

**T. C.  
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

Antrenörlük Eğitimi Anabilim Dalı

Spor Yönetimi Bilim Dalı

**SPOR HİZMET ÇALIŞANLARININ İLETİŞİM  
BECERİLERİ İLE GİRİŞİMCİLİK DÜZEYİ  
ARASINDAKİ İLİŞKİ (İSTANBUL ÖRNEĞİ)**

Yüksek Lisans Tezi

**Koray SÜMER**

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Aydın PEKEL

**İstanbul – 2021**



## TEZ TANITIM FORMU

**Yazar Adı Soyadı** : Koray SÜMER

**Tezin Dili** : Türkçe

**Tezin Adı** : Spor Hizmet Çalışanlarının İletişim Becerileri İle İç Girişimcilik Arasındaki İlişki (İstanbul Örneği)

**Enstitü** : İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

**Anabilim Dalı** : Antrenörlük Eğitimi

**Tezin Türü** : Yüksek Lisans

**Tezin Tarihi** : 11.08.2021

**Sayfa Sayısı** : 65

**Tez** : Dr. Öğr. Üyesi Aydın PEKEL

**Danışmanları**

**Dizin Terimleri** : İletişim becerisi, girişimcilik, spor hizmeti

**Türkçe Özet** : Bu çalışmanın amacı spor hizmet çalışanlarının iletişim becerileri ile girişimcilik düzeyi arasındaki ilişkinin değerlendirilmesidir. Diğer bir amaç ise bazı değişkenlere göre (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, mesleki tecrübe, ailede spor yapma durumu, gelir durumu ve kurumdaki pozisyon) iletişim becerileri ve girişimcilik düzeylerinin incelenmesidir.

**Dağıtım Listesi** : 1. İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsüne  
2. YÖK Ulusal Tez Merkezine

*İmzası*

*Koray SÜMER*

**T. C.  
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

**Antrenörlük Eğitimi Anabilim Dalı**

**Spor Yönetimi Bilim Dalı**

**SPOR HİZMET ÇALIŞANLARININ İLETİŞİM  
BECERİLERİ İLE GİRİŞİMCİLİK DÜZEYİ  
ARASINDAKİ İLİŞKİ (İSTANBUL ÖRNEĞİ)**

**Yüksek Lisans Tezi**

**Koray SÜMER**

**Danışman**

**Dr. Öğr. Üyesi Aydın PEKEL**

**İstanbul – 2021**

## BEYAN

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğu, kullanılan verilerde herhangi tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez olarak sunulmadığını beyan ederim.

Koray SÜMER

.../.../2021



**İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ**  
**LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE**

Koray SÜMER'in Spor Hizmet Çalışanlarının İletişim Becerileri İle İç Girişimcilik Arasındaki İlişki (İstanbul Örneği) adlı tez çalışması, jürimiz tarafından Antrenörlük Eğitimi anabilim dalı, Spor Yönetimi bilim dalında YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan

*İmza*

*Doç. Dr. Kubilay ÇİMEN*

Üye

*İmza*

*Dr. Öğr. Üyesi Aydın PEKEL*  
(Danışman)

Üye

*İmza*

*Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Can KOÇ*

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

... / ... / 2021

*İmzası*

*Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ*

Enstitü Müdürü

## ÖZET

Bu çalışmanın amacı spor hizmet çalışanlarının iletişim becerileri ile girişimcilik düzeyi arasındaki ilişkinin değerlendirilmesidir. Diğer bir amaç ise bazı değişkenlere göre ( cinsiyet, yaş, eğitim durumu, mesleki tecrübe, ailede spor yapma durumu, gelir durumu ve kurumdaki pozisyon) iletişim becerileri ve girişimcilik düzeylerinin incelenmesidir. Araştırma nicel araştırma, nedensel karşılaştırma ve bağlantısal yöntem uygulanarak tasarlanmıştır. Araştırmanın örneklemini İstanbul Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü bünyesinde görev yapan (n=100) gönüllü katılımcılar oluşturmaktadır. Katılımcılara kişisel bilgi formu, iletişim beceri ölçeği ve girişimcilik davranışı ölçeği uygulanmıştır. Elde edilen veriler SPSS 21 paket programına aktarılarak analiz edilmiştir.

Sonuç olarak katılımcıların iletişim becerisi ve alt boyutlarının iyi düzeyde olduğu ve orta düzeyde girişimcilik eğilimi sahip oldukları iletişim becerisi ile girişimcilik düzeyi arasında pozitif yönde zayıf düzeyde, bir ilişki bulunduğu belirlenmiştir.

Katılımcıların cinsiyet, çalışma süresi, ailede sporla ilgilenme, gelir düzeyi ve kurumdaki pozisyon durumlarına göre iletişim becerisinde anlamlı farklılık olmadığı, yaş ve eğitim düzeyine göre iletişim becerisinde farklılık olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, çalışma süresi, ailede sporla ilgilenme, gelir düzeyi ve kurumdaki pozisyon durumlarına göre girişimcilik düzeyinde anlamlı farklılık olmadığı saptanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** İletişim becerisi, girişimcilik, spor hizmeti

## SUMMARY

The aim of this study is to evaluate the relationship between the communication skills of sports service workers and the level of entrepreneurship. Another aim is to examine the communication skills and entrepreneurship levels according to some variables (gender, age, education level, professional experience, sports status in the family, income status and position in the institution). The research was designed by applying quantitative research, causal comparison and correlational method. The sample of the research consists of volunteer participants (n=100) working within the Istanbul Provincial Directorate of Youth and Sports. Personal information form, communication skill scale and entrepreneurial behavior scale were applied to the participants. The obtained data were analyzed by transferring them to the SPSS 21 package program.

As a result, it was determined that the communication skills and sub-dimensions of the participants were at a good level, and there was a weak positive correlation between the communication skills that they had moderate entrepreneurship tendency and the level of entrepreneurship.

It has been determined that there is no significant difference in communication skills according to gender, working time, family involvement in sports, income level and position in the institution, and there is a difference in communication skills according to age and education level. It was determined that there was no significant difference in the level of entrepreneurship according to the participants' gender, age, education level, working time, interest in sports in the family, income level and position in the institution.

**Keywords:** Communication skill, entrepreneurship, sports service



## İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
SUMMARY .....	ii
İÇİNDEKİLER .....	iii
TABLOLAR LİSTESİ.....	v
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	vi
ÖNSÖZ.....	vii
GİRİŞ .....	1

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### GENEL BİLGİLER

1.1. İLETİŞİM KAVRAMI .....	4
1.2. İLETİŞİM BECERİLERİ VE İŞLEVLERİ .....	5
1.3. İLETİŞİM SINIFLAMALARI .....	6
1.3.1. Kişilerarası iletişim .....	6
1.3.2. İletişim ve teknolojinin ilişkisi.....	7
1.4. SPORDA İLETİŞİM .....	7
1.5. SPOR KURUMLARINDA KURUMSAL İLETİŞİM .....	8
1.5.1. Kurumsal İletişim.....	8
1.5.2. Spor Kurumlarında Kurumsal İletişim.....	9
1.6. SPOR ORGANİZASYONLARINDA İLETİŞİM VE HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİ.....	10
1.6.1. Antrenör-Sporcu İlişkisi.....	11
1.7. GİRİŞİMCİLİK TANIMI VE ÖNEMİ.....	11
1.8. GİRİŞİMCİLİĞİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER .....	13
1.9. GİRİŞİMCİ KİŞİLİĞİN OLUŞMASINDAKİ ETKENLER.....	15
1.10. GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ .....	17
1.11. İÇ GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI .....	17
1.11.1. İç Girişimciliğin Önemi .....	17
1.12. İÇ GİRİŞİMCİLİĞİN GÜNCEL BOYUTLARI .....	18
1.13. SPOR VE GİRİŞİMCİLİK .....	19
1.14. SPOR HİZMETİ VEREN İŞLETMELERDE İÇ GİRİŞİMCİLİK DAVRANIŞI.....	20

### İKİNCİ BÖLÜM

#### YÖNTEM

2.1. ARAŞTIRMA MODELİ .....	21
2.2. EVREN VE ÖRNEKLEM.....	21

2.3.	VERİ TOPLAMA ARAÇLARI .....	21
2.3.1.	Sosyo-demografik bilgi F-formu.....	21
2.3.2.	İletişim becerileri ölçeği.....	22
2.3.3.	Girişimcilik ölçeği.....	22
2.4.	VERİLERİN ANALİZİ.....	22

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### BULGULAR

<b>SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>	<b>33</b>
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>39</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>45</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>	<b>52</b>

## TABLÖLAR LİSTESİ

<b>Tablo 1.</b> Örneklemeye ait tanımlayıcı istatistik bulgular .....	24
<b>Tablo 2.</b> Ölçeklerin normallik testi sonuçları .....	25
<b>Tablo 3.</b> Ölçeklerin puan ortalamaları ve puan aralıkları.....	26
<b>Tablo 4.</b> Ölçekler arasındaki ilişkinin korelasyon analizi sonuçları.....	26
<b>Tablo 5.</b> Örneklemeye ölçek puanları ile cinsiyet arasındaki ilişkiye ait t-testi sonuçları .....	27
<b>Tablo 6.</b> Örneklemeye ölçek puanları ile yaş arasındaki ilişkiye ait ANOVA sonuçları .....	27
<b>Tablo 7.</b> Örneklemeye ölçek puanları ile eğitim düzeyi arasındaki ilişkiye ait ANOVA sonuçları .....	29
<b>Tablo 8.</b> Örneklemeye ölçek puanları ile çalışma süresi arasındaki ilişkiye ait t-testi sonuçları .....	30
<b>Tablo 9.</b> Örneklemeye ölçek puanları ile ailede sporla ilgilenme arasındaki ilişkiye ait t-testi sonuçları .....	30
<b>Tablo 10.</b> Örneklemeye ölçek puanları ile gelir düzeyi arasındaki ilişkiye ait anova sonuçları .....	31
<b>Tablo 11.</b> Örneklemeye ölçek puanları ile kurumdaki pozisyon arasındaki ilişkiye ait ANOVA sonuçları.....	32

## ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Örneklem Büyüklüğünün Hesaplanması .....	23
Şekil 2. Güç Analizi.....	24



## ÖNSÖZ

Tezin her aşamasında bana gösterdiği ilgi ve sabrından dolayı değerli hocam Dr. Öğr. Üyesi Aydın PEKEL'e ne kadar teşekkür etsem azdır. Bu zorlu tez sürecinde benden desteğini bir an için bile esirgemeyen değerli ablam Nazmiye SÜMER ŞAHİN'e ve arkadaşım Sevde Nur ALAGEYİK'e, tüm eğitim hayatım boyunca desteklerini esirgemeyen her zaman yanımda olan sevgili aileme teşekkürlerimi bir borç bilirim.



# GİRİŞ

## **Problemin Durumu**

İç girişimcilik “organizasyon içerisindeki bireylerin, kontrol ettikleri mevcut kaynaklardan bağımsız olarak fırsatları kovaladıkları bir süreç”; “fırsatları elde etmek için yeni işler yapmak ve eski alışkanlıklardan vazgeçmek”; “mevcut bir organizasyon içerisindeki girişimcilik ruhu ”ve “faaliyet halindeki, mevcut bir organizasyon tarafından yeni organizasyonlar yaratma veya bu organizasyon içinde yenilenmenin ve yeniliğin teşvik edilmesi” olarak ele alınmaktadır (Ağca ve Kurt, 2007). İç girişimcilik ruhunun ortaya çıkması için iletişim becerisi yüksek bir birey olmanın yanında girişimci kişi de yenilikçilik, risk alma, inisiyatif alma ve öngöründe bulunma özelliklerinin de barınması önem arz etmektedir (Pekel, 2020). Bu bağlamda iletişim becerileri yüksek olan bireylerin iç girişimcilik özelliklerinin daha iyi kullanabilecekleri ve çalıştıkları kurumda farklılık oluşturmak ve kuruma artı değer kazandırmak anlamında özelde spor hizmet çalışanlarının iletişim becerileri ile iç girişimcilik arasındaki ilişkinin incelenmesi önemlidir. Yapılan çalışmada spor hizmet çalışanlarının iletişim becerileri ile iç girişimcilik arasındaki ilişki düzeylerinin incelenmesi ve değerlendirilmesi amaçlanmıştır

## **Araştırmanın Amacı**

Bu çalışmanın amacı spor hizmet çalışanlarının iletişim becerileri ile girişimcilik düzeyleri arasındaki ilişkinin değerlendirilmesidir. Diğer bir amaç ise bazı değişkenlere göre ( cinsiyet, yaş, eğitim durumu, mesleki tecrübe, ailede spor yapma durumu, gelir durumu ve kurumdaki pozisyon) iletişim becerileri ve girişimcilik düzeylerinin değerlendirilmesidir.

## **Araştırmanın Önemi**

Bu çalışma spor hizmet çalışanlarının iletişim becerileri ve girişimcilik özelliklerinin arasındaki ilişkiye dikkat çekerek spor bilimine katkı sağlaması açısından önem arz etmektedir. Bununla birlikte yapılan literatür taramalarında girişimcilik ve iletişim becerileri düzeyi arasındaki ilişkiyi inceleyen birçok çalışma olmasının yanında çalışmanın farklı evren ve örnekleme sahip olması elde edilecek sonuçlar bağlamında spor bilimlerine katkı sağlaması açısından önem arz etmektedir.

## **Problem Cümleleri**

Araştırmanın ana problemine dayalı olarak cevaplandırılmaya çalışılacak alt problemler aşağıda yer almaktadır.

- Spor hizmet çalışanlarının iletişim becerileri ile girişimcilik düzeyleri arasında ilişki var mıdır?
- Spor hizmet çalışanlarının cinsiyet göre iletişim becerileri ve girişimcilik düzeyleri arasında farklılık var mıdır?
- Spor hizmet çalışanlarının yaşlarına göre iletişim becerileri ve girişimcilik düzeyleri arasında farklılık var mıdır?
- Spor hizmet çalışanlarının eğitim durumlarına göre iletişim becerileri ve girişimcilik düzeyleri arasında farklılık var mıdır?
- Spor hizmet çalışanlarının mesleki tecrübelerine göre iletişim becerileri ve girişimcilik düzeyleri arasında farklılık var mıdır?
- Spor hizmet çalışanlarının ailesinde spor yapma durumlarına göre iletişim becerileri ve girişimcilik düzeyleri arasında farklılık var mıdır?
- Spor hizmet çalışanlarının gelir durumu değişkenliklerine göre iletişim becerileri ve girişimcilik düzeyleri arasında farklılık var mıdır?
- Spor hizmet çalışanlarının kurumdaki pozisyonlarına göre iletişim becerileri ve girişimcilik düzeyleri arasında farklılık var mıdır?

## **Araştırma Hipotezleri**

- Spor hizmet çalışanlarının iletişim becerileri ile girişimcilik düzeyleri arasında ilişki vardır.
- Spor hizmet çalışanlarının cinsiyet göre iletişim becerileri ve girişimcilik düzeyleri arasında farklılık vardır.
- Spor hizmet çalışanlarının yaşlarına göre iletişim becerileri ve girişimcilik düzeyleri arasında farklılık vardır.
- Spor hizmet çalışanlarının eğitim durumlarına göre iletişim becerileri ve girişimcilik düzeyleri arasında farklılık vardır.
- Spor hizmet çalışanlarının mesleki tecrübelerine göre iletişim becerileri ve girişimcilik düzeyleri arasında farklılık vardır.

- Spor hizmet çalışanlarının ailesinde spor yapma durumlarına göre iletişim becerileri ve girişimcilik düzeyleri arasında farklılık vardır.
- Spor hizmet çalışanlarının gelir durumu değişkenliklerine göre iletişim becerileri ve girişimcilik düzeyleri arasında farklılık vardır.
- Spor hizmet çalışanlarının kurumdaki pozisyonlarına göre iletişim becerileri ve girişimcilik düzeyleri arasında farklılık vardır.

#### **Araştırmanın Sınırlılıkları**

- Bu çalışma İstanbul Spor il müdürlüğüne bağlı tüm ilçe müdürlükleri spor hizmet çalışanları ile sınırlanmıştır.
- Bu araştırma iletişim becerileri ölçeği ve girişimcilik ölçeğine karşı verilen cevaplar ile sınırlıdır.
- Araştırmanın çalışma grubu 18 yaş üzeri, sağlıklı kadın ve erkek gönüllü katılımcılar ile sınırlıdır.
- Araştırma verileri gönüllü olan 100 katılımcıdan elde edilen bilgiler ile sınırlıdır.

