

REKABET GÜCÜ ÖDÜLLERİ TANIM KİTABI

Gösterge	Tanım
Aktiflerin Kârlılığı (Geri Dönüş Oranı):	Aktif, şirketin sahip olduğu bütün varlıkların parasal değerini ifade eder. Aktiflerin geri dönüş oranı ise bir Liralık yatırıma karşılık firmanın ne kadar kâr ettiğini gösterir ve şu formülle hesaplanır: Aktif geri dönüş oranı = Net dönem kârı / Aktif toplamı.
Alınan Lisans Sayısı:	Satın alınan teknoloji lisanslarının sayısıdır.
Araştırma ve geliştirme harcamalarının ciroya oranı:	Firmanın araştırma geliştirme faaliyetleri için yaptığı giderlerin (örneğin laboratuvar malzemesi alımı, araştırma geliştirme personelinin maaşları vb.) firmanın cirosuna oranıdır. Bu oran firmanın araştırma geliştirme faaliyetlerine büyüklüğü nisbetinde ne kadar kaynak ayırdığını ve dolayısı ile ne kadar önem verdiğini gösterir.
Borcun özsermayeye veya toplam sermayeye oranı:	Borç bir şirketin kendi bünyesi dışından sağladığı finansmandır. Borcun özsermayeye veya toplam sermayeye oranı da şirketin, işletme sermayesi ve yatırımlarının finansman ihtiyacını dış kaynaklardan mı (borç olarak) yoksa iç kaynaklardan mı (özsermaye) karşıladığını gösterir ve sırasıyla borç / özsermaye ve borç / toplam sermaye formülleri ile hesaplanır.
Büyüme Performansı:	Performans bir hedefin başarıma derecesi olarak tanımlanabilir. Bu bağlamda büyüme performansı da büyüme hedefinin ne kadar başarıldığıdır. Bu da firmanın iki dönem arasında ne kadar büyüdüğüdür.
Çalışan başına düşen iyileştirme öneri sayısı:	Bu sayı ortalama olarak çalışanların ne kadar iyileştirme önerilerinde bulduklarını gösterir. Belirli bir dönemde herhangi bir süreç ve/veya ürün ile ilgili yapılan iyileştirme önerilerinin toplam sayısının (tüm firma bünyesinde) çalışan sayısına bölünmesi ile elde edilir.
Çalışan başına yıl içinde alınan eğitim saat:	Firmanın eğitim çalışanlarına verdiği eğitimleri ölçmekte kullanılır. Yıl içinde tüm çalışanların kurum içi veya dışında aldıkları toplam eğitim saatinin çalışan sayısına bölünmesi ile elde edilir.
Çalışan Memnuniyet Oranı:	Çalışan memnuniyeti, çalışanların yaptıkları işten ve iş ortamından ne kadar memnun olduklarını ifade eder. Araştırma kuruluşu veya üniversite gibi tercihan bağımsız kuruluşlar tarafından genellikle anket yöntemiyle elde edilen bilgilerden oluşur. (Bkz. Memnuniyet Oranı)
Çalışanların İyileştirme Faaliyetlerine Katılım Oranı:	Bu sayı ortalama olarak çalışanların kuruluş süreçlerinin iyileştirme faaliyetlerine ne ölçüde katıldıklarını gösterir. Belirli bir dönemde herhangi bir süreç ve/veya ürün ile ilgili yapılan iyileştirme çalışmalarına (iyileştirme ekipleri, kalite çemberi, proje ekipleri, vb.) katılan toplam çalışan sayısının (tüm firma bünyesinde) çalışan sayısına bölünmesi ile elde edilir.
Çalışanların şirkette ortalama çalışma yılı/süresi:	Ortalama olarak, bir çalışanın firmada ne kadar süre çalıştığını gösterir. Şirkette çalışmakta olan kişilerin ne kadar süredir çalışmakta olduklarının (genellikle yıl olarak) toplamının, toplam çalışan sayısına bölünmesi ile hesaplanır.
Değişim Yönetimi Çalışan Memnuniyet Oranı:	Çalışan memnuniyeti oranında olduğu gibi ölçülür ve genel memnuniyetin altındaki detay oranlardan biridir. Özellikle kuruluştaki değişimlerden ve bu yapının yönetiminden çalışanların ne ölçüde memnun olduğunu ortaya koyar. Birebir bu oran yok ise bu tanıma en yakın olan detay oran verilebilir.

