

T.C.
BARTIN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR ANABİLİM DALI

**BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR YÜKSEKOKULUNDA ÖĞRENİM GÖREN
ÖĞRENCİLERİN GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİ İLE İLETİŞİM YETERLİLİKLERİ
ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

HAZIRLAYAN

FATİH ŞENER

DANIŞMAN

DOÇ. DR. TANER BOZKUŞ

BARTIN - 2019

T.C.

BARTIN ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR ANABİLİM DALI

BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR YÜKSEKOKULUNDA ÖĞRENİM GÖREN
ÖĞRENCİLERİN GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİ İLE İLETİŞİM
YETERLİLİKLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

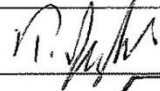


HAZIRLAYAN

Fatih ŞENER

DANIŞMAN

Doç. Dr. Taner BOZKUŞ

“Bu tez 13/11/2019 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Oybirliği ile kabul edilmiştir.”

JÜRİ ÜYESİ	İMZA
Doç. Dr. Taner BOZKUŞ	
Doç. Dr. Fatih YAŞARTÜRK	
Doç. Dr. Serdar CEYHUN	

KABUL VE ONAY

Fatih ŞENER tarafından hazırlanan “Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulunda Öğrenim Gören Öğrencilerin Girişimcilik Özellikleri ile İletişim Yeterlilikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” başlıklı bu çalışma,13.11.2019 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda **oy birliği** ile başarılı bulunarak jürimiz tarafından **Yüksek Lisans** Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan: Doç. Dr. Taner BOZKUŞ
(Danışman)



Üye: Doç. Dr. Fatih YAŞARTÜRK



Üye: Doç. Dr. Serdar CEYHUN



Bu tezin kabulü Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun .../.../... tarih vesayılı kararıyla onaylanmıştır.


Prof. Dr. Metin SABAN
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

BEYANNAME

Bartın Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü tez yazım kılavuzuna göre, Doç. Dr. Taner BOZKUŞ danışmanlığında hazırlamış olduğum “Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulunda Öğrenim Gören Öğrencilerin Girişimcilik Özellikleri ile İletişim Yeterlilikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” adlı Yüksek lisans tezimin bilimsel etik değerlere ve kurallara uygun, özgün bir çalışma olduğunu, aksinin tespit edilmesi halinde her türlü yasal yaptırımını kabul edeceğimi beyan ederim.

13/11/2019

Fatih ŞENER



ÖN SÖZ

Bu araştırmada üniversite öğrencilerinin Girişimcilik özelliklerinin iletişim eğilimlerine olan etkileri üzerine araştırılmıştır. Araştırma, Bartın Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesinde eğitim gören öğrencilere uygulanmıştır. Bu çalışmanın Bartın Üniversitesi'nde okuyan tüm öğrencilere faydalı olmasını temenni ediyor, araştırmanın veri toplama sürecinde katkı sağlayan tüm öğrenci arkadaşlarıma ve Hocalarıma teşekkür ediyorum. Yüksek lisans eğitimim boyunca yetişmemde çok emeği olan ve her türlü sıkıntılara karşın desteklerini esirgemeyen, bilgi ve tecrübelerini paylaşan Değerli Danışmanım Doç. Dr. Taner BOZKUŞ hocama teşekkürlerimi bir borç bilirim.

Ayrıca görüş ve önerileri ile yardımlarını esirgemeyen Bartın Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Tüm Hocalarıma ayrı ayrı teşekkür ediyorum. Eğitim gördüğüm Bartın İlinde beni hiç yalnız bırakmayan dostlarıma, ağabeylerime ayrıca teşekkür ediyorum. Araştırma sürecinde beni destekleyen ve çalışmam konusunda beni motive eden Değerli Aileme ve her zaman yanımda olan nişanlım Abide ŞİMŞEK'e Őükranlarımı sunuyorum.

Fatih ŞENER

BARTIN,2019

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulunda Öğrenim Gören Öğrencilerin Girişimcilik Özellikleri ile İletişim Yeterlilikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Fatih ŞENER

Bartın Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Taner BOZKUŞ

Bartın – 2019, Sayfa: XI + 77

Araştırma kapsamında girişimcilik ve iletişim yeterlilikleri arasındaki ilişki ele alınmıştır. Araştırmanın örneklemini Bartın Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulunda (öğretmenlik, antrenörlük, spor yöneticiliği ve rekreasyon) bölümlerinde eğitimini sürdüren 402 kişiden oluşan öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak, “Üniversite Öğrencileri için Girişimcilik Ölçeği” ve “İletişim Yeterlilik Ölçeği” kullanılmıştır. Araştırmada elde edilen veriler bağımsız t Testi ve Fark ANOVA analizleri yapılmıştır, veriler SPSS 21.0 programı yardımıyla yapılmış ve yorumlanmıştır.

Yapılan analizler neticesinde katılımcıların girişimcilik düzeyleri ile iletişim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif yönlü ve kuvvetli bir ilişki belirlenmiştir. Yapılan fark testleri sonucunda ise katılımcıların yalnızca girişimcilik düzeylerinde annelerinin mesleğine göre farklılık tespit edilmiş ve annesi özel sektör çalışanlarının girişimcilik düzeyleri, annesi ev hanımı ve kamu çalışanı olan katılımcılara göre girişimcilik düzeylerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik; iletişim; BESYO

ABSTRACT

Master Thesis

**Investigation of The Relationship Between Entrepreneurship Characteristics and
Communication Competence Of Students Studying in School of Physical Education
And Sports**

Fatih ŞENER

Bartın University

Social Sciences Institute

Department of Physical Education and Sports

Thesis Advisor: Assoc. Dr. Taner BOZKUŞ

Bartın – 2019, Pages: XI + 77

The relationship between entrepreneurship and communication skills is discussed within the scope of the research. For this purpose, the concept of entrepreneurship is discussed in the first part and the concept of communication in the second part. In the third part, a sample was created for the students of Bartın University BESYO department and the data obtained as a result of the field study were analyzed in SPSS 21.0 program and included in this section.

As a result of the analyzes, a statistically significant positive and strong relationship was found between the entrepreneurship levels and communication levels of the participants. As a result of the difference tests, it was determined that the entrepreneurship levels of the participants differed according to their mothers' profession and the entrepreneurship levels of the private sector employees whose mother was housewife and public employees were higher than the other participants.

Keywords: Entrepreneurship; communication; BESYO

İÇİNDEKİLER

SAYFA

KABUL VE ONAY	iii
BEYANNAME	iv
ÖNSÖZ	v
ÖZET	vi
ABSTRACT	vii
İÇİNDEKİLER	viii
TABLolar DİZİNİ	ix
EKLER DİZİNİ	xi
GİRİŞ	1
1. GİRİŞİMCİLİK	4
1.1. Girişimcilik Kavramı	4
1.2. Girişimcilik Özellikleri	4
1.3. Girişimciliğin Gelişimi ve Önemi	7
1.4. Girişimciliğin Temel Taşları	8
1.5. Girişimcilik Politikası	9
1.6. Girişimcilikte Kariyer Etkisi	9
2. İLETİŞİM BECERİLERİ VE YETERLİLİĞİ	12
2.1. İletişim Kavramı	12
2.2. İletişim Türleri	17
2.2.1. Sözlü İletişim	17
2.2.2. Sözsüz İletişim	19
2.3. Etkin iletişim Becerileri	21
3. YÖNTEM	23
3.1. Araştırmanın Modeli	23
3.2. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme	23
3.3. Veri Toplama Aracı	24
3.4. Veri Analizi	24
4. BULGULAR	26
4.1. Örneklem Grubuna Ait Frekans ve Yüzde Değerleri	26
4.2. Bağımlı Değişkenin Demografik Değişkenlerce Anlamli Olarak Farklılaşp Farklılaşmadığını Saptamak Üzere Yapılan Hipotez Testleri	32
SONUÇ	61
KAYNAKLAR	65

TABLolar DİZİNİ

Tablo No	Sayfa No
Tablo 1: Araştırmanın Ölçeklerinin Değer Aralığı	24
Tablo 2: Katılımcıların Cinsiyetiniz Dağılımı	26
Tablo 3: Katılımcıların Yaş Dağılımı	26
Tablo 4: Katılımcıların Bölüm Dağılımı	27
Tablo 5: Katılımcıların Sınıf Dağılımı	27
Tablo 6: Katılımcıların Babalarının Eğitim Durumu Dağılımı	28
Tablo 7: Katılımcıların Annelerinin Eğitim Durumu Dağılımı	28
Tablo 8: Katılımcıların Babalarının Meslek Dağılımı	29
Tablo 9: Katılımcıların Annelerinin Meslek Dağılımı	29
Tablo 10: Katılımcıların Girişimcilik Dersi Alma Dağılımı	29
Tablo 11: Girişimcilik Ölçeği Tanımlayıcı İstatistik Dağılımı	30
Tablo 12: İletişim Ölçeği Tanımlayıcı İstatistik Dağılımı	30
Tablo 13: Güvenirlik Analizi Bulguları	31
Tablo 14: Bireylerin Girişimcilik Düzeylerinin Cinsiyete Göre Fark t-Testi Sonuçları	32
Tablo 15: Bireylerin Girişimcilik Düzeylerinin Yaşa Göre Fark ANOVA Testi Sonuçları	32
Tablo 16: Bireylerin Girişimcilik Düzeylerinin Bölüme Göre Fark ANOVA Testi Sonuçları	33
Tablo 17: Bireylerin Girişimcilik Düzeylerinin Sınıfa Göre Fark ANOVA Testi Sonuçları	34
Tablo 18: Bireylerin Girişimcilik Düzeylerinin Babanın Eğitim Düzeyine Göre Fark ANOVA Testi Sonuçları	34
Tablo 19: Bireylerin Girişimcilik Düzeylerinin Annenin Eğitim Düzeyine Göre Fark ANOVA Testi Sonuçları	35
Tablo 20: Bireylerin Girişimcilik Düzeylerinin Babanın Mesleğine Göre Fark ANOVA Testi Sonuçları	36
Tablo 21: Bireylerin Girişimcilik Düzeylerinin Annenin Mesleğine Göre Fark ANOVA Testi Sonuçları	37
Tablo 22: Bireylerin Girişimcilik Düzeylerinin Girişimcilik Dersi Almalarına Göre Fark t-Testi Sonuçları	37
Tablo 23: Bireylerin İletişim Düzeylerinin Cinsiyete Göre Fark t-Testi Sonuçları	38
Tablo 24: Bireylerin İletişim Düzeylerinin Yaşa Göre Fark ANOVA Testi Sonuçları	40
Tablo 25: Bireylerin İletişim Düzeylerinin Bölüme Göre Fark ANOVA Testi Sonuçları	42
Tablo 26: Bireylerin İletişim Düzeylerinin Sınıfa Göre Fark ANOVA Testi Sonuçları	45
Tablo 27: Bireylerin İletişim Düzeylerinin Babanın Eğitim Düzeyine Göre Fark ANOVA Testi Sonuçları	48

Tablo 28: Bireylerin İletişim Düzeylerinin Annenin Eğitim Düzeyine Göre Fark ANOVA Testi Sonuçları	51
Tablo 29: Sonuçları Bireylerin İletişim Düzeylerinin Babanın Mesleğine Göre Fark t-Testi Sonuçları	54
Tablo 30: Sonuçları Bireylerin İletişim Düzeylerinin Annenin Mesleğine Göre Fark ANOVA Testi Sonuçları	55
Tablo 31: Bireylerin İletişim Düzeylerinin Girişimcilik Dersi Almalarına Göre Fark t-Testi Sonuçları	58
Tablo 32: Korelasyon Analizi	60

EKLER DİZİNİ

Ek	Sayfa
No	No
Ek A. Kişisel Bilgiler Anketi.....	68
Ek B. Girişimcilik Ölçeği.....	69
Ek C. İletişim Ölçeği	72
Ek D. Envanter Kullanım İzni	75

GİRİŞ

Gündelik yaşam koşulları dikkate alındığında iş yaşamı gündelik yaşamın ortalama 8 -10 saatlik bir kısmını oluşturmaktadır. Özellikle büyük şehirler göz önüne alınarak trafikte geçirilen zamanla birlikte iş yaşamı geniş bir zaman dilimine yayılmaktadır. Artan rekabet ve nüfusla birlikte yaşam koşulları zorlayıcı bir hal alabilmekte. İşverenlerin, çalışanlarından beklentileri yüksek ve sundukları olanaklar değişkenlik gösterebilmektedir. Bu da çalışanların işlerine karşı hoşnutsuz bir yapıya bürünmelerine yol açabilir. Birçok insanın hayali kendi işinin sahibi olmaktır ancak bir kısım bu isteğini gerçeğe dönüştürebilmektedir.

20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren pazarlama stratejileri değişim göstermiştir. Küreselleşmenin de etkisiyle birlikte her birey ihtiyaç duyduğu ürün ya da hizmet için kolayca birden fazla seçenek bulabilmektedir. Sunulan ürünlerin fiyat ve kalitelerinin de birbirlerine her geçen gün biraz daha yakınlaştığı düşünüldüğünde tüketicilerin işletmeleri tercih etmelerinde etkili olan başlıca unsur kurulan iletişim olmaktadır. Bu da hizmet kalitesi ve tüketici memnuniyeti üzerinde belirleyici konum sağlayabilmektedir. Bu noktada tıpkı küçük ve büyük binlerce işletme gibi yeni girişimcilerin de temel alması gereken esas hususların başında iletişim gelmektedir.

Günümüzde her işletme sürdürülebilirliğini sağlamak, pazar payını ve karlılığını artırma çabası içerisindedir. Artan küreselleşme ile birlikte rekabet koşulları zorlayıcı bir hal alabilmekte ve bu zorlayıcı koşullar içerisine yeni bir girişimci olarak girmek değişkenlik gösterebilir. Dolayısıyla girişimcilerin, mevcut işletmelerin yanı sıra girdikleri yeni Pazar içerisinde çok daha titiz ve çok daha dikkatli davranmaları gerekmektedir. Yeni bir ürün ya da hizmet sunmayan bir işletmenin aynı ya da benzer ürün ve hizmeti sunan işletmelerden ayrılabilmesi, onların önüne geçip fark yaratabilmesi için fiyat ve kaliteden ziyade kurulan iletişim ve sağlanan memnuniyet belirleyici olmaktadır. Başarılı bir iletişime sahip olan girişimcinin ya da işletmenin başarılı olması yönünde büyük payı vardır. Bununla birlikte bir girişimci, yalnızca tüketiciler ile değil çalışanları ve yöneticileri ile de iletişim halindedir ki etkili bir iletişim kurulan bir girişimcinin çalışanlarının memnuniyetini sağlayabilmesi, buna paralel olarak da tüketicilerin memnuniyetini sağlayabilmesi mümkün olmaktadır.

Genel bir değerlendirme bulunmak gerekir ise girişimci ile iletişim arasında bir ilişki mevcuttur ve başarılı bir girişimci olabilmek için etkili iletişim öneminin bilincinde olunması gerekmektedir. Dolayısıyla da bir girişimci için iletişim kavramı, ele alınması gereken öncelikli kavramlar arasında yer almaktadır. İletişimin gündelik yaşamdaki rolü ve önemi de dikkate alındığında iletişim olgusunun önemi anlaşılmaktadır.

Araştırmanın Problemi

Araştırmanın problemi “beden eğitimi ve spor yüksekokulunda eğitim alan öğrencilerin girişimcilik özellikleri ile iletişim yeterlilikleri arasında ilişki olup olmadığı ve varsa bu ilişkinin yönünün belirlenmesidir.

Araştırmanın Alt Problemleri

1. Katılımcıların girişimcilik özellikleri demografik özelliklerine göre farklılık göstermekte midir?
2. Katılımcıların iletişim yeterlilikleri demografik özelliklerine göre farklılık göstermekte midir?

Araştırmanın Amacı

Araştırma kapsamında üniversite öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri ve iletişim düzeylerinin belirlenmesi, demografik özelliklerine göre bu düzeylerin farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi ve girişimcilik düzeyleri ile iletişim düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

Araştırmanın Önemi

Girişimcilik ile iletişim arasında günümüz rekabet koşulları içerisinde yoğun bir ilişki bulunmaktadır. Buna göre araştırma kapsamında elde edilecek bulgular oldukça geniş bir kitleye hitap etmektedir. Bununla birlikte konuya ilişkin araştırmacılara, öğrencilere, yöneticilere ve girişimcilere de kaynak oluşturacak olması araştırmanın önemini oluşturmaktadır.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma, araştırmanın örneklemini oluşturan katılımcılar ve çalışmanın teorik kısmında yararlanılan kaynaklar ile sınırlıdır.

Araştırmanın Varsayımları

Araştırma kapsamında iki varsayım bulunmaktadır. Bu varsayımlar;

1. Araştırma kapsamında kullanılan ölçekler, araştırmanın amacına uygundur.
2. Araştırmanın örneklemini oluşturan katılımcılar, vermiş oldukları yanıtlarda samimidir.

