İşlemleri
- Döviz İşlemleri
- Kredi Kartı İşlemleri
- Banka Kartı İşlemleri
- OGS İşlemleri
- Western Union
- Ödemeler
- İnternet Bankacılığı Destek Hizmetleri.⁹³

⁹³ Ziraat Bankası, Telefon Bankacılığı,
<http://www.ziraat.com.tr/tr/Bireysel/DogrudanBankacilik/Pages/TelefonBankaciligi.aspx>.

Yapı Kredi örneğinde; Turkcell ve Visa, iPhone sahiplerine Avrupa’da ilk ve tek temassız ödeme deneyimini yaşayabilecekleri iCarte’ı sunmaktadır. iPhone’a kolayca takılabilen iCarte sayesinde telefonlar temassız özellikli bir kredi kartına dönüşmektedir. Uygulamasında 35 TL altı alışverişler sadece telefonun temassız okuyucuya yaklaştırılmasıyla hızlı ve güvenli şekilde gerçekleştirilebilmektedir.⁹⁴

Yapı Kredi olarak müşterilerine sağladıkları hizmetlerle ilgili güvenlik gereklerini de düşünmektedirler. CEPWAP akıllı şifre uygulaması buna bir örnektir ve aşağıdaki şekilden görülebilmektedir.

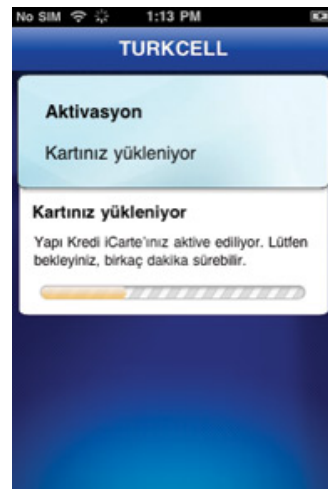
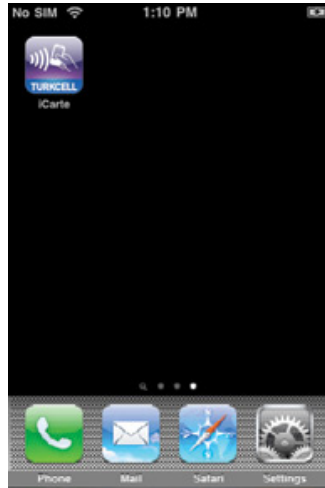
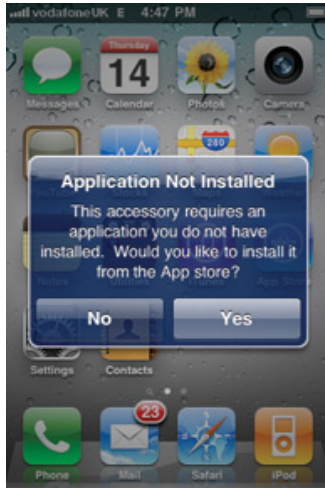


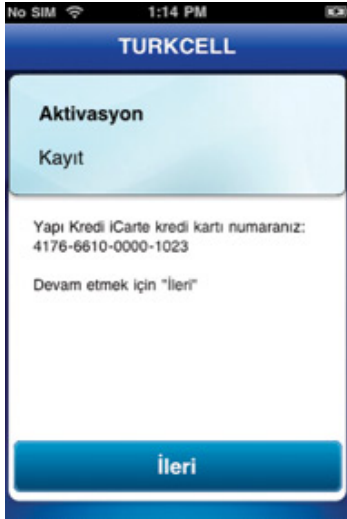
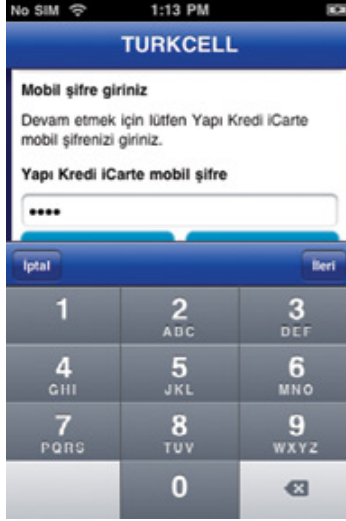
Şekil 3.16. CEPWAP Akıllı Şifre uygulaması.

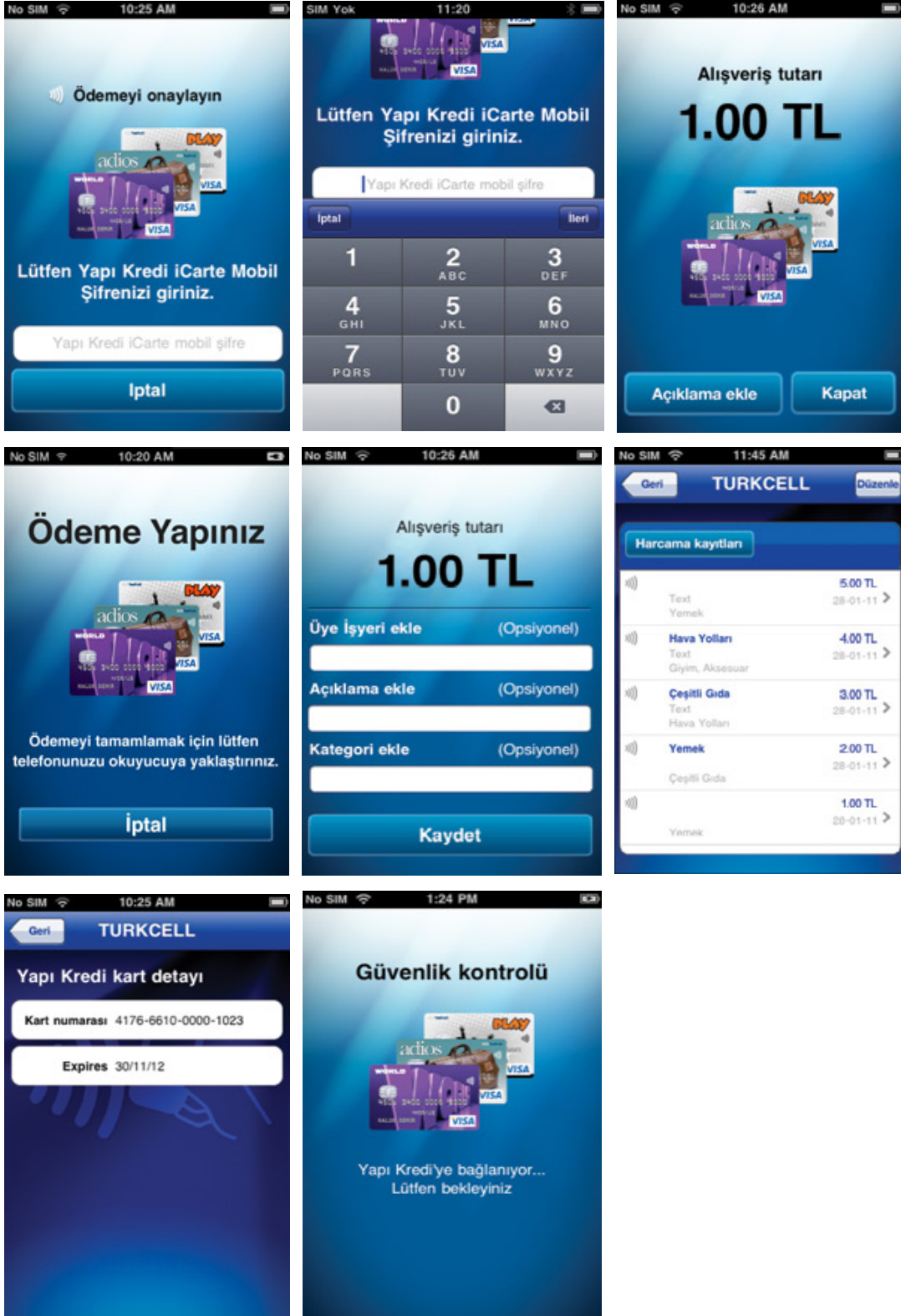
Kaynak: Yapı Kredi, Güvenlik Duyuruları, <http://www.yapikredi.com.tr/sinirsiz-bankacilik/internet/guvenlik/guvenlik-duyurulari.aspx>.

⁹⁴ iPhone’u kredi kartına dönüştüren teknoloji: iCarte, <http://www.adiospremium.com.tr/icarte-pilot-katilim/default.aspx>.

- Yapı Kredi'den İPhonu'yu Kredi Kartına Dönüştüren Teknoloji Uygulaması: iCarte ve Uygulama Basamakları







Kaynak: iPhone’u kredi kartına dönüştüren teknoloji: iCarte, <http://www.adiospremium.com.tr/icarte-pilot-katilim/default.aspx>.

Bir başka bankamız olan DenizBank, Bank Administration Institute (BAI) tarafından verilen ‘2014 BAI Bankacılık İnovasyonu Ödülleri (BAI – Finacle Global

Banking Innovation Awards 2014)'nde İç İşleyişte İnovasyona Dayalı Gelişim kategorisinde müşteri memnuniyetini artıran Inter-Collect uygulaması ile birinci seçilmiştir.⁹⁵

Inter-Collect projelerinin detaylarını şu şekilde anlatmaktadırlar; “*Takibe düşen kredi kullanmış müşterilerimizi yeniden kazanmaya dönük bir proje geliştirdik. Bu projede elimizdeki müşterimize ait ‘büyük data’yi inceleyerek bu müşterinin tutum ve davranışlarından bazı sonuçlara vardık. Örneğin hayatındaki ani bir değişiklik nedeniyle kredisini ödeme güçlüğü yaşayan müşterilerimizin kredilerini yeniden yapılandırdık. Bu anlamda dokunduğumuz 5 müşterimizden 4’ünü geri kazandık. Microsoft’un özel yardımıyla mükemmel hale getirdiğimiz bilgi teknolojisi altyapımızı bu projede de kullandık. Dijital bankacılıktaki tüm ürün ve hizmetlerimizin arkasında bu akıllı yapı bulunuyor. Sonuç hem banka için hem müşterilerimiz için kazan-kazan durumu söz konusu.*”⁹⁶

