Üniversite Öğrencilerinin Yenilikçi Girişimciliğe İlişkin Üstbilişsel Farkındalıkları İle Bazı Ortam Özellikleri Arasındaki İlişki

Özge Öztürk

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8008-195X>

Doktora Öğrencisi / Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Teknoloji ve Bilgi Yönetimi Anabilim Dalı, Elazığ –
TÜRKİYE

Prof. Dr. Yusuf Cemalettin Çopuroğlu

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0350-0986>

Fırat Üniversitesi, İnsani ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, Elazığ – TÜRKİYE

Makale Geçmişi

Geliş: 16.03.2020

Kabul: 04.01.2021

On-line Yayın: 31.03.2021

Anahtar Kelimeler

Yenilik

Girişimcilik

Yenilikçi Girişimcilik

Üst Bilgişsel Farkındalık

İnovasyon

Araştırma Makalesi

DOI:

<http://dx.doi.org/10.29228/JASSS.42173>

Öz

Günümüzde oldukça sık kullanılan inovasyon/yenilik kavramları sadece yeni ürün değil aynı zamanda ticarileşebilir, para kazandıran yeni ürün anlamına gelmektedir. Yenilikçi girişimcilik ülkelerin gelişmesinde oldukça önemli rol oynamaktadır. Yenilikçi girişimciler yeni ürün, yeni pazar, yeni üretim süreçleri veya yeni organizasyonlar gibi sürekli yenilik geliştirirler. Yenilikçi girişimciliğe ilişkin üst bilişsel farkındalık, bu konuyla ilgili kişinin kendi düşünme süreçlerinin farkında olması ve bu süreçleri yönetebilmesidir. Üst bilişsel farkındalık yüksek oldukça kişinin bu konudaki eğilimi de artacaktır. Bu sebeple ortam özelliklerini yenilikçi girişimciliğe ilişkin farkındalığı destekler şekilde düzenlemek gerekmektedir. Bu bilgiler çalışmamızın çıkış noktası olmuştur.

Bu çalışmanın amacı, üniversite öğrencilerinin yenilikçi girişimciliğe ilişkin üst bilişsel farkındalıkları ile içinde bulundukları ortam özellikleri arasındaki ilişkiyi incelemektir. Bu çalışmada ortam özellikleri destekler ve engeller olmak üzere iki alt faktörde incelenmeye çalışılmıştır. Ayrıca yenilikçi girişimciliğe ilişkin üst bilişsel farkındalığı belirlemeye yönelik kullanılan ölçek ise tahmin etme, planlama, izleme ve değerlendirme olmak üzere dört alt boyutta ölçülmeye çalışılmıştır. Araştırmaya Türkiye'nin çeşitli bölgelerinde yer alan 10 ildeki 12 üniversitede okuyan 1660 lisans son sınıf öğrencisi katılmıştır. Araştırmada elde edilen veriler, SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows 25.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırmada toplanan verilerin analiz sonuçlarına göre araştırmanın değişkenlerinin korelasyon katsayılarına bakıldığında, yenilikçi girişimciliğe ilişkin üst bilişsel farkındalık ölçeği ile ortam özelliklerini belirlemeye yönelik ölçek arasında, istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü, orta düzeyde ($r=0.408$; $p<0.05$) bir ilişki olduğu görülmüştür. Ayrıca bu çalışma neticesinde üniversite öğrencilerinin yenilikçi girişimciliğe ilişkin üst bilişsel farkındalıklarını arttırmak için çevrelerinde yer alan destekleyici faktörleri arttırmamız gerektiği sonucuna da varılmıştır.

Atıf Bilgisi / Reference Information

Öztürk, Ö. ve Çopuroğlu, Y. C. (2021). Üniversite Öğrencilerinin Yenilikçi Girişimciliğe İlişkin Üstbilişsel Farkındalıkları İle Bazı Ortam Özellikleri Arasındaki İlişki. *Jass Studies-The Journal of Academic Social Science Studies*, 14(84): 495-506.

***Relationship Between Metacognitive Awareness Related
Innovative Entrepreneurship of University Students With Some
Environmental Features***

Özge Öztürk

PhD Student / FiratUniversity, Institute of Social Sciences, Department of Technology and Information
Management, Elazig – TURKEY

Prof. Dr. Yusuf Cemalettin Çopuroğlu

Firat University, Faculty of Literature, Department of Sociology, Elazig – TURKEY

Article History

Submitted: 16.03.2020

Accepted: 04.01.2021

Published Online: 31.03.2021

Keywords

Innovation

Entrepreneurship

Innovative Entrepreneurship

Metacognitive Awareness

Innovation

Abstract

Innovation concept, which is used frequently today, mean not only new products but also commercializable, money-saving new products. Innovative entrepreneurship play an important role in the development of countries. Innovative entrepreneurs constantly develop innovation, such as new products, new markets, new production processes or new organizations. Metacognitive awareness of innovative entrepreneurship is the awareness of one's own thinking processes and managing these processes. As the metacognitive awareness is high, the tendency of the person on this issue will increase. For this reason, it is necessary to regulate the media features in a way that supports awareness of innovative entrepreneurship. This information has been the starting point of our study.

The purpose of this study is to examine the relationship between university students' metacognitive awareness of innovative entrepreneurship and their environment characteristics. In this study, environment features were tried to investigate in two sub-factors as supports and obstacles. In addition, the scale used to determine metacognitive awareness of innovative entrepreneurship was tried to be measured in four sub-dimensions as estimation, planning, monitoring and evaluation. 1660 senior students studying at 12 universities in 10 provinces in various regions of Turkey have participated to the research. The data obtained in the study were analyzed by using the SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows 25.0 program. According to the analysis results of the data collected in the research, when the correlation coefficients of the research variables were analyzed, it was found that there was a statistically significant and positively correlated ($r = 0.408$; $p < 0.05$) relationship between the metacognitive awareness scale of innovative entrepreneurship and the scale for determining the environment characteristics. As a result of this study, it was concluded that we should increase the supporting factors in their environment in order to increase the metacognitive awareness of university students on innovative entrepreneurship.