#### **Araştırmanın Varsayımları**

- Spor hizmet çalışanlarının, iletişim beceri ölçeği ile girişimcilik ölçeği formunu özenli bir şekilde okuyarak samimi cevaplar verdikleri varsayılmıştır.
- Spor hizmet çalışanlarının, iletişim beceri ölçeği ile girişimcilik ölçeği formunun geçerli ve güvenilir olduğu ve bu katılımcı gruba uygun olduğu varsayılmıştır.
- Araştırma sonucunda örneklemden elde edilen verilerin evreni temsil ettiği varsayılmaktadır.



# BİRİNCİ BÖLÜM

## GENEL BİLGİLER

### 1.1. İletişim Kavramı

Sosyal bir varlık olan insan sürekli bir biçimde diğer insanlarla iletişim halindedir. İletişim, insanlar arasında duygu, düşünce, fikir ve izlenimlerin aktarılmasını sağlayan bir araçtır. İnsanlar arasında oluşan ilişkilerin yapısında iletişim kavramı yer almaktadır. Toplumsal hayatın ilerleyişinde ve içeriğinde kişisel unsurları içinde oluşturan iletişim kavramı yer almaktadır. Bu noktada oluşacak bir toplumsal yapı için iletişim kavramı son derece önem arz etmektedir (Özkök, 1985). Ayrıca iletişim, insanları birbirine bağlayan ve onların sosyal bir grup halinde çalışmalarını temin eden bir bağıdır.

Bilgi, fikir ve duyguların düzgün bir biçimde aktarılması için doğru bir iletişim sürecinin var olması gereklidir. İletişim becerilerinin temel yapısına hâkim olan kişiler çevrelerindeki insanlarla çok daha etkili bir iletişim kurabilirler. İletişim sürecinin açığa çıkmasında insanlar diğer bireyler ile etkileşim kurmak istemektedirler. İnsanlar genel itibariyle iletişim kurabilmek ve yaşamlarını idame ettirebilmek için sosyal ilişkiler kurma arzusu içerisindeyler. Bu durum da ancak etkili ve verimli kurulacak iletişim süreçleri ile mümkün olabilmektedir.

İletişimle ilgili tanımlar incelendiğinde genel itibari ile iki taraflı bir yapı söz konusu olmaktadır. İki kişinin iletişim kurması için her iki tarafın da canlı olmasının gerekliliği elzem olmamakla birlikte bir tarafın canlı diğer tarafında cansız olması durumunda da iletişim kurulabilmektedir. Söz gelimi bir bilgisayar ve birey arasında gerçekleşen oyun esnasında da iletişim kurulabilmektedir. Gerçekleştirilen bir araştırma sonucunda, kişiler arasındaki iletişimin daha iyi anlaşılmasının bilgi, davranış ve iletişim kavramları arasında oluşan ilişkiye bağlı olmak kaidesi ile doğru veya yanlış oluşmasına olanak sağlamaktadır (Toy, 2007).

Sportif etkinlikler esnasında, sporcularla kurulmakta olan iletişimde kullanılmakta olan jest ve mimikler, cümleler ve gerçekleştirilen tavırlar sporu icra eden kişi üzerinde farklı etkiler yaratmak sureti ile açığa çıkmaktadır (Yetim ve Cengiz, 2010). Genel itibari ile iletişim, ortam içerisindeki değişimlere vücut veren,

bireyler arasında bilgilerin doğru aktarımını sağlayan, sayılmakta olan ögelere yönelik deneyimleri içeren, karşılıklı duygu ve düşüncelerin akla gelebilecek her yolla karşı taraftaki bireyce anlaşılmasına olanak veren bir süreçtir (Bıçakçı, 1998). İletişimin nasıl ve ne şekilde olduğuna yönelik yapılan tanımlar incelendiğinde, bilgilerin ilk noktada aktarımından sonra kaynağa doğru gerçekleşmekte olan geribildirimlerden kaynaklanmakta olduğu anlaşılmalıdır. Kaynakların bazıları, iletişim sürecini karşılıklı bilgi alışverişi olduğunun altını çizerken, bu sebepten ötürü tek taraflı bir süreç olmadığını ve karşılıklı diyalog gerektiğini belirtmektedirler. Bu ayrın dikkatle incelendiğinde bilginin tek taraflı aktarımı “bilgilendirme” veya “enformasyon” sözcükleri ile ifade edilmektedir.

## 1.2. İletişim Becerileri ve İşlevleri

Sözel bir takım özelliklere sahip olan veya olmayan iletilere karşı açığa çıkan duyarlılık, etkili, verimli dinleme süreci ve geribildirim becerileri iletişim başlığı altında değerlendirilmektedir (Korkut, 2004). Cüceloğlu (2002) iletişim kavramını “*En genel haliyle duygu ve düşüncelerin bireyler arasında aktarılmasıdır*” biçiminde ifade etme yoluna gitmiştir. Burada bilinmesi gereken, bireyde bulunan becerilerin doğuştan veya bir takım algılar üzerinden vücut bulduğunu/kazanıldığını ifade eden yaklaşımlara karşın, sonradan öğrenilebilir olduğu da kaynaklarda bulunmaktadır (Korkut, 2004).

İletişim sürecinin devamlılığında açığa çıkan iletişim becerileri, insanların karşısındaki bireyin duygu ve düşüncelerini tam bir biçimde görebilme imkânı sağlamasında ve karşı taraftan gelen mesajların yansıtılmasında önem arz etmektedir (Thamhain, 1992). İletişim becerileri özelinde incelenen ana unsurlar; düşünce, okuma, yazma, dinleme ve konuşma olarak değerlendirilmektedir. Sözlü iletişim süreçlerinde ise; iyi söyleyiş, kelime haznesinin geniş olması, cümlelerin doğru ve tutarlı bir şekilde kullanılması, sözcükler sıralanırken anlam bütünlüğüne dikkat edilmesi, doğru söz öbeklerinin belirlenmesi olarak anlaşılmalıdır. Tüm bunlara ilave olarak, aktarılmak istenen mesajın, iletim kısmında bir araçtan yararlanmak istenmesi durumunda, yararlanılacak olan iletişim aracının doğru seçimi, kodlama evresinin iletişim aracına uygun bir biçimde yapılması ve iletilen bilginin genel yapısı üzerinde durulması gereken noktalardandır (Gürgen, 2003).

Sağlıklı iletişim kurmanın yöntemlerine değinmek gerekirse, öncelikli olarak insan iletişimi son derece çok kompleks bir konu olduğunu söyleyebiliriz. Genel anlamda söylenen sözlerin karşımızdaki kişi tarafından dinlendiğini, olduğu gibi anlaşıldığını düşünmek bizleri yanıltmaktadır. Çünkü iletişimin çok az kısmı, en fazla %20'si kullandığımız kelimeler ile ilgilidir (Gürgen, 2003). İletişimin büyük bir kısmı ses tonundaki dalgalanmalar, vücutta belirli belirsiz meydana gelen mikro ya da makro hareketler diğer bir ifade ile beden dili ve bunun gibi bir sürü bilinçli dikkatten kaçan ipucu ile karşıya aktarılıyor. Karşıdaki insanlar ister tek ister grup halinde olsun, o an buldukları durum, özel koşullar, zihinlerinde gezinen bir sürü düşünce eşliğinde diğerlerini dinlerler. Ne kadarını anlayıp ne kadarını anlamadıklarının bilinmesi ise pek mümkün değildir. Dolayısıyla bütün bu faktörlere bakıldığında son derece karmaşık bir iletişim problemi denizi içinde olduğumuzu söyleyebiliriz. Özel hayatımızda eş, çocuk, anne, baba ile bile anlaşılması konusunda bile çok temel sıkıntılar ortaya çıkabiliyor. Örneğin beynimizdeki ayna nöron sistemi denilen bu sistem, karşımızdaki insanların en ince davranışlarını bile duygusal olarak beynimizin bilinçsiz bölgelerinin okumasını ve bundan bir anlam çıkarmasını sağlıyor (Günay, 1999). Çoğu zaman karşıdaki birey ile sohbet ederken garip bir mutluluk ya da garip bir karamsarlık duyulabiliyor. Eğer bu duygulara dikkat edilirse bilincin yakalayamadığı sinyalleri yakalayan bilinç dışı, zihnin fısıldamaya çalıştıkları duyulabilir. Veyahut kelimelerin sınırları, kelimelerin etrafındaki anlam bulutu denilen hareketlerin nasıl algılandığı, beynimizdeki o benzersiz donanımın temel çalışma kuralları masaya konulduğunda aslında iletişimin temel ve sade kuralları açığa çıkmaktadır.

### **1.3. İletişim Sınıflamaları**

#### **1.3.1. Kişilerarası iletişim**

İnsan olarak varoluşumuzdan itibaren temel ihtiyaçlarımız vardır. İletişim de bunlardan bir tanesidir. İletişim sosyal bir faaliyettir. Toplumsal bir süreç olarak bakıldığında insanlar arasında oluşan bir durum, olay, süreç ve gerçekliktir. İletişimin gerçekleşmesi için en az iki kişi gerekmektedir. Buna ek olarak paylaşma, yardım isteme, yardım etme gibi birçok fonksiyonunda olması gerekebilir. Kişilerarası iletişim

de; kaynak, mesaj, alıcı ve kaynaktan çıkan bilginin alıcıya bir kanal vasıtasıyla iletilmesidir. Yazılı, sesli ve görsel iletişim çeşitleri bulunmaktadır.

Geçmiş yıllarda iletişimde haber aktarma, bilgi aktarma biçiminde bir sınırlamadan söz edilmektedir. Bugün ise çok geniş kapsamda gerçekleştiği için iletişimi bir anlam alışverişi olarak tanımlamak daha doğrudur. Çünkü yazılı olan sözlü olan kısmının dışında da pek çok şekilde hatta daha geniş biçimde insanlar iletişim örgüsü içindedir. İletişim içinde yaşadığımız toplumun kültürel öğeleri ile bağlantılı olarak gerçekleşir. En basit olarak selamlama davranışı ve selamlaşmanın niteliği farklı kültürlerde farklı biçimlerde olmaktadır. Dolayısıyla herkese göre kullanılan bir dil bulunmaktadır. Küçüklerle, büyüklerle, emsaller veya yabancılarla, resmi ortamlarda daha informal arkadaş çevrelerinde kullanılan bir dil mevcuttur. Dolayısıyla iletişimin sosyal bir özellik taşıdığını söylenebilir. Buna göre, iletişimin gerçekleşmesi için sosyal çevreye ihtiyaç vardır (Gürüz ve Eğinli, 2016).

### **1.3.2. İletişim ve teknolojinin ilişkisi**

Günümüzde konuşmadan çok yazma ile iletişim de kurulabilmektedir. Ama bu yazı kısaltmalarla, kodlamalarla yapılabilmektedir. Kodlamalar iletişimde ciddi sıkıntılar yaratabilmektedir. Bu kodlamalarla birlikte aktarılan muhteva, içerik çok azalmaktadır. Dolayısıyla anlatmak istenenler doğrudan anlatılmadığı için karşı taraf kişiyi anlayamayabilir. Bu iletişimsizlik sebebiyle kişiler birbirlerini anlayamamakta ve etkili ve anlamlı bir iletişim kurulamamaktadır. Dolayısıyla içinde bulunulan dijital ortam hızlı iletişim kurmak için olumlu olanaklar sunarken içeriğin net verilmeyişi ile yanlış anlaşılmalara ve genel anlamda toplumda iletişimsizliğe de sebebiyet vermektedir (Burgoon, Buller ve Woodall, 1989).

## **1.4. Sporda İletişim**

İletişim toplum hayatının oluşmasında gerekli olan temel unsurlardan bir tanesidir. Toplumsal hayatın işleyişinde bireyleri direkt etkilemekte olan iletişim bulunmaktadır. Bu durumda iletişim toplum hayatının varlığı ve ilerletilmesi evresinde çok kıymetli bir yerde bulunmaktadır. Bir başka anlamda ifade etmek gerekirse iletişim olmazsa toplumsal hayat sürecinde ciddi sıkıntılar açığa çıkabilir (Özkök, 1985).

Bugün gelinen noktada spor kavramı toplumsal hayatın en önemli yapı taşlarından biri olarak kabul görmektedir. Söz gelimi gerçekleşmekte olan spor etkinlikleri sporun birleştirici ve kuşatıcı etkileri göz önüne alındığında toplumun tüm kesimlerine hitap edebilme özelliğini taşımaktadır. Gerçekleşmekte olan spor etkinlikleri sayesinde toplumsal huzur ve barışa yönelik adımlar atılır, insanlar arasında iletişim ağı genişler (Güven, 1982).

İletişim ağının ana yapısı duyguları ve içerikleri barındırmaktadır. Açığa çıkarılan içerikler, iletişimde aktarılan mesajların ana temasını ve odak noktasını oluşturmaktadır. İçerikler sözlü, sözsüz ve duygular baz alınarak açığa çıkmaktadır. Spor müsabakaları esnasında yükselen adrenalin ile birlikte açığa çıkan stres antrenörler açısından duyguların ve içeriklerin yönetim süreçlerini zorlamaktadır. Bu durum göz önünde bulundurularak antrenörlerin kendilerini iletişim alanında geliştirmesi önem arz etmektedir (Konter, 1995).

Başta da belirtildiği gibi iletişimle ilgili yüzlerce tanım bulunmaktadır. Tanımların hemen hepsi farklı kelimelerden oluşsa da ortak özellik olarak, duygu ve düşüncelerin aktarılması şeklinde özetlenebilir. Ancak literatür tarandığında "Spor İletişimi" ile ilgili birçok tanıma rastlanmamaktadır. Hâlbuki spor dinamik bir süreçtir. Bu sebeple iletişim kurma ve bilginin aktarılması hususunda en zorlu dinamikler arasında değerlendirilmesi gerekmektedir.

## **1.5. Spor Kurumlarında Kurumsal İletişim**

### **1.5.1. Kurumsal İletişim**

İşletmelerin, kurum ve kuruluşların belirlemiş oldukları amaç ve hedeflerine ulaşabilmek, faaliyet ve organizasyonlarını yürütebilmek amacıyla gerekli bölüm/ departmanlar arasındaki bilgi akışı, motivasyon, organizasyon, koordinasyon, denetim ve eğitim faaliyetlerini uygulayabilmek için gerçekleştirilen sürece kurumsal iletişim denir (Argenti Paul, 1994). Kurumsal iletişim, koordineli, profesyonel olarak gerçekleştirilen bir iletişim sürecidir. Günümüzde yaşanan yoğun rekabet ortamında firmalar verimliliklerini ve karlılıklarını arttırmak, pazar paylarını genişletmek için kurumsallaşmayı ciddiye almak zorundadır. Bununla birlikte stratejik planlamalarda kurumsal iletişimi odak noktaya yerleştirmeleri gerekir. Kurumsallık çerçevesinde yönetilen kurumlar kurumsallık yapılarını oluştururken bu stratejik plan ve program

dâhilinde bir yol izleyerek başarıya ulaşmayı hedeflemektedir. Bu başarının artırılması ve hedef kitleye etkili bir şekilde ulaştırılması adına kurumlar strateji, biçim ve içerik bakımından farklı özellikteki iletişim araçlarından yararlanmaktadır.

