

# Hizmet Yönelimliliğin Yaşam Tatminine Etkisinde Girişimciliğin Aracılık Rolü: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma

## *The Mediating Role of Entrepreneurship in the Effect of Service Orientation on Life Satisfaction: A Study on University Students*

Hüseyin Boz<sup>1\*</sup>, Hale Alan<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Akdeniz Üniversitesi Manavgat Meslek Yüksekokulu, Antalya, Türkiye. <sup>2</sup>Akdeniz Üniversitesi Manavgat Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, Antalya, Türkiye.

**Orcid:** H. Boz (0000-0003-1191-4097), H. Alan (0000-0002-2444-1551)

**Özet:** Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin hizmet yönelimliliğinin yaşam tatminlerine etkisi ve bu etkide girişimciliğin aracılık rolünün ortaya çıkartılması amaçlanmıştır. Araştırma verileri, Akdeniz Üniversitesi'ne bağlı Manavgat Meslek Yüksekokulu'nda farklı programlarda eğitim gören 713 öğrenciden anket tekniği ile elde edilmiştir. Araştırmada hipotezlerin test edilmesi için yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır. Araştırmanın sonuçları, üniversite öğrencilerinin hizmet yönelimliliklerinin yaşam tatminleri üzerinde doğrudan etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Diğer yandan, üniversite öğrencilerinin hizmet yönelimlerinin, girişimcilikleri üzerinde etkili olduğu girişimciliklerinin de yaşam tatminini etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca, girişimciliğin hizmet yönelimlilik ile yaşam tatmini arasında kısmi aracılık rolü olduğu da araştırmanın en önemli sonuçları arasındadır.

**Anahtar kelimeler:** Hizmet Yönelimlilik, Girişimcilik, Yaşam Tatmini, Yapısal Eşitlik Modellemesi, Üniversite Öğrencileri.

**Abstract:** This study aims to investigate the effect of service orientation of university students on life satisfaction and the mediating role of students' entrepreneurship in this effect. The research data were obtained by survey technique from 713 students studying in different programs at Manavgat Vocational School affiliated to Akdeniz University. Structural equation modeling was used to test the hypotheses in the study. The results of the study revealed that service orientation of university students has a direct effect on their life satisfaction level. On the other hand, the service orientation of university students is also effective on their entrepreneurship; it has been determined that students' entrepreneurship also affects their life satisfaction. In addition, it is among the prominent results of the study that entrepreneurship has a partial mediating role between service orientation and life satisfaction.

**Key words:** Service Orientation, Entrepreneurship, Life Satisfaction, Structural Equation Modeling, University Students.

## I. Giriş

Sanayileşmiş ülkelerde, hizmet yönelimli ekonomilere doğru bir geçiş yaşanmıştır (Metters ve Marucheck, 2007). Bazılarına göre böyle bir hareket zayıflamanın bir göstergesidir, çünkü hizmet yönelimli ekonomiler genellikle daha az sürdürülebilir olarak kabul edilmekle birlikte düşük üretkenlik ve istihdam artışına neden olarak gösterildiği belirtilmektedir (Dupuy ve Schweitzer, 1994). Bununla birlikte, hizmet yönelimlilik, değer yaratımını anlamak için alternatif bir paradigma ve ekonomik değişim için temel oluşturarak hizmetin daha düşük olmadığını, daha ziyade müşterinin ortak değer yaratımını anlamak için gerçek bir temel olduğunu savu-

nur (Vargo ve Akaka, 2009). Araştırmalar, girişimciliğin ekonomik büyümenin ana etkeni olarak hareket ettiğini uzun zamandır kabul etmektedir. Büyümenin arkasındaki faktörlerin anlaşılması, her şeyden önce, büyüme odaklı işletmelerin piyasa ekonomilerinde önemli bir istihdam yaratma ve gelir yaratma kaynağı olduğu için, geniş bir ekonomik ve politik ilgi düzeyine sahiptir.

Yaşam tatmini ise öznel iyi oluşun bir parçasıdır ve yaşam tatminine yönelik aşağıdan yukarıya teorik yaklaşımlar, genel yaşam tatmininin belirli alanlardaki tatmin düzeylerine bağlı olarak bir birleşim olduğunu ileri sürmekle beraber, yaşam tatmininin bir kişinin ilgili tatmin düzeyine bağlı olduğunu belirtmektedir (Brief,

\* İletişim Yazarı / Corresponding author. Eposta/Email : hboz@akdeniz.edu.tr

Geliş Tarihi / Received Date: 19.03.2021 — Kabul Tarihi / Accepted Date: 05.08.2021

doi: 10.32329/uad.904867

Butcher, George ve Link, 1993). Olumlu aile ilişkileri ve uygun çevre koşulları, bireylerin yaşam zorluklarının üstesinden gelmelerine yardımcı olarak gençlik döneminde yaşam doyumlarını artırabilir (Kwok, Cheng ve Wong, 2015). Son yıllarda üniversite öğrencilerinin psikolojik sorunlarının yanı sıra, öznel iyilik haline yönelik çalışmalar önem kazanmıştır.

Hizmet yönelimliliği, yaşam tatmini ve girişimcilik kurumlarına katkı yapmak amacıyla üniversite öğrencilerinin katılımıyla nicel bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Öğrencilerin hayata dair çok fazla yeni deneyimler edindiği ve yeni sosyal çevrelere uyum sağlamaya çalıştıkları dönem üniversite yaşamıdır. Öğrencilerin iş yaşamına dair algı ve düşünceleri de üniversite döneminde gelişmektedir. Hizmet yönelimlilik değer yaratma becerisine odaklı bir çalışma veya hayata bakış tarzı olarak değerlendirilebilir. Öğrencilerin hizmet yönelimli bir yaşamdan ne düzeyde tatmin sağladığının ve yaşam tatminine girişimciliğin etkisinin ne olduğunun bilinmesinin, kendi amaçlarına daha yoğun bir şekilde yönelmelerini, daha sağlıklı ilişkiler kurmalarını ve kendileriyle daha barışık olmalarını sağlayacağı düşünülmektedir. Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin hizmet yönelimliliklerinin yaşam tatminlerine etkisini ve bu etkide öğrencilerin girişimciliklerinin aracılık rolünün araştırılması amaçlanmaktadır.

## 2. Kavramsal Çerçeve

### 2.1. Hizmet Yönelimlilik

Hizmet yönelimlilik, işletmeler için çalışanları işlerini en iyi şekilde yapmaya teşvik ederek karşılığında yüksek kaliteli hizmetler sunan koşulların yaratılmasını sağlayan önemli bir unsurdur. Çalışanlara yönelik hizmet yönelimlilik, pazardaki rekabet gücünün önemli bir faktörü olabilir. Hizmet yönelimli çalışanlara sahip olunması, rakipler arasında fark yaratan önemli bir faktördür. Hizmet yönelimlilik, müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamaya dayanır, ancak genellikle hizmetlerin sağlanması için çalışanların inisiyatif almasını gerektirir (Lytle ve Timmerman, 2006). Bu tür bir iş yönelimi, genel kurumsal kültürün bir parçasını temsil eder ve nitelikli bir işgücü istihdam etmenin önemini vurgular (Tajeddini ve Truema, 2012).