Research Article

DOI:

<http://dx.doi.org/10.29228/JASSS.42173>

GİRİŞ

İnsanlar var olduğu günden beri, bütün canlılar gibi, varlıklarını sürdürebilmek için ihtiyaçlarını karşılamak zorundadırlar. Varoluş devam ettiği sürece ihtiyaçların varlığı da devam etmektedir; bu, bütün varlıkların, çözmeleri gereken en temel problemlerini oluşturmaktadır. Bütün varlıklar bu süreçte ihtiyaçlarını karşılayabilmek için zaman zaman dayanışma, zaman zaman da mücadele içerisine girmektedirler. Bütün canlılar, doğal çevrelerinin kendilerine hazır olarak sunduğu imkânlarla ihtiyaçlarını karşılarken, insan zamanla kendi ihtiyaçlarını karşılamak üzere, tabiatın kendisine sunduğu imkânları evirmeye başlamıştır ve zamanla üretim sürecini başlatmıştır. Üretim bilgiyi gerektirdiğinden, insan topluluklarında bilgiye ve yeteneğe bağlı işbölümü ve farklılaşma meydana gelmiştir. Ustalaşma, uzmanlaşma şeklinde kendisini gösteren bu farklılaşma, yeteneklerin ve bilginin geliştirilmesi ve aktarımıyla kendisini devam ettirmiştir. İlk çağ toplumlarından avcı toplayıcı toplumlara, tarım toplumlarından sanayi toplumlarına ve günümüzde bilgi ve teknoloji toplumlarına kadar bu süreç ve bu süreçlerde oluşan toplumsal yapılar değişerek, dönüştürerek, gelişerek ve karmaşılaşarak, fakat özündeki ihtiyaç-üretim ilişkisini koruyarak devam etmiştir. Söz konusu bu süreçte en önemli problem, bilginin aktarımı ve bilginin kullanılması için gerekli yeteneklere sahip topluluk üyelerinin yetiştirilmesi olmuştur. Bunu sağlamak üzere toplumlarda çeşitli organizasyon yapıları oluşturulmuştur.

Zaman içerisinde ihtiyaçların, bilginin ve üretim tekniklerinin değişim süreci gittikçe hızlanmış; geçmişte ihtiyaçlar ve onların karşılanmasında kullanılan üretim teknikleri yüzlerce yıl ve nesiller boyunca aynı kalırken, günümüzde bu değişim neredeyse günlük olarak meydana gelmeye başlamıştır. Ülkemizde altmış yıl önce televizyonsuz bir dünyaya doğan insanlar bugün uydu yayını, kablolu yayın izleyebiliyorlar; kablolu telefon hatları kırk yıl öncesine kadar ev kiralalarının iki katına çıkmasına neden olurken, bugün sadece internet hattı olarak kullanılıyor; toplumun neredeyse tamamı akıllı telefon kullanıyor. Klonlamayla yapay canlı üretiminden nano malzeme ve teknolojiye ve yapay zekâyâ kadar hayatın her alanında baş döndürücü bir değişim, gelişme yaşanıyor. “İhtiyaç” üretilen bir olgu haline gelirken, bilgi bütün bu yapının temelinde belirleyici bir unsur olarak yer alıyor.

Bilginin üretilmesi ve kullanılmasındaki yetenek bireylerin ve toplumların gelişmişlik düzeylerini belirleyen en önemli özellik olmaktadır. Bilginin kendisi artık üretilen bir meta olarak ekonomik değer halini almıştır. Bilgiye bu değeri sağlayan ise problem çözmenin asli unsuru olmasıdır. Bütün bu ele aldığımız süreç bir problem çözme sürecidir ve bu değişim ve gelişmenin temelinde yer alan temel dinamik, problem çözme yeteneğidir. İnsanlar ve toplumlar ihtiyaçlarını karşılamada karşılaştıkları problemleri çözme ve giderme yetenek ve kapasitesine sahip değillerse, o problemlerin altında ezilirler. Problem çözümünde en az bilgi kadar önemli bir diğer unsur ise yaratıcı zekâdır. Problemi ve çözümünü görme ve farkedebilme yetenek ve kapasitesine sahip olan toplumlar ve bireyler diğerlerine göre çok daha fazla gelişme gösterirler ve kendi ihtiyaçlarını karşılama imkânı elde ederler. Öte yandan problemlere üretilen her çözüm bir yeniliktir. Böylece ihtiyaçların oluşturduğu problemlere karşı bilgiye dayalı yeni çözümlerin ve dolayısıyla yeniliklerin geliştirildiği, dinamik bir süreç hayatımızı ve toplumumuzu şekillendirmektedir. Dolayısıyla sürecin tamamı yenilik üretimi olarak gerçekleşmektedir. Çünkü toplumların karşısında bu süreci oluşturacak ve sürdürecektir bir kapasite oluşturma zorunluğu bulunmaktadır.

Bu durumda, toplumlar için problem çözme kapasitesi ve yeteneği oluşturmak, yeni bir problem olarak ortaya çıkmaktadır. Bu problemin farkında olmak ise toplumlar için hayati önem taşımaktadır. Bütün toplumlar bunu geçmişten günümüze kendi yapıları içinde oluşturdukları kurumlar tarafından çözmeye çalışmaktadırlar, Fakat günümüzde bunun çok hızlı bir şekilde ve toplumun büyük kısmına yayılarak yapılması gerekmektedir. Bunu gerçekleştirmede oluşturulan en

temel mekanizma eğitim kurumlarıdır. Üniversiteler bu eğitim kurumları içerisinde önemli bir yere sahiptir. Çünkü üniversiteler bilginin üretilmesi, öğretilmesi ve problem çözmede yaratıcı bir şekilde kullanılması yoluyla yenilik üretilmesini sağlayan yeteneklerin geliştirilmesi için uygun ortamları sağlarlar.

Gençler orta öğretim sonrasında bir üniversiteye adım attıkları andan itibaren daha önceki yaşantılarından farklı bir sosyal ve kültürel ortama girerler. Her biri daha önce birbirinden farklı olan yaşantıların içerisinde gelmişlerdir. O yaşantılarında doğuştan gelen veya sonradan kazanılan yeteneklerini ve özelliklerini geliştirerek belirli bir seviyeye çıkarmışlardır. Yaşantılarını geçirdikleri bu ortamların onlara sunduğu imkânlar, fırsatlar veya karşılarına çıkarttığı engeller, zorluklar ve imkânsızlıklar onların kişisel gelişimlerinin nasıl şekilleneceğini büyük ölçüde etkilemektedir. Bu süreçte sunulan imkânları nasıl kullandıkları ya da karşılaşılan zorluklara nasıl karşılık verdikleri, hangi çözümleri ve stratejileri geliştirdikleri ve bunların kişiliklerinde ne gibi kazanımlara veya çöküntülere yol açtığı önemli olmaktadır. Üniversite hayatına adım atmış olmak ise bu süreçte belirli bir başarı ve gelişme düzeyini yakalamış olmak anlamına gelmektedir. Yani bazı imkânları kullanabildikleri, bazı zorluklara ise çözüm üretebildikleri anlamına gelmektedir. Sahip oldukları koşullar ve kişisel özelliklerinin etkileşimiyle oluşan bu süreç, her birisi için farklı olarak gerçekleşmektedir. Benzerlikler olsa bile hiç birisinin hikâyesi birbirinin aynısı değildir. Benzer hatta aynı koşullara sahip çevrelerde yaşantılarını geçirenler dahi farklı şekillerde etkilenebilmektedirler. Aynı şekilde üniversiteye adım attıkları andan itibaren, o zamana kadar hayatlarını geçirdikleri ortamdan farklı imkânlarla karşılaşmaya veya zorluklarla yüzleşmeye başlayacaklardır.

