

Araştırma Makalesi

Doi:

Bireysel Satış Performansının İş Tatmini Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi: Emlak Danışmanları Üzerine Bir Araştırma

Mustafa Koçak¹, Özgür Çengel²

Başvuru Tarihi:

Kabul Tarihi:

Yayın Tarihi:

ÖZET

Artan nüfus, şehirleşme ve sanayileşme oranları göz önüne alındığında gayrimenkul ticareti hız kazanmış ve oldukça karmaşık ve teknik bilgi gerektiren emlak danışmanlığının önemi artmıştır. Literatür bilgisi ışığında emlak danışmanlarının bireysel satış performanslarının iş tatminini olumlu yönde etkileyeceği öngörülmüştür. Anket yöntemi olarak tasarlanan çalışma için pilot çalışma ile ölçeklerin geçerliliği ve güvenilirliği incelenerek İstanbul'da faaliyet gösteren 406 emlak danışmanı üzerinde 2019 yılında yürütülmüştür. Elde edilen verilerin istatistiksel analizi için SPSS 22.0 paket programı kullanılarak güvenilirlik, geçerlilik, korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır. Analizler sonucunda, bireysel satış performansının iş performansını olumlu yönde etkilediği saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Satış Performansı, İş Tatmini, Emlak Danışmanı

THE EFFECT OF INDIVIDUAL SALES PERFORMANCE ON JOB SATISFACTION: A RESEARCH ON REAL ESTATE CONSULTANTS

ABSTRACT

Considering the increasing population, urbanization, and industrialization rates, real estate trade has gained momentum and the importance of real estate consultancy which requires highly complex and technical knowledge has increased. In light of the literature, it has been predicted that individual sale performance of real estate consultants would affect job satisfaction positively. The validity and reliability of the scales were examined with a pilot study for the designed study as a survey method and it was carried out on 406 real estate consultants operating in Istanbul in 2019. Reliability, validity, correlation, and regression analysis were performed using the SPSS 22.0 package program for statistical analysis of the obtained data. As a result of the analysis, it was determined that individual sales performance affects job performance positively.

Keywords: Sale Performance, Job Satisfaction, Real Estate Consultant

¹ İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Doktora Bölümü, inm.mustafakocak@gmail.com, Orcid Id: 0000-0002-7651-269X

² Prof. Dr. Öğretim Üyesi, Galata Üniversitesi, Rektörlük, ozgur.cengel@galata.edu.tr, Orcid Id: 0000-0001-9112-5076

1. Giriş/Amaç:

İnsanlar doğaları gereği kompleks yapılardır. İnsanların yaşamlarının büyük bölümünü kapsayan sosyal ve iş hayatlarında kişilerin fiziksel ve ruhsal yapılarına göre kategorize edilmesi işletmelerin temel konularından birisi haline gelmiştir. Kişiye uygun iş veya işe uygun kişilerin seçiminde doğru tercihler ile verimliliğin artırılabilmesi aşırıdır. Bu bağlamda iş performansı ve iş tatmini araştırmaları bu konuyu aydınlatmak için atılan önemli adımlardan birisidir.

Ülkemizde 1950'lerden bu yana şehirleşme ve sanayileşme oranları yükselmekte olduğundan kırsaldan kentlere göç artmıştır. Devlet teşvikleri, kentsel dönüşüm projeleri, taşınmaz kredileri ile kentsel bölgelerde gayrimenkul ticareti hız kazanmıştır. Artan nüfus ile birlikte en önemli ihtiyaç haline gelen gayrimenkul sektörü günümüzün gözde sektörlerinden biri olmuştur. Artan gayrimenkul danışmanlık şirketlerinde iletişimi güçlü, bilgili ve nitelikli çalışanlara ihtiyaç artmıştır. Emlak danışmanlığı oldukça karmaşık, yasal ve teknik bilgi gerektiren zorlu bir meslektir.

Bireysel satış performansı, doğru bir hareket planı ve doğru hedeflerle amaca ulaşma çerçevesinde işte yapılan tüm davranışları içerir. Kurumlardaki çalışanların yeniliğe açıklığı, bağlılığı ve yaratıcılığının derecesi iş performansını doğrudan etkiler. İş performansı kurumun amaçları doğrultusunda bireylerin gözlemlenebilir davranışlarından oluşur (Campbell, 1990) ve kurumsal başarıya sebep olan takım faaliyetlerini ifade eder (Colli, 2013).

