

FİRMA PERFORMANSINA DOĞRUDAN ETKİ EDEN PERFORMANS KALEMLERİ

Öğr. Gör. Dr. Yakup ASLAN

Bitlis Eren Üniversitesi, Ahlat Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Bölümü

yakupaslan42@gmail.com

Öz

Küreselleşmenin etkisiyle firmalar, rekabet potansiyellerini gözden geçirmektedirler. Rekabetin çok çetin geçtiği yeni dünya düzeninde, firmaların performanslarına etki eden hususları iyi analiz etmeleri kaçınılmaz hale gelmiştir. Geleneksel manada bilanço ve gelir tablolarına bakarak sadece karlılık rakamlarıyla değerlendirme yapmak, firmaları, gerçek durumlarını görmeleri noktasında arzu ettikleri sonuçlara götürmeyecektir. Sürdürülebilir rekabet için gerekli olan bir takım enstrümanların da performans değerlendirmede hesaba katılması son derece gereklidir. Sahip olunan kaynakların doğru yönlendirilerek, doğru kaynaklara dönüşebilmesinin yolu firmanın performans parametrelerini modern manada ele alarak değerlendirmesiyle mümkün hale gelecektir. Firma performansı, işletmelerin hem iç çevresini hem de dış çevresini göz ardı etmeden, bütüncül bir yaklaşımla ele alınması gereken hayati bir konudur. Son dönemde konkordato ilan eden firmalar bu durumu doğrulamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Firma Performansı, Karlılık Performansı, Performans

PERFORMANCE CHARTS FROM THE IMPACT OF THE COMPANY PERFORMANCE

Abstract

Under the influence of globalization, firms review competition potentials. In the new world order where competition is very difficult, it is inevitable for companies to analyze the issues affecting their performance. In the traditional sense, looking at the balance sheet and income tables, only evaluating the profitability figures will not lead to the results that the firms want to see in their actual situation. It is essential that a number of instruments that are necessary for sustainable competition should be taken into account in performance evaluation. It will be possible for the resources to be correctly directed and transformed into the right sources, by evaluating the company's performance parameters in the modern sense. Firm performance is a vital issue that needs to be addressed with a holistic approach without ignoring both the internal environment and the external environment of the enterprises. Firm performance is a vital issue that needs to be handled with a holistic approach without ignoring both the internal environment and the external environment of the enterprises. The companies that recently announced concordat confirm this situation.

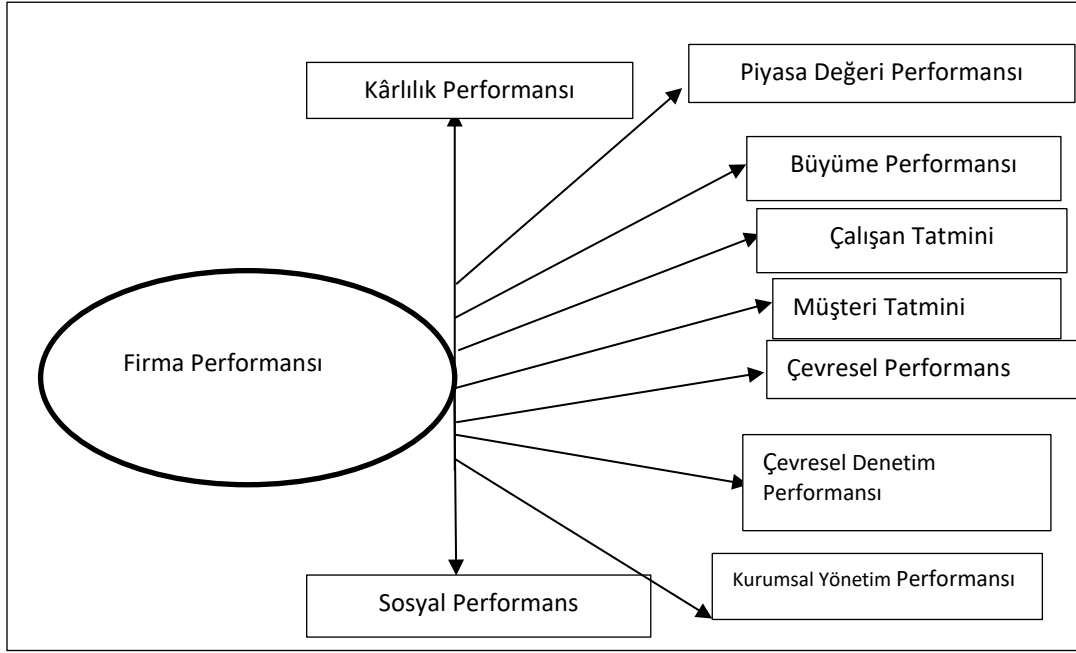
Keywords: Firm Performance, Profitability Performance, Performance