Üniversite öncesi ekosistem özellikleri ile üniversite sonrası ekosistem özellikleri arasındaki farklılaşma ve etkileşim öğrenciler üzerinde oldukça belirleyici olmaktadır. Üniversite öncesi ekosistem özelliklerinin öğrenciler üzerindeki etkisi, üniversite sürecindeki ekosistem özelliklerinin ne şekilde etkileyici olacağını da belirler. Aynı zamanda üniversite dönemi, önceki dönemde kullanılamayan bazı yeteneklerin açığa çıkmasına ve geliştirilmesine yol açabilir. “Yenilikçilik, tavır almak demektir. Bu tavırlar öncelikle sosyokültürel çevrenin özelliklerine göre belirlenir ve daha sonra bireylerin öznel bilinçliliğiyle şekillenir” (Çopuroğlu ve Öztürk, 2017: 211). Özellikle bilişsel donanımdaki gelişmeler öğrencilerin geleceğe ilişkin daha doğru öngörüler geliştirmelerini sağlayabilir. İşte bu, farkındalık oluşumudur.

Farkındalık zihinsel bir uyanış demektir. İnsanın zihninin aydınlanması ve idrak/bilinç oluşması demektir. Düşünce deneyim ve bilgiden doğan bir süreçtir; bundan dolayı ekosistem yani ortam şartları yenilikçilikle ilgili farkındalığa-aydınlanmaya-idrake yol açacak deneyim ve bilgileri sunuyorsa farkındalık oluşur. Burada belirtilmesi gereken bazı noktalar vardır: Birincisi öğrenciler üniversite öncesi süreçteki kazanımlarıyla üniversite dönemindeki ortam imkânlarını görerek kullanır ve fırsata çevirebilirler, yani belirli bir farkındalıkla üniversiteye gelirler. İkinci olarak üniversite dönemindeki uyarıcılarla farkındalık oluşturabilirler ve imkânları kullanabilirler. Üçüncü olarak ise ne üniversite öncesi dönemde ne de sonrasında yenilikçi girişimciliğe ilişkin hiçbir farkındalık oluşmayabilir.

Üniversite öğrencilerinin yenilikçi girişimciliğe ilişkin üstbilişsel farkındalıklarını ele aldığımız bu çalışmada, üniversite öğrencilerinin farkındalıklarının ne düzeyde olduğu ve bunu etkileyen yenilik ekosisteminin “hem üniversite öncesi dönemde hem de üniversite döneminde hangi özelliklerinin bulunduğu?” sorusu önem kazanmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada, üniversite öğrencilerinin yenilikçi girişimciliğe ilişkin üstbilişsel farkındalıkları ile üniversite öğrencilerinin farkındalıklarını etkileyen yenilik ekosistemi özelliklerini oluşturan değişkenler arasında hangi ilişki ve etkileşimlerin var olduğunun cevabı aranmaktadır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

İnovasyon kavramının tanımı çeşitli araştırmacılar tarafından farklı şekillerde yapılmıştır. Köken olarak Latince nova, yani, yeni sözcüğüne dayanmaktadır. İnovasyon, yani yenilik sözcüğü genellikle sadece yeni bir ürün, süreç veya metod gibi algılanmakta ve tanımı yapılmaktadır. İnovasyon/yenilik kavramının tanımına bakacak olursak MIT’de görevli Ed Roberts, yenilik sözcüğünü “buluş artı işletme” olarak tarif etmiştir. Daha geniş olarak yenilik tanımını; “orijinal, yeni ve değerli bir ürün, üretim süreci ya da bir hizmet yaratmak için bilginin sentezi, kombinasyonu ya da somutlaşması olarak” yapabiliriz (Luecke 2008:3). Bu kavramı ortaya ilk atan araştırmacılardan Everett M. Rogers, 1962 yılında yeniliği “bir birey tarafından yeni olarak algılanan bir fikir, uygulama ya da nesne” olarak tanımlamıştır (Rogers 2003:12). Schumpeter ise yenilik tanımını yaparken yeni üründen ziyade bu ürünün ticarileşme yani para kazandırma boyutunu da ele alarak tanımlamıştır. Schumpeter’e göre yenilik; yeni fikrin, ilk olarak ticari uygulamalara dönüşmesi sürecindeki bütün aktivitelerini kapsamaktadır. Ek olarak Schumpeter yeniliği, pratikte ekonomik süreçlerin ardına üretkenliği ve verimliliği koyarak sonrasında bunlardan elde edilenlerle yenilikçi hizmet sunmak olarak tanımlamıştır (Schumpeter 1989: 64). Drucker’a göre yenilik; ister mevcut bir iş, bir kamu hizmet kurumu ya da bir aile mutfağında, sadece bireysel olarak başlatılmış girişimciliğin özel bir fonksiyonu olarak tanımlamıştır (Durucker 1998:3). Girişimci açısından yenilik, işletmenin ekonomik ve sosyal potansiyelinde belirli amaçlara odaklanmış değişimler yaratma faaliyetlerini kapsar (Durucker’dan aktaran Bozkurt, 2011). İnovasyonu/yeniliği kısaca, iş fikrinin ticarileştirilmesi şeklinde düşünebiliriz. Bilginin ticari bir sonuca (ürün+süreç+pazarlama) dönüşmesi inovasyondur (Günay 2019:8). Yeni olarak ortaya atılmış ürün, mevcut bir ürüne bazı özellikler eklenerek geliştirilebilir veya tamamen yeni bir ürün olarak ortaya çıkarılması şeklinde oldukça işe yarar mükemmel bir icat olabilir. İnovasyonun gerçekleşmesi için sadece yeni bir ürün, süreç, pazarlama vb. olması yeterli değildir. Ortaya çıkan bu icat ticarileşmiyorsa yani karşılığında bir gelir elde edilmiyorsa inovasyondan yani yenilikten söz edilemez. İnovasyon tanımında yeni ürün ile birlikte bu ürünün ticarileşmesi yani gelir getirmesi diğer önemli unsurdur. Bilgi ile yapılan çalışmalar sonucunda bir yenilik ortaya çıkıyorsa ve aynı zamanda bu yenilik ile kişi para kazanıyorsa inovasyon gerçekleşmiş demektir. Yenilikçilik ise, toplumsal bir değer olarak oluşan yeniliğin ortaya çıkışını sağlamak üzere, bireysel bilinçlerde harekete geçirici bir etken olarak davranışlarda görünür hale gelen bir özelliktir. (Çopuroğlu ve Öztürk 2017)