İş tatmini veya doyumunu, çalışan kişinin iş değerleri ve işlerinden kazandıkları ile oluşan duygusal bir cevaptır. Milburne ve Francis'e (1981) göre iş tatmini iki unsurdan oluşur: 1: İş çevresinden kişinin elde etmeyi umdukları, 2: Gerçekte elde edilen kazanç. İş tatmini, 100 yılı aşkın süredir literatürde yer alan bir kavramdır. Frederick Taylor, iş tatmini hakkında gelecekteki araştırmalara ilham veren iş ölçümüyle ilgili bir hareketin başlangıcını yapmıştır (Castaneda, 2014, s.130-138). İş tatmini, Endüstri ve örgüt psikolojisi ve örgütsel davranış araştırmalarında en sık araştırılan yapılardan biridir (akt. **Templer**, 2011; Judge, Parker, Colbert, Heller, Iles, 2001a). İş tatmininin yöneticiler ve araştırmacılar için önemi, "iş tatmininin organizasyonlarda çok çeşitli davranışları etkileme ve çalışanların refah düzeylerine katkıda bulunma potansiyeline sahip olmasından kaynaklanmaktadır" (George ve Jones, 2008; s. 84, Ghazzawi, 2008). Locke (1983, s. 1300) iş tatminini "kişinin işinin veya iş deneyimlerinin değerlendirilmesinden kaynaklanan zevkli veya olumlu bir duygusal durum" olarak tanımlamıştır. İş tatmininin belki de en önemli belirleyicilerinden biri iş durumunun kendisidir. Bir kişinin gerçekleştirdiği görevlerin ne kadar ilginç, zorlayıcı veya sıkıcı olduğu, fiziksel çalışma ortamı, iş arkadaşları ve müşterilerle etkileşim kalitesi ve bir kuruluşun çalışanlarına adil ücret ve sosyal haklar, iş güvenliği ve adil politikalar dahil olmak üzere davranış biçimi gibi faktörlere bağlıdır (Brief, 1998; George and Jones, 2008; Ghazzawi, 2008). Çalışma ortamının kalitesine ek olarak, katılımcı olma, ilerleme fırsatları, görevleri yerine getirmek için yeterli kaynak sağlama ve eğitim ve geliştirme gibi yönetim uygulamalarının hepsinin iş tatmini veya memnuniyetsizliği üzerinde potansiyel etkiye sahip olduğunu belirtmek önemlidir (Ghazzawi, 2008). Sosyal etki, iş tatmininin son belirleyicisidir. "Bireylerin veya grupların bir kişinin tutumları ve davranışları üzerindeki etkisi" dir (George & Jones, 2008, s. 87). Çalışan iş arkadaşları, bir çalışanın ait olduğu grup(lar) ve bir bireyin içinde büyüdüğü kültür, iş tatmini ve tutumları etkileme potansiyeline sahiptir (George ve Jones, 2008; Ghazzawi, 2008).

Satış performansı ile iş performansı arasındaki ilişki değişkendir. Satış performansı ve iş tatmini arasındaki ilişkinin netleştirilmesi için yapılan çalışmalar ile herhangi bir sonuca ulaşamadığını vurgulayan araştırmacıların (Shaikh ve ark., 2012; Muindi ve K'Obonyo, 2015) yanı sıra iş performansı ile iş tatmini arasında pozitif yönde korelasyon olduğunu belirten araştırmacılar da mevcuttur (Bakotić, 2016). Bazı çalışmalar negatif yönde bir ilişkinin varlığını ortaya koyarken (Guenzi, Georges ve Pardo, 2009), bir çalışmada önemli bir ilişki olmadığı (Boles ve diğerleri, 2001) vurgulanmıştır.