Giriş

Firmalar rekabette farklılık oluşturabilmenin ve kârlılıklarını olabildiğince üst seviyelere çekmenin yollarını aramaktadırlar. Yatırımcılar ise ellerindeki varlıkları daha değerli hale getirebilecek araçların peşinden koşmaktadırlar. Her türlü medyadan yararlanan yatırımcılar hedef olarak seçtikleri firmaları derinlemesine araştırmakta, kendileri açısından en yüksek getiriyi sağlayacak firmayı aramaktadırlar. Performans ölçümü sadece muhasebe ve finansmanda yakalanan başarı ya da başarısızlığın ötesinde cereyan eden bir husustur.

Performans ölçümü yatırımcılara alacakları kararlarda ne tür performans kalemlerini değerlendirmeleri gerektiği hakkında fikir verecektir. Firmalar açısından da performans arttırmak için kısa yol önerileri niteliğinde olacaktır. Performans değerlemesi çoğu zaman uzmanlık gerektiren bir durumdur. Başta iç denetim ve iç kontrol sistemleri performans değerlendirme anlayışıyla donatılmalıdır. Rekabette ayakta kalmak için firmalar büyük bir özeleştirici ile gerçek durumlarını bilmek zorundadırlar. Bu bağlamda yeni yaklaşımlara açık olunmalıdırlar. Başta firma üst yönetimi olmak üzere, kurumsal yönetimin bir gereği olarak firma performansına etki eden tüm hususlar dikkatlice incelenmelidir. Süreklilik kavramı gereğince hiç son bulmayacakmış gibi kurulan işletmeler varlıklarını idame ettirebilmek için, nihai hedef olarak seçtikleri kar maksimizasyonuna giden yolda ayakta kalabilmek için performanslarını ölçmede doğru parametreleri seçmelidirler.

Değişmeyen tek şeyin değişim olduğu bir ortamda firmalar performans değerlendirmelerini sürekli güncellemeli, yeni yaklaşımlara açık olmaları gerekmektedir. Firma performansı çok yönlülük gerektiren, sunduğu katkılardan ötürü rekabette sürdürülebilirliğe hizmet eden değerli bir kavramdır. Firmalar tüm birimleriyle performanslarının boyutlarını bilmeli, doğru sistemler kullanmak suretiyle doğru sonuçlar alabilmenin yollarını aramaladırlar. Performans odaklılığı sadece sonuç odaklı bir yaklaşımla ele almak yetersizdir. Performansa etki eden kavramlar bu bağlamda üzerinde durulması gereken önemli bir konudur. Çalışmada firma performansına doğrudan etki eden hususlar ifade edilmiştir.



Şekil 1. Firma Performansını Etkileyen Performans Faktörleri

Kaynak: (Selvam vd., 2016: 93)

1. Kârlılık Performansı

Kârlılık performansı, bir işletmenin kâr elde etmesini sağlar. Kâr, bir işletmenin ürettiği mal ve/veya hizmetin, üretilmesi ve iş faaliyetlerinin yürütülmesi ile ilgili diğer masraflar gibi doğrudan gelirle ilişkili tüm masrafları ödedikten sonra kalan miktardır. Firmanın amacı mevcut hissedarların zenginliğini en üst seviyeye çıkarmaktır (Ramkumar vd., 2012: 290). Üstün finansal performans yatırımcıları tatmin etmenin en etkili yoludur (Cho ve Pucik, 2005: 555). Kârlılık, büyüme ve piyasa değeri gibi bu üç özellik birbirini tamamlar. Kârlılık, bir firmanın geçmiş getiri sağlama yeteneğini ölçer (Miller vd., 2005: 489).