Yenilikçi girişimciliği anlamak için öncelikle girişimcilik kavramına bakacak olursak; girişimci, risk alarak bir iş yapan kişidir. Diğer bir deyişle, girişimci fırsatları gözleyen ve onları bulduğunda her tür riski alarak gerçekleştirmeye çalışan kişidir. Girişimcilik de, girişimcilerin risk alma, fırsatları kovalama, hayata geçirme ve yenilik yapma süreçlerinin tümüne verilen addır. Bu yüzdendir ki hem şirket açma süreci, hem de yenilikler yapma süreci girişimcilik kapsamındadır (Çetindamar 2002:17). Türk Dil Kurumuna göre girişimci, üretim için bir işe girişen, kalkışan veya ticaret, endüstri vb. alanlarda sermaye koyarak girişimde bulunan kimse, müteşebbis olarak ve girişimcilik ise girişimci olma durumu olarak tanımlanmıştır.(sozluk.gov.tr, Erişim Tarihi: 04.02.2020). Özetleyecek olursak ekonomik büyümenin ana motorlarından biri olarak kabul edilen girişimcilik kavramı, inovasyonu hayata geçirmek için kaçınılmaz bir iş yapış yolu olup, ekonomik fayda sağlayacak iş fırsatlarının belirsizlik ortamında gerekli zaman ve parasal yatırım ile risk alınarak ticarileştirilmesi olarak tanımlanabilir (TÜSİAD 2019:16).

Girişimci kişilik özellikleri belirtildiği vakit risk alabilme, proaktif düşünebilme, özdeğerlendirme ve cesarete sahip olma, yenilikçi düşünebilme vs. özellikler sayılabilmektedir. Girişimcilerin sahip olduğu düşünülen kişilik özellikleri arasında üzerinde en fazla uzlaşmaya varılmış olanı yenilikçiliklerdir. Girişimci tanımlarına bakıldığında da yenilikçi olma ve risk alma

özelliğinin yer aldığı görülmektedir (Bozkurt 2011). Girişimcilik içerisinde yeniliği barındırır; fakat girişimcilikle, yenilikçi girişimciliğin nasıl bir farkının olduğu vurgulanmalıdır. Birey mevcutta olan bir işi taklit ederek o işi yapmaya girişebilir. Bu da girişimcilik olarak tanımlanabilir. Fakat ülkelerin daha çok gelişmesi ve büyümesi için bu tarz girişimcilikten ziyade yenilikçi girişimcilik faaliyetlerinin ön plana çıkması yani yaygınlaşması gerekmektedir. Günümüz gelişmiş ülkelere baktığımız vakit gelişmişlik dereceleri ile yenilikçi girişimcilik faaliyetlerinin doğru orantılı olduğunu görebilmekteyiz. Bu sebeple yenilikçilik girişimciliğin ayrılmaz bir parçasıdır. Aynı işlerin tekrarı şeklinde olan sıradan girişimlerden farklıdır. Yenilikçi girişimcilik ile katma değeri yüksek işler ortaya çıkar ve ekonomik büyümede oldukça büyük öneme sahiptir.

Teknoloji alanında oldukça hızlı olan değişimlerin temel sebebi olarak yeniliği gösterebiliriz. Günümüzde yenilik yapmayan veya hızlı değişen şartlara uyum sağlamayan firmaların yıkılmaya yüz tuttuğunu görebilmekteyiz. Bu firmalar dünyanın sayılı büyük firmaları veya sektörde öncül firmalar olsalar bile yenilik yapmadıkları için yıkılmıştır. Schumpeter yenilik yapmanın firmalar için oldukça önemli olduğunu vurgulayan ilk araştırmacıdır. Araştırmacının ortaya attığı yaratıcı yıkım teorisi ile de “Ortaya çıkan yeni ürünlerin, mevcut ürünleri eskiteceğini ve zamanla yok olacağını ve aynı zamanda yeni bir ürün üretmek için tekrar mevcut ürünü yok etmek gerektiğini” öne sürmüştür. Rekabet ve bununla birlikte daha verimli bir kaynak tahsisi, sadece bu pazarların mevcut pazar dengesini yenilikleriyle yok eden yeni girişimciler tarafından işgal edilmesi ile ortaya çıkar. Bu mekanizma, “Yaratıcı Yıkım” terimi ile ekonomik söylemlere girmiştir (Faltin, 2001: 128). Schumpeter’e göre yaratıcı yıkım sahnesinin baş aktörü yenilikçi girişimcilerdir. Günümüzdeki hızlı teknolojik değişimlerin temelinde bu özellik yer almaktadır. Dolayısıyla yoğun olarak teknolojik yeniliğe bağlı hale gelen ekonomik gelişmenin sağlanabilmesi için yenilikçi girişimciliğin oluşturulması gerekmektedir.

Yenilikçi girişimcilikte sadece iş ve ürün fikri yeterli değildir, aynı zamanda akademik bilgi birikimi ve yaratıcılıkta özelliği de gerekmektedir. Akademik bilgi birikiminin sağlandığı üniversiteler bu noktada girişimcilik ekosisteminde yer alan diğer unsurlara nazaran oldukça önemli bir rol oynamaktadır. Burada üniversite öğrencileri de yenilikçi girişimciliğin baş aktörlerini oluşturmaktadır.

Yenilikçi girişimcilerin ülke ekonomisi üzerine birçok olumlu katkıları olmaktadır. Yenilikçi girişimciliğin olması demek yeni ürün, hizmet, süreç pazarlama vs. olması demektir. Bu yeniliklerin ticarileşmesi ile birlikte karşılığında para kazanmak demektir. Aynı zamanda bu yeniliklerin geliştirilmesi aşamasında Ar-Ge çalışmaları yapmak ve bu Ar-Ge departmanlarında personel istihdam etmek demektir. Sonuç olarak nitelikli personel istidamı ile yenilik içeren ürünler üretilmiş, bu ürünlerin ticarileşmesi ile ülke ekonomisine katkı sağlanmış ve firmaların rekabet edilebilirliği artırılmış olunur. Özetle yenilikçi girişimciler ülkelerde ekonomik büyümenin lokomotifidir.