Hizmet Yönelimlilik turizm sektöründe araştırılması sırasında, mevsimselliği önemli işletme özellikleri olarak ele almak, daimi ve mevsimlik işçiler arasında Hizmet Yönelimlilik algısındaki olası farklılıkları incelemek gerekebilir. Sonuçlar, kalıcı çalışanların genellikle daha hizmet odaklı olduğunu ve bu da müşterilerle ileri düzeyde ilişkilerle sonuçlanabileceğini göstermektedir (Kim, Leong ve Lee, 2005). Kaliteli hizmetlerin sağlanması ve problem çözme hakkında konuşurken çalışanlar büyük

rol oynarlar. Hizmet yönelimli çalışanların müşterilerini ilk sıraya koyduklarını ve daha sonra diğer tüm paydaşların (yöneticiler, sahipler) karlı işletmeler geliştirmek ve uzun vadeli başarıyı garantilemek için önemsedikleri belirtilmiştir (Deshpandé, Farley ve Webster, 1993). Hizmet yönelimliliğin müşteriler için üstün değer yaratan en önemli faktörlerden birisi olduğu söylenebilir.

Birçok araştırma hizmet yönelimliliğin ön koşullarına odaklanmıştır. Bu çalışmalardan iş tatmini (Netemeyer, Boles, McKee ve McMurrian, 1997), personel güçlendirme (Lytle vd., 1998), eğitim (Lux, Jex ve Hansen, 1996) ve ödül sistemi (Lytle vd., 1998) çalışanların hizmet yönelimliliğini önemli derecede etkilediği belirtilmiştir. Cinsiyetin hizmet yönelimliliği üzerindeki etkisine ilişkin araştırmalara göre erkek çalışanların hizmet yönelimliliğinin olası sonuçlarına daha fazla odaklanırken, kadınlar müşterilerle gerçek etkileşime ve bu temasın duygusal sonuçlarına odaklanmaktadır (Bhagat ve Williams, 2008; Mathies ve Burford, 2011)

Hizmet yönelimlilik kavramı organizasyonel ve bireysel olmak üzere iki düzeyde görülebilir. Çalışan hizmet yönelimi, bir hizmetin kalitesi ve müşteri memnuniyeti düzeyinin algılanmasında anahtar rol oynar (Sergeant ve Frenkel, 2000). Turizm sektöründe çalışmak veya seyahat acentelerinde çalışmak tüketicilerle yüksek düzeyde etkileşim gerektirir. Bu nedenle, hizmet odaklılık kavramını anlamak hizmet işletmelerinde önemli bir rol oynamaktadır. Literatürde, çalışan hizmet yönelimliliğinin yanı sıra, örgütsel iklimi veya tüm çalışanlarının algıları, inançları ve fikirleri olarak tanımlanabilecek “örgütsel hizmet oryantasyonu” terimi de bulunmaktadır (Lytle vd., 1998).

### 2.2. Yaşam Tatmini

Yaşam tatmini, bir kişinin seçtiği kriterlere göre yaşam kalitesinin genel bir değerlendirmesi olarak tanımlanmaktadır (Shin ve Johnson, 1978). Aynı zamanda, bir bireyin hayatından memnuniyetini temsil eden genel bir kavramdır. Bir bireyin isteklerine ve hedeflerine ulaşım ulaşılmadığına ilişkin öznel değerlendirme düzeyini belirtmektedir (Jacobsson ve Lexell, 2013).

Literatüre bakıldığında üniversite gençliğinin yaşam tatmininin göz ardı edilerek yeterince incelenmediği söylenebilir. Yaşam tatmini gençler arasında mutluluğun ve olumlu davranışların en belirgin göstergesi olarak görülmektedir (Suldo vd., 2006). Gençlerin yaşam tatmini, kişisel hedeflerin gerçekleştirilmesi ve uygun kültürleşmenin gerçekleşmesi açısından deneyimlerinin beklentilerini ne ölçüde karşıladığı olarak anlaşılabilir. Başka bir ifadeyle, bir öğrencinin algılanan memnuniyet düzeyinin ve sosyokültürel çevreye uyumunun öznel bir değerlendirmesidir. Gençlerin yaşam tatmini, zihin sağlığının temel bir göstergesidir ve geniş bir pozitif kişisel,

psikolojik, davranışsal, sosyal ve kişilerarası ilişkiler ile olumlu yönde ilişkilidir. Geniş kapsamlı araştırmalarda cinsiyet farklılıklarının yaşam tatminini etkilemediği görülmektedir (Pavot ve Diener, 1993). 1970'lerden önceki daha eski araştırmalar yaşam tatmini ile yaş arasında pozitif ancak zayıf bir ilişki olduğunu göstermektedir (Herzog ve Rodgers, 1981). Diğer çalışmalarda yaşam tatmininin ilk önce azaldığı, orta yaş düzeyinde en düşük seviyesine ulaştığı, ardından artış gösterdiği ve yaşamın son diliminde ani bir şekilde tekrar düştüğü belirtilmektedir (Wunder, Wiencierz, Schwarze ve Küchenhoff, 2013). Yaşam tatmini üzerinde kalıcı etkilere sahip olaylar arasında gelir değişikliği, çocuk doğumu, evlilik, boşanma, işsizlik yer almaktadır. İnsanların yaşamları boyunca sadece bir tür yaşam hedefi peşinde koşmadıkları kabul edilmektedir. Cummins'in (1996) bir meta analizine göre, yaşam tatminine katkıda bulunan en ilgili yaşam alanları ekonomik durum, aile koşulları, sağlık ve iştir. Argyle (2001) ise para, sağlık, iş ve istihdam, sosyal ilişkiler, boş zaman, barınma ve eğitim gibi alanları analiz etmektedir. Yaşam tatmini ölçümlerinin bilişsel değerlendirmelerden oluşması nedeniyle, bilişsel gelişim ve yaşam boyu duygu ve kişilik gelişimi ile ilişkisi dikkate alınmalıdır (Lewis, 1995), ancak bireyler arası değişkenliğin nedenlerini anlamak zordur. Yaşam süresi uzundur ve değişikliklere katkıda bulunabilecek birçok olası etkileyici olayı içerir. Ryff (1989) genç yetişkinlerin yaşam tatminlerinin kaynağını öncelikle kariyerleri ve başarılarından edinirken, yaşlı yetişkinler için sağlığın iyi olması ve değişime adapte olabilmeye yeteneği ve genel yaşam durumları yaşam tatmini için daha önemli hale gelir. Küresel yaşam tatmini, çeşitli durumlarda ve çeşitli olaylar açısından değerlendirilen memnuniyet olarak görülebilir. Önceki çalışmalar, düşük memnuniyet seviyeleri ile genel yaşam memnuniyeti arasındaki pozitif bağlantıyı desteklemek için doğrudan ve dolaylı kanıtlar sağlamıştır (Leonardi, Spazzafumo ve Marcellini, 2005; Leonardi, Spazzafumo, Marcellini ve Gagliardi, 1999).