2. Piyasa Değeri Performansı

Finansal varlık, bir şirketin payının değer kazandığı gibi, piyasada değer kazanmalıdır. Piyasa değeri aynı zamanda halka açık bir şirketin piyasa sermayesine atıfta bulunmak için yaygın olarak kullanılmaktadır ve mevcut hisselerinin sayısını mevcut hisse fiyatına çarparak elde edilmektedir (Selvam vd., 2016: 94). Piyasa Değeri olası bir değişken olarak kabul edilir ve firmaların gelecekteki performansının dış değerlendirmesini ve beklentisini temsil eder.

İşletmelerin tarihsel kârlılığı ve büyüme seviyeleri ile bir korelasyonu olmalı, ancak piyasa değişikliklerinin ve rekabetçi hareketlerin gelecekteki beklentilerini de içermelidir. Çeşitlendirme stratejisi, etkili risk minimizasyonu ve geri dönüş maksimizasyonu sağlar (Lingaraja vd., 2015: 203). Bir firmanın piyasa değeri bu nedenle önemli bir endişe kaynağı ve kamuya açıklanmış bilgilere dayanarak hisse senedi trendlerini tahmin etme yeteneğidir. Hisse senedi getirilerine ilişkin bilgiler, hem genel yatırımcılar hem de halka açık şirketlerdeki paydaşlar için önemlidir. Piyasa anomalileri ; yatırımcıların, piyasa hareketlerinden daha fazla kazançlı çıkmasını sağlar. Hissedarların ve yatırımcıların, ticari faaliyetlerin daha iyi performans göstermesi yoluyla değer kazanması, borsada finansal rapor endeksleri ve borsaya ilişkin gerekli diğer bilgiler ile ortaya çıkar (Tsay ve Goo, 2006: 763).

3. Büyüme Performansı

Büyüme, bir firmanın büyüklüğünü artırma yeteneğini göstermektedir (Whetten, 1987: 335). Büyüklükteki artış, aynı kârlılık seviyesinde olsa bile, mutlak kâr ve nakit üretim miktarını artıracaktır. Daha büyük ölçekli firmalar da ölçek ekonomisine ve piyasa gücüne katkıda bulunarak firmaların gelecekteki karlılıklarını artırır. Bu durumun başta ülke finansal piyasalarının gelişmesine, dolayısıyla makro düzeyde ekonomik büyüme üzerinde önemli etkiye sahip olduğu bilinmektedir (Ramkumar vd., 2015: 258). Hisse senetlerinin genel konumu da büyüme performansına doğrudan etki edecektir. Hisse senedi endeksleri, piyasa hareketlerinin bir göstergesi olmasının yanı sıra, bu endeksin altındaki hisse senedi performansının ölçülmesi için bir ölçüt görevi görmektedir (Selvam vd., 2012: 39).

4. Çalışanların Tatmini

Çalışan memnuniyeti; çalışanların rolleri ve sorumlulukları, çalışma ortamı ve yönetim ile yaşadıkları deneyimlerden duydukları memnuniyeti ifade eder. Onlara en çok hangi yararları sağladığı ve kariyerlerini geliştirirken elde etmek istedikleri becerileri öğrenmek gerekir. Çalışanların memnuniyeti, insan kaynakları uygulamalarına yapılan yatırımlarla doğrudan ilgilidir. Çalışanlar, firmaların değerini artırmaya çalışan gruptur ve dolayısıyla açıkça tanımlanmış iş tanımları, eğitim yatırımı, kariyer planları ve iyi bonus politikaları vardır (Harter vd., 2002: 268). (Chakravarthy, 1986) göre çalışanların memnuniyeti, bir şirketin çalışanlarını çekme, elde tutma ve uzun vadede daha yüksek ciro oranları kaydetme becerisine dönüştürmektedir.

Çalışanların, işletmelerin kârlılığa giden yolda en büyük yardımcıları oldukları unutulmamalıdır. Bu sayede çalışanların tatmin olduğu bir ortamda verimliliğin artacağı, dolayısıyla firma performansına olumlu tesir edeceği söylenebilir.