### **1.5.2. Spor Kurumlarında Kurumsal İletişim**

Federasyonlar ve federasyonlara bağlı spor kulüpleri, stratejik bir iletişim biçimi olan kurumsal iletişim uygulamalarını gerçekleştirmek için bir dizi süreçleri hayata geçirirler. Özellikle son yıllarda federasyonlar ve spor kulüpleri kurumsal yönetim ilkelerinin temel ihtiyaçlarından biri olan iç ve dış paydaşları ile bir takım ilişkiler ve stratejiler geliştirmektedirler. Federasyonlar ve kulüpler, paydaşları ile oluşturdukları etkileşimle kurumsal iletişim sürecini hayata geçirmektedirler (Katırcı ve Ustuğ, 2009). Spor faaliyetleri ve organizasyonlarının ulaşması hedeflenen topluluk insanlardır. İnsanları bir spor faaliyetini seyretmeye iten faktörlerden biri spor sevgisi diğeri de aidiyet düşüncesidir. Spor izleyicisi bir spor faaliyetini izlemek için bilet aldığı anda, faaliyet sonrasında elle tutulur bir ürün kalmaz. İzleyici, bir spor tüketicisi olarak bunun bilincindedir. Buna rağmen arkasında durduğu takımın formasını, yıllık kombine biletini alıyorsa, spora ya da desteklediği takımına karşı duyduğu ilgi en ön planda olduğudur. Bu bakımdan, federasyonlar ya da spor kulüpleri dâhilinde kurumsal iletişim zamanını spor alanında farklı biçimde ele alması gerekmektedir. Başka bir örnek vermek gerekirse, bir futbol kulübünde yaşanan iletişim sorunları, doğrudan diğer pozisyonda çalışanları da etkisi altında bırakacağından bu olumsuz etki taraftarlara da yansımaktadır (Kırdar, 2006). Yönetimle, teknik heyet arasında yaşanan problemler futbolculara dağılma olacağından, takım içerisinde yaşanan olumsuzluklar takımın oynadığı karşılaşmalarda yenilgiler almasına, bunun sonucunda da destekleyenlerin kulüp yönetimine ya da teknik heyete karşı büyük tepki vermesine sebep olacaktır.

Spor takımlarında kurum içi iletişim zamanını belirleyen derecelere göre farklılıklar göstermektedir. Yöneten kişilerin çalışanlarla olan iletişim zaman: Alt – üst ilişkisinin net bir şekilde belirlenmediği kurumlar haricinde, bugün medeni yönetim anlayışı çerçevesinde yönetim aşamasında çalışanlar ile onlara bağlı olarak çalışanlar arasında net bir şekilde bir hiyerarşik ayırım bulunmamaktadır (Çetinkaya, 2007). Özellikle çalışma saati dışında gerçekleştirilen organizasyonlar çalışanların aralarında olan bağı da artırmaktadır. Tabii ki bu durum çalışma sırasında değişiklik

göstermektedir. Yeni çağ yönetim anlayışında çalışanların icraatları doğrultusunda motivasyon ile artırmak başlıca esastır. Bunu gerçekleştirebilmenin en basit yöntemi yöneticilerin, çalışanlara yaptıkları işin evrendeki en önemli iş olduğu hissiyatını vermektir.

İşte bu sebeple spor faaliyetlerinde durum yine aynı şekilde ilerler. Bir organizasyon esnasında bilet denetimi yapan görevliden, güvenlik çalışanına, saha komiserinden, en üst mertebedeki yetkiliye kadar düzenli işlemesi gereken bir zincirleme mevcuttur. Bir kurumda, kontrollü iletişim kurum içi iletişimle başlayabilir.

Sporun kendine özgü bir şeklinin olması, spor yöneticilerinin çalışmalarını diğer alanlardaki yöneticilerin görevlerine göre daha da güç hale getirmektedir. Bunların altından kalkmak adına kulübün içinde değişik branşlarda yer almış fakat ortak hedefe hizmet eden antrenör ve kulüp üst altlarının arasında etkileyici bir dizinin olması gerekmektedir (Adıgüzel ve ark. 2014).

Medya: İletişim araçlarının yaygınlaşması, internetin insan hayatına ve günlük yaşama girmesi ve yeni medya teknolojilerinin gelişmesi spor endüstrisini en fazla etkileyen unsurlardır. Sporla ilgili kamu kurumları, bakanlıklar, federasyonlar, spor kulüpleri ve spor dernekleri iletişim teknolojilerinden hemen hemen her düzeyde yararlanmış, geçmişe göre büyük avantajlar elde etmiş ve büyük riskler almıştır.

## **1.6. Spor Organizasyonlarında İletişim ve Halkla İlişkiler Faaliyetleri**

Spor organizasyonlarında iletişim ve halkla ilişkiler faaliyetlerinin birden fazla amacı vardır. Bu noktada halkla ilişkilerin uygulama alanı geleneksel halkla ilişkilerin önüne geçmiştir. Spor organizasyonlarının temel amacı farkındalık yaratmak ve gelir elde etmektir (Açıkada ve Ergen, 1987).

Olimpiyatlar, Dünya Kupası, Şampiyonlar Ligi, Avrupa Ligi gibi birçok uluslararası organizasyon bu kapsamda yer almaktadır. Spor endüstrisi her zaman bacasız bir fabrikaya benzetilmiştir. Bunun nedeni, uluslararası organizasyon sırasında birçok departmanın faaliyet göstermesidir. Yeme-içme, konaklama, (turizm), tekstil, eğlence vb. birçok sektör bu gruba dâhildir (Tengilimoğlu, 2001). Bu nedenle spor organizasyonlarında pazarlama iletişimi, kurumsal iletişim faaliyetleri, tanıtım ve organizasyon faaliyetleri gibi başlıkların halkla ilişkiler faaliyetleri alanı ile stratejik bir ilişkisi vardır.

### **1.6.1. Antrenör-Sporcu İlişkisi**

Günümüz modern spor ortamında, antrenörler ve sporcular arasındaki ilişki bir performans unsuru olarak kabul edilmektedir. Antrenör-sporcu ilişkisinin benzersizliği, antrenman dışında, koç pozisyonuna geldiğinde aileden biri gibidir. İyi bir antrenör, bir sporcu için ailesinden sonra en önemli kişidir. Mükemmel mükemmel değildir derler. Herkes hata yapar. Antrenör, hata yaptığında sporcuyu destekleyen ve hata yapmaktan korkmamasını sağlayan kişidir. Onu denemeye teşvik eden kişidir. Antrenörler ve sporcular arasındaki iletişim süreci, özellikle spora yeni başlayan sporcular ve genç takımlar düzeyinde çok önemlidir. Bu yaştaki sporcular ailelerinin onları anlamasını ve desteklemesini bekler. Çoğu zaman bunu ebeveynlerine söylemezler, ancak anlamalarını beklerler. Aile, toplumun temel taşıdır. Gelecekte çocukların başarılı ve mutlu bireyler olabilmelerinin ilk adımı mutlu ve destekleyici bir aileye sahip olmaktır. Aileler çocuklarına her konuda destek olabilmeli ve hatalarını düzeltebilmelidir. Aileler çocukların eğlenceli ve sağlıklı bir yaşam için spora olan ihtiyacı olduğunu anlamalı ve onlara bu konuda yardımcı olmalıdırlar. Gençleri erken yaşlardan itibaren amatör bir ruhla spor yapmaları için eğitmek iyidir ancak bu onlara zihinsel bir durumun gerekli olduğunu, çünkü yenilginin zafer kadar önemli olduğunu anlamalarını sağlar (Adie ve Jowett, 2010).

### **1.7. Girişimcilik Tanımı ve Önemi**

Girişimcilik; içinde yaşadığımız çevrenin yarattığı fırsatları hissetmek, sezgiden hayaller üretmek hayalleri projeye dönüştürmek ve projeleri hayata geçirmek, zenginlik üreterek insan yaşamını kolaylaştırma becerisine sahip olmaktır.

Başka bir tanıma göre ise girişimcilik, çevresel faktörlerden ortaya çıkan fırsatlardan faydalanma ya da yeni fırsatlar oluşturma hedefiyle ekonomik mal ya da hizmet üretmek için üretim faktörlerine sahip olma, örgütlenme yeteneği ve risk alma faktörleri ile bağdaştırılmaktadır. Zamanla iktisadi gelişme sürecine bağlı olarak, girişimci kavramı da bir takım değişimler göstermiştir.

Tüm bu tanımlar bir araya getirildiğinde girişimci, çevresine bakmasını ve çevrenin duyduğu ihtiyaçları görebilen, iş yapmak için gerekli kaynakları bir araya getirebilme yeteneğine sahip, risk alabilen, yenilikçi düşünme yatkınlığı olan ve yeniliklere açık olan kişi olarak tanımlanabilir. Girişimci, mevcut ya da potansiyel iş



gücü, sermaye ve diğer girdileri üretim sürecine sokarak, gerçekleştirdiği mal ve hizmet üretimiyle toplumsal refahı artıran kişi olarak karşımıza çıkmaktadır (Koçel, 1998).

Bu bağlamda girişimcilik tanımına, gerekli zaman ve uğraşın elde edilmesiyle finansal, ruhsal ve sosyal risklerin alınması yoluyla parasal gelirlerin ve bireysel olanağın elde edildiği katma değeri olan farklı şeyler ortaya çıkarma süreci diyebiliriz.

Girişimcilik kavramının önemine bir referans olarak kabul edilmesi gerektiğini açıklamak için şimdiye kadar birçok tanım kullanılmaya çalışılmaktadır. Hemen hemen tüm ekonomi okulları, girişimciliğin kapitalist ekonominin gelişimine katkısını kabul eder. Ancak girişimciler emek, sermaye ve doğal kaynakların yanı sıra dördüncü büyük üretim faktörüdür ve önemi Joseph A. Schumpeter gibi hiçbir ekonomist tarafından vurgulanmamıştır (Demirez, 2005).

Girişimcilik faaliyetlerinin temel amacı kar elde etmektir. Ve bu yüzden girişimciler bir yandan risk alır, diğer yandan üretim faktörlerini yönetir. Bu nedenle, girişimcilerde yönetim özellikleri ayrıca mevcut olmalıdır. Girişimciler birer manav, tamirci, perakendeci olabilecekleri gibi büyük marketler, fabrikalar, holdingler kuran kişiler de olabilir (Durukan, 2006). Burada dikkat edilmesi gereken bir şey 'kim girişimcidir' ile ilgilidir. Çeşitli tanımlar tüm bunların ortak paydası belirlendiğinde "Başkalarının aradığı ama göremediği fırsatı görme ve yakalama ve bir iş fikri" ve "risk alma eğilimi sonuca ulaşılır (Titiz, 1994).

Öte yandan, girişimcilik ve para sahipliği arasında ayırım vardır. Çünkü girişimcilik kavramı paradan çok yeni ürünler ve üretim teknolojileri, geniş vizyon veya değişen koşullara uyum sağlama yeteneği anlamına gelir. Bu nedenle girişimcilik becerileri olan ancak yeterli sermayesi olmayan kişiler potansiyel girişimciler olarak tanımlanır (Durukan, 2005). Girişimcilik ile karıştırılan kavramlardan biri de hukuki anlamda "işveren" kavramıdır. Benzer bir başka kavram da "patron" dur. Patron bir girişimci olabilir veya sermaye sahipliği, işveren veya yönetim kavramlarının yerini almak için kullanılabilir. Başka bir kavram olan "sermayedar" aslında paraya sahip olmak anlamına gelmez. Mal ve hizmet üretmek için kullanılan üretim araçlarını ifade etmek için kullanılan bir kavramdır. Girişimcilik ise başkalarının göremediği veya denemeye cesaret edemediği iş fırsatlarını değerlendirmek için sürekli risk alan kişidir (Durukan, 2005).

## 1.8. Girişimciliği Etkileyen Faktörler

Bireysel bir takım özellik gerektirmesinin dışında sosyal ve kültürel bir iş faaliyeti olarak algılanmakta olan girişimciliğin oluşumunu etkilemekte olan çok sayıda sosyo-kültürel, ekonomik ve politik faktörler bulunmaktadır (Arıkan, 2004).

Girişimcilik bir özellikler ve davranışlar bütünü olarak incelenirse girişimcilik kültürü, bireysel ve toplumu ilgilendiren etkileşim sonucu ortaya çıkmakta olan değerlerin, öğrenilmekte olan davranışların bir bütünü olarak kabul görmektedir. Girişimciliğin genel itibari ile oluşumunda ve başarılı bir biçimde yürütülmesi aşamasında toplumsal kültürün de etkisi bulunmaktadır. Bireylerin aklında açığa çıkan unsurlar toplumsal gerçeklerden soyutlanamamaktadır ve ayrı değerlendirilmemektedir. Bu noktada kültür olarak anlamlandırılan durum öğrenilen davranışlar ve hareketler olmakta ve toplumun ortak değerlerini içermektedir (Eroğlu, 2010).

Bu bağlamdan hareketle bir toplum içerisindeki girişimcilik faaliyetlerin algılanması, o toplumun kültürel unsurlarının bilinmesi ile doğrudan bağlantılıdır. Toplum içerisinde birey yaşadığı toplumun adeta kültürel bir yansıtıcısı olarak algılanmaktadır. Bir toplumdaki ekonomik gelişmişlik ve refah düzeyinin girişimcilik faaliyetlerini etkilediği düşünülmektedir. Girişimcilik üzerine gerçekleştirilen araştırmalar incelendiğinde ülkenin gelişim ve refah düzeyi ile ekonomik gelişim düzeyi arasında ilişki bulunmakta olduğu anlaşılmaktadır (Arıkan, 2004). Tüm bunların yanı sıra çocuğun içerisinde yetiştiği ve büyüdüğü aile yapısı da girişimcilik düzeyini doğrudan doğruya etkilemektedir. Bu noktada çocuğun ailesinden almış olduğu eğitim ve görgü onu hayatı boyunca etkilemektedir. Ailelerin çocuklarını hayatları boyunca desteklemesi, onları güdülemesi, pozitif geri bildirim sağlaması onun özgüvenini artıracakđı gibi girişimci ruhunun gelişimine de katkı sağlayacaktır

Girişimcilik ruhunun kazanılmasında ve girişimciliğin yerleşiminde bir diğer önemli etmen eğitim olarak algılanmaktadır. Aile ve aile eğitim merkezlerinde uygulanan eğitim bireyin girişimcilik yetilerini yukarı taşıması için destek sağlamakta veya var olan kabiliyetinde azalma olmasına sebebiyet vermektedir. Bütünüyle ezber odaklı ve pratik hayatla bağı kopartılmış bir eğitim sisteminde girişimcilik ruhunun gelişmesini beklemek hayalcilik olacaktır. Buna karşın düşünmeye ve sorgulamaya yönelik bir eğitim sisteminde ise bireyin yetenekleri ile birlikte girişimcilik ruhunun

da geliŒeceđi kuvvetle muhtemeldir. Yine benzer bir Şekilde, ũlke içerisindeki siyasi ve ekonomik dengenin sağlanması, enflasyon oranının dũŒuk olması, bũrokrasinin az bir oranda olması vb. etkiler giriŒimciliđi artı yŕnde etkilemesi beklenen unsurlardandır. Hangi açıdan bakılırsa bakılısn giriŒimcilik temelde altı aŒamayı bũnyesinde arandıran bir sũreci ifade etmektedir. Morris (1998)'e gŕre bu aŒamalar;

- a. *Fırsatı gŕrebilmek ve doğru tanımlamak*; GiriŒimcinin bir iŒe giriŒirken ŕnce fırsatları gŕrŕp, tanıyabilmesi ve bunlardan sonra da değerlendirme kabiliyetine sahip olması gerekmektedir. Bu fırsatlar, deđerŒen demografik ŕđeler, yeni piyasa koŒullarının açığa çıkması, yeni planlarla alakalı ihtiyaçlar ve tespitleri, mevcut yapıdaki bir takım deđerŒimler vb. olabilir.
- b. *Fikir OluŒturmak*; GiriŒimci tespit ettiği bu Œansları komplike bir dũŒũnce olarak tanımlayabilmektedir. Bu noktada sŕzũ edilen dũŒũnce yeni ũrũn, yeni bir pazar anlayıŒı, yŕntemde veya uygulamadaki farklılıklar, yeni teknoloji vb. olabilir.
- c. *Gerekli kaynakların tespit edilmesi*; Bir dũŒũncenin faaliyete geçirilmesi için gerekenlerin neler olduğunun, nasıl elde edilmesi gerektiğinin tespiti ŕnem arz etmektedir. Bu kaynaklar Morris (1998)'e gŕre kabiliyetli iŒ yapan ihtiyacı, ham madde ihtiyacı, yŕnetici ihtiyacı, pazarlama ve satıŒ mũdũrleri, teknik alanda geliŒmiŒ bireyler, finans ihtiyacı, dağıtım kanalları ihtiyacı, ũretim tesisine duyulan ihtiyaç, yetki, tũzũk vb. olabilir.
- d. *Gerekli kaynakların teminini sağlamak*; GiriŒimci dŕrdũncũ bŕlũmde belirlenen kaynakların tedarikini sağlayabilir. Bu noktada dıŒ kaynaklardan yararlanılabilir. EŒ-dost veya tanıldıklarından borç alma yoluna gidilebilir. BaŒka borç kanalları da devreye sokulabilir veya giriŒimci kendi birikiminden yararlanılabilir. Tũm bunların yanında giriŒimci ihtiyaç duyduğu iŒ gũcũnũ, yŕneticileri ve finans talep edenleri de bir araya getirmekle yũkũmlũdũr.
- e. *Fikri uygulamaya sokmak ve yŕnetmek*; BeŒinci kısımdaki giriŒimci, dũŒũnceyi gerekleŒtirmekle baŒlamaktadır. Sũreci ve elde edilen kazanımları işlemektedir, hazırlayanlara geri ŕdemeler yapılır, birtakım ilerlemeler sağlanır ve hedeflerine ulaŒmaya baŒlamaktadır (Morris, 1998).
- f. *Risk almak*; Risk alma giriŒimciliđin en asıl kuralları arasındadır. Aslında genel itibari ile fırsat harekete geçilmesinin hemen ardından giriŒimci bazı riskleri de

dikkate alınmalıdır. Ancak risk faktörü sadece sürecin temelinde değil, diğer kısımlarda da bulunmaktadır.