Tanımlar

- **Girişimcilik:** Yeni ama içerisinde çeşitli riskler barındıran fikirlere sahip olunup, bu fikirleri hayata geçirmek adına gerçekleştirilen çaba bütünü (Titiz, 1994: 60-78).
- **İletişim:** İnsanlar arasında ikili ve çoklu gruplar halinde gerçekleştirilen, mesaj alışverişi (Cemalcılar, 1988: 56).

1.GİRİŞİMCİLİK

Bu bölüm içerisinde girişimcilik kavramına, girişimcilik kavramının özelliklerine, tarihsel gelişimine, politikalarına ve kariyer olgusu üzerindeki etkilerine yer verilecektir.

1.1.Girişimcilik Kavramı

Girişimcilik kavramının tanımından önce girişimci kavramının tanımlanması daha doğru bir yaklaşım olacaktır. Buna göre girişimci; yeni ama içerisinde çeşitli riskler barındıran fikirlere sahip olup, bu fikirleri hayata geçirmeye çabalayan kişiler olarak tanımlamak mümkündür. Girişimciyi diğer insanlardan ayıran başlıca özellik fırsatları görüp bunları birer iş fikrine çevirmesidir (Titiz, 1994:60-78).

Girişimci, yeni bir işe atılmaktan çekinmemektedir. Bu doğrultuda üretim faktörlerini bir araya getirmekte, üretim için gerekli materyallerin yanı sıra finansal alt yapıyı da sağlamaktadır. Bunlarla da yetinmeyerek üretimine uygun pazarı da belirlemektedir. Tüm bunların bir araya gelmesi sonucunda hayata geçirilen iş fikri de girişimciliğin bir ürünüdür (Canan, 1996:29-37).

1.2.Girişimcinin Özellikleri

Girişimciyi ve girişimciliği özetlemek gerekirse bu tanımlara uygun olunabilmesi için sahip olunması gereken özellikler şunlardır (Canan, 1996:29-37):

- Girişimci, pazardaki fırsatları ve gelişmeleri diğer insanlardan daha önce görür,
- Girişimci, yeni bir girişimde bulunurken risk alır,
- Girişimci, rekabetçidir ve daima daha iyisini hedefler,
- Girişimci, aynı zamanda yenilikçidir.
- Girişimci, başarılı öngörülere sahip olmalıdır.
- Girişimci, girdi sağlamalıdır.
- Girişimci, işi planlayabilmeli ve yönetebilmelidir.
- Girişimci, örgütsel yapıyı kurabilmeli, güçlendirebilmeli ve çalışanların bağlılıklarını arttırabilmelidir.
- Girişimci, kar sağlamalıdır.
- Girişimci, girdileri işleyebilmelidir.

Daha kapsamlı bir şekilde ele alırsak, bir girişimde bulunması gereken özellikler ve kapsamları şunlardır:

- **Başarı İhtiyacı:** Bir girişimcinin sahip olması gereken özelliklerin başında başarı ihtiyacı gelmektedir. Başarı ihtiyacı duymayan bir girişimcinin piyasadaki fırsatları görmesi, yaratıcı olması ya da disiplinli bir şekilde çalışması mümkün değildir. Başarı ihtiyacı, bir girişimci için temel motivasyon kaynağıdır. Başarı ihtiyacı duyan bir girişimci, başarılı olabilmek için büyük bir arzuya sahip olup çaba göstermektedir. Zorluklarla baş etme gücüne sahip olduğu gibi, giriştiği yeni ve zorlayıcı yolda gerekli cesarete sahip olmaktadır. Uğradığı en ufak bir başarısızlıkta ya da ters giden bir durum olduğunda pes etmek yerine alternatif yollar aramakta ve başarıya ulaşmak için yoğun bir çaba sarf etmektedir (İrmiş vd., 2010:5-46).
- **Risk Alma Eğilimi:** Sermaye, doğal kaynaklar ve emek gibi temel üretim faktörlerini bir arada tutup hizmet ve mal üretimini başlatan, başlatılan bu süreçte gerekli finansmanı ve pazarı bulan kişiye girişimci denir. Bu temel etmenlere ilaveten girişimcilik dördüncü faktör olarak tanımlanabilir. Kar güdüsü ile hareket eden girişimci bu süreçte bazı riskleri de üstlenmek durumundadır. Kişilerin alabilecekleri riskler, başa çıkabilecekleri diğer bir deyişle katlanabilecekleri orandadır. Girişimciler işletmelerinin sürdürülebilir olması için büyük riskler yerine orta düzey riskleri almayı daha uygun bulurlar (İrmiş, vd. 2010: 5-46).
- **Belirsizliğe Karşı Tolerans:** Bir girişimci, yeni bir yola girmektedir ve bu yolda nelerle karşılaşabileceği konusunda tahminleri olsa da net bir bilgiye sahip değildir. Dolayısıyla bu yol boyunca maruz kalacağı belirsizliklere karşı girişimcinin yeterli toleransa sahip olması gerekmektedir. Belirsizlikler, girişimciyi yıldırmmamalı aksine kamçılmalıdır. Belirsizliğe toleransı olmayan bir girişimcinin yüksek motivasyona, disipline ve sağlıklı karar alma yetisine sahip olması da mümkün değildir. Belirsizliğe karşı toleransı olan girişimci ise öngörülerinde yanılrsa ve farklı belirsizliklere maruz kalsa dahi alternatif geliştirme ve belirsizliği gidermek adına çözüm bulma çabası içerisine girmektedir (Uzun ve Dirlık, 2007: 136).
- **Kontrol Odağı:** İçsel ve dışsal kontrol odağına sahip kişilerin farklı inanışları kontrol odağı kavramını doğurmuştur. Dışsal kontrol odaklı bireyler hayatları ile ilgili cereyan eden hadiselerin kontrol edilemeyen güçler tarafından yönetildiğine inanmakla birlikte bu süreçte kendilerini pasif olarak görmektedirler. Hedeflerine ulaşabilmelerinin talihe, şansa ya da kendilerinden güçlü kurumlara bağlı olduğunu

düşünürler. İçsel kontrol odaklı bireyler ise dışsal kontrol odaklı bireylerin aksine kendilerinin yaşadıkları ya da karşılaştıkları durumlar özelinde daha etkin rol oynadıklarına inanırlar. Hayatlarındaki olayları kendi çabaları ile kontrol edebileceklerini düşünen içsel kontrol odaklı kişiler çevrelerini etkileme ve ikna kabiliyetlerine güvenmektedirler. İçsel kontrol odaklı bireyler kendilerine has stil sahibi iken dışsal kontrol odaklı bireyler daha çok piyonlara benzemektedir (Uzun ve Dirlik, 2007: 137).

- **İyimserlik ve Sorunlarla Başa Çıkma:** Bir girişimcinin piyasada yer edinmesi kısa sürede ya da kolayca olacak bir durum değildir. Bununla birlikte bir girişimci ön göremediği birçok farklı problem beklemektedir. Dolayısıyla tüm bu süreç içerisinde girişimcinin iyimser bir tavır sergilemesi, önce kendisini ve sonrada yanında yer alan destekçilerini ya da çalışanlarını motive etmesi gerekmektedir. Oluşan yeni sorunlarla da başa çıkabilmesi ve sorunları minimize ederek kendisi ve işletmesi adına en uygun ortamı yaratmaya çalışmalıdır (Çelik vd. 2014: 113).
- **Liderlik:** Sahip oldukları özellikler ve yetenekler çerçevesinde girişimci unvanına sahip olan bireylerin bu unvanlarını koruyabilmek için ilave olarak bazı rolleri de üstlenmeleri başarı için gereklidir. Bu anlamda girişimci girişimi gerçekleştirirken kurucu rol üstlenmekte olup sonrasında ise girişimin hayatını devam ettirebilmesi adına hem belirli bölümlerde yöneticilik yapmakta hem de personeline rehberlik yapmaktadır. Fırsatları kollayan, bu fırsatlar için kaynakları bir araya getiren ve risk alan girişimci, süreci yönetirken girişimci özelliklerinin yanı sıra liderlik özellik ve davranışlarından da yararlanmak durumundadır. Lider, geleceği ön görüp pozisyon alan, hayalleri ile gerçekler arasında hassas bir denge kuran, risk alıp aldığı bu riski yönetebilen kişidir. Bir organizasyonda girişimcilik kültürünün yaygınlaştırılmasında en büyük görev lidere düşmektedir, bu nedenle liderin girişimci liderlik anlayışı ile personeline örnek olması gerekmektedir. Liderlik özellikleri girişimciye; sistemi tanıma ve eksikleri giderme, rekabet ortamında avantaj sağlama, sorunlara yaratıcı çözümler getirme, belirsizliği irdeleme, stres ve tepkiler ile mücadele gibi özellikler kazandırır (Çelik vd. 2014: 114)
- **Kendine Güven:** Bir girişimcide bulunması gereken bir diğer özellik kendine güvendir. Girişimci, aldığı kararlara ve kendisine güvenmelidir. Güvenmediği bir işe kalkışmaması gerektiği gibi güvendiği ve inandığı fikirlerin de arkasından gitmelidir. Elbette gereksiz bir güvene sahip olması girişimci yanlış kararlar almaya

sürükleyecektir, bu sebeple kendi bilgilerini ve kararlarını sorgulamalı ancak güvensiz bir tavır içerisinde bulunmamalıdır (Bozkurt, 2011: 12).

- **Yenilikçilik ve Yaratıcılık:** Yenilik girişim sürecinin tıkandığı noktalarda adeta bir anahtar görevi yapmaktadır. Bir işletmenin sağlıklı bir şekilde hayatına uzun yıllar devam edebilmesinde en önemli unsur inovasyon köken olarak ta yeni anlamına gelen Latince “nova” sözcüğünden türemiştir. Yepyeni bir ürün veya hizmeti getirmek suretiyle fark yaratan ya da mevcut bir iş fikrini yeniden ele alarak daha iyi bir iş çıkaran kişi girişimcidir. Ancak girişimci her zaman yenilik yapmak zorunda da değildir. Girişimci içinde bulunduğu çevreyi çok iyi gözlemleyen, yorumlayan ve uzun dönemde ihtiyaç olabileceğini düşündüğü ürün veya hizmeti üretmek için kaynakları bir araya getiren kişidir. Girişimcinin en önemli özelliklerinden biriside yaratıcılıktır. Yaratıcılığın doğası bilginin yeniden üretilmesine odaklanır. Yaratıcı kişilerin bağımsız davranışlar sergilemesi beklenir. Yaratıcılık, esneklik, farklı bakış açısı, çevreye ve insanlara duyarlılık, yeni durumlara karşı hazırlıklı olma, farklı sonuçlara varabilme gibi özellikleri içinde barındırır. Girişimcilik bilinmeyen ortaya konulması olup mevcut fırsatların görülmesi ya da yeni fırsatların yaratılması esasına dayanır (Bozkurt, 2011: 13).

Sonuç olarak girişimciliğin net bir tanımını yapacak olursak, "girişimcilik, çevresine bakmasını ve ihtiyaçlarını görmesini bilen, bu ihtiyaçları bir iş fikrine çevirebilen, risk alabilen, yaratıcı düşünebilen, iş yapabilmek için gereken kaynaklara sahip olmasa da bunları bir araya getirmesini becerebilen kişidir" (Titiz, 1994:60-78).

1.3.Girişimciliğin Gelişimi ve Önemi

Sanayi devrimi, birçok yeniliği ve değişikliği beraberinde getirerek üretimden dağıtım, ulaşımdan yönetime birçok alt kolda da yenilikleri ve değişimleri zorunlu kılmıştır. Bu süreç ile birlikte ulusal ekonomilerin uluslararası ekonomiye olan bağılıkları artmıştır. Artan küreselleşme ile birlikte ulusal pazarların önemi ve etkinliği azalırken, küresel pazarlar gelişim göstermiştir. Ancak artan küreselleşme, girişimciliğin de önemini arttırarak pazardaki farklılık oluşturmak zorunda kalan işletmelerin rekabet düzeylerinde belirleyici rol oynamaya başlamıştır (Bozgeyik, 2005:70-80).

Bahsedildiği üzere artan küreselleşme, rekabeti arttırmış, işletmelerin pazarda var kalıcı olabilmeleri adına gerekli olan farklılıkların artmasına neden olmuştur. İkame ürün ve hizmetlerin fazlalığı bu farklılıkları azaltmıştır. Bu sebepler yeni girişimler ile birlikte pazarda fark yaratmak mümkün bir hal almıştır. Toparlamak gerekirse girişimcilik, günümüz rekabet koşulları içerisinde işletmelerin gerek ürünlerinde gerekse hizmet kalitelerinde farklılık yaratarak sürdürülebilirliklerini mümkün kılan başlıca unsur halindedir (Döm, 2008:92).

Girişimcilik ülke ekonomisinin gelişmesinde de etkilidir. Yeni fikirler sayesinde yeni iş kolları oluşturarak istihdam sağlamakta ve işsizliğin azalmasında katkıda bulunmaktadır. Bununla birlikte ekonomik büyümeye katkıda bulunmakta, yenilikçi yapısı sayesinde rekabeti arttırarak yeni kaynakların, hizmetlerin ve teknolojilerin geliştirilmesinde rol almaktadır. Üretimi arttırmakta, üretim araçlarının optimal şekilde kullanımını sağlamaktadır (Şahin, 2011: 123).

1.4.Girişimciliğin Temel Taşları

Girişimci, süreci başlatan, yöneten ve uygulayan kişi olarak söz konusu girişimin başarı durumunda doğrudan etkiye sahiptir. Girişimcinin özellikleri ve tutumları bu süreçteki önemli kriterlerdendir. Buna göre başarılı bir girişimcinin gerçekleştirmesi gereken fonksiyonları şu şekilde sıralamak mümkündür (Şimşek, 2004:60-70).

- Girişimci, yeni bir ürün ya da hizmet sunmalı veya var olan ürün ya da hizmete yeni bir özellik katmalı, kalitesini yükseltmelidir. Bu fonksiyonda başarılı olması halinde pazarda öncü konuma gelecek ve önemli kazançlar sağlayacaktır.
- Girişimci, yeni üretim yöntemleri geliştirmeli ve geliştirdiği bu yöntemleri başarılı bir şekilde uygulamalıdır. Bu yenilikler, maliyetleri düşürmeli, üretim kapasitesini optimize etmelidir.
- Girişimci, endüstride yeni organizasyonlar kurmalıdır. Bu yenilikler ile hem örgütsel yapıda hem de çevresel yapıda farklılıklar yaratmalıdır. Girişimcilerin örgütlenerek çeşitli işletme birliklerini kurmalarının temel amacı, piyasaya hâkim olmak ve bu yolla kazançlarını mümkün olan en yüksek düzeye çıkarmaktır.
- Girişimci, yeni pazarlara ulaşmalıdır. Bölgesel pazarda yer alıyorsa ulusal pazara, ulusal pazarda yer alıyorsa küresel pazara açılarak geniş kitlelere yayılarak büyümeye yönelmelidir.

- Girişimci, müşteri memnuniyetini arttırarak tüketicilerin bağlılıklarını ve sürekliliklerini arttırmalı, tüketicilerin satın alma gücüne olumlu yönde katkıda bulunmak amacı ile ekonomik kalkınmaya yardımcı olmalıdır.
- Girişimci, yeni hammadde kaynakları bularak gerektiğinde üretim yöntemlerinde farklılıklar yaparak maliyetlerini düşürmeli ya da tüketici dostu ürün ve hizmetlere yönelmelidir.

1.5.Girişimcilik Politikası

Girişimciliği arttırmak ve ulusal ekonomide katkıda bulunmak amacı ile yürütülen politikalar içerisinde en kapsamlı KOSGEB'dir. KOSGEB'in başlıca amaçları şunlardır (KOSGEB, 2011:23-29):

- Girişimcilik kültürünün tüm topluma yayılmasını sağlamak
- Girişimcilik sayılarının arttırılması
- Topluma, plana dayalı iş kurma alışkanlığı kazandırmak
- Kadın girişimcileri topluma kazandırmak
- Yeni kurulan işletmelerin başarı oranlarını arttırmak.

Bu amaçlara ulaşmak amacı ile KOSGEB, verdiği eğitimler ile girişimciliğe teşvik etmekte, yönlendirmelerde bulunmakta ve toplumu bilinçlendirmektedir. Ayrıca başarılı olan kursiyerlere çeşitli teşvik programları çerçevesinde geri dönüşümsüz ya da uzun vadeler eşliğinde geri dönüşümlü krediler ve vergi muafiyetleri gibi somut destekler de sağlanmaktadır.