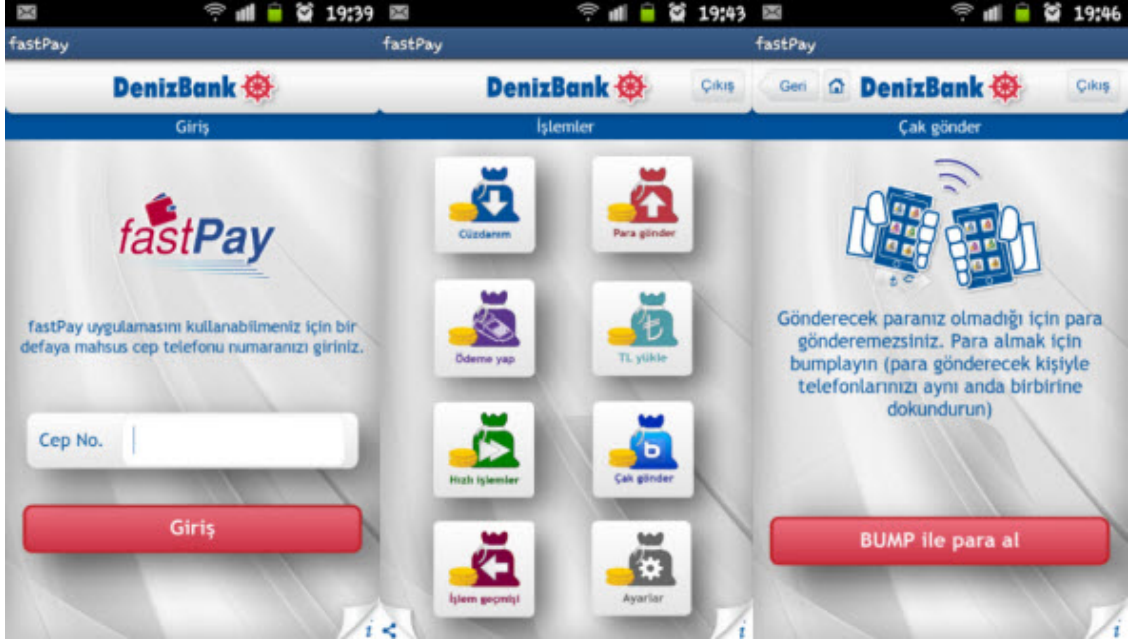
DenizBank, dijital alanda sektöre fark yaratan uygulamalar kazandırmıştır. DenizBank bu yarışmada, “En Yenilikçi Ürün ve Hizmet”, “Kanal İnovasyonu” ve “İç İşleyişte İnovasyona Dayalı Gelişim” kategorilerinde finale kalmıştır. DenizBank’ın finale kalan 22 proje arasında 5 projesi kategoriler bazında şöyle sıralanmıştır:

- En Yenilikçi Ürün ve Hizmet: FastPay Handsfree Ödeme
- Kanal İnovasyonu: FastPay Mobil Cüzdan
- Kanal İnovasyonu: Sosyal Müşteri Hizmetleri
- İç İşleyişte İnovasyona Dayalı gelişim: Müşteri memnuniyetini artıran Inter-Collect
- İç İşleyişte İnovasyona Dayalı Gelişim: Inter-Dashbord Programları.⁹⁷

⁹⁵ Gazete Vatan, Bill Gates’i ikna etti banka Oscar’ını aldı!, 17 Kasım 2014, <http://www.gazetevatan.com/bill-gates-i-ikna-etti-banka-oscar-ini-aldi--697677-ekonomi/>.

⁹⁶ Finans Gündem, Denizbank’a ABD’den ödül, 17.11.2014, http://www.finansgundem.com/bankacilik/denizbank_a-abd_den-odul-637033.htm.

⁹⁷ DenizBank, Denizbank ve Türkiye’ye büyük onur – DenizBank, İnovasyonda Dünyanın 1 Numarası Seçildi, Basın Bülteni, 17 Kasım 2014, <http://www.denizbank.com/hakkimizda/pdf/basin-bultenleri/2014/denizbank-inovasyonda-dunyanin-1-numarasi-secildi.pdf>, s. 1.



Şekil 3.17. DenizBank'ın FastPay Mobil Cüzdan Uygulaması.

Kaynak: Denizbank'tan Mobil Cüzdan "FastPay", 02.07.2013, <http://www.androidcanavari.net/denizbanktan-mobil-cuzdan-fastpay/>.

DenizBank Facebook Bankacılığı uygulaması ile de ilgi çekmiştir. Facebook bankacılığı ile digital kuşak bankacılığına farklı bir soluk getiren

DenizBank'ın uygulaması ile alanında dikkat çeken uygulamalardan birisine imza attığı belirtilmektedir.⁹⁸

facebook

E-posta veya Telefon: ozlem.nebioglu@gmail.com

Şifre: [Giriş Yap]

Oturumumu sürekli açık tut

Şifreni mi unuttun?

DenizBank

Deniz'e Girenler Kazanıyor!

Birbirinden Güzel Hediyeler MobilDeniz ve Açık Deniz İnternet Bankacılığı'nda!

DenizBank ile bağlantı kurmak için hemen Facebook'a kaydol.

Kaydol Giriş Yap

7 adet iPad Air Retina

5 adet Samsung G900FQ Galaxy S5

1 adet Samsung 55" UHD Curvetv

5 adet LG G3 D865

1 adet MacBook Pro Retina 15"

DenizBank

Banka/Finansal Kurum

Zaman Tüneli Hakkında Fotoğraflar Şubeniz Facebook'ta Daha fazla

KİŞİLER

994.822 beğenme
4.016.477 ziyaret

HAKKINDA

DenizBank A.Ş.'nin resmi Facebook sayfasına hoş geldiniz! Sayfamızı beğenip DenizBank'la ilgili haberleri, yenilikleri ve kampanyaları takip edebilirsiniz...

DEVAMI

<http://www.denizbank.com/>

YAKINDAKİ KONUMLAR

Istanbul University

Gülfişane Park

DenizBank MERCAN ATM

DenizBank bir bağlantı paylaştı.
9 saat önce

Yatırımının yüzünü güldüren bono Deniz'de! 116 ve 179 gün vadeli bono için başvurular 25-27 Kasım'da tüm DenizBank şubeleri, 444 0 800, www.denizbank.com'da.

BONO DENİZ'DE!

Birbirinden cazip yatırım fırsatları için siz de Deniz'e girin.

BİRİKİMLER DENİZ'DE BÜYÜR!

Bono İhracı
Bono Deniz'de
<http://bit.ly/1r7WPHu>

Daha Fazla Bilgi Al

Şekil 3.18. DenizBank Facebook.

Kaynak: DenizBank Facebook, <https://tr-tr.facebook.com/DenizBank>.

DenizBank mobil telefonlar için fastPay uygulamasını geliştirerek mobil bankacılığa farklı bir bakış açısı getirmiştir. Bu uygulama ile Denizbank'ın müşterisi

⁹⁸ Denizbank'tan Mobil Cüzdan "FastPay", 02.07.2013, <http://www.androidcanavari.net/denizbanktan-mobil-cuzdan-fastpay/>.

olsun veya olmasın istenilen kişiye para gönderilme imkanı sunulmaktadır. Bu uygulama DenizBank tarafından para göndermenin yeni, kolay, hızlı ve çok ucuz yolu sloganı ile tanıtılmıştır. DenizBank'ın Google Play'de yer alan 4 uygulamasından biridir. fastPay uygulaması ile tüm operatörlerden herhangi bir banka müşterisi olsun veya olmasın istenilen kişiye ücretsiz ve istenildiği zaman para gönderilebilmektedir.

Kuveyt Türk de diğer yanda bankacılıkta inovatif çözümleri ile bilinmektedir. Kuveyt Türk Katılım bankası altın bankacılığı konusunda bir çok ürünü ilk çıkaran banka olmuştur. Dünyada ilk kez ATM'den gram altın vermeyi hayata geçiren Kuveyt Türk'ün altın bankacılığı alanında 20'den fazla ürünü olduğu bildirilmektedir.⁹⁹



Şekil 3.19. Kuveyt Türk'ten “Altın Köşe” hizmeti.

Kaynak: Kuveyt Türk'ten “Altın Köşe” hizmeti, 16.05.2012,
<http://www.dunya.com/kuveyt-turkten-altin-kose-hizmeti-154481h.htm>.

⁹⁹ Tekin, M., “Bankacılık Sektörü ve İnovasyonlar”, <http://www.mesuttekin.com/2013/07/bankacilik-sektoru-ve-inovasyonlar.html>.



Şekil 3.20. Kuveyt Türk'ten "Altın Çek".

Kaynak: Altın Çek, http://www.kuveytturk.com.tr/altin_cek_sizeozel.aspx.

Albaraka Türk de sosyal medya ile bağlantılı çalışan bankalardan biri olarak dikkat çekmiştir. LinkedIn'e webdeki kurumsal sayfaları üzerinden bağlantı sağlayarak çalışanlarının kim oldukları ve neler yaptıkları ile ilgili kullanıcıların bilgilendirilmesini sağlamaktadırlar.¹⁰⁰ Aşağıdaki şekilden bunu görmekteyiz.

LinkedIn'e katılmak için, aşağıdan kaydolun...katılım ücretsizdir!

Ad:

Soyad:

E-posta:

Şifre:

6 veya daha fazla karakter

"LinkedIn'e Katılın"ı tıklayarak, LinkedIn'in Kullanıcı Anlaşması, Gizlilik Politikası ve Çerez Politikası'nı kabul etmiş olursunuz

[LinkedIn'e Katılın](#)

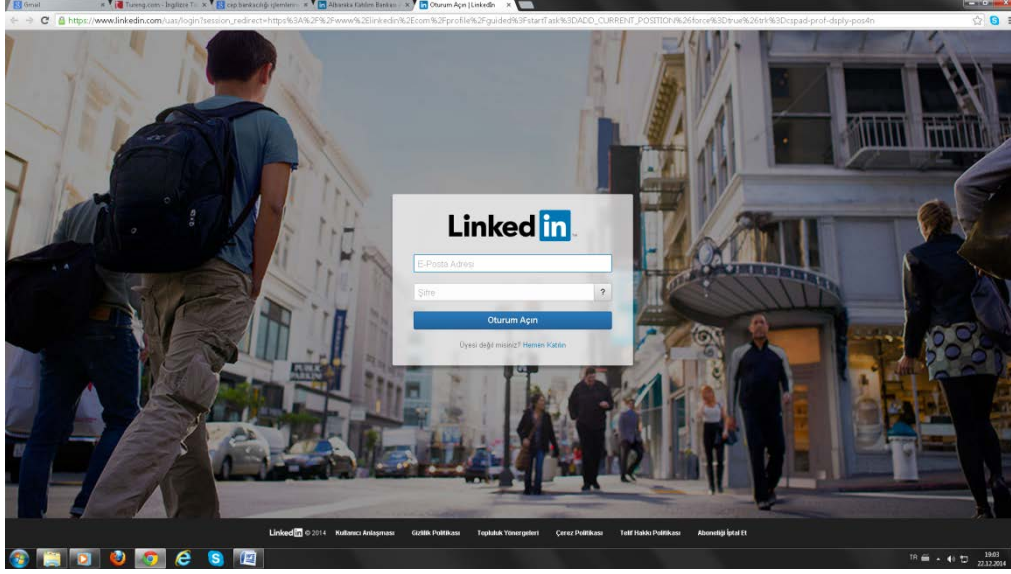
LinkedIn hesabınız var mı? [Oturum aç](#)

Facebook hesabınızı kullanarak LinkedIn'e katılın ve zamandan kazanın

[Facebook hesabınız ile devam edin](#)

LinkedIn Corporation © 2014 | Kesin izin olmaksızın bu sitenin ticari kullanımı yasaktır.

¹⁰⁰ Albaraka Katılım Bankası A.Ş., Ana Sayfa, <https://tr.linkedin.com/company/albaraka-turk-katilim-bankasi-as>.



Şekil 3.21. Albaraka Türk & LinkedIn.

Sanal pos hizmeti de bankacılık sektöründeki önemli bir inovasyondur. Sanal Pos hizmeti sağlayan ülkemizde faaliyet gösteren bankalar şunlardır;

- Vakıfbank,
- Finansbank,
- Akbank,
- Garanti Bankası,
- Yapı Kredi Bankası,
- İş Bankası,
- HSBC,
- TEB,
- Fortisbank.