Duran varlıkların verimliliği:	Duran varlıklar devir hızı oranı, işletmenin duran varlıklarının verimliliğini ölçmede kullanılır. Oranın sonucunun yüksek olması, işletmenin duran varlıklarının kapasitelerinin üzerinde kullanıldığını, oranın sonucunun düşük olması ise işletmenin duran varlıklarını yeterince verimli kullanmadığını gösterir. Net satışlar / ortalama duran varlıklar oranı ile hesaplanır.
Finansal Kaynaklar:	Finansal Kaynakların gerçekçi ve etkin bir şekilde yönetimi, kuruluşun uzun bir dönemde vizyonundaki faaliyetlerini gerçekleştirmelerinin zorunlu ön şartıdır. Kuruluş, finansal kaynaklarını iyi tanımlamak, geliştirmek ve stratejilerinde tanımladığı seçenekler doğrultusunda hem bugününü hem geleceğine hizmet edecek şekilde yönetmek zorundadır. Rekabet gücünün sürekliliği ancak finansal kaynakların verimli yönetimi ile mümkündür.
Gerçekleşen:	Bu göstergenin ilgili yıllardaki gerçek değeridir. Örneğin çalışan sayısı örnek olarak verilebilir.
Gerçekleşen Prosedür/Sistem değişikliği oranı:	Kuruluştaki tanımlanmış olan prosedür/sistemlerin ne kadarının o yıl içinde değişikliğe tabii tutulduğunu belirleyen orandır.
Girişimcilik Çalışan Memnuniyet Oranı:	Çalışan memnuniyeti oranında olduğu gibi ölçülür ve genel memnuniyetin altındaki detay oranlardan biridir. Özellikle kuruluştaki girişimcilik ruhu ve kültüründen çalışanların ne ölçüde memnun olduğunu ortaya koyar. Birebir bu oran yok ise bu tanıma en yakın olan detay oran verilebilir.
Hedef:	İlgili gösterge için kuruluşun o yıl için ulaşmayı planladığı rakam. Bu yıllık plan veya Stratejik Plan veya Bütçe'de belirlenmiş rakam olabilir.
Hedef ve Performans Yönetimi Memnuniyet Oranı:	Çalışan memnuniyeti oranında olduğu gibi ölçülür ve genel memnuniyetin altındaki detay oranlardan biridir. Özellikle kuruluştaki uygulanan performans yönetimi ve hedeflerle yönetim uygulamalarından çalışanların ne ölçüde memnun olduğunu ortaya koyar. Birebir bu oran yok ise bu tanıma en yakın olan detay oran verilebilir.
İhracat (TL)	Toplam ne kadarlık ihracat yapıldığıdır. İhracat yapılan mal ve/veya hizmet miktarlarının satış fiyatları ile çarpılmasına eşittir.
İhracat yapılan ülke sayısı:	İhracatın kaç adet farklı ülkeye yapıldığını gösterir
İhracat/Ciro (TL):	Toplam yapılan ihracatın ciroya oranıdır. Satışların/cironun ne kadarının ihracat kaynaklı olduğunu gösterir.
İhracatın İthalatı Karşılama oranı	Toplam yapılan ihracatın, ithalata oranıdır. İthal edilen bir birim karşılığında ne kadarlık ihracat yapıldığını gösterir.
İK alanında toplam çalışan sayısı	İnsan Kaynakları alanındaki toplam çalışan sayısıdır (örneğin İK / Personel bölümü çalışan toplamı).
İletişim Çalışan Memnuniyet Oranı:	Çalışan memnuniyeti oranında olduğu gibi ölçülür ve genel memnuniyetin altındaki detay oranlardan biridir. Özellikle kuruluştaki iletişim ortamı ve iletişim sistemlerinden çalışanların ne ölçüde memnun olduğunu ortaya koyar. Birebir bu oran yok ise bu tanıma en yakın olan detay oran verilebilir.
İlgi	İlgi puanı bu göstergenin kuruluş açısından önem derecesine (0:önemsiz, 5:çok önemli) bağlı olarak kuruluş tarafından doldurulur.
İnsan kaynakları performansı	Kuruluşun çalışanları rekabet gücünün gelişiminde en önemli kaynaktır. Kuruluşun gelişimini, süreçlerinin yürütülmesini ve sürekli iyileştirilmesini, bilgi ve birikimleriyle istenen üst düzey sonuçlara ulaşımını sağlarlar. Çalışanların en üst verimliliğe erişmeleri için yetkinliklerinin sürekli geliştirilmesi, motive olmaları, bağlılıklarının sağlanması ve gözetilmeleri esastır.