Bu çalışmanın bir amacı üniversite öğrencilerinin yenilikçi girişimciliğe ilişkin üstbilişsel farkındalıklarını etkileyen ortamsal özellikleri (destekleri ve engelleri) belirlemektir. Çünkü yenilikçilik, toplumsal bir değer olarak oluşan yeniliğin ortaya çıkışını sağlamak üzere, bireysel bilinçlerde harekete geçirici bir etken olarak davranışlarda görünür hale gelen bir özelliktir. (Çopuroğlu, Öztürk, 2017). Davranışlar ise ancak onların ortaya çıkmasına imkân veren uygun ortam özelliklerine bağlı olarak kendilerini gösterirler.

Üstbiliş kavramına bakacak olursak: Üstbiliş “metacognition” kavramını olarak ilk ortaya atan araştırmacı John H. Flavell, bu kavramı kişinin kendi düşünme süreçlerinin farkında olması ve bu süreçleri yönetebilmesi olarak tanımlamıştır (Flavell, 1976). Schraw (1998)’a göre üst biliş, kişinin bilişini kontrol etmesi için kullandığı bilgi ve düzenleyici becerilerden oluşmaktadır. Üstbiliş sık olarak “düşünme hakkında düşünme” olarak tanımlanmaktadır. Aslında üstbilişin tanımı bu kadar

basit değildir. Birbirinden farklı üstbilgi tanımları olmasına rağmen hepsi bilişsel süreçlerin denetlenmesi ve düzenlenmesinde yürütücü süreçlerin yönünü vurgulamaktadır (Livingston, 2003).

Üstbilişsel stratejiler olarak da adlandırılan üstbilişsel kontrol (metacognitive control), üstbilgi süreçlerinde başı çeken zihinsel işlemlerden oluşur ve üstbilişsel bilgiyi bilişsel amaçlara ulaştırabilmek için stratejik biçimde kullanabilme yeteneği olarak açıklanabilir. Bu nedenle üstbilgi alanında yapılan pek çok araştırma, bu stratejiler üzerine yoğunlaşmıştır. Çünkü biliş düzenleme ve kontrol edebilme yeteneği, öğrencilerin bilgiyi esnek ve gerektiğinde durumlara uygun biçimde kullanabilmelerine olanak sağlar. Literatür, dört üstbilgi becerisi üzerine yoğunlaşmaktadır. Bunlar:

1. Tahmin (Prediction)
2. Planlama (Planning)
3. İzleme (Monitoring)
4. Değerlendirme (Evaluation)

Birey yeni bir problemle karşılaştığında, yukarıda sözü edilen üstbilgi stratejileri, başarılı bir sonuca ulaşmada önemli rol oynar. Bu stratejiler yoluyla birey başarılı olup olamayacağını değerlendirir, görevi hangi adımlarla tamamlayacağına karar verir, işlemlerinin nasıl ilerlediğine dikkat eder ve o sırada edindiği tecrübeleri sonraki işlemlere transfer eder (Özsoy 2008: 715).

Yenilikçi girişimciler sürekli etraflarını izleyerek problemleri tespit eden ve onlara yenilikçi çözümler üreterek ticarileştiren kişilerdir. Böylece yenilikçi girişimciler süreklilik içeren problem tanımlama, izleme, planlama ve değerlendirme gibi zihinsel süreçler içerisindedirler. Yenilikçi girişimcilik faaliyetlerinin yaygın olması için yenilikçi girişimciliğe ilişkin üstbilişsel farkındalığın bireylerde yüksek olması gerekmektedir. Yenilikçi girişimciliğe ilişkin üstbilişsel farkındalığın yüksek olması için uygun ortam şartları sağlanmış olmalıdır. Bu uygun ortamsal şartların sağlanmasında yenilikçi girişimcilik ekosistemi içerisinde yer alan unsurlar konumuz bakımından önemlidir. Özellikle çalışma gurubu üniversite öğrencileri olunca öğrencilerin okudukları üniversiteler ve sağladığı ortam özellikleri büyük önem kazanmaktadır. Bu farkındalığın yüksek olması için en etkili ortam şartlarının sağlanması noktasında üniversitelere büyük görevler düşmektedir. Bu bağlamda üstbilişsel farkındalığın yenilikçi girişimcilik için temel bir gereklilik olduğunu ve uygun ortamlar sağlandığında üstbilişsel farkındalığın artacağını ve yenilikçi girişimcilik faaliyetlerinin de buna paralel olarak artacağını belirtmemiz gerekir.

Bu çalışma ile üniversite öğrencilerini yenilikçi girişimciliğe yönelik etkileyen ortam özellikleri ile yenilikçi girişimciliğe ilişkin üst bilişsel farkındalıkları arasında nasıl bir ilişki olduğu belirlenmeye çalışılmıştır. Bu sayede üniversite öğrencilerinin yenilikçi girişimciliğe ilişkin üst bilişsel farkındalıklarını etkileyen bazı ortam özellikleri belirlenebilir ve böylece yenilikçi düşünmeye teşvik eden ve üst bilişsel farkındalık düzeyini arttıran ortamlar öğrencilere yönelik oluşturulabilir. Yenilikçi girişimciliğe ilişkin üst bilişsel farkındalığı arttıran ortamlar oluşturularak ülkemizin genel hedeflerinden olan yenilikçi düşünen ve yenilikçi ürünler ortaya koyabilecek gençler için bir ekosistem meydana getirmek üzere yenilikçi kültürün oluşturulmasına destek olunabilir.

