

Üstün, F., Ersoy, E., & Ünlü, U. (2018). Agresif Rekabetçiliğin Finansal Performansa Etkisi: Türkiye'deki Öncü Sanayi Firmaları Üzerine Araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Aralık 2018, 20(2), 67-76.

## AGRESİF REKABETÇİLİĞİN FİNANSAL PERFORMANSA ETKİSİ: TÜRKİYE'DEKİ ÖNCÜ SANAYİ FİRMALARI ÜZERİNE ARAŞTIRMA

FERDA ÜSTÜN<sup>1</sup>, ERSAN ERSOY<sup>2</sup>, ULAŞ ÜNLÜ<sup>3</sup>

### ÖZ

Günümüzde firmalar teknolojik gelişmelerin baş döndüren bir hız kazandığı, müşteri istek ve beklentilerinin sürekli değiştiği, buna paralel olarak ürün yaşam ömrünün kısaldığı, tahmin edilmesi zor ve karmaşık bir çevrede faaliyet göstermektedir. Firmaların bu değişim ve dönüşüme ayak uydurarak bu şiddetli rekabet halkasının içinde kendilerine yer bulması elzemdir. Sürdürülebilir bir büyümenin yanı sıra pazara hakim olma adına firmaların benimsedikleri rekabet yaklaşımları firmaların performansları üzerinde önemli etkiye sahiptir. Bu anlamda Türkiye'nin öncü sanayi işletmelerinin benimsedikleri rekabet yaklaşımları ile firma performansı arasındaki etkileşimin belirlenmesi önem arz etmektedir. Bu çalışmanın amacı firmaların agresif rekabetçilik eğilimlerinin finansal performansları üzerine etkisini incelemektir. Bu amaçla agresif rekabetçiliğin altı farklı finansal performans göstergesi üzerine etkisi araştırılmış ve regresyon analizi ile araştırmanın hipotezleri test edilmiştir. Araştırma sonucunda agresif rekabetçiliğin; firma performansı göstergelerinden Vergi Öncesi Kar/Aktif Toplamı, Faiz, Amortisman ve Vergi Öncesi Kar/Aktif Toplamı ve Satış Hasılatı/Aktif Toplamı oranlarını istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Bu sonuç, firmaların agresif rekabetçilik eğilimlerini artırmalarının, hem karlılıklarını hem de varlıkların kullanım etkinliğini artırabileceğine işaret etmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Agresif rekabetçilik, Firma performansı, Sanayi işletmeleri

**JEL Kodları:** M21, G30

## THE IMPACT OF COMPETITIVE AGGRESSIVENESS ON FINANCIAL PERFORMANCE: A RESEARCH ON THE LEADING INDUSTRIAL FIRMS IN TURKEY

### ABSTRACT

Today's firms operate in difficult and complex environment in which technological developments are accelerating, customer demands and expectations are constantly changing at the same time the product life cycle decreases. Firms must adapt themselves to this change and conversion and take their place in this fierce competition ring. Besides sustainable growth, the competitive approaches adopted by the companies in order to dominate the market have a significant affect on firms performance. Therefore, to determine the relationship between their competing approaches adopted by Turkey's leading industrial firms and firms performance have crucial important. The purpose of this study is to investigate the effect of competitive aggressiveness tendencies on financial performance of firms. For this purpose, the effects of aggressive competitiveness on six different financial performance indicators is investigated and the hypotheses of the research is tested by regression analysis. As a result of this research,, it has been concluded that aggressive competitiveness has a significant and positive effect on Earnings Before Taxes/Total Assets ratio, Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization/Total Assets ratio and Net Sales/Total Assets ratio from the firm performance indicators. This result suggests that increasing the aggressive competitiveness tendencies of the firms may increase both their profitability and use efficiency of the assets.

**Keywords:** Aggressive competitiveness, Firm performance, Industrial firms

**Jel Codes:** M21, G30

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi. ferdakervanci@gmail.com, ORCID: 0000-0002-7397-8048

<sup>2</sup> Doç. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi. eersoy1@yahoo.com, ORCID: 0000-0003-4079-2834

<sup>3</sup> Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, unluulas@gmail.com , ORCID: 0000-0003-3272-9341

## GİRİŞ

Ülke ekonomisinin en dinamik ve üretken kısmını oluşturan sanayi sektöründe, bilişim ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, ulaşım ve lojistik alanında yaşanan değişimlerin yanı sıra devletlerarası iş birlikleri ve uluslararası kuruluşların politika ve uygulamaları nedeniyle küresel rekabetin giderek daha yoğun hissedilmesine neden olmaktadır. Günümüz örgütleri teknolojik gelişmelerin baş döndüren bir hız kazandığı, müşteri istek ve beklentilerinin sürekli değiştiği, buna paralel olarak ürün yaşam ömrünün kısaldığı, tahmin edilmesi zor ve karmaşık bir çevrede faaliyet göstermektedir. Örgütlerin bu değişim ve dönüşüme ayak uydurarak bu şiddetli rekabet halkasının içinde kendilerine yer bulması elzemdir. Sürdürülebilir bir büyümenin yanı sıra pazara hakim olma adına örgütlerin benimsedikleri rekabet yaklaşımları örgütlerin firma performansları üzerinde önemli etkiye sahiptir.

Bir firmanın faaliyet gösterdiği rekabet ortamında, rekabet avantajı elde edebilmek ve bu avantajı sürdürülebilmek için gerekli araç ve kaynaklarla birlikte izlenilecek saldırgan ve aktif alternatif yolların belirlenmesi, uygulanması ve etkinliğinin değerlendirilip yeniden gözden geçirilmesiyle ilgili süreçlerin toplamı firma performansına etki etmektedir. Bu çalışmanın amacı, firmaların rakiplerine egemenliğini kabul ettirebilmek adına bilinçli ve proaktif bir şekilde rakibi yok etme istek ve eğilimini işaret eden agresif rekabetçilik eğilimlerinin finansal performanslarını etkileyip etkilemediğini araştırmaktır. Araştırmada firmaların finansal performanslarını temsilen nicel performans kriterlerinden olan Vergi Öncesi Kar/Aktif Toplamı (VÖK/AT), Faiz, Amortisman, Vergi Öncesi Kar/Aktif Toplamı (FAVÖK/AT), Brüt Katma Değer/Aktif Toplamı (BKD/AT), Vergi Öncesi Kar/Satış Hasılatı (VÖK/SH), Vergi Öncesi Kar/Özkaynaklar (VÖK/ÖZK) ve Satış Hasılatı/Aktif Toplamı (SH/AT) oranları kullanılmıştır. Türkiye özelinde konuyla ilgili sınırlı sayıda çalışma yapıldığı görülmüştür. Dolayısıyla bu çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca Türkiye'de daha önce yapılan çalışmalarda, firma performansını değerlendirmede anket verilerinden elde edilen görece subjektif performans ölçütlerinin kullanıldığı görülmüştür. Bu çalışmada ise firma performans ölçütü olarak bilanço ve gelir tablosu verileri kullanılarak hesaplanan altı farklı orandan faydalanılmıştır. Çalışma bu özelliği ile diğer çalışmalardan ayrılmaktadır. Agresif rekabetçiliğin firmaların karlılığında nasıl bir etkiye sahip olduğunun belirlenmesi, firma sahip ve yöneticilerine yol gösterici nitelikte faydalı bilgiler sunacaktır.