İşletme kârı	Firmanın elde ettiği bütün gelirler ile bütün giderleri arasındaki farktır.
İyileştirilmiş ürün/hizmet sayısı	Firmanın ürün ve hizmetlerinde yaptığı geliştirmelerin ölçüsüdür ve toplam kaç adet ürün ve/veya hizmetin geliştirildiği ile ölçülür.

İyileştirme çalışmalarına katılan liderlerin oranı	Toplam liderler içinde (örgütsel hiyerarşide müdür yardımcısı ve üstü seviyede olan kişiler) iyileştirme çalışmalarına katılanların sayısının toplam liderlerin sayısına oranıdır.
İyileştirme Faaliyetleri Çalışan Memnuniyet Oranı	Çalışan memnuniyeti oranında olduğu gibi ölçülür ve genel memnuniyetin altındaki detay oranlardan biridir. Özellikle kuruluştaki çalışanların rol alabileceği iyileştirme sistemlerinden çalışanların ne ölçüde memnun olduğunu ortaya koyar. Birebir bu oran yok ise bu tanıma en yakın olan detay oran verilebilir.
İyileştirme Yönetimi Müşteri Memnuniyet Oranı	Müşteri memnuniyeti oranında olduğu gibi ölçülür ve genel memnuniyetin altındaki detay oranlardan biridir. Özellikle kuruluş müşterilerinin kuruluştaki iyileştirme yönetimi ve bunun müşteri ilişkilerine yansımından ne ölçüde memnun olduklarını ortaya koyar. Birebir bu oran yok ise bu tanıma en yakın olan detay oran verilebilir.
Kapasite Kullanım Oranı	Kapasite kullanım oranı, bir üretim biriminin kullanım kapasitesinin, aynı üretim biriminin maksimum kapasitesine olan oranıdır. Bir diğer deyişle içinde bulunulan dönemdeki fiziki kapasiteye göre fiilen gerçekleştirilen kapasiteyi sormakta ve kapasite kullanım oranını bu soru ile ölçmektedir.
Karşılaştırma	Bu parametrede varsa rakip veya sınıfında en iyi kuruluşun performans değeri veya ilgili kuruluş tarafından yayınlanan sektör ortalamaları bu çerçevede verilir. Verilen karşılaştırma değerinin göstergenin birimiyle aynı olması esastır. Bunların hiçbirinin bulunmadığı durumda kuruluşun kendi performansını sektöre kıyasla kendi yaptığı değerlendirme (10 çok iyi, 1 çok kötü; performansınız sektör ortalaması düzeyinde ise 5 puan veriniz) ile tanımlar.
Katma Değer (TL)	Edinilen bütün girdilerin parasal büyüklükleri ile çıktılarının parasal büyüklükleri arasındaki farktır.
Katma Değer ve Kâr Performansı	Katma değer bir üretim sürecindeki girdi ile çıktı arasındaki farktır. Kâr ise firmanın gelirinden bütün maliyetlerinin çıkarılması ile elde edilir. Performans tanımını burada da kullanırsak katma değer ve kâr performansı bu iki göstergedeki ne derecede gerçekleştiğidir.
Kıyaslama	Yaklaşımların farklı ve o konuda iyi oldukları bilinen (genel veya ilgili kurum tarafından tanımlanarak) kuruluşlardaki uygulamalarla süreç detayları bazında ilişkilendirilerek değerlendirilmesi ve buradan öğrenme fırsatlarının yaratılması süreci olarak tanımlanır.
Kuruluş Yönetimi Müşteri Memnuniyet Oranı	Müşteri memnuniyeti oranında olduğu gibi ölçülür ve genel memnuniyetin altındaki detay oranlardan biridir. Özellikle kuruluş müşterilerinin kuruluşun yönetiminden ve bunun müşteri ilişkilerine yansımından ne ölçüde memnun olduklarını ortaya koyar. Birebir bu oran yok ise bu tanıma en yakın olan detay oran verilebilir.
Kurum İmajı ve İtibarı Müşteri Memnuniyet Oranı	Müşteri memnuniyeti oranında olduğu gibi ölçülür ve genel memnuniyetin altındaki detay oranlardan biridir. Özellikle kuruluş müşterilerinin kurum imajı ve itibarını nasıl değerlendirdiklerini ortaya koyar.
