



THE RELATINOSHIP AMONG CULTURAL INTELLIGENCE ENTREPRENEURSHIP ORIENTATION AND INNOVATIVE BEHAVIORS

Harun YILDIZ*

* Kafkas University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Kars, Turkey*

E-mail: dryildizharun@gmail.com*

Copyright © 2016 Harun YILDIZ. This is an open access article distributed under the Eurasian Academy of Sciences License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

ABSTRACT

On the basis of his entrepreneurial activities of entrepreneurs who are the lifeblood of the economy lies not only cognitive intelligence. Apart from cognitive intelligence, the social and emotional intelligence which appear often in the literature cannot fully determine the success of entrepreneurship. In this respect, thanks to cultural intelligence that begins to emerge in the literature and that refers to the cultural richness of individual, entrepreneurial orientation increases and then successful enterprises takes place. This study is a product of comprehensive literature review. The results of study propose that cultural intelligence which is an indicator of the cultural richness of individual, and the capability to function effectively in culturally unfamiliar and diverse settings capability, will be positively related to the entrepreneurship orientation of individual. Additionally, we propose that cultural capital will mediate the positive relationship between entrepreneurship orientation and innovative behaviors. Therefore, organizations should create opportunities that managers or employees can recognize different cultures in order to increase the entrepreneurial orientation and innovative behaviors of the employees at other levels including specifically managerial positions. At the same time, organizations may prefer employees high in cultural intelligence for both national and international missions. Managerial and further research directions are identified.

Keywords: Cultural intelligence, CQ, entrepreneurship orientation, innovative behaviors.

JEL: M10, M19, O31.

Kültürel Zekâ, Girişimcilik Eğilimi ve İnovatif Davranışlar Arasındaki İlişki

ÖZET

Ekonominin can damarı olan girişimcilerin yaptığı girişimcilik faaliyetlerinin temelinde sadece mantıksal karar verme yatmamaktadır. Bunların dışında alanyazında sıklıkla yer alan sosyal ve duygusal bileşenler de tam olarak girişimciliğin başarısını belirleyememektedir. Bu açıdan alanyazında belirlemeye başlayan ve kişinin kültürel zenginliğini ifade eden kültürel zekâ sayesinde girişimcilik eğilimi artmakta ve başarılı girişimler gerçekleştirilmektedir. Bu bağlamda yapılan çalışmada alanyazın taraması kullanılmıştır. Araştırmanın sonucunda bireyin kültürel zenginliğinin ve aşına olunmayan yeni kültürlerle alışma yeteneğinin göstergesi olan kültürel zekânın, bireyin girişimcilik eğilimini artırabileceği ileri sürülmüştür. Ayrıca kültürel zekâ ve inovatif davranışlar arasındaki pozitif ilişkiye girişimcilik eğiliminin aracılık edebileceği önerilmiştir. Bu nedenle özellikle yönetsel pozisyonlar olmak üzere diğer kademelerdeki çalışanların girişimcilik eğilimlerinin ve inovatif davranışların artırılabilmesi için farklı kültürleri tanıyabileceği fırsatların yaratılması önemlidir. Bununla birlikte işletmeler hem ulusal hem de uluslararası görevler için kültürel zekâ düzeyi yüksek çalışanları tercih/istihdam edebilir. Araştırmada yönetsel ve gelecek araştırmalar için yönlendirmeler tanımlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kültürel sermaye, CQ, girişimcilik eğilimi, inovatif davranışlar.



1. GİRİŞ

Bireyin girişimci olmasını etkileyen çeşitli faktörler vardır. Bu faktörler sayesinde birey girişimci olma yönünde eğilimli olmaktadır. Alanyazında girişimcilik eğilimini etkileyen bu faktörler üç gruba ayrılmıştır (Cin ve Günay, 2013). Bunlardan birincisi demografik özellikler olarak tabir edilen bireyin cinsiyeti, medeni durum, yaşı, eğitimi, iş deneyimi, mevcut bir işyerindeki çalışma süresi, aile yapısı (kaç kardeş olduğu, babanın girişimci olup olmadığı gibi) gibi faktörlerdir (Özden, Temurlenk ve Başar, 2008: 7; Aytaç, 2010: 23-25; Li, 2010). Diğer bir faktör ise bireyin iletişimde ve etkileşimde bulunduğu sosyal çevre ile ilgili olan aile ortamı, arkadaşlık çevresi, akrabalar, kişinin kimi/kimileri örnek aldığı (rol modeller) ve diğer sosyal ağ ilişkisi içerisinde bulunduğu bireylerle olan ilişkilerine dayanan sosyal faktörlerdir (Aytaç, 2010: 26). Üçüncü ve son faktör ise kişinin kendisi ile ilgili olan ve birey olarak hangi psikolojik durum ve sosyal durumda bulunduğu ile ilgili psikolojik faktörlerdir. Sosyal ve psikolojik faktörler kişilik kuramları ile açıklanmaktadır. Bu kuramlar vasıtasıyla girişimci birey psikodinamik ve sosyal psikolojik yaklaşımla incelenmektedir. Böylece girişimcinin sahip olduğu tutum ve tavırlar, bakış açıları ve yenilikçilik performansı ile girişimci ayırıcı bir tip olarak tasvir edilmektedir (Aytaç, 2006: 142).

Genel olarak bu faktörler girişimcinin başarılı olmasında etkili olmakla birlikte son yıllarda bu nitelikler daha spesifik bir şekilde incelenmiştir. Özellikle girişimcilik eğilimi ve girişimcilik başarısının analitik zekâ, duygusal zekâ (Cin ve Günay, 2013) ve sosyal zekâ (Safari, Tahmasby ve Karamafrooz, 2013) gibi zekâ türlerinin girişimcilik eğilimini nasıl etkilediğine yönelik araştırmalar yapılmıştır. Ancak bu araştırmalarda özellikle bireyin farklı kültürlerde beslenerek edindiği ve bireyin kültürel zenginliğini ifade eden kültürel zekânın girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisi ise oldukça sınırlı kalmıştır (de la Garza Carranza ve Egri, 2010; Helms, Rutti, Lorenz, Ramsey ve Armstrong, 2014; Şahin, Köksal ve Cingöz, 2015). Benzer şekilde 2003 yılından sonra Earley ve Ang (2002) tarafından ileri sürülen * ve 2007 yılından sonra da ölçülmeye başlanan (Ng, Van Dyne ve Ang, 2012: 30) kültürel zekânın inovatif (yenilikçi) davranışlar üzerindeki etkisi de bazı araştırmalarla incelenmiştir (Plum, 2007: 88; Elenkov ve Manev, 2009; Bogilović, Škerlavaj ve Wong, 2016: 39). Ancak bu araştırmalarda kültürel zekânın inovatif davranışları nasıl etkilediği (aracılık etkisi) sorusu ile araştırmalar ise hala yeterli düzeyde değildir. Bununla birlikte kültürel zekâ ve inovatif davranışlar arasındaki ilişkinin altında yatan aracılık etkilerinden girişimcilik eğiliminin aracılık rolü ise şuana kadar yapılan araştırmalarda incelenmemiştir.