Değişken ve tahmin edilmesi zor çevresel koşullarda varlığını devam ettirme çabasında olan örgütlerin agresif rekabetçilik eğilimlerinin firma performansı üzerine etkilerini araştıran bu çalışma kavramsal çerçeve, yöntem, analiz ve bulgular ile devam edecek olup sonuç ve tartışma bölümü ile sonlanacaktır.

### 1. AGRESİF REKABETÇİLİK

Firmaların amaçlarını gerçekleştirebilmeleri, tüm örgütsel eylemlerinin bütünsel ve uyumlu olma başarısına bağlıdır. Hızla artan rekabet, her gün değişen çevresel koşullar, firmaların amaçlarına ulaşmaları ve performansları üzerinde önemli etkiye sahiptir (Üstün, 2015). Değişim ve belirsizliklerin hakim olduğu küresel rekabet ortamında işletmelerin var olan konumlarını korumaları büyük önem arz etmektedir. Bu anlamda işletmeler benimseyecekleri rekabetçi davranışlar yoluyla var olan konumlarının korunmasına ve sürdürülebilirliğe katkı sağlayacaktır (Eleren ve Soba, 2009).

Rekabetin artan yoğunluğuna karşı yeni bir pozisyon alamayan ve/veya büyümekte olan pazarlara girmeye geciken firmalar, fırsat maliyetlerini hesaplamakta ve hayatta kalmak ya da rekabet edebilmek için alternatif stratejiler üretmeye çalışmaktadır (Birkinshaw, Hood ve Young, 2005). Varlıklarını devam ettirebilmenin yanı sıra rekabet avantajı yakalayarak pazarı domine etmek isteyen bu firmalar, iç, yakın ve dış çevre koşullarını bir bütün olarak göz önünde bulundurmalıdır. Pazar koşullarının hızlı değiştiği, ürün yaşam süresinin kısaldığı ve pazardaki ürün sayısının hızla arttığı yoğun rekabet karşısında farklı pozisyon almak isteyen firmalar, daha hızlı ve proaktif yaklaşımlar benimseyerek rakipleri ile mücadele algısına sahip olmaktadır (Bulut, Fiş, Aktan ve Yılmaz, 2008).

Agresif rekabetçilik, işletmelerin faaliyette buldukları pazarlarda sürdürülebilir rekabet üstünlüğüne sahip olmak veya bu üstünlüğü güçlendirerek devam ettirmek amacıyla rakip işletmelere karşı sergilemiş oldukları saldırgan ve acımasız tutum ve davranışlardır (Lumpkin ve Dess, 2001). Lumpkin ve Dess (1996) agresif rekabetçilik kavramını bir firmanın pazara giriş ve mevcut durumu koruma konusunda rakiplerine meydan okuma eğilimi olarak tanımlanmaktadır. Kavram kısaca işletmenin rakiplerini egemenliği altına almak için gösterdiği isteklilik olarak tanımlanmaktadır (Covin ve Covin, 1990; Lumpkin ve Dess, 1996). Agresif rekabetçiliğin özünde; meydana getirilen ürün, hizmet ve süreçler kapsamında piyasada ilk olma teşebbüsü; rakiplerin rekabet içeren eylemlerini alt edecek ve pazardaki paylarına zarar verecek sert ve saldırgan hamlelerde bulunulması özellikleri barınmaktadır (Çetin, Özdemirci, Taşkıran, 2012, s.108). Rakiplerin eylemlerine karşı güçlü bir tepki gerektiren kavram savaşı bir duruş sergilemeyi içermektedir (Lumpkin ve Dess, 1996, s. 431).

Lumpkin ve Dess'e (1996) göre agresif tavır takınan firmaların temel amacı, rakiplerini pazarda ve piyasada etkisiz hale getirip fark yaratmaktır. Bu anlamda kavram geleneksel rekabet yöntemlerine dayanmak yerine geleneksel olmayan bir isteklilik içermektedir (1996, s. 149). Yeni bir pazardan pay almaya karar veren ya da mevcut pazar payını artırmayı amaçlayan firmalar, fiyat rekabeti, promosyon ve/veya dağıtım kanallarıyla mücadele etmek veya rakiplerin eylemlerini ve/veya ürünlerini taklit etme yoluyla pazarlama stratejilerini kullanarak agresif rekabetçilik anlayışını benimsemektedir (Dess, Lumpkin ve Eisner, 2007). Yine tüm bunlara ek olarak işletmeler ürün, süreç, yönetim, hizmet, teknoloji, kalite, imaj veya marka, esneklik, yenilikçilik, tasarım gibi faaliyetler yardımı ile rekabetçi konumlarını güçlendirmektedir. Ferrier ve arkadaşlarına göre agresiflik rekabetçilik yüksek bir eylem hızını ve aynı zamanda çeşitli araçları kullanarak çoklu saldırıları eşzamanlı olarak tasarlama yeteneğini içermektedir (Ferrier ve ark., 2002). Bu anlamda bu işletmeler rekabet üstünlüğü avantajlarının devam etmesini sağlamak amacıyla rakip firmaların hamlelerine doğrudan karşılık vermektedirler. Bununla birlikte daha çok finans, ürün kalitesi, fiyat, satış sonrası hizmet ve garanti gibi unsurlara odaklanmaktadır (Ferrier, 2001).

## 2. FİRMA PERFORMANSI

Yöneticilere geçmiş ve bugüne bakarak geleceğe yönelik etkili stratejilerin geliştirilmesi adına önemli anahtarlar sunan performans kavramı, örgütsel varlığın devamlılığına da katkılar sunan önemli bir eylemler bütünüdür (Üstün, 2015). Neely vd. (1995) tarafından performans kavramı bir eylemin niceliksel ölçüm süreci, etkinliği ve etkililiği olarak tanımlanmaktadır. Performans, amaçlı ve planlanmış bir eylem ve etkinlik sonucunda ortaya çıkan nitel veya nicel durumdur (Şimşek ve Nursoy, 2002: 48; Seymen ve Erdem, 2007:777). Firma performansı ise en genel anlamda uygulanan stratejilerin belirli bir dönem sonunda, belirlenen hedeflere ulaşmadaki başarı düzeyi anlamına gelmektedir (Porter, 1991; Ceylan, 2001). Firma performansı, hedef ve önceliklere yönelik belirli bir süre içinde çözüm üretme becerisi ve aynı zamanda tanımlanan amaç ve hedeflerin gerçekleştirilmesine yönelik ortaya konulan çabalar ve sonuçların çeşitli kriterler yardımı ile değerlendirilmesi olarak da ifade edilmektedir (Denison ve Mishra, 1995; Arslan, 1998).

