

SAĞLIK KURUMLARINDA İLİŐKI YÖNELİMİNİN ÇALIŞAN PERFORMANSI ÜZERİNE ETKİSİ

Dr. Nurgöl ERDAL¹

ÖZET

Hızlı değişen rekabetçi çevrede işletmeler rakipleriyle mücadele etmesi için çeşitli rekabet stratejileri geliştirmeleri gerekir. Özellikle hizmet işletmeleri çalışanlarına gereken değerini verdiğinde ve çalışanlar arasında güven, iletişim, paylaşılan değerler ve empatiye dayanan ilişkiler geliştirildiğinde çalışanların performansı artacaktır. Rekabet ortamında başarı isteyen işletmeler çalışanlara önem vermeli ve bünyesinde yüksek performans gösteren çalışanlar bulundurmalıdır. Bu çalışmanın amacı ilişki yönelimli davranış değerkenlerinin çalışan performansına etkilerini incelemektir. Hizmet sektörünün en önemli sektörlerinden biri olan sağlık sektöründe çalışanların ilişki yönelimine yönelik davranış sergilemeleri ve yüksek performans göstermeleri hem bireysel hem de örgütsel başarılar için gereklidir. Araştırmada kullanılan değerkenler sosyal bilgiler istatistik paket programları yardımıyla analiz edilmiştir Alan araştırması için seçilen evren, İstanbul'da bulunan kamu üniversite hastanelerinde çalışan 495 ve özel/vakıf hastanelerinde çalışan 157 toplam 652 sağlık çalışanı ile anket çalışması yapılmıştır. Analiz sonucunda bağımsız değerken ilişki yöneliminin alt boyutlarından çalışanlarla ilgili değerler ile bağımlı değerken çalışan performansı arasında pozitif yönlü orta derecede ilişki görülmüştür. İlişki yöneliminin alt boyutlarından paylaşılan değerler ve bağımlı değerken çalışan performansı arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir.

Anahtar Kelimeler: İlişki Yönelimi, Çalışan Performansı, Sağlık İşletmesi.

¹ İstanbul Üniversitesi Cerrahpaşa-Cerrahpaşa Tıp Fakültesi, nurgul.erdal@istanbul.edu.tr

EFFECT OF RELATIONSHIP ORIENTATION ON EMPLOYEE PERFORMANCE IN HEALTH INSTITUTIONS

ABSTRACT

Rapidly changing competitive environment, they need to develop competitive strategies to combat their competitors in various businesses. Especially service businesses give their employees between the required value and the employees trust, communication, empathy, relationships based on shared values and eat when it was developed the performance of employees will increase. Businesses that want success in a competitive environment should pay attention to employees and keep high-performing employees in their bodies. The aim of this study is to examine the effects of relationship-oriented behavior variables on employee performance. Employees in the health sector, one of the most important sectors of the service sector, are required to exhibit relationship-oriented behavior and perform high performance for both individual and organizational achievements. The survey was conducted with a total of 652 health care workers selected for the field survey, 495 working in public university hospitals in Istanbul and 157 working in private /foundation hospitals. The analysis showed a moderate positive correlation between employee values and dependent variable employee performance from lower dimensions of independent variable relationship orientation. There was no significant relationship between shared values and dependent variable employee performance from the lower dimensions of the relationship orientation.

Keywords: Relationship Orientation, Employee Performance, Health Care.

GİRİŞ

Küreselleşmenin etkisi ve yoğun rekabet ortamında rekabet avantajı sağlamaya çalışan işletmeler kendilerini rakiplerinden ayıştıracak benzersiz yetkinlikler geliştirmek ve sürdürmek için çaba harcamaktadırlar. Rekabet üstünlüğü sağlamanın yolu örgütsel yapıya bağlı fiziksel faktörlerle ve yine örgütsel yapıya bağlı yönetsel faktörlerdir. Fakat çağdaş örgütlerin başarısı maddi unsurlardan çok yönetsel faktörlere bağlıdır. Çalışma barışı, iş tatmini, güven, bilgi, örgütsel iklim, örgüt kültürü, örgütsel sadakat, örgütsel bağlılık, örgütsel adalet, örgütsel vatandaşlık, ekip çalışması, iletişim, empati, paylaşılan değerler hem örgüt içi ilişkilerde ve çalışan performansını etkileyen faktörlerdir (Tutar,2016). Firmaları diğer firmalardan ayıran benzersiz ve taklit edilemeyen beşeri sermayenin değerinin anlaşılması ve firmanın geleceğinin çalışanlara bağlı olması çalışanların değerini katbekat arttırmıştır. Sosyo-ekonomik gelişmelerin anahtarı olarak insanlar görülmüştür (Terziev, 2019). Çalışanlar sürekli değişen ve gelişen hayat standartları ve olanakları ile iş dünyasının en değerli sermayesidir (Çalış Duman ve Akdemir, 2016). Çalışan performansı yükseltilmeden firma performansı yükseltilmeyeceği açıktır.

Çalışan performansını arttırmak için iş görenlerin düşüncelerine değer vermek, kararlara katılımını sağlamak ve cesaretlendirmek, çalışanın sağlığına ve mutluluğuna önem vermek, beklentilerini ve beklentilerine ne kadar ulaşabildiğini sorgulamak, çalışanın amaç ve değerlerini anlamak, kasıtlı olarak yapmadığı hatalarını affetmek ve örgüte güven duymasını sağlamaktır (Çınar ve Yeşil, 2016).

İşletmelerin daha verimli ve başarılı olmaları için örgüt ve örgüt çevresi ile ilişkinin belirlenmesi önemlidir. Çalışanların işlerini en etkin ve verimli bir biçimde yapabilmesi için yöneticileriyle ve çalışma arkadaşlarıyla ilişkilerinde güven çok önemlidir. Yöneticisine ve çalışma arkadaşlarına güven duyan çalışan çalışma performansını artıracak, iş arkadaşları ve yöneticileri ile dayanışma içinde olacaktır (Erdal,2020).

Hastaneler birçok sağlık profesyonelin birlikte çalıştığı, ekip anlayışının en üst düzeyde hissedildiği ve hasta merkezli çalışılan kurumlardır. İşlerin en iyi şekilde yürütülebilmesi için aralarında karşılıklı güvenin olduğu, etkili ve verimli bir iletişimin sağlandığı, paylaşılan değerlere önem verildiği ve birbirleriyle empati kurabildikleri bir örgüt ortamı sağlandığında çalışanların performansı artmaktadır. Örgütlerde bu değerlere gereken önemi verirlerde rekabet ortamında rekabet avantajı elde edip aranan ve tercih edilen kurumlara dönüşebilirler.

Bireylerin en değerli varlığı sağlıklarıdır. Sağlıkları tehlikeye düştüklerinde tedavi olmak için çeşitli arayışlara girerler. En iyi hastane, en iyi doktor, en iyi tedavi, en iyi bakım vb. Daha önce bu hastalığı geçiren ve iyileşmiş kişilerle konuşurlar, onların tecrübelerinden yararlanmak isterler. Hasta memnuniyeti çok önemlidir. Memnun olan hasta çevresindeki kişilere tavsiyede bulunur ve herhangi bir problem olduğunda tekrar aynı kurumu tercih eder. Sağlık hizmetleri birçok sağlık profesyonelin birlikte çalıştığı hizmet sektörüdür. Ekipte çok fazla kişinin olması zaman zaman sorunlara yol açmakla birlikte ilişki yönelimli yaklaşım tercih edildiğinde hasta memnuniyeti ve çalışan performansı artacak ve dolayısıyla işletme performansı en çoklanacaktır.