### 2.3. Girişimcilik

Girişimcilik günümüzde ekonomik büyüme için önemli bir yere sahiptir. Geçtiğimiz on yılda, girişimcilik kavramına yoğun ilgi gösterilmiştir (Bergh, Thorgren ve Wincent, 2011). Girişimcilik, rakiplerin henüz tanımlamadıkları veya yeterince yararlanılmayan pazar fırsatlarını belirleme ve bunları kullanmak için benzersiz bir kaynak kümesi yaratma yöneliminden kaynaklanmaktadır (Ho, Fang ve Lin, 2011). Girişimciliğin akademik ilgi görmesine rağmen herhangi bir fikir birliğine veya genel kabul görmüş girişimcilik tanımının henüz yapılmadığı söylenebilir. 200 yıldan fazla bir süredir girişimcilik incelenmiş, çok boyutlu karakterini açıklığa kavuşturan çok sayıda tanım ve yaklaşım ortaya konmuştur (Audretsch, 2002). Girişimcilik ekonomik değişimin katalizörü ola-

rak görülmektedir (Deakins ve Freel, 2009). Daha ayrıntılı bir tanımda girişimci, yeni hedef ve hizmetleri tanıtmak için fırsatların keşfedilmesini, değerlendirilmesini ve kullanılmasını, piyasaları yönetme yöntemlerini, süreçleri ve hammaddeleri içeren önceden var olmayan çabaları örgütleyen girişimcilik sürecinde sadece bir aktördür (Shane ve Venkataraman, 2000, ss. 218). Girişimcilik süreci bir girişimci tarafından bir iş fikri ile başlayan işletmenin doğum kararı olarak da belirtilen aşamayla başlar ve sonrasında fikri girişime dönüştürmek amacıyla araştırmaların yapılmasını gerekli kılan, belli bir zaman dilimine yayılan ve çeşitli faaliyetlerden oluşan bir süreci ifade etmektedir. Haber ve Reichel (2007) girişimcilik sürecini dört ana aşamayı, yani bir fikrin keşfini, iş fikrinin gelişimini, finansal, insan ve sermaye kaynaklarının edinilmesini ve işleyişini kapsayan bir süreç olarak tanımlamaktadır. Girişimcilik sürecinin performansı, girişimcinin sahip olması gereken belirli yeteneklere ve kavramsal çerçevesindeki Baron'un (2008) girişimcinin fırsatları tanıma, finansal ve insan edinme kapasitesi de dâhil olmak üzere girişimcilik sürecinin kilit yönlerini adlandırdığı koşullara bağlıdır.

## 3. Kuramsal Çerçeve ve Hipotezlerin Gelişimi

### 3.1. Hizmet Yönelimlilik ve Yaşam Tatmini İlişkisi

Hizmet yönelimlilik, yaşam tatmini gibi bir bireyin refahına ve mutlu bir hayat yaşamasına katkıda bulunabilen bir kavramdır. Bu alandaki araştırmalara bakıldığında genellikle Dagger ve Sweeney'in (2006) çalışmasını ve Kotler'in (1984) hizmet sağlayıcılar ve tüketiciler arasındaki alışveriş süreci yoluyla refahın artırılacağı bakış açısını benimsedikleri söylenebilir. Hizmet yönelimlilik, bazen bu ihtiyaçlar dile getirilmeden önce bile başkalarının ihtiyaçlarını tahmin etme, tanıma, karşılama yeteneği ve arzusudur. Hizmet odaklı insanlar, memnuniyet sağlamaya ve kendilerini başkaları ile iletişime açık olmaya odaklanırlar. İletişime açık olmak başkalarına yardım etmenin aktif yollarını aramak olarak ifade edilebilir. Başkalarını desteklemek için farklı bir görevi yerine getiren herhangi bir kişi hizmet yönelimli olarak görülebilir. Bu nedenle araştırmanın ilk hipotezi şu şekildedir;

*Hipotez 1: Üniversite öğrencilerinin hizmet yönelimliliği yaşam tatminini olumlu yönde etkiler.*

### 3.2. Hizmet Yönelimlilik ve Girişimcilik İlişkisi

Günümüzde dünya genelinde birçok eğitim kurumu girişimcilik ve hizmet odaklılık temeline dayanan eğitimlerle öğrencilerin kendi işlerini kurmaları için destek vermektedir. Bununla birlikte, temel olarak, hem hizmet bili-

mi hem de girişimcilik her ikisinde müşteriler için değer yaratmanın doğasını inceler ve her ikisi de günümüzde bu tür bir değer yaratma kaynağı olarak önemlidir. Artan uzmanlaşma yalnızca daha hizmet odaklı bir ekonomiye doğru ilerlemeyi değil, aynı zamanda bağımsız girişimcilığe doğru bir geçişi de tetiklediği söylenebilir. Bu nedenle, burada hizmet odaklı girişimcilik olarak anılan hizmet merkezli girişimcilik görüşünün geliştirilmesi, geleneksel malların baskın olan görüşünden daha önce fark edilmeyen yeni fırsatların ortaya çıkarılmasında faydalı olabilir.

Değer yaratımı, Fransız Ekonomist Say'ın 1800 dolaylarında günlerinden beri girişimciliğin merkezinde yer almaktadır (Drucker, 1985). Mütevazı başlangıcından bu yana, girişimcilik temelde ekonomik kaynakları daha yüksek verim arayışıyla düşük verimlilik alanlarından daha yüksek verimlilik alanlarına kaydırmakla ilgilidir. Drucker (1985) bu faaliyetlerin, mal egemenliği mantığında ele alınan gibi somut şeylere odaklanması gerekmediğine işaret eder. Hizmet yönelimlilik ve girişimcilik kavramlarının her ikisi de müşteriler için değer yaratmanın doğasını inceler ve her ikisi de günümüzde bu tür bir değer yaratma kaynağı olarak önemlidir. Aslında, artan uzmanlaşma yalnızca daha hizmet temelli bir ekonomiye doğru ilerlemeyi değil, aynı zamanda bağımsız girişimcilığe doğru bir harekete sevk ediyor gibi görünüyor. Bu nedenle, burada hizmet odaklı girişimcilik görüşünün geliştirilmesi, geleneksel malların üretiminden daha farklı olarak fark edilmeyen yeni fırsatların ortaya çıkarılmasında yararlı olabilir. Vargo ve Lusch'a (2006) göre, girişimciler insanların istediği hizmeti öngörebilir ve ardından bu hizmeti sunmak için mikro uzmanları bir araya getirebilirler. Bu nedenle, ekonomideki en kritik işlemsel kaynaklardan biri, bireysel girişimcilerin girişimcilik ruhu ve zihinsel becerileridir (Vargo ve Lusch 2006, ss. 53). Sarasvathy (2008), etkileme olarak adlandırılan girişimcilik uzmanlığının bilişsel bilime dayalı mantığını tanımlayarak, girişimcilik ve hizmet yönelimi kavramlarını daha da bütünleştirmektedir. Etkileme, öngörülemeyen kontrolü tanımlar, yani girişimciler geleceği etkileyebiliyorsa, bunu tahmin etmelerine gerek yoktur. Yani, piyasa belirsiz olduğundan ve etkili bir şekilde tahmin edilemediğinden, etkili girişimciler bu pazarı müşteriler, tedarikçiler, ortaklar ve yatırımcılar dâhil olmak üzere bir paydaş ağıyla tahhütler yoluyla birlikte yaratmaya çalışır (Sarasvathy, 2008). Bu nedenle çevre, gerçekleştiricilerin eylemlerine içseldir (Read, Dew, Sarasvathy, Song ve Wiltbank, 2009). Araştırmalar hizmet yönelimlilik teorik merceğinin daha yeni girişimcilik faaliyetlerine daha fazla ışık tutacağını ispatlayacak nitelikte olacaktır. Bundan dolayı araştırmanın ikinci hipotezi şu şekildedir;

*Hipotez 2: Üniversite öğrencilerinin hizmet yönelimliliği, onların girişimciliğini olumlu yönde etkiler.*