Kurumsal gönüllülük	Kurumların bilgi, beceri, tecrübe ve zamanlarını, karşılık beklemeden bir sivil toplum kuruluşunun amacı doğrultusunda ve/veya başkaları için değerlendirmeleri.
Liderler	Kurumsal stratejinin belirlenmesi ve yürütülmesinde, düzenleyici, denetleyici ve yönlendirici rol oynayan kişilerdir.
Liderler arasındaki kadın yönetici oranı	Kadınların yönetimde ne kadar rol aldığını gösterir. Liderler (örgütsel hiyerarşide müdür yardımcısı ve üstü seviyede olan kişiler) arasında yer alan kadın yöneticilerin toplam liderlere oranıdır.
Liderlerin aldığı eğitim oranı (saat/kişi):	Her bir liderin (örgütsel hiyerarşide müdür yardımcısı ve üstü seviyede olan kişilerin) saat cinsinden ne kadar eğitim aldığıdır

Liderlerin verdiği eğitim oranı:	Kurum içinde lider olarak tanımlanan kişilerin yıl içinde kurum içinde ortalama kaç saat eğitim verdiğini gösterir. Toplam liderlerin verdiği eğitim saatinin lider sayısına oranlanmasıyla oluşturulur.
Liderlik Performansı:	Liderler kuruluşun rekabette farkını yaratan, geleceğini şekillendiren ve gerçekleşmesini sağlayan, değerlerini uygulamalarıyla hayata geçiren kişilerdir. Mükemmel kuruluşlar geleceği şekillendiren ve gerçekleştiren, kuruluşun değerleri ve etik anlayışı doğrultusunda örnek olan ve sürekli güven aşıl原因an liderlere sahiptir. Mükemmel kuruluşların liderleri esnek, kuruluşun sürekli başarısını sağlayacak biçimde gerekenlerin zamanında öngörülmesini ve gerçekleştirilmesini güvence altına alır.
Liderlik ve Yönetim Çalışan Memnuniyet Oranı:	Çalışan memnuniyeti oranında olduğu gibi ölçülür ve genel memnuniyetin altındaki detay oranlardan biridir. Özellikle kuruluştaki Liderlik kültüründen ve Yönetim yapısından çalışanların ne ölçüde memnun olduğunu ortaya koyar. Birebir bu oran yok ise bu tanıma en yakın olan detay oran verilebilir.
Marka iletişim yatırımı:	Bir firmanın sahip olduğu markayı tanıtmak için yaptığı yatırımdır. Televizyon gazete reklamları, ürün lasmanları bu kapsama girer.
Marka sayısı:	Marka, bir işletmenin mal ve/veya hizmetlerini bir başka işletmenin mal ve/veya hizmetlerinden ayırt etmeyi sağlama koşuluyla, kişi adları dahil, özellikle sözcükler, şekiller, harfler, sayılar, malların biçimi veya ambalajları gibi çizimle görüntülenebilen veya benzer biçimde ifade edilebilen, baskı yoluyla yayımlanabilen ve çoğaltılabilen her türlü işarettir. Marka sayısı firmanın belirli bir dönemde elde ettiği marka sayısını ifade eder.
Memnuniyet Oranı:	Çeşitli parametrelerde verilmiş olan bu tanımlar ilgili paydaşların kendisinden alınan görüşlerle (örneğin anket, focus grup çalışması, bire bir görüşmeler gibi) oluşturulan rakamsal verilerdir. Genellikle özel araştırma şirketleri, üniversiteler veya kuruluşun kendi araştırmaları sonucunda oluşurlar. Çalışan memnuniyeti için kuruluşun çalışanlarının, Müşteri memnuniyeti için kuruluşun gerçek müşterilerinin görüşlerine başvurulması esastır
Misyon:	Vizyona ulaşma yolunda kuruluşun gerçekleştirmesi gereken stratejik amaç veya amaçlar bütünüdür
Misyon, Vizyon, Değerler Çalışan Memnuniyet Oranı:	Çalışan memnuniyeti oranında olduğu gibi ölçülür ve genel memnuniyetin altındaki detay oranlardan biridir. Özellikle kuruluştaki misyon, vizyon ve değerler tanımlanmasının çalışanlar tarafından ne ölçüde benimsendiğini ve çalışanların ne ölçüde memnun olduğunu ortaya koyar. Birebir bu oran yok ise bu tanıma en yakın olan detay oran verilebilir.