Çalışma şu bölümlerden oluşmaktadır. Çalışmada birinci bölümde, ilişki yönelimi, ikinci bölümde çalışan performansı, üçüncü bölümde ilişki yönelimi ile çalışan performans ilişkisi, dördüncü bölümde araştırma yöntemi, araştırma amacı, önemi, bulgular yer almakta son bölümde ise sonuç ve kaynakçadan oluşmaktadır.

1. İLİŞKİ YÖNELİMİ

İlişki yönelimi teorisi, rekabet avantajı sağlamak isteyen firmaların müşterilerle ilişkilerini geliştirmek için uyguladıkları bir felsefedir (Liao vd., 2010; Slater ve Narver 2000). Rekabet avantajı sağlamak isteyen firmalar pazar yönelimli ilişki yöntemini kullandıklarında müşterilerin şu andaki ve gelecekteki ihtiyaçları hakkında bilgi sahibi olabilirler. Bu pazar ilişki yönelimi işletmenin genel performansını etkilediği söylenir (Darley ve Marion, 2017). Firmalar müşterileri için üstün değer yaratmak ve sürdürmek için çabalamaktadırlar (Narver ve Slater,1990). Stratejik bakış açısıyla, organizasyonel hedefler, uzun vadede sürdürülebilirlik ve performansı artırmak için işletmelerin ilişki yönelimli olmaları zorunludur.

İşletmeler günlük faaliyetlerini yerine getirirken, müşterilerin ihtiyaç ve beklentilerinin neler olduğunu tespit edip buna yönelik stratejiler geliştirmeyi ve bunu tüm çalışanlara benimsetmeyle ilgilidir. İşletmeler bu yönelim sayesinde rakiplerinden daha hızlı bir şekilde eldeki müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar böylece işletme performansı nitelik ve nicelik olarak yükselecektir (Şahin ve Aytemiz, 2019). Kaynak teorisine göre pazar ilişki yönelimi de işletmelerin kaynağı olarak kabul edildiği için sürdürülebilir rekabet için önemlidir (Marongoz ve İnak Özberk, 2020).

İlişki odaklılığını benimseyen işletmeler hem müşterilerle hem de çalışanlarla ilişki yönelimli faaliyetlerde bulunurlar. İlişkisel pazarlama da müşteri ile birebir ilişkilidir (Yükselen, 2017). Müşteri odaklılıkta; hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti, çalışan ve firma performansında artış görülür (Kanten ve Kanten, 2019). Müşteri odaklı ilişki yöneliminde amaç müşteriyi tekrar mal ya da hizmet alması için teşvik etmek ve devamlı aynı işletmeden mal ya da hizmet almasını sağlamaktır. En az risk ve çok güven vardır. İlişkiler başlar, gelişir ve sonunda dengelenmesi sağlanır (Sarı ve Kulualp, 2019). İlişki odaklılığın etkileri pazarda ve firma performansında hissedilir ve pazar performansına pozitif etki sağlarken, yenilik performansı üzerine proaktif yaklaşım sağlar (Sahin, 2018). İlişki yönelimi özellikle pazarlamada performans iyileştirmeleri için önemlidir (Jap vd., 1999). Tedarik zincirlerinde taraftarlar arasında bilgi almak, verimliliği ve etkinliği artırmak, paylaşmaya istekli olmak önemlidir (Hult vd., 2001). Müşterilerle iş birliği, müşterilerin ihtiyaçlarına daha kolay yanıt verme, verimli bilgi alışveriş önemlidir (Hertz ve Alfredson, 2003). Bu sayede gereksiz maliyetler azaltılır. Kalite ve güvenilirlik, hız ve esneklik artar.

İlişki yönelimini araştırmacılar altı alt başlıkta incelemişlerdir. Bunlar; güven, iletişim, paylaşılan değerler, empati, bağlılık ve karşılıklı olmaktır (Callaghan vd., 1995; Morgan ve Hunt, 1994; Wilson, 1995, Yau et al, 2000). İlişki yönelimlilik, rekabet ortamında firmalara avantaj sağlamaktadır (Long ve Quan, 2019).

Güven: Genel anlamda güven dürüstlük ya da doğruluk olarak bilinir. Güven hemen oluşmaz ve oluşması için zamana ihtiyaç vardır (İnan ve Çelik, 2018). Kişisel ilişkilerin oluşmasında ve devamında gereklidir. Güven duygusu herkeste farklıdır. Bireylere göre farklılık gösterir (Timuroğlu ve Alioğulları, 2019). Kurumlarda işlerin zamanında yapılması, çalışanların uyum içinde olmaları, uyumlu etkileşim ve iletişim güven sayesinde gerçekleşmektedir (Okur vd., 2019). Çalışanlar güvensizlik hissettiklerinde verimliliği ve etkinliği azaltmaktadırlar (Byung ve Kim, 2019). Yöneticiye, örgüte ve çalışma arkadaşlarına güven işletmenin geleceği için elzemdir (Erdal, 2020).

İletişim: İletişim iki ya da daha fazla kişi arasında anlamları ortak kılmadır. Berlo iletişim, düşünce ve bilgileri paylaşıp düşünce değişikliği yaratması olarak tanımlar. Fakat iletişim öğrenme ya da davranış değişikliği yaratmıyorsa iletişim sürecinde problem olduğu kabul edilir (Kayalı vd., 2019). Bireyler arası ilişkilerde iletişim çok önemlidir ve ilişkilerin hepsi iletişime dayalı olarak oluşur. İletişimde problem olursa çeşitli sorunlarla karşılaşılır. İletişimin sağlıklı olması bireysel ilişkilerin derin, anlamlı ve doyurucu olmasını; sağlıklı olması ise anlaşamama duygusu ve çok çeşitli sorunlara yol açar.

İletişim insan davranışlarını, takım dinamiklerini, çalışanların duygu ve düşüncelerini, algılarını, tutum ve davranışlarını anlamak, motivasyonlarını artırmak için açık ve ikna edici bir şekilde olmalıdır (Öztaş, 2017).

Paylaşılan Değerler: Örgütler sosyal sistemler olduğu için örgüt kültürü oluşur. Örgüt üyeleri tarafından paylaşılan ve diğer örgütlerden ayıran özellikler örgüt kültürünü oluşturur. Paylaşılan bu değerler örgütsel süreçlere ve çıktılara pozitif etki sağlar (Öztürk ve Şahin, 2017).