Bu açıdan farklı alanlarda yapılan kültürel zekâ ile ilgili araştırmalar esas alınarak yapılan bu araştırmanın amacı, kültürel zekâ ve inovatif davranışlar arasındaki ilişkide girişimcilik eğiliminin aracılık etkisinin belirlenmesidir. Bu açıdan çalışmanın ikinci bölümünde yer alan teorik çerçevede kültürel zekâ, girişimcilik eğilimi ve inovatif davranışlar açıklanmıştır. Bununla birlikte bağımsız, bağımlı ve aracı değişkenler arasındaki ilişki, ilgili alanyazın esas alınarak açıklanmış ve araştırma önerisi oluşturulmuştur. Üçüncü ve son bölümde ise çalışma tartışılmış ve sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

* Kültürel sermaye ilk olarak Earley (2002) tarafından bir kitap bölümünde bahsedilmiştir. Ancak bu kitap bölümünde Earley ve Ang (2003) kaynağına referans verildiğinden, bu kaynağa ulaşılmış ve referans olarak 2003 yılındaki kaynak esas alınmıştır.



2. TEORİK ÇERÇEVE

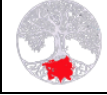
2.1. Kültürel Zekâ

Kültürel zekâ basitçe duygusal zekâ ve sosyal zekânın uyarlanmasıyla oluşan bir kavram değildir. Çünkü bilindiği üzere duygusal zekâ, diğer bireylerin duygusal durumlarını anlama ve bunlara yanıt verme ile ilgilidir. Diğer yandan sosyal zekâ ise insanları anlama ve onları yönetme yeteneği, diğer bir anlatımla sosyal problem çözme yeteneği ile ilgilidir. Ancak bu kavramlar kültürel zenginlikten yoksun olan zekâ türleridir (Earley ve Ang, 2003: 7-8). Bununla beraber kültürel zekânın sosyal zekâdan ve duygusal zekâdan daha yüksek bir kavram olduğu söylenebilse de tam olarak bu zekâ türlerinin üstünde ve bu zekâ türlerini de kapsayan bir zekâ türünü olduğunu ileri sürmek yanlış olacaktır. Bu açıdan kültürel zekânın bu zekâ türlerinden ayrı bir zekâ türü olduğu söylenebilir (Şahin vd., 2015).

Kültürel zekâ şartlara göre kolaylıkla aktarılabilen, üst seviyede ve bilişsel kapasiteleri ifade eden bir zekâ türüdür. Kültürel zekâ, kişinin kültürel bağlama atfedilen ve aşına olunmayan yeni kültürel ortamlara başarılı bir şekilde adapte olma yeteneğidir (Earley, 2002; Earley ve Ang, 2003: 9). Sternberg ve Detterman'ın (1986) zekânın çok boyutlu yapısı ile sundukları bütünleştirici teorik yaklaşımı esas alınarak geliştirilen kültürel zekânın üç bileşeni vardır. Bunlar bilişsel (üst-bilişsel ve bilişsel), motivasyonel ve davranışsal bileşenidir. Bilişsel bileşen de kendi içerisinde üst-bilişsel bileşen ve bilişsel bileşen olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Üst-bilişsel bileşen, kültürle ilgili olan bireysel düşünce süreçlerinden bilgi elde etme ve bu süreçlerin kontrolü dahil olmak üzere, bireylerin kültürel bilgiyi elde etmek ve anlamak için kullandıkları zihinsel süreçlerdir. Bu bileşen yeni bir kültürün yanı sıra kültüre özgü bilginin (hem bildirimsel/açıklayıcı hem de prosedürel/işlemsel) nasıl işleyeceğini ve fonksiyonlarını nasıl yerine getireceğini ifade eden yeni spesifik kavramsallaştırmaları yaratmada kullanılan genel bilişsel/zihinsel yetenekleri ifade eder. Bilişsel bileşen, farklı kültürlerin kendi iç dinamiklerinde yer alan ekonomik, sosyal, yasal yapılar ve kültürel değerler hakkında bireyin sahip olduğu bilgi birikimini ifade eder. Bu bileşen sayesinde kültürler arasındaki benzerlikler ve farklılıklar daha iyi anlaşılmaktadır. Motivasyonel bileşen, bir kişinin yeni bir kültüre başarılı bir şekilde adapte olabilmesi için o kültürü tanıyabilme ve anlaması gerektiğini ve aynı zamanda yeni ortamlarda başkaları ile kolayca ilgilenebilmek için motive olması gerektiğini ifade eder. Davranışsal bileşen ise bir kişinin fiili olarak uyumlu davranışlarda bulunabilme kapasitesini ifade eder (Earley ve Ang, 2003: 9-10; Ang vd., 2007).

Kültürel zekâsı yüksek olan bireyler farklı kültürlerden bireylerle etkili bir şekilde etkileşime geçme kabiliyetine sahip insanlardır. Bu yönleriyle kültürel zekâ birçok farklı kültürel ortamlardaki bireyin etkili olduğu sosyal yeteneği olarak da adlandırılabilir (Shaffer ve Miller, 2015: 115). Bu yönüyle girişimcilerin sahip oldukları kültürel zekâ düzeyinin yüksek (düzenleyici/moderating etki) olması ile çalışanların ve/veya yöneticilerin girişimcilik kapasiteleri artmaktadır. (Li, 2010). Bununla beraber yönetsel kültürel zekânın, kurumsal itibar ve çalışan bağlılığı (örgütsel etkinlik faktörleri) üzerinde pozitif etkisi (girişimcilik eğilimi kontrol edildiğinde) vardır (de la Garza Carranza ve Egri, 2010). Benzer şekilde kültürel zekânın KOBİ'lerin yabancı müşterileri, tedarikçileri ve rakipleri ile olan ilişkilerinin kalitesi ve ihracat performansı üzerinde de pozitif bir etkisi vardır (Charoensukmongkol, 2015).