Kredi Kartı Bilgileri	Ödeme Seçenekleri				
Kart Üzerindeki İsim	<input type="text"/>	  Tek Slip	 HSBC	 Axess	 Bonus Card
Kart Numarası	<input type="text"/>	 Finans Bank	 Flexi	 HSBC	 Ideal Card
Son Kullanma Tarihi	01 ▼ 2007 ▼	 Maximum	 Shop&Miles	 VakıfBank Vakıf Bank	 World Card
Güvenlik Numarası	<input type="text"/> *				
* Kredi Kartınızın Arkasındaki Numaranın Son Üç Rakamıdır.					
Ödenecek Tutar (YTL)	<input type="text"/> YTL . <input type="text"/> YKr				
Cari Kod-İsim	<input type="text"/>				
<input type="button" value="Gönder"/>					

Şekil 3.22. Sanal Pos.

Kaynak: a-magaza e-ticaret Sistemleri, Sanal Pos, <http://akillimarket.com/sanalpos.asp>.

3.3.Garanti Bankası'nın Finansal Alandaki Diğer İnovasyon Ürünleri

- Birikim ve yatırımların desteklenmesi

Garanti, yastık altı altın birikimlerin kayıt altına alınarak ekonomiye kazandırılması, geleneksel altın biriktirme alışkanlığının bankaya taşınması ve banka ile düzenli ilişkisi olmayan müşterilerin kazanılması amacıyla altın odağında yeni ürün ve hizmetler geliştirmektedir. Altın hesabı, düzenli altın birikimi, şubelerden fiziki altın toplanması gibi mevcut ürünlerine yenilerini eklemişlerdir. Garanti olarak müşterilerine yapmak istedikleri yatırımlarını destekleyen birikim hesapları, yatırım ihtiyaçlarına cevap veren yenilikçi ana para korumalı yatırım fonları ve endekse bağlı değişken faizli mevduat hesapları sunmaktadırlar.

- Gram Altın Ödemesi

Birikimlerini altın olarak değerlendiren ve diledikleri zaman altın hesaplarındaki bu birikime ulaşabilmek isteyen müşteriler, önceden ilan edilmiş İstanbul şubelerinden 24 aylık 1 ve 5 gramlık altınlarla ödeme yapabilmektedir.



Garanti'den Altın Bonus.

- Altın ve Yabancı Para Hediye Çekleri

Düğün, nişan, doğum günleri gibi özel gün hediyesi olarak altın ve döviz gibi kolayca nakde dönüştürülebilecek, güvenilir hediyeler vermek isteyen müşteriler için tüm şubelerden “Altın ve Yabancı Para Hediye Çekleri” düzenlenebilmekte ve bu çekler yine tüm şubelerden “Yabancı Para Hediye Çekleri” için nakit olarak veya hesaba, “Altın Hediye Çekleri” için ise sadece hesaba ödenebilmektedir.

Altın hediye çeki için Garanti müşterisi olmak şart değildir. Çekin hediye edildiği kişiler, herhangi bir şube üzerinden ücretsiz olarak altın hesabı açtırarak altın çek karşılığını hesaba yatırabilmekte, değerlendirebilmekte ve istediği zaman TL karşılığını alabilmektedir. Yalnızca çek üzerinde adı yazılı kişiler kullanabildiği için son derece güvenli bulunmaktadır.



Garanti'den Altın Hediye Çeki.

Kaynak: Koray Sarıdoğan, Garanti'den Altın Hediye Çeki, 29 Temmuz 2013, <http://www.hangimevduat.com/haber/garanti-den-altin-hediye-ceki/>.

- Ev Aldıran Net Hesap

Garanti, müşterilerine ev sahibi olma çabaları ile birikim yaparlarken rehberlik sağlayan, mevcut gelir gider durumları ve istedikleri eve göre bir plan oluşturan, ödüllü yapısı ile birikim alışkanlığı kazandırmayı amaçlayan “Ev Aldıran Net Hesap” birikim paketini tasarlamıştır. Bu sayede müşteriler, evlerini almak için konut finansmanı kullanarak ya da kullanmadan kişiye özel planlarla gereken birimi yapabilmekte ve benzer demografik özelliklere sahip kişilerle kendi durumlarını karşılaştırabilmektedir. Garanti bu hesap ile ev alırken ev tutarını veya peşinatını denkleştirmeye ve en kısa sürede ev sahibi olmaya destek olmaktadır.¹⁰¹ Garanti Net Hesap ile konut peşinatı biriktirebilmektedir.¹⁰²



Garanti – Ev Aldıran Net Hesap.

¹⁰¹ Garanti Bankası, Ev Aldıran Net Hesap, http://www.garanti.com.tr/tr/bireysel/mevduat_ve_yatirim/birikim/ev_aldiran_net_hesap.page?

¹⁰² Koray Sarıdoğan, Garanti NET Hesap ile Konut Peşinatı Biriktirebilirsiniz, 09 Şubat 2014, <http://www.hangikredi.com/bilgi-merkezi/garanti-net-hesap-ile-konut-pesinati-biriktirebilirsiniz/>.

- **Dinamik BIST30 Endeksi'ne Dayalı 36. Alt Fon**

Garanti, fon, trend ve riske bağlı olarak Borsa İstanbul Ulusal 30 endeksinde (BIST30) uzun ve kısa pozisyon alabilen Dinamik BIST30 endeksine yatırım yaparak, yatırımcılarına hem yükselen, hem de düşen piyasa koşullarından faydalanma fırsatı sunmaktadır. Yatırımcılar, Dinamik BIST30 fonu ile anapara koruması altında, Dinamik BIST30 endeksinin gerçekleştirebileceği pozitif getiriden belirli bir katılım oranı ölçüsünde getiri elde etme fırsatı bulmaktadır.

- **Yüksek Temettü Ödeyen Dünya Şirketleri Endeksi'ne Dayalı 37. Alt Fon**

Bu fon, yatırım döneminin sonunda anapara korumasının yanı sıra yüksek temettü potansiyeline sahip, global şirket hisselerine yatırım yapan ve aynı zamanda gerçekleşebilecek aşağı yönlü hareketlerden de korunma sağlamayı amaçlayan “Yüksek Temettü Ödeyen Dünya Şirketleri Endeksi” nin pozitif getirisinden belirli bir katılım oranı ölçüsünde getiri sağlama imkanı sunmaktadır.

- **Dinamik Yenilikçi Şirketler Endeksi'ne Dayalı 38. Alt Fon**

Bu fon, trend ve riske bağlı olarak 20 global yenilikçi şirketten oluşan bir hisse senedi sepetine yatırım yaparken, gerçekleşebilecek aşağı yönlü hareketlerden de korunma amacıyla S&P 500 endeksinde kısa pozisyon alan “Dinamik Yenilikçi Şirketler Endeksi” ne yatırım yaparak, anapara koruması altında yatırımcılarına hem yükselen hem de düşen piyasa koşullarından faydalanma fırsatı sunmaktadır.

- **Stoxx Europe 600 Long Masters TL Hesap**

Stoxx Europe 600 Long Masters TL Hesap, Euro Stoxx 600 endeksinin 6 aylık süre zarfında gerçekleştirebileceği pozitif performansın belirli bir yüzdesinden anapara koruması altında faydalanma fırsatı sunmaktadır.

- **Çabuk Kredi**

Müşterilerinin hayatını kolaylaştıran çözümlerindedir. Garanti, müşterilerin acil ve kısa süreli nakit ihtiyaçları için, farklı kanallardan hızlı ve kolay ulaşılan, anında kredi değerlendirmesiyle, düşük limitli ve kısa vadeli olarak kullanılabilen “Çabuk Kredi” ürününü sunmuştur. Bu ürünle, kredi vadesinde ödenecek tutar müşterilerle başta paylaşıldığından şeffaf ve net müşteri iletişimi sağlanmaktadır.

- **Hizmet Sonrası Müşteri Memnuniyeti Anketleri**

Garanti, 2013 yılında müşteri memnuniyeti alanındaki hizmetlerine yenilerini eklemiştir. Haklı Müşteri Hattı’na farklı kanallardan bildirimlerini ileten müşteriler, verilen hizmetten, sunulan çözümden ve hizmet aldıkları müşteri danışmanından ne derece memnun olduklarını hizmet sonrası anketlerle paylaşabilmektedir.

- **Kolay Başvuru Takibi**

Garanti, kredi başvurularının takibini kolaylaştırmaktadır. Başvuru sırasında bildirilen T.C. Kimlik Numarası’nı kullanarak kredi için başvuranlar kredilerinin hangi aşamada olduğunu takip edebilmektedir. Aşağıdaki iletişim kanallarından herhangi birinden T.C. Kimlik Numarası girilerek başvuru kredinin son durumu öğrenilebilmektedir.

-Cepten 3390

-garanti.com.tr’den

-Garanti İnternet Şubesi’nden

-444 0 333 Alo Garanti’den.¹⁰³

¹⁰³ Garanti, Başvuru Takibi,
[http://www.garanti.com.tr/tr/bireysel/krediler/bireysel_destek_kredisi/5_dakikada_kredi/basvuru_takibi.p
age?](http://www.garanti.com.tr/tr/bireysel/krediler/bireysel_destek_kredisi/5_dakikada_kredi/basvuru_takibi.page?)

- Akıbet (Sonuç) Takip Sistemi

Garanti, Haklı Müşteri Hattı'na bildirimlerini ileten ancak ilk noktada çözüm sağlanamayan müşteriler için, IVR, SMS ya da ilgili web sayfaları aracılığı ile bildirimlerinin sonucunu izleyebildikleri Sonuç Takip Sistemi'ni hizmete sunmuştur.

- Bonus Gold ve Bonus Platinum

Ekstra bonus özelliği ile kart sahiplerine daha çok bonus kazandıran, Bonus Gold ve Bonus Platinum, Bonus ailesinin en prestijli ürünleri arasında yerini almıştır.



Garanti'den Bonus Platinum.

- Bonus Genç

Garanti tarafından 18-25 yaş arası gençlere Türkiye'nin en kolay başvurulabilen, yıllık kart ücreti olmayan, temassız ödeme özelliğine sahip "Bonus Genç" kredi kartı lanse edilmiştir.



Garanti'den Bonus Genç.

- **Bonus Flexi**

Garanti tarafından kart aidatına hassas müşteriler için yıllık kart ücreti olmadan Bonus'un imkanlarından yararlanmalarını sağlayan Bonus Flexi lanse edilmiştir. Flexi Card, Garanti Bankası tarafından sunulan ve kartın temel özelliklerinin (bonus oranları, faiz oranları) belirlenmesinde seçim yapılabilen bir kredi kartıdır.¹⁰⁴



Garanti'den Bonus Flexi.

- **Garanti Emeklilik Tablet Uygulaması**

Garanti Emeklilik hayata geçirdiği yeni satış modeli ve süreçleriyle bireysel emeklilik ürünlerini tablet bilgisayar uygulaması ile sunmaya başlamıştır. Ürün tanıtımının tabletler aracılığıyla görsel zenginlikle yapıldığı uygulamayla, hizmet kalitesinin yükselmesi ve satış süreçlerinde verimlilik artışı hedeflenmiştir.

- **Dijital Platformlarda Garanti Emeklilik**

Son dijital trendlere uygun olarak yenilenen kullanıcı dostu tasarımı ve altyapısıyla garantiemeklilik.com.tr internet sitesi; bireysel emeklilik, hayat ve işsizlik sigortası ile ilgili tüm soruların cevaplarına en hızlı ve kolay şekilde ulaşabilme imkanı sağlamaktadır. Garanti Emeklilik'in açtığı ikinci Facebook sayfası "Taşınma Partisi", "Hızlı bilen kazanıyor" gibi başarılı kampanyalar ile desteklenerek 7 ayda 164.000 takipçiye ulaşmıştır. Yine sektörün en çok takipçisi olan, en çok beğenilen ve hakkında en çok konuşulan Facebook sayfası olma özelliğine sahip olmuştur.