1.6.Girişimcilikte Kariyer Etkisi

Kariyer planlama süreci, bireyin eğitiminden itibaren bir süreç olmasına karşın özellikle ülkemizde eğitimin ardından planlanmaya başlayan bir süreç olarak dikkat çekmektedir. Kişinin kendi amaç, ilgi alanı, inanç, değer, tutum ve yaklaşımlarına uygun bir kariyer seçimi için, bilgi, beceri ve yeteneklerini geliştirmesi gerekir. Bu süreç içerisinde iç ve dış çevre faktörleri olmak üzere iki alt kategoride bireyin kariyer planlamasını etkileyen faktörler söz konusudur (Korkmaz, 2000:165).

İç çevre faktörleri;

- Mesleğe olan ilgi
- Mesleki tatmin
- Duygusal bağlılık
- Hayat görüşü

Dış çevre faktörleri;

- Eğitim düzeyi
- Kültürel yapı
- Aile baskısı
- Mali kaygılar

Görüldüğü üzere iç çevre faktörleri bireyin iç dünyasını kapsamakta olup duygusal değişkenlerden oluşmaktadır. Dış çevre kaygıları ise bulunulan çevredeki aile, geçim kaygısı, alınan eğitim gibi daha somut değişkenleri içermektedir (Börü, 2006:4).

Birey, değerlendirmeleri sonucunda sabırlı olmak, kararlı olmak gibi girişimci özelliklere sahip olduğunu düşünüyorsa ve girişimci olmanın başarı hissi, bağımsızlık arzusu, finansal kontrol gibi olumlu yönleri ve kişisel özveriler, sorumluluk yükü, zarara fazla tolerans gösterememek gibi olumsuz yönlerini karşıladıktan sonra girişimci olmayı bir kariyer olarak seçebilir. Bireyi girişimciliğe yönelten farklı faktörlerden de söz etmek mümkündür. Bunlar; kendi ayakları üzerinde durma isteği, masa başı işlerin kendisine uygun olmadığını düşünme, kişilik olarak başkalarının emri altında çalışmama gibi faktörlerdir (Yıldırım, 2016:60).

Girişimcilik, bahsedildiği üzere başlı başına bir yenilik içermektedir. Var olmayı sunmaya ya da var olanı geliştirmeye bağlıdır. Büyük bir riski de beraberinde içermektedir. Bu risk kimi zaman maddi ya da iş gücüne dayalı bir risktir, kimi zaman da manevi bir risktir. Yapılan araştırmalar neticesinde ülkemizde faaliyete başlayan işletmelerin %80'i ilk 5 yıl içerisinde iflas etmektedir. Bu denli yüksek bir kaybetme oranı karşısında da her bireyin hayalini kurduğu işi hayata geçirmesi mümkün olmamaktadır. Hele ki toplumsal baskılar düşünüldüğün de bu husus çok daha zor bir hal almaktadır (İraz, 2010:185-200).

Sağlıklı bir kariyer planlamasında bulunan birey, hayattan beklentilerini, yapmak istediği mesleği, hedeflerini ve en önemlisi hedeflerine ulaşabilmesi için atması gereken adımları planlamış olmaktadır (İraz, 2010:185-200).

Kariyer planlamasının girişimciliğe olan faydalarından bahsedildiği ancak özetlemek gerekirse faydaları şunlardır (İraz, 2010:185-200):

- Kariyer planlaması yapan girişimci, kendisini tatmin edecek mesleği keşfetmiştir.
- Kariyer planlamasını yapan girişimci, girişimciliğe karar verdiğinde aldığı risklerin farkındadır.
- Kariyer planlamasını yapan girişimci, onu başarıya götürecek unsurların farkındadır.
- Kariyer planlamasını yapan girişimci, kendisi için en doğru tercihe karar vermiştir.
- Kariyer planlamasını yapan girişimci, başarısız olduğunda karşılaşılabileceği senaryoların bilincindedir.
- Kariyer planlamasını yapan girişimci, yalnızca başarısız senaryonun değil başarılı olduğunda karşılaşıacağı senaryonun da bilincindedir.
- Kariyer planlamasını yapan girişimci, kendisini yukarıya taşıyacak hem somut hem soyut faktörlerden faydalanmaktadır.
- Kariyer planlamasını yapan girişimcinin yanlış bir hamlede bulunma olasılığı düşmekte, bireyin aldığı risk minimize edilmektedir.

2. İLETİŞİM BECERİLERİ VE YETERLİLİĞİ

Bu bölümde iletişim olgusu ele alınacak olup iletişim kavramına, iletişim türlerine ve etkin iletişim becerilerine yer verilecektir.

2.1.İletişim Kavramı

İletişim olgusu, temel itibari ile en az iki kişi arasında etkileşim sağlanması olarak tanımlanmaktadır. Bu etkileşim sözlü olduğu gibi sözsüz bir şekilde de gerçekleştirilebilmektedir. İletişim olgusu, oldukça geniş kapsamlı bir kavram olmakla birlikte bireyden bireye, toplumdaki topluma farklılaşmaktadır. Bu da iletişimin farklı şekillerde kurulmasına yol açmaktadır. İletişim kurularak başta bilgi ve duygu olmak üzere insanlar arasında aktarım gerçekleşmektedir. Bununla birlikte iletişimi yalnızca iki insan arasında sınırlandırmak da doğru değildir. İnsan ile diğer canlılar ve doğa arasında hatta insan olmadan diğer canlılar ve doğa arasında da iletişim kurulmaktadır (Güngör, 2011: 117-146).

İletişimde temel amaç aktarımda bulunmaktır. Her canlı kendisini ifade etme ihtiyacı hissetmektedir ki bu ihtiyaç da farklı iletişim kanalları kullanılarak karşılanmaktadır. İnsanlığın ilk çağlarından itibaren iletişim kurulduğu bilinmektedir. Bu iletişim geçmiş zamanlarda çıkartılan seslerle ya da mağara duvarlarına çizilen resimlerle kurulurken, insanlığın gelişimi ile birlikte iletişim yöntemleri de gelişim göstererek başta sözlü iletişim ve vücut dili gibi sözsüz iletişim araçlarıyla günümüzde kurulmaya devam etmektedir (Açıköz, 2005: 28).

İletişim kavramı, yaşamın hemen her alanında yer aldığından farklı alanlarda farklı anlamlarda da karşılık bulabilmektedir. Hali hazırda toplumdaki topluma farklılık gösteren iletişim kavramının bir de farklı alanlarda farklı şekilde karşılık buluyor olması iletişim kavramına yönelik herkes tarafından kabul gören bir tanımın yapılamamasına yol açmaktadır. Buna karşın iletişim kavramını genel olarak canlılar arasında bilgi ve duygu paylaşımını sağlayan, kişisel ve toplumsal ifade şansı tanıyan etkileşim yöntemi olarak tanımlamak mümkündür (Aziz, 2010: 169).

İletişim kavramına yönelik Türk Dil Kurumu tarafından da bir tanımda bulunulmuştur. Bu tanıma göre iletişim kavramı; bireyler arasında duygu ve düşünce

paylaşımını sağlayan, haberleşme ve paylaşma aracı şeklinde tanımlanmaktadır (www.tdk.gov.tr).

İletişim kavramına yönelik literatürde birçok farklı tanıma rastlamak mümkündür. Bu tanımlardan birinde iletişim kavramı, insanlar arasında ikili ve çoklu gruplar halinde gerçekleştirilen, mesaj alışverişi şeklinde ifade edilmektedir (Cemalcılar, 1988: 56). İletişim kavramına yönelik bir diğer tanımda iletişim kavramı duyguların, düşüncelerin, bilgilerin ve kültürün aktarılmasını sağlayan ve bu süreçte sembollerden yararlanılan araç olarak ifade edilmektedir (Tutar ve Yılmaz, 2003: 44-86). Yine bir diğer tanımda ortak semboller üzerinden gerçekleştirilen bilgi, duygu ve düşünce aktarımını sağlayan araç şeklinde iletişim kavramı ifade edilmektedir (Zıllıoğlu, 2007: 22). Konuya ilişkin benzer tanımlar içerisinde son olarak iletişim kavramı insanlar arasında ya da insanlar ile diğer canlılar ve doğa arasında bilgi, duygu, tutum ve davranışların aktarılmasını ve anlaşılmasını sağlayan süreç şeklinde ifade edilmektedir (Oskay, 2016: 11).

İletişim, bir canlının bulunduğu her ortamda daima gerçekleşmektedir. Yaşamın her alanında ve her anında aktif olarak yer almaktadır. Bu nedenle etkili bir iletişim, hem bireysel hem de toplumsal yaşamda büyük önem taşımaktadır. Etkili bir iletişim ile birlikte çok daha kolay ve etkin bir iletişim kurulabilmektedir. Bu doğrultuda etkin iletişim sunduğu başlıca kazanımlar şunlardır (Yüksel, 2010: 1-43):

- Etkin bir iletişim, bireyin kendisini daha rahat ifade etmesini sağladığı gibi diğer bireyleri de daha rahat anlamasını sağlamaktadır.
- Etkin bir iletişim, bireyin kişisel farkındalığının artmasını ve kendisini daha yakından tanımasını sağlamaktadır. Bu sayede de bireyin olgunlaşmasına ve öz yeterliliğinin artmasına katkı sağlamaktadır.
- Etkin bir iletişim, bireyin diğer bireyler tarafından daha fazla saygı görmesini sağlamaktadır. Bu da bireyin toplumda daha saygın bir kişiye dönüşmesini sağladığı gibi diğer insanlarla etkileşimini de arttırmaktadır.
- Etkin bir iletişim, bireyin çevresel farkındalığını arttırmaktadır. İletişimin yalnızca sözlü değil sözsüz de kurulabildiğinin farkına varan birey, çevresinde olup bitenleri, bireyleri özünde ne anlatmak istediklerini ya da hangi duygular içerisinde olduklarını daha iyi anlayabilmektedir.

- Etkin bir iletişim, bireyin iş yaşamına da olumlu yansımaktadır. Bireyin iş arkadaşları ile uyumunu arttırdığı gibi bireysel performansının da artmasını sağlamakta, liderlik özelliklerini arttırmaktadır.
- Etkin bir iletişim, bireyin duygusal olarak kendisini daha iyi ifade etmesini ve sorunlarını daha hızlı ve kolay bir şekilde çözmesini sağlamaktadır. Bu da doğrudan bireyin yaşamına olumlu etkilen sunmaktadır.
- Etkin bir iletişim, bireyin daha geniş kitleler ile etkileşim kurabilmesini sağlamakta, dünya görüşünü geliştirmektedir. Bireyin yeni girdiği bir ortamda kolayca iletişim kurabilmesini sağlamaktadır.

İletişim olgusu içerisinde iletişim kuramları önemli bir yer tutmaktadır. İletişim kuramları, iletişim sürecini oluşturan öğeleri ele almakta ve her bir öğenin iletişim sürecinde rolüne vurgu yapmaktadır. İletişim kuramları kapsamında iletişim sürecinde yer alan öğeler şunlardır (Odabaşı ve Oyman, 2002: 15).

- Kaynak
- İleti
- Kodlama ve Kod Açma
- Kanal
- Alıcı
- Geri Bildirim
- Gürültü

İletişim sürecini daha iyi anlayabilmek için iletişim sürecini oluşturan öğeleri ve işlevlerini sırasıyla ele almakta yarar vardır.

- **Kaynak:** İletişim süreci kaynak ile başlamaktadır. Kaynak, iletişim sürecini başlatan öge olup aktarılmak istenen duygu, düşünce ya da bilginin kodlanmasını sağlamaktadır. Bu duygu, düşünce, bilgi ve benzeri unsurların ana çıkış noktasının sahibi kaynaktır. Kaynak, bu süreçte aktarmak istediği duygu, düşünce ya da bilgiyi kendi yöntemleri ve alıcıların da algılayabileceği şekilde kodlamakta ya da sembol yardımıyla ifade etmektedir. Bu noktada kaynağın amacına ulaşabilmesi ve mesajlarını aktarabilmesi için doğru kodlamaları yapması ya da doğru sembolleri seçmesi gerekmektedir. Bu da kaynağın etkili iletişim, bilgi birikimi, beden dili kullanımı gibi farklı hususlarda yeterli donanıma sahip olması gerekliliğini ortaya

çıkartmaktadır. Bu donanımlara yeterli düzeyde sahip olmayan kaynaklar da iletişim sürecinde yer alabilmektedir ancak bu donanımlara yeterli düzeyde sahip olan bir kaynak kadar kendilerini ifade edememekte ve mesajlarını aktaramamaktadırlar (Zıllıoğlu, 2007: 23).

- **İleti (Mesaj):** Kaynak tarafından karşısındaki insana ya da topluluğa aktarılmak istenen duygu, düşünce, bilgi vb. unsurların sözlü ya da sözsüz bir şekilde ifade edilmiş halidir. Kaynak, aktarmak istediği iletisini hitap ettiği kişilerin anlayabileceği semboller ya da kodlamalar yaparak ifade etmektedir. İleti, sözlü bir şekilde aktarılabilirdiği gibi sözsüz bir şekilde de anlatılabilmektedir. Sözlü anlatımda ağırlıklı olarak konuşma ve yazma ön plana çıkarken sözsüz anlatımda vücut dili, mimikler ve hatta bakışlarla dahi ileti aktarılabilmektedir. Artan cep telefonu ve sosyal medya kullanımı ile birlikte ileti aktarım yolları da artmışır. Temel itibari ile cep telefonu ya da sosyal medya araçlarında kullanılan sözcükler, emojiiler, sözlü iletişim aracı olan konuşma, yazılı iletişim aracı olan ve kağıda dökülmüş yazılar, mimikler, bakışlar ve hatta gülüşler birer iletidir (Zıllıoğlu, 2007: 24).
- **Kodlama ve Kod Açma:** İletişim sürecinde bahsedildiği üzere en az iki canlı arasında etkileşim gerçekleşmektedir. Bu etkileşim gerçekleşebilmesi ve iletişimin kurulabilmesi için ortak sembollerin ya da kodların kullanılması gerekmektedir. Kodlama, genel olarak canlıların duygu, düşünce ve bilgilerini aktarmalarını sağlayan ögedir. Duygu, düşünce ve bilgilerin sözcüklere ya da mimiklere dönüşmesi hali kodlamayı oluşturmaktadır. Bu da kodlama olmadan iletişim sürecinin gerçekleşmemesine neden olmaktadır. Daha önce bahsi geçen tüm iletişim çeşitleri birer kodlamadır (Odabaşı ve Oyman, 2002: 18).
- **Kanal (Oluk):** İletişim süreci içerisinde iletinin kodlanmasının ardından karşı tarafa aktarılmasına kadar ki süreç kanalı oluşturmaktadır. Daha yalın bir ifade ile kodlanan iletinin alıcıya ulaşmasını sağlayan araçtır. Sözlü iletişimde kaynağın iletisini sesler yoluyla karşı tarafa aktarmasında ortaya çıkan ses dalgaları kanaldır. Kanal, farklı iletişim yöntemlerinde farklılaşabilmektedir. Telefonla kurulan iletişimde telefon hatları kanalken, internet aracılığıyla kurulan iletişimde internet frekansları kanala dönüşmektedir. İletinin gücü, hitap ettiği duyu organı arttıkça artmaktadır. Dolayısıyla tercih edilen kanallarda karşı tarafından birçok duyusuna hitap edebilme olanağı belirleyici olmaktadır (Odabaşı ve Oyman, 2002: 19).

- **Alıcı:** Kaynak, iletisini belirli bir kişi ya da topluluğa aktarmak istemektedir ki bu kişi ya da topluluklar alıcıyı oluşturmaktadır. İletişim süreci kaynak ile alıcı arasında gerçekleşmekte olup diğer öğeler yardımcı unsurlar olmaktadır. Kitle iletişim araçları ile birlikte tek bir kaynaktan binlerce hatta milyonlarca kişiye hitap edilebilmektedir. Bu da tek bir kaynak ile binlerce ve hatta milyonlarca alıcı arasında iletişim kurulmasını sağlamaktadır. İletişim süreci kaynak ile alıcı arasında gerçekleştiğinden iletişim etkinliği her iki tarafa da bağlıdır. Kaynak ne kadar donanımlı olursa olsun, ne kadar etkin bir iletişim kurarsa da kursun aktarabilecekleri alıcının aldıkları ile sınırlıdır. Tersi yönde de alıcı ne kadar donanımlı olursa olsun alabilecekleri kaynağın aktardıkları ile sınırlıdır. Dolayısıyla etkin bir iletişimde her iki tarafa da büyük rol düşmektedir (Tutar ve Yılmaz, 2003: 44-86).
- **Geri Bildirim:** Kaynak tarafından aktarılan iletinin alıcıya ulaşması sonucu alıcının iletiyi algılaması ve yorumlaması geri bildirimdir. Geri bildirim ile birlikte alıcının iletiyi alıp almadığı, neler anladığı ve nasıl yorumladığı belirlenebilmektedir. İletisinin alıcıda oluşturduğu izlenimleri görmek isteyen kaynak için geri bildirim önemli bir unsurdur. Geri bildirim iletişimi süreci içerisinde aynı zamanda bir kontrol mekanizması gibi değerlendirmek de mümkündür. İletinin alıcıya ulaşması ve geri bildirimde bulunması sonucunda bu geri bildirim karşılık bu kez kaynağa bir ileti aktarılmaktadır. Bu kez alıcı kaynak konumuna gelirken, kaynak alıcı konumuna gelmektedir ve iletişim süreci terse dönmektedir. Karşılıklı diyaloglarda sürekli olarak iletişim süreci yön değiştirmekte ve alıcı ile kaynak yer değiştirmektedir (Tutar ve Yılmaz, 2003: 44-86).
- **Gürültü:** İletinin alıcıya ulaşmasını ya da alıcı tarafından iletinin sağlıklı bir şekilde algılanmasını engelleyen her şey gürültü olarak nitelendirilmektedir. Gürültü, iletişim sürecinin dışında bir unsur olup aynı zamanda iletişim sürecine zarar vermektedir. İletişimin sağlıklı bir şekilde gerçekleşmesini engellemekte ve kaynak ile alıcı arasında kopukluğa yol açmaktadır (Odabaşı ve Oyman, 2002: 20).