### 3.3. Girişimcilik ve Yaşam Tatmini ilişkisi

Girişimcilik, giderek artan bir şekilde finansal önlemlerin ötesinde yeni öngörüler gerektirmektedir (Shepherd, 2015). Yaşam tatmini finansal bir sorun değildir, ancak yine de bir başarı ölçüsü olduğu söylenebilir. Girişimcilerin yaşam tatmini, girişimcilik sürecine daha iyi ışık tutmak ve nihayetinde girişimciliğin ekonomik ve sosyal faydalarının sürdürülmesine yardımcı olmak için önemlidir. Yüksek düzeyde yaşamdan beklentisi olan bireylerin daha güçlü girişimcilik niyeti sergiledikleri belirtilmiştir (Jensen ve Luthans, 2006). Yaşam beklentisi, girişimci hedeflere ulaşmanın değerini ve olasılığını etkilemekte olup, yüksek düzeyde beklenti yaşam tatmini ile ilişkili olduğu bulunmuştur (Bailey vd., 2007). Yaşam tatmini, bireyin var olma veya mutluluk durumunun küresel bir değerlendirmesi olması nedeniyle (Benz ve Frey, 2008; Binder ve Coad, 2010; Coad ve Binder, 2014) bireysel özellikler (ör. yaş, cinsiyet, gelir, medeni durum, aile koşulları), duygulanım durumları ve çevresel etkenler dahil birçok faktör tarafından belirlenmektedir (Clark vd., 2008; Stephan, 2018). Yaşam tatmini kavramı birçok kavramdan etkilenmekte ve girişimcilik bunun sadece bir yönüdür. Girişimcilerin yaşam tatminlerini etkileyen etkenler halen belirsizliğini sürdürmektedir (Binder ve Coad, 2016). Girişimcilik, bir çalışma türü olarak bir değiş tokuş sunabilir (Stephan, 2018). Bir yandan, kişinin kendi patronu olmak, daha iyi iş-yaşam dengesi sağlayan ve dolayısıyla yaşam tatminini artıran program esnekliği ve özgürlüğü aracılığıyla iş durumu üzerinde daha fazla kontrol sağlar (Benz ve Frey, 2008). Girişimciler işlerinde bağımsız olarak davranırlar ve iş kontrolünü kendilerine göre yaparlar bu nedenle avantajlarının faydaları yaşamdan beklentilerine olumlu yönde katkı sağlayarak yaşam tatminlerini yükseltecektir. Bundan dolayı araştırmanın üçüncü hipotezi şu şekildedir;

*Hipotez 3: Üniversite öğrencilerinin girişimciliği, onların yaşam tatminini olumlu yönde etkiler.*

### 3.4. Hizmet Yönelimliliği ve Yaşam Tatmini İlişkisinde Girişimciliğin Aracılık Rolü

Hizmet yönelimliliği kavramı organizasyonel ve bireysel olmak üzere iki düzeyde görülebilir. Çalışan hizmet yönelimi, bir hizmetin kalitesi ve müşteri memnuniyeti düzeyinin algılanmasında anahtar rol oynarken Turizm sektöründe veya seyahat acentelerinde çalışmak tüketicilerle ya da müşterilerle yüksek düzeyde etkileşim gerektirir. Literatürde hizmet yönelimliliğin iş tatmini ve

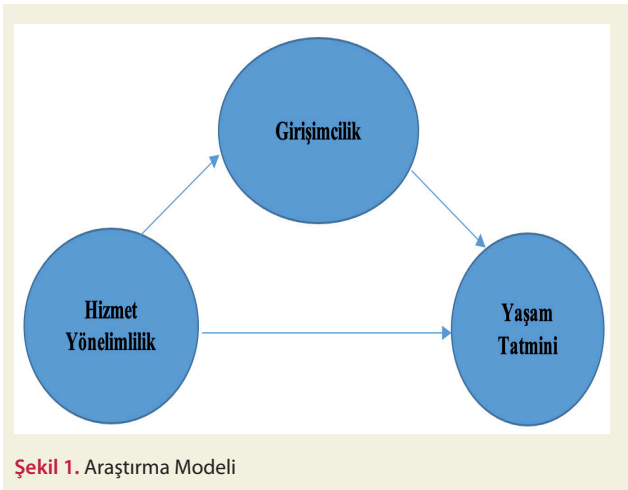
müşteri tatmini üzerindeki olumlu etkilerine çoğunlukla yer verilmiştir. Hizmet yönelimliliğin iş tatmini ile olumlu yönde ilişkili olduğuna dair çok fazla literatür birikmiştir (Kim vd., 2005; Gonzalez ve Garazo, 2006; Chen, 2007; Caemmerer ve Wilson, 2011). Yaşam tatmini genel olarak hayatın her aşamasından edinilen tatminin bütününe ifade ettiği için her olumlu yöndeki bulgunun göz önünde bulundurulması önemlidir. Ayrıca şimdiye kadar çok sayıda girişimcilik tanımı yapılmıştır. Bunların çoğunda bahsedilen ortak ifadeler, yeni işletmelerin oluşturulması, mal ve hizmetlerin sağlanması ve yeni istihdam fırsatları yaratılmasıdır. Yani, doğası gereği girişimcilik kavramı hizmet yaratma eğilimindedir. Bu bakımdan hizmet yönelimliliği fazla olan ve faaliyetlerinde değer yaratmayı prensip edinmiş girişimciler için yaşam tatmininin de fazla olacağı düşünülebilir. Bu açıdan araştırmanın son hipotezi şu şekildedir;

*Hipotez 4: Üniversite öğrencilerinin girişimciliğinin, onların hizmet yönelimliliği ile yaşam tatminleri arasında aracılık rolü vardır.*

## 4. Araştırmanın Yöntemi

### 4.1. Araştırmanın Modeli

Üniversite öğrencilerinin hizmet yönelimliliklerinin yaşam tatminlerine etkisini ve bu etkide öğrencilerin girişimciliklerinin aracılık rolünü araştırmak amacıyla yapılan bu araştırmanın modeli Şekil 1’de gösterilmektedir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

### 4.2. Araştırmanın Örneklemi

Araştırmanın örneklemi, Akdeniz Üniversitesi’ne bağlı Manavgat Meslek Yüksekokulu’nda eğitim gören 713 öğrenciden oluşmaktadır. Araştırma verileri 5 Nisan 2019 - 15 Nisan 2019 zaman aralığında anket formu vasıtasıyla toplanmıştır. Başlangıçta 800 adet anket formu hazırlanmış ve formların öğrencilere sınıf ortamında dağıtımı sağlanmış; bütün formlar geri dönmüş ancak 87 form uygun şekilde cevaplanmadığından dolayı analiz-

lere dâhil edilmemiştir. Analizler 713 anket formu esas alınarak yapılmıştır. Çalışmaya katılan öğrencilerin 290’i (%40,7’si) kadın, 423’ü (%59,3’ü) erkektir. Araştırmaya Muhasebe ve Vergi Uygulamaları, Turizm ve Seyahat Hizmetleri, İşletme Yönetimi, Turizm ve Otel İşletmeciliği, Bilgisayar Programcılığı, Pazarlama ve Aşçılık programlarında okuyan öğrenciler katılmıştır. En çok katılım 201 kişi (tüm katılımcıların %28,2’si) ile Turizm ve Otel İşletmeciliği programından olmuştur. Öğrencilerin 395’i (%55,4’ü) ikinci sınıfta, geri kalan 318’i (%44,6’sı) birinci sınıfta okumaktadır. 504 öğrenci (tüm katılımcıların %70,7’si) örgün eğitim programlarında, 209 öğrenci (tüm katılımcıların %29,3’ü) ise, ikinci örgün eğitim programlarında okumaktadır.