Kültürel zekâ ile ilgili çeşitli çalışmalar bulunmasına rağmen Türkiye'de ise bu konu ile ilgili çalışma sayısı oldukça azdır (Mercan, 2015; Mercan ve Urgan, 2015; Mercan, Demirci, Kırmızı ve Kırmızı, 2015; Bezirgan, Mercan ve Alamur, 2015; Mercan ve Kahya, 2016; Mercan, 2016). Bu çalışmalarda kültürel zekâ ile kişilik özellikleri, iletişim becerileri,



kültürlerarası duyarlılık, sosyal sermaye, kültürlerarası farklılıkları yönetme ve uluslararası işbirliği sağlama arasında ilişkiler incelenmiştir. Bu açıdan kültürel zekâ ile ilgili araştırmaların ulusal alanyazında da oldukça sınırlı olduğu söylenebilir.

2.2. Girişimcilik Eğilimi

Girişimcilik eğilimi, stratejik yönelime sahip işletme içerisinde yer alan bireylerin girişimciliğe yönelimlerini ifade eden bir kavramdır. Diğer bir anlatımla var olan bir kurumdaki girişimcilik anlayışı anlamına gelmektedir. Zahra (1991) ise yeni pazarlara nüfuz etmeyi ve yeni işleri takip etme yönündeki yönelimi girişimcilik eğilimi olarak ifade etmiştir. Bu kavram girişimciliğin diğer bir parçası olan bireysel girişimciliğe benzer şekilde bir tanımlama kargaşası yaşamaktadır. Alan yazında “iç girişimcilik, girişimci duruş, stratejik duruş, girişimci stratejik yönelim, kurumsal iş kurma, yaygın girişimcilik, idari girişimcilik, stratejik yenilenme, iç kurumsal girişimcilik ve kurumsal girişimcilik” gibi kavramlarla eş anlamda kullanılmıştır (Zahra, 1991; Fiş ve Wasti, 2009: 131). Girişimcilik eğiliminin yenilikçilik, risk alma ve proaktiflik eğilimi olmak üzere üç boyutu vardır (Miller, 1983). Bu boyutlardan yenilikçilik eğilimi, işletmelerin ve bireylerin yeni, ürün, hizmet ve süreçlere getirdikleri yeni veya önemli ölçüde değiştirilmiş fikirler sunma eğilimini ve odaklanma düzeyini gösterir. Risk alma eğilimi, işletmenin belirsizlik ve karmaşıklık ortamlarında dahi anlamlı yenilikçi iş fikirlerini uygulamaya geçirme eğilimini ifade etmektedir. Proaktiflik eğilimi ise işletmelerin ve bireylerin sürekli bir şekilde pazar olanaklarını dikkate alarak eyleme geçme eğilimini ve sektörde öncü olma ve sektörü biçimlendirme eğilimini ifade etmektedir.

Kişinin girişimcilik eğilimini belirleyen temel özelliklerin başında bireysel farklılıklar gelmektedir. Bu bireysel farklılıkların içinde en önemli yeri ise kişilik özellikleri kaplamaktadır. Özellikle deneyime açık, dışadönük ve uyumlu kişilerin daha yüksek düzeyde girişimcilik yaptıkları belirlenmiştir (Li, 2010). Benzer şekilde Zhao ve Seibert (2006) tarafından yapılan araştırmada da deneyime açıklık ve sorumluluk kişilik özelliğinin girişimciliği belirlemede (girişimciler yöneticilerle karşılaştırıldığında) anlamlı bir faktör olduğu belirlenmiştir. Kişilik dışında uluslararası deneyimin artması da girişimsel eğitime yönelik bağlılığı artırarak girişimsel niyeti olumlu yönde etkilemektedir (Helms vd., 2014). Girişimcilik eğilimi üzerinde kişilik özelliklerinin yanı sıra çeşitli yetenek unsurlarının da etkileri vardır. Bu yönüyle bireyin farklı kültürel/çok kültürlü ortamlarda etkili bir şekilde görevlerini yerine getirebilme yeteneğini ifade eden kültürel zekâ (Earley ve Ang, 2003) gibi yetenek unsurlarının da girişimcilik eğilimi üzerinde anlamlı bir etkisi vardır. Girişimcilik eğilimi sayesinde, girişimcilik veya girişimciliğe yönelik girişimci aksiyonlar söz konusu olmaktadır (Zahra, 1991; Zahra, Jennings ve Kuratko, 1999). Girişimcilik eğiliminin yüksek olması ise işlemenin finansal performansı ve kurumsal itibarı (de la Garza Carranza ve Egri, 2010: 367) üzerinde olumlu etki yapmaktadır.

2.3. İnovatif (Yenilikçi) Davranışlar

İnovasyon kavramı, yeni işler ve endüstriler yaratmak, firma performansını arttırmak, rekabet üstünlüğü sağlamak ve hem kamu örgütlerini hem de özel sektör işletmelerini etkili bir şekilde yönetmek için temel bir faktör olarak değerlendirilmektedir (Kalay ve Lynn, 2016: 125). Kalay ve Lynn (2015: 415) inovatif olmayla ilgili temel kavramları yaratıcılık, açıklık, yeni fikirlere kapalı olmama, risk alma ve girişimci zihniyet şeklinde sıralamışlardır. Bu yönüyle inovasyon (yenilikçilik) ve yaratıcılık, işletmelerin hayatta kalabilmeleri ve rekabet üstünlüklerini devam ettirebilmeleri için en değerli varlıklarından biridir (Jones, 2013; Yıldız,



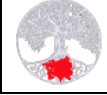
2015; Yıldız, Alphan ve Sezen, 2015; Yıldız, 2016a). Bu nedenle işletmeler mevcut inovasyon kapasitelerini artırmanın yollarını aramakta ve işletme içerisinde inovasyonun yarattığı sinerjik etkiye dikkat çekmektedirler (Kanter, 1983; West ve Far, 1990; Woodman, Sawyer ve Griffin, 1993; Jansen, Van de Vliert ve West, 2004). Bu davranışların sinerji yaratmasının en önemli sebebi, bu davranışların daha az şeyle daha fazla şeyi elde etmeye imkan tanınması, diğer bir anlatımla etki derecesinin büyük olmasıdır (Carmeli ve Spreitzer, 2009). İnovatif davranışlar kavramsal olarak yeni, ya da önemli ölçüde yeni sayılabilecek, faydalı ve kullanışlı (ticarileştirilebilir) bilgiler yaratan, daha sonra da bu fikri ürünlere, süreçlere ve örgütlere uygulayabilen davranışlar olarak tanımlanabilir (Farr ve Ford, 1990; Galperin, 2012; Marangoz, 2016). Diğer bir tanımlamada da inovatif davranışlar yeni teknolojilerin araştırılıp bulunması, amaçlara ulaşmak için yeni fikirler üretilmesi, yeni iş metodlarının araştırması ve uygulanması gibi davranışlar olarak adlandırılmıştır (Yuan ve Woodman, 2010). İnovatif davranışlar, inovatif fikir üretme aşamasından başlayarak, inovasyon süreci ile devam eden ve sonuçta eyleme geçilerek uygulamaya geçirilen davranışlardır (Axtell vd., 2000; De Jong ve Den Hartog, 2007).