2.2. İletişim Türleri

İletişim türlerini iki alt başlıkta ele almak mümkündür. Bu başlıklar;

- 1.Sözlü iletişim
- 2.Sözsüz iletişim

2.2.1.Sözlü İletişim

Sözlü iletişim denildiğinde aklın gelen ilk araç konuşmadır. Buna karşın sözlü iletişimin tek aracı konuşma değildir. Konuşma, insanlar arasında gerçekleşmekte olup doğada konuşmadan, çıkarttıkları seslerle de iletişim kuran canlılar bulunmaktadır. Bununla birlikte insanlar tarafından sözlü iletişimde temel araç konuşmadır. Konuşma, insanlar tarafından duygu, düşünce ve bilgileri sembolleştirerek, somutlaştırarak geliştirilmiştir. Seslere anlamlar yüklenmiş ve iletişim geliştirilmiştir (Acar, 2009: 36).

Konuşmanın ilk olarak hangi tarihte ortaya çıktığı bilinmese de kademeli olarak sürekli bir gelişim göstererek bugünlere ulaştığı kabul edilmektedir. İnsanlık, var oluşundan itibaren ses çıkartabilse de bu sesleri belirli bir sistematığın içerisine sokması ve anlamlı sesler çıkartarak dili geliştirmesi uzun yıllar almıştır (Korkut, 2005: 143). Buna paralel olarak konuşma ile dil arasında da yakından bir ilişki bulunmaktadır. Bu ilişkiye dair ilk görüşlere Antik Yunan felsefesinde rastlamak mümkündür. Modern anlamda ise 19. Yüzyıldan itibaren konuşma – dil ilişkisine yönelik araştırmalar yapılmaya başlanmıştır. Yapılan bu araştırmalar neticesinde de 5 kuram geliştirilmiştir. Bu kuramlar ve kapsamları şu şekildedir (Taşer, 2004: 73-76):

- **Ünlem Kuramı:** Geliştirilen ünlem kuralında çıkış noktası hayvanlar arasındaki iletişim olmuştur. Tıpkı hayvanlar gibi ilk insanlar da çıkarttıkları seslerle iletişim kurmaktaydı. Bu sesler genelde ünlem tanımlanan anlamlı ses ya da sözcüklerden ziyade gürültülerdi. Elbette bugünkü gibi bir iletişimden söz etmek mümkün değildir ancak ilk insanların da kendi aralarında bir iletişim kurdukları gerçektir. Şaşkınlık, mutluluk, korku ve endişe gibi duygu birikimlerini ifade etmek ve karşı tarafa aktarmak adına ünlemlerden yararlandığı kabul edilmektedir ve ünlem kuramı da bu düşüncelere dayandırılmaktadır (Taşer, 2004: 73-76).

- **Yansıtma Kuramı:** İlk insanlar yalnızca ünlemlerle iletişim kurarken insanlık geliştikçe doğayı taklit etmeye başlamıştır. Bu taklitler doğrultusunda doğada bulunan sesler birer iletişim aracı haline gelmiştir. Doğada oluşan örneğin su şırıltısı, rüzgar sesi, ağaç çatırtısı gibi farklı sesleri taklit etmeye başlayan insanları bu sayede iletişimleri güçlendirmişlerdir. Günümüzde kullanılan şıkır şıkır ya da çatır çatır gibi ikilemler de doğanın çıkarttığı seslerin birer yansıması olmuştur (Taşer, 2004: 73-76).
- **İş Şarkısı Kuramı:** İnsanlığın gelişimi ile birlikte insanlar arası iletişim de gelişim göstermiş ve konuşma ortaya çıkmıştır. Konuşmanın ortaya çıkmasında insanların iş yaşamında yer almaya başlamaları etkili olmuştur. Dönemin koşulları düşünüldüğünde fiziksel güce dayalı bir iş yaşamının var olduğu görülmektedir. Bu iş yaşamı içerisinde insanları motive etmek ve daha fazla çalışmalarını adına yönlendirmek için çeşitli sesler kullanılmaya başlanmıştır (Dökmen, 2004: 84). Bu seslerin bugün hayvancılıkla ilgilenen insanlar tarafından hayvanları bir araya toplamak ya da daha fazla efor sarf etmelerini sağlamak adına kullandıkları görülmektedir. Bugün kullanılan bu seslerin benzerleri ilk çağlarda insanlara yönelik kullanılmaktaydı. Ünlem kuramı ve yansıtma kuramına göre iş şarkısı kuramı insanlar arası iletişimin kademeli olarak gelişim gösterdiğini de savunmaktadır. Geliştirilen bu kuramlar dikkate alındığında da kademeli bir gelişimin varlığı göze çarpmaktadır (Taşer, 2004: 73-76).
- **Jest Kuramı:** Jest kuramı incelendiğinde insanların çıkarttıkları ve taklit ettikleri seslerin yanı sıra bu kez beden dillerini kullanmaya başladıkları görülmektedir. El ve kolların kullanımı ile başlayan jestler zamanla bakış ve yüz ifadeleri ile de desteklenmeye başlamıştır. Jestler, bugün de insanlar arası iletişimde sıklıkla kullanılan bir yöntemdir. Anlatılmak istenen duyguları desteklemek adına jestlere başvurulmaktadır. İlkel insanların iletişim şekilleri incelendiğinde ağırlıklı olarak harekete dayalı dillerin gelişim gösterdiği görülse de bu diller içerisine jestlere yer verildiği tespit edilmektedir (Taşer, 2004: 73-76).
- **Toplumsal Denetim Kuramı:** Son olarak toplumsal denetim kuramı ise dört kuramdan farklı olarak konuşmanın tesadüfi olarak ortaya çıktığını savunmaktadır. İlkel insanlar, yaşamlarında etkileşim kurabilmek için coşkulu tavırlar sergilemekteydi. Hem vücut hareketleri hem de çıkartılan coşkulu sesler eşliğinde

insanlar arasında etkileşim sağlanmaktaydı. Konuşmayı bilmediklerinden konuşmayı da denememekteydiler. Bu kurama göre konuşma yetisi insanlarda var olmasına karşın bunu keşfetmeleri zaman almıştır. Bu da konuşma ile ilgili bilimsel araştırmalara kaynak oluşturmaktadır ve günümüzde konuya ilişkin birçok araştırma yapılmaktadır (Taşer, 2004: 73-76).

2.2.2.Sözsüz İletişim

Sözlü iletişimin yanında sözsüz iletişim de iletişimin önemli bir unsurudur. Nitekim sözlü iletişimin sonradan geliştiği dikkate alındığında sözsüz iletişimin daha eski bir tarihe sahip olduğu görülmektedir. Sözsüz iletişim, sözlü iletişimden farklı olarak kelimelere ya da seslere ihtiyaç duymamaktadır. İnsanlar, ağırlıklı olarak duygularını aktarmak için sözsüz iletişime başvurmaktadır. Sözsüz iletişimin sahip olduğu başlıca özellikler ve bu özelliklerin içerikleri şu şekildedir (Zıllıoğlu, 2007: 42):

- **İletişimin sürekliliği:** Sözel iletişim ile sözsüz iletişim arasındaki temel farklılıklardan birisi sözsüz iletişimde iletişimin sürekli olmasıdır. Sözlü iletişim, sesler ve sözcükler yardımı ile gerçekleştirildiğinde bu sesler ve sözcüklerin kullanımına ara verildiğinde iletişim de kesintiye uğramaktadır. Sözsüz iletişimde ise ses ve sözcüklere ihtiyaç olmadığından bu ses ve sözcükler kullanılmadığında da iletişime devam edilmektedir. Sözsüz iletişimde bakışlar, jestler, el ve kol hareketleri ve hatta kıyafetlerle dahi iletişim sürmektedir. Bu da sözsüz iletişimin sürekliliğini sağlamaktadır (Zıllıoğlu, 2007: 42).
- **Duygu aktarımının yetkinliği:** Sözlü iletişim ile sözsüz iletişim arasındaki bir diğer temel fark duyguların aktarımındaki yeterlilik seviyesidir. Her dilin kendi yapısı ve sözcük dağarcığı bulunmaktadır. Dolayısıyla anlatılmak istenen duygu ve düşünceler belli başlı kalıplara bağlı kalınmakta, uygun sözcükler seçilmektedir. Sözsüz iletişimde ise duygu ve düşüncelerin aktarılmasında her birey kendi özgürlük alanına sahiptir. Sahip olduğu duyguyu ve coşku düzeyini vücut diline, hareketlerine, mimiklerine ve hatta bakışlarına yansıtarak duygu ve coşkularını aktarabilmektedirler. Bu da kelimelerin verdiği özgürlükten çok daha fazlasını verdiği gibi aktarım olarak da daha üst düzey olanaklar sunmaktadır (Zıllıoğlu, 2007: 43).

- **Kişiler arasında ilişkiyi tanımlama:** İnsanlar, her gün farklı ortamlara girmekte ve insanlarla ilk iletişimini kurmak zorunda kalmaktadır. Kimi zaman bir mağazada kimi zaman bir iş toplantısında kimi zaman da arkadaş ortamında yeni birisi ile iletişim kurmak zorunda kalılabilmektedir. Bu da insanların yeni insanlarla tanışma anlarında belirli bir iletişim tarzı belirlemelerini zorunlu kılmaktadır. Her bireyle aynı şekilde iletişim kurmak mümkün değildir, bu sebeple de gözlem yapmak gerekmektedir. Sözsüz iletişim, insanlara bu gözlem olanaklarını sunarak iletişim ve ilişki tarzı belirleme olanağı sunmaktadır. Bu da insanlar arası iletişimin daha etkin olmasını sağlamaktadır (Zıllıoğlu, 2007: 46).
- **Sözlü iletişimi yönlendirme:** Sözlü iletişimde aynı kelimelerle ve aynı sırayla farklı anlamlar ortaya çıkartmak mümkündür. Bu anlamların oluşumunda sözsüz iletişim belirleyici olmaktadır. Kurulan iletişimde kelimelerin içeriği farklı anlamlara çıkabilirken, sözsüz iletişim ile birlikte ortak anlamın oluşması mümkün olmaktadır. Örnek vermek gerekir ise “neden buraya geldin?” ya da “neden buraya geldin!” aynı cümle yapısı bir soru cümlesi oluşturabildiği gibi bir ünlem cümlesi de oluşturabilmektedir. Burada birey aynı ses tonunu kullanarak yalnızca sözsüz iletişimle gerçekte ne ifade etmek istediğini aktarabilmektedir (Zıllıoğlu, 2007: 47).
- **Güvenilir bir iletişim sağlama:** Sözlü iletişim, insanlar tarafından geliştirilen bir iletişim şeklidir. Her ne kadar konuşmanın doğuştan gelen bir yeti olduğuna dair düşünceler mevcut olsa da oluşturulan diller insan yapımıdır. Dolayısıyla sözlü iletişimde bir yönlendirme, kısıtlama mevcuttur. Sözsüz iletişim ise tamamen kişiseldir. Kısıtlamalara yer yoktur ve sözler yalan olsa da bir bakışın ya da bir mimiğin yalan olma olasılığı çok daha düşüktür. Örneğin insanlar gündelik yaşamda birçok kez yalana başvurmaktadır ancak bir insanın doğru söyleyip söylemediğini anlamak için vücut diline bakmak yeterlidir. Bu da sözsüz iletişimin daha güvenilir olmasını sağlamaktadır. Elbette yanılma ve yanıltma payı mevcuttur ancak sözlü iletişime göre bu pay çok daha düşüktür (Zıllıoğlu, 2007: 48).
- **Kültüre Göre Şekillenme:** Sözlü iletişimde her toplumun kendi dili mevcutken benzer durum sözsüz iletişim için de geçerlidir. Sözsüz iletişimde aynı hareket, jest ya da tutumlar farklı kültürlerde farklı anlamlara gelmektedir (Zıllıoğlu, 2007: 49).

2.3. Etkin İletişim Becerileri

Çalışma kapsamında yer verildiği üzere iletişimin sözlü ve sözsüz seçenekleri bulunmakta olup her iki iletişim türü de toplumdan topluma, kültürden kültüre farklılık göstermektedir. Nitekim iletişim, gündelik yaşamın olmazsa olmazı bir parçasıdır ve minimum iki insanın bir arada olduğu her ortamda sürekli bir iletişim söz konusudur. Gündelik yaşamın bu denli içerisinde olan bir olgunun etkin kullanımı da insanlar arası ilişkilerin durumunda daha sağlıklı ve daha güçlü bir yapının oluşmasına katkı sağlamaktadır. Bu sebeple etkili iletişim becerilerinin geliştirilmesi oldukça faydalı olduğu kadar büyük de önem taşımaktadır (Tutar ve Yılmaz, 2013: 69-70).

Etkili iletişim becerileri üç temel unsurun bir arada ve etkin bir şekilde kullanımı ile gerçekleşmektedir. Bu unsurlar; dinleme, kendimi açma ve ifade etmedir (Ülker, 2014: 29).

Etkili iletişim becerilerinin ilk unsuru dinlemedir. İletişim içerisinde olduğu kişi ya da kişileri dinlemeyen bir kişinin etkili bir iletişim kurması ya da etkili iletişim becerilerine sahip olması mümkün değildir. Dolayısıyla öncelikli olarak iyi bir dinleyici olmak gerekmektedir ki dinleme de kendi içerisinde dört alt unsura sahiptir. Etkili iletişim becerilerine sahip olabilmek için etkin bir dinlemede bulunmak gerekmektedir. Bu da bireyin zihinsel ya da davranışsal olarak farklı herhangi bir unsura odaklanmayıp yalnızca iletişim içerisinde olduğu kişi ya da kişilere odaklanması anlamına gelmektedir. Bir diğer alt unsur empati kurarak dinlemedir. Empati, kişinin iletişim sırasında karşısındakinin duygu ve düşüncelerini anlayabilmesini ve böylece duyarlı bir yaklaşım içinde olmasını sağlar (Bulut, 2004: 443). Empati kurarak dinleyen kişiler iyi bir dinleyici olmalarının yanı sıra, karşıdaki kişinin dile getirmediği duygularını da sezebilir, bakış açılarını kavrayabilirler. Diğer alt unsur açıklıkla dinlemedir ve dinleyici konumundaki birey herhangi bir önyargıya kapılmadan saf bir şekilde aktarılanlarla ilgilenmelidir. Son olarak farkında olarak dinlemenin ise iki bileşeni vardır. Birincisi, söylenenleri tarih ve insanlarla ilgili olan kendi bilgilerinizle karşılaştırmak. İkinci bileşeni ise uygunluğu dinlemek ve gözlemlemek. Kişinin ses tonu, yüz ifadesi ve duruşu konuşmanın içerisine uygun mudur?'u aramaktır (Ülker, 2014: 30). Kendimi açma, etkili iletişim becerilerinin ikinci unsurudur. İletişime kapalı ya da kendisini ifade etmek isteyen bir bireyin etkin bir iletişim kurması mümkün değildir.

Son olarak ifade etme ise bireyin duygu ve düşüncelerini hem sözlü hem de sözsüz iletişim kanallarını kullanarak karşı tarafa aktarmalıdır. Etkili iletişim becerileri bir süreçtir ve her bir unsur birbirini tamamlayıcı konumdadır. Unsurları birbirlerinden ayırmak ya da bağımsız düşünmek doğru değildir. Her bir unsurun etkili iletişim becerileri için farklı rolleri ve katkıları bulunmakla birlikte ancak bir arada etkili bir iletişim oluşturabilmektedirler (Demirci, 2002: 8-22).