Empati: Bir kişinin kendini karşısındakinin yerine koyarak olaylara onun gözüyle bakması, karşısındaki bireylerin duygu ve düşüncelerini doğru olarak değerlendirmesi, hissetmesi ve ona doğru bir şekilde iletmesidir (Ersoy ve Köşker, 2016). Kültürlerarası duyarlılık ile empati ilişkilidir (Chen ve Starosta, 2000). Hemşirelik öğrencileri ile yapılan bir çalışmada öğrencilerin empati düzeylerinin artması ile kültürlerarası duyarlılıklarının arttığı saptanmıştır (Çetişli vd., 2016). Sağlık bakımı esnasında hastaya gösterilen empati merhameti artırmakta ve bakımı kolaylaştırmaktadır (Polat ve Erdem, 2017).

Bağlılık: Bağlılık, bireyin varlığı ile bütünleşip örgütte kalmaya devam etme olarak tanımlanabilir. Bağlılığı bir çok faktör etkilemekle birlikte örgütsel adalet en fazla etkilemektedir (Arı vd., 2017).

Karşılıklı Olmak: Kişilerin yeteneklerinin ekip ile birlikte katkı sağlayabileceği ve hem kişilere hem de örgüte yararlı olmasıdır. Bu örgütteki işlerin iyi yürütülmesini sağlar (Çavmak, 2018).

2. ÇALIŞAN PERFORMANSI

İş yaşamında çalışan performansı işletmelerin rekabet gücü elde etmesinde anahtar rol oynayan ve önemli bir gösterge olarak kabul edilmektedir (Wang ve Netemeyer, 2002). Birçok tanım olmakla birlikte performans veya örgütlerin bir faaliyette hedefe ulaşma derecesidir (Pugh, 1991).

Akal'a (1992) göre, belli bir süre sonunda sistemin çıktısı ya da çalışmasının sonucu olarak tanımlanmaktadır. Performansı, belirlenen olanaklara göre bir işin yerine getirilme düzeyi ya da iş görenin davranış olarak belirtilmektedir. Günümüzde performans ise yalnız sonuca odaklanmayıp süreçle bağdaştırılmıştır. Kısaca performansı görevi etkin biçimde yürütmek ve tamamlamak olarak kabul edilebilir (Pınar 2012). Bir grup veya örgütün belirlenen hedefe ulaşabilmesi için gösterdiği çabaya "performans" denilmektedir. Verilen görevin grup, birey veya örgüt tarafından ulaşılacak istenen hedef doğrultusunda uygun şekilde gerçekleştirilme derecesi olarak da tanımlanabilir (Altındağ ve Akgün, 2015). Örgütler rekabet ortamında diğer örgütlerle rekabet edebilmek ve örgütün amaçlarına ulaşmak için kurumda yüksek performans gösteren çalışanlara ihtiyaç duymaktadırlar. Çalışanın performansının yüksek olması, örgütler için olduğu kadar çalışanların kendisi için de önemlidir (Erdal, 2020). Yüksek performans gösteren çalışanın kendine olan güveni artacak ve daha da başarılı olacaktır.

Çalışan performansı yüksek olursa buna paralel bir şekilde örgütsel performansta artacaktır. Performansını artıran işletme diğer rakiplerine göre rekabet edilebilirliği de artacaktır (Tekin, 2018). Bütün işletmeler için performans çok önemli bir gerekçedir ve işletme hakkında bilgi verir. İşletmeler çalışanların performanslarının yüksek olmasını isterler fakat çalışanların işletmeden ne istediklerini ve ne iş yaptıklarını anlamaya çalışmalıdırlar (Bedarkar ve Pandita, 2014). İşletmelerin performanslarının yükselmesi ve örgütlerin başarılı olması için sürekli büyüme, değişen pazar koşulları (Vosloban, 2012) rekabet üstünlüğü sağlama, ancak ve ancak çalışan performansı ile örgütsel performans hedeflerinin uyumlaştırılması koşuluyla sağlanmaktadır (Işığışık, 2008; Uyargil, 2013).

Performansı etkileyen birçok gösterge vardır; çalışma koşulları, örgütün misyonu, vizyonu, amacı ve hedefleri, çalışanların hedefleri, ücret, terfi, iş güvenliği, sosyal olanaklar, ödüller ve cezalar, işe duyulan ilgi, iş tatmini, örgütsel bağlılık, örgütsel güven, örgütsel vatandaşlık, örgütsel adalet sayılabilir (Erdal, 2020). Ayrıca çalışanın ücretinden duyduğu memnuniyet ya da memnuniyetsizlik ile performansa etkiler (Kolaylı ve Lorcu, 2017). Çalışan performansının yüksek olması isteniyorsa performansın değerlendirilirken hakkaniyetli ve adil olunmalıdır.

3. İLİŞKİ YÖNETİMİ VE ÇALIŞAN PERFORMANS İLİŞKİ

Günümüz rekabet ortamında coğrafi sınırların ortadan kalktığı, teknolojinin gelişmesiyle bilgi iletimin hızlandığı pazar ortamında işletmeler, rakiplerinden daha önce hareket ederek bu durumu avantaja çevirebilmelidirler. Bu ilişki yönelimi işletme içinde uygulanabilmesi için yönetimin kararlılığı ve çalışanların birlikte hareket etmesi gerekir (Topuz Eker, 2013).

Firma performansını pazarlama ilişki yönelimi etkilemektedir. Bunu hem pazarlama araştırmacıları hem de diğer araştırmacılar desteklemektedir (Berry, 1983; Blattberg ve Deighton, 1991; Fuhrman, 1991; Morgan ve Hunt, 1994; Yu vd., 2000, Zehir vd., 2019). Firma performansı arttırmak için ilişki yöneliminin anahtar rol oynadığı bilinmektedir (Sin vd., 2002). Kiesseling vd., (2016) rekabet ortamlarında firmalarında ilişki yönelimine odaklanarak farklılaşma stratejisi uyguladıklarında performansla pozitif korelasyon gösterdiklerini ortaya çıkarmışlardır. Zehir vd., (2019) etik liderlik, ilişki odaklılık ve çalışan performans ilişkisini incelemişler ve ilişki odaklılığının çalışan performansı üzerinde aracılık ettiğini bulmuşlardır (Zehir vd., 2019).

4. ARAŞTIRMANIN AMACI VE HİPOTEZLERİ

Çalışmanın amacı, hemşirelerin ve ebelerin ilişki yönelimli davranışlarının çalışan performanslarına nasıl yansıtıklarının ortaya çıkarılmasıdır. Araştırmanın amacı çerçevesinde geliştirilmiş hipotezlerimiz şunlardır:

H1. İlişki yöneliminin çalışan performansı üzerinde pozitif yönde etkisi bulunmaktadır.

H1a. Çalışanlarla ilgili değerlerin çalışan performansı üzerinde pozitif yönde etkisi bulunmaktadır.

H1b. Paylaşılan değerlerin çalışan performansı üzerinde pozitif yönde etkisi bulunmaktadır.