### 1.9. Girişimci Kişiliğin Oluşmasındaki Etkenler

Kişiliği oluşturan birçok etken bulunmaktadır. Ancak bu etmenler değerlendirildiğinde kişiliği oluşturan farklı zihinlerin görüşlerine göre de bu değişkenlerin miktarı değişikliğe uğramaktadır. Bu bağlamda kişiliği oluşturmakta olan etmenler değerlendirildiğinde; genetik ve bedensel faktörler, ailesel faktörler, sosyal ve kültürlere dayalı faktörler ve diğer faktörler şeklinde değerlendirilmektedir (Türkel, 1992).

- a) *Gensel ve Bedensel Yapı Faktörler:* Birden fazla davranış özelliğinin en başında gelen kalıtım, tüm ruhsal özelliklerin önemli bir faktörü olarak açığa çıkmaktadır. Kalıtsal özellikleri içeren kişiliği belirleme derecesi ise, bireyden bireye değişiklik göstermektedir. Zihinsel özellikler ve davranış eğiliminin açığa çıkması noktasında yerel veya coğrafi bir takım özellikler açığa çıkarken, değer yargılarının belirlenmesi noktası, amaçların belirlenmesi aşaması ve düşünce sisteminin ortaya çıkarılmasında gensel bir takım özellikler tek başına çok önemli bir unsur olarak değerlendirilmemektedir (Türkel, 1992, s.28-29).
- b) *Sosyal-Kültürel Faktörler:* İnsanların tamamı belirli bir kültürden gelirler ve içerisinde buldukları kültür kendilerini etkiler. Bu etki hayatlar boyunca devam eder. Aslında insanların tümü hem kalıtım hem de yaşadıkları çevrenin açığa çıkarmış olduğu bir değerdir. İnsanların çevre koşullarından en fazla etkilendikleri unsurlar, kişinin doğup büyüdüğü sosyokültürel özellikleri olarak algılanmaktadır. İnsanların tümü kendi yetişmiş olduğu kültürün hamurunda yoğurulup etkilenmektedir (Türkel, 1992, s.29-30).
- c) *Aile Faktörü:* Bireyin doğup büyüdüğü aile yapısı ve aile bireyleri ile kurmuş olduğu diyalogları, onun benliğinin oluşmasında etkilidir. Babanın ve annenin eşit bir yapıya sahip olması ve çocuğun daha özgür bir sahada yetişmekte olduğu durumlarda çocuğun daha özgür alanda yetiştiği ve bu özgürlük sonucunda tarafsızlık kazandığı ve zamanla daha girişken olduğu, kolaylıkla arkadaş ilişkisi kurduğu yapılan araştırmalar ile ortaya koyulmuştur. Ebeveynlerin bazı durumlardaki tepkileri, çocukların davranışları üzerinde etkili olurken kimi davranışlar içinde özgüven kırıcı özellikler içerebilir olduğundan istenmeyen davranışların gelişmesinde olanak sağlayabilir (Türkel, 1992, s.30-31).

- d)* Sosyal Sınıf Faktörü: Belirli bir aşamadaki her bireyin eğitim ve benzer konuda gelişim göstermiş olduğu kabul edilmemektedir. Bireylerin ait olduğu sosyal sınıf düzeyleri, almış olduğu eğitim olanakları, yaşam biçimleri, düşünce kalıpları ve hayata bakmış oldukları pencere karakterlerini etkileme özelliğine sahiptir (Türkel, 1992, s.29-30).
- e)* Diğer Faktörler: Bireyin benlik yapısının oluşmasında etkili olan unsurlar göz önüne alınmayan ve önem arz eden diğer noktalar da bulunmaktadır. Radyo, kitap, televizyon, dergi vb. kitle iletişim araçları ve bireyin gelime evresinde çevresinde bulunan insanlar grubu da kişiliğin oluşum evresinde yadsınamaz öneme sahip öğelerdir (Türkel, 1992, s. 32).



f)

### **1.10. Girişimcilik Eğilimi**

Ajzen'e göre (1991, s.181), akla gelebilecek herhangi bir biçimde belirlenen davranış en iyi biçimde o davranışı açığa çıkarma eğilimi olarak anlaşılabilir ve eğilim de davranışın çekiciliğinin ve gerçekleşme ihtimalinin yanında, belirli eylemleri yerine getirmeye yönelik eylemlerden ve kişisel geçmişinden etkilenir. Shapero (1982) ise, girişimciliği düzenli bir tutu olarak değerlendirip, en iyi biçimde başlama düşüncesi ile tahmin edilebileceğini ifade etmektedir. Bu noktada bir iş oluşturma evresinde girişimci ola eğiliminin bu davranışla hemen hemen aynı noktadan hareketle açığa çıktığını kabul etmek doğru kabul edilebilmektedir. Yukarıda genel hatları ile belirlenen ve çizilen ilgili yerin dikkate alındığında, girişimciliğin çok boyutlu ve karışık bir yapıya sahip olduğu, bu yapılan incelendiğinde ise farklı yorumlar getirilebilecek bir etkiye sahip olduğu kabul görmektedir. Fakat özellikle ülkemizde girişimcilik tutumunu bütün sözü geçen boyutlarıyla bir arada gözlemlendiğinde araştırmaların sayısının az miktarda oluşu dikkatleri çekmekte olup, bu alanın araştırılmaya layık olduğu ve yapılan araştırmaların sayısının artırılabilceği anlaşılmaktadır. Bu kısımdan hareketle, bir iş oluşturma tutumunun girişimcilik eğilimi şeklinde gözlemlendiğinde bu araştırmanın sorunu, "girişimci kişilerin girişimcilik eğilimi ile girişimcilik özellikleri arasındaki bağlantıyı gözlemlemek" şeklinde de söylenebilir.

### **1.11. İç Girişimcilik Kavramı**

İç girişimcilik, bir şirket yapısı içinde olan çalışanların, ait oldukları şirketten ayrılmadan kendi ilgi alanlarına göre proje ve fikirler oluşturması ve önermesidir. İç girişimcilik kavramı ekonomik ve örgütsel gelişimde önemli bir unsurdur (Antoncio ve Hisrich, 2001). 1980'li yıllarda bilim insanları işletmenin sürekliliği ve amaçlarına katkı sağladığı düşüncesi ile bu kavrama önem göstermeye başlamıştır.

#### **1.11.1. İç Girişimciliğin Önemi**

Girişimcilik, işsizlik sorununu çözenin önemli bir yoludur ve ekonomik büyümeye de katkı sağlar. Girişimciler, ekonomik kaynakların düşük verimli alanlardan yüksek verimli alanlara transferi süreç, üretim kaynaklarını yeni bir şekilde birleştirdiği için, kullanılmayan üretim faktörleri üretimin kullanımını mümkün kılar

ama daha da önemlisi kullanılan üretim yöntemleri ve mevcut girdilerdir (Güleş ve Bülbül, 2004).

Yeni fikirler girişimciler tarafından yaratılır, yayılır ve uygulanır. Girişimcilik genellikle yeni fikirleri veya projeleri gerçeğe dönüştürmeye çalışmak üzerine kuruludur. Aslında girişimci, kurduğu şirkette daha önce hiç var olmayan bir pazar veya iş modeli yaratmaya çalışabilir. Öte yandan, iç girişimciler gibi geliştiricilerden ziyade güçlendiriciler olarak tanımlanabilir. Amaç, daha farklı gelir modelleri üretirken, şirketi güçlendirmek ve varlığını sağlamaktır. Şirket içi girişimci, muhtemelen şu anda bulunduğu bölüm hakkında araştırma yapmış olması nedeniyle geçmiş deneyimlerinden yararlanabilir. İç girişimci, piyasa durumunu, rekabet yapısını ve olası fırsatları bilir. Bu deneyim ona büyük bir avantaj sağlayabilir. Öte yandan girişimci, fikirlerini iş modeline dönüştürdüğü pazar hakkında detaylı bilgiye sahip olmayabilir. Bu süreçte en az bilgiyi bırakıp hocası yardımıyla kazanabilse de tecrübesiz hareket etmesi gerekir (Gwendolyn, 2010).

### 1.12. İç Girişimciliğin Güncel Boyutları

İç girişimcilik ile ilgili yapılmış olan çalışmalarında araştırmacılar (Antoncic ve Hisrich, 2001 ). İç girişimcilik boyutlarını sınıflandırmışlardır. Girişimciliğin yedi alt boyutu olduğunu ortaya koymuşlardır. Bu boyutlar:

**Kendini Yenileme:** Bir organizasyonun yola devam ederken bir takım değişikliklere ve yeniliklere bağlı olarak iyileştirmeler yapması olarak anlaşılabilmektedir (Jarna ve Kaisu, 2005; Fitssimmons ve ark. 2005).

**Özerklik:** Yeni fikirler üreten kişilere veya ekiplere organizasyon içerisinde gerekli serbest ortamların sağlanması olarak tanımlanmaktadır (Ağca, 2005).

**Proaktif Davranma:** Organizasyonun üst kademesinde bulunan kişilerin faaliyetlerini gerçekleştirme noktasında gerekli yerlerde sorumluluk ve risk alıyor olduğu, cesaretle karar almaları gerektiği ve rekabet içeren bir çalışma ortamı oluşturulması gerektiği olarak ifade edilmektedir (Antoncic ve Hisrich, 2001; Ağca, 2005).

**Rekabetçi Girişkenlik:** Organizasyon içerisinde bulunan yapının gerek yeni bir pazara girme noktasında gerekse de mevcut pazardaki durumunu koruma ve

güçlendirme esnasında rakiplerine gözdağı vermesi ve çekinmelerini sağlaması olarak anlaşılmaktadır (Covin ve Covin, 1990).

**Risk Üstlenme:** Bir kişinin risk almaya yönelik eğilimi ve aldığı riskler; belirlenemeyen konularda karar verme yeteneği ile birlikte fırsatları kaçırmama konusundaki istekliliği ve mücadelesi olarak anlaşılmaktadır. Risk alma durumu yöneticileri ve girişimcileri birbirinden ayıran önemli bir parametredir (Kaya, 2001).

**Yeni İş Girişimi Başlatma:** Organizasyonun büyüklüğünden bağımsız bir şekilde var olan ürün veya pazarlarda yeni işler veya yeni fikirler oluşturmak şeklinde tanımlanabilir (Antoncic, 2007).

**Yenilikçilik; farklı ürün ve hizmet geliştirmeye olan eğilim:** Girişimcinin elindeki imkânları arttırarak veya yeni imkânlar oluşturarak refah yaratması durumudur (Drucker, 1984; Fitssimmons ve ark. 2005).

### 1.13. Spor ve Girişimcilik

Ratten (2010) spor temelli girişimcilik teorisi geliştirmeye yönelik araştırmasında, sürekli değişen ihtiyaçlar ve inovasyon göz önüne alındığında, sporun girişimciliğin en önemli unsurlarından biri olduğunun kanısına varmıştır. Spor kapsamında kısa süreli gelirlerin uzun süreli gelirler elde etme ümidiyle gözden çıkarılan bir karışıklıktan kaynaklanan, sosyal sermayenin mümkün kıldığı girişimcilik söz konusudur. Sosyal birikimi olan spor etkinlikleri diğer etkinliklerin de aynı şekilde yanıt vermeleri ümidiyle güven ve risk alma isteğine vurgu yapmaktadır. Girişimcilik araştırmaları genel olarak büyüyen bir yapı gösterse de, spor endüstrisinin son yıllarda faaliyetlerinin kendine has yapısı insanların ilgisini çekmiştir. Ayrıca girişimcilik sporla da ilgilidir. Organizasyondaki rolü diğer sektörlerden farklıdır. Girişimcilikle ilişkilendirilen spora özgü faktör, kitle iletişim araçlarının gücüdür (Özman, 2013).

Spor girişimciliği, ileri eğitim girişimciliğin girişimcilik literatüründe nasıl incelendiğini anlamak ve kuruluştaki deneyimini anlamaya yardımcı olabilir. Genel Performanslarını geliştirmek için sporla ilgili kuruluşların girişimciliği; işbirlikçi, topluluk odaklı ve stratejik bir şekilde yaklaşılmaktadır. Spor girişimcileri sadece profesyonel spor organizasyonlarının sahiplerini içermez. Spor sektörünün çok büyük ve küçük ölçekli alt işletmelerin çeşitliliğine ihtiyaç vardır. Örneğin, sağlık kulübü



sahipleri, spor salonları ve tesisler, ittifak sahipleri/operatörleri, spor malzemeleri mağazası sahipleri, bilet acenteleri ve fiziksel terapistler bunun sadece küçük bir parçasıdır. Borgese (2007) ayrıca girişimcilik üzerine yapılan araştırmaların çok olmasına rağmen spor girişimciliği ile ilgili araştırmaların eksikliğine neden olmaktadır.

#### **1.14. Spor Hizmeti Veren İşletmelerde İç Girişimcilik Davranışı**

Toplumda spor; hukuk, siyaset, ekonomi, nüfus, kültür, coğrafi yapı ve çevreden etkilenen sosyal bir olgudur. Hizmetin konuma, zamana ve koşullara göre değişen bazı işlevleri vardır. Hizmetlerin kalitesini artırmak için özel çaba sarf edilmelidir. Spor hizmetlerinde, çalışanların hizmet sunabilmesi, satışları etkilemesi spor hizmetlerinin özelliklerinden biridir. Bu yüzden spor hizmeti veren bir kişi, kişilerarası ilişkilerinden ve teknik becerilerinden de yararlanabilir (Basım ve Argan, 2009).

Doğrudan veya dolaylı olarak müşterilere doğrudan hizmet sunan çalışanlar, alanlarında yetkin ve yetkin olmalıdır. "İç girişimcilik faaliyetleri, kurumsal strateji ve hedeflerini değiştir" veya "yeni süreçleri, prosedürleri ve kültürü etki altında yerel inovasyon yoluyla elde edilebilir. Spor hizmet sektöründe yaşanan hızlı değişimler yenilikçi anlayışa doğru kaymıştır. Müşteri beklentileri nedeniyle, yani müşteri memnuniyetini sağlamak değişime açık, yenilikçi bir şekilde gerçekleşir. Şirketler, kaliteli hizmet sunmak ve kalıcı hale getirmek için yetenekli ve yetkin bireyleri işe almalı ve çalışanlarını iç ve dış eğitimlerle desteklemelidir. Bu eğitimler çalışanların davranış ve tutumları ile ilgilidir. İşin başarısını, geliştirme ve hizmet ürünlerinin yeniliği olarak görmek katkı sağlaması beklenmektedir (Ratten, 2010).

## İKİNCİ BÖLÜM

### YÖNTEM

#### 2.1. Araştırma Modeli

Araştırmanın amacı doğrultusunda, değişkenler arasındaki değişim düzeyini belirleyen araştırma modeli olan ilişkisel tarama yöntemi ve bir durumun nedenini veya bir olaya etkileyen faktörleri belirlemeyi amaçlayan tarama modeli nedensel karşılaştırma yönteminden (Büyüköztürk ve ark. 2007) yararlanılmıştır. Veriler anket tekniği kullanılarak toplanmıştır. Katılımcılara tanımlayıcı bilgi formu, iletişim beceri ölçeği ve girişimcilik davranışı ölçeği, hakkında bilgi verildikten sonra veriler toplanmıştır.