Misyon, Vizyon, Stratejiler Müşteri Memnuniyet Oranı:	Müşteri memnuniyeti oranında olduğu gibi ölçülür ve genel memnuniyetin altındaki detay oranlardan biridir. Özellikle kuruluştaki misyon, vizyon ve değerler tanımlanmasından ve bunun müşteri ilişkilerine yansımından müşterilerin ne ölçüde memnun olduklarını ortaya koyar. Birebir bu oran yok ise bu tanıma en yakın olan detay oran verilebilir.
Müşteri Bağlılığı Memnuniyet Oranı:	Müşteri memnuniyeti oranında olduğu gibi ölçülür ve genel memnuniyetin altındaki detay oranlardan biridir. Özellikle müşterilerin kuruluşun ürün/hizmet/servislerini tekrar tercih edip etmeyeceklerini ve bu çerçevedeki memnuniyet oranını ortaya koyar. Birebir bu oran yok ise bu tanıma en yakın olan detay oran verilebilir.

Müşteri Genel Memnuniyet Oranı:	Müşteri memnuniyeti, kuruluş müşterilerinin kuruluş ürünlerinden, servisinden, hizmetin kısacası kuruluşla tüm yaşamışlığından ne ölçüde memnun olduklarını ifade eder. Araştırma kuruluşu veya üniversite gibi tercihan bağımsız kuruluşlar tarafından genellikle anket yöntemiyle elde edilen bilgilerden oluşur. (Bkz. Memnuniyet Oranı)
Müşteri Şikâyetlerinin Giderilme Oranı:	Kuruluş müşterilerinin kuruluşun ürün/servis/hizmetlerine yönelik şikâyetlerinin ne ölçüde çözümlendiğini gösterir.
Müşteri ve toplum performansı:	Kuruluşun uzun dönemdeki başarısı mevcut ve potansiyel müşterilerinin (toplumu da içerecek şekilde) beklenti ve gereksinimlerini nasıl karşıladığı, hatta bunların ötesine nasıl geçtiği ile direk bağlantılıdır.
Müşterilerin Sürekliliği:	Müşterilerin ne kadarının tekrar gelen veya ürün/servis/hizmet satın alan müşteri olduğunu gösterir. Tekrar müşterilerin toplam müşteri sayısına oranı olarak hesaplanır.
Nakit akışı :	Gelecekteki parasal gelir, gider ve borçlarının projeksiyonudur. Firmaya hangi dönemlerde nakit lazım olabileceğini veya olmayabileceğini gösterir. Böylece firma bu dönemlere yönelik faaliyetlerini daha iyi bir şekilde planlabılır.
Onaylı iç eğitici sayısı:	Şirket içi eğitim yapan kişi sayısıdır
Organizasyon yapısında veya tasarım/üretim/pazarlama süreçlerinde yapılan yenilik sayısı:	Örgütsel yenilikleri ölçmek için kullanılır. Bu tarz yenilikler belirli faaliyet süreçlerinde (tasarım, üretim ve pazarlama) süreçlerinde meydana gelebilir. Bu ölçüm belirli bir dönemde firma içinde kaç adet bu tarz yenilik yapıldığıdır
Ortalama DÖF (düzeltici ve önleyici faaliyeti) devreye alınma süresi	Ortalamada DÖF'lerin ne kadar sürede devreye alındığını gösterir. Bütün DÖF'lerin devreye alınma sürelerinin toplamının, toplam DÖF sayısına bölümü ile bulunur.
Öneri Sayısı:	Belirli bir dönem içinde yapılan öneri sayısıdır
Öneri Sistemi:	Çalışanların fikirlerini iletmede kolaylık sağlayarak, inovasyon ve katılıma teşvik eden, iş doyumlarını artıran bir sürekli iyileştirme sistemidir
Öneri Sistemlerine katılım oranı:	Belirli bir dönem içinde öneri veren çalışanların sayısının toplam çalışan sayısına oranıdır.
Özsermaye kârlılık oranı:	Özsermaye şirketin net varlıkları ile borçları arasındaki farktır ve şirketin kendi bünyesindeki finansman yetisini gösterir. Özsermaye kârlılık oranı ise net kâr'ın özsermayeye oranı ile hesaplanır ve bir Liralık özsermayeye karşılık ne kadar kâr edildiğini gösterir.