Firma performansı, hem firmanın iç çevresini oluşturan yönetici, danışman ve çalışan, hem de firmanın yakın ve dış çevresinde yer alan toplum, yatırımcı, paydaş, müşteri gibi tarafların davranışları üzerinde önemli etkiye sahiptir (Kaplan ve Norton, 1999). Örgütün içindeki gruplar, uygulamalarına ve hedeflerine firma performansına göre yön vermektedirler. Örgüt dışında bulunan gruplar ise firmanın yatırım yapmaya ve borç vermeye değer olup olmamasına, firmanın ürünlerini kullanıp kullanılmamaya veya firma ile ilişkilerini devam ettirip ettirmemeye ilişkin davranışlarını, firmanın performansına göre belirlemektedir (Karabağ, 2008, s. 23).

Firmaların performansını ölçmek için çok sayıda değişken bulunmaktadır. Alan yazın incelendiğinde bu değişkenlerin temelde finansal ve finansal olmayan olarak iki boyutta toplandığı görülmektedir (Nicholas, 1998; Michalisin Karau ve Tangpong, 2004; Olson vd., 2005). Firmaların performansını ölçmede uzun yıllardır en sık kullanılan ölçütler finansal performans boyutları olan büyüme, karlılık, verimlilik, yatırımın geri dönüşü, toplam satış vb.dir (Nicholas, 1998; Michalisin Karau ve Tangpong, 2004; Olson vd., 2005). Firmaların finansal performansa ilişkin değerlendirme yapmalarının sebebi, temel ekonomik hedeflerini gerçekleştirme derecesi hakkında uygulamacılara ve araştırmacılara fikir verilmesi isteğidir (Venkatraman ve Ramanujam, 1987). Yenilik, çalışma yaşam kalitesi, kalite, sosyal sorumluluk ve kabul, ise finansal olmayan performans ölçütlerine örnek verilebilir (Özer, 2011: 74).

## 3. LİTERATÜR TARAMASI

Literatürde, sahiplik yapısı (Doğan ve Topal, 2015), profesyonel yönetici varlığı (Ersoy vd., 2016), kurumsal yönetim (Karamustafa vd., 2009; Yücel, 2016), çalışma sermayesi (Aygün, 2012), insan kaynakları yönetimi (Ağdelen ve Erkut, 2003), girişimsel pazarlama (Bulut vd., 2013) ve yenilikçilik (Gürkan ve Gürkan, 2017) gibi çeşitli faktörler ile firma performansı arasındaki ilişkinin araştırıldığı görülmektedir. Literatürde tartışılan konulardan biri de firmaların agresif rekabetçilik eğilimlerinin performansları üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğudur.

Agresif rekabetçilik eğiliminin firma performansı üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik yapılan çalışmaların öncüleri arasında Covin ve Covin (1990), Covin ve Slevin (1991), Lumpkin ve Dess (1996), Antoncic ve Hisrich (2001) yer almaktadır. Araştırmacılar agresif rekabetçiliğin firma performansı üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik yürüttükleri çalışmaları sonucunda, agresif rekabetçiliğin firma performansı üzerinde pozitif etkiye sahip olduğunu tespit etmiştir. Ayrıca Covin ve Covin (1990) araştırmalarında yüksek performans gösteren firmaların genellikle çevresel düşmanlık ile karşı karşıya kaldıklarında agresif bir rekabet yönelimi sergilediklerini, düşük performans gösteren firmaların da düşmanca ortamlarda çalışırken daha pasif olma eğiliminde olduklarını tespit etmiştir. Stambaugh, Yu ve Dubinsky (2011)

çalışmalarında yenilikçilik ve agresif rekabetçilik mantığını birbirinden ayırarak ve üstün performansa yol açan rekabetçi eylemin ekonomik mekanizmalarını belirleyerek rekabetçi bir stratejinin temelini oluşturmaya çalışmışlardır. Nadkarni, Chen ve Chen (2015) çalışmalarında agresif rekabetçiliğin firma performansı üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu yine bu etkinin, yüksek hızlı endüstrilerde, düşük hızlı endüstrilerden daha güçlü olduğunu tespit etmişlerdir. Ajemieh, Benitez, Braojos ve Gelhard (2016) tarafından İspanya'da 206 büyük sanayi firması üzerine gerçekleştirilen araştırmada yeşil tedarik zinciri yönetiminin, bilgi teknolojileri altyapı kabiliyeti ve firma performansı ile rekabet gücü ve firma performansı arasındaki ilişkilere tam olarak aracılık ettiğini tespit etmişlerdir. Benzer şekilde Türkiye özelinde yapılan çalışmalarda da Aktan ve Bulut (2008), Dönmez (2010), Özer (2011), Gürel (2011) ve Papatya, Papatya, Hamşioğlu (2016) ve Demir (2017) agresif rekabetçilik ile firma performans arasında anlamlı ve pozitif bir ilişkinin olduğunu tespit edilmiştir.

Aktan ve Bulut (2008) 312 firma üzerine gerçekleştirdikleri araştırmada kurumsal girişimcilik boyutları arasında yer alan agresif rekabetçiliğin firma performansını pozitif şekilde etkilediğini tespit etmiştir. Altuntaş ve Dönmez (2010) Çanakkale'de faaliyet gösteren otel işletmeleri üzerine yaptıkları çalışmada agresif rekabetçilik ile finansal performans göstergeleri arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü ilişkiler olduğunu tespit etmiştir. Özer (2011) Türkiye'de dört ve beş yıldızlı otel işletmeleri üzerine yürüttüğü çalışmada yenilikçilik, proaktiflik, örgütsel yenilenme, risk alma ve agresif rekabetçilik eğiliminin finansal ve finansal olmayan performans göstergeleri üzerindeki etkisini araştırmıştır. Çalışma sonucunda agresif rekabetçilik ile hem finansal performans hem de finansal olmayan performans boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif ilişkiler bulunmuştur.