¹⁰⁴ Flexi Card (Garanti Bankası), <http://www.milkartlari.com/diger-kartlar/flexi-card-garanti-bankasi/>.



Garanti Emeklilik – Facebook Sayfası.

Garanti Emeklilik ve Hayat Facebook sayfasında bulunan “tanışma partisi” uygulamasına katılanlar arasından çekiliş ile çeşitli hediyeler dağıtılmıştır.¹⁰⁵



Garanti Emeklilik Taşınma Partisi.

¹⁰⁵ Garanti Emeklilik Taşınma Partisi Kazandırıyor, <http://www.indirimatic.com/2013/05/Garanti-Emeklilik-Tasinma-Partisi-Kazandiriyor.html>.

İstanbul için de uygulamalar geliştirmişlerdir. İstanbul'da "Buldum!" kampanyasıyla müşterilerine çeşitli fırsatlar sunmuşlardır. Site üzerinde düzenlenen "Buldum!" yarışmasına katılan takipçiler, pixel art yöntemiyle hazırlanmış İstanbul çizimi üzerinde, şehre gizlenmiş kampanyaları bulup sürpriz hediyeler kazanmışlardır.¹⁰⁶



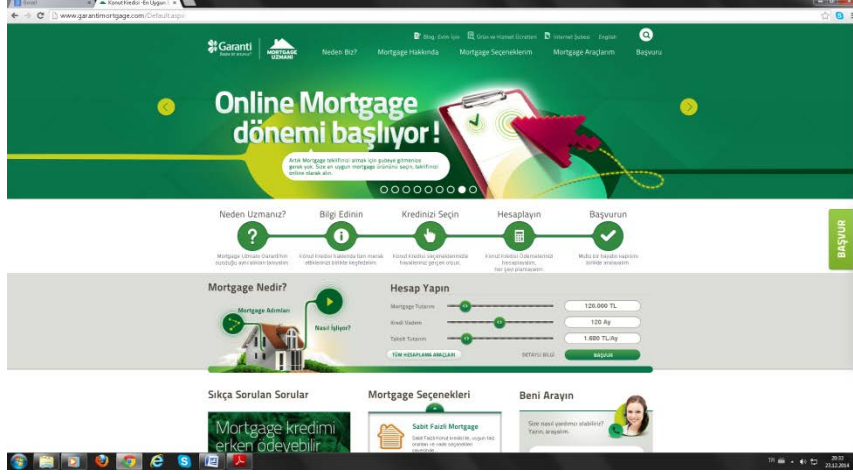
Garanti'nin İstanbul'daki "Buldum!" Kampanya Uygulaması.

- Mortgage Uzmanı Faaliyetleri

Morgage uzmanı olarak Garanti, sektördeki liderliğini sürdürmektedir. Sahip olduğu geniş ürün yelpazesi ve müşterilerine sunduğu öncü hizmetlerle bu alanda lider bulunmaktadır. Bu alanda yaptıkları yeniliklerini şunlar olarak açıklamaktadırlar;

¹⁰⁶ Sosyal Medya Port, İstanbul'da "Garanti Buldum!", Mayıs 12, 2014, <http://www.sosyalmedyaport.com/instagramda-garanti-buldum.html>.

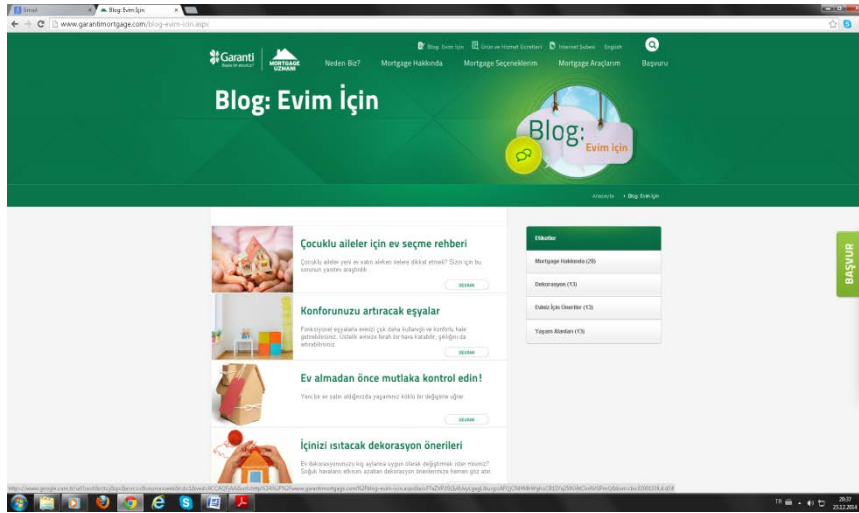
- garantimortgage.com sitesi kullanıcı dostu tasarımı ve özellikleri ile yenilendi. Siteye müşterilerin sorularına cevap bulabilecekleri 4 yeni hesaplama aracı eklendi: “Ödeme planım değişirse nasıl olacak?”, “Kira mı Mortgage mı?”, “Hemen teklif almak istiyorum!”, “Evimin değerini öğrenmek istiyorum.”



garantimortgage.com.

Kaynak: <http://www.garantimortgage.com/Default.aspx>

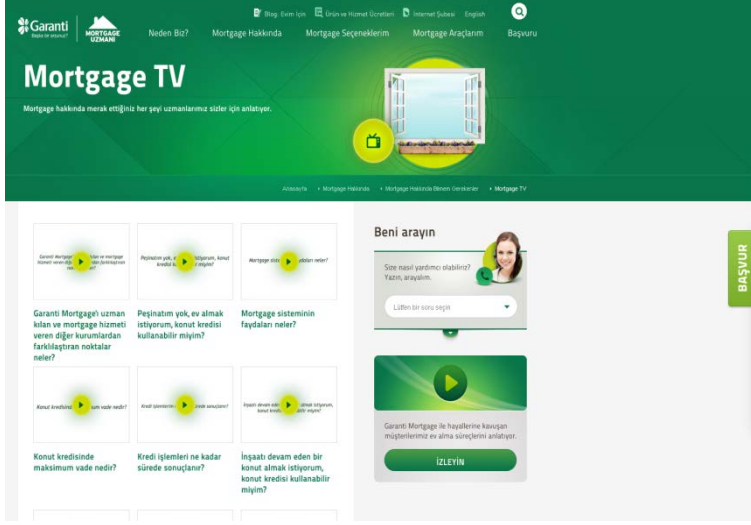
- Müşterilerle sosyal etkileşimi arttıran “Evim İçin” bloğu hayata geçirildi.



Garanti'nin Blogu: Evim İçin.

Kaynak: <http://www.garantimortgage.com/blog-evim-icin.aspx>

- Müşterilerin konut kredisi hakkındaki sorularına cevap veren Mortgage TV hizmeti sunuldu.



Garanti – Mortgage TV.

Kaynak: <http://www.garitimortgage.com/mortgage-tv/tum-videolar.aspx>

- “Kentsel Dönüşüm Cevapları” mikro sitesi yayına alındı ve kentsel dönüşüm kredileri ile ilgili müşterilere bilgi vermek üzere banka içi süreçler tasarlandı. Kentsel dönüşüm kapsamında ortaya çıkan kredi potansiyelini değerlendirmek için gerçekleştirdikleri farklı bir uygulamalarıdır.



Garanti – Kentsel Dönüşüm Cevapları mikro sitesi.

Kaynak: <http://www.kentseldonusumcevaplari.com/>

- 444 EVİM tarafından aranmak üzere çeşitli internet sitelerinden iletişim bilgilerini bırakan müşterilere ulaşılamaması durumunda SMS gönderilmesi uygulamasına geçildi.

- 444 Evim Hizmeti

444 Evim, Garanti'nin mortgage çağrı merkezi hizmetidir. Türkiye'nin bu alandaki ilk çağrı merkezidir. Uygulamasında Çağrı Merkezi telefonla aranarak (444 3846) ev sahibi olunabilmektedir. 3000 kişi bu şekilde ev sahibi yapılmıştır. Garanti'nin 444 Evim çağrı merkezi hizmeti Nisan 2008'de faaliyete geçirilmiştir.¹⁰⁷



Garanti'nin 444 Evim Mortgage Çağrı Merkezi Hizmeti.

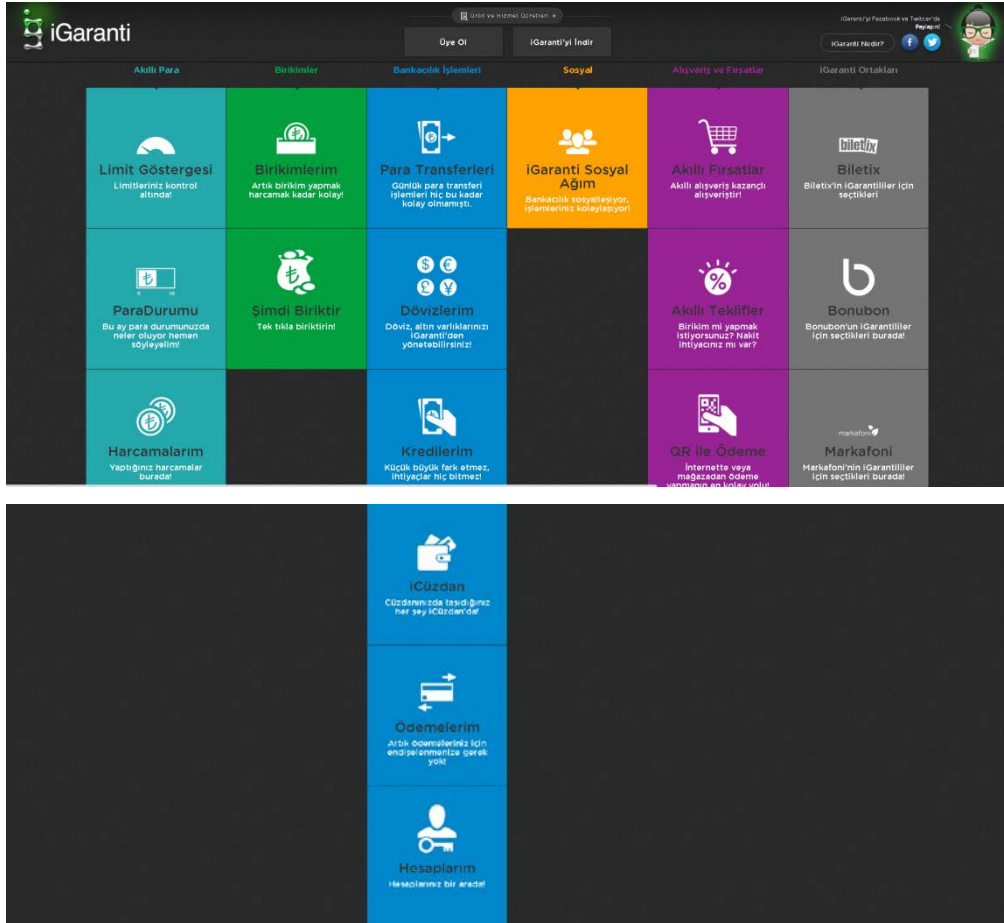
Kaynak: <http://www.444evim.com/>

- iGaranti

iGaranti, Bankanın işlem bazlı uygulamalarına ek olarak mobilin kullanıcıları için geliştirdiği uygulamasıdır. iGaranti 2013'ün Mayıs ayında tanıtılmıştır. iGaranti, müşterilerin temel bankacılık işlemleri haricinde farklı finansal ihtiyaçlarına cevap vermek üzere tasarlanmıştır. iGaranti, mobilin çeşitli özelliklerinden faydalanarak kullanıcıya bulunduğu zaman ve mekanla ilgili tavsiyelerde bulunarak yönlendirmeler yapabilmektedir. Bu servis önce mobilde kurgulanmış ve en kapsamlı hali mobilde hayata geçirilmiştir. İnternet bu servisin tamamlayıcısı olarak konumlanmıştır.