#### 2.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın popülasyonunu, İstanbul Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü bünyesinde görev yapan personel oluşturmaktadır. Kullanılacak örnekleme yöntemi ise çalışanların tamamının örneğe girme şansının eşit ve tesadüfi olduğu, aynı zamanda araştırma sonuçlarının çabuk ve kolay bir şekilde ortaya konulmasını sağlayan basit tesadüfi örnekleme yöntemidir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004; Ural ve Kılıç, 2006). Araştırmanın örneklemini (n=100) gönüllü katılımcı oluşturmaktadır. Katılımcılara çalışma hakkında bilgi verildikten sonra çalışmaya katılım gönüllülük esasına dayalı olarak yürütülmüştür.

#### 2.3. Veri Toplama Araçları

Gönüllü katılımcılara sosyo-demografik bilgi formu, Ersanlı ve Balcı (1998) tarafından geliştirilen iletişim beceri düzeyi ölçeği ve Yılmaz ve Sünbül (2009) tarafından geliştirilen girişimcilik ölçeği uygulanmıştır. Elde edilen veriler "IBM SPSS 21" adlı paket program ile kayıt edilmiştir.

##### 2.3.1. Sosyo-demografik bilgi F-formu

Araştırmacı tarafından oluşturulan tanımlayıcı sosyo-demografik form; cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, mesleki tecrübe, ailede spor yapma durumu, gelir düzeyi olmak üzere 7 sorudan oluşmaktadır.

### **2.3.2. İletişim becerileri ölçeği**

Ölçek, Ersanlı ve Balcı (1998) tarafından geliştirilmiş olup 3 faktörlü 51 maddelik bir yapıya sahiptir. Ölçeğin alt boyutları bilişsel, duygusal ve davranışsal alt boyutları şeklindedir. Bilişsel alt boyutu (6, 13, 1, 10, 30, 36,3 7, 39, 44, 49, 14, 18, 20, 26, 31, 34, 45), duygusal alt boyutu (4, 7, 5, 9, 12, 17,19, 21, 23, 25, 33, 35, 38, 41, 42, 43, 48) ve davranışsal alt boyutu (2, 3, 8, 11, 15, 16, 22, 24, 27, 28, 29, 32, 40, 46, 47, 50, 51) sorularından oluşmaktadır. Ölçekten alınabilecek puan aralıkları maksimum 255, minumum ise 51 puandır. Her bir boyuttan alınabilecek maksimum puan 85 minumum ise 17 dir. Alt boyutlardan alınan puanların yüksekliği iletişim becerisi açısından o alt boyutların daha iyi olduğu belirtmektedir. Ölçek “her zaman, genellikle, bazen, nadiren ve hiçbir zaman” şeklinde 5’li Likert olarak tasarlanmıştır.

### **2.3.3. Girişimcilik ölçeği**

Ölçek, Yılmaz ve Sünbül (2009) tarafından geliştirilmiş olup 22 sorudan oluşmaktadır. Ölçek puanlarının değerlendirildiğinde; 22-39 puan aralığı çok düşük girişimcilik düzeyi, 40-57 puan aralığı düşük düzeyde girişimcilik, 58-75 puan aralığı orta düzey girişimcilik, 76-93 yüksek düzeyde girişimcilik ve 94-110 puan aralığı ise çok yüksek düzeyde girişimciliğe sahip olduğunu göstermektedir. Ölçekte yer alan maddeler “5’li Likert Tipi Ölçek” 1 “Hiçbir Zaman”, 2 “Nadiren”, 3 “Bazen”, 4 “Sık Sık”, 5“Çok Sık“ formundadır.

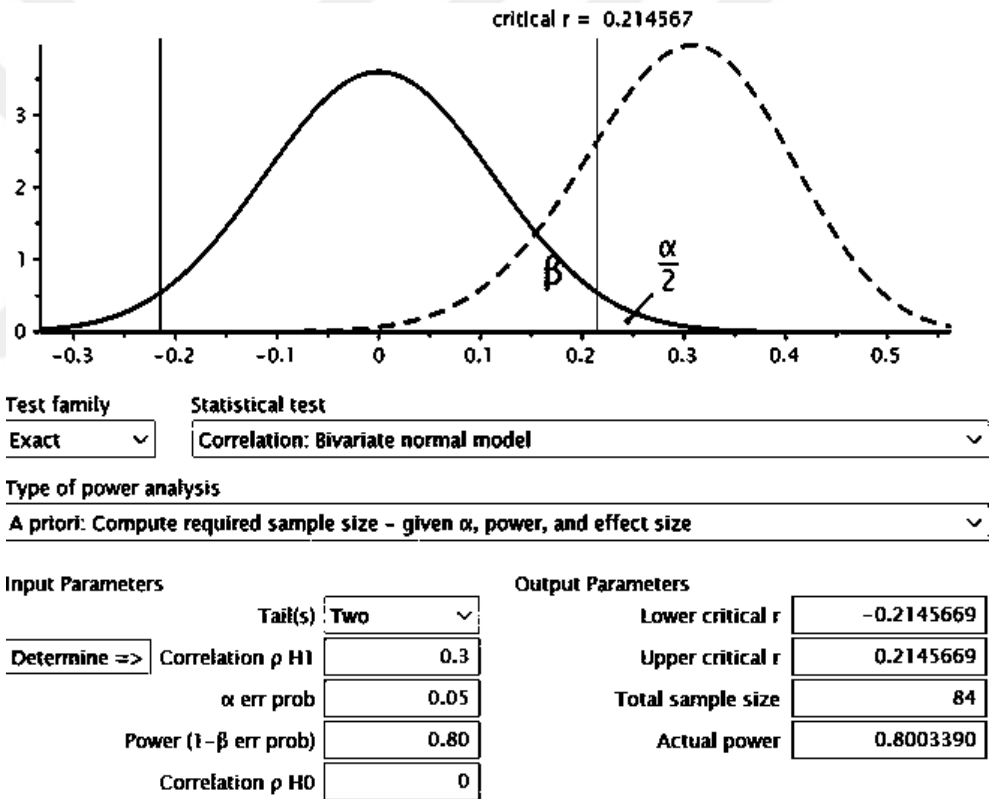
## **2.4. Verilerin Analizi**

Elde edilen veriler SPSS (Statistical Package Program for Social Science) programına aktarılmış olup analizler bu program aracılığıyla yapılmıştır. Veriler normal dağılım göstermektedir. İstatistiksel analiz olarak Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ve Bağımsız T-Testi analizi ve Pearson Korelasyon analizi uygulanmıştır.

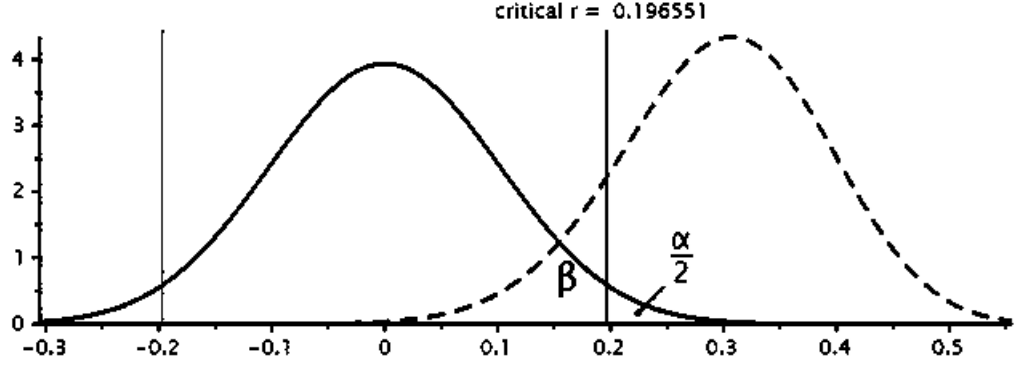
## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### BULGULAR

Çalışmada kullanılacak olan örneklem büyüklüğünün belirlenmesi için, G Power 3.1.9.6 programından yararlanılmıştır. Bivariate normal model testi ile standartlaştırılmış direkt etki büyüklükleri dikkate alındığında %80 test gücü, etki büyüklüğü 0.3 ve  $\alpha$  yanılma payı 0.05 alınarak minimum örneklem sayısı 84 kişi olarak belirlenmiş olup çalışmada 100 kişiye ulaşılmıştır. Çalışmada yer alan 100 kişi üzerinden araştırmanın test gücü hesaplandığında etki büyüklüğü 0.3 ve  $\alpha$  yanılma payı 0.05 alınarak hesaplanan test gücü %86,5 olarak saptanmıştır.



Şekil 1. Örneklem Büyüklüğünün Hesaplanması



Test family: Exact  
 Statistical test: Correlation: Bivariate normal model

Type of power analysis: Post hoc: Compute achieved power - given  $\alpha$ , sample size, and effect size

Input Parameters: Tall(s): Two  
 Determine => Correlation  $\rho$  H1: 0.3  
 $\alpha$  err prob: 0.05  
 Total sample size: 100  
 Correlation  $\rho$  H0: 0

Output Parameters: Lower critical r: -0.1965512  
 Upper critical r: 0.1965512  
 Power (1- $\beta$  err prob): 0.8652372

Şekil 2. Güç Analizi

Tablo 1. Örnekleme ait tanımlayıcı istatistik bulgular

Faktör	Değişken	Sayı (n=100)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	47	47.0
	Erkek	53	53.0
Yaş	25-34 yaş	60	60.0
	35-44 yaş	25	25.0
	45-54 yaş	15	15.0
Eğitim Düzeyi	Lise	13	13.0
	Üniversite	67	67.0
	Yüksek Lisans	10	10.0
Çalışma Süresi	Doktora	10	10.0
	0-5 yıl	46	46.0
	6-10 yıl	54	54.0
Ailede Sporla İlgilenme	Kardeş	46	46.0
	Kimse ilgilenmiyor	54	54.0
Gelir Düzeyi	Asgari ücret-3500 TL	12	12.0
	3501-4500 TL	44	44.0
	4501-5500 TL	28	28.0
	5501 TL ve üzeri	16	16.0
Kurumdaki Pozisyon	Temizlik personeli	17	17.0
	Antrenör	52	52.0
	Teknik personel	21	21.0
	Müdür	10	10.0

Tablo 1 incelendiğinde, araştırmada yer alan %47'sinin kadın ve %53'ünün erkek olduğu, %60'ının 25-34 yaş, %25'inin 35-44 yaş, %15'inin 45-54 yaş grubunda yer aldıkları saptanmıştır. Eğitim düzeyine dair katılımcıların dağılımları incelendiğinde; %13'ünün lise, %67'sinin üniversite, %10'unun yüksek lisans ve %10'unun doktora eğitim düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Çalışma süresine yönelik dağılım incelendiğinde; %46'sının 0-5 yıl, %54'ünün 6-10 yıl çalışma süresine sahip olduğu gözlenmiştir. Ailede sporla ilgilenme değişkenine ilişkin dağılım incelendiğinde; %46'sının kardeşinin sporla ilgilendiği, %54'ünün ise ailesinde kimsenin sporla ilgilenmediği belirlenmiştir. Katılımcıların gelir düzeylerinin; %12'sinin Asgari ücret-3500 TL, %44'ünün 3501-4500 TL, %28'inin 4501-5500 TL, %16'sının 5501 TL ve üzeri gelir düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Kurumdaki pozisyona dair katılımcıların dağılımları incelendiğinde; %17 kişinin temizlik personeli, %52'sinin antrenör, %21'inin teknik personel, %10'unun müdür unvanına sahip olduğu gözlenmiştir.

**Tablo 2.** Ölçeklerin normallik testi sonuçları

Ölçek Adı	Z	p
İletişim Beceri Ölçeği	0.056	0,200
Girişimcilik Ölçeği	0.149	0,112

\* $p < 0,05$ ; \*\* $p < 0,001$

Tablo 2 incelendiğinde iletişim beceri ölçeği ve girişimcilik ölçeğinden elde edilen verilerin normallik dağılımları değerlendirildiğinde. Normallikten sapmalar olmadığı ve verilerin normal dağılım gösterdiği tespit edilmiştir. Buna bağlı olarak hipotez testlerinde parametrik testler kullanılmıştır.

**Tablo 3.** Ölçeklerin puan ortalamaları ve puan aralıkları

	n	$\bar{x}$	Min	Max
İletişim Becerileri	100	103.11±25.59	54	178
Bilişsel İletişim	100	31.90±8.01	17	61
Duygusal İletişim	100	37.14±9.40	19	60
Davranışsal İletişim	100	34.07±9.62	16	66
Girişimcilik	100	68.78±21.44	22	110

Katılımcıların iletişim becerileri puan ortalaması 103.11±25.59 alt boyutlarından bilişsel iletişim puan ortalaması 31.90±8.01, duygusal iletişim puan ortalaması 37.14±9.40 ve davranışsal iletişim puan ortalaması 34.07±9.62 olarak saptanmıştır. Katılımcıların girişimcilik puan ortalaması 68.78±21.44 olarak saptanmıştır.

**Tablo 4.** Ölçekler arasındaki ilişkinin korelasyon analizi sonuçları

		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(1) İletişim Becerileri	r	1				
(2) Bilişsel İletişim	r	.943**	1			
(3) Duygusal İletişim	r	.940**	.825**	1		
(4) Davranışsal İletişim	r	.955**	.868**	.834**	1	
(5) Girişimcilik	r	.233*	.258**	.217*	.188	1

\* $p < 0,05$ ; \*\* $p < 0,001$

Tablo 4 incelendiğinde iletişim becerisi ile girişimcilik düzeyi ( $r=0,233$ ;  $p=0,021$ ) arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde zayıf düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bilişsel iletişim boyutu ile girişimcilik düzeyi ( $r=0,258$ ;  $p=0,010$ ) arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif yönde ve zayıf düzeyde bir ilişki gözlenmiştir. Duygusal iletişim ile girişimcilik düzeyi ( $r=0,217$ ;  $p=0,030$ ) arasında istatistiksel olarak anlamlı zayıf düzeyde ve pozitif yönde bir ilişki belirlenmiştir.

**Tablo 5.** Örneklem ölçek puanları ile cinsiyet arasındaki ilişkiye ait t-testi sonuçları

	Cinsiyet	n	$\bar{x}$	t	p
İletişim Becerileri	Kadın	47	104.87±23.73	0.647	0.519
	Erkek	53	101.54±27.26		
Bilişsel İletişim	Kadın	47	32.38±7.35	0.565	0.573
	Erkek	53	31.47±8.60		
Duygusal İletişim	Kadın	47	37.78±9.16	0.646	0.520
	Erkek	53	36.56±9.66		
Davranışsal İletişim	Kadın	47	34.70±8.47	0.616	0.539
	Erkek	53	33.50±10.59		
Girişimcilik	Kadın	47	67.44±21.32	-0.584	0.561
	Erkek	53	69.96±21.67		

\* $p<0,05$ ; \*\* $p<0,001$

Yapılan analiz sonuçlarına göre; iletişim becerileri ve girişimcilik ile cinsiyet arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir fark olmadığı tespit edilmiştir ( $p>0,05$ ).