İnovatif davranışları tetikleyen ve bu davranışlara neden olan çeşitli öncüller vardır. Bunlar liderlik tipleri, grup iklimi, inovasyonu destekleyici psikolojik iklim, bireysel özellikler (Scott ve Bruce, 1994), iş arkadaşlarına yönelik algılanan ilgi (Vinarski-Peretz ve Carmeli, 2011), güven (Carmeli ve Spreitzer, 2009), lider-üye etkileşimi, bağlılık, otonomi (Basu ve Green, 2006), algılanan örgütsel destek, risk alma eğilimi ve ağ kurma kabiliyeti (Yıldız, Erat, Alphan, Yıldız ve Sezen, 2015) gibi faktörlerdir. Bu faktörler nedeniyle bireylerin inovatif davranışları sergileme düzeyi artmaktadır. Bununla beraber Elenkov ve Manev (2009) tarafından yapılan çalışmada kültürel zekânın ürün-pazar inovasyonu ve örgütsel inovasyon üzerinde pozitif etkileri olduğu belirlenmiştir. Ayrıca yine bu çalışmada, vizyoner-dönüştürücü liderlik (visionary-transformational leadership) ve örgütsel inovasyon arasında kültürel zekânın aracılık etkisinin olduğu belirlenmiştir. Bu açıdan inovatif davranışlar üzerinde yapılacak çalışmalarda kültürel zekâ ile yapılacak çalışmaların bu konudaki alanyazına anlamlı katkılar sağlayarak, bu husustaki boşluğu doldurabileceği düşünülmektedir.

2.4. Kültürel Zekâ, Girişimcilik Eğilimi ve İnovatif Davranışlar Arasındaki İlişki

Genişleyen küresel ekonomi içerisinde kültürel sermayenin önemi ve faydası her geçen gün artmaktadır. Bilişsel/analitik zekâ (IQ), sosyal zekâ (SQ) ve duygusal zekâ (EQ) gibi zekânın farklı ölçümlerine dayanarak belirlenen kültürel sermaye (CQ) üst-bilişsel, bilişsel, motivasyonel ve davranışsal öğeleri içermektedir (Earley, 2002). Bu öğeler bireylerin bilişleri, tutumları ve davranışlarının temellerini oluşturur. Bu öğeler özellikle uluslararası deneyim sayesinde artmakta ve böylece bireyin girişimciliğe yönelik niyetini pozitif yönde etkilemektedir (Helms vd., 2014: 388; de la Garza Carranza ve Egri, 2010).

Kültürel zekânın açıklanmasında etkili olan en önemli faktörlerden birisi kişiliktir. Beş faktör kişilik özelliklerinden dışa dönüklük, deneyime açıklık ve uyumluluk gibi özellikler sayesinde, yöneticiler ve/veya çalışanların kültürel zenginliği, diğer bir anlatımla diğer kültürlerden beslenerek kendisine kattığı birikimler artmaktadır. Bununla birlikte cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim seviyesi, milliyet/uyruk, yurtdışına gönderilme nedeni, şirket ölçeği ve endüstrinin yapısı gibi demografik faktörler de kültürel zekâyı etkileyen faktörler arasındadır. Benzer şekilde, ihracat ve ithalat yapılan ülke sayısı (işletmenin uluslararası kapsamı), kültürel zekâ üzerinde pozitif bir etkiye sahip faktörler arasındadır (de la Garza Carranza ve Egri, 2010). Bu öncüllere ek olarak bireyin kısa dönemli iş seyahatleri yapması sonucunda elde ettiği çok kültürlü deneyimler ve kontrol ihtiyacı/arzusu (need for control) da



bireyin farklı kültürel çevreleri daha iyi anlamasını sağlayarak, bireyin kültürel zekâ düzeyini artırmaktadır (Tay, Westman ve Chia, 2015: 127-128).

Bununla birlikte kültürel zekâ bireyin etkili bir şekilde kültürel yargılama ve karar verme düzeyini etkilemekte, işini yaparken değişik bakış açılarını dikkate alması hususunda cesaretlendirmekte, kültürel adaptasyonunun etkilemekte ve aynı zamanda kültürel olarak farklı ortamlardaki görev performansını (task performance) artırmaktadır (And vd., 2007; Kalay ve Ozturk, 2016: 101). Yöneticilerin/çalışanların kültürel zekâsı sayesinde çevrelerinden elde ettikleri bilgileri işlemeleri artmakta ve bu durum onların elde ettiği yeni bilgilerle girişimcilik eğilimlerini artırmaktadır (de la Garza Carranza ve Egri, 2010: 367; Mannor, 2015: 97). Devamında ise çalışanların girişimcilik eğilimlerinin artması ile inovatif davranışlar sergilenmektedir (Plum, 2007: 88; Elenkov ve Manev, 2009; Bogilović vd., 2016: 39). Bu açıdan kişisel faktörlerden olan (kişilik gibi) ve bir yetenek olarak değerlendirilen kültürel sermaye ile girişimcilik ve inovatif davranışlar arasındaki ilişki *sosyal bilişsel teorisi* (social cognitive theory) (Bandura, 1996, 2002), *akla dayalı davranış* (the theory of reasoned action) teorisi (Fishbein ve Ajzen, 1975) ve *kaynak avantajı/üstünlüğü* (resource-advantage theory) teorisi (Hunt ve Morgan, 1995) ile açıklanabilir.

Akla dayalı davranış teorisine göre öznel normlar, algılanan davranışsal kontrol ya da davranışa yönelik tutumlar, kişinin davranışsal niyetlerini ve yönelimlerini etkilemekte, bireyler daha fazla girişimci olmaya karar vermekte ve bunun sonucunda da kişi davranışa (inovatif davranışlar) geçmektedir (Yıldız, 2016b). Diğer bir anlatımla bu teori, tutumlar, öznel normlar, algılanan davranışsal kontrol ve davranışlar arasındaki ilişkinin nasıl olduğunu açıklamaktadır. Kültürel zekâsı yüksek bireyler, elde ettikleri kültürel birikimlerini sistematik ve akılcı bir şekilde kullanmakta ve bu birikimleri sonucundaki yönelimleri ve davranışlarının onları hangi sonuçlara ulaştıracağı noktasında gerekli kontrole sahip olduklarına inanmaktadırlar. Bu anlamda bu birikimleri onları girişimci olma yönünde motive etmekte ve girişimciliği başaracakları algısına yol açmaktadır. Özetle, kültürel zekâsı yüksek olanlardaki kültürel zenginliği kullanma yeteneği, onları davranışları üzerinde kontrol edebilecekleri algısını yaratarak girişimci olmaya yönlendirmekte ve bunun sonucunda da yenilikçi davranışlar sergilemeye yönelik cesaretlendirmektedir.