¹⁰⁷ Garanti, Önemli Gelişmeler. -Siz de Bir Telefonla Ev Sahibi Olun, Mortgage Uzmanı Garanti'nin çağrı merkezi 444 EVİM, 3000 kişiyi ev sahibi yaptı.-, http://www.garanti.com.tr/tr/garanti_hakkinda/garantiden_haberler/2009/agustos/444_evim_3000_kisiyi_ev_sahibi_yapti.page.

iGaranti, Garanti'nin dünyada birçok işbirliğine ve ilke imza attığı bir yapıdır. En çarpıcı örneklerinden biri olarak, Apple'ın Siri'sini de üreten Nuance ses teknolojileri firmasıyla yapılan, dünyada bir ilk olan ve iGaranti'nin sesle yönetilmesini sağlayan işbirliği olarak gösterilmektedir. Bir diğerinin de iGaranti'nin dijital cüzdanına kredi kartlarının yalnızca fotoğraflarının çekilerek tanımlanmasını sağlayan Card.io ile yapılan entegrasyon olduğu açıklanmaktadır. Tüm bu iş ortaklıkları Garanti'nin inovasyon sürecinde tüm sektörleri ve farklı oyuncuları değerlendirmesinin örneklerini oluşturmaktadır.



- Her Platformda Cep Şubesi

Garanti Bankası, Cep Şubesi ile Blackberry10, Windows 8 phone, tablet ve PC platformlarında da yer almaya başlamıştır. Bunlar gibi öncü platformların hepsinde uygulaması yer alan ilk Türk bankası olmuştur. Nokia ile yapılan işbirliği kapsamında, Cep Şubesi uygulaması yeni nesil Lumia akıllı telefonlarda önceden yüklü olarak müşterilerin kullanımına sunulmuştur.



Garanti Bankası Windows Phone uygulaması.

Garanti Bankası'nın Windows Phone uygulaması, İş Bankası'nınkinin ardından Marketplace'te yerini almıştır.¹⁰⁸

- Cep Şubesi İşlem Seti Genişletmesi

Cep Şubesi'nde yapılan geliştirmelerle artık başka banka kart borcu ödemesi, MTV ödemeleri, vadesiz hesap açılışı, arbitraj, HGS, trafik para cezası ödemeleri ve kredi işlemleri yapılabilmektedir.

¹⁰⁸ Wincomin, Windows Phone Uygulama – Garanti Bankası Windows Phone uygulaması Marketplace'te, 12 Temmuz 2012, <http://www.wincomin.com/2012/07/12/garanti-bankasi-windows-phone-uygulamasi-marketplacete/>.

- **Anında Mobil İmza**

Garanti ve Turkcell işbirliği ile dünyada ilk kez uygulanan “Anında Mobil İmza” uygulaması geliştirilmiştir. Bu sayede müşteriler, Turkcell bayisine gitmeden ve kimlik göstermeden, sadece Garanti İnternet Şubesi’ne başvuruda bulunarak mobil imzalarına kavuşabilmektedir. Elektronik ortamlarda ıslak imza yerine kullanılabilen yasal kimlik doğrulama sistemi Mobil İmza ile birçok e-devlet hizmetine erişilebilmektedir. Müşteriler Garanti İnternet Şubesi, Cep Şubesi ve Paramatikler’den kimlik doğrulama gerektiren işlemleri çok daha hızlı yapabilmektedir.

- **İnternet Şubesinde Yapılan Geliştirmelerle Müşteri Deneyimini İyileştirme**

2013 yılında İnternet Şubesi navigasyon yapısı, müşteri deneyimlerinden yola çıkılarak değiştirilmiş ve müşterilerin işlemlerini daha hızlı ve kolay bir şekilde gerçekleştirmeleri sağlanmıştır.

Kart İşlemleri Sitesinin 3 aylık kullanım kısıtı kaldırılarak kredi kartı kullanıcılarının İnternet şubesine kredi kartı ile süresiz şekilde login olabilmeleri sağlanmıştır.

Yine İnternet Şubesi İşlem Tekrarlama özelliği eklenerek kullanıcıların işlemlerini hızlıca tekrarlamaları sağlanmıştır.

- **Intel Beni Tanı Uygulaması (IPT) (Identity Protection Technology)**

Garanti ve Intel firması dünyada bir ilki gerçekleştirerek Türkiye’de internet bankacılığında yeni bir dönem başlatmışlardır. Intel Beni Tanı projesi ile Intel kullanıcısı olan Garanti Bankası İnternet Şubesi müşterileri, doğrulama işlemlerini SMS şifresi beklemeden ya da ikinci bir cihaza gerek kalmadan hızlı ve pratik biçimde yapabilmektedir.

Korunmalı İşlem Ekranı ile Intel® Identity Protection Teknolojisi

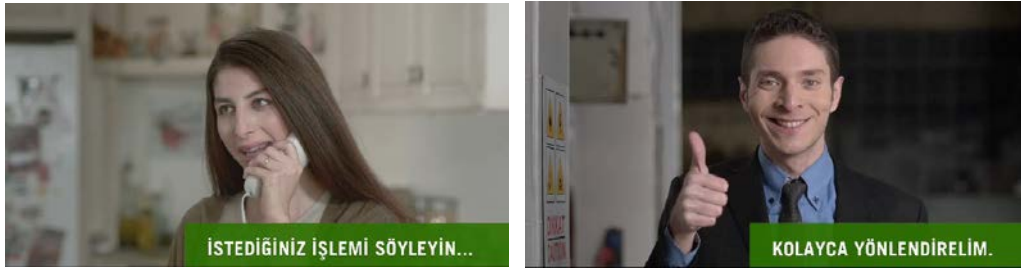
Bilgisayar ekranını kötü amaçlı yazılımların okumasına karşı korur; bilgisayar başında bir insanın olduğunu doğrular. PIN'leri girmek, işlem doğrulaması yapmak ve ACH dolandırıcılığını önlemek için güvenli teknoloji sağlar.

Intel Identity Protection Teknolojisi.

Kaynak: Intel, Korunmalı İşlem Ekranı ile Intel Identity Protection Teknolojisi (Intel IPT), <http://www.intel.com.tr/content/www/tr/tr/architecture-and-technology/identity-protection/protected-transation-display.html>.

- Alo Garanti Sesle Yönlendirme

Garanti Bankası “Alo Garanti” ile sesle yönlendirme hizmetini hayata geçirmiştir.¹⁰⁹ Garanti'nin Alo Garanti Sesle Yönlendirme projesi finans sektöründe bir ilktir. Müşterileri bu yeni özellik ile herhangi bir tuşa basmadan, sadece konuşarak istedikleri adıma yönlendirilmekte, talep ettikleri işlem adımına hızla ve hatasız ulaşabilmektedirler. Sistem, yapay zeka altyapısına sahiptir. Müşteriler tarafından kullanıldıkça, taleplerini daha hızlı algılayacak şekilde kendisini geliştirmektedir.



Alo Garanti Sesle Yönlendirme.

¹⁰⁹ Alo Garanti'de sesle yönlendirme dönemi, 15 Mart 2013, <http://www.normalisgood.net/alo-garanti-sesle-yonlendirme-donemi/>.

- **ATM Engelliler Menüsü**

Garanti, ATM Engelliler Menüsü'nü Engelli Dostu Bankacılık çalışmaları kapsamında geliştirmiştir. Böylece görme engelli müşterilerin de Paramatik'lerden rahatça hizmet almalarını sağlamayı amaçlamışlardır. Geliştirilen Paramatik Sesli İşlem Menüsü bu amaca hizmet etmektedir. Onunla görme engelli müşteriler, para çekme, para yatırma ve bakiye sorma işlemlerini kolayca yapabilmektedir.

- **Sesle Yönlendirme Sistemi**

Çağrı Merkezi 2013 yılı Şubat ayında müşterilerinin gerçekleştirmek istedikleri işlemleri kendi kelimeleri ile özgürce ifade etmelerine olanak veren Sesle Yönlendirme Sistemini (Call Steering) hayata geçirmiştir. Bu uygulama da sektördeki bir ilktir.

- **Ekin Kart ve Hesap ürünü**

“Ekin Kart ve Hesap” ürünü, çiftçilere tarımsal üretim ihtiyaçları için, anlaşmalı üye işyerlerinde, ileri vadeli alım ve ödemelerini hasatta gerçekleştirme olanağı sunmuştur. Ürün, kredili mevduat hesabı ve bu hesaba bağlı Paracard ürününden oluşmaktadır. Çiftçilere geri ödemelerini hasat zamanları doğrultusunda ayarlayabilme ve gerçekleştirdikleri işlemler için vadeye kadar faiz ödememe imkanı tanımaktadır.



Garanti'nin “Ekin Kart ve Hesap” ürünü.

- KOSGEB- İşimi Kuruyorum Destek Paketi

Garanti, İşimi Kuruyorum Destek Paketi ile girişimciliğe desteği güçlendirmek ve işini yeni kuran KOBİ'lerin yaşadığı finansman sorunlarına çözüm sağlamak için, Avrupa Yatırım Fonu kefalet desteği ile KOSGEB Uygulamalı Girişimcilik Eğitimlerine katılan ve sertifika alan girişimcilere özel avantajlarla finansman imkanı sunmaktadır. Bu paket ile işini yeni kuran, franchise sistemine dahil olmak isteyen ve mobil platformlarda uygulamalarını hayata geçirmek isteyen tüm KOBİ'lere tam destek verilmektedir. Bu kapsamda iş kurarken, franchise sistemine dahil olurken ve mobil uygulamaları hayata geçirirken yaşanan finansman sorunlarına sektör ayırımı yapılmaksızın çözüm sunulmaktadır. İş büyütmek ve nakit akışını kontrol altına almak için ihtiyaç duyulan tüm bankacılık ürünleri tek bir çatı altında, İşimi Kuruyorum Destek Paketi'nde sunulmaktadır.¹¹⁰

- İnteraktif Girişimci El Kitabı

Garanti Bankası, girişimcilere şirketlerini kurma aşamasında ve ilk senelerinde ihtiyaç duyabilecekleri tüm bilgileri kolay bir anlatımla sunan ve yol gösteren "Girişimci El Kitabı"nın interaktif versiyonunu hizmete sunmuştur.



Garanti Girişimci El Kitabı.

¹¹⁰ Garanti, İşimi Kuruyorum Destek Paketi,
http://www.garanti.com.tr/tr/kobi/kobilere_ozel/destek_paketleri/isimi_kuruyorum.page.

- **İpard Kredisi ve Kırsal Kredi Mekanizması**

Avrupa Birliği Katılım Öncesi Mali Yardım Programı çerçevesinde Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu tarafından (TKDK) yürütölen İPARD programı kapsamında, Türkiye'ye AB tarafından aktarılan kaynağın kullandırılması amacıyla program esaslarıyla uyumlu olacak şekilde ödemesiz dönem ve vadelerinin belirlendiği “Kırsal Kredi Mekanizması” oluşturulmuş ve “İPARD Kredisi” ürünü potansiyel yatırımcıların hizmetine sunulmuştur.