5. ARAŞTIRMANIN EVREN VE ÖRNEKLEMİ

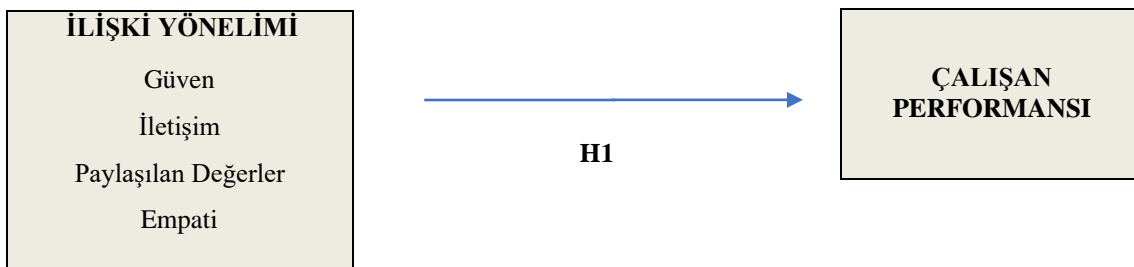
Araştırmanın evreni; Türkiye’de bulunan, kamu üniversite hastanesi, özel/vakıf hastanesi ve devlet hastanesinde çalışan ebe ve hemşirelerden oluşmaktadır. Araştırmanın örneklemini, Haziran 2019 ve Aralık 2019 tarihleri arasında rastgele yöntemle seçilen 652 sağlık çalışanından oluşmaktadır.

6. VERİLERİN TOPLANMASI

Verilerin toplanması için üç bölümden oluşan anket uygulanmıştır. Birinci bölüm demografik özelliklerden oluşmaktadır. Bu bölümde katılımcıların ve işletmenin bilgileri yer almaktadır. İşletmenin faaliyet alanı, çalışılan hastanenin türü, çalışılan bölüm, yaş dağılımı, cinsiyet, medeni durum, kurumda çalışma yılı ve eğitim durumundan oluşmaktadır.

İkinci bölümde, ilişki yönelimi ile ilgili sorular yer almaktadır. Sin vd., (2002) tarafından geliştirilmiş toplam 15 sorudan oluşmaktadır. Ölçek 4 bölümden oluşmuştur. Bunlar; iletişim (Anderson ve Narus, 1990), empati (Berry vd., 1990), güven (Morgan ve Hunt; 1994) ve paylaşılan değerler (Evans & Laskin; 1994). Soruların değerlendirilmesinde 5’li likert ölçek (1) Kesinlikle Katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım, (4) Katılıyorum ve (5) Kesinlikle Katılıyorum seçeneklerini kullanılmıştır. 1, 2, 3 ve 4. sorular güveni, 5, 6, 7. sorular iletişimi, 8, 9, 10, 11. sorular paylaşılan değerleri ve 12, 13, 14, 15. sorular ise empatiyi ölçmektedir.

Üçüncü bölümde ise Kirkman ve Rosen (1999) tarafından geliştirilmiş, Rahman; Bullock (2004), Erdoğan (2011) tarafından literatürde kullanılmış olan çalışan performans ölçeği ile 7 sorudan oluşan anket yer almaktadır. Çalışan performansı ile ilgili sorular 5’li likert ölçeği ile (1) Kesinlikle Katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım, (4) Katılıyorum ve (5) Kesinlikle Katılıyorum seçeneğini temsil etmektedir.



Şekil 1: Araştırma Modeli

Tablo 1: Demografik Bulgular

DEMOGRAFİK BULGULAR					
İŞLETME	Frekans	Yüzdelik	HASTANE TÜRÜ	Frekans	Yüzdelik
Uluslararası	559	85,7	Üniversite	495	75,9
Ulusal	93	14,3	Özel vakıf	144	22,1
TOPLAM	652	100	TOPLAM	652	100
DEPARTMAN	Frekans	Yüzdelik	Devlet hastanesi	13	2,0
Servis	348	53,4	TOPLAM	652	100
Ameliyathane	173	26,5	YAŞ	Frekans	Yüzdelik
Yoğun bakım	93	14,3	18-20	40	6,1
Poliklinik	38	5,8	21-30	342	52,5
TOPLAM	652	100	31-40	149	22,9
CİNSİYET	Frekans	Yüzdelik	41-50	107	16,4
Bayan	553	84,8	51-60	14	2,1
Erkek	99	15,2	TOPLAM	652	100
TOPLAM	652	100	MEDENİ DURUM	Frekans	Yüzdelik
KURUMDA ÇALIŞMA YILI	Frekans	Yüzdelik	Evli	280	42,9
1-5	366	56,1	Bekâr	372	57,1
6-10	111	17,0	TOPLAM	652	100
11-15	9	1,4	EĞİTİM	Frekans	Yüzdelik
16-20	40	6,1	Lise	123	20,2
21-25	47	7,2	Ön Lisans	63	9,7
26-30	35	5,4	Lisans	327	50,2
31-35	32	4,9	Yüksek Lisans	128	19,6
35-40	12	1,9	Doktora	2	0,3
TOPLAM	652	100	TOPLAM	652	100

Tablo 1’de görüldüğü gibi, katılımcıların %85,7’si uluslararası hastanede, %14,3’ü ise ulusal hastanede çalışmaktadırlar. %75,9 üniversite hastanesi ve %22,1 ise ulusal hastanede çalışmaktadır. Çalışanların en fazla üniversite hastanesi %75,9 ve %22,1 ise özel vakıf hastanesinde ve %2 ise devlet hastanesinde çalışmaktadırlar. Bunların %84,8 bayan, %15,2 erkekti. Bekârlar %57,1 ve evliler %42,9’dur. Çalışanların %56,1’i 5-10 yıl arasındadır. En fazla %50,2 ile lisanstan başlamaktadır.

Ölçeklerin güvenilirliğini belirlemek için güvenilirlik analizi yapılmıştır. Bir ölçeğin güvenilir olduğunu Cronbachs Alpha değeriyle anlayabiliriz. Cronbachs Alpha değerinin güvenilir olması için 0,7'den büyük olması gerekir (Kılıç, 2016). Tabloya baktığımızda hem ilişki yönelimi Cronbachs Alpha ,958 hem de çalışan performansı Cronbachs Alpha ,825 ölçek güvenilirliği çok yüksektir. Cronbachs Alpha >0,9 olunca ölçeklerin mükemmel olduğunu gösterir (Kılıç, 2016). Ölçeklerin tüm sorularının yer aldığı genel bir güvenilirlik analizi yapılmış ve Cronbachs Alpha ,951 bulunmuştur. Değerler incelendiğinde tüm faktörlerin güvenilirlik değerlerinin 0,80 değerinden büyüktür. Buna göre faktörlerin içsel tutarlıklarının yüksek olduğu ortaya çıkmıştır (Özdamar, 2004).

Tablo 2: Güvenilirlik Analizi Sonuçlar

Değişkenin Adı	Cronbachs Alpha	Soru Sayısı	Varyans
İlişki Yönelimi	,958	15	0,030
Çalışan Performansı	,825	7	0,116
TOPLAM	,951	22	0,083

Tablo 3: KMO VE Bartlett's Küresellik Testi

Değişkenin Adı	Kaiser-Meyer-Olkin	Yaklaşık Ki kare	Bartlett's Küresellik testi	Sigma
İlişki Yönelimi	,946	9408,613	105	,000
Çalışan Performansı	,827	1924,519	21	,000
TOPLAM	,943	11820,409	231	,000

Yukarıdaki açıklamadan anlaşıldığı gibi araştırma ölçekleri Kaiser-Meyer-Olkin ve Bartlett Küresellik Testinin sonuçları anlamlılık derecesi ,000 ve KMO değeri ,943 olduğu için tüm değişkenler arasında anlamlı bir ilişki korelasyon mevcuttur. Başarılı bir şekilde geçtiğinden ölçeklerin geçerliliğinin sınanması için keşifsel faktör analizi yapılmıştır (Field, 2007).