Bununla beraber *sosyal bilişsel teori* (Bandura, 1986, 1999, 2002) açısından da bu ilişkiler için destek bulunabilir. Bandura'ya göre bireyler öz-düzenleme ve öz-kınama sistemleri yoluyla düşüncelerini ve davranışlarını kontrol etme potansiyeline sahiptirler. Bu sistemlerden öz-düzenleme, bireyin düşünce ve eylemlerinin ahlaki olarak kabul edilip edilmediğine yol gösteren bazı etik standartları ifade eder. Öz-düzenleme mekanizması otomatik olarak aktif hale gelmemektedir. İsteğe bağlı olarak aktif olabildiği gibi isteğe bağlı olarak da devre dışı bırakılmaktadır (Bandura, Barbaranelli, Caprara ve Pastorelli, 1996). Bu yönüyle bu sistem bir değerlendirme sistemi olarak işlev görmektedir. Öz-kınama ise ahlaki olarak kabul edilmeyen davranışlar için bir bariyer görevi görür. Ahlaki olan davranışlar için ise bir bariyer görevi olması, söz konusu değildir. Bu açıdan yukarıda da ifade edildiği gibi kültürel zekâ, kültürel zenginliğin ve farklı kültürlerde etkili bir şekilde görevlerini yetire getirebilme yeteneğidir. Bu yeteneğe ve kabiliyete sahip bireylerde bilişsel olarak öz-düzenleme mekanizması sorunsuz bir şekilde çalıştığından, bu bireyler içsel etik standartları ile uyumlu bir şekilde eyleme geçmektedirler. Bu açıdan kültürel zekâ düzeyi yüksek bireylerin kendilerindeki bu yetenek sayesinde yenilikçilik, risk alma ve proaktiflik eğilimleri artmakta ve böylece girişimci olma yönünde eyleme geçerek inovatif davranışlar sergilemeleri olasılığı artabilmektedir.

Aynı zamanda *kaynak avantajı/üstünlüğü teorisi* (Hunt ve Morgan, 1995) ile de bu ilişkiler açıklanabilir. Bu teori çalışanların ve/veya yöneticilerin, yani insan kaynaklarının beceri ve yeteneklerinin rekabet üstünlüğüne yol açtığını açıklamaktadır. Bu teorinin bakış açısıyla

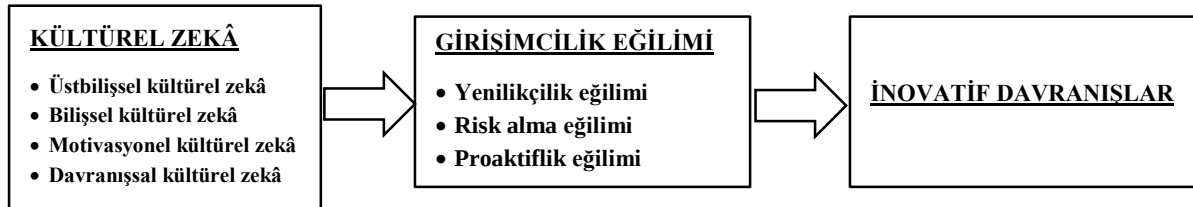


bakıldığında, kültürel sermaye bireyin soyut ve değerli kaynakları olarak değerlendirilmektedir. Bu yönüyle bir durumsallık faktörü olan kültürel zekâ, taklit edilmesi zor bir kaynaklardır. Bu kaynaklar işletmelere/girişimcilere farklılık avantajı yaratarak rekabet avantajı elde etmek için değer yaratılmasına imkân verir. Böylece işletmelerin girişimcilik yöneliminde bulunmalarına, risk almalarına, pazar fırsatlarını değerlendirecek proaktifliğe ve yenilikçilik yönelimlerine neden olur. Böylece bu kaynaklar işletmelerin/girişimcilerin finansal performans ve firma performansını olmak üzere, rekabet üstünlüğünü sağlayacak inovatif davranışların sergilemeye düzeyini pozitif olarak artırabilmektedir (Magnusson, Westjohn, Semenov, Randrianasolo ve Zdravkovic, 2013). Bu açıdan kültürel zekânın artırılması ile girişimcilik eğilimi ve inovatif davranışların görülme düzeyi artabilir. Bu kapsamda, aşağıda yer alan önermeler ileri sürülmüştür:

Önerme 1 (Ö1): Kültürel zekâ girişimcilik eğilimini pozitif olarak etkileyecektir.

Önerme 2 (Ö2): Kültürel zekâ inovatif/yenilikçi davranışları pozitif olarak etkileyecektir.

Önerme 3 (Ö3): Kültürel zekâ girişimcilik eğilimi aracılığıyla inovatif/yenilikçi davranışları pozitif olarak etkileyecektir.

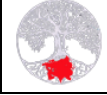


Şekil 1: Araştırma Model Önerisi

3. TARTIŞMA VE SONUÇ

Küreselleşen iş yaşamı artık daha yetenekli çalışanlara gereksinim duymaktadır. Bu yönüyle işletmelerin rakiplerine göre rekabet üstünlüğü elde etmelerinin yolu ise bu en yetenekli çalışanları kendi bünyelerine katmaları ile mümkün olmaktadır. Bu nedenle ortaya çıkan bu durum işletmelerin personel temin ve seçim kriterlerini yeniden gözden geçirmelerine neden olmuştur. Uluslararası çalışma yeteneğine sahip olan çalışanların işletmelerde istihdam edilmesi ve bu çalışanların kültürel birikimlerinden faydalanılması önemlidir (de la Garza Carranza ve Egri, 2010: 357). Bununla beraber eğitim ve geliştirme ve kariyer yönetimi çerçevesinde mevcut yöneticilerin de bu yetenekleri ve zenginlikleri kendilerine katmasına imkân tanıyacak fırsatların yaratılması gerekmektedir. Yöneticilerin ve çalışanların bu kültürel zenginliklerinden faydalanılması ile modern girişimcilik anlayışı içerisinde yer alan sürdürülebilir rekabet yeteneğinin kazanılması mümkün olmaktadır.