3.YÖNTEM

Bu bölümde çalışmanın yöntemine ilişkin bilgilere yer verilecek olup araştırmanın modeli, araştırmanın evreni ve örnekleme, araştırmada kullanılan veri toplama aracı ve veri analizi ele alınacaktır.

3.1.Araştırmanın Modeli

Araştırmanın amacı, Bartın Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulunda Öğrenim gören öğrencilerin girişimcilik özellikleri ile iletişim yeterlilikleri arasındaki ilişkiyi incelemektir. Araştırma yapılırken ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. İlişkisel tarama modeli; iki ya da ikiden fazla değişken arasında birlikte değişim varlığını belirlemeyi amaçlayan modeldir. (Karasar, 2004: 79)

3.2.Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Araştırmanın evrenini (2018-2019 Akademik Yılı) Bartın Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulunda öğrenim gören 1464 öğrenci oluştururken, araştırmanın örneklemini ise Bartın Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulunda öğrenim gören (öğretmenlik, antrenörlük, spor yöneticiliği ve rekreasyon) bölümlerinde eğitimini sürdüren 402 kişiden oluşan öğrencilerden oluşturmaktadır. Gönüllü olarak katılım gösteren öğrencilerin 254'ü erkek, 148'i kadındır. Araştırmanın örneklemini oluşturan katılımcıların %63,2'si erkek, %36,8'i kadındır ki bu da erkek öğretmen adaylarının çoğunlukta olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte katılımcıların %36,1'i 3. sınıf, %30,3'ü 4. sınıf, %20,4'ü 1. sınıf ve %13,2'si 2. sınıf öğrencisidir.

3.3. Veri Toplama Aracı

Araştırma kapsamında katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek adına 5 soruluk kişisel bilgi formu kullanılmıştır. Katılımcıların cinsiyeti, yaşı, sınıfı, babalarının eğitim durumu ve annelerinin eğitim durumu soruları yer almıştır. Araştırma verilerinin toplanmasında Yılmaz ve Sünbül (2009) tarafından geliştirilen “Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği” (36 soru) ile iletişim yeterliliğini ölçmek amacıyla Koca ve Erigüç (2017) tarafından geliştirilen 30 sorudan oluşan İletişim Yeterlilik ölçeği kullanılmıştır. Ölçekler için ayrı ayrı izin alınmıştır.

3.4. Veri Analizi

Araştırma verilerinin analizi sürecinde veri toplama sürecinde “Üniversite Öğrencileri Girişimcilik Ölçeği” ile “İletişim Yeterlilik Ölçeği” kullanılarak elde edilen verilerden yararlanılmıştır. Her iki ölçek de 5’li likert tipi yapıda olup değer aralıkları Tablo 1’deki gibidir.

Tablo 1. Araştırmanın Ölçeklerinin Değer Aralığı

Değer Aralıkları	Üniversite Öğrencileri Girişimcilik Ölçeği	İletişim Ölçeği
1,00 – 1,80	Çok Düşük Girişimcilik	Kesinlikle Katılmıyorum
1,81 – 2,60	Düşük Girişimcilik	Katılmıyorum
2,61 – 3,40	Orta Düzeyde Girişimcilik	Kısmen Katılıyorum
3,41 – 4,20	Yüksek Girişimcilik	Katılıyorum
4,21 – 5,00	Çok Yüksek Girişimcilik	Kesinlikle Katılıyorum

Araştırmanın veri analizi sürecinde katılımcıların demografik özellikleri için frekans tablolarından yararlanılırken, ölçeklere ilişkin güvenilirlik analize yer verilmiştir. Katılımcıların girişimcilik düzeylerinin ve iletişim becerilerinin demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek adına bağımsız t testi ve anova testi kullanılmıştır. Bağımsız t testi, 2 seçenekli değişkenlerin fark analizinde kullanılırken, Anova testi 2'den fazla seçenekli değişkenlerin fark analizinde kullanılmaktadır. Analiz sürecinde SPSS 21.0 programı kullanılmıştır.

4.BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde yapılan analizler neticesinde elde edilen bulgulara yer verilecektir.

4.1. Örneklem Grubuna Ait Frekans ve Yüzde Değerleri

Tablo 2. Katılımcıların Cinsiyetin Dağılımı

Değişken	Gruplar	f	%
Cinsiyet	Erkek	254	63,2
	Kadın	148	36,8

Katılımcıların %63,2'si (254) erkek, %36,8'i (148) kadındır. Katılımcıların çoğunluğu erkektir.

Tablo 3. Katılımcıların Yaş Dağılımı

Değişken	Gruplar	f	%
Yaşınız	18 – 20 yaş	76	19,3
	21 – 23 yaş	216	54,8
	24 – 26 yaş	102	25,9

Katılımcıların yaş dağılımları incelendiğinde %54,8'inin (216) 21 – 23 yaş aralığında olduğu görülürken, %25,9'u (102) 24 – 26 yaş aralığında, %19,3'ü (76) 18 – 20 yaş aralığındadır. Katılımcıların yarısından fazlasının 21 – 23 yaş aralığında olduğu görülmektedir.

Tablo 4. Katılımcıların Bölüm Dağılımı

Değişken	Gruplar	f	%
Bölümünüz	Öğretmenlik	89	22,1
	Antrenörlük	100	24,9
	Spor Yöneticiliği	93	23,1
	Rekreasyon	120	29,9

Katılımcıların %29,9'u (120) rekreasyon bölümünde eğitim alırken, %24,9'u (100) antrenörlük, %23,1'i (93) spor yöneticiliği ve %22,1'i (89) öğretmenlik bölümünde eğitim almaktadır. Katılımcıların bölümleri arasında dengeli bir dağılım olduğu görülmektedir.

Tablo 5. Katılımcıların Sınıf Dağılımı

Değişken	Gruplar	f	%
Sınıfınız	1. Sınıf	82	20,4
	2. Sınıf	53	13,2
	3. Sınıf	145	36,1
	4. Sınıf	122	30,3

Katılımcıların %36,1'i (145) 3. Sınıf öğrencisi iken %30,3'ü (122) 4. Sınıf öğrencisi, %20,4'ü (82) 1. Sınıf öğrencisi ve %13,2'si (53) 2. Sınıf öğrencisidir.

Tablo 6. Katılımcıların Babalarının Eğitim Durumu Dağılımı

Değişken	Gruplar	f	%
Babaların Eğitim Durumu	İlkokul	140	35,1
	Ortaokul	121	30,3
	Lise	96	24,4
	Üniversite	42	10,5

Katılımcıların babalarının eğitim durumu incelendiğinde %35,1'inin (140) ilkokul mezunu, %30,3'ünün (121) ortaokul mezunu, %24,4'ünün (96) lise mezunu ve %10,5'inin (42) üniversite mezunu olduğu görülmektedir. Katılımcıların babalarının ağırlıklı olarak ilkokul mezunu olduğu görülmektedir.

Tablo 7. Katılımcıların Annelerinin Eğitim Durumu Dağılımı

Değişken	Gruplar	f	%
Annelerin Eğitim Durumu	İlkokul	171	43,4
	Ortaokul	116	29,4
	Lise	81	20,6
	Üniversite	26	6,6

Katılımcıların annelerinin eğitim durumu incelendiğinde ise %43,4'ünün (171) ilkokul mezunu, %29,4'ünün (116) ortaokul mezunu, %20,6'sının (81) lise mezunu ve %6,6'sının (26) üniversite mezunu olduğu görülmektedir. Katılımcıların babaları gibi annelerinin de ağırlıklı olarak ilkokul mezunu olduğu görülmektedir.

Tablo 8. Katılımcıların Babalarının Meslek Dağılımı

Değişken	Gruplar	f	%
Babaların Mesleği	Kamu	59	14,9
	Özel Sektör	337	85,4

Katılımcıların babalarının %85,4'ü (337) özel sektör çalışanı iken %14,9'u (59) kamu çalışanıdır. Katılımcıların babalarının çok büyük çoğunluğu özel sektörde faaliyet göstermektedir.

Tablo 9. Katılımcıların Annelerinin Meslek Dağılımı

Değişken	Gruplar	f	%
Annelerin Mesleği	Ev Hanımı	280	69,7
	Kamu	47	11,7
	Özel Sektör	75	18,7

Katılımcıların annelerinin %69,7'si (280) ev hanımı, %18,7'si (75) özel sektör çalışanı ve %11,7'si (47) kamu çalışanıdır. Katılımcıların annelerinin büyük çoğunluğu ev hanımı iken çalışanların ise çoğunluğu özel sektörde çalışmaktadır.

Tablo 10. Katılımcıların Girişimcilik Dersi Alma Dağılımı

Değişken	Gruplar	f	%
Girişimcilik Dersi Aldınız Mı?	Evet	131	33,4
	Hayır	261	66,6

Son olarak katılımcıların girişimcilik dersi alıp almadıkları incelendiğinde %66,6'sının (261) girişimcilik dersi almadığı, %33,4'ünün (131) ise girişimcilik dersi aldığı görülmektedir. Her 3 katılımcıdan 2'si girişimcilik dersi almamıştır.

Tablo 11. Girişimcilik Ölçeği Tanımlayıcı İstatistik Dağılımı

Değişken	n	Ortalama	Std. Sapma
Girişimcilik	402	3,90	,66

Katılımcılara girişimcilik ölçeği kapsamında yöneltilen maddelere katılımcıların “1=Hiçbir Zaman, 2=Nadiren, 3=Bazen, 4=Sık Sık, 5=Her Zaman” şeklinde cevap vermeleri istenmiştir. Katılımcıların genel olarak “yüksek girişimcilik” düzeyinde oldukları görölmektedir.

Tablo 12. İletişim Ölçeği Tanımlayıcı İstatistik Dağılımı

Değişken	n	Ortalama	Std. Sapma
Sosyal Davranış Yeterliliği	402	3,96	,858
İletişimde Bireysel Yönler	402	2,40	1,34
Empati Yeterliliği	402	3,64	,932
Uyum Yeterliliği	402	3,85	1,05
Duyarlılık Yeterliliği	402	4,02	,811
İletişime Teşvik Yeterliliği	402	3,18	,656
İnsan İlişkileri	402	3,94	1,07
Dinleme Yeterliliği	402	4,12	,636
Genel İletişim Yeterliliği	402	3,79	,562

Ölçek genelinde ve alt boyutlarında katılımcıların yanıtlarının ortalama olarak “katılıyorum” düzeyinde olduğu görölmürken, en yüksek aritmetik ortalama “dinleme yeterliliği” alt boyutunda, en düşük aritmetik ortalama ise “iletişimde bireysel yönler” alt boyutunda görölmektedir.

Tablo 13. Güvenirlilik Analizi Bulguları

Ölçekler	Güvenirlilik	Madde Sayısı
Girişimcilik	,961	36
İletişim	,903	30
Sosyal Davranış Yeterliliği	,639	3
İletişimde Bireysel Yönler	,770	6
Empati Yeterliliği	,515	4
Uyum Yeterliliği	,845	3
Duyarlılık Yeterliliği	,711	3
İletişime Teşvik Yeterliliği	,694	4
İnsan İlişkileri	,818	3
Dinleme Yeterliliği	,637	3

Güvenirlilik analizinin yorumu şu şekildedir:

$0 < \alpha < 0.40$: güvenilir değil

$0.40 < \alpha < 0.60$: düşük güvenirlilik

$0.60 < \alpha < 0.80$: oldukça güvenilir

$0.80 < \alpha < 1.00$: yüksek güvenirlilik

Buna göre hem girişimcilik ölçeği hem de iletişim ölçeği yüksek güvenirlilik düzeyindedir.

4.2. Bağımlı Değişkenin Demografik Değişkenlerce Anlamli Olarak Farklılaşp Farklılaşmadığını Saptamak Üzere Yapılan Hipotez Testleri

Tablo 14. Bireylerin Girişimcilik Düzeylerinin Cinsiyete Göre t-Testi Sonuçları

Ölçek	Cinsiyet	N	Ort.	S.S	t	p
Girişimcilik	Erkek	254	3,96	,66	2,270	,810
	Kadın	148	3,80	,63		

H_0 : Cinsiyete göre katılımcıların girişimcilik düzeylerinde istatistiksel olarak anlamli bir fark yoktur.

H_A : Cinsiyete göre katılımcıların girişimcilik düzeylerinde istatistiksel olarak anlamli bir fark vardır.

Yapılan bağımsız t testi sonucunda H_0 REDDEDİLEMEZ, cinsiyete göre katılımcıların girişimcilik düzeylerinde istatistiksel olarak anlamli bir fark yoktur sonucuna ulaşılmaktadır. Erkek ve kadın katılımcıların aritmetik ortalamaları da incelendiğinde girişimcilik düzeylerinin yakın olduğu ve aralarında anlamli bir fark olmadığı görülmektedir.

Tablo 15. Bireylerin Girişimcilik Düzeylerinin Yaşa Göre Fark ANOVA Testi Sonuçları

Ölçek	Yaş	N	Ort.	S.S	F	P
	18 – 20 yaş	76	3,77	,59	2,100	,124
	21 – 23 yaş	216	3,92	,63		
	24 – 26 yaş	102	3,98	,66		

H_0 : Yaşa göre katılımcıların girişimcilik düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.

H_A : Yaşa göre katılımcıların girişimcilik düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

Yapılan Anova testi sonucunda katılımcıların girişimcilik düzeylerinde yaşa göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı belirlenmiştir. Nitekim yaşa göre girişimcilik düzeyleri incelendiğinde en düşük ortalamanın 3.77, en yüksek ortalamanın ise 3.98 olduğu görülmektedir.

Tablo 16. Bireylerin Girişimcilik Düzeylerinin Bölüme Göre Fark ANOVA Testi Sonuçları

Ölçek	Bölüm	N	Ort.	S.S	F	p
Girişimcilik	Öğretmenlik	89	3,92	,60	,773	,509
	Antrenörlük	100	3,92	,66		
	Spor Yöneticiliği	93	3,97	,54		
	Rekreasyon	120	3,83	,77		

H_0 : Bölüme göre katılımcıların girişimcilik düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.

H_A : Bölüme göre katılımcıların girişimcilik düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

Yapılan Anova testi sonucunda katılımcıların bölüme girişimcilik düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir. Buna göre katılımcıların bölümlerinin girişimcilik düzeyleri üzerinde anlamlı bir farklılığa yol açmadığı çıkarımında bulunmak mümkündür.

Tablo 17. Bireylerin Girişimcilik Düzeylerinin Sınıfa Göre Fark ANOVA Testi Sonuçları

Ölçek	Sınıf	N	Ort.	S.S	F	Sig
Girişimcilik	1. Sınıf	82	3,78	,59	1,694	,168
	2. Sınıf	53	3,82	,74		
	3. Sınıf	145	3,96	,62		
	4. Sınıf	122	3,95	,69		

H_0 : Sınıfa göre katılımcıların girişimcilik düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.

H_A : Sınıfa göre katılımcıların girişimcilik düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

Yapılan Anova testi sonucunda katılımcıların girişimcilik düzeylerinde sınıfa göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı belirlenmiştir. Nitekim sınıfa göre girişimcilik düzeyleri incelendiğinde en düşük ortalamanın 3.78, en yüksek ortalamanın ise 3.96 olduğu görülmektedir.

Tablo 18. Bireylerin Girişimcilik Düzeylerinin Babanın Eğitim Düzeyine Göre Fark ANOVA Testi Sonuçları

Ölçek	Baba Eğitim	N	Ort.	S.S	F	p
Girişimcilik	İlkokul	140	3,89	,69	1,694	,168
	Ortaokul	121	3,89	,63		

	Lise	96	3,85	,64	,938	,422
Girişimcilik	Üniversite	42	4,05	,61		

H_0 : Babanın eğitim düzeyine göre katılımcıların girişimcilik düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.

H_A : Babanın eğitim düzeyine göre katılımcıların girişimcilik düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

Yapılan Anova testi sonucunda katılımcıların babalarının eğitim düzeyine göre girişimcilik düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir. Buna göre katılımcıların babalarının eğitim düzeyinin girişimcilik düzeyleri üzerinde anlamlı bir farklılığa yol açmadığı çıkarımında bulunmak mümkündür.

Tablo 19. Bireylerin Girişimcilik Düzeylerinin Annenin Eğitim Düzeyine Göre Fark ANOVA Testi Sonuçları

Ölçek	Anne Eğitim	N	Ort.	S.S	F	Sig
	İlkokul	171	3,89	,67		
	Ortaokul	116	3,84	,67		
Girişimcilik	Lise	81	4,00	,61	,838	,474
	Üniversite	26	3,91	,66		

H_0 : Annenin eğitim düzeyine göre katılımcıların girişimcilik düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.

H_A : Annenin eğitim düzeyine göre katılımcıların girişimcilik düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

Yapılan Anova testi sonucunda katılımcıların annelerinin eğitim düzeyine göre girişimcilik düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir. Buna göre katılımcıların annelerinin eğitim düzeyinin girişimcilik düzeyleri üzerinde anlamlı bir farklılığa yol açmadığı çıkarımında bulunmak mümkündür.