Gürel (2011) Türkiye İSO 500'de yer alan firmalar üzerine gerçekleştirdiği araştırmasında, iç girişimciliğin firma performansı üzerindeki etkisini belirlemeyi amaçlamıştır. İç girişimcilik boyutları olan ürün/hizmet yeniliği, kendi kendine yenileme, süreç yeniliği, yeni iş girişi, agresif rekabetçilik, risk ve proaktifliğin firma performansı üzerinde pozitif anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Papatya, Papatya ve Hamşioğlu (2016) İSO listesinde tekstil sektöründe faaliyet gösteren 51 firmada, firmaların girişimci yönlülük (yenilikçilik uyum, proaktiflik, risk alma, otonomi ve agresif rekabetçilik) ve iç girişimcilik faaliyetleri (yeni iş kurma, stratejik yenilenme, yenilikçilik, üst yönetimin desteği ve organizasyon yapısı) ile firma performansı arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Araştırma sonucunda, girişimci yönlülüğün ve iç girişimciliğin firma performansını pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Demir (2017) 280 aile işletmesi üzerine gerçekleştirdiği araştırmasında girişimcilik yöneliminin alt boyutu olarak ele alınan agresif rekabetçiliğin mali büyüme performansını artırdığını tespit etmiştir.

## 4. YÖNTEM

### 4.1. Evren ve Örneklem

Çalışma, İstanbul Sanayi Odasının (İSO) düzenlediği 2013 yılı "Türkiye'nin Birinci ve İkinci 500 Büyük Sanayi Kuruluşu" listesinde yer alan 1000 sanayi kuruluşundan verilerine ulaşılabilen 178 firmayı kapsamaktadır. Firmaların belirlenmesinde Avrupa Topluluğu Ekonomik Faaliyetlerin İstatistik Sınıflaması (NACE Rev. 2.) baz alınmıştır. Bu anlamda araştırmanın örnekleme imalat sanayi içinde faaliyet gösteren gıda, tekstil ve ana metal sanayinde her grup için verilerine ulaşılabilen en az 20 firmadır. Araştırma grubuna dahil edilen firmaların %30,7'si gıda, %19,6'sı ana metal, %16,2'si tekstil iken %11,2'si kauçuk, diğer metalik olmayan mineral ürünleri ve motorlu kara taşıtları, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı ile ilgilenmektedir. Yine bu firmaların mülkiyet yapıları incelendiğinde %78,8'inin özel, %20,1'inin yabancı ve %1,1'inin kamuya ait olduğu görülmektedir.

Çalışmada İSO'nun yayınladığı verilerden faydalandığı için sadece İSO'nun yayınladığı veriler ile hesaplanan finansal performans göstergeleri kullanılmıştır. Araştırma kapsamında finansal performans temsilen Vergi Öncesi Kar/Aktif Toplamı (VÖK/AT), Faiz, Amortisman ve Vergi Öncesi Kar/Aktif Toplamı (FAVÖK/AT), Brüt Katma Değer/Aktif Toplamı (BKD/AT), Vergi Öncesi Kar/Satış Hasılatı (VÖK/SH), Vergi Öncesi Kar/Özkaynaklar (VÖK/ÖZK) ve Satış Hasılatı/Aktif Toplamı (SH/AT) oranları kullanılmıştır. Söz konusu oranlar İstanbul Sanayi Odası'nın resmi internet sitesinde açıkladığı 2013 yılı Türkiye'nin Birinci ve İkinci 500 Büyük Sanayi Kuruluşu verilerinden faydalanılarak hesaplanmıştır. Çalışmada kullanılan, hem agresif rekabetçiliğe hem de firma performansını ölçmeye ilişkin veriler 2013 yılına aittir.

### 4.2. Veri Toplama Yöntemi

Agresif rekabetçilik eğiliminin firmaların finansal performansları üzerine etkisini belirlemek amacıyla yapılan bu araştırma için kullanılan veriler iki şekilde toplanmıştır. Araştırmanın bağımsız değişkenini oluşturan agresif rekabetçilik eğilimini belirlemek amacıyla anket tekniğinden yararlanılmıştır. Firmaların agresif rekabetçilik eğilimini belirlemek adına kullanılan ölçekte yer alan maddeler Khandwalla'nın (1977) çalışmasından alınmış olup ölçeğin Türkçe uyarlama, güvenilirlik ve geçerlik çalışmaları Fiş (2009)



tarafından yapılmıştır. Agresif rekabetçilik ölçeği 3 ifade ve 7'li likert tipinde olup iki uçlu maddelerden oluşmaktadır. Ölçekte yer alan ifadeler "1= SOL sütundaki ifadeyi EN İYİ yansıtır, 2= SOL sütundaki ifadeyi OLDUKÇA yansıtır, 3= SOL sütundaki ifadeyi AZ yansıtır, 4= Tam arada bir durumu ifade eder, 5= SAĞ sütundaki ifadeyi AZ yansıtır, 6= SAĞ sütundaki ifadeyi OLDUKÇA yansıtır, 7= SAĞ sütundaki ifadeyi EN İYİ yansıtır" şeklindedir.

Araştırmanın bağımlı değişkenini oluşturan firmaların finansal performansı ise nicel veriler yardımı ile analiz edilmiştir. Firma performansını temsilen, VÖK/AT, FAVÖK/AT, BKD/AT, VÖK/SH, VÖK/ÖZK ve SH/AT oranları olmak üzere altı farklı değişken kullanılmıştır. VÖK/AT oranı, firmaların sahip oldukları varlıkları ne derecede karlı kullandıklarını göstermektedir. FAVÖK/AT oranı firmaların; vergi, finansman politikasına bağlı olarak ortaya çıkacak borçlanma faizleri ve para çıkışı yaratmayan bir gider olan amortisman giderlerinden bağımsız olarak hesaplanan bir karlılık oranıdır. Bu oran, vergi politikalarındaki, firmaların amortisman ve finansman politikalarındaki farklılıklardan bağımsız olarak hesaplanan bir karlılık oranı olduğu için özellikle de uluslararası karşılaştırmalarda firma performansını temsilen sıklıkla kullanılmaktadır. VÖK/SH oranı vergi öncesi kar üzerinden hesaplanan, satışların karlılığını göstermektedir. VÖK/ÖZK oranı, firmaların ortakları tarafından sağlanan sermayenin vergi öncesi karlılığını göstermektedir. SH/AT oranı ise firmaların sahip oldukları varlıkları ne derecede etkin ve verimli kullandıklarını göstermektedir. Firmaların aktif karlılığı (Net Kar/Aktif Toplamı), özsermaye karlılığı (Net Kar/Aktif Toplamı) ve net kar marjı (Net Kar/Satışlar) oranları vergiden sonraki kar üzerinden hesaplanmaktadır. Ancak İSO tarafından yayınlanan verilerde vergi sonrası net kar rakamları yer almadığı için söz konusu oranlar vergi öncesi kar rakamları üzerinden hesaplanmıştır. Net katma değer, firmaların üretim faaliyetlerinde yer alan üretim faktörlerinin paylarına düşen faktör gelirleri (maaş ve ücretler, ödenen faizler, ödenen kiralar ve üretim faaliyetinden elde edilen kar) toplanarak hesaplanmaktadır. Brüt katma değer ise, net katma değere amortismanlar, Katma Değer Vergisi, Özel Tüketim Vergisi de dahil olmak üzere ödenen dolaylı vergiler eklenip, sübvansiyonlar çıkarılarak hesaplanmaktadır (Türkan, 2005:18).