Yurtdışına eğitim, seyahat, yaşama ve çalışma yoluyla giden bireylerin yaşadıkları deneyimler ve farklı kültürler, bu bireylerin kendilerini farklı kültürlerle kolayca adapte etmelerini sağlamaktadır. Ayrıca bu kültürler yoluyla edindikleri bilgi ve tecrübe ana kültürle karşılaştırılmakta, aradaki farklılıklar birer zenginlik olarak görülmekte ve böylece girişimcilik eğilimlerini ve niyetlerini tetikleyici bir hale gelmektedir (Helms vd., 2014). Bu yönüyle işletmelerin kültürel zekâ üzerine özellikle odaklanması gerekmektedir. Kültürel zekâsı yüksek olan kişiler farklı kültürel çevreler içerisine kolayca adapte olabilmeye yeteneğine sahip olduklarından, özellikle bu yetenek sayesinde bireylerin başarılı bir girişimci olması ve bu yönde bir yönelimde bulunması olası olmaktadır. Girişimcilik yönelimi sayesinde de firmanın finansal performansının artması ve sistematik risk derecesinin düşmesi söz konusu



olmaktadır (Zahra, 1991). Ayrıca bir kültürler arası yetenek olan kültürel zekânın artması ile örgütlerin uluslararası stratejik ittifaklar ortaklıklar kurması da artmaktadır (Yitmen, 2013). Bununla beraber farklı kültürel birikimlerin yarattığı kültürel zenginlik, bireylerin kendilerine daha fazla güvenmesine, risk almasına, çevresel taleplerin farkına varmasına (kendi kültürü ile değerlendirerek) yol açtığından, bu bireylerin girişimcilğe yönelmesi ve bunun sonucunda da yenilikçi ve yaratıcı davranışlarda bulunması söz konusu olmaktadır (Pradhan ve Nath, 2012). Kültürel zenginliğin ve farklı kültürlerde etkili bir şekilde görevlerini yetire getirebilme yeteneğinin kazanılmasıyla yöneticilerin ve çalışanların yenilikçilik, risk alma ve proaktiflik eğilimleri artmakta ve böylece girişimci olma yönünde eyleme geçerek inovatif davranışlar sergilemeleri artmaktadır (Elenkov ve Manev, 2009). Bu açıdan kültürel zekânın artırılması ile inovatif davranışların görülme düzeyi artabilir. Bununla beraber çalışanların ve yöneticilerin rotasyon veya terfi gibi uygulamalarla yurtdışına gönderilmesi ile de kültürel zenginlikleri artırılabilir.

Özellikle yurtdışına gönderilen çalışanların yüksek kültürel zekâyâ sahip olmaları ve deneyime açık, dışadönük ve uyumlu kişilik yapısına sahip olmaları durumunda, bu çalışanların girişimcilik kapasitelerinin daha da arttığı belirlenmiştir (Li, 2010). Bu kapsamda çalışanların yurt dışına gönderilirken kültürel zekâsı yüksek çalışanların tercih edilmesi de bir seçenek olabilir. Böylece bu kişilerin girişimcilik eğiliminin artırması ile inovatif (yenilikçi) davranışların sergilenmesi söz konusu olabilir.

Çalışanların ve/veya yöneticilerin, yani insan kaynaklarının beceri ve yetenekleri rekabet üstünlüğüne yol açmaktadır. Bu kaynaklardan biri olan kültürel sermaye, bireyin soyut ve değerli kaynakları olarak değerlendirilmektedir. Bu yönüyle bir durumsallık faktörü olan kültürel zekâ, taklit edilmesi zor bir kaynaklardır. Bu kaynaklar bireyin girişimcilik eğilimi ve yenilikçilik davranışları başta olmak üzere firma performansını pozitif olarak etkileyen kaynaklardır. Bu kaynaklar sayesinde kültürel zekâ düzeyi yüksek bireylerin pazar fırsatlarını görmesi, bu yeteneklerini farklılık avantajı yaratmada kullanması ve değer yaratarak inovatif davranışlar sergilemesi mümkün olmaktadır. Bu nedenle kültürel sermaye düzeyi yüksek kişilerin terfilerle ödüllendirilmesi bu kişilerin işletmede kalmasını sağlayarak, işletme için performans yaratan ve yenilikçi davranışların sürekli görülmesini sağlayan bir değer oluşturabilir (Magnusson vd., 2013).

Kültürel zekâ sayesinde, yabancı pazarlarda daha başarılı bir şekilde iş yapılabilir. Diğer bir deyişle kültürel zekâ sayesinde yabancı paydaşlarla (firmalar, tedarikçiler ve diğer rakipler gibi) daha iyi ilişkiler geliştirilmektedir (de la Garza Carranza ve Egri, 2010). Ancak bazı araştırmalarda kültürel zekânın örgütsel etkinliğe yaptığı katkı, ulusal düzeyde iş yapan işletmelerle benzer olduğundan, bu durum sadece uluslararası işlerle meşgul olma ile artan bir yönetsel kültürel zekâ ile sınırlandırılmamalıdır. Bunun dışındaki faktörlere odaklanarak da kültürel zekâ artırılabilir (de la Garza Carranza ve Egri, 2010). Bu nedenle yabancı pazarlarda başarılı bir şekilde iş yapabilmek ya da var olan işleri etkin bir şekilde devam ettirebilmek için çalışanlara ve/veya yöneticilere yönelik kültürlerarası iletişim yeteneklerini geliştirecek kültürel zekâ eğitimlerinin verilmesi önerilmektedir (Charoensukmongkol, 2015). Sonuç olarak, araştırma kapsamında ilgili alanyazın esas alınarak önerilen araştırma modelinin özellikle yöneticiler/girişimciler olmak üzere, farklı kültürel deneyimlere ve zenginliğe sahip bireyler üzerinde ampirik olarak sınanması önerilmektedir. Bununla birlikte KOBİ'lerin daha büyük ölçekli firmalara göre daha fazla girişimcilik eğilimine sahip olmasından hareketle (Aragón-Correa vd., 2008), araştırma modelinin KOBİ'ler üzerinde test edilmesi önerilmektedir. Bu açıdan teorik araştırma modelinin sınanması ile inovatif davranışların ortaya çıkarılması için kültürel zekânın artırılmasına yönelik girişimlerin neler olabileceği yönünde yapılacak eylem haritaları çıkarılabilecektir. Aynı zamanda teorik



modelin test edilmesi; kültürel zekânın artırılabilmesi için gerekli olabilecek eğitim müdahaleleri uygulamaları ile keşfedici araştırmalar için de bir referans kaynağı olabilecektir.