Paydaş:	Kuruluşun ürün ve hizmetleri ile ilgisi olan, kuruluştan doğrudan ya da dolaylı olarak etkilenen ya da kuruluşu etkileyen kişi, grup ya da kurumlardır.
Pazar payı:	Bir pazardaki satışların ne kadarının firma tarafından yapıldığıdır. Yüzde olarak ifade edilir.
Pazar sayısı:	Firmanın kaç farklı coğrafi pazarda faaliyet gösterdiği
Politika ve Stratejiler Çalışan Memnuniyet Oranı:	Çalışan memnuniyeti oranında olduğu gibi ölçülür ve genel memnuniyetin altındaki detay oranlardan biridir. Özellikle kuruluşun Politika ve Stratejilerinin çalışanlar tarafından ne ölçüde benimsendiğini ve çalışanların ne ölçüde memnun olduğunu ortaya koyar. Birebir bu oran yok ise bu tanıma en yakın olan detay oran verilebilir.
Portföy riski:	Risk belirli bir zaman aralığında hedeflenen sonuca ulaşmama, kayba ve zarara uğrama olasılığıdır. Portföy riski de firmanın elinde bulundurduğu finansal yatırım araçlarının beklenen getiriyi sağlamama olasılığıdır ve genel olarak standart sapma ile ölçülür
Problem Çözme eğitimi almış çalışan oranı:	Problem Çözme sistemlerine yönelik bir eğitim almış çalışan sayısının toplam çalışan sayısına oranıdır.
Projelerin Tamamlanma Oranı:	Başlanılan ve nihayetlendirilen projelerin, başlanılan projelere oranıdır.

Sahip olduğunuz patent ve faydalı model sayısı:	Patent, bir buluş için buluş sahibine devlet tarafından verilen bir sınai mülkiyet hakkıdır. Patent, sahibinin izni olmadan başkalarının buluşu üretmesini, kullanmasını veya satmasını belirli bir süre boyunca engelleme hakkı vermektedir. bir buluş ortaya çıktığında buluş sahibinin buluş konusu ürünü belirli bir süre üretme, kullanma, satma veya ithal etme hakkıdır. Faydalı model yeni olan ve sanayiye uygulanabilen buluşların sahiplerine belirli bir süre, bu buluş konusu ürünü üretme ve pazarlama hakkının tanınmasıdır. Bu ölçüm firmanın belirli dönem içinde elde ettiği patent ve faydalı model sayısıdır.
Satılan Lisans Sayısı:	Satılan teknoloji lisanslarının sayısıdır
Sosyal sorumluluk bütçesinin ciroya oranı:	Sosyal sorumluluk tanımlaması altındaki bütçe ayrımının toplam bütçeden aldığı oran.
Strateji Bağlantılı Performans Hedefi Alan Çalışan Oranı:	Performans yönetimi yapısı altında olup, performans hedefleri stratejik hedeflerle ilişkilendirilmiş olan çalışan sayısının toplam çalışan sayısına oranı.
Strateji Bağlantılı Performans Hedefi Alan Yönetici Oranı:	Performans yönetimi yapısı altında olup, performans hedefleri stratejik hedeflerle ilişkilendirilmiş olan yönetici sayısının toplam yönetici sayısına oranı.
Strateji Geliştirmede Rol Alan Çalışan Oranı:	Stratejilerin geliştirilme aşamasına katılan çalışanların toplam çalışanlara oranıdır.
Strateji Geliştirmede Rol Alan Yönetici Oranı:	Stratejilerin geliştirilme aşamasına katılan yöneticilerin (müdür yardımcı ve üstü seviyedeki kişilerin) toplam yönetici sayısına oranıdır.
Stratejilerin Gerçekleşme Oranı:	Kuruluş tarafından önceki senelerde tanımlanmış olan stratejilerin ne ölçüde gerçekleştirildiğini gösteren orandır. Stratejik Plan gerçekleşme yüzdesi olarak da verilebilir.
Stratejilerin Sürdürülebilirlik Performansı	Kuruluşların uzun dönemde başarılı olabilmeleri hedeflerini, o hedefe ulaşmak için gidecekleri yolu ve o yola götürecek alternatifleri iyi değerlendirmeleri ve seçmeleriyle bağlantılıdır. Rekabet gücü yüksek kuruluşlar bu gücü vizyonlarına ulaşmak için iyi belirlenmiş, sürdürülebilir stratejilerin tanımlanması, uygulanması ve uygulamanın düzenli olarak gözden geçirilmesiyle sağlarlar.