Yerel ve uluslararası yazında emlak danışmanlarının satış performansı ve iş tatmini konuları üzerinde çok az durulduğu gözlenmiştir. Artan kurumsal emlak şirketleri ve profesyonel danışmanlık hizmeti alma ihtiyacı dikkate alındığında çalışma bu yönüyle önem arz etmektedir. Bu çalışmadaki amacımız emlak danışmanlarının bireysel satış performanslarının iş tatminleri üzerine etkilerini araştırmaktır.

2. Yöntem

2.1. Örneklem

Araştırmanın örneklemini, İstanbul'da emlak sektöründe faaliyet gösteren toplam 406 emlak danışmanından oluşmaktadır.

2.2. Veri Toplama Aracı

Araştırmada demografik verilerin ölçümü dışında iki ölçek kullanılmıştır. Bireysel satış performansını değerlendirmek için Bireysel Satış Performansı ölçeği, iş tatminini ölçmek için Minnesota İş Tatmini ölçeği kullanılmıştır.

Bireysel satış performansını değerlendirmek için Akdoğan'ın (2003) 18 sorudan oluşan ve güvenilirlik analizinde alfa değeri 0,9226 olarak saptanan anketi kullanılmış ve çalışmamız için emlak danışmanlarının yöneticileri tarafından yanıtlanmıştır.

İş tatminini ölçmek için Weiss ve arkadaşları (1967) tarafından geliştirilen Minnesota İş Tatmini Ölçeğinin Türkçesi (Doğar, 2013) kullanılmıştır. Bireysel iş tatminini veya tatminsizliğini ölçmek için 20 farklı iş boyutunu inceleyen bu ölçekte sorgulanan alt boyutlar: iş arkadaşları ile olan ilişkiler, ücret, başarıma, ilerleme, yönetim ilişkileri, firma politikaları, tanınma, sorumluluk, güvenlik, statü, yeteneklerden faydalanma, yapılan faaliyetler, otorite, bağımsızlık, yaratıcılık, sosyal hizmetler, değişiklik, çalışma koşulları, ahlaki değerler, teknik yardımdır.

2.3. Verilerin İstatistiksel Değerlendirmesi

Çalışmada elde edilen verilerin istatistiksel analizleri için SPSS 22.0 paket programı kullanıldı. Katılımcılara ilişkin sosyodemografik özellikler betimsel olarak incelenmiştir. Katılımcıların anketteki ölçek sorularına verdikleri cevaplara ilişkin geçerlilik ve güvenilirlik analizi yapıldı. Analiz sonuçlarına göre bazı sorular çalışmadan çıkarılmıştır. 406 kişilik örneklem çapı için ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirliği sağlanmıştır. Ölçeklerin geçerliliği için faktör analizi değerlendirilmesinde Bartlett küresellik ve Kaiser Mayer Olkin (KMO) testleri kullanılmıştır. Ölçeklerin geçerliliği ve güvenilirliği sağlandıktan sonra regresyon analizi ile belirlenen modelimizin hipotezleri test edilmiştir. Sonuçlar %95, %99 güven aralığında, $p < 0,05$ ve $p < 0,01$ anlamlılık düzeyinde değerlendirilmiştir. Araştırma başlamadan önce 151 kişi katılımcı üzerinden pilot çalışma yapılarak ölçeklerin geçerliliği ve güvenilirliği incelenmiştir. Böylece, çalışma kitlesi için geçerliliği ve güvenilirliğe uyum sağlamayan değişkenler çalışmadan çıkarılarak araştırma modeli kurulmuş ve bu doğrultuda hipotezler test edilmiştir.

2.4. Hipotezler

İlgili yazın araştırması sonucunda, birbiri ile çelişkili sonuçlar bulunduğu görülmesi üzerine çalışmanın amacına yönelik oluşturulan hipotezler şunlardır:

H0: Satış Performansının İş Tatminine anlamlı herhangi bir etkisi yoktur.

H1: Satış Performansının İş Tatminine anlamlı bir etkisi vardır.

H2: Satış Performansının İş Tatminini olumsuz yönde etkiler.

3. Bulgular

3.1. Güvenirlik Analizi

Bireysel Satış Performansı Ölçeği güvenilirlik analizi sonuçlarına göre, tüm ölçeğin iç tutarlılık katsayısı Cronbach's Alfa değeri 0,945 olarak saptanmıştır. Bu değer ölçeğin oldukça güvenilir olduğunu işaret etmektedir.