REFERENCES

- ANG, S., VAN DYNE, L., Koh, C., Ng, K. Y., TEMPLER, K. J., Tay, C., & CHANDRASEKAR, N. A. (2007). Cultural intelligence: Its measurement and effects on cultural judgment and decision making, cultural adaptation and task performance. *Management and Organization Review*, 3(3), 335-371.
- ARAGÓN-CORREA, J. A., HURTADO-TORRES, N., SHARMA, S., & GARCÍA-MORALES, V. J. (2008). Environmental strategy and performance in small firms: A resource-based perspective. *Journal of Environmental Management*, 86(1), 88-103.
- AXTELL, C. M., HOLMAN, D. J., UNSWORTH, K. L., WALL, T. D., WATERSON, P. E., & HARRINGTON, E. (2000). Shopfloor innovation: Facilitating the suggestion and implementation of ideas. *Journal of Occupational & Organizational Psychology*, 73(3), 265-85.
- AYTAÇ, Ö. (2006). Girişimcilik: Sosyo-kültürel bir perspektif. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(15), 139-160.
- BANDURA, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- BANDURA, A. (1999). Moral Disengagement in the Perpetration of Inhumanities, *Personality and Social Psychology Review*, 3(3), 193-209.
- BANDURA, A. (2002). Selective moral disengagement in the exercise of moral agency. *Journal of Moral Education*, 31(2), 101-119.
- BANDURA, A., BARBARANELLI, C., CAPRARA, G. V. and PASTORELLI, C. (1996). Mechanisms of moral disengagement in the exercise of moral agency. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71(2), 364-374.
- BASU, R., & GREEN, S. G. (1997). Leader-member exchange and transformational leadership: an empirical examination of innovative behaviors in leader-member dyads. *Journal of Applied Social Psychology*, 27(6), 477-499.
- BEZİRGAN, M., MERCAN, N., & ALAMUR, B. (2015). Turizm Çalışanlarının Kişilik Özelliklerinin Kültürel Zekâları Üzerindeki Etkisi: Edremit Körfezi Örneği. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 7(1-2), 16-29.
- BOGILOVIĆ, S., ŠKERLAVAJ, M., & WONG, S. I. (2016). Idea implementation and cultural intelligence, in Škerlavaj, M., Černe, M., Dysvik, A., & Carlsen A. (Eds.), *Capitalizing on creativity at work: Fostering the implementation of creative ideas in organizations*, pp. 39-50, Edward Elgar Publishing, Cheltenham, UK.
- CARMELI, A., & SPREITZER, G. M. (2009). Trust, connectivity, and thriving: Implications for innovative behaviors at work. *The Journal of Creative Behavior*, 43(3), 169-191.
- CHAROENSUKMONGKOL, P. (2015). Cultural intelligence of entrepreneurs and international network ties: the case of small and medium manufacturing firms in Thailand. *Management Research Review*, 38(4), 421-436.
- DE JONG, J. P., & DEN HARTOG, D. N. (2007). How leaders influence employees' innovative behaviour. *European Journal of Innovation Management*, 10(1), 41-64.
- DE LA GARZA CARRANZA, M. T., & EGRI, C. P. (2010). Managerial cultural intelligence and small business in Canada. *Management Revue*, 21(3), 353-371.
- EARLEY, P. C. (2002). Redefining interactions across cultures and organizations: Moving forward with cultural intelligence, in Staw, B. and Sutton, R. (Eds.), *Research in Organizational Behavior*, Vol. 24, pp. 271-299, JAI Press, Greenwich, CT.
- EARLEY, P. C., & ANG, S. (2003). *Cultural intelligence: Individual interactions across cultures*. Stanford University Press.
- ELENKOV, D. S., & MANEV, I. M. (2009). Senior expatriate leadership's effects on innovation and the role of cultural intelligence. *Journal of World Business*, 44(4), 357-369.



- FARR, F., & FORD, C. (1990). Individual innovation, in West, M. A., & Farr, J. L. (Eds.), *Innovation and creativity at work: Psychological and organizational strategies*, pp. 63-80, Chichester, UK: John Wiley & Sons.
- FİŞ, A. M., & WASTI, S. A. (2009). Örgüt kültürü ve girişimcilik yönelimi ilişkisi. *ODTÜ Gelişme*, 35 (Özel Sayı), 127-164.
- FISHBEIN, M., & AJZEN, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*, Reading, MA: Addison-Wesley.
- GALPERIN, B. L. (2012). Exploring the nomological network of workplace deviance: Developing and validating a measure of constructive deviance. *Journal of Applied Social Psychology*, 42(12), 2988-3025.
- GÜNAY, G. Y., & CİN, H. (2013). Girişimcilerin girişimcilik tipleri ile duygusal zekâları arasındaki ilişki: Edirne örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2), 7-32.
- HELMS, M. M., RUTTI, R. M., LORENZ, M., RAMSEY, J., & ARMSTRONG, C. E. (2014). A quest for global entrepreneurs: The importance of cultural intelligence on commitment to entrepreneurial education. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 23(3), 385-404.
- HUNT, S. D., & MORGAN, R. M. (1995). The comparative advantage theory of competition. *Journal of Marketing*, 59(April), 1-15.
- JANSSEN, O., VAN DE VLIERT, E., & WEST, M. (2004). The bright and dark sides of individual and group innovation: A special issue introduction. *Journal of Organizational Behavior*, 25(2), 129-145.
- JONES, G. R. (2013). *Organizational theory, design, and change*, 12th Edition, Upper Saddle River: Pearson.
- KALAY, F., & LYNN, G. S. (2015). The impact of strategic innovation management practices on firm innovation performance. *Research Journal of Business and Management*, 2(3), 412-429.
- KALAY, F., & LYNN, G. S. (2016). The impact of organizational structure on management innovation: An empirical research in Turkey. *Journal of Business, Economics and Finance*, 5(1), 125-137.
- KALAY, F., & OZTURK, T. (2016). Dönüşümsel liderlik davranışının yönetim inovasyonu üzerindeki etkisi: Türkiye’de ampirik bir araştırma. *Research Journal of Business and Management*, 3(1), 97-106.
- KANTER, R. M. (1983). *The change masters*. New York: Simon & Schuster.
- KAYIŞ, A. (2010). *Girişimcilik ve iç girişimciliğin önündeki engeller: Yazılım sektöründe bir uygulama*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gebze: Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- LI, C. Y. (2010). *A study on the relationship between the culture intelligence and entrepreneurship*. Unpublished Master’s Thesis, China.
- MAGNUSSON, P., WESTJOHN, S. A., SEMENOV, A. V., RANDRIANASOLO, A. A., & ZDRAVKOVIC, S. (2013). The role of cultural intelligence in marketing adaptation and export performance. *Journal of Marketing Research*, 21(4), 44-61.
- MANNOR, M. J. (2015). Top executives and global leadership: At the intersection of cultural intelligence and strategic leadership theory, in Ang, S., & Van Dyne, L. (Eds.) *Handbook of cultural intelligence: Theory, measurement, and applications*, pp. 91-106, Routledge, New York, NY.
- MARANGOZ, M. (2016). *Girişimcilik*, İstanbul: Beta Yayınları.
- MERCAN, N., DEMİRCİ, M. K., KIRMIZI, İ., & KIRMIZI, C. (2015). *The role of cultural intelligence in international strategic alliance formation among organizations: the Petkim*” 4th European Conference on Social and Behavioral Science, 06-08 February, Selçuk, Turkey,
- MERCAN, N. (2015). *Çok kültürlü Ortamlarda Kültürel Zekânın Kültürlerarası Duyarlılıkla İlişkisine Yönelik Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya.