Tablo 4: Total Varyans Analizi

Bileşenler	Başlangıç Özdeğerleri			Kare Yüklerin Ekstraksiyon Toplamları			Kare Yüklerin Rotasyon Toplamları ^a
	Total	Varyans %	Kümülatif %	Total	Varyans %	Kümülatif %	Total
1	11,066	50,302	50,302	11,066	50,302	50,302	10,228
2	2,377	10,804	61,106	2,377	10,804	61,106	8,391
3	1,305	5,933	67,039	1,305	5,933	67,039	5,618
4	,936	4,254	71,292				
5	,785	3,568	74,860				
6	,745	3,388	78,248				
7	,723	3,286	81,534				
8	,496	2,256	83,789				
9	,416	1,891	85,680				
10	,386	1,755	87,436				
11	,351	1,597	89,032				
12	,336	1,527	90,559				
13	,316	1,437	91,996				
14	,300	1,365	93,361				
15	,280	1,275	94,636				
16	,241	1,096	95,732				
17	,208	,948	96,680				
18	,175	,793	97,473				
19	,162	,736	98,209				
20	,156	,711	98,920				
21	,140	,636	99,556				
22	,098	,444	100,000				

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. When components are correlated, sums of squared loadings cannot be added to obtain a total variance.

Araştırmanın bağımlı değişkeni ilişki yönelimi; güven, iletişim, paylaşılan değerler ve empati olmak üzere 4 alt başlıkta incelenmesine rağmen, keşifsel faktör analizi sonucu bu çalışmada ilişki yönelimi iki alt boyuta ayrılmıştır. Bunlar; çalışanlarla ilgili değerler ve paylaşılan değerlerdir. Çalışan performansının herhangi bir alt boyutu yoktur. Ölçeklerin Açıklanma oranı ise %67,039'dur.

Tablo 5: Keşifsel Faktör Analizi Yükleri

Sıra No	Döndürülmüş Bileşen Matrisi	İlişki Yönelimi		Çalışan Performansı
		Çalışanlarla İlgili Değerler	Paylaşılan Değerler	
5	Sık sık aramızda iletişim kurup haberleşiriz ve fikirlerimizi paylaşıyoruz.	,923		
2	Şirketteki diğer çalışanlar önemli konularda güvenilirlerdir.	,888		
1	Şirkette birbirimize güveniyoruz.	,885		
3	Geçmiş iş tecrübeme dayanarak, çalıştığım firmada güvenilir kişiler bulunduğunu söyleyebilirim.	,865		
6	İletişim kurduğumuzda memnuniyetsizliklerimizi birbirimize anlatırız.	,859		
7	Dürüst bir şekilde iletişim kuruyoruz.	,812		
4	Şirketim, çalışanlarına güveniyor.	,754		
12	Her zaman etrafımızdaki insanların gözünden de olaylara bakarız.	,660		
13	Birbirimizin nasıl hissettiğini anlarız.	,657		
14	Birbirimizin değerlerini ve amaçlarını anlarız.	,655		
15	Birbirimizin hislerine saygı gösteriyoruz.	,648		
9	Birçok konu hakkında diğer çalışanlarla birlikte aynı fikirleri paylaşıyoruz.		,955	
10	Etrafımızdaki olaylara karşı diğer çalışanlarla birlikte aynı şeyleri hissederiz.		,943	
8	Şirkette çalışanları aynı dünya görüşünü paylaşıyor.		,906	
11	Şirket içerisinde aynı değerleri paylaşıyoruz.		,795	
16	Bir çalışan olarak memnuniyet seviyem yüksektir.	İPTAL		
21	Sunduğum hizmet kalitesinde standartlara fazlasıyla ulaştığımdan eminim.			,840
22	Bir sorun gündeme geldiğinde en hızlı şekilde çözüm üretirim.			,839
19	Görevlerimi tam zamanında tamamlıyorum.			,834
20	İş hedeflerime fazlasıyla ulaşıyorum.			,822
17	Devamsızlık oranlarım düşüktür.			,534
18	Moralim yüksektir.			,445

Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Promax with Kaiser Normalization.a. Rotation converged in 3 iterations

Tablodan da anlaşıldığı gibi Promax döndürme metodu kullanılmış olup, faktör yükleri belirlenmiştir. Çalışan performansının ilk sorusu yani soru 16 yüklenme değeri ,30 altında olduğu için değerlendirilmeden çıkarılmıştır. Diğer sorular arasında herhangi bir çakışma olmamış ve analizler bu faktör tablosu baz alınarak devam edilmiştir.

Tablo 6: Korelasyon Analizi

BİLEŞENLER		Çalışanlarla İlgili Değerler	Paylaşılan Değerler	Çalışan Performansı
Çalışanlarla İlgili Değerler	Pearson Correlation	1		
	Sig. (2-tailed)			
Paylaşılan Değerler	N	652		
	Pearson Correlation	,719**	1	
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
Çalışan Performansı	N	652	652	652
	Pearson Correlation	,512**	,412**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	652	652	652

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Bağımsız değişken olan ilişki yöneliminin alt boyutu olan çalışanlarla ilgili değerler ile bağımlı değişken çalışan performansı arasında Pearson katsayısı (.512) olduğu için orta derecede pozitif yönde ilişki vardır. Yine bağımsız değişken olan ilişki yöneliminin alt boyutu olan paylaşılan değerler ile bağımlı değişken çalışan performansı arasında. Pearson katsayısı (.412) olduğu için orta derecede pozitif yönde ilişki vardır. Değişkenler normal dağılımda olduğu için Pearson korelasyon katsayısı kullanılmıştır. Her iki alt boyutta çalışan performansı ile orta dereceli pozitif yönde ilişki içindedir. Korelasyon tablosu tek başına sebep sonuç ilişkisi göstermediği için illiyet bağı için regresyon analizi yapılmıştır.

Tablo 7: Regresyon Analizi (Çalışan Performansı)

Model 1	Kareler Toplamı	Df	Ortalamalar karesi	F	Sig.
Regresyon Tekli Total	63,925	2	31,963	117,509	,000 ^b
	176,529	649	,272		
	240,455	651			
	R	R Kare	Düzeltilmiş R kare	Tahmini Standart hata	
	,516 ^a	,266	,264	,52154	
DEĞİŞKENLER	Standart Hata	Beta standardize	T	Sig.	
Sabit	,093		30,638	,000	
Çalışanlarla ilgili değerler	,034	,447	9,226	,000	
Paylaşılan Değerler	,028	,091	1,874	,061	

a. Bağımlı Değişken: Çalışan Performansı)

b. Bağımsız Değişken: (Çalışanlarla ilgili Değerler) ve (Paylaşılan Değerler)

Regresyon analizi sonucunda bağımsız değişken çalışanlarla ilgili değerler ile çalışan performansı arasında sig. değeri (.000), t değeri (9,226) ve beta değeri (.447) olduğu için aralarında pozitif yönlü doğrusal ilişki vardır. Bağımsız değişken paylaşılan değerler ile çalışan performansı arasında sig. değeri (.061) olduğu için herhangi bir ilişki yoktur. Çünkü sig. değeri .05 den büyüktür. Regresyon modelinin açıklanma yani determinat katsayısı %26,6' dır.