#### 4.3. Araştırma Hipotezleri ve Modeli

Regresyon analizi, bağımlı değişken ile bağımsız değişken arasındaki etkileşimlerin ortaya konulmasını sağlayan bir yöntemdir. Agresif rekabetçilik eğiliminin firmaların finansal performansı üzerine etkisini belirlemek amacıyla yapılan bu çalışmada regresyon analizinden faydalanılmıştır. Regresyon analizinde SPSS programı kullanılmıştır. Firmaların agresif rekabetçilik eğilimlerinin bağımsız değişken, finansal performans değişkenlerinin ise bağımlı değişken olduğu aşağıdaki regresyon modeli kullanılmıştır.

$$fp = \beta_0 + \beta_1 ar + u$$

Denklemden yer alan  $fp$  firma performansı değişkenini,  $ar$  agresif rekabetçilik değişkenini,  $\beta_0$  sabit terimi,  $u$  ise hata terimini göstermektedir.  $\beta_1$  regresyon modelinin eğim katsayısıdır ve hata teriminin temsil ettiği faktörlerin sabit olduğu varsayıldığında, bağımsız değişkenden meydana gelen bir birimlik değişiminin bağımlı değişkenden yaratacağı değişimi gösterir.

Agresif rekabetçilik eğiliminin firmaların finansal performansı üzerine etkisini belirlemek amacıyla oluşturulan hipotezler aşağıda yer almaktadır.

**H<sub>1</sub>:** Firmaların agresif rekabetçilik eğilimleri firma performansı göstergelerinden FAVÖK/AT'nı anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

**H<sub>2</sub>:** Firmaların agresif rekabetçilik eğilimleri firma performansı göstergelerinden VÖK/AT'nı anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

**H<sub>3</sub>:** Firmaların agresif rekabetçilik eğilimleri firma performansı göstergelerinden BKD/AT'nı anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

**H<sub>4</sub>:** Firmaların agresif rekabetçilik eğilimleri firma performansı göstergelerinden VÖK/SH'nı anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

**H<sub>5</sub>:** Firmaların agresif rekabetçilik eğilimleri firma performansı göstergelerinden VÖK/ÖZK'ı anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

**H<sub>6</sub>:** Firmaların agresif rekabetçilik eğilimleri firma performansı göstergelerinden SATIŞLAR/AT'nı anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

## 5. Araştırma Bulguları

Çalışmada regresyon analizi yapılmadan önce agresif rekabetçilik değişkeni normal dağılım açısından incelenmiştir. Tek değişkenli normal dağılım için yürütülen istatistikler, agresif rekabetçilik değişkeni için basıklık katsayılarının -0,47 ile 0,31 arasında, çarpıklık katsayılarının ise 0,21 ile 0,15, arasında olduğunu ortaya koymuştur. Basıklık ve çarpıklık (asimetri) değerlerinin  $\pm 2$  aralığında olması durumunda verilerin normal dağıldığı ve 3'ten büyük asimetri değerinin aşırı asimetrik olarak tanımlandığı görülmektedir (Bayram, 2010: 109). Bu değerler ışığında modelleme çalışması sırasında 0,05 anlamlılık düzeyinde en çok olabilirlik (Maximum Likelihood) yaklaşımı kullanılmıştır.

Agresif rekabetçilik ölçeğinin yapı geçerliliğinin ölçümü adına keşfedici faktör analizi yapılmıştır. Agresif rekabetçilik ölçeği için yapılan keşfedici faktör analizinde öz değeri 1'den büyük bir faktör tespit edilmiştir. Boyutun toplam varyansı açıklama oranı %79,9'dur. Ölçeğin iç tutarlılık katsayısı olan alfa güvenilirlik katsayısı 0.83 olarak belirlenmiştir.

Agresif rekabetçilik değişkeni ile firmaların finansal performans değişkenleri (VÖK/AT, FAVÖK/AT, BKD/AT, VÖK/SH, VÖK/ÖZK ve SH/AT) arasındaki ilişkiyi tespit etmek için yapılan regresyon analizi sonuçları sırasıyla Tablo 1, Tablo 2 ve Tablo 3, Tablo 4, Tablo 5 ve Tablo 6'da sunulmuştur. Firmaların agresif rekabetçilik eğilimleri ile VÖK/AT oranı arasındaki ilişkiyi araştırmak için yapılan regresyon analizi sonuçlarının yer aldığı Tablo 1 incelendiğinde, iki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde bir etkileşimin olduğu ( $\beta = 0,286$ ;  $p < 0,05$ ) görülmektedir. Tahmin edilen regresyon modelinin eğim katsayısının ( $\beta$ ) pozitif bir değer alması (0,286), firmaların agresif rekabetçilik eğilimlerinde bir birimlik artış olduğunda VÖK/AT oranında 0,286 birimlik artış olduğunu göstermektedir. Ayrıca agresif rekabetçilik eğilimi, VÖK/AT oranı değişkenindeki toplam varyansın %29'unu açıklamaktadır. Bu sonuç, firmaların agresif rekabetçilik eğilimlerini artırarak vergi öncesi aktif karlılık oranını arttırabileceklerine işaret etmektedir.

**Tablo 1:** Regresyon Analizi Sonuçları (Agresif Rekabetçilik Eğilimi - VÖK/AT)

				Model Özeti			Anova		Katsayılar		
Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	N	Ort.	R <sup>2</sup>	R	Tah. Std. Hata.	F	p	$\beta$	t	p
Agresif Rekabetçilik	VÖK/AT	178	4,53	0,298	0,087	0.67	16,465	0,00	0,286	4,044	0,002

Firmaların agresif rekabetçilik eğilimlerinin FAVÖK/AT oranı üzerindeki etkisinin belirlenmesi amacıyla yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 2'de yer almaktadır. Regresyon analizi sonuçları, iki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı ( $p < 0,05$ ) ve pozitif yönde ( $\beta = 0,189$ ) bir etkinin varlığını göstermektedir. Tahmin edilen regresyon modelinin eğim katsayısı ( $\beta$ ) pozitif bir değer almıştır. Bu bulgu, firmaların agresif rekabetçilik eğilimleri bir birim arttığında faiz, amortisman ve vergi öncesi aktif karlılık oranında 0,189 birimlik artış olduğunu göstermektedir. Ayrıca agresif rekabetçilik eğilimi FAVÖK/AT oranındaki toplam varyansın %3,5'ini açıklamaktadır. Bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında istatistiksel olarak pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunması, firmaların agresif rekabetçilik eğilimlerini arttırmaları halinde, faiz, amortisman ve vergi öncesi aktif karlılık oranında artış olabileceğini göstermektedir.