**Tablo 6.** Örneklem ölçek puanları ile yaş arasındaki ilişkiye ait ANOVA sonuçları

	Yaş	n	$\bar{x}$	Min	Max	F	p	Fark
İletişim Becerileri	25-34 yaş	60	108.11±25.27	57	178	5.588	0,005*	1-3
	35-44 yaş	25	102.24±19.67	59	141			
	45-54 yaş	15	84.53±28.23	54	146			
Bilişsel İletişim	25-34 yaş	60	33.20±8.05	19	61	4.748	0,011*	1-3
	35-44 yaş	25	32.12±6.77	21	47			
	45-54 yaş	15	26.33±7.85	17	41			
Duygusal İletişim	25-34 yaş	60	38.81±9.10	19	60	4.690	0,011*	1-3
	35-44 yaş	25	36.92±7.82	22	48			
	45-54 yaş	15	30.80±10.77	19	52			
Davranışsal İletişim	25-34 yaş	60	36.10±9.81	17	66	5.494	0,005*	1-3
	35-44 yaş	25	33.20±6.75	16	47			
	45-54 yaş	15	27.40±10.22	18	54			
Girişimcilik	25-34 yaş	60	71.31±22.56	22	110	0.798	0,453	-
	35-44 yaş	25	69.20±19.98	22	99			
	45-54 yaş	15	62.60±19.18	26	92			

\* $p<0,05$ ; \*\* $p<0,001$

Tablo 6'ya göre; iletişim becerileri ( $F_{(2,97)}=5.588$ ;  $p<0,05$ ), bilişsel iletişim ( $F_{(2,97)}=4.748$ ;  $p<0,05$ ), duygusal iletişim ( $F_{(2,97)}=4.690$ ;  $p<0,05$ ) ve davranışsal iletişim ( $F_{(2,97)}=5.494$ ;  $p<0,05$ ) ile yaş arasında anlamlı düzeyde bir fark



bulunmaktadır. Farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını saptamak amacıyla yapılan Tukey Post-Hoc testi sonuçlarına göre;

İletişim Becerileri için; 25-34 yaş grubu ile 45-54 yaş grubu arasındaki anlamlı ilişkiden kaynaklandığı görülmektedir. 25-34 yaş grubunda yer alan katılımcıların İletişim Becerileri puanlarının 45-54 yaş grubunda yer alan katılımcılardan daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Bilişsel İletişim için; 25-34 yaş grubu ile 45-54 yaş grubu arasındaki anlamlı ilişkiden kaynaklandığı görülmektedir. 25-34 yaş grubunda yer alan katılımcıların Bilişsel İletişim puanlarının 45-54 yaş grubunda yer alan katılımcılardan daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Duygusal İletişim için; 25-34 yaş grubu ile 45-54 yaş grubu arasındaki anlamlı ilişkiden kaynaklandığı görülmektedir. 25-34 yaş grubunda yer alan katılımcıların Duygusal İletişim puanlarının 45-54 yaş grubunda yer alan katılımcılardan daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Davranışsal İletişim için; 25-34 yaş grubu ile 45-54 yaş grubu arasındaki anlamlı ilişkiden kaynaklandığı görülmektedir. 25-34 yaş grubunda yer alan katılımcıların davranışsal iletişim puanlarının 45-54 yaş grubunda yer alan katılımcılardan daha yüksek olduğu saptanmıştır.

**Tablo 7.** Örneklemen ölçek puanları ile eğitim düzeyi arasındaki ilişkiye ait ANOVA sonuçları

	Eğitim Düzeyi	n	$\bar{x}$	Min	Max	F	p	Fark
İletişim Becerileri	Lise	13	107.38±31.60	65	168	3.006	0,034*	2-4
	Üniversite	67	105.00±25.35	54	178			
	Yüksek Lisans	10	107.10±16.23	75	124			
	Doktora	10	80.90±16.62	65	110			
Bilişsel İletişim	Lise	13	32.38±8.74	20	51	1.718	0,168	-
	Üniversite	67	32.50±8.27	17	61			
	Yüksek Lisans	10	32.60±5.37	24	41			
	Doktora	10	26.50±6.11	21	36			
Duygusal İletişim	Lise	13	39.23±12.15	22	60	4.134	0,008*	1-4 2-4 3-4
	Üniversite	67	37.64±8.91	19	57			
	Yüksek Lisans	10	40.20±7.36	26	48			
	Doktora	10	28.00±5.29	23	37			
Davranışsal İletişim	Lise	13	35.76±11.81	19	59	2.510	0,063	-
	Üniversite	67	34.85±9.72	16	66			
	Yüksek Lisans	10	34.30±5.39	25	40			
	Doktora	10	26.40±6.09	21	37			
Girişimcilik	Lise	13	75.92±15.58	39	97	1.216	0,308	-
	Üniversite	67	66.19±22.61	22	110			
	Yüksek Lisans	10	76.20±17.63	28	87			
	Doktora	10	69.40±22.07	41	99			

\* $p<0,05$ ; \*\* $p<0,001$

Analiz sonuçlarına göre; iletişim becerileri ( $F_{(3,96)}=3.006$ ;  $p<0,05$ ) ve duygusal iletişim ( $F_{(3,96)}=4.690$ ;  $p<0,05$ ) ile eğitim düzeyi arasında anlamlı düzeyde bir fark bulunmaktadır. Farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını saptamak amacıyla yapılan Tukey Post-Hoc testi sonuçlarına göre;

İletişim Becerileri için; üniversite ile doktora arasındaki anlamlı ilişkiden kaynaklandığı görülmektedir. Eğitim düzeyi üniversite olan katılımcıların iletişim becerileri puanlarının eğitim düzeyi doktora olan katılımcılardan daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Duygusal İletişim için; doktora grubunun lise, üniversite ve yüksek lisans ile aralarındaki anlamlı ilişkiden kaynaklandığı görülmektedir. Eğitim düzeyi yüksek

lisans olan katılımcıların duygusal iletişim puanlarının eğitim düzeyi lise, üniversite ve doktora olan katılımcılardan daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Katılımcıların eğitim düzeyleri ile girişimcilik düzeyleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir.

**Tablo 8.** Örneklem ölçek puanları ile çalışma süresi arasındaki ilişkiye ait t-testi sonuçları

	Süre	n	$\bar{x}$	t	p
İletişim Becerileri	0-5 yıl	46	104.95±25.85	0.664	0.508
	6-10 yıl	54	101.53±25.50		
Bilişsel İletişim	0-5 yıl	46	32.21±8.28	0.364	0.717
	6-10 yıl	54	31.62±7.84		
Duygusal İletişim	0-5 yıl	46	38.06±8.96	0.907	0.367
	6-10 yıl	54	36.35±9.78		
Davranışsal İletişim	0-5 yıl	46	34.67±1.28	0.577	0.565
	6-10 yıl	54	33.55±9.09		
Girişimcilik	0-5 yıl	46	69.21±18.32	-0.241	0.810
	6-10 yıl	54	68.25±23.93		

\* $p<0,05$ ; \*\* $p<0,001$

Yapılan analiz sonuçlarına göre; iletişim becerileri ve girişimcilik ile çalışma süresi arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir fark bulunmamaktadır ( $p>0,05$ ).

**Tablo 9.** Örneklem ölçek puanları ile ailede sporla ilgilenme arasındaki ilişkiye ait t-testi sonuçları

	Ailede Sporla İlgilenme	n	$\bar{x}$	t	p
İletişim Becerileri	Kardeş	46	101.80±26.10	-0.469	0.640
	Kimse	54	104.22±25.33		
Bilişsel İletişim	Kardeş	46	31.26±7.72	-0.734	0.465
	Kimse	54	32.44±8.29		
Duygusal İletişim	Kardeş	46	36.80±9.66	-0.328	0.744
	Kimse	54	37.42±9.26		
Davranışsal İletişim	Kardeş	46	33.73±10.19	-0.316	0.753
	Kimse	54	34.35±9.19		
Girişimcilik	Kardeş	46	66.19±23.35	-1.114	0.268
	Kimse	54	70.98±19.61		

\* $p<0,05$ ; \*\* $p<0,001$

Analiz sonuçlarına göre; iletişim becerileri ve girişimcilik ile ailede sporla ilgilenme arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir fark bulunmamaktadır ( $p>0,05$ ).

**Tablo 10.** Örneklemin ölçek puanları ile gelir düzeyi arasındaki ilişkiye ait anova sonuçları

	Gelir Düzeyi	n	$\bar{x}$	Min	Max	F	p	Fark
İletişim Becerileri	Asgari ücret-3500	12	101.83±31.25	60	162	2.386	0,074	-
	3501-4500	44	98.93±23.65	57	146			
	4501-5500	28	113.67±26.18	68	178			
	5501 TL ve üzeri	16	97.06±21.66	54	130			
Bilişsel İletişim	Asgari ücret-3500	12	31.66±9.36	19	52	1.846	0,144	-
	3501-4500	44	30.72±7.04	19	45			
	4501-5500	28	34.82±8.98	23	61			
	5501 TL ve üzeri	16	30.18±7.00	17	41			
Duygusal İletişim	Asgari ücret-3500	12	36.41±13.14	21	60	1.992	0,120	-
	3501-4500	44	35.59±8.93	19	52			
	4501-5500	28	40.75±7.97	24	58			
	5501 TL ve üzeri	16	35.62±8.93	19	49			
Davranışsal İletişim	Asgari ücret-3500	12	33.75±9.46	20	53	2.554	0,060	
	3501-4500	44	32.61±8.87	16	54			
	4501-5500	28	38.10±11.25	20	66			
	5501 TL ve üzeri	16	31.25±6.85	18	41			
Girişimcilik	Asgari ücret-3500	12	60.50±17.50	36	84	1.039	0,379	
	3501-4500	44	39.45±22.65	22	110			
	4501-5500	28	72.85±19.59	28	103			
	5501 TL ve üzeri	16	66.00±23.47	26	99			

\* $p<0,05$ ; \*\* $p<0,001$

Yapılan analiz sonuçlarına göre; iletişim becerileri ve girişimcilik ile gelir düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir fark bulunmamaktadır ( $p>0,05$ ).

**Tablo 11.** Örneklemin ölçek puanları ile kurumdaki pozisyon arasındaki ilişkiye ait ANOVA sonuçları

	Pozisyon	n	$\bar{x}$	Min	Max	F	p	Fark
İletişim Becerileri	Temizlik personeli	17	96.47±32.01	54	162	0.831	0,480	-
	Antrenör	52	104.25±26.47	57	178			
	Teknik personel	21	108.19±19.15	75	134			
	Müdür	10	97.80±20.32	60	130			
Bilişsel İletişim	Temizlik personeli	17	30.58±9.58	17	52	0.387	0,763	-
	Antrenör	52	31.86±8.39	19	61			
	Teknik personel	21	33.33±6.39	23	43			
	Müdür	10	31.30±6.66	20	41			
Duygusal İletişim	Temizlik personeli	17	34.05±12.22	19	57	1.061	0,369	-
	Antrenör	52	37.59±9.04	21	60			
	Teknik personel	21	39.19±7.73	26	52			
	Müdür	10	35.70±8.94	19	49			
Davranışsal İletişim	Temizlik personeli	17	31.82±11.50	16	54	0.982	0,405	-
	Antrenör	52	34.78±10.44	17	66			
	Teknik personel	21	35.66±6.70	23	50			
	Müdür	10	30.80±6.03	21	41			
Girişimcilik	Temizlik personeli	17	65.64±25.93	22	99	0.303	0,823	-
	Antrenör	52	68.61±20.99	29	110			
	Teknik personel	21	69.33±2.84	26	99			
	Müdür	10	73.80±18.75	34	96			

\* $p<0,05$ ; \*\* $p<0,001$

Analiz sonuçlarına göre; iletişim becerileri ve girişimcilik ile kurumdaki pozisyon arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir fark bulunmamaktadır ( $p>0,05$ ).

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Katılımcıların iletişim becerisi genel skorundan ve alt boyutlarından aldıkları puanlar değerlendirildiğinde iletişim becerisi ve alt boyutlarının iyi düzeyde olduğu ve orta düzeyde girişimcilik eğilimi gösterdiği tespit edilmiştir (Tablo 3). Literatür incelendiğinde, Dallı, Ünlü ve Pekel (2017) tarafından yapılan çalışmada spor yöneticiliği bölümü öğrencilerinin iletişim beceri düzeylerinin iyi olduğu ve yüksek girişimcilik düzeyine sahip oldukları ifade edilmiştir. İşcan ve Kaygın (2011) potansiyel girişimciler olan üniversite öğrencilerinin yüksek düzeyde girişimcilik eğilimine sahip olduklarını belirtmişlerdir. Bayrak ve Nacar (2015) profesyonel takım sporlarında görev yapan antrenörlere yaptıkları çalışma da antrenörlerin iletişim beceri düzeylerinin yüksek olduğunu belirtmişlerdir. Başka bir çalışmada da Akgül (2020) basketbol klasman hakemlerinin iletişim becerileri yüksek seviyede olduğu saptamıştır.

İletişim becerisi ile girişimcilik düzeyi arasında pozitif yönde zayıf düzeyde, bilişsel iletişim boyutu ile girişimcilik düzeyi arasında pozitif yönde ve zayıf düzeyde, duygusal iletişim ile girişimcilik düzeyi arasında zayıf düzeyde ve pozitif yönde bir ilişki belirlenmiştir (Tablo 4). Başka bir ifadeyle iletişim düzeyi arttıkça aynı doğrultuda girişimcilik eğilimi de artış göstermektedir. Bu durum örneklem grubunda yer alan iletişim becerisine sahip bireylerin kendi fikir ve tutumlarını etkili bir biçimde sunabilmeleri ile açıklanabilir. Bu çalışmanın hipotezi spor hizmet çalışanlarının iletişim becerisi ile anlamlı bir ilişki vardır olarak belirlenmiştir. Elde edilen bulgular neticesinde hipotez doğrulanmış, korelasyon sonuçlarında iletişim becerisi ve girişimcilik arasında pozitif yönde bir ilişki bulunmuştur. Literatür incelendiğinde, Dallı vd. (2017) öğrencilerin iletişim beceri düzeyi ile girişimcilik düzeyleri arasında pozitif yönde orta ve yüksek düzeyde bir ilişki olduğunu ifade etmiştir.

Girişimcinin iletişim yeteneği, belirli bir durumda uygun iletişim kalıplarını tanıma ve bunları hedeflere ulaşmak için uygulama yeteneğini ifade eder. Düşük iletişim becerisine sahip kişilerle karşılaştırıldığında, iletişim becerisi yüksek girişimciler görevleri tamamlarken daha iyi performans gösterirler. İletişim, girişimcilik davranışını etkileyen bir diğer faktördür. Kısaca iletişim, iki veya daha

fazla kişi arasında bilgi aktarımı ve anlama sürecidir. "Anlamak" kelimesi burada önemlidir, çünkü gönderenin amaçlanan anlamını iletmek iyi iletişimin özüdür.

Araştırmaya katılan kişilerin cinsiyet değişkenine göre iletişim becerileri ve girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır (Tablo 5). Kadın ya da erkek olmanın iletişim becerisi ya da girişimcilikte bir etkisi bulunmamaktadır. Benzer bir çalışmada Saber (2020) tarafından Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu ve Spor Bilimleri Fakültelerinde eğitim görmekte olan öğrencilere yapılan çalışmada bireysel girişimcilik algısı cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Başka bir çalışmada ise Aksel ve Bağcı (2016) öğrencilerin girişimcilik eğilimleri ile cinsiyet değişkeni arasında ilişki olduğu belirtilmiştir. Bu çalışma araştırma bulgusu ile benzerlik göstermemektedir. Girişimciler kadın ve erkek toplumun tüm katmanlarından, tüm mesleki kökenlerden, her yaştan ve her eğitim düzeyinden olabilir (Kelley, Brush, Greene ve Litovsky, 2011). Girişimci olabilmek için hem kadınların hem de erkeklerin belirli niteliklere sahip olması gerekir. Bazı niteliklerin bileşimi sonucu oluşur. Bununla birlikte, girişimcilik açısından, erkek ve kadın girişimciler, özellikler, tutumlar, değerler, hırslar, girişimcilik nedenleri, girişimcilik hedefleri, engeller ve zorluklar, motivasyonlar ve beklentiler, yönetim tarzları ve kurumsal yapıdaki farklılıkları yansıtır (Keskin, 2017).

İletişim becerisi ile cinsiyet değişkeninin değerlendirildiği çalışmalar değerlendirildiğinde, kadınların iletişim beceri düzeylerinin erkeklerden daha iyi seviyede olduğu ancak istatistiksel açıdan farklılık göstermediği görülmektedir. Bu durum bireylerin kişilik özellikleri ve davranışları ile açıklanabilir. Sümer (2019) tarafından yapılan çalışmada, antrenör iletişim becerilerinde antrenörlerin cinsiyetlerine göre istatistiksel olarak fark olduğu ifade edilmiştir. Yanık (2015) cinsiyete göre kadın sporcuların erkek sporculara nazaran daha yüksek iletişim beceri düzeylerine sahip olduklarını belirtmiştir. Sporcular üzerine yapılan başka bir çalışmada ise Ulukan (2012), cinsiyet değişkeni ile iletişim becerileri arasında fark olmadığını saptamıştır.

Yaş değişkeni ile girişimcilik düzeyinde anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir. Yaş ile iletişim becerisi genel skorunda, bilişsel iletişim, duygusal iletişim ve davranışsal iletişim alt boyutlarında farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu durumun 25-34 yaş ile 45-54 yaş arasındaki farklılıktan kaynaklandığı görülmektedir.