Tablo 8: Hipotez Sonuçları

HİPOTEZ NO	HİPOTEZLER	AÇIKLAMA	SONUÇ
H1	İlişki yöneliminin çalışan performansı üzerinde pozitif yönde etkisi bulunmaktadır.	Kısmi Etki	Kısmen Desteklendi
H1a	Çalışanlarla ilgili değerlerin çalışan performansı üzerinde pozitif yönde etkisi bulunmaktadır.	Pozitif yönde orta ilişki	KABUL
H1b	Paylaşılan değerlerin çalışan performansı üzerinde pozitif yönde etkisi bulunmaktadır.	Herhangi bir etki yok	RED

SONUÇ

Sağlık işletmeleri de diğer işletmeler gibi küreselleşme, teknolojik ilerleme, tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarındaki değişimlerle mücadele etmek zorunda kalmaktadırlar. Sağlık işletmeleri emek yoğun işletmelerdir ve sunulan hizmetin büyük bir bölümü insan unsuruna dayanmaktadır. Şiddetli rekabet ortamında pazar ilişki yönelimini uygulayan işletmeler rakiplerine göre daha hızlı bir şekilde müşteri istek ve ihtiyaçlarını belirleyip planlaya bilmektedirler. Hasta memnuniyeti, çalışanların performansı ile yakından ilişkilidir (Köroğlu ve Avcıkurt, 2014). Çalışan performansının yüksek olması müşteri memnuniyetinde artışlara yol açmaktadır. Bireysel performansla örgüt performansı yakından ilişkilidir. Bireysel performansı yüksek olanların iş yerlerine katkıları daha fazla olmaktadır (Şehitoğlu ve Zehir 2010). Örgütsel davranışlar, güven, örgütsel vatandaşlık çalışan performansını olumlu yönde etkilemektedir (Tekin, 2018).

Bu çalışma, günümüz rekabet ortamında sağlık işletmelerin en önemli belirleyicileri olan hemşire ve ebeler ile yapılmıştır. Çalışmada bağımsız değişken alt boyutlarından çalışanlarla ilgili değerler ile bağımlı değişken çalışan performansı arasında pozitif yönlü orta derecede ilişki görülmüştür. Yani çalışanlar ilişki yönelimli davranış sergilediklerinde; empati, bağlılık, iletişim ve güven bu onlarda performans artımı sağlayacaktır. Sağlık kurumlarında çalışanlar birbirlerine, çalışma arkadaşlarına ve yöneticilere hatta hastalara karşılıklı güven duyduklarında daha başarılı olacaklardır. Güven başarının anahtarıdır (Erdal, 2020). Bu onların iletişimine de yansıtacak ve etkili iletişim ve geri bildirim gerçekleşecektir. Empati kurmak çok önemlidir çünkü hemşirelerin ve ebelerin müşterileri hastalardır. Hastalar da zaman zaman ümitsizliğe düşebilmekte endişeli ve huzursuz olabilmektedirler. Merhamet duygusu fazla olan kişiler hastalara daha iyi yaklaşabilmektedir (Demirel vd., 2020). Çalışanlar için kuruma bağlılık çok önemlidir. Kuruma bağlı çalışan kurumun çıkarlarını koruyacak, aidiyet hissi geliştirecek, devir hızı düşecek, işten ayrılmalar azalacaktır. İşlerini severek ve büyük bir özveriyle yapacaklardır. Paylaşılan değerler ile çalışma performansı arasında bir ilişki olmamasının sebebi ise çalışanlar gerekli bilgileri ve deneyimlerini karşılardakilerle paylaşmamaktadır. Her işi ben bilirim, benden başkası yapamaz gibi tavırlar sergilemektedirler.

Hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati oluşması için ilişki yönelimli uygulamalarla çalışan performansını artırmak ve rekabet üstünlüğü sağlamak amacıyla yapılmıştır. Hizmet sunumu ile çalışan performansı yakından ilişkilidir. Çalışan performansı ne kadar yüksek olursa müşteri memnuniyeti de o kadar yüksek olmaktadır. Sağlık kurumlarında çalışan hemşireler hastaların sağlıklarını koruma, hastalananlara gerekli bakımı ve tedaviyi yapmak ve hastanın sağlığına kavuşması için ellerinden geleni yapmak için çaba harcamaktadırlar. Etkin yönetim sistemlerinde yeni yaklaşım, çalışanlara verilen önem olup ve çalışanın verimliliği ön safhada yer almaktadır. (Özipek ve Aktan, 2008; Tunçer, 2013). Bir örgütte insan kaynakları yönetimi işletmenin en önemli işlevlerinden biri haline gelmiştir. Bu nedenle, üstün iş davranışının ve performansının sağlanması için “çalışan motivasyonu” yöneticilerin önemsemesi gereken konu listesinin başında gelmektedir (Javed ve Javed, 2013). Bu yüzden işletmeler performans ve performansın gelişmesine yönelik çalışmalarda bulunmaktadır (Çalışkan vd., 2011). Bu durum, yöneticilerin çalışanı açık bir şekilde anlamasını gerektirmektedir.

Ancak, çoğu yöneticinin ya çok meşgul olduğunu ya da insanı anlamak için zaman ayırmadığını ve dolayısıyla çalışanlarını etkili bir şekilde motive etme, ödüllendirme ve performansını artırma çabaları arayışında başarısız olduklarını göstermektedir (Eshun, 2011). Çalışmanın alt boyutlar bazında sunduğu önermelere literatürde henüz rastlanmamıştır. Bu kapsamda, çalışmanın literatüre teorik katkı sunması beklenmektedir. Ayrıca, araştırma sonuçlarının sektörde yöneticilik yapan kişilere insanı yönetme bilgisi sunması açısından uygulama alanında katkı sağlayacağı öngörülmektedir. Araştırmanın bir sağlık kurumu çalışanlarına uygulanması çalışmanın kısıtlı tarafını oluşturmaktadır. Bu nedenle, ileride yapılacak çalışmalarda, özellikle alt boyutlar bazında kurulan model daha fazla sayıda sağlık kurumuna ya da diğer sektörlerde de uygulanarak kurumlar ve sektörler arası performans kıyaslamaları yapılabilir. Sektörlere göre farklı performans artırıcı araçlar sunulabilir.