**Tablo 2:** Regresyon Analizi Sonuçları (Agresif Rekabetçilik Eğilimi - FAVÖK/AT)

				Model Özeti			Anova		Katsayılar		
Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	N	Ort.	R <sup>2</sup>	R	Tah. Std. Hata.	F	p	$\beta$	t	p
Agresif Rekabetçilik	FAVÖK/AT	178	4,53	0,035	0,187	0.83	5,228	0,02	0,189	2,273,	0,024

Firmaların agresif rekabetçilik eğilimlerinin, BKD/AT oranı üzerinde bir etkiye sahip olup olmadığının belirlenmesi amacıyla yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 3'te sunulmuştur. Regresyon analizi sonuçlarında yer alan F skoru ve p değeri, oluşturulan regresyon modelinin anlamlı olmadığını göstermektedir. Dolayısıyla agresif rekabetçilik eğiliminin, BKD/AT oranı üzerinde bir etkiye sahip olup olmadığının belirlenmesi amacıyla oluşturulan H<sub>3</sub> hipotezi test edilememiştir.

**Tablo 3:** Regresyon Analizi Sonuçları (Agresif Rekabetçilik Eğilimi - BKD/AT)

				Model Özeti			Anova		Katsayılar		
Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	N	Ort.	R <sup>2</sup>	R	Tah. Std. Hata.	F	p	β	t	p
Agresif Rekabetçilik	BKD/AT	178	4,53	0,002	0,043	0,89	0,261	0,610	-0,043	-0,511	0,610

Firmaların agresif rekabetçilik eğilimlerinin firma performansı göstergelerinden VÖK/SH oranı üzerindeki etkisinin belirlenmesi amacıyla yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 4'de yer almaktadır. Regresyon analizi sonuçlarında yer alan F skoru ve p değeri, oluşturulan regresyon modelinin anlamlı olmadığını göstermektedir. Dolayısıyla firmaların agresif rekabetçilik eğilimlerinin VÖK/SH oranı üzerinde bir etkiye sahip olup olmadığını belirlemek amacıyla oluşturulan H<sub>4</sub> hipotezi test edilememiştir.

**Tablo 4:** Regresyon Analizi Sonuçları (Agresif Rekabetçilik Eğilimi - VÖK/SH)

				Model Özeti			Anova		Katsayılar		
Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	N	Ort.	R <sup>2</sup>	R	Tah. Std. Hata.	F	p	β	t	p
Agresif Rekabetçilik	VÖK/SH	178	4,54	0,011	0,105	1,27	2,088	0,150	-,105	-1,445	0,150

Firmaların agresif rekabetçilik eğilimlerinin VÖK/ÖZK oranı üzerindeki etkisinin belirlenmesi amacıyla yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 5'te yer almaktadır. Regresyon analizi sonuçlarında yer alan F skoru ve p değeri dikkate alındığında, oluşturulan regresyon modelinin anlamlı olmadığı görülmektedir. Regresyon modelinin anlamlı olmaması nedeniyle agresif rekabetçilik eğiliminin VÖK/ÖZK oranı üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla oluşturulan H<sub>5</sub> hipotezi test edilememiştir.

73

**Tablo 5:** Regresyon Analizi Sonuçları (Agresif Rekabetçilik Eğilimi - VÖK/ÖZK)

				Model Özeti			Anova		Katsayılar		
Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	N	Ort.	R <sup>2</sup>	R	Tah. Std. Hata.	F	p	β	t	p
Agresif Rekabetçilik	VÖK/ÖZK	178	1,93	,001	0,032	1,39	,243	0,622	-,032	-,493	0,62

Firmaların agresif rekabetçilik eğilimlerinin SH/AT oranı üzerindeki etkisinin belirlenmesi amacıyla yapılan regresyon analizi sonuçlarının yer aldığı Tablo 6 incelendiğinde, iki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı ( $p < 0,05$ ) ve pozitif yönde ( $\beta = 0,264$ ) bir etkinin varlığını göstermektedir. Tahmin edilen regresyon modelinin eğim katsayısı ( $\beta$ ) pozitif bir değer almıştır. Bu durum, firmaların agresif rekabetçilik eğilimlerinde bir birim artış olduğunda SH/TA oranında 0,264 birimlik artış olduğunu göstermektedir. Ayrıca agresif rekabetçilik eğilimi, SH/TA değişkenindeki toplam varyansın %4,6'sını açıklamaktadır. Bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında istatistiksel olarak pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunması nedeniyle, firmaların agresif rekabetçilik eğilimlerini artırdıklarında varlık devir hızlarının artacağı, başka bir ifadeyle firmaların sahip oldukları varlıkların daha etkin ve verimli kullanılması noktasında olumlu bir etki yaratacağı söylenebilir. Bilindiği üzere aktif karlılık oranını belirleyen temel faktörlerden birisi de net satışların aktif toplamına oranı ile hesaplanan varlık devir hızıdır. Varlık devir hızının artması aktif karlılık oranını pozitif yönde etkileyecektir. Dolayısıyla Tablo 6'da yer alan regresyon analizinden edilen sonucun, agresif rekabetçilik eğiliminin VÖK/AT oranı üzerindeki etkisini araştırmak için yapılan regresyon analizinin sonuçları ile tutarlı olduğu söylenebilir. Çünkü firmaların agresif rekabetçilik eğilimlerini arttırmalarının varlık devir hızı üzerinde yaratacağı pozitif etki, firmaların aktif karlılık oranını da pozitif yönde etkileyecektir.

**Tablo 6:** Regresyon Analizi Sonuçları (Agresif Rekabetçilik Eğilimi – SH/AT)

				Model Özeti			Anova		Katsayılar		
Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	N	Ort.	R <sup>2</sup>	R	Tah. Std. Hata.	F	p	β	t	p
Agresif Rekabetçilik	VÖK/ÖZK	178	4.51	,046	0,207	0,92	6.347	0,01	0,264	3,542	0,01

Tablo 1, Tablo 2 ve Tablo 6'da yer alan sonuçlar H<sub>1</sub>, H<sub>2</sub> ve H<sub>6</sub> hipotezlerinin kabul edildiğini göstermektedir. Dolayısıyla firmaların agresif rekabetçilik eğilimlerinin, finansal performans ölçütlerinden VÖK/AT, FAVÖK/AT ve SH/AT oranlarını anlamlı bir şekilde etkilediği söylenebilir.