Minnesota İş Tatmini Ölçeği güvenilirlik analizi sonuçlarına göre, tüm ölçeğin iç tutarlılık katsayısı Cronbach's Alfa değeri 0,922 olarak elde edilmiş ve bu değer yüksek derecede güvenilir olduğu söylenebilir. Tablo 1'de her üç ölçeğin güvenilirlik analiz sonuçları özetlenmiştir.

Tablo 1. Ölçeklerin Güvenirlik Analiz Sonuçları.

	Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
Bireysel Satış Performansı Ölçeği	0,945	17
Minnesota İş Tatmini Ölçeği	0,922	18

3.2. Geçerlilik Analizi

Araştırmada kullanılan ölçeklerde KMO Örneklem Yeterliliği Ölçüsü ve Bartlett küresellik testine göre faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Faktör analizinde tahmin olarak "Principal Component Analysis" kullanılmıştır. Faktörler arasında korelasyonun olmamasından dolayı "Varimax" döndürme yöntemi kullanılarak uygulama yapılmıştır.

Bireysel Satış Performansı Ölçeği 18 farklı ifadeden oluşmaktadır. İfadelere ilişkin tek boyut üzerinden faktör analizi yapılmıştır ve faktör ağırlığı 0,30'un altında olan bir madde ölçekten çıkartılmıştır. Yapılan analizler sonucunda KMO değeri 0,945 olarak bulunmuş ve Bartlett Küresellik Testi sonucuna göre $\chi^2=4891,848$ ($p < 0,000$) olarak elde edilmiştir. Tek faktörün toplam varyansı açıklama oranı %54,83 oranında elde edilerek analizde belirlenen tek faktörün ölçeğe ilişkin varyansın önemli bir kısmını açıkladığı görülmektedir. Ayrıca öz değerlerin 1'den büyük olması ölçeklerin tek alt boyut ile incelenmesinin mümkün olduğunu göstermektedir. Böylece Satış Performansı Ölçeğinin geçerliliği çalışma kitlesi için sağlanmıştır (Tablo 2).

Minnesota İş Tatmini Ölçeği 20 farklı ifadeden oluşmaktadır. İfadelere ilişkin tek boyut üzerinden faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi sonucunda faktör ağırlığı 0,30'un altında olan 2 madde araştırmadan çıkartılmıştır ve geriye kalan 18 maddelik iş tatmini ölçeği incelenmiştir. Yapılan analizler sonucunda KMO değeri 0,931 olarak bulunmuş ve Bartlett Küresellik Testi sonucuna göre $\chi^2=3812,647$ ($p < 0,000$) olarak elde edilmiştir. Bu değerlere göre değişkenlerin faktör analizine uygun olduğu belirlenmiştir. Tek

faktörün toplam varyansı açıklama oranı %45,58 oranında elde edilerek, analizde belirlenen tek faktörün ölçeğe ilişkin varyansın önemli bir kısmını açıkladığını göstermektedir. Ayrıca öz değerın 1'den büyük olması ölçeklerin tek alt boyut ile incelenmesinin mümkün olduğunu göstermektedir. Böylece İş Tatmini Ölçeğinin de geçerliliği çalışma kitlesi için sağlanmıştır (Tablo 2).

Tablo 2. Beş Faktörlü Kişilik, Bireysel Satış Performansı, Minnesota İş Tatmini Ölçeklerine İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

	Varyans Açıklama Oranı	%54,83
	Kaiser-Meyer-Olkin Ölçek Geçerliliği	0,945
Bireysel Satış Performansı Ölçeği	Bartlett Küresellik Testi Ki-kare	4891,848
	SS	136
	p değeri	0,000
	Varyans Açıklama Oranı	%45,58
	Kaiser-Meyer-Olkin Ölçek Geçerliliği	0,931
Minnesota İş Tatmini Ölçeği	Bartlett Küresellik Testi Ki-kare	3812,647
	SS	153
	p değeri	0,000