Tablo 20. Bireylerin Girişimcilik Düzeylerinin Babanın Mesleğine Göre t-Testi Sonuçları

Ölçek	Baba Meslek	N	Ort.	S.S	t	p
Girişimcilik	Kamu	59	3,93	,65	,383	,495
	Özel Sektör	337	3,89	,66		

H_0 : Babanın mesleğine göre katılımcıların girişimcilik düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.

H_A : Babanın mesleğine göre katılımcıların girişimcilik düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

Yapılan bağımsız t testi sonucunda H_0 REDDEDİLEMEZ, babanın mesleğine göre katılımcıların girişimcilik düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur sonucuna ulaşılmaktadır. Özel sektörde ve kamuda çalışan katılımcıların aritmetik ortalamaları da incelendiğinde girişimcilik düzeylerinin yakın olduğu ve aralarında anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir.

Tablo 21. Bireylerin Girişimcilik Düzeylerinin Annenin Mesleğine Göre ANOVA Testi Sonuçları

Ölçek	Anne Meslek	N	Ort.	S.S	F	Sig
Girişimcilik	Ev Hanımı	280	3,83	,67	7,072	,001
	Kamu	47	3,93	,62		
	Özel Sektör	75	4,15	,55		

H_0 : Annenin mesleğine göre katılımcıların girişimcilik düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.

H_A : Annenin mesleğine göre katılımcıların girişimcilik düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

Yapılan Anova Testi sonucunda annenin mesleğine göre katılımcıların girişimcilik düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Buna göre özel sektör çalışanlarının girişimcilik düzeyleri, annesi ev hanımı olan ve kamuda çalışan katılımcılara göre daha yüksektir.

Tablo 22. Bireylerin Girişimcilik Düzeylerinin Girişimcilik Dersi Almalarına Göre t-Testi Sonuçları

Ölçek	Ders	N	Ort.	S.S	t	p
Girişimcilik	Evet	131	3,93	,68	,558	,737
	Hayır	261	3,89	,64		

H_0 : Girişimcilik dersi almaya göre katılımcıların girişimcilik düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.

H_A : Girişimcilik dersi almaya göre katılımcıların girişimcilik düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

Son olarak katılımcıların girişimcilik dersi almalarına göre girişimcilik düzeylerinde bir farklılık olup olmadığı incelendiğinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı belirlenmiştir.

Tablo 23. Bireylerin İletişim Düzeylerinin Cinsiyete Göre t- Testi Sonuçları

Ölçek	Cinsiyet	N	Ort.	S.S	t	p
Genel İletişim Yeterliliği	Erkek	254	3,78	,58	-,148	,797
	Kadın	148	3,79	,52		
Sosyal Davranış Yeterliliği	Erkek	254	3,97	,89	,168	,946
	Kadın	148	,95	,79		
İletişimde Bireysel Yönler	Erkek	254	2,48	1,38	1,571	,052
	Kadın	148	2,26	1,24		
Empati Yeterliliği	Erkek	254	3,65	,93	,183	,827
	Kadın	148	3,63	,92		
Uyum Yeterliliği	Erkek	254	3,82	1,10	-,821	,182

	Kadın	148	3,91	,97		
Duyarlılık Yeterliliği	Erkek	254	3,69	1,07	-,804	,407
	Kadın	148	3,78	1,03		
İletişime Teşvik Yeterliliği	Erkek	254	3,21	,69	1,118	,101
	Kadın	148	3,13	,58		
İnsan İlişkileri	Erkek	254	3,92	1,07	-,486	,913
	Kadın	148	3,97	1,07		
Dinleme Yeterliliği	Erkek	254	3,53	,65	-,035	,537
	Kadın	148	3,54	,65		

H_0 : Cinsiyete göre katılımcıların iletişim düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.

H_A : Cinsiyete göre katılımcıların iletişim düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

Yapılan bağımsız t testi sonucunda katılımcıların iletişim düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı belirlenmiştir. Alt boyutların tamamında anlamlı bir farklılık görünmemektedir. Buna göre kadın ve erkek katılımcıların iletişim düzeylerinin benzerlik gösterdiği sonucuna varılmaktadır.

Tablo 24. Bireylerin İletişim Düzeylerinin Yaşa Göre Fark ANOVA Testi Sonuçları

Ölçek	Yaş	N	Ort.	S.S	t	p
Genel İletişim Yeterliliği	18 – 20 Yaş	76	3,67	,50	2,375	,094
	21 – 23 Yaş	216	3,82	,57		
	24 – 26 Yaş	102	3,83	,57		
Sosyal Davranış Yeterliliği	18 – 20 Yaş	76	3,88	,76	,609	,545
	21 – 23 Yaş	216	4,01	,89		
	24 – 26 Yaş	102	3,96	,86		
İletişimde Bireysel Yönler	18 – 20 Yaş	75	2,00	1,12	4,595	,011
	21 – 23 Yaş	216	2,47	1,35		
	24 – 26 Yaş	102	2,58	1,43		
Empati Yeterliliği	18 – 20 Yaş	76	3,53	,62	1,561	,211
	21 – 23 Yaş	216	3,64	1,01		
	24 – 26 Yaş	102	3,77	,94		
Uyum Yeterliliği	18 – 20 Yaş	76	3,69	1,01	1,194	,304

	21 – 23 Yaş	216	3,89	1,08		
	24 – 26 Yaş	102	3,90	1,05		
	18 – 20 Yaş	76	3,76	,84	,213	,808
Duyarlılık Yeterliliği	21 – 23 Yaş	216	3,69	1,13		
	24 – 26 Yaş	102	3,77	1,04		
İletişime Teşvik Yeterliliği	18 – 20 Yaş	76	3,02	,66	2,973	,052
	21 – 23 Yaş	216	3,22	,65		
	24 – 26 Yaş	102	3,23	,66		
İnsan ilişkileri	18 – 20 Yaş	76	4,06	,71	,597	,551
	21 – 23 Yaş	216	3,90	1,13		
	24 – 26 Yaş	102	3,94	1,16		
Dinleme Yeterliliği	18 – 20 Yaş	76	3,45	,65	1,227	,294
	21 – 23 Yaş	216	3,55	,67		
	24 – 26 Yaş	102	3,60	,60		

H_0 : Yaşa göre katılımcıların iletişim düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.

H_A : Yaşa göre katılımcıların iletişim düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

Katılımcıların yaşlarına göre iletişim düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olup olmadığı incelendiğinde yapılan Anova testi sonucunda “iletişimde bireysel yönler” alt boyutu dışında ölçek geneli ve alt boyutlarda istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı belirlenmiştir. İletişimde bireysel yönler alt boyutunda ise istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığa rastlanmış ve 18 – 20 yaş aralığında katılımcıların iletişimde bireysel yönlerinin düşük kaldığı görülmektedir.

Tablo 25. Bireylerin İletişim Düzeylerinin Bölüme Göre Fark ANOVA Testi Sonuçları

Ölçek	Bölüm	N	Ort.	S.S	t	P
Genel İletişim Yeterliliği	Öğretmenlik	89	3,77	,54	,747	,527
	Antrenörlük	100	3,79	,53		
	Spor Yöneticiliği	93	3,85	,45		
	Rekreasyon	120	3,74	,66		
Sosyal Davranış Yeterliliği	Öğretmenlik	89	4,08	,73	1,307	,272
	Antrenörlük	100	3,94	,86		
	Spor Yöneticiliği	93	4,01	,76		

	Rekreasyon	120	3,86	,99		
İletişimde Bireysel Yönler	Öğretmenlik	89	2,21	1,27	,965	,409
	Antrenörlük	100	2,40	1,34		
	Spor Yöneticiliği	93	2,45	1,36		
	Rekreasyon	120	2,53	1,37		
Empati	Öğretmenlik	89	3,59	,97	,555	,645
	Antrenörlük	100	3,63	,95		
	Spor Yöneticiliği	93	3,75	,64		
	Rekreasyon	120	3,61	1,05		
Uyum	Öğretmenlik	89	3,93	,94	1,402	,242
	Antrenörlük	100	3,86	1,15		
	Spor Yöneticiliği	93	3,98	,98		
	Rekreasyon	120	3,70	1,09		
Duyarlılık	Öğretmenlik	89	3,74	1,05	2,227	,085
	Antrenörlük	100	3,68	1,14		

	Spor Yöneticiliği	93	3,94	,81		
	Rekreasyon	120	3,58	1,13		
İletişime Teşvik	Öğretmenlik	89	3,12	,63	,533	,660
	Antrenörlük	100	3,18	,66		
	Spor Yöneticiliği	93	3,17	,58		
	Rekreasyon	120	3,24	,71		
İnsan İlişkileri	Öğretmenlik	89	3,91	1,01	3,203	,023
	Antrenörlük	100	3,94	1,14		
	Spor Yöneticiliği	93	4,20	,77		
	Rekreasyon	120	3,75	1,21		
Dinleme	Öğretmenlik	89	3,48	,61	,303	,823
	Antrenörlük	100	3,54	,66		
	Spor Yöneticiliği	93	3,57	,57		
	Rekreasyon	120	3,54	,72		

H_0 : Bölüme göre katılımcıların iletişim düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.

H_A : Bölüme göre katılımcıların iletişim düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

Yapılan Anova testi sonucunda t değerleri 0,05'ten büyük olduğundan H_0 REDDEDİLEMEZ, bölüme göre katılımcıların iletişim düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur sonucuna ulaşılmaktadır. Bu da katılımcıların bölümlerine göre iletişim düzeylerinde farklılık olmadığı anlamına gelmektedir. Bununla birlikte “insan ilişkileri” alt boyutu özelinde anlamlı bir farklılığa rastlanmış ve spor yöneticilerinin insan ilişkilerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Tablo 26. Bireylerin İletişim Düzeylerinin Sınıfa Göre Fark ANOVA Testi Sonuçları

Ölçek	Sınıf	N	Ort.	S.S	t	p
Genel İletişim Yeterliliği	1.Sınıf	82	3,65	,47	2,157	,093
	2.Sınıf	53	3,76	,72		
	3.Sınıf	145	3,84	,53		
	4.Sınıf	122	3,81	,55		
Sosyal Davranış Yeterliliği	1.Sınıf	82	3,93	,78	,682	,563
	2.Sınıf	53	3,89	1,06		
	3.Sınıf	145	4,04	,81		
	4.Sınıf	122	3,92	,85		
İletişimde	1.Sınıf	82	2,01	1,10	3,972	,008

Bireysel Yönler	2.Sınıf	53	2,59	1,34		
	3.Sınıf	145	2,38	1,29		
	4.Sınıf	122	2,64	1,48		
Empati	1.Sınıf	82	3,53	,62	,703	,551
	2.Sınıf	53	3,74	1,08		
	3.Sınıf	145	3,68	,94		
	4.Sınıf	122	3,63	1,01		
Uyum	1.Sınıf	82	3,63	1,09	2,363	,071
	2.Sınıf	53	3,77	1,13		
	3.Sınıf	145	4,01	,95		
	4.Sınıf	122	3,86	1,10		
Duyarlılık	1.Sınıf	82	3,73	,90	,736	,531
	2.Sınıf	53	3,52	1,13		
	3.Sınıf	145	3,76	1,06		
	4.Sınıf	122	3,76	1,12		

İletişime Teşvik	1.Sınıf	82	2,96	,56	4,375	,005
	2.Sınıf	53	3,20	,73		
	3.Sınıf	145	3,22	,60		
	4.Sınıf	122	3,28	,71		
İnsan İlişkileri	1.Sınıf	82	4,05	,68	1,089	,353
	2.Sınıf	53	3,74	1,21		
	3.Sınıf	145	3,99	1,11		
	4.Sınıf	122	3,89	1,16		
Dinleme	1.Sınıf	82	3,41	,62	1,340	,261
	2.Sınıf	53	3,58	,75		
	3.Sınıf	145	3,56	,65		
	4.Sınıf	122	3,57	,61		

H_0 : Sınıfa göre katılımcıların iletişim düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.

H_A : Sınıfa göre katılımcıların iletişim düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

Tablo 26 incelendiğinde yapılan Anova testi sonucunda t değerlerinin 0,05'ten büyük olduğu görülmektedir ki buna bağlı olarak H_0 REDDEDİLEMEZ, sınıfa göre

katılımcıların iletişim düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur sonucuna ulaşılmaktadır. Bununla birlikte “iletişimde bireysel yönler” ve “iletişime teşvik” alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklara rastlanmıştır. Her iki ölçekte de 1. Sınıf öğrencilerinin becerilerinin diğer katılımcılara göre daha düşük olduğu belirlenmiştir.

Tablo 27. Bireylerin İletişim Düzeylerinin Babanın Eğitim Düzeyine Göre Fark ANOVA Testi Sonuçları

Ölçek	Babanın Eğitimi	N	Ort.	S.S	t	p
Genel İletişim Yeterliliği	İlkokul	140	3,75	,61	,385	,836
	Ortaokul	121	3,79	,50		
	Lise	96	3,79	,50		
	Üniversite	42	3,83	,68		
Sosyal Davranış Yeterliliği	İlkokul	140	3,89	,90	1,041	,374
	Ortaokul	121	4,03	,79		
	Lise	96	4,02	,77		
	Üniversite	42	3,84	1,03		
İletişimde Bireysel Yönler	İlkokul	140	2,50	1,47	,757	,519
	Ortaokul	121	2,37	1,30		
	Lise	96	2,25	1,20		

	Üniversite	42	2,53	1,36		
Empati	İlkokul	140	3,70	,83	,284	,837
	Ortaokul	121	3,61	1,02		
	Lise	96	3,60	,96		
	Üniversite	42	3,64	,95		
Uyum	İlkokul	140	3,83	1,00	1,329	,265
	Ortaokul	121	3,73	1,20		
	Lise	96	3,92	1,00		
	Üniversite	42	4,07	,86		
Duyarlılık	İlkokul	140	3,76	,96	1,148	,330
	Ortaokul	121	3,63	1,12		
	Lise	96	3,67	1,10		
	Üniversite	42	3,96	1,10		
İletişime	İlkokul	140	3,16	,68	,210	,890
	Ortaokul	121	3,20	,64		

Teşvik	Lise	96	3,21	,65		
	Üniversite	42	3,13	,63		
İnsan İlişkileri	İlkokul	140	4,01	,99	,536	,658
	Ortaokul	121	3,89	1,11		
	Lise	96	3,85	1,13		
	Üniversite	42	3,96	1,09		
Dinleme	İlkokul	140	3,56	,65	,293	,830
	Ortaokul	121	3,51	,64		
	Lise	96	3,49	,64		
	Üniversite	42	3,58	,70		

H_0 : Babanın eğitim düzeyine göre katılımcıların iletişim düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.

H_A : Babanın eğitim düzeyine göre katılımcıların iletişim düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

Yapılan Anova testi sonucunda katılımcıların babalarının eğitim düzeyine göre katılımcıların iletişim düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur sonucuna varılmaktadır. Buna göre katılımcıların babalarının eğitim düzeyi katılımcıların iletişim düzeyleri üzerinde anlamlı bir farklılığa neden olmamaktadır.

Tablo 28. Bireylerin İletişim Düzeylerinin Annenin Eğitim Düzeyine Göre Fark ANOVA Testi Sonuçları

Ölçek	Annenin Eğitim	N	Ort.	S.S	t	p
Genel İletişim Yeterliliği	İlkokul	171	3,75	,58	,673	,569
	Ortaokul	116	3,82	,52		
	Lise	81	3,84	,51		
	Üniversite	26	3,77	,54		
Sosyal Davranış Yeterliliği	İlkokul	171	4,01	,87	1,577	,194
	Ortaokul	116	3,98	,80		
	Lise	81	3,95	,76		
	Üniversite	26	3,62	1,10		
İletişimde Bireysel Yönler	İlkokul	171	2,38	1,33	,640	,590
	Ortaokul	116	2,50	1,35		
	Lise	81	2,35	1,38		

	Üniversite	26	2,12	1,23		
Empati	İlkokul	171	3,71	,83	,614	,606
	Ortaokul	116	3,57	1,13		
	Lise	81	3,62	,76		
	Üniversite	26	3,57	,97		
Uyum	İlkokul	171	3,79	1,06	1,838	,140
	Ortaokul	116	3,78	1,13		
	Lise	81	4,09	,90		
	Üniversite	26	3,88	,97		
Duyarlılık	İlkokul	171	3,76	,96	1,165	,323
	Ortaokul	116	3,59	1,23		
	Lise	81	3,86	,95		
	Üniversite	26	3,66	1,12		
İletişime	İlkokul	171	3,11	,63	2,230	,084
	Ortaokul	116	3,28	,66		

Teşvik	Lise	81	3,25	,68		
	Üniversite	26	3,08	,53		
İnsan İlişkileri	İlkokul	171	3,98	,96	1,575	,195
	Ortaokul	116	3,77	1,30		
	Lise	81	4,09	,87		
	Üniversite	26	3,91	1,09		
Dinleme	İlkokul	171	3,47	,63	1,634	,181
	Ortaokul	116	3,54	,65		
	Lise	81	3,65	,63		
	Üniversite	26	3,61	,65		

H_0 : Annenin eğitim düzeyine göre katılımcıların iletişim düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.