## SONUÇ VE TARTIŞMA

Varlıklarını devam ettirebilmenin ötesinde rekabet üstünlüğünü hedefleyen örgütlerin faaliyette buldukları pazarı etkileyebilme ve pazarı etkisi altına alabilme çabalarını ifade eden agresif rekabetçilik eğiliminin firmaların finansal performansı ile ilişkisini belirlemek amacıyla yapılan bu araştırma, İstanbul Sanayi Odasının (İSO) her yıl düzenlediği "Türkiye'nin Birinci ve İkinci 500 Büyük Sanayi Kuruluşu" listesinde yer alan 1000 sanayi kuruluşundan verilerine ulaşılabilen 178 firmaya üzerine gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın temel değişkenini oluşturan agresif rekabetçilik eğiliminin belirlenebilmesi için anket yöntemi kullanılırken, firma performansını temsilen Vergi Öncesi Kar/Aktif Toplamı, Faiz, Amortisman ve Vergi Öncesi Kar/Aktif Toplamı, Brüt Katma Değer/Aktif Toplamı, Vergi Öncesi Kar/Satış Hasılatı, Vergi Öncesi Kar/Özkaynaklar ve Satış Hasılatı/Aktif Toplamı oranı olmak üzere bilanço ve gelir tablosu verileri ile hesaplanan altı farklı değişken kullanılmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre, firmaların agresif rekabetçilik eğilimleri ile Vergi Öncesi Kar/Aktif Toplamı, Faiz, Amortisman, Vergi Öncesi Kar/Aktif Toplamı ve Satış Hasılatı/Aktif Toplamı oranları arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Bu sonuç, firma sahip ve yöneticilerine, agresif rekabetçilik eğilimlerini artırmaları halinde hem karlılık oranlarında hem de varlıkların kullanım etkinliği ve verimliliğinde artış olacağına işaret etmektedir. Firmaların agresif rekabetçilik eğilimleri ile Brüt Katma Değer/Aktif Toplamı, Vergi Öncesi Kar/Satış Hasılatı ve Vergi Öncesi Kar/Özkaynaklar oranı arasındaki ilişki, tahmin edilen regresyon modelleri anlamlı çıkmadığı için test edilememiştir.

Konuyla ilgili olarak Türkiye'de sınırlı sayıda çalışma yapılmış olması nedeniyle bu çalışma literatüre katkı sağlayacaktır. Ayrıca bu çalışmada; daha önce yapılan çalışmalarda olduğu gibi anket sorularına verilen cevaplardan hareketle belirlenen firma performansı ölçütleri değil, bilanço ve gelir tablolarından hareketle hesaplanan firma performansı ölçütleri kullanılmıştır. Çalışma bu yönüyle diğer çalışmalardan farklılaşmaktadır. Firmaların pazardaki hakimiyetlerini korumak ve geliştirmek adına sergiledikleri rekabetçi davranışların firma performansı üzerindeki etkisinin, farklı değişkenler kullanılarak, daha geniş bir örneklem üzerinden yeniden incelenmesi literatüre katkı sağlayacaktır.

Her çalışmanın olduğu gibi bu çalışmanın da bazı kısıtları bulunmaktadır. Çalışmada evrenin tümüne ilişkin finansal olmayan veriler yani agresif rekabetçilik eğilimlerine ilişkin verilerin tamamına ulaşılamamış olması araştırmanın kısıtlarından ilkinin oluşturmaktadır. Yine firmaların agresif rekabetçilik eğilimlerini ölçme aracı olarak kullanılan ölçeğe verilen cevapların doğru ve objektif olduğuna inanılmaktadır.



## KAYNAKÇA

- Ağca, V. (2005), "İç Girişimcilik Yapısı ve Firma Performansına Etkileri: Denizli Tekstil Sektöründe Bir Uygulama", *Doktora Tezi*. Afyon Kocatepe Üniversitesi.
- Ağdelen, Z., ve Erkut, H. (2003), "İnsan Kaynakları Yönetiminin Firma Finansal Performansı Üzerine Etkisi", *İTÜ Dergisi*, 2 (4),65-74.
- Aktan, B., ve Bulut, C. (2008), "Financial performance impacts of corporate entrepreneurship in emerging markets: A case of Turkey", *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 12(8), 1530-2275.
- Altuntaş, G. ve Dönmez, D. (2010), "Girişimcilik Yönelimi ve Örgütsel Performans İlişkisi: Çanakkale Bölgesinde Faaliyet Gösteren Otel İşletmelerinde Bir Araştırma", *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 39(1), 50-74.
- Antoncic, B. ve Hisrich, R.D. (2001), "Intrapreneurship: Construct Refinement and Cross-Cultural Validation". *Journal of Business Venturing*, 16 (5), 495-527.
- Arslan, F. M. (1998), "Yeni Ürünlerin Performansının Ölçümünde Kullanılabilecek Kriterler Öneri", *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(9), 257-264.
- Ajamieh, A., Benitez, J., Braojos, J.ve Gelhard, C. (2016), "IT İnfrastructure And Competitive Aggressiveness İn Explaining And Predicting Performance", *Journal of Business Research*, 69(10), 4667-4674.
- Aygün, M. (2012), "Firma Performansı Üzerinde Çalışma Sermayesinin Etkisi: Türk İmalat Sektörü Üzerine Bir Uygulama", *Ege Akademik Bakış*, 12(2), 215-223.
- Birkinshaw, J., Hood, N. ve Young, S. (2005), "Subsidiary Entrepreneurship, Internal and External Competitive Forces, and Subsidiary Performance", *International Business Review*, 14(2), 227-248.
- Bulut, Ç. (2007), "Stratejik Oryantasyonlar ve Firma Performansı". *Yayınlanmamış doktora tezi*. Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü. Kocaeli.
- Bulut, Ç., Alpkan, L. ve Yılmaz, C. (2009), "Stratejik Oryantasyonlar ve Firma Performans İlişkisi: Literatür Gelişimi Üzerine Kavramsal Bir Çalışma", *D.E.Ü. İşletme Fakültesi Dergisi*, 10(1), 1-34.
- Bulut, Ç., Pınar, İ., Seçkin Halaç, D. ve Öztürk, A. D. (2013), "Girişimsel Pazarlamanın Firma Performansına Etkisi", *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(2), 209-232.
- Ceylan, C. (2001), "Firmalar için Esneklik Performans Modeli Oluşturulması ve Firmaların Esneklik Analizi", *Doktora Tezi*, İstanbul Teknik Üniversitesi. İstanbul.
- Covin J. G. ve Covin, T. J. (1990), "Competitive Aggressiveness, Environmental Context And Small Firm Performance", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14(4), 35-50.
- Covin, J.G. ve Slevin, D. (1991), "A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior", *Entrepreneurship Theory & Practice*, 16(1), 7-25.
- Das, T. K. ve Teng, B. S. (2001), "Trust Control and Risk Strategic Alliances: An İntegrated Framework", *Organization Studies*, 22(2), 251-306.
- Denison, D. R. ve Mishra, A. K. (1995), "Toward A Theory Of Organizational Culture And Effectiveness", *Organization Science*, 6(2), 204-223.
- Dess, G.G., Eisner, A.B. ve Lumpkin, G.T. (2007). *Strategic Management*. NewYork: McGraw-Hill Irwin.
- Doğan, M., & Topal, Y. (2015), "Sahiplik Yapısının Firma Performansı Üzerine Etkisi: Türkiye Örneği", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(4), 12-22.
- Eleren, A. ve Soba, M. (2009), "İşletmelerde Çok Boyutlu Performans Ölçümü ve Uşak Deri Sektöründe Bir Uygulama", *Uluslararası Davraz Kongresi*, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta, 24-27 Eylül 2009.
- Ersoy, E., Üstün, F. ve Ünlü, U. (2016), The Impact of Professional Management on Firm Performance: Evidence from Turkey, *Turkish Economy in A New Era Selected Articles*. AGP Research: Germany.
- Ferrier, W. J. (2001), "Navigating the Competitive Landscape: The Drivers and consequences of Competitive Aggressiveness. *Academy of Management Journal*, 44(4), 858-877.