Süreç teknolojilerinde yenilik sayısı	Üretim süreçlerinde kullanılan teknolojilerde yapılan yeniliklerin sayı ile ifadesidir.
Süreç ve Sistem Geliştirme Performansı	Kuruluşlar etkin yönetim için süreçlerini ve sistemlerini vizyonlarına ulaşmayı sağlayacak şekilde tanımlamak, tüm alanlarda uygulanmasını sağlayarak yönetmek zorundadır. Rekabetçi bir yapı oluşturulması bu yönetimin sürekli daha etkin, etkili ve verimli olmasını sağlamaktan geçer. Bu da sistemlerin performanslarının ölçülmesi, günlük ve uzun dönemde kontrol edilmesi, kademeli ve gerektiğinde radikal (sıçramalı) yöntemlerle çalışanlar tarafından iyileştirilmesiyle gerçekleşir.
Süreç Yönetim Sistemi Çalışan Memnuniyet Oranı	Çalışan memnuniyeti oranında olduğu gibi ölçülür ve genel memnuniyetin altındaki detay oranlardan biridir. Özellikle kuruluş Süreç Yönetim yapısının çalışanlar tarafından ne ölçüde benimsendiğini ve çalışanların ne ölçüde memnun olduğunu ortaya koyar. Birebir bu oran yok ise bu tanıma en yakın olan detay oran verilebilir.
Süreç Yönetimi eğitimi almış çalışan oranı	Süreç Yönetimi sistemlerine yönelik bir eğitim almış çalışan sayısının toplam çalışan sayısına oranıdır.
Şeffaflık ve Cevap Verme Müşteri Memnuniyet Oranı	Müşteri memnuniyeti oranında olduğu gibi ölçülür ve genel memnuniyetin altındaki detay oranlardan biridir. Özellikle kuruluşun bilgi paylaşımındaki şeffaflığı ve isteklere cevap verme performansından ve bunun müşteri ilişkilerine yansımından müşterilerin ne ölçüde memnun olduklarını ortaya koyar. Birebir bu oran yok ise bu tanıma en yakın olan detay oran verilebilir.
Şirket içinde tasarlanan ürün/hizmetlerin oranı	Firmanın o dönem içinde kaç adet yeni ürün hizmet tasarladığıdır. Üretimden farklı olarak, tasarlanmış ancak üretime geçmemiş ürün/hizmetleri ifade eder.

Tasarım tescil sayısı	Tasarım, bir ürünün tümü, veya bir parçası veya üzerindeki süslemenin, çizgi, şekil, biçim, renk, doku, malzeme veya esneklik gibi insan duyuları ile algılanan çeşitli unsur veya özelliklerinin oluşturduğu bütünü ifade eder. Bu tasarımın tescil edilmesi ise tasarım sahibinin bu tasarımın haklarına sahip olması işlemidir. Bu ölçüm ise firmanın belirli bir dönemde kaç tasarım tescil ettirdiğini ifade eder.
Teknoloji, İnovasyon ve Tasarım Performansı	Teknoloji, inovasyon ve tasarım bir firmanın piyasadaki rakiplerinden farklılaşmasını ve uzun dönemli kalıcı katma değer yaratabilmeyi sağlayacak özgün ama bir o kadar da yaratması ve yönetmesi zor olan kaynakları oluşturur. Firmanın insan bilgi ve yeteneklerini etkin bir şekilde kullanımı ile yaratıcılıkları açığa çıkarır ve firma için taklidi hiç de kolay olmayan tasarımlar, patentler, fikri mülkiyet hakları açığa çıkar. Bunların üzerinde yükseltilen ve sürekli inovatif fikirlere yol açan bir yönetim rekabet gücünün de sürekliliğini sağlar.