KAYNAKÇA

- AKAL, Z. (1992). “İşletmelerde Performans Olgusu ve Denetimi (Çok Yönlü Performans Göstergeleri)”, Ankara, MPM Yayınları.
- ALTINDAĞ, E ve Akgün, B. (2015). Örgütlerde Ödüllendirmenin İş Gören Motivasyonu ve Performansı Üzerinde Etkisi, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 12 (30): 281-297.
- ANDERSON, J. C & Narus, J. A. (1990). A Model Of Distributor Firm And Manufacturing Firm Working Partnership, Journal Of Marketing, 54(1): 42-58.
- ARI, M., Altın Gülova, A. & Köse, S. (2017). Örgütsel Adalet Algısı ile Örgütsel Bağlılık Davranışının İlişkisi: Bir Sağlık Kuruluşunda Araştırma. (2017). DEUHFED, 10(1): 43-51.
- BEDARKAR, M & Pandita, D. (2014) “A Study On The Drivers Of Employee Engagement Impacting Employee Performance”, Procedia-Social and Behavioral Sciences, 133 :106-115.
- BERRY, L. L., Zeithaml, V. A., & Parasuraman, A. (1990). Five Imperatives For Improving Service Quality. Sloan Management Review, 31(4): 29-38.

- BERRY, L.L. (1983). Relationship Marketing, in Berry, L.L., Shostack, G.L. and Upah, G.D. (Eds), *Emerging Perspectives of Services Marketing*, American Marketing Association, Chicago, IL, p: 25-28.
- BLATTBERG, R. C. & Deighton, J. (1991). Interactive Marketing: Exploiting The Age of Addressability, *Sloan Management review*, 31 (4): 29-38.
- BYUNG & KİM, J (2019). Unstable Jobs Cannot Cultivate Good Organizational CitResearch and Public Health, *Int. J. Environ. Res. Public Health* 16, 1102; ,!-14doi:10.3390/ijerph16071102 www.mdpi.com/journal/ijerph.
- CETİŞLİ, N. E., Işık, G., Öztornacı, B. Ö., Ardahan, E., Uran, B. N. Ö., Top, E. D. & Avdal, E. Ü. (2016). Hemşirelik Öğrencilerinin Empati Düzeylerine Göre Kültürlerarası Duyarlılıkları. *İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 1(1):27-33.
- CHALLAGHAN, M., Mc Phail, J & Yau, O. H. M. (1995). Dimensions of a Relationship Marketing Orientation Proceeding of the Seventh Biannual World Marketing Congress, Melbourne, July.
- CHEN, G. M. & Starosta, W. (2000). The Development and Validation of the Intercultural Sensitivity Scale. *Human Communication*, 3(1): 2-14.
- ÇALIŞ DUMAN, M. & Akdemir, B. (2016). B Mobbing ve Çalışan Performansı Arasındaki İlişiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, *Akademik Yaklaşımlar Dergisi, Journal Of Academic Approaches*, 7(2):29-52.
- ÇALIŞKAN, A., Akkoç, İ. & Turunç, Ö. (2011). Örgütsel Performansın Artırılmasında Motivasyonel Davranışların Rolü: Yenilikçilik ve Girişimciliğin Aracılık Rolü, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16 (3): 363-401.
- ÇINAR, Ö. & Yeşil, S. (2016). A Proposal of the Structural Equation Model for Review of the Effect of Organizational Commitment and Organizational Support on Employee Performance. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 2 (1) :286-301.
- DEMİREL, G., Kaya, N. & Doğaner, A. (2020). Ebelik Öğrencilerinin Kültürlerarası Yaklaşımlarının Merhamet ve Empati Düzeylerine Etkisi. *OPUS–Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15(21): 282-300
- ERDAL, N. (2020). Sağlık Çalışanlarında Örgütsel Güven ve Örgütsel Vatandaşlığın İş Tatmini Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi: Bir Üniversite Hastanesi Örneği, *Beykent Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yayınlanmış Doktora Tezi, İstanbul*.
- ERDOĞAN E. (2011). Örgütsel Sessizlik ve Performans İlişkisi, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gebze İleri Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze*.
- ERGÜL, H. F. (2005). Motivasyon ve Motivasyon Teknikleri, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(14): 67-79.
- ERSOY, E. G. & Köşger, F. (2016). Empati: Tanımı ve Önemi, *Osmangazi Tıp Dergisi/Osmangazi Journal of Medicine*, 38 (2): 9-17.
- ESHUN, C. & Duah, F.K. (2011). Rewards as a Motivation Tool for Employee Performance. *School of Management, Unpublished Master's Thesis in Business Administration*.
- EVANS, J. R. & Laskin, R. L. (1994). The Relationship Marketing Process: A Conceptualization And Application. *Industrial Marketing Management*, 23(5): 439-452.

- FIELD, A. (2007). "Discovering Statistics Using SPSS". 3rd Ed. Sage Pub, London.
- FUHMANN, D. (1991), "Interactive Electronic Media" Sales and Marketing Management 143(1): 44-47.
- HERTZ, S., & Alfredsson, M. (2003). Strategic Development of Third Party Providers. Industrial Marketing Management, 32: 139-149.
- IŞIĞIÇOK, E. (2008). "Performans Ölçümü, Yönetimi ve İstatistiksel Analizi" İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri ve İstatistik Dergisi, 7:1-23.
- JAP, S. D., Manolis, C., & Weitz, B. A. (1999). Relationship Quality and Buyer-Seller Interactions in Channels of Distribution. Journal of Business Research, 46: 303-313.
- JAVED, L. & Javed, N. (2013). An Empirical Study on The Factors That Affect Employee Motivation and Their Relationship With Job Performance. International Journal of Management Sciences, 1 (4):114-124.
- KANTEN, S., & Kanten, P. (2019). Örgütsel Ustalıkın Müşteri Odaklı Hizmet Davranışları Üzerindeki Etkisinde Hata Yönetim Kültürünün Aracılık Rolü, Yönetim Bilimleri Dergisi, 7(37):85-109.
- KAISER, H. F. (1974). An Index Of Factorial Simplicity, Psychometrica, 38(1): 31-36.
- KAYALI, B., Balat, Ş., Kurşun, E. & Karaman, S. (2019). Lisansüstü Eğitimde Etkili ve Nitelikli Geri Bildirim, Journal of Instructional Technologies Teacher Education, 8(1), 10-20.
- KILIÇ, S., Cronbach'ın Alfa Güvenirlik Katsayısı, Journal of Mood Disorders 6 (1): 47-48, 2016-www.jmood.org.
- KIESSLING, T. K., Lars Isaksson, L. & Yasar, B. (2016). Market Orientation and CSR: Performance Implications, J Bus Ethics, 137:269-284.
- KIRKMAN, B. L. & B. Rosen, (1999), Beyond Self-Management: Antecedents and Consequences of Team Empowerment, Academy of Management Journal, 42 (1): 58-74.
- KOHLI, A. K. & Jaworski, B. J. (1990). Market Orientation: The Construct, Research Propositions, and Managerial Implications. Journal of Marketing, 54(2): 1-18.
- KOLAYLI, G. ve Lorcu, F. (2017). Performansa Dayalı Ücret Sistemi ve Hekimlerin Motivasyon Algıları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi. 3(3):340-353.
- KORKUT, F. (1996). İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeğinin Geliştirilmesi: Güvenirlik ve Geçerlik Çalışmaları Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi, 2(7): 18-23.
- KÖROĞLU, Ö. & Avcıkurt, C. (2014). Turist Rehberlerinin Motivasyonu ile Performansı Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 39: 45-59.
- LIAO, S.-H., Chang, W.-J., Wu, C.-C., & Katrichis, J. M. (2010). A Survey of Market Orientation Research (1995–2008). Industrial Marketing Management.
- LONG. H. C. & Quan, D. H. M. (2019). Corporate Social Responsibility And Firm Performance: The Moderation Mechanism of Relationship Marketing Orientation. Central Asian Review of Economics & Policy, 1(2):27-40.
- MARANGOZ, M. & İnak Özberk, T. M. (2020). Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Sağlamada Kaynak Avantajı Teorisi ve Pazar Yönlülük Yaklaşımı, Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 27, (1):69-89.