- **KOSGEB** gerçekleştirebilmek için finansal destek sağlamak amacıyla “Eş Finansman Kredi Programı” nı hizmete sunmuşlardır.¹¹¹**Eş Finansman Kredi Programı** KOSGEB'den “KOBİ Proje Destek Programı”, “Tematik Proje Destek Programı”, “İşbirliği-Güçbirliği Destek Programı”, “AR-GE İnovasyon ve Endüstriyel Uygulama Destek Programı” ve “Girişimcilik Destek Programları” kapsamında destek almaya hak kazanan işletmelere iş planlarını gerçekleştirebilmek için, finansal destek sağlamak amacıyla “Eş Finansman Kredi Programı” nı hizmete sunmuşlardır.¹¹²

¹¹¹ Garanti 2013 Faaliyet Raporu, s.86-89.

¹¹² Garanti 2013 Faaliyet Raporu, s.86-89.

SONUÇ

Bankacılık sektöründe inovasyonlar sağladığı fayda, yarattığı fark ve katma değer ile bankalar için çok olumlu getirilere dönüşen yeniliklerden oluşmaktadır. İnovasyon olgusunu iyi anlamak gerekmektedir. Çünkü hangi sektörde olursa olsun inovasyon olabilmesi için ortaya atılan/çıkarılan yeni fikrin, ürün veya hizmetin bir fayda sağlıyor olması gerekmektedir. Yine daha öncesinde olmayan, mevcut durumda kullanılmayan bir yenilik olması gerekmektedir. İnovasyonu bu şekilde açıkladıktan sonra firmalara sağladığı avantajlardan bahsetmek gerekmektedir. Çünkü sağladığı düşünülen faydaları nedeniye firmalarda inovasyona önem verilmektedir.

İnovasyon son yıllarda popülaritesi artmış olan bir sözcüktür. Yapılan araştırmalar da göstermektedir ki inovasyona önem veren firmaların bu alanda yatırımlar yaparak elde ettikleri kazanımlar çok büyüktür. İnovasyonla farklılaşarak rakipleri karşısında avantajlı konuma geçebilmektedir firmalar. Yine inovasyonlarla müşteri memnuniyetine yol açılmakta, müşteri sadakatine kadar varan sonuçları olmaktadır. Apple'ın iPad ve iPhone ürünlerinde bunu açık şekilde görmekteyiz. Bu ürünlerin kullanıcıları başka markaların ürünlerini kullanmayı düşünmemekte ve marka sadakatinin çarpıcı örneklerini sergilemektedirler.

İnovasyonun en nihayetinde bir firmaya sağlayacağı şey rekabette rakipleri karşısında öne çıkması ve böylece oluşan faydalarını görmeye başlaması olmaktadır. Günümüz pazarlarında artan mallarla birlikte yoğun bir rekabet firmalar arasında yapılmaktadır. İnovasyon gibi uygulamalar bu noktada farklılaşmaya hizmet ederek, bir firmanın ürün/hizmetlerinin diğerlerinininkinden ayrılmasını, ayırt edilebilmesini sağlamaktadır. Dolayısıyla inovasyon olgusu markalaşmaya da katkı yapmaktadır.

İnovasyon bankacılık sektöründe de büyük faydalar sağlamaktadır. Tez çalışması boyunca yapılan araştırmalarda görülmüştür ki inovatif çözümler bulabilen, inovatif ürün veya hizmetleri müşterilerine sağlayan bankalar müşterilerini daha iyi memnun ederek rakipleri karşısında avantajlı hale gelmektedirler. Bankacılık sektöründeki uygulamalarında teknolojik ilerlemelerin de inovasyonlara yön gösterdiği görülmektedir. Dünyada 1970'li yıllardan sonra hızlı değişim ve dönüşümler

yaşanmıştır. Teknoloji alanında önemli buluşlar yapılmış, bunun iş dünyasında büyük etkileri görülmüştür. Teknoloji alanındaki ilerlemeler aynı hızla devam etmektedir. Bir bankanın ortaya çıkardığı ilk ATM uygulaması sektörde çığır açmıştır. Bu sadece bir örnektir.

Günümüzde hepimizin kullandığı kredi kartlarının ilk ortaya çıkışını gözümüzün önüne getirdiğimizde, o zamanlar ne kadar önemli bir yenilik olduğu anlaşılacaktır. Bankaların inovatif ürün ve hizmetleri en başta müşterilerinin kendilerinden memnuniyet düzeyini arttırmaktadır. Uygulamasında bu, bir bankanın müşterilerine sunduğu bir faydadır. Sağladığı bu fayda gerisin geri firmaya katma değer olarak geri dönmektedir. Nasıl dönmektedir, ürün veya hizmetlerini daha çok satabilme olanağını elde etmektedir, böylece karlılığını arttırmaktadır, işletmenin faaliyet riskleri azalmaktadır, yaşam ömrü uzamaktadır.

En nihayetinde rakip bankalar karşısında rekabetsel üstünlükler elde etmektedir. Bu üstünlük ile gelecek planlarını daha rahat yapabilmekte, uygun stratejiler belirleyebilmekte ve pazardaki konumunu daha da güçlendirebilmektedir.

İnovasyon bu kadar önemli bir kavram olmaktadır bankacılık kesiminde. İnovasyona önem veren ve bunun için yatırım yapan bankalar olumlu sonuçlarını kısa zamanda görmektedir. Müşterilerine sağladıkları fayda, değer oranında bunun karşılığını almaktadırlar. Tüm bunlar bankalarda araştırma&geliştirme çabalarına bu kapsamda önem verilmesini ve bu alana daha fazla yatırım yapılmasını gerektirmektedir. Meydana getirilen inovasyonlar bu çabaların bir sonucudur. Bazıları uzun yıllar sürdürülen araştırmaların sonucunda ortaya çıkabilmektedir. Böylece değerleri daha da artmaktadır. İlk başta inovasyon maliyetleri yüksek görünse de sonradan elde edilen faydalarla aslında çok yüksek olmadığı anlaşılmaktadır. Çünkü bir işletmenin karlılığına ve toplam işletme performansına büyük katkısı görülmektedir.

Finans dünyasında yapılan inovasyonların etkileri artmaktadır. Bankalar da finansal piyasa kuruluşları içinde yer almaktadır. Ayrıca bir işletmede inovasyona önem verilmesi, o işletmenin değişime açık olduğunun göstergesi olmaktadır. Stratejik düşünen ve stratejinin içselleştirilmiş olduğu işletmelerde inovatif çözümler daha kolay

ortaya çıkabilmektedir. İnovasyonlarının devamlılığı açısından da bu konu çok önemlidir. Çünkü inovasyonları bir kereliğine değil sürekli olarak düşünmek ve planlamak gerekmektedir. O zaman işletmeye sağladığı katma değer fazlalaşmaktadır. Demek ki inovasyonlar ile kurumsal stratejiler arasında da bir ilişki vardır.

Bankacılık sektöründe yapılan inovatif uygulamalar, kreatif bankacılık uygulamaları olarak tabir edilebilmektedir. İnovasyon ile kreativite yani yaratıcılık arasında derin bir ilişki vardır. İnovatif çözümler yaratıcı süreçlerin geçirilerek bu süreçlerin sonunda ortaya çıkmaktadır.

İnovatif bankacılık uygulamalarını, genel bir sınıflandırma ile ikiye ayırıp; inovatif ürün stratejileri ve hizmetlerin yapılandırılması sırasında inovatif yaklaşımlar biçiminde tasnif edebilmekteyiz. Hizmetlerle ilgili kısmını da ikiye ayırarak bu kapsamda müşterilere yeni bir hizmet sunulması veya hizmet sunumunda bir farklılık yaratılması şeklinde örneklendirebilmekteyiz.

Çok sayıda yabancı ve yerli banka kuruluşunun kreatif bankacılık kapsamında değerlendirilebilecek uygulamalarına bu tez çalışmasında yer verilmiş ve bunlar açıklanmıştır. Tez çalışmasının amacı bankacılık sektöründe inovasyonların önemini ortaya koymak ve yapılabildiklerinde bankalara ne gibi faydalarının oluştuğunu açıklamak olmuştur. Böylece amacına ulaştığı umulmaktadır. Bankaların açıklanan telefon bankacılığı hizmetleri, internet bankacılığı hizmetleri, cep şubesi hizmetleri vb. çok çeşitli uygulamaları kreatif bankacılık kapsamında bulunmaktadır. iPhone, iPad, android telefon ve android tablet uygulamalarının yanı sıra sosyal ağların cep bankacılığı işlemlerinde kullanılması gibi daha yeni uygulamalar da en son uygulanan sektördeki yenilikler içinde yer almaktadır.

KAYNAKÇA

Kitaplar

Castells, M. **Network Society**, Center for Transatlantic Relations, California, Los Angeles,2005

Çalışkan, H. (Edit.) ,**Teknoloji Tarihi**, (E-Kitap), 1.Baskı, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2404, Eskişehir.2011

Drucker, P. F. Yenilikçilik disiplini, Harvard Business Review, **Yenilikçilik**, Mess yayını. İstanbul,2003

İslamoğlu, A.H., Candan, B., Hacıfendioğlu, Ş. ve Aydın, K. **Hizmet Pazarlaması**, 2.Baskı, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul.2011

Mucuk, İ. **Pazarlama İlkeleri**, 13.Baskı, Türkmen Kitabevi, Avcı Ofset, İstanbul.2011

Odabaşı, Y. ve Barış, G. **Tüketici Davranışı**, 2.Baskı, MediaCat Kitapları, Kapital Medya Hizmetleri A.Ş., Ayhan Matbaası, İstanbul. 2002

Pachura, Prof. Piotr **The Systemic Dimension of Globalization**, Intech, Croatia.2011

Şiriner, İ. **Finansal Küreselleşme Para ve Maliye Politikalarında Dönüşüm**, 3.Baskı, Telos Yayıncılık, Eti, İstanbul.2008

Tek, Ö.B. Pazarlama İlkeleri -Global Yönetimsel Yaklaşım Türkiye Uygulamaları-, 8.Baskı, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.1999

Toprak, M. ve Coşkun, M. (Edit.) **Bankacılık ve Sigortacılığa Giriş**, 1.Baskı, (E-kitap), T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2478, Eskişehir.2012

Türkcan, E. “Bir Teknoloji Tarihini Okumaya Hazırlık”, Ünite 1, **Teknoloji tarihi** (E-kitap), 1.Baskı, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2404, Eskişehir.2011

Makaleler

Boden, M.A. “Creativity and artificial intelligence”, Artificial Intelligence,No. 103, 1998

Bollen,K., “World System Position, Dependency And Democracy: The Cross-National Evidence”, American Sociological Review, 48: 1983

Duran, C. ve Saraçoğlu, M. “Yeniliğin Yaratıcılıkla Olan İlişkisi ve Yeniliği Geliştirme Süreci”, *Yönetim ve Ekonomi*, Cilt:16, Sayı:1,

http://www2.bayar.edu.tr/yonetimekonomi/dergi/pdf/C16S12009/57_71.pdf (Erişim Tarihi: 25.10.2014).1983

Dt. Ogilvie “Creative action as a dynamic strategy: using imagination to improve strategic solutions in unstable environments”, Journal of Business Research, No. 41,1998

European Commission Innovation Management Techniques in Operation,European Commission, Luxembourg.1998

<http://cordis.europa.eu/documents/documentlibrary/45740791EN6.pdf> (Erişim Tarihi: 05.12.2014).