### 4.3. Veri Toplama Araçları

Araştırma verilerinin toplanmasında anket tekniğinden yararlanılmıştır. Formda yer alan ölçekler 5’li Likert şeklinde (1= kesinlikle katılmıyorum, 5= kesinlikle katılıyorum ya da 1-hiçbir zaman, 5-çok sık) tasarlanmış olup, formda ölçeklerle birlikte birtakım demografik ifadeler de yer almaktadır.

Üniversite öğrencilerinin yaşam tatmini Diener vd. (1985) tarafından geliştirilen ve Dağlı ve Baysal (2016) tarafından Türkçe’ye çevrilen Yaşam Tatmini Ölçeği ile ölçülmüştür. 5 ifadeden oluşan ölçek tek boyutludur. “İdeallerime yakın bir yaşantım vardır.” ifadesi ölçekteki ifadelerden örnek verilebilir. Dağlı ve Baysal’ın (2016) çalışmasında ölçeğin Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı 0,88 olarak hesaplanmıştır.

Öğrencilerin hizmet yönelimliliklerinin ölçülmesinde Gwinner vd. (2005) tarafından geliştirilen ve Çakıcı ve Özdamar (2018) tarafından Türkçeleştirilen, 5 madde ve tek boyuttan oluşan ölçek kullanılmıştır. Ölçekte yer alan ifadeler “Başkalarına yardım etmekten mutluluk duyarım.” örnek verilebilir. Çakıcı ve Özdamar’ın (2018) çalışmasında ölçeğin Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı 0,79 olarak tespit edilmiştir.

Öğrencilerin girişimciliklerinin ölçülmesinde Yılmaz ve Sünbül (2009) tarafından geliştirilen Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği kullanılmıştır. Ölçek 36 ifadeden ve tek boyuttan oluşmaktadır. Ölçekteki ifadeler “Zor durumlarda seçenekler oluşturabilirim.” ve “Karşıma çıkan fırsatları değerlendirebilirim.” örnek gösterilebilir. Yılmaz ve Sünbül (2009) ölçeğin Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısını 0,90 bulmuştur.

### 4.4. İstatistiksel Analizler

Veri setinin analizinde IBM SPSS 23 ve IBM SPSS AMOS 24 paket programları kullanılmıştır. Ölçeklerin güvenirlik analizleri ve ana değişkenlerin korelasyon analizleri IBM SPSS 23 ile gerçekleştirilmiş; ölçeklerin doğrulayıcı faktör analizleri (DFA) ve araştırma hipotezlerinin tes-

tinde ise, IBM SPSS AMOS 24 paket programı kullanılmıştır. Araştırma hipotezlerinin testinde yapısal eşitlik modellemesinden (YEM) yararlanılmıştır. Bunun yanında, Sobel Testi yardımıyla araştırmada ele alınan aracılık etkisinin anlamlılığı ölçülmüştür.

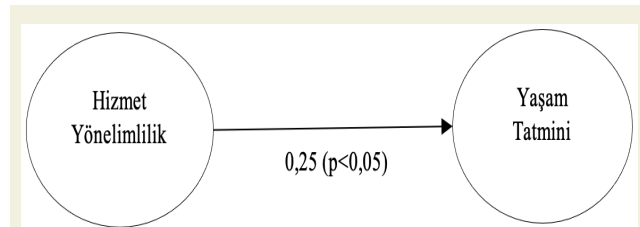
## 5. Bulgular

Araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerliliğini test etmek için DFA gerçekleştirilmiştir. Çalışmada iyi uyum istatistikleri olarak Uyum İyiliği İndeksi (GFI), Düzeltmiş Uyum İyiliği İndeksi (AGFI), Ki-Kare İstatistiği ( $\chi^2$ ) ve Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (RMSEA) değerlerinden yararlanılmıştır. Meydan ve Şeşen'e (2011) göre, kabul edilebilir uyum için sözü edilen istatistiklere dair  $\chi^2/sd \leq 5$ ; GFI  $\geq 0,85$ ; AGFI  $\geq 0,85$ ; RMSEA  $\leq 0,08$  koşullarının karşılanması yeterli görülmektedir. Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) Yılmaz ve Sünbül (2009) tarafından gerçekleştirilen ve tek boyuttan oluştuğu tespit edilen Girişimcilik Ölçeği'nin, bazı modifikasyonlara gidilerek gerçekleştirilen DFA sonuçları, ölçeğin iyi ve kabul edilebilir uyum istatistiklerine sahip olduğuna işaret etmektedir [ $\chi^2(565, N = 713) = 1707,50$ ;  $\chi^2/sd = 3,02$ ; GFI = 0,87; AGFI = 0,85; RMSEA = 0,053]. AFA'sı Çakıcı ve Özdamar (2018) tarafından gerçekleştirilen ve tek boyuttan oluştuğu ifade edilen Hizmet Yönelimlilik Ölçeği'nin DFA sonuçları, ölçeğin iyi ve kabul edilebilir uyum istatistiklerine sahip olduğuna işaret etmektedir [ $\chi^2(4, N = 713) = 17,85$ ;  $\chi^2/sd = 4,46$ ; GFI = 0,99; AGFI = 0,96; RMSEA = 0,070]. Diğer yandan, AFA'sı Dağlı ve Baysal (2016) tarafından gerçekleştirilen ve tek boyuttan oluştuğu tespit edilen Yaşam Tatmini Ölçeği'nin modifikasyonlu DFA sonuçlarına bakıldığında, bu ölçeğin de kabul edilebilir uyum değerlerini karşıladığı görülmüştür [ $\chi^2(3, N = 713) = 5,34$ ;  $\chi^2/sd = 1,78$ ; GFI = 0,99; AGFI = 0,98; RMSEA = 0,033].

Değişkenlere ilişkin Pearson korelasyon katsayıları, Cronbach Alfa güvenilirlik katsayıları, ortalama değerleri ve standart sapma değerlerine Tablo 1'de yer verilmiştir. Tabloda da görüleceği üzere, söz konusu üç değişken arasında anlamlı ve olumlu yönde ilişkiler dikkat çekmektedir. Hizmet yönelimlilik (HY) ile Girişimcilik (G) arasında olumlu yönde orta düzeyde ilişki ( $r = 0,41$ ;  $p < 0,01$ ), HY ile yaşam tatmini (YT) arasında olumlu yönde zayıf ilişki ( $r = 0,26$ ;  $p < 0,01$ ) ve G ile YT arasında olumlu yönde zayıf ilişki ( $r = 0,21$ ;  $p < 0,01$ ) bulunmuştur. Diğer yandan, ölçeklerin Cronbach Alfa katsayıları her bir ölçeğin güvenilirliğinin oldukça yüksek olduğunu

göstermektedir.

Araştırma kapsamındaki hipotezler test edilirken YEM'den yararlanılmıştır. Bu bağlamda iki ayrı model oluşturulmuştur. Şekil 1'de yer verilen ilk model ile bağımsız değişken hizmet yönelimliliğin, bağımlı değişken olan yaşam tatminine etkisi incelenmiştir. Bu modelin uyum istatistikleri iyi uyuma işaret etmektedir. İlk modelin elde edilen uyum iyiliği değerleri modelin iyi uyum gösterdiğine işaret etmektedir [ $\chi^2(30, N = 713) = 122,72$ ;  $\chi^2/sd = 4,09$ ; GFI = 0,97; AGFI = 0,94; RMSEA = 0,066]. Şekilde de görüleceği üzere, hizmet yönelimliliğin yaşam tatmini üzerindeki etkisi 0,25 ( $p < 0,05$ ) olarak hesaplanmıştır. Bu bulgu ışığında, "Hipotez 1: Üniversite öğrencilerinin hizmet yönelimliliği, onların yaşam tatminini olumlu yönde etkiler." hipotezinin desteklendiği söylenebilmektedir.