*SS: Standart sapma

3.3. Sosyo-demografik Veriler

Çalışmaya katılan 406 deneğin %55,2'si erkek ve %60,3'ü evliydi. Yaş aralıklarına göre %10,1'i 21-30 yaş arası, %33,3'ü 31-40 yaş arası, %35,7'si 41-50 yaş arası, %20,9'u 51 yaş ve üzeri olarak saptandı. Çalışanların %1,5'i ilköğretim, %26,1'i lise, %14,3'ü ön lisans, %48'i lisans, %0,25'i doktora eğitim derecesine sahipti. Katılımcıların %37,9'u 1 yıl, %38,2'si 2-5 yıl, %17,2'si 6-10 yıl, %6,7'si 10 yıldan uzun süre kurumda çalışmaktayken %24,4'ü 1 yıl, %37,4'ü 2-5 yıl, %25,4'ü 6-10 yıl, %12,8'i 10 yıldan uzun süredir sektör deneyimine sahipti. Katılımcıların sosyo-demografik verileri Tablo 3'te özetlenmiştir.

Tablo 3. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans Analizi Sonuçları.

		Sayı	Yüzde (%)
Cinsiyet	Erkek	224	55,2
	Kadın	182	44,8
Yaş (yıl)	21-30	41	10,1
	31-40	135	33,3
	41-50	145	35,7
	51 ve üzeri	85	20,9
Medeni Durum	Bekar	161	39,7
	Evli	245	60,3
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	6	1,5
	Lise	106	26,1
	Ön Lisans	58	14,3
	Lisans	195	48,0
	Yüksek Lisans	40	9,9
	Doktora	1	0,25
Kurumdaki Çalışma Süresi (yıl)	0-1	154	37,9
	2-5	155	38,2

	6-10	70	17,2
	11 ve üzeri	27	6,7
Emlak Sektöründeki Toplam Deneyim (yıl)	0-1	99	24,4
	2-5	152	37,4
	6-10	103	25,4
	11 ve üzeri	52	12,8

3.4. Korelasyon Analizi

Tablo 4 incelendiğinde, bireysel satış performansı ile iş tatmini arasında istatistiksel olarak anlamlı ($p < 0,01$) ve iki değişken arasında pozitif yönlü çok az şiddetli bir ilişki saptanmıştır ($r=0,134$).

Tablo 4. Değişkenlere İlişkin Korelasyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	\bar{X}	Standart Sapma	Satış Performansı	İş Tatmini
Satış Performansı	4,27	0,69	1,000	0,134*
İş Tatmini	4,21	0,47		1,000

\bar{X} : Ortalama, * $p < 0,01$.

3.5. Regresyon Analizi

Tablo 5 incelendiğinde iş tatminine etki eden değişkene ilişkin oluşturulan modelin anlamlı olduğu belirlenmiştir ($F(6,399)=26,498$, $p < 0,01$).

Tablo 5. İş Tatminini Tahmin Eden Değişkenlere İlişkin Regresyon ANOVA Sonuçları

Araştırma Modeli	Kareler Toplamı	SS	Kareler Ortalaması	F	p
Regresyon	25,083	6	4,180		
Artık	62,949	399	0,158	26,498	0,00**
Toplam	88,032	405			

** $p < 0,01$; * $p < 0,05$, SS: Standart sapma.

Tablo 6'daki hipoteze ilişkin t testi değerleri incelendiğinde, Bireysel Satış Performansının İş Tatmini üzerindeki etkisinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir ($p < 0,01$; $p < 0,05$). Bu etkiler incelendiğinde, Satış Performansı üzerinde 1 birimlik artış İş Tatmininde 1,050 birimlik bir artışa neden olmaktadır. Ayrıca $R^2=0,285$ olduğu için, Satış Performansı İş Tatminini %28,5 oranında açıkladığı söylenebilir. VIF ve Tolerance değerlerinin 5'ten küçük olması, bağımsız değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı probleminin olmadığı ve Durbin-Watson istatistik değerinin 1,831 olması ve bu değer ikiye yakın olmasından dolayı gözlemler arasında otokorelasyonun olmadığı %95 güvenle söylenebilir. Bu durumda hipotezlerden H_0 ve H_2 önermeleri reddedilirken; H_1 önermesinin kabul edildiği söylenebilir (Tablo 7).