Fukuyama, F. “Confucianism And Democracy, Journal Of Democracy”, 6(2), 1995

Harmancıoğlu, N. “İnovasyon Süreci: Yeni Ürün Geliştirmede İnovasyon Literatürünün Teorik Meta Analizi”, Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi, Cilt 1, Sayı 1, 2012

Higgins, L.F. “Applying principles of creativity management to marketing research efforts in high-technology markets”, Industrial Marketing Management, No. 28, 1999

Horne, James C. Van “Financial Innovations and Excesses”, The Journal of Finance, Vol. XL.1985

Jacque, L.L. “Financial Innovations and the Dynamics of Emerging Capital”, 2001

Keskin, H. ve Dulupçu, M.A. “Kümelenmeler: Bir Literatür İncelemesi”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C.15,2010

Kılınç, E.C., Işık, N. “Bölgesel Kalkınma’da Ar-Ge ve İnovasyonun Önemi: Karşılaştırmalı Bir Analiz”, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, Ekim 2011,

Merton, R.C. “Financial Innovation and Economic Performance, Journal of Applied Corporate Finance”, 1992

Newell, A. and Shaw, J.C. “The process of creative thinking”, in A. Newell and H.A. Simon (eds), Human Problem Solving, Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ, 1992

Tekin, M. , “Bankacılık Sektörü ve İnovasyonlar”, <http://www.mesuttekin.com/2013/07/bankacilik-sektoru-ve-inovasyonlar.html> (Erişim Tarihi: 25.11.2014).

Diğer kaynaklar

12. Bankacılık Hizmetleri II, <http://www.slideshare.net/efinans/12-bankaclk-hizmetleri-ii> (Erişim Tarihi: 08.12.2014).

Akbank, Faaliyet Raporu 2012, <http://www.akbank.com/tr-tr/Yatirimci-iliskileri/Documents/Faaliyet-Raporlari/faaliyetRaporu-2012.pdf> (Erişim Tarihi: 22.12.2014).

Akyos, Müfit, Firma Düzeyinde Yenilikçilik (Yenilik) ve Bilgi Yönetimi, http://www.sistems.org/know_info1.htm (Erişim Tarihi: 02.11.2014).

Albaraka Katılım Bankası A.Ş., Ana Sayfa, <https://tr.linkedin.com/company/albaraka-turk-katilim-bankasi-as> (Erişim Tarihi: 22.12.2014).

Alo Garanti'de sesle yönlendirme dönemi, 15 Mart 2013, <http://www.normalisgood.net/alo-garanti-sesle-yonlendirme-donemi/> (Erişim Tarihi: 23.12.2014).

Altın Çek, http://www.kuveytturk.com.tr/altin_cek_sizeozel.aspx (Erişim Tarihi: 25.11.2014).

Arslan, D., Garanti Bankası'ndan Dijital Trendlere Bakış Sunan E-Kitap: Influx, 08 Mayıs 2014, <http://sosyalmedya.co/influx/> (Erişim Tarihi: 22.12.2014).

Aytaç, E., Güvenli İnternet Kullanımı, http://mebk12.meb.gov.tr/meb.../28014701_gvenlinternetkullanımı.pptx (Erişim Tarihi: 22.12.2014).

Baydemir, Mehmet, Kredi Kartı Uygulamasında Kredi Kartı Sistemleri, Vergi Raporu, Vergi Denetmenleri Derneği Yayını, Yıl:7, Sayı:43, İstanbul, Ekim-Kasım 1999.

BTSO Etüd ve AR-GE, İnovasyon Nedir – Şirketlere Ne Getirir, Bursa Ticaret ve Sanayi Odası, Mayıs 2007, <http://www.btso.org.tr/databank/publication/inovasyon.pdf> (Erişim Tarihi: 23.10.2014).

Capital Online, “Bank 2.0 Dalgası Geliyor”, 01 Mayıs 2010, <http://www.capital.com.tr/bank-20-dalgasi-geliyor-haberler/21296.aspx> (Erişim Tarihi: 25.10.2014).

Demirel, F., ABD'de web ve mobil bankacılık kullanımı (Araştırma), 3 Şubat 2012, <http://webrazzi.com/2012/02/03/abd-mobil-bankacilik/> (Erişim Tarihi: 22.12.2014).

Demirel, F., Yeni iGaranti mobil bankacılık deneyimi iPhone uygulamasıyla gün yüzüne çıktı, 9 Mayıs 2013, <http://webrazzi.com/2013/05/09/igaranti-iphone-uygulamasi/> (Erişim Tarihi: 22.12.2014).

DenizBank Facebook, <https://tr-tr.facebook.com/DenizBank> (Erişim Tarihi: 25.11.2014).

DenizBank, Denizbank ve Türkiye'ye büyük onur – DenizBank, İnovasyonda Dünyanın 1 Numarası Seçildi, Basın Bülteni, 17 Kasım 2014, <http://www.denizbank.com/hakkimizda/pdf/basin-bultenleri/2014/denizbank-inovasyonda-dunyanin-1-numarasi-secildi.pdf> (Erişim Tarihi: 25.11.2014).

Denizbank'tan Mobil Cüzdan "FastPay", 02.07.2013, <http://www.androidcanavari.net/denizbanktan-mobil-cuzdan-fastpay/> (Erişim Tarihi: 25.11.2014).

Dijitalce.com, Garanti Paramatikleri ve Western Union El Sıkıştı!, <http://dijitalce.com/2011/02/01/garanti-paramatikleri-ve-western-union-el-sikisti/> (Erişim Tarihi: 22.12.2014).

Donanım Günlüğü, Nokia X'e Özel Uygulama Garanti Cep Şubesi, 12 Mayıs 2014, <http://donanimgunlugu.com/garanti-cep-subesi-nokia-xe-ozel-uygulama/> (Erişim Tarihi: 25.11.2014).

Ekodialog.com, Telefon ve İnternet Bankacılığı Nedir, <http://www.ekodialog.com/Konular/telefon-ve-internet-bankaciligi-nedir.html> (Erişim Tarihi: 08.12.2014).

Elçi Şirin, "İnovasyonun Tanımı" , <http://www.focusinnovation.net/what.html> , (Erişim Tarihi: 20.10.2014).

Finans Gündem, Denizbank'a ABD'den ödül, 17.11.2014, <http://www.finansgundem.com/bankacilik/denizbank-a-abd-den-odul-637033.htm> (Erişim Tarihi: 25.11.2014).

Finansbank 2012 Faaliyet Raporu, <http://dosya.hesapkurdu.com/ortak/raporlar/bankalar/finansbank/finansbank-2012-faaliyet-raporu.pdf> (Erişim Tarihi: 22.12.2014).

Fixler, Dennis; Reinsdorf, Marshall B & Smith, George M. (2003, october) "Measuring the Services of Commercial Banks in the NIPAs: Changes in Concepts and Methods, presented at "OECD National Accounts Experts Meeting", Paris, France. <http://www.bis.org/ifc/publ/ifcb31ai.pdf> (Erişim Tarihi: 26.10.2014).

Flacy, M., LinkedIn Finally Starts fighting Stalkers with Member Blocking Feature, February 21, 2014, <http://www.digitaltrends.com/social-media/linkedin-launches-blocking-feature/> (Erişim Tarihi: 22.12.2014).

Flexi Card (Garanti Bankası), <http://www.milkartlari.com/diger-kartlar/flexi-card-garanti-bankasi/> (Erişim Tarihi: 23.12.2014).

Garanti Bankası 2012 Yılı Faaliyet Raporu, http://www.garanti.com.tr/tr/garanti_hakkinda/yatirimci_iliskileri/mali_tablolar_ve_sun_umlari/yillik_faaliyet_raporlari.page (Erişim Tarihi: 22.12.2014).

Garanti Bankası 2013 Yılı Faaliyet Raporu, http://www.garanti.com.tr/tr/garanti_hakkinda/yatirimci_iliskileri/mali_tablolar_ve_sun_umlari/yillik_faaliyet_raporlari.page (Erişim Tarihi: 22.12.2014).

Garanti Bankası hakkında, http://rapor2011.garanti.com.tr/tr/garanti-hakkinda/detay.aspx?SectionID=obOku_ozYxiAQFKTa%2BLJMRA%3D%3D&ContentID=zMZohgBeVsDvCSISRj%2ByMA%3D%3D (Erişim Tarihi: 28.10.2014).

Garanti Bankası, 12 Dev Adam, iPhone uygulaması, http://www.garanti.com.tr/tr/bireysel/subesiz/uygulama_dukkan/12_dev_adam.page? (Erişim Tarihi: 09.12.2014).

Garanti Bankası, Bireysel, <http://www.garanti.com.tr/tr/bireysel.page> (Erişim Tarihi: 25.10.2014).

Garanti Bankası, Cep Şifrematik, Tek kullanımlık şifreleriniz iPhone'unuzda!, http://www.garanti.com.tr/tr/bireysel/subesiz/uygulama_dukkan/cep_sifrematik.page? (Erişim Tarihi: 09.12.2014).

Garanti Bankası, Cep Şubesi, http://www.garanti.com.tr/tr/bireysel/subesiz/cep_bankaciligi/cepsubesi.page (Erişim Tarihi: 09.12.2014).

Garanti Bankası, e-Trader, e-Trader iPhone uygulaması ile hızınızı arttırın!, http://www.garanti.com.tr/tr/bireysel/subesiz/uygulama_dukkan/e-trader.page? (Erişim Tarihi: 09.12.2014).

Garanti Bankası, Ev Aldıran Net Hesap, http://www.garanti.com.tr/tr/bireysel/mevduat_ve_yatirim/birikim/ev_aldiran_net_hesap.page? (Erişim Tarihi: 23.12.2014).

Garanti Bankası, İnternet Bankacılığı, http://www.garanti.com.tr/tr/bireysel/subesiz/internet_bankaciligi.page (Erişim Tarihi: 25.10.2014).

Garanti Bankası, KonserVe, http://www.garanti.com.tr/tr/bireysel/subesiz/uygulama_dukkan/konserve.page? (Erişim Tarihi: 09.12.2014).

Garanti Bankası, Strateji,
http://www.garanti.com.tr/tr/garanti_hakkinda/yatirimci_iliskileri/kurumsal_yonetim/strateji.page (Erişim Tarihi: 25.10.2014)

Garanti Bankası, Süper Trader, Süper Trader ile uzman bir borsacı olun!,
http://www.garanti.com.tr/tr/bireysel/subesiz/uygulama_dukkan/super_trader.page? (Erişim Tarihi: 09.12.2014).

Garanti Bankası, Şubesiz Bankacılık / Dijital Kanallar,
<http://rapor2012.garanti.com.tr/tr/images/pdf/subesiz-bank.pdf> (Erişim Tarihi: 25.10.2014).

Garanti Bankası, Uygulama Dükkanı,
http://www.garanti.com.tr/tr/bireysel/subesiz/uygulama_dukkan.page (Erişim Tarihi: 09.12.2014).

Garanti Bankası, Yıllık Faaliyet Raporları, http://www.garanti.com.tr/tr/garanti_hakkinda/yatirimci_iliskileri/mali_tablolar_ve_sunumlar/yillik_faaliyet_raporlari.page (Erişim Tarihi: 01.11.2014).