H_A : Annenin eğitim düzeyine göre katılımcıların iletişim düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

Yapılan Anova testi sonucunda katılımcıların annelerinin eğitim düzeyine göre katılımcıların iletişim düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur sonucuna varılmaktadır. Buna göre katılımcıların annelerinin eğitim düzeyi katılımcıların iletişim düzeyleri üzerinde anlamlı bir farklılığa neden olmamaktadır.

Tablo 29. Bireylerin İletişim Düzeylerinin Babanın Mesleğine Göre Fark t-Testi Sonuçları

Ölçek	Babanın Mesleği	N	Ort.	S.S	t	p
Genel İletişim Yeterliliği	Kamu	59	3,95	,44	2,421	,076
	Özel Sektör	337	3,75	,58		
Sosyal Davranış Yeterliliği	Kamu	59	4,10	,74	1,363	,488
	Özel Sektör	337	3,93	,87		
İletişimde Bireysel Yönler	Kamu	59	2,56	1,34	,928	,986
	Özel Sektör	337	2,38	1,34		
Empati Yeterliliği	Kamu	59	3,88	,74	2,136	,083
	Özel Sektör	337	3,60	,96		
Uyum Yeterliliği	Kamu	59	4,01	1,00	1,308	,051
	Özel Sektör	337	3,82	1,07		

Duyarlılık Yeterliliği	Kamu	59	3,94	,90	1,775	,287
	Özel Sektör	337	3,67	1,08		
İletişime Teşvik Yeterliliği	Kamu	59	3,35	,63	2,074	,833
	Özel Sektör	337	3,16	,66		
İnsan İlişkileri	Kamu	59	4,00	,86	,557	,053
	Özel Sektör	337	3,92	1,11		
Dinleme Yeterliliği	Kamu	59	3,66	,55	1,622	,174
	Özel Sektör	337	3,51	,66		

H_0 : Babanın mesleğine göre katılımcıların iletişim düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.

H_A : Babanın mesleğine göre katılımcıların iletişim düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

Katılımcıların babalarının çalıştıkları sektöre göre iletişim düzeylerinde anlamlı bir farklılık olup olmadığı incelendiğinde yapılan fark analizi sonucunda istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı belirlenmiştir. Buna göre katılımcıların babalarının çalıştıkları sektör, katılımcıların iletişim düzeyleri üzerinde anlamlı bir farklılığa yol açmamaktadır.

Tablo 30. Bireylerin İletişim Düzeylerinin Annenin Mesleğine Göre Fark ANOVA Testi Sonuçları

Ölçek	Annenin	N	Ort.	S.S	t	p
-------	---------	---	------	-----	---	---

Mesleği						
Genel İletişim Yeterliliği	Ev Hanımı	280	3,78	,55	,215	,807
	Kamu	47	3,77	,47		
	Özel Sektör	75	3,82	,64		
Sosyal Davranış Yeterliliği	Ev Hanımı	280	3,96	,82	,132	,877
	Kamu	47	3,94	,77		
	Özel Sektör	75	4,01	1,04		
İletişimde Bireysel Yönler	Ev Hanımı	280	2,50	1,33	2,647	,072
	Kamu	47	2,06	1,21		
	Özel Sektör	75	2,26	1,40		
Empati Yeterliliği	Ev Hanımı	280	3,61	1,01	,614	,542
	Kamu	47	3,70	,60		
	Özel Sektör	75	3,73	,74		
Uyum Yeterliliği	Ev Hanımı	280	3,89	,99	,553	,576
	Kamu	47	3,72	1,21		

	Özel Sektör	75	3,82	1,17		
	Ev Hanımı	280	3,64	1,11	3,311	,037
Duyarlılık Yeterliliği	Kamu	47	3,76	,88		
	Özel Sektör	75	4,00	,91		
	Ev Hanımı	280	3,23	,62	2,531	,081
İletişime Teşvik Yeterliliği	Kamu	47	3,08	,67		
	Özel Sektör	75	3,07	,72		
	Ev Hanımı	280	3,86	1,16	2,250	,107
İnsan İlişkileri	Kamu	47	4,09	,73		
	Özel Sektör	75	4,12	,86		
	Ev Hanımı	280	3,52	,65	,739	,478
Dinleme Yeterliliği	Kamu	47	3,52	,60		
	Özel Sektör	75	3,62	,68		
	Ev Hanımı	280	3,52	,65	,739	,478

H_0 : Annenin mesleğine göre katılımcıların iletişim düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.

H_A : Annenin mesleğine göre katılımcıların iletişim düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

Yapılan Anova testi sonucunda katılımcıların annelerinin mesleklerinin katılımcıların iletişim düzeylerinde üzerinde “duyarlılık yeterliliği” alt boyutu dışında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığa yol açmadığı belirlenmiştir. Buna göre katılımcıların annelerinin mesleklerinin katılımcıların iletişim düzeyleri üzerinde anlamlı bir etkiye yol açmadığı sonucuna ulaşmak mümkündür. Duyarlılık yeterliliği alt boyutunda ise annesi özel sektör çalışanı olan katılımcıların duyarlılık yeterliliklerinin diğer katılımcılara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Tablo 31. Bireylerin İletişim Düzeylerinin Girişimcilik Dersi Almalarına Göre Fark t-Testi Sonuçları

Ölçek	Girişimcilik Dersi Alma	N	Ort.	S.S	t	p
Genel İletişim Yeterliliği	Evet	131	3,82	,54	,831	,615
	Hayır	261	3,77	,57		
Sosyal Davranış Yeterliliği	Evet	131	3,99	,76	,422	,249
	Hayır	261	3,95	,90		
İletişimde Bireysel Yönler	Evet	131	2,65	1,42	2,740	,017
	Hayır	261	2,25	1,27		
Empati Yeterliliği	Evet	131	3,70	,82	,813	,249
	Hayır	261	3,62	,96		
Uyum Yeterliliği	Evet	131	3,84	1,02	-,381	,658

	Hayır	261	3,88	1,06		
Duyarlılık Yeterliliği	Evet	131	3,91	,97	2,348	,835
	Hayır	261	3,65	1,07		
İletişime Teşvik Yeterliliği	Evet	131	3,26	,66	1,659	,429
	Hayır	261	3,14	,64		
İnsan İlişkileri	Evet	131	4,00	,95	,728	,160
	Hayır	261	3,91	1,11		
Dinleme Yeterliliği	Evet	131	3,60	,59	1,305	,327
	Hayır	261	3,51	,66		

H_0 : Girişimcilik dersi almaya göre katılımcıların iletişim düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.

H_A : Girişimcilik dersi almaya göre katılımcıların iletişim düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

Yapılan fark analizi sonucunda katılımcıların girişimcilik dersi almalarına göre iletişim düzeylerinde anlamlı bir farklılık olmadığı belirlenmiştir. Buna göre girişimcilik dersi almanın katılımcıların iletişim düzeyleri üzerinde anlamlı bir farklılığa yol açmamaktadır. “İletişimde bireysel yönler” alt boyutu özelinde ise anlamlı bir farklılığa rastlanılmış ve girişimcilik dersi alanların iletişimde bireysel yönler becerilerinin girişimcilik dersi almayanlara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Tablo 32. Korelasyon Analizi

	Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği		İletişim Yeterlilik Ölçeği	
	R	p	R	p
Girişimcilik	1		,684	,000
İletişim	,684	,000	1	

Son olarak yapılan korelasyon analizi neticesinde katılımcıların girişimcilik düzeyleri ile iletişim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı, pozitif yönlü kuvvetli bir ilişki olduğu görülmektedir.

SONUÇ

Bu araştırma Bartın Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulunda öğrenim gören (2018-2019 Akademik Yılı) öğrencilerinin, girişimcilik özellikleri ile iletişim yeterlilikleri arasındaki ilişkiyi incelemek amaçlanmıştır. Araştırmada girişimcilik ile iletişim birbirini destekleyen, girişimcilik ile iletişimin doğru orantılı olduğunu söyleyebiliriz. Girişimci bireylerin iletişim düzeylerinin doğru orantılı olması bir beceri olarak görülebilir. İletişim yaşamın her alanında yer alıp insan ilişkilerinde belirleyici bir hale gelmiştir. Çalışma kapsamında BESYO öğrencilerinin mezun olduktan sonra eğitim çalışmalarının arasında yer aldığını düşündüğümüzde (öğretmenlik, antrenörlük, spor yöneticilik) girişimcilik ve iletişim düzeylerinin yüksek olması, etkili iletişimi sağlaması, eğitimde verimlilik, oluşabilen sorunlara veyahut yapılması planlanan projelerde aktif yer alması açısından önem taşımaktadır.

Girişimciliği bir işletme yeri açma, yeni fikir, ürün ortaya koyma olarak düşündüğümüzde girişimciliğin değerinin ve başarılı girişimci olmada isteğin arttığını görmekteyiz. Bu noktada iletişim insan ilişkilerini sağlayan, devamlılığı sürdüren ve etkiyi arttıran tüketici-işletme ilişkisinde bir belirleyici unsur olduğunu görmekteyiz. İşletme-tüketici arasında sağlıklı iletişim kurulamayan, talepleri aktaramayan, sorularına cevap bulunamayan bir tüketici-işletme arasında etkileşim devam etmeyebilir. İletişim, bu açıdan sağlıklı etkileşimin gelişiminde önemlidir.

Çalışma kapsamında BESYO öğrencilerinin girişimcilik özellikleri ile iletişim yeterlilikleri arasındaki ilişki ele alınmıştır. Bartın Üniversitesi örneği olarak gerçekleştirilen çalışmanın örnekleme de Bartın Üniversitesi'nde eğitimini sürdüren BESYO öğrencileri tarafından oluşturulmuştur. Çalışmanın örnekleme ilişkin demografik özellikler şu şekildedir:

- Katılımcıların %63,2'si (254) erkek, %36,8'i (148) kadındır.
- Katılımcıların yaş dağılımları incelendiğinde %54,8'inin (216) 21 – 23 yaş aralığında olduğu görülürken, %25,9'u (102) 24 – 26 yaş aralığında, %19,3 (76) 18 – 20 yaş aralığındadır.
- Katılımcıların %29,9'u (120) rekreasyon bölümünde eğitim alırken, %24,9'u (100) antrenörlük, %23,1'i (93) spor yöneticiliği ve %22,1'i (89) öğretmenlik bölümünde eğitim almaktadır.
- Katılımcıların %36,1'i (145) 3. Sınıf öğrencisi iken %30,3'ü (122) 4. Sınıf öğrencisi, %13,2'si (53) 2. Sınıf öğrencisi ve %20,4'ü (82) 1. Sınıf öğrencisidir.

- Katılımcıların babalarının eğitim durumu incelendiğinde %35,1'in (140) ilkokul mezunu, %30,3'ü (121) ortaokul mezunu, %24,4'ü (96) lise mezunu, %10,5'i (42) üniversite mezunu oldukları görülmektedir.
- Katılımcıların annelerinin eğitim durumu incelendiğinde ise %43,4'unun (171) ilkokul mezunu, %29,4'ünün (116) ortaokul mezunu, %20,6'sının (81) lise mezunu, %6,6 'sının (26) üniversite mezunu oldukları görülmektedir.
- Katılımcıların %14,9'unun (59) babası kamu çalışanı iken %85,4'ünün (337) özel sektör çalışanıdır.
- Katılımcıların annelerinin %69,7'si (280) ev hanımı, %18,7'si (75) özel sektör çalışanı, %11,7'si (47) kamu çalışanıdır.
- Son olarak katılımcıların girişimcilik dersi alıp almadıkları incelendiğinde %66,6'sının (261) girişimcilik dersi almadığı, %33,4'ünün (131) ise girişimcilik dersi aldığı görülmektedir.

Araştırma kapsamında öğrencilerin girişimcilik düzeyleri ile iletişim yeterlilikleri arasındaki ilişki incelenmiş ve istatistiksel olarak anlamlı pozitif yönlü kuvvetli bir ilişki belirlenmiştir. Bununla birlikte katılımcıların hem girişimcilik düzeylerinin hem de iletişim becerilerinin demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediği araştırılmıştır. Yapılan fark analizleri neticesinde cinsiyete, yaşa, bölüme, sınıfa, babaların eğitim düzeyine, annenin eğitim düzeyine, babanın mesleğine ve girişimcilik dersi almaya göre katılımcıların girişimcilik düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı belirlenmiştir. Annenin mesleğine göre katılımcıların girişimcilik düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır sonucuna varılmaktadır. Ortalamalar incelendiğinde kamu çalışanı ve özel sektör çalışanı annelerin ev hanımı ve işveren annelere göre girişimcilik düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların iletişim yeterliliklerinde ise demografik özelliklere göre bir farklılık belirlenmemiştir.

Yapılan analizler neticesinde çalışma öncesi beklentinin aksine hem girişimcilik düzeylerinde hem de iletişim yeterliliklerinde demografik özelliklerine göre önemli bir farklılık tespit edilmemiştir. Bu beklentinin aksine bir durumla karşılaşılmasında öğrencilerden oluşan bir örneklemin oluşturulmuş olmasının etkili olduğu düşünülmektedir. Ayrıca öğrencilerin yakın bölümlerde okuyor olmalarının da bu farklılığın oluşmamasında etkili olduğu fikri ortaya çıkmaktadır.

Literatürde benzer çalışmalar incelendiğinde girişimcilik ile iletişim becerileri arasındaki ilişkiye yönelik çalışmalara rastlanılmaktadır. Bu çalışmaların birinde Akbaba, Özel ve Yıldız (2018) araştırmanın örneklemini oluşturan öğrencilerde girişimcilik ile iletişim becerileri arasında pozitif yönlü orta düzeyde bir ilişki olduğu belirlenmiştir ki bu bulgu çalışmada elde edilen bulgu ile paralellik göstermektedir.

Bir diğer benzer çalışmada Salik (2015) üniversite öğrencileri özelinde girişimcilik özelliklerinin değişkenlik gösterip göstermediğini incelemiştir. Çalışma kapsamında yaşa, cinsiyete, yaşanılan yere, kardeş sayısına ve çalışılan sektöre göre katılımcıların girişimcilik düzeylerinde farklılıklar tespit edilmiştir. Salik (2015)'in bulguları ile bu çalışmada elde edilen bulgular bu yönüyle farklılık göstermektedir.

Konuya ilişkin bir diğer çalışmada Damar (2015) katılımcıların cinsiyetlerine, kişilik özellikleri, sınıfları ve girişimcilik dersi almalarına göre girişimcilik düzeylerinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu çalışmada elde edilen bulgular ile Damar (2015)'in elde ettiği bulguların farklılaştığı görülmektedir.

Kavşur (2015) ise gerçekleştirdiği çalışmada katılımcıların girişimcilik dersi almalarının girişimcilik düzeylerinde anlamlı farklılığa yol açtığını belirlemiştir. Bu çalışmada ise tersi yönde bir bulguya ulaşılmıştır ki bu da iki çalışmada elde edilen bulguların farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır.

İletişim, hem gündelik yaşamda hem de iş yaşamında oldukça önemli bir yere sahiptir. Bireyin toplum içerisinde konumunu, saygınlığını, diğer insanlarla ilişkilerini ve iş yaşamındaki başarısını doğrudan etkilemektedir. Yapılan araştırmanın sonucunda yalnızca girişimcilik düzeylerinde annelerin mesleğine göre farklılık tespit edilmiş olup, özel sektör çalışanlarının ev hanımı ve kamu çalışanı olanlara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu doğrultuda diğer farklılıkların çıkmamasında nitel ve nicel araştırma yapılmasını önerilebiliriz.