5. Müşteri Memnuniyeti

Müşteri memnuniyeti, bir şirket tarafından tedarik edilen ürün ve hizmetlerin müşteri beklentilerini karşılayıp karşılamadığının bir ölçütüdür. İşletmede önemli bir performans göstergesi olarak görülmektedir. Müşteri memnuniyeti, tüketici satın alma niyetlerinin ve sadakatinin önde gelen bir göstergesidir. Müşteriler, şirketlere beklentilerini karşılayan mal ve hizmetler sunmalarını ister. Müşteri işi geliştirmek için odak noktasıdır (Fornell vd., 1996: 7). Şirketler bir müşterinin ihtiyaçlarını anlamak, kusurları önlemek ve rekabetçi bir dönemde hizmetlerin algılanan kalitesini geliştirmek ve tekliflerine değer katmak zorundadırlar. Müşteri memnuniyeti, ödeme istekliliğini artırır ve süreç içinde, bir şirket tarafından değere dönüşüp, performans artışına zemin hazırlar (Barney ve Clark, 2007: 13-15).

6. Çevresel Performans

Kaynak eksikliği, çevre bozulması ve kirlilik gibi küresel çevre krizi, tüm dünya ülkelerini sürdürülebilir kalkınmaya daha fazla önem vermeye itmiştir. Aynı zamanda, ekoinovasyon , rekabet avantajı elde etmek ve artan çevresel baskı altında sürdürülebilirliği sağlamak için firmalar açısından kaçınılmaz bir seçenek haline gelmiştir (Cai ve Li, 2018: 111). Çevresel performans göstergesi, bir sektördeki çeşitli firmaların belirli çevresel özellikler açısından karşılaştırılması için analitik bir araçtır. Hükümetler ve topluluklar (kamu) gibi dolaylı paydaşlar, özellikle sosyal ve çevresel boyutta olmak üzere şirketin bir dizi eylemlerinden etkilenmektedirler. Çevresel performans firmayı takip eden paydaşlar tarafından çok dikkatli bir şekilde takip edilir (Chakravarthy, 1986). Tüm dünyada, çevre kalitesinin bozulması, sıcak bir konu olarak görülmüştür. Artan sayıda endüstri, gelişmiş kirlilik seviyesi ve çevresel kaynakların hızla bozulması bu durumun başlıca nedenleridir (Vasanth vd., 2015: 201).

7. Çevresel Denetim Performansı

Çevre denetimi, bir firmanın çevre yönetim sistemine dönük kapsamlı yaklaşımlardan biridir çünkü farkında olmadan yönelinecek faaliyetlerinin etkisinin azaltılmasına yardımcı

olur. Organizasyon yapılarının müşterinin ihtiyacına göre değiştirilmesi gerekmektedir. Bu paydaş gruplarının memnuniyeti ile ilgili seçkin faaliyetler arasında güvenli çevresel uygulamalar, geliştirilmiş ürün kalitesi ve güvenliği, etik reklam, azınlığa istihdam ve sosyal projelerin geliştirilmesi yer almaktadır (Johnson ve Greening, 1999: 564-566). Bu nedenle, firma performansının istenilen düzeylere gelmesinin yolunun firmanın başta paydaşları olmak üzere, tüm çevreyi olabildiği kadar tatmin etmesinden geçtiği açıktır. Çevre ile ilgili bilgiler firmaların hem iç hem de dış karar alma süreçlerine yardımcı olacaktır. Çevresel denetim için bir kurumun ya da devletin yapılan faaliyetleri denetlemesi anlaşılmalıdır. Esasen firmanın tüm paydaşlarının doğal bir denetçi pozisyonunda oldukları söylenebilir.

8. Kurumsal Yönetim Performansı

1999 yılında Dünya Bankası, kurumsal yönetişimin iç ve dış kurumsal yönetişim olmak üzere iki mekanizma içerdiğini belirtmiştir. Pay sahiplerinin menfaatine öncelik veren iç kurumsal yönetim, üst yönetimin izlenmesi için yönetim kurulunda faaliyet göstermektedir. Öte yandan, dış kurumsal yönetim, tedarikçilerin, borçluların, muhasebecilerin, avukatların, kredi derecelendirme kuruluşlarının ve yatırım bankasının sağlayıcıları gibi pek çok tarafın dahil olduğu dış düzenlemeler ve güçler aracılığıyla yöneticinin davranışlarını izler ve denetler (Selvam vd., 2016: 95).

Bu bağlamda üst yönetimin, başta firma çalışanlarının tamamı olmak üzere, sadık müşteri grubundan, potansiyel yatırımcılara kadar uzanan tüm taraflara karşı sorumlu olduğu ifade edilebilir. Dolayısıyla bu sorumluluk, firma performans ölçümünde paydaşlar nezdinde anlamlı hale gelmektedir.