Genel olarak girişimcilik ve iletişim beceri düzeylerinde 25-34 yaş aralığına sahip bireylerin daha iyi olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla yaş arttıkça iletişim becerisi ve girişimcilik düzeyinin azaldığı anlaşılmaktadır. Bu durum yaş ilerledikçe özellikle Z kuşağı olarak adlandırdığımız bireylerin kendini ifade etme, empati, tahammül seviyesi ve algı-olgu yeteneği negatif yönde değişkenlik göstermesiyle açıklanabilir. Özellikle yeni iletişim teknolojilerinin insan hayatıyla hangi noktalarda birleştiğini anlamaya dönük araştırmalar, ağırlıklı olarak çocukları ve gençleri araştırma nüfusu olarak kapsamakta ve bu kitleler üzerine söz söylemektedirler. Yaşlı nüfus genellikle yaşlıların “yeni iletişim teknolojileriyle mesafeli olduğu” yönündeki önyargılardan beslenerek ihmal edilmektedir. Oysa bu tip yaygın ve yanlış düşüncelerin üretiminde medya temsili önemli bir rol oynamakta ve gündelik hayatta yaşlı nüfusun bu düşüncelere uygun davranışları çok seyrek gösterdikleri görülmektedir. Literatür incelendiğinde Hacıoğlu (2017) tarafından yapılan üniversite öğrencilerine yapılan çalışmada yaş değişkeni ile iletişim becerisi arasında anlamlı düzeyde farklılaşma olduğu ifade edilmiştir. İnkaya (2018) tarafından yüzme antrenörlerine yapılan çalışmada yaş ile iletişim becerileri düzeyleri arasında farklılaşma olduğu belirtilmiştir.

Yaş ile girişimcilik düzeyinin değerlendirildiği çalışmalar incelendiğinde, Mirza (2019) tarafından öğrencilere yapılan çalışmada yaş değişkenine göre girişimcilik eğilimi arasında anlamlı farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir. Saber (2020) öğrencilerin bireysel girişimcilik algılarının yaşa göre anlamlı farklılık göstermediğini belirtmiştir. Ayrıca 28 yaş ve zeri öğrencilerin diğer öğrencilere göre yüksek girişimcilik düzeyine sahip olduğu saptamıştır. Araştırma bulgularımızda ise yaş arttıkça girişimcilik düzeyi azalmaktadır. Bu durum örneklem grubunun farklılığıyla ilişkilendirilebilir. Başka bir çalışmada ise Korkmaz (2012) öğrencilerin girişimcilik eğilimleri ile yaş değişkeni arasında ilişki olduğu belirtilmiştir.

Katılımcıların eğitim düzeylerine göre iletişim becerisi genel skorunda ve duygusal iletişim boyutunda anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu farklılığın iletişim becerisinde, üniversite ile doktora, duygusal iletişim boyutunda ise doktora ile lise, üniversite ile yüksek lisans arasındaki farklılıktan kaynaklandığı görülmektedir. İletişim Becerileri puanlarının eğitim düzeyi doktora olan katılımcılardan daha yüksek olduğu saptanmıştır. Duygusal iletişim boyutunda



eğitim düzeyi yüksek lisans olan katılımcıların duygusal iletişim puanlarının eğitim düzeyi lise, niversite ve doktora olan katılımcılardan daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Bu bağlamda eğitim seviyesi artıkça iletişim beceri düzeyinin azaldığı görülmektedir. İletişim becerilerini geliştirmek; iş, okul ve aile yaşamında başarılı olmak için gerekli görülmektedir. İletişim becerisini geliştirmiş kişiiler karşılaştıkları engelleyici yaşantılarla daha sağlıklı bir Şekilde üstesinden gelmekte, doyurucu ilişkiler geliştirebilmekte ve iş yaşamlarında üstün başarı gösterebilmektedir (Deniz, 2003). Literatür incelendiğinde, Koç (2020) tarafından yapılan çalışmada boks antrenörlerinin eğitim düzeyleri ile iletişim becerileri aralarında anlamlı olarak herhangi bir farkın olmadığı ifade edilmiştir. Boz, Biçer, Serter, Kara ve Şentuna (2021) tarafından spor yöneticileri üzerine yapılan çalışmada, eğitim durumu değişkenlerine göre iletişim beceri düzeyinde anlamlı fark bulunmamıştır. Serttaş ve Tanyıldızı (2019)'nın kamu iç denetçileri üzerine yaptıkları çalışmada öğrenim durumu faktörüne göre iletişim becerileri düzeylerinde anlamlı farklılıklar olmadığı ifade edilmiştir.

Katılımcıların eğitim düzeyleri ile girişimcilik düzeyleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Günümüzde girişimciliğin özellikle gençler arasında gezinen konu olduğu düşünülebilir. Fakat her eğitim seviyesinden ve toplumun her kesiminden bireyler konuya ilgi gösterebilirler. Bu bağlamda girişimcilik ile eğitim arasında bir anlam çıkmamış olması kişiinin yaratıcılığının bilgi birikiminin sonucu girişiminin arttığını gösterebilir. Nitekim girişimcilikte başarılı olmak için resmi eğitim olmasa da eğitimin gerekli olduğu düşünülmektedir.

Katılımcıların alışma sürelerine göre iletişim becerileri ve girişimcilik düzeyleri arasında anlamlı düzeyde bir fark olmadığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda çalışma sresinin iletişim becerisi ve girişimcilik düzeyinde belirleyici bir değişken olmadığı görülmektedir. Ancak gerek iletişim becerisinde gerekse girişimcilik düzeyinde çalışma süresi 0-5 yıl olanların daha iyi olduğu saptanmıştır. Literatür incelendiğinde, Koç (2020) boks antrenörlerinin antrenrlkte geçirdikleri süre ile iletişim becerileri arasında anlamlı fark olmasa da antrenrlkte geçen süre arttığıca iletişim beceri düzeyinin de arttığını ifade etmiştir. Bu alışma araştırma bulgularımızla kısmen benzerlik göstermektedir. Boz vd. (2021) tarafından yapılan

çalışmada spor yöneticilerinin yöneticilikteki geçirdikleri görev süreleri ile iletişim beceri düzeyleri arasında anlamlı fark olmadığı belirlenmiştir. Araştırma bulgumuzla aynı doğrultuda benzerlik göstermektedir.

Girişimciliğe etki eden faktörler arasında iş tecrübesini Hisrich (1995)

*Bazı alanlarda uzmanlığa sahip olmak çok önemlidir. Finans (özellikle risk sermayesi), dağıtım kanallarının geliştirilmesi, üstün ürün ya da hizmet geliştirme, pazar planı hazırlama gibi alanlarda kişinin tecrübesi ve iş hünéri onun yeni bir işe başlamasında önemli bir kolaylaştırıcı unsur, olarak açıklamıştır.*

Mirza (2019) yüksek lisans öğrencilerine yaptığı çalışmada öğrencilerin girişimcilik eğilimi ile deneyim değişkeni arasında anlamlı farklılık bulunmadığını ifade etmiştir. Bu çalışma araştırma bulgularımızla paralellik göstermektedir.

Katılımcıların ailede sporla ilgilenme, gelir düzeyi ve kurumdaki pozisyon durumlarına göre iletişim becerisi ve girişimcilik düzeyleri arasında anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda örneklem grubunda yer alan bireylerin ailede sporla ilgilenme, gelir düzeyi ve kurumdaki pozisyon faktörlerinin iletişim becerisi ve girişimcilik düzeylerinde önemli bir değişken olmadığı görülmektedir. Bu durum gruplardaki katılımcı sayısının dağılımı sabit ücret ödeme sistemi ve performans değerlendirme sürecinin uygulanmamasıyla ilişkilendirilebilir. Gülüm (2019) yaptığı çalışmada gelir durumu düzeyi ile iletişim beceri seviyeleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığını, Boz vd. (2021) gelir durumları değişkenlerine göre iletişim beceri düzeyinde farklılık bulunmadığını belirtmiştir. Koç (2020) boks antrenörlerinin antrenörlükteki görev şekilleri ile iletişim becerileri arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık olmadığını ifade etmiştir. Literatürde spor hizmetleri çalışanlarının sporla ilgilenme, gelir düzeyi ve kurumdaki pozisyon durumlarına göre girişimcilik düzeylerinin değerlendirildiği bir çalışmaya rastlanılmamıştır.

Sonuç olarak, katılımcıların iletişim becerisi ve alt boyutlarının iyi düzeyde olduğu ve orta düzeyde girişimcilik eğilimi sahip oldukları iletişim becerisi ile girişimcilik düzeyi arasında pozitif yönde zayıf düzeyde, bir ilişki bulunduğu belirlenmiştir.

Katılımcıların cinsiyet, çalışma süresi, ailede sporla ilgilenme, gelir düzeyi ve kurumdaki pozisyon durumlarına göre iletişim becerisinde anlamlı farklılık olmadığı, yaş ve eğitim düzeyine göre iletişim becerisinde farklılık olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, çalışma süresi, ailede sporla ilgilenme, gelir düzeyi ve kurumdaki pozisyon durumlarına göre girişimcilik düzeyinde anlamlı farklılık olmadığı saptanmıştır. Araştırma sonuçları doğrultusunda öneriler aşağıda açıklanmıştır.

Girişimcilik ve iletişim düzeyleri arasındaki ilişki İstanbul dışındaki farklı bölgelerdeki spor hizmet sektörü çalışanları da örneklem grubuna dâhil edilerek değerlendirilebilir.

Örnek grubunda yer alan katılımcıların girişimcilik eğilimlerinin geliştirilmesi için kurum tarafından destek verilmeli ve teşvik edilmelidir.

Spor hizmet işletmelerinde iletişim becerisi ve girişimciliğe yönelik eğitim programları uygulanarak deneysel çalışmalar yapılması gerektiği düşünülmektedir.

Spor işletmesi çalışanlarının demografik özellikleri geliştirilerek iletişim becerisi ve girişimcilik düzeyleri ile değerlendirilmesi literatüre katkı sağlayabilir.

Örneklem grubunda yer alan erkek bireylerin iletişim becerisini geliştirici eğitim ve etkinliklerin yapılması gerektiği düşünülmektedir.

Yaş arttıkça iletişim beceri ve girişimcilik düzeyinin azaldığı dikkat çekicidir. Dolayısıyla yaş ve çalışma süresi yüksek olan çalışanların iletişim becerisi ve girişimcilik düzeyini geliştirici faaliyetler spor kuruluşları aracılığıyla planlanmalı ve uygulanmalıdır.

## KAYNAKÇA

- Açıkada, Ç. ve Ergen, E. (1987). Sporda Gelişim ve Başarının Temelleri. *Ankara Bilim Teknik Dergisi*, 18-19.
- Adıgüzel, T., Ayar, M. C., Çorlu, M. S. ve Özel, S. (2012). *Fen, Teknoloji, Mühendislik ve Matematik (FeTeMM) Eğitimi: Disiplinler Arası Çalışmalar ve Etkileşimler*. 10. Ulusal Fen Bilimleri ve Matematik Eğitimi Kongresinde Sunulmuş Bildiri, Niğde.
- Adie, J. W., & Jowett, S. (2010). Meta-perceptions of the coach–athlete relationship, achievement goals, and intrinsic motivation among sport participants. *Journal of Applied Social Psychology*, 40(11), 2750-2773.
- Ağca, V. (2005). *İç Girişimcilik Yapısı ve Firma Performansına Etkileri: Denizli Tekstil Sektöründeki Firmalarda Bir Araştırma*. Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon, 49-140.
- Ağca, V. ve Kurt, M. (2007). İç Girişimcilik ve Temel Belirleyicileri: Kavramsal Bir Çerçeve, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29, 83-112.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. (50), 179-211.
- Akgül, A. (2020). *Basketbol Klasman Hakemlerinin İletişim Becerilerinin Problem Çözme Süreçleri Üzerine Etkisinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Spor Yöneticiliği Anabilim Dalı, Muğla.
- Aksel, İ. ve Bağcı, Z. (2016). Girişimcilik Eğilimi; Bir Kamu Üniversitesi İİBF’inde Öğrenim Gören Son Sınıf Öğrencilerinde Bir Araştırma, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5(7), 2120-2133.
- Antoncic, B. ve Hısrıç, R. D. (2001). Intrapreneurship: Construct Refinement and Cross Cultural Validation. *Journal of Business Venturing*, 16, 497-527.
- Antoninc, B. (2007). Intrapreneurship: A Comparative Structural Equation Modeling Study. *Industrial Management and Data Systems*, 107(3), 309-325.
- Argenti, P. A. (1994). *Portable MBA desk reference*. J. Wiley.

- Arıkan, S. (2004). Girişimcilik, Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular, Genişletilmiş 2. Baskı. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Bayrak, Nacar (2015). Benden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu Öğrencilerinin Narsist Kişilik Özelliklerinin İncelenmesi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl, 3, 249-261.*
- Basım, N. ve Metin, A. (2009). Spor Yönetimi, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bıçakçı, İ. (1998). İletişim ve Halkla İlişkiler. Ankara: Mediacat Yayınları.
- Borgese A. (2007). *Standarts In Sports Entrepreneurship Education*. Doktora Tezi. Brooklyn United States Sports Academy, New York USA.
- Boz, C., Biçer, T., Serter, K., Kara, K.E. ve Şentuna, M. (2021). Spor Yöneticilerinin İletişim Beceri Düzeylerinin İş görenlerin Motivasyonu Üzerine Etkisi, *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 10(1), 493-501.
- Burgoon, J.K., Buller, B.D. and Woodall, W.G. (1989). Nonverbal Communication: The Unspoken Dialogue. Harper & Row, New York.
- Büyüköztürk, Ş, Köklü, N. ve Çokluk, O. (2007). Sosyal Bilimler İçin İstatistik. Ankara: Pegem Yayınları.
- Covin, J.G. ve Covin, T.J. (1990). Competitive Aggressiveness, Environmental Context and Small Firm Performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14 (4), 35-50.
- Cüceloğlu, D. (2002). Keşkesiz Bir Yaşam İçin İletişim Donanımları (6. baskı). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Çetinkaya, A. (2007). *Kurumsal İletişim Çerçevesinde Karar Destek Sistemleri ve Portal Yönetimi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı Bilişim Bilim Dalı, İstanbul.
- Dallı, M., Ünlü, Y. ve Pekel, A. (2017). Spor Yöneticiliği Bölümü Öğrencilerinin İletişim Beceri Düzeyleri ile Girişimcilik Düzeyleri Arasındaki İlişki. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(58), 28-34.
- Deniz, İ. (2003). *İletişim Becerileri Eğitiminin İlköğretim 8. Sınıf Öğrencilerinin İletişim Becerisi Düzeylerine Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

- Demirez, Güven, Y., Ünür, M., Bektaş, K., Uslu, E., Belce, A., E., & Can, Ş. (2005). Salivary malondialdehyde levels in patients with oral leukoplakia. *Turkish Journal of Medical Sciences*, 35(5), 329-332.
- Drucker, P. F. (1984). Converting social problems into business opportunities: The new meaning of corporate social responsibility. *California Management Review (pre-1986)*, 26(000002), 53.
- Durukan, T. (2006). Dünden bugüne girişimcilik ve 21. yüzyılda girişimciliğin önemi.
- Eroğlu, F. (2010). Davranış Bilimleri. İstanbul: Beta Yayın Dağıtım.
- Ersanlı, K. ve Balcı, S. (1998). İletişim Becerileri Envanterinin Geliştirilmesi: Geçerli ve Güvenirlik Çalışması. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 2(10),7-12.
- Fitssimmons, J.R., Douglas, E.J., Hisrich, R.D. ve Antoncic, B. (2005). Intrapreneurship in Australian Firms. *Journal of The Australiaand New Zealand Academy of Management*, 11(1), 17-27.
- Güleş, H. ve Bülbül, H. (2004). Yenilikçilik: İşletmeler İçin Stratejik Rekabet Aracı. Ankara: Nobel Yayınları.
- Gülüm, R. (2019). *Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenlerinin İletişim Becerileri ile Meslek Tutum Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Kış Sporları ve Spor Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- Günay, M. (1999). Egzersiz Fizyolojisi. Ankara: Bağırğan Yayınevi.
- Gürgen, H. (2003). İletişim Süreci ve Öğeleri. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Gürüz, D. ve Eğinli, A.T. (2016). Etkili Sunum Teknikleri. Ankara: Delta Yayınevi
- Güven, A. (1982). Ansiklopedik Spor Dünyası. (4.Cilt). İstanbul: Serhat Yayınları.
- Gwendolyn, R. (2010). Intrapreneur ship in a Fast Growing Economy: A Study of The Emirates of Dubai. *The Business Review*, Cambridge.
- Hacıoğlu, M. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Beden İmgesi Hoşnutluğu ve İletişim Becerilerinin İncelenmesi, *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, (2), 2536-5339.
- Hisrich, R. D. (1995). The venture capitalist: A relationship investor. *California Management Review*, 37(2), 101-113.