Not.  $p < 0,05$  düzeyinde anlamlı

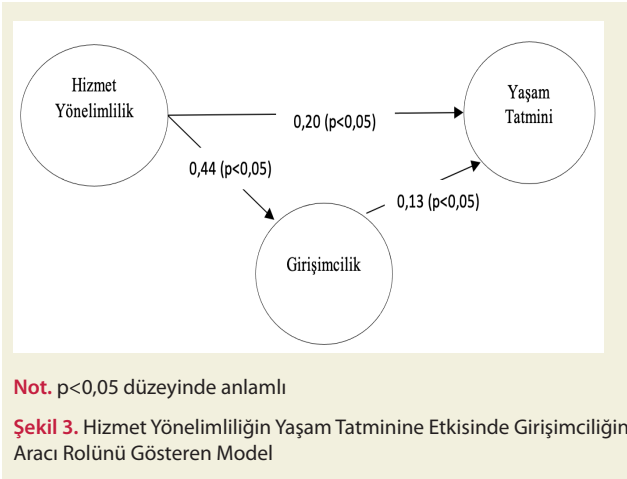
Şekil 2. Hizmet Yönelimliliğin Yaşam Tatminine Doğrudan Etkisini Gösteren Model

Araştırma kapsamındaki diğer hipotezlerin test edilmesi için aracı etkiyi de gösteren ikinci bir modelden yararlanılmıştır. Şekil 2'de bağımsız değişken hizmet yönelimliliğin bağımsız değişken yaşam tatmini ve aracı değişken girişimcilik üzerindeki etkiler ve aracı değişken girişimciliğin bağımsız değişken yaşam tatmini üzerindeki etkisi görülebilmektedir. İkinci modele ilişkin uyum iyiliği değerleri kabul edilebilir düzeydedir [ $\chi^2(953, N = 713) = 2361,53$ ;  $\chi^2/sd = 2,48$ ; GFI = 0,87; AGFI = 0,85; RMSEA = 0,046]. Bu modele bakıldığında, bağımsız değişkenin aracı değişken üzerindeki, yani hizmet yönelimliliğin girişimcilik üzerindeki etkisi 0,44 ( $p < 0,05$ ) olarak bulunmuştur. Bu bulgu, "Hipotez 2: Üniversite öğrencilerinin hizmet yönelimliliği, onların girişimciliğini olumlu yönde etkiler." hipotezinin desteklendiğini göstermektedir. Öte yandan, aracı değişken girişimciliğin bağımsız değişken yaşam tatmini üzerindeki etkisi 0,13 ( $p < 0,05$ ) olarak hesaplanmıştır. Bu bulguya dayalı olarak, "Hipotez 3: Üniversite öğrencilerinin girişimciliği, onların yaşam tatminini olumlu yönde etkiler." hipotezi-

Tablo 1. Değişkenlerin Ortalama, Standart Sapma, Güvenilirlik Katsayısı ve Korelasyon Değerleri

Değişkenler	Ort.	S. S.	Cronbach Alfa	1	2	3
1. Hizmet Yönelimlilik (HY)	3,94	0,87	0,87	1,00	0,41**	0,26**
2. Girişimcilik (G)	3,80	0,69	0,97	0,41**	1,00	0,21**
3. Yaşam Tatmini (YT)	3,19	0,98	0,93	0,26**	0,21**	1,00

\*\* $p < 0,01$  düzeyinde anlamlı.



nin desteklediği ifade edilebilmektedir.

Araştırmanın dördüncü hipotezi girişimciliğin aracılık rolüne odaklanmıştır. Araştırma kapsamındaki bu aracılık rolünün irdelenmesi amacıyla Baron ve Kenny'nin (1986) yaklaşımından yararlanılmıştır. Baron ve Kenny (1986), aracılık etkisini dört koşulun yerine getirilmesine bağlamıştır. Bu koşullardan ilki, bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerinde doğrudan anlamlı etkiye sahip olması şeklindedir. Yerine getirilmesi beklenen ikinci koşul, aracı değişkenin bağımlı değişken üzerinde anlamlı etkiye sahip olması gerekliliği olarak ele alınmaktadır. Üçüncü koşul ise, bağımsız değişkenin aracı değişkeni anlamlı düzeyde etkilemesi gerekliliği olarak dikkat çekmektedir. Dördüncü ve son koşul ise, bağımsız değişkenin, bağımlı değişken üzerindeki etkisinin, aracı değişkenin araya girmesiyle birlikte azalması ya da anlamsızlaşması gerekliliğidir. Sözü edilen bağımsız değişkenin bağımlı değişkene olan etkisi anlamsız hale geliyorsa aracı değişkenin tam aracılık rolünden, etkinin düzeyi düşüyor ancak anlamsız hale gelmiyor ise aracı değişkenin kısmi aracılık etkisinden bahsedilmektedir. Bu bağlamda ele alındığında, Şekil 1'de yer verilen birinci modelde bağımsız değişken hizmet yönelimliliğin bağımlı değişken yaşam tatmini üzerindeki etkisi 0,25 ( $p < 0,05$ ) olarak tespit edildiğinden Baron ve Kenny'nin (1986) aracılık ile ilgili birinci koşulunun sağlandığı söylenebilmektedir. Şekil 2'de yer alan ikinci modelde ise, aracılığa ilişkin diğer koşullarının sağlandığı göze çarpmaktadır. Özetle ifade etmek gerekirse, aracı değişken girişimciliğin bağımlı değişken yaşam tatmini üzerindeki etkisi 0,13 ( $p < 0,05$ ) bulunmuş, bağımsız değişken hizmet yönelimliliğin aracı değişken girişimcilik üzerindeki etkisi ise 0,44 ( $p < 0,05$ ) olarak hesaplanmıştır. İkinci modelde girişimciliğin aracı değişken olarak modele girmesinin sonucunda, bağımsız değişken hizmet yönelimliliğin bağımsız değişken yaşam tatmini üzerindeki etkisinin anlamsızlaşmadığı, ancak etki düzeyinin azaldığı görülmüştür (0,20;  $p < 0,05$ ). Bu bulgu, girişimciliğin, hizmet yönelimliliğin yaşam tatminine etkisinde

kısmi aracılık rolünün olduğunu göstermektedir. Bahsi geçen aracılık etkisinin anlamlılığı Sobel Testi (Sobel, 1982) ile incelenmiş ve girişimciliğin hizmet yönelimlilik ile yaşam tatmini arasında aracılık rolü üstlendiği teyit edilmiştir ( $Z=2,81$ ;  $p < 0,05$ ). Bu bulgulara dayalı olarak, "Hipotez 4: Üniversite öğrencilerinin girişimciliğinin, onların hizmet yönelimliliği ile yaşam tatminleri arasında aracılık rolü vardır." hipotezi kabul edilmektedir.