9. Sosyal Performans

Sosyal performans, “kurumun misyonunun kabul edilmiş toplumsal değerlere uygun olarak etkin bir şekilde tercüme edilmesi” olarak tanımlanmaktadır. Diğer bir deyişle sosyal performans, bir kurumun sosyal misyonunu gerçeğe dönüştürmektir. Güçlü bir sosyal performans elde etmek için, bir kurumun sosyal performansını ve finansal performansını yönetirken dikkatli ve bilinçli bir şekilde yönetmesi gerekir. Kurumsal sosyal performans üzerine yapılan araştırmalar, işletmenin sosyal rolü ve sorumlulukları üzerine çeşitli bakış açıları sağlamıştır (Vasanth vd., 2015: 202). Son yıllarda, hem akademik literatürde hem de iş dünyasında şirketlerin, kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) konusuna artan bir ilgi vardır.

Burada altta yatan mantık, iş dünyasının toplumun bir parçasını oluşturmasından dolayı, sosyo-çevre kaygılarını değer zinciri faaliyetlerine dahil etmenin karşılıklı sürdürülebilirliği ve refahı sağlamak için hayati öneme sahip olduğudur (Mukherjee vd., 2018: 1).

10. Firma Performansına Etki Eden Diğer Faktörler

Yukarıda ifade edilen performans kalemleri yanında, firma performansına doğrudan ya da dolaylı olarak tesir ettiği araştırmacılar tarafından ifade edilen diğer kalemleri şöyle sıralanabilir: Strateji, örgüt yapısı, yönetim tarzı (Lenz, 1981: 131-154), kurumsallaşma, müşteri ilişkileri yönetimi (Reimann vd., 2010: 326-346), etik davranışlar ve kurumsal itibar (Sayılı vd., 2009: 171-180), pazar odaklılık (Harris ve Ogbonna, 2001: 157-166), çevresel belirsizlik (Swamidass ve Newell, 1987: 509-524), bilişim teknolojileri (Bharadwaj vd., 1999: 1008-1024), inovasyon (Klomp ve Van Leeuwen, 2001: 343-368), girişimsel odaklılık (Wiklund ve Shepherd, 2003: 1307-1314), yönetim kurulunun yapısı, katılımcı yönetim modeli (Addison, 2005: 406-450), örgütsel şeffaflık, rekabet düzeyi (Lusch ve Lacznia, 1987: 1-11), esneklik (Chenhall, 1996: 25-32), gibi firmanın karar ve eylemlerini etkileyen çevresel, örgütsel ve bireysel birçok faktöründe performans üzerinde yönlendirici bir etkiye sahip olduğu literatürde vurgulanmaktadır.

Sonuç

Firma performansı çok yönlü değerlendirilmesi gereken bir konudur. Geleneksel yöntemlerle yapılan değerlendirmeler yetersiz kalmaktadır. Bilanço ve gelir tablosu, işletme performansını değerlendirmede yeterli değildir. Kârlılık, her firmanın ulaşmak istediği hedeflerden biridir. Bu hedefe ulaşmak için firmalar, gerçek durumlarını bilmelidirler. Rekabetin yoğun yaşandığı bir ortamda, firma performansı doğru kriterler seçilerek ele alınmalıdır. Sosyal çevreden bağımsız değerlendirilen, muhasebe-finansman odaklı performans ölçümleri yanlış değerlendirmelere neden olmaktadır. Firmalar, küreselleşmenin etkisiyle tüm dünya ile entegre olmuştur. Firma performansı sadece firmanın kendisini değil, tüm paydaşlarını içine alan bir yaklaşımla tasarlanmalıdır.

Rekabette doğru stratejiler belirlemek için öncelikle firma performansının doğru parametrelerle ele alınması kaçınılmazdır. Son dönemde yaşanan iflas başvurularına bakıldığında bu durum daha anlaşılır hale gelmektedir. Mali tabloları analiz edilen firmalar, denetimlerde olumlu görüş alarak mevcut dönemlerini kapatarak yeni döneme geçiş yapmaktadırlar. Finansal olarak başarılı bulunan bahsi geçen firmalar, takip eden yılda iflas

başvurusunda bulunmaktadırlar. Dolayısıyla muhasebeden gelen rakamlar önemlidir; ancak tek başına performans ölçümünde değerlendirilmesi son derece yanıltıcıdır. Firmalar, firma performanslarını yükseltmek için çalışmada ifade edilen performans kalemlerini göz ardı etmemelidir.