Yapılan araştırmaların Türkiye'de farklı Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulları ve Spor Bilimleri Fakültelerini kapsayacak şekilde uygulanmasını önerebiliriz. Bölümlerin birbirleri ile yakın olması bu sonuçları doğrular fakat farklı uygulama, yöntem ve tekniklerle çalışmalar yapıla bilinir. Araştırmanın demografik özelliklerini arttırarak, örneğin mezun olunan lise, gelir seviyesi, ikamet edilen il şeklinde çoğaltılabilir. Bu doğrultuda getirilebileceğimiz başlıca öneriler şunlardır:

- Öncelikle iletişimin öneminin farkına varılmalı ve etkili iletişim becerilerinin geliştirilmesi adına eğitimler alınmalı, konferanslara ve seminerlere katılarak bilgi birikimi arttıracak çalışmalara katılım sağlanabilir.
- Öğrencilerin sosyal yaşamda ve derslerde girişimciliği ve iletişimi nasıl kullandıkları, ne ölçüde oldukları nitel veya gözlem yoluyla araştırma yapılması önerilebilir.
- Çalışma evren ve örneklem göz önüne alındığında daha büyük kitlelere ulaşarak araştırma yapılabilir.
- Girişimcilik – iletişim ilişkisi kavranarak bu iki kavramı ayrı ayrı ele almak yerine bir arada ele alınabilir.
- Girişimcilik eğitimi alınıp, sosyal hayatta işimizi ve hedeflediğimiz amaç doğrultusunda çalışmalar yapılabilir.
- Girişimciliğin ve iletişimin hayatımızdaki riskleri ve fırsatları iyi analiz edilebilecek çalışmalar yapılabilir.
- Araştırmanın amacı doğrultusunda geçerliliği ve güvenilirliği olan farklı ölçme araçlarıyla sonuçlar çeşitlendirilebilir.

KAYNAKLAR

- Acar, V. (2009). *Öğretmen adaylarının iletişim becerileri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Burdur.
- Akbaba, M., Özel, G., & Yıldız, F. (2018). İletişim becerileri ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişki: Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksek Okulu öğrencileri örneği. *III. Uluslararası Mesleki ve Teknik Bilimler Kongresi*. (4) İksat Uluslararası Yayınevi.
- Açıköz, H. (2005). *Etkili iletişim* (1 b.). Ankara: Elis Yayıncılık.
- Aziz, A (2010). *İletişime giriş* (3. b.). İstanbul: Hiperlink.
- Bozgeyik, A. (2005). *Girişimcilere yol haritası* (1 b.). İstanbul: Hayat Yayınları.
- Bozkurt, Ö. (2011). *Dünyada ve Türkiye’de girişimcilik eğitimi: Başarılı girişimciler ve öğretim üyelerinden öneriler* (1 b.). Ankara: Detay Yayınları.
- Börü, D. (2006). *Girişimcilik Eğilimi: Marmara Üniversitesi işletme bölümü öğrencileri üzerine bir araştırma*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Yayın No: 733, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayın No: 21
- Bulut, B. (2004). İlköğretim sınıf öğretmenlerinin iletişim becerilerine ilişkin algılarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 2(4), 443-452.
- Canan, Ç. (1996). *Yeniden yapılanma, girişimcilik, küçük ve orta boy işletmeler ve bunların özendirilmesi*. İstanbul: Der Yayınları.
- Cemalcılar, İ. (1988). *Pazarlama - kavramlar kararlar*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Çelik, A., İnce, M. , & Bozyiğit, S.(2014). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik niyetlerini etkileyen ailesel faktörleri belirlemeye yönelik bir çalışma. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7,(3),113-124.
- Damar, A. (2015). *Girişimci Kişilik Özelliklerinin Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerine Etkisi: Sannio Üniversitesi ve Selçuk Üniversitesi’nde Karşılaştırmalı Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Demirci, E.E. (2002). *İletişim becerileri eğitiminin mesleki eğitim merkezine devam eden genç işçilerin iletişim becerilerini değerlendirmelerine etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Dökmen, Ü. (2004). *İletişim çatışmaları ve empati* (27 b.). İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Döm, S. (2008). *Girişimcilik ve küçük işletme yöneticiliği* (2 b.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Güngör, N. (2011). *İletişim kuramlar, yaklaşımlar* (1 b.). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- İraz, R. (2010). *Yaratıcılık ve yenilik bağlamında girişimcilik ve kobiler* (2 b.). Konya: Çizgi Kitabevi.

- İrmiş, A., Durak, İ., & Özdemir, L. (2010). *Girişimcilik kültürü anadolu girişimciliğinden örnekler* (1 b.). Bursa: Ekin Yayınları.
- Karasar, N. (2004). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kavşur, Z. (2015). *Sağlık yönetimi lisans öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Koca, G.Ş., & Erigüç, G. (2017). İletişim yeterlilik ölçeğinin geçerlik ve güvenilirliği. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 13(4),789-799.
- Korkmaz, S. (2000). Girişimcilik ve üniversite öğrencilerinin girişimcilik özelliklerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1) 163-179.
- Korkut, F. (2005). Yetişkinlere yönelik iletişim becerileri eğitimi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 28, 143-149.
- Kosgeb. (2011). *2011 – 2013 KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı*, Haziran 15,2019 tarihinde Web sitesi:
https://www.muhasabeweb.com/belge/2011_2013_KOBi_Stratejisi_ve_Eylem_Plani.pdf
adresinden alındı
- Odabaşı, Y. & Oyman, M.(2002). *Pazarlama iletişimi yönetimi*. İstanbul: [Mediacat Yayınları](#).
- Oskay, Ü. (2016). *İletişimin ABC'si*. İstanbul: İnkılap Yayınevi.
- Salik, N. (2015). *Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin demografik değişkenler açısından incelenmesi: Kafkas Üniversitesi Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kars.
- Şahin, M. (2011). *Girişimcilik bağlamında eğitimin sivilleşmesi ve girişimcilik örneği olarak stk'lar*. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (30),123
- Şimşek, M.Ş.(2004). *İşletme bilimine giriş* (11 b.) Konya: Adım Matbaacılık.
- Taşer, S. (2004). *Konuşma eğitimi*. İstanbul: Papirüs Yayınevi.
- Titiz, T.(1994). *Girişimcilik* (1 b.). İstanbul. İnkılap Kitabevi.
- Türk Dil Kurumu. (2019). *Türk Dil Kurumu Sözlükleri*. Aralık15, 2019 Tarihinde Türk Dil Kurumu Web sitesi <https://sozluk.gov.tr/?kelime=kitle%20ileti%C5%9Fimi> adresinden alındı.
- Tutar, T., & Yılmaz, M.K. (2003). *Genel iletişim* (3 b.). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Tutar, T., & Yılmaz, M.K. (2013). *İletişim* (10 b.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

- Uzun, E., & Dirlik, S. (2007). *KOBİ sahiplerinin girişimcilik, kişilik ve liderlik özelliklerinin değerlendirilmesi: Muğla İlinde Ampirik Bir Araştırma*. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Yıl 6 Sayı 11,s.133-148.
- Ülker, N. (2014). *Hemşirelerde iletişim becerileri ve iş doyumunu* (Merkez efendi Devlet Hastanesi Hemşireleri Örneği). Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yıldırım, N. (2016). *Hemşirelerin girişimci kişilik özellikleri, problem çözme becerileri ve etkili iletişim faktörlerin değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Bilim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yılmaz, E. ve Sünbül, A.M. (2009). *Üniversite öğrencilerine yönelik girişimcilik ölçeğinin geliştirilmesi*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (21),195-203.
- Yüksel, A.H. (2010). *İletişimin tanımı ve temel bileşenleri* (3 b.). (Ed. Uğur Demiray). Ankara: Pegem Yayınları.
- Zıllıoğlu, M. (2007). *İletişim bilgisi ve tanımı* (1 b.). Eskişehir: Açık öğretim Yayınları.

EK A. Kişisel Bilgiler Anketi:

Yüksek Lisans Tezi olarak sunacağım çalışmamda siz değerli katılımcıların görüşlerine ihtiyaç duymaktayım. Yöneltilen maddelerin herhangi bir doğru cevabı bulunmamaktadır, bu sebeple vermiş olduğunuz yanıtlarda samimi olmanız temel arzumuzdur, katılımınız için teşekkürler

Fatih ŞENER

Demografik Özellikler

1. Cinsiyetiniz

Erkek () Kadın ()

2. Yaş Grubunuz

18 – 20 yaş () 21 – 23 yaş () 24 – 26 yaş ()

3. Bölümünüz

Öğretmenlik () Antrenörlük () Spor Yöneticiliği () Rekreasyon ()

4. Sınıfınız

1.Sınıf () 2.Sınıf () 3.Sınıf () 4.Sınıf ()

5. Baba Eğitim Durumu

İlkokul () Ortaokul () Lise () Üniversite ()

6. Anne Eğitim Durumu

İlkokul () Ortaokul () Lise () Üniversite ()

7. Baba Mesleği

Kamu () Özel Sektör ()

8. Anne Mesleği

Ev Hanımı () Kamu () Özel Sektör ()

9. Girişimcilik Dersi Aldınız mı?

Evet () Hayır ()

Ek B. Girişimcilik Ölçeği

MADDELER		Hiçbir Zaman	Nadiren	Bazen	Sık Sık	Her Zaman
1	İşimde geçmiş performansımdan daha iyi olabilmek için daha çok çaba harcamaya çalışırım.					
2	Görevimin son derece zor olduğu zamanlarda elimden gelenin en iyisini yaparım.					
3	İstediuğim şeyi elde ettiğim zaman bunun sebebini genellikle kendi yeteneklerim olduğu düşünürüm.					
4	İşlerimde kendi kararlarım etkilidir.					
5	Kendi işimi kurabilirim.					
6	İşten zorunlu olarak ayrılısam işle ilgili kendime seçenekler oluşturabilirim.					
7	Zor durumlarda seçenekler oluşturabilirim.					
8	Farklı insanlarla dostluklar kurabilirim.					
9	Denemediklerimi denemekten çekinmem.					

10	Kendimde farklı işler yapabilecek enerjiyi hissedirim.					
11	Arkadaşlarıma değişik iş projelerden söz ederim.					
12	Yeteneklerimi uygulayabilecek alanlar oluştururum.					
13	Arkadaşlarımdan gelen bazı projelere katılmaktan çekinmem					
14	Hayatımı dış etkenlere bırakmam					
15	Kararlarımla hayatımı şekillendirebileceğimi düşünüyorum.					
16	Risk almaktan çekinmem					
17	Geleceği görerek ona dönük hazırlıklar yapabilirim.					
18	Yeni bir şeyleri denememe imkân veren projeler üzerinde çalışmayı severim.					
19	Eski fikirlere ve uygulamalara meydan okumayı ve daha iyilerini araştırmayı severim.					
20	Yeni bir perspektiften bakmama imkân sağlayan proje ve işlerle uğraşırım.					
21	Geçmişte başkaları tarafından kullanılmamış yeni yöntemlerle					

	çalışmayı denerim.					
22	Yeterli çabayla, her türlü sorunu ortadan kaldıracabiliriz.					
23	Yaptığım planları yürütebileceğimden çoğunlukla eminimdir.					
24	Yeni bir durum ve uygulamaya adapte olmakta sorun yaşamam.					
25	Üzerinde çalıştığım bir konuda hata yapmaktan çekinmem.					
26	Her işin bir riski vardır. İşimde her türlü riski göze alabilirim					
27	Başarıyı sağlayacak uygun yöntem ve tekniklerin arayışı içerisindeyimdir					
28	Karşıma çıkan fırsatları değerlendirebilirim					
29	Elimdeki kaynakları bir araya getirerek verimliliğe dönüştürebilirim					
30	İşimde ve çalışmalarımda ortaya çıkan değişimlere açığım					
31	İşimi severek ve azimle yaparım					
32	İşimde yaratıcılık yönüm güçlüdür					

33	İşimi gerçekleştirirken, herhangi bir ekip ya da kişiyle çalışabilirim					
34	Bir işte ya da uygulamada liderliği ele almaktan çekinmem					
35	İş konusunda gelecekle ilgili etkili kararlar alabilirim					
36	Farklı işlere yönelik motivasyonum ve eğilimlerim güçlüdür					

Ek C. İletişim Yeterlilik Ölçeği

MADDELER		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Yeni insanlarla tanışmak beni rahatsız etmez.					
2	Yeni tanıştığım biri ile konuşurken rahatımdır.					
3	Yeni insanlarla tanışabileceğim sosyal ortamlardan hoşlanırım.					
4	Yetkililerle konuşmaktan çekinmem.					
5	Sevilen bir kişiyim					
6	Esnek biriyim.					
7	İnsanlar sorunları olduğunda bana gelebilir.					

8	Genellikle doğru zamanda doğru şeyi söylerim.					
9	Sesimi ve vücut dilimi etkili bir şekilde kullanmayı severim					
10	Başkalarının o anki ihtiyaçlarına karşı duyarlıyım.					
11	Genelde diğer insanların ne hissettiklerini anlarım.					
12	Başkalarını anladığımı onlara belli ederim.					
13	Diğer insanları anlarım.					
14	Kendimi kolaylıkla başkalarının yerine koyabilirim.					
15	İnsanlarla iyi geçinirim.					
16	Değişen durumlara uyum sağlayabilirim.					
17	İnsanlara birer birey olarak davranırım.					
18	Genellikle nerede, nasıl davranacağımı bilirim.					
19	Arkadaşlarımdan genelde beklenmedik isteklerde bulunmam					
20	Etkili bir konuşmacıyım.					
21	İnsanları konuşmaya teşvik ederim					

22	Konuşma esnasında konuşulanlara dikkat ederim.					
23	Başkalarının söyledikleri ile ilgilerim.					
24	Konuşulanları çok iyi takip edemem					
25	Kişisel ilişkilerim soğuk ve mesafelidir.					
26	İnsanların rahatça konuşabileceği bir kişiyim					
27	İnsanlara yakın ve ilgili olmayı severim.					
28	Başkaları konuşurken çok fazla sözlerini keserim.					
29	İyi bir dinleyiciyimdir.					
30	Başkaları ile konuşma tarzım sakın değildir.					

Ek D. Envanter Kullanım İzni

Re: Ölçek Kullanım İzni Hk.



Ercan Yılmaz <ercanyilmaz70@gmail.com>

23.11.2018 Cum 15:23

Siz ✓



Ölçeği çalışmanızda kullanabilirsiniz. kolaylıklar dileği ile

Fatih ŞENER <sener_fatih33@hotmail.com>, 23 Kas 2018 Cum, 11:21 tarihinde şunu yazdı:

Sayın Ercan YILMAZ

Bartın Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı yüksek lisans öğrencisiyim.”Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulunda okuyan öğrencilerin girişimcilik özellikleri ile iletişim yeterliliklerin bazı değişkenlere göre incelenmesi: Bartın Üniversitesi Örneği” isimli tez çalışmam bulunmaktadır. Üniversite Öğrencilerine yönelik girişimcilik ölçeğinizi tezimde kullanmak üzere izninizi talep etmekteyim.

Re: Ölçek Kullanım izni Hk.

Fatih Bey iyi günler,
İletişim Yeterlilik Ölçeği (İYÖ)'ni, referans göstererek (kaynak gösterme koşuluyla) kullanabilirsiniz.
İyi çalışmalar dilerim.

Sağlık ve esenlikle..

Arş.Gör. Gülsüm Şeyma KOCA

Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, Beytepe - ANKARA

Tel : 0312 297 63 56 / 265

Fax: 0 312 299 20 84

E-mail: g.seymakoca@gmail.com

Research Assistant Gülsüm Şeyma KOCA

Hacettepe University Faculty of Economics and Administrative Sciences, Dept. of Healthcare Management, Beytepe - ANKARA

Phone : +90 (312) 297 63 56 / 265

Fax : +90 (312) 297 63 59

E-mail: g.seymakoca@gmail.com

Fatih ŞENER <sener_fatih33@hotmail.com>, 23 Kas 2018 Cum, 11:17 tarihinde şunu yazdı:

Sayın Gülsüm Şeyma Koca

Bartın Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı yüksek lisans öğrencisiyim.”Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulunda okuyan öğrencilerin girişimcilik özellikleri ile iletişim yeterliliklerin bazı değişkenlere göre incelenmesi: Bartın Üniversitesi Örneği” isimli tez çalışmam bulunmaktadır. Üniversite Öğrencilerine yönelik girişimcilik ölçeğinizi tezimde kullanmak üzere izninizi talep etmekteyim.

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı : Fatih ŞENER
Doğum Yeri ve Tarihi : Mersin-22.06.1994

Eğitim Durumu

Lisans Öğrenimi : Bartın Üniversitesi-BESYO-Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği

Yüksek Lisans Öğrenimi : Bartın Üniversitesi-Sosyal Bilimler Enstitüsü-Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı

Bildiği Yabancı Diller : İngilizce

Bilimsel Faaliyet/Yayımlar : Şener, F.ve Koraltan, A,(2019) Spor Bilimleri Fakültesi Spor Yöneticiliği Bölümü Öğrencilerinin İletişim Yeterliliklerinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi. Uluslararası Güncel Araştırmaları Dergisi, 5(1), 42-51

Aldığı Ödüller :

İş Deneyimi

Stajlar :
Projeler ve Kurs Belgeleri :
Çalıştığı Kurumlar :

İletişim

E-Posta Adresi : sener_fatih33@hotmail.com

Tarih : .../...../.....(Tez sınav tarihi)