- Ferrier, W. J., Fhionnlaoich, C. M., Smith, K. G., & Grimm, C. M. (2002), "The Impact of Performance Distress on Aggressive Competitive Behavior: A Reconciliation of Conflicting Views", *Managerial and Decision Economics*, 23, 301-316.
- Fiş, A. M. (2009), "Unlocking the Relationship Between Corporate Entrepreneurship and Performance" *Yayınlanmamış doktora tezi*. Sabancı Üniversitesi. İstanbul.
- Gürel, E. B. B. (2011), Firma Performansının Belirlenmesinde İç Girişimciliğin Rolü-ISO 500 Üzerine Bir Araştırma, *Finansal Politik & Ekonomik Yorumlar Dergisi*, 48(559), 99- 116.
- Gürkan, N., ve Gürkan, S. (2017), "Yenilikçilik Kavramının İşletmelerin Finansal Performansı Üzerindeki Etkisi", *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 13(5), 213-226.
- Karabağ, S. F. (2008), "Strateji ve Endüstrinin Firma Performansına Etkisi: Türkiye'nin Öncü Sanayi İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma", *Doktora tezi*. Çukurova Üniversitesi. Adana.
- Karamustafa, O., Varıcı, İ. ve Er, B. (2009), "Kurumsal Yönetim ve firma Performansı: İMKB Kurumsal Yönetim Endeksi Kapsamındaki Firmalar Üzerinde Bir Uygulama. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (17), 100-119.
- Kaplan, R. S. ve Norton, D. P. (1999), *Balanced Scorecard, Şirket Stratejisini Eyleme Dönüştürmek*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Khandwalla P. N. (1977), *The Design of Organizations*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Lumpkin, G. T. ve Dess. G. G. (1996), "Clarifying The Entrepreneurial Orientation Construction and Linking It to Performance", *Academy of Management Review*, 21(1), 135-173.
- Michalisin, M. D., Karau, S. J. ve Tangpong, C. (2004), "The Effects Of Performance And Team Cohesion On Attribution: A Longitudinal Simulation", *Journal of Business Researc*, 57(10), 1108-1115.
- Nadkarni, S., Chen, T. ve Chen, J. (2016), "The Clock İs Ticking! Executive Temporal Depth, Industry Velocity, And Competitive Aggressiveness", *Strategic Management Journal*, 37(6), 1132-1153.
- Neely, A., Gregory, M. ve Platts, K. (1995), "Performance Measurement System Design: A Literature Review And Research Agenda", *International Journal of Operations & Production Management*. 15(4), 80-116
- Nicholas, J. M. (1998), *Competitive Manufacturing Management*. USA: McGraw-Hill International Editions, Management&Organization Series.
- Olson, M. E., Slater, S.F. ve Hunt, G.T.M. (2005), "The Performance Implications Of Fit Among Business Strategy, Marketing Organization Structure and Strategic Behavior", *Journal of Marketing*, 69(3), 49-65.
- Özer, Ö. (2011), "Kurumsal Girişimcilik ve İşletme Performansı İlişkisi: Dört ve Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Uygulama", *Doktora Tezi*. Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Papatya, G., Papatya, N. ve Hamşioğlu, A. B. (2016), "Girişimci Yönlülük, İç-Girişimcilik Ve İşletme Performansı İlişkisi: Türkiye Tekstil Sektörü İşletmelerinde Bir Araştırma", *Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 34(4), 19-48.
- Porter, M. E. (1991), "Towards A Dynamic Theory of Strategy". *Strategic Management Journal*, 12(2), 95-117.
- Seymen, O. ve Erdem, B. (2007), "Kat Hizmetleri Yönetiminde Kullanılan Performans Boyutlarının Birim Performansı Üzerindeki Etkileri: Konaklama İşletmelerinde Görgül Bir Araştırma", *XV. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Kitabı* (ss.777-786), Sakarya Üniversitesi İ.İ.B.F. Sakarya.
- Stambaugh, J. E., Yu, A., ve Dubinsky, A. J. (2011), " Before the attack: a typology of strategies for competitive aggressiveness", *Journal of Management Policy and Practice*, 12(1), 49-63.
- Şimşek M. ve Nursoy M. (2002), *Toplam Kalite Yönetiminde Performans Ölçme*, İstanbul: Hayat Yayınları.
- Türkan, E. (2005), *Türkiye'de Ekonomik Aktivite İçinde yabancı Sermaye Payı*, TCMB, Ankara.
- Üstün, F. (2015), "Firmalarda Sıklık-Esneklik Boyutunun Örgütsel Güven, Kurumsal Girişimcilik Ve Firma Performansına Etkisi: Türkiye'nin Öncü Sanayi İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma", *Doktora tezi*. Çukurova Üniversitesi.
- Yücel, E. (2016), "Kurumsal Yönetim ve Firma Performansı: Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerden Kanıtlar", *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*. 8(2), 27-41.