Tablo 1. Firma Performansını Etkileyen Performans Kalemleri ve Göstergeleri

Performans Kalemleri	Örnek Göstergeler	
Karlılık Performansı	Varlık Dönüşü, FAVÖK Marjı, Yatırım Getirisi, Net Gelir / Gelir, Özkaynak Karlılığı, Ekonomik Katma Değer (EVA)	
Piyasa Değeri Performansı	Hisse Başına Kazanç, Hisse Senedi Fiyatlarındaki Değişim, Kar Payı, Hisse Senedi Fiyat Hareketliliği, Piyasa Değeri Eklendi (Piyasa Değeri / Özsermayesi), Tobin'in Q Değeri (Varlıkların Piyasa Değeri / Değişim Değeri)	
Büyüme Performansı	Pazar Payı Büyümesi, Varlık Büyümesi, Net Gelir Büyümesi, Net Gelir Büyümesi, Çalışanların Büyüme Sayısı	
Çalışanların Tatmini	Çalışan Devri, Çalışanların Gelişimi ve Eğitiminde Yatırımlar, Ücretler ve Ödüllendirme Politikaları, Kariyer Planları, Örgütsel İklim, Genel Çalışanların Memnuniyeti	
Müşteri Memnuniyeti	Ürün ve Hizmetlerin Karması, Şikâyet Sayısı, Geri Alış Oranı, Yeni Müşteri Elde Tutma, Genel Müşterilerin Memnuniyeti, Yeni Ürün / Hizmetlerin Sayısı	
Çevresel Performans	Çevreyi İyileştirmek İçin Yapılan proje sayısı / İyileştirme, Enerji Yoğunluğu Seviyesi, Geri Dönüştürülebilir Malzemelerin Kullanımı, Geri Dönüşüm Seviyesi ve Artıkların Yeniden Kullanımı, Enerji Tüketimi Miktarı, Çevre Dava Sayısı	
Çevresel Performansı	Denetim	Çevre Politikası, Çevre Denetimi Raporu ve Çevresel Gözden Geçirme
Kurumsal Performansı	Yönetim	Yönetim Kurulu Boyutu, Yönetim Kurulu Bağımsızlığı, Dış İlişkiler, İç Sahiplik
Sosyal Performans		Azınlıkların İstihdamı, Sosyal ve Kültürel Projelerin Sayısı, Çalışanlar, Müşteriler ve Düzenleyici Kurumlar Tarafından Açılan Dava Sayısı

Kaynak: (Santos ve Brito, 2012: 103)

KAYNAKÇA

- Addison, J. T. (2005). The Determinants Of Firm Performance: Unions, Works Councils, And Employee Involvement/High-Performance Work Practices. *Scottish Journal of Political Economy*, 52(3), 406-450.
- Barney, J. B., ve Clark, D. N. (2007). *Resource-Based Theory: Creating and Sustaining Competitive Advantage*. Oxford: Oxford University Press on Demand.
- Bharadwaj, A. S., Bharadwaj, S. G., ve Konsynski, B. R. (1999). Information Technology Effects on Firm Performance As Measured By Tobin's Q. *Management science*, 45(7), 1008-1024.
- Cai, W., ve Li, G. (2018). The Drivers of Eco-Innovation and Its Impact on Performance: Evidence from China. *Journal of Cleaner Production*, 176, 110-118. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.12.109>
- Chakravarthy, B. S. (1986). Measuring Strategic Performance. *Strategic Management Journal*, 7(5), 437-458.
- Chenhall, R. H. (1996). Strategies of Manufacturing Flexibility, Manufacturing Performance Measures and Organizational Performance: An Empirical Investigation. *Integrated Manufacturing Systems*, 7(5), 25-32.
- Cho, H. J., ve Pucik, V. (2005). Relationship Between Innovativeness, Quality, Growth, Profitability, and Market Value. *Strategic Management Journal*, 26(6), 555-575.
- Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J., ve Bryant, B. E. (1996). The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, and Findings. *The Journal of marketing*, 7-18.
- Harris, L. C., ve Ogbonna, E. (2001). Strategic Human Resource Management, Market Orientation, And Organizational Performance. *Journal of Business Research*, 51(2), 157-166.
- Harter, J. K., Schmidt, F. L., ve Hayes, T. L. (2002). Business-Unit-Level Relationship Between Employee Satisfaction, Employee Engagement, And Business Outcomes: A Meta-Analysis. *Journal of applied psychology*, 87(2), 268.
- Johnson, R. A., ve Greening, D. W. (1999). The Effects of Corporate Governance and Institutional Ownership Types on Corporate Social Performance. *Academy of management journal*, 42(5), 564-576.