- İnkaya, E. (2018). *Yüzme Antrenörlerinin İletişim Becerilerinin, Yüzücülerin Performans Kaygısına Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü Spor Yönetimi Yüksek Lisans Programı, İstanbul.
- İşcan, Ö F. ve Kaygın, E. (2011). “Potansiyel Girişimciler Olarak Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 275-286.
- Jarna, H. ve Kaisu, K. (2005). How About Measuring Intrapreneurship?. Small Business Institute, *Turku School of Economics and Business Administration*, Finland.
- Katırcı, H. ve Uztuğ, F. (2009). Spor Kulüplerinde İletişim Yönetimi: Türkiye Profesyonel Futbol Liglerinde Yer Alan Spor Kulüplerinin İletişim Uygulamalarına İlişkin Araştırma. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1), 149-168.
- Kaya, N. (2001, Mayıs). *İşletmelerde Girişimcilik Özelliği Yüksek Çalışanların Güdülenmesi*. 9. Ulusal Yönetim Organizasyon Bildiriler, 541-551.
- Kelley, D., Brush, C., Greene, P. & Litovsky, Y. (2011). 2010 Report: Women Entrepreneurs World wide. Wellesley, MA: Babson College.
- Keskin, C. (2017). 1940-60 Yılları Arası Türk Resminde Modern Sanat Eleştirisinden Seçkiler. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (27), 81-93.
- Kırdar, Y. (2006). *Kurumsallaşan Spor Kulüplerinde Pazarlama İletişimi Faaliyetlerinin Spor Pazarlaması Sürecinde, Kurum İmajı Üzerine Etkisi; Fenerbahçe Spor Kulübünde Bir Uygulama Örneği*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, İzmir.
- Koç, A. (2020). *Boks Antrenörlerinin İletişim Becerileri ve Liderlik Tarzlarının İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Kış Sporları ve Spor Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, Erzurum.
- Koçel, T. (1998). *İşletme yöneticiliği: yönetim ve organizasyon, organizasyonlarda davranış, klasik - modern- çağdaş yaklaşımlar*, Ankara: Beta Yayınları.
- Konter, E. (1995). Sporda Motivasyon, İzmir: Saray Tıp Kitapevi.
- Korkmaz, O. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 14(2), 209-226.

- Korkut, F. (2004). Okul Temelli Önleyici Rehberlik ve Psikolojik Danışma. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Mirza, Ş. (2019). *Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerindeki Etkileri. Yüksek Lisans Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uşak.
- Morris, M. H. (1998). *Entrepreneurial Intensity: Sustainable Advantages for Individuals, Organizations and Societies*, Greenwood Publishing Group, USA.
- Özkök, E. (1985). İletişim Kuralları Açısından Kitlelerin Çözülüşü (1. baskı). Ankara: Tan Yayınları.
- Özman, C. (2013). *Spor Yöneticiliği Bölümünde Öğrenim Gören Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerinin Belirlenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Pekel, A. (2020). *Spor Örgütlerinde İç Girişimcilik Ve Müşteri Yönlü Davranışlar Geliştirmede İçsel Pazarlama Algısı Ve Algılanan Örgütsel Desteğin Aracılık Rolü*. Doktora Tezi. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi Ve Spor Anabilim Dalı.
- Ratten, V. (2010). Spor Yönetiminin Geleceği: Bir Sosyal Sorumluluk, Hayırseverlik ve Girişimcilik Perspektifi, *Yönetim ve Organizasyon Dergisi*.
- Saber Othman, F. (2020). *Spor Eğitimi Alan Öğrencilerin Bireysel Girişimcilik Algı Düzeyleri*. Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, Elazığ.
- Sertaş, A. ve Tanyıldızı, N. İ. (2019). Kamu İç Denetçilerinin İletişim Becerilerinin İncelenmesi, *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(3), 966-989.
- Shapero, A. (1982). The Social Dimensions of Entrepreneurship in: C.A. Kent, D. Sexton, K. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship*. NJ: Prentice Hall, Upper Saddle River, 72-90.
- Sümer, K. (2019). *Antrenör İletişim Becerileri ile Sporcuların Sürekli Optimal Performans Duygu Durumları Arasındaki İlişkinin Sporcu Algularına Göre İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Denizli.
- Tengilimoğlu, D. (2001). Sağlık Kuruluşlarında Halkla İlişkiler, Ankara: Gazi Kitabevi.



- Thamhain, H. J. (1992). Engineering management: *Managing effectively in technology based organizations*. New York: John Wiley&Sons, Inc.
- Titiz (1994), Girişimcilik, İnkılap Kitabevi, Ankara.
- Toy, S. (2007). *Mühendislik ve Hukuk Fakülteleri Öğrencilerinin İletişim Becerileri Açısından Karşılaştırılması ve İletişim Becerileriyle Bazı Değişkenler Arasındaki İlişkiler*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Türkel, A. U. (1992), İşletme Yöneticilerinin Davranışlarına Yön Veren Hâkim Kişilik Faktörleri ile Yönetimsel Davranış Arasındaki İlişkiler ve Uygulama. İstanbul: Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimlere Fakültesi Yayın.
- Ulukan H. (2012). *İletişim Becerilerinin Takım ve Bireysel Sporculara Olan Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.
- Ural, A. ve Kılıç, Ğ. (2006). Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi (2. baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yanık, M. (2015). Spor Türü ve Diğer Bazı Değişkenlerin Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu Öğrencilerinin İletişim Beceri Düzeylerine Etkisi. *International Journal of Human Sciences*, 12(2), 1366-1376.
- Yazıcıoğlu, Y. & Erdoğan, S. (2004). SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yetim, A. ve Cengiz, R. (2010). İletişim ve Spor. Ankara: Berikan Yayınevi.
- Yılmaz, E. ve Sünbül, A.M. (2009). Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeğinin Geliştirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (21), 195-203.

## EKLER

### SOSYO-DEMOGRAFİK FORM

**Cinsiyet :** ( ) Kadın ( ) Erkek

**Yaş:**

( ) 18-24

( ) 25-34

( ) 35-44

( ) 45-54

( ) 65 ve üstü

**Eğitim:**

( ) İlkokul Mezunu

( ) Lise Mezunu

( ) Üniversite

( ) Yüksek Lisans

( ) Doktora

**Kaç yıldır bu kurumda çalışıyorsunuz?**

( ) 0-5 yıl

( ) 6-10 yıl

( ) 10-15 yıl

( ) 16 ve üzeri

**Ailende sporla ilgili olan var mı?**

( ) Anne

( ) Baba

( ) Kardeş

( ) Kimse ilgilenmiyor

**Gelir durumu:**

- ( ) Asgari ücret
- ( ) Asgari ücret -3500 TL
- ( ) 3500 TL - 4500 TL
- ( ) 4500 TL - 5500 TL
- ( ) 5500 TL ' den fazla

**Kurumdaki Pozisyon:**

- ( ) Temizlik Personeli
- ( ) Havuz Koordinatörü
- ( ) Antrenör
- ( ) Teknik Personel
- ( ) Müdür

## GİRİŞİMCİLİK ÖLÇEĞİ

	Hiçbir Zaman	Nadiren	Bazen	Sık Sık	Çok Sık
1.Yeni teknolojik süreçleri ve teknikleri araştırıp öğrenmeye çalışırım.					
2.Yeni ve yaratıcı fikirlere açık bir yapıda olmaya çalışırım.					
3.Yeni fikirleri başkalarına karşı savunur ve onları yeni fikirlere ikna etmeye çalışırım.					
4.Yeni fikirleri uygulamak için gerekli kaynakları araştırıp öğrenmeye çalışırım.					
5.Yeni fikirleri uygulamak için uygun zaman ve programlar geliştirmeye çalışırım.					
6.Yeniliğe açık yaratıcı bir kişi olduğumu düşünüyorum.					
7.Kurum içinde farklılık yaratmak için risk almak istemem.					
8.Düzenli maaşı olan, düşük riskli bir işi; yüksek maaşı olan ve yüksek risk taşıyan bir işe tercih ederim.					
9.Bilmediğim yeni bir işte çalışmanın risklerini almaktansa, problemleri olan ama bunlar hakkında bilgi sahibi olduğum bir işte kalmayı tercih ederim.					
10.Genellikle bir işle ilgili risk ne olursa olsun, o riski sakınılması gereken bir durum olarak görürüm.					
11.Yaptığım işle ilgili kararlar almam gerektiğinde, bunu mümkün olduğunca risk almadan gerçekleştirmeyi tercih ederim.					
12.Çok emin olduğum ve sonuçlarını tahmin edebildiğim bir planı uygulamayı tercih ederim.					
13.Genellikle her nerede ve ne zaman olursa olsun yapısal değişimler için etkili bir güce sahibimdir.					
14.Hoşlanmadığım bir muameleyle ya da bir sorunla karşılaştığımda, onu düzeltmeye çalışırım.					
15.İnanmadığım şeyi ihtimalleri göz önünde bulundurarak gerçekleştirmeye çalışırım.					
16.Kurum içinde karşıt fikirler olsa bile fikirlerimin arkasında durmaya çalışırım.					
17.Yaptığım işi daha iyi yapmanın yollarını sürekli araştırırım.					
18.İyi bir iş fırsatını başkalarından çok daha önce görebilme becerisine sahibimdir.					
19.Bu kurumda aynı konumda ya da farklı konumda çalışan diğer kişilerden daha girişimci olduğumu düşünüyorum.					
20.Kamu kurumunda çalışıyor olsam bile genelde yaptığım işlerde kurumun ilerlemesi için elimden geleni yaparım.					

21.Aynı konumda çalıştığım kişilere kıyasla, çalıştığım birimin/bölümün en düşük performans sergilediği noktalarla ilgilenerek, düzeltmeye çalışırım.					
22.İşime karşı yaklaşımında, diğer kurum çalışanlarına kıyasla daha girişimci olduğumu düşünüyorum.					



## İLETİŞİM BECERİ ÖLÇEĞİ

	<b>Her Zaman</b>	<b>Genellikle</b>	<b>Bazen</b>	<b>Nadiren</b>	<b>Hiçbir Zaman</b>
1. Başkalarının duygu durumlarına uygun tepkiler veririm.					
2. Başkaları ile olan sorunlarımı konuşarak çözerim.					
3. Grup önünde kendimi rahatça ifade ederim.					
4. Yaşadığım güzel olayları başka insanlarla paylaştığımda o olaylar bana daha da güzel gelir.					
5. İnsanları oldukları gibi kabullenirim.					
6. Düşüncelerimi istediğim zaman anlaşılır biçimde ifade edebilirim.					
7. İnsanlara "hayır" demek bana zor gelir.					
8. Konuşurken söylediklerimle beden dilimin uyuşmasına dikkat ederim.					
9. Bir grubun üyesi olmaktansa, kendine özgü bir birey olmayı daha değerli görürüm.					
10. Duygularımı rahatlıkla dile getirebilirim.					
11. Birisi ile iletişim içindeyken sakin bir ses tonuyla konuşurum.					
12. Bir konuda kendimi haklı görüyorsam, başkalarının ne düşüneceğini önemsemeden düşünce ve duygularımı açıkça söylemekten çekinmem.					
13. Düşüncelerimi sözel olarak ifade edebilirim.					
14. Bir işte insanın kendi amaçlarına ve standartlarına ulaşması, diğer insanların koyduğu standartlara ulaşmasından daha önemlidir.					
15. Başkalarını memnun etmek için kendime ters düşen işler yaparım.					
16. Konuşmaları dinlerken, içerikle yüz ifadesinin ya da beden duruşunun uyumuna dikkat ederim.					

17. Diğer insanların beni sevmeleri, önemli başarılar elde etmemden daha önemlidir.					
18. İnsanları oldukları gibi kabul ederim.					
19. Hayatımdaki bir insanın bana gerçekten ilgi duyduğunu hissetmezsem yaptığım işlerden zevk almam.					
20. Bir şey yapmaya karar verirken başka kişilerin duygu ve düşüncelerinden etkilenmem.					
21. Başkalarını önyargısız dinlerim.					
22. İşimde başarılı olmak benim için arkadaş edinmekten daha önemlidir.					
23. Duygularımı kontrol altında tutmanın önemli olduğuna inanırım.					
24. Diğer insanlara yardım etmeyi, onların bana yardım etmelerinden daha rahat kabul ederim.					
25. Diğer insanlarla yakın ilişkiler içinde olmaktan çok sürekli çalışıp iş çıkarmak benim için daha önemlidir.					
26. Beni sevmediklerini bildiğim ya da hissettiğim insanların yanında rahatsız olurum.					
27. Diğer insanlar rahatsız olsa bile önemli bir amacıma ulaşmak için elimden geleni yaparım.					
28. Sevdiğim insanlardan uzak veya ayrı kalmak benim için zordur.					
29. Bir amaca ulaştığım zaman insanlardan gelecek övgüleri çok önemsemem, o amaca ulaşmaktan ötürü memnunluk duyarım.					
30. İnsanların söylediklerimden hoşlanmayacaklarını düşündüğüm sözleri dikkatlice seçerim.					
31. Sık sık ailemi ya da arkadaşlarımı düşündüğümü fark ederim.					
32. Başkaları tarafından kontrol edilmeyi sevmem, kendi planlarımı kendim yapmayı tercih ederim.					
33. Yalnız kalmayı çok severim, başkaları ile sürekli bir arada bulunma ihtiyacı hissetmem.					
34. Biri benim dış görünüşümü eleştirdiğinde, diğer insanların da beni çekici bulmayacakları endişesine kapılırım.					
35.Boş zamanlarımı arkadaşlarımla ve ailemle birlikte geçirmekten hoşlanırım.					
36. Karşımdakini dinlerken anlamadığım bir ayrıntı olduğunda konunun açığa kavuşması için sorular sorarım.					
37. Bir sorunum olduğunda, başkalarına anlatmadan sorunu kendi başıma					

düşünüp, bir çözüm bulmayı tercih ederim.					
38. İnsanlar kişiler arası ilişkilerde genellikle, birbirlerinden çok şey beklemektedirler.					
39. Kendi hedeflerimi ve standartlarımı kendim belirlemeyi tercih ederim.					
40. Başkalarını rahatsız ettiğimi düşünmek bana kaygı verir.					
41. Diğerleri tarafından beğenilip sevmek ya da onaylanmak benim için önemlidir.					
42. Bir işi bitirmek arzusu bana göre o iş için verilecek ödülde daha keyiflidir.					
43. Diğer insanlarla yakın ilişkiler kurduğumda kendimi huzurlu hissederim.					
44. Diğer insanlarla beraber olduğumda, onların benimle birlikte olmaktan hoşlanıp hoşlanmadıklarını anlamak için ipuçları ararım.					
45. Olumsuz bir olay sonucu hatalı tarafın özür dilemesinin önemli olduğunu düşünürüm.					
46. Başıma tatsız bir olay geldiğinde yakın bulduğum biri ile konuşmak bana iyi gelir.					
47. Uzun bir toplantıda dinleyici pozisyonunda çok söz alıp anlatan kişi olmak beni daha mutlu eder.					
48. İnsanların benim özel hayatıma ait konularda soru sormalarından ya da fikir vermelerinden hoşlanmam.					
49. Diğerlerinden farklı olmak beni rahatsız eder.					
50. Sevdiğim bir insanın öleceğini düşünerek çok endişelenirim.					
51. Doğru olduğunu düşündüğüm durumlarda haklarımı sonuna kadar savunmaya devam ederim.					



# ÖZGEÇMİŞ

## Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : SÜMER Koray  
Uyruğu : T.C.

## Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet Tarihi
Yüksek lisans	Antrenörlük Eğitimi Ana Bilim Dalı	2021
Lisans	Sakarya Üniversitesi	2013
Lise	Hacı Hatice Bayraktar Lisesi	2004

## İş Deneyimi

Yıl	Yer	Görev
2015-Devam Ediyor	İstanbul Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü	Antrenör

## Yabancı Dil

Yok

## Yayımlar

Yok

## Hobiler

Spor yapmak

Playstation

Yüzmek

Gezmek