- MERCAN, N. (2016). Çok kültürlü Ortamlarda Kültürel Zekânın Kültürlerarası Duyarlılıkla İlişkisine Yönelik Bir Araştırma. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1), 1-13.
- MERCAN, N., & KAHYA, V. (2016). Örgütlerde Kültürel Zekânın İletişim Becerileriyle İlişkisine Yönelik Bir Araştırma. *Erciyes İletişim Dergisi*, 4(3), 18-26.
- MERCAN, N., & URGAN, S. (2015). Çok Kültürlü Ortamlarda Sosyal Sermaye Kültürel Zekâ İle İkame Edilebilir Mi? Uluslararası Uygulamalı Bilimler Kongresi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, 23-24 Ekim 2015.
- MILLER, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7), 770-791.
- NG, K. Y., VAN DYNE, L., & ANG, S. (2012). Cultural Intelligence: A Review, Reflections, and Recommendations for Future Research. In A.M. Ryan, F.T.L. Leong, & F.L. Oswald (Eds.), *Conducting Multinational Research: Applying Organizational Psychology in the Workplace* (pp. 29-58). Washington, DC, American Psychological Association.
- ÖZDEN, K., TEMURLenk, M. S., & BAŞAR, S. (2008). Girişimcilik eğilimi: Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi ve Atatürk Üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma, 2. Uluslararası Girişimcilik Kongresi, 7-10 Mayıs 2008, Bışkek, Kırgızistan.
- PLUM, E. (2007). Cultural intelligence: a concept for bridging and benefiting from cultural differences, in Bertagni, B., La Rosa, M., & Salvetti, F. (Eds.), *"Glocal" working: Living and working across the world with cultural intelligence*, pp. 80-89, FrancoAngeli, Milano, Italy.
- PRADHAN, R. K., & NATH, P. (2012). Perception of entrepreneurial orientation and emotional intelligence a study on India's future techno-managers. *Global Business Review*, 13(1), 89-108.
- SAFARI, Y., TAHMASBY, F., & KARAMAFROOZ, M. J. (2013). Assessment of entrepreneurial skills and its association with social intelligence in students of Kermanshah University of medical sciences. *Educational Research in Medical Sciences Journal*, 2(2), 15-19.
- ŞAHİN, F., KÖKSAL, O., & CİNGÖZ, A. (2015). KOBİ'lerde yönetsel kültürel zekâ ve girişimcilik, 2. Uluslararası Girişimcilik ve Kariyer Sempozyumu, 9-11 Ekim 2016, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla.
- SCOTT, S. G., & BRUCE, R. A. (1994). Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace. *Academy of Management Journal*, 37(3), 580-607.
- SHAFFER, M., & MILLER, G. (2015). Cultural intelligence: A key success factor for expatriates, in Ang, S., & Van Dyne, L. (Eds.), *Handbook of cultural intelligence: Theory, measurement, and applications*, pp. 107-125, Routledge, New York, NY.
- STERNBERG, R. J., & DETTERMAN, D. K. (Eds.). (1986). *What is intelligence? Contemporary viewpoints on its nature and definition*. Norwood, NJ: Ablex Publishing.
- TAY C., WESTMAN, M., & CHIA, A. (2015). Antecedents and consequences of cultural intelligence among short-term business travelers, in Ang, S., & Van Dyne, L. (Eds.) *Handbook of cultural intelligence: Theory, measurement, and applications*, pp. 126-144, Routledge, New York, NY.
- VINARSKI-PERETZ, H., & CARMELI, A. (2011). Linking care felt to engagement in innovative behaviors in the workplace: The mediating role of psychological conditions. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 5(1), 43-53.
- WEST, M. A., & FARR, J. L. (1990). Innovation at work, in West, M. A., & Farr, J. L. (Eds.), *Innovation and creativity at work: Psychological and organizational strategies*, Chichester, UK: John Wiley & Sons.
- WOODMAN, R. W., SAWYER, J. E., & GRIFFIN, R. W. (1993). Toward a theory of organizational creativity. *Academy of Management Review*, 18(2), 293-321.
- YILDIZ, B. (2015). *The antecedents of constructive and destructive deviant workplace behaviors*. Unpublished Doctoral Thesis, Gebze Technical University, Turkey.



- YILDIZ, B., ALPKAN, L., & SEZEN, B. (2015). *The antecedents of deviant workplace behaviors: A perception, attitude and personality-based approach to constructive and destructive deviant workplace behaviors*. Germany: Scholars' Press.
- YILDIZ, B., ERAT, S., ALPKAN, L., YILDIZ, H., & SEZEN, B. (2015). Drivers of Innovative Constructive Deviance: A Moderated Mediation Analysis. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195: 1407-1416.
- YILDIZ, H. (2016a). Sürdürülebilirlik Bağlamında Sağlık Sektöründe İnovatif Uygulamalar: Yeşil Hastaneler. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(13).
- YILDIZ, H. (2016b). *İşime tutkuyla bağlıyım.. hasta olsam da giderim!*, 24. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, 29-31 Mayıs 2016, Sabancı Üniversitesi, İstanbul.
- YITMEN, I. (2013). Organizational cultural intelligence: a competitive capability for strategic alliances in the international construction industry. *Project Management Journal*, 44(4), 5-25.
- YUAN, F., & WOODMAN, R. W. (2010). Innovative behavior in the workplace: The role of performance and image outcome expectations. *Academy of Management Journal*, 53(2), 323-342.
- ZAHRA, S. A. (1991). Predictors and financial outcomes of corporate entrepreneurship: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 6(4), 259-285.
- ZAHRA, S. A., JENNINGS, D. F., & KURATKO, D. F. (1999). The antecedents and consequences of firm-level entrepreneurship: The state of the field. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 24(2), 45-45.
- ZHAO, H., & SEIBERT, S. E. (2006). The big five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytical review. *Journal of Applied Psychology*, 91(2), 259-271.