YÖNTEM

Araştırmanın evrenini, Ankara'da Orta Doğu Teknik Üniversitesi ve Gazi Üniversitesi, İstanbul'da İstanbul Teknik Üniversitesi, Kocaeli'nde Gebze Teknoloji Üniversitesi, İzmir'de Dokuz Eylül ve İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Elazığ'da Fırat Üniversitesi, Malatya'da İnönü Üniversitesi, Samsun'da Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Kayseri'de Erciyes Üniversitesi, Gaziantep'te Gaziantep Üniversitesi son olarak Konya'da Selçuk Üniversitesi olmak üzere 10 ilde toplamda 12 üniversitede okuyan lisans son sınıf öğrencisi oluşturmaktadır. Seçilen 12 üniversitenin Tıp Fakülteleri, Mühendislik- Mimarlık Fakülteleri, Fen-Edebiyat ve Eğitim Fakülteleri, Siyasal Bilgiler Fakülteleri, İİBF, Su Ürünleri ve Turizm Fakülteleri gibi

farklı bölümlerinden öğrencilerin ankete katılımı sağlanmaya çalışılmıştır. Anket 2018-2019 bahar döneminde yukarıda belirtilen 12 üniversitede lisans son sınıf öğrencilerine uygulanmıştır. Amacının, okudukları üniversitenin yenilikçi girişimciliğe ilişkin ortam özellikleri (Destekler ve engeller kısmındaki sorularla bu ölçülmeye çalışılmıştır.) ile öğrencilerin yenilikçi girişimciliğe ilişkin üst bilişsel farkındalığı arasında nasıl bir ilişki olduğunu ortaya koymak olan bu çalışmada lisans son sınıf öğrencilerinin seçilme nedeni; öğrencilerin en az 3 yıldır okudukları üniversitede öğrenci olmalarıdır. Bu sayede lisans son sınıf öğrencileri üniversitelerini 1., 2. ve 3. sınıfta okuyan öğrencilere göre daha iyi tanıma fırsatı bulmuşlardır. Lisans son sınıf öğrencileri en az 3,5 yıldır okudukları okulun onlara sunmuş olduğu ortam özellikleri daha iyi görme ve tanıma fırsatı yakalamışlardır. Ayrıca 3,5 yıldır farklı alanlarda almış oldukları eğitimlerin yeni başlayanlara nazaran yenilikçi girişimciliğe ilişkin farkındalıkları üzerine nasıl etki ettiğini daha iyi göstereceği düşünülmüştür. Ayrıca seçilen bu 10 il ile farklı bölgesel özellikler, sosyo-kültürel ve ekonomik yapılar temsil edilmeye çalışılmıştır. Özellikle seçilen bazı üniversiteler farklı illerde yetişmiş öğrencilerin ve farklı gelir ve eğitim seviyesine sahip ailelerin çocuklarının tercih etmeleri üzerine seçilerek homojenlik sağlanmaya çalışılmıştır. Çalışma kapsamında seçilen üniversitelerin fakülte ve bölümlerinden öğrenciler basit tesadüfi/ rastgele örnekleme tekniği ile seçilmiştir. Araştırma kapsamında ankete toplam 1660 kişinin katılımı sağlanmıştır.

Araştırmada; Özge Öztürk'ün doktora çalışması kapsamında geliştirilen üniversite öğrencilerinin yenilikçi girişimciliğe ilişkin üstbilişsel farkındalıklarını belirlemeye yönelik ölçek ve Hakan Eren'in doktora çalışması kapsamında (Eren 2010) geliştirilen ortam özelliklerini belirlemeye yönelik ölçek kullanılmıştır. Araştırmada elde edilen veriler SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows 25.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir.

BULGULAR

Bu araştırmada "G. Power-3.1.9.2" programı kullanılarak, güç analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda düzeyinde, 1660 kişiye uygulanan çalışma sonrasında yapılan post-hoc olarak hesaplanan çalışmanın gücü 0.86 olarak hesaplanmıştır. Post hoc analizi için minimum elde edilmesi gereken power değeri 0.67'dir. Bu durumda yapılan çalışmanın gücü kabul edilebilir düzeydedir.

Tablo 1. Yenilikçi Girişimciliğe ilişkin Üst Bilişsel Farkındalık ile Ortam Özellikleri Analiz Sonuçları

		Ortam özelliklerini belirlemeye yönelik ölçek	Destekler	Engeller
Yenilikçi girişimciliğe ilişkin üst bilişsel farkındalık ölçeği	Korelasyon katsayısı	0.548*	0.550*	0.037
	<i>P</i>	0.000	0.000	0.132
Tahmin etme	Korelasyon katsayısı	0.294*	0.252*	0.096*
	<i>P</i>	0.000	0.000	0.000
Planlama	Korelasyon katsayısı	0.125*	-0.069*	0.075*
	<i>P</i>	0.000	0.005	0.002
İzleme	Korelasyon katsayısı	0.336*	0.593*	-0.200*
	<i>P</i>	0.000	0.000	0.000
Değerlendirme	Korelasyon katsayısı	0.437*	0.371*	0.144*
	<i>P</i>	0.000	0.000	0.000

Araştırmanın değişkenlerinin Tablo 1.'de verilen korelasyon katsayılarına bakıldığında;

- Yenilikçi girişimciliğe ilişkin üst bilişsel farkındalık ölçeği ile ortamsal özellikleri belirlemeye yönelik ölçek arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü orta düzeyde ($r=0.548$; $p<0.05$),
- Yenilikçi girişimciliğe ilişkin üst bilişsel farkındalık ölçeği ile destekler alt boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü orta düzeyde ($r=0.550$; $p<0.05$),
- Yenilikçi girişimciliğe ilişkin üst bilişsel farkındalık ölçeği ile engeller alt boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı olmayan bir ilişki ($r=0.037$; $p>0.05$),
- Yenilikçi girişimciliğe ilişkin üst bilişsel farkındalık ölçeğinin tahmin etme alt boyutu ile ortamsal özellikleri belirlemeye yönelik ölçek arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü zayıf düzeyde ($r=0.294$; $p<0.05$),
- Tahmin etme alt boyutu ile destekler alt boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü zayıf düzeyde ($r=0.252$; $p<0.05$),
- Tahmin etme ile engeller alt boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı fakat çok zayıf bir ilişki ($r=0.096$; $p<0.05$),
- Yenilikçi girişimciliğe ilişkin üst bilişsel farkındalık ölçeğinin planlama alt boyutu ile ortamsal özellikleri belirlemeye yönelik ölçek arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü zayıf düzeyde ($r=0.125$; $p<0.05$),
- Planlama ile destekler alt boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı negatif yönde fakat çok zayıf bir ilişki ($r=-0.069$; $p<0.05$),
- Planlama alt boyutu ile engeller alt boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü zayıf düzeyde ($r=0.075$; $p<0.05$),
- Yenilikçi girişimciliğe ilişkin üst bilişsel farkındalık ölçeğinin izleme alt boyutu ile ortamsal özellikleri belirlemeye yönelik ölçek arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif fakat çok zayıf ($r=0.336$; $p<0.05$),
- İzleme ile destekler alt boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif yönde orta düzeyde bir ilişki ($r=0.596$; $p<0.05$),
- İzleme alt boyutu ile engeller alt boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı ve negatif fakat zayıf düzeyde ($r=-0.200$; $p<0.05$),
- Yenilikçi girişimciliğe ilişkin üst bilişsel farkındalık ölçeğinin değerlendirme alt boyutu ile ortamsal özellikleri belirlemeye yönelik ölçek arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif fakat zayıf ($r=0.437$; $p<0.05$),
- Değerlendirme alt boyutu ile destekler alt boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif yönde orta düzeyde bir ilişki ($r=0.371$; $p<0.05$),
- Değerlendirme alt boyutu ile engeller alt boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif zayıf düzeyde ($r=0.144$; $p<0.05$) bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