Toplum Genel Memnuniyet Oranı	Toplum memnuniyeti, kuruluşla direk veya dolaylı ilişkisi olan toplum temsilcilerinin kuruluştan genel olarak ne ölçüde memnun olduklarını ifade eder. Araştırma kuruluşu veya üniversite gibi tercihan bağımsız kuruluşlar tarafından genellikle anket yöntemiyle elde edilen bilgilerden oluşur. (Bkz. Memnuniyet Oranı)
Ulaşılabilirlik Müşteri Memnuniyet Oranı	Müşteri memnuniyeti oranında olduğu gibi ölçülür ve genel memnuniyetin altındaki detay oranlardan biridir. Özellikle kuruluşa ve kuruluş bünyesindeki kişilere/yöneticilere müşterilerin ulaşması ve iletişim kurabilmesi kolaylığından ve bunun müşteri ilişkilerine yansımından müşterilerin ne ölçüde memnun olduklarını ortaya koyar. Birebir bu oran yok ise bu tanıma en yakın olan detay oran verilebilir.
Ürettiğiniz yeni ürün/hizmet sayısı	Belirli dönem içinde firmanın geliştirdiği yeni ürün/hizmet sayısıdır.
Ürün/Hizmet Değeri Müşteri Memnuniyet Oranı	Müşteri memnuniyeti oranında olduğu gibi ölçülür ve genel memnuniyetin altındaki detay oranlardan biridir. Özellikle kuruluşun ürün/hizmetleri için ödenilen bedel ve bu bedel karşılığında alınanlardan müşterilerin ne ölçüde memnun olduklarını ortaya koyar. Birebir bu oran yok ise bu tanıma en yakın olan detay oran verilebilir.
VAFÖK (Vergi, Amortisman, Faiz Öncesi Kâr)	Bu değer bir şirketin nakit akışlarına bakmakta kullanılır ve faiz geliri/finansman gideri, vergiler ve amortismanın (yıpranmanın) etkilerinden bağımsız olarak bir şirketin sadece <i>operasyonlarından</i> ne kadar para kazandığını görme imkanı buluruz. Bu oran net kâr hesabına nakit olmayan giderlerin de dahil edilmesi ile elde edilir. Yani VAFÖK= Gelir – Gider (vergi, faiz, amortisman, ve itfalar hariç)
Vizyon	Kuruluşun uzun vadeli gelecekte erişmeye çalıştığı durumu tanımlayan ifade/deklarasyondur.
Yayılm	İlgili sistem veya yaklaşımın kuruluş bünyesindeki süreçlerde uygulanmasının yaygınlığını belirler. Örneğin performans değerlendirme sisteminin sadece üst yönetimde mi uygulandığı veya tüm çalışanlarda da mı uygulandığı bir yayılım göstergesidir.
Yeni girdiğiniz iş alanı sayısı:	Firmanın daha önce faaliyette bulunmadığı kaç adet yeni iş alanına girdiğini ifade eder.
Yetenek ve Yetkinlik Geliştirme Çalışan Memnuniyet Oranı	Çalışan memnuniyeti oranında olduğu gibi ölçülür ve genel memnuniyetin altındaki detay oranlardan biridir. Özellikle kuruluştaki uygulanan çalışanların yetenek ve yetkinliklerinin geliştirilmesine yönelik sistemlerden çalışanların ne ölçüde memnun olduğunu ortaya koyar. Birebir bu oran yok ise bu tanıma en yakın olan detay oran verilebilir.

Yurtdışı Kaynaklar	Uluslararası pazarlarda bulunan çok sayıda rakip ile rekabet edebilmek için firmaların ciddi anlamda firma içinde taklidi zor olan, kalıcı ve sürdürülebilir yetkinlikler oluşturması bunu sağlayan kaynakları ve altyapı kurabilmesi gerekir. Bunu sağlayabilen firmalar ihracatlarıyla Pazar paylarını artırıp, karlılıklarını sağlayabilir ve rekabet üstünlüğü kazanırlar. Bu üstünlüğe yola açan tüm yetkinliklerin iyi anlaşılması ve kaynakların ona göre geliştirilmesi gerekir.
Yurtdışında marka değeri	Yurtiçi marka değerinin yurtdışındaki tüketici, üretici ve diğer kurumlar gözünde sahip olduğu değerdir.
Yurtiçinde marka değeri	Markanın yurtiçindeki tüketici, üretici ve diğer kurumlar (örneğin sivil toplum kuruluşları) nezninde sahip olduğu değerdir. Bu değeri oluşturan kalemler arasında markanın olumlu veya olumsuz imajı, markanın tanınırlığı sayılabilir. Ölçümü genellikle uygulanan anketler ile yapılır.
Zorunlu sistem standartlarının karşılanma oranı	Kuruluşun içinde bulunduğu sektörde uyulması zorunlu olan standartların ne kadarına uyulduğunu gösterir orandır.