Garanti Bankası'nın 01/2011-06/2012 Sürdürülebilirlik Raporu,
http://www.garanti.com.tr/tr/garanti_hakkinda/yatirimci_iliskileri/mali_tablolar_ve_sunumlar/yillik_faaliyet_raporlari.page?gbid2=200051 (Erişim Tarihi: 22.12.2014).

Garanti CepBank, CepBank ile işlem yapmak artık daha da kolay ve hızlı,
http://www.garanti.com.tr/tr/bireysel/subesiz/uygulama_dukkan/cepbank.page? (Erişim Tarihi: 09.12.2014).

Garanti Emeklilik Taşınma Partisi Kazandırıyor,
<http://www.indirimatic.com/2013/05/Garanti-Emeklilik-Tasinma-Partisi-Kazandiriyor.html> (Erişim Tarihi: 23.12.2014).

Garanti Her Yerde, Garanti Bankası 2013 Faaliyet Raporu,
http://assets.garanti.com.tr/assets/pdf/tr/mali_tablolar/yillik_faaliyet_raporlari/Garanti_2013_Faaliyet_Raporu.pdf (Erişim Tarihi: 01.11.2014).

Garanti, Başvuru Takibi,
http://www.garanti.com.tr/tr/bireysel/krediler/bireysel_destek_kredisi/5_dakikada_kredi_basvuru_takibi.page? (Erişim Tarihi: 23.12.2014).

Garanti, İşimi Kuruyorum Destek Paketi,
http://www.garanti.com.tr/tr/kobi/kobilere_ozel/destek_paketleri/isimi_kuruyorum.page (Erişim Tarihi: 23.12.2014).

Garanti, Önemli Gelişmeler. -Siz de Bir Telefonla Ev Sahibi Olun, Mortgage Uzmanı Garanti'nin çağrı merkezi 444 EVİM, 3000 kişiyi ev sahibi yaptı.-, http://www.garanti.com.tr/tr/garanti_hakkinda/garantiden_haberler/2009/agustos/444_e_vim_3000_kisiyi_ev_sahibi_yapti.page (Erişim Tarihi: 23.12.2014).

Gazete Vatan, Bill Gates'i ikna etti banka Oscar'ını aldı!, 17 Kasım 2014, <http://www.gazetevatan.com/bill-gates-i-ikna-etti-banka-oscar-ini-aldi--697677-ekonomi/> (Erişim Tarihi: 25.11.2014).

Göçmen Yağcılar, G., Türk Bankacılık Sektörünün Rekabet Yapısının Analizi, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu, BDDK Kitapları No:10, Ankara 2011, http://www.bddk.org.tr/WebSitesi/turkce/Raporlar/Kitaplar/9971bddkkitap_10.pdf (Erişim Tarihi: 02.11.2014).

Graham B., Mobile Banking Trends, <http://www.banktech.com/infrastructure/mobile-banking-trends-for-2014/a/d-id/1296855?> (Erişim Tarihi: 13.12.2014).

Gümüş, S., Gümüş Bilim, H.G. ve Dayal, M., İnovasyonu Oluşturan İşletmelerin Yaşam Döngüleri, <http://www.pandora.com.tr/urun/inovasyonu-olusturan-isletmelerin-yasam-donguleri/332074> (Erişim Tarihi: 25.10.2014).

Hizmette farklılaşan kazanıyor, http://bilgicagi.com/Yazilar/2602-hizmette_farklilasan_kazaniyor.aspx (Erişim Tarihi: 25.10.2014).

Houston CU Pioneers New Interactive ATMs, <http://newdaycreditunion.com/houston-cu-pioneers-new-interactive-atms/> (Erişim Tarihi: 25.11.2014).

ING Bank, 2013 Yılı Faaliyet Raporu, http://www.ingbank.com.tr/.../pdf/.../Yillik_Faaliyet_Raporlari/2013/INGBANK (Erişim Tarihi: 22.12.2014).

Intel, Korumalı İşlem Ekranı ile Intel Identity Protection Teknolojisi (Intel IPT), <http://www.intel.com.tr/content/www/tr/tr/architecture-and-technology/identity-protection/protected-transation-display.html> (Erişim Tarihi: 23.12.2014).

<http://www.inovasyonel.com/?Bid=958776> (Erişim Tarihi: 28.12.2014).

iPhone'u kredi kartına dönüştüren teknoloji: iCarte, <http://www.adiospremium.com.tr/icarte-pilot-katilim/default.aspx> (Erişim Tarihi: 08.12.2014).

Kuveyt Türk'ten "Altın Köşe" hizmeti, 16.05.2012, <http://www.dunya.com/kuveyt-turkten-altin-kose-hizmeti-154481h.htm> (Erişim Tarihi: 25.11.2014).

Odeabank, 2013 Faaliyet Raporu, [http://www.odeabank.com.tr/tr-TR/yatirimci-iliskileri/raporlar/YearlyActivityReport/ODEABANK FAALİYET RAPORU 2013.pdf](http://www.odeabank.com.tr/tr-TR/yatirimci-iliskileri/raporlar/YearlyActivityReport/ODEABANK_FAALİYET_RAPORU_2013.pdf) (Erişim Tarihi: 22.12.2014).

<http://www.rekabet.gov.tr/tr-TR/Rekabet-Yazisi/Kuresel-Rekabet-Endeksi-2012-2013-Raporu-Turkiye> (Erişim Tarihi: 20.11.2014).

Sarıdoğan, K., Garanti NET Hesap ile Konut Peşinatı Biriktirebilirsiniz, 09 Şubat 2014, <http://www.hangikredi.com/bilgi-merkezi/garanti-net-hesap-ile-konut-pesinati-biriktirebilirsiniz/> (Erişim Tarihi: 23.12.2014).

Sarıdoğan, K., Garanti'den Altın Hediye Çeki, 29 Temmuz 2013, <http://www.hangimevduat.com/haber/garanti-den-altin-hediye-ceki/> (Erişim Tarihi: 23.12.2014).

Sastry, B., Market Structure and Incentives for Innovation, June 2005, <http://www.intertic.org/Policy%20Papers/Sastry.pdf> (Erişim Tarihi: 25.10.2014).

Sivas'ın Sesi, Personel Sayısı 800'e Ulaşacak..., <http://www.sivasinsesi.com/haberKat.aspx?Id=43252&kat=5> (Erişim Tarihi: 22.12.2014).

Sosyal Medya Port, Instagram'da "Garanti Buldum!", Mayıs 12, 2014, <http://www.sosyalmedyaport.com/instagramda-garanti-buldum.html> (Erişim Tarihi: 23.12.2014).

Strateji – Vizyon ve misyonumuzu gerçekleştirecek stratejiler, http://www.garanti.com.tr/tr/garanti_hakkinda/yatirimci_iliskileri/kurumsal_yonetim/strateji.page (Erişim Tarihi: 22.12.2014).

Taşkesenlioğlu, Z., 2009 Hizmet Sektör Raporu, MÜSİAD Araştırma Raporları, İstanbul, Şubat 2010, http://www.musiad.org.tr/F/Root/burcu2014/Ara%C5%9Ft%C4%B1rmalar%20Yay%C4%B1n/Pdf/Sekt%C3%B6r%20Kurullar%C4%B1/Hizmet_Sektor_Raporu_2009.pdf (Erişim Tarihi: 25.11.2014).

The Guardian, 40 years of the cash machine, 27 June 2007, <http://www.theguardian.com/money/gallery/2007/jun/27/1> (Erişim Tarihi: 25.11.2014).

Thornton ,Daniel L., 2012. "The Federal Reserve's response to the financial crisis: what it did and what it should have done," Working Papers 2012-050, Federal Reserve Bank of St. Louis. <https://ideas.repec.org/e/pth2.html> (Erişim Tarihi: 28.10.2014).

Trott, Paul, Innovation Management and New Product Development, 3rd, Prentice Hall Inc., USA (2005)'den aktarılan yer <http://www.virahaber.com/haber/yaratici-yikim-ve-inovasyon-dalgalari-10975.htm>, 08.07.2009, (Erişim Tarihi: 02.11.2014).

TÜBİTAK, 2005

<http://www.tubitak.gov.tr/home.do?sid=471&pid=468> (Erişim Tarihi: 23.10.2014).

TuncayTuncer.net, “Bankalar Mobil Bankacılık Alanında İvmelendi”, “Garanti Bankası Yeni iPhone Cep Şubesi Uygulamasını Yayınladı”, <http://www.tuncaytuncer.net/category/adk-uygulamalari/> (Erişim Tarihi: 25.10.2014).

Türkiye Garanti Bankası A.Ş., 30 Haziran 2013 Hesap Dönemi Konsolide Olmayan Finansallarına Ait Ara Dönem Faaliyet Raporu.

Türkiye İş Bankası 2013 Faaliyet Raporu, <http://www.isbank.com.tr/TR/hakkimizda/yatirimci-iliskileri/finansal-bilgiler/yillik-ve-ara-donem-faaliyet-raporlari/Documents/2013faaliyet.pdf> (Erişim Tarihi: 22.12.2014).

Vakıfbank, 2013 Faaliyet Raporu, <http://www.vakifbank.com.tr/documents/yiliski/2013faaliyetRaporu.pdf> (Erişim Tarihi: 22.12.2014).

Virahaber, Yaratici Yikim ve İnovasyon Dalgaları, <http://www.virahaber.com/haber/yaratici-yikim-ve-inovasyon-dalgalari-10975.htm>, 08.07.2009 (Erişim Tarihi: 02.11.2014).

Virtual Prepaid VISA Credit Card, <http://prepaidvcard.com/> (Erişim Tarihi: 25.11.2014).

Vizyon, Misyon ve Stratejimiz, http://www.garanti.com.tr/tr/garanti_hakkinda/garantiyi_taniyin/vizyon_misyon_degerler.page (Erişim Tarihi: 22.12.2014).

Westland, J.C. Global Innovation Management, A Strategic Approach, Palgrave, 2008, s. 8'den aktarılan yer <http://www.virahaber.com/haber/yaratici-yikim-ve-inovasyon-dalgalari-10975.htm>, 08.07.2009 (Erişim Tarihi: 02.11.2014).

Wincomin, Windows Phone Uygulama – Garanti Bankası Windows Phone uygulaması Marketplace’te, 12 Temmuz 2012, <http://www.wincomin.com/2012/07/12/garanti-bankasi-windows-phone-uygulamasi-marketplacete/> (Erişim Tarihi: 23.12.2014).

Yapı Kredi, Güvenlik Duyuruları, <http://www.yapikredi.com.tr/sinirsiz-bankacilik/internet/guvenlik/guvenlik-duyurulari.aspx> (Erişim Tarihi: 08.12.2014).

Ziraat Bankası, Telefon Bankacılığı,

<http://www.ziraat.com.tr/tr/Bireysel/DogrudanBankacilik/Pages/TelefonBankaciligi.aspx>

(Erişim Tarihi: 08.12.2014).

<http://www.444evim.com/> (Erişim Tarihi: 23.12.2014).

<http://www.garantimortgage.com/blog-evim-icin.aspx> (Erişim Tarihi: 23.12.2014).

<http://www.garantimortgage.com/Default.aspx> (Erişim Tarihi: 23.12.2014).

<http://www.garantimortgage.com/mortgage-tv/tum-videolar.aspx> (Erişim Tarihi: 23.12.2014).

<http://www.igaranti.com.tr/ig/> (Erişim Tarihi: 23.12.2014).

<http://www.kentseldonusumcevaplari.com/> (Erişim Tarihi: 23.12.2014).