Tablo 6. İş Tatminini Tahmin Eden Değişkenlere Yönelik Regresyon T-Testi Sonuçları

Araştırma Modeli	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış İş Katsayılar			Eş Doğrusallık İstatistikleri		R2	Durbin Watson
	B	Std. Error	Beta	t	p	Tolerance	VIF		
İş tatmini									
(Constant)	1,174	0,273		4,307	0,00**			0,285	1,831
Satış Performansı	0,057	0,029	0,084	1,964	0,05*	0,988	1,012		

Tablo 7. Çalışma Sonucunda Elde Edilen Veriler ile Hipotezlerin Değerlendirilmesi

Hipotezler	Araştırma Bulguları	Değerlendirme
H1 Satış performansının iş tatminine anlamlı bir etkisi vardır.	İş performansı yüksek saptanan kişilerde iş tatmini olumlu yönde etkilenmiştir.	Kabul

4. Tartışma

Emlak danışmanlarının bireysel satış performanslarının iş tatminleri üzerine etkilerinin araştırıldığı çalışmamızda bireysel satış performansının iş tatminine olumlu yönde etki ettiği saptanmıştır.

ABD Çalışma İstatistikleri Bürosu'na (2016) göre, tam zamanlı çalışanlar hafta içi ortalama 8,2 saat çalışıyor ve çalışanların yaklaşık %35'i hafta sonları ve tatillerde çalışıyor. İşlerimizin hayatımızda öncelikli olduğu açıktır. Bu hakimiyet göz önüne alındığında, işte geçirilen zamandan tatmin olmanın doğal bir değeri vardır ve çoğu kişi iş tatmini kendi başına değerli bir arayış olarak görür (Baker ve ark. 2016, Judge ve Kammeyer-Mueller, 2011, Oishi, 2013). İş tatmini, kendisi de bireysel iyi oluş altında toplanan yaşam doyumu yapısının alt alanlarından biridir. Bilişsel ve duygusal bileşenlere sahiptir (Ryan ve Deci, 2001). Sonuç olarak iş tatmini, ücret, iş arkadaşları veya işverenler gibi kişilerin işlerinde refah kalitesinin bilişsel değerlendirmesini vurgular.

Bir kişinin yaşadığı iş tatmini seviyesini etkileyen dört temel faktör vardır. Bu faktörler kişilik (eğilimsel & genetik), değerler (dışsal & içsel), çalışma durumu ve sosyal etkidir (George ve Jones, 2005; Ghazzawi, 2008). Tarihsel süreç incelendiğinde, iş tatminine etkileyen birçok faktör olduğu savunularak çalışmalar yürütülmüş ancak net sonuca varılamamıştır (Baker C, 2016). Staw ve Cohen-Charash'ın (2005) iş tatminini etkileyen faktörlerin tarihsel metaanalizinde en sık ele alınan faktörlerin ruhsal ve kişiliğe dayalı yaklaşımlar olduğu saptanmıştır.

Birçoğu için iş tatmini, iş performansı ile da olumlu bir şekilde ilişkilidir. İşlerinden daha memnun olan çalışanlar, daha az memnun olanlara göre daha iyi performans gösterme eğilimindedir (George ve Jones, 2008, Ghazzawi, 2008). İş performansı ve iş tatmini ile ilgili en güncel metaanaliz çalışması Judge ve arkadaşları (2001) tarafından yapılmış ve yedi farklı modelde incelenmiştir. Bu inceleme sonucunda performans ve iş tatmini arasındaki net bir ilişki olmadığı belirtilmiştir. Çalışmamızda da literatür bulgularına benzer şekilde bireysel satış performansının iş tatminini olumlu yönde etkilediği saptanmıştır.