TARTIŞMA SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma neticesinde üniversite öğrencilerinin yenilikçi girişimciliğe ilişkin üst bilişsel farkındalıklarını içinde bulundukları ortam özelliklerinin etkilediği belirlenmiştir. Ortam özelliklerinden destekler alt boyutu ile yenilikçi girişimciliğe ilişkin üst bilişsel farkındalık arasında anlamlı, pozitif yönlü ve orta düzeyde bir ilişki bulunmuştur. Aynı zamanda ortam özelliklerinden destekler alt boyutu üniversite öğrencilerinin yenilikçi girişimciliğe ilişkin üst bilişsel farkındalık alt boyutlarının tümü ile anlamlı ilişki içinde olduğu görülmüştür. Üniversite öğrencilerinin içinde bulundukları ortamda yenilikçi girişimciliği destekleyecek, özendirecek faktörlerin yer alması üst bilişsel farkındalıklarını artırmaktadır. Böylece yenilikçi girişimciliğe ilişkin üst bilişsel farkındalığın artması yenilikçi girişimciliğe karşı kişilerin

faaliyete geçme cesaretini artıracaktır.

Çalışmada elde edilen verilere göre; toplumda yenilikçiliğe karşı direnç bulunması ve yenilikçi insanların desteklenmemesi gibi yenilikçi girişimciliğe ilişkin engel teşkil edecek ortam özellikleri ile yenilikçi girişimciliğe ilişkin üst bilişsel farkındalık arasında istatistiksel olarak anlamlı olmayan bir ilişki görülmüştür.

Üst bilişsel farkındalığın alt boyutlarından tahmin etme, planlama, izleme ve değerlendirme boyutları ortam özellikleri ve ortam özelliklerinden destekler ve engeller alt boyutları ile anlamlı olarak ilişkili olduğu ortaya konulmuştur.

Üniversite öğrencilerinin yenilikçi girişimciliğe ilişkin üst bilişsel farkındalıklarını arttırmak için;

1. Yenilikçi proje ve fikirlerini hayata geçirmek isteyenlere destek sağlanmalı,
2. Yenilikçi projeler üretmek üzere farklı disiplinlerden arkadaşlarla bir araya gelmeleri sağlanmalı,
3. Üniversite yönetimi ve hocalar yeni öneri ve fikirlere her zaman açık olmalı,
4. Derslerde araştırmaya yönelik yeni yöntem ve teknikler öğrencilere aktarılmalı,
5. Öğrenciler Üniversite bünyesinde düzenlenen konferans, panel ve kongre gibi bilimsel faaliyetlere katılmaları için teşvik edilmeli,
6. Çevrede, “sürekli öğrenme” kültürü ve açık iletişim ortamı olmalı ve insanlar arasında işbirliği desteklenmeli,
7. Öğrenciler çevrelerinde, yeni fikirleri geliştirme, uygulama ve paylaşmaya fırsat bulabilmeli,
8. Farklı veya yeni şeyler yapanlar dışlanmamalı,
9. Yenilikçilik, mevcudu öğrenmenin ötesinde yeniye yönelen bir değer haline getirilerek, kurumsal kültürün temeline yerleştirilmelidir.

Yukarıda verilen sonuçlara göre, Üniversite öğrencilerinin içinde bulundukları ortamın özellikleri yenilikçi girişimciliğe ilişkin üst bilişsel farkındalıkları etkilemektedir. Böylece yenilikçi girişimcilik faaliyetlerini artırmak için uygun ortam şartlarının sağlanması gerekmektedir. Uygun ortam şartları sağlandığında yenilikçi girişimciliğe ilişkin üst bilişsel farkındalık artacak ve girişimde bulunma eğilimi de yükselecektir.

Yapılan bu çalışma yapılacak olan diğer çalışmalar ile daha çok geliştirilebilir. Daha çok öğrenciye uygulanarak örneklem arttırılabilir ve bu sayede evreni temsil gücü arttırılmış olur. Yapılacak bu çalışmalar neticesinde araştırmacılara ve yöneticilere önerilerde bulunulabilir.

ÇALIŞMADA KULLANILAN ÖLÇEKLER

A. Yenilikçi Girişimciliğe İlişkin Üst Bilişsel Farkındalık Ölçeği

Tahmin Etme

1. Kararlı ve azimli, olduğum için başarılı bir girişimci olabilirim.
2. Hayal gücü yüksek olduğum için başarılı bir girişimci olabilirim.
3. Yenilikçi iş fikrimi nasıl geliştireceğimi bilirim.
4. Hızlı düşünme özelliğine sahibim bu yüzden başarılı bir girişimci olacağım kanaatindeyim.
5. Doğru ve hızlı karar alma özelliğine sahibim bu yüzden başarılı bir girişimci olacağım kanaatindeyim.

Planlama

6. Yenilikçi iş fikrimi gerçekleştirmek için neye ihtiyacım olduğunu belirleyemem.
7. Yenilikçi iş planında neyi ne zaman ve nasıl yapacağımı belirleyemem.
8. Girişimcilikte başarısızlıklara karşı alternatif planlarım yoktur.
9. Girişimcilikte içinde bulunduğum durum ile yeni durumlar arasında bir bağlantı kuramam.
10. Bir girişimde bulunacağım vakit önceden hedeflerimi belirleyemem.

İzleme

11. Okuduğum üniversitenin akademik yapısı yenilikçi girişimciliği benimsetir ve özendirir.
12. Okuduğum üniversitenin yönetim yapısı yenilikçi girişimciliği benimsetir ve özendirir.
13. Üniversite dışında yenilikçi girişimcilik eğilimimi özendirecek, yüreklendirecek, teşvik edecek ve gelişimine katkı sağlayacak bir ortama sahibim.
14. Bulunduğum ilde girişimcileri aktif şekilde destekleyen ve özendiren yatırımcılar vardır.
15. Okuduğum üniversite yenilik ve girişimcilik faaliyetleri konusunda iş birliği geliştirmeye yatkındır.