- MORGAN, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment –Trust Theory Of Relationship Marketing. *Journal Of Marketing*, 58:20-35.
- NARVER, J., Slater, S., & MacLachlan, D. (2004). Responsive and Proactive Market Orientation and New-Product Success. *Journal of Product Innovation Management*, 21(5): 334-347.
- OKUR, B., Aslan, M. Ç., Solmaz, Ü. (2019). Yiyecek İçecek Hizmetleri Bölümünde Çalışan İşgörenlerin Örgütsel Güven ve Örgütsel Stres İlişkisi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(1): 561-573.
- ÖZDAMAR, K. (2004). “Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi (Çok Değişkenli Analizler)”. Kaan Kitabevi, Eskişehir.
- ÖZİPEK, N. M. & Aktan, E. (2008). Konya Emniyet Müdürlüğü Örneği’nde İş Gören Motivasyonu ve Liderlik İlişkisi, *Selçuk İletişim Dergisi*, 5 (2): 68-79.
- ÖZER, M. & Bakır, B. (2003). Sağlık Personelinin Motivasyonu İlgili Etmenlerin Belirlenmesi, *Gülhane Tıp Dergisi*, 45(2):117-118.
- ÖZTÜRK, N & Şahin, S. (2017). Eğitim Örgütlerinde Örgüt Kültürü ve Öğretmen Liderliği: Lider Üye Etkileşiminin Arcılık Rolü, *Elementary Education Online*, 16(4):1451-1468.
- PINAR, B. (2012). “İş Tasarımı Tekniklerinin Çalışan Performansı Üzerine Etkisi”, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, Beykent Üniversitesi.
- POLAT, F. N. ve Erdem, R. (2017). Merhamet yorgunluğu düzeyinin çalışma yaşam kalitesi ile ilişkisi: Sağlık profesyonelleri örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(1): 291-312.
- PUGH, D. (1991). “Organizational Behaviour”, UK, Prentice Hall Interneational Ltd.
- SARI, Ö., & Göktaş Kulualp, H. (2019). Tüketici Davranışına Göre Müşteri Sadakat Programı Algısının İlişkisel Pazarlama Kapsamında İncelenmesi, *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, 5: 48-69.
- SIN, L. Y. M., Tse, A. C. B, Yau, O. H. M., Chow, R. P. M., Lee, J. S. Y., & Lau, L. B. Y. (2002). The Effect Of Relationship Marketing On Business Performance İn A Service-Oriented Economy. *Journal Of Services Marketing*, 16(7): 656-676.
- SLATER, S. F., & Narver, J. C. (2000). Intelligence Generation and Superior Customer Value. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(1): 120-127.
- ŞAHİN, A & Aytekin, M. (2019). Pazar Odaklılığın İşletme Performansına Etkisi: Türkiye’de Faaliyet Gösteren Katılım Bankaları Üzerine Bir Araştırma, *UIİİD-IJEAS*, (22):17-38.
- ŞAHİN, B. (2018). Pazar Odaklılık Bileşenlerinin Firma Performansına Etkileri: Ankara’da Faaliyet Gösteren Startuplar Üzerine Bir Uygulama, *Business & Management Studiesi*, 6 (2) :675-693.
- ŞEHİTOĞLU, Y. & Zehir, C. (2010). The Analysis of Employee Performance in the Context of Employee Silence and Organizational Citizenship Behaviour in Turkish Public Institutions. *Todaie’s Review of Public Administration*, 4 (4): (95-120).
- ŞEHİTOĞLU, Y. & Zehir, C. (2010). “Türk Kamu Kuruluşlarında Çalışan Performansının, Çalışan Sessizliği ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Bağlamında İncelenmesi”, *Amme İdaresi Dergisi*, 43(4): 87-110.
- TEKİN, E. (2018). Lider-Üye Etkileşiminin Çalışan Performansı Üzerindeki Etkisinde Örgütsel Vatandaşlık Davranışının Aracı Rolü, *Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(16): 343-363.

- TERZIEV, V. (2019) Social Activity And Human Resources As Social Development Factors, IJASOS- International E-Journal of Advances in Social Sciences.
- TİMURÖĞLU, M. K. & Alioğulları, E. (2019). Örgütsel Güvenin Örgütsel Sessizlik Üzerindeki Etkisi: Erzurum İli Araştırma Görevlileri Üzerine Bir Araştırma, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 33 (1):243-264.
- TOPUZ EKER, D. (2013). Sürdürülebilir Rekabet Avantajı ve Pazar Odaklılık Firma Performansı İlişkisinde İçsel Pazarlamanın Rolü, Marmara Üniversitesi Kütüphanesi.
- TUNÇER, P. (2013). Örgütlerde Performans Değerlendirme ve Motivasyon, Sayıştay Dergisi, 88: 87-108.
- TUTAR, H. (2016). Örgütsel davranış (Örgüt Teorileri ve Çağdaş Yaklaşımlar Açından). 1.Baskı. Detay Yayıncılık, Ankara.
- UYARGİL, C, (2013), Performans Değerlendirme, İstanbul Üniversitesi İşletme Fak. Öğretim Üyeleri, İnsan Kaynakları Yönetimi, Beta Yayıncılık, İstanbul, 212-226.
- VOSLOBAN, R. L. (2012) The Influence of the Employee's Performance On The Company's Growth-A Managerial Perspective, Procedia Economics and Finance, 3:660-665.
- WANG, G. & Netemeyer, R. G. (2002). The Effects of Job Autonomy, Customer Demandingness and Trait Competitiveness on Salesperson Learning, Self-Efficacy and Performance, Journal of the Academy of Marketing Science, 30 (3): 217-228.
- WILSON, D. (1995). An integrated Model of Buyer-Seller Relationships. Journal of the Academy of Marketing Science, 23(4): 335-345.
- YAU, O., Lee, J., Sin, L. & Tse, A. (2000). Personal Bonding processes in International Marketing Relationship Journal of Business Research 46:315-325.
- YÜKSELEN, C. (2017). Pazarlama İlkeler–Yönetim Örnek Olaylar, Detay Yayıncılık. 14. Baskı, Ankara.
- ZEHİR, C., Erdal, N., Sivashoğlu, F., Demir, B. (2019). Mediating Role Of Relationship Orientation On Ethical Leadership And Employee Performance Relation, The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences, Joint Conference: 14th ISMC and 8th ICLTIBM-2018.