## 6. Sonuç ve Tartışma

Bu çalışmada üzerinde durulan en önemli kavramlardan biri olan hizmet yönelimlilik hizmet sektöründe önemli gün geçtikçe artmaktadır. Dolayısıyla işletmelerin amaçlarını yerine getirebilmesi müşteriler ile birebir iletişimde olan çalışanların gayretlerine bağlı olmaktadır. Çalışanlara yönelik hizmet odaklılık, pazardaki rekabet gücünün önemli bir faktördür. Hizmet odaklı çalışan, rakipler arasında fark yaratan önemli bir aktördür. Kaliteli hizmetlerin sağlanması ve problem çözme hakkında konuşurken çalışanlar büyük rol oynamaktadır. Hizmet yönelimli çalışanlar, hizmeti sadece yetkinlikleri kapsamında sağlamakla kalmayacak, aynı zamanda ek bir kalite sağlamak için de çaba göstereceklerdir. Bu davranış kesinlikle müşteri üzerinde olumlu bir etkiye sahip olacak ve müşteri ekstra bir hizmet aldığını hissedecektir. Müşteriler, çalışanla ve işletmeyle yakınlık hissedecek ve bu da hizmetin kalitesi hakkındaki algıyı etkileyecektir. Yoon, Choi ve Park (2007)'e göre hizmet odaklılık ve bireysel hizmet odaklılık olmak üzere iki değişik düzeyde incelenmektedir. Bu nedenle bu çalışmada hizmet odaklılık bireysel düzeyde ele alınarak yani hizmet vermeye yatkın ve gönüllü olunmayı belirten bir kişilik özelliği olduğu söylenebilir.

Genel olarak, gençler arasında olumlu yaşam tatmini düzeylerini teşvik eden koşulların teşviki göz ardı edilemez. Yaşam tatmini, gençleri çevresel ve sosyal stres faktörlerinin zararlı etkilerinden korumak için hareket edebilen yalnızca psikolojik bir güç değil, aynı zamanda öznel ve psikolojik iyi oluşun elde edildiği bir bilişsel mekanizmadır. Bireysel bir bilişsel değişken olarak yaşam tatmini, sosyal çevrede kendini gösterir. Yaşam tatmini yüksek gençler genellikle daha dışa dönük, hoş ve sosyaldır, daha tatmin edici ilişkilere sahiptir, daha fazla sayıda yapılandırılmış ders dışı etkinliklere katılır, daha sağlıklıdır ve artan akademik başarıdan ve okul memnuniyetinden daha fazla yararlanırlar. Tersine, düşük yaşam memnuniyetinden muzdarip olanlar, zayıf zihinsel ve fiziksel sağlık riski altındadır ve davranış problemlerini, şiddeti, saldırganlığı ve nevroz, depresyon ve anksiyete gibi psikopatolojik durumları dışsallaştırmaya ve içselleştirmeye daha yatkındırlar.

Girişimcilik, hizmet yönelimi ve yaşam tatmini ile ilgili literatürün gençler ile ilgili kısmının ihmal edildiği söy-

lenebilir. Bu nedenle bu çalışmada üniversite öğrencilerinin hizmet yönelimliliklerinin yaşam tatminlerine etkisini ve bu etkide öğrencilerin girişimciliklerinin aracılık rolünün araştırılması amaçlanmış olup, araştırmanın örnekleme, Akdeniz Üniversitesi'ne bağlı Manavgat Meslek Yüksekokulu'nda eğitim gören 713 öğrenciden oluşmaktadır. Çalışmaya katılan öğrencilerin 290'ı (%40,7'si) kadın, 423'ü (%59,3'ü) erkektir. Araştırmaya Muhasebe ve Vergi Uygulamaları, Turizm ve Seyahat Hizmetleri, İşletme Yönetimi, Turizm ve Otel İşletmeciliği, Bilgisayar Programcılığı, Pazarlama ve Aşçılık programlarında okuyan öğrenciler katılmıştır. Araştırmada kullanılan tüm ölçeklerin Cronbach Alfa katsayıları her bir ölçeğin güvenilirliği oldukça yüksektir.

Çalışmanın bulgularına dayalı olarak, üniversite öğrencilerinin girişimciliği, onların yaşam tatminini olumlu yönde etkiler hipotezi desteklenmiştir. Araştırmanın son hipotezi için girişimciliğin aracı değişken olarak modele girmesinin sonucunda, bağımsız değişken hizmet yönelimliliğin bağımsız değişken yaşam tatmini üzerindeki etkisinin anlamsızlaşmadığı, ancak etki düzeyinin azaldığı görülmüştür. Girişimciliğin, hizmet yönelimliliğin yaşam tatminine etkisinde kısmi aracılık rolü üstlendiği ortaya çıkmıştır.

Sonuç olarak, bu çalışma üniversite öğrencilerinin hizmet yönelimliliklerinin yaşam tatminleri üzerinde doğrudan etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Diğer yandan, üniversite öğrencilerinin hizmet yönelimliliklerinin, onların girişimcilikleri üzerinde de etkili olduğu; öğrencilerin girişimciliklerinin de onların yaşam tatminini etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca, girişimciliğin hizmet yönelimlilik ile yaşam tatmini arasında kısmi aracılık rolünün olduğu da araştırmanın öne çıkan sonuçları arasındadır.

## KAYNAKÇA

- Argyle, M. (2001). *The Psychology of Happiness*. London: Routledge.
- Audretsch, D.B. (2002). *Entrepreneurship: A survey of the literature*. Studie im auftrag der Kommission der Europäischen Gemeinschaft. Brussel: Enterprise Directorate General.
- Baron R. M. ve Kenny, D.A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations, *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Baron, J. (2008). *Thinking and deciding* (4th ed.). Cambridge: Cambridge University Press.
- Bergh, P., Thorgren, S. ve Wincent, J. (2011). Entrepreneurs learning together: The importance of building trust for learning and exploiting business opportunities. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(1), 17-37.
- Benz, M. ve Frey, B. S. (2008). Being independent is a great thing: Subjective evaluations of self-employment and hierarchy. *Economica*, 75(298), 362-383.
- Bhagat, P.S. ve Williams, J. D. (2008). Understanding gender differences in professional service relationships. *Journal of Consumer Marketing*, 25(1), 16-22.
- Binder, M. ve Coad, A. (2010). An examination of the dynamics of well-being and life events using vector autoregressions. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 76(2), 352-371.
- Binder, M. ve Coad, A. (2016). How satisfied are the self-employed? A life domain view. *Journal of Happiness Studies*, 17(4), 1409-1433.
- Brief, A. P., Butcher, A. H., George, J. M. ve Link, K. E. (1993). Integrating bottom-up and top-down theories of subjective well-being: the case of health. *J. Pers. Soc. Psychol.* 64, 646-653.
- Caemmerer, B. ve Wilson, A., (2011). An Exploration of The Service Orientation Discrepancy Phenomenon in A Public Sector Context. *Service Industries Journal*, 31 (3), 355-370.
- Chen, Y.J. (2007). Relationships Among Service Orientation, Job Satisfaction, and Organizational Commitment in The International Tourist Hotel Industry. *Journal of American Academy of Business*, 11 (2), 71-82.
- Clark, A. E., Diener, E., Georgellis, Y. ve Lucas, R. E. (2008). Lags and leads in life satisfaction: A test of the baseline hypothesis. *Economic Journal*, 118(529), 222- 244.
- Coad, A. ve Binder, M. (2014). Causal linkages between work and life satisfaction and their determinants in a structural VAR approach. *Economics Letters*, 124(2), 263- 268.
- Cummins, R. A. (1996). The domains of life satisfaction: An attempt to order chaos. *Social Indicators Research*, 38(2), 303-328.
- Çakıcı, A. ve Özdamar, M. (2018). Turizm eğitimi alan öğrencilerin dışadönüklüklerinin otel departman tercihine etkisinde hizmet yönelimlerinin aracılık rolü, *Neşşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 8(1), 135-159.
- Dagger, T. S. ve Sweeney, J. C. (2006) The effect of service evaluations on behavioural intentions and quality of life. *Journal of Service Research*, 9(1), 3-18.
- Dağlı, A. ve Baysal, N. (2016). Yaşam doyumu ölçeğinin Türkçe'ye uyarlanması: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(59), 1250-1262.
- Deakins, D. ve Freel, M. (2009). *Entrepreneurship and Small Firms*. 4. ed. Berkshire: McGraw Hill Education.
- Deshpandé, R., Farley, J. U. ve Webster, Jr. F. (1993). Corporate culture, customer orientation, and innovativeness in Japanese firms: A quadrate analysis. *Journal of Marketing*, 57(1), 23-37.
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J. ve Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale, *Journal of Personality Assessment*, 49 (1), 71-75.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*, Harper&Row Publishers, New York,
- Dupuy, M. ve Schweitzer, M. (1994). *Are Service-Sector Jobs Inferior?* Economic Commentary, February.
- Gonzalez, J. V., ve Garazo, T. G. (2006). Structural Relationships between Organizational Service Orientation, Contact Employee Job Satisfaction and Citizenship Behavior, *International Journal of Service Industry Management*, 17(1), 23-50.
- Gwinner, K. P., Bitner, M. J., Brown, S. W. ve Kumar, A. (2005). Service customization through employee adaptiveness, *Journal of Service Research*, 8, 131-148.
- Haber, S. ve Reichel, A. (2007). The cumulative nature of the ent-