Değerlendirme

16. Girişimci olabilmem için güçlü ve zayıf noktalarımın farkındayım.
17. Yenilikçi girişimcilik ekosisteminde başarı örnekleri teşvik edilir ve böylece yenilik ve girişimler özendirilir.
18. Üniversitelerdeki akademik bilginin kamu veya özel sektörde yenilikçi ürüne dönüşerek ekonomiye katkı sağlaması gerekmektedir.
19. Aynı şeye birçok değişik yoldan ulaşmayı denerim.
20. Yenilik yaratma ve başarılı ürün geliştirmenin yenilikçi girişimcilik ekosisteminin bir sonucu olduğunu düşünüyorum.
21. Yetenekli ve nitelikli işgücünün yenilikçi girişimcilik ekosisteminin bir parçası olduğunu düşünüyorum.
22. Yenilikçi girişimciliğin, özel - kamu kuruluşları ve bölgesel ekonomik kalkınma için daha fazla iş imkânı ve gelir artışı sağlayacağı kanaatindeyim.
23. Etrafıma farklı bir bakış açısıyla bakar ve bakarken görüp tespit ettiğim fırsatları değerlendiririm.
24. Yenilikçi girişimcilik ekosisteminin, cesaret kırıcı veya başarısız olunacağına yönelik ön yargılardan uzak olduğu düşüncesindeyim.
25. Fikirlerimi uygularken zorluklar karşısında pes etmem.
26. Yenilikçi girişimciliğe ilişkin niteliklere sahip olma iş hayatında önemli avantajlar sağlar.

B. Ortam Özelliklerini Belirlemeye Yönelik Sorular**Destekler**

1. Yenilikçi proje ve fikirlerini hayata geçirmek isteyenlere destek sağlanır.
2. Yenilikçi projeler üretmek üzere farklı disiplinlerden arkadaşlarla bir araya gelmemiz desteklenir.
3. Yenilikçi fikirler üretmemizin, üniversitemiz için faydalı olacağı düşünülür.
4. Yenilikçi fikirlerimiz, yeni projeler içinde değerlendirmeye alınır.
5. Üniversite yönetimi ve hocalarımız yeni öneri ve fikirlerimize her zaman açıktır.
6. Derslerde araştırmaya yönelik yeni yöntem ve teknikler bizlere aktarılmaktadır.
7. Üniversitemiz, konferans, panel ve kongre gibi bilimsel faaliyetlere katılmamız için bize kolaylık sağlar.
8. Çevremde, "sürekli öğrenme" kültürü hâkimdir.
9. Çevremde insanlar arasında işbirliği vardır.
10. Çevremde açık iletişim ortamı vardır.
11. Çevremde, yeni fikirleri geliştirme, uygulama ve paylaşmaya fırsat tanınır.
12. Farklı şeyler yapanlar çevremde iyi karşılanır.

Engeller

13. Toplumda yenilikçiliğe karşı direnç bulunmaktadır.

14. Gelecek vadeden yeni fikirlerin oluşumu, katı kural ve prosedürler ile baltalanır.
15. Potansiyelimi kullanabileceğim bir ortama sahip değilim.
16. Çevremde yenilikçi insanlar sevilmemektedir.
17. Toplumumuzda, farklı olan insanlar sorun yaşarlar.
18. Öğretim elemanı ve yöneticilerimiz yeni olan her şeye karşıdır.
19. Üniversitemiz alanıyla ilgili yenilik getirmeye çalışan öğrencileri teşvik etmemektedir.
20. Toplumumuz, değişimden çok tutarlılığa önem verir.
21. Toplumumuzda bir kişi tepki çekmeden, çok farklı şeyler yapamaz.
22. Toplumumuzda, insanların problemler ile bilinen yollarla başa çıkmaları beklenir.
23. Toplumumuzda, denenmiş ve doğru yolları kullanmaya çalışırız.
24. Sürekli zaman kısıtlamalarıyla çalıştığımı hissediyorum.

KAYNAKÇA

- Bozkurt, Ö. Ç. (2011). *Dünyada Ve Türkiye’de Girişimcilik Eğitimi: Başarılı Girişimciler ve Öğretim Üyelerinden Öneriler*. Ankara: Detay Yayınları, 1. Baskı.
- Çetindamar, D. (2002). *Türkiye’de Girişimcilik*. İstanbul: TÜSİAD Basın Bülteni. Yayın No: Tüsiad T/2002-12/340.
- Çopuroğlu, Y.C., Öztürk, Ö. (2017). A Research on The Technological Innovation Tendencies of the Students of Fırat University, *Research Journal of Business and Management (RJBM)*, V.4, Iss.2, p.203-211.
- Durucker, P. F. (1998). The Discipline of Innovation. *Harvard Business Review*. Nov-Dec 76 (6).149-157.
- Faltin, G. (2001). Creating a culture of innovative entrepreneurship. *Journal of International Business and Economy*. 2(1), 123-140.
- Flavell, J. H. (1976). Metacognition and Cognitive Monitoring. A New Area of Cognitive Developmental Inquiry. *American Psychologist*. Vol. 34, No. 10. p. 906-911.
- Günay, D., Çalık, A. (2019). İnovasyon, İcat, Teknoloji ve Bilim Kavramları Üzerine. *Üniversite Araştırmaları Dergisi*. Cilt 2, Sayı 1.
- Eren H. (2010), *Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Yenilikçilik Kapasitelerinin Teknolojik Yenilikçilik Eğilimlerine Etkisini Ölçmeye Yönelik Bir Model Önerisi*, Doktora Tezi, Kara Harp Okulu, Savunma Bilimleri Enstitüsü, Teknoloji Yönetimi Ana Bilim Dalı, Ankara.
- Livingston, J. A. (2003). Metacognition: An Overview, U. S. Department Of Education, Office of Educational Research and Improvement. *Educational Resources Information Center (ERIC)*
- Luecke, R. (2008). *İş Dünyasında Yenilik ve Yaratıcılık*. Çeviren: Turan Parlak. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları. 1. Baskı.
- Özsoy, G. (2008). Üstbiliş. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*. 6 (4) , 713-740.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations*. New York USA: 5th Ed. A Division of Macmillan Publishing Co. Inc.
- Schraw, G. (1998). *Promoting General Metacognitive Awareness Instructional Science*. p. 113-125.
- Schumpeter, J. A. (1989). *Essays On Entrepreneurs, Innovations, Business Cycles, and The Evolution of Capitalism*, New York USA: Transaction Publishers.
- TÜSİAD (2019). *Kurumlarda Girişimcilik İle Değer Yaratmak*. Yayın No: Tüsiad-T/2019,01- 601.
- Türk Dil Kurumu, sozluk.gov.tr, Erişim Tarihi: 04.02.2020