Son olarak, çalışmamızın bazı kısıtlılıkları bulunmaktadır. Öncelikle, araştırmamıza gönüllü olarak kurumsal emlak sektöründe faaliyet gösteren sınırlı sayıda (n= 406) emlak danışmanı katıldığından elde edilen bulgular ile genellemeye varılamaz. Oluşturulan hipotezler için modellenen ölçeklerin daha geniş coğrafyada ve daha geniş örneklem grubunda araştırılması ile daha sağlıklı sonuçlar elde edilebilir. Birçok faktörün etkili olduğu iş performansı ve iş tatmini gibi konuların ve bu değişkenler arasındaki ilişkilere aracılık eden etmenlerin daha geniş çaplı araştırılması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Baker, C. A., Bosco, F. A., Uggerslev, K. L., Steel, P. G. (2016). metaBUS: An open search engine of I-O research findings. *E-Journal of The Industrial Organizational Psychologist*, 54(1), 541. Retrieved from <https://www.sio.org/Research-Publications/TIP/TIP-Back-Issues/2016/July/ArtMID/20282/ArticleID/863/metaBUS-An-Open-Search-Engine-of-I-O-Research-Findings>
- Bakotić, D. (2016). The relationship between job satisfaction and organizational performance. *Economic Research*, 29(1), 118-130. <http://dx.doi.org/10.1080/1331677X.2016.1163946>
- Boles, J. S., Babin, C. B., Brashear, T. G., Brooks, C. (2001). An Examination of the Relationships Between Retail Work Environments, Salesperson Selling Orientation-Customer Orientation and Job Performance. *Journal Of Marketing Theory And Practice*, Summer, Vol.9, No.1, ss.1-13
- Brief, A. P. (1998). Attitudes in and around organizations. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Campbell, J. P., McHenry, J. J., Wise, L. L. (1990). Modeling job performance in a population of jobs. *Personnel Psychology*, 43, 313-333.
- Castaneda, G. A., & Scanlan, J. M. (2014, April). Job satisfaction in nursing: A concept analysis. In *Nursing forum* (Vol. 49, No. 2, pp. 130-138).
- Colli, L. A. (2013). *The performance management system of the department of economic development and tourism in the western cape* (Unpublished magister technologiae thesis. Cape Peninsula University of Technology, Cape Town).
- Doğar, N. (2013). *Kişilik, örgütsel bağlılık ve iş tatmini arasındaki ilişkilerin incelenmesi: İstanbul'da faaliyet gösteren ili ticari bankada bir araştırma* (Doktora tezi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Adana).
- George, J. M., Jones, G. R. (2008). *Understanding and managing Organizational Behavior (Fifth Edition)*. Upper Saddle River: New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Ghazzawi, I. A. (2008). Job satisfaction among information technology professionals in the U.S.: An empirical study. *The Journal of American Academy of Business, Cambridge*. Vol. 13, No. 1, pp. 1-15.
- Judge, T. A. and Kammeyer-Mueller, J. D. (2011). Happiness as a societal value. *The Academy of Management Perspectives*, 25(1): 30-41.
- Judge, T. A., Parker, S., Colber, A. E., Heller, D., Ilies, R. (2001a). Job satisfaction: A cross-cultural review. in N. Anderson, D. S. Ones, H. K. Singangil and C. Viswesvaran, *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*, London, Sage Publications.
- Locke, E. A. (1983). The nature and causes of job satisfaction. in M Dunette, (ed). *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*. New York, John Wiley and Sons.
- Milburne, G., Francis G. J. (1981). All About Job Satisfaction. *Supervisory Management*, 26, 4, pp:35-43.
- Oishi, S., Graham, J., Kesebir, S., Galinha, I. C. (2013). Concepts of happiness across time and cultures. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 39(5): 559-577.
- Guenzi, P., Georges, L., Pardo, C. (2009). The impact of strategic account managers' behaviors on relational outcomes: An empirical study. *Industrial Marketing Management*, volume 38, Issue 3.
- Ryan RM and Deci EL (2001). On happiness and human potentials: A review of research on hedonic and eudaimonic well-being. *Annual Review of Psychology* 52(1): 141-166.

- Shaikh, A.M., Bhutto, A.N. & Maitlo, Q. (2012). Facets of job satisfaction with performance. *International Journal of Business and Social Science*, 3(7), 322-326.
- Staw, B. M., Cohen-Charash, Y. (2005). The dispositional approach to job satisfaction: More than a mirage, but not yet an oasis. *Journal of Organizational Behavior*, 26(1): 59–78.
- Weiss, D. J., Dawis, R. V., England, G. W., Lofquist, L. H. (1967). *Manual for the Minnesota Satisfaction Questionnaire*. Minneapolis: University of Minnesota.