- repreneurial process: the contribution of human capital, planning and environment resources to small venture performance, *Journal of Business Venturing*, 22 (1): 119-145
- Herzog, A. R. ve Rodgers, W. L. (1981). Age and Satisfaction: Data from Several Large Surveys. *Research on Aging*, 3(2), 142-165.
- Ho, Y.C., Fang, H.C. ve Lin, J.F. (2011). Technological and design capabilities: Is ambidexterity possible. *Management Decision*, 49(2), 208-225
- Jacobsson, L. ve Lexell, J. (2013) Life satisfaction 6-15 years after a traumatic brain injury. *Journal of Rehabilitation Medicine*, 45(10), 1010-1015.
- Jensen, S. M. ve Luthans, F. (2006). Relationship between Entrepreneurs' Psychological Capital and Their Authentic Leadership. *Journal of Managerial Issues*, 18(2), 254-273.
- Kim, W.G., Leong, J.K. ve Lee, Y-K. (2005). Effect of service orientation on job satisfaction, organizational commitment, and intention of leaving in a casual dining chain restaurant. *International Journal of Hospitality Management*, 24(2), 171-193.
- Kotler, P. (1984). *Marketing Management: Analysis, Planning And Control* (5th ed.). Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Kwok, S., Cheng, L. ve Wong, D. (2015). Family emotional support, positive psychological capital and job satisfaction among Chinese white-collar workers. *J. Happ. Stud.* 16, 561-582.
- Leonardi, F., Spazzafumo, L. ve Marcellini, F. (2005). Subjective well-being: the constructionist point of view: a longitudinal study to verify the predictive power of top-down effects and bottom-up processes. *Social Indicators Research*, 70(1), 53-77.
- Leonardi, F., Spazzafumo, L., Marcellini, F. ve Gagliardi, C. (1999). The top-down/bottom-up controversy from a constructionist approach: a method for measuring top-down effects applied to a sample of older people. *Social Indicators Research*, 48(2), 189-218
- Lewis, M. D. (1995). Cognition-Emotion Feedback and the Self-Organization of Developmental Paths. *Human Development*, 38(2), 71-102.
- Lux, D., Jex, S. ve Hansen, C. (1996). Factors influencing employee perceptions of customer service climate. *Journal of market - focused management*, 1(1), 65-86.
- Lytle, R.S. ve Timmerman, J.E. (2006). Service orientation and performance: An organizational perspective. *Journal of Service Marketing*, 20(2), 136-147.
- Lytle, S., Hom, W. ve Mokwa, P. (1998). SERVOR: A managerial measure of organizational service-orientation. *Journal of Retailing*, 74(4), 455-489.
- Mathies, C. ve Burford, M. (2011). Customer service understanding: Gender differences of frontline employees. *Managing Service Quality: An International Journal*, 21(6), 636-648.
- Metters, R., ve Maruchek, A. (2007). Service Management-Academic Issues and Scholarly Reflections from Operations Management Researchers. *Decision Sciences Journal*, 38(2): 195-214.
- Meydan, C. H. ve Şeşen, H. (2011). *Yapısal Eşitlik Modellemesi AMOS Uygulamaları*, Ankara, Detay Yayıncılık.
- Netemeyer, G., Boles, S., McKee, O. ve McMurrian, R. (1997). An Investigation Into The Antecedents Of Organizational Citizenship Behaviors In A Personal Selling Context. *Journal of Marketing*, 61(3), 85-98.
- Pavot, W. ve Diener, E. (1993). Review of the Satisfaction With Life Scale. *Psychological Assessment*, 5(2), 164-172.
- Read, S., N. Dew, S. Sarasvathy, M. Song, ve Wiltbank. R. (2009). Marketing Under Uncertainty: The Logic of an Effectual Approach. *Journal of Marketing* 73 1-18.
- Ryff, C. D. (1989). Happiness Is Everything, or Is It? Explorations on the meaning of Psychological Well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(6), 1069-1081.
- Sarasvathy, S. (2008). *Effectuation: Elements of Entrepreneurial Expertise*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham, UK
- Sergeant, A, ve Frenkel, S. (2000). When Do Customer Contact Employees Satisfy Customers. *Journal of Service Research*, 3(1) :18-34.
- Shane, S. ve Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *The Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Shepherd, D. A. (2015). Party On! A call for entrepreneurship research that is more interactive, activity based, cognitively hot, compassionate, and prosocial. *Journal of Business Venturing*, 30(4), 489-507.
- Shin, D. ve Johnson, D. M. (1978). Avowed happiness as an overall assessment of the quality of life. *Social Indicators Research*, 5, 475-492.
- Stephan, U. (2018). Entrepreneurs' Mental Health and Well-Being: A Review and Research Agenda. *Academy of Management Perspectives*, 32(3), 290-322.
- Sobel, M. E. (1982). Asymptotic confidence intervals for indirect effects in structural equation models, *Sociological Methodology*, 13, 290-312.
- Suldo, S. M., Riley, K. N. ve Shaffer, E. J. (2006). Academic correlates of children and adolescents' life satisfaction. *School Psychology International*, 27(5), 567-582.
- Tajeddini, K. ve Truema, M. (2012). Managing Swiss hospitality: How cultural antecedents of innovation and customer-oriented value systems can influence performance in the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 1119-1129.
- Vargo, S. ve F. Lusch, (2006). Service-dominant logic: reactions, reflections and refinements. *Marketing Theory*, 6 (3), 281-288
- Vargo, S.L. ve Akaka, M.A. (2009). Service-dominant Logic as a Foundation for Service Science: Clarifications. *Service Science*, 1(1): 32-41.
- Yılmaz, E. ve Sünbül, A. M. (2009). Üniversite öğrencilerine yönelik girişimcilik ölçeğinin geliştirilmesi *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21, 195-203.
- Yoon, S. R., Choi, D. C. ve Park, L W. (2007). Service orientation: its impact on business performance in the medical service industry. *The Service Industries Journal*, 27(4), 371-380.
- Wunder, C., Wiencierz, A., Schwarze, J. ve Küchenhoff, H. (2013). Well-Being over the Life Span: Semiparametric Evidence from British and German Longitudinal Data. *Review of Economics and Statistics*, 95(1), 154-167.