- Klomp, L., ve Van Leeuwen, G. (2001). Linking Innovation and Firm Performance: A New Approach. *International Journal of the Economics of Business*, 8(3), 343-364.
- Lenz, R. T. (1981). 'Determinants' of Organizational Performance: An Interdisciplinary Review. *Strategic Management Journal*, 2(2), 131-154.
- Lingaraja, K., Selvam, M., ve Vasanth, V. (2015). Long Run Dynamic Linkages Between Emerging Stock Markets in Asia and A Developed Stock Market (DJIA). *Research Journal of Applied Sciences*, 10(5), 203-211.
- Lusch, R. F., ve Laczniak, G. R. (1987). The Evolving Marketing Concept, Competitive Intensity and Organizational Performance. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 15(3), 1-11.
- Miller, C. C., Glick, W. H., ve Cardinal, L. B. (2005). The Allocation of Prestigious Positions in Organizational Science: Accumulative Advantage, Sponsored Mobility, And Contest Mobility. *Journal of Organizational Behavior*, 26(5), 489-516.
- Mukherjee, D., Das, A., ve Garg, A. (2018). Impact of National Institutions on Corporate Social Performance. *World Academy of Science, Engineering and Technology, International Journal of Humanities and Social Sciences*, 5(1).
- Ramkumar, R. R., Selvam, M., Raja, M., Lingaraja, K., ve Vasanth, V. (2015). Efficiency of Sectoral Indices: A Comparative Study on BSE and NSE Ltd. *International Business Management*, 9(3), 258-266.
- Ramkumar, R. R., Selvam, M., Vanitha, S., Gayathri, J., ve Karpagam, V. (2012). An Analysis of Market Efficiency in Sectoral Indices: A Study Ith a Special Reference to Bombay Stock Exchange in India. *European Journal of Scientific Research*, 69(2), 290-297.
- Reimann, M., Schilke, O., ve Thomas, J. S. (2010). Customer Relationship Management and Firm Performance: The Mediating Role of Business Strategy. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 38(3), 326-346.
- Santos, J. B., ve Brito, L. A. L. (2012). Toward A Subjective Measurement Model for Firm Performance. *BAR-Brazilian Administration Review*, 9(SPE), 95-117.
- Saylı, H., Veysel, A., Kızıldağ, D., ve UĞURLU, Y. (2009). Etik, Kurumsal İtibar ve Kurumsal Performans İlişkisini Belirlemeye Yönelik İlk 500 İşletme İçinde Yapılmış

- Bir Araştırma. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 14(2), 171-180.
- Selvam, M., Gayathri, J., Vinayagamoorthi, V., Kasilingam, L., ve Sigo, M. (2016). Determinants of Firm Performance: A Subjective Model. 4(7), 90-100. doi:10.11114/ijsss.v4i7.1662
- Selvam, M., Indhumathi, G., ve Lydia, J. (2012). Impact on Stock Price By The Inclusion to And Exclusion From CNX Nifty Index. Global Business Review, 13(1), 39-50.
- Swamidass, P. M., ve Newell, W. T. (1987). Manufacturing Strategy, Environmental Uncertainty and Performance: A Path Analytic Model. Management science, 33(4), 509-524.
- Tsay, T.-Y., ve Goo, Y.-J. (2006). The Relationship of Profitability and Growth with Stock Market Returns in the Electronics Industry. International Journal of Management, 23(4), 763.
- Vasanth, V., Selvam, M., Lingaraja, K., Miencha, I. O., ve Raja, M. (2015). Testing Environmental Kuznets Curve Hypothesis at Firm Level in India. Journal of Sustainable Development, 8(8), 201.
- Whetten, D. A. (1987). Organizational Growth and Decline Processes. Annual Review of Sociology, 13(1), 335-358.
- Wiklund, J., ve Shepherd, D. (2003). Knowledge-Based Resources, Entrepreneurial Orientation, And the Performance of Small and Medium-Sized Businesses. Strategic Management Journal, 24(13